



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة بابل
كلية الهندسة
قسم هندسة العمارة

أثر معايير تصميم المشهد العمراني التجاري في التلوث البصري
(مدينة الحلة – حالة دراسية)

رسالة
مقدمة الى كلية الهندسة / جامعة بابل
كجزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في الهندسة/ الهندسة المعمارية

من قبل
الطالبة عذراء حمزه حسين عبدالله

إشراف
أ.د. محمد علي الأنباري

آب/ 2023 م

محرم/ 1445 هـ

أثر معايير تصميم المشهد العمراني التجاري في التلوث البصري
(مدينة الحلة – حالة دراسية)

الآية القرآنية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(نَرْفَعُ دَرَجَاتٍ مَّنْ نَّهَاءُ وَفَوْقَ
كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَظِيمٍ ❁)

صدق الله العليّ العظيم

(سورة يوسف ، آية (76))

إقرار المشرف

أشهد أن إعداد هذه الرسالة والموسومة بـ
"أثر معايير تصميم المشهد العمراني التجاري في التلوث البصري"
(مدينة الحلة – حالة دراسية) والمقدمة من قبل الطالبة (عذراء حمزه حسين عبدالله)
جرت تحت إشرافي في قسم هندسة العمارة – كلية الهندسة / جامعة بابل وهي جزء
من متطلبات نيل درجة الماجستير في علوم الهندسة المعمارية.

التوقيع:
المشرف: أ.د. محمد علي الانباري
التاريخ: 2023/ /

أشهد أن هذه الرسالة المذكورة أعلاه قد استكملت في هندسة العمارة في كلية
الهندسة / جامعة بابل

التوقيع:
رئيس القسم: م.د. محمود رزوقي جنجون
التاريخ: 2023/ /

إقرار لجنة المناقشة

نحن أعضاء لجنة المناقشة ، نشهد بأننا أطلعنا على رسالة الماجستير الموسومة "أثر معايير تصميم المشهد العمراني التجاري في التلوث البصري" (مدينة الحلة - حالة دراسية) وقد ناقشنا الطالبة في محتوياتها وفيما له علاقة بها ، ونؤيد إنها جديرة بالقبول لنيل درجة الماجستير في علوم هندسة العمارة .

عضو اللجنة

التوقيع:

الإسم :أ.م.د. أميرة جليل أحمد

التاريخ : / / 2023

رئيس اللجنة

التوقيع :

الإسم :أ.د. وحدة شكر محمود الحنكاوي

التاريخ : / / 2023

عضو اللجنة (مشرفاً)

التوقيع :

الإسم :أ.د. محمد علي الانباري

التاريخ : / / 2023

عضو اللجنة

التوقيع :

الإسم : م.د. ماجد عباس عبد النجار

التاريخ : / / 2023

مصادقة عميد الكلية

التوقيع:

الإسم: أ.د. ليث علي عبد الرحيم

التاريخ: / / 2023

مصادقة رئيس القسم

التوقيع:

الإسم: م.د. محمود رزوقي جنجون

التاريخ: / / 2023

الإهداء

إلى من بَلَغ الرسالة وأدى الأمانة .. ونصح الأمة .. إلى نبي الرحمة ونور العالمين
سيدنا محمد صل الله عليه وعلى آله وصحبه وسلم

إلى من أحمل إسمه بكل افتخار.. فقيد قلبي ...المرحوم (والدي)

إلى الرحمة المهداة من الله تعالى ... (والدتي حفظها الله)

إلى فخري وإعتزازي إخوتي (أحمد, رواء, شيماء)

...

الباحثة

عذراء حمزه حسين عبدالله

شكر وامتنان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه... الحمد لله على نعمه التي لا تُعد ولا تُحصى والحمد لله رب العالمين على إتمامه هذه الرسالة.

والصلاة والسلام على خير الأنام محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

لا يسعني إلا أن أتقدم بوافر شكري وخالص تقديري الى الأستاذ الفاضل الأستاذ الدكتور محمد علي الأنباري لتفضله بالإشراف على هذه الرسالة. ورفده الدائم للبحث بالمعلومة القيمة وسعة صدره وتشجيعه الدائم وما قدمه من حرص وتشجيع وإرشاد ودعم مع المتابعة المستمرة، لإخراج البحث وإتمامه على هذا النحو، فجزاه الله عني أفضل الجزاء. كما أمتنم هذه الفرصة لأقدم خالص شكري وتقديري الى كل من:-

- جميع أساتذتي في مرحلة الدراسات العليا لقسم هندسة العمارة في جامعة بابل وخاصة رئيس القسم د.محمود رزوقي حمد جنجون لكل ما رفقوني به من علم ومعرفة طيلة هذه الدراسة.
- مهندسوا وموظفوا دائرة التخطيط العمراني في الحلة وخاصة المهندسة فاضلة حسن الأسدي والمهندس علاء البكري.
- مهندسوا وموظفوا دائرة بلدية الحلة وخاصة المهندس إسماعيل مسؤول قسم المدن ومهندسي مشاريع دائرة بلدية الحلة.
- مهندسوا الشركة العامة لنقل الطاقة الكهربائية لمنطقة الفرات الأوسط /شبكة نقل كهرباء بابل وخاصة المهندسة أبرار عبد عباس والمهندسة دعاء عبد عباس لتعاونهم.
- المهندس أحمد موزان/جامعة الفرات الأوسط التقنية في الكوفة، المهندسة ريام معين/ديوان محافظة الديوانية - وزوجها المهندس أحمد، والسيدة بسعاد كاظم/ كلية الهندسة المسيب/جامعة بابل
- الى جميع من ساندني ووقف بجاني طيلة فترة الدراسة.

الباحثة

عذراء حمزة حسين عبد الله

أثر معايير تصميم المشهد العمراني التجاري في التلوث البصري (مدينة الحلة – حالة دراسية)

الباحثة: عذراء حمزه حسين athraa.hussein.engh290@student.uobabylon.edu.iq
إشراف: أ.د. محمد علي الأنباري prof.dr.maalanbari@uobabylon.edu.iq

المستخلص

يعد تحقيق المعايير التصميمية من أكثر الجوانب أهمية ويقاس نجاح النتائج التصميمية بمدى تحقيقه للمعايير، وتؤثر المعايير بعدة أشكال في المشهد العمراني فأما أن تؤثر بالمشهد بالخصائص الشكلية والمعمارية (التوازن، التكرار، اللون، النسبة والتناسب) أو بالعلاقات التي تربط هذه الخصائص وعناصرها، إذ أثر التنوع والاختلاف والتناقض بمكونات المشهد العمراني سواء في النواحي المادية أو النواحي الحسية والجمالية للمشهد وقد سببت هذه التناقضات والاختلافات في معايير المشهد العمراني في المدن وخصوصاً المشهد العمراني التجاري فقدان الانسجام والتوافق في عناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري، إذ نلاحظ معاناة المشهد العمراني التجاري من الفوضى وعدم الالتزام بالمعايير ومن هنا إنطلقت **مشكلة البحث (العامة)** التي تمثلت بأن هناك حاجة لوجود تنظيم لعناصر ومكونات المشهد العمراني التجاري الذي يتميز بكونه جزءاً مهماً لتشكيل منظومة أساسية في تكوين المدينة وتحقيق متطلبات حاجتها العمرانية، ولكن غياب القوانين الخاصة بذلك وإهمال جانباً مهماً يرتبط ومتطلبات المستخدم والمتلقي الذي لا ينفك أن يتعامل مع نفسية الإنسان وبيئته أدى إلى افتقار المشهد العمراني التجاري للمتطلبات التي يستجيب ويتفاعل معها المستخدم والمتلقي من خلال خصائص وصفات عناصر هذا المشهد، لذا جاء البحث لدراسة مشهد الشارع العمراني وتأثير عناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري عليه.

البحث محاولة لوضع إطار نظري شامل حول معايير تصميم وتنظيم مكونات المشهد العمراني التجاري وتحقيق الانسجام والتوافق بين هذه المكونات وتقليل التلوث البصري العالي وتحقيق الراحة البصرية للمستخدمين. حيث تمثلت **المشكلة البحثية (الخاصة)** بوجود حاجة معرفية لتحديد معايير تصميم واضحة للمشهد العمراني التجاري وتحقيق انسجام وتوافق مكوناته وتحقيق الراحة البصرية للمستخدمين بصورة عامة، أما **فرضية البحث** فتتمثل بأن فقدان معايير تصميمية وتخطيطية واضحة لتنظيم مكونات المشهد العمراني التجاري ولد حالة من عدم الانسجام والتوافق بين هذه المكونات وانعدام الراحة البصرية للمستخدمين.

وتمثلت أهداف البحث بما يأتي:

1. تحديد إطار نظري شامل حول انعدام الراحة البصرية في الشوارع التجارية في المدينة
 2. استخلاص معايير تنظيم وانسجام وتوافق عناصر المشهد العمراني التجاري (واجهات المباني، أرصفة الشوارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، ونقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية إليه، و أثاث الشارع)، واستثمارها من قبل المصممين والمخططين الحضريين وطلبة العمارة.
 3. وضع وتحديث معايير كانت موجودة ولكن لم يتم الأخذ بها في الوقت الحاضر.
- ولتحقيق أهداف البحث تم اعتماد **منهجية استقرائية (وصفية تحليلية)** فضلاً عن الاستعانة باستمارات الاستبيان لغرض إكمال إجراءات التطبيق العملي.

أما أهم النتائج التي توصل إليها البحث إلى إن تطبيق المعايير التصميمية في المشهد العمراني التجاري المتمثلة بالعناصر (واجهات المباني، أرصفة الشوارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية ونقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية إليه، و أثاث الشارع)، يؤد الانسجام والتوافق، ويعكس الراحة البصرية والجمالية للمستخدم والمتلقي. وأخيراً حدد البحث أهم الاستنتاجات والتوصيات لعدة جهات.

الكلمات المفتاحية (المشهد العمراني التجاري – معايير تصميم – الشارع التجاري)

رقم الفقرة	العنوان	الصفحة
—	قائمة المحتويات	—
—	الآية القرآنية	—
—	إقرار المشرف	—
—	إقرار لجنة المناقشة	—
—	الإهداء	—
—	شكر وامتنان	—
—	مُستخلص البحث	—
—	قائمة المحتويات	—
أ- ب- ج- د	قائمة المخططات	—
د	قائمة الأشكال	—
د - هـ - و	قائمة الجداول	—
ز	مخطط هيكلية البحث	—
—	المقدمة	—
الفصل الاول/ المشهد العمراني		
رقم الفقرة	العنوان	الصفحة
—	تمهيد	1
1-1	المشهد العمراني	1
2-1	الدراسات السابقة	1
1-2-1	دراسات عامة	2
1-1-2-1	دراسة علي شعبان عبد الحميد و الفران، هاني خليل، (أهمية الخصائص والعناصر البصرية والجمالية في المدينة " دراسة تحليلية لوسط مدينة نابلس)، 2004	2
2-1-2-1	دراسة أحمد جميل شامية، (دراسة تحليلية للتلوث البصري في مدينة غزة / منطقة الجندي المجهول)، 2013	3
3-1-2-1	دراسة مدني، ريم زاهر، (أثر التلوث البصري في تشويه جمال المدن،) ميدان جاكسون- الخرطوم)، 2015	4
4-1-2-1	دراسة العمري، خالد أحمد، (المنظومة الهندسية والحكومية في ايجاد آلية لتقييم التلوث البصري)، 2016	4
5-1-2-1	دراسة مريم خير الله خلف ، (التلوث البصري في مدينة الزبير)، 2018	6
2-2-1	دراسات خاصة	7
1-2-2-1	دراسة الحريقي، فهد بن عبدالله، (التوافق والانسجام في البيئة العمرانية في ظل إنتشار اللافتات التجارية)، 2003	7
2-2-2-1	دراسة خولة كريم كوثر، (التلوث البصري وتأثيره في المشهد الحضري للمدينة العراقية منطقة الدراسة الكاظمية)، 2009	8
3-2-2-1	دراسة علاء الدين عبد الرحمن حسن وليث رشيد حميد ، (أثر تأثير فضاء الشارع على التوافق والانسجام في البيئة العمرانية)، 2010	8
4-2-2-1	دراسة حمزة جلال جواد، (أثر مواد الانهاء في تلقي المشهد الحضري التجاري)، 2013	9
5-2-2-1	دراسة الموسوي، أحمد حسين، (في دور الخصائص الشكلية في انسجام المشهد الحضري- مدينة النجف الاشرف)، 2014	11
6-2-2-1	دراسة الزبيدي، صبيح لفته، (التلوث البصري في المشهد الحضري التجاري)، 2015	11

13	دراسة JangyJalal Kadir ، (تشوه وتلوث بصري في الشوارع التجارية لمدينة الموصل القديمة)" Deformation and visual pollution in "the commercial streets of the old city of Mosul 2017،	7-2-2-1
13	دراسة Mila Cvetković ، (التلوث البصري للمناطق الحضرية كاحد القضايا الرئيسية في القرن الحادي والعشرين) " Visual pollution of "urban areas as one of the main issues of the 21 st century 2018	8-2-2-1
14	دراسة إيناس نبيل محمد درادكة ، (مدى تأثير اللافتة التجارية على التلوث البصري للشوارع التجاري "مدينة عمان شارع وصفي التل)، 2019	9-2-2-1
16	دراسة الأنباري، محمد علي وماجد عباس وآلاء هادي، (تقييم بعض مؤشرات التلوث البصري في البيئة العمرانية لمدينة الحلة)، 2019	10-2-2-1
19	مشكلة البحث	3-1
19	فرضية البحث	4-1
19	اهمية البحث	5-1
19	اهداف البحث	6-1
20	منهجية البحث	7-1
20	خلاصة الفصل الاول	8-1
21	الفصل الثاني / الإطار النظري	
21	تمهيد	—
21	المحور الأول :- التعاريف العامة	1-2
21	تعريف المشهد (The Scene) في اللغة	1-1-2
21	تعريف المشهد إجرائياً	2-1-2
22	المشهد العمراني في اللغة	3-1-2
24	تعريف المشهد العمراني في العمارة	4-1-2
26	التلوث البصري (Visual Pollution) في اللغة	5-1-2
26	التلوث البصري في العمارة والتصميم الحضري	6-1-2
27	أسباب التلوث البصري	7-1-2
28	تعريف التلوث البصري إجرائياً	8-1-2
28	تعريف المعايير (Standards)	9-1-2
29	تعريف الراحة (Comfort) في اللغة	10-1-2
29	البصري (Visual)	11-1-2
30	تعريف الشارع Street في اللغة	12-1-2
31	تصنيف الشوارع	13-1-2
32	أسماء فئة الشوارع	14-1-2
33	الشارع التجاري Commercial Street	15-1-2
34	المحور الثاني :عناصر تنظيم المشهد العمراني للشوارع	1-2-2
34	خلاصة الإطار النظري	2-2-2
35	عناصر الواجهات العمرانية	3-2-2
44	خلاصة الفصل الثاني	4-2-2
46	الفصل الثالث /الدراسة العملية	
46	تمهيد	—
46	المحور الأول/ منهجية البحث وعينات الدراسة	1-3
46	منهجية البحث	1-1-3

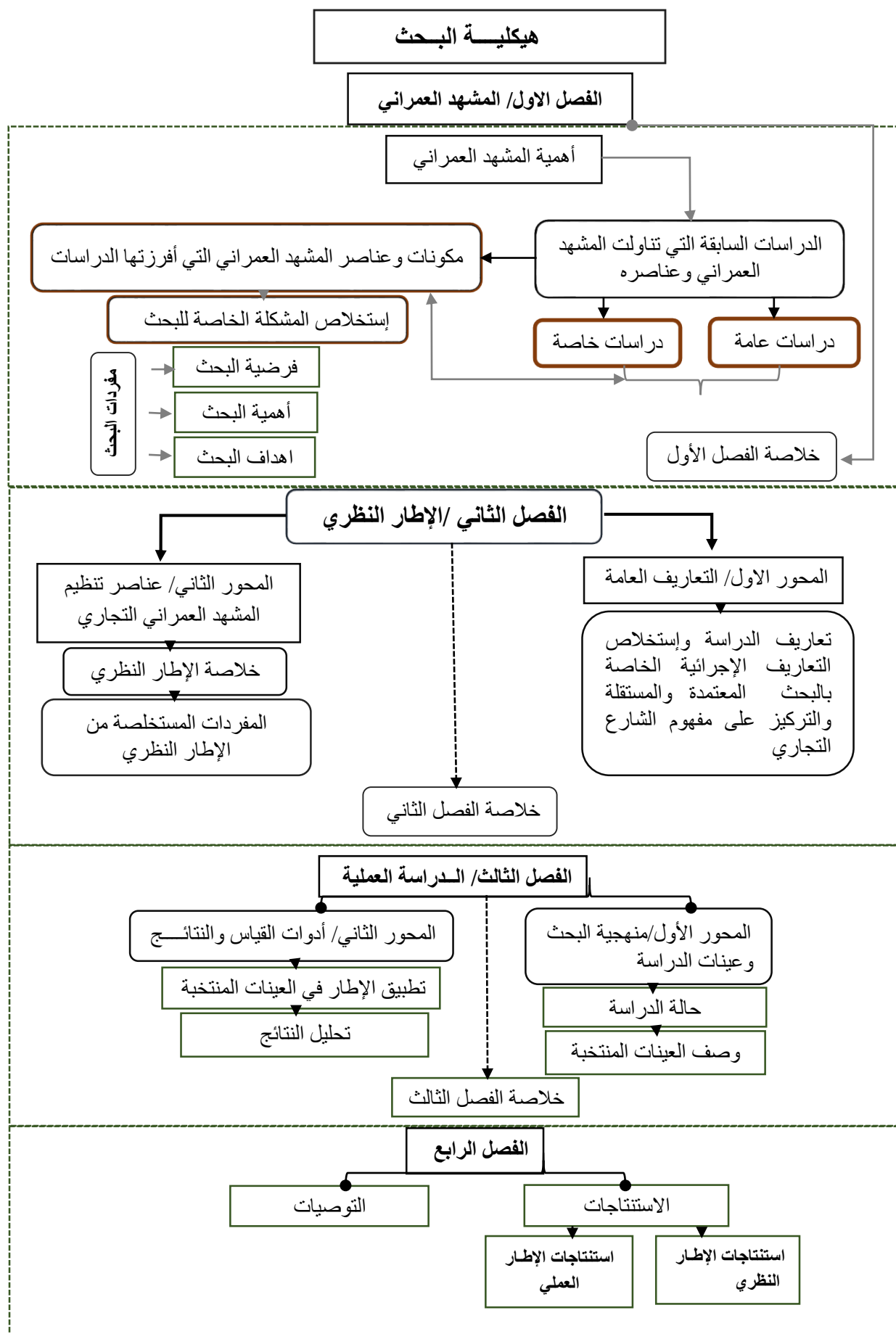
47	حالة الدراسة	2-1-3
48	وصف العينات المنتخبة	3-1-3
48	شارع باب الحسين	1-3-1-3
50	شارع المقام	2-3-1-3
51	شارع 40 بثلاث مقاطع	3-3-1-3
52	شارع الجمعية	4-3-1-3
53	شارع الشاوي	5-3-1-3
54	شارع الإمام علي (ع)	6-3-1-3
56	المحور الثاني/ أدوات القياس والنتائج	2-3
56	استمارات الاستبيان	1-2-3
62	أنجاز اللقاءات والمقابلات	2-2-3
62	تثبيت معايير عملية التحليل	3-2-3
64	تحليل نتائج الاستثمار الأولى للاستبيان (للمختصين) (شارع باب الحسين)	1-3-2-3
68	تحليل نتائج الاستثمار الثانية للاستبيان (لغير المختصين) (شارع باب الحسين)	2-3-2-3
71	تحليل نتائج الاستثمار الأولى للاستبيان (للمختصين) (شارع المقام)	3-3-2-3
74	تحليل نتائج الاستثمار الثانية للاستبيان (لغير المختصين) (شارع المقام)	4-3-2-3
77	تحليل نتائج الاستثمار الأولى للاستبيان (للمختصين) (شارع 40)	5-3-2-3
81	تحليل نتائج الاستثمار الثانية للاستبيان (لغير المختصين) (شارع 40 المقطع A)	6-3-2-3
84	تحليل نتائج الاستثمار الثانية للاستبيان (لغير المختصين) (شارع 40 المقطع B)	7-3-2-3
87	تحليل نتائج الاستثمار الثانية للاستبيان (لغير المختصين) (شارع 40 المقطع C)	8-3-2-3
90	تحليل نتائج الاستثمار الأولى للاستبيان (للمختصين) (شارع الجمعية)	9-3-2-3
93	تحليل نتائج الاستثمار الثانية للاستبيان (لغير المختصين) (شارع الجمعية)	10-3-2-3
96	تحليل نتائج الاستثمار الأولى للاستبيان (للمختصين) (شارع الشاوي)	11-3-2-3
99	تحليل نتائج الاستثمار الثانية للاستبيان (لغير المختصين) (شارع الشاوي)	12-3-2-3
102	تحليل نتائج الاستثمار الأولى للاستبيان (للمختصين) (شارع الامام علي)	13-3-2-3
105	تحليل نتائج الاستثمار الثانية للاستبيان (لغير المختصين) (شارع الامام علي)	14-3-2-3
107	تحليل إجمالي للشوارع	4-2-3
107	تحليل إجمالي لنتائج الاستثمار الأولى للاستبيان (للمختصين)	1-4-2-3
108	تحليل إجمالي لنتائج الاستثمار الثانية للاستبيان (لغير المختصين)	2-4-2-3
118	النتائج النظرية	5-2-3
120	المقترحات	6-2-3
121	خلاصة الفصل الثالث	7-2-3
الفصل الرابع : الإستنتاجات والتوصيات		
122	تمهيد	-
122	الاستنتاجات المرتبطة بالإطار النظري	1-4
123	الاستنتاجات المرتبطة بالإطار العملي	2-4
123	الاستنتاجات الخاصة بتنظيم واجهات المباني	1-2-4

124	الاستنتاجات الخاصة بتنظيم أرصفة الشوارع	2-2-4
124	الاستنتاجات الخاصة بتنظيم نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه	3-2-4
125	الاستنتاجات الخاصة بتنظيم اثاث الشارع	4-2-4
125	التوصيات	3-4
125	التوصيات الى وزارة الإعمار والإسكان والبلديات	1-3-4
125	التوصيات الى دائرة التخطيط العمراني ودائرة البلديات في بابل	2-3-4
127	التوصيات الى نقابة المهندسين العراقية	3-3-4
128	التوصيات للباحثين	4-3-4
128	التوصيات لأقسام هندسة العمارة في الجامعات	5-3-4
128	التوصيات للمجتمع المحلي	6-3-4
—	المصادر	
أ	الملاحق	
د - ج - ب - أ	ملحق رقم(1): يوضح تحليل تنظيم المشهد العمراني لواقع الحال لشارع باب الحسين.	
د - هـ - و - ز	ملحق رقم(2): يوضح تحليل تنظيم المشهد العمراني لواقع الحال لشارع المقام	
ج - ط - ي	ملحق رقم(3): يوضح تحليل تنظيم المشهد العمراني لواقع الحال لشارع 40 لثلاث مقاطع	
م - ن - س - ع	ملحق رقم(4): يوضح تحليل تنظيم المشهد العمراني لواقع الحال لشارع الجمعية	
ف - ص - ق	ملحق رقم(5): يوضح تحليل تنظيم المشهد العمراني لواقع الحال لشارع الشاوي	
ش - ت - ث	ملحق رقم(6): يوضح تحليل تنظيم المشهد العمراني لواقع الحال لشارع الامام علي	
ذ	ملحق رقم(7): يوضح استبيانات كل الشوارع (حالة الدراسة) لغير المختصين.	
ض	ملحق رقم(8): يوضح الاستبيانات الخاصة بقياس بعض المؤشرات من ناحية الأهمية، من قبل مستخدمي الشارع ومالكي المباني التجارية وإجمالي التحليل	
ظ	ملحق رقم (9): يوضح إجمالي استبيانات شوارع حالة الدراسة	
	قائمة المخططات	
رقم المخطط	العنوان	رقم الصفحة
	مخطط يوضح هيكلية البحث	
—	الفصل الأول	—
—	مخطط يوضح هيكلية الفصل الأول	—
1-1	مخطط يوضح عناصر المشهد العمراني المستخلصة من الأدبيات السابقة	18
رقم المخطط	العنوان	
	الفصل الثاني/ الإطار النظري	رقم الصفحة
—	مخطط هيكلية الفصل الثاني	—
1-2	مخطط يوضح تعريف كل من Speiregen, Martin, Eames للمشهد المدني	24
2-2	مخطط يوضح مكونات المشهد العمراني	25
رقم المخطط	الفصل الثالث	رقم الصفحة
—	مخطط يوضح هيكلية الفصل الثالث	—
1-3	يوضح مخطط منهجية العمل الخاصة بالبحث	47
2-3	مخطط يوضح طريقة قياس الأداء البصري للشوارع التجارية باستعمال طريقة مشتقة من مقياس ليكرت الخماسي	63
3-3	مخطط يوضح فرضية البحث	117
	قائمة الأشكال	

رقم الشكل	العنوان	رقم الصفحة
الفصل الثالث : الدراسة العملية		
1-3	أ - يوضح موقع شارع باب الحسين	49
2-3	ب - يوضح صور لواجهات وارتفاعات المباني في شارع باب الحسين	49
3-3	ج - يوضح صور لواقع حال شارع باب الحسين والأرصفة	49
4-3	أ- يوضح موقع شارع المقام	50
5-3	ب - يوضح صوراً لواقع الحال لشارع المقام (واجهات وأرصفة)	50
6-3	ج - يوضح صوراً لواقع الحال لشارع المقام	50
7-3	أ- يوضح موقع شارع 40	51
8-3	ب- يوضح صور من واقع الحال للمباني التجارية للمقطع A	52
9-3	ج- يوضح صوراً للمباني التجارية في شارع 40 للمقطع B)	52
10-3	د- يوضح صوراً للمباني التجارية في شارع 40 للمقطع C	52
11-3	أ- يوضح موقع شارع الجمعية	53
12-3	ب- يوضح صوراً لواقع حال شارع الجمعية(الأرصفة، واجهات الأبنية)	53
13-3	ج- يوضح صوراً لواقع حال شارع الجمعية (حال الأرصفة)	53
14-3	أ- يوضح موقع شارع الشاوي	54
15-3	ب- يوضح صور الموقع ولواقع الحال لشارع الشاوي	54
16-3	ج- يوضح صور واجهات الأبنية لواقع الحال لشارع الشاوي	54
17-3	أ - يوضح موقع شارع الامام علي (ع)	55
18-3	ب- يوضح صوراً من واقع الحال لشارع الامام علي (ع) للمباني التجارية.	55
19-3	ج- يوضح صوراً من واقع الحال لشارع الامام علي (ع) للمباني التجارية	55
20-3	د- يوضح صوراً من واقع الحال لشارع الامام علي (ع) للمباني التجارية	55
21-3	يوضح فيه استمارة الاستبيان للمختصين الخاصة بقياس ما يتعلق بالخصائص المادية والشكلية لمواصفات المشهد العمراني في الشارع التجاري	59-58
22-3	يوضح فيه استمارة الاستبيان الخاصة بغير المختصين الخاصة بالخصائص المحسوسة (قياس الراحة البصرية) في المشهد العمراني التجاري لعلاقتهم بالمشهد	61-60
23-3	يوضح فيه استمارة الاستبيان الخاصة بغير المختصين الخاصة بقياس الجمالية في المشهد العمراني التجاري لعلاقتهم بالمشهد	62
24-3	يوضح نتائج تحليل استبيان المختصين شارع باب الحسين من حيث عدد النقاط	67
25-3	يوضح نتائج تحليل استبيان المختصين شارع باب الحسين من حيث النسبة المئوية	67
26-3	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع باب الحسين.	69
27-3	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع باب الحسين	71
28-3	يوضح تحليل الاستبيان للمختصين في شارع المقام من حيث عدد النقاط	73

73	يوضح تحليل الاستبيان للمختصين في شارع المقام التجاري من حيث النسبة المئوية	29-3
75	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع المقام	30-3
76	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع المقام	31-3
80	يوضح نتائج الاستبيان للمختصين في شارع 40 من حيث عدد النقاط	32-3
80	يوضح نتائج الاستبيان للمختصين في شارع 40 من حيث النسبة المئوية	33-3
82	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع 40 (المقطع A)	34-3
83	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع 40 (المقطع A)	35-3
85	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع 40/ المقطع B	36-3
86	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع 40 / المقطع B	37-3
88	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع 40 (المقطع C)	38-3
89	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع 40/ المقطع B	39-3
92	يوضح نتائج الاستبيان للمختصين في شارع الجمعية من حيث عدد النقاط	40-3
92	يوضح نتائج الاستبيان في شارع الجمعية من حيث النسبة المئوية	41-3
94	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع الجمعية	42-3
95	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع الجمعية	43-3
98	يوضح نتائج الاستبيان للمختصين في شارع الشاوي من حيث عدد النقاط	44-3
98	يوضح نتائج الاستبيان للمختصين في شارع الشاوي من حيث النسبة المئوية	45-3
100	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع الشاوي	46-3
101	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع الشاوي	47-3
104	يوضح نتائج الاستبيان للمختصين في شارع الامام علي (ع) من ناحية عدد النقاط	48-3
104	يوضح نتائج الاستبيان للمختصين في الامام علي (ع) من ناحية النسبة المئوية	49-3
106	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع الامام علي (ع)	50-3
107	يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع الامام علي (ع)	51-3
108	يوضح النسبة المئوية لكل عناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري لشوارع حالة الدراسة	52-3
110	يوضح نتائج الاستبيان الإجمالي للشوارع الستة التي تم اختيارها لهذه الدراسة من ناحية الإحساس بالراحة البصرية	53-3
111	يوضح نتائج الاستبيان الإجمالي للشوارع الستة التي تم اختيارها لهذه الدراسة من ناحية الإحساس بالأهمية	54-3
111	يوضح النقاط المتحققة لعنصر الواجهات والحالة المثالية للعنصر المذكور لكل شوارع حالة الدراسة	55-3
112	يوضح النقاط المتحققة لعنصر الأرصفة والحالة المثالية للعنصر المذكور لكل شوارع حالة الدراسة	56-3
113	يوضح النقاط المتحققة لعنصر عرض الشارع والجزرة الوسطية والحالة المثالية للعنصر المذكور لكل شوارع حالة الدراسة	57-3
114	يوضح النقاط المتحققة لعنصر نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه والحالة المثالية للعنصر المذكور لكل شوارع حالة الدراسة	58-3
115	يوضح النقاط المتحققة لعنصر أثاث الشارع والحالة المثالية للعنصر المذكور لكل شوارع حالة الدراسة	59-3

60-3	يوضح النقاط المتحققة لكل عناصر تنظيم المشهد العمراني ولكل الشوارع المنتخبة لهذه الدراسة	116
قائمة الجداول		
رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
الفصل الأول/ المشهد العمراني		
1-1	يبين الدراسات السابقة التي ركزت على مكونات وعناصر المشهد العمراني	18
رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
الفصل الثاني / المحور الثاني		
1-2	يوضح تنظيم واجهات المباني (A) في المشهد العمراني، ومؤشراتها (9) مؤشر وسيتم الترميز لها بـ (a1,a2,a3,a4,.....a9)	35
2-2	يوضح تنظيم ارصافة الشوارع (B) ، ومؤشراتها (19) مؤشر وسيتم الترميز لها بـ (b1,b2,b3,b4.....b17)	36
3-2	يوضح تنظيم عرض الشارع والجزرة الوسطية (C) ، ومؤشراتها (5) مؤشر وسيتم الترميز لها بـ (c1,c2,c3,c4,c5)	37
4-2	يوضح تنظيم نقاط إلتقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه (D) ، ومؤشراتها (5) مؤشر وسيتم الترميز لها بـ (d1,d2,d3,d4,d5)	37
5-2	يوضح معايير تنظيم أثاث الشارع (E) ومؤشراتها (6) مؤشر وسيتم الترميز لها بـ (e1,e2,e3,e4,e5,e6)	38
رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
الفصل الثالث/ الدراسة العملية		
1-3	يوضح عدد النقاط التي حصلت عليها مؤشرات عناصر تنظيم المشهد العمراني من الاستبيان للمختصين لشارع باب الحسين	66
2-3	يوضح مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع ومجموع المؤشرات	67
3-3	يوضح عدد النقاط التي حصلت عليها مؤشرات عناصر تنظيم المشهد العمراني من الاستبيان للمختصين لشارع المقام	72
4-3	يوضح مجموع عدد النقاط التي حصل عليها الشارع ومجموع المؤشرات	73
5-3	يوضح عدد النقاط التي حصلت عليها مؤشرات عناصر تنظيم المشهد العمراني من الاستبيان للمختصين لشارع 40 بثلاثة مقاطع	78
6-3	يوضح مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع ومجموع المؤشرات	79
7-3	يوضح عدد النقاط التي حصلت عليها مؤشرات عناصر تنظيم المشهد العمراني من الاستبيان للمختصين لشارع الجمعية	91
8-3	يوضح مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع والمؤشرات	92
9-3	يوضح عدد النقاط التي حصلت عليها مؤشرات عناصر تنظيم المشهد العمراني من الاستبيان للمختصين لشارع الشاوي	97
10-3	يوضح مجموع عدد النقاط والمؤشرات والحالة المثالية للشارع	98
11-3	يوضح عدد النقاط التي حصلت عليها مؤشرات عناصر تنظيم المشهد العمراني من الاستبيان للمختصين لشارع الامام علي (ع)	103
12-3	يوضح مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع ومجموع المؤشرات	104
13-3	يوضح عدد النقاط التي حصلت عليها الشوارع الستة من استبيان المختصين لكل العناصر	115



المقدمة:

حظي المشهد العمراني بإهتمام كبير من المخططين والمعماريين والمصممين الحضريين لأنه يعد الوسيلة التي تربط المتلقي بالمدينة ويجعل للمدينة هويتها وخصوصيتها، ونظراً لما تتمتع به مدينة الحلة بشكل عام ببعد حضاري وتاريخي وديني وموروث ثقافي يميزها حيث تزرخ بالعديد من المواقع الأثرية الهامة التي تمثل أحقاب تاريخية، إضافة لما تحويه من عناصر طبيعية ومزروعات، فلا بد من المحافظة عليها، لما لها من أهمية في استقطاب الكثير من الزوار والسياح، وقد برزت الحاجة الى ضرورة دراسة مشهدها العمراني التجاري، وقد تناولت العديد من الدراسات تفسير ماهيته أو العوامل التي تؤثر فيه وآليات تحسينه وتطويره والنهوض به، وتناولت دراسة العديد من عناصر المشهد العمراني ومن هذه العناصر (واجهات المباني، الأرصفة، اللوحات الاعلانية وغيرها من العناصر المكونة للمشهد العمراني) إلا إن معايير تصميم المشهد العمراني التجاري على الرغم من دورها الكبير وأهميتها في تحسين مكونات المشهد العمراني بكل عناصره، كانت بعيدة عن أضواء الباحثين والدارسين ومن هنا جاءت فكرة البحث الأساسية، وتمثلت أهمية البحث بوضع إطار نظري شامل لتنظيم مكونات المشهد العمراني التجاري واستخلاص معايير تحقق الانسجام والتوافق بين هذه المكونات وتحقق الراحة البصرية للمستخدم. واستثمار هذه المعايير قبل تنفيذ التخطيط والتصميم بواقع الحال للمباني التجارية، ومتابعة الدوائر المختصة لهذه الأعمال. ومن هنا:

انطلقت مشكلة البحث العامة بأن هناك حاجة لوجود تنظيم لعناصر ومكونات المشهد العمراني التجاري الذي يتميز بكونه جزءاً مهماً لتشكيل منظومة أساسية في تكوين المدينة وتحقيق متطلبات حاجتها العمرانية، ولكن غياب القوانين الخاصة بذلك وإهمال جانباً مهماً يرتبط ومتطلبات المستخدم والمتلقي الذي لا ينفك أن يتعامل مع نفسية الإنسان وبيئته أدى الى افتقار المشهد العمراني التجاري للمتطلبات التي يستجيب ويتفاعل معها المستخدم والمتلقي من خلال خصائص وصفات عناصر هذا المشهد.

أما مشكلة البحث الخاصة فتتمثلت بوجود حاجة معرفية لتحديد معايير تصميم واضحة للمشهد العمراني التجاري تحقق انسجام وتوافق مكوناته وتحقق الراحة البصرية للمستخدمين بصورة عامة. وتمثلت فرضية البحث في أن فقدان معايير تصميمية وتخطيطية واضحة لتنظيم مكونات وعناصر المشهد العمراني التجاري ولّد حالة من عدم الانسجام والتوافق بين هذه المكونات وانعدام الراحة البصرية.

وعلى ذلك تحددت أهداف البحث بالآتي:

أ- تحديد إطار نظري شامل وإغناء المعرفة حول علاقة متغيرات البحث الرئيسية (معايير تنظيم عناصر المشهد العمراني التجاري وعلاقته بالراحة البصرية في الشوارع التجارية في المدينة).

ب- استخلاص معايير تنظيم وانسجام وتوافق عناصر المشهد العمراني التجاري (واجهات المباني، أرصفة الشوارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، ونقاط إلتقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه، وأثاث الشارع) وعلاقته بالراحة البصرية في الشوارع التجارية في المدينة.

ج - وضع وتحديث معايير كانت موجودة ولكن لم يتم الأخذ بها في الوقت الحاضر.

إذ تناول **الفصل الأول** مقدمة عامة عن أهمية المشهد العمراني موضوع الدراسة وقراءة وتحليل الأدبيات السابقة التي تم تصنيفها الى دراسات عامة وخاصة حول مكونات المشهد العمراني واستخلاص معايير، كان الهدف من الفصل معالجة مشكلة البحث العامة، وفي نهاية الفصل تم استخلاص مشكلة البحث الخاصة، أهداف البحث، فرضية البحث.

الفصل الثاني :- تناول هذا الفصل التعرف على الإطار النظري لعوامل البحث الأساسية من خلال محورين تضمن المحور الأول المفاهيم الرئيسية للدراسة واستخلاص التعاريف الإجرائية الخاصة بالبحث والتركيز على مفهوم الشارع التجاري والتعرف على التلوث البصري ومدى أثره وعلاقته بمعايير عناصر المشهد العمراني التجاري. وسيتضمن المحور الثاني عناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري.

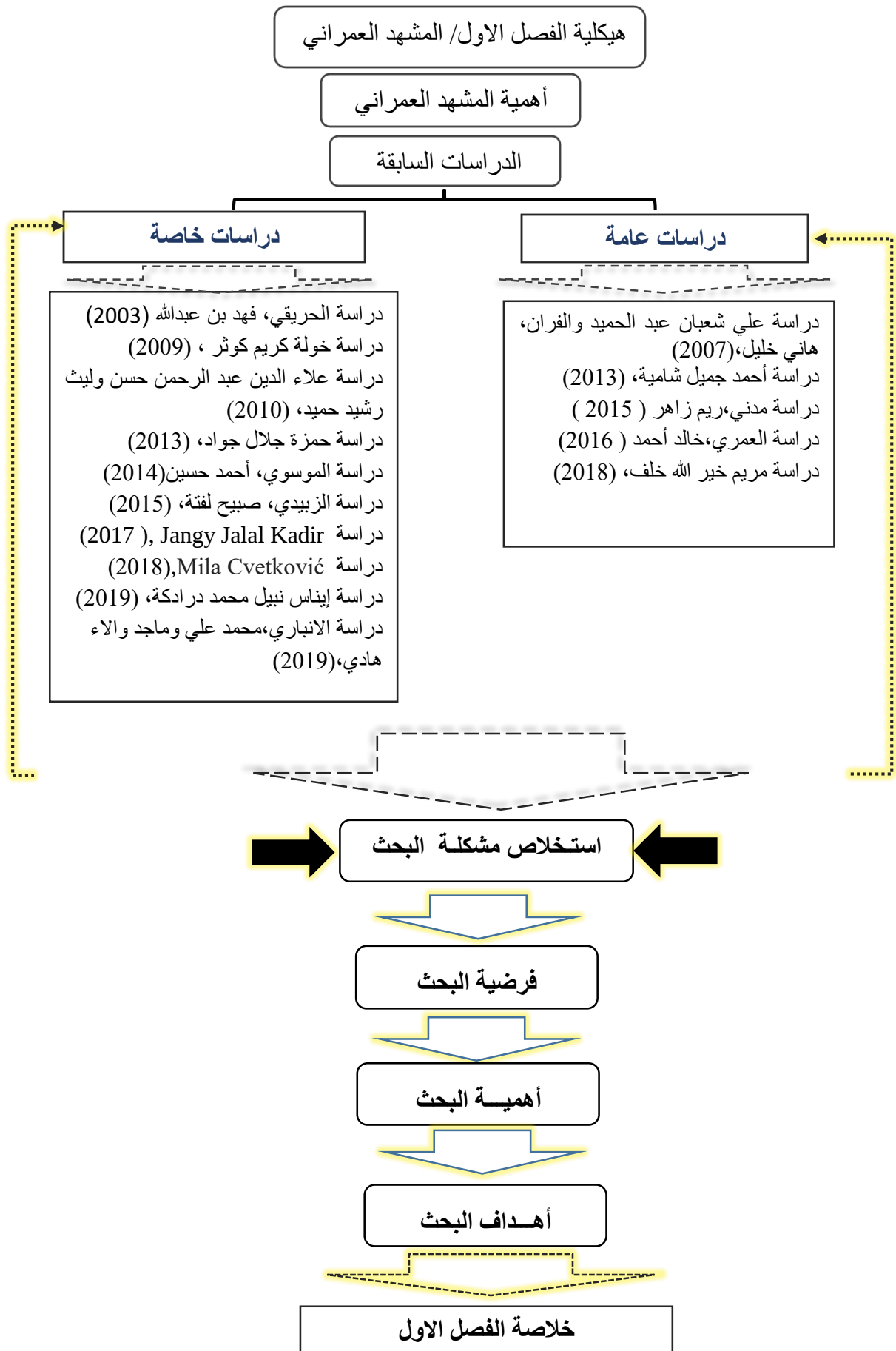
الفصل الثالث: تم في هذا الفصل القيام بالدراسة العملية وذلك ضمن محورين، تضمن المحور الأول تحديد عينات الدراسة الخاصة بالتطبيق (الشوارع التجارية) وتعريفها ومسوغات إختيارها، ومنهجية البحث وتعريف عن حالة الدراسة، وتناول المحور الثاني إعداد استمارات الاستبيان بمجموعتين للمختصين وغير المختصين، وتوضيح أسلوب وطريقة قياس المتغيرات، ومناقشة النتائج للتحقق من صحة الفرضية.

الفصل الرابع: تناول هذا الفصل الاستنتاجات والتوصيات.



الفصل الأول

المشهد العمراني



الفصل الأول:- المشهد العمراني

تمهيد

يتناول هذا الفصل مقدمة عامة عن أهمية المشهد العمراني وتحليل الأدبيات السابقة حول مكونات المشهد العمراني واستخلاص معايير وصولاً لتحديد مشكلة البحث الخاصة، أهداف البحث، فرضية البحث، أهمية البحث، وعرض منهجية البحث.

1-1- المشهد العمراني

يعد تصميم المشهد العمراني أحد المتطلبات المهمة لأغلب المجتمعات إذ يمثل هوية المدينة، ويمكن أن نتلمس جمالية المدينة من خلال تصميم مشهدها العمراني لأنه يؤدي دوراً كبيراً في تحسين جودة البيئة العمرانية من ناحية ومن ناحية أخرى فبالإمكان استيعاب وفهم آلية تتابع عملية الحس البصري لدى المتلقي. وقد سادت في الآونة الأخيرة ظاهرة التلوث البصري في تصميم المشاهد العمرانية. فتصميم المشهد العمراني التجاري تبعاً لوظيفته وتبعاً لمعايير التخطيط العمراني، ولكن بشكل عام معظم الشوارع التجارية في المدن العراقية، إفتقرت لتطبيق تلك المعايير وفي كثير من الأحيان تخضع الى إجتهادات ذاتية مما خلق مشاهد عمرانية ملوثة بصرياً. وأكدت عليها دراسات كثيرة في مجالي العمارة والتخطيط إذ إكتسب موضوع التلوث البصري للمشهد العمراني التجاري أهمية كبيرة، وبرزت الحاجة الماسة لدراسة واقع حال تلك الشوارع، فظاهرة التلوث البصري تبرز أكثر جلاء في الشوارع التجارية (الزبيدي، صبيح لفته، 2015). لذا تمحورت مشكلة البحث (العامة) فتمثلت بأن هناك حاجة لوجود تنظيم لعناصر ومكونات المشهد العمراني التجاري الذي يتميز بكونه جزءاً مهماً لتشكيل منظومة أساسية في تكوين المدينة وتحقيق متطلبات حاجتها العمرانية، ولكن غياب القوانين الخاصة بذلك وإهمال جانباً مهماً يرتبط ومتطلبات المستخدم والمتلقي الذي لا ينفك أن يتعامل مع نفسية الإنسان وبيئته أدى الى افتقار المشهد العمراني التجاري للمتطلبات التي يستجيب ويتفاعل معها المستخدم والمتلقي من خلال خصائص وصفات عناصر هذا المشهد.

1-2/ الدراسات السابقة الهدف منها إستخلاص مفردات الإطار النظري والتركيز على

ما افتقرت اليه هذه الدراسات والتركيز عليه في هذه الدراسة.

1-2-1- دراسات عامة وهي دراسات ركزت على انسجام مكونات المشهد العمراني بشكل عام.

1-1-2-1- دراسة علي شعبان عبد الحميد والفران، هاني خليل ، الموسومة بـ (أهمية الخصائص والعناصر البصرية والجمالية في المدينة- دراسة تحليلية لوسط مدينة نابلس)، 2004

تمثلت مشكلة الدراسة بـ إضاعة العناصر البصرية والجمالية التي تتمتع بها مدينة نابلس ولا سيما وسط المدينة، فهي تضم ضمن حدودها، الطبيعة المتنوعة بعناصرها الوفيرة من (مصادر مائية وجبال وسهول وأحراش) والبيئة الجميلة المعتدلة وأنها تحيا وتفيض بالمناطق الأثرية والتاريخية ووجود الطراز المعماري الحديث والقديم (البلدة القديمة والمباني التاريخية) في المدينة. وهدفت الدراسة إلى: تحليل المدينة ووضع حلول ومقترحات مناسبة لها والعمل على تطوير مظهرها البصري والجمالي بالإستناد على أسس ومعايير علمية تتضمن المؤثرات البصرية والجمالية منها (الفراغات الحضرية، الطابع المعماري، التكوين الطبيعي للأرض (landscape) من خلال البحث وعلاقة هذه العناصر بعضها مع بعض، والعمل على استغلال التكوين الطبيعي للأرض وربطها مع الأبنية التراثية والحضارية ومع التطور العمراني الحالي في المدينة لتكوين صورة جمالية وبصرية مميزة لها. وأعتمدت الدراسة في منهجيتها على مشاهدة ودراسة المنطقة في واقع الحال والتوثيق والوصف والتدقيق ضمن حدود الدراسة، والتقاط صور فوتوغرافية بهدف توثيق العناصر البصرية والجمالية التي لا يمكن إدراكها إلا بالمعاينة والتدقيق من خلال الصور، وقد استعملت خرائط جوية للمدينة لأسقاط المواقع عليها، والأخذ بعين الاعتبار علاقة منطقة الدراسة مع مجاوراتها من المناطق والساحات. وكانت أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة من خلال تحليل الصور والخرائط الجوية للمدينة بمدد مختلفة، تبين أن منطقة الدراسة كانت تضم عدداً من المباني التاريخية تشمل (صبانة آل طوقان والمستشفى الوطني وملعب سباق الخيل والبلدة القديمة وكنيسة "الدير" التي قامت بلدية نابلس بهدمها في وقت لاحق لغرض تطوير الوسط التجاري للمدينة، وأما الباقي من الأراضي فكانت مساحات خضراء بُنيت عليها المباني التجارية الموجودة حالياً. علاوةً على ذلك فإن كل قطاع يعد مشروعاً بمفرده بحاجة الى مقومات تصميم ناجح لنجاح القطاع ذاته من جهة، وعلاقته مع القطاعات المجاورة له من جهة أخرى، وتفسيراً لذلك فإن كل استعمال أو قطاع من المدينة يحتاج الى نجاح عناصر التصميم مثل (الملبس واللون).

يتضح مما سبق ان الخصائص البصرية والجمالية للمشهد العمراني التجاري يعتمد فهمها من خلال دراسة ثلاثة مستويات، وهي :-

1. دراسة مورفولوجية المدينة (المظهر العام للمدينة)، والطرز العمراني لها
2. المستوى الثاني دراسة العنصر الذي يؤثر على التكوين البصري للمدينة، كالمسارات والمناطق والحدود والعقد والمعالم المميزة، كما صنفها (Kevin Lynch)
3. المستوى الثالث دراسة التفاصيل التي من شأنها أن تضيف المظهر الجمالي مع كونها احتياجات ضرورية للبيئة والمجتمع بشكل عام والاهتمام بجميع العناصر ومثال ذلك، الاهتمام بخصائص ونوعية وتوزيع وأماكن وجود عناصر أثاث الشارع (Lynch1982).

1-2-1-2- دراسة أحمد جميل شامية، الموسومة بـ (دراسة تحليلية للتلوث البصري في مدينة غزة / منطقة الجندي المجهول – حالة الدراسة)، 2013

تمثلت المشكلة البحثية بظاهرة التلوث البصري للأماكن المفتوحة بصفة عامة والشوارع بصفة خاصة وعدم التنسيق لواجهات المباني وعدم تنسيق وتوظيف للموقع كذلك عدم توزيع منسق لأثاث الشارع والعناصر المكملة الأخرى. وهدفت الدراسة الى : الحفاظ على هيئة التصميم الحضري الصحيح الذي يحقق استقراراً للمدينة. وأشارت الدراسة الى أن التشكيل المعماري السليم للمدينة القائمة بمقوماتها الحضرية، تبدو ميزاته صريحة، على استقرار كافة عناصرها التخطيطية والتصميمية، بل وتنعكس تلك الميزات على المجتمع السكاني للمدينة بشكل عام، والمدينة بطبيعتها تنقسم داخليا على مجموعة من التجمعات المعمارية الحضرية فإنه يمكن عد كل منها كما لو كانت منظومة عمرانية حضرية قائمة بذاتها تؤدي وظيفة محددة لتحقيق استقرار المنظومة الأساسية وهي المدينة نفسها لذا فإن الأمر استلزم ، لذا تناولت هذه الدراسة العمل على بحث وإيجاد وسيلة علمية وعملية كان الهدف منها الحفاظ على الكيان التصميمي الحضري السليم الذي يحقق استقرار حضري لمدن قطاع غزة.

يتضح مما سبق ان الدراسة ركزت على دراسة الأماكن المفتوحة دراسة معمارية بصرية، والتي تُعد من أولى الخطوات البحثية التي تعطي خلفية لصانعي القرار عن حالة المكان المراد الاستثمار فيه أو دراسة تنميته والارتقاء به بصفة عامة والشوارع بصفة خاصة، كما ركزت على تقييم وتشخيص دقيق لمنطقة الدراسة وما تعانيه من تشوه بصري في بعض مكونات المشهد العمراني، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات.

1-2-1-3- دراسة مدني، ريم زاهر، الموسومة بـ(اثر التلوث البصري في تشويه جمال

المدن، دراسة حالة ميدان جاكسون- الخرطوم)، 2015

تمثلت المشكلة البحثية بـ(التلوث البصري للبيئة العمرانية في المدن وعناصره وأبعاده ومصادره). وهدفت الدراسة الى:

1. تحديد أسباب التلوث البصري ومشاكله التي تعمل على تشويه المشهد البصري للمدينة، وإيجاد الحلول والمعالجات لتحسين الصورة البصرية للمدينة.
2. الحد من ظاهرة التلوث البصري وعدم الترابط بين النسيج المعماري (وذلك لوجود تباينات في تصميم واجهات المباني وتنسيق المواقع من أثاث الشارع والعناصر المكملة، وعدم الترابط بين الحديث والقديم، وظهور اللافتات الإعلانية والتجارية بشكل غير متجانس) مما يخلق أزمة كبيرة كان لابد من معالجتها.

4. تم استعمال المنهج الوصفي التحليلي، والذي اعتمد على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع واهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، فالمنهج الوصفي واعتمد على الاطلاع على الكتب والادبيات السابقة، أما المنهج التحليلي: فهو المنهج العملي للدراسة لتشخيص المشكلة بشكل دقيق، وذلك بالمسح الميداني لمنطقة الدراسة والمشاهدات، والمقابلات الشخصية واستطلاع آراء الناس من خلال استبيان تم توزيعه، تلخيصها وصف للحالة وصولاً للنتائج وتقديم التوصيات.

يتضح مما سبق أن الدراسة ركزت على مجموعة من النتائج، إزالة البسطات والأكشاك العشوائية التي تشكل مصدراً للتلوث البصري العمل على توفير أماكن الانتظار المظللة وإعادة تصميم واجهات المحلات التجارية، توحيد نمط اللوحات الإعلانية إزالة أسلاك الكهرباء المعلقة وإيجاد مواقف للسيارات وضع لوحات إرشادية وضع حاويات للنفايات ترميم الأبنية القديمة إدارة الشوارع. كما ركزت على معايير التشكيل والإدراك البصري في البيئة المعمارية وحددت أهم مؤشرات نجاح التشكيل البصري للتجمعات العمرانية الحضرية التي تتمتع بطابع وشخصية منفردة من خلال الأسلوب المتبع في تشكيلها العمراني الناتج عن تطبيق الأسس والمعايير التصميمية والتخطيطية السليمة بما يحقق الأغراض الوظيفية والحركية والجمالية.

1-2-1-4- دراسة العمري، خالد أحمد، الموسومة بـ (المنظومة الهندسية والحكومية

في إيجاد آلية لتقييم التلوث البصري)، 2016

المشكلة الرئيسية التي سببت التلوث البصري هي عبارة عن مشكلة اجتماعية مما أدى إلى انعدام وهبوط الذوق الفني والجمالي لدى المصممين والمختصين والمسؤولين في الدوائر المعنية والناس

بشكل عام. ولرفع مستوى الذوق الفني والجمالي عن بث الوعي بين جميع فئات المجتمع والمختصين في البناء والتصميم العمراني. وهدفت الدراسة الى الحد من مشكلة التلوث البصري وتفعيل أثر الدوائر والبلديات في المحافظة على المظهر العام للمدينة من خلال إيجاد آلية لتقييم التلوث البصري للمشاريع المعمارية داخل المدينة الواحدة او الحي الواحد، سواء كانت مشاريع قيد الانشاء ام تعديلات على مشاريع قائمة، وهذه الالية عبارة عن نموذج متخصص يقدمه صاحب البناء بعد تعبئته من المصمم الى البلدية أو الدوائر المنظمة ويرفق معه مجموعة من الوثائق. إن غياب الدور الكبير والفعال للبلديات والدوائر التي يقع على عاتقها المحافظة على المظهر العام للمدينة، الذي يشمل عدة نواح، من أهمها التخطيط العمراني والحضري الذي يهتم بالنواحي البصرية والجمالية للمدينة والمعالجات المعمارية الخارجية للمباني (التصميم المعماري الموحد)، يؤدي الى تشويه الصورة المعمارية للمدينة ويؤثر في البيئة المبنية بشكل كبير ومع مرور الوقت واستمرار هذا التشويه يبدأ المشاهد لهذه البيئة بتقبل هذه الصورة نتيجة تأثيرها الكبير عليه من خلال فقدانه الإحساس بالقيم الجمالية والاعتبارات الجمالية للتصاميم المعمارية للمباني ليحل محله الشعور بالرضا والقبول بالصورة البصرية عن تلك المباني وقبولها كواقع خالد للمدينة، وكانت المنهجية التي اعتمدتها الدراسة هي: - جمع المعلومات للتعريف بظاهرة التلوث البصري وأشكالها ومظاهرها لتكوين قاعدة نظرية للبحث للوصول الى الحلول المناسبة:-

1. دراسة واقع التلوث البصري في المدن الأردنية، بالإضافة الى توثيق ودراسة قوانين البناء المحلية
 2. التي تساهم في الحد من التلوث البصري ومدى فعاليتها على أرض الواقع.
 3. دراسة حجم التلوث البصري في الدول الاوربية وبالأخص المدن الايطالية وتحديد القوانين والمنهجيات المتبعة من البلديات للحد من التلوث البصري.
- اقترح نموذج لتقييم مدى التلوث البصري في المدن الاردنية.

ومن أبرز نتائج الدراسة هو وضع اقتراح للمنهجية للحد من التلوث البصري وهو عبارة عن نموذج يحتوي على تأثيرات وآليات لإعطاء تقييم واضح عن درجة التلوث البصري، فمن خلال هذا النموذج يستطيع المصمم معرفة وضعية المشروع قبل التنفيذ والقيام بتعديل على القرارات التي تم اتخاذها لإخفاء هذه التأثيرات او التقليل منها. لا بد من اتصاف بنود هذا النموذج بالمرونة فمحتويات هذا النموذج ليست عبارة عن محتويات ذات نظام ثابت لأنه من خلال دراستنا تبين أن تقييم التلوث البيئي لا يمكن ان يكون عبر نظام ثابت او نظام ميكانيكي وذلك بسبب تعدد مسبباته وتنوعها تبعا للخصائص الزمانية والمكانية.

يتضح مما سبق أن الدراسة ركزت على أهمية وضع نموذج تقييم ذاتي يتم تعبئته من المصمم ويصف المعايير التي من الممكن أن تكون إيجابية أو سلبية، لذا على المصمم تعبئة النموذج في المرحلة الأولى وقبل القيام بالأعمال التنفيذية مما يمكنه من التعديل على المشروع للحد من درجة التلوث البصري. بعد ذلك يتوجب على المصمم إرفاق النموذج مع متطلبات أخرى سواء كانت رسومات واضحة ومعبرة أم وثائق أخرى ويرفع إلى اللجنة من أجل إعطاء قرار نهائي لإمكانية تنفيذ المشروع دون تعديلات أو مع تعديلات تقوم اللجنة بطرحها.

1-2-1-5- دراسة مريم خير الله خلف، الموسومة بـ(التلوث البصري في مدينة الزبير)، 2018

تمثلت المشكلة البحثية بازدياد التلوث البصري في أماكن محددة من المدينة أكثر منها في الأحياء السكنية إذ يشكل التلوث البصري خطراً جسيماً غير مباشر على حياة الإنسان وتكمن خطورة التلوث البصري في ارتباطه الذي يفقد الإحساس بالجمال وهدم الاعتبارات الجمالية والقناعة والرضا بالصورة المشوهة وتفشيها من دون رصدها من السكان. هدفت الدراسة إلى دراسة التلوث البصري في مدينة الزبير ومعرفة أهم مظاهر هذا التلوث وأسبابه والعوامل التي أدت إلى حدوثه ومدى انتشاره في جميع أحياء المدينة. وكانت أبرز نتائجها: أن التلوث البصري من الملوثات الخطيرة على البيئة السكنية، على الرغم من عدم إعطاء أهمية كبيرة لهذا النوع من الملوثات سواء من الجهات المسؤولة، أم من السكان أنفسهم، ومن الأسباب التي أدت إلى حدوث هذا النوع من التلوث هو ضعف سلطة البلدية، وعدم وجود قوانين تردع المواطنين من الاستمرار في عملية التلوث البصري التي تمثلت باختلاف ألوان واجهات المساكن، الذي كان له التأثير في شكل المدينة وجمالها وعدم تناسق مشهد الشارع، وعدم انسجام المباني، وهناك الكثير من الألوان والتصاميم للمباني أو المساكن أو للمحال التجارية، لا تنسجم مع مناخ المدينة. وكذلك استعمال بعض مواد البناء الحديثة قد لا ينسجم مع مناخ المنطقة، ويسبب تلوثاً بصرياً في الوقت نفسه. إضافة إلى أن السكان في مدينة الزبير لا يكثرثون إلى الجوانب الجمالية للمدينة وإنما يكون الاهتمام عموماً بالجانب الجمالي للمسكن أو المبنى منفرداً.

يتضح مما سبق أن الدراسة ركزت على التلوث البصري في مدينة الزبير في البصرة بأنواعه المختلفة، وأشارت إلى أن أهم أسباب هذه المشكلة هو نتيجة التقدم التكنولوجي والصناعي والحضاري للإنسان، وأكدت على خطورة هذه المشكلة لارتباطها بفقدان الإحساس بالجمال وانهيار الاعتبارات الجمالية.

1-2-2-2- دراسات خاصة ركزت على تنظيم بعض عناصر مكونات المشهد العمراني في الشارع التجاري.

1-2-2-1- دراسة الحريقي،فهد بن عبدالله، الموسومة بـ (التوافق والانسجام في البيئة العمرانية في ظل انتشار اللافتات التجارية)، 2003

تمثلت المشكلة البحثية للدراسة في غزو اللافتات التجارية للشوارع والطرق والميادين في بعض المدن الإسلامية. لذا يهدف البحث الى إعادة التوافق البصري والانسجام الى البيئة العمرانية في ظل انتشار اللافتات التجارية كأحد العناصر العمرانية المفروضة عليها حديثاً. وبهذا يتطلب هدف البحث تحقيق الغايات الآتية:

1. مناقشة الجوانب القانونية لتنظيم اللافتات.
 2. التركيز على مفاهيم النواحي الجمالية والتوافق البصري.
 3. مناقشة أهمية التوافق البصري في البيئة العمرانية.
- وقد توصلت الدراسة الى إختلاف المفاهيم والنظريات حول تفسير الرؤى الجمالية إلا أنه هناك إتفاق على أنها ترتبط بالخلفيات الثقافية والاجتماعية. وأكدت الدراسة أن الإستجابة للجمال في البيئة العمرانية مرتبط في تنوع عناصرها وفي التوافق نفسه والانسجام فيما بينها. وإتضح من خلال الدراسة أن العوامل البيئية المؤثرة في تصميم اللافتات التجارية تشمل ثلاثة عناصر أساسية: المعلومات، والتقنية، والمواد. وتتغير مع تغير القيم الاجتماعية والتي تحددتها الثقافات والتقاليد والتطور التاريخي. لذلك كان من الضروري أن يتماشى تصميم اللافتات مع القيم الاجتماعية والثقافية وأن تراعى الخصائص المكانية.

يتضح مما سبق أن الدراسة ركزت على أن تحقيق الانسجام في البيئة العمرانية يتطلب تنظيمات للافتات تنفذ بقوة القانون من أجل الحفاظ على الحق العام ويجب أن تأخذ التنظيمات بعين الاعتبار استعمال اللافتات بشكل فاعل كوسيلة للاتصال بالجمهور وفي الوقت نفسه على النواحي الجمالية في البيئة العمرانية.

1-2-2-2- دراسة خولة كريم كوثر، الموسومة بـ(التلوث البصري وتأثيره في المشهد الحضري للمدينة العراقية منطقة الدراسة الكاظمية)، 2009

تناولت الدراسة التلوث البصري وتأثيره في المشهد الحضري للمدينة العراقية بصورة عامة ولمنطقة الكاظمية وبالتحديد شارعي باب القبلة وباب المراد تعاني من فوضى شكلية كبيرة، فضلا عن أن العلاقات الشكلية لواجهات مباني لا تعكس صفات وعلاقات المشهد الحضري للمدينة كونها مدينة دينية، وذلك لأسباب عدة أبرزها إن المصمم يتحمل المسؤولية الأكبر في ضعف وتشويه تلك العلاقات عن طريق وضع التصاميم التي تتجاهل العلاقات الشكلية بشكل كبير، وتهتم بالجانب الوظيفي، فضلا عن تحمله مسؤولية توفير مقدار المرونة اللازمة لأصحاب هذه المباني بالتلاعب بشكل الواجهات، فضلا عن غياب القوانين والضوابط التخطيطية، تناولت هذه الدراسة التلوث البصري الحاصل في مدينه الكاظمية وتأثيره في (الاحساس بالمكان، ومفهوم الوحدة البصرية، و مفهوم الإدراك البصري للهيكل الشمولي للمدينة، و مفهوم الاحتواء الفضائي، والتوجهات النظرية للتكامل البصري، وأثاث الشارع) وقد اشارت الدراسة الى أهم المفردات والمفاهيم التي تطرقت إليها هي: (المشهد الحضري والتلوث البصري).

يتضح مما سبق إن الدراسة ركزت على معيارين اساسيين للمشهد الحضري اولهما (الاحساس بالمكان أو الانتماء المكاني (Sense of Place)، والآخر (الاحساس بالوحدة (Unity)، منطقة الكاظمية كونها تمثل مركزاً دينياً يعاني من مشاكل التلوث البصري للواجهات الحضرية التي تعاني من التهرؤ أو التلوث الشكلي من دون التطرق إلى تأثير مواد الإنهاء في الشارع نفسه. وكيف تأثرت رؤية الناس واحساسهم بالمكان بعد تغيير حال الشارع إن وجد. ومهمة التطرق إلى تأثير مواد الانهاء في تغيير ادراك المتلقي وإحساسه بالمكان .

1-2-2-3- دراسة علاء الدين عبد الرحمن حسن وليث رشيد حميد، الموسومة بـ (أثر تأثير فضاء الشارع على التوافق والانسجام في البيئة العمرانية)، 2010

لقد تناولت الدراسة عناصر التأثير (الطبيعية والصناعية) لأنها تجعل من الشارع هدفا وغاية وليس ممراً للحركة فقط وتوفير فضاء مظلل للمشاة كالقناطر والأروقة، فهي تعطي الإحساس بالمقياس الإنساني وتعمل على تحديد فضاء المشاة وفصله عن حركة السيارات، إضافة إلى حمايتها المناخية مما يساعد على خلق حياة اجتماعية في شوارع المدينة، إذ تُعد عناصر التأثير من المكونات المهمة في البيئة العمرانية وتناسق هذه العناصر هي الأساس في اكتساب البيئة العمرانية قيم جمالية وتُعد

عناصر التأثير في الشارع من مكملات الفضاء الحضري وهدفها توفير الراحة لمستعملي الشارع وأن تفاعلها مع بعضها يشكل نظاماً متكاملًا مهماً في الحصول على التوافق والانسجام في البيئة العمرانية، لذا فقد تمثلت المشكلة البحثية بعدم وجود تصور واضح عن مدى تأثير عناصر التأثير الطبيعية والصناعية لفضاء الشارع على التوافق والانسجام في البيئة العمرانية. وهدفت الدراسة الى بناء تصور واضح عن مدى تأثير عناصر التأثير الطبيعية والصناعية لفضاء الشارع على التوافق والانسجام في البيئة العمرانية، ويفترض البحث أن الحصول على التوافق والانسجام في البيئة العمرانية يعتمد بدرجة كبيرة على عناصر التأثير لفضاء الشارع. وهو ما ركزت عليه الدراسة من نواحٍ جمالية وأكدت على أن منظر الرؤية الجمالية يتدرج تحت اختلافات موضوعية مبنية على أسس ثقافية بين شرائح المجتمع وهنا يتولد الانسجام الذي يكسب الإقناع ويحصل بشكل تلقائي بين الأشخاص المتشابهين كثيراً ويحصل ذلك بواسطة التوافق والذي يكون بعدة انواع هي:

1. لفظي: التشابه في استعمال لفظ الكلمات.

2. حسي: التشابه في المشاعر.

3. بصري(شكلي): التشابه في الشكل.

يتضح مما سبق أن الدراسة تناولت عناصر تأثير الشارع منها عناصر طبيعية مثل (النبات ، الصخور والمواد الطبيعية الاخرى) والآخرى عناصر صناعية مثل (الارضيات، اللافتات التجارية واللوحات الإرشادية والإعلانات ، الموانع والحواجز ، أعمدة الإنارة، علامات المرور، مواقف الحافلات، مقاعد الجلوس، صناديق البريد والتبرعات وأكشاك التليفون، حاويات النفايات)، وأكدت على أهمية مشهد الشارع من خلال المقياس الإنساني ونسبة الاحتواء إضافةً الى أهمية الأروقة المعمدة في تحقيق هذه الخاصية إذ أن الدراسة أكدت على أهمية الانسان والزمان والمكان ألا أنها لم تأخذ بعين الاعتبار أهمية حركة المتلقي في فضاء الشارع والرصيف في تكوين تجربة وخبرة متكاملة.

1-2-2-4- دراسة حمزة جلال جواد، الموسومة بـ(أثر مواد الإنهاء في تلقي المشهد الحضري التجاري)، 2013

تمثلت المشكلة البحثية من عدم وضوح تأثير مواد الإنهاء لواجهات الشوارع التجارية في مدينة بغداد فيما يخص استعمال مواد الإنهاء الحديثة. وهدفت الدراسة الى ما يأتي :

1. بيان مدى استجابة المتلقي لتنوع مواد الإنهاء وللعلاقات التي تربط هذه المواد في واجهات مباني المشهد الحضري التجاري.

2. بيان تنوع الاستجابة التي تحفزها مواد الإنهاء في المشهد الحضري التجاري والسلوك الناتج عنها لدى المتلقي.

3. بيان أثر التغيّر في مواد الإنهاء وأثره في المشهد الحضري التجاري على الذاكرة والصور الذهنية والجمعية للمجتمع و الرغبة في المكوث أو معاودة زيارة المكان.

وبذلك فإن الدراسة تناولت مواد الإنهاء أحد أهم العناصر المكونة للمشهد الحضري وتؤثر مواد الإنهاء بعدة أشكال في المشهد فأما أن تؤثر بالمشهد بالخصائص الشكلية (اللون أو الملمس أو المقياس والحجم) أو بالعلاقات التي تربط هذه المواد وعناصرها، إذ أثر التنوع الحاصل بمواد الإنهاء وبالعلاقات التي تربطها في الواجهات بشكل أو بآخر في المشهد الحضري سواء في النواحي المادية أم النواحي المعنوية للمشهد الحضري وفي ظل الكم الهائل من المواد والعلاقات الشكلية التي تربطها. إذ تلاحظ بصورة واضحة المشاكل التي يعاني منها المشهد الحضري لمراكز المدن العراقية ولاسيما المراكز التجارية من فوضى وعدم تناسق فضلا عن الإهمال من خلال قدم وتهرؤ بعض المباني. وتوصلت الدراسة الى أهم النتائج وهي: إن لمواد الإنهاء الحديثة تأثير كبير في الصورة الذهنية والجمعية لسكان المنطقة بالجانب الإيجابي الذي يجعل سكان المنطقة يألفون هذه المواد وراضين عنها والذي يعاكسه تأثيرها في النخبة المعمارية ويتلخص هذا التأثير بشكل كبير على النواحي الجمالية والبصرية وأثبت البحث ان التناقض بالشكل و التنوع بالشكل والتجاور) هي أكثر العلاقات تأثيرا بالمتلقي.

يتضح ان الدراسة تناولت شوارع (الكرادة داخل وخارج) في مدينة بغداد لأهمية هذه الشوارع من الناحية التجارية. وركزت على المشهد الحضري التجاري وبيّنت أن مواد الإنهاء تؤثر بشكل كبير عن طريق خصائصها الشكلية المتمثلة بـ (اللون والملمس والحجم) والعلاقات التنظيمية التي تربط هذه المواد المتمثلة بـ (التقارب التباعد، والتوازن والايقاع، والتتابع والاستمرارية، والتعقيد والتنوع) وتكمن أهمية هذه الخصائص والعلاقات كونها تؤثر بشكل كبير في النواحي المعنوية والمادية والبصرية على حد سواء والتي بدورها ستؤثر في الصورة الذهنية للمتلقي .

1-2-2-5- دراسة الموسوي، أحمد حسين، الموسومة بـ (دور الخصائص الشكلية في انسجام المشهد الحضري- مدينة النجف الاشرف – حالة دراسية)، 2014

تمثلت المشكلة البحثية: بعدم وضوح دور الخصائص الشكلية للعناصر المكونة للواجهات في الوصول لتحقيق الانسجام لمشهد الشارع الحضري، لذا هدفت الدراسة الى بناء اطار نظري للخصائص الشكلية على مستوى العناصر ودورها في انسجام المشهد الحضري. وركزت الدراسة العملية على تحديد المشهد الحضري لشارع الصادق (ع)، وبعد إجراء المسح الميداني لجميع الشوارع المحيطة ومن خلال الزيارات المستمرة لمنطقة الدراسة، والمقابلات الشخصية، تبين أن المنطقة المختارة تمثل المشهد الأفضل والأغنى معمارياً. وكانت أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة هي بناء هيكل واضح لجميع العوامل والمفردات المؤثرة في ظاهرة الانسجام، اذ تتمثل بمجموع الخصائص الشكلية لعناصر المشهد الحضري، ويعتمد كل عنصر على مجموع المتغيرات المؤثرة فيه.

يتضح مما سبق إن الدراسة ركزت على: أن الانسجام يمكن أن يتحقق من خلال:

1. وجود مشاهد متجانسة في العناصر المكونة للواجهات وخصائصها الشكلية، بالإضافة الى التنوع في الخصائص الشكلية للأبنية وزمن إنشائها وضمن حالة إنشائية مقبولة.
2. ومن خلال المسح الميداني للشارع الذي قام به الباحث وجد ، أن المباني على جانبي الشارع مكونة من ممر معمد بعرض (2) متر وإرتفاع (4) متر. أن هذه الأعمدة المدورة التي يبلغ معدل قطرها (45)سم، تعطي إحساساً بالوحدة والاستمرارية للشارع وبالتالي تمثل خاصية مميزة له. وأن أبنية الشارع تتنوع بصورة مثيرة في العمر، والطراز، وعدد الطوابق، والاستعمال.

1-2-2-6- دراسة الزبيدي، صبيح لفته، الموسومة بـ(التلوث البصري في المشهد الحضري التجاري)، 2015.

تمثلت المشكلة البحثية بالتلوث البصري في المشهد الحضري التجاري والذي أثر سلباً على التجانس في البيئة الحضرية لمنطقة الدراسة، وهدفت الدراسة الى بناء قاعدة معرفية لظاهرة التلوث البصري للمشهد الحضري التجاري. واعتمدت الدراسة في منهجيتها على المنهج الوصفي التحليلي وقد استعمل الباحث المنهج الوصفي لبناء إطار نظري للظاهرة في المشهد الحضري وتأثير بنيته المادية والمفاهيمية في تسبب التلوث البصري ومن ثم استخلاص مفردات الإطار النظري (المتتملة بالمكونات المادية التي تشكل مشهد الشارع (الكتلة، الفضاء، الملمس ومواد الإنهاء والألوان، الأرضية، التشجير والنباتات، أثاث الشارع ومد خدمات البنى الارتكازية). وقد تم اعتماد الباحث

على أسلوب العمل المكتبي في الحصول على البيانات والمعلومات من مصادر متنوعة من الكتب والتقارير والدراسات السابقة التي تناولت موضوع ظاهرة التلوث البصري ومواقع معينة من الإنترنت.

أما المنهج التحليلي فقد تم إجراء دراسة ميدانية ومقابلات شخصية مع مستعملي الشارع التجاري وذوي العلاقة بالإضافة الى استعمال أداة الاستبانة لقياس أبعاد المشكلة من جميع النواحي، لتحليل أبعاد المشكلة المرتبطة بشكل أساسي بالتلوث البصري في المشهد الحضري، ومن ثم الوصول الى النتائج والاستنتاجات والتوصيات. وكانت أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة هي : معاناة المشهد الحضري التجاري من تشويه بصري متمثل في واجهات الأبنية وتناسباتها واللافتات التجارية والإعلانية والإفئار الى العناصر البصرية والجمالية، مع نقص واضح في أثاث الشارع وأماكن الجلوس إذ أكدّ البحث على قيام بلدية الكوت بعدد من الإجراءات التي تهدف الى تحسين النواحي البصرية والجمالية للمشهد الحضري للمحاور التجارية وذلك عن طريق تهئية أثاث الشارع وتنظيم اللافتات التجارية والإعلانية إضافة الى سن التشريعات والقوانين لتنسيق وتنظيم النواحي الجمالية والبصرية في الشارع التجاري بالمشاركة مع الجهات المتخصصة لهذا العمل، ولا بد من الإشارة إلى أهمية تعزيز الثقافة المجتمعية للمجتمع المحلي والتأكيد على ضرورة الحفاظ على النواحي الجمالية والبصرية برسم صورة ذهنية متكاملة وجميلة والمشاركة في سن القوانين التخطيطية.

يتضح مما سبق أن الدراسة ركزت على قسمين من الخصائص المؤثرة في تكوين وحدة المشهد الحضري:

1. **خصائص عامة:** وهي: الكتلة وكيفية تكوين حجم المبنى الرئيس، الارتفاع، نسب الواجهة والاتجاهية، الارتداد عن الشارع، الفراغات بين الابنية، الهيئة والصورة الظلية، ترتيب الباب والشباك، حجم الباب والشباك ونسبهما، اللون، مواد الإنهاء، المقياس وكيفية إدراك المبنى بعلاقته بالحجم الانساني.
2. **خصائص طرزية:** وهي الخصائص التي تتعلق بالمدينة وأن تكوين التجانس والوحدة معها تتم من خلال التعامل مع التفاصيل والمعالجات نفسها، وهي خطوط عامة لخلق الوحدة في المشهد الحضري.

وبذلك يمكن تصنيف المكونات الفيزيائية للمشهد الحضري الى مستويين:

اولاً: مستوى يتعلق بالهيئة العامة(الكل):مثل (الشكل أو الهيئة، الطراز المعماري، الاتجاهية، الحجم،المقياس الحضري، الأرضيات).

ثانياً: مستوى يتعلق بالأجزاء:مثل (الجدران، التفاصيل، المواد،اللون ،الخصائص الفردية، الفتحات، الملمس، نسب وموقع الأبواب والشبابيك، التقسيمات الأفقية، البروزات).

1-2-2-7- دراسة Jangy Jalal Kadir ، الموسومة بـ (تشوه وتلوث بصري في الشوارع التجارية لمدينة الموصل القديمة)

“Deformation and visual pollution in the commercial streets of the old city of Mosul”2017.

تمثلت المشكلة البحثية بأن هناك عدة مشاكل تعصف بالمدينة منها: معاناة المدينة من التلوث البصري، وعدم التناسب بين كتل المباني المعمارية ، وقد أدى تأثير التحضر إلى خلق مشكلة الازدحام المروري، الأسواق التجارية التي صممت في الأصل لخدمة المدينة الكبيرة، وزوال المناطق المفتوحة داخل المدينة ، واتجاه المدينة إلى ضياع تاريخها الحضاري. وهدفت الدراسة الى التعرف على العوامل المؤثرة في التشويه البصري والعناصر التي تساهم في التشويه البصري للشوارع التجارية. وكانت اهداف البحث هي التعرف على العوامل المؤثرة في التشويه البصري والعناصر التي تساهم في تشويه الصورة للشوارع التجارية. ومنهجية البحث هي دراسة الشوارع التجارية من منظور تاريخي ودراسة الحالة وماهية بصرية التشوهات التي حدثت.

يتضح مما سبق ان الدراسة ركزت على اهمية التراث والمدينة القديمة وتاريخها العريق، وقد أدى ظهور الأبنية العالية واستعمال الأساليب المعمارية الحديثة إلى اختفاء أو حجب العناصر البصرية في المدينة وعلى وجه الخصوص الموجودة على محاور الحركة، وهذا أدى إلى تحول المدينة القديمة إلى مدينة مشوهة بصرياً ومزيجاً من العمارة القديمة والتراث الذي لم يبق منها إلا أطلال.

1-2-2-8- دراسة Mila Cvetković، الموسومة بـ (التلوث البصري للمناطق الحضرية كاحد القضايا الرئيسية في القرن الحادي والعشرين)

“Visual pollution of urban areas as one of the main issues of the 21st century”2018 .

ستقوم هذه الورقة بتحليل التلوث البصري، الموجود على نطاق واسع في المناطق الحضرية. التلوث البصري حالياً ، بكميات أقل أو أكبر ، في كل مكان تقريباً يقضي فيه الناس وقتهم. ومع ذلك ، فإن

المدن هي المناطق التي بلغت فيها هذه المشكلة ذروتها ولها تأثير سلبي كبير على نوعية الحياة. تهدف هذه الورقة إلى زيادة الوعي بالمشكلات المحتملة التي يسببها التلوث البصري ، وتحديد التأثيرات والعواقب السلبية على راحة الحياة، وكذلك تحليل الحلول المحتملة، والتي من شأنها أن تقلل هذه المشاكل أو تزيلها تمامًا. مشكلة الدراسة تلخص بدور التأثيرات السلبية للتلوث البصري على مستعملي بعض الأماكن الملوثة. وتوصلت الدراسة الى انه يمكن مناقشة تأثيرات التلوث البصري على جودة حياة الناس من جوانب قليلة. ليس فقط أن التلوث البصري له تأثير على الفضاء كأفراد ، بل أنه يضر أيضاً بجو مساحة معينة ككل وله تأثير كبير على فقدان هويته. يمكن أن يكون التأثير السلبي للتلوث البصري متنوعاً ، وعادة ما يمثل الإلهاء، وفقدان الهوية، وإرهاق العين، وتقليل التنوع الطبيعي وراحة المساحة ، والتأثير على جاذبية مساحة معينة، وما إلى ذلك. الاستهلاك المفرط للمنتجات المعلن عنها، والإعلان عن التسوق، والاستهلاك من الأطعمة غير الصحية والسريعة التي تؤدي إلى السمنة وسلسلة من الأمراض. تتناول هذه الورقة حصرياً تأثيرات التلوث البصري على مساحة كبيئة يستعملها الفرد. وبهذا المعنى، يتم تصنيف التأثيرات إلى ثلاث مجموعات من خلال تأثيرها على الفضاء ككامل معماري، أو محيطه، أو هوية الفضاء.

يتضح مما سبق أن الدراسة ركزت على "قانون المدينة النظيفة" الذي ينص على حظر جميع التعديلات واللوحات الإعلانية والإعلانات، من أجل تنظيف المدينة وواجهاتها. والحصول على شوارع نظيفة.

1-2-2-9- دراسة إيناس نبيل محمد درادكة، الموسومة بـ(مدى تأثير اللافتة التجارية على التلوث البصري للشارع التجاري "مدينة عمان شارع وصفي التل" حالة الدراسة)، 2019.

تمثلت المشكلة البحثية بإحداث التلوث البصري والعشوائية بسبب تصميم اللافتات التجارية بشكل مخالف وغير مدروس، وحدوث خلل في البيئة البصرية، وفي عملية الإدراك بسبب التوزيع العشوائي للافتات التجارية، حيث أنّ تصميم اللافتات التجارية لا ينسجم ويتوافق مع البيئة المعمارية الموجودة فيها، إضافة الى ضياع القيمة البصرية والوظيفية للافتات التجارية بسبب عدم توافق القوانين التي وثقتها أمانة عمان الكبرى مع مواقع اللافتات، إذ فرضت أمانة عمان على أصحاب المباني التجارية في الشارع بمنع وضع اللافتات التجارية على واجهات الأروقة ونقلها الى داخل المبنى بشكل غير مدروس.

وهدفت الدراسة الى دور اللافتة التجارية والتعريف بأهميتها بوصفها لا تشكل جزءاً مضافاً الى البيئة البصرية المعمارية وإنما تشكل جزءاً منها. ولتحقيق المبدأ الجمالي والوظيفي ينبغي وضع تصميم معين كمقترح لتوزيع اللافتات التجارية بشكل منظم ومفهوم، للتخلص من عشوائية المنظر، ولا يفوتنا أن ننوه عن إستعمال أسس تصميمية مميزة وجذابة تؤثر بشكل إيجابي في ذهن المتلقي، وإظهار اللافتات بشكل منسجم ومتآلف مع المحيط البيئي ككل وذلك من خلال تحديد تصميم موحد ومتفق عليه من الجهات المسؤولة لإزالة وتخفيف التلوث البصري في الشارع التجاري، إضافة الى إختيار تنظيم للأروقة الخارجية عن طريق الاعتماد على نظام لوني محدد يخصص طبيعة المحلات التجارية مع مراعاة إيجاد نموذج لإطار موحد يميز اللافتات التجارية. وقد اعتمدت الدراسة في منهجيتها على المنهج الوصفي والمنهج الاستدلالي لتناسبهما مع أغراض الدراسة.

وكانت أبرز النتائج التي توصلت اليها الدراسة ما يأتي:

1. أظهرت الدراسة على أن التجانس والتوافق البصري، من أبرز العوامل التي تساعد في عملية الاستيعاب والإدراك لوجود اللافتات التجارية المنظمة في بيئة الشارع التجاري.
2. بينت الدراسة على أن الإدراك الواضح للافتة التجارية لا يُدرك بصورة منفردة، وإنما يعتمد على موقعها مع مجاوراتها من اللافتات الأخرى في الشارع التجاري، علاوةً على ذلك فإنه بالإمكان إدراكها عن طريق تصميمها الذي يشكل عنصراً جذاباً للمتلقي.
3. أكدت الدراسة أن اللافتات التجارية ليست جزءاً مضافاً للبيئة العمرانية ، بل أنها جزء مهم منها وذلك عندما سنعتبر عنها استناداً لقواعد جمالية ومدروسة ومنظمة، تتسم بالاستمرارية البصرية مع البيئة المحيطة بها.
4. أكدت الدراسة على أنه بالإمكان الحصول على تحقيق التوافق بين اللافتة التجارية وبين البيئة المعمارية، وجعلها أكثر ادراكاً وجذباً للإنتباه، عن طريق إستعمال الألوان المحايدة لواجهات المباني التجارية.
5. أظهرت الدراسة أن التهاون في محاسبة المخالفين لوضع اللافتات، أدى الى عشوائية منظر الشارع التجاري وزيادة التلوث البصري.

يتضح مما سبق أن الدراسة ركزت على أهمية ما يأتي:

1. استعمال نظام اضاءة يناسب لافتات المحال التجارية ويكون الغرض منه اظهارها بطريقة فعالة تجذب البصر اليها من غير إحداث أي وهج يؤثر على إدراك المشاهد لها.
2. أن البساطة في عناصر التصميم للافتات التجارية تجعل قدرة العين على ادراك الأشكال البسيطة، والبعد عن الأشكال المبهمة في أي فضاء تصميمي، وهذا يحتاج جهداً مضاعفاً من المصمم لتحقيق

عملية اتصال سريعة في أقل زمن ممكن، يساعد المشاهد على فهم تلك اللافقات، وتمييزها عما يجاورها، كما أن بساطة التصميم تترك انطباعاً طويلاً في ذهن المشاهد، فكلما كان تصميم اللافقة أكثر بساطة كلما كان أكثر إثارة للانتباه وسهلاً للإدراك.

3. أن استعمال أيّ تشكيل غير مفهوم في التصميم للافقة التجارية، يجعلها صعبة الفهم والإدراك، كما أنها لا تحقق الوظيفة المرجوة منها، فيصبح دورها في إحداث تلوث بصري أكثر من نفعها .

1-2-2-10- دراسة الانباري، محمد علي وماجد عباس وآلاء هادي، الموسومة بـ (تقييم بعض مؤشرات التلوث البصري في البيئة العمرانية لمدينة الحلة)، 2019.

تمثلت المشكلة البحثية (في تعرض المشهد العمراني لظاهرة التلوث البصري الذي ينتج من الاختلال في الأداء البصري لشارع الإمام علي (ع) في مدينة الحلة). وهدفت الدراسة الى تقييم واقع حال مكونات البيئة العمرانية لمدينة الحلة بجوانبها البصرية. ولتحقيق هدف البحث، اعتمدت منهجية الدراسة الميدانية التحليلية، لمؤشرات الأثر البصري لواقع حال البيئة العمرانية لمدينة الحلة ومقارنتها بمعايير الاداء البصري، لتحديد الخلل والفجوة، والتي على أساسها تم تحديد التلوث البصري فيها، ومن ثم الوصول لمجموعة من الاستنتاجات والتوصيات للحد من هذه الظاهرة. وقد أجريت الدراسة الميدانية لأهم شارع في مركز المدينة وهو شارع الإمام علي (ع).

1. الأبنية المحيطة بالشارع:

- إن انخفاض مستوى التلوث البصري لواجهات الأبنية المحيطة بالشارع يرتبط بأن يكون هناك خليط من التشابه الشكلي والطرزي والمادة البنائية المستعملة في بنائها.

- ضرورة وجود تناسق فيما بينها من ناحية الألوان (التشابه والتدرج اللوني).

- أما ارتفاعات الأبنية المحيطة بالشارع فيجب أن تكون بارتفاع متقارب لتعريف الشارع وموحد عن أرضية الرصيف ومتقارب، وارتداد متساوٍ عن حدود الرصيف.

- أما بالنسبة للبروزات التي تمتد فوق الرصيف فيجب أن تكون على ارتفاع مناسب وامتداد مناسب بحيث لا يتجاوز عرض الرصيف مع امتلاكها لألوان وقياسات متلائمة ومتناسقة ومواد إنهاء متقاربة ومتشابهة من حيث اللون والملمس.

2. مقاييس الأرصفة والجزرات الوسطية:

- إن انخفاض مستوى التلوث البصري يرتبط بتوحيد ارتفاع وعرض ومنسوب الرصيف والجزرة الوسطية مع امتلاكها لمنحدرات معرفة في مناطق العبور.
- وكذلك بالنسبة لتأثير الرصيف يجب اختبار البعد المعياري المناسب الذي يستوعب أبعاد مسارات الحركة بأكملها مع توفير الأمان لهذه المسارات ، وعدم التجاوز عليها من السيارات والعوارض والسلع التجارية وغيرها.

3. الاعلانات:

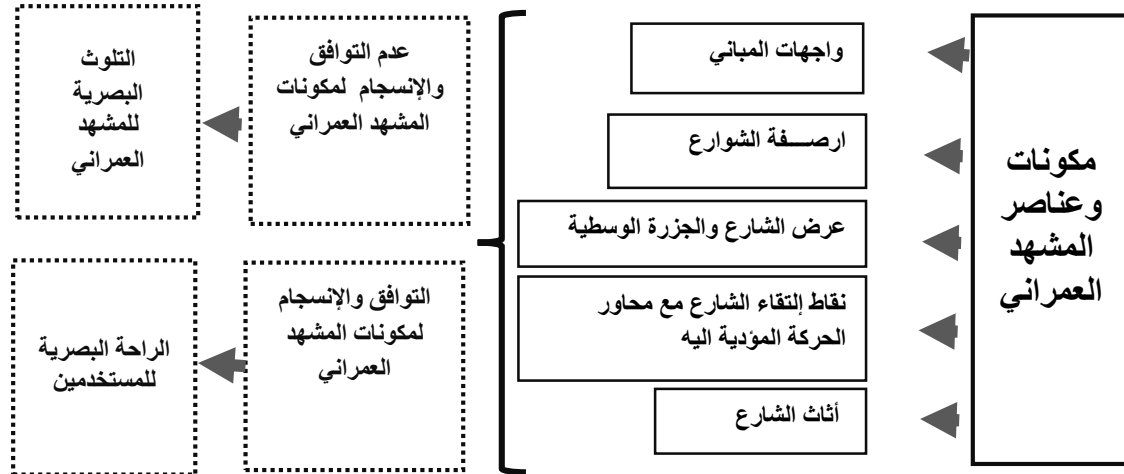
- إن انخفاض مستوى التلوث البصري يرتبط بتنظيم هذه الإعلانات من حيث أبعادها وارتفاعها - توزيعها بأسلوب متناسق وموحد ولا يعيق حركة المشاة على الرصيف أو معابر الجزرة الوسطية.
- اختيار المادة المناسبة لصناعة هذه الإعلانات بحيث لا تؤثر على عين السائق ،وتكون متلائمة مع معايير الشارع وسياقه العام من الناحية الشكلية والجمالية.

4. فضاءات انفتاحية محاور الحركة الثانوية على الشارع:

- إن انخفاض مستوى التلوث البصري يرتبط بتعريف هذه المنافذ من الناحية الشكلية والتصميمية وتمييزها عن منطقة الرصيف بانخفاض مستواه في هذه المناطق.
- وضع العلامات الدالة على هذه المنافذ والتأكيد عليها بالكتل المعمارية واللاند سكيب وتعريف نوعية هذه المنافذ اذا كانت تختلف بعضها عن البعض الآخر والتميز بينها من خلال استعمال طريقة الفصل فيما بينها عن طريق المقياس الإنساني.
- استعمال العوارض أو التحكم في عرض هذه المنافذ.

يتضح مما سبق أن الدراسة تناولت المشهد العمراني لشارع الإمام علي (ع) بوصفه من أهم الشوارع التجارية في مدينة الحلة كونه من الشوارع القديمة يعاني من مشاكل، على مستوى بعض العناصر المنتخبة لهذه الدراسة ،وركزت الدراسة على أهمية تنسيق هذه العناصر بما يتناسب مع المعايير الموضوعة من دائرة التخطيط العمراني لتحقيق بيئة عمرانية ذات اداء بصري متناسق.

إنَّ عناصر المشهد العمراني التجاري التي أفرزتها الدراسات السابقة هي تنظيم العناصر (واجهات المباني، أرصفة الشوارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية إليه، أثاث الشارع) وفيما يأتي ندرج هذه العناصر:-



مخطط رقم (1-1) يوضح عناصر المشهد العمراني المستخلصة
إعداد الباحثة استناداً للادبيات السابقة

جدول رقم (1-1) :- يبين الدراسات السابقة التي ركزت على مكونات وعناصر المشهد العمراني

ت	تصنيف الدراسات	الدراسات السابقة	مكونات وعناصر المشهد العمراني				
			واجهات المباني	أرصفة الشوارع	عرض الشارع والجزرة الوسطية	نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية إليه	إسجام عام لمكونات المشهد
1.	دراسات عامة	دراسة علي شعبان عبد الحميد والفران، هاني خليل، (2004).					√
2.		دراسة أحمد جميل شامية، (2013)					√
3.		دراسة مدني، ريم زاهر، (2015)					√
4.		دراسة العمري، خالد أحمد، (2016)					√
5.		دراسة مريم خير الله خلف، (2018)	√				
6.	دراسات خاصة	دراسة الحريقي، فهد بن عبدالله، (2003)					√
7.		دراسة خولة كريم كوثر، (2009)	√				
8.		دراسة علاء الدين عبد الرحمن حسن وليث رشيد حميد، (2010)					√
9.		دراسة حمزة جلال جواد، (2013)	√				
10.		دراسة الموسوي، أحمد حسين، (2014)	√				
11.		دراسة الزبيدي، صبيح لفقة، (2015)	√	√	√	√	
12.		دراسة Jangy Jalal Kadir، (2017)	√				
13.		دراسة Mila Cvetković، (2018)					√

	√					دراسة إيناس نبيل محمد درادكة، (2019)	14.
	√	√	√	√	√	دراسة الأنباري، محمد علي ومجد عباس والآء هادي، (2019)	15.

3-1- مشكلة البحث:

وبعد الاطلاع على الأدبيات السابقة ضمن حدود الدراسة الحالية زمانياً ومكانياً تبين أن الدراسات السابقة كما موضح في الجدول رقم (1-1) وحسب تصنيف الدراسات منها ركزت على الانسجام العام لمكونات المشهد العمراني ومنها ركزت على عدة عناصر كما موضح في الجدول المذكور أعلاه. لكن إفتقرت الدراسات المذكورة في الجدول أعلاه لدراسة شاملة لمعايير المشهد العمراني التجاري وهنا تم تحديد مشكلة البحث (الخاصة) وتمثل بوجود حاجة معرفية لتحديد معايير تصميم واضحة للمشهد العمراني التجاري تحقق انسجام وتوافق مكوناته وتحقق الراحة البصرية للمستخدمين بصورة عامة.

4-1- فرضية البحث:

أما فرضية البحث فتتمثل في أن فقدان معايير تصميمية وتخطيطية واضحة لتنظيم مكونات وعناصر المشهد العمراني التجاري ولّد حالة من عدم الانسجام والتوافق بين هذه المكونات وانعدام الراحة البصرية .

5-1- أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث بوضع إطار نظري شامل لتنظيم مكونات المشهد العمراني التجاري واستخلاص معايير تحقق الانسجام والتوافق بين هذه المكونات وتحقق الراحة البصرية للمستخدم. واستنتار هذه المعايير قبل تنفيذ التخطيط والتصميم بواقع الحال للمباني التجارية، ومتابعة الدوائر المختصة لهذه الأعمال.

6-1- أهداف البحث:

تمثلت أهداف البحث بالآتي:

1. تحديد إطار نظري شامل واغناء المعرفة حول علاقة متغيرات البحث الرئيسية (معايير تنظيم عناصر المشهد العمراني التجاري وعلاقته بانعدام الراحة البصرية في الشوارع التجارية في المدينة)

2. استخلاص معايير تنظيم وانسجام وتوافق عناصر المشهد العمراني التجاري (واجهات المباني، أرصفة الشوارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، ونقاط إلتقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه، و أثاث الشارع) واستثمارها من قبل المصممين والمخططين الحضريين وطلبة العمارة.

3. وضع وتحديث معايير كانت موجودة ولكن لم يتم الاخذ بها في الوقت الحاضر.

7-1 - منهجية البحث:

ولتحقيق اهداف البحث تم اعتماد منهجية استقرائية (وصفية تحليلية) .

8-1- خلاصة الفصل الاول

1. تتمثل أهمية تصميم المشهد العمراني للمدينة كونه يمثل هوية المدينة، وعنصراً حيوياً وجزءاً مهماً من الأماكن العامة المفتوحة في المدينة.

2. الدراسات السابقة ركزت على دراسة تنظيم لبعض عناصر ومكونات المشهد العمراني والحضري، وكل دراسة ركزت على فئة معينة من العناصر المنتخبة.

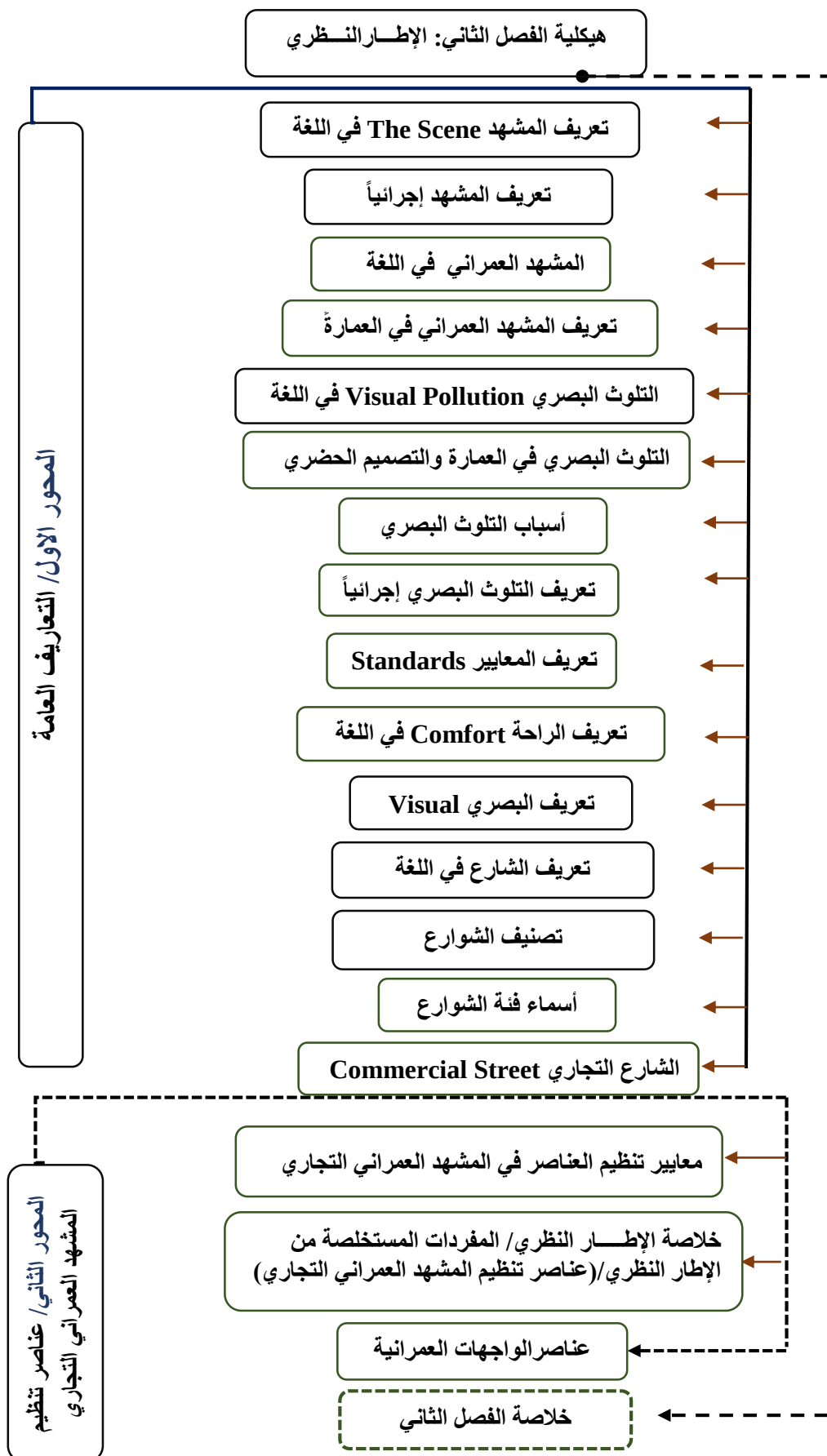
3. أن مكونات وعناصر المشهد العمراني هي (واجهات المباني، أرصفة الشوارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، ونقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه، و أثاث الشارع) وأن عدم التوافق والانسجام لهذه المكونات والعناصر يلعب دوراً في إحداث التلوث البصري وانعدام الراحة البصرية.

تم تحديد مشكلة البحث العامة ، مشكلة البحث الخاصة ، فرضية البحث ، أهمية البحث، أهداف البحث.



الفصل الثاني

الإطار النظري



الفصل الثاني:- الإطار النظري

تمهيد:

يتناول هذا الفصل التعرف على مفاهيم البحث الأساسية من خلال محورين تضمن المحور الأول، التعاريف العامة للدراسة واستخلاص التعاريف الإجرائية الخاصة بالبحث المعتمدة والمستقلة والتعرف على التلوث البصري ومدى أثره وعلاقته بمعايير عناصر المشهد العمراني التجاري، والتركيز على مفهوم الشارع التجاري بوصفه المرتكز الأساسي في المدينة، وأكثر الرموز تأثيراً ورسوخاً في ذاكرة الإنسان، والأكثر أهمية في بناء ذاكرته وإسترجاع ذكرياته وملامسة حواسه، أما المحور الثاني سيتناول تحديد عناصر تنظيم المشهد العمراني، وسيتم ترميز هذه العناصر المستخلصة من الدراسات السابقة لتطبيقها في الفصل اللاحق على العينات المنتخبة لهذه الدراسة.

2-1-المحور الأول :- التعاريف العامة

2-1-1- تعريف المشهد (The Scene) في اللغة:

مشهد [مفرد]: مشاهد: من شوه اسم مكان من شهد منظر، مرأى، مكان المشاهدة ضريح أحد الأولياء. ما يُشاهد ما يقع تحت النظر "مشهد رهيب / طبيعي - (فَوَيْلٌ لِلَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ مَّشْهَدِ يَوْمٍ عَظِيمٍ)". (فن) قطعة مستمرة من الحركة تقع في منظر واحد من مسرحية أو أغنية مصورة أو فلم سينمائي "مشهد غنائي . اشتهر بكذا في..... المشاهدات: المحسوسات المدركات بالحواس. مشاهدات [جمع]: مشاهدة. شهود [مفرد]: اسم مفعول من شهد وشهد، شهد/ بشهد/ على شهد/ لـ. يوم مشهود يوم يجتمع فيه الناس لأمر ذي شأن يستحق الذكر ولا يُنسى. اليوم المشهود: يوم القيامة، أو الجمعة، (أحمد مختار عمر، ص1242 ، 2008).

2-1-2- تعريف المشهد إجرائياً:

وهو ما تقع عليه عين الإنسان من ترتيب فضائي لمجموعة من المباني متمثلة بالعناصر الفيزيائية المتكاملة والمنسجمة المرتبطة مع بعضها البعض وهذه العناصر هي (واجهات المباني، أرصفة الشارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية إليه، أثاث الشارع). (الباحثة)

2-1-3- المشهد العمراني في اللغة (أحمد مختار عمر، ص1551، 2008) :

العمران (Urbanism):

عمر/ عَمَرَ بِـ يَعْمُرُ وَيُعْمَرُ، عمراً وعمارة، فهو عامر، والمفعول معمور (للمتعدى)، عمر المكان/ عمر المكان بالناس كان مسكوناً بهم عمرت الأرض- دار عامرة بأصحابها " . عمر الإنسان عمر الحيوان: عاش زماناً طويلاً "عمر الشيخ/ الجمل". عمر المكان أصلحه وبناه وأقام على زيارته "عمر منزلاً (-) إِنَّمَا يَعْمُرُ مَسَاجِدَ اللَّهِ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ (" . عمره الله: أبقاها وأطال حياته "عمر ك الله يا أبي" عمر الله بك المنزل: جعلك حياً وجعل المنزل عامراً بك. عمر الرجل: عمر، طال عمره، عاش زماناً طويلاً. لعمرُك: قسم بمعنى وحياتك وبقائك. أَعْمَرَ يُعْمَرُ، إعماراً، فهو معمّر، والمفعول معمّر أَعْمَرَ الأرض: عمرها، أصلحها لتعميرها " (ما كان لِلْمُشْرِكِينَ أَنْ يَعْمُرُوا مَسَاجِدَ اللَّهِ) . " أَعْمَرَ اللَّهُ بِكَ الدَّارَ أَسْكَنْكَ إِيَّاهَا، وجعلها عامرة بك. استعمر الأرض: عمرها، أمدها بما تحتاج من الأيدي العاملة لتصلح وتعمّر "استعمر الصحراء".

استعمرت دولة أخرى: احتلتها وفرضت سيطرتها عليها، "دولة مستعمرة تحررت معظم الدول من الاستعمار، الاستعمار " دولة مستعمرة: دولة تفرض سلطتها على دولة أخرى وتستغلها. استعمر الله عباده في الأرض: جعلهم ساكنيها وعماراً لها " و هو أَنشَأَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا) اعتمر يعتمر، اعتماراً، فهو معتمر، اعتمر: زار البيت الحرام لأداء العُمرَة "اعتمر في رمضان، (فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ اعْتَمَرَ) " .تعمر يتعمر، تعمرأ، فهو مُتَعَمِّرٌ، تعمر المكان: مطاوع عمر: أهل بالسكان. عمر يُعْمَرُ، تعميراً، فهو مُعْمَرٌ، والمفعول مُعْمَر (للمتعدى)،العمر العقلي: العمر المكافئ لمتوسط ذكاء أفراد عمرهم الزمني واحد.عمران :[مفرد]: ما يُعْمَرُ به البلد من تجارة وصناعة وبناء وتمدن وكثرة أهالي "سياسة العمران أرض خالية من العمران - العدل أساس العمران، علم العمران: (مع) علم الاستيطان البشري ويشمل مدينة أو مجتمع .عمره". عُمرَة [مفرد]: جمع عمرات وعمرات وعمر: (فق) نسك كالحج، ولكنها ليست بفرض وليس لها وقت معين ولا وقوف بعرفة "أدى عمره رمضان) وأتموا الحج والعمره .

2-1-4- تعريف المشهد العمراني في العمارة:

تشير البحوث والدراسات الى وجود تعاريف متنوعة لا تختلف في جوهرها بالتعبير عن مفهوم المشهد العمراني لكن في إعطاء صورة كاملة لعناصر ومكونات ذلك المشهد، إذ يمثل المشهد العمراني الترتيب الفضائي والمظهر البصري للتكوينات المبنية والخضراء عندما تشاهد من الفضاء الخارجي أو مجموع

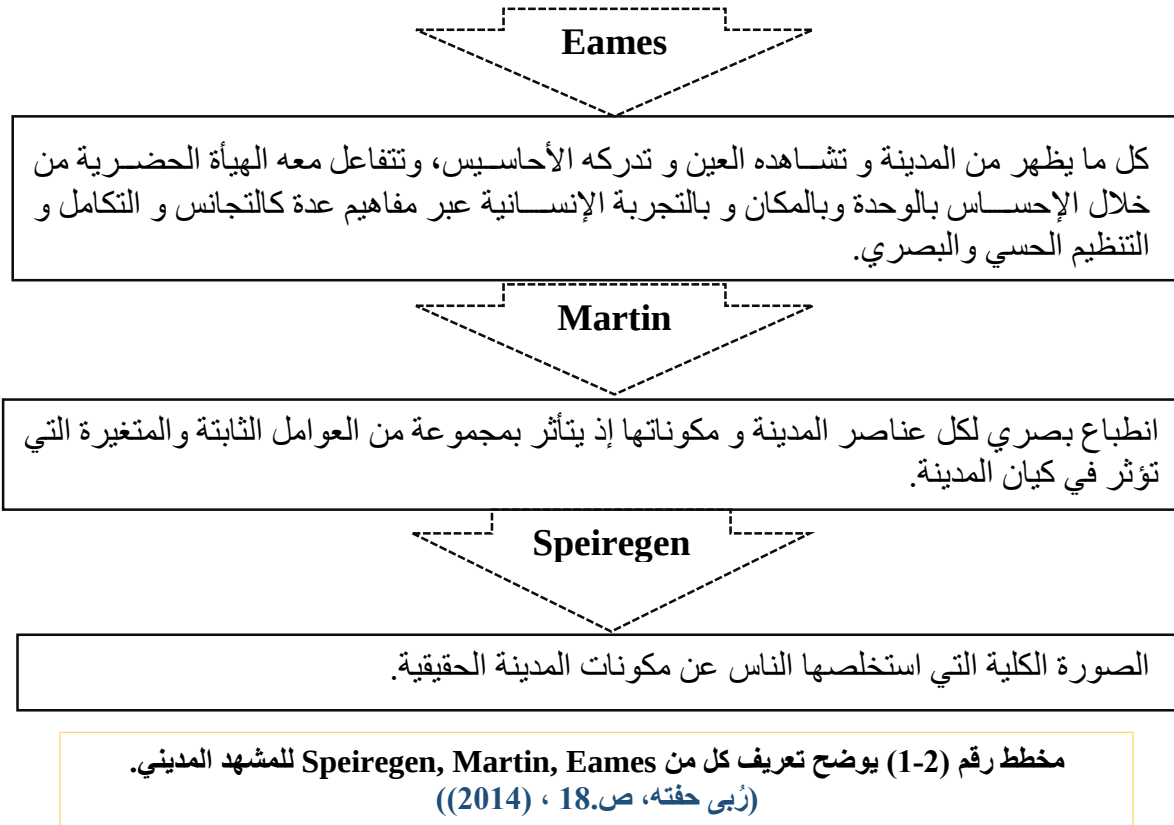
العرض البصري للطريقة التي نجمع بها المكونات المعمارية المحيطة سوية، وهو يدل أيضاً على شيء أكثر من ذلك. فهو غالباً ما يظهر نمط حياة الناس الذين يصنعونه أو الذين يستعملونه، أنّ الطريقة التي تنتظم بها العناصر وترتبط بعلاقات فيما بينها ضمن سياق عمراني أو شبه عمراني تحدد الخصائص البصرية للمشهد العمراني والبيئة المبنية، إذ يعبر المشهد العمراني عن العلاقات التي تجمع الأبنية معاً لتحقيق مشهد واحد ذي بعد جمالي وصفات معينة (الموسوي، أحمد حسين، 2014).

وهناك عدة دراسات قام بها عدد من الباحثين لتعريف **المشهد العمراني** منها (زبي حفته، 2014، ص 16) :

1.(Eames) يُعرف المشهد بأنه: "كل" ما يظهر من المدينة و تشاهده العين و تدركه الأحاسيس، وتتفاعل معه الهيئة الحضرية من خلال الإحساس بالوحدة (Sense of unity) و بالمكان (Sense of place) و بالتجربة الإنسانية (Sense of experience) عبر مفاهيم عدة كالتجانس و التكامل و التنظيم الحسي والبصري.

2.عرفه (Martin) على أنه انطباع بصري لكل عناصر المدينة و مكوناتها إذ يتأثر بمجموعة من العوامل الثابتة والمتغيرة التي تؤثر في كيان المدينة.

3.عرفه (Spreiregen) المشهد العمراني بأنه : الصورة الكلية التي استخلصها الناس عن مكونات المدينة الحقيقية.



أ-دراسة 1979/ Road from and Townscape /Jim McCluskey:

حدد المؤلف في هذا الكتاب عناصر تشكيل المشهد العمراني وقد قسمها على :

أ- تقاطعات (Junctions).

ب - الخط (Line).

ج - العرض (Width).

ح - المقدمة (Overhead).

خ -المعالم (Features).

ن - الاحتواء (Containment).

ب-دراسة جوردن كولن Gorden Cullen للمشهد العمراني \ The Concise

1961\Townscape عرف المشهد العمراني: هو فن التماسك البصري بين المباني إذ أنّ تجمع

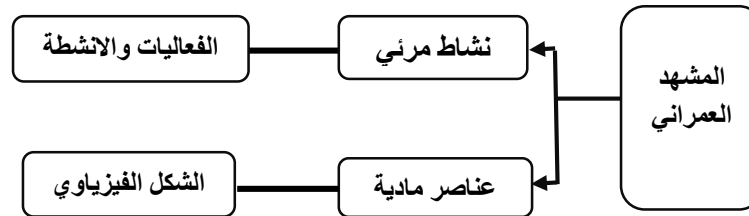
المباني معاً في المشهد العمراني يمكن أن توفر بشكل جماعي متعة بصرية لا يمكن لأي شخص تقديمها

بشكل منفصل. وقد أكتشفنا أن الإنسان يدرك باستمرار موقعه في البيئة ، وأنه يشعر بالحاجة إلى الإحساس بالمكان وأن هذا الإحساس بالهوية يقتزن بالوعي في مكان آخر. فهو يهتم بالأشكال الأساسية البسيطة، والارضيات، وطرق المشاة ليربطها بعلاقات درامية بغية تشكيل المشهد العمراني الدرامي (Townscape Dramatic).

ج- دراسة رُبي حفته\ دراسة عناصر المشهد المعماري والعمراني\ 2014 (رُبي حفته، ص. 18، 21، 33 (2014)):- عرفت المشهد العمراني بأنه الصورة البصرية للعناصر المحيطة بالواجهات المعمارية ومدى تفاعلها مع الإحساس الإنساني للمكان وتقوم عملية تشكيل المشهد العمراني بشكل رئيس على الشخص المشاهد ومن المؤثرات التي تؤثر على هذه العملية:

الحركة (أنماط الترحال): فالنمط الذي نعرف به المكان يعتمد في قسم كبير على تفاعلنا معه وعلى كميات وأنواع المعلومات المختلفة والفريدة التي يستقبلها السائقون، المسافرون والمشاة عنه.

المشهد العمراني: هو تنظيم العناصر البنائية الفيزيائية للمدينة او للمنطقة العمرانية، إذ تتبلور الصورة الحسية المتكاملة للعلاقة بين العناصر فتعطي للمنطقة شخصيتها الحضرية المميزة وله تعاريف متنوعة يكمن اختلافها في اعطاء صورة شاملة لعناصر مكونات ذلك المشهد.



مخطط رقم (2-2) يوضح مكونات المشهد العمراني. (رُبي حفته، ص. 18 ، (2014))

ومما سبق يمكننا استنتاج:

تعريف إجرائي للمشهد العمراني Physical Scene:

وهو كل ما تشاهده العين وتدركه الحواس من فن الترتيب والتكامل البصري المنسجم لمجموعة من المباني بشكل مُسر ومنظم في الشارع التجاري إذ من الممكن أن يكون معمور بمحال تجارية ضخمة ذات واجهات عمرانية واضحة ومقروءة مريحة للمتلقي متمثلة بتنظيم عناصر المشهد العمراني

(واجهات المباني، الأرصفة وتأثيراتها، عرض الشارع والجزرة الوسطية، نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية إليه، أثاث الشارع)،(الباحثة).

2-1-5- التلوث البصري Visual Pollution في اللغة:

لا ث في الأمر: أبطأ فيه، لوث، فهو ألوث، لوث الشخص: محقق منه الجنون. تلوث، يتلوث، تلوثاً، فهو مثلوث، تلوث الثوب: تلطخ، توسخ " طعام مكشوف معرض للتلوث"، تلوث الماء، تلوث الهواء ونحوه: خالطته مواد غريبة ضارة، " تلوث الهواء بعوادم السيارات". تلوثت الطبيعة: وضعت فيها أوساخ وقاذورات ونحوها. تلوث [مفرد]: ج تلوثات (لغير المصدر): مصدر تلوث تلوث حساد القيم والمبادئ الأخلاقية "تلوث الأفكار". (جو) فساد الجو والبيئة ومياه البحار الناتج عن مجمل الإفرازات الكيميائية والذرية "تلوث الأرض من الإشعاع، (أحمد مختار عمر، ص1551 ، 2008).

2-1-6- التلوث البصري Visual Pollution في العمارة والتصميم الحضري:

يعرف على أنه دخول عنصر غريب من صنع الإنسان على سياق الصورة، يؤدي الى حدوث خلل في ارتباط الصورة وذلك لعدم تناسق هذا العنصر مع سياق الصورة، فيشعر المتلقي بالفوضى والإرتباك والتشويش وعدم النظام. كما يعد في نظر بعض الباحثين إضعاف جمالي أي يضعف قدرة الإنسان عن الإدراك ويفسد الذوق واعتياد القبح. أي إختفاء المظاهر الجمالية في البيئة والمحيط الذي نحيا فيه فهو بالنسبة للبيئة المشيدة – العمرانية – إحداث تغيير غير مستحب في عناصر البيئة العمرانية، من شأنه أن يمس بقيم الفن والذوق والجمال كما أنه تلوث لا يقتصر على المباني بل يمتد الى إقتلاع الأشجار والأزهار من المساحات الخضراء، وعدم إتساق طلاء المباني، وعدم الاهتمام بالموروث الشعبي من ملابس ومبانٍ أثرية (محمد بن عمارة، 2017، ص.239). حدد الباحث (Kadir, 2017) التلوث البصري والذي هو جميع التشوهات الناتجة عن الأخطاء المعمارية والتنظيمية والمخالفات المعمارية والإنشائية ، بالإضافة إلى الظواهر التي هي في حد ذاتها مظاهر سلبية ضارة بالمحيط ، وغالباً ما يكون لها آثار سيئة على البيئة والمجتمع ، بينما كلمة التشويه في العمارة تشمل المباني والأسباب عديدة قد تكون اقتصادية ، أو اجتماعية ، أو ثقافية ، وتشمل كلمة تلوث أشياء ومفاهيم أكثر عمومية. واستخلصت الدراسة (Kadir, 2017, p:47) كما عرفه الباحثان (Cvetković, A. Ćurčić, 2018) يتم تعريف الملوثات المرئية على أنها أي حاجز مادي يقطع خط الرؤية الواضح ، أو يصرف الانتباه عن الصفات الفضائية الفريدة.

على الرغم من حقيقة أنه خلال تحليلات الملوثات البصرية في الغالب يتم أخذ القيم الاقتصادية والجمالية والأخلاقية في الاعتبار ، لا يمكننا إهمال القيم التاريخية ، لأن الآثار التاريخية هي ضحية عادية للتلوث البصري. ويمكن تعريف التلوث البصري ، بهذا المعنى ، على أنه ضرر يلحق بالبيئة بطريقة يمكن إدراكها للعين البشرية ، إلى جانب التأثير النفسي على الإنسان كمستعمل للفضاء (Cvetković, A. 2018,p: 103). ويشوه الشعور بالفضاء وبالهوية وجودة الحياة. كما حدده (إيناس نبيل محمد درادكة،ص.7،2019) التلوث البصري (نظرياً): هو مصطلح يطلق على ما تنتجه العناصر البصرية غير الجذابة أو العمارة غير المنظمة والعناصر البصرية المتناقضة أو الإعلانات العشوائية، وهذا النوع من التلوث له تأثير ضار على أسلوب حياة ونفسية الإنسان ويبدو أنه أقل ضرراً من الملوثات الأخرى إلا أنه في تزايد مستمر لما له من تأثير ضار على أسلوب حياة الإنسان. والتلوث البصري (إجرائياً): هو الشعور بالإشمزاز من مظهر غير مرغوب بصرياً يبعث في النفس الكآبة وعدم الإطمئنان وتشويش وغموض في الإدراك ويفقد الشخص الإحساس بالقيم الجمالية والشكلية.

2-1-7- أسباب التلوث البصري:

- أ. تتحدد من خلال عناصر الصورة الذهنية بما في ذلك المسار كما حددها (Lynch - 1960).
- ب. حدد (Jangy Jalal Kadir,p.45, 2017) أسباب التلوث البصري بالآتي:-
 1. الفرق في الواجهات بين القديم والحديث من حيث الارتفاع والاختلاف في مواد البناء
 2. الإجراءات المختلفة من حيث الحجم والأسلوب والتفاصيل واللون وملبس المباني والشوارع.
 3. التشويه البصري هو نتيجة قلة الاهتمام بآثار الشوارع والمناظر الطبيعية والأرضيات إذ ينعكس الاختلاف في مواد الأرضيات ووجود لوحات إعلانية مثبتة على المباني مما يؤدي إلى تشوها.
 4. التشوه الناتج عن استعمال الألوان ومواد البناء المختلفة والتشوه بين الأجزاء القديمة والحديثة وواجهات المباني المختلفة من حيث الاستعمال المختلف للعناصر المعمارية وكيفية ارتباطها ببعضها البعض.
 5. إتساع عرض الشارع مما يتسبب في ضياع أرصفة المشاة وتشوهات في الأسطح والكتل ومواد البناء والملبس واللون.
 6. التناقض بين القديم والجديد يوضح تشوه خط السماء ، واستعمال مواد مختلفة للأرضيات ، والأنشطة البصرية في الشوارع والأرصفة.

7. وجود لافتات إعلانية تغطي واجهات المباني على المباني والجدران دون مراعاة للتنسيق في المناطق العمرانية.
8. وجود عناصر مظلمة كما هو مذكور أعلاه المحلات التجارية بأشكال وأحجام مختلفة.
9. تشوه البنية التحتية (مثل شبكات الصرف الصحي) وعدم وجود شبكات تصريف مياه الأمطار.
10. ظهور الأسلاك الكهربائية المكشوفة وعدم وجود إنارة مناسبة للشوارع.

8-1-2- تعريف التلوث البصري Visual Pollution إجرائياً:

وهو عبارة عن وضع معايير تخطيطية وتصميمية متباينة وغير منسجمة لعناصر المشهد العمراني التجاري ناتج عنه ضعف تطبيق هذه المعايير، مسببةً بذلك إنعدام الراحة البصرية للمستخدم والمتلقي وهذه العناصر هي (واجهات المباني، أرصفة الشوارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية إليه، أثاث الشارع) وكذلك يؤثر ضعف تطبيق المعايير على تناسق وانسجام تنظيم العناصر المذكورة، إضافةً على تأثيرها سلباً على نفسية الإنسان إذ يشعره بالقلق وعدم الإرتياح والنفور من المكان لا إرادياً لما يسببه هذا التلوث من تأثير غير مريح، (الباحثة).

9-1-2- تعريف المعايير (Standards):

عرفت الندوة التعريفية لدراسة الأنماط والمعايير السكنية في العراق المعايير بأنها أرقام معيارية يستعملها المخطط والمصمم لتحديد سعة وأحجام الفضاءات والعلاقة بين الوحدات السكنية وخدمات البنية التحتية بأنواعها فضلاً عن المتطلبات الأساسية المتعلقة بكل من المحلة السكنية والحي السكني والقطاع السكني. كما تعرف المعايير بأنها الوحدات المعيارية للخدمات بأنواعها (الصحة، والتعليم، والترفيه، والرياضة....) وهي الوحدات المعيارية التي تحكم البيئة العمرانية بما فيها من نواحٍ سكانية أو اجتماعية أو اقتصادية أو بيئية. وأيضاً تعرف المعايير بأنها أدوات أو مقاييس فنية تستعمل لتحديد كم ونوع الخدمات المقترح توطئها في المشهد العمراني مستقبلاً، حتى تكون متوازنة ومستدامة وملائمة للعيش. هذه المعايير هي التي تحدد المساحات الواجب توفرها للخدمات الاجتماعية ضمن المنطقة الحضرية في المدينة والتي تتوزع ضمن مستويات المحلة /الحي/ القطاع/ المدينة، التي يتم توزيعها بحسب عدد السكان المخدمين وبحسب حاجة السكان إليها. ويجب أن تتصف هذه المعايير بمجموعة من السمات أهمها: الشمولية، المرونة، القابلية للتطبيق، والتكاملية والاستدامة، والاستمرارية، والنسبية، والدقة، إذ يتم

إعدادها وتصميمها لجميع الخدمات والأنشطة والفعاليات والمرافق داخل التجمع العمراني بدون إهمال أي جانب من هذه الجوانب كالمعايير التخطيطية لكل من (نسب استعمالات الأرض، والخدمات التعليمية، والخدمات الصحية، والإسكان، والخدمات الدينية، والخدمات الثقافية، والخدمات الترفيهية، والخدمات الرياضية، والخدمات التجارية، والمرافق والخدمات العامة، والمياه، والصرف الصحي، والكهرباء، والاتصالات والغاز، والطرق والمواصلات، ومواقف السيارات، والتصميم العمراني، وتنسيق الحدائق). يتضح مما سبق أن المعايير هي الدرجة أو المقياس أو القاعدة لتحديد الوضع الأفضل التي يجب أن يكون عليه المشهد العمراني من الناحية الإسكانية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية، فضلاً عن تلبية الحاجات السكنية التي بدورها تمثل نظاماً متكاملاً للإسكان بما يحتويه من وحدات سكنية وخدمات البنية التحتية الفنية والاجتماعية على وفق متطلبات التجمع العمراني (المحلة السكنية، والحي السكني، والقطاع السكني، والمدينة) (العبيدي، إيمان هادي، ص. 35، 2021).

10-1-2- تعريف الراحة (Comfort) في اللغة (أحمد مختار عمر، 954، 2008):

راحَ لِـيُراحَ ويريح، رُح، رواحاً راحة، والمفعول مروح له، راح فلان للشئ: نشط له وأخذته خفة "راح للمعروف - أجد راحة في قراءة لقرآن، أراح، يريح، أرح، إراحة فهو مريح، والمفعول مراح (للمتعدي)، أراح الشخص: اطمأنَّ وهُدأ. تنفسَ. مات. أراح النفس ونحوها: أدخلها في الهدوء والطمأنينة والراحة" أراح ضميره/بدنه/أعصابه/ عينيه - كرسى مريح - أقم الصلاة وأرحنا بها. أراح إبله ونحوها: ردها في الماء عن المرعى إلى مبيتها (لَكُمْ فِيهَا جَمَالٌ حِينَ تُرِيحُونَ وَحِينَ تَسْرَحُونَ)، ارتاح/ ارتاح لـ / ارتاح من يرتاح، ارتح، ارتاحاً، فهو مُرتاح، والمفعول مُرتاح له.

إرتاحت النفس ونحوها: اطمأنَّت وحثت من الهم "ارتاح باله / ضميره - ارتاح إلى صديقه، بكل ارتياح: بكل اطمئنان، ارتاح للأمر: نشط وسرَّ به.

11-1-2- البصري (Visual): وهو ما نحسه بالبصر والذي يمثل الإنطباع البصري من المظهر الخارجي للنسيج الطبيعي أو الصناعي للأجسام والأشياء التي نراها، (الشريف، عبد العزيز، 2017).

مما سبق نستنتج:

تعريف الراحة البصرية (Visual Comfort) إجرياً:

وهو كل ما يمنح الشعور بالإطمئنان والهدوء عند وقوع بصر الانسان عليه من المباني التي تتميز بالانسجام والترتيب لكل عناصرها المتمثلة بـ(واجهات المباني، أرصفة الشوارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه، أثاث الشارع) حيث تنتقل الراحة البصرية الى راحة الانسان نفسياً وجسدياً.(الباحثة)

2-1-12- تعريف الشارع (Street) في اللغة:

أ- شارع (مفرد): اسم فاعل من شرع، شارع (مفرد): طريق في مدينة يسلكه الناس، الشارع الرئيسي: الطريق الأعظم- تسع في شوارع المدينة، رجل الشارع المواطن العادي، حرب الشوارع: معارك غير منظمة تدور بين القوات المعتدية وأهل البلد المعتدي عليهم، وتسمى كذلك حرب المدن" اعتمدت المقاومة على حرب الشوارع، (أحمد مختار عمر، ص1189 ، 2008).

ب - المسارات (Paths): من منطلق ما ذكره (Keyvin Lynch) في كتابه (The Image of the City) إن المسارات تعد من العناصر الرئيسية المؤثرة في بناء المدينة وإعطائها الطابع الخاص بها، وإنها ليست مجرد فراغ خطي يتم من خلاله الانتقال من نقطة الى أخرى. ومن ذلك يمكن التوصل إلى إن مسارات المشاة هي تلك المسارات التي وجدت من اجل بقاء الفرد في الفراغ العام وإدراكه للصورة البصرية من حوله وليست فقط مسارات حركة للانتقال بين الفراغات العمرانية أو مجرد بناء واجهة لكل بناية. وإنما هي تلك الفراغات التي يمكن التوسع فيها بمساحات أوسع في شكل ساحات، وفراغات من اجل تلبية إحتياجات الإنسان ومتطلباته، (إيمان زروق، 2022).

ويعد الشارع (Street) جزءاً مهماً من الأماكن العامة المفتوحة التي تعكس الطابع والإحساس بالمكان في المدن. يعتمد الناس على الشوارع في العديد من الأنشطة الوظيفية. تتمثل إحدى هذه الوظائف في دورها كقناة للحركة. ومع ذلك ، فإن المزيد والمزيد من الشوارع اليوم تختنق ببساطة بحركة مرور السيارات التي تتنافس على مساحة مع المشاة وراكبي الدراجات. هذا يعني أن الأولوية تعطى لوظيفة الشوارع كقناة لحركة المركبات ذات المحركات (Al-Obeidy, Musaab Sami, 2017).

ولكون الشارع منطقة ذات هوية قوية ولها علاقة ارتباط بزوارها. لتأكيد حجم الإحساس بالمكان الذي يمكن تحقيقه في هذا الموقع. وللعثور على الجوانب الاجتماعية الضرورية لتجربة المكان وخلق الإحساس بالمكان. الإحساس بالمكان الذي يمكن أن يحدث للزائر هو: معرفة التواجد في مكان، والانتماء إلى مكان، والتعلق بالمكان، وتحديد هدف الذات والمكان، والمشاركة في مكان والتضحية بمكان. بالإضافة إلى الجانب الاجتماعي الذي يخلق الإحساس بالمكان هو التاريخ والذاكرة، والإزدحام، والجو الديني، وسمات نمط الحياة، وخصائص التفاعل والنشاط، ووجود التجار العرب (Astrid, and Dyah) (Kusuma Wardhani,2017).

1-1-13- تصنيف الشوارع (ندى خليل إبراهيم، ص.9، 2014):

تعد الشوارع والطرق الشرايين الرئيسة والفرعية الحاملة لحركات النقل المختلفة سواء كانت نوعية الحركة متمثلة في نقل أفراد أم نقل منتجات أم بضائع.

صنفت بعض الدراسات الشوارع نسبةً إلى طبيعة استعمال الأراضي حسب فعاليات ووظائف معينة إضافة إلى عدد الطوابق لتلك الفعاليات والوظائف ومنها:

أ- مدينة: مناطق الأعمال المركزية المتعددة الاستعمالات ومجاورات سكنية ذات كثافات عالية مع مستويات مرتفعة لأنشطة المشاة إذ تتألف المباني عادة من 7 طوابق وأكثر.

ب- بلدة: مناطق متعددة الاستعمالات بمستويات متوسطة من نشاط المشاة إذ تتألف المباني عادة من 3-6 طوابق.

ج- مناطق تجارية: هي المناطق المنتشرة في مختلف أرجاء المدينة والمخصصة لتوفير مجموعة من خيارات ومرافق العمل والتسوق والخدمة.

د- مناطق سكنية: هي المناطق التي توفر مجموعة من الفرص السكنية، وتتيح كثافات سكنية متنوعة تتراوح ما بين الفيلا والمباني السكنية المتعددة الطوابق.

هـ- مناطق صناعية: وهي مناطق مخصصة للأعمال التي يحتمل أن لها آثاراً بصرية سلبية أو تخلف ضجيجاً أو أي آثار أخرى للجمهور في المناطق المحاذية والمناطق السكنية وتشمل الاستعمالات عمليات الإنتاج والصيانة والمستودعات والتوزيع مع خدمات الدعم التجارية والمكاتب الفرعية ومخيمات العمال.

و-واجهة غير نشطة: الأماكن التي لا يوجد فيها مباني أو واجهة لاستعمالات الأراضي على الشارع، مثل الأسوار المحيطة بقصر أو منطقة سكنية وتشهد هذه المناطق مستويات منخفضة من نشاطات المشاة.

ويمكن تصنيف الشوارع في المدن في ضوء استعمالات الأرض السائدة كالآتي:

أ. الشوارع التجارية: تقدم الشوارع وظائف عدة للمدينة وسكانها وتهدف الى تحقيق الفائدة للأماكن والتخصص بوظائف معينة، فمنها ما يخدم أعمالاً تجارية وتحتل عادة هذه الشوارع، وخاصة الرئيسة منها الأماكن الرئيسة في المدينة، هذه الشوارع تكون كمراكز جذب قوية لسكان المدينة وإقليمها، لذا فهي من أكثر الشوارع ازدحاماً بالمرور وأن تغيّر الشوارع غير المدروس سوف يولد مشاكل مرورية كثيرة فضلاً عن ما يؤثر في الأمور الفنية الخاصة بالبنى التحتية

ب- الشوارع السكنية: وهي الشوارع المنشأة لخدمة الأحياء السكنية التي تلائم طبيعة الوظيفة السكنية وترتبط بالشوارع على مختلف رتبها وتتكامل معها. لذلك تختلف أبعادها من موقع الى آخر وأن قسماً من هذه الشوارع قد يؤدي وظائفاً أخرى فضلاً عن خدمة المنطقة السكنية كممرات الحركة أو خدمة تجارية ويؤدي القسم الآخر من هذه الشوارع (الأزقة) وظيفة سكنية بحتة.

ج- الشوارع الترفيهية: وهي الشوارع المطلة على الحافات المائية (البحيرات الانهار الخ) (الكورنيشات) أو التي تخترق المناطق الخضراء، أو التي تتعدد الاستعمالات ذات الأغراض الترفيهية وتنتشر على واجهاتها صالات السينما والمسرح وأروقة العرض.

د- الشوارع الصناعية: وهي الطرق التي تحيط بالمنطقة الصناعية وترتبط بباقي المناطق المجاورة وكذلك الطرق داخل المناطق الصناعية وتكون أساس وظيفتها تسهيل الحركة داخل المنطقة الصناعية وأهم ما تمتاز به هو سعة تلك الشوارع وخدمات البنى التحتية التي تكون كفوءة حتى أن في بعض الأحيان تمتاز أرففها بتبليطها بمعالجات خاصة بسبب ما تتعرض له من ضغط في الاستعمال والحركة.

هـ يعرف **Camilo Site الشارع المثالي:** على أنه وحدة مغلقة بصورة كاملة، وكلما كانت انطباعات المرء أكثر تحديداً ضمنه فإن المشاهد الخاصة به ستكون أكثر تكاملاً ، ويشعر المرء بالراحة في الفضاء حيث النظرة لا تضيق في اللانهاية.

2-1-14-أسماء فئة الشوارع هي: (دليل تصميم الشوارع – ابو ظبي- مجلس ابو ظبي للتخطيط العمراني)

1. **جادة (Boulevard):** شارع بأولوية قصوى للسيارات 3+3 (يتضمن ثلاث حارات في كل اتجاه).
2. **طريق (Avenue):** شارع بأولوية متوسطة للسيارات 2+2 (يتضمن حارتين في كل اتجاه).

3. **شارع (Street):** شارع بأولوية منخفضة للسيارات 1+1 (يتضمن حارة واحدة في كل اتجاه).
4. **وصلة (Access Lane):** شارع بأولوية منخفضة جداً للسيارات 1+1 (يتضمن حارة واحدة في كل اتجاه). كما يمكن أن يتألف هذا الشارع من حارة واحدة مشتركة.

15-1-2- الشارع التجاري (Commercial Street):

يمكن أن نعرف الشارع التجاري في أي حال من الأحوال بأنه عنصر مهم من الهوية العمرانية في المدينة مع الإثبات على ضرورة تدقيق وتحديد الجوانب الوظيفية التي تساهم في تكوينه للأماكن وتفاعله معه، وبالإمكان وصفه بأنه "طريق أو ممر، تصطف على جانبيه مجموعة من الأبنية التجارية، قد تكون له عدة تصاميم وأشكال رافقت التطور إلا أنه يمكن أن يختلف ويتنوع من ناحية خصائصه بمرور الزمن"، إذ يرجع مفهوم الشارع التجاري في المدينة القديمة الى "حضارة وادي الرافدين" حيث ظهور الأسواق في أواخر المدة السومرية في مدينة أور، وكانت "عبارة عن مجموعة من المحلات الصغيرة على امتداد طريق ضيق يحتوي على بوابات على حافته لغرض إقفاله ليلاً"، وعرفت الشوارع التجارية في جميع أنحاء العالم العربي بأنها "منطقة تحوي دكاكين متعددة على هيئة تجمعات وقد ظهرت في بعض المدن الإسلامية التي لم تكن مدناً عربية بالأصل كمدينة بخارى ومدينة أسطنبول"، وهناك اسم آخر للشارع التجاري كان يطلق عليه اسم "البازار" وهي كلمة فارسية الأصل تطلق على تجمع الدكاكين المتجاورة سواء كانت مسقفة كلياً أم غير مسقفة"، ويرى علماء النفس "بأن الشوارع التجارية تقوي وتنمي الرابطة المجتمعية والاقتصادية بين أفراد المدينة الذين يترددون بشكل يومي الى الشارع، خاصة اذا كان الشارع يتميز بجودة بصرية عالية"، اذ يحد ويقلل من التوتر ويزيد من العمرانية والجمالية التي تنعكس فيها مظاهر التلوث البصري قد حسنت من تركيز الأفراد ورفاهيتهم، وزادت من قدرتهم على الانتباه، إذ أن إمكانية قراءة الشارع بسهولة وإستيعابه يجعل من السهولة إدراكه وألفته، وعليه يعد الانسجام والبساطة سمات مميزة لقراءة الشوارع التجارية، ويذكر عالم النفس (ويليم جيمس) أن الإحساس الأول للصورة الحسنة والواضحة يترك أثراً، على الأنسجة الدماغية عند المتلقي (إيناس نبيل محمد درادكة، 2019 ص.25). ويرى الباحث (Al-Obeidy, Musaab Sami, p:1598, 2017) وأن الشوارع جزء مهم من الأماكن العامة المفتوحة التي تعكس الطابع والإحساس بالمكان من المدن. يعتمد الناس على الشوارع في العديد من الأنشطة الوظيفية. تتمثل إحدى هذه الوظائف في دورها كقناة للحركة. بينما يرى الباحثون

(Astrid, and Dyah Kusuma Wardhani) إنَّ الشعور بالمكان في الشارع التجاري و الإدراك الحسي للجوانب الاجتماعية كدالة لنجاح الشارع التجاري أي أن الشارع التجاري مرتبط بالعوامل الاجتماعية (Astrid, and Dyah Kusuma Wardhani,2017).

المحور الثاني :عناصر تنظيم المشهد العمراني للشوارع:

2-2-1- معايير تنظيم العناصر في المشهد العمراني التجاري:

إستنادا لتحليل الدراسات السابقة التي وردت تفاصيلها في الفصل الاول ودليل المعايير التخطيطية للخدمات التجارية في المدن/دليل تصميم الأرصفة وأنظمة البناء في المناطق التجارية في المديرية العامة للتخطيط العمراني تم استخلاص معايير تنظيم عناصر المشهد العمراني التجاري وكما موضح في الجداول أدناه وكالاتي:

2-2-2- خلاصة الإطار النظري:

تم استخلاص خمس مفردات رئيسة لمكونات المشهد العمراني التجاري تضمنت (42) مؤشراً قياساً وقيمة ممكنة وكما مبينة في الجداول (1-2) و (2-2) و(3-2) و(4-2) و(5-2) وكالاتي:-

- 1- واجهات المباني في المشهد العمراني.
- 2- أرصفة الشوارع.
- 3- عرض الشارع والجزرة الوسطية.
- 4- نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه.
- 5- أثاث الشارع.

جدول رقم (1-2): يوضح تنظيم واجهات المباني (A) في المشهد العمراني، ومؤشراتها (9) مؤشر وسيتم الترميز لها بـ (a1,a2,a3,a4,.....a9)

ت	المعيار المطلوب	المؤشر
a1.	يجب أن تكون المباني بارتداد واحد ومحدد ضمن حدود مواقعها	التعامل معها كعنصر بصري واحد في المشهد العمراني التجاري
a2	يجب تحقيق الانسجام الشكلي والبصري للمشهد العمراني	شكل ارتفاعات الأبنية (خط السماء Sky line) للشارع
a3.	يجب أن يكون عدد الطوابق وفق المواصفة المقررة من الجهات المسؤولة	عدد الطوابق
a4.	الأبنية مرتفعة بمقدار (20 سم) محدد وفق المواصفة المقررة من قبل الجهات المسؤولة ، لتحقيق الانسجام الشكلي للشارع	مستويات الأبنية بالنسبة للأرصعة
a5.	يجب أن يكون متساوٍ وامتداده يجب أن لا يتجاوز عرض الرصيف	البروز المعماري جزء يكون بارزاً لغايات تجميلية أو للوقاية من العوامل الجوية
a6.	توفر الناحية الجمالية كونها تشكل عامل جذب محيط بالمباني	الخصائص الشكلية في الواجهات (التوازن، التكرار) التي تعزز الإحساس بالمكان
		العلاقات (الإيقاع، الوحدة، الانسجام)
a7.	تكون واجهات الأبنية خليطاً من التشابه والتناسق فيما بينها من ناحية اللون والتصميم والتناسب مع عكسها للطراز التقليدي إذا كان بالقرب أو ضمن النسيج التراثي	تصميم واجهات الأبنية: التقارب من حيث الشكل والنسب واللون والحركة والتشابه والتناسق
a8.	مواد الإنهاء	يجب أن تكون موحدة أو متقاربة (يجب أن تعكس هوية الشارع التجاري
a9.	الألوان	يجب أن تكون متجانسة

2-2-3- عناصر الواجهات العمرانية:

أشار (Antoniades) إلى أن عناصر الواجهات تتمثل بالجدران، والنوافذ والأبواب، والمفردات العمودية والأفقية، والمفردات المضافة (كالشناشيل)، وصنف (Schuls) الواجهة الى: عناصر تشكيلية جمالية كالعمود، وعناصر مثقبة كالنوافذ والأبواب، والتفاصيل، والسقيفة فوق المدخل، أما (Dunne)، فقد صنف عناصر الواجهة التجارية الى: الستارة (Wall Parapet)، وعلامات الدلالة والدعاية (Marquee or advertising sign)، والسقيفة فوق المدخل (Canopy)، والإفريز (Cornice) (الموسوي، أحمد حسين، ص.29، 2014).

جدول رقم (2-2): يوضح تنظيم أرصفة الشوارع (B) ، ومؤشراتها (19) مؤشر وسيتم الترميز لها

بـ(b1,b2,b3,b4.....b17)

ت	المعيار المطلوب	المؤشر
b1.	يجب أن يكون ارتفاع الرصيف عن الشارع أقل بعد(15) سم وأكبر بعد (25) سم	ارتفاع الرصيف عن الشارع
b2.	يجب أن يكون عرض الرصيف حسب عرض الطريق من (4 م) اجمالي الى (8م) بالنسبة لنوع الشارع	عرض الرصيف
b3.	منسوب الارتفاع للرصيف يؤثر على الانسجام وتنظيم وجمالية الرصيف والشارع	نفس المنسوب بمستوى واحد
b4.	ضرورة وجود انحدار بسيط في الرصيف للمعاقين	مناطق اشارات العبور هناك انحدار بسيط (15 درجة) للمعاقين
b5.	يخصص سير السابلة ، ويكون ذو عرض محدد	عرض مسار السابلة
b6.	يخصص سير ذوي الاحتياجات الخاصة ويكون العرض محدد وفق المواصفة المقررة من الجهات المسؤولة	عرض مسار ذوي الاحتياجات الخاصة
b7.	يجب توفير مسار للعجلات الهوائية ضمن مجال المشاة أو ضمن الشارع المخصص للسيارات.	عرض مسار العجلات الهوائية
b8.	علامات الدلالة تكون ذات لون أو ملمس خاص	تمييز كل مسار عن الآخر حسب اللون أو الملمس
b9.	تكون العوارض بعيدة عن مسار السابلة لأنها وضعت لحمايتهم	وجود العوارض بالشارع
b10.	تحديد مواقع الأكشاك الضرورية فقط بأسلوب لا يؤثر على مسار السابلة	وجود الأكشاك
b11.	يفضل أن تكون مخيمات الأنشطة المختلفة ان وجدت، ضمن الابنية المخصصة لها ولا تعترض حركة السابلة	مخيمات الأنشطة المختلفة التي تعترض طريق المشاة
b12.	توفير مساحة ارتداد المحال التجارية	توفر مكان عرض السلع والبضائع بمقدار (1.4- 0.75) م
b13.	يجب أن يكون تبليط الرصيف بمادة بنائية موحدة وشكل موحد	نوعية تبليط الرصيف
b14.	أماكن جلوس واضحة ومحددة اقل عرض لها 1.20	عرض أماكن الجلوس
b15.	عرض مواقف السيارات 2.5 م	عرض مواقف السيارات
b16.	أماكن التشجير عرض 2 م وبعيدة عن حدود ابنية الرصيف من (2-3 ، 4) م	عرض أماكن التشجير وبعدها عن حدود أبنية الرصيف
b17.	أماكن حاويات النفايات يخصص لها مكان ضمن مسار الخدمات (أكشاك ،الهاتف ، أماكن الجلوس ،سبيل الماء)	أماكن حاويات النفايات

جدول رقم (2-3): يوضح تنظيم عرض الشارع والجزرة الوسطية (C) ، ومؤشراتها (5) مؤشر وسيتم الترميز لها

بـ (c1,c2,c3,c4,c5)

ت	المعيار المطلوب	المؤشر
c1.	توفير ارتداد أمامي من جهة الشارع التجاري ومن جهة الشارع الجانبي أو الخلفي للشوارع التجارية. لاستعمالها كمواقف للسيارات ولحركة السابلة حسب عرض الشوارع، وفق المواصفة المُقرّة من الجهات المسؤولة	وجود الارتداد الأمامي والجانبي والخلفي للشارع التجاري
c2.	عرض الشارع كله وفق المواصفة المُقرّة من الجهات المسؤولة	عرض الشارع مع الرصيف كله
c3.	عرض مسار السيارات (التبليط)	عرض مسار السيارات
c4.	عرض الجزرة الوسطية وفق المواصفة المُقرّة من الجهات المسؤولة	عرض الجزرة الوسطية
c5.	البنية التحتية (الأساسية) :ضرورة وجود بنى تحتية متكاملة جيدة تعمل على التخلص من المياه غير الضرورية	وجود بنى تحتية جيدة لمياه الأمطار ومياه تنظيف الابنية

جدول رقم (2-4): يوضح تنظيم نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه (D) ، ومؤشراتها (5) مؤشر

وسيتم الترميز لها بـ (d1,d2,d3,d4,d5)

ت	المعيار المطلوب	المؤشر
d1.	تحديد المنافذ البصرية للمنطقة التي تلي المنفذ لخلق نوع من التماسك في المشهد البصري بينها وبين المشهد البصري للشارع عن طريق الحلول المعمارية للصورة الذهنية للمحور وتمييز خدمات ووظيفة هذا المنفذ والذي يليه	وجود حلول معمارية لتعريف مدخل المنافذ
d2.	تعريف المنافذ لتحديد الوظيفة بالإشارات والاعلانات الخاصة والتأكيد عليها بالكتل المعمارية واللاندسكيب كأفضل من بقية الحلول	وجود وظيفة المنافذ شوارع تجميع، شوارع سكنية ، شوارع خدمية
d3.	وجود تحويلة شارع قبل دخول السائق في الشارع الرئيس مع اشارات عبور المشاة.	وجود منافذ حركة سيارات (خاص بالشوارع الثانوية المؤدية الى الشوارع الرئيسة والتجارية)
d4.	استعمال المقياس الإنساني للسيطرة على نوعية الحركة مع استعمال العوارض وتضييق الطريق وتغيير نوعية مادة التبليط مع استعمال العقود والأعمدة والفضاء المفتوح وأن يكون ارتفاع نهاية العقد العليا لا تقل عن (5م) كنسبة ذهبية من ارتفاعه	وجود منافذ حركة أشخاص
d5.	توفر عوارض اصطناعية لفصل حركة السيارات عن حركة المشاة أو بالعكس أو تمييز بالمستويات مع عناصر مخفضة للسرعة مع لوحات تأشيرية	وجود عوارض لفصل الحركة المختلطة (منافذ مواقف السيارات والأزقة)

جدول رقم (2-5): يوضح معايير تنظيم أثاث الشارع (E) ومؤشراتها (6) مؤشر وسيتم الترميز لها

بـ (e1,e2,e3,e4,e5,e6)

ت	المفردات	المعيار المطلوب	المؤشر
e1	اللوحات الإعلانية	يجب أن تكون مساحة اللوحات الإعلانية وفق المواصفة المقررة من الجهات المسؤولة، وكذلك عرض لوحة الاعلان	أبعاد اللوحات الإعلانية
		يكون أسلوب لوحات الإعلان للمحلات التجارية جزء من التصميم لتلافي تشويه واجهة عند اشغاله ولا تمنح اجازة البناء عند عدم الالتزام بما ورد اعلاه	اللوحات الإعلانية والتجارية
		يجب أن يكون الارتفاع المسموح به للإعلان وفق المواصفة المقررة من الجهات المسؤولة، ويحظر إقامتها بأسلوب يعيق حركة المشاة .	ارتفاعها عن الرصيف التقييم من ناحية الملائمة للمعيار
		عدم استخدام الإعلانات الضوئية لأنها تؤثر على عين السائق ويفضل ذات الإضاءة الداخلية	أنواعها وفق المادة المصنوعة منها تؤثر على تنظيم وهوية الشارع
		تحدد حسب أبعاد فضاء الشارع على أن يكون الاعلان مائل بزاوية ، وذلك وفقاً للمواصفة المقررة من الجهات المسؤولة . وتمنع نهائياً الإعلانات الموازية لإتجاه الحركة المرورية مع توحيد وتقارب ألوانها لسهولة تمييزها عن الاشارات المرورية وتوضع على مسافة محددة من الجهات المسؤولة	متلائمة مع سياق الشارع (النسق الجمالي والبصري واللون)
e2	مقاعد جلوس	يجب أن تكون مظلة لحماية الجالسين	
e3	التشجير	يجب أن يكون للتشجير تأثير إيجابي على المشهد الحضري للشارع	
e4	حاويات النباتات	يجب أن تكون موزعة بأماكن لا تؤثر على حركة المارة والمستعمل	
e5	النافورات	يجب أن يكون لها تأثير ملحوظ في تلطيف الجو نهائياً أو ليلاً	
e6	صناديق القمامة	- يجب توزيعها بشكل منظم - يجب أن تكون مغلقة	

توضيح لما سبق من المؤشرات في الجداول أعلاه، وقد تم توضيح بعض المؤشرات ضمن الجداول المذكورة.

• خط السماء skyline:

خط السماء هو تجسيد فيزيائي لحقيقته حياه المدينه وهو عمل فني وجمالي متميز ، وتوثر على جماليات خط السماء نوعان من المتغيرات احدهما فيزيائيه تتعلق بالشكل الذي يؤلفه خط السماء والظروف البيئيه التي يرى من خلالها ، والأخرى فكرية تتعلق بلاطار الفكري للناظر . وقديما كان خط السماء يعكس تسلسل القيم اذ كانت ابراج الكنائس أعلى نقطه وكذلك الابنيه الحكوميه ، ثم تأتي الابراج الاصغر فالابنيه الصغيره التي يسكنها العامه .. ولم يربك هذا خط السماء بل كان واضحا وبسيطا .يشير خط السماء إلى إنه هو الخط الخارجي للارض والمباني التي تقابل السماء . وكذلك هو الخط الناتج من حافات الابنيه العلويه . خط السماء يؤثر في استمرارية الشارع و اعطاء البنية او الهيئه الكامله للشارع بالاضافه الى ان تداخل زرقة السماء مع الوان الابنيه بحيث يمتزج الاثنان معا ليشكلا المشهد، خط السماء هو الميزة الحضريه الهامه من أي كتلة معمارية أو المجتمع الحضري للدور الكبير الذي تلعبه في تشكيل الصورة البصريه للمدينه ، حيث يعتبر خط السماء احد اهم العناصر الجماليه بالمدن ويعبر عنها كثيرا بالمباني العاليه او الجبال او طبيعه وجغرافيه المدينه لتزينها تصميمات نهايات المباني ورؤوس الجبال والهضاب ، الصورة الأولى للمدينه من حدودها الخارجيه من مسافه ليست ببعيده او المنظر الذي تشاهده حينما تنظر للمدينه من أحد المرتفعات داخل المدينه. فخط سماء المدن ليس منظرا جماليا فقط ولا صورة تخيلية او اضافه لا تزيد شيئا على المدينه بل يكاد يكون الهوية الرئيسيه لبعض المدن . ويشكل خط السماء الهيكل العام للمدينه وقد تعرضت مدينه بغداد لمختلف التأثيرات والأكثر ملحوظا منها التطور التقني، والتغيرات الاقتصادية والصناعية والتوسع الأفقي والرأسي في المدن، فضلا عن العوامل الأخرى التي لم يكن لها تأثير على تشكيل وشخصية خط سماء المدينه قبل النظر فيها. (محمد قاسم تركي عواد، 2018).

• الرصيف (Sidewalk):

هناك عدة تعاريف للرصيف: من أهمها ما ذكرته Gnoobs Gane في كتابها (The Death and Life of Great American Cities)، اذ تقول : ان الرصيف هو الجزء الخاص بالمشاة من الطريق ويخدم عدة اغراض الى جانب حمله المشاة ، وهو شي مجرد لا يعني شيئاً اذا كان لوحده ، ويصبح له معنى فقط عندما يأتي مقترناً بالمباني والاستعمالات التي تحدده (Jacobs : 1001 ، 20، والرصيف حسب NYC هو ممر على طول جانب الطريق ولكن أعلى منه ، ويشمل كلاً من المساحات المبلطة الصلبة والناعمة، والعرض المريح للرصيف يتراوح بين (2,438 6,000) م اعتماداً على محتويات الموقع وحجمه وسرعة وعدد الأشخاص الذين يستعملونه ، وتنشأ الارصفة عادة من الكونكريت ، وهي محددة بحافات الرصيف curbs أو تكون معزولة عن تلك الحافات بشريط نباتي . ويتغير عرض الرصيف تبعاً لعرض الشارع، أما الشخص الماشي فهو المشارك الفعال الذي يمشي خلال مركز فضاء غرفة الرصيف. وغالباً ما يختلف عرض الرصيف وفقاً لهدف التصميم وحركة المشاة المتوقعة، تسمح الأرصفة الواسعة بأثاث الشوارع والمقاهي الخارجية واستعمالات أخرى، (القره داغي، أمجد محمد وهاوار طه توفيق وميادة حكمت يوسف ، 2019).

• **تحديد الطريق/ اللافتات (streamers):** يمكن أن تصبح اللافتات فرصة لإضافة لمسة جمالية للعناصر الوظيفية الضرورية. العلاج الإبداعي، مثل الدمج في الضوء يمكن أن تعزز هوية الشارع وتوفر المعلومات الضرورية (Sylvia, p.49, 2007).

- **اللوحات الإعلانية (Advertising panels):** في الشوارع الرئيسية والتجارية للمدن بشكل عام على نوعين (مظهر عباس أحمد، 2018):

- **النوع الاول لوحات الدلالة (Indication panels):** وتهدف هذه اللوحات إلى الأعلام عن الأماكن والنشاطات وتوجيه مستخدمي الطرق .

- **النوع الثاني اللوحات التجارية (commercial panels):** وتهدف بالدرجة الأولى إلى ترويج السلع والخدمات والتي لا تدلل بالضرورة على مكان تقديم السلعة أو الخدمة، وتشمل لوحات الإعلان التجارية كل ما يقصد به الدعاية أو الترويج كتابية أو نقشاً، أو شكلاً لإسم تجاري أو صناعي أو مهني أو منتج أو خدمة. (بلدية الكويت، 1996).

• مادة الانهاء (نياز حسين حسن، 2019):

- مفهوم مواد الانهاء : تعرف مواد الانهاء الخارجية بأنها جميع المواد البنائية المستعملة في القشرة الخارجية للمباني أو الأرضيات الخارجية. وتشمل هذه المواد التقليدية المتعارف عليها محلياً مثل الطابوق والحجر والكونكريت إلى المواد الحديثة الدخول على الشوارع التجارية المتمثلة بالمواد المعدنية والبلاستيكية التي أدخلت إلى البيئة العمرانية أشكالاً ومعالجات جديدة لم تكن مطروقة من قبل. وتعرف أيضاً أنها من العناصر التكميلية للأبنية التي تمنح الأبنية منظرًا لائقاً ومقبولاً ينسجم مع الناحية المعمارية (أنيس جواد سلمان، 1987، ص 343).

- أنواع مواد الانهاء : تصنف مواد الانهاء على وفق طريقة استعمالها إلى : (مواد إنهاء للجدران الداخلية، ومواد إنهاء للجدران الخارجية، ومواد إنهاء للأرضيات الداخلية، ومواد إنهاء للأرضيات الخارجية، ومواد إنهاء للسقوف الداخلية، ومواد إنهاء للسطوح الخارجية وتدخل مواد الانهاء لأكساء الجدران، المحجلات، السلالم، والأرضيات، والأبواب والنوافذ). (أنيس جواد سلمان، 1987، ص 343) يركز البحث على المواد التي تستخدم في إنهاء الواجهات للأبنية التجارية ففي مركز المدينة بوصفها الواجهات التي تمثل الجانب الظاهري للعمارة والتي من شأنها أن تعبر عن الهوية المعمارية المميزة لها. إن مواد الانهاء تؤثر بشكل كبير في الجوانب البصرية والفيزيائية للمشهد الحضري، وهذا التأثير إما أن يكون إيجابياً أو سلبياً، إذ تتلخص الجوانب الإيجابية بتأثيرها في مفاهيم (الوحدة البصرية والجذب البصري، والاثراء البصري والملاءمة البصرية، والسياق العام للمشهد). وتمثل أهم المفاهيم التي ترسم ملامح المشهد الحضري التجاري الجوانب السلبية فتتمثل بجوانب التلوث البصري الناتج عن شهر مواد الانهاء أو عدم وجود تنظيم وتنسيق الاستعمال مواد الانهاء في ضمن المشهد إذ تؤثر مواد الانهاء عن طريق المفاهيم التي ترسم ملامح المشهد الحضري التجاري. أما الجوانب السلبية فتتمثل بجوانب التلوث البصري الناتج عن تهوؤ مواد الإنهاء أو عدم وجود تنظيم وتنسيق لاستعمال مواد الانهاء في ضمن المشهد إذ تؤثر مواد الانهاء عن طريق خصائصها الشكلية والعلاقات التنظيمية في النواحي البصرية والفيزيائية، لذلك فإن لها أثراً كبيراً جداً في النواحي الفيزيائية والبصرية والتي بدورها ستؤثر أيضاً في النواحي المعنوية للمشهد (حمزة جلال جواد 2013، ص 65) عليه فالشكل هو تمثيل مادي بصري ناتج عن تفاعل جملة من المتطلبات الاجتماعية والتكنولوجية لتأسيس مادة قابلة للإدراك تمتاز عن غيرها بكونها أماكن

للإيواء الإنساني، فالشكل المعماري لم يكن أبداً البنية الظاهرة وإنما هو البنية المدركة المتميزة بارتباطاتها الفكرية والتكنولوجية (الديواني، محمد ضياء جعفر 2012 ، ص59) يتبين مما سبق أن مواد الانهاء تؤثر في النظام المادي للشكل المعماري والتي بدوره يؤثر في ابراز وتميز أو عدم وجود التنظيم وتنسيق للشكل المعماري وهويتها.

• اللون:

يعد اللون أول ديكور في البيئة الصناعية من صنع الانسان ، والعنصر الأكثر جذبا وفي المباني القديمة تستخدم عادة ألوان المواد لإظهار جمال العمارة، أما هذه الأيام، فيحاول المعماريون بشجاعة إثراء الفراغ المعماري من خلال ألوان المباني وذلك لخلق نمط معماري جديد ينتمي لفئة واحدة. كما و يوجد معايير تساهم في تحديد الألوان الخارجية ، كحجم المباني، البيئة المحيطة، وظيفة المبنى، وغيرها. ففي المباني المرتفعة، يجب اختيار ألوان غامقة لإبراز جاذبية السماء الزرقاء الصافية. أما المباني الأقل ارتفاعا فيجب فيها استخدام ألوان فاتحة كي لا يشعر الناس أنهم صغار الحجم أو مشتتين الذهنية فالألوان الدافئة (كالأحمر البرتقالي والأصفر) تعطي شعورا بالدفء والحميمية، أما الألوان الباردة (كالأخضر، الأزرق، والبنفسجي) فتشعر الناس بالهدوء والراحة. الملمس الحجم، نوع المواد إن تأثير الملمس الحجم، ونوع الخامات المستخدمة في التصميم يبدو واضحا وجليا، بالخصوص النوع، يجب أن يستخدم ليحقق الاستفادة بشكل كامل لخلق جو أنيق ومريح المستخدم الفراغ ويتم عن طريق استخدام الأنواع الطبيعية للمواد ، أو استخدام الأنواع العلامات الصناعة أما فيها متعة،(الشريف، عبد العزيز،2017).

• أبعاد الشارع: عرض الشارع يؤسس لهيكله المكان الأساسي (Sylvia Nieves Leon

:Guerrero,p.49, 2007)

شارع واسع للغاية، ليس أكثر من نوع حركة المرور أو المركبات أو غيرها ، ستشعر بالهدوء يختلف عن الشارع الضيق. تحدد معايير الشارع عموماً عرض الرصف في الداخل عرض حق الطريق. كأرض عامة، عادة ما تكون أي تعد على حق الطريق منظمة أو محظورة .

• ارتفاع المبنى: يضع ارتفاع المبنى بعداً على عمودي الشارع المكون، خاصة إذا كان مصحوباً

بخط من البناء. ويحدد الارتفاع من جدار الشارع. يمكن لمجموعات معينة من عرض الشارع وارتفاع المبنى بشكل كبير يغيّر التجربة المكانية، وبالتالي يرتبط ارتفاع المبنى أحيانا بالشارع. في كثير من

الأحيان يتم الاستشهاد بالارتفاعات القصوى، والتي قد لا تنتج الجودة المكانية المرغوبة اعتماداً على ظروف السوق وعوامل أخرى.

• **واجهات المباني:** يمكن إحياء جدار الشارع من خلال متطلبات الواجهة، بما في ذلك مفاصل الواجهة، والتزجيج، ومتطلبات الدخول. مفصل الواجهة يخلق تنوعاً بصرياً، بينما يتوسط التزجيج والمداخل بين الخارج وداخلها، مع إنشاء تنوع بصري أيضاً.

• **أثاث الشوارع:** تأثيث الشارع بالمقاعد والكراسي وأوعية النفايات وما إلى ذلك. اسمح لهذه المساحة الخارجية بأن تشغلها. قد تكون هذه المفروشات في بعض الأحيان تأتي في شكل مقاهي خارجية، ولكنها توفر أماكن إقامة عامة إضافية يشجع على استعمالها من جميع المجموعات، وليس فقط رواد المقاهي.

• **الأشجار والمناظر الطبيعية:** لا توفر الظل فحسب، بل تضيف الحيوية على الشارع أيضاً من خلال الظل والضوء، وحفيف الأوراق، والرائحة العضوية. الكائنات الحية، يمكنهم أيضاً تقديم تعريف مكاني لأن الجذوع والستائر تشكل الحياة الأعمدة والسقوف، يتم استعمالها بشكل متكرر لفصل حركة مرور المشاة والمركبات من خلال تحديد عروض الأشجار في الحشي .

• **التشجير:** (زراعة الأشجار والنباتات) تزرع الأشجار في الأماكن التي يغلب عليها حركة المشاة، أما الطرق السريعة فلا يحبذ أن تزرع لها أشجار على جانب الطريق أو في الجزيرة الوسطية، بل إن الأشجار في الوسط قد يكون لها أسوأ الأثر في التسبب بحوادث المرور والاصطدام بالأشجار، لذا عند تصميم طرق المشاة يحبذ الأخذ بعين الاعتبار تقسيم منطقة المشاة إلى قسمين رئيسيين:

القسم الأول: يخصص للمشاة فقط وتحدد عروضه على حسب المعايير التخطيطية وكثافة المشاة.

القسم الثاني: يخصص للأشجار وأعمدة الإنارة والبنية التحتية لخدمات الصرف الصحي والماء والكهرباء والهاتف وغيرها من الخدمات ويعرض لا يقل عن (120) سم. (الأسفل، وفاء ناجي، ص 88، 87، 2015).

• مسارات الدراجات:

- يجب أن تكون آمنة ومريحة ومستمرة ومباشرة.
- يمكن أن تقلل مسارات الدراجات من التعارض بين الدراجات والسيارات.
- تعمل مسارات الدراجات على تقليل التعارض مع أنشطة وقوف السيارات والأنشطة على جانب الطريق.
- يمكن توفير مسارات للدراجات على جانب الشارع حيث تكون التعديات بسبب وقوف السيارات أو شبه انعدام النشاط التجاري، كما هو الحال إذا كان ممر الخدمة متاحاً.
- يجب أن تتضمن مسارات الدراجات عرض بحد أدنى ٢م للحركة في اتجاه واحد و ٣ م للحركة في اتجاهين.
- الاستمرارية للسماح بسرعات معقولة.
- مادة ذات سطح أملس - أسفلت أو خرسانة، يجب تجنب كتل الرصف.
- يجب تجنب أغطية غرف التفتيش، وإذا تعذر تجنبها، يجب أن تكون متساوية مع السطح المحيط.
- الظل المستمر من خلال التشجير، (القرش، نهى محمد أحمد، 2021).

2-2-4- خلاصة الفصل الثاني:

لقد تم تعريف مفردات البحث الرئيسة:

أولاً: المشهد العمراني

ثانياً: الشارع

ثالثاً: الشارع التجاري

رابعاً: المعايير

خامساً: الراحة البصرية

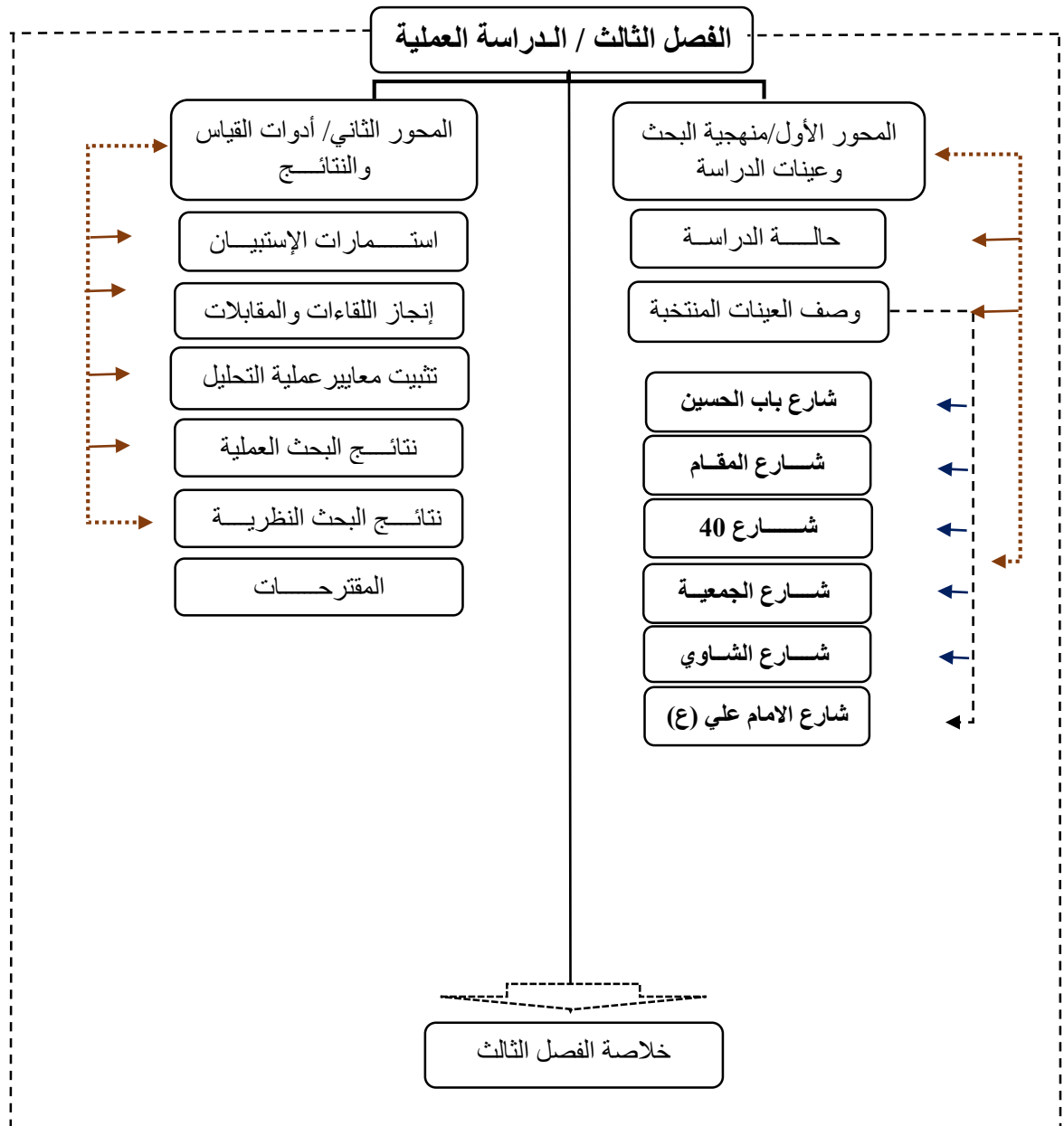
وتم تحديد خلاصة الفصل الثاني مفردات الإطار النظري وتمثلت بخمسة عناصر وشملت 42 قيمة ممكنة للقياس سيتم تناولها في الفصل الثالث وهذه العناصر هي:

1. تنظيم واجهات المباني في المشهد العمراني التجاري: وشملت (9) مفردات.
2. تنظيم أرصفة الشوارع: وشملت (17) مفردة.
3. تنظيم عرض الشارع والجزرة الوسطية: وشملت (5) مفردات.

4. تنظيم نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه: وشملت (5) مفردات.
5. تنظيم أثاث الشارع: وشملت (6) مفردات.

الفصل الثالث

الدراسة العملية



مخطط يوضح هيكلية الفصل الثالث. إعداد: الباحثة

الفصل الثالث/ الدراسة العملية

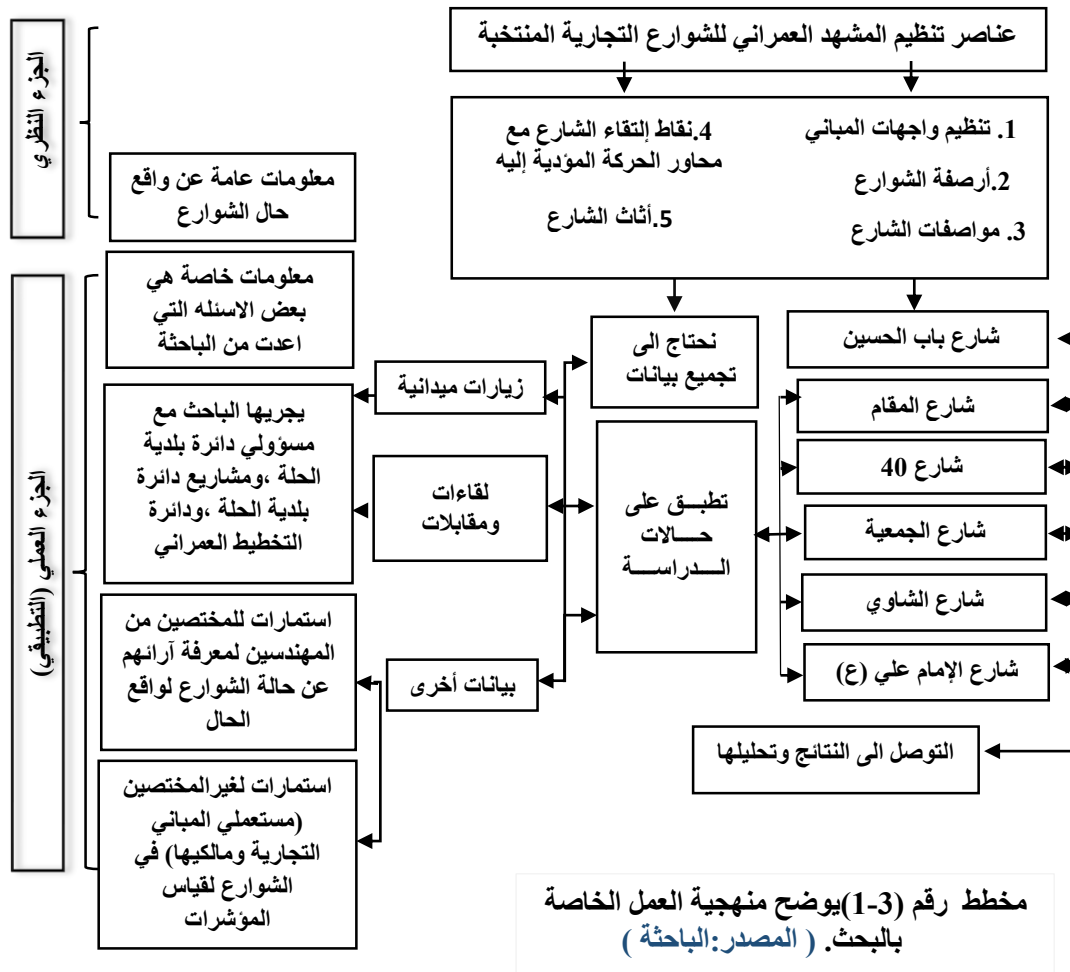
تمهيد:

بعد أن تم في الفصول السابقة بناء الإطار النظري واستخلاص مؤشرات والذتي تضمن عناصر لتنظيم المشهد العمراني للشارع التجاري وحددها ضمن خمسة عناصر وهي (واجهات المباني، أرصفة الشوارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية إليه، وأثاث الشارع) مع معاييرها ومؤشراتها، سيتم في هذا الفصل القيام بالدراسة العملية الهدف منها الالتزام وتطبيق المعايير المحددة في تنفيذ البناء، وسيتم تحديد عينات الدراسة الخاصة بالتطبيق (الشوارع التجارية) وتعريفها ومسوغات إختيارها، ومنهجية البحث وتعريف عن حالة الدراسة وذلك سيتم تناوله بالمحور الأول أما المحور الثاني سيتناول إعداد استمارات الاستبيان بمجموعتين للمختصين وغير المختصين، وتوضيح أسلوب وطريقة قياس المتغيرات، وصولاً للنتائج للتحقق من صحة الفرضية. إذ جرى صياغة الفرضية في الفصول السابقة.

3-1- المحور الأول: منهجية البحث وعينات الدراسة

3-1-1- منهجية البحث فهي منهجية تحليلية فقد اعتمد البحث القياس الموضوعي والذاتي ومن خلال دمج المقياس الموضوعي والذاتي حيث:

1. انتخاب (6) عينات بحثية.
 2. جمع بيانات من دوائر رسمية.
 3. استبيان للمواطنين لعلاقتهم مع المشهد العمراني التجاري.
 4. استبيان للخبراء لتحقيق موثوقية القياس ومناقشة تحليل النتائج.
- لغرض التحقق من مفردات الإطار النظري ودراسة العلاقة بين مفرداته وهو مستند الى تحليل الحالات الدراسية بالاعتماد على المعلومات والكتب التوضيحية للعينات البحثية التي تم التزود بها من الجهات الرسمية ومعلومات تم قياسها في واقع الحال من المختصين والباحثة، وتتضمن عملية التحليل (وصف عام لكل حالة اعتماداً على واقع الحال وتحليل كل حالة على وفق المفردات المحددة للقياس والاعتماد على المعلومات ومن ثم قياس قيم التحقق لكل من المؤشرات بـ استمارة القياس، يتضمن اختبار تحقق المؤشرات في الحالات الدراسية المنتخبة التي تم ملؤها من الباحثة استناداً الى المعلومات المستخلصة في وصف الحالات الدراسية ولكل مفردة، إذ يتم تقييم المفردات عن طريق قياس تحقق المعايير من عدمها وبالاعتماد على التأشير المباشر على استمارة القياس وعلى وفق العينات البحثية المنتخبة، وكما موضح في المخطط أدناه شكل رقم (3-1).



3-1-2- حالة الدراسة :

تُعد مدينة الحلة مركز محافظة بابل، وهي المدينة الرئيسة لمنطقة الفرات الأوسط التي تتضمن محافظات بابل وكربلاء والقادسية والنجف، وتقع مدينة الحلة جنوب بغداد بحوالي 100 كلم وغرب مدينة كربلاء بحوالي 41 كلم ذات الأهمية الدينية وجنوب - شرق مدينة بابل ذات الأهمية التاريخية بحوالي 16 كلم. وتعد مدينة الحلة غنية بمواردها الطبيعية والثقافية ، فالموارد الطبيعية تتمثل من خلال طبيعتها الزراعية ووجود نهر الحلة الذي يمثل خطاً مماساً لمدينة بابل التاريخية، إضافة الى إختراقه للمدينة الحالية إذ يشطر المدينة الى شطرين، إضافة إلى تنوعها المناخي تبعاً لفصولها الأربعة، في حين تنعكس مواردها الثقافية من خلال قيمتها الأثرية إستناداً الى مدينة بابل التاريخية وما تشكله من قوس أثري مترابط ما بين المدينة القديمة وآثار كيش والآثار في ببرز، هذا من الناحية الأثرية وما تحتويه من مرقد دينية مقدسة تعد الأداة المهمة باستقطاب آلاف الزائرين من داخل العراق ومن الدول المجاورة، بالشكل الذي يحولها من سياحة محلية الى سياحة إقليمية بل عالمية (المعموري، حمزة سلمان، 2012).

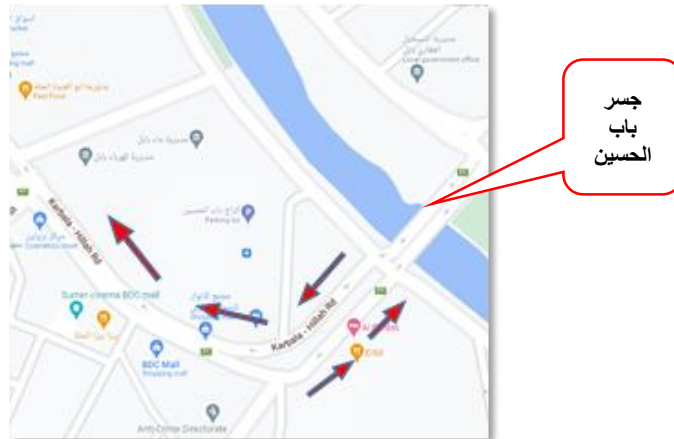
3-1-3- وصف العينات المنتخبة:

تم انتخاب ستة شوارع تجارية في مدينة الحلة كعينات بحثية وهي شارع باب الحسين، شارع المقام ، شارع 40، شارع الجمعية، شارع الشاوي وشارع الإمام علي (ع)، التي تم الإشارة لها كحالة دراسة وجميع البيانات من خلال الزيارات الميدانية وإجراء الاستبيانات المطلوبة لحالة كل شارع وحسب عناصر تنظيم المشهد العمراني ومعاييرها ومؤشراتها وكما يأتي:

- 1.تنظيم واجهات المباني ضمن ارتداد موحد.
 - 2.تنظيم الأرصفة وتأثيرها.
 - 3.تنظيم مواصفات الشارع.
 - 4.تنظيم نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه.
 - 5.تنظيم أثاث الشارع.
- أن اختيار هذه الشوارع التجارية كونها تخدم مجال الدراسة ، ولسهولة الوصول إليها وزيارتها بشكل مستمر، ولكونها قريبة من الدوائر الحكومية التي يمكن الاستفادة منها في التزود بالمعلومات، ومنها جامعة بابل ،دائرة التخطيط العمراني ،مديرية بلدية الحلة، والمشاريع التابعة لها، وكذلك لمحاولة معالجة الشوارع الرئيسية التجارية، لكونها تمثل بؤرة ومراكز الجذب في مدينة الحلة.
- وسيتم ترميز العينات من الشوارع المنتخبة لهذه الدراسة (شارع باب الحسين (X1) ، شارع المقام (X2)، شارع 40 (X3)، شارع الجمعية (X4)، شارع الشاوي (X5)، شارع الإمام علي (ع) (X6).

3-1-3-1- شارع باب الحسين:

بدايته من جسر باب الحسين ونهايته الى مقام مرد الشمس ، وهو شارع متفرع يؤدي الى شارع التربية من جهة والى شارع 40 والى التعيس من جهة اخرى، كما في الشكل (3-1)أ. يضم أنشطة متنوعة من المحلات التجارية والمقاهي. أن المباني في هذا الشارع قديمة، كانت عبارة عن مساكن، وبعدها تحولت الى مباني تجارية، وبجانبها مباني مستحدثة بطابق واحد، وبمواد إنهاء مختلفة عن مادة الإنهاء للمباني القديمة إذ كانت المادة هي (النثر)، كما موضح بالأشكال رقم (3-2)ب، (3-3)ج، (المصدر: الباحثة).



شكل رقم (3-1) أ - يوضح موقع باب الحسين (Google Earth).



شكل رقم (3-2) ب - يوضح صوراً لواجهات وارتفاعات المباني في شارع باب الحسين. (المصدر: الباحثة)



شكل رقم (3-3) ج - يوضح صوراً لواقع حال شارع باب الحسين والأرصفة. (المصدر: الباحثة)

3-1-3-2- شارع المقام:

شارع تجاري كان بالأصل شارع سكني ولكنه تحول تدريجياً الى أنشطة تجارية، ويضم أنشطة متعددة ومنها محلات تجارية لبيع تجهيزات منزلية وكهربائية ومواد بناء وصيدليات وغير ذلك بالإضافة الى دائرة حكومية (هيئة استثمار بابل) ، وسمي بهذا الاسم لوجود مقام رد الشمس في هذا الشارع، ويعد هذا الشارع رئيساً، يربط عدة شوارع وأحياء، بدايته من مجسر الثورة الى بداية باب الحسين، كما في الشكل (3-4)أ. يعد الشارع أعلاه شارعاً حيوياً بالحركة لوجود مقام مرد الشمس فيه، ويؤدي الى العديد من المناطق والأحياء والأماكن الأخرى. والأشكال رقم (3-5)ب،(3-6)ج، من واقع الحال للشارع المذكور،(المصدر:الباحثة).



شكل رقم (3-4)أ- يوضح موقع شارع المقام / Google Earth



شكل رقم (3-5) ب - يوضح صوراً لواقع الحال لشارع المقام (واجهات وأرصفت). (المصدر:الباحثة)



شكل رقم (3-6) ج - يوضح صوراً لواقع الحال لشارع المقام. (المصدر:الباحثة)

3-3-1- شارع 40 بثلاث مقاطع (المصدر:الباحثة):

ثاني أهم شارع في مدينة الحلة، ومن مميزات هذا الشارع هو احتوائه على كل الإحتياجات بكافة الإختصاصات ولو بشئ تقريبي إذ تمتد على طول الشارع محلات الألبسة والمطاعم والأجهزة ومكاتب الموبايل والحاسبات ومحلات الغذائية، والتسوق وشركات المقاولات وعمارات سكنية أي أنه يحتوي على أنشطة متنوعة. كما يحتوي على أربع مدارس وأربعة فروع لبنوك رئيسة. ويتميز بكونه مزدحم طول أيام الأسبوع بالناس والسيارات وخصوصاً أيام الاثنين والخميس، أيام المناسبات والأعياد، ويمر في الأحياء، وهي (حي مصطفى راغب، حي المرتضى، حي الحسين، حي أبو النفط أو الجمعية الثانية، حي القاضية وحي شبر) شكل رقم (7-3) أ.

لقد تم تقسيم شارع 40 الى ثلاث مقاطع (A, B, C)، كما موضح بالشكل (7-3) أ، لسهولة الملاحظة والتقييم لواجهات المباني وكل ما تضمنته عناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع.

يوضح الشكل رقم (8-3) ب، واقع حال المباني للمقطع (A)، وبدايته من فلكة الأم الى مرطبات زلاطيموا كما موضح بالشكل رقم (7-3) أ.

ويوضح الشكل رقم (9-3) ج، واقع حال المباني للمقطع (B)، وبدايته مرطبات زلاطيموا الى حسينية أبو خمرة كما موضح بالشكل رقم (7-3) أ.

يوضح الشكل رقم (10-3) د، واقع حال المباني للمقطع (C)، وبدايته من حسينية أبو خمرة الى تقاطع شارع باب الحسين، كما موضح بالشكل رقم (7-3) أ.



شكل رقم (7-3)
أ- يوضح موقع
شارع 40 بثلاث
مقاطع
Google
Earth



شكل رقم (8-3) ب- يوضح صوراً من واقع الحال للمباني التجارية في شارع 40 للمقطع (A). (المصدر : الباحثة)



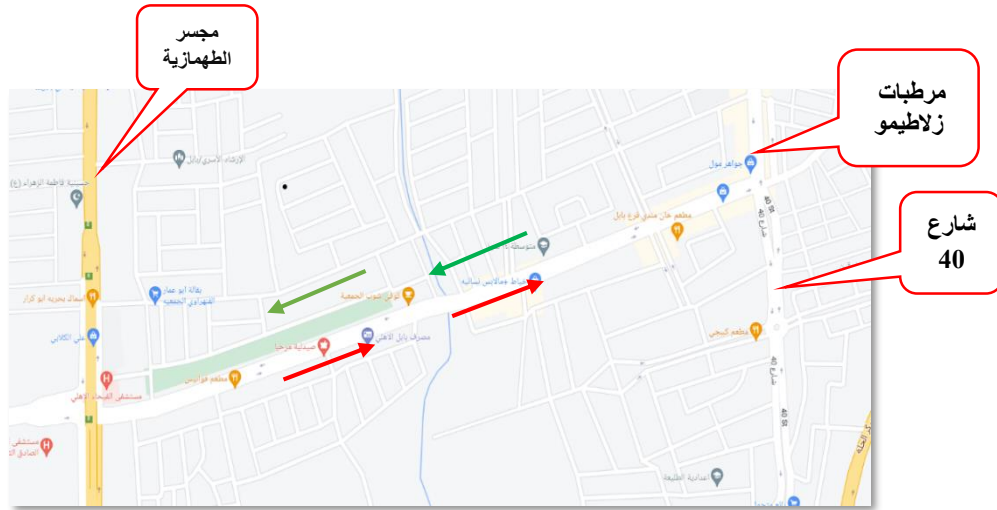
شكل رقم (9-3) ج- يوضح صوراً للمباني التجارية في شارع 40 للمقطع (B) (المصدر: الباحثة)



شكل رقم (10-3) د- يوضح صوراً لواقع حال المباني التجارية في شارع 40 للمقطع (C). (المصدر: الباحثة)

4-3-1-3- شارع الجمعية في مدينة الحلة (شرياني ثانوي - شارع رئيس):

بدايته من مجسر الطهمازية الى بداية شارع 40 (مرطبات زلاطيمو) شكل رقم (11-3) أ. بالاصل كان شارعاً سكنياً وتحول تدريجياً الى شارع تجاري ، يضم أنشطة متعددة من مجمعات للالبسة، ومطاعم، ومكاتب متنوعة من الصيرفة والإستنساخ، والشكل رقم (12-3) ب، و(13-3) يوضح واقع الحال للشارع المذكور (المصدر: الباحثة).



شكل رقم (3-11) أ- يوضح موقع شارع الجمعية .(المصدر: Google Earth).



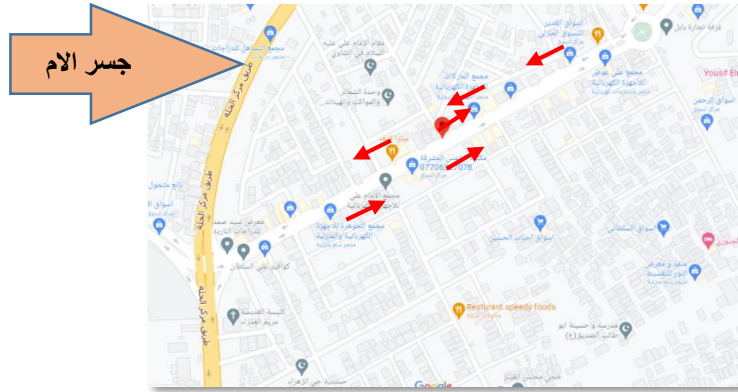
شكل (3-12) ب- يوضح صور لواقع حال شارع الجمعية (الأرصقة، واجهات الأبنية). (المصدر: الباحثة).



شكل (3-13) ج- يوضح صور لواقع حال شارع الجمعية (حال الأرصفة). (المصدر : الباحثة).

3-3-1-5- شارع الشاوي في مدينة الحلة:

شارع تجاري بالاصل كان شارعاً سكنياً وتحول تدريجياً الى أبنية تجارية لفقدان خصوصيته كشارع سكني، يضم أنشطة متعددة وعلى الاغلب محلات لبيع الاجهزة الكهربائية ، بدايته من جسر الام ونهايته الى تقاطع مستشفى الولادة ،كما موضح بالشكل رقم (3-14) أ.يوضح الشكل رقم (3-15) ب،و(3-16)ج،يوضح واقع الحال للشارع المذكور،(المصدر:الباحثة).



شكل رقم (3-14) أ- يوضح موقع شارع الشاوي. (Google Earth)



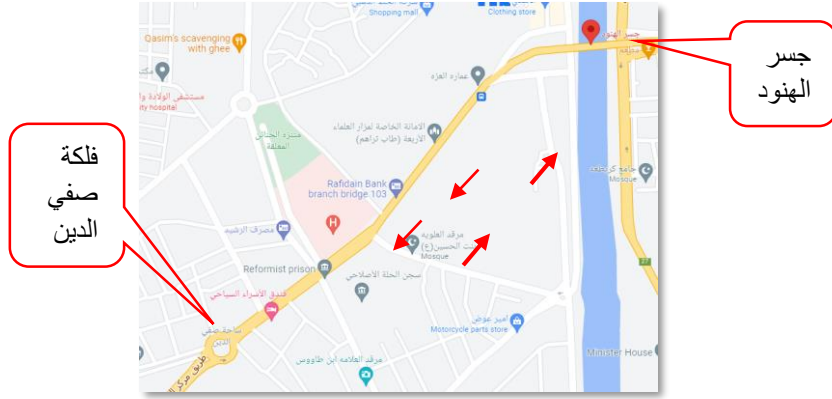
شكل رقم (3-15) ب- يوضح صور الموقع ولواقع الحال لشارع الشاوي. (المصدر:الباحثة)



شكل رقم (3-16) ج- يوضح صور واجهات الأبنية لواقع الحال لشارع الشاوي. (المصدر:الباحثة)

3-1-3-6- شارع الامام علي (ع) في مدينة الحلة: يُعد من الشوارع القديمة في مدينة الحلة

، ويربط بين جسر سعد (جسر الهنود) وباب المشهد، كما في الشكل (3-17)أ، الذي هو حد مدينة الحلة التاريخية ، تنتظم على جانبيه بين خمس طوابق وطابقين، يضم أنشطة متنوعة، ومنها محلات لبيع الاجهزة الكهربائية ، والاجهزة المنزلية ، ومحلات الالبسة، ومكاتب استنساخ ، ومكاتب صيرفة ، وصيدليات ، وغير ذلك من الأنشطة الاخرى ، والشكل رقم (3-18) ب، و(3-19) ج، و(3-20)د توضح واقع الحال للشارع المذكور، (المصدر:الباحثة).



شكل رقم (3-17) أ- يوضح موقع شارع الإمام علي (ع). (Google Earth)



شكل رقم (3-18) ب- يوضح صور من واقع الحال لشارع الإمام علي (ع) للمباني التجارية. (المصدر: الباحثة)



شكل رقم (3-19) ج- يوضح صور من واقع الحال لشارع الإمام علي (ع) للمباني التجارية. (المصدر: الباحثة)



شكل رقم (3-20) د- يوضح صور من واقع الحال لشارع الإمام علي (ع) للمباني التجارية. (المصدر: الباحثة)

3-2- المحور الثاني: أدوات القياس والنتائج

بعد أن تم انتخاب عناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع التجاري ووضع فرضية البحث، ولإختبار صحتها سيتم إعداد استمارات الاستبيان بمجموعتين للمختصين بهدف استكشاف تحقق المعايير من عدمه في اختيار كل ما يناسب الكتل البنائية من تصميم مكونات المشهد العمراني التجاري بما يتلائم مع وظيفة الشارع التجاري في واقع الحال، ولغير المختصين تم إعداد مجموعتين من الأسئلة:

المجموعة الأولى فيما يخص الشعور بالراحة البصرية في الشارع التجاري. الهدف منها بيان آرائهم بما يشعرون به من راحة بصرية لعلاقتهم وتواجدهم بالشارع التجاري لافترات طويلة. أما المجموعة الثانية فيما يخص توفر بعض المهمات من أثاث الشارع من (مقاعد جلوس ونافورات وأرصفة خالية من البضائع لعدم حجب الرؤية والشعور براحة المشي على الرصيف)، الهدف منها بيان آرائهم بما يشعرون به من جمالية وراحة.

3-2-1- استمارات الاستبيان:

تم إعداد استمارتين من استمارات الاستبيان كما موضحة في الشكل رقم ()، إذ تتعلق الاستمارة الأولى للمختصين وتمثل بالجهات المسؤولة عن تخطيط وتصميم الشوارع التجارية والمباني في المدينة والمتمثلة بدائرة البلدية ومشاريع البلدية ودائرة التخطيط العمراني في محافظة بابل / الحلة، ومهندسين معماريين في دائرة توزيع كهرباء الفرات الأوسط، إذ تضم الاستمارة بعض المؤشرات وهي (مواد الإنهاء للواجهات والخصائص الشكلية بما يتناسب مع وظيفة المباني، مواد الإنهاء للأرصفة، كل ما يتعلق باللوحات الإعلانية من حيث أبعادها وإرتفاعها والمادة المصنوعة منها،) المطلوب بيان رأيهم فيها وحسب تقديرات محددة في الاستمارة (كما موضح بالشكل رقم 3-21) موجهة الى عينة (بلغت 40 شخصا من كل الدوائر المذكورة ضمن التخصص المعماري والحضري) وبدرجات علمية (بكالوريوس، ماجستير) لكون نمط الأسئلة الموجه يُعنى بالمختصين. تعكس إجابة هذه الأسئلة مؤشرات الفرضية ووفق معايير عناصر تنظيم المشهد العمراني والتي تم استخلاصها من الإطار النظري.

في حين تتعلق الاستثمار الثانية لغير المختصين وتتمثل بملكي المباني التجارية ومستعملي شوارع حالة الدراسة وهي ستة شوارع (شارع باب الحسين، شارع المقام، شارع 40، شارع الجمعية، شارع الشاوي، شارع الإمام علي (ع))، إذ تضم الاستثمار أسئلة (كما موضح بالشكل رقم 3-22)) موجهة الى عينة (بلغت 19 شخصا، لكل شارع من شوارع حالة الدراسة) وبدرجات علمية مختلفة (متوسطة، اعدادية، معاهد تقنية، بكالوريوس، ماجستير) لكون نمط الأسئلة الموجه يُعنى بغير المختصين. تعكس إجابة هذه الأسئلة مؤشرات الفرضية ووفق معايير عناصر تنظيم المشهد العمراني والتي تم استخلاصها من الإطار النظري.

استمارة استبيان رقم (1) خاصة بالمختصين

إسم الشارع

عزيزي / عزيزتي

تحية طيبة :

اقوم باعداد رسالة ماجستير في جامعة بابل / قسم هندسة العمارة حول (أثر معايير تصميم المشهد العمراني التجاري في التلوث البصري) وفي هذا البحث سنقوم باستقصاء مجموعة من المؤشرات الموجودة فعلياً في الشوارع التجارية لقياس التلوث البصري .
وبالنظر لكونكم تمثلون الجهات المسؤولة عن تخطيط وتصميم المدن ، فقد تم اختياركم لمشاركتنا بارائكم فيما ترونه مناسباً لتقييم المؤشرات في واقع الحال من خلال هذا الاستبيان ، شاكرين تعاونكم معنا خدمة للصالح العام .

معلومات عامة :

التحصيل العلمي: دكتوراه ☐ ماجستير ☐ بكالوريوس ☐ التخصص
نوع الجنس : ذكر ☐ انثى ☐

الجهة التي يعمل فيها عدد سنوات الخدمة : من 5-10 سنوات ☐ اكثر من 10 سنوات ☐

ملاحظة : يرجى وضع علامة / تحت التقييم الذي تراه مناسباً.
يكون اختيار التقييم استناداً الى المعيار المطلوب وقياساً لمؤشرات واقع الحال.

السيد/السيدة:

التوقيع:

المؤشر	المعيار المطلوب	ممتاز	حسب	وسط	ردئ	ردئ جداً
الالوان لواجهات المباني	يمكن ان تكون متجانسة					
مواد الانهاء	يمكن أن تكون موحدة او متقاربة					
	يمكن أن تعكس هوية الشارع التجاري					
تبليط الرصيف	يمكن أن تكون مادة بنائية موحدة ومتنوعة بمعنى (التنوع في الوحدة) لكي لا نشعر بالملل					
اماكن حاويات النفايات	يخصص لها مكان					
النافورات	وجود النافورات ضروري في الشارع التجاري لتلطيف الاجواء					
أماكن الجلوس	يمكن أن تكون مظلة لحماية الجالسين					
الاشجار والتشجير	يمكن أن يكون للتشجير تأثير ايجابي على المشهد الحضري للشارع					
انواع اللوحات وفق المادة المصنوعة منها تؤثر على تنظيم وهوية الشارع	عدم استخدام الاعلانات الضوئية لأنها تؤثر على عين السائق ويفضل ذات الاضاءة الداخلية					
تحدد اللوحات الاعلانية حسب ابعاد فضاء الشارع على ان يكون الاعلان مائل بزاوية 3 درجة .	متلائمة مع سياق الشارع (النسق البصري والجمالي واللون)					
توحيد وتقارب الوان الاعلان لسهولة تمييزها عن الاشارات المرورية						
تمنع نهائيا الاعلانات الموازية لاتجاه الحركة المرورية						

شكل رقم (3-21) يوضح فيه استمارة الاستبيان للمختصين الخاصة بقياس ما يتعلق بالخصائص المادية والشكلية لمواصفات المشهد العمراني في الشارع التجاري.(المصدر:الباحثة)

استمارة استبيان رقم (2) خاصة بغير المختصين

إسم الشارع

عزيزتي / عزيزي:

تحية طيبة وبعد:

بهذهما ما يتعرض له المشهد العمراني التجاري في مدينة الحلة من تلوث بصري على مستوى الصورة البصرية والجمالية للمدينة ، لذا نسعى من خلال هذا الاستبيان التعرف على آرائكم ومواقفكم أزاء هذه الظاهرة المشوهة للمدينة والمشهد العمراني التجاري وتأثيرها على نفسية الناس من خلال شعوره بالقلق وعدم الأمان وعدم التمتع بمنظر المباني والشارع وغيرها من وسائل التنظيم للمشهد العمراني التجاري.

وإرسال صوتكم الى الجهات المسؤولة لاتخاذ اجراءات عاجلة وحقيقية للحد من مخاطر التلوث البصري وتحسين شروط العيش في مدينة ذات صورة بصرية وجمالية مريحة .

الاستبيان للاغراض العلمية فقط وننالجه سننشر ضمن رسالة الماجستير الموسومة " أثر معايير تصميم المشهد العمراني التجاري في التلوث البصري " التي ساعد من الباحثة.

لذا تم اختياركم باعتباركم تمثلون جزء من شريحة المجتمع المحلي في مدينة الحلة .للتفضل بالاجابة على الاستفسارات وتأثير ما نرويه مناسباً .

معلومات عامة :

التحصيل العلمي: ☐ ماجستير ☐ بكالوريوس ☐ دبلوم ☐ اعدادية ☐ اخرى ☐

التخصص

نوع الجنس: انثى ☐ ذكر ☐

يرجى وضع علامة ✓ تحت التقييم الذي تراه مناسباً.

المؤشر في واقع الحال	سؤال الاستبيان	نعم	لا	الى حد ما
رؤية المباني بصورة واضحة	هل تشعر برؤية بصرية واضحة للمباني في الشارع التجاري؟			
اداء السير على الرصيف	هل تشعر براحة المشي بدون تعثر على الرصيف ؟			
جمالية المشهد التجاري	هل تشعر بمتعة النظر للمباني التجارية عند سيرك على الرصيف؟			
مواقف السيارات	هل تشعر بالقلق بخصوص البحث عن مكان لوقوف سيارتك؟			
اللوحات التجارية والاعلانية	هل تشعر بالراحة في وجود اللوحات الاعلانية التجارية بهذه الكثرة؟			
	هل يعجبك احجام اللوحات الاعلانية والتجارية المختلفة ؟			
	هل تشعر بجمالية الوان اللوحات الاعلانية والتجارية ؟			
	هل الارتفاعات والمواقع للوحات الاعلانية والتجارية برأيك مناسبة ؟			

شكل رقم (3-22) يوضح فيه استمارة الاستبيان الخاصة بغير المختصين الخاصة الخصائص المحسوسة (قياس الراحة البصرية) في المشهد العمراني التجاري لعلاقتهم بالمشهد.(المصدر: الباحثة)

المؤشر في واقع الحال (من ناحية الاهمية)	مهم للاغاية	مهم جدا	مهم بدرجة	مهم نوعا ما	ليس مهم على الإطلاق
هل الاهتمام بجمالية الشارع التجاري مهمة ؟					
هل عرض البضائع والسلع على الرصيف مهم ؟					
هل وجود مقاعد الجلوس في الشارع التجاري مهمة ؟					
هل وجود النافورات في الشارع التجاري مهمة ؟					

شكل رقم (3-23) يوضح فيه استمارة الاستبيان الخاصة بغير المختصين الخاصة بقياس الجمالية في المشهد العمراني التجاري لعلاقتهم بالمشهد.(المصدر:الباحثة)

2-2-3 - إنجاز اللقاءات والمقابلات:

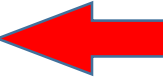
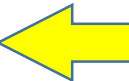
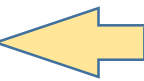
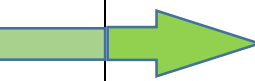
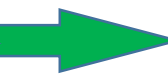
لقد تم إنجاز اللقاءات والمقابلات بالنسبة للاستمارة الأولى مع المختصين من مسؤولي وموظفي دائرة البلدية ومشاريع البلدية ودائرة التخطيط العمراني في محافظة بابل / الحلة. في حين تم إنجاز اللقاءات والمقابلات بالنسبة لغير المختصين من مالكي المباني التجارية ومستعملي الشارع.

3-2-3- تثبيت معايير عملية التحليل :

أ- الاستمارة الأولى (استمارة المختصين)

ب - تم القيام بملئ استمارة الاستبيان من المهندسين، إذ تم توزيعها من الباحثة في دائرة البلدية ومشاريع البلدية ودائرة التخطيط العمراني في مدينة الحلة، واستردادها، بعدها تم تحويل نتائج الاستبيان التي حصلنا عليها من آراء المختصين، إلى جداول لعناصر تنظيم المشهد العمراني، التي أعدت مسبقاً في الفصل الثاني، كل مؤشر حسب العنصر المناسب له، وقد تضمن الجدول أيضاً البيانات التي جمعتها الباحثة من الدوائر المختصة بالبناء والتصميم (والمذكورة أعلاه) التي تم استقصائها من واقع الحال للشوارع التجارية، كل شارع على حدة ولكل شارع أعدت جداول خاصة لعناصر تنظيم المشهد العمراني بمعاييرها ومؤشراتها، وقد احتوت هذه الجداول على كل البيانات التي تم الحصول عليها من الباحثة (من خلال جمع المعلومات من الدوائر المختصة) وآراء المختصين، وتم تقييم ما تم الحصول عليه، استناداً إلى المعايير فيما يخص كل عنصر من عناصر تنظيم المشهد العمراني كما موضح بـ (الملاحق رقم : (1،2،3،4،5،6)) وتم تحليل النتائج بالاستناد إلى قياس جودة الأداء البصري لكل مؤشر حسب مقياس ليكرت وكما موضح في المخطط رقم (3-1) وحسب التقييم.

مخطط رقم (2-3): يوضح طريقة قياس الأداء البصري للشوارع التجارية باستعمال طريقة مشتقة من مقياس ليكرت الخماسي (Likert, R.1932)

التلوث البصري Visual Pollution	التقييم %					الأداء البصري Visual Performance
	●	● ●	● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ● ●	نقاط الاداء
	20%	40%	60%	80%	100%	نسبة الاداء
	منخفض جداً	منخفض	متوسط	عالي	عالي جداً	جودة الاداء
						اتجاه الاداء

ملاحظة: من خلال المخطط أعلاه تم إعطاء قياس المؤشرات وإعطائها قيم .

معنى الأداء (Performance): هو قياس للناتج، أي بمعنى درجة تحقيق ما مطلوب من راحة بصرية.

جودة الأداء (Performance Quality): وتعني تحقيق أعلى درجة من التحسين للراحة البصرية. ويوضح المخطط رقم (3-1) أعلاه تقييم الأداء البصري من حيث الجودة، إذ تُقدر جودة الأداء البصري بخمسة نقاط، أي بنسبة مئوية 100%، بمعنى أداء بصري عالٍ جداً، وهذا يعني أن التلوث البصري منخفض أو معدوم، في حين تُقدّر جودة الأداء البصري بنقطة واحدة، أي بنسبة مئوية 20%، بمعنى أداء بصري منخفض جداً، وهذا يشير إلى وجود تلوث بصري عالٍ جداً، (بسبب ضعف في المعايير الضرورية المطلوبة للمشهد العمراني التجاري)، وحسب ما موضح في الجدول أعلاه لباقي النسب والنسب المذكورة.

وقد تم إعداد الحسابات ببرنامج (Microsoft Office Excel) بأدخال الجداول وإجراء العمليات الحسابية الخاصة، إذ تم حساب الاستبيان الخاص بأراء المختصين والبيانات (راجع الملاحق: (2،3،4،5،6،7)) التي تم جمعها من الباحثة، بطريقتين:

- الأولى من خلال حساب عدد النقاط التي حصل عليها كل مؤشر من المؤشرات التي تم تحديدها لهذه الدراسة، لكل عنصر من عناصر المشهد العمراني المنتخب لهذه الدراسة.

- الثانية باستخراج النسبة المئوية وذلك بتقسيم عدد النقاط التي حصل عليها كل مؤشر على الحالة المثالية للعنصر الواحد. بعد ذلك تم الوصول إلى النسبة المئوية لأداء الشارع بكل عناصره وبكل مؤشرات، وذلك بتقسيم مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع على إجمالي الحالة المثالية للشارع،

(الحالة المثالية هي حاصل ضرب (العدد الإجمالي للمؤشرات لكل عناصر تنظيم المشهد العمراني في أعلى قيمة يمكن أن يحصل عليها المؤشر وهي (5 نقاط)).

أ- الاستمارة الثانية (استمارة غير المختصين) (راجع الملحق رقم (1))

بالنسبة للاستمارة الخاصة بأسئلة (غير المختصين) فكانت على مجموعتين من الأسئلة:

1. المجموعة الأولى: لقياس مدى إحساس المستعمل للراحة البصرية والتفاعل في الشارع التجاري.

إذ كانت الإجابة على الأسئلة (الخاصة بهذه المجموعة) ب :

نعم	لا	الى حد ما
-----	----	-----------

وتم تحليل النتائج بتقسيم العدد لكل إجابة على العدد الكلي للاستمارات ، للحصول على النسبة المئوية.

2. أما المجموعة الثانية: فكانت لقياس بعض المؤشرات في الشارع التجاري من حيث الأهمية بالنسبة للمستعمل، حسب مجموعة الإستجابة التالية :

مهم للغاية	مهم جداً	مهم بدرجة	مهم نوعاً ما	ليس مهماً على الإطلاق
------------	----------	-----------	--------------	-----------------------

وتم تحليل النتائج بتقسيم كل عدد حصل عليه التوصيف على العدد الكلي للاستمارات، للحصول على النسبة المئوية.

نتائج البحث

3-2-3-1- تحليل نتائج الاستمارة الأولى للاستبيان (للمختصين) (لشارع باب الحسين):

يوضح الجدول رقم (3-1) أدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة بالمختصين ، إذ اختيرت مؤشرات لعناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع التي تم استعمالها في البحث وتم استقصاء هذه المؤشرات بواقع الحال استناداً الى معاييرها، وكانت النتائج كما موضح في الشكلين التاليين (3-24) و(3-25) أدناه، إذ يوضح الشكل رقم (3-24) تحليل الاستبيان للمختصين من حيث عدد النقاط لكل عنصر من عناصر تنظيم المشهد العمراني وحسب مؤشرات، مع مجموع عدد النقاط التي حصل عليها الشارع لكل المؤشرات. أما الشكل رقم (3-25) فيبين تحليل الاستبيان من حيث النسبة المئوية لكل عنصر من عناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع وحسب مؤشرات، مع مجموع النسبة المئوية لأداء الشارع بكل عناصر تنظيم المشهد وبكل مؤشرات.

إذ تمثل قيم العناصر أدناه (6،5،7،17،11) عدد نقاط مؤشرات الشارع التي حصل عليها من الاستقصاء لواقع الحال أما قيم العناصر المتمثلة بـ (20،20،28،20،24) فهي النسبة المئوية التي حصل عليها كل عنصر من عناصر تنظيم المشهد كالاتي وكما موضح في الشكلين رقم (24-3) ورقم (25-3):

- 1.تنظيم واجهات المباني في المشهد العمراني التجاري 11-24%
- 2.تنظيم الأرصفة وتأثيرها 17-20%
- 3.تنظيم عرض الشارع والجزرة الوسطية 7-28%
- 4.تنظيم نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه 5-20%
- 5.تنظيم أثاث الشارع 6-20%

أما مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع لكل العناصر بمؤشراتها من حيث عدد النقاط كانت (46)، ومعدل النسبة المئوية للشارع كانت (22%) وهذا يتعارض مع الحالة المثالية للشارع لكل العناصر وهي (210) نقاط.

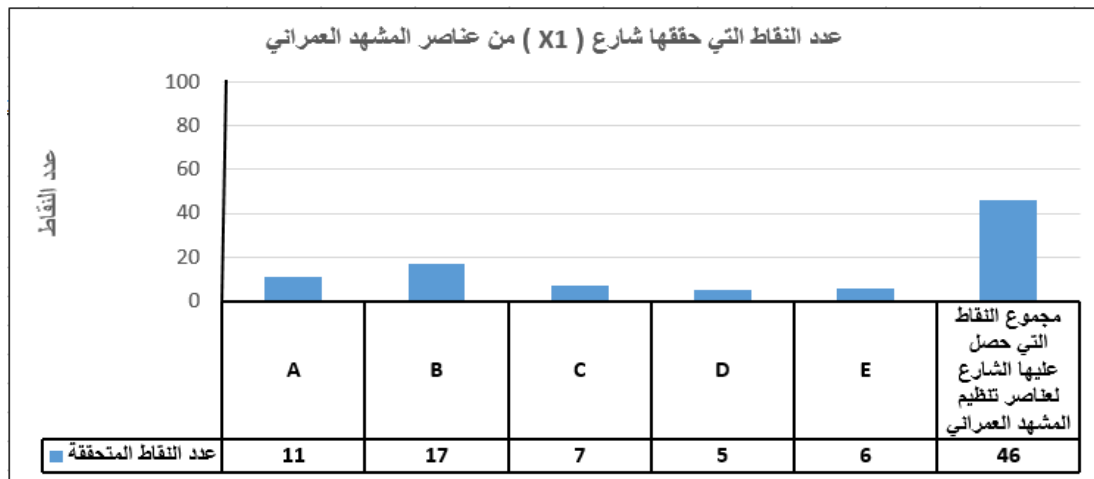
جدول رقم (1-3): يوضح عدد النقاط التي حصلت عليها مؤشرات عناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري من الاستبيان للمختصين لواقع الحال، لشارع باب الحسين/ الباحثة.

المؤشرات									عناصر تنظيم المشهد العمراني
مجموع المؤشرات نقسمها على حاصل ضرب الحالة المثالية لكل مؤشر وهي (5) في عدد المؤشرات		المجموع / 45 45 / 11 %24 =	a6	a5	a4	a3	a2	a1	A (تسعة مؤشرات)
			1	2	1	1	1	2	عدد النقاط
						a9	a8	a7	A (تسعة مؤشرات)
						1	1	1	عدد النقاط
b9	b8	b7	b6	b5	b4	b3	b2	b1	B (سبعة عشر مؤشر)
1	1	1	1	1	1	1	1	1	عدد النقاط
المجموع / 85	b17	b16	b15	b14	b13	b12	b11	b10	B (سبعة عشر مؤشراً)
%=85/17 20	1	1	1	1	1	1	1	1	عدد النقاط
			المجموع 25/7 %28=	c5	c4	c3	c2	c1	C (خمسة مؤشرات)
				2	1	1	1	2	عدد النقاط
			المجموع = 25/5 %20	d5	d4	d3	d2	d1	D (خمسة مؤشرات)
				1	1	1	1	1	عدد النقاط
		المجموع = 30/6 %20	e6	e5	e4	e3	e2	e1	E (ستة مؤشرات)
			1	1	1	1	1	1	عدد النقاط

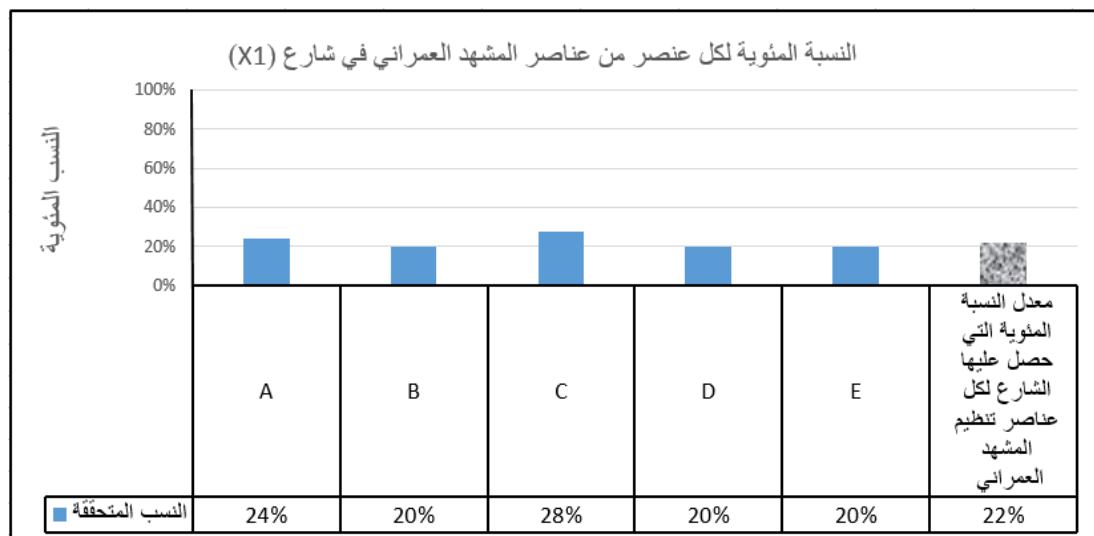
أما الجدول رقم (2-3): فيوضح العدد الإجمالي للمؤشرات المرتبطة بعناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع وكانت (42) مؤشراً، وإجمالي الحالة المثالية التي من الممكن أن تصل إليها عدد نقاط الشارع لكل العناصر بمؤشراتها هي (210) نقاط، أما معدل النسبة المئوية للشارع لكل عناصره وبكل مؤشرات (22%)، كما موضح بالشكل رقم (3- 25).

جدول رقم (2-3): يوضح مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع ومجموع المؤشرات.

العدد الاجمالي للمؤشرات	42 مؤشر
مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع من حيث عدد النقاط	46 نقطة
إجمالي الحالة المثالية للشارع التجاري	210 نقطة
معدل النسبة المئوية للشارع لكل عناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع	22%



شكل رقم (24-3) : يوضح نتائج تحليل استبيان المختصين لشارع باب الحسين من حيث عدد النقاط. (المصدر: الباحثة)



شكل رقم (25-3) : يوضح نتائج تحليل استبيان المختصين لشارع باب الحسين من حيث النسبة المئوية. (المصدر: الباحثة)

يتضح من الأشكال أعلاه أن نتائج تحليل الاستبيان لشارع باب الحسين للمختصين تظهر أن كل عناصر تنظيم مشهد الشارع المتمثلة بـ (واجهات المباني، أرصفة الشارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية إليه، أثاث الشارع) للشارع المشار إليه ذات قيم ضعيفة وهذا يعني وجود تلوث بصري عالٍ.

2-3-2-3- تحليل نتائج الاستمارة الثانية للاستبيان (لغير المختصين) (شارع باب الحسين):

أ- فيما يخص الأسئلة المتعلقة بمؤشرات الإحساس بالراحة البصرية في الشارع التجاري إذ قيس من خلال ثمانية أسئلة وكما يأتي، كما موضح بالشكل رقم (3-26):

1. جاء السؤال الأول لقياس نسبة الشعور بالرؤية البصرية للمباني بالشارع التجاري، أي بمعنى هل يمكننا رؤية المباني بوضوح، وبدون تشويش في الرؤية ؟ كانت النسبة (60%)، للذين أجابوا بـ (لا)، أي عدم الشعور برؤية واضحة للمباني، ونسبة الذين أجابوا بـ (نعم) كانت (30%)، للذين أيدوا الرؤية الواضحة للمباني، ونسبة (الي حد ما) كانت (10%).

3. جاء السؤال الثاني لقياس نسبة عدم الشعور بالراحة عند المشي على الرصيف وكانت (80%) وهي نسبة عالية، أي بمعنى أن عينة الدراسة أيدت على أن هناك خللاً في الأرصفة، أما نسبة الذين أجابوا بـ (نعم)، (10%)، وهي نسبة قليلة، للذين أيدوا على الشعور بالراحة، ونسبة الذين أجابوا بـ (الي حد ما)، (10%).

4. جاء السؤال الثالث عن الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية فكانت النسبة، (80%) بعدم الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية، أما نسبة الذين أجابوا بـ (نعم) فكانت (20%)، وهي نسبة قليلة، ونسبة (الي حد ما)، كانت (0%).

5. جاء السؤال الرابع فيما يخص إيجاد مكان لوقوف السيارات عند الحاجة للوقوف في الشارع التجاري فكانت النسبة (80%)، الذين أيدوا الشعور بالقلق في البحث عن مكان لوقوف سياراتهم في الشارع، ونسبة الذين أجابوا بـ (لا)، (20%)، وهي نسبة قليلة، وجاء جوابهم هذا لعدم امتلاكهم سيارات، حسب قولهم، فلا يشعرون بالقلق في هذه الحالة، ونسبة (الي حد ما)، كانت (0%).

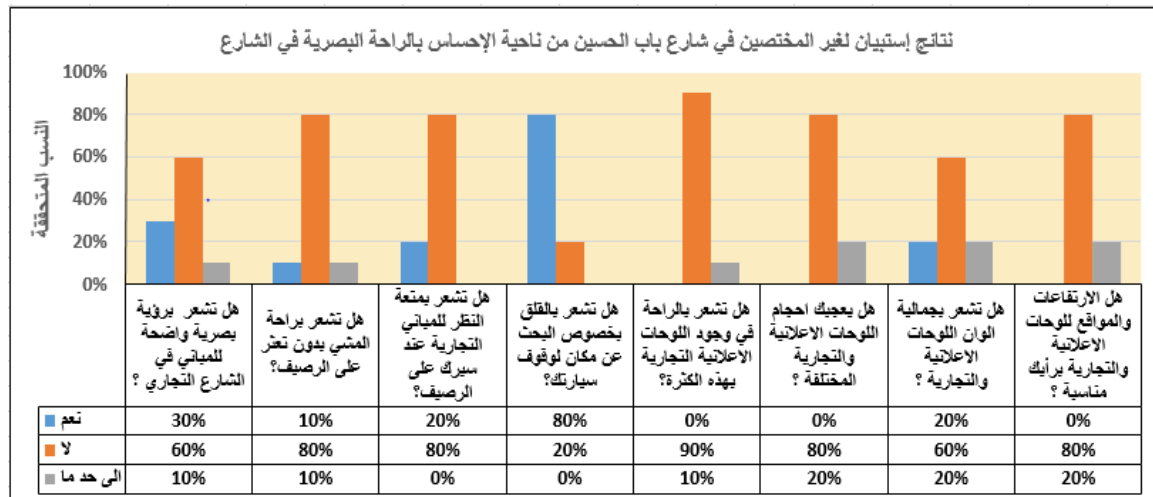
6. جاء السؤال الخامس فيما يخص كثرة اللوحات الإعلانية، فكانت النسبة (90%)، بعدم الشعور بالراحة في وجود اللوحات الإعلانية بكثرة، أما نسبة الذين أيدوا وجودها بكثرة فكانت (0%)، وهي نسبة معدومة، ونسبة (الي حد ما)، فكانت (10%).

7. جاء السؤال السادس فيما يخص أحجام اللوحات الإعلانية المتباينة بالحجم، فكانت نسبتها (80%)، للذين أجابوا بعدم الرضا بأحجام اللوحات، ونسبة الذين أيدوا الإعجاب بأحجامها كانت (0%)، ونسبة (الى حد ما)، كانت (20%).

8. جاء السؤال السابع فيما يخص جمالية ألوان اللوحات التجارية والإعلانية، فكانت نسبتها (60%)، وهي نسبة كبيرة، للذين أجابوا بعدم الرضا على ألوان اللوحات المذكورة، ونسبة الذين أجابوا بالرضا عن ألوان اللوحات (20%)، وهي نسبة معدومة، أما نسبة (الى حد ما)، فهي (20%).

9. أما السؤال الثامن فكان فيما يخص مواقع وارتفاعات اللوحات الإعلانية، فكانت نسبة الذين أجابوا بأنها غير مناسبة (80%)، وهي نسبة كبيرة، ونسبة الذين أجابوا بأنها مناسبة (0%)، وهي نسبة معدومة، وكانت نسبة (الى حد ما)، (20%).

من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستعملين لشارع باب الحسين كانت إجاباتهم بعدم وجود راحة بصرية فعلية خلال الشارع إضافة إلى أن أغلب المشاعر المتولدة خلال مرور المستعمل في مشهد الشارع الحالي تكون مشاعر سلبية من ناحية الراحة البصرية بسبب ضعف المعايير التصميمية في المشهد العمراني للشارع.

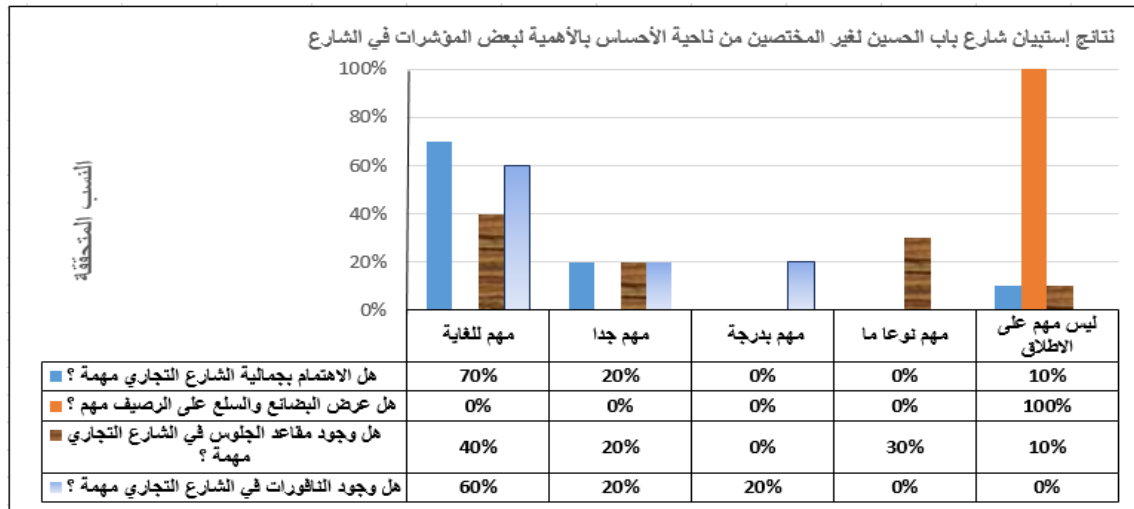


شكل رقم (3-26) يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع باب الحسين. (المصدر: الباحثة)

ب - فيما يخص الأسئلة المتعلقة بمؤشرات الإحساس بالأهمية في الشارع التجاري إذ قيس من خلال أربعة أسئلة وأدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة لغير المختصين، وكما موضح بالشكل (3-27):

1. جاء السؤال الأول لقياس أهمية الاهتمام بجمالية الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة هي الأهمية للغاية وكانت نسبتها 70% ، وحسب التسلسل تنازلياً، (وبنسبة 20%، للأهمية جداً)، (و10% ليس مهماً على الإطلاق)، (و0% لكل من ،الأهمية بدرجة والأهمية نوعاً ما).
2. وجاء السؤال الثاني لقياس عرض البضائع والسلع على الرصيف ،وقد أظهرت النتائج (بعدم الأهمية لعرض البضائع والسلع على الرصيف، وكانت نسبتها 100%) وهي اعلى نسبة، وأقل (نسبة 0% ، لكل من الأهمية للغاية ، والأهمية جداً والأهمية بدرجة والأهمية نوعاً ما).
3. جاء السؤال الثالث بأهمية وجود مقاعد الجلوس في الشارع التجاري،وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة (40%، للأهمية للغاية)،تليها (نسبة 30%،لأهمية نوعاً ما)، (وبنسبة 20%،لأهمية جداً)،و(بنسبة 10%، لعدم الأهمية على الإطلاق)،واقل (نسبة 0% ، للأهمية بدرجة).
4. جاء السؤال الرابع بأهمية وجود النافورات في الشارع التجاري،وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة (هي 60%،للاهمية للغاية)، و (بنسبة 20%، لكل من الأهمية جداً والأهمية بدرجة)، وأقل (نسبة 0% ،لكل من الأهمية نوعاً ما وليس مهماً على الإطلاق) .

من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستعملين لشارع باب الحسين كانت إجاباتهم بأن هناك أهمية للاهتمام بجمالية مشهد الشارع التجاري، كذلك كان هناك عدم رضا من المستعملين للشارع بعرض البضائع والسلع على الرصيف لكونه مخصص للمشاة والسابلة،بالإضافة الى أهمية وجود مقاعد جلوس في الشارع التجاري لإستعمالها عند الضرورة، وأهمية وجود نافورات في الشارع التجاري لتلطيف الجو خلال مدة الصيف فضلاً عن جماليتها.



شكل رقم (3-27) يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع باب الحسين. (المصدر: الباحثة)

3-3-2-3- تحليل نتائج الاستمارة الأولى للاستبيان (المختصين) (لشارع المقام) :

يوضح الجدول رقم (3-3) أدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارات استبيان الخاصة بالمختصين، إذ اختيرت مؤشرات لعناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع التي تم استعمالها في البحث واستقصاء هذه المؤشرات بواقع الحال استناداً إلى معاييرها، وكانت النتائج كما موضح في الشكلين التاليين (3-28) و(3-29) أدناه، إذ يوضح الشكل رقم (3-28) تحليل الاستبيان للمختصين من حيث عدد النقاط لكل عنصر من عناصر تنظيم مشهد الشارع وحسب مؤشراتهما، مع مجموع عدد النقاط التي حصل عليها الشارع لكل المؤشرات. أما الشكل رقم (3-29) فيبين تحليل الاستبيان من حيث النسبة المئوية لكل عنصر من عناصر تنظيم المشهد وحسب مؤشراتهما، مع مجموع النسبة المئوية لأداء الشارع بكل عناصره وبكل مؤشراتهما.

إذ تمثل قيم العناصر أدناه (6،5،7،17،11) عدد نقاط مؤشرات الشارع التي حصل عليها من الاستقصاء لواقع الحال أما قيم العناصر المتمثلة بـ (20،20،32،20،24) فهي النسبة المئوية التي حصل عليها كل عنصر من عناصر تنظيم المشهد للشارع كالاتي وكما موضح في الشكلين رقم (3-28) ورقم (3-29):

- 1.تنظيم واجهات المباني في المشهد العمراني التجاري 11-24%
- 2.تنظيم الأرصفة وتأثيراتها 17-20%
- 3.تنظيم عرض الشارع والجزرة الوسطية 8-32%
- 4.تنظيم نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه 5-20%
- 5.تنظيم أثاث الشارع 6-20%

أما مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع لكل العناصر بمؤشراتها من حيث عدد النقاط فكانت (47 نقطة) ومعدل النسبة المئوية للشارع لكل عناصر تنظيم مشهد الشارع فكانت (23 %)، وهذا يتعارض مع الحالة المثالية للشارع لكل العناصر وهي (210) نقاط.

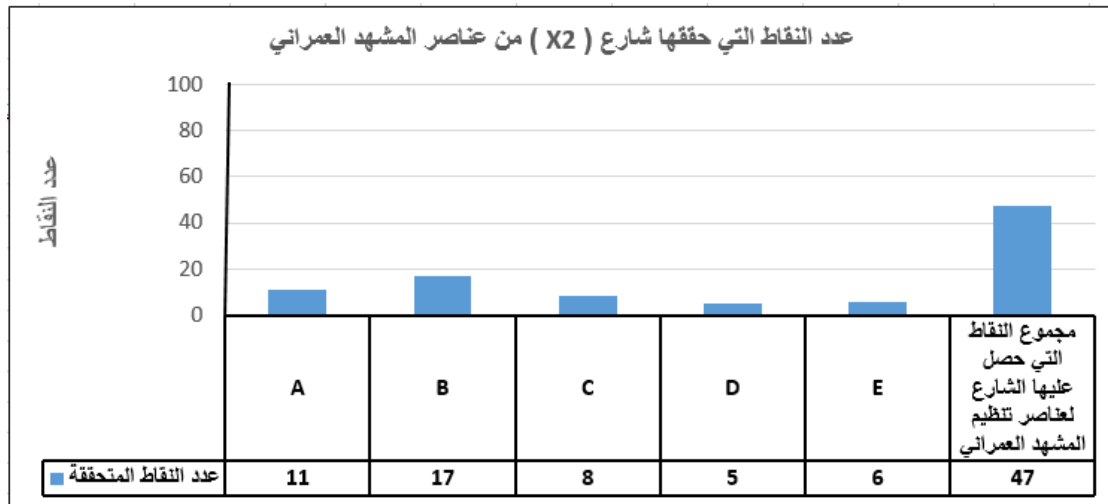
جدول رقم (3-3): يوضح عدد النقاط التي حصلت عليها مؤشرات عناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري من الاستبيان للمختصين لواقع الحال، لشارع المقام / الباحثة

عناصر تنظيم المشهد العمراني									المؤشرات
مجموع المؤشرات نقسمها على حاصل ضرب الحالة المثالية لكل مؤشر وهي (5) في عدد المؤشرات		المجموع/ 45/11 %24=	a6	a5	a4	a3	a2	a1	A (تسعة مؤشرات)
			1	2	1	1	1	2	عدد النقاط
						a9	a8	a7	A (تسعة مؤشرات)
						1	1	1	عدد النقاط
b9	b8	b7	b6	b5	b4	b3	b2	b1	B (سبعة عشر مؤشراً)
1	1	1	1	1	1	1	1	1	عدد النقاط
المجموع / 85	b17	b16	b15	b14	b13	b12	b11	b10	B (سبعة عشر مؤشراً)
%=85/17 20	1	1	1	1	1	1	1	1	عدد النقاط
			المجموع/ 25/8 %32 =	c5	c4	c3	c2	c1	C (خمسة مؤشرات)
				1	1	1	3	2	عدد النقاط
			المجموع / 25/5 %20=	d5	d4	d3	d2	d1	D (خمسة مؤشرات)
				1	1	1	1	1	عدد النقاط
		المجموع/ 30/6 %20=	e6	e5	e4	e3	e2	e1	E (ستة مؤشرات)
			1	1	1	1	1	1	عدد النقاط

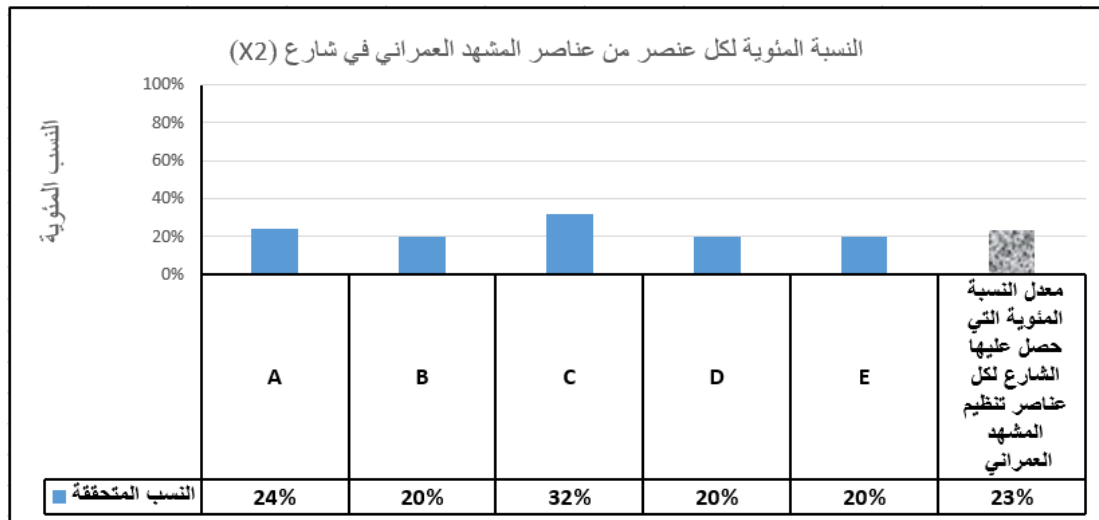
أما الجدول رقم (3-4) : فيوضح العدد الإجمالي للمؤشرات المرتبطة بعناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع وكانت (42)، وإجمالي الحالة المثالية التي من الممكن أن تصل إليها عدد نقاط الشارع لكل العناصر بمؤشراتها، وكانت (210) نقاط، فظهرت معدل النسبة المئوية للشارع لكل عناصره وبكل مؤشرات (23%)، كما موضح بالشكل رقم (3-29).

جدول رقم (3-4): يوضح مجموع عدد النقاط التي حصل عليها الشارع ومجموع المؤشرات.

العدد الإجمالي للمؤشرات	42 مؤشر
مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع من حيث عدد النقاط	47 نقطة
إجمالي الحالة المثالية للشارع التجاري	210 نقطة
معدل النسبة المئوية للشارع بكل عناصره وبكل مؤشرات	23 %



شكل رقم (3-28) يوضح تحليل استبيان للمختصين لشارع المقام من حيث عدد النقاط. (المصدر: الباحثة)



شكل رقم (3-29) يوضح تحليل استبيان للمختصين لشارع المقام من حيث النسبة المئوية. (المصدر: الباحثة)

يتضح من الأشكال أعلاه أن نتائج تحليل الاستبيان لشارع المقام للمختصين تظهر أن كل عناصر تنظيم مشهد الشارع المتمثلة بـ (واجهات المباني، أرصفة الشارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه، أثاث الشارع) للشارع المشار اليه ذات قيم ضعيفة وهذا يعني وجود تلوث بصري عالٍ.

3-2-3-4- تحليل نتائج الاستمارة الثانية للاستبيان (لغير المختصين) لشارع المقام:

النتائج أدناه المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة لغير المختصين ، إذ جاءت نتائج استمارة الاستبيان كالآتي:

أ- فيما يخص الاسئلة المتعلقة بمؤشرات الاحساس بالراحة البصرية في الشارع التجاري إذ قيس من خلال ثمانية أسئلة وكما يلي، كما موضح بالشكل رقم (3-30):

1. جاء السؤال الأول لقياس نسبة الشعور في الرؤية البصرية للمباني بالشارع التجاري ،أي بمعنى هل يمكننا رؤية المباني بوضوح ،وبدون تشويش في الرؤية ؟

كانت النسبة (60%)، للذين أجابوا بـ (لا)، أي عدم الشعور برؤية واضحة للمباني ،ونسبة الذين أجابوا بـ (نعم) كانت (10%)، للذين أيدوا الرؤية الواضحة للمباني ،ونسبة (الى حد ما) كانت (30%).

2. جاء السؤال الثاني لقياس نسبة عدم الشعور بالراحة عند المشي على الرصيف وكانت (90%) ،وهي نسبة عالية،اي بمعنى ان عينة الدراسة أيدت على أن هناك خللاً في الأرصفة ،أما نسبة الذين أجابوا بـ (نعم) ،(0%)، وهي نسبة معدومة، للذين أيدوا على الشعور بالراحة ،ونسبة الذين أجابوا بـ (الى حد ما) ،(10%).

3. جاء السؤال الثالث عن الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية فكانت النسبة،(70%) بعدم الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية ،أما نسبة الذين أجابوا بـ (نعم) فكانت (10%)،وهي نسبة قليلة ،ونسبة (الى حد ما)،كانت (20%).

4. جاء السؤال الرابع فيما يخص إيجاد مكان لوقوف السيارات عند الحاجة للوقوف في الشارع التجاري فكانت النسبة (80%)،الذين أيدوا الشعور بالقلق في البحث عن مكان لوقوف سياراتهم في الشارع ،ونسبة الذين أجابوا بـ (لا)،(20%)،وهي نسبة معدومة ،وجاء جوابهم هذا لعدم امتلاكهم سيارات،حسب قولهم ،فلا يشعرون بالقلق في هذه الحالة ،ونسبة (الى حد ما)،كانت (0%).

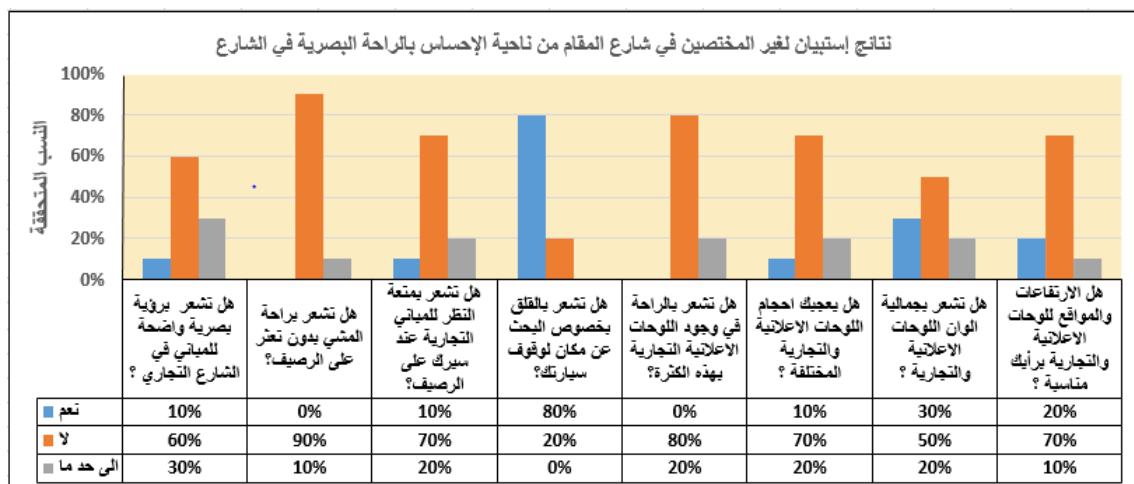
5. جاء السؤال الخامس فيما يخص كثرة اللوحات الإعلانية، فكانت النسبة (80%)، بعدم الشعور بالراحة في وجود اللوحات الإعلانية بكثرة، أما نسبة الذين أيدوا وجودها بكثرة فكانت (0%)، وهي نسبة معدومة، ونسبة (20%) (الى حد ما)، فكانت (20%).

6. جاء السؤال السادس فيما يخص أحجام اللوحات الإعلانية المتباينة بالحجم، فكانت نسبتها (70%)، للذين أجابوا بعدم الرضا بأحجام اللوحات، ونسبة الذين أيدوا الإعجاب بأحجامها كانت (10%)، وهي نسبة قليلة، ونسبة (20%) (الى حد ما)، كانت (20%).

7. جاء السؤال السابع فيما يخص جمالية ألوان اللوحات التجارية والإعلانية، فكانت نسبتها (50%)، للذين أجابوا بعدم الرضا عن ألوان اللوحات المذكورة، ونسبة الذين أجابوا بالرضا عن ألوان اللوحات (30%)، وهي نسبة قليلة، أما نسبة (20%) (الى حد ما)، فهي (20%).

8. أما السؤال الثامن فكان فيما يخص مواقع وإرتفاعات اللوحات الإعلانية، فكانت نسبة الذين أجابوا بأنها غير مناسبة (70%)، وهي نسبة كبيرة، ونسبة الذين أجابوا بأنها مناسبة (20%)، وهي نسبة قليلة، وكانت نسبة (10%) (الى حد ما)، (10%).

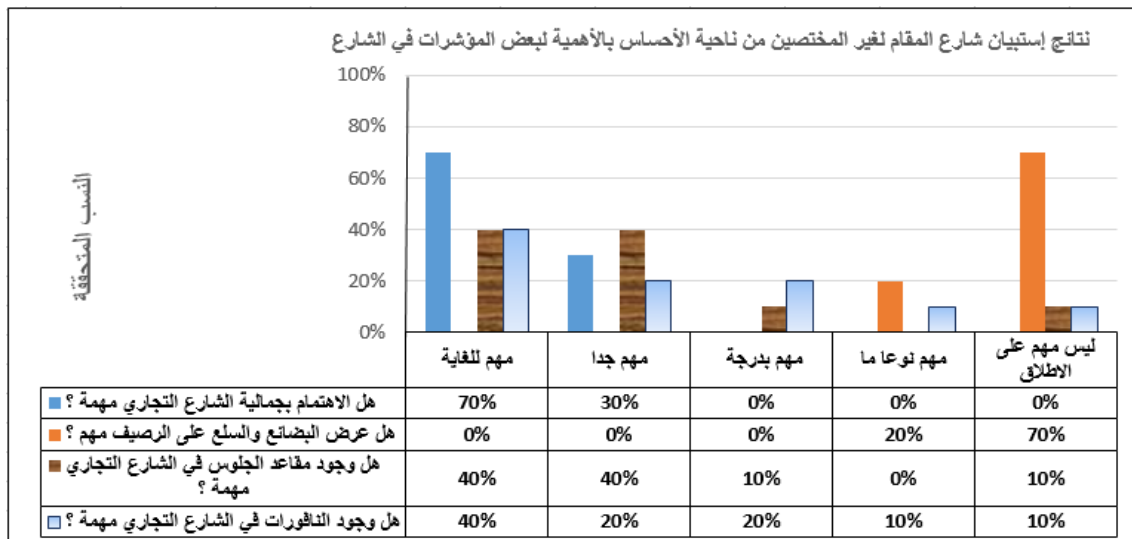
من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستعملين لشارع المقام كانت إجاباتهم بعدم وجود راحة بصرية فعلية خلال الشارع إضافة إلى أن أغلب المشاعر المتولدة خلال مرور المستعمل في مشهد الشارع الحالي تكون مشاعر سلبية من ناحية الراحة البصرية بسبب ضعف المعايير التصميمية في المشهد العمراني للشارع.



شكل رقم (30-3) يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع المقام. (المصدر: الباحثة)

أ فيما يخص الأسئلة المتعلقة بمؤشرات الإحساس بالأهمية في الشارع التجاري إذ قيست من خلال أربعة أسئلة وأدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارة الاستبيان الخاصة لغير المختصين، وكما موضح بالشكل (31-3):-

1. جاء السؤال الأول لقياس أهمية الاهتمام بجمالية الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة هي الأهمية جداً وكانت 50%، وحسب التسلسل تنازلياً، (وبنسبة 40%، للأهمية للغاية)، و10% لأهميتها بدرجة)، و0% لكل من الأهمية نوعاً ما، وليس مهماً على الإطلاق).
2. وجاء السؤال الثاني لقياس عرض البضائع والسلع على الرصيف، وقد أظهرت النتائج (بعدم الأهمية لعرض البضائع والسلع على الرصيف)، حسب آراء عينة الدراسة، (وبنسبة 60%)، (وبنسبة 40% للأهمية نوعاً ما).
3. جاء السؤال الثالث بأهمية وجود مقاعد الجلوس في الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة (لعدم الأهمية وبنسبة 50%)، تليها (نسبة 30%، للأهمية للغاية)، و20%، للأهمية جداً).
4. جاء السؤال الرابع بأهمية وجود النافورات في الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة (هي 40%، للأهمية جداً)، وحسب التسلسل التنازلي، (30% للأهمية نوعاً ما)، و20% للأهمية للغاية)، و10% للأهمية بدرجة)، و0% لعدم الاهتمام على الإطلاق.



شكل رقم (31-3) يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع المقام. (المصدر: الباحثة)

من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستعملين لشارع المقام كانت إجاباتهم بأن هناك أهمية للاهتمام بجمالية مشهد الشارع التجاري، كذلك كان هناك عدم رضا من المستعملين للشارع بعرض البضائع والسلع على الرصيف لكونه مخصص للمشاة والسابلة، بالإضافة إلى أهمية وجود مقاعد جلوس في الشارع التجاري لإستخدامها عند الضرورة، وأهمية وجود نافورات في الشارع التجاري لتلطيف الجو خلال مدة الصيف فضلاً عن جماليتها.

3-2-3-5- تحليل نتائج الاستمارة الأولى للاستبيان (للمختصين) (لشارع 40) :

يوضح الجدول رقم (3-5) أدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة بالمختصين ، إذ اختيرت مؤشرات لعناصر تنظيم البيئة العمرانية التي تم إستعمالها في البحث واستقصاء هذه المؤشرات بواقع الحال استناداً إلى معاييرها، وكانت النتائج كما موضح في الشكلين الآتيين (3-32) و(3-33) أدناه، إذ يوضح الشكل رقم (3-32) تحليل الاستبيان للمختصين من حيث عدد النقاط لكل عنصر من عناصر تنظيم مشهد الشارع وحسب مؤشراتنا ، مع مجموع عدد النقاط التي حصل عليها الشارع لكل المؤشرات. أما الشكل رقم (3-33) فيبين تحليل الاستبيان من حيث النسبة المئوية لكل عنصر من عناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع وحسب مؤشراتنا، مع مجموع النسبة المئوية لأداء الشارع بكل عناصره وبكل مؤشراتنا.

إذ تمثل قيم العناصر أدناه (7،5،13،18،12) عدد نقاط مؤشرات الشارع التي حصل عليها من الاستقصاء لواقع الحال أما قيم العناصر المتمثلة بـ (23،20،52،21،27%) فهي النسبة المئوية التي حصل عليها كل عنصر من عناصر تنظيم مشهد الشارع كآلاتي، وكما موضح في الشكلين رقم (3-32) ورقم (3-33):

- 1.تنظيم واجهات المباني في المشهد العمراني التجاري 12-27%
- 2.تنظيم الأرصفة وتأثيرها 18-21%
- 3.تنظيم عرض الشارع والجزرة الوسطية 13-52%
- 4.تنظيم نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية إليه 5-20%
- 5.تنظيم أثاث الشارع 7-23%

أما مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع لكل العناصر بمؤشراتنا من حيث عدد النقاط فكانت (55) ومعدل النسبة المئوية للشارع لكل عناصر تنظيم المشهد فكانت (29%)، وهذا يتعارض مع الحالة المثالية للشارع لكل العناصر وهي (210) نقاط.

جدول رقم (3-5): يوضح عدد النقاط التي حصلت عليها مؤشرات عناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري من الاستبيان للمختصين لواقع الحال، لشارع 40 بثلاثة مقاطع/الباحثة

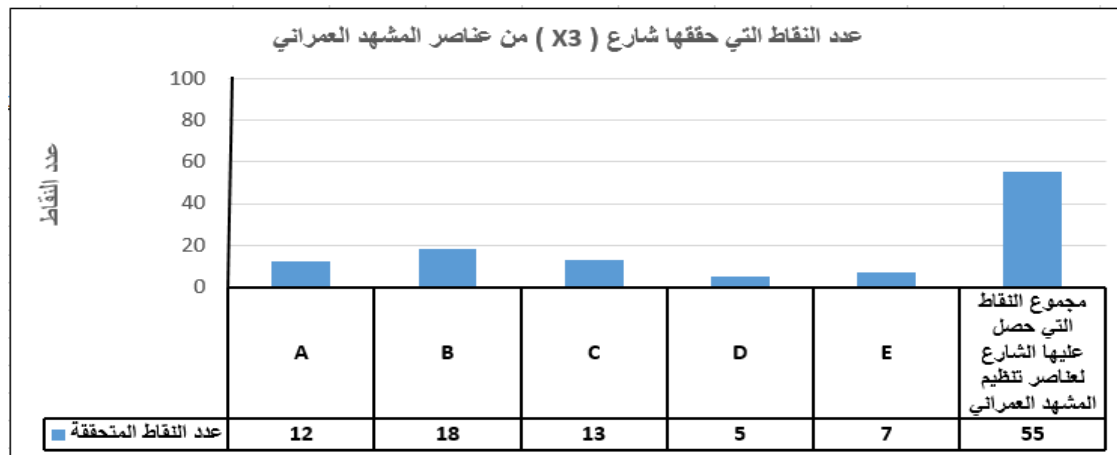
عناصر تنظيم المشهد العمراني										المؤشرات شارع 40 بثلاث مقاطع									
عدد النقاط		A (تسعة مؤشرات)		a1	a2	a3	a4	a5	a6	المجموع		مجموع المؤشرات نقسمها على حاصل ضرب الحالة المثالية لكل مؤشر وهي (5) في عدد المؤشرات							
		المقطع A		2	2	1	1	1	1	1	11	27% لكل مقطع							
		المقطع B		2	2	1	1	1	1	1	11								
		المقطع C		3	2	2	1	1	1	1	14								
عدد النقاط		A (تسعة مؤشرات)		a7	a8	a9	←												
		المقطع A		1	1	1													
		المقطع B		1	1	1													
		المقطع C		2	1	1													
عدد النقاط		B (سبعة عشر مؤشراً)		b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9							
		المقطع A		1	2	1	1	1	1	1	1	1							
		المقطع B		1	2	1	1	1	1	1	1	1							
		المقطع C		1	2	1	1	1	1	1	1	1							
عدد النقاط		B (سبعة عشر مؤشراً)		b10	b11	b12	b13	b14	b15	b16	b17	المجموع / 85							
		المقطع A		1	1	1	1	1	1	1	1	1							
		المقطع B		1	1	1	1	1	1	1	1	1							
		المقطع C		1	1	1	1	1	1	1	1	1							
عدد النقاط		المقطع A		1	1	1	1	1	1	1	1	21% لكل مقطع							
		المقطع B		1	1	1	1	1	1	1	1								
		المقطع C		1	1	1	1	1	1	1	1								

	المجموع / %52= 25/13		c5	c4	c3	c2	c1	C (خمسة مؤشرات)	
	13 نقطة لكل مقطع		2	3	3	3	2	المقطع A	عدد النقاط
			2	3	3	3	2	المقطع B	
			2	3	3	3	2	المقطع C	
			d5	d4	d3	d2	d1	D (خمسة مؤشرات)	
	المجموع / %20=25/5 لكل مقطع 5 نقاط لكل مقطع		1	1	1	1	1	المقطع A	عدد النقاط
1			1	1	1	1	المقطع B		
1			1	1	1	1	المقطع C		
		e6	e5	e4	e3	e2	e1	E (ستة مؤشرات)	
المجموع / %23= 30/7 لكل مقطع	7 نقاط لكل مقطع		1	1	1	2	1	المقطع A	عدد النقاط
			1	1	1	2	1	المقطع B	
			1	1	1	2	1	المقطع C	

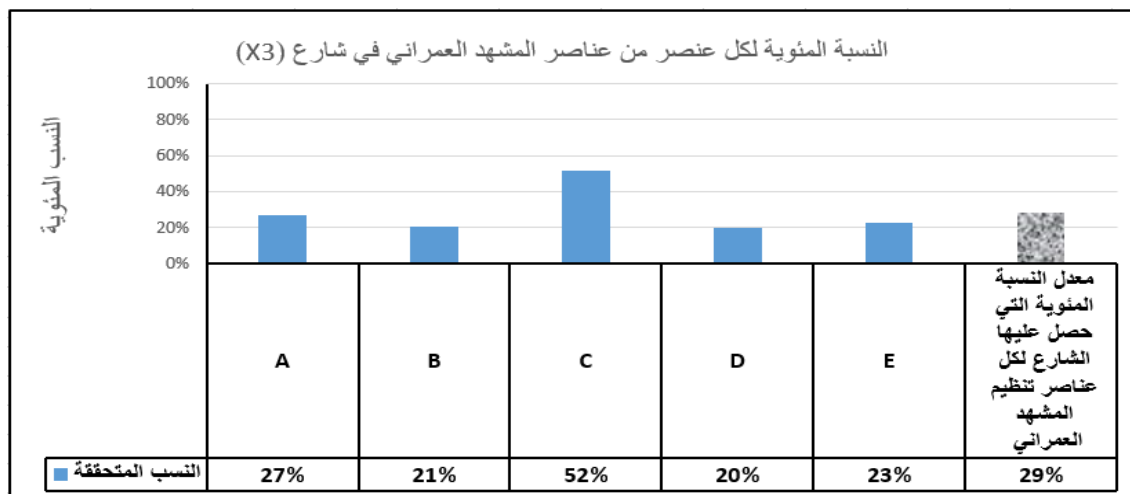
أما الجدول رقم (3-6): فيوضح العدد الإجمالي للمؤشرات المرتبطة بعناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع وكانت (42) مؤشراً، وإجمالي الحالة المثالية التي من الممكن أن تصل إليها عدد نقاط الشارع لكل العناصر بمؤشراتها ، كانت (210) نقاط ، فظهرت معدل النسبة المئوية للشارع لكل عناصر تنظيم المشهد وبكل مؤشرات (27%)، كما موضح بالشكل رقم (3-33).

جدول رقم (3-6): يوضح مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع ومجموع المؤشرات

العدد الاجمالي للمؤشرات		42 مؤشر
مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع من حيث عدد النقاط لثلاثة مقاطع		المقطع A /
		المقطع B /
		المقطع C /
إجمالي الحالة المثالية للشارع التجاري		210 نقطة
معدل النسبة المئوية للشارع بكل عناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع		27%



شكل رقم (32-3) يوضح نتائج استبيان للمختصين لشارع 40 من حيث عدد النقاط. (المصدر: الباحثة)



شكل رقم (33-3) يوضح نتائج استبيان للمختصين لشارع 40 من حيث النسبة المئوية. (المصدر: الباحثة)

يتضح من الأشكال أعلاه إن نتائج تحليل الاستبيان لشارع 40 لثلاثة مقاطع للمختصين تظهر أن كل عناصر تنظيم مشهد الشارع المتمثلة بـ (واجهات المباني، أرصفة الشارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية إليه، أثاث الشارع) للشارع المشار إليه ذات قيم ضعيفة وهذا يعني وجود تلوث بصري عالي.

3-2-3-6- تحليل نتائج الاستمارة الثانية للاستبيان (لغير المختصين) (شارع 40 المقطع

(A):

أدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة بغير المختصين، إذ جاءت نتائج استمارة الاستبيان كالآتي:

أ- فيما يخص الاسئلة المتعلقة بمؤشرات الاحساس بالراحة البصرية في الشارع التجاري إذ قيست من خلال ثمانية أسئلة وكما يلي، كما موضح بالشكل رقم (3-34):

1. جاء السؤال الأول لقياس نسبة الشعور بالرؤية البصرية للمباني بالشارع التجاري، أي بمعنى هل يمكننا رؤية المباني بوضوح، وبدون تشويش بالرؤية؟

كانت النسبة (60%)، للذين أجابوا بـ (لا)، أي عدم الشعور برؤية واضحة للمباني، ونسبة الذين أجابوا بـ (نعم) كانت (10%)، للذين أيدوا الرؤية الواضحة للمباني، ونسبة (30%) كانت (الى حد ما).

2. جاء السؤال الثاني لقياس نسبة عدم الشعور بالراحة عند المشي على الرصيف وكانت (80%)، وهي نسبة عالية، أي بمعنى ان عينة الدراسة أيدت على أن هناك خللاً في الأرصفة، أما نسبة الذين أجابوا بـ (نعم)، (10%)، وهي نسبة قليلة، للذين أيدوا على الشعور بالراحة، ونسبة الذين أجابوا بـ (الى حد ما) (10%).

3. جاء السؤال الثالث عن الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية فكانت النسبة، (60%) بعدم الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية، أما نسبة الذين أجابوا بـ (نعم) فكانت (10%)، وهي نسبة قليلة، ونسبة (الى حد ما)، كانت (30%).

4. جاء السؤال الرابع فيما يخص إيجاد مكان لوقوف السيارات عند الحاجة للوقوف في الشارع التجاري فكانت النسبة (90%)، الذين أيدوا الشعور بالقلق في البحث عن مكان لوقوف سياراتهم في الشارع، ونسبة الذين أجابوا بـ (لا)، (0%)، وهي نسبة معدومة، وجاء جوابهم هذا لعدم امتلاكهم سيارات، حسب قولهم، فلا يشعرون بالقلق في هذه الحالة، ونسبة (الى حد ما) كانت (10%).

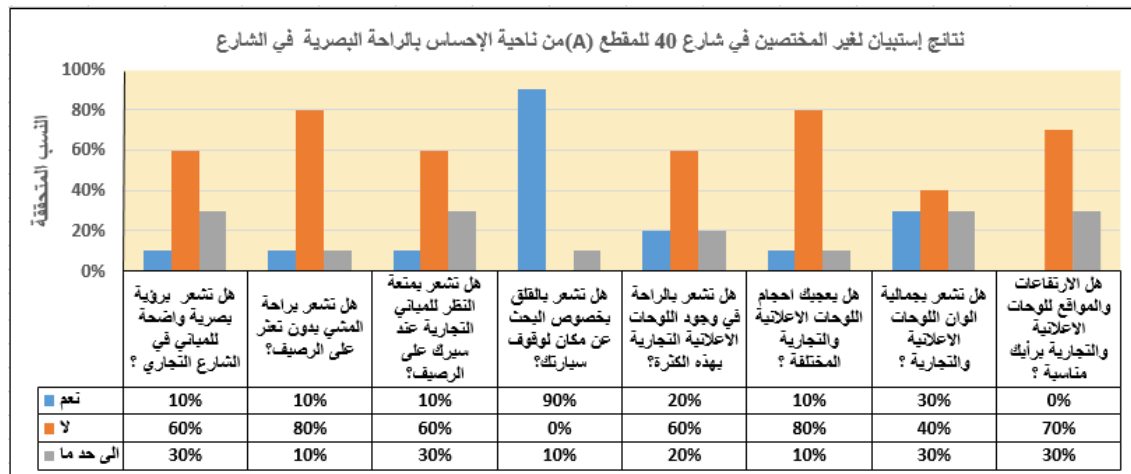
5. جاء السؤال الخامس فيما يخص كثرة اللوحات الإعلانية، فكانت النسبة (60%)، بعدم الشعور بالراحة في وجود اللوحات الإعلانية بكثرة، أما نسبة الذين أيدوا وجودها بكثرة فكانت (20%)، وهي نسبة معدومة، ونسبة (الى حد ما)، فكانت (20%).

6. جاء السؤال السادس فيما يخص أحجام اللوحات الإعلانية المتباينة بالحجم، فكانت نسبتها (80%)، للذين أجابوا بعدم الرضا بأحجام اللوحات، ونسبة الذين أيدوا الإعجاب بأحجامها كانت (10%)، وهي نسبة معدومة، ونسبة (الى حد ما)، كانت (10%).

7. جاء السؤال السابع فيما يخص جمالية ألوان اللوحات التجارية والإعلانية، فكانت نسبتها (40%)، وهي نسبة كبيرة، للذين أجابوا بعدم الرضا على ألوان اللوحات المذكورة، ونسبة الذين أجابوا بالرضا عن ألوان اللوحات (30%)، وهي نسبة قليلة، أما نسبة (الى حد ما)، فهي (30%).

8. أما السؤال الثامن فكان فيما يخص مواقع وإرتفاعات اللوحات الإعلانية، فكانت نسبة الذين أجابوا بأنها غير مناسبة (70%)، وهي نسبة كبيرة، ونسبة الذين أجابوا بأنها مناسبة (0%)، وهي نسبة معدومة، وكانت نسبة (الى حد ما)، (30%).

من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستخدمين لشارع 40 (للمقطع A) كانت إجاباتهم بعدم وجود راحة بصرية فعلية خلال الشارع اضافة الى ان اغلب المشاعر المتولدة خلال مرور المستخدم في مشهد الشارع الحالي تكون مشاعر سلبية من ناحية الراحة البصرية بسبب ضعف المعايير التصميمية في المشهد العمراني للشارع.



شكل رقم (3-34) يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع 40 (المقطع A). (المصدر: الباحثة)

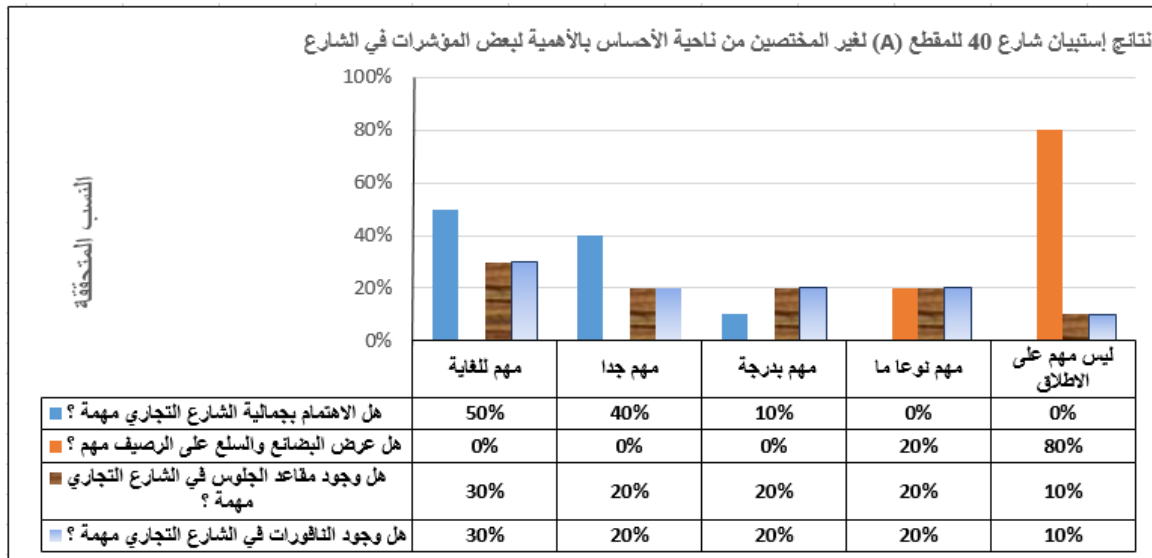
ب- فيما يخص الأسئلة المتعلقة بمؤشرات الأحساس بالأهمية في الشارع التجاري إذ قيست من خلال أربعة أسئلة وأدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة لغير المختصين، وكما موضح في الشكل (3-35):

1. جاء السؤال الاول لقياس أهمية الاهتمام بجمالية الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة هي الأهمية جدا وكانت 50%، وحسب التسلسل تنازلياً، (وبنسبة 40%، للأهمية للغاية)، (و10% لأهميتها بدرجة)، (و0% لكل من الأهمية نوعاً ما، وليس مهماً على الإطلاق).

2. وجاء السؤال الثاني لقياس عرض البضائع والسلع على الرصيف، وقد أظهرت النتائج (بعدم الأهمية لعرض البضائع والسلع على الرصيف)، حسب آراء عينة الدراسة، (وبنسبة 60%)، (وبنسبة 40% للأهمية نوعاً ما).

3. جاء السؤال الثالث بأهمية وجود مقاعد الجلوس في الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة (لعدم الأهمية وبنسبة 50%)، تليها (نسبة 30%، للأهمية للغاية)، (و 20%، للأهمية جداً).

4. جاء السؤال الرابع بأهمية وجود النافورات في الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة (هي 40%، للأهمية جداً)، وحسب التسلسل التنازلي، (30% للأهمية نوعاً ما)، (و 20% للأهمية للغاية)، (و 10% للأهمية بدرجة)، (و 0% لعدم الإهتمام على الإطلاق).



شكل رقم (3-35) يوضح نتائج الإستبيان لغير المختصين في شارع 40 (المقطع A). (المصدر: الباحثة)

من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستخدمين لشارع 40 (المقطع A) كانت إجاباتهم بأن هناك أهمية للإهتمام بجمالية مشهد الشارع التجاري، كذلك كان هناك عدم رضا من المستخدمين للشارع بعرض البضائع والسلع على الرصيف لكونه مخصص للمشاة والسابلة، بالإضافة الى أهمية وجود مقاعد جلوس في الشارع التجاري لإستخدامها عند الضرورة، وأهمية وجود نافورات في الشارع التجاري لتلطيف الجو خلال فترة الصيف فضلاً عن جماليتها.

3-2-3-7- تحليل نتائج الاستثمار الثانية للاستبيان (لغير المختصين) (لشارع 40

للمقطع B):

أدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة بغير المختصين، حيث جاءت نتائج استمارة الاستبيان كالآتي:

أ- فيما يخص الاسئلة المتعلقة بمؤشرات الاحساس بالراحة البصرية في الشارع التجاري إذ قيست من خلال ثمانية أسئلة وكما يلي ،كما موضح بالشكل رقم (3-36):

1. جاء السؤال الأول لقياس نسبة الشعور بالرؤية البصرية للمباني بالشارع التجاري ،أي بمعنى هل يمكننا رؤية المباني بوضوح ،وبدون تشويش في الرؤية ؟

كانت النسبة (50%)، للذين أجابوا بـ (لا)، أي عدم الشعور برؤية واضحة للمباني ،ونسبة الذين أجابوا بـ (نعم) كانت (20%)، للذين أيدوا الرؤية الواضحة للمباني ،ونسبة (الى حد ما) كانت (30%).

2. جاء السؤال الثاني لقياس نسبة عدم الشعور بالراحة عند المشي على الرصيف وكانت (80%) ،وهي نسبة عالية، اي بمعنى ان عينة الدراسة أيدت على إن هناك خلل في الأرصفة ،أما نسبة الذين أجابوا بـ (نعم) ،(20%)، وهي نسبة قليلة ، للذين أيدوا على الشعور بالراحة ،ونسبة الذين أجابوا بـ (الى حد ما)،(0%).

3. السؤال الثالث كان عن الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية فكانت النسبة،(70%) بعدم الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية ،أما نسبة الذين أجابوا بـ (نعم) فكانت (20%)، وهي نسبة قليلة ،ونسبة (الى حد ما)،كانت (10%).

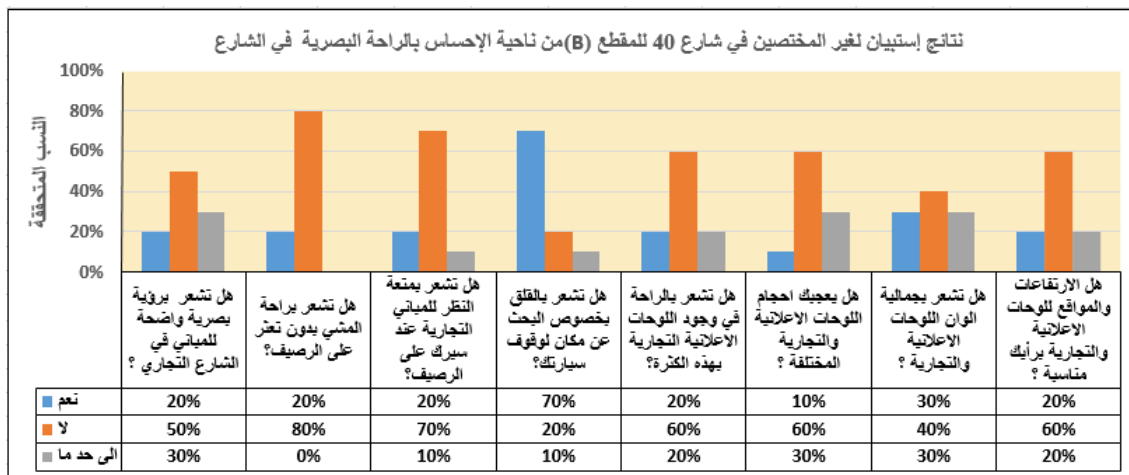
4. جاء السؤال الرابع فيما يخص إيجاد مكان لوقوف السيارات عند الحاجة للوقوف في الشارع التجاري فكانت النسبة (70%)، الذين أيدوا الشعور بالقلق في البحث عن مكان لوقوف سياراتهم في الشارع ،ونسبة الذين أجابوا بـ (لا)،(20%)، وهي نسبة قليلة، وجاء جوابهم هذا لعدم امتلاكهم سيارات، حسب قولهم ،فلا يشعرون بالقلق في هذه الحالة ،ونسبة (الى حد ما)،كانت (10%).

5. جاء السؤال الخامس فيما يخص كثرة اللوحات الإعلانية ،فكانت النسبة (60%)، بعدم الشعور بالراحة في وجود اللوحات الإعلانية بكثرة ،أما نسبة الذين أيدوا وجودها بكثرة فكانت (20%)، وهي نسبة قليلة ،ونسبة (الى حد ما)، فكانت (20%).

6. جاء السؤال السادس فيما يخص أحجام اللوحات الإعلانية المتباينة بالحجم، فكانت نسبتها (60%)، للذين اجابوا بعدم الرضا بأحجام اللوحات ،ونسبة الذين أيدوا الإعجاب بأحجامها كانت (10%)، وهي نسبة معدومة، ونسبة (الى حد ما)، كانت (30%).

7. جاء السؤال السابع فيما يخص جمالية ألوان اللوحات التجارية والإعلانية، فكانت نسبتها (40%)، وهي نسبة كبيرة، للذين أجابوا بعدم الرضا على ألوان اللوحات المذكورة، ونسبة الذين أجابوا بالرضا عن ألوان اللوحات (30%)، وهي نسبة قليلة، أما نسبة (الي حد ما)، فهي (30%).

8. أما السؤال الثامن فكان فيما يخص مواقع وإرتفاعات اللوحات الإعلانية، فكانت نسبة الذين أجابوا بأنها غير مناسبة (60%)، وهي نسبة كبيرة، ونسبة الذين أجابوا بأنها مناسبة (20%)، وهي نسبة قليلة، وكانت نسبة (الي حد ما)، (20%).



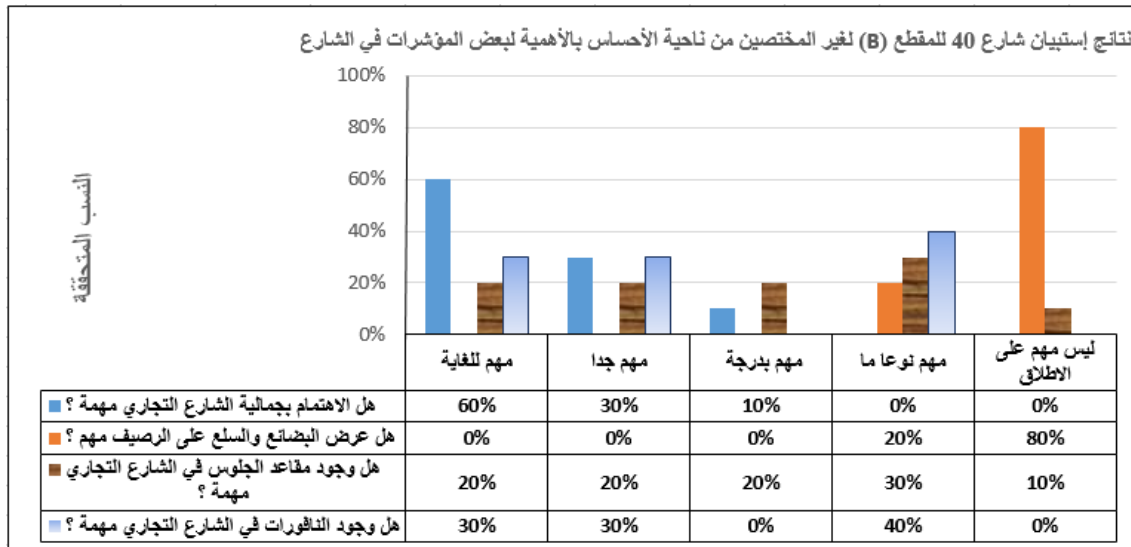
شكل رقم (3-36) يوضح نتائج الإستبيان لغير المختصين في شارع 40 المقطع B. (المصدر: الباحثة)

من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستخدمين لشارع 40 (للمقطع B) كانت إجاباتهم بعدم وجود راحة بصرية فعلية خلال الشارع إضافة الى أن أغلب المشاعر المتولدة خلال مرور المستخدم في مشهد الشارع الحالي تكون مشاعر سلبية من ناحية الراحة البصرية بسبب ضعف المعايير التصميمية في المشهد العمراني للشارع.

أ- فيما يخص الأسئلة المتعلقة بمؤشرات الأحساس بالأهمية في الشارع التجاري إذ قيست من خلال أربعة أسئلة وأدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة لغير المختصين، وكما موضح في الشكل (3-37):

1. جاء السؤال الاول لقياس أهمية الاهتمام بجمالية الشارع التجاري، وقد اظهرت النتائج اعلى نسبة هي الأهمية للغاية وكانت 60%، وحسب التسلسل تنازلياً، (وبنسبة 30%)، للأهمية جداً، (و10% لأهميتها بدرجة)، (و0% لكل من الأهمية نوعاً ما، وليس مهماً على الإطلاق).

2. وجاء السؤال الثاني لقياس عرض البضائع والسلع على الرصيف ،وقد أظهرت النتائج (بعدم الاهمية لعرض البضائع والسلع على الرصيف)،حسب آراء عينة الدراسة ، (وبنسبة 80%)، (وبنسبة 20% للأهمية نوعاً ما)، (وبنسبة 0%، لكل من، الأهمية للغاية والأهمية جداً والأهمية بدرجة) .
3. جاء السؤال الثالث بأهمية وجود مقاعد الجلوس في الشارع التجاري،وقد أظهرت النتائج (نسبة 30%،للأهمية نوعاً ما)،و(بنسبة 20%، لكل من الأهمية للغاية، والأهمية جداً، والأهمية بدرجة)، وكانت اقل (نسبة 10%، لعدم الأهمية على الاطلاق) .
4. جاء السؤال الرابع بأهمية وجود النافورات في الشارع التجاري،وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة (هي 40%،للأهمية نوعاً ما)، وحسب التسلسل التنازلي، (30%، لكل من الأهمية للغاية، والأهمية جداً)، وكانت أقل (نسبة 0% ، لكل من الأهمية بدرجة وليس مهماً على الاطلاق) .



شكل رقم (37-3) يوضح نتائج استبيان لغير المختصين في شارع 40 / المقطع B. (المصدر: الباحثة)

من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستخدمين لشارع 40 (المقطع B) كانت إجاباتهم بأن هناك أهمية للاهتمام بجمالية مشهد الشارع التجاري، كذلك كان هناك عدم رضا من المستخدمين للشارع بعرض البضائع والسلع على الرصيف لكونه مخصص للمشاة والسابلة، بالإضافة الى أهمية وجود مقاعد جلوس في الشارع التجاري لإستخدامها عند الضرورة، وأهمية وجود نافورات في الشارع التجاري لتلطيف الجو خلال فترة الصيف فضلاً عن جماليتها.

3-2-3-8- تحليل نتائج الاستثمار الثانية للاستبيان (لغير المختصين) (شارع 40 المقطع

((C)) :

النتائج المرتبطة بتحليل استثمارات الاستبيان الخاصة لغير المختصين ،حيث جاءت نتائج استثمار الاستبيان كالآتي:

أ- فيما يخص الأسئلة المتعلقة بمؤشرات الأحساس بالراحة البصرية في الشارع التجاري إذ قيست من خلال ثمانية أسئلة وكما يلي، كما موضح بالشكل (38-3):

1. جاء السؤال الأول لقياس نسبة الشعور بالرؤية البصرية للمباني بالشارع التجاري ،أي بمعنى هل يمكننا رؤية المباني بوضوح ،وبدون تشويش في الرؤية ؟

كانت النسبة (50%)، للذين أجابوا بـ (لا)، أي عدم الشعور برؤية واضحة للمباني ،ونسبة الذين أجابوا بـ (نعم) كانت (10%)، للذين أيدوا الرؤية الواضحة للمباني ،ونسبة (40%) كانت (إلى حد ما).

2. جاء السؤال الثاني لقياس نسبة عدم الشعور بالراحة عند المشي على الرصيف وكانت (80%) ،وهي نسبة عالية، أي بمعنى ان عينة الدراسة أيدت على أن هناك خللاً في الأرصفة ،أما نسبة الذين أجابوا بـ (نعم) ،(10%)، وهي نسبة قليلة ، للذين أيدوا على الشعور بالراحة، ونسبة الذين أجابوا بـ (إلى حد ما) ،(10%).

3. جاء السؤال الثالث عن الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية فكانت النسبة، (80%) بعدم الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية ،أما نسبة الذين أجابوا بـ (نعم) فكانت (0%)، وهي نسبة معدومة ،ونسبة (إلى حد ما)، كانت (20%).

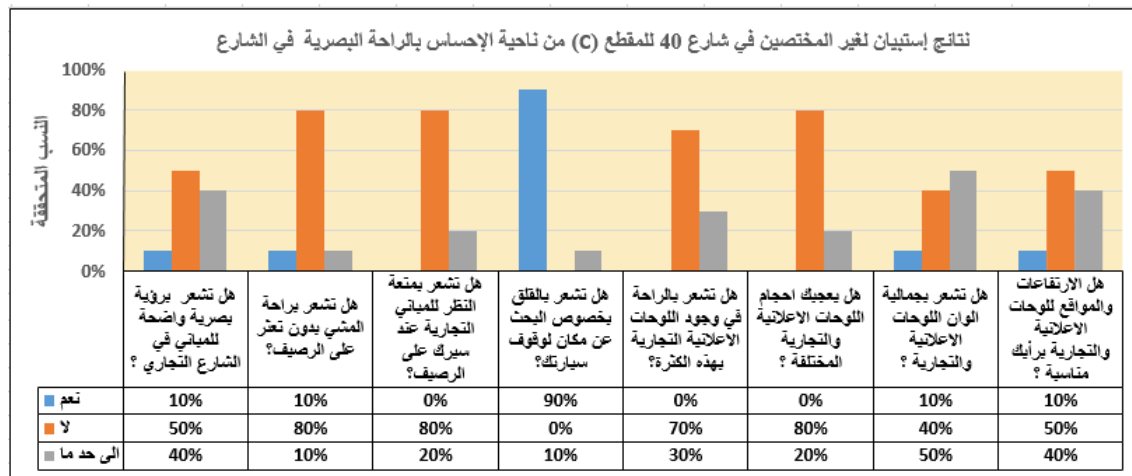
4. جاء السؤال الرابع فيما يخص إيجاد مكان لوقوف السيارات عند الحاجة للوقوف في الشارع التجاري فكانت النسبة (90%)، الذين أيدوا الشعور بالقلق في البحث عن مكان لوقوف سياراتهم في الشارع ،ونسبة الذين أجابوا بـ (لا)، (0%)، وهي نسبة معدومة ،وجاء جوابهم هذا لعدم امتلاكهم سيارات، حسب قولهم ،فلا يشعرون بالقلق في هذه الحالة ،ونسبة (إلى حد ما) ،كانت (10%).

5. جاء السؤال الخامس فيما يخص كثرة اللوحات الإعلانية ،فكانت النسبة (70%) ،بعدم الشعور بالراحة في وجود اللوحات الإعلانية بكثرة ،أما نسبة الذين أيدوا وجودها بكثرة فكانت (0%) ، وهي نسبة معدومة ،ونسبة (إلى حد ما)، فكانت (30%).

6. جاء السؤال السادس فيما يخص أحجام اللوحات الإعلانية المتباينة بالحجم ،فكانت نسبتها (80%)، للذين أجابوا بعدم الرضا بأحجام اللوحات ،ونسبة الذين أيدوا الإعجاب بأحجامها كانت (0%) ، وهي نسبة معدومة ، ونسبة (إلى حد ما)، كانت (20%).

7. جاء السؤال السابع فيما يخص جمالية ألوان اللوحات التجارية والإعلانية، فكانت نسبتها (40%)، وهي نسبة كبيرة، للذين أجابوا بعدم الرضا على ألوان اللوحات المذكورة، ونسبة الذين أجابوا بالرضا عن ألوان اللوحات (10%)، وهي نسبة قليلة، أما نسبة (الى حد ما)، فهي (50%).

8. أما السؤال الثامن فكان فيما يخص مواقع وإرتفاعات اللوحات الإعلانية، فكانت نسبة الذين أجابوا بأنها غير مناسبة (50%)، وهي نسبة كبيرة، ونسبة الذين أجابوا بأنها مناسبة (10%)، وهي نسبة قليلة، وكانت نسبة (الى حد ما)، (40%).



شكل رقم (38-3) يوضح نتائج الاستبيان لغير المختصين في شارع 40 (المقطع C). (المصدر: الباحثة)

من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستخدمين لشارع 40 (المقطع C) كانت إجاباتهم بأن هناك أهمية للإهتمام بجمالية مشهد الشارع التجاري، كذلك كان هناك عدم رضا من المستخدمين للشارع بعرض البضائع والسلع على الرصيف لكونه مخصص للمشاة والسابلة، بالإضافة الى أهمية وجود مقاعد جلوس في الشارع التجاري لإستخدامها عند الضرورة، وأهمية وجود نافورات في الشارع التجاري لتلطيف الجو خلال فترة الصيف فضلاً عن جماليتها.

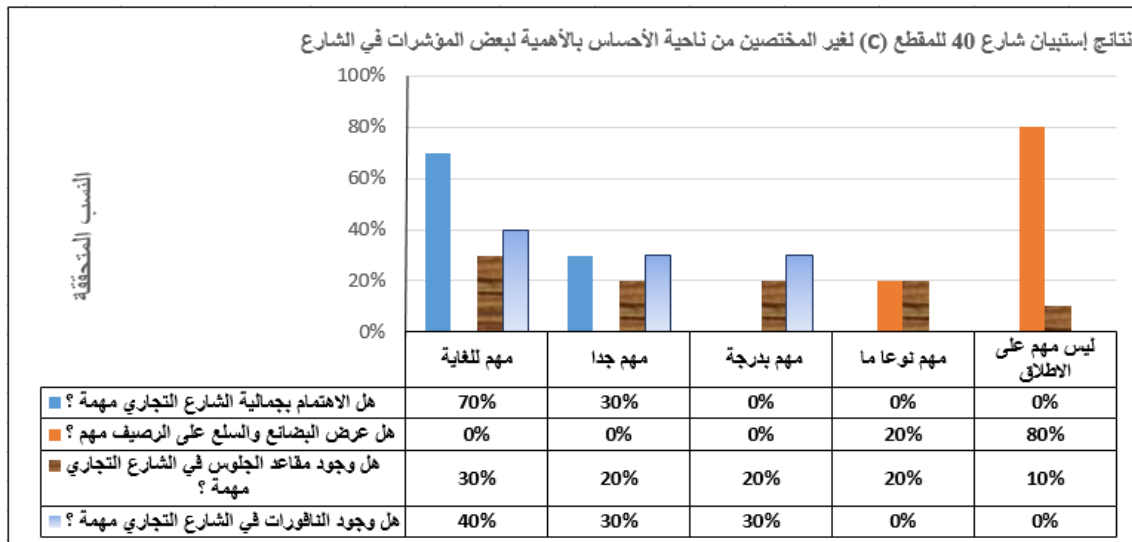
ب- فيما يخص الأسئلة المتعلقة بمؤشرات الأحساس بالأهمية في الشارع التجاري إذ قيست من خلال أربعة أسئلة وأدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة لغير المختصين، وكما موضح في الشكل (39-3):

1. جاء السؤال الاول لقياس أهمية الاهتمام بجمالية الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج اعلى نسبة هي الأهمية جدا وكانت 50%، وحسب التسلسل تنازلياً، (وبنسبة 40%، للأهمية للغاية)، (و10% لأهميتها بدرجة)، (و0% لكل من الأهمية نوعاً ما، وليس مهماً على الإطلاق).

2. وجاء السؤال الثاني لقياس عرض البضائع والسلع على الرصيف ،وقد أظهرت النتائج (بعدم الأهمية لعرض البضائع والسلع على الرصيف) ،حسب آراء عينة الدراسة، (وبنسبة 60%)، (وبنسبة 40% للأهمية نوعاً ما).

3. جاء السؤال الثالث بأهمية وجود مقاعد الجلوس في الشارع التجاري ،وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة (لعدم الأهمية وبنسبة 50%)،تليها (نسبة 30%،للأهمية للغاية)، (و 20%،للأهمية جداً) .

4. جاء السؤال الرابع بأهمية وجود النافورات في الشارع التجاري،وقد اظهرت النتائج اعلى نسبة (هي 40%،للأهمية جداً)، وحسب التسلسل التنازلي، (30% للأهمية نوعاً ما)،(و20% للأهمية للغاية)،(و10% للأهمية بدرجة)،(و 0% لعدم الإهتمام على الإطلاق).



شكل رقم (3-39) يوضح نتائج الإستبيان لغير المختصين في شارع 40/ المقطع C. (المصدر: الباحثة)

من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستخدمين لشارع 40 (المقطع B) كانت إجاباتهم بأن هناك أهمية للإهتمام بجمالية مشهد الشارع التجاري، كذلك كان هناك عدم رضا من المستخدمين للشارع بعرض البضائع والسلع على الرصيف لكونه مخصص للمشاة والسابلة،بالإضافة الى أهمية وجود مقاعد جلوس في الشارع التجاري لإستخدامها عند الضرورة، وأهمية وجود نافورات في الشارع التجاري لتلطيف الجو خلال فترة الصيف فضلاً عن جماليتها.

3-2-3-9- تحليل نتائج الاستمارة الأولى للاستبيان (للمختصين) (لشارع الجمعية) :

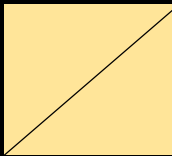
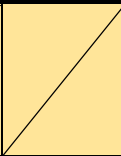
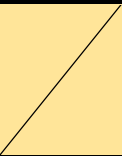
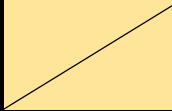
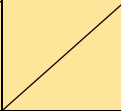
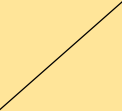
يوضح الجدول رقم (3-7) أدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارات استبيان الخاصة بالمختصين، إذ اختيرت مؤشرات لعناصر تنظيم البيئة العمرانية التي استعملت في البحث واستقصاء هذه المؤشرات بواقع الحال استناداً الى معاييرها، وكانت النتائج كما موضح في الشكلين التاليين (3-40) و(3-41) أدناه، حيث يوضح الشكل رقم (3-40) تحليل الاستبيان للمختصين من حيث عدد النقاط لكل عنصر تنظيم للمشهد العمراني للشارع وحسب مؤشراتها، مع مجموع عدد النقاط التي حصل عليها الشارع لكل المؤشرات. أما الشكل رقم (3-41) فيبين تحليل الاستبيان من حيث النسبة المئوية لكل عنصر من عناصر تنظيم المشهد للشارع وحسب مؤشراتها، مع مجموع النسبة المئوية لأداء الشارع بكل عناصره وبكل مؤشراتاته.

إذ تمثل قيم العناصر أدناه (9،5،12،19،13) عدد نقاط مؤشرات الشارع التي حصل عليها من الاستقصاء لواقع الحال أما قيم العناصر المتمثلة بـ (30%، 20%، 48%، 22%، 29%) فهي النسبة المئوية التي حصل عليها كل عنصر من عناصر تنظيم مشهد الشارع كالاتي وكما موضح في الشكلين رقم (3-40) ورقم (3-41):

- 1.تنظيم واجهات المباني في المشهد العمراني التجاري 13-29%
- 2.تنظيم الارصفة وتأثيرها 19-22%
- 3.تنظيم عرض الشارع والجزرة الوسطية 12-48%
- 4.تنظيم نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه 5-20%
- 5.تنظيم أثاث الشارع 9-30%

اما مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع لكل العناصر بمؤشراتها من حيث عدد النقاط كانت (58 نقطة) ومعدل النسبة المئوية للشارع لكل عناصر تنظيم مشهد الشارع فكانت (30%)، وهذا يتعارض مع الحالة المثالية للشارع لكل العناصر وهي (210) نقطة.

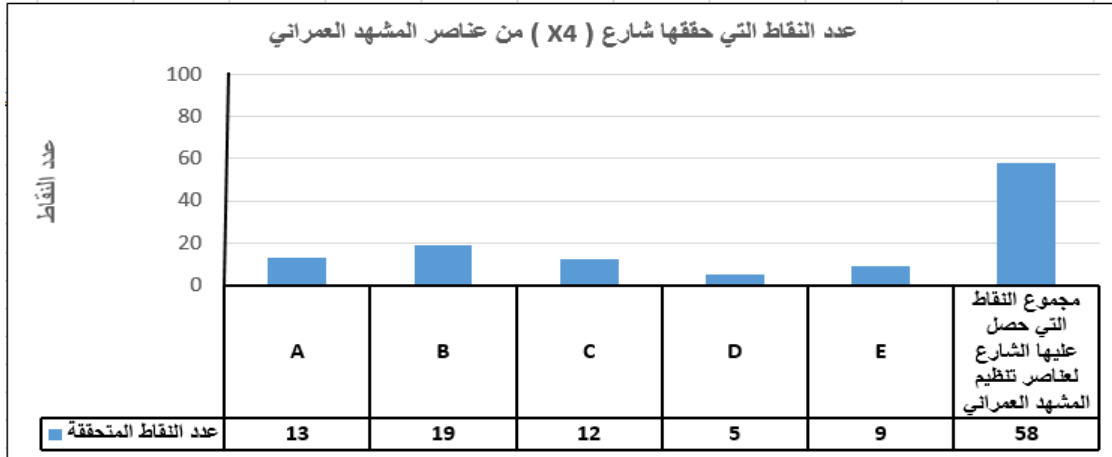
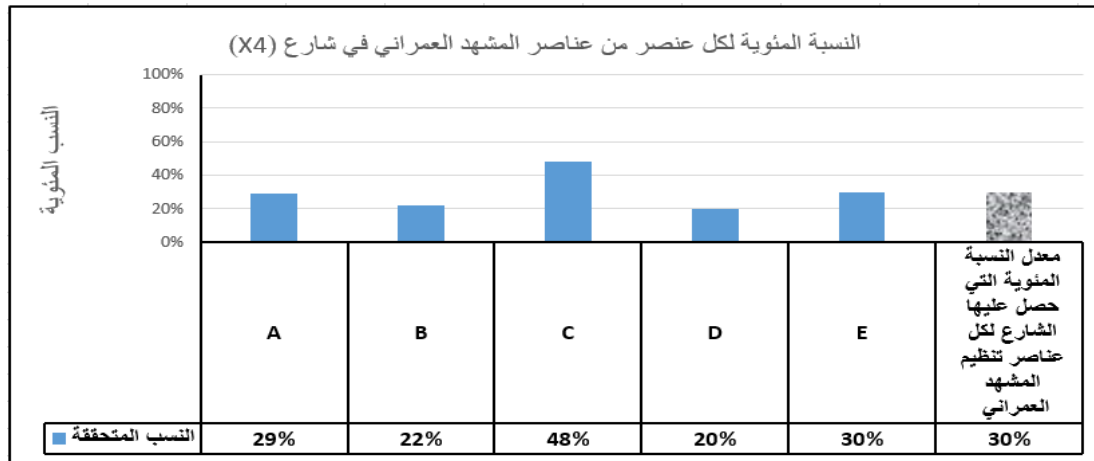
جدول رقم (7-3): يوضح عدد النقاط التي حصلت عليها مؤشرات عناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري من الاستبيان للمختصين لواقع الحال، لشارع الجمعية/الباحثة

عناصر تنظيم المشهد العمراني									المؤشرات
مجموع المؤشرات نقسمها على حاصل ضرب الحالة المثالية لكل مؤشر وهي (5) في عدد المؤشرات		المجموع /	a6	a5	a4	a3	a2	a1	A (تسعة مؤشرات)
		45/13	1	2	1	1	1	2	عدد النقاط
		%29 = 				a9	a8	a7	A (تسعة مؤشرات)
						2	2	1	عدد النقاط
b9	b8	b7	b6	b5	b4	b3	b2	b1	B (سبعة عشر مؤشراً)
1	1	1	1	1	1	1	2	2	عدد النقاط
المجموع / 85	b17	b16	b15	b14	b13	b12	b11	b10	B (سبعة عشر مؤشراً)
%22=85/19	1	1	1	1	1	1	1	1	عدد النقاط
			المجموع / = 25/12 %48	c5	c4	c3	c2	c1	C (خمس مؤشرات)
				2	3	2	3	2	عدد النقاط
			المجموع / =25/5 %20	d5	d4	d3	d2	d1	D (خمس مؤشرات)
				1	1	1	1	1	عدد النقاط
		المجموع / 30/9 %30=	e6	e5	e4	e3	e2	e1	E (ستة مؤشرات)
			1	1	1	2	2	2	عدد النقاط

أما الجدول رقم (8-3): فيوضح العدد الإجمالي للمؤشرات المرتبطة بعناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع وكانت (42) مؤشراً، وإجمالي الحالة المثالية التي من الممكن أن تصل إليها عدد نقاط الشارع لكل العناصر بمؤشراتهما ، وكانت (210) نقطة، فظهرت معدل النسبة المئوية للشارع لكل عناصر تنظيم المشهد وبكل مؤشراتته (30%)، كما موضح بالشكل رقم (3-41).

جدول رقم (3-8): يوضح مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع والمؤشرات.

العدد الاجمالي للمؤشرات	42 مؤشر
مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع من حيث عدد النقاط	58 نقطة
إجمالي الحالة المثالية للشارع التجاري	210 نقطة
معدل النسبة المئوية لأداء الشارع لكل عناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع	30 %

**شكل رقم (3-40) يوضح نتائج الاستبيان للمختصين لشارع الجمعية من حيث عدد النقاط. (المصدر: الباحثة)****شكل رقم (3-41) يوضح نتائج الاستبيان للمختصين لشارع الجمعية من حيث النسبة المئوية. (المصدر: الباحثة)**

يتضح من الأشكال أعلاه ان نتائج تحليل الاستبيان لشارع الجمعية للمختصين تظهر ان كل عناصر تنظيم مشهد الشارع المتمثلة بـ (واجهات المباني، ارصفة الشارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه، أثاث الشارع) للشارع المشار اليه ذات قيم ضعيفة وهذا يعني وجود تلوث بصري عالٍ.

3-2-3-10- تحليل نتائج الاستثمار الثانية للاستبيان (لغير المختصين) (لشارع الجمعية):

النتائج المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة لغير المختصين ،إذ جاءت نتائج استمارة الاستبيان كالآتي:

أ-فيما يخص الأسئلة المتعلقة بمؤشرات الإحساس بالراحة البصرية في الشارع التجاري إذ قيس من خلال تسعة أسئلة وكما يأتي،كما موضح بالشكل (3-42):

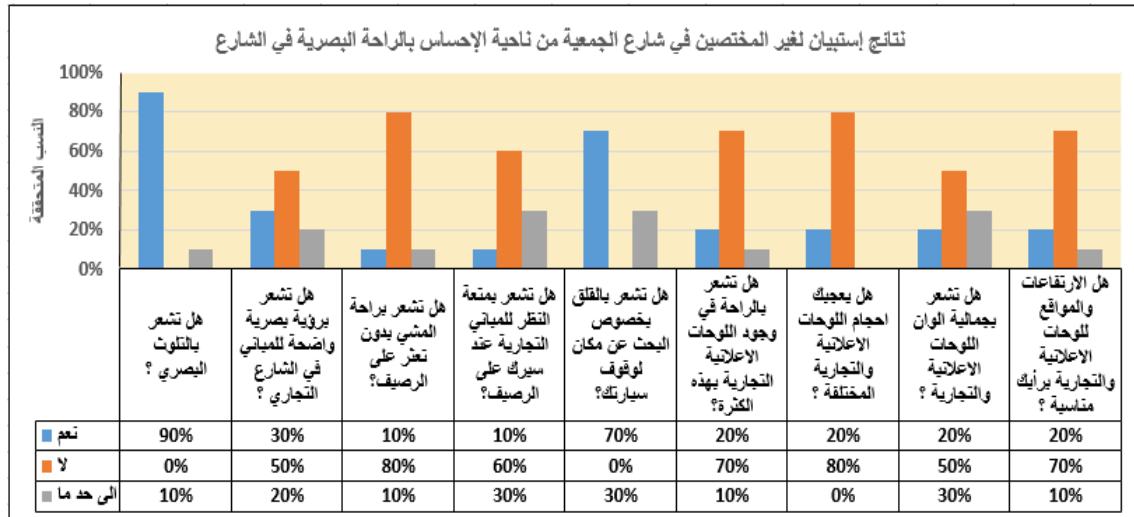
1. جاء السؤال الاول لقياس نسبة التلوث البصري في الشارع التجاري ،وكان تأييد العينة في منطقة الدراسة على وجود (التلوث البصري فكانت النسبة 90%، وكانت أعلى نسبة)، ونسبة الذين لم يشعروا بالتلوث البصري ،فكانت (0%)، وهي نسبة معدومة، ونسبة (الى حد ما)، فكانت (10%).
2. جاء السؤال الثاني لقياس نسبة الشعور بالرؤية البصرية للمباني بالشارع التجاري ،أي بمعنى هل يمكننا رؤية المباني بوضوح ،وبدون تشويش بالرؤية ؟
كانت النسبة (50%)، للذين أجابوا بـ (لا)، أي عدم الشعور برؤية واضحة للمباني ،ونسبة الذين أجابوا بـ (نعم) كانت (30%)، للذين أيدوا الرؤية الواضحة للمباني ،ونسبة (الى حد ما) كانت (20%).
3. جاء السؤال الثالث لقياس نسبة عدم الشعور بالراحة عند المشي على الرصيف وكانت (80%) ،وهي نسبة عالية،اي بمعنى ان عينة الدراسة أيدت على أن هناك خللاً في الأرصفة،أما نسبة الذين أجابوا بـ (نعم) ،(10%)، وهي نسبة قليلة جداً، للذين أيدوا على الشعور بالراحة ،ونسبة الذين أجابوا بـ (الى حد ما)،(10%).
4. السؤال الرابع عن الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية فكانت النسبة،(60%) بعدم الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية ،أما نسبة الذين أجابوا بـ (نعم) فكانت (10%)،وهي نسبة قليلة ،ونسبة (الى حد ما)،كانت (30%).
5. جاء السؤال الخامس فيما يخص إيجاد مكان لوقوف السيارات عند الحاجة للوقوف في الشارع التجاري فكانت النسبة (70%)،الذين أيدوا الشعور بالقلق في البحث عن مكان لوقوف سياراتهم في الشارع ،ونسبة الذين أجابوا بـ (لا)،(0%)،وهي نسبة معدومة ،وجاء جوابهم هذا لعدم امتلاكهم سيارات،حسب قولهم ،فلا يشعرون بالقلق في هذه الحالة ،ونسبة (الى حد ما)،كانت (30%).
6. جاء السؤال السادس فيما يخص كثرة اللوحات الإعلانية ،فكانت النسبة (70%)، بعدم الشعور بالراحة في وجود اللوحات الإعلانية بكثرة ،أما نسبة الذين أيدوا وجودها بكثرة فكانت (20%)، وهي نسبة قليلة ،ونسبة (الى حد ما)،فكانت (10%).

7. جاء السؤال السابع فيما يخص أحجام اللوحات الإعلانية المتباينة بالحجم، فكانت نسبتها (80%)، للذين أجابوا بعدم الرضا بأحجام اللوحات، ونسبة الذين أيدوا الإعجاب بأحجامها كانت (20%)، ونسبة (الى حد ما)، كانت (0%).

8. جاء السؤال الثامن فيما يخص جمالية ألوان اللوحات التجارية والإعلانية، فكانت نسبتها (50%)، وهي نسبة كبيرة، للذين أجابوا بعدم الرضا على ألوان اللوحات المذكورة، ونسبة الذين أجابوا بالرضا عن ألوان اللوحات (20%)، وهي نسبة قليلة، أما نسبة (الى حد ما)، فهي (30%).

9. أما السؤال التاسع فكان فيما يخص مواقع وإرتفاعات اللوحات الإعلانية، فكانت نسبة الذين أجابوا بأنها غير مناسبة (70%)، وهي نسبة كبيرة، ونسبة الذين أجابوا بأنها مناسبة (20%)، وهي نسبة قليلة، وكانت نسبة (الى حد ما)، (10%).

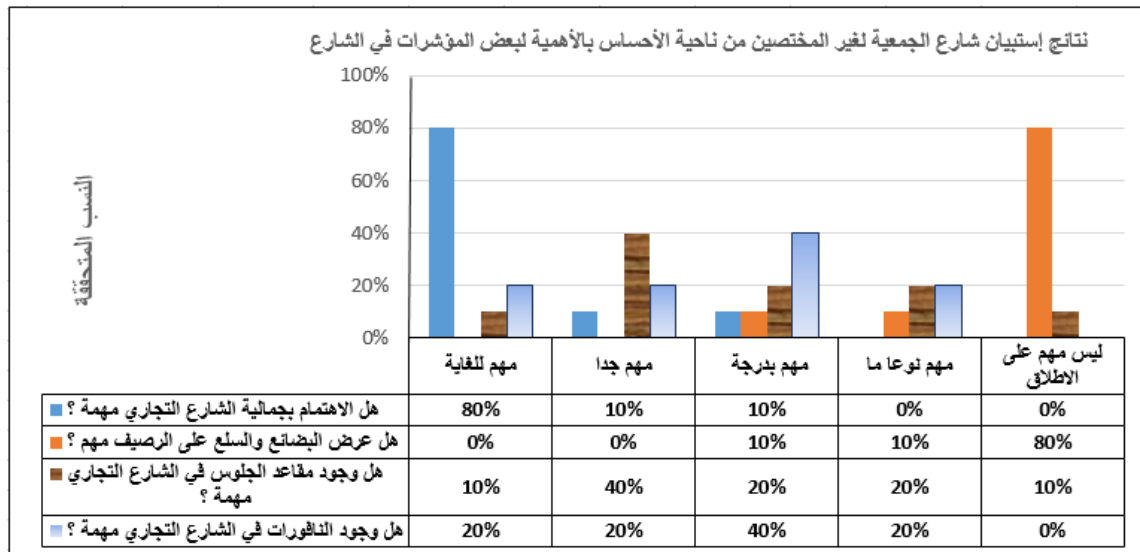
من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستخدمين لشارع الجمعية كانت إجاباتهم بعدم وجود راحة بصرية فعلية خلال الشارع إضافة الى أن أغلب المشاعر المتولدة خلال مرور المستخدم في مشهد الشارع الحالي تكون مشاعر سلبية من ناحية الراحة البصرية بسبب ضعف المعايير التصميمية في المشهد العمراني للشارع.



شكل رقم (3-42) يوضح نتائج الإستبيان لغير المختصين في شارع الجمعية. (المصدر: الباحثة)

ب- فيما يخص الأسئلة المتعلقة بمؤشرات الإحساس بالأهمية في الشارع التجاري إذ قيست من خلال أربعة أسئلة وأدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة لغير المختصين، وكما موضح في الشكل (3-43):

1. جاء السؤال الاول لقياس أهمية الإهتمام بجمالية الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة هي الأهمية للغاية وكانت نسبة 10% ، لكل من ، % لأهميتها جدا، ولأهميتها بدرجة)، (و 0% لكل من الأهمية نوعاً ما ، وليس مهم على الإطلاق).
2. جاء السؤال الثاني لقياس عرض البضائع والسلع على الرصيف ،وقد أظهرت النتائج (بعدم الأهمية لعرض البضائع والسلع على الرصيف) ،حسب آراء عينة الدراسة، (وبنسبة 80%)، (وبنسبة 10%، للأهمية بدرجة، وللأهمية نوعاً ما)، (و 0%، لكل من للأهمية للغاية وللأهمية جدا).
3. جاء السؤال الثالث بأهمية وجود مقاعد الجلوس في الشارع التجاري ،وقد أظهرت النتائج أعلى) نسبة 40%، للأهمية جدا)، (وبنسبة 20% ، لكل من الأهمية بدرجة والأهمية نوعاً ما)، (و 10%، لكل من الأهمية للغاية ، وليس مهماً على الإطلاق).
4. جاء السؤال الرابع بأهمية وجود النافورات في الشارع التجاري،وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة (هي 40%، للأهمية بدرجة)، (% للأهمية نوعاً ما)، (و 20% للأهمية للغاية، والأهمية جدا، والأهمية نوعاً ما)، (و 0% لعدم الأهمية على الإطلاق).



شكل رقم (3-43) يوضح نتائج الإستبيان لغير المختصين في شارع الجمعية. (المصدر: الباحثة).

من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستخدمين لشارع الجمعية كانت إجاباتهم بأن هناك أهمية للإهتمام بجمالية مشهد الشارع التجاري، كذلك كان هناك عدم رضا من المستخدمين للشارع بعرض البضائع والسلع على الرصيف لكونه مخصص للمشاة والسابلة، بالإضافة الى أهمية وجود مقاعد جلوس في الشارع التجاري لإستخدامها عند الضرورة، وأهمية وجود نافورات في الشارع التجاري لتلطيف الجو خلال فترة الصيف فضلاً عن جماليتها.

3-2-3-11- تحليل نتائج الاستثمار الأولى للاستبيان (المختصين) (لشارع الشاوي) :

يوضح الجدول رقم (3-9) أدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارات استبيان الخاصة بالمختصين، إذ تم اختيار مؤشرات لعناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع التي تم إستخدامها في البحث واستقصاء هذه المؤشرات بواقع الحال استناداً الى معاييرها ، وكانت النتائج كما موضح في الشكلين التاليين (3-44)و(3-45)أدناه، حيث يوضح الشكل رقم (3-44) تحليل الاستبيان للمختصين من حيث عدد النقاط لكل عنصر من عناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع وحسب مؤشراتها، مع مجموع عدد النقاط التي حصل عليها الشارع لكل المؤشرات. أما الشكل رقم (3-45) فهو يبين تحليل الاستبيان من حيث النسبة المئوية لكل عنصر من عناصر تنظيم مشهد الشارع المنتخبة لهذه الدراسة وحسب مؤشراتها، مع مجموع النسبة المئوية لأداء الشارع بكل عناصره وبكل مؤشرات.

إذ تمثل قيم العناصر أدناه (6،5،11،19،10) عدد نقاط مؤشرات الشارع التي حصل عليها من الاستقصاء لواقع الحال أما قيم العناصر المتمثلة بـ (20،20،44،22،22،%) فهي النسبة المئوية التي حصل عليها كل عنصر من عناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع كالاتي وكما موضح في الشكلين رقم (3-44) ورقم (3-45):

- 1.تنظيم واجهات المباني في المشهد العمراني التجاري 10 - 22%
- 2.تنظيم الارصفة وتأثيرها 19- 22%
- 3.تنظيم عرض الشارع والجزرة الوسطية 11 - 44%
- 4.تنظيم نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه 5 - 20%
- 5.تنظيم أثاث الشارع 6 - 20%

أما مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع لكل العناصر بمؤشرات من حيث عدد النقاط كانت (51 نقطة) ومعدل النسبة المئوية للشارع لكل عناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع فكانت (26%)، وهذا يتعارض مع الحالة المثالية للشارع لكل العناصر وهي (210) نقطة.

جدول رقم (9-3): يوضح عدد النقاط التي حصلت عليها مؤشرات عناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري من الاستبيان للمختصين والباحثة لواقع الحال، لشارع الشاوي/الباحثة

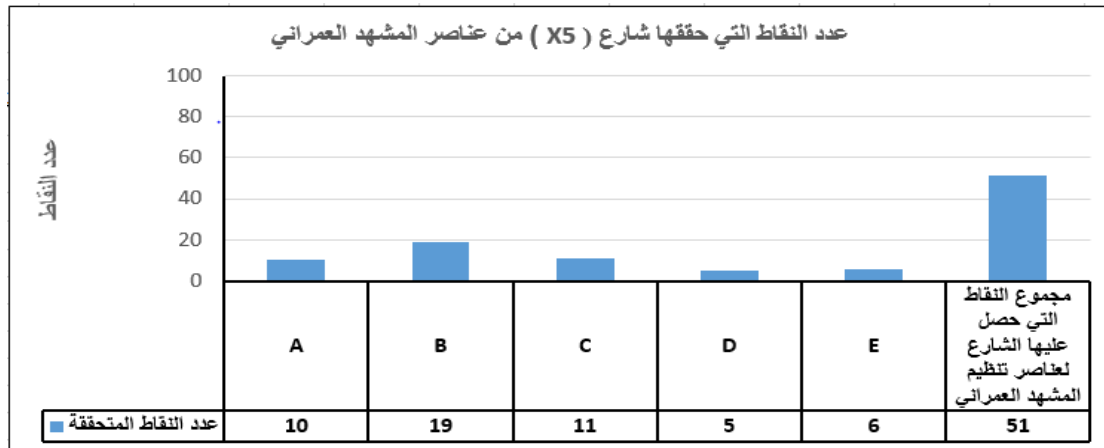
المؤشرات									عناصر تنظيم المشهد العمراني
مجموع المؤشرات نقسمها على حاصل ضرب الحالة المثالية لكل مؤشر وهي (5) في عدد المؤشرات		المجموع / 45/10 %22=	a6	a5	a4	a3	a2	a1	A (تسعة مؤشرات)
			1	1	1	1	1	2	عدد النقاط
						A9	A8	A7	A (تسعة مؤشرات)
						1	1	1	عدد النقاط
b9	b8	b7	b6	b5	b4	b3	b2	b1	B (سبعة عشر مؤشراً)
1	1	1	1	1	1	1	1	3	عدد النقاط
المجموع / 85	b17	b16	b15	b14	b13	b12	b11	b10	B (سبعة عشر مؤشراً)
%22=85/19	1	1	1	1	1	1	1	1	عدد النقاط
			المجموع / =25/11 %44	c5	c4	c3	c2	c1	C (خمس مؤشرات)
				1	1	3	3	3	عدد النقاط
			المجموع / =25/5 %20	d5	d4	d3	d2	d1	D (خمس مؤشرات)
				1	1	1	1	1	عدد النقاط
		المجموع/ =30/6 %20	e6	e5	e4	e3	e2	e1	E (ستة مؤشرات)
			1	1	1	1	1	1	عدد النقاط

أما الجدول رقم (10-3) : فيوضح العدد الإجمالي للمؤشرات المرتبطة بعناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع وكانت (42) مؤشراً، وإجمالي الحالة المثالية التي من الممكن أن تصل إليها عدد نقاط الشارع لكل العناصر بمؤشراتهما، وكانت (210) نقطة، فظهرت معدل النسبة المئوية للشارع لكل عناصر تنظيم مشهد الشارع وبكل مؤشرات (26%)، كما موضح بالشكل رقم (3-40).

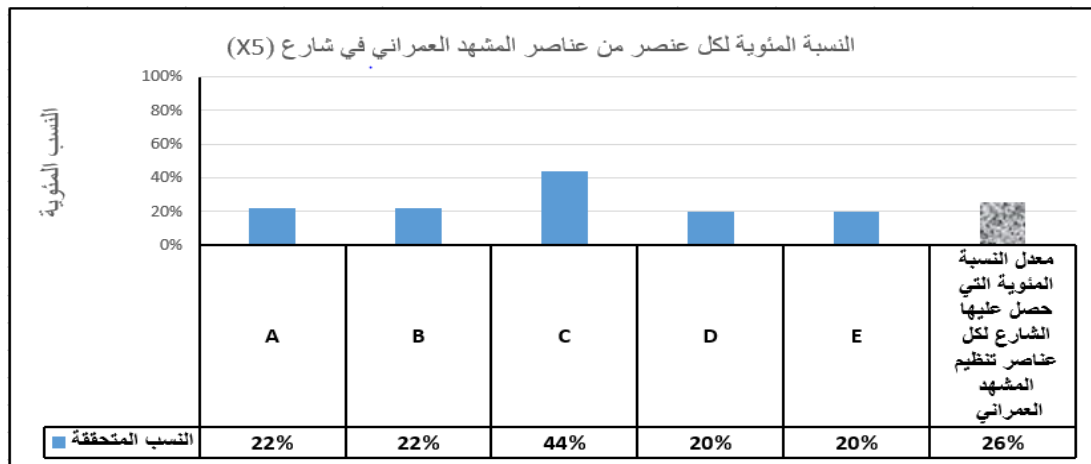
جدول رقم (3-10): يوضح مجموع عدد النقاط والمؤشرات والحالة المثالية للشارع

العدد الاجمالي للمؤشرات 42 مؤشر

مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع من حيث عدد النقاط	51 نقطة
إجمالي الحالة المثالية للشارع التجاري	210 نقطة
معدل النسبة المئوية للشارع لكل عناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع	26%



شكل رقم (3-44): يوضح نتائج الاستبيان للمختصين لشارع الشاوي من حيث عدد النقاط. (المصدر: الباحثة)



شكل رقم (3-45): يوضح نتائج الاستبيان للمختصين لشارع الشاوي من حيث النسبة المئوية. (المصدر: الباحثة)

يتضح من الأشكال اعلاه ان نتائج تحليل الاستبيان لشارع الشاوي للمختصين تظهر ان كل عناصر تنظيم مشهد الشارع المتمثلة بـ (واجهات المباني، ارصفة الشارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه، أثاث الشارع) للشارع المشار اليه ذات قيم ضعيفة وهذا يعني وجود تلوث بصري عالٍ.

3-2-3-12- تحليل نتائج الاستثمار الثانية للاستبيان (لغير المختصين) (شارع

الشاولي):

النتائج المرتبطة بتحليل استثمارات الاستبيان الخاصة لغير المختصين ،حيث جاءت نتائج استثمار الاستبيان كالآتي:

أ-فيما يخص الأسئلة المتعلقة بمؤشرات الإحساس بالراحة البصرية من ناحية والإحساس بالجمالية من ناحية أخرى في الشارع التجاري إذ قيست من خلال ثمانية أسئلة وكما يلي، كما موضح بالشكل رقم(3-46):

1.جاء السؤال الأول لقياس نسبة الشعور بالرؤية البصرية للمباني بالشارع التجاري ،أي بمعنى هل يمكننا رؤية المباني بوضوح ،وبدون تشويش في الرؤية ؟

كانت النسبة (50%)،للذين أجابوا ب (لا)، أي عدم الشعور برؤية واضحة للمباني ،ونسبة الذين أجابوا ب (نعم) كانت (30%)، للذين أيدوا الرؤية الواضحة للمباني ،ونسبة (الى حد ما) كانت (20%).

2.جاء السؤال الثاني ان نسبة(90%)، هي لمؤشر عدم الشعور بالراحة عند السير على الرصيف ، وبنسبة (0%) للشعور بالراحة عند السير على الرصيف ،وهذه نسبة معدومة ولا توجد راحة عند المشي على الرصيف،وكانت نسبة (الى حد ما)،(10%).

3.جاء السؤال الثالث عن الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية فكانت النسبة،(90%) بعدم الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية ،أما نسبة الذين أجابوا ب (نعم) فكانت (0%)،وهي نسبة معدومة،ونسبة (الى حد ما)،كانت (10%).

4. جاء السؤال الرابع فيما يخص إيجاد مكان لوقوف السيارات عند الحاجة للوقوف في الشارع التجاري فكانت النسبة (80%)،الذين أيدوا الشعور بالقلق في البحث عن مكان لوقوف سياراتهم في الشارع ،ونسبة الذين أجابوا ب (لا)،(10%)،وهي نسبة قليلة جدا ،وجاء جوابهم هذا لعدم امتلاكهم سيارات،حسب قولهم ،فلا يشعرون بالقلق في هذه الحالة ،ونسبة (الى حد ما)،كانت (10%).

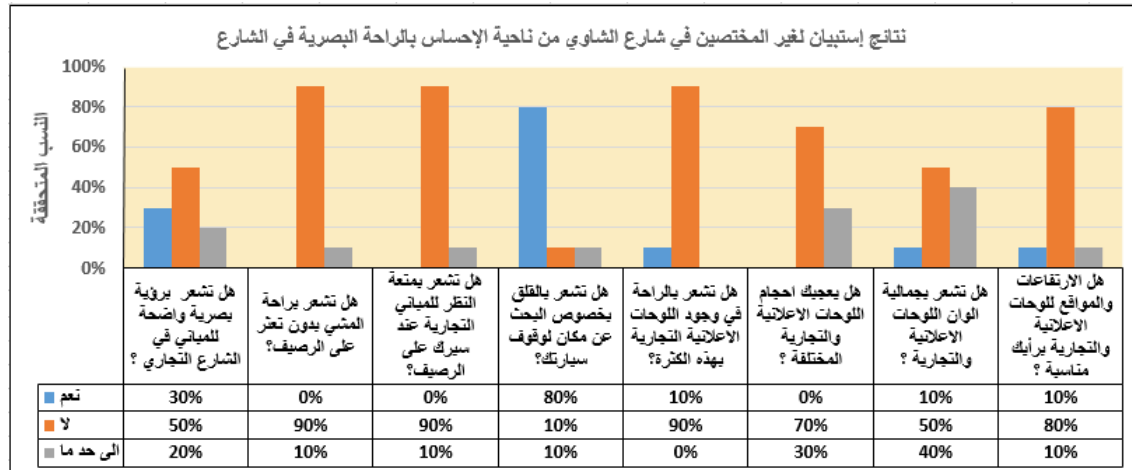
5. جاء السؤال الخامس فيما يخص كثرة اللوحات الإعلانية ،فكانت النسبة (90%)، بعدم الشعور بالراحة في وجود اللوحات الإعلانية بكثرة ،أما نسبة الذين أيدوا وجودها بكثرة فكانت (10%)، وهي نسبة قليلة ،ونسبة (الى حد ما)،فكانت (0%).

6. جاء السؤال السادس فيما يخص أحجام اللوحات الإعلانية المتباينة بالحجم، فكانت نسبتها (70%)، للذين أجابوا بعدم الرضا بأحجام اللوحات، ونسبة الذين أيدوا الإعجاب بأحجامها كانت (0%)، ونسبة (الى حد ما)، كانت (30%).

7. جاء السؤال السابع فيما يخص جمالية ألوان اللوحات التجارية والإعلانية، فكانت نسبتها (50%)، وهي نسبة كبيرة، للذين أجابوا بعدم الرضا على ألوان اللوحات المذكورة، ونسبة الذين أجابوا بالرضا عن ألوان اللوحات (10%)، وهي نسبة قليلة، أما نسبة (الى حد ما)، فهي (40%).

8. أما السؤال الثامن فكان فيما يخص مواقع وإرتفاعات اللوحات الإعلانية، فكانت نسبة الذين أجابوا بإنها غير مناسبة (80%)، وهي نسبة كبيرة، ونسبة الذين أجابوا بإنها مناسبة (10%)، وهي نسبة قليلة، وكانت نسبة (الى حد ما)، (10%).

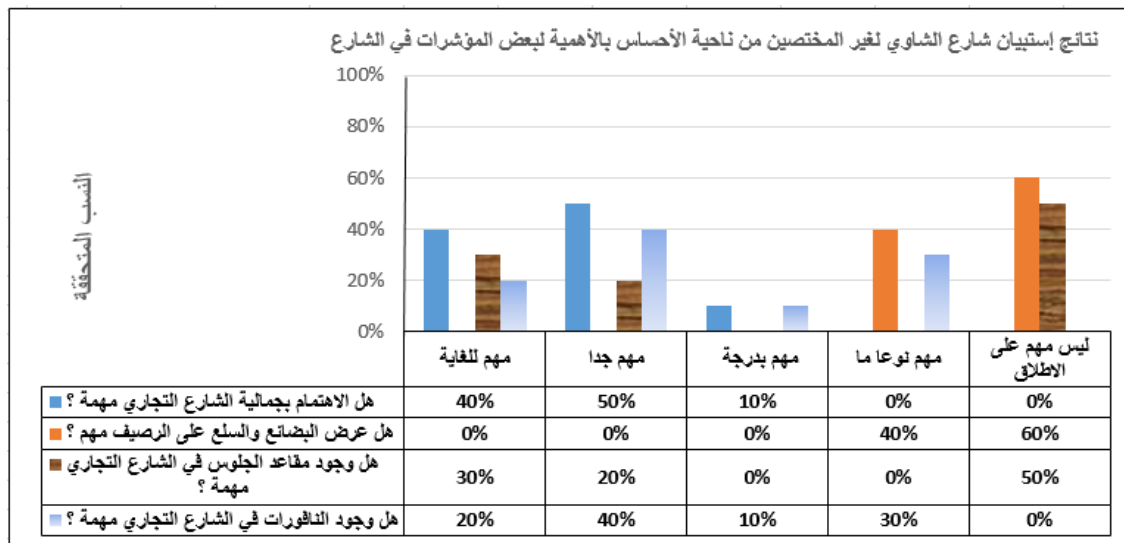
من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستخدمين لشارع الشاوي كانت إجاباتهم بعدم وجود راحة بصرية فعلية خلال الشارع اضافة الى ان اغلب المشاعر المتولدة خلال مرور المستخدم في مشهد الشارع الحالي تكون مشاعر سلبية من ناحية الراحة البصرية بسبب ضعف المعايير التصميمية في المشهد العمراني للشارع.



شكل رقم (3-46) يوضح نتائج الإستبيان لغير المختصين في شارع الشاوي (المصدر: الباحثة).

أ- فيما يخص الأسئلة المتعلقة بمؤشرات الإحساس بالأهمية في الشارع التجاري إذ قيس من خلال أربعة أسئلة وأدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة لغير المختصين، وكما موضح في الشكل (3-47):

1. جاء السؤال الاول لقياس أهمية الاهتمام بجمالية الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة هي الأهمية جدا وكانت 50% ، وحسب التسلسل تنازلياً ، (وبنسبة 40%، للأهمية للغاية)، (و 10% لأهميتها بدرجة)، (و 0% لكل من الأهمية نوعاً ما، وليس مهماً على الإطلاق).
2. وجاء السؤال الثاني لقياس عرض البضائع والسلع على الرصيف، وقد أظهرت النتائج (بعدم الأهمية لعرض البضائع والسلع على الرصيف) ،حسب آراء عينة الدراسة ، (وبنسبة 60%)، (وبنسبة 40% للأهمية نوعاً ما).
3. جاء السؤال الثالث بأهمية وجود مقاعد الجلوس في الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة (لعدم الأهمية وبنسبة 50%)، تليها (نسبة 30%، للأهمية للغاية)، (و 20%، للأهمية جداً).
4. جاء السؤال الرابع بأهمية وجود النافورات في الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج اعلى نسبة (هي 40%، للأهمية جداً)، وحسب التسلسل التنازلي، (30% للأهمية نوعاً ما)، (و 20% للأهمية للغاية)، (و 10% للأهمية بدرجة)، (و 0% لعدم الاهتمام على الإطلاق).



شكل رقم (3-47) يوضح نتائج الإستبيان لغير المختصين في شارع الشاوي (المصدر: الباحثة).

من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستخدمين لشارع الشاوي كانت إجاباتهم بأن هناك أهمية للاهتمام بجمالية مشهد الشارع التجاري، كذلك كان هناك عدم رضا من المستخدمين للشارع بعرض البضائع والسلع على الرصيف لكونه مخصص للمشاة والسابلة، بالإضافة الى أهمية وجود مقاعد جلوس في الشارع التجاري لإستخدامها عند الضرورة، وأهمية وجود نافورات في الشارع التجاري لتلطيف الجو خلال فترة الصيف فضلاً عن جماليتها.

3-2-3- تحليل نتائج الاستثمار الأولى للاستبيان (المختصين) (الشارع الامام علي):

يوضح الجدول رقم (3-11) أدناه النتائج المرتبطة بتحليل استثمارات الإستبيان الخاصة بالمختصين، إذ اختيرت مؤشرات لعناصر تنظيم البيئة العمرانية التي استعملت في البحث واستقصاء هذه المؤشرات بواقع الحال استناداً الى معاييرها، وكانت النتائج كما موضح في الشكلين التاليين (3-48) و(3-49) أدناه، إذ يوضح الشكل رقم (3-48) تحليل الاستبيان من حيث عدد النقاط لكل عنصر من عناصر تنظيم مشهد الشارع وحسب مؤشراتها، مع مجموع عدد النقاط التي حصل عليها الشارع لكل المؤشرات. أما الشكل رقم (3-49) فيبين تحليل الاستبيان من حيث النسبة المئوية لكل عنصر من عناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع وحسب مؤشراتها، مع مجموع النسبة المئوية لأداء الشارع بكل عناصره وبكل مؤشراتته.

إذ تمثل قيم العناصر أدناه (7،5،13،19،18) عدد نقاط مؤشرات الشارع التي حصل عليها من الاستقصاء لواقع الحال أما قيم العناصر المتمثلة بـ (23،20،52،22،40%) فهي النسبة المئوية التي حصل عليها كل عنصر من عناصر تنظيم مشهد الشارع كآلاتي وكما موضح في الشكلين رقم (3-48) ورقم (3-49):

- 1.تنظيم واجهات المباني في المشهد العمراني التجاري 18-40%
- 2.تنظيم الارصفة وتأثيرها 19-22%
- 3.تنظيم عرض الشارع والجزرة الوسطية 13-52%
- 4.تنظيم نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه 5-20%
5. تنظيم أثاث الشارع 7-23%

أما مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع لكل العناصر بمؤشراتها من حيث عدد النقاط كانت (62 نقطة) ومعدل النسبة المئوية للشارع لكل عناصر تنظيم مشهد الشارع فكانت (31%)، وهذا يتعارض مع الحالة المثالية للشارع لكل العناصر وهي (210) نقطة.

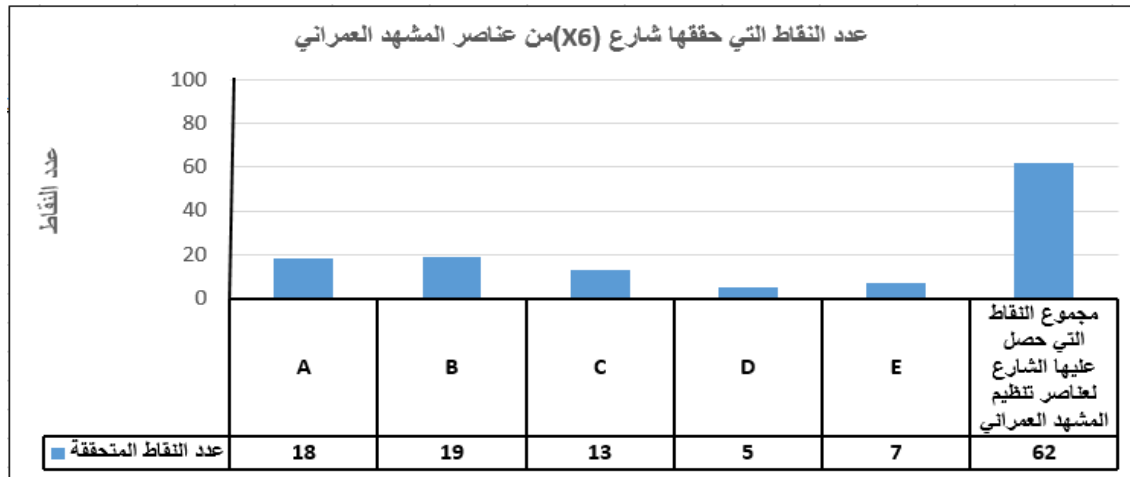
جدول رقم (3-11): يوضح عدد النقاط التي حصلت عليها مؤشرات عناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري من الاستبيان للمختصين لواقع الحال، لشارع الإمام علي (ع) / الباحة

المؤشرات									عناصر تنظيم المشهد العمراني
مجموع المؤشرات نقسمها على حاصل ضرب الحالة المثالية لكل مؤشر وهي (5) في عدد المؤشرات		المجموع 45 /18/ %40=	a6	a5	a4	a3	a2	a1	A (تسع مؤشرات)
			2	2	2	1	2	3	عدد النقاط
						a9	a8	a7	A (تسع مؤشرات)
						2	2	2	عدد النقاط
b9	b8	b7	b6	b5	b4	b3	b2	b1	B (سبعة عشر مؤشراً) (
1	1	1	1	1	1	1	2	2	عدد النقاط
المجموع 85 /	b1 7	b16	b15	b14	b13	b12	b11	b10	B (سبعة عشر مؤشراً) (
=85/19 22%	1	1	1	1	1	1	1	1	عدد النقاط
			المجموع =25/13 %52	c5	c4	c3	c2	c1	C (خمس مؤشرات)
				2	3	2	3	3	عدد النقاط
			المجموع %20=25/5	d5	d4	d3	d2	d1	D (خمس مؤشرات)
				1	1	1	1	1	عدد النقاط
		المجموع =30/7 %23	e6	e5	e4	e3	e2	e1	E (ستة مؤشرات)
			1	1	1	2	1	1	عدد النقاط

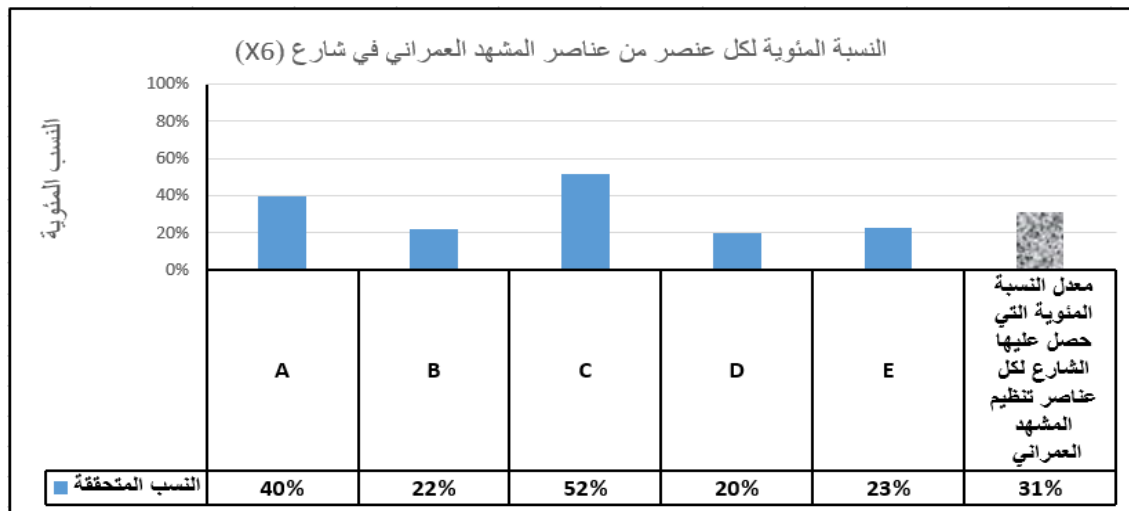
أما الجدول رقم (3-12): فيوضح العدد الإجمالي للمؤشرات المرتبطة بعناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع وكانت (42)، وإجمالي الحالة المثالية التي من الممكن ان تصل اليها عدد نقاط الشارع لكل العناصر بمؤشراتها، وكانت (210) نقطة، فظهرت معدل النسبة المئوية للشارع لكل عناصر تنظيم مشهد الشارع وبكل مؤشرات (31%)، كما موضح بالشكل رقم (3-49).

جدول رقم (3-12): يوضح مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع ومجموع المؤشرات.

العدد الاجمالي للمؤشرات	42 مؤشر
مجموع النقاط التي حصل عليها الشارع من حيث عدد النقاط	62 نقطة
إجمالي الحالة المثالية للشارع التجاري	210 نقطة
معدل النسبة المئوية للشارع لكل عناصر تنظيم المشهد العمراني للشارع	31 %



شكل رقم (3-48) يوضح نتائج الاستبيان للمختصين لشارع الإمام علي (ع) من ناحية عدد النقاط/المصدر: الباحثة



شكل رقم (3-49) يوضح نتائج الاستبيان للمختصين لشارع الإمام علي (ع) من ناحية النسبة المئوية/المصدر: الباحثة

يتضح من الأشكال اعلاه ان نتائج تحليل الاستبيان لشارع الإمام علي (ع) للمختصين تظهر إن كل عناصر تنظيم مشهد الشارع المتمثلة بـ (واجهات المباني، أرصفة الشارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه، أثاث الشارع) للشارع المشار اليه ذات قيم ضعيفة وهذا يعني وجود تلوث بصري عالٍ.

3-2-14- تحليل نتائج الاستمارة الثانية للاستبيان (لغير المختصين) (لشارع الإمام**علي):**

النتائج المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة لغير المختصين ،إذ جاءت نتائج استمارة الاستبيان كالآتي:

أ-فيما يخص الأسئلة المتعلقة بمؤشرات الإحساس بالراحة البصرية في الشارع التجاري إذ قيس من خلال ثمانية أسئلة وكما يأتي، كما بالشكل (3-50):

1. جاء السؤال الأول لقياس نسبة الشعور بالرؤية البصرية للمباني بالشارع التجاري ،أي بمعنى هل يمكننا رؤية المباني بوضوح ،وبدون تشويش في الرؤية ؟

كانت النسبة (40%)، للذين أجابوا ب (لا)، أي عدم الشعور برؤية واضحة للمباني ،ونسبة الذين أجابوا ب (نعم) كانت (50%)، ونسبة (الي حد ما) كانت (10%).

2. جاء السؤال الثاني لقياس نسبة عدم الشعور بالراحة عند المشي على الرصيف وكانت (80%) ،وهي نسبة عالية، أي بمعنى ان عينة الدراسة أيدت على أن هناك خللاً في الأرصفة ،أما نسبة الذين أجابوا ب (نعم) ،(10%)، وهي نسبة قليلة جداً، للذين أيدوا على الشعور بالراحة ،ونسبة الذين أجابوا ب (الي حد ما) ،(10%).

3. جاء السؤال الثالث عن الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية فكانت النسبة،(60%) بعدم الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية ،أما نسبة الذين أجابوا ب (نعم) فكانت (20%)، وهي نسبة قليلة ،ونسبة (الي حد ما)، كانت (20%).

4. جاء السؤال الرابع فيما يخص إيجاد مكان لوقوف السيارات عند الحاجة للوقوف في الشارع التجاري فكانت النسبة (80%)، الذين أيدوا الشعور بالقلق في البحث عن مكان لوقوف سياراتهم في الشارع ،ونسبة الذين أجابوا ب (لا)،(10%)، وهي نسبة قليلة جداً ،وجاء جوابهم هذا لعدم امتلاكهم سيارات، حسب قولهم ،فلا يشعرون بالقلق في هذه الحالة ،ونسبة (الي حد ما)، كانت (10%).

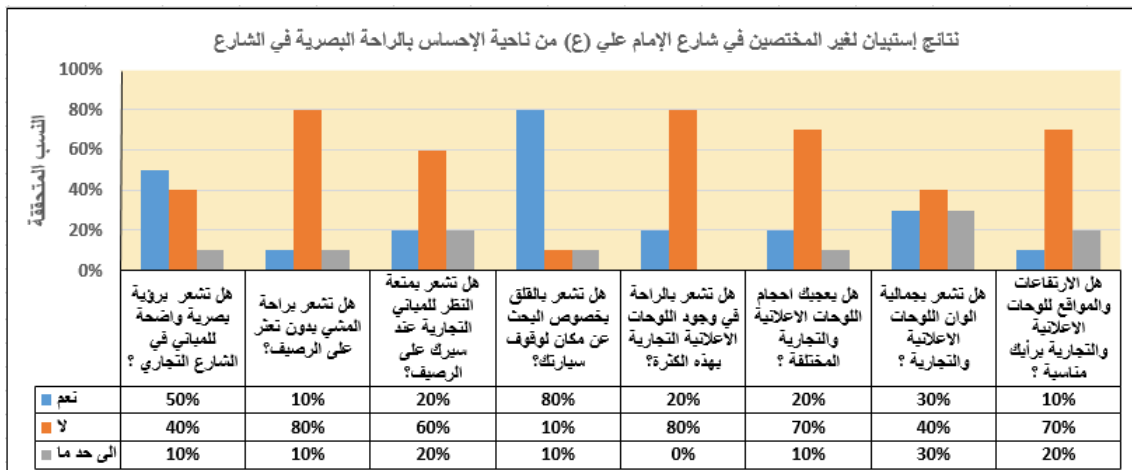
5. جاء السؤال الخامس فيما يخص كثرة اللوحات الإعلانية ،فكانت النسبة (80%) ،بعدم الشعور بالراحة في وجود اللوحات الإعلانية بكثرة ،أما نسبة الذين أيدوا وجودها بكثرة فكانت (20%)، وهي نسبة قليلة ،ونسبة (الي حد ما)، فكانت (0%).

6. جاء السؤال السادس ونسبة (70%) فيما يخص مخالفة اراء العينة لاحجام اللوحات الاعلانية والتجارية ،وبنسبة (20%)، للذين أظهروا إعجابهم بأحجام اللوحات ،وهي نسبة قليلة، ونسبة (الي حد ما)، كانت (10%).

7. السؤال السابع فيما يخص جمالية ألوان اللوحات التجارية والإعلانية، فكانت نسبتها (40%)، وهي نسبة كبيرة، للذين أجابوا بعدم الرضا عن ألوان اللوحات المذكورة، ونسبة الذين أجابوا بالرضا عن ألوان اللوحات (30%)، وهي نسبة قليلة، أما نسبة (الـى حد ما)، فهي (30%).

8. أما السؤال الثامن فكان فيما يخص مواقع وإرتفاعات اللوحات الإعلانية، فكانت نسبة الذين أجابوا بأنها غير مناسبة (70%)، وهي نسبة كبيرة، ونسبة الذين أجابوا بأنها مناسبة (10%)، وهي نسبة قليلة، وكانت نسبة (الـى حد ما)، (20%).

من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستخدمين لشارع الإمام علي (ع) كانت إجاباتهم بعدم وجود راحة بصرية فعلية خلال الشارع اضافة الى ان اغلب المشاعر المتولدة خلال مرور المستخدم في مشهد الشارع الحالي تكون مشاعر سلبية من ناحية الراحة البصرية بسبب ضعف المعايير التصميمية في المشهد العمراني للشارع.



شكل رقم (3-50) يوضح نتائج الإستبيان لغير المختصين لشارع الإمام علي (ع). (المصدر: الباحثة)

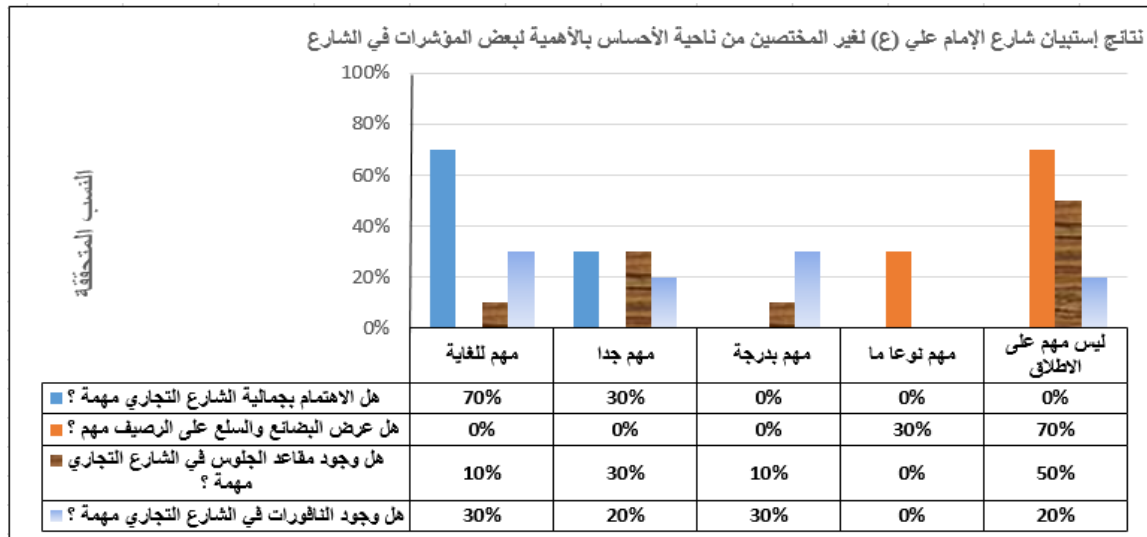
ب- فيما يخص الأسئلة المتعلقة بمؤشرات الإحساس بالأهمية في الشارع التجاري إذ قيست من خلال أربعة أسئلة وأدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة لغير المختصين، وكما موضح في الشكل (3-51):

1. جاء السؤال الاول لقياس أهمية الإهتمام بجمالية الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة هي الأهمية للغاية وكانت 70%، وحسب التسلسل تنازلياً، كانت (بنسبة 30%)، للأهمية جداً، و0% لكل من الأهمية بدرجة و0% الأهمية نوعاً ما، وليس مهماً على الإطلاق).
2. وجاء السؤال الثاني لقياس عرض البضائع والسلع على الرصيف، وقد أظهرت النتائج (بعدم الأهمية لعرض البضائع والسلع على الرصيف)، حسب آراء عينة الدراسة، (وبنسبة 70%)، (وبنسبة 30% للأهمية نوعاً ما)، (وبنسبة 0%، لكل من الأهمية للغاية والأهمية جداً، والأهمية بدرجة).

3. جاء السؤال الثالث بأهمية وجود مقاعد الجلوس في الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة (لعدم الأهمية وبنسبة 50%)، تليها (نسبة 30%)، للأهمية للغاية)، و(20%)، للأهمية جداً).

4. جاء السؤال الرابع بأهمية وجود النافورات في الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة (هي 30%)، لكل من الأهمية للغاية، والأهمية بدرجة)، وكانت نسبة (20%) لكل من الأهمية جداً، وليس مهماً على الإطلاق).

من النتائج أعلاه يتبين أن معظم المستخدمين لشارع الإمام علي (ع) كانت إجاباتهم بأن هناك أهمية للاهتمام بجمالية مشهد الشارع التجاري، كذلك كان هناك عدم رضا من المستخدمين للشارع بعرض البضائع والسلع على الرصيف لكونه مخصص للمشاة والسابلة، بالإضافة الى أهمية وجود مقاعد جلوس في الشارع التجاري لإستخدامها عند الضرورة، وأهمية وجود نافورات في الشارع التجاري لتلطيف الجو خلال فترة الصيف فضلاً عن جمالياتها.



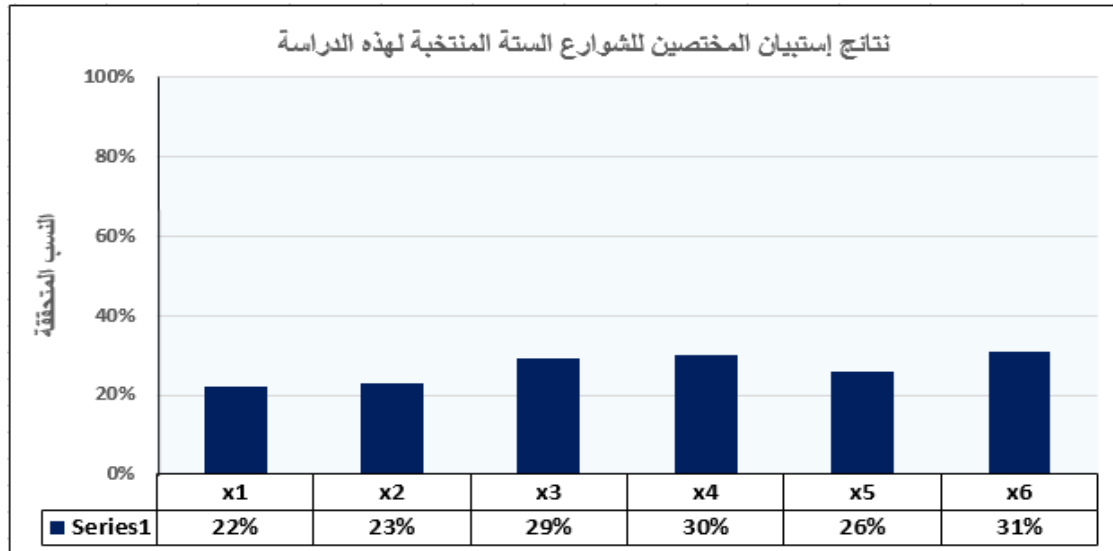
شكل رقم (3-51) يوضح نتائج الإستبيان لغير المختصين لشارع الإمام علي (ع). (المصدر: الباحثة)

3-2-4- تحليل إجمالي للشوارع :

3-2-4-1- تحليل إجمالي لنتائج الاستمارة الأولى للاستبيان (للمختصين):

أظهرت النتائج من الشكل أدناه، إن أعلى نسبة كانت 31% لشارع الامام علي (عليه السلام)، تليها نسبة 30% لشارع الجمعية، وبعدها نسبة بلغت 29% لشارع 40 ، واقل منها كانت لشارع الشاوي نسبة 26% أما شارع مقام نسبته 23%، واقل نسبة لشارع باب الحسين، حيث بلغت 22%، وبذلك يتضح إن نسبة التلوث في كل شوارع حالة الدراسة عالية وشارع باب الحسين ، أعلى تلوثاً من باقي الشوارع.

تضح مما جاء أدناه أن أعلى نسبة للاداء البصري لشوارع حالة الدراسة بلغت 31 % وأدنى نسبة بلغت 22% اي أن معدل نسبة الأداء البصري لشوارع حالة الدراسة تنحصر بين أعلى نسبة وأقل نسبة حصلت عليها الشوارع أعلاه، وبمعدل (27%).



شكل رقم (3-52) يوضح النسبة المئوية لكل عناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري لشوارع حالة الدراسة. (المصدر: الباحثة)

3-2-4-2- تحليل إجمالي لنتائج الاستمارة الثانية للاستبيان (لغير المختصين):

يوضح الشكل رقم (3-53) أدناه، النتائج المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة لغير المختصين لكل الشوارع، إذ جاءت نتائج استمارة الاستبيان كالتالي (راجع الملحق جدول رقم (8) للفرع (أ) ورقم (9) للفرع (ب)):

أ- فيما يخص الأسئلة المتعلقة بمؤشرات الإحساس بالراحة البصرية من ناحية والإحساس بالجمالية من ناحية أخرى في الشارع التجاري إذ قيست من خلال ثمانية أسئلة وكما يأتي:

1. جاء السؤال الأول لقياس نسبة الشعور بالرؤية البصرية للمباني بالشارع التجاري، أي بمعنى هل يمكننا رؤية المباني بوضوح، وبدون تشويش في الرؤية ؟
2. كانت أعلى نسبة (53%)، للذين أجابوا ب (لا)، أي عدم الشعور برؤية واضحة للمباني لكل شوارع الحالة الدراسية، ونسبة الذين أجابوا ب (نعم) كانت (28%)، ونسبة (الي حد ما) كانت (20%).
3. جاء السؤال الثاني لقياس نسبة عدم الشعور بالراحة عند المشي على الرصيف وكانت (85%)، وهي نسبة عالية، أي بمعنى ان عينة الدراسة أيدت على أن هناك خللاً في الأرصفة، أما نسبة الذين أجابوا

ب (نعم)، (8%)، وهي نسبة قليلة جداً، للذين أيدوا على الشعور بالراحة، ونسبة الذين أجابوا ب (الى حدٍ ما)، (10%).

4. السؤال الثالث عن الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية فكانت النسبة، (70%) لكل الشوارع بعدم الشعور بمتعة النظر للمباني التجارية، أما نسبة الذين أجابوا ب (نعم) فكانت (10%)، وهي نسبة قليلة مقارنةً بستة شوارع تجارية، ونسبة (الى حدٍ ما)، كانت (15%).

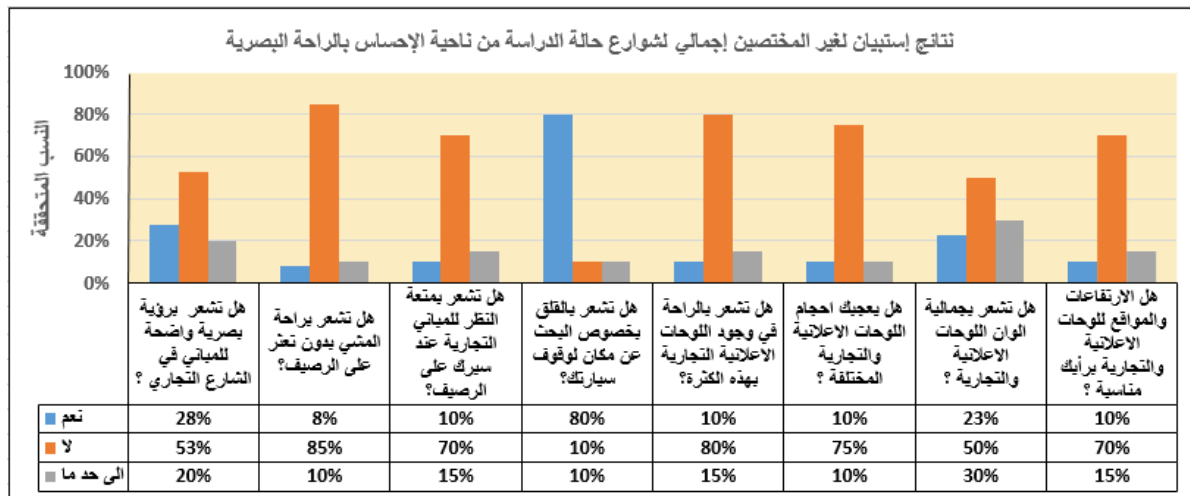
5. جاء السؤال الرابع فيما يخص إيجاد مكان لوقوف السيارات عند الحاجة للوقوف في الشارع التجاري فكانت النسبة (80%)، الذين أيدوا الشعور بالقلق في البحث عن مكان لوقوف سياراتهم في الشارع، ونسبة الذين أجابوا ب (لا)، (10%)، وهي نسبة قليلة جداً، وجاء جوابهم هذا لعدم امتلاكهم سيارات، فلا يشعرون بالقلق في هذه الحالة، ونسبة (الى حدٍ ما)، كانت (10%).

6. السؤال الخامس فيما يخص كثرة اللوحات الإعلانية، فكانت النسبة (80%)، لعينة الدراسة لكل الشوارع بعدم الشعور بالراحة في وجود اللوحات الإعلانية بكثرة، أما نسبة الذين أيدوا وجودها بكثرة فكانت (10%)، لكل الشوارع، ونسبة (الى حدٍ ما)، فكانت (10%) أيضاً.

7. السؤال السادس فيما يخص أحجام اللوحات الإعلانية المتباينة بالحجم، فكانت نسبتها (75%)، للذين أجابوا بعدم الرضا بأحجام اللوحات، ونسبة الذين أيدوا الإعجاب بأحجامها كانت (10%)، ونسبة (الى حدٍ ما)، كانت (15%).

8. السؤال السابع فيما يخص جمالية ألوان اللوحات التجارية والإعلانية، فكانت نسبتها (50%)، وهي أعلى نسبة لكل الشوارع، للذين أجابوا بعدم الرضا عن ألوان اللوحات المذكورة، ونسبة الذين أجابوا بالرضا عن ألوان اللوحات (23%)، وهي نسبة قليلة، أما نسبة (الى حدٍ ما)، فهي (30%).

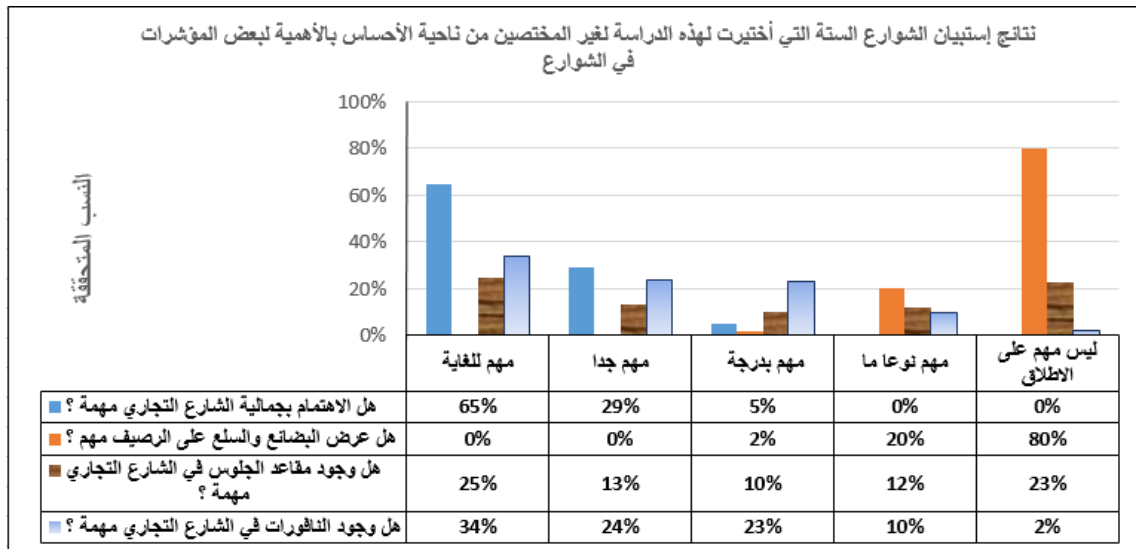
9. أما السؤال الثامن فكان فيما يخص مواقع وإرتفاعات اللوحات الإعلانية، فكانت نسبة الذين أجابوا بأنها غير مناسبة (70%)، وهي أعلى نسبة لكل الشوارع، ونسبة الذين أجابوا بأنها مناسبة (10%)، وهي نسبة قليلة، وكانت نسبة (الى حدٍ ما)، (15%).



شكل رقم (3-53) يوضح نتائج الاستبيان الإجمالي لشوارع حالة الدراسة من ناحية الإحساس بالراحة البصرية. (المصدر: الباحثة)

ب- فيما يخص الأسئلة المتعلقة بمؤشرات الإحساس بالأهمية في الشارع التجاري إذ قيس من خلال أربعة أسئلة وأدناه النتائج المرتبطة بتحليل استمارات الاستبيان الخاصة لغير المختصين لكل الشوارع، وكما موضح في الشكل (3-54):

1. جاء السؤال الاول لقياس أهمية الاهتمام بجمالية الشوارع التجارية، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة هي الأهمية للغاية وكانت 65% ، وحسب التسلسل تنازلياً ، كانت (بنسبة 29%، للأهمية جداً)، (5% للأهمية بدرجة ، (و0% لكل من الأهمية نوعاً ما، وليس مهماً على الإطلاق).
2. وجاء السؤال الثاني لقياس عرض البضائع والسلع على الرصيف ، وقد أظهرت النتائج (بعدم الأهمية لعرض البضائع والسلع على الرصيف) ، حسب آراء عينة الدراسة، (وبنسبة 80%)، وهي أعلى نسبة ، (وبنسبة 20% للأهمية نوعاً ما)، (وبنسبة 2% ، الأهمية بدرجة ، وهي نسبة قليلة جداً) (وبنسبة 0% ، لكل من الأهمية للغاية والأهمية جداً).
3. جاء السؤال الثالث بأهمية وجود مقاعد الجلوس في الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة (25% ، للأهمية للغاية)، تليها (نسبة 13%، للأهمية جداً)، (و 10%، للأهمية بدرجة)، (وبنسبة 12% للأهمية نوعاً ما)، (وبنسبة 23% ، ليس مهماً على الإطلاق).
4. جاء السؤال الرابع بأهمية وجود النافورات في الشارع التجاري، وقد أظهرت النتائج أعلى نسبة (هي 34%، الأهمية للغاية)، وكانت نسبة (24% للأهمية جداً)، (24%، للأهمية بدرجة)، (10%، للأهمية نوعاً ما)، وأقل نسبة كانت (2% ، ليس مهماً على الإطلاق).



شكل رقم (3-54) يوضح نتائج الإستبيان إجمالي للشوارع التي تم اختيارها لهذه الدراسة من ناحية الإحساس بالأهمية (المصدر: الباحثة)

X6	X5	X4	X3 ثلاث مقاطع	X2	X1	المؤشرات حسب ترميزها	عناصر تنظيم المشهد العمراني
3	2	2	7	2	2	a1	واجهات المباني A
2	1	1	6	1	1	a2	
1	1	1	4	1	1	a3	
2	1	1	3	1	1	a4	
2	1	2	3	2	2	a5	
2	1	1	3	1	1	a6	
2	1	1	4	1	1	a7	
2	1	2	3	1	1	a8	
2	1	2	3	1	1	a9	
18	10	13	=3/36 12	11	11		المجموع
45							الحالة المثالية لعنصر الواجهات

شكل رقم (3-55) يوضح النقاط المتحققة لعنصر الواجهات والحالة المثالية للعنصر المذكور لكل شوارع حالة الدراسة / الباحثة

توضيح لقيم عنصر الواجهات في الشكل السابق : ان عدد المؤشرات التي تم قياسها في واقع الحال من الباحثة والمختصين هو (9) لهذا العنصر المذكور واستنادا الى مقياس ليكرت الذي تم اعتماده كطريقة قياس فإن أعلى قيمة تقدر كجودة للاداء البصري هي (5 نقاط) أي بمعنى تلوث بصري منخفض في هذه الحالة...لكن ما توصلت اليه القيم لكل الشوارع المنتخبة، ومن خلال القياس لواقع الحال كانت تتراوح بين (1-2) أي بمعنى تلوث بصري عالٍ.

2	3	2	3	1	1	b1	الارصفة وتأثيرها B
2	1	2	6	1	1	b2	
1	1	1	3	1	1	b3	
1	1	1	3	1	1	b4	
1	1	1	3	1	1	b5	
1	1	1	3	1	1	b6	
1	1	1	3	1	1	b7	
1	1	1	3	1	1	b8	
1	1	1	3	1	1	b9	
1	1	1	3	1	1	b10	
1	1	1	3	1	1	b11	
1	1	1	3	1	1	b12	
1	1	1	3	1	1	b13	
1	1	1	3	1	1	b14	
1	1	1	3	1	1	b15	
1	1	1	3	1	1	b16	
1	1	1	3	1	1	b17	
19	19	19	=3/54	17	17	المجموع	
18							
85							الحالة المثالية لعنصر الارصفة

شكل رقم (3-56) يوضح النقاط المتحققة لعنصر الأرصفة والحالة المثالية للعنصر المذكور لكل شوارع حالة الدراسة / الباحثة

توضيح لقيم عنصر الارصفة في الشكل السابق: ان عدد المؤشرات التي تم قياسها في واقع الحال من الباحثة والمختصين هو (17) لهذا العنصر المذكور واستنادا الى مقياس ليكرت الذي تم اعتماده كطريقة قياس فإن أعلى قيمة تقدر كجودة للاداء البصري هي (5 نقاط) أي بمعنى تلوث بصري منخفض في هذه الحالة...لكن ما توصلت اليه القيم الموضحة في الشكل لكل الشوارع المنتخبة، ومن خلال القياس لواقع الحال كانت تتراوح بين (1-2) أي بمعنى تلوث بصري عالٍ

3	3	2	6	2	2	c1	عرض الشارع والجزرة الوسطية C
3	3	3	9	3	1	c2	
2	3	2	9	1	1	c3	
3	1	3	9	1	1	c4	
2	1	2	6	1	2	c5	
13	11	12	=3/39	8	7	المجموع	
13							
25						الحالة المثالية لعنصر عرض الشارع والجزرة الوسطية	

شكل رقم (3-57) يوضح النقاط المتحققة لعنصر عرض الشارع والجزرة الوسطية والحالة المثالية للعنصر المذكور لكل شوارع حالة الدراسة / الباحثة

توضيح لقيم عنصر عرض الشارع والجزرة الوسطية في الشكل السابق: إن عدد المؤشرات التي تم قياسها في واقع الحال من الباحثة والمختصين هو (5) لهذا العنصر المذكور واستناداً إلى مقياس ليكرت الذي تم اعتماده كطريقة قياس فإن أعلى قيمة تقدر كجودة للداء البصري هي (5 نقاط) أي بمعنى تلوث بصري منخفض في هذه الحالة... لكن ما توصلت إليه القيم الموضحة في الشكل لكل الشوارع المنتخبة، ومن خلال القياس لواقع الحال كانت تتراوح بين (1-2-3) أي بمعنى هناك تلوث بصري عالٍ في بعض المؤشرات ولا يفوتنا بأن نشير إلى إن بعض مؤشرات الشوارع حصلت على قيمة (3 من 5) مثل شارع الشاوي لأن الشارع عريض يحتوي على ارتداد أمامي لوقوف السيارات ولكن الشارع في حالة غير مستقرة كل فترة يجري على شارع السيارات والجزرة الوسطية تعديل، وكذلك عرض الجزرة الوسطية في شارع الجمعية وشارع الامام علي(ع).

1	1	1	3	1	1	d1	نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه D
1	1	1	3	1	1	d2	
1	1	1	3	1	1	d3	
1	1	1	3	1	1	d4	
1	1	1	3	1	1	d5	
5	5	5	=3/15	5	5	المجموع	
5							
25							الحالة المثالية لعنصر نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه

شكل رقم (3-58) يوضح النقاط المتحققة لعنصر نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه
والحالة المثالية للعنصر المذكور لكل شوارع حالة الدراسة / الباحثة

توضيح لقيم عنصر نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه في الشكل : إن عدد المؤشرات التي تم قياسها في واقع الحال من الباحثة والمختصين هو (5) لهذا العنصر المذكور واستنادا الى مقياس ليكرت الذي تم اعتماده كطريقة قياس فإن أعلى قيمة تقدر كجودة للداء البصري هي (5 نقاط) أي بمعنى تلوث بصري منخفض في هذه الحالة ... لكن ما توصلت اليه القيم الموضحة في الشكل لكل الشوارع المنتخبة، ومن خلال القياس لواقع الحال كانت تتراوح بين (1-2) أي بمعنى تلوث بصري عالٍ

1	1	2	3	1	1	e1	اثاث الشارع E
1	1	2	3	1	1	e2	
2	1	2	6	1	1	e3	
1	1	1	3	1	1	e4	
1	1	1	3	1	1	e5	
1	1	1	3	1	1	e6	
7	6	9	=3/21	6	6	المجموع	
7							
30						الحالة المثالية لعنصر أثاث الشارع	

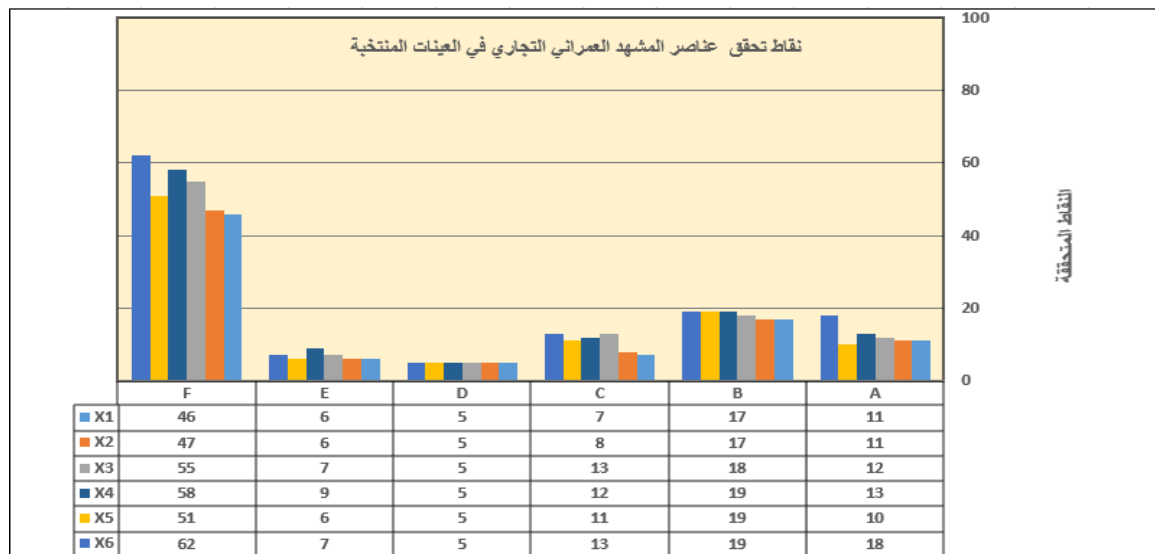
شكل رقم (3-59) يوضح النقاط المتحققة لعنصر أثاث الشارع والحالة المثالية للعنصر المذكور لكل شوارع حالة الدراسة / الباحثة

توضيح لقيم عنصر أثاث الشارع في الشكل الموضح: ان عدد المؤشرات التي تم قياسها في واقع الحال من الباحثة والمختصين هو (6) لهذا العنصر المذكور واستنادا الى مقياس ليكرت الذي تم اعتماده كطريقة قياس فإن أعلى قيمة تقدر كجودة للداء البصري هي (5 نقاط) أي بمعنى تلوث بصري منخفض في هذه الحالة... لكن ما توصلت اليه القيم الموضحة في الشكل لكل الشوارع المنتخبة، ومن خلال القياس لواقع الحال كانت تتراوح بين (1-2) أي بمعنى تلوث بصري عالٍ

جدول رقم (3-13) يوضح عدد النقاط التي حصلت عليها الشوارع الستة من استبيان (المختصين) لكل العناصر/ الباحثة

X6	X5	X4	X3	X2	X1	عناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري للشوارع المنتخبة لهذه الدراسة	
18	10	13	12	11	11	A	1.
19	19	19	18	17	17	B	2.
13	11	12	13	8	7	C	3.
5	5	5	5	5	5	D	4.
7	6	9	7	6	6	E	5.
62	51	58	55	47	46	F	مجموع النقاط التي حصل عليها كل شارع من شوارع حالة الدراسة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ إن شارع الإمام علي والذي رمزنا له بالرمز (X6) قد حصل على أعلى النقاط وكانت (62) نقطة مقارنةً بباقي الشوارع وذلك لان الجزء القديم من الشارع خصائص واجهاته الشكلية موحدة بالتصميم وفضاء الرصيف أيضاً، هذا لا يعني إن المشهد العمراني للشارع منسجم ولكن الابنية القديمة لم يطرأ عليها تغيير وكان التصميم القديم أكثر دقة بالالتزام بالمعايير التصميمية والتخطيطية، يليه شارع الجمعية الذي رمزنا له بالرمز (X4) وقد حصل على (58) نقطة، وذلك لكون هذا الشارع ابنيته جديدة وفيه اجزاء نوعاً ما موحدة بالخصائص الشكلية، والشارع نوعاً ما لا توجد فيه عشوائيات، ولا بد من الإشارة الى إن الحالة المثالية لكل العناصر التي من الممكن أن يصل اليها الشارع هي (210) وبالتالي فإن النقاط الموضحة في الجدول أعلاه نقاط ضعيفة مقارنةً بالحالة المثالية.



شكل رقم (3-60) يوضح النقاط المتحققة لكل عناصر تنظيم المشهد العمراني ولكل الشوارع المنتخبة لهذه الدراسة/ الباحثة

خلاصة نتائج الاستمارة الاولى للاستبيان (للمختصين) في تحقق الخصائص

الملموسة لعناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري

تم التحقق من صحة الفرضية: التي نصت على أن فقدان معايير تصميمية وتخطيطية واضحة لتنظيم مكونات المشهد العمراني التجاري ولد حالة من عدم الانسجام والتوافق بين هذه المكونات وانعدام الراحة البصرية للمستخدمين.



مخطط رقم (3-3) يوضح فرضية البحث/ الباحثة

من خلال تحليل نتائج الاستبيان للمختصين تبين لنا إن كل شوارع حالة الدراسة تفتقد معايير تصميمية وتخطيطية واضحة لتنظيم مكونات المشهد العمراني التجاري، وعناصره المتمثلة بـ (واجهات المباني، الأرصفة وتأثيراتها، عرض الشارع والجزرة الوسطية، نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية إليه، أثاث الشارع)، وهذا يفسر عدم التوافق والانسجام لعناصر مكونات المشهد العمراني التجاري، وضعف تطبيق المعايير التصميمية بالشوارع، وبذلك ثبتت صحة الفرضية.

خلاصة نتائج الاستمارة الثانية للاستبيان (لغير المختصين) في تحقق الخصائص المحسوسة لعناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري

تم التحقق من صحة الفرضية كما موضح بالمخطط أعلاه رقم (3-3): التي نصت على أن فقدان معايير تصميمية وتخطيطية واضحة لتنظيم مكونات المشهد العمراني التجاري ولدًا حالة من عدم الانسجام والتوافق بين هذه المكونات وانعدام الراحة البصرية للمستخدمين

من خلال تحليل نتائج الاستبيان لغير المختصين تبين لنا إن في كل شوارع حالة الدراسة هناك عدم شعور بالراحة البصرية في الشارع التجاري للمستخدم، وذلك من خلال إجاباتهم عن أسئلة الاستبيان، عن الاختلاف والتباين في واجهات المباني، والتجاوزات على الأرصفة مما يعيق حركتهم ويحجب رؤية المباني بشكل مريح وكذلك وجود الاعلانات التجارية بكثرة وبالوان واحجام وأشكال مختلفة وهذا يسبب تشتت وإرباك للمستعمل والمشاة من الزوار والسياح للشوارع التجارية.

وقد تم قياس الجمالية من خلال جدول الاستبيان من حيث الأهمية، فإن توفر الأشياء التي يحتاجها الناس من نافورات ومقاعد جلوس في الشارع التجاري وأرصعة متاحة للمشبي، وكل شيء ذو فائدة للناس يمكن وصفه بأنه جميل، فكلما زاد الانسجام بين هذه التفاصيل وبين مكونات المشهد العمراني التجاري بعناصره وخصائصه الشكالية كلما تحقق مفهوم الجمال، فجمال الشارع التجاري بما يتوفر فيه ما يحتاجه المواطن لخدمته من الناحية الوظيفية.

ويمكن الربط بين استبانة المختصين وغير المختصين من خلال الاسئلة الموجهة لهم عن جمالية الشارع التجاري والمقصود بها واجهات المباني وانسجامها وكم ان السؤل للمختصين أيضاً عن رأيهم بواجهات المباني ومواد انهاءها والوانها، وكذلك عن الارصفة واللوحات الإعلانية.

3-2-5- النتائج النظرية :

أ. تم تحديد خلاصة الفصل الثاني مفردات الإطار النظري وتمثلت بخمسة عناصر وشملت 42 قيمة ممكنة للقياس وهذه العناصر هي:

1. تنظيم واجهات المباني في المشهد العمراني التجاري: وشملت (9) مفردات.
 2. تنظيم أرصفة الشوارع: وشملت (17) مفردة.
 3. تنظيم عرض الشارع والجزرة الوسطية: وشملت (5) مفردات.
 4. تنظيم نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه: وشملت (5) مفردات.
 5. تنظيم أثاث الشارع: وشملت (6) مفردات.
- ب. إن عناصر المشهد العمراني التي أفرزتها الدراسات السابقة هي تنظيم العناصر (واجهات المباني، أرصفة الشوارع، عرض الشارع والجزرة الوسطية، نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه، أثاث الشارع)
- ج. إن التوافق والانسجام بمكونات المشهد العمراني والانسجام مع حاجات المستخدمين تقلل من آثار التلوث البصري.
- د. يمكن قياس التلوث البصري من خلال مقاييس منها الازحام المروري.
- هـ. إن خلق الوحدة والتنوع (التنوع في الوحدة لكسر الملل) في المشهد البصري يأتي نتيجة الانسجام في الطرز

و. بساطة التصميم تترك انطباعاً طويلاً في ذهن المشاهد، فكلما كان تصميم اللافتة أكثر بساطة كلما كان أكثر اثاراً للانتباه وسهلاً للإدراك.

ط. شارع المقام بحالة رديئة جداً إذ توجد الأبنية بارتدادات وواجهات متباينة، والأرصفة متباينة الارتفاع والمستوى، وانعدام التظليل، والبروز المعماري في الأبنية فيه، بالإضافة الى الأماكن غير المستعملة مهملة وملينة بالانقاض والنفايات، وانتشار اللوحات الإعلانية بشكل عشوائي وغير مدروس.

ي. شارع 40 مزدحم جداً لاحتوائه على معاهد تقوية للطلبة وبعض الأنشطة الأخرى.

ك. شارع 40 نلاحظ اختلاف في مواد الإنهاء والخصائص الشكلية للواجهات، وارتفاعات الأبنية، وعشوائية المنظر، كذلك وجود اللوحات الإعلانية بكثرة، وبأحجام وألوان متباينة والتجاوز على الرصيف، لكثرة الأنشطة المتنوعة فيه.

ل. شارع الجمعية نلاحظ إن هذا الشارع نوعاً ما أفضل من باقي الشوارع من ناحية قلة اللوحات في بعض الأماكن لكن بنفس الوقت هناك تباين في ارتفاع الأبنية عن الرصيف، والتجاوزات على الرصيف واختلاف مستويات الرصيف، واختلاف مواد الإنهاء، وواجهات الأبنية غير متناسقة بالارتفاعات، ومختلفة بمواد الإنهاء، والألوان، ورداءة الأرصفة وعدم توحيدها بالمستويات، وعدم إنسجامها مع شارع السيارات.

م. شارع الشاوي، نلاحظ تباين واجهات المباني التجارية وعدم تناسق وإنسجام في ارتفاعاتها ومواد إنهاءاتها، وألوانها، عدم التنظيم بإرتداداتها، وانتشار اللوحات الإعلانية بكثرة.

ن. شارع الامام علي (ع) يوضح أبنية قديمة وبجانبها أبنية جديدة بطابق واحد، وبذلك فإن الأبنية مختلفة الواجهات لأنها مختلفة بمواد الإنهاء وعدد الطوابق، وهناك أبنية متروكة ومغلقة ومهملة، زادت من التلوث بهذا الشارع، فضلاً عن تراكم الأغراض المتروكة، وكثرة اللافتات التجارية، والتجاوز على الأرصفة، ورداءتها، مع العلم إن هذا الشارع أبنيته القديمة موحدة بالخصائص الشكلية وفضاء الرصيف. والأبنية القديمة تحتوي على بروز معماري موحد، وإرتفاع الأبنية عن الرصيف بمستويات مختلفة وبعضها تحتوي على سلم للصعود للمبنى، علماً إن الأبنية الجديدة بعضها بدون بروز معماري وبعضها يحتوي على بروز ولكن يختلف عن البروز الموجود في المباني القديمة، وبذلك الاختلافات جعل منه شارع ملوث بالإضافة الى وجود الأكشاك بشكل عشوائي.

3-2-6- المقترحات :

أ. هناك ضرورة لوجود مقاعد جلوس في الشوارع التجارية وخاصة في شارع 40 لكون هذا الشارع يحتوي على معاهد تقوية لطلبة المتوسطة والاعدادية من الذكور والاناث ..ويكون التجمع في الشارع احيانا ينتظرون فتح المعهد صباحا، وفي نهاية الدوام منهم ينتظرون أهاليهم وخاصة الاناث فيلاحظ في هذا الشارع الطلبة ينتشرون وقوفا أو يجلسون عل الرصيف في هذه الفوضى من السيارات ووقوف السيارات واستعمال الرصيف لعرض البضائع ...كل هذه معيقات وكل هذه تسبب انعدام الراحة البصرية للمستعمل.

ب. عرض الشارع والجزرة الوسطية في شارع الامام علي (ع) جيدة ومناسبة للشارع لكون التخطيط صحيح وكذلك واجهات بعض المباني وفضاء الرصيف موجود لا بأس به تقريبا موحد في المباني القديمة التي لم يطرأ احداث تغيير عليها.

ج. كل العناصر في شارع المقام في حالة تغيير دائم وغير ثابت ومنها عرض الشارع والجزرة الوسطية كل فترة يتم تغييرها توسيع وتضييق لعرض الشارع ...وايضا حسب ما تبين من خلال الاستبيان ومن خلال جمع المعلومات من دائرة المشاريع التابعة للبلدية فاعن شارع المقام سيتم تغيير الشارع والجزرة الوسطية بجعله ثلاثة سائدت وجزرتين وسطية لكون الشارع عريض جداً وهو قيد الدراسة ففي الوقت الحالي تم توسيع الحزرة الوسطية وبقت جميع اعمال البنى التحتية متوقفة لحين الاستقرار على تصميم يتم الاتفاق عليه من الجهات المعنية.

د. كل العناصر في شارع الشاوي ايضا تعاني من فقدان لتطبيق المعايير التصميمية والتخطيطية ولم يتم مراعاة اي معيار في هذا الشارع ...ما عدا ترميم الارصفة قبل فترة صار عليها تجديد وكان المشرفين على العمل مهندسين مدني وميكانيك.

هـ. في كل شوارع حالة الدراسة لم يُراعى الجانب المعماري من خصائص شكلية ووظيفية. في النتيجة تعاني من فقدان للمعايير لكل العناصر

و. من المقترح ممكن ان تتدخل الجهات المعنية بالبناء والتصميم وتعديل ما يمكن تعديله في إجراء توحيد مقارب في الواجهات والارصفة وكل عناصر التنظيم للمشهد العمراني في الشارع. ط. من المقترح أيضا تحديد مكان محدد لأصحاب البسطات بشكل لا يحدث فوضى وممكن تسبيح هذا المكان بنباتات دائمة الخضرة ووضع لجان خاصة بمتابعة هذا المكان بحيث لا يتوسع حسب رغبة المواطن.

3-2-7- خلاصة الفصل الثالث:

انقسم الفصل الى محورين، تناول المحور الأول اختيار منطقة الدراسة ووصف العينات المنتخبة ، أما المحور الثاني فتناول تحليل النتائج لمنطقة الدراسة، ووضع هذا الفصل المستلزمات الأساسية لمرحلة التطبيق والقياس، التي شملت تحديد المؤشرات الخاصة الداخلة في القياس وإستعراضها والمتمثلة بإستقصاء مؤشرات الراحة البصرية والمؤشرات الضرورية من نافورات ومقاعد جلوس، وتم إستعراض المخططات الخاصة بإستبيان المختصين من المهندسين في دوائر (التخطيط والبلدية) ومهندسين من ذوي الإختصاص في دوائر أخرى وغير المختصين من مستعملي الشارع ومالكي المباني التجارية، وتم بيان عدد النقاط التي حصل عليها كل مؤشر في المخططات المذكورة ، ثم طرحت النتائج المتحصلة من الاستبيان وقد تم ترميز الشوارع المنتخبة والمقارنة بينها من حيث حصولها على عدد النقاط وصولاً الى النتائج والمقترحات في هذا الفصل.

الفصل الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

تمهيد :

سيتم في هذا الفصل عرض أهم الاستنتاجات النهائية المستخلصة من الجانب النظري والجانب العملي الذي أعتمدته البحث والتي تم التوصل اليها من قياس مفردات الإطار النظري في العينات البحثية وصولاً إلى التوصيات.

4-1- الاستنتاجات المرتبطة بالجانب النظري:

1. أن تصميم المشهد العمراني للشوارع التجارية يحتاج الى خبرات عديدة فى مجالات هندسية متنوعة، وكذلك من الضروري إجراء دراسات تمهيدية اقتصادية عن النطاق العمراني في حالة تصميم أي شارع تجاري، وحجم وأنماط الإنفاق على السلع والخدمات التجارية المختلفة.
2. انعدام وجود مواقف مخصصة للسيارات، منفصل عن الشوارع، أو بجانب الرصيف، وكذلك انعدام وجود العناصر الضرورية بالشوارع ومنها (نافورات مائية، مقاعد جلوس).
3. أن الأبنية القديمة في شارع الإمام علي (ع) كانت مخططة بإرتداد موحد ومصممة حسب معايير من حيث وجود الشناثيل وفضاء الرصيف، ولكن الذي أثر على هذا الشارع هو العشوائيات التي تم إستحداثها في الشارع بارتفاعات مختلفة وواجهات مختلفة وغير ذلك من المعايير الأخرى.
4. ضرورة التأكيد على أهمية الحفاظ على التوافق البصري والانسجام في المشهد العمراني التجاري للمدن وبشكل خاص المدن العراقية لما لذلك من اثر على الذوق العام للمجتمع.
5. أن الاستجابة للجمال في المشهد العمراني التجاري مرتبط في التوافق والانسجام لمكوناته للحصول على أعلى مستوى من تنظيم هذا المشهد.
6. أهمية تنظيم عرض لوحات الاعلان التجارية، والتي تستوجب تدخل الدولة لتنظيمها وذلك لدفع الضرر وجلب المنفعة. فمن الضروري أن تراعى القيم الاجتماعية والثقافية والخصائص المكانية في تصميم اللوحات الاعلانية التجارية وفقاً للمعايير والشروط التي تنظم هذه العملية.
7. هناك إختلاف في المفاهيم والنظريات حول تفسير الرؤى الجمالية، إلا أنه هناك اتفاق على أنها ترتبط بالخلفيات الثقافية والاجتماعية.
8. استعمال أي تشكيل غير مفهوم في التصميم للافتة التجارية، يجعلها صعبة الفهم والإدراك، كما أنها لا تحقق الوظيفة المرجوة منها، فيصبح دورها في إحداث تلوث بصري أكثر من نفعها.

4-2- الإستنتاجات المرتبطة بالإطار العملي:

1. من خلال إجراء الدراسة العملية للعناصر المستخلصة من الإطار النظري (تنظيم واجهات المباني، الأرصفة وتأثيراتها ، عرض الشارع والجزرة الوسطية ، نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية إليه ،أثاث الشارع) لشوارع حالة الدراسة، يظهر التلوث بشكل واضح في عناصر التنظيم لكل الشوارع بسبب ضعف تطبيق المعايير بشكل صحيح.
2. أن التكرار الموحد والمتنوع بنفس الوقت بمعنى (التنوع في الوحدة) (لعناصر الواجهات) وتوحيد الارتدادات (المقصود به خط البناء)) في أبنية المشهد العمراني للشارع التجاري يساهم في تحقيق الانسجام لمكونات المشهد العمراني التجاري و يعطي انطباعاً بصرياً مريحاً وواضحاً للمتلقي.
3. أن تنظيم الأرصفة بمستوى موحد وارتفاع مناسب حسب المعايير المحددة يعطي إنسجام الرصيف مع شارع السيارات من الناحية الشكلية كذلك يعطي إنسيابية بالحركة للمشاة والسابلة ومتعة بالمشي المريح.
4. أن وضع تصميم مناسب لنقاط التقاء محاور الحركة المؤدية للشارع الرئيس يعطي أنسجام وتوافق للمشهد العمراني للشارع التجاري.

4-2-1- الإستنتاجات الخاصة بتنظيم واجهات المباني:

1. يرتبط توافق وانسجام معايير تصميم المشهد العمراني التجاري والتلوث البصري، فكلما يقترب تحقيق المعايير في مكونات المشهد العمراني بشكل إيجابي وصحيح، يظهر الإحساس بالراحة البصرية في الشارع التجاري.
2. أن عدم التنظيم لواجهات المباني بشكل موحد ومتنوع بمعنى (التنوع في الوحدة لكي لا نشعر بالملل) لا تشكل عنصر بصري منسجم للمشهد العمراني وهذا يعطي الإحساس بالقلق لدى المستعمل والمتلقي.
3. إن الشوارع التي يزداد فيها التلوث وتقل فيها جودة الأداء البصري تحتاج الى إنشاء معايير جديدة لتنظيم عناصر المشهد العمراني لترتقي بالشوارع الى مستوى منظم منها شارع (باب الحسين،شارع المقام،شارع الشاوي) وهذا لا يعني ان هذه الشوارع المذكورة آنفاً غير ملوثة بل إنها تحتاج الى تطوير للمعايير.

4-2-2- الاستنتاجات الخاصة بتنظيم أرصفة الشوارع:

1. قيام مالكي المباني بترميم أجزاء الأرصفة المقابلة لمبانيهم في الشارع التجاري بدون تنسيق، وهذا يعني أن كل قطعة من الرصيف تختلف عن الأخرى وبمستويات مختلفة، كل حسب امكانياته وحسب ذوقه، وبالتالي فإن التلوث واضح في الرصيف، ولا يمكن الشعور بالراحة عند المشي، بل الشعور بالقلق.

من خلال ما سبق يستنتج البحث إن الأرصفة في الشارع التجاري تم تشكيلها بأشكال مختلفة باللون والشكل والارتفاعات، وبهذا نحتاج الى أرصفة بمستوى واحد ومواد إنهاء موحدة، لأنها تعطي الراحة بانسيابية الحركة وتعطي الإحساس بانسجامها مع شارع السيارات. وهذا يمكن الحصول عليه بمتابعة الجهات المسؤولة.

2. افتقار الشوارع الى وجود التظليل على الأرصفة، مما يلاحظ حركة المشاة في نهار فصل الصيف، قليلة أو تكاد تكون معدومة، وحتى أصحاب المباني التجارية على الأغلب لا يتواجدون صباحاً، بسبب حرارة الجو وقلة التظليل وقلة الأشجار التي من الممكن أن تخفف من الحرارة.

من خلال ما سبق يستنتج البحث إن الأرصفة بحاجة الى تشجير بشكل متناسب 3. التجاوز على الأرصفة، أي بمعنى أستغلالها لعرض السلع والبضائع، واللوحات الإعلانية والتجارية، والأكشاك، في الشوارع التجارية، مما يسبب التداخل بحركة المشاة ومنظر غير لائق، وكذلك يسبب حجب الرؤية لواجهات المباني التجارية، وبالتالي فهذا يسبب فوضى وإرباك للمستعمل ومقاطعة السير الذي من الممكن أن يكون الرصيف مريحاً لحركة المشاة، بالنظر لكونه شارع تجاري ومن الطبيعي أن يكون الناس يحملون بضائع، فبحاجة إلى رصيف واضح الرؤية وإنسيابي بالحركة. من خلال ما سبق يستنتج البحث أن هناك ضرورة لتحديد مكان خاص لعرض البضائع والسلع بحيث لا يقطع طريق المارة ولا يسبب عائق للمشاة على الأرصفة، هذا من جانب، ومن جانب آخر، تخصيص مكان لأصحاب البسطات والأكشاك لممارسة عملهم على أن لا يتوسع هذا المكان أكثر، ومتابعة هذا الامر من الجهات المسؤولة.

4-2-3- الإستنتاجات الخاصة بتنظيم نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية

اليه:

1. يستنتج البحث أن المقياس هو إحساس المتلقي بالحجم أي أن المقياس هو وسيلة للإحساس بالحجم لدى المتلقي لذلك فان لتعريف نقاط التقاء الشوارع مع محاور الحركة المؤدية اليه دوراً

كبيراً لتمييز وظيفة النقاط للشعور بالمقياس الإنساني كأن يكون هناك تصميم مميز ونمط محدد لمنافذ الأشخاص ومنافذ السيارات، لكي يشعر المستخدم بتنوع وراحة بالتنقل. مما سبق نستنتج أنه لم يتم تطبيق معيار محدد لتمييز حجم مقياس نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية إليه.

4-2-4-الإستنتاجات الخاصة بتنظيم أثاث الشارع:

1. أما ما يخص اللوحات التجارية والإعلانية فيلاحظ أن هناك تسابق من أصحاب المباني التجارية كلٌ يريد أن يبرز تجارته، فنلاحظ الكثرة والتفنن في إنتشار اللوحات ومنها ما يكون ضوئياً، بألوان مختلفة، مما يعطي منظرًا غير متناسق فيزيد من التشويش البصري.
 2. أن إنتشار اللوحات التجارية والإعلانية بشكل مفرط وغير مدروس من حيث الحجم واللون والإضاءة يسبب إرباك وعدم انسجام وتوافق للمشهد العمراني التجاري.
- مما سبق نستنتج أنه لم يتم تطبيق معايير وأحجام خاصة ومحددة باللوحات الإعلانية والتجارية.

4-3- التوصيات:

قد يكون من المفيد التوصية بما يأتي :

4-3-1- التوصيات الى وزارة الاعمار والاسكان والبلديات :

1. التأكيد على توجيه دوائر التخطيط العمراني بتحديث للمخططات والتصاميم لغرض تنفيذها على أرض الواقع.
2. التأكيد على توجيه دوائر البلديات بالالتزام بالمخططات والتصاميم المصادق عليها في أثناء التنفيذ والمتابعة.

4-3-2- التوصيات الى دائرة التخطيط العمراني ودائرة البلديات في بابل:

1. التحفيز على اقتراح مخططات وضوابط للبناء في الشوارع التجارية، وعلى ضوء ما جاء في البحث من عناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري، وكما موضح في أدناه.

اولاً: تنظيم واجهات المباني:

1. توحيد أو مقارنة ارتدادات واجهات المباني، ضمن إستقامة واحدة، وذلك بجعل المباني الحديثة التي بُنيت بجوار المباني القديمة بمساواتها، عن طريق عمل واجهات شكلية، لكي تظهر بشكل موحد ونسق منسجم.

2. عمل بروزات معمارية موحدة بالشكل ،ويمكن استعمال مواد صديقة للبيئة لكي يكون من الممكن تغييرها بين مدة وأخرى للشعور بتجديد الجمالية في الشوارع، والشعور بالتنوع البصري والجمالي .
3. الاهتمام بالسياق للمشهد العمراني بشكل عام للمدينة ،وبشكل خاص للشوارع الرئيسية التجارية، والاستفادة من العناصر المعمارية التي تحقق الغنى والمتعة في واجهات المباني التجارية.
4. تخصيص مادة إنهاء موحدة لإكساء واجهات المباني لكل شارع حسب قِدم الشارع أو حدثه، كأن يكون لشارع باب الحسين (مادة النثر أو الحجر)، وشارع 40 (مادة الجفتيم)، وكذلك لباقي الشوارع ، أو الإكساء بمواد صديقة للبيئة كالخشب المقاوم للماء والرطوبة مثلاً.
5. وضع تصميم موحد من الجهات المسؤولة عن التصميم ، يلائم واجهات المباني التجارية من حيث العناصر المعمارية والعلاقات كال تكرار والوحدة في التصميم .
6. ترميم المباني القديمة وإعادة تأهيلها.

ثانياً: تنظيم أرصفة الشوارع:

1. ترميم ورصف الأرصفة بمواد إنهاء مريحة للمشبي وتلائم أرصفة الشوارع من حيث الشكل واللون بحيث ينسجم بشكل مباشر على وظيفة الرصيف ،ويكون الرصف من دائرة بلدية الحلة ومتابعة التنفيذ.
2. توحيد ارتفاع الرصيف بشكل ينسجم مع الشارع .
3. رفع التجاوزات من الأرصفة في الشوارع التجارية للحصول على رصيف واضح الرؤية والمشبي بإنسيابية دون تعثر.
4. توزيع سنادين نباتية بشكل منظم ومنسجم على طول الرصيف، مع مراعاة عدم تعارضها مع مسار المشاة وتشكيلها وتزيينها بنباتات متنوعة.
5. تنويع المسارات على الأرصفة، لتمييز مسار لسير السابلة، سير ذوي الاحتياجات الخاصة ، سير الدراجات الهوائية، وعلامات الدلالة ممكن أن تكون مميزة بألوان معينة ،أو ملمس معين.
6. توفير تظليل للأرصفة بتشجير الرصيف، بشكل لا يؤثر على حركة المشاة.

ثالثاً: مواصفات الشارع :

1. تنظيم الحركة المرورية في الشوارع التجارية والرئيسة لاستعمال الشوارع خلال الـ 24 ساعة في اليوم.

2. العمل على صيانة البنية التحتية باستمرار والحفاظ عليها من خلال التقليل من استعمال السيارة في حال توفر شوارع خالية من التلوث البصري، ولخلق شوارع مستدامة صديقة للبيئة.
3. يجب تحسين شبكات التصريف وإغلاقها بإحكام وصيانتها بين مدة وأخرى .

رابعاً: نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه:

1. تعريف المنافذ البصرية للمنطقة لخلق نوع من التماسك في المشهد البصري بينها وبين المشهد البصري للشارع عن طريق الحلول المعمارية للصورة الذهنية للمحور وتمييز خدمات ووظيفة هذا المنفذ والذي يليه.
2. تعريف المنافذ لتحديد الوظيفة بالإشارات والإعلانات الخاصة والتأكيد عليها بالكتل المعمارية والاندسكيب كأفضل من بقية الحلول.
3. توفير تحويلات شارع قبل دخول السائق في الشارع الرئيس مع إشارات عبور المشاة.
4. تصميم المنافذ البصرية لحركة الأشخاص وحركة السيارات وفقاً للنسبة الذهبية، الأشكال المنتظمة، وتحقيق الإستمرارية البصرية للمنفذ.

خامساً: تنظيم أثاث الشارع:

1. العمل على توحيد اللوحات الإرشادية واستغلال المظلات في كتابة اسم المحل التجاري عوضاً عن وضع لافتات تجارية.
2. تفتقر الشوارع للغطاء النباتي لذا يجب استعمال عناصر التظليل الطبيعية والصناعية، لتوفير الظل والحماية من العوامل الجوية وأنّ التشجير يعمل على امتصاص التلوث الهوائي والضوضاء.
3. نسبةً الى حرارة الجو صيفاً والتي تصل في بعض أيام الصيف الى (50) درجة مئوية، لذا يستعمل النخيل لملائمتها لدرجات الحرارة العالية بالإضافة لتحملها للعطش والجفاف وقلة مياه الأمطار، وتعد من الأشجار المعمرة وتقلل التلوث.
4. توفير نوافير المياه وتخصيص مكان لحاويات النفايات ضمن مسار أماكن الجلوس والخدمات الأخرى.

4-3-3- التوصيات الى نقابة المهندسين العراقية :

1. العمل على زيادة ثقافة المجتمع من خلال إقامة دورات توعوية، تهدف الى الإهتمام بجمالية الشوارع التجارية، من خلال العمل على الالتزام بضوابط البناء، المقررة من التخطيط العمراني والبلدية، وأهمية الحفاظ على الخصائص الشكلية والعناصر المعمارية في تصميم الأبنية ضمن الشوارع الرئيسة التجارية في المدينة.

4-3-4- التوصيات للباحثين :

- 1.التعمق في دراسة عناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري ،مع معاييرها ومؤشراتها، المتعلقة بالشوارع التجارية في المدينة ،من أجل فتح آفاق جديدة للبحوث والدراسات.
- 2.التوسع في تقييم عناصر أخرى في المدينة ،كالساحات والعقد والعلامات المميزة ...إلخ.
- 3.التوسع في دراسة باقي شوارع مدينة الحلة وفقاً للمنهجية التي اعتمدت في البحث .

4-3-5- التوصيات لأقسام هندسة العمارة في الجامعات :

- 1.تعزيز التوجه نحو بحوث الطلبة المتعلقة بجماليات المدن سواء على مستوى الدراسات الأولية والدراسات العليا.
- 2.إقامة دورات للطلبة لتعريفهم عن التلوث البصري ، وتأثيره على جمالية المدن.

4-3-6- التوصيات للمجتمع المحلي :

- 1.تشجيع المستثمرين على استغلال الأبنية غير المستعملة ،ومحاولة تشغيلها لبث الحياة فيها من جديد.
- 2.تفعيل المشاركة المجتمعية في الحفاظ على نظافة الشارع التجاري ، وتقليل اللافتات التجارية ووضع إتفاق بينهم لتحديد شكل وحجم واحد.
- 3.المساهمة في تنفيذ برنامج تشاركي مستدام لإعادة تأهيل المشهد العمراني لشوارع مدينة الحلة من خلال:-
- 4.تحويل السلطة للمجتمع لكي يُطور نفسه بنفسه ويستطيع أن يواكب مهام التنمية العمرانية وأن يكون مُلماً بكل جوانبها."
- 5.تهيئة الفرص للمجتمع للقيام بدوره في جميع مجالات التنمية العمرانية من كل جانب من حيث اتخاذ القرار ، التخطيط ، التنفيذ ، المتابعة ، والتقييم .
- 6.تدخل المجتمع كطرف مؤثر في عملية التنمية العمرانية، وذلك للإستفادة من معرفتهم بسلبيات وإيجابيات المعيشة في المدينة ومناقشتها،ومن ثم إيجاد حلول لهذه المهام،وكيفية التخطيط لوضع الحلول والمقترحات .
- 7.تدعيم وتحسين بناء قدرات المجتمع، من أجل القيام بأدوار إتخاذ القرارات من المجتمع حاضراً ومستقبلاً، والوصول إلى التنمية العمرانية المستدامة .
- 8.اقتراح حلقات نقاش مستمرة بين المنظمات الوسيطة والسكان والمخططين لتطوير الحلول طبقاً لإحتياجات السكان وبناءً على اقتراحاتهم ومتطلباتهم. ومن القضايا التي من الممكن تسليط الضوء عليها،(خدمات الموقع والأماكن المفتوحة والطرق ومسارات المشاة والإسكان).

المصادر



المصادر العربية:

1. الموسوي، أحمد حسين، "دور الخصائص الشكلية في انسجام المشهد الحضري"، المجلة العراقية للهندسة المعمارية، المجلد (31) العدد (3)، 2015.
2. عمر أحمد مختار، "معجم اللغة العربية المعاصرة"، المجلد الاول، الطبعة الاولى، عالم الكتب، القاهرة، 2008.
3. خولة كريم كوثر، "التلوث البصري تأثيره في المشهد الحضري للمدينة العراقية"، دبلوم عالي، المعهد العالي للتخطيط الحضري والاقليمي، جامعة بغداد، 2009.
4. ندى خليل ابراهيم، "دور عناصر الفضاءات الخارجية في تحقيق الاستجابة الجمالية لمشهد الشارع"، رسالة ماجستير، الهندسة المعمارية، الجامعة التكنولوجية، بغداد، 2014.
5. الحريقي، فهد بن عبدالله، "التوافق والإنسجام في البيئة العمرانية في ظل إنتشار اللافتات التجارية"، كلية العمارة والتخطيط، جامعة الملك فيصل، الدمام، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل، مجلد (4)، العدد (1)، 2003.
6. المعموري، حمزة سلمان، النشاط السياحي في محافظة بابل "التنمية السياحية لمدينة الحلة على وفق تنمية المراكز الأكثر أهمية (التنمية المتوازية)"، المنظمة العالمية للتجارة، كلية الهندسة، قسم العمارة، جامعة بابل، 2020.
7. نياز حسين حسن، "أثر استخدام مواد البناء في تشكيل الهوية المعمارية (مدينة السليمانية حالة دراسية)"، مجلة السليمانية للعلوم الهندسية، مجلد 6، عدد (3) 2019.
8. الشريف، عبد العزيز، "أثر نظم مواد الإنشاء المعاصرة على الأداء الوظيفي والجمالي للفراغات المعمارية، الجامعة الإسلامية، غزة، كلية الهندسة المعمارية، 2017.
9. بلدية الكويت، قرار رئيس البلدية رقم 61 في شأن لائحة الإعلانات، وثائق حكومية غير منشورة، 1996.
10. مظهر عباس أحمد، "تشويه البيئة العمرانية في المدن العراقية من خلال عشوائية وضع الإعلانات التجارية بشوارعها الرئيسية (شارع 14 رمضان في مدينة بغداد حالة دراسية)"، الجامعة التقنية الشمالية، المعهد التقني ذي قار، 9، عدد (3)، 2018.
11. أنيس جواد سلمان، "تركيب المباني الجدران الحاملة وتفصيلها المعمارية"، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل، رقم الايداع في المكتبة الوطنية ببغداد 621، 1987.
12. رُبي حفته، "دراسة عناصر المشهد المعماري والعمراني"، رسالة ماجستير، كلية الهندسة المعمارية، قسم التصميم المعماري، جامعة دمشق، 2014.

13. القره داغي، أمجد محمد وهاوار طه توفيق وميادة حكمت يوسف، " أثر التجاوزات على الأرصفة في قابلية التمشي في المناطق السكنية بمدينة السليمانية" جامعة السليمانية، كلية الهندسة، قسم العمارة، مجلد 6. عدد (3) 2019.
14. الديوان، محمد ضياء جعفر، " أثر التكنولوجيا على المشهد الحضري، جامعة بغداد، 2012.
15. إيمان زروق ، "مبادئ ومعايير تخطيط وتصميم الفضاءات والمسالك المخصصة للمشاة، رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة بسكرة، كلية الهندسة المعمارية، 2022.
16. المديرية العامة للتخطيط العمراني / مديريات بلديات المركز / أنظمة البناء في المناطق التجارية / العدد 386/19/3 بتاريخ 1989/4/20.
17. مدني، ريم زاهر، " أثر التلوث البصري في تشويه جمال المدن"، رسالة ماجستير في العمارة والتخطيط، جامعة السودان، 2015.
18. محمد بن عمارة، " التلوث البصري في المحيط الحضري، مظهر تشويه واجهات المباني"، مجلة التعمير والبناء جامعة تيارت، الجزائر، (1)، رقم (4)، 2017.
19. العمري، خالد أحمد، "المنظومة الهندسية والحكومية في ايجاد آلية لتقييم التلوث البصري"، هندسة العمارة، الجامعة الاردنية، دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد (43)، ملحق (6)، 2016.
20. العبيدي، ايمان هادي، "دور البنية التحتية في تفعيل مراكز الاحياء السكنية"، رسالة ماجستير، الجامعة التكنولوجية، بغداد، التصميم الحضري، 2021.
21. أحمد جميل شامية، "دراسة تحليلية للتلوث البصري في مدينة غزة"، رسالة ماجستير، قسم الهندسة المعمارية، الجامعة الإسلامية – غزة، 2013.
22. الأنباري، محمد علي وماجد عباس وآلاء هادي، "تقييم بعض مؤشرات التلوث البصري في البيئة العمرانية لمدينة الحلة"، قسم هندسة العمارة، كلية الهندسة، جامعة بابل، 2019، مجلة المثنى. مجلد (8).
23. مريم خير الله خلف، "التلوث البصري في مدينة الزبير"، مجلة الخليج العربية، جامعة البصرة، مجلد (46)، عدد (3-4)، 2018.
24. القرش، نهى محمد أحمد، " قابلية تطبيق منهج الشوارع الكاملة في الشوارع التجارية بالمدن المصرية"، رسالة ماجستير، مصر، جامعة القاهرة، كلية التخطيط الاقليمي والعمراني، قسم التخطيط العمراني، 2021.
25. محمد قاسم تركي عواد، " أثر خط السماء على المخطط الاساس لمدينة بغداد"، رسالة ماجستير، قسم هندسة العمارة، كلية الهندسة، جامعة بغداد، 2018.

26. الأسطل، وفاء ناجي، "أثر تصميم شوارع المشاة على استدامة المناطق العمرانية"، رسالة ماجستير، كلية الهندسة المعمارية، الجامعة الإسلامية، فلسطين، 2015.
27. الزبيدي، صبيح لفقة، "التلوث البصري في المشهد الحضري التجاري"، مجلة واسط للعلوم الهندسية، كلية الهندسة، جامعة واسط، مجلد (4)، العدد (1)، 2016.
28. حمزة جلال جواد، "أثر مواد الإنهاء في تلقي المشهد الحضري التجاري"، رسالة ماجستير، قسم الهندسة المعمارية، الجامعة التكنولوجية، بغداد، 2013.
29. علاء الدين عبد الرحمن حسن وليث رشيد حميد، "أثر تأثير فضاء الشارع على التوافق والانسجام في البيئة العمرانية"، معهد التكنولوجيا/ بغداد، 2010.
30. مجلس أبو ظبي للتخطيط العمراني، (دليل تصميم الشوارع الحضرية في أبو ظبي)، (رؤية أبو ظبي 2030)، أبو ظبي الإمارات العربية المتحدة.
31. إيناس نبيل محمد درادكة، "مدى تأثير اللافتة التجارية على التلوث البصري للشارع التجاري"، رسالة ماجستير في التصميم الجرافيكي، جامعة عمان، 2019.
32. علي شعبان عبد الحميد والفران، هاني خليل، "أهمية الخصائص والعناصر البصرية والجمالية في المدينة"، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2004.

المصادر الانكليزية:

1. Astrid, and Dyah Kusuma Wardhani, "Investigating sense of place at historic commercial street corridor: Visitor Perception of Social Aspects".
2. Likert, R. A Technique for the Measurement of Attitudes. Archives of Psychology, (1932).
3. Spreiregen Pauld, "Urban Design: The Architecture of Towns and Cities" McGraw – Hill Book company, New York, 1965.
4. Jacobs, Jane, "The Death and Life of Great American Cities, Random House, New York, 1961.
5. Al-Obeidy, Musaab Sami, and Shuhana ShamsUddin "The role of commercial streets as a channel of movement in relating to the sense of place", International Journal of Advanced Research 5.1 (2017): 1598-1607.

6. Jangy Jalal Kadir. "Deformation and visual pollution in the commercial streets of the old city of Mosul", Eurasian Journal of Science & Engineering 3.1 (2017).
7. Cvetković Mila, A. Momčilović–Petronijević, and A. Ćurčić. "Visual Pollution of Urban Areas as one of the Main Issues of the 21st Century", 26th International Conference Ecological Truth & Environmental.
8. Sylvia Nieves Leon Guerrero, “ Planning Policy and Landscape Architecture :Street Design in Theory and Practice”, Master of Science in Community and Regional Planning ,University of Texas at Austin.
9. Eames Edwin and others, “Anthropology of the city”, prentice hall, New Jersey,1977.
10. Kevin Lynch ,” the M.I.T press London, 1960.Reprinted, 1974.
11. McClusky Jim,” Road Form and Townscape “, The Architectural press, London,1979.
12. Cullen Gordon, “ The concise Townscape”, The Architectural press, London,1979.

الملاحق



الملاحق

ملحق رقم (1): يوضح تحليل عناصر تنظيم المشهد العمراني التجاري لواقع الحال، والتقييم حسب آراء المختصين، لشارع باب الحسين في مدينة الحلة.

تنظيم واجهات المباني في المشهد العمراني التجاري			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
يجب ان تكون المباني بإرتداد واحد ومحدد ضمن حدود مواقعها	إرتداد واجهات المباني بإستمراية واحدة بمواقعها للمشهد العمراني التجاري	بعض الابنية مرتدة الى الخلف او متقدمة الى الامام عن الابنية القديمة	● ●
شكل ارتفاعات الابنية (خط Sky line السماء للشارع) ينبغي أن يكون منسجم	شكل خط السماء	عدم وجود انسجام بخط السماء لوجود مباني بارتفاع طابق واحد وبجوارها بناية بثلاث طوابق	●
مستويات الابنية بالنسبة للارصفة	مرتفعة بمقدار (20) سم لتحقيق الانسجام الشكلي للشارع	مختلفة المستويات	●
البروز المعماري جزء يكون بارز لغايات تجميلية او للوقاية من العوامل الجوية	يجب ان تكون متساوي وامتداده يجب ان لايتجاوز عرض الرصيف	غير متناسق، مع بروزات الابنية القديمة، ومختلفة الاشكال والامتداد	●
يكون عدد طوابق البناء حسب امكانية صاحب المالك	عدد الطوابق	تتراوح بين (1، 2، 3) طابق ، لا يوجد تناسق وانسجام بين الطوابق	● ●
الناحية الجمالية : تشكل عامل جذب محيط بالمباني	الخصائص الشكلية في الواجهات (التوازن ، التكرار) التي تعزز الاحساس بالمكان	فقدان الخصائص الشكلية في الواجهات (التوازن ، التكرار)	●
تكون خليط من التشابه والتناسق فيما بينها من ناحية اللون والتصميم والتناسب مع عكسها للطراز التقليدي اذا كان بالقرب او ضمن النسيج التراثي	واجهات الابنية التقارب من حيث الشكل والنسب واللون والحركة والتشابه والتناسق	غير متناسقة	●
مواد الانهاء	يجب ان تكون موحدة او مقاربة	استخدام مواد مركبة	●
يجب ان تكون متجانسة	الالوان	الوان متباينة وغير متجانسة	●
الارصفة وتأثيرها			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
اقل بعد (15 سم) واكبر بعد (25 سم)	ارتفاع الرصيف عن الشارع	مختلف الارتفاعات يتراوح من (25- 30 -47- 40) سم	●
يجب ان يتراوح عرض الرصيف من م حسب عرض الطريق (4 – 2,5)	عرض الرصيف	تتراوح من (2 م – 7 م)	●

●	مختلفة المستويات، لا تحقق جمالية وانسجام للرصيف والشارع	نفس المنسوب بمستوى واحد	منسوب الارتفاع للرصيف يؤثر على الانسجام وتنظيم وجمالية الرصيف والشارع
●	غير موجود	مناطق اشارات العبور هناك انحدار بسيط (15 درجة) للمعوقين	ضرورة وجود إنحدار بسيط في الرصيف للمعاقين
●	غير موجود	مسار السابلة	مسار السابلة يخصص لحركة المشاة يجب ان يكون (2)م وأقل عرض(1.50)
●	غير موجود	مسار ذوي الاحتياجات الخاصة	يجب ان يكون مسار ذوي الاحتياجات الخاصة بعرض (0.80)م كحد أدنى
●	غير موجود	مسار العجلات الهوائية	يجب توفير مسار للعجلات الهوائية ضمن الرصيف بعرض (1) م واذا كان المسار مخصص للمشاة والدراجات يكون بعرض (2.50)م
●	غير موجود	علامات الدلالة	تمييز كل مسار عن الآخر بالوان او ملمس
●	غير منظمة	العوارض	تكون العوارض بعيدة عن مسار السابلة لانها وضعت لحمايتهم
●	عشوائية ان وجدت وتحجب الرؤية	الاكشاك	تحديد مواقع الاكشاك الضرورية فقط بأسلوب لا يؤثر على مسار السابلة
●	وان وجدت تعترض حركة المشاة	مخيمات الأنشطة المختلفة التي تعترض طريق المشاة	يفضل ان تكون مخيمات الأنشطة ان وجدت ضمن الابنية المخصصة لها ولا تعترض حركة السابلة
●	غير موجود	عرض اماكن الجلوس	اماكن جلوس واضحة ومحددة اقل عرض لها 1.20
●	غير موجودة	توفير مساحة ارتداد المحال التجارية	توفر مكان عرض السلع والبضائع بمقدار (1.4-0.75)م
●	مختلفة	نوعية تبليط الرصيف	يجب ان يكون تبليط الرصيف بمادة بناءية موحدة وشكل موحد
●	غير موجودة	مواقف السيارات	عرض موقف كل سيارة في البارك يجب ان تكون 2.5 م
●	غير موجودة	اماكن التشجير	اماكن التشجير يجب ان تكون بعرض 2 م وبعيدة عن حدود ابنية الرصيف من (2-3، 4 م)
●	غير موجودة	اماكن حاويات النفايات	اماكن حاويات النفايات يخصص لها مكان ضمن مسار الخدمات (اكشاك ،الهاتف ، اماكن الجلوس ،سبيل الماء)
عرض الشارع والجزرة الوسطية			
التقييم حسب آراء المختصين	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	المؤشرات	المعيار المطلوب
● ●	غير واضح او قليل	لاستخدامها كمواقف للسيارات ولحركة السابلة	توفير ارتداد امامي مقداره (5) م من جهة الشارع التجاري (للشوارع التي يقل عرضها عن (30) م) وارتداد جانبي او خلفي مقداره (3) م للشوارع التي يقل عرضها عن (30) م
●	30 م	عرض الشارع مع الرصيف كله	يجب ان يكون عرض الشارع مع الرصيف بعرض (40) م
●	9.5	عرض شارع السيارات	يجب ان يكون عرض شارع السيارات (10.5) م
●	تتراوح من (1 م – 1.250 م)	عرض الجزرة الوسطية	يجب ان يكون عرض الجزرة الوسطية (6) م

● ●	غير جيدة	مياه الامطار ومياه تنظيف الابنية	ضرورة وجود بنى تحتية متكاملة جيدة تعمل على التخلص من المياه الغير ضرورية
نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب اراء المختصين
تعريف المنافذ البصرية بعلامات توضيحية للمنطقة التي تلي المنفذ لخلق نوع من التماسك في المشهد البصري بينها وبين المشهد البصري للشارع عن طريق الحلول المعمارية للصورة الذهنية للمحور وتمييز خدمات ووظيفة هذا المنفذ والذي يليه	تعريف مدخل المنافذ عن طريق الحلول المعمارية	غير معرف وغير منظم	●
تعريف المنافذ لتحديد الوظيفة بالاشارات والاعلانات الخاصة والتأكيد عليها بالكتل المعمارية والاندسكيب كأفضل من بقية الحلول	وظيفة المنافذ شوارع تجميع، شوارع سكنية ، شوارع خدمية	غير معرفة وغير محددة حسب الوظيفة	●
وجود تحويلة شارع قبل دخول السائق في الشارع الرئيس مع اشارات عبور المشاة	وجود منافذ حركة سيارات (خاص بالشوارع الثانوية المؤدية الى الشوارع الرئيسية والتجارية)	غير معرف وغير منظم	●
إستعمال المقياس الانساني للسيطرة على نوعية الحركة مع استعمال العوارض وتضييق الطريق وتغيير نوعية مادة التبليط مع استخدام العقود والأعمدة والفضاء المفتوح وان يكون ارتفاع نهاية العقد العليا لا تقل عن (5م) كنسبة ذهبية من ارتفاعه	منافذ حركة أشخاص	غير معرف وغير منظم	●
وجود عوارض اصطناعية لفصل حركة السيارات عن حركة المشاة أو بالعكس أو تمييز بالمستويات مع عناصر مخفضة للسرعة مع لوحات تأشيرية	حركة مختلطة (منافذ مواقف السيارات والأزقة)	غير معرف وعدم وجود فاصل بين حركة المشاة والسيارات	●
أثاث الشارع			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب اراء المختصين
يجب ان تكون مظلة لحماية الجالسين	اماكن الجلوس	غير موجودة	●
وجود النافورات ضروري في الشارع التجاري لتلطيف الاجواء	النافورات	غير موجودة	●
يجب ان يكون للتشجير تأثير ايجابي على المشهد الحضري للشارع	الاشجار والتشجير	غير موجودة	●
يجب ان تكون موزعة باماكن لا تؤثر على حركة المارة والمستعمل	حاويات النباتات	غير موجودة	●
عدم استخدام الاعلانات الضوئية لانها تؤثر على عين السائق ويفضل ذات الاضاءة الداخلية	انواع اللوحات وفق المادة المصنوعة منها تؤثر على تنظيم وهوية الشارع	استخدام اعلانات ضوئية وانواع اخرى	

●	عشوائية وغير منظمة	اللوحات الاعلانية والتجارية	يكون اسلوب لوحات الاعلان للمحلات التجارية جزء من التصميم لتلافي تشويه واجهة عند اشغاله ولا تمنح اجازة البناء عند عدم الالتزام بما ورد اعلاه	
	غير متناسبة مع ابعاد فضاء الشارع	متلائمة مع سياق الشارع (النسق البصري والجمالي واللون)	تحدد حسب ابعاد فضاء الشارع على ان يكون الاعلان مائل بزاوية 3 درجة .	
	غير منظمة	ابعاد اللوحات	مساحة لا تزيد عن 180*240 وفي جميع الاحوال عرض لوحة الاعلان لا يزيد عن (25%) من عرض الرصيف	
		ارتفاع اللوحات الاعلانية عن الرصيف التقييم من ناحية الملائمة للمعيار	لا يقل الارتفاع المسموح به للاعلان عن (3م) من مستوى الرصيف ويحظر اقامتها باسلوب يعيق حركة المشاة .	
●	عشوائية وغير منظمة	يخصص لها مكان	اماكن حاويات النفايات	

ملحق رقم (2): يوضح تحليل عناصر تنظيم المشهد العمراني لواقع الحال لشارع المقام في مدينة الحلة.

تنظيم واجهات المباني في المشهد العمراني التجاري				
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين	
يجب ان تكون المباني بإرتداد واحد ومحدد ضمن حدود مواقعها	إرتداد واجهات المباني الى إستمرارية واحدة بمواقعها للمشهد العمراني التجاري	بعض الابنية مرتدة الى الخلف او متقدمة الى الامام عن الابنية القديمة	● ●	
شكل ارتفاعات الابنية (خط Sky line السماء للشارع) ينبغي أن يكون منسجم	شكل خط السماء	عدم وجود انسجام بخط السماء لوجود مباني بارتفاع طابق واحد وبجوارها بناية بثلاث طوابق	●	
مستويات الابنية بالنسبة للارصفة	مرتفعة بمقدار (20) سم لتحقيق الانسجام الشكلي للشارع	مختلفة المستويات	●	

●	غير متناسق، مع بروزات الابنية القديمة، ومختلفة الاشكال والامتداد	يجب ان تكون متساوي وامتداده يجب ان لا يتجاوز عرض الرصيف	البروز المعماري جزء يكون بارز لغايات تجميلية او للوقاية من العوامل الجوية
●●	تتراوح بين (1، 2، 3) طابق ، لا يوجد تناسق وانسجام بين الطوابق	عدد الطوابق	يكون عدد طوابق البناء حسب امكانية صاحب الملك
●	فقدان الخصائص الشكلية في الواجهات (التوازن، التكرار)	الخصائص الشكلية في الواجهات (التوازن، التكرار) التي تعزز الاحساس بالمكان	الناحية الجمالية : تشكل عامل جذب محيط بالمباني
●	غير متناسقة	واجهات الابنية التقارب من حيث الشكل والنسب واللون والحركة والتشابه والتناسق	تكون خليط من التشابه والتناسق فيما بينها من ناحية اللون والتصميم والتناسب مع عكسها للطراز التقليدي اذا كان بالقرب او ضمن النسيج التراثي
●	استخدام مواد مركبة	يجب ان تكون موحدة او متقاربة	مواد الانهاء
●	الوان متباينة وغير متجانسة	الالوان	يجب ان تكون متجانسة
الارصفة وتأثيرها			
التقييم حسب اراء المختصين	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	المؤشرات	المعيار المطلوب
●	مختلف الارتفاعات يتراوح من (0 - 25 - 30 سم) (40 سم)	ارتفاع الرصيف عن الشارع	اقل بعد (15 سم) واكبر بعد (25 سم)
●	تتراوح من (2 م - 5 م - 7 م)	عرض الرصيف	يجب ان يكون عرض الرصيف (5.5) م
●	مختلفة المستويات، لا تحقق جمالية وانسجام للرصيف والشارع	نفس المنسوب بمستوى واحد	منسوب الارتفاع للرصيف يؤثر على الانسجام وتنظيم وجمالية الرصيف والشارع
●	غير موجود	مناطق اشارات العبور هناك انحدار بسيط (15 درجة) للمعوقين	ضرورة وجود إنحدار بسيط في الرصيف للمعاقين
●	غير موجود	مسار السابلة	مسار السابلة يخصص لحركة المشاة يجب ان يكون (2 م) وأقل عرض (1.50)
●	غير موجود	مسار ذوي الاحتياجات الخاصة	يجب ان يكون مسار ذوي الاحتياجات الخاصة بعرض (0.80 م) كحد أدنى
●	غير موجود	مسار العجلات الهوائية	يجب توفير مسار للعجلات الهوائية ضمن الرصيف بعرض (1 م) واذا كان المسار مخصص للمشاة والدراجات يكون بعرض (2.50 م)
●	غير موجود	علامات الدلالة	تمييز كل مسار عن الاخر بالوان او ملمس

●	غير منظمة	العوارض	تكون العوارض بعيدة عن مسار السابلة لأنها وضعت لحمايتهم
●	عشوائية ان وجدت وتحجب الرؤية	الاكشاك	تحديد مواقع الاكشاك الضرورية فقط بأسلوب لا يؤثر على مسار السابلة
●	وان وجدت تعترض حركة المشاة	مخيمات الأنشطة المختلفة التي تعترض طريق المشاة	يفضل ان تكون مخيمات الأنشطة ان وجدت ضمن الابنية المخصصة لها ولا تعترض حركة السابلة
●	مواد متباينة	نوعية تبليط الرصيف	يجب ان يكون تبليط الرصيف بمادة بنائية موحدة وشكل موحد
●	غير موجودة	مكان عرض السلع والبضائع	توفر مكان عرض السلع والبضائع بمقدار (0.75-1.4)م
●	غير موجودة	عرض اماكن الجلوس	اماكن جلوس واضحة ومحددة اقل عرض لها 1.20
●	غير موجودة	مواقف السيارات	عرض موقف كل سيارة في البارك يجب ان تكون 2.5 م
●	غير موجودة	اماكن التشجير	اماكن التشجير يجب ان تكون بعرض 2 م وبعيدة عن حدود ابنية الرصيف من (2-3 ، 4) م
●		اماكن حاويات النفايات	اماكن حاويات النفايات يخصص لها مكان ضمن مسار الخدمات (اكشاك ،الهاتف ، اماكن الجلوس ،سبيل الماء)
عرض الشارع والجزرة الوسطية			
التقييم حسب آراء المختصين	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	المؤشرات	المعيار المطلوب
● ●	غير واضح او قليل	لاستخدامها كمواقف للسيارات ولحركة السابلة	توفير ارتداد امامي مقداره (5) م من جهة الشارع التجاري (للشوارع التي يقل عرضها عن (30) م) وارتداد جانبي مقداره (3) م للشوارع التي يقل عرضها عن (30) م
● ● ●	60 م	عرض الشارع مع الرصيف كله	يجب ان يكون عرض الشارع مع الرصيف بعرض (60) م
●	13.5م	عرض شارع السيارات	يجب ان يكون عرض شارع السيارات (7) م ،(11.25) ،(11.25) ،(7) م
●	(2 م)	عرض الجزرة الوسطية	يجب ان يكون عرض الجزرة الفاصلة بين الشوارع (3.25) م ، (3.25) م ، عرض الجزرة الوسطية (6.0) م
●	غير جيدة	مياه الامطار ومياه تنظيف الابنية البنية التحتية (الأساسية)	ضرورة وجود بنى تحتية متكاملة جيدة تعمل على التخلص من المياه الغير ضرورية
نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه			

المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
تعريف المنافذ البصرية بعلامات توضيحية للمنطقة التي تلي المنفذ لخلق نوع من التماسك في المشهد البصري بينها وبين المشهد البصري للشارع عن طريق الحلول المعمارية للصورة الذهنية للمحور وتمييز خدمات ووظيفة هذا المنفذ والذي يليه	تعريف مدخل المنافذ عن طريق الحلول المعمارية	غير معرف وغير منظم	●
تعريف المنافذ لتحديد الوظيفة بالإشارات والاعلانات الخاصة والتأكيد عليها بالكتل المعمارية والاندسكيب كأفضل من بقية الحلول	وظيفة المنافذ شوارع تجميع، شوارع سكنية ، شوارع خدمية	غير معرفة وغير محددة حسب الوظيفة	●
وجود تحويلة شارع قبل دخول السائق في الشارع الرئيس مع اشارات عبور المشاة	وجود منافذ حركة سيارات (خاص بالشوارع الثانوية المؤدية الى الشوارع الرئيسية والتجارية)	غير معرف وغير منظم	●
إستخدام المقياس الانساني للسيطرة على نوعية الحركة مع استخدام العوارض وتضييق الطريق وتغيير نوعية مادة التبليط مع استخدام العقود والأعمدة والفضاء المفتوح وان يكون ارتفاع نهاية العقد العليا لا تقل عن (5م) كنسبة ذهبية من ارتفاعه	منافذ حركة أشخاص	غير معرف وغير منظم	●
وجود عوارض اصطناعية لفصل حركة السيارات عن حركة المشاة أو بالعكس أو تمييز بالمستويات مع عناصر مخفضة للسرعة مع لوحات تأشيرية	حركة مختلطة (منافذ مواقف السيارات والأزقة)	غير معرف وعدم وجود فاصل بين حركة المشاة والسيارات	●
أثاث الشارع			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
يجب ان تكون مظلة لحماية الجالسين	اماكن الجلوس	غير موجودة	●
وجود النافورات ضروري في الشارع التجاري لتلطيف الاجواء	النافورات	غير موجودة	●
يجب ان يكون للتشجير تأثير ايجابي على المشهد الحضري للشارع	الاشجار والتشجير	غير موجودة	●
يجب ان تكون موزعة باماكن لا تؤثر على حركة المارة والمستعمل	حاويات النباتات	غير موجودة	●

●	استخدام اعلانات ضوئية وانواع اخرى	انواع اللوحات وفق المادة المصنوعة منها تؤثر على تنظيم وهوية الشارع	عدم استخدام الاعلانات الضوئية لانها تؤثر على عين السائق ويفضل ذات الاضاءة الداخلية	اللوحة الاعلانية
	عشوائية وغير منظمة	اللوحة الاعلانية والتجارية	يكون اسلوب لوحات الاعلان للمحلات التجارية جزء من التصميم لتلافي تشويه واجهة عند اشغاله ولا تمنح اجازة البناء عند عدم الالتزام بما ورد اعلاه	
	غير متناسبة مع ابعاد فضاء الشارع	متلائمة مع سياق الشارع (النسق البصري والجمالي واللون)	تحدد حسب ابعاد فضاء الشارع على ان يكون الاعلان مائل بزاوية 3 درجة .	
		ابعاد اللوحات	مساحة لا تزيد عن 180*240 وفي جميع الاحوال عرض لوحة الاعلان لا يزيد عن (25%) من عرض الرصيف	
	مختلفة الارتفاعات وغير منظمة	ارتفاع اللوحات الاعلانية عن الرصيف التقييم من ناحية الملائمة للمعيار	لا يقل الارتفاع المسموح به للاعلان عن (3م) من مستوى الرصيف ويحظر اقامتها باسلوب يعيق حركة المشاة .	
	عشوائية وغير منظمة	يخصص لها مكان	اماكن حاويات النفايات	

ملحق رقم (3): يوضح تحليل عناصر تنظيم المشهد العمراني لواقع الحال لشارع 40/ لثلاث مقاطع في مدينة الحلة.

تنظيم واجهات المباني في المشهد العمراني التجاري					
التقييم حسب آراء المختصين			المؤشرات	المعيار المطلوب	
المقطع A	المقطع B	المقطع C			
●●	●●	●●●	إرتداد واجهات المباني الى إستمرارية واحدة بمواقعها للمشهد العمراني التجاري	يجب ان تكون المباني بإرتداد واحد ومحدد ضمن حدود مواقعها	
●●	●●	●●	شكل خط السماء	شكل ارتفاعات الابنية (خط Sky line السماء للشارع) ينبغي أن يكون منسجم	
●	●	●●	مرتفعة بمقدار (20) سم لتحقيق الانسجام الشكلي للشارع	مستويات الابنية بالنسبة للارصفة	

●	●	●	على الاغلب مختلفة الامتداد ان وجدت وباشكال غير متناسقة ،وبعضها غير موجودة	يجب ان تكون متساوي وامتداده يجب ان لايتجاوز عرض الرصيف	البروز المعماري جزء يكون بارز لغايات تجميلية او للوقاية من العوامل الجوية
●	●	●	تتراوح بين (1، 2، 3، 4) طابق ، لا يوجد تناسق وانسجام بين الطوابق	عدد الطوابق	يكون عدد طوابق البناء حسب امكانية صاحب الملك
●	●	●	فقدان الخصائص الشكلية في الواجهات (التوازن , التكرار)	الخصائص الشكلية في الواجهات (التوازن , التكرار) التي تعزز الاحساس بالمكان	الناحية الجمالية : تشكل عامل جذب محيط بالمباني
●●	●	●	غير متناسقة	واجهات الابنية التقارب من حيث الشكل والنسب واللون والحركة والتشابه والتناسق	تكون خليط من التشابه والتناسق فيما بينها من ناحية اللون والتصميم والتناسب مع عكسها للطراز التقليدي اذا كان بالقرب او ضمن النسيج التراثي
●	●	●	استخدام مواد مركبة	يجب ان تكون موحدة او متقاربة	مواد الانهاء
●	●	●	الوان متباينة وغير متجانسة	الالوان	يجب ان تكون متجانسة
الارصفة وتأثيرها					
التقييم حسب اراء المختصين			تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	المؤشرات	المعيار المطلوب
المقطع C	المقطع B	المقطع A			
●	●	●	مختلف الارتفاعات يتراوح من 0-5-10 سم (المقطع C)	ارتفاع الرصيف عن الشارع	اقل بعد (15 سم) واكبر بعد (25 سم)
●●	●●	●●	يتراوح من 0 - 6.60 م - 7 م - 7.55 م (لكل المقاطع/ مختلف النسق لكل الشارع	عرض الرصيف	يجب ان يكون عرض الرصيف (6.5) م
●	●	●	مختلفة المستويات، لا تحقق جمالية وانسجام للرصيف والشارع / لكل المقاطع	نفس المنسوب بمستوى واحد	منسوب الارتفاع للرصيف يؤثر على الانسجام وتنظيم وجمالية الرصيف والشارع
●	●	●	غير موجود	مناطق اشارات العبور هناك انحدار بسيط (15 درجة) للمعوقين	ضرورة وجود إنحدار بسيط في الرصيف للمعاقين
●	●	●	غير موجود	مسار السابلة	مسار السابلة يخصص لحركة المشاة يجب ان يكون (2)م وأقل عرض(1.50)م
●	●	●	غير موجود	مسار ذوي الاحتياجات الخاصة	يجب ان يكون مسار ذوي الاحتياجات الخاصة بعرض (0.80)م كحد أدنى

●	●	●	غير موجود	مسار العجلات الهوائية	يجب توفير مسار للعجلات الهوائية ضمن الرصيف بعرض (1) م وإذا كان المسار مخصص للمشاة والدراجات يكون بعرض (2.50) م
●	●	●	غير موجود	علامات الدلالة	تمييز كل مسار عن الآخر بالوان او ملمس
●	●	●	غير منظمة	العوارض	تكون العوارض بعيدة عن مسار السابلة لأنها وضعت لحمايتهم
●	●	●	عشوائية ان وجدت وتحجب الرؤية / وتكون جوانبها تجمع للنفايات	الاكشاك	تحديد مواقع الاكشاك الضرورية فقط بأسلوب لا يؤثر على مسار السابلة
●	●	●	وان وجدت تعترض حركة المشاة	مخيمات الأنشطة المختلفة التي تعترض طريق المشاة	يفضل ان تكون مخيمات الأنشطة ان وجدت ضمن الابنية المخصصة لها ولا تعترض حركة السابلة
●	●	●	غير موجود	مكان عرض السلع والبضائع	توفر مكان عرض السلع والبضائع بمقدار (1.4- 0.75) م
●	●	●	مواد متباينة	نوعية تبليط الرصيف	يجب ان يكون تبليط الرصيف بمادة بنائية موحدة وشكل موحد
●	●	●	غير موجود	عرض اماكن الجلوس	اماكن جلوس واضحة محددة اقل عرض لها 1.20
●	●	●	غير موجودة	مواقف السيارات	عرض موقف كل سيارة في البارك يجب ان تكون 2.5 م
●	●	●	غير موجودة	اماكن التشجير	اماكن التشجير يجب ان تكون بعرض 2 م وبعيدة عن حدود ابنية الرصيف من (2-3، 4) م
●	●	●	غير موجودة	اماكن حاويات النفايات	اماكن حاويات النفايات يخصص لها مكان ضمن مسار الخدمات (اكشاك ،الهاتف ، اماكن الجلوس ،سبيل الماء)
عرض الشارع والجزرة الوسطية					
التقييم حسب اراء المختصين			تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	المؤشرات	المعيار المطلوب
المقطع A	المقطع B	المقطع C			
● ●	● ●	● ●	غير واضح او قليل	الارتداد الامامي من جهة الشارع التجاري والارتداد الجانبي او الخلفي للشارع التجاري لاستخدامها كمواقف للسيارات ولحركة السابلة	توفير ارتداد امامي مقداره (5) م من جهة الشارع التجاري (للشوارع التي يقل عرضها عن (30) م وارتداد جانبي مقداره (3) م للشوارع التي يقل عرضها عن (30) م)
● ● ●	● ● ●	● ● ●	40 م	عرض الشارع مع الرصيف كله	يجب ان يكون عرض الشارع مع الرصيف بعرض (40) م

●●	●●●	●●●	يتراوح بين (9.75 م – 9.97)	عرض شارع السيارات	يجب ان يكون عرض شارع السيارات (10.5) م
●●●	●●●	●●●	يتراوح بين (5.90 م – 6.0 م – 6.40 م)	عرض الجزيرة الوسطية	يجب ان يكون عرض الجزيرة الوسطية (6.0) م
●●	●●	●●	غير جيدة / لكل المقاطع	التحتية (الأساسية) البنية مياه الامطار ومياه تنظيف الابنية	ضرورة وجود بنى تحتية متكاملة جيدة تعمل على التخلص من المياه الغير ضرورية
نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه					
التقييم حسب اراء المختصين			تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	المؤشرات	المعيار المطلوب
المقطع C	المقطع B	المقطع A			
●	●	●	غير معرف وغير منظم	تعريف مدخل المنافذ عن طريق الحلول المعمارية	تعريف المنافذ البصرية بعلامات توضيحية للمنطقة التي تلي المنفذ لخلق نوع من التماسك في المشهد البصري بينها وبين المشهد البصري للشارع عن طريق الحلول المعمارية للصورة الذهنية للمحور وتمييز خدمات ووظيفة هذا المنفذ والذي يليه
●	●	●	غير معرفة وغير محددة حسب الوظيفة / لكل المقاطع	وظيفة المنافذ شوارع تجميع، شوارع سكنية ، شوارع خدمية	تعريف المنافذ لتحديد الوظيفة بالاشارات والاعلانات الخاصة والتأكيد عليها بالكتل المعمارية واللاندسكيب كأفضل من بقية الحلول
●	●	●	غير معرف وغير منظم	وجود منافذ حركة سيارات (خاص بالشوارع) الثانوية المؤدية الى الشوارع الرئيسية والتجارية	وجود تحويلة شارع قبل دخول السائق في الشارع الرئيس مع اشارات عبور المشاة
●	●	●	غير معرف وغير منظم حسب النسبة الذهبية / لكل المقاطع	منافذ حركة أشخاص	إستعمال المقياس الانساني للسيطرة على نوعية الحركة مع استعمال العوارض وتضييق الطريق وتغيير نوعية مادة التبليط مع استخدام العقود والأعمدة والفضاء المفتوح وان يكون ارتفاع نهاية العقد العليا لا تقل عن (5م) كنسبة ذهبية من ارتفاعه
●	●	●	غير معرف وعدم وجود فاصل بين حركة المشاة والسيارات	حركة مختلطة (منافذ مواقف السيارات والأرقة)	وجود عوارض اصطناعية لفصل حركة السيارات عن حركة المشاة أو بالعكس أو تمييز بالمستويات مع عناصر مخفضة للسرعة مع لوحات تأشيرية
أثاث الشارع					
التقييم حسب اراء المختصين			تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	المؤشرات	المعيار المطلوب
المقطع C	المقطع B	المقطع A			
●	●	●	غير موجودة	اماكن الجلوس	يجب ان تكون مظلة لحماية الجالسين

●	●	●	غير موجودة	النافورات	وجود النافورات ضروري في الشارع التجاري لتلطيف الاجواء
●●	●●	●●	غير منظمة / لكل المقاطع / وغير معتنى بها	الاشجار والتشجير	يجب ان يكون للتشجير تأثير ايجابي على المشهد الحضري للشارع
●	●	●	غير موجودة	حاويات النباتات	يجب ان تكون موزعة باماكن لا تؤثر على حركة المارة والمستعمل
●	●	●	استخدام اعلانات ضوئية وانواع اخرى	انواع اللوحات وفق المادة المصنوعة منها تؤثر على تنظيم وهوية الشارع	عدم استخدام الاعلانات الضوئية لانها تؤثر على عين السائق ويفضل ذات الاضاءة الداخلية
			عشوائية وغير منظمة	اللوحات الاعلانية والتجارية	يكون اسلوب لوحات الاعلان للمحلات التجارية جزء من التصميم لتلافي تشويه واجهة عند اشغاله ولا تمنح اجازة البناء عند عدم الالتزام بما ورد اعلاه
			غير متناسبة مع ابعاد فضاء الشارع	متلائمة مع سياق الشارع (النسق البصري والجمالي واللون)	تحدد حسب ابعاد فضاء الشارع على ان يكون الاعلان مائل بزاوية 3 درجة .
			ابعاد مختلفة ومنها اعرض من الرصيف / لكل المقاطع	ابعاد اللوحات	مساحة لا تزيد عن 240*180 وفي جميع الاحوال عرض لوحة الاعلان لا يزيد عن (25%) من عرض الرصيف
			ارتفاعات مختلفة ولا يوجد بُعد ثابت لكل الاعلانات	ارتفاع اللوحات الاعلانية عن الرصيف التقليم من ناحية الملائمة للمعيار	لا يقل الارتفاع المسموح به للاعلان عن (3م) من مستوى الرصيف ويحظر اقامتها باسلوب يعيق حركة المشاة .
			عشوائية وغير منظمة	يخصص لها مكان	اماكن حاويات النفايات

اللوحات الاعلانية

ملحق رقم (4): يوضح تحليل عناصر تنظيم المشهد العمراني لواقع الحال لشارع الجمعية (شرياني ثانوي / شارع رئيسي) في مدينة الحلة.

تنظيم واجهات المباني في المشهد العمراني التجاري			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
يجب ان تكون المباني بإرتداد واحد ومحدد ضمن حدود مواقعها	إرتداد واجهات المباني الى إستمرارية واحدة بمواقعها للمشهد العمراني التجاري	بعض الابنية مرتدة الى الخلف او متقدمة الى الامام عن الابنية القديمة	● ●
شكل ارتفاعات الابنية (خط Sky line السماء للشارع) ينبغي أن يكون منسجم	شكل خط السماء	عدم وجود انسجام بخط السماء لوجود مباني بارتفاع طابق واحد وجوارها بناية بثلاث طوابق	●
مستويات الابنية بالنسبة للارصفة	مرتفعة بمقدار (20) سم لتحقيق الانسجام الشكلي للشارع	مختلفة المستويات تتراوح بين (0 – 40 سم – 60 سم)	●
البروز المعماري جزء يكون بارز لغايات تجميلية او للوقاية من العوامل الجوية	يجب ان يكون بروز معماري موحد بالشكل واللون	مختلفة البروزات وبعضها لا يوجد	●
يكون عدد طوابق البناء حسب امكانية صاحب الملك	عدد الطوابق	تتراوح بين (1- 4) طابق ، لا يوجد تناسق وانسجام بين الطوابق	● ●
الناحية الجمالية : تشكل عامل جذب محيط بالمباني	الخصائص الشكلية في الواجهات (التوازن , التكرار) التي تعزز الاحساس بالمكان	فقدان الخصائص الشكلية في الواجهات (التوازن , التكرار)	●
تكون خليط من التشابه والتناسق فيما بينها من ناحية اللون والتصميم والتناسب مع عكسها للطراز التقليدي اذا كان بالقرب او ضمن النسيج التراثي	واجهات الابنية التقارب من حيث الشكل والنسب واللون والحركة والتشابه والتناسق	غير متناسقة	●
مواد الانهاء	يجب ان تكون موحدة او متقاربة	استخدام مواد مركبة	● ●
يجب ان تكون متجانسة	الالوان	الوان متباينة وغير متجانسة	● ●
الارصفة وتأثيرها			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
اقل بعد (15 سم) واكبر بعد (25 سم)	ارتفاع الرصيف عن الشارع	مختلف الارتفاعات يتراوح من (0 - 30) سم ، واماكن اخرى صعود سلم ثلاث بايات	● ●
يجب ان يكون عرض الرصيف (3.0) م	عرض الرصيف	يتراوح بين (180 سم – 200 سم - 280 سم – 300 سم)	● ●

●	مختلفة المستويات، لا تحقق جمالية وانسجام للرصيف والشارع	نفس المنسوب بمستوى واحد	منسوب الارتفاع للرصيف يؤثر على الانسجام وتنظيم وجمالية الرصيف والشارع
●	غير موجود	مناطق اشارات العبور هناك انحدار بسيط (15 درجة) للمعوقين	ضرورة وجود إنحدار بسيط في الرصيف للمعاقين
●	غير موجود	مسار السابلة	مسار السابلة يخصص لحركة المشاة يجب ان يكون (2م وأقل عرض (1.50)
●	غير موجود	مسار ذوي الاحتياجات الخاصة	يجب ان يكون مسار ذوي الاحتياجات الخاصة بعرض (0.80م كحد أدنى
●	غير موجود	مسار العجلات الهوائية	يجب توفير مسار للعجلات الهوائية ضمن الرصيف بعرض (1) م وإذا كان المسار مخصص للمشاة والدراجات يكون بعرض (2.50)م
●	غير موجود	علامات الدلالة	تمييز كل مسار عن الآخر بالوان او ملمس
●	غير منظمة	العوارض	تكون العوارض بعيدة عن مسار السابلة لانها وضعت لحمايتهم
●	عشوائية ان وجدت وتحجب الرؤية	الاكشاك	تحديد مواقع الاكشاك الضرورية فقط بأسلوب لا يؤثر على مسار السابلة
●	وان وجدت تعترض حركة المشاة	مخيمات الأنشطة المختلفة التي تعترض طريق المشاة	يفضل ان تكون مخيمات الأنشطة ان وجدت ضمن الابنية المخصصة لها ولا تعترض حركة السابلة
●	مواد متباينة	نوعية تبليط الرصيف	يجب ان يكون تبليط الرصيف بمادة بنائية موحدة وشكل موحد
●	غير موجودة	اماكن جلوس	عرض اماكن الجلوس واضحة ومحددة اقل عرض لها 1.20
●	غير موجودة	توفير مساحة ارتداد المحال التجارية	يجب ان تكون مساحة ارتداد المحال التجارية (0.75- 1.4) م
●	غير موجودة	مواقف السيارات	عرض موقف كل سيارة في البارك يجب ان تكون 2.5 م
●	غير منظمة	اماكن التشجير	اماكن التشجير يجب ان تكون بعرض 2 م وبعيدة عن حدود ابنية الرصيف من (2-3، 4) م
●	غير منظمة	اماكن حاويات النفايات	اماكن حاويات النفايات يخصص لها مكان ضمن مسار الخدمات (اكشاك ،الهاتف ، اماكن الجلوس ،سبيل الماء)

عرض الشارع والجزرة الوسطية			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
توفير ارتداد امامي مقداره (5) م من جهة الشارع التجاري (للشوارع التي يكون عرضها (30) م) وارتداد جانبي مقداره (3) م للشوارع التي يقل عرضها عن (30) م	لاستخدامها كمواقف للسيارات ولحركة السابلة	غير واضح او قليل	● ●
يجب ان يكون عرض الشارع مع الرصيف بعرض (30)م	عرض الشارع مع الرصيف كله	30 م	● ● ●
يجب ان يكون عرض شارع السيارات (9.5) م	عرض شارع السيارات	7.5 م	● ●
يجب ان يكون عرض الجزرة الوسطية (5.0) م	عرض الجزرة الوسطية	6.0 م	● ● ●
ضرورة وجود بنى تحتية متكاملة جيدة تعمل على التخلص من المياه الغير ضرورية	مياه الامطار ومياه تنظيف الابنية البنية التحتية (الأساسية)	غير جيدة	● ●
نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
تعريف المنافذ البصرية بعلامات توضيحية للمنطقة التي تلي المنفذ لخلق نوع من التماسك في المشهد البصري بينها وبين المشهد البصري للشارع عن طريق الحلول المعمارية للصورة الذهنية للمحور وتمييز خدمات ووظيفة هذا المنفذ والذي يليه	تعريف مدخل المنافذ عن طريق الحلول المعمارية	غير معرف وغير منظم	●
تعريف المنافذ لتحديد الوظيفة بالاشارات والاعلانات الخاصة والتأكيد عليها بالكتل المعمارية واللاندسكيب كأفضل من بقية الحلول	وظيفة المنافذ شوارع تجميع، شوارع سكنية ، شوارع خدمية	غير معرفة وغير محددة حسب الوظيفة	●
وجود تحويلة شارع قبل دخول السائق في الشارع الرئيس مع اشارات عبور المشاة	وجود منافذ حركة سيارات (خاص بالشوارع الثانوية المؤدية الى الشوارع الرئيسية والتجارية)	غير منظمة وغير معرفة	●
إستعمال المقياس الانساني للسيطرة على نوعية الحركة مع استعمال العوارض وتضييق الطريق وتغيير نوعية مادة التبليط مع استخدام العقود والأعمدة والفضاء المفتوح وان يكون ارتفاع نهاية العقد العليا لا تقل عن (5م) كنسبة ذهبية من ارتفاعه	منافذ حركة أشخاص	غير معرف وغير منظم	●

●	وجود عوارض اصطناعية لفصل حركة السيارات عن حركة المشاة أو بالعكس أو تمييز بالمستويات مع عناصر مخفضة للسرعة مع لوحات تأشيرية	حركة مختلطة (منافذ مواقف السيارات والأرقة)	غير معرف وعدم وجود فاصل بين حركة المشاة والسيارات
أثاث الشارع			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
يجب ان تكون مظلة لحماية الجالسين	اماكن الجلوس	غير منظمة ، في اماكن موجودة واخرى معدومة	●●
وجود النافورات ضروري في الشارع التجاري لتلطيف الاجواء	النافورات	واحدة فقط قياساً على شارع تجاري قليلة	●●
يجب ان يكون للتشجير تأثير ايجابي على المشهد الحضري للشارع	الاشجار والتشجير	غير منسقة مع الشارع التجاري	●●
يجب ان تكون موزعة باماكن لا تؤثر على حركة المارة والمستعمل	حاويات النباتات	غير موجودة	●
اللوحات الاعلانية	عدم استخدام الاعلانات الضوئية لانها تؤثر على عين السائق ويفضل ذات الاضاءة الداخلية	انواع اللوحات وفق المادة المصنوعة منها تؤثر على تنظيم وهوية الشارع	استخدام اعلانات ضوئية وانواع اخرى
	يكون اسلوب لوحات الاعلان للمحلات التجارية جزء من التصميم لتلافي تشويه واجهة عند اشغاله ولا تمنح اجازة البناء عند عدم الالتزام بما ورد اعلاه	اللوحات الاعلانية والتجارية	عشوائية وغير منظمة
	تحدد حسب ابعاد فضاء الشارع على ان يكون الاعلان مائل بزاوية 3 درجة .	متلائمة مع سياق الشارع (النسق البصري والجمالي واللون)	غير متناسبة مع ابعاد فضاء الشارع
	مساحة لا تزيد عن 240*180 وفي جميع الاحوال عرض لوحة الاعلان لا يزيد عن (25%) من عرض الرصيف	ابعاد اللوحات	مختلفة الابعاد والمساحات (غير موحدة)
	لا يقل الارتفاع المسموح به للاعلان عن (3م) من مستوى الرصيف ويحظر اقامتها باسلوب يعيق حركة المشاة .	ارتفاع اللوحات الاعلانية عن الرصيف التقييم من ناحية المتلائمة للمعيار	عشوائية الارتفاعات وغير مقامة بمعيار
●●	اماكن حاويات النفايات	يخصص لها مكان	عشوائية وغير منظمة

ملحق رقم (5): يوضح تحليل عناصر تنظيم المشهد العمراني لواقع الحال لشارع الشاوي (شرياني ثانوي – شارع رئيسي) في مدينة الحلة.

تنظيم واجهات المباني في المشهد العمراني التجاري			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
يجب ان تكون المباني بإرتداد واحد ومحدد ضمن حدود مواقعها	إرتداد واجهات المباني الى إستمرارية واحدة بمواقعها للمشهد العمراني التجاري	بعض الابنية مرتدة الى الخلف او متقدمة الى الامام عن الابنية القديمة	• •
شكل ارتفاعات الابنية (خط Sky line السماء للشارع) ينبغي أن يكون منسجم	شكل خط السماء	عدم وجود انسجام بخط السماء لوجود مباني بارتفاع طابق واحد وبجوارها بناية بثلاث طوابق	•
مستويات الابنية بالنسبة للارصفة	مرتفعة بمقدار (20) سم لتحقيق الانسجام الشكلي للشارع	مختلفة المستويات (تتراوح بين 0 سم - 30 سم – بعضها مرتفع عن الرصيف بثلاث بايات)	•
البروز المعماري جزء يكون بارز لغايات تجميلية او للوقاية من العوامل الجوية	يجب ان تكون متساوي وامتداده يجب ان لايتجاوز عرض الرصيف	غير متناسق، مع بروزات الابنية القديمة، ومختلفة الاشكال والامتداد	•
يكون عدد طوابق البناء حسب امكانية صاحب المالك	عدد الطوابق	تتراوح بين (1 ، 2 ، 3) طابق ، لا يوجد تناسق و انسجام بين الطوابق	•
الناحية الجمالية : تشكل عامل جذب محيط بالمباني	الخصائص الشكلية في الواجهات (التوازن ، التكرار) التي تعزز الاحساس بالمكان	فقدان الخصائص الشكلية في الواجهات (التوازن ، التكرار)	•
تكون خليط من التشابه والتناسق فيما بينها من ناحية اللون والتصميم والتناسب مع عكسها للطراز التقليدي اذا كان بالقرب او ضمن النسيج التراثي	واجهات الابنية التقارب من حيث الشكل والنسب واللون والحركة والتشابه والتناسق	غير متناسقة	•
مواد الانهاء	يجب ان تكون موحدة او متقاربة	استخدام مواد مركبة	•
يجب ان تكون متجانسة	الالوان	الوان متباينة وغير متجانسة	•
الارصفة وتأثيرها			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
اقل بعد (15 سم) واكبر بعد (25 سم)	ارتفاع الرصيف عن الشارع	(23 سم)	• • •
يجب ان يكون عرض الرصيف (3.0) م	عرض الرصيف	يتراوح بين (4.5 م – 5 م – 5.5 م)	•
منسوب الارتفاع للرصيف يؤثر على الانسجام وتنظيم جمالية الرصيف والشارع	نفس المنسوب بمستوى واحد	مختلف المناسيب	•

●	غير موجود	مناطق اشارات العبور هناك انحدار بسيط (15 درجة) للمعوقين	ضرورة وجود إنحدار بسيط في الرصيف للمعاقين
●	غير موجود	مسار السابلة	مسار السابلة يخصص لحركة المشاة يجب ان يكون (2)م وأقل عرض (1.50)
●	غير موجود	مسار ذوي الاحتياجات الخاصة	يجب ان يكون مسار ذوي الاحتياجات الخاصة بعرض (0.80)م كحد أدنى
●	غير موجود	مسار العجلات الهوائية	يجب توفير مسار للعجلات الهوائية ضمن الرصيف بعرض (1) م وإذا كان المسار مخصص للمشاة والدراجات يكون بعرض (2.50)م
●	غير موجود	علامات الدلالة	تمييز كل مسار عن الآخر بالوان او ملمس
●	غير منظمة	العوارض	تكون العوارض بعيدة عن مسار السابلة لأنها وضعت لحمايتهم
●	عشوائية ان وجدت وتحجب الرؤية	الاكشاك	تحديد مواقع الاكشاك الضرورية فقط بأسلوب لا يؤثر على مسار السابلة
●	وان وجدت تعترض حركة المشاة	مخيمات الأنشطة المختلفة التي تعترض طريق المشاة	يفضل ان تكون مخيمات الأنشطة ان وجدت ضمن الابنية المخصصة لها ولا تعترض حركة السابلة
●	غير موجود	مكان عرض السلع والبضائع	يجب ان تكون مساحة ارتداد المحال التجارية (0.75-1.4) م
●	مواد متباينة	نوعية تبليط الرصيف	يجب ان يكون تبليط الرصيف بمادة بنائية موحدة وشكل موحد
●	غير موجودة	اماكن جلوس	عرض اماكن الجلوس واضحة ومحددة اقل عرض لها 1.20
●	غير موجودة	مواقف السيارات	عرض موقف كل سيارة في البارك يجب ان تكون 2.5 م
●	غير موجودة	اماكن التشجير	اماكن التشجير يجب ان تكون بعرض 2 م وبعيدة عن حدود ابنية الرصيف من (2-3 ، 4) م
●	غير موجودة	اماكن حاويات النفايات	اماكن حاويات النفايات يخصص لها مكان ضمن مسار الخدمات (اكشاك ، الهاتف ، اماكن الجلوس ، سبيل الماء)
عرض الشوارع والجزرة الوسطية			

المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
توفير ارتداد امامي مقداره (5) م من جهة الشارع التجاري (للشوارع التي يكون عرضها عن (30) م) وارتداد جانبي مقداره (3) م للشوارع التي يقل عرضها عن (30) م	الارتداد الامامي من جهة الشارع التجاري والارتداد الجانبي او الخلفي للشارع التجاري لاستخدامها كمواقف للسيارات ولحركة السابلة	اقل من المعيار	● ● ●
يجب ان يكون عرض الشارع مع الرصيف بعرض (30) م	عرض الشارع مع الرصيف كله	30 م	● ● ●
يجب ان يكون عرض شارع السيارات (9.5) م	عرض شارع السيارات	9.5	● ● ●
يجب ان يكون عرض الجزيرة الوسطية (5.0) م	عرض الجزيرة الوسطية	(2) م	●
ضرورة وجود بنى تحتية متكاملة جيدة تعمل على التخلص من المياه الغير ضرورية	مياه الامطار ومياه تنظيف الابنية البنية التحتية (الأساسية)	غير جيدة	●
نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
تعريف المنافذ البصرية بعلامات توضيحية للمنطقة التي تلي المنفذ لخلق نوع من التماسك في المشهد البصري بينها وبين المشهد البصري للشارع عن طريق الحلول المعمارية للصوره الذهنية للمحور وتمييز خدمات ووظيفة هذا المنفذ والذي يليه	تعريف مدخل المنافذ عن طريق الحلول المعمارية	غير معرف وغير منظم	●
تعريف المنافذ لتحديد الوظيفة بالاشارات والاعلانات الخاصة والتأكيد عليها بالكتل المعمارية والالاندسكيب كأفضل من بقية الحلول	وظيفة المنافذ شوارع تجميع، شوارع سكنية ، شوارع خدمية	غير معرفة وغير محددة حسب الوظيفة	●
وجود تحويلة شارع قبل دخول السائق في الشارع الرئيس مع اشارات عبور المشاة	وجود منافذ حركة سيارات (خاص بالشوارع الثانوية المؤدية الى الشوارع الرئيسية والتجارية)	غير منظم وغير معرف	●
إستخدام المقياس الانساني للسيطرة على نوعية الحركة مع استخدام العوارض وتضييق الطريق وتغيير نوعية مادة التبليط مع استخدام العقود والأعمدة والفضاء المفتوح وان يكون ارتفاع نهاية العقد العليا لا تقل عن (5م) كنسبة ذهبية من ارتفاعه	منافذ حركة أشخاص	غير منظم وغير معرف	●

●	غير معرف وعدم وجود فاصل بين حركة المشاة والسيارات	حركة مختلطة (منافذ مواقف السيارات والأزقة)	وجود عوارض اصطناعية لفصل حركة السيارات عن حركة المشاة أو بالعكس أو تمييز بالمستويات مع عناصر مخفضة للسرعة مع لوحات تأشيرية
أثاث الشارع			
التقييم حسب آراء المختصين	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	المؤشرات	المعيار المطلوب
●	غير موجودة	اماكن الجلوس	يجب ان تكون مظلة لحماية الجالسين
●	غير موجودة	النافورات	وجود النافورات ضروري في الشارع التجاري لتلطيف الاجواء
●	غير موجودة	الاشجار والتشجير	يجب ان يكون للتشجير تأثير ايجابي على المشهد الحضري للشارع
●	غير موجودة	حاويات النباتات	يجب ان تكون موزعة باماكن لا تؤثر على حركة المارة والمستعمل
●	استخدام اعلانات ضوئية وانواع اخرى	انواع اللوحات وفق المادة المصنوعة منها تؤثر على تنظيم وهوية الشارع	عدم استخدام الاعلانات الضوئية لانها تؤثر على عين السائق ويفضل ذات الازياء الداخلية
	عشوائية وغير منظمة	اللوحات الاعلانية والتجارية	يكون اسلوب لوحات الاعلان للمحلات التجارية جزء من التصميم لتلافي تشويه واجهة عند اشغاله ولا تمنح اجازة البناء عند عدم الالتزام بما ورد اعلاه
	غير متناسبة مع ابعاد فضاء الشارع	متلائمة مع سياق الشارع (النسق البصري والجمالي واللون)	تحدد حسب ابعاد فضاء الشارع على ان يكون الاعلان مائل بزاوية 3 درجة .
		ابعاد اللوحات	مساحة لا تزيد عن 180*240 وفي جميع الاحوال عرض لوحة الاعلان لا يزيد عن 25%) من عرض الرصيف
		ارتفاع اللوحات الاعلانية عن الرصيف التقييم من ناحية المتلائمة للمعيار	لا يقل الارتفاع المسموح به للاعلان عن (3م) من مستوى الرصيف ويحظر اقامتها باسلوب يعيق حركة المشاة .

اماكن حاويات النفايات	يخصص لها مكان	عشوائية وغير منظمة	●
-----------------------	---------------	--------------------	---

ملحق رقم (6): يوضح تحليل عناصر تنظيم المشهد العمراني لواقع الحال لشارع الإمام علي (ع) في مدينة الحلة (شرياني ثانوي – شارع رئيسي).

تنظيم واجهات المباني في المشهد العمراني التجاري			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
يجب ان تكون المباني بإرتداد واحد ومحدد ضمن حدود مواقعها	إرتداد واجهات المباني الى إستمرارية واحدة بمواقعها للمشهد العمراني التجاري	بعض الابنية مرتدة الى الخلف او متقدمة الى الامام عن الابنية القديمة	● ● ●
شكل ارتفاعات الابنية (خط Sky line السماء للشارع) ينبغي أن يكون منسجم	شكل خط السماء	عدم وجود انسجام بخط السماء لوجود مباني بارتفاع طابق واحد وبجوارها بناية بثلاث طوابق	● ●
مستويات الابنية بالنسبة للارصفة	مرتفعة بمقدار (20) سم لتحقيق الانسجام الشكلي للشارع	مختلفة المستويات	●
يجب ان يكون البروز المعماري بشكل واحد ومستوى واحد لكل الابنية	البروز المعماري جزء يكون بارز لغايات تجميلية او للوقاية من العوامل الجوية	الابنية القديمة متساوية بالامتداد لكن وجود الابنية الجديدة جعلها غير متناسقة مع القديمة بالامتداد	● ●
يكون عدد طوابق البناء ثلاث طوابق	عدد الطوابق	تتراوح بين (1- 4) طابق ، لا يوجد تناسق وانسجام بين الطوابق	● ●
الناحية الجمالية : تشكل عامل جذب محيط بالمباني	الخصائص الشكلية في الواجهات (التوازن ,التكرار) التي تعزز الاحساس بالمكان	فقدان الخصائص الشكلية في الواجهات (التوازن ,التكرار)	● ●
تكون خليط من التشابه والتناسق فيما بينها من ناحية اللون والتصميم والتناسب مع عكسها للطراز التقليدي اذا كان بالقرب او ضمن النسيج التراثي	واجهات الابنية التقارب من حيث الشكل والنسب واللون والحركة والتشابه والتناسق	غير متناسقة	● ●
مواد الانتهاء	يجب ان تكون موحدة او متقاربة	استخدام مواد مركبة	● ●
يجب ان تكون متجانسة	الالوان	الوان متباينة وغير متجانسة	● ●
الارصفة وتأثيرها			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
اقل بعد (15 سم) واكبر بعد (25 سم)	ارتفاع الرصيف عن الشارع	مختلف الارتفاعات يتراوح من (25 - 35) سم	● ●

●●	يتراوح بين (280 سم – 390 سم -245 سم)	عرض الرصيف	يجب ان يكون عرض الرصيف (3.0) م
●	مختلفة المستويات، لا تحقق جمالية وانسجام للرصيف والشارع، ومتهرئة	نفس المنسوب بمستوى واحد	منسوب الارتفاع للرصيف يؤثر على الانسجام وتنظيم جمالية الرصيف والشارع
●	غير موجود	مناطق اشارات العبور هناك انحدار بسيط (15 درجة) للمعوقين	ضرورة وجود إنحدار بسيط في الرصيف للمعاقين
●	غير موجود	مسار السابلة	مسار السابلة يخصص لحركة المشاة يجب ان يكون (2)م وأقل عرض (1.50)
●	غير موجود	مسار ذوي الاحتياجات الخاصة	يجب ان يكون مسار ذوي الاحتياجات الخاصة بعرض (0.80)م كحد أدنى
●	غير موجود	مسار العجلات الهوائية	يجب توفير مسار للعجلات الهوائية ضمن الرصيف بعرض (1) م وإذا كان المسار مخصص للمشاة والدراجات يكون بعرض (2.50)م
●	غير موجود	علامات الدلالة	تمييز كل مسار عن الآخر بالوان او ملمس
●	غير منظمة	العوارض	تكون العوارض بعيدة عن مسار السابلة لأنها وضعت لحمايتهم
●	عشوائية ان وجدت وتحجب الرؤية	الاكشاك	تحديد مواقع الاكشاك الضرورية فقط بأسلوب لا يؤثر على مسار السابلة
●	وان وجدت تعترض حركة المشاة	مخيمات الأنشطة المختلفة التي تعترض طريق المشاة	يفضل ان تكون مخيمات الأنشطة ان وجدت ضمن الابنية المخصصة لها ولا تعترض حركة السابلة
●	غير موجود	مكان عرض السلع والبضائع	يجب ان تكون مساحة ارتداد المحال التجارية (0.75- 1.4) م
●	مواد متباينة	نوعية تبليط الرصيف	يجب ان يكون تبليط الرصيف بمادة بنائية موحدة وشكل موحد
●	غير موجودة	اماكن جلوس	عرض اماكن الجلوس واضحة ومحددة اقل عرض لها 1.20
●	غير موجودة	مواقف السيارات	عرض موقف كل سيارة في البارك يجب ان تكون 2.5 م
●	غير موجودة	اماكن التشجير	اماكن التشجير يجب ان تكون بعرض 2 م وبعيدة عن حدود ابنية الرصيف من (2-3، 4) م
●	غير موجودة	اماكن حاويات النفايات	اماكن حاويات النفايات يخصص لها مكان ضمن مسار الخدمات (اكشاك،الهاتف ، اماكن الجلوس،سبيل الماء)

عرض الشارع والجزرة الوسطية			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
توفير ارتداد امامي مقداره (5) م من جهة الشارع التجاري (للشوارع التي يكون عرضها عن (30) م) وارتداد جانبي مقداره (3) م للشوارع التي يقل عرضها عن (30) م	لاستخدامها كمواقف للسيارات ولحركة السابلة	اقل من المعيار	● ● ●
يجب ان يكون عرض الشارع مع الرصيف بعرض (30) م	عرض الشارع مع الرصيف كله	30 م	● ● ●
يجب ان يكون عرض شارع السيارات (9.5) م	عرض شارع السيارات	7.5 م	● ●
يجب ان يكون عرض الجزرة الوسطية (5.0) م	عرض الجزرة الوسطية	260 سم	● ● ●
ضرورة وجود بنى تحتية متكاملة جيدة تعمل على التخلص من المياه الغير ضرورية	البنية مياه الامطار ومياه تنظيف الابنية التحتية (الأساسية)	غير جيدة	● ●
نقاط التقاء الشارع مع محاور الحركة المؤدية اليه			
المعيار المطلوب	المؤشرات	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	التقييم حسب آراء المختصين
تعريف المنافذ البصرية بعلامات توضيحية للمنطقة التي تلي المنفذ لخلق نوع من التماسك في المشهد البصري بينها وبين المشهد البصري للشارع عن طريق الحلول المعمارية للصورة الذهنية للمحور وتمييز خدمات ووظيفة هذا المنفذ والذي يليه	تعريف مدخل المنافذ عن طريق الحلول المعمارية	غير معرف وغير منظم	●
تعريف المنافذ لتحديد الوظيفة بالاشارات والاعلانات الخاصة والتأكيد عليها بالكتل المعمارية واللاندسكيب كأفضل من بقية الحلول	وظيفة المنافذ شوارع تجميع، شوارع سكنية ، شوارع خدمية	غير معرفة وغير محددة حسب الوظيفة	●
وجود تحويلة شارع قبل دخول السائق في الشارع الرئيس مع اشارات عبور المشاة	وجود منافذ حركة سيارات (خاص بالشوارع الثانوية المؤدية الى الشوارع الرئيسية والتجارية)	غير معرف وغير منظم	●
إستخدام المقياس الانساني للسيطرة على نوعية الحركة مع استخدام العوارض وتصبيق الطريق وتغيير نوعية مادة التبليط مع استخدام العقود والأعمدة والفضاء المفتوح وان يكون ارتفاع نهاية العقد العليا لا تقل عن (5م) كنسبة ذهبية من ارتفاعه	منافذ حركة أشخاص	غير معرف وغير منظم	●

●	غير معرف وعدم وجود فاصل بين حركة المشاة والسيارات	حركة مختلطة (منافذ مواقف السيارات والأزقة)	وجود عوارض اصطناعية لفصل حركة السيارات عن حركة المشاة أو بالعكس أو تمييز بالمستويات مع عناصر مخفضة للسرعة مع لوحات تأشيرية
أثاث الشارع			
التقييم حسب آراء المختصين	تقييس أو توصيف واقع الحال (الإستقصاء)	المؤشرات	المعيار المطلوب
●	غير موجودة	اماكن الجلوس	يجب ان تكون مظلة لحماية الجالسين
●	غير موجودة	النافورات	وجود النافورات ضروري في الشارع التجاري لتلطيف الاجواء
● ●	غير منظمة	الاشجار والتشجير	يجب ان يكون للتشجير تأثير ايجابي على المشهد الحضري للشارع
●	غير موجودة	حاويات النباتات	يجب ان تكون موزعة باماكن لا تؤثر على حركة المارة والمستعمل
●	استخدام اعلانات ضوئية وانواع اخرى	انواع اللوحات وفق المادة المصنوعة منها تؤثر على تنظيم وهوية الشارع	عدم استخدام الاعلانات الضوئية لانها تؤثر على عين السائق ويفضل ذات الاضاءة الداخلية
	عشوائية و غير منظمة	اللوحات الاعلانية والتجارية	يكون اسلوب لوحات الاعلان للمحلات التجارية جزء من التصميم لتلافي تشويه واجهة عند اشغاله ولا تمنح اجازة البناء عند عدم الالتزام بما ورد اعلاه
	غير متناسبة مع ابعاد فضاء الشارع	متلائمة مع سياق الشارع (النسق البصري والجمالي واللون)	تحدد حسب ابعاد فضاء الشارع على ان يكون الاعلان مائل بزاوية 3 درجة .
	مختلفة المساحة و غير موحدة	ابعاد اللوحات	مساحة لا تزيد عن 180*240 وفي جميع الاحوال عرض لوحة الاعلان لا يزيد عن (25%) من عرض الرصيف
	عشوائية و غير مقامة بمعيار	ارتفاع اللوحات الاعلانية عن الرصيف التقييم من ناحية الملانمة للمعيار	لا يقل الارتفاع المسموح به للاعلان عن (3م) من مستوى الرصيف ويحظر اقامتها باسلوب يعيق حركة المشاة .

●	عشوائية وغير منظمة	يخصص لها مكان	اماكن حاويات النفايات
---	--------------------	---------------	-----------------------

ملحق رقم (7): يوضح استبيانات كل الشوارع (حالة الدراسة) لغير المختصين.

سؤال الاستبيان	شارع باب الحسين			شارع مقام			شارع ثلاث مقاطع 40			شارع الجمعية			شارع الشاوي			شارع الامام علي (ع)			مج لا	مج نعم
	نعم	لا	الى حد ما	نعم	لا	الى حد ما	نعم	لا	الى حد ما	نعم	لا	الى حد ما	نعم	لا	الى حد ما	نعم	لا	الى حد ما		
هل تشعر بالتلوث البصري؟	80 %	0 %	20 %	90 %	0 %	10 %	85 %	0 %	17 %	90 %	0 %	10 %	70 %	0 %	30 %	90 %	10 %	0 %	85 %	2 %
هل تشعر برؤية بصرية واضحة للمباني في الشارع التجاري؟	30 %	60 %	10 %	10 %	60 %	30 %	15 %	55 %	35 %	30 %	50 %	20 %	30 %	50 %	20 %	50 %	40 %	10 %	28 %	53 %
هل تشعر براحة المشي بدون تعثر على الرصيف؟	10 %	80 %	10 %	0 %	90 %	10 %	15 %	80 %	10 %	10 %	80 %	10 %	0 %	90 %	10 %	10 %	80 %	10 %	8 %	85 %
هل تشعر بمتعة النظر للمباني التجارية عند سيرك على الرصيف؟	20 %	80 %	0 %	10 %	70 %	20 %	10 %	70 %	20 %	10 %	60 %	30 %	0 %	90 %	10 %	20 %	60 %	20 %	10 %	70 %
هل تشعر بالقلق بخصوص البحث عن مكان لوقوف سيارتك؟	80 %	20 %	0 %	80 %	20 %	0 %	85 %	7 %	10 %	70 %	0 %	30 %	80 %	10 %	10 %	80 %	10 %	10 %	80 %	10 %
هل تشعر بالراحة في وجود اللوحات الاعلانية التجارية بهذه الكثرة؟	0 %	90 %	10 %	0 %	80 %	20 %	15 %	65 %	25 %	20 %	70 %	10 %	10 %	90 %	0 %	20 %	80 %	0 %	10 %	80 %
هل يعجبك احجام اللوحات الاعلانية والتجارية المختلفة؟	0 %	80 %	20 %	10 %	70 %	20 %	10 %	75 %	20 %	20 %	80 %	0 %	0 %	70 %	30 %	20 %	70 %	10 %	10 %	75 %

ض

30 %	50 %	23 %	30 %	40 %	30 %	40 %	50 %	10 %	30 %	50 %	20 %	35 %	40 %	25 %	20%	50 %	30 %	20 %	60 %	20 %	هل تشعر بجمالية الوان اللوحات الاعلانية والتجارية ؟
15 %	70 %	10 %	20 %	70 %	10 %	10 %	80 %	10 %	10 %	70 %	20 %	30 %	60 %	10 %	10%	70 %	20 %	20 %	80 %	0%	هل الارتفاعات والمواقع للوحات الاعلانية والتجارية برأيك مناسبة ؟

ملحق رقم (8): يوضح الاستبيانات الخاصة بقياس بعض المؤشرات من ناحية الأهمية، من قبل مستخدمي الشارع ومالكي المباني التجارية وإجمالي التحليل.

شارع 40 لثلاث مقاطع					شارع مقام					شارع باب الحسين					المؤشر في واقع الحال (من ناحية الاهمية)	
ليس مهم عل الاطلاق	مهم نوعا ما	مهم بدرجة	مهم جدا	مهم للاغاية	ليس مهم عل الاطلاق	مهم نوعا ما	مهم بدرجة	مهم جدا	مهم للاغاية	ليس مهم عل الاطلاق	مهم نوعا ما	مهم بدرجة	مهم جدا	مهم للاغاية		
0%	0%	7%	35%	60%	0%	0%	0%	30%	70%	10%	0%	0%	20%	70%	هل الاهتمام بجمالية الشارع التجاري مهمة ؟	
80%	20%	0%	0%	0%	80%	20%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	هل عرض البضائع والسلع على الرصيف مهم ؟	
10%	23%	20%	20%	25%	10%	0%	10%	40%	40%	10%	30 %	0%	20%	40%	هل وجود مقاعد الجلوس في الشارع التجاري مهمة ؟	
3%	20%	17%	25%	35%	10%	10%	20%	20%	40%	0%	0%	20%	20%	60%	هل وجود النافورات في الشارع التجاري مهمة ؟	

شارع الامام علي (ع)					شارع الشاوي					شارع الجمعية					المؤشر في واقع الحال (من ناحية الاهمية)	
ليس مهم عل الاطلاق	مهم نوعا ما	مهم بدرجة	مهم جدا	مهم للاغاية	ليس مهم عل الاطلاق	مهم نوعا ما	مهم بدرجة	مهم جدا	مهم للاغاية	ليس مهم عل الاطلاق	مهم نوعا ما	مهم بدرجة	مهم جدا	مهم للاغاية		
0%	0%	0%	30 %	70 %	0%	0%	10%	50 %	40 %	0%	0%	10%	10 %	80%	هل الاهتمام بجمالية الشارع التجاري مهمة ؟	
70%	30 %	0%	0%	0%	60%	40 %	0%	0%	0%	80%	10 %	10%	0%	0%	هل عرض البضائع والسلع على الرصيف مهم ؟	
50%	0%	10%	30 %	10 %	50%	0%	0%	20 %	30 %	10%	20 %	20%	40 %	10%	هل وجود مقاعد الجلوس في الشارع التجاري مهمة؟	

إجمالي استبيانات شوارع حالة الدراسة				
ليس مهم على الإطلاق	مهم نوعاً ما	مهم بدرجة	مهم جداً	مهم للغاية
%0	%0	%5	%29	%65
%80	%20	%2	%0	0%
%23	%12	%10	%13	%25
%2	%10	%23	%24	%34

Researcher: Athraa Hamza Hussein athraa.hussein.engh290@student.uobabylon.edu.iq

Supervised by:

Prof.Dr. Mohammad Ali Al-Anbari prof.dr.maalanbari@uobabylon.edu.iq

Abstract

The Effect of Commercial Physical Town Design Standards on Visual Pollution

Achieving design standards is one of the most important aspects, The design success results is measured by the extent to which it achieves the standards. The standards affect the physical town in several ways, Either to affect the scene with formal and architectural characteristics (balance, repetition, color, ratio and proportion) or the relationships that link these properties and its elements, The diversity, difference and contradiction affected the components of the physical town Whether in the material aspects or the sensory and aesthetic aspects for the scene These contradictions and differences have caused the standards of the physical town In cities, especially the commercial physical town Loss of harmony and compatibility in the elements of organizing the commercial physical town, As we note the suffering of the commercial physical town scene from chaos and non-compliance with standards Hence the (general) research problem. Which was represented by the need for an organization of the elements and components of the commercial physical town Which is characterized by being an important part to form a basic system in the formation of the city fulfilling the requirements of its physical needs, But the absence of special laws and neglect of an important aspect related to the requirements of the user and recipient Which does not cease to deal with the human psyche and his environment led to the lack of requirements of the commercial physical town to which the user and recipient respond and interact Through the characteristics and qualities of the elements of this scene, Therefore, the research came to study the urban street scene and the impact of the elements of organizing the commercial physical town on it. The research is an attempt to establish a comprehensive theoretical framework About the standards for designing and organizing the components of the commercial physical town And achieving harmony and compatibility between these components And reduce high visual pollution and achieve visual comfort for users. Where represented research problem (special) There is a cognitive need to define clear design criteria for the commercial physical town and achieving harmony and compatibility of its components and achieving visual comfort

for users in general. As for, The research hypothesis is That the lack of clear design and planning standards to regulate the components of the commercial physical town A state of inconsistency and compatibility between these components was born and visual discomfort for users.

The research objectives were as follows:

1. Determine a comprehensive theoretical framework on visual discomfort in the commercial streets of the city.
2. Extracting criteria for organizing, harmonizing, and matching the elements of the commercial physical town (Building facades, Street sidewalks, Street view and median carrot, And the meeting points of the street with the axes of movement leading to it, and street furniture) And invested by designers, urban planners and students of architecture
3. Develop and update standards was existed But it was not taken But it was not taken.

In order to achieve the research goals an inductive (descriptive analytical) method was adopted, In addition to using the questionnaire forms For the purpose of completing the practical application procedures.

the most important results of the research To if apply of Design standards in the commercial physical town represented by the elements (Building facades, Street sidewalks, Street view and median carrot, and the meeting points of the street with the axes of movement leading to it, and street furniture), It generates harmony and compatibility, and it reflects visual and aesthetic comfort to the user and recipient. Finally, select the search for the most important conclusions and recommendations for several sides.

Keywords: The commercial physical town, design standards, Commercial Street.

Republic of Iraq
Ministry of Higher Education
and Scientific Research
University of Babylon
Collage of Engineering
Department of Architectural Engineering



The Effect of Commercial Physical Town Design Standards on Visual Pollution

A Thesis

Submitted to the College of Engineering/ University of
Babylon In Partial Fulfilment of the Requirements for the
Degree of Master in Engineering/ Architectural Engineering

By

Athraa Hamza Hussein Abdallah

Supervised by

Prof. Dr. Mohammad Ali Al-Anbari

2023/ A.D

1445/ A.H