

The Islamic University of Gaza
Deanship of Graduate Studies
Engineering Faculty
Architecture Dep.



الجامعة الإسلامية-غزة
عمادة الدراسات العليا
كلية الهندسة
قسم الهندسة المعمارية

التأثير السيكولوجي للألوان على تصميم الفراغ المعماري داخل المطاعم في مدينة غزة

مقترح مقدم للحصول على درجة الماجستير في الدراسات العليا

The Psychological influence of colors on Architectural space design of restaurants in Gaza city

Proposal submitted to obtain a master's degree in graduate studies

إعداد

Prepared by

مهندس معماري/ إبراهيم مروان المهدي
Arch. Ibrahim M. El Muhtady

إشراف

Supervision

د.م. عبد الكريم محسن

أستاذ مشارك- قسم الهندسة المعمارية

الجامعة الإسلامية-غزة

Dr.Abdel Karim H. Mohsen

Associate Prof. of Arch

Architecture dep.

Faculty of Engineering-IUG

2013

لجنة الحكم والمناقشة

دكتور مهندس عبد الكريم حسن محسن " مشرفاً ورئيساً "

دكتور مهندس مصطفى كامل الفراء " مناقشاً داخلياً "

دكتور مهندس أكرم العجلة " مناقشاً خارجياً "

شكر وتقدير

أتقدم بجزيل الشكر والتقدير والعرفان إلى كل من ساهم في إنجاز هذا البحث من مساهمة وأخص بالذكر هنا د.م. عبد الكريم محسن لإشرافه ومتابعته لي لإتمام هذا البحث.

كما أتقدم لكل من قدم نصيحة وتوجيهاً وإرشاداً من الزملاء والمهندسين.

إهداء

إلى من أدين لهما بالعرفان والجميل
إلى من علموني أن الحياة عطاء وكرامة
إلى روح والدي الحبيب
إلى والدتي الغالية
إلى اعمامي حفظهم الله
إلى قرة عيني زوجتي الحبيبة
إلى أبنائي أحبائي الغاليين "مروان و موسى"
إلى أخي الحبيب و أخواتي الغاليات
إلى الذين صقلوا المهارات وكانوا لنا منارات
إلى أساتذتي الكرماء ذو العطاء
إلى أصدقائي الأوفياء الذين شجعوني و أعطوني حقهم في وقتي و شاركوني همي
و فرحي
إلى كل الأحبة وإلى أرواح أغلى الشهداء
إلى روح المهندس أمير المنسي لمسة وفاء
إلى كل من علمني حرفا على طريق الارتقاء
أهدى هذا البحث

إقرار

يقر الباحث بالتزامه بالأمانة العلمية وعدم النقل أو الاستنساخ من الأبحاث والرسائل التي تناولت هذا الموضوع، وان الاقتباسات المسموح بها علميا والواردة في هذا البحث موضحة المصادر والمراجع.

الباحث

إبراهيم مروان المهدي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(وَمَا ذَرَأًا لَكُمْ فِي الْأَرْضِ مُخْتَلِفًا أَلْوَانُهُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِقَوْمٍ يَذَكَّرُونَ)

[النحل:13]

صدق الله العظيم

ملخص الدراسة

التصميم الداخلي عبارة عن تهيئة المكان بكافة مكوناته و معالجة الأسطح المختلفه فيه من أرضيات، أسقف و حوائط انتهاءا بقطع الأثاث الموجودة بما يضمن راحة المستخدمين لتأدية الوظائف بأقل جهد و أكثر كفاءه و فاعلية. تتمثل أهمية البحث في أنه يعد محاولة للتحقق من مدى ملامسة التأثيرات السيكولوجية للألوان على الزوار والعاملين في المطاعم في مدينة غزة و ما له من فائدة متبادلة بين الطرفين. كما جاءت هذه الدراسة بهدف التعرف على الألوان التي استخدمت في تصميم الفراغ المعماري داخل المطاعم في مدينة غزة من خلال اخذ حالات دراسية محلية والتعرف عليها ميدانيا و من ثم تحليلها لمعرفة هل تم توظيف الألوان المستخدمة في الفراغات الداخلية بما يتلاءم مع نفسية و مصلحة الأفراد مستخدمي هذه الفراغات من عاملين و مستفيدين، الأمر الذي يعتبر خطوة هامة لفهم الفراغات الداخلية وفهم نفسية مستخدميها. كما تهدف الدراسة إلى التعرف على الدلالات البنوية والتعبيرية والبلاغية للألوان وأثرها في العمارة والاستفادة منها في صياغة دواخل و خوارج العمارت بما يخدم المنتج المعماري و العمراني المعاصر، وأخيراً جمع المعلومات والتحليل المستنبطة من الدراسات الميدانية للخروج بحلول واقتراحات تحقق فهما أكبر للألوان وكيفية توظيفها بشكل مناسب مع الفراغات المستخدمة فيها. من هذا المنطلق جاء هذا البحث ليناقد مشكلة تتمثل في السؤال الآتي: هل تم الأخذ بعين الاعتبار التأثير السيكولوجي للألوان في تصميم الفراغات الداخلية في المطاعم في مدينة غزة؟ وما هي المعايير التي من خلالها يمكن تحقيق ومراعاة الأبعاد السابقة؟ تقوم فرضية البحث على أساس الإجابة السلبية للسؤال السابق "انه لم يتم الأخذ بعين الاعتبار التأثير السيكولوجي للألوان في تصميم الفراغات الداخلية في مطاعم في مدينة غزة بما يتناسب مع وظيفه الفراغات و تفاعل المستخدمين داخلها، وأن هناك معايير يمكن أخذها في الاعتبار تحقق وتراعي الاعتبارات السابقة". ولدراسة وتحليل هذه المشكلة، اعتمد الباحث المنهج العلمي لرصد التأثير السيكولوجي للألوان على الفراغ المعماري داخل المطاعم من خلال الإطلاع على الكتب والدوريات وبعض مواقع الإنترنت المختصة. كما واستخدم الباحث المنهج الوصفي والتحليلي من خلال وصف وتحليل التأثير اللوني بكافة تفاصيله لعدد من المشاريع لمطاعم عالمية و من ثم استخلاص مقياس خاص لاستخدام الألوان، يتم إسقاطه و مقارنته مع مجموعه من المشاريع المحلية التي تعتبر مثال للمطاعم التي يرتادها سكان المدينة و الأجانب الزائرين و المقيمين فيها. وخلص البحث إلى استعراض أهم النتائج و اقتراح عدد من التوصيات للارتقاء بالبعد اللوني و التطوير في مجال استخدام الألوان و تأثيرها داخل المطاعم في مدينة غزة.

Abstract

The interior design is a creation of space with all its components; the processing of different surfaces of floors, ceilings and walls finishing to furniture; to ensure the comfort of users and beneficiaries aiming at performing the functions of the space in efficient and effective manner.

The importance of this research that it is an attempt to examine the psychological influence of colors on users and workers in Gaza restaurants, and how mutual benefits among different targeted groups.

This study to insure identifies the colors that were used in restaurants in the Gaza city by utilizing case studies in Gaza city to know whether the colors—used in interior spaces suit the psychological and the interest of individuals who use These spaces or not?. The study aims to identify the structural, semantic, and rhetorical expression of colors and its influence on the architecture, and finally the collection and analysis of information derived from field studies to come out with recommendations and suggestions which give an understanding of colors and how to hire them properly with the used spaces, Finally to take advantage of a colors as an element with an expressive content in the formulation the inputs and outputs of the architecture as serve the contemporary architectural and urban product.

From this point this research came to discuss the problem of the following question: Have the psychological influence of colors in the interior design of restaurants in Gaza city been taking into the Consideration? And what are the standerds which lead to achieve and taking into consideration the previous dimensions in restaurants in Gaza City?

The hypothesis based on the negative answer of the previous question, where "It had not been taking into Consideration the psychology influence of colors in the interior design in the restaurants of Gaza city, according to

the function of each space and the interaction of users within that space, and that there are standards can be taken into Consideration which gives and take into account the above considerations. To study and analyze this problem, the researcher used the scientific method to monitor the impact of psychological color to their users through access to books, periodicals and some specialized websites to find out the latest developments. also used the descriptive and analytical method Through the description and analysis the impact of the color with all its details of a group of several projects for the restaurants which have quality and international reputation and then draw a scale model specific to the use of color, then projected this scale on a group of local projects, which are an example of the restaurants and projects that are frequented by residents of the sector and foreigners working in the sector or visitors to the Gaza Strip. The research found to determine the most important considerations and steps to be taken into account when applying the color system in the dining halls, to achieve the dimension of the functional and aesthetic dimension, which leads to the comfort of the user and beneficiary alike.

فهرس المحتويات

i	لجنة الحُكم والمناقشة	
ii	شكر وتقدير	
iii	إهداء	
iv	إقرار	
vi	ملخص الدراسة	
vii	Abstract	
ix	فهرس المحتويات	
xi	فهرس الأشكال	
1	الفصل الأول : المقدمة	
2	1-1 أهمية البحث	
2	2-1 أهداف البحث	
3	3-1 المشكلة البحثية	
3	4-1 الفرضية البحثية	
3	5-1 منهجية البحث	
4	6-1 حدود البحث	
5	7-1 دراسات سابقة	
6	8-1 هيكلية البحث	
8	2 الفصل الثاني : الألوان و تأثيرها	
9	1-2 تمهيد	
9	2-2 مفهوم اللون The color Definition	
10	2-3 خصائص اللون The color Proparties	
11	2-4 نظرية اللون Color theory	
15	5-2 فلسفة اللون . Philosophy Of Color	
18	2-6 القيم التشكيلية للون في التصميم الداخلي	
27	2-7 المفهوم الفيسيولوجي والسيكولوجي	
28	2-8 التأثير السيكولوجي (النفسي) والفيسيولوجي (العضوي) للألوان	

32الخلاصة	9-2
33 الفصل الثالث : الفراغ المعماري في المباني العامة	3
34 مفهوم الفراغ المعماري و أهميته.	3-1
34 محددات الفراغ المعماري	2-3
36 الإدراك المعماري	3-3
38 مفهوم المباني العامة و أنواعها	3-4
39 المباني الخدمائية-المطاعم و تطورها	3-5
40 أنواع المطاعم	6-3
43 المقاهي	7-3
44 الخلاصة	8-3
45 الفصل الرابع : معايير اختيار الألوان في تصميم الفراغات الداخلية للمطاعم	4
46 العوامل المؤثرة على اختيار الألوان	1-4
46 العناصر اللونية الموجودة في المطاعم	2-4
47 سيكولوجية الالوان في المطاعم	3-4
50 حالات دراسية لعدة نماذج من المطاعم العالمية	4-4
63 مقياس اختيار الألوان حسب تحليل الحالات الدراسية و حسب و تصنيف كل حالة	5-4
63 الخلاصة	6-4
64 الفصل الخامس: المطاعم في قطاع غزة، دراسة تحليلية (مطعم أطفالنا و مطعم الديرة، مطعم الطابون)	5
65 واقع المطاعم في قطاع غزة	5-1
68 دراسته نموذج مطعم أطفالنا- أحد مشاريع جمعيه أطفالنا للصم- مدينة غزة	5-2
75 دراسته نموذج مطعم الديرة - مدينة غزة	5-3
80 دراسة نموذج مطعم الطابون - مدينة غزة	5-4
85 دراسة مقارنه بين الحالات الدراسيه العالميه و اسقاطها على الحالات الدراسية المحلية	5-5
86 الخلاصة	5-6
87 الفصل السادس: المسح الميداني (الاستبيان) و النتائج و التوصيات	6
88 المسح الميداني (الاستبيان)	1-6
102 النتائج	6-2

103	تقييم فرضية البحث	3-6
103	التوصيات	4-6
105	المراجع	7
110	ملحق: استبيان الدراسة	

فهرس الأشكال

4	شكل توضيحي 1-1 يوضح حدود الدراسة بالنسبة لمدينة غزة و من ثم قطاع غزة
7	شكل توضيحي 2-1 هيكلية البحث
10	شكل توضيحي 1-2 صفة اللون
10	شكل توضيحي 2-2 رسم يوضح قيمة اللون Value و تشبع اللون
11	شكل توضيحي 3-2 دائرة الألوان و عليها سهم الاشباع اللوني Saturation و سهم التغيير في أصل اللون
12	شكل توضيحي 4-2 الألوان الأولية
12	شكل توضيحي 5-2 الألوان الباردة و الألوان الدافئة
13	شكل توضيحي 6-2 الألوان المكملة
13	شكل توضيحي 7-2 الألوان المتماثلة
14	شكل توضيحي 8-2 الإنسجام الطبيعي
15	شكل توضيحي 9-2 تباين اللون-ظاهرة الانتشار البصري
15	شكل توضيحي 10-2 تباين اللون-ظاهرة قيمة اللون و الاشباع اللوني
15	شكل توضيحي 11-2 ظاهرة قيمة اللون و الاشباع اللوني
19	شكل توضيحي 12-2 استخدام الالوان في صالات الطعام
20	شكل توضيحي 13-2 استخدام اللون الاخضر في غرف النوم
20	شكل توضيحي 14-2 التركيز على الالوان الدافئة مثل الاصفر و البرتقالي و الاحمر في صالات المعيشة
21	شكل توضيحي 15-2 استخدام الالوان الدافئة مع التركيز على مجموعات الاحمر و البرتقالي في المطاعم
21	شكل توضيحي 16-2 تباين الالوان الدافئة و الالوان الباردة في المحال التجارية لتحقيق عامل الجذب
	شكل توضيحي 17-2 استعمال تدرجات هادئة من اللون الاخضر مع قليل من الالوان الدافئة في قاعات و
22	غرف المستشفيات و اماكن الفحص الطبي
22	شكل توضيحي 18-2 الوان دافئة ذات تباين في منطقة الاستقبال
23	شكل توضيحي 19-2 الوان دافئة قليلة التباين في قاعات الاجتماعات
23	شكل توضيحي 20-2 استخدام درجات الالوان الفاتحة مع القليل من الدفاء
26	شكل توضيحي 21-2 المنظومة اللالونية
26	شكل توضيحي 22-2 منظومة التدرجات الرمادية الملونة Chromatic Grays Schemes
27	شكل توضيحي 23-2 منظومة الألوان الأحادية Monochromatic Color Schemes

- شكل توضيحي 2-24 منظومة الألوان المتماثلة و المكملة و الثلاثية 27
- شكل توضيحي 2-25 مراكز الطاقة اللونية غير الملموسة 30
- شكل توضيحي 3-1 الشكل والخلفية 37
- شكل توضيحي 3-2 إدراك العلاقة بين الصورة والخلفية 37
- شكل توضيحي 3-3 مفهوم الفراغات شبه العامة semi-public places 39
- شكل توضيحي 3-4 نموذج لأحد المطاعم السريعة - مطعم كينتاكي 41
- شكل توضيحي 3-5 مطعم ناندوز، احد المطاعم الغير رسمية السريعة 41
- شكل توضيحي 3-6 مطعم تشيليز، مطعم غير رسمي 42
- شكل توضيحي 3-7 مطعم إيتاليان ستيك هاوس، نموذج لأحد المطاعم الفارهه. 42
- شكل توضيحي 3-8 مطعم سموكي شادوز، نموذج لمطاعم العائلة. 43
- شكل توضيحي 4-1 استخدام درجات الأزرق و الأرجواني في أحد المطاعم 47
- شكل توضيحي 4-2 استخدام درجات الأحمر المصفر و البرتقالي في أحد المطاعم 48
- شكل توضيحي 4-3 استخدام درجات البني و الأخضر في أحد المطاعم 48
- شكل توضيحي 4-4 استخدام درجات الأحمر في أحد المطاعم 49
- شكل توضيحي 4-5 منطقة كاونتر الخدمه و حائط الخلفيه و جانب من الجلسه الجماعيه مقابل الكاونتر 50
- شكل توضيحي 4-6 كاونتر الخدمه 53
- شكل توضيحي 4-7 أحد طاولات صاله الطعام الرئيسيه بجانب كاونتر الخدمه الرئيسيه. 53
- شكل توضيحي 4-8 منطقه الجلوس الثالثه و يظهر في اليسار الجلسات الجانيبه و في يمين كاونتر الخدمه .. 53
- شكل توضيحي 4-9 طاولات صاله الجلوس الرئيسيه 53
- شكل توضيحي 4-10 يوضح مبنى المطعم من الخارج 54
- شكل توضيحي 4-11 منصفه الاستقبال و درج الوصول الى الطوابق العلويه. 56
- شكل توضيحي 4-12 الجدارية ذات الألوان الزاهية 56
- شكل توضيحي 4-13 القواطع الزجاجيه بين الطاولات في الطابق الأرضي. المصدر: 57
- شكل توضيحي 4-14 صالة الطعام في الدور العلوي 57
- شكل توضيحي 4-15 معلقات اضاءه حمراء اللون ضخمه اسطوانيه الشكل معلقه فو بهو المدخل الرئيسي ... 57
- شكل توضيحي 4-16 صورة توضح بهو المدخل من الداخل 57
- شكل توضيحي 4-17 الطابير العلوي فوق المدخل الرئيسي مزين بالمستطيلات الملونه بالألوان الزاهية 57
- شكل توضيحي 4-18 واجهه مطعم ماكدونلذ 58
- شكل توضيحي 4-19 ممر المدخل في الدور الأرضي المؤدي الى كاونتر الخدمه 60
- شكل توضيحي 4-20 ممر المدخل في الدور الأرضي و يظهر الى يمين الصورة اضاءه الليدات الحمراء على طول الجدار 60
- شكل توضيحي 4-21 الشاشات الزجاجيه الحمراء الفاصلة لصالة طعام الدور الأرضي. 61
- شكل توضيحي 4-22 جانب من الدرج المؤدي الى دور القبو. 61

61	شكل توضيحي 4-23 الكاونتر الخدمة في الطابق الأول.....
61	شكل توضيحي 4-24 منطقة شاشه العرض في الطابق الأول.....
61	شكل توضيحي 4-25 منطقة الكاونتر و الجلسات في الدور القبو.....
61	شكل توضيحي 4-26 جزء من جلسات الدور القبو.....
62	شكل توضيحي 4-27 المساقط الأفقية الخاصه بمطعم McDonald's Flagship Restaurant – UK.....
65	شكل توضيحي 5-1 مطعم بالميرا.....
66	شكل توضيحي 5-2 مطعم الطابون من الداخل.....
66	شكل توضيحي 5-3 مطعم الروتس.....
67	شكل توضيحي 5-4 مطعم مزاج.....
67	شكل توضيحي 5-5 مطعم السمك.....
68	شكل توضيحي 5-6 المدخل الرئيسي لمطعم أطفالنا.....
69	شكل توضيحي 5-7 خريطة موقع مطعم أطفالنا.....
70	شكل توضيحي 5-8 المدخل الرئيسي للمطعم من الخارج.....
71	شكل توضيحي 5-9 بهو المدخل الرئيسي ومنصة الاستقبال.....
71	شكل توضيحي 5-10 ركن المنتجات الحرفية.....
72	شكل توضيحي 5-11 أحد أركان المطعم ذو الجلسة الدائرية.....
72	شكل توضيحي 5-12 أحد أركان المطعم و يظهر الفاصل الزجاجي عن التيك أوي.....
73	شكل توضيحي 5-13 لإضاءة المخفية في أحد أركان المطعم.....
73	شكل توضيحي 5-14 المنيو الخاص بالمطعم.....
74	شكل توضيحي 5-15 جناح الوجبات السريعة Take away.....
75	شكل توضيحي 5-16 الواجهة الخارجية لمطعم و فندق الديرة.....
75	شكل توضيحي 5-17 خريطة موقع مطعم و فندق الديرة.....
77	شكل توضيحي 5-18 الممر المؤدي الى تيراس المطعم.....
77	شكل توضيحي 5-19 أحد الجلسات و الاطلالة المباشرة على البحر.....
78	شكل توضيحي 5-20 مشهد يوضح الجلسات الموزعة بالتيراس والألوان المستخدمة و بالخلفية مبنى الفندق.....
79	شكل توضيحي 5-21 صالة الطعام الداخلية من زاوية أخرى.....
79	شكل توضيحي 5-22 صالة الطعام الداخلية.....
80	شكل توضيحي 5-23 مطعم الطابون.....
81	شكل توضيحي 5-24 خريطة موقع مطعم الطابون.....
81	شكل توضيحي 5-25 الواجهه الخارجية لمطعم الطابون.....
82	شكل توضيحي 5-26 منصة الاستقبال جنباً الى جنب مع كاونتر الخدمة.....
82	شكل توضيحي 5-27 الصالة المغطاة لخدمة العائلات.....
83	شكل توضيحي 5-28 الحديقة الخلفية المفتوحة التابعة للمطعم.....

- شكل توضيحي 5-29 صالة خدمة الشباب 83
- شكل توضيحي 5-30 نموذج لأحد طاولات و كراسي المطعم 84

فهرس الجداول

- جدول 2-1 تأثيرات الألوان السيكولوجية والفسولوجية الإيجابية والسلبية على النفس 31
- جدول 4-1 يوضح استنتاج بالبيئة الألوان الرئيسية المستخدمة في المشاريع العالمية التي تم دراستها 63
- جدول 5-1 يوضح ملخص الألوان المستخدمة في عناصر المشروع المختلفه 74
- جدول 5-2 يوضح ملخص لبالبيئة الألوان المستخدمة في عناصر وفراغات المشروع المختلفه 79
- جدول 5-3 يوضح ملخص لبالبيئة الألوان المستخدمة في عناصر وفراغات المشروع المختلفه 84
- جدول 5-4 يوضح دراسة مقارنه بين الحالات الدراسيه العالميه و اسقاطها على الحالات الدراسيه المحليه .. 85
- جدول 6-1 توزيع عينة الدراسة حسب الدرجة العلمية 90
- جدول 6-2 توزيع عينة الدراسة حسب الجنس 90
- جدول 6-3 اللون المفضل لدى المستجيب في حاجاته الخاصة 91
- جدول 6-4 اللون غير المفضل لدى المستجيب 92
- جدول 6-5 اللون الذي يشعره المستجيب بالاسترخاء و الراحة داخل الفراغ 93
- جدول 6-6 مدى معرفة المستجيب بالألوان وتأثيرها 94
- جدول 6-7 ادراكات عامة حول تأثيرات الألوان و استخدامها 94
- جدول 6-8 اللون المناسب في صالات الطعام 95
- جدول 6-9 لون الإضاءة المفضل في المطاعم 96
- جدول 6-10 لون مفرش الطاولة في المطعم 96
- جدول 6-11 ادراكات حول أهمية استخدام الألوان و تأثيراه في المطاعم 97
- جدول 6-12 إلى أي نسبة ممكن أن تؤثر الألوان في فتح الشهية للطعام أو العكس؟ 98
- جدول 6-13 العوامل التي تؤثر على راحة الزبون في المطعم و تساهم في التردد عليه بالاستمرار 99
- جدول 6-14 هل المستجيب من رواد المطاعم في مدينة غزة؟ 99
- جدول 6-15 مدى شعور المستجيب بالراحة أثناء جلوسك في المطعم 100
- جدول 6-16 ادراكات حول استخدام الألوان و تأثيرها في مطاعم مدينة غزة 100

1 الفصل الأول : المقدمة

- 1-1 أهمية البحث
- 2-1 أهداف البحث
- 3-1 المشكلة البحثية
- 4-1 الفرضية البحثية
- 5-1 منهجية البحث
- 6-1 حدود البحث
- 7-1 دراسات سابقة
- 8-1 هيكلية البحث

1-1 أهمية البحث

تتمثل أهمية البحث في النقاط التالية:

- يعد محاولة للتحقق من مدى ملامسة تأثيرات الألوان السيكولوجية في المباني العامه وخاصة المطاعم في مدينة غزة، فلألوان أثر ملحوظ في النفس البشرية والقدرة الإنتاجية كما أنها تؤثر على المزاج والصحة والنشاط ولها قدرة كبيرة للمعاونة على شفاء الأمراض ومنها ما يبعث السرور أو الألم ومنها ما هو مبعث للإلهام وغير ذلك. ولقد أدرك علماء النفس في أبحاثهم إن الشيء الملون ليس شيئاً مادياً فحسب بل هو كذلك شيء له أثر نفسي وعلى ذلك أصبح استخدام الألوان المناسبة في المنازل والمكاتب والمطاعم أمر له أهميته في توفير الدفء والحرارة أو أي شعور آخر حسب ما تتطلبه وظيفة المكان
- المطعم لا يقتصر على كونه صاله طعام فقط وإنما مكان للترفيه و قضاء اوقات ممتعته في اجواء يحيطها الدفء والالفة
- تأتي اهمية البحث في وقت يغلب عليه التطور و النهضة العمرانية في مدينة غزة وخاصة المشاريع السياحية والخدماتية العامة و المطاعم مقابل قلة التخصص في تطبيق هذه الدراسات والمعايير الهامة في اختيار الالوان.

2-1 أهداف البحث

تهدف هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف على الألوان التي استخدمت في عمارة المطاعم في مدينة غزة من خلال اخذ حالات دراسية داخل المدينة والتعرف عليها ميدانيا، و من ثم عمل الدراسات التحليلية لمعرفة هل تم توظيف الألوان المستخدمة في الفراغات الداخلية بما يتلاءم مع نفسية و مصلحة الأفراد مستخدمي هذه الفراغات من اداريين و عمال و مستفيدين، الأمر الذي يعتبر خطوة هامة لفهم المباني، وفهم لنفسية مستخدميها. كما تهدف الدراسة إلى التعرف على الدلالات البنيوية والتعبيرية والبلاغية للألوان وأثرها في العمارة، وأخيراً جمع المعلومات والتحليل المستتبطة من الدراسات الميدانية للخروج بحلول واقتراحات تحقق فهما أكبر للألوان وكيفية توظيفها بشكل مناسب مع الفراغات المستخدمة فيها. وأخيراً الاستفادة من اللون كعنصر ذي محتوى تعبيرى في صياغة دواخل و خوارج العمارة بما يخدم المنتج المعماري والعمراني المعاصر. أيضاً هناك أهداف أخرى تتمثل في التالي:

- إيجاد معيار نموذجي لاختيار الألوان الملائمة لكل العناصر المكونة لفراغ المطعم.
- تفادي الأخطاء الشائعة في تنسيق واختيار الألوان في المطاعم

- التحقق من مدى التأثير النفسي الايجابي والسلبى للالوان و علاقة هذا التأثير في نجاح أو فشل المطاعم

3-1 المشكلة البحثية

تتمثل المشكلة البحثية في السؤال التالي:

هل تم الاخذ بعين الاعتبار التأثير السيكولوجى للالوان في تصميم الفراغات الداخلية في مباني المطاعم في مدينة غزة ؟ وما هي المعايير التي من خلالها يمكن تحقيق ومراعاة الأبعاد السابقة في مباني المطاعم؟

4-1 الفرضية البحثية

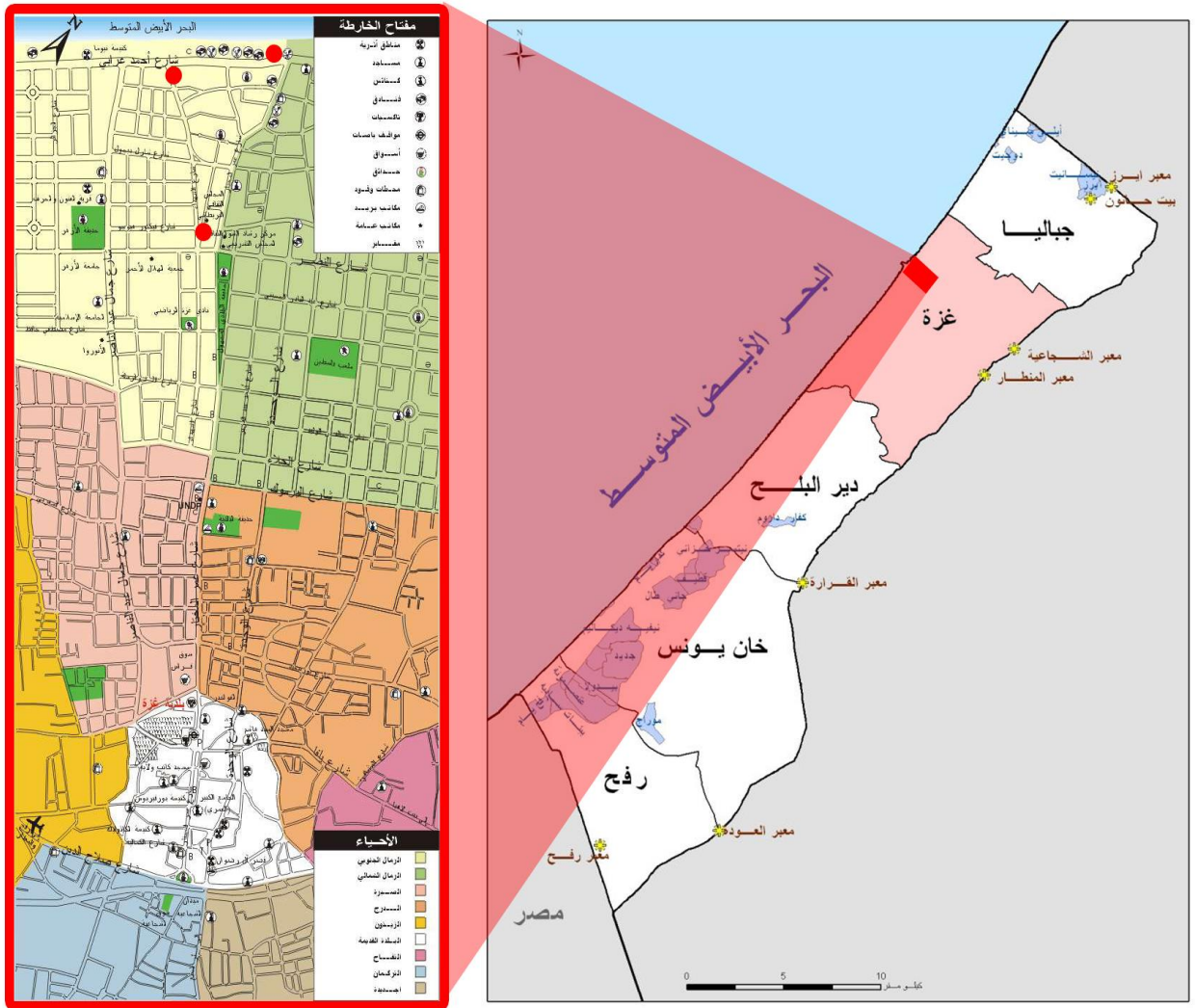
تقوم فرضية البحث على أساس الإجابة السلبية للسؤال السابق حيث انه لم يتم الاخذ بعين الاعتبار التأثير السيكولوجى للالوان في تصميم الفراغات الداخلية في المباني العامة بما يتناسب مع وظيفه كل فراغ و تفاعل المستخدمين داخل هذا الفراغ، وأن هناك معايير يمكن أخذها في الاعتبار تحقق وتراعي الاعتبارات السابقة.

5-1 منهجية البحث

اعتمد الباحث المنهج العلمي لرصد التأثير السيكولوجى للالوان على مستخدميها من خلال الإطلاع على الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع الانترنت المتخصصة. كما واستخدم البحث المنهج الوصفي والتحليلي و ذلك من خلال وصف وتحليل التأثير اللوني بكافة تفاصيله لمجموعة من عدة مشاريع لمطاعم عالمية و من ثم استخلاص مقياس نموذجي خاص لاستخدام الالوان داخل هذه الفراغات يتم إسقاطه على مجموعه من المشاريع المحلية في مدينة غزة التي تعتبر مثال للمطاعم التي يرتادها سكان القطاع و الأجانب العاملين في قطاع غزة أو الزائرين للقطاع. كما لجأ الباحث إلي جمع البيانات من خلال الإستبانة كأداة مساعدة لرصد آراء الناس و المختصين و المهتمين ووصفها وتحليلها لدعم هذه الدراسة.

6-1 حدود البحث

تشمل حدود البحث قطاع غزة كأساس ، ومن ثم التركيز على مدينة غزة كحالة دراسية كونها تحتوي على العدد الأكبر من المطاعم الأكثر تميزاً، وسيعتمد البحث على دراسة عدة مشاريع منها مشروع مطعم أطفالنا التابع لجمعية أطفالنا للصم، مطعم الديرة و مطعم الطابون. وتعتبر هذه المشاريع كمثال للأماكن العامة والمطاعم التي يرتادها سكان مدينة غزة بشكل خاص وسكان القطاع بشكل عام و الأجانب العاملين في قطاع غزة أو الزائرين للقطاع. شكل (1-1)



● مواقع الحالات الدراسية في مدينة غزة

خريطة توضح مدينة غزة بالنسبة لقطاع غزة

شكل توضيحي 1-1 يوضح حدود الدراسة بالنسبة لمدينة غزة و من ثم قطاع غزة

7-1 دراسات سابقة

هناك الكثير من الدراسات التي اهتمت بدراسة مفهوم اللون وتأثيراته المختلفة على الانسان سواء كان استخدام اللون في تصميم المبنى من الداخل أو الخارج، وهنا تم الاستفادة من الدراسات التي تتحدث عن تأثير الألوان في الفراغات الداخلية في المباني و الفراغات المختلفة. ومن مجموع هذه الدراسات جاءت دراسة الباحث ليتعاطى مع مفهوم اللون و تأثيره السيكولوجي والفيسيولوجي على الانسان المستخدم للمبنى سواء كان مستفيد أو عامل أو زائر.

ومن أهم الدراسات السابقة التي عنيت بهذا الموضوع:

1. دراسة د. عبد الكريم محسن أستاذ مشارك قسم الهندسة المعمارية كلية الهندسة الجامعة الاسلامية غزة ورقة بحثية بعنوان البعد النفسي والفيسيولوجي للألوان في المباني العلاجية، حالة دراسية "مجمع الشفاء الطبي بقطاع غزة" 2010

تهدف الدراسة إلى التعرف على الألوان التي استخدمت في عمارة مجمع الشفاء الطبي، وهل تم توظيفها بما يتلاءم مع نفسية وصحة الأفراد مستخدمي الفراغات المعمارية للمجمع. كما تهدف إلى التعرف على الدلالات البنيوية والتعبيرية والبلاغية للألوان وأثرها في العمارة. وأخيراً جمع المعلومات والتحليل المستنبطة من الدراسات الميدانية والخروج بحلول واقتراحات تحقق فهما أكبر للألوان وكيفية توظيفها بشكل مناسب مع الفراغات المستخدمة فيها.

2. دراسة الدكتور عبد الرزاق معاد بحث منشور في مجلة جامعة دمشق للعلوم و الهندسة المجلد الرابع والعشرون - العدد الثاني 2008 - ح. دبس وزيت بعنوان البعد الوظيفي والجمالي للألوان في التصميم الداخلي المعاصر.

التصميم الداخلي كمفهوم، هو جزء من مفهوم العمارة بشكل عام ومع أن النزعة باتجاه خلق بيئة جميلة، هي قديمة، قدم الحضارات نفسها، إلا أن مجال التصميم الداخلي حديث نسبياً. ويبرز في التصميم الداخلي الجانب الوظيفي فضلاً عن الجانب الجمالي، كما أن الجمال يمكن أن يخدم الوظيفة، أو أن تخدم الوظيفة الجمال. ومن ثم يعتبر اللون أحد العناصر القوية المؤثرة في تصميم الفراغ الداخلي، كما أن فهم خصائص ومؤثرات اللون يعد من الأهمية بمكان في أي تصميم.

3. دراسة أ. جمال السيد على السمنودي - قسم العمارة الداخلية، كلية الفنون الجميلة، جامعة المنيا، المنيا ج.م.ع. ورقة بحثية بعنوان سيكولوجية استخدام اللون في معالجة حيز العمارة الداخلية بالمباني المركبة (دراسة تطبيقية بجامعة عجمان) (2010)

يعتبر اللون أحد أهم العناصر الرئيسية لكل أعمال التصميم و الفنون في شتي مجالاتها، و بالأخص العمارة الداخلية. لذلك فإن القرارات التصميمية المتعلقة بإختيار المجموعات اللونية، عامل رئيسي لنجاح أو فشل مشروعات العمارة الداخلية. فذلك إستهدفت دراسة البحث علي التركيز علي كيفية الإستفادة من الدراسات السابقة، و الإستنتاجات من تجارب حقيقة للتأثير السيكولوجي و الفسيولوجي للون علي الإنسان، و محاولة الإستفادة من تلك الحقائق و التأثيرات في معالجة بعض المشاكل التصميمية للمباني

4. بحث بعنوان روائع الاعجاز العلمي في القران الكريم للأستاذ عبد الدائم الكحيل. 2006.

مما لا شك فيه أن للألوان تأثيراً نفسياً واضحاً، فكل لون له تردد خاص به، ومن خلال تردده يؤثر على العين، ولذلك عندما نرى لوناً محدداً فإن ترددات هذا اللون تنتقل عبر العين إلى الدماغ وتؤثر على خلايا الدماغ بشكل مختلف عن لون آخر. والألوان لها تأثير على شخصية الإنسان، ويمكن أن تحلل شخصية المرأة أو الرجل من خلال حبه لألوان محددة ومدى تفاعله معها (وتبقى المسألة نسبية). والحقيقة لا توجد دراسات علمية موثقة حتى الآن حول التأثير النفسي المؤكد على جميع البشر، ولكن هناك ملاحظات يراها الباحثون، ويعتبر التفاعل مع الألوان عملية معقدة جداً لم يتم تفسيرها حتى الآن، ولذلك تعتبر الألوان آية محيرة من آيات الخالق تبارك وتعالى أمرنا أن نتفكر فيها لنذكر أن هذا الكون لم يأت عن طريق المصادفة: (وَمَا ذَرَأَ لَكُمْ فِي الْأَرْضِ مُخْتَلِفًا أَلْوَانُهُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِّقَوْمٍ يَذَّكَّرُونَ) [النحل: 13].

8-1 هيكلية البحث

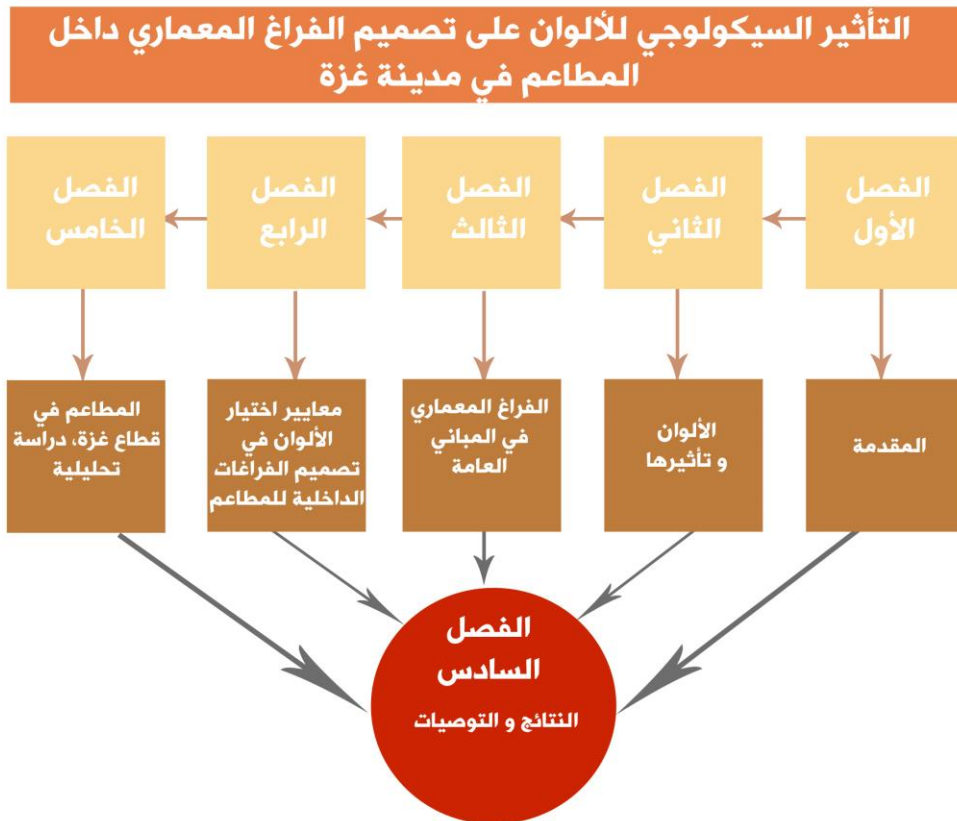
يبدأ البحث بالجزء النظري و هو نواه الدراسه العمليه للموضوع حيث تحدث الفصل الثاني عن مفهوم الألوان و خصائصها كما استعرض نظرية الألوان ثم فلسفة اللون. كما تم الحديث في هذا الفصل عن القيم التشكيليه للألوان في تصميم الفراغات الداخليه و خلص هذا الفصل بالحديث عن التأثير السيكولوجي و الفيسيولوجي للألوان و هو ما يعتبر من المحاور الأساسية للدراسه.

تناول الفصل الثالث الحديث عن الشق الثاني من عنوان البحث و هو الفراغ المعماري الداخلي في المباني العامة حيث تم التعرف على مفهوم الفراغ المعماري و أهميته و محدداته و الإدراك المعماري و مفهومه ثم تم الانتقال للحديث عن مفهوم المباني العامه و تصنيفاتها المختلفه وصولا الى مباني المطاعم، حيث تم الحديث عن تطور المطاعم و أنواعها و التعرف على تصنيفاتها المختلفه.

يتناول الفصل الرابع من هذا البحث حالات دراسية خارجية (عالمية) متنوعة الخدمة تم تحليلها بشكل مفصل للتعرف على الخدمات المقدمة فيها و باليئة الألوان المستخدمة في كل فراغ داخل هذه المطاعم و مدى تأثيره و انعكاسه على نوعيه الخدمة المقدمة و الزبائن الرواد لهذه المطاعم و خلص هذا البحث لاستنتاج مقياس أو نموذج لبايئة الألوان الرئيسييه المستخدمه في كل مطعم حسب نوع الخدمة.

الفصل الخامس من هذا البحث تطرق الى الحديث عن واقع المطاعم في قطاع غزة و تصنيفها ثم تناول ثلاث حالات دراسية لمطاعم محليه من مدينه غزة متنوعه الخدمة و الألوان و هي بالترتيب مطعم أطفالنا و مطعم الديرة و مطعم الطابون، تم دراستها بالتفصيل من حيث الألوان و الاضاءة المستخدمة و نوع الخدمة المقدمة في كل مطعم حيث تم عمل زيارات ميدانيه لكل مطعم و التقاط عدد من الصور لعناصر و فراغات مختلفه تم استخدامها في هذا الفصل لدعم و توضيح التحليل الخاص بكل فراغ لكل مطعم.

خلص البحث في الفصل السادس في عرض نتائج الاستبانة الخاصه بالتحليل الكمي للدراسة عرض نتائج هذا البحث و تقييم فرضية البحث ثم سرد لعدد من التوصيات التي يوصي بها الباحث بناء على هذه الدراسة. وانتهى البحث في عرض المراجع و مصادر هذا البحث.



شكل توضيحي 1-2 هيكلية البحث

2 الفصل الثاني : الألوان و تأثيرها

- 1-2 تمهيد
- 2-2 مفهوم اللون The color Definition
- 3-2 خصائص اللون The color Proparties
- 4-2 نظرية اللون Color theory
- 5-2 فلسفة اللون. Philosophy Of Color
- 6-2 القيم التشكيلية للون في التصميم الداخلي.
- 7-2 المفهوم الفيسيولوجي والسيكولوجي
- 8-2 التأثير السيكولوجي (النفسي) والفيسيولوجي (العضوي) للألوان
- 9-2 الخلاصة

1-2 تمهيد

ان عملية التصميم والتخطيط ل فراغات من صنع الانسان، هي جزء من عملية تصميم البيئة التي يشغلها الانسان، ومع ان النزعة باتجاه خلق بيئة جميلة هي قديمة قدم الحضارات نفسها ، إلا ان مجال التصميم الداخلي حديث نسبيا، ويبرز في التصميم الداخلي الجانب الوظيفي ، او ان تخدم الوظيفة الجمال . ومن ثم يعد اللون احد العناصر القوية المؤثرة في تصميم الفراغ الداخلي ، كما ان فهم خصائص ومؤثرات اللون يعد من الاهمية بمكان في اي تصميم.

ولما كانت الالوان غالبا ما تقترح وتنفذ في الفراغات الداخلية و الأبنية المعمارية دون وجود الخبرة العلمية الكافية ، والمعرفة بالمبادئ والأسس العلمية لاختيار الألوان ، من ناحية ما تضفيه تلك الالوان من تأثيرات جمالية في الفراغ الداخلي، وما تعكسه تأثيراتها النفسية على الانسان شاغل هذا الفراغ. ومع وجود العديد من التجارب السلبية التي لاترقى بالذوق العام باتجاه رؤية جمالية واعية، كما انها لا تؤدي دورها ووظيفتها وتأثيرها النفسي المطلوب، فإنه لابد من التعريف باللون ومفهومه ونظرياته واهم دلالاته ورموزه ، فضلا عن دراسة الاسس العلمية لاستخدام الالوان وتأثيراتها الوظيفية والجمالية والنفسية في مكونات الفراغ الداخلي للعمارة وانعكاس كل ذلك على الانسان ، وعلى حيويته ومستوى نشاطه الفردي او الجماعي .

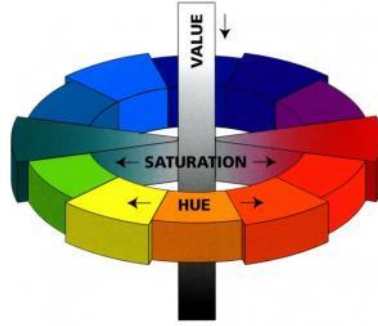
2-2 مفهوم اللون The color Definition

يعرف اللون بأنه القيمة التي تتحدد في عنصر أو مادة من خلال الضوء المنعكس منه . إن اللون هو ذلك التأثير الفسيولوجي الناتج عن الأثر الذي يحدث في شبكية العين، من استقبال للضوء المنعكس عن سطح عنصر معين، سواء كان ناتجاً عن مادة صباغية ملونة أو عن ضوء ملون .فهو إذا إحساس وليس له وجود خارج الجهاز العصبي للإنسان .ومن الناحية الفيزيائية، يعد كل سطح أو شكل جسم عديم اللون، فإذا ما سلطنا عليه شعاعاً أبيض كشعاع الشمس مثلاً، نرى هذا السطح يمتص حسب تركيبه الذري موجات شعاعيه معينة ، ويعكس موجات شعاعيه أخرى" من ألوان الطيف . "هذه الموجات المعكوسة هي التي تراها العين ، ولونها يبدو وكأنه ينبع من ذات الشكل ويمثل لون سطحه، وبهذا لا يمكن رؤية اللون الحقيقي لسطح ما إلا تحت أشعة بيضاء .فتحت أشعة صفراء يبدو ينحى باتجاه اللون الأصفر، وتحت أشعة حمراء ينحى باتجاه اللون الأحمر وهكذا (الدملخي، 1983).

3-2 خصائص اللون The color Properties

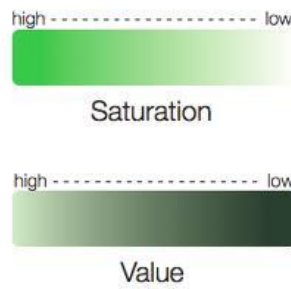
يتحدد اللون من خلال خصائص أو قيم نستطيع من خلالها تمييز الألوان و هي ثلاث (دبس وزيت & معاد، 2008):

1- **صفة اللون Hue:** وهي الصفة التي نميز ونفرق بها بين لون وآخر " أحمر ، أخضر، برتقالي، أزرق فعند مزج لونين أحمر وأصفر ينتج البرتقالي وهذا تغير في صفة اللون Hue. الشكل (1-2)



شكل توضيحي 1-2 صفة اللون
المصدر (CLASS, 2013)

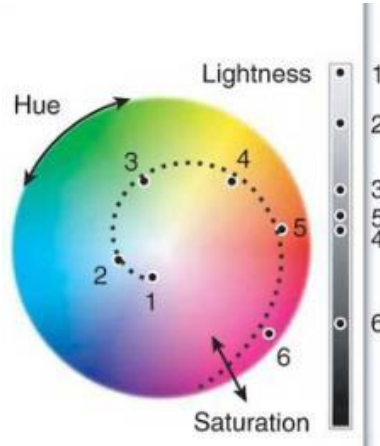
2- **القيمة Value:** تعرف بأنها العلاقة بين اللون المضيء واللون المعتم ، بمعنى أخضر فاتح Light Green أو أخضر غامق Dark Green وتتخذ بدورها قيما مختلفة باتجاه الإضاءة أو العتم. الشكل (2-2)



شكل توضيحي 2-2 رسم يوضح قيمة اللون Value و تشبع اللون

المصدر : (http://www.socialh.com/choosing-colors-for-your-business-or-website/, 2011)

3- الإشباع **Saturation** : تمثل الدرجة التي يتصف بها اللون من ناحية عدد الذرات اللونية في المساحة (نقاء اللون)، والتي تتحدد بقدر اختلاطه بالأبيض أو الأسود. الشكل (3-2)



شكل توضيحي 3-2 دائرة الألوان و يتحدد عليها سهم الإشباع اللوني Saturation و سهم التغيير في أصل اللون المصدر: Hue: (Wong, 2010)

4-2 نظرية اللون Color theory

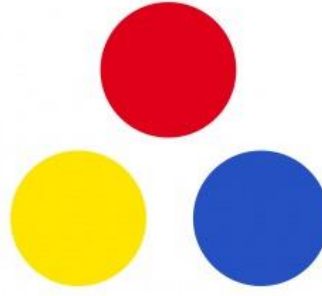
تعتمد نظرية اللون على مجموعة من المفاهيم المرتبطة باللون واستخداماته التصميمية والتطبيقية، والتي ترتبط بمفهوم الإدراك البصري عند الإنسان ورؤيته الفلسفية واتجاهاته الفكرية وكل ما يرتبط بالنواحي الفسيولوجية والسيكولوجية. وهذه المفاهيم هي (دبس وزيت & معاد، 2008):

أ - الألوان الأولية : Primary Colors

وهي ثلاثة تحدد كل منها صفة لون مختلفة Hue، وتعطينا حين مزجها جميع صفات اللون الأخرى، وتتألف من مجموعتين (دبس وزيت & معاد، 2008):

- ألوان طباعية – Printers Primaries وتتألف من الأحمر Red والأصفر Yellow والأزرق Blue شكل (4-2).

- ألوان ضوئية – Light Primaries وتتألف من الأحمر Red والأصفر Yellow والأخضر Green.



شكل توضيحي 4-2 الألوان الأولية
المصدر: (CLASS, 2013)

ب - الألوان الباردة والألوان الدافئة : Warm and Cold Colors

قسمت الألوان في بحوث الرسامين الانطباعيين في النصف الثاني من القرن التاسع عشر إلى ألوان دافئة وألوان باردة، وذلك بحسب الانطباع الذي يتأتى عن إحساس الناظر، حيث يعد الأزرق ومشتقاته من الألوان الباردة، والأحمر ومشتقاته من الألوان الدافئة. ويمثل اللونان الأبيض والأسود الحالة المحايدة للألوان بين الدافئ والبارد. شكل (2-5)



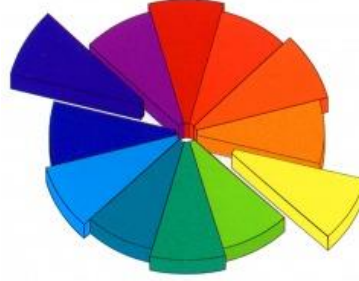
شكل توضيحي 5-2 الألوان الباردة و الألوان الدافئة

المصدر: (http://www.socialh.com/choosing-colors-for-your-business-or-website/, 2011)

ج - الانسجام اللوني : Color Harmony

يمكن تعريف الانسجام Harmony بأنه الترتيب الجيد للعناصر المكونة، سواء أكانت في الموسيقى أو الشعر، أو اللون. وفي التجربة البصرية فإن الانسجام اللوني يسعى لخلق مشهد جميل و متزن (Hemani & Punekar, 2009) تقرأه العين من خلال نظريات أساسية وهي:

1- (الانسجام الثنائي) المكملّة : Twin Colors Harmony (Complementary)
ويتكون بين كل لونين متقابلين في دائرة الألوان .الشكل (2-6)



شكل توضيحي 2-6 الألوان المكملّة
المصدر : (CLASS, 2013)

2- (انسجام الألوان المتماثلة) Analogous Colors Harmony :
وهي مجموعة الألوان الثلاثة المتجاورة جنباً إلى جنب في الدائرة اللونية ،الشكل (2-7)



شكل توضيحي 2-7 الألوان المتماثلة
المصدر : (CLASS, 2013)

3- انسجام الثلاثي (Triadic):
وهي مجموعة الألوان التي تتباعد بانتظام في الدائرة اللونية ، وتشكل الخطوط الواصلة بينها مثلثاً متساوي الأضلاع .

4- الانسجام الرباعي : Fourth Colors Harmony
وهو الحاصل من مجموعة أربعة ألوان متقابلة في الدائرة اللونية، بحيث يتعامد محور لونين متقابلين مع محور اللونين الآخرين.

5- الانسجام السداسي : Six Colors Harmony
وهو يشبه الانسجام الرباعي، لكن يتألف من ستة ألوان تتقابل فيما بينها في الدائرة اللونية، وتشكل بالنتيجة شكلاً مسدساً يرتكز على محيط الدائرة.

6- الانسجام الطبيعي : Nature Colors Harmony

تزودنا الطبيعة بأمتلة كثيرة عن مجموعات لونية منسجمة ، تشكل مرجعا لخلق منظومات لونية مماثلة Color Scheme. الشكل (2-8)



شكل توضيحي 2-8 الانسجام الطبيعي
المصدر: (Marie, 2009)

د - تباين الألوان : Colors Contrast

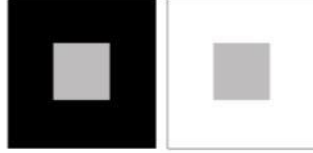
نستطيع أن نعرف التباين بأنه شدة وضوح الألوان فيما بينها، ويتخذ هذا التباين أشكالاً متعددة فالألوان الأولية المتباينة فيما بينها، وتضعف صفات التباين بالانتقال إلى الألوان الفرعية من الدرجة الثانية (برتقالي، بنفسجي، أخضر) ويزداد الضعف بالانتقال إلى ألوان فرعية من الدرجة الثالثة وهكذا. وهناك التباين بين الألوان بحسب تدرج قيمة اللون Value أو بحسب تدرج قيم الإشباع Saturation، وهناك التباين بين الألوان الدافئة والألوان الباردة (Hemani & Punekar, 2009).

وتتصل بالتباين ظاهرة تسمى ظاهرة الانتشار البصري، ومثال ذلك المساحة البيضاء الموجودة على مساحة مربعة سوداء، تبدو للمشاهد أكبر من مساحتها الحقيقية ، وبالمقابل تبدو المساحة السوداء على أرضية بيضاء أصغر من مساحتها الحقيقية. الشكل (2-9)

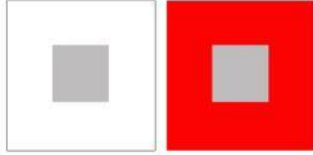
أيضاً يتصل بالتباين ظاهرة تتعلق بقيمة اللون Value، والإشباع اللوني Saturation ومثالها المساحة الرمادية على أرضية بيضاء تبدو أفصح من المساحة الرمادية على أرضية سوداء. الشكل (2-10) كما تميل المساحة الرمادية بشكل واضح إلى لون الأرضية. الشكل (2-11)



شكل توضيحي 9-2 تباين اللون-ظاهرة الانتشار البصري
المصدر: (Hemani & Punekar, 2009)



شكل توضيحي 10-2 تباين اللون-ظاهرة قيمة اللون و الاشباع اللون
المصدر: (Hemani & Punekar, 2009)



شكل توضيحي 11-2 ظاهرة قيمة اللون و الاشباع اللوني
المصدر: (Hemani & Punekar, 2009)

5-2 فلسفة اللون. Philosophy Of Color

فضلا عما سبق في بحثنا عن اللون ومفهومه والنظريات المرتبطة بالألوان والتي ترتبط بالجانب الفني في عملية تصميم العمارة الداخلية، فإن دراسة الأثر النفسي لهذه الألوان في الإنسان ترتبط بالجانب الوظيفي للتصميم، لأن دراسة احتياجات الفراغ الداخلي للعمارة ونوع شاغليه ونوع النشاط الذي سيمارس والمدة الزمنية لوجود الفرد في نطاق فراغ محدد كلها تتحدد بشكل رئيسي من خلال فلسفة الألوان ومعانيها ودلالاتها الرمزية وما لها من أثر في النفس البشرية وفي مستوى نشاط الفرد. وهناك العديد من النظريات حول ردود أفعالنا حول الألوان، كثير من هذه النظريات ترتبط بالدلالات المستقاة من الطبيعة. وعموما تعد الألوان الدافئة مثيرة ومنبهة في حين تعطي الألوان الباردة الإحساس بالهدوء والسكينة. وفيما يأتي أهم الدلالات والمعاني المتعلقة بالألوان الأولية ومكملاتها والألوان الحيادية (دبس وزيت & معاد، 2008).

وهنا نذكر التأثيرات و الدلالات لبعض الألوان كما يلي:

- **الأصفر: Yellow** لون يميل إلى الدفء أكثر من البرودة، لون الطاقة، يميل إلى الصفة الإيجابية أكثر من السلبية، ويقوم بجذبنا بشدة لدخول الفراغ، وبذلك فهو مناسب جداً لتلوين المداخل من نوافذ وأبواب (دبس وزيت & معاد، 2008).
بعض الباحثين يربط بين نشاط الدماغ وبين هذا اللون فاللون الأصفر ينشط خلايا الدماغ، أما الأثر النفسي فإن اللون الأصفر يزيد من السرور لدى الإنسان، و يستعمل لمعالجة مرض (النورستينيا) أي الوهن العصبي ، ويصلح للاستعمال في غرفة معتمة ، إلا انه لا يمكن استعماله في الطائرات ، لأنه يسبب الغثيان والتقيؤ لذلك تم استبعاده في الطائرات (شقيقة، 2010).
- **البرتقالي Orange:** لون دافئ، لون الوصال والعلاقة الايجابية بين الأنا والآخرين. وهو لون يرتبط بالصحة والشفاء، ولون التفاؤل مما يجعله مناسباً لأماكن النقاهاة (دبس وزيت & معاد، 2008) . يؤكد بعض الباحثين أن هذا اللون مرتبط بنظام المناعة للجسم حيث يؤدي التعرض للضوء البرتقالي لزيادة مناعة الجسم، بسبب توافق الاهتزازات الخاصة بالخلايا المناعية مع ترددات اللون البرتقالي. ويساعد اللون البرتقالي على الشهية ويسهل عملية الهضم ، ويعجل بشكل خفيف نبضات القلب . ويعتبر من الألوان المناسبة للمطاعم العامة والمطابخ وحجرات الطعام ، كما أنه يناسب غرف الجلوس المعرضة بشكل سيئ للشمس ، ويصلح استعماله على أرضية الغرفة وعلى الجدران بعد أن يمتزج باللون الرمادي ، وبعد أن يتم تفتيحه بشكل ملحوظ . وعند مدخل البيت يصبح لونه جذابا وباعثا للرضا والسرور(شقيقة، 2010).
- **الأحمر Red:** لون حار، لون الحركة، يعطي الإحساس بالقوة، التوتر الانفعال، الإرادة، التعبير الواضح عن الأنا وميل إلى السيطرة ونوع من الأنانية ولهذا اللون تأثير قوي، لذا لا يفضل استخدامه كلون مسيطر في الفراغ الداخلي (دبس وزيت & معاد، 2008) .و من ناحية اخرى لوحظ تأثير فيسيولوجي للون الأحمر حيث يؤدي التعرض لهذا اللون لفترة طويلة إلى زيادة ضغط الدم. وهو يملك تأثيراً على مختلف غدد الجسم، وبالتالي ينشط خلايا الجسم ويرفع طاقتها. وإذا قمنا بتخفيف اللون الأحمر ليصبح زهرياً فإن تأثيره سيقبل. والذي يتأمل الطبيعة يلاحظ أن الله تعالى اختار ألواناً محددة لنباتات محددة بما يتناسب مع خصائص هذه النباتات(الكحيل، 2006).

- **الأزرق Blue** : لون بارد، لون الهدوء والصبر والانتظار والثقة والاحترام، وهو ، لون الأشخاص المفكرين .ينقل الإحساس بالماء عند استعماله في الفراغ الداخلي .كما أنه يساعد على الهدوء والاسترخاء، لذلك فهو المفضل في غرف النوم ، وفراغات العمل التي تحتاج إلى التركيز (دبس وزيت & معاد، 2008).يساعد على تخفيض ضغط الدم، وله تأثير مسكن للجسم وهو لون الهدوء، وهو ينشط الغدة النخامية ويساعد على النوم بعمق ويقوي نخاع العظام. وهناك وجهات نظر تؤكد على أن اللون الأزرق يساعد على الإبداع (الكحيل، 2006).
- **الأخضر Green** : يسمى هذا اللون بلون الطبيعة، كما يضيفي اللون الأخضر على الفراغ الداخلي معنى الهدوء والطمأنينة، وهو لون طيع، يستعمل بدرجاته الفاتحة كخلفية، في حين تقوم درجاته المعتمة عند استعمالها بالتخفيف من درجة السطوع (دبس وزيت & معاد، 2008). وهناك بعض الآراء تؤكد على أن اللون الأخضر مفيد للقلب. ويساعد على التنفس بعمق. وهو لون يساعد على إعادة التوازن لخلايا الجسم. وهذا اللون يدخل على الإنسان السرور والبهجة، ولذلك نجد الأطباء في العمليات الجراحية يرتدون هذا اللون لتخفيف الألم عن مرضاهم، ولمنحهم الإحساس بالبهجة والسرور (الكحيل، 2006).
- **الأرجواني Purple** : لون فني و لون ملهم وروحاني، تعطي درجاته الفاتحة باستعمالها مع البنفسجي إحساساً رقيقاً ودافئاً، من المفيد توظيفه في غرف النوم والمعيشة أو المكتبة (دبس وزيت & معاد، 2008).
- **البنفسجي Violet** : لون يتصف بالبرودة كلما اتجهنا نحو الأزرق ويتصف بالدفء ، كلما اتجهنا نحو الأحمر. كما يعتبر اللون البنفسجي بأنه لون الانفراد والانعزال التام، لون الأنانية باتجاه سلبي، وهو لون التخفي والتقنع والتمثيل (دبس وزيت & معاد، 2008). كما و يساعد على الهدوء عند الغضب وهو مرتبط بالاضطرابات العاطفية حيث يساعد على التخفيف منها. ويعتبر هذا اللون من أهم الألوان في الاستقرار العاطفي وإحداث تغيير في حياة الإنسان، وبالطبع قد نجد أناساً لا يتأثرون بالألوان! هذا أمر طبيعي، وبالمقابل نجد أناساً لديهم حساسية فائقة تجاه الألوان، يتذوقونها ويتفاعلون معها، مثل تفاعلهم مع الموسيقى مثلاً (الكحيل، 2006).
- **البنّي Brown**: لون شبه دافئ، لون هادئ نسبياً، لون الأرض، لون الارتباط، له صفة اقتصادية مرتبطة بالتفكير .واستعمال هذا اللون في الفراغ الداخلي ينقل الإحساس بالطبيعة إلى الداخل، لذلك من المفيد استعماله في فراغات الأبنية الريفية (دبس وزيت &

معاد، 2008). يؤكد بعض الباحثين أن اللون البني هو لون الاستقرار. ويمنح الإنسان بعض الهدوء والعودة للطبيعة، حيث نجد أن لون التراب يميل للون البني، وبالتالي هذا اللون يذكرك بالبساطة ويزيد من الإحساس بالتواضع - طبعاً المسألة نسبية تختلف من شخص لآخر حسب الحالة النفسية وحسب المعتقدات لديه(الكحيل، 2006).

- **الأبيض White** : لون الفراغ، لون الطهارة الملائكية، لون النسيان والضعف، ويؤدي استعماله في الفراغ الداخلي إلى زيادة قيم التباين وإلى إحساسنا ببرودة الألوان (دبس وزيت & معاد، 2008).

هو اللون الذي يجلب الراحة والسلام ويبدد اليأس، ولذلك يفضل لمن يجد في نفسه اليأس والاكئاب أن يحاول ارتداء قميص أبيض مثلاً، أي يدخل اللون الأبيض في جزء من لباسه، ليس بالضرورة أن يكون لباسه أبيض بالكامل ولكن يكفي التنويع(الكحيل، 2006).

- **الأسود Black** : لون بارد، لون رزين، يعطي معنى رد الفعل الإجباري. ويقوم في الفراغ الداخلي بعملية الخداع البصري، من ناحية تأثيره في إحساسنا بالعمق (دبس وزيت & معاد، 2008). كما يعتبر اللون الأسود لون سلبي وغير مفيد في العلاج ويقلل النمو. واللون الأسود هو رمز للوقار عند بعض الناس، وهو رمز للحزن عند آخرين، ولكن الإسلام لا يقر بذلك، لأن هذه الألوان هي نعمة من نعم الخالق عز وجل، وجميعها يكمل بعضها بعضاً. ولا يمكن الاستغناء عن أي واحد منها (الكحيل، 2006).

- **الرمادي Gray** : هادئ يحل محل الأزرق في كثير من الأحيان (دبس وزيت & معاد، 2008).

2-6 القيم التشكيلية للون في التصميم الداخلي.

2-6-1 وظيفة اللون في التصميم الداخلي. color's function in interior design

من خلال ما سبق ومن خلال معرفة المصمم في العمارة الداخلية لمفهوم اللون ونظرياته الوارد بحثها، يتم اعتماد ما يعرف بالمنظومة اللونية Color Scheme: وهي مجموعة الألوان التي يجدها المصمم مناسبة لفراغ داخلي محدد طبقاً لمعايير وأسس عامة ترتبط بالبعد الوظيفي والجمالي لهذا الفراغ. وتجدر الإشارة إلى أن دراسة الألوان ونظرياتها وتأثيراتها المختلفة وطرائق استخدامها هي دراسات حديثة نسبياً، وبذلك فإن أغلب تصاميم العمارة الداخلية في القرون القديمة لا تحتوي مثل هذا الفهم عن اللون ونظرياته، وبذلك استعملت الألوان وفقاً للأهواء والأذواق الشخصية أو وفق معانٍ ودلالات الألوان ورموزها من حيث ارتباطها بالمعتقد

والدين والموروث الشعبي لكل منطقة تحمل العادات والتقاليد نفسها. ومن ثم، فإن اللون يؤدي دوراً حيوياً في مجال الفراغ الداخلي، فهو يعمل على إبراز عناصر الأثاث وعلاقتها بمحتويات التشكيل في الفراغ، من أرضيات وسقوف وجدران. كما يحتل اللون مكانة مهمة في جميع أوجه نشاطاتنا في الحياة العامة والخاصة. وبذلك فالأثر الذي تمليه علينا الألوان في الفراغ سينعكس على الشعور الحسي والعضلي للفرد (دبس وزيت & معاد، 2008). ومن هنا يتم اختيار الألوان في الفراغ وفقاً لاعتبارات عديدة وهي:

1) الاعتبارات النفسية: Psychological Considerations

نظراً لأن اللون هو عنصر أساسي في التصميم، لما له من دور نفسي وعاطفي، وينحى الإنسان باتجاه رد فعل إيجابي أو سلبي تجاه الألوان، فالإحساس بدفع اللون مثلاً يعطينا شعوراً جميلاً، والإحساس ببرودة اللون يعطينا شعوراً بالهدوء وهكذا. وهنا يكمن الاعتبار الأهم في محاكاة هذا الشعور بشكل مدروس من خلال التصميم. ومن هنا فالفراغات الداخلية لغرف المستشفيات، وقاعات الدروس، والمطاعم، والمكاتب يختار لها ألوان مختلفة تتناسب مع وظيفة كل فراغ، بحيث تؤدي دوراً في تحقيق التأثير المطلوب في سلوك ومزاج الناس الذين يوجدون في تلك الفراغات (دبس وزيت & معاد، 2008). وفيما يأتي أهم التأثيرات النفسية للألوان لأهم الفراغات الداخلية:

1- الفراغات السكنية: Residential Spaces

يحتفظ اللون الأحمر بخاصية أنه يحاكي الرغبة، لذا من المفيد استعماله في غرف الطعام، الشكل (2-12)، أما لونا الأزرق والأخضر، فإنهما يمدان الإنسان بالشعور بالهدوء والراحة وحب الحياة، فهما ألوان الطبيعة لذلك من المناسب استعمالها في غرف النوم، الشكل (2-13)



شكل توضيحي 2-12 استخدام الألوان في صالات الطعام.
المصدر: (www.2interior-design.com, 2013)



شكل توضيحي 13-2 استخدام اللون الاخضر في غرف النوم
المصدر: (www.2interior-design.com, 2013)

ومن جهة أخرى فاللونان الأصفر والبرتقالي، هما لونا الطاقة، لذا من المفيد توظيفها في الفراغات الأكثر حيوية، مثل غرف المعيشة ومكان تحضير الطعام الشكل (2-12)، (2-14) يقوم البرتقالي الفاتح بدور الحافز الإيجابي، يمكن أن يكون اللون المسيطر في غرفة المكتب.



شكل توضيحي 14-2 التركيز على الالوان الدافئة مثل الاصفر و البرتقالي و الاحمر في صالات المعيشة
المصدر: (www.2interior-design.com, 2013)

2-الفراغات العامة : Public Spaces

وتمثل بشكل عام جميع الفراغات غير السكنية Non Residential. من مجمعات تجارية ومحال، ومطاعم، وأبنية ثقافية ودينية، ومراكز عناية صحية ومستشفيات ، وأبنية حكومية وسفارات ونستعرض هنا عددًا من تلك الفراغات:

-المطاعم والمقاهي : Restaurants & Cafés

يتم غالبًا استعمال الألوان الدافئة في صالات الطعام، حيث يتم استعمال الوردية والبرتقالي في قطع الديكور، لأن للون البرتقالي تأثيرًا منشطًا لعملية الهضم .الشكل (2-15)



شكل توضيحي 2-15 استخدام الالوان الدافئة مع التركيز على مجموعات الاحمر و البرتقالي في المطاعم
المصدر : (www.renaissancelasvegas.com, n.d.)

-الفراغات التجارية: Commercial Spaces

يرتكز استعمال الألوان في المحال والمجمعات التجارية بشكل رئيسي على نوع المعروضات وإن كان الغالب استخدام ألوان حارة وبراقة لجذب الناس باتجاه المحال والمعروضات، كما تستعمل الألوان الباردة بشكل خاص، لإعطاء الإحساس بالفراغ والاتساع .الشكل (2-16)



شكل توضيحي 2-16 تباين الالوان الدافئة و الالوان الباردة في المحال التجارية لتحقيق عامل الجذب و جلب الانتباه
المصدر:(www.decodir.com, n.d.)

-المستشفيات ومراكز العناية الصحية : Hospitals & Health Care Institutes

يحتاج المرضى -في الغالب- إلى الشعور بالراحة والهدوء، لذا يتم استخدام الألوان للتأثير في نفس المريض وجسمه تأثيراً إيجابياً، فيتم تجنب الألوان الصارخة ، ويتم اللجوء إلى الألوان الهادئة كاللون الأخضر الفاتح في الجدران، ويتم إعطاء السقف لوناً أفتح بقليل، أما في صالات الجلوس وأماكن النقاها، فيتم إدخال بعض الألوان الحيوية والداخلة بحذر للمساعدة في عملية التماثل للشفاء. الشكل (2-17)



شكل توضيحي 2-17 استعمال تدرجات هادئة من اللون الاخضر مع قليل من الالوان الداخلة في قاعات و غرف المستشفيات و اماكن الفحص الطبي. المصدر: (Rubinstein, 2001)

-فراغات العمل : Work Spaces

يتم اختيار الألوان في أماكن العمل والمكاتب، مكاتب خاصة، معامل صناعية تبعاً لمستوى النشاط الوظيفي، من ناحية عدد مستخدمي هذا الفراغ ودرجة التركيز الذي يحتاجه العمل الوظيفي. لذا يتجنب تكرار الألوان وتدرجاتها، ويعتمد إلى استعمال ألوان ذات طابع محفز وتأثير إيجابي في مستوى النشاط الفردي مثل البرتقالي والأزرق المخضر، كما يتم التركيز وبشكل مستقل في المكاتب، على طبيعة كل مكتب ونوع العمل فيه، فالسكرتارية يتم فيها استعمال الألوان الحارة المتباينة" ، الشكل (2-18)



شكل توضيحي 2-18 ألوان داخلة ذات تباين في منطقة الاستقبال المصدر: (Cox, n.d.)

أما قاعات الاجتماعات والإدارة فتكون ذات ألوان رزينة هادئة قليلة التباين ويمكن أن تتخللها بعض الألوان الدافئة لتجنب الملل . الشكل (2-19)



شكل توضيحي 19-2 ألوان دافئة قليلة التباين في قاعات الاجتماعات
المصدر: (blige, 2013)

-الفراغات التعليمية والثقافية : Educational & Cultural Spaces-

تختلف الفراغات التعليمية والثقافية عن بعضها من ناحية نوع النشاط الوظيفي لكل فراغ، مكتبات، جامعات، مراكز ثقافية، متاحف، قاعات موسيقى، مسارح...فضلا عن اختلاف عمر شاغلي الفراغ أطفالا ، شبابا ، راشدين وعموماً يتم التأكيد في الفراغات التعليمية والثقافية على مجموعات الألوان المنسجمة التي لا تسبب تشتيت الذهن مثل البنفسجي وغيرها، وإنما تؤدي إلى عملية تحفيز العقل وتحض على التفكير، ويتم استخدام درجات الألوان الفاتحة بحيث تتحى قليلا نحو الدفء، ويتم تجنب السطوح البيضاء التي تسبب الملل والانعكاسات الشديدة المبهرة، كما يتم تجنب الألوان شديدة التباين و لاسيما في القاعات الدراسية والمكتبات. الشكل (2-20) . والجدير بالذكر أن الألوان الباردة والدافئة تؤدي دورا أساسيا في إحساسنا بالدفء والبرودة وإن كان هذا الإحساس نفسيا وليس فسيولوجيا، لذلك يتم توظيف هذه الحالة في استعمال الألوان الباردة للفراغات الداخلية في الجهة القبليّة، والألوان الدافئة للفراغات الداخلية في الجهة البحرية، وذلك للإيحاء والإيهام باعتدال الطقس.



شكل توضيحي 20-2 استخدام درجات الالوان الفاتحة مع القليل من الدفء.
المصدر: (Anon., 2013)

ب الاعتبارات الجمالية : Aesthetic Considerations

من المهم بالمكان اعتماد الأسس الجمالية المرتبطة باللون، لأنها تشكل المظهر الجمالي الذي سيخذه تصميم الفراغ الداخلي في صورته النهائية. هذه الأسس الجمالية تتحدد من خلال التأثيرات التشكيلية المختلفة التي تضيفها الألوان من خلال العلاقة فيما بينها من ناحية، ومن ارتباطها بالخط والمساحة والشكل والضوء والخامة المستخدمة في الفراغ الداخلي من ناحية أخرى وفيما يأتي أهم الأسس الجمالية اللونية للتشكيل الفني في الفراغ الداخلي (دبس وزيت & معاد، 2008):

1. التوازن اللوني: Color Balance

التوازن اللوني هو تلك القيمة التي تحقق التوازن في التشكيل الفني، من خلال الخصائص التي تتمتع بها الألوان، ويتم تحقيق هذا التوازن من خلال إعطاء قيمتين لونييتين متساويتين في التأثير من حيث ارتباطها بالأشكال المؤلفة للتصميم نسبة إلى أحد المحاور أو مجموعة من المحاور ما يعرف بالتوازن الوهمي ويتحدد هذا المفهوم من خلال خاصية الألوان في تحقيق أثر العمق والاتساع والوزن و الخفة ، فاللون ذو قيمة Value فاتحة أخف من لون ذي قيمة داكنة، ويعطي اللون الداكن الإحساس بالعمق والبعد، في حين يولد اللون الفاتح الإحساس بالاتساع والقرب. كما أن الألوان الباردة أخف وزناً من الألوان الدافئة، وتعطي الألوان الباردة الإحساس بالاتساع والقرب، في حين تعطي الألوان الدافئة الإحساس بالعمق والبعد.

2. الإيقاع اللوني: Color Rhythm

يلاحظ الإيقاع نتيجة لتكرار عناصر ومفردات من التصميم، ويمكن أن يؤلف هذا التكرار نموذجاً لنقش متكرر Pattern. ويحدث الإيقاع من خلال بعض خصائص الألوان الواردة ذكرها قبل قليل من ناحية العمق Depth والاتساع Wildness و الوزن Weight . إذ إن التكرار في الألوان وقيمها فضلاً عن التباين بين الألوان الباردة والدافئة والأبيض والأسود للعناصر يحدث نوعاً من الإيقاع الحسي للتشكيل الفني ضمن الفراغ المدروس.

3. الحركة: Movement

تتحقق الحركة في التشكيل الفني ضمن الفراغ موضوعياً من خلال التغيير في المجال المرئي للفراغ، أو بصرياً من خلال عملية الإدراك البصري، أو كليهما معا . وإن الإيحاء بالتغيير في المسافة أو البعد أو القيمة، يعتمد على الإحساس المرهف، والذي يتأتى عن معرفة القيم الديناميكية للعناصر التشكيلية في المجال المرئي في الفراغ بما فيها اللون وعناصر التشكيل في التصميم.

2-6-2 اللون والتشكيل في الفراغ الداخلي : Color and Design

in Interior Space

تجسد الألوان بصفاتها وقيمها المختلفة، تلك المعاني الإيحائية والحسية لمفردات وعناصر التصميم في الفراغ، أو تؤدي بدورها إلى إضافة معاني ودلالات ورموز إلى كل منها. وفيما يأتي أهم الأدوار التي تؤديها الألوان في مجال العلاقة بينها وبين المكونات البصرية لكل فراغ (دبس وزيت & معاد، 2008).

أ. العلاقة بين اللون والشكل : Relationship between Form & Color

تتبع الألوان في قيمتها التعبيرية الأشكال، كما الخطوط، فلكل شكل دلالاته التعبيرية والرمزية حيث توحى الأشكال الهندسية الحادة باتجاه مجموعات الألوان المتباينة " إن الألوان الحادة تظهر أوضح في أشكال حادة" (الدملخي، 1983، p. 51) وتتحدى الأشكال الهندسية المنحنية نحو مجموعات الألوان المنسجمة. كما توحى الأشكال الهندسية ذات الخطوط المتعامدة الإحساس بالتوازن والاستقرار، وبذلك يمكن استخدام ألوان باردة أو دافئة ذات قيم متدرجة، كما تدعم الأشكال ذات الخطوط المائلة التباين في التكوين العام، ولذلك من المفيد استخدام ألوان لها درجة التباين نفسها. وعموماً يتم التركيز في العمارة الداخلية على تمييز السطوح الأربعة لأي فراغ بواسطة اللون، كما يتم توظيف اللون لفصل عناصر التصميم أو المواد المستعملة والتأكيد عليها من خلال إعطاء قيم لونية مختلفة لها (دبس وزيت & معاد، 2008).

ب. العلاقة بين اللون والخامة : Relationship between Texture & Color

إن استخدام سطوح ملساء يختلف عن استخدام سطوح خشنة تحمل درجة لونية واحدة، حيث تتغير قيمة انعكاس الضوء عن السطح اللوني بتغير ملمسه. ويعد عامل الملمس أحد القيم الجمالية المضافة إلى التشكيل الفني في العمارة الداخلية بما يضيفه من تأثيرات في مجمل المنظومة اللونية المستخدمة في الفراغ، وعموماً يضيف الملمس الخشن شعوراً طبيعياً، في حين تتحدى السطوح الملساء باتجاه العناصر الصناعية، وتتحدى باتجاه الحداثة والمستقبلية، لذلك يتم التركيز عليها بكثرة في عمارتنا المعاصرة (دبس وزيت & معاد، 2008).

ج. علاقة اللون بالضوء : Relationship between Light & Color

تؤدي الإضاءة دوراً مهماً في التأثيرات التي تحدثها الألوان لدى استخدامها في الفراغ الداخلي، إذ إن اختلاف قيم شدة الإضاءة يسبب تغيراً في قيمة اللون Value حيث يتغير اللون عند تسليط ضوء، كما أن للضوء الملون تأثيراً في صفة اللون Hue للون آخر عليه. ومن ناحية أخرى تؤدي الألوان نفسها دوراً أساسياً في إضاءة الفراغ الداخلي إذ إن استخدام ألوان فاتحة يزيد من

عامل الانتثار (الإشعاع الضوئي) Global Illumination في الفراغ ، كما تزيد الألوان الدافئة لدى استعمالها من قوة الضوء المستخدم سواء كان طبيعيًا أم اصطناعيًا (دبس وزيت & معاد، 2008).

2-6-3 المنظومات اللونية في التصميم الداخلي : Color Schemes in Interior Design

شهد العصر الحديث دراسة منظومات لونية Color Schemes ترتبط بالأسس العلمية والفنية السابق ذكرها وهذه المنظومات ترتبط بتحقيق الأثر الجمالي لمجموعات لونية معينة تتناسب ووظيفة كل فراغ بحسب طبيعته .وأهم هذه المنظومات (دبس وزيت & معاد، 2008):

- المنظومة اللا لونية Achromatic Schemes ويستعمل فيها الأبيض والأسود والتدرجات بينهما، حيث يكون التباين في أشده بين قيمتي الأسود والأبيض . الشكل (21-2)



شكل توضيحي 21-2 المنظومة اللا لونية
المصدر: (CLASS, 2013) Achromatic Schemes

- منظومة التدرجات الرمادية الملونة Chromatic Grays Schemes وتعرف أيضًا بالتدرجات الحيادية، وهذا يعني استعمال ألوان معتمة تقترب من الرمادي بتدرجاتها، أي استخدام ألوان ذات قيمة متدنية جدًا من الإشباع اللوني Saturation شكل (22-2).



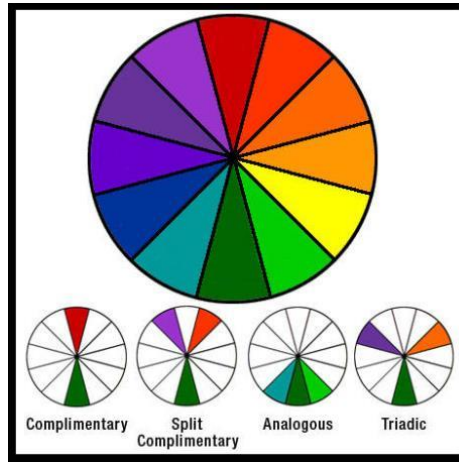
شكل توضيحي 22-2 منظومة التدرجات الرمادية الملونة Chromatic Grays Schemes
المصدر: (CLASS, 2013)

- منظومة الألوان الأحادية Monochromatic Color Schemes وتقوم على استعمال قيم تدرج في قيمة المعتم والمضيء للون أحادي، أزرق مثلا .أي لون واحد مسيطر، شكل (23-2).



شكل توضيحي 23-2 منظومة الألوان الأحادية Monochromatic Color Schemes
المصدر: (CLASS, 2013)

- منظومة الألوان المتمائلة Analogous Color Schemes وهي الألوان المتجاورة في الدائرة اللونية، الوارد ذكرها في حديثنا عن انسجام الألوان، شكل (24-2).
- منظومة الألوان المكملة Complementary Color Schemes وهي التي تعتمد ألوان مكملة أي متقابلة في الدائرة اللونية، وهي ألوان منسجمة بالضرورة ، شكل (24-2).
- منظومة الألوان الثلاثية Triadic Color Schemes عادة ما تكون الأحمر والأصفر والأزرق، أي استعمال ثلاثة ألوان متساوية في قطاعاتها وذلك نسبة للدائرة اللونية، شكل (24-2).



شكل توضيحي 24-2 منظومة الألوان المتمائلة و المكملة و الثلاثية
المصدر: (Allan, 2013)

7-2 المفهوم الفيسيولوجي والسيكولوجي

مصطلحات بسيطة نسمعها كثيرا والبعض يغفل معناها رغم انه يضطر لإستخدامها دون التاكيد من معناها ومن هذه المصطلحات مصطلحين شبيهين في الوزن ومختلفين في المعنى ألا وهما المفهوم السيكولوجي والمفهوم الفيسيولوجي.

الطبيعة الفسيولوجية:

تختص بكل ما يخص الانسان ماديا مثل هيئة الجسم لون الشعر طول الشعر لون العينين التفاعل الجسدى البحت من حيث تفاعل الاعضاء وطبيعتها اى بكل بساطة هو ما يخص الجسد

الطبيعة السيكولوجية:

هى ما يخص العقل والتفكير والذكاء والادراك والمشاعر والاحاسيس ويبتعد عن الماديات.

8-2 التأثير السيكولوجي (النفسي) والفيسيولوجي (العضوي) للألوان

يحتل اللون مكانه هامة وأساسية بالنسبة لمن يمارسون الفنون التشكيلية بكل مجالاتها و أيضا ذوي الاختصاص من المصممين و المعماريين و مصممي الديكور والأزياء . كذلك في جميع أوجه نشاطنا، في الحياة العامة والخاصة، ودعى ذلك الفنانين وعلماء النفس وغيرهم إلى الاهتمام بنواحي اللون المختلفة. وبدراسة تأثير اللون على الجانب النفسي والعضوي للإنسان جعلنا لا نغفل أن اللون الأحمر يسبب شدة وسرعة نبضات القلب، وأن اللون الأزرق مهدئ جيد للجهاز العصبي لذا من الواجب علينا أن نفهم الألوان وان نتنبأ بتأثيرها على الفرد.

1-8-2 التأثير السيكولوجي للألوان:

لقد درس علماء النفس سيكولوجية الألوان وتأثيراتها على الإنسان ، فقد أكدوا أن إدراك اللون يشكل جانبا من سلوك الإنسان ، وان هذا السلوك يتحدد بثلاثة أبعاد هي : البيئة أو العالم الخارجي ، والعالم الفسيولوجي الداخلي ، والعالم السيكولوجي الداخلي ، والذي يتضمن متغيرات كثيرة من بينها الانفعالات وتأثيرات نفسية مختلفة (شقفة، 2010).

فكل لون له تردد خاص به، ومن خلال تردده يؤثر على العين، ولذلك عندما نرى لونا محددًا فإن ترددات هذا اللون تنتقل عبر العين إلى الدماغ وتؤثر على خلايا الدماغ بشكل مختلف عن لون آخر. كما أن هذا التأثير النفسي يحدث أحاسيس ينتج عنها اهتزازات بعضها يحمل سمات الراحة والاطمئنان والآخر يحمل صفات الإرهاق والاضطراب، لذا نرى أن تأثير الألوان قد ينتج عنه حالة من الفرح و المرح أو الحزن والكآبة. وقد يحمل اللون الواحد تأثيراً مختلفاً من شخص إلى آخر كالأخضر مثلا، فقد يوهم البعض بالقلق والاضطراب ويوحى لآخرين بالخضرة والطبيعة. فالعديد من الدراسات قد وضعت وحددت التأثير الحسي للون علي الإنسان، ولكن معظم هذه الدراسات لم تحدد ردود أفعال الإنسان، فهل هي نتيجة ثقافتهم أم نتيجة مشاعرهم الشخصية (السمودي، 2010).

وتنقسم هذه التأثيرات إلى:

أ- تأثيرات مباشرة:

فالتأثيرات المباشرة هي التي تظهر تكويناً عاماً بمظهر المرح أو الحزن أو الخفة أو الثقل كما يمكن أن تشعر ببرودته وسخونته كالفرح والحزن (السمنودي، 2010).

ب- تأثيرات غير مباشرة

التأثيرات غير المباشرة فهي تتغير تبعاً للأشخاص وتبعاً لحكمهم العاطفي أو الموضوعي ومثالاً علي ذلك: فاللون البرتقالي يحدث عاطفياً الحرارة والدفء وموضوعياً يمثل النار وغروب الشمس التي تشع منها التأثيرات السيكولوجية المعبرة عن التأجج والاصطدام المشتعل. أما الأزرق الفاتح فيذكر بالسماء والبحر ويوحى بالهدوء والسكينة، والحقيقة لا توجد دراسات علمية موثقة حتى الآن حول التأثير النفسي المؤكد على جميع البشر، ولكن هناك ملاحظات يراها الباحثون، ويعتبر التفاعل مع الألوان عملية معقدة جداً لم يتم تفسيرها حتى الآن، وقد حاول عديدين من تحديد الخواص السيكولوجية للألوان من وجهة نظر فردية ولكنها تتغير تبعاً لعوامل عديدة (السمنودي، 2010).

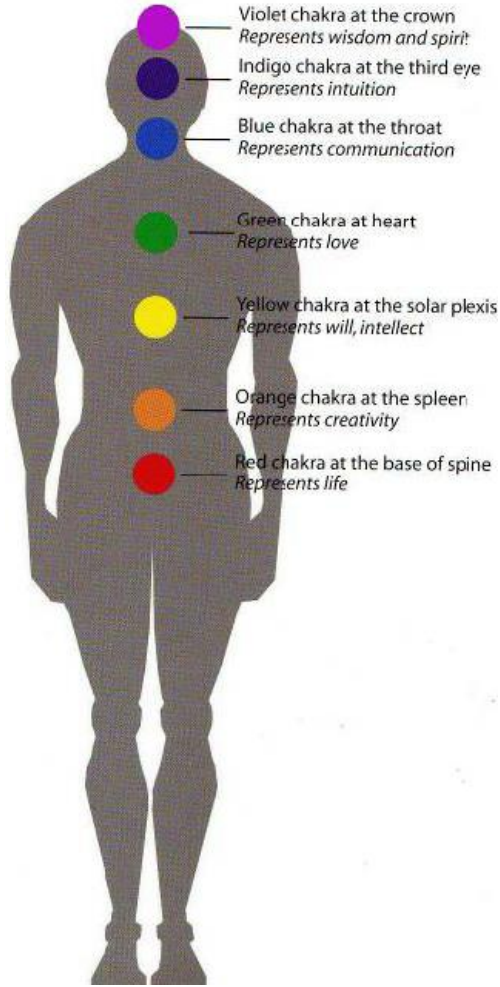
2-8-2 التأثير الفسيولوجي للألوان:

يتعدى تأثير اللون في بعض الأحيان من التأثير السيكولوجي إلي التأثير الفسيولوجي (أي العضوي) يتأثر به عضو أو أعضاء من الجسم. ويمكننا القول بأن هذه التأثيرات العضوية تنتج عن التأثيرات السيكولوجية التي تسبقها. فمثلاً حالات الاضطرابات التي تحدث من اللون الأحمر بالنسبة لبعض الأشخاص والتأثير المنبه للون الأصفر، والتأثير الملطف المسكن الناتج عن اللون الأخضر كذلك التأثير الحسي المعروف للبرتقالي بالنسبة لعملية الهضم حيث يزيد من العصارة المعوية، بلا شك فإن مراجع هذه الألوان هو التأثير الفسيولوجي. ويؤثر اللون من الناحية الفسيولوجية أيضاً علي الجسم بالنسبة للشعوب التي تعيش في بلاد الشمال حيث السماء الرمادية القاتمة، والشعوب التي تعيش حيث السماء الصافية والشمس الساطعة... فالإنسان يبحث عن البحر بمائه الأزرق أو عن الريف الأخضر بتأثيره الباعث علي الإتزان والراحة الجسمانية والفكرية (السمنودي، 2010).

وبعكس ذلك فالأجواء الحمراء حتى لمحبي هذا اللون لا تشكل وسطاً مناسباً للهدوء النفسي. وقد أدت دراسة التأثيرات الفسيولوجية للون علي الكائنات الحية إلي اكتشاف المعالجة بالإشعاعات الملونة للبحث عن إيجاد علاقات بين البيئة والأمراض.

وتهدف تلك الدراسات الفسيولوجية إلي دراسة العلاقات والإستنتاجات المستخلصة من تجارب حقيقية لردود الأفعال الفسيولوجية مثل تسارع نبضات القلب، وضغط الدم، ودرجة حرارة الجسم، وأيضًا دراسة المجموعات اللونية وتأثيرها النفسي تجاه العاطفة والروح والعقل مثل الهدوء والإحباط والتحفيز والصحة العامة للإنسان(السمنودي، 2010).

وقد أثبتت الدراسات الفسيولوجية تأثير اللون علي صحة وجسم الإنسان وهالة الطاقة الإلكتر ومغناطيسية المحيطة بجسم الإنسان (AURA) والتي تحافظ علي صحته من خلال التوازن اللوني ومراكز الطاقة اللونية غير الملموسة (Chakra)، فمن ضمن تكوين تلك الهالة أن لها تأثير إيجابي عند النقاط المختلفة، شكل رقم (2-25) حيث تؤثر علي الجزع الشوكي. (السمنودي، 2010).



فالطاقة البنفسجية : في أعلي الجمجمة وتمثل الروح، المعرفة والحكمة

الطاقة النيلية(الأزرق النيلي) : في مستوي العين للحدس والبديهة

الطاقة الزرقاء : في مستوي الرقبة وتمثل الإتصال والتواصل

الطاقة الخضراء : عند مستوي القلب وتمثل العاطفة

الطاقة الصفراء : عند مستوي الحجاب الحاجز وتمثل الإرادة والذكاء

الطاقة البرتقالية : عند مستوي الطحال وتمثل الإبتكار

الطاقة الحمراء : عند آخر العمود الفقري فتمثل الحياة

شكل توضيحي 2-25 مراكز الطاقة اللونية غير الملموسة
المصدر: (Chakra) (Bertaut, 2011)

وأخيرا يوضح الجدول التالي ملخص تأثيرات الألوان السيكولوجية والفسولوجية الإيجابية
والسلبية على النفس (محسن، 2010)

جدول 1-2 تأثيرات الألوان السيكولوجية والفسولوجية الإيجابية والسلبية على النفس
المصدر: (محسن، 2010)

اللون	التأثير النفسي الإيجابي	التأثير النفسي السلبي	التأثير العضوي
الأصفر	التفاؤل والثقة واحترام الذات، والانبساط، وقوة عاطفية، والود، والإبداع.	اللاعقلانية والخوف والهشاشة العاطفية والاكنتاب والقلق والانتحار.	يؤدي بالنشاط والنشوة ويعد من الألوان المنشطة لخلايا الفكر، كما تؤثر بعض درجاته في حدوث اضطرابات معوية.
البرتقالي	الراحة المادية، والغذاء والدفع والأمان، الإحساس، والعاطفة، والمرح.	الحرمان والإحباط والرعونة وعدم التضوج.	يساعد على عملية الهضم، ويحبذ استخدامه في غرف الطعام
الأحمر	الشجاعة البدنية والقوة والدفع والطاقة والبقاء، المكافحة أو الهروب، والتحفيز، والإثارة.	التحدي، والعدوان والتأثير البصري، الاجهاد.	يزيد من سرعة نبضات القلب، ويسبب الانفعال الثوري، ويعد من أكثر الألوان إثارة للأعصاب
البنفسجي	الوعي الروحي، والاحتواء، والرؤية، والترف، والأصالة، والحقيقة، والجودة.	التوحد، والانهلال، والقمع، الدونية	له تأثير حسن على القلب والرئتين والأوعية الدموية ويزيد من مقاومة أنسجة الجسم
الأخضر	التناغم والتوازن، والمحبة، والراحة والاطمئنان، والتوعية البيئية، والسلام.	الضجر والركود، البرود العاطفي، الوهن	هو لون مهدئ، يستعمل في معالجة بعض الأمراض النفسية والعصبية مثل تعب الأعصاب، كما أنه فعال في تهدئة حالات الأرق والتعب.
الأزرق	المخبرات، والاتصالات، والثقة والكفاءة والصفاء، والمنطق، والتأمل والهدوء.	البرودة، الانطواء، عدم الانفعال، المعاملة غير ودية.	يساعد على تخفيف الاضطرابات العصبية وتهدئة النفوس الثائرة، تخفيف ضغط الدم.
القرنفل	الطمأنينة المادية والرعاية، والدفع، والأنوثة، والحب والجنس وبقاء الأنواع.	المنع، الرهاب العاطفي، والضعف البدني.	يؤثر على الدهن أكثر مما يؤثر على الجسد،
الرمادي	الحياد النفسي	انعدام الثقة، والحزن، والاكنتاب، والسيات، والافتقار إلى الطاقة	
الأسود	الرقى والأمن والأمان العاطفي والكفاءة،	الاضطهاد والبرودة والخطر والتقل	
الأبيض	النظافة، والعقم، الوضوح والنقاء، والبساطة، والكفاءة	البرودة، وعدم الودية والعقم	
البنّي	الجدية، الدفع، والطبيعة، والثقة، والدعم	قلة المرح والتقل، وعدم التطور	

9-2 الخلاصة

- يعتبر العنصر اللوني من أهم العناصر المؤثرة في تصميم الفراغ الداخلي وإنما هو عنصر أساس من عناصر التصميم وأكثرها تعبيراً لما يحمله من معاني ورموز مباشرة تثير في نفس الرائي بسبب الخاصية التي تؤثر في عواطفنا مباشرة إذ يمتلك المشاهد تفاعلاً عاطفياً مباشراً مع اللون
- تؤدي العلاقات اللونية دوراً مهماً في عملية الإظهار للواجهات الداخلية و عناصر التصميم الداخلي من أثاث و اضاءة، من خلال التوزيع المكافئ للالوان الداخلة ضمن التصميم او يمكن لهذه العلاقات أن تضيفي على التصميم مسحة جمالية من خلال القيمة اللونية المختارة ضمن نظام لوني معين.
- حيث يعد اللون ودرجاته العامل الأساس في المظهر الجذاب للتصميم، حيث من خلال علاقات اللون وأنظمتها يمكن إن يحقق المصمم التناسق و البيئة المريحة لمستخدمي الفراغ الداخلي .
- تم التعرف من خلال هذا الفصل على مفهوم الألوان و الخصائص المميزة لها كما و تعرفنا على الانسجام اللوني و أنواعه و المنظومات اللونية و أشكالها، و فلسفة الألوان و رمزياتها و اختلاف معانيها و ابحاثاتها.
- كما تم التعرف على الفرق بين المفهوم السيكولوجي و المفهوم الفيسيولوجي، و تأثيرات الألوان من الناحية السيكولوجية والتي لها علاقه بالنفسيه و حاله المزاجية للمستخدم مثل الفرح و الحزن و التأثيرات العضوية الفيسيولوجية التي تؤثر على جسم الانسان مثل تأثير اللون البرتقالي على عملية الهضم حيث يعمل على زياده افراز العصارة المعويه.

3 الفصل الثالث : الفراغ المعماري في المباني العامة

- 3-1 مفهوم الفراغ المعماري و أهميته.
- 2-3 محددات الفراغ المعماري
- 3-3 الإدراك المعماري
- 3-4 مفهوم المباني العامة و أنواعها
- 3-5 المباني الخدمائية-المطاعم و تطورها
- 6-3 أنواع المطاعم
- 7-3 المقاهي

1-3 مفهوم الفراغ المعماري و أهميته.

الفراغ هو أحد المكونات الأساسية للعمارة هو الوعاء الذي يستوعب الأحداث، ويمارس الأفراد من خلاله أنشطتهم واحتفالاتهم وشعائرهم ويعبرون فيه عن آرائهم ومعتقداتهم وأسلوب حياتهم . والتتبع التاريخي يوضح لنا أهمية وحيوية دور الفراغ في الحضارات السابقة ومدى تأثيره على تشكيل مجتمعاتها وإحساسهم بالانتماء للمكان وحريرتهم الجماعية في التعبير .

كما يمكن تعريف الفراغ المعماري بأنه "جزء من الفراغ العام، تم اقتطاعه بمواصفات ومحددات خاصة، تجعله يصلح لأن يمارس فيه الإنسان أنشطة حياتية خاصة، وتتوقف هذه الأنشطة وطريقة أدائها على طبيعة الجزء المقتطع وحجمه وهيئته التصميمية وعلاقته بالفراغ العام المحيط به (الحسن، 2001، p. 5)". ذلك هو التعريف الذي يرتبط في الأساس ببيان مكونات الفراغ المعماري وطريقة تصميمه وتشكيل هيئته الداخلية وانعكاس كل ذلك على الهيئة المعمارية الخارجية للمبنى، أو انعكاسه أيضاً على الإحساس بالفراغ.

ومن جانب آخر، فلا خلاف على أن الفراغ هو لب التكوينات المعمارية، وقد عبر عن ذلك بعض رواد العمارة، ومنهم "فرانك لويد رايت Frank Lloyd Wright، الذي قال: "(إن الحيز الداخلي هو حقيقة المبنى (الحسن، 2007، p. 3)". "كما نجد أن مفهوم "حقيقة العمارة في فراغها الداخلي" واضحاً في مبادئ ومفاهيم الطراز الدولي. (الحسن، 2007، p. 3) فإن كان النظر إلى العمارة على أنها فراغات تنتج عنها هيئات للمباني، أو هيئات للمباني تنقسم داخلياً إلى فراغات، فإن كلاهما يؤكد على القول بأن الفراغ المعماري هو الأساس، لأن فيه الوظيفة وهي التي تميز العمارة عن غيرها من أنواع الفنون الأخرى وخصوصاً فن النحت.

ووفقاً للمفهوم السابق للفراغ فإننا نجد أن لمحددات الفراغ دورها الكبير والمؤثر في كيفية تصميم الفراغ بجانب الإحساس بهيئة الفراغ، بل يمكن القول بأن التغيير في هذه المحددات ولو بأقل التغييرات سينتج هيئة معمارية مختلفة. وللتدليل على ذلك لا نقول أن تغيير حوائط أي فراغ، وليكن قاعة اجتماعات، من الأسطح المستوية إلى الأسطح الدائرية سيجعل هيئة الفراغ تتغير كلية، وقد يتغير أسلوب فرش القاعة، وبالتالي الإحساس داخلها، ولكن بأبسط من هذا فلو تغير لون الحوائط في قاعة حوائطها ذات أسطح مستوية لتغير الإحساس داخل هذه القاعة عن قاعة تتطابق معها في كل شيء إلا في اللون .وهكذا تتغير هيئة الفراغ والإحساس بها بالشكل والمقدار الذي يتم به تغيير مكونات وعناصر هذا الفراغ. (الحسن، 2007)

2-3 محددات الفراغ المعماري

حدد "Ching" شنج في كتابه Architecture: Form, Space & Order مجموعة المحددات

الأفقية والرأسية لتحديد الفراغ المعماري؛ حيث صنفها إلى الأرضيات والأسقف كمحددات أفقية، والقوائم الرأسية والحوائط كمحددات رأسيّة (الحسن، 2007) وعليه تم تصنيف هذه المحددات ضمن عدد من الأبعاد كالتالي:

1- البعد الأول: المستوى الرأسي (الحوائط)

و هي عنصر أساسي لتحديد الفراغ المعماري و يتنوع هذا المستوى في الفراغ ليكون مثل القواطع المتحركة أيضا

2- البعد الثاني : المستوى الأفقي (الأرضيات)

وما تم التعارف عليه من عناصر إنشائية متعددة من حيث مواد البناء والتشطيبات بأنواعها المختلفة.

3- البعد الثالث : المستوى الأفقي (سقف الفراغ)

و له نفس صفة الأرضيات في الفراغ المعماري.

4- البعد الرابع : الأثاث

و هو يشمل كل محتويات الفراغ المعماري الداخلي من المفروشات وقطع الأثاث، إلى غير ذلك من محتويات تعكس وظيفة الفراغ [فراغ الفصل : سبورة - مقاعد - وسائل إيضاح - إلى غير ذلك].

5- البعد الخامس : نشاط و وظيفة الفراغ

تتعدد وظائف الفراغات الداخلية و كثير من الوظائف و الأنشطة يمكن ممارستها في الفراغ الداخلي، مثل الأنشطة التعليمية و الأنشطة الترفيهية [رياضة - مسرحيات - موسيقي - إلى غير ذلك] و هكذا تتعدد الوظائف والأنشطة التي يقوم بها الإنسان و تحتاج إلى حيز فراغي تمارس فيه. وهذا الفراغ الداخلي له وظائف متعددة: مثلا وظيفة صحية [مستشفيات بمستوياتها و نوعياتها]، وظيفة تعليمية [مدارس - جامعات بمستوياتها و نوعياتها]، و هكذا تعتبر كفراغات معمارية. و من ثم نجد أن المصمم المعماري يتأثر بتلك الوظائف لإبداع منتج تصميمي معماري يستطيع من خلاله الإنسان إشباع احتياجاته المتعددة من خلال منظومة فراغية تعكس أحاسيس مختلفة من الراحة و السعادة أحيانا ، الإثارة و الإبهار أو الرهبة و الخشوع أحيانا أخرى إلى غير ذلك من أحاسيس تتولد نتيجة الحركة في تلك الفراغات. فالمعماري يبدع حركة في الفراغ لخلق أحاسيس متنوعة لأداء احتياجات و وظائف متعددة.

6- البعد السادس : الزمن

و هو في أبسط صورة ، هذا الزمن الذي يستغرقه المستخدم أو المشاهد في الحركة داخل الفراغ و هو كذلك الزمن الذي يستغرقه إنشاء التكوين المعماري و هو كذلك الزمن المستقبلي الذي يستخدم فيه المنشأ التصميمي ، كما يجب أن يعكس هذا المنشأ الاحتياجات والرؤية المستقبلية. وهو كذلك الزمن الذي احترمه المعماري الأول وتم حسابه في أدق صورة لحساب زمن حركة الشمس وسقوطها على وجه فرعون الملك. ثم هو الزمن المحيط بالمبنى و علاقة تغير الزمن صيف أو شتاء ، صباح أو مساء مع استخدام و رؤية التكوين المعماري ، وهو كذلك زمن الحركة التي يستغرقها المشاهد والمستخدم للمتابعة الفراغية الخارجية و ما تحدثه هذه الحركة من تأثيرات بصرية حسية متغيرة على المتلقيو المشاهد تبعاً لحركته في تلك المنظومة الفراغية.

3-3 الإدراك المعماري

1-3-3 الادراك والاستيعاب البصري:

هناك ثلاث وظائف رئيسية للعقل هي (الادراك والفهم والاستمتاع) هي في الحقيقة عناصر في عملية واحدة، فالعقل الذي يدرك الطبيعة هو ذاته الذي يفهمها ويستمتع بها، وان مجرد ادراك الشيء دليل على فهمه والاستمتاع ولو بقدر من الجمال فيه فلو لم يكن الشيء ملائماً لملاكتنا الادراكية لظل غير مدرك (جرجيس، 2006)

2-3-3 مفهوم الادراك

الإدراك perception هو اختبار المحيط مباشرة عن طريق الحواس، أي إنه العملية التي يختبر بها المرء محيطه المباشر. وتكون نتيجة هذه العملية تمييز ألوان مثلاً أو روائح أو أصوات أو أشكال ثابتة في المكان أو متحركة. ومن الممكن القول إن الإدراك يشير إلى العملية التي تُترجم بها الإثارة الحسية التي تتعرض لها الحواس إلى خبرة منظمة، أو هو، كما يرد في تعابير علم النفس التجريبي، استجابة الفرد لإثارة خارجية. (الحمصي، 1987)

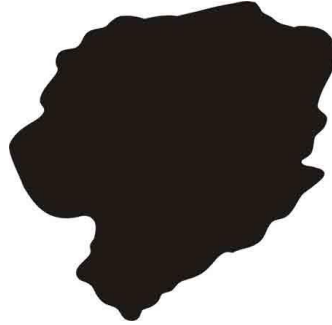
3-3-3 إدراك الشكل

المدخلات الحسية التي يتلقاها الإنسان تدخل وعيه بوصفها حجوماً وأنماطاً وأشكالاً. إنه لا يدرك العالم المحيط بقاعاً ملونة، أو تنوعات في البريق، أو أصواتاً مختلفة الارتفاع، بل يرى منازل وجدراناً وأشجاراً، ويسمع بوق سيارة ووقع أقدام وكلمات. فنحن ندرك إذن أشياء ونتكيف معها. وإدراك الأشياء يطرح مسألة معقدة في علم النفس. فالإدراك البصري يفترض صورة ضوئية للمدرك على الشبكية يمثل الشيء عليها بنمط من الإثارات المتغيرة باستمرار، وسعة الإثارة تتغير من جزء إلى آخر في الشبكية، ومختلف الأشياء الموجودة في المجال البصري تصدر

مستويات مختلفة من الإثارة. فكيف تؤدي هذه المركبات المعقدة من الإثارة الواقعية على الشبكية إلى إدراك محيط من الأشياء والموضوعات ثابت نسبياً وغني في تنوعه؟ تلك هي المسألة التي تنصب عليها دراسة إدراك الشكل.

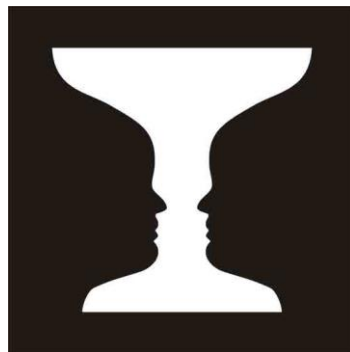
الصورة والخلفية في إدراك الشكل: التعرف على صورة فوق خلفية ما، هو العملية الأساسية في إدراك الشكل. إننا نرى الأشياء والأشكال، في خبرتنا اليومية، بارزة فوق خلفية. فاللوحات معلقة على جدران، والكلمات مرئية على الصفحة، وفي هاتين الحالتين ندرك اللوحة أو الكلمات صورة، في حين يكون كل من الجدار والصفحة خلفية ما. والقدرة على تمييز شيء من خلفيته العامة عملية أساسية في كل إدراك للشكل. (الحمصي، 1987)

يوضح (الشكل 3-1) عند النظر إليه مباشرة المنطقة الداكنة شكلاً، وقد لا تشبه هذه المنطقة أي شكل سبق له رؤيته، ولكنه يدركها، مع ذلك، وحدة مستقلة عن خلفيتها، فالصورة تملك شكلاً ما وتتخذ صفة شيء، في حين تتزع الخلفية إلى أن تكون عديمة الشكل. والخلفية تبدو ذات امتداد مستمر وراء الصورة، أي إن هذه الأخيرة تبدو، بعبارة أخرى، أقرب إلينا من الخلفية.



شكل توضيحي 3-1 الشكل والخلفية
المصدر: (الحمصي، 1987)

يوضح (الشكل 3-2) علاقة بين الصورة والخلفية قابلة للقلب، فقد يرى الصورة مزهرية كما قد يراها وجهين أنثويين جانبيين. وعندما يرى المزهرية فإنه يدرك المنطقة الفاتحة اللون صورة فوق خلفية داكنة. ويندر أن تكون رؤية المزهرية والوجهين الجانبيين معاً، أمراً ممكناً



شكل توضيحي 3-2 إدراك العلاقة بين الصورة والخلفية
المصدر: (الحمصي، 1987)

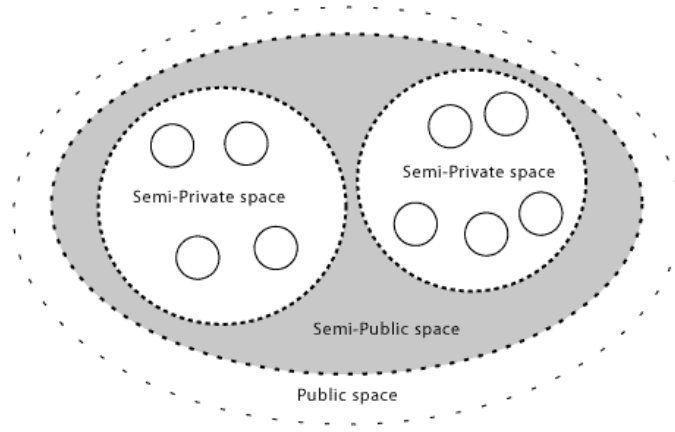
والعلاقة بين الصورة والخلفية موجودة في أنواع الإدراك الأخرى مثل وجودها في الإدراك البصري. فالمرء يدرك الكلمات الموجهة إليه صورة فوق خلفية من الأصوات والضججات الأخرى، كما يدرك رائحة عطر، مثلاً، صورة فوق خلفية من الجو العديم الرائحة أو المحمل بروائح أخرى. (الحمصي، 1987)

4-3-3 إدراك المكان

الأشياء التي نراها ونسمعها ونلمسها واقعة في مكان فهي تحتل موقعاً محدداً بالنسبة إلى أجسادنا. ونحن نعد توضع الأشياء في مكان ما أمراً مؤكداً ونجد صعوبة في تخيل عالم غير العالم المكاني. وعندما نتوقف لتأمل كيف تعمل العضويات الحية على التصرف تصرفاً مناسباً في المكان، والتحرك ضمن ثلاثة أبعاد، وتحديد مواقع الأشياء بدقة مدهشة، فسرعان ما نكتشف التعقيد البالغ لإدراك المكان واقتضائه أعلى الفعاليات البنائية والتركيبية لدى المدرك. المنظومات الحسية في إدراك المكان: إن اعتماد الإنسان الكبير على عينيه في تكيفاته المكانية يحمل على المعادلة بين العالم المكاني والبصري. والمنظومة البصرية هي الأساسية في توجه الإنسان مكانياً، ولكنها ليست الوحيدة: ذلك أن الإنسان يسمع ويلمس وتساوده المنظومة الحركية لديه في تحديد مواقع الأشياء في المكان. (الحمصي، 1987)

4-3 مفهوم المباني العامة و أنواعها

المباني العامة هي تلك المنشآت التي تقدم لحساب المجتمع من قبل السلطات المحلية مثل الدولة ، المقاطعة أو البلدية على ان تستعمل من قبل كل المواطنين ، وتهدف إلى خدمة المصلحه العامة. على سبيل المثال تلك المنشآت تضمن محطات السكك الحديدية والمطارات ، والمنشآت المدنية مثل الابنية والمدارس و المراكز الصحية و المستشفيات الحكومية وما إلى ذلك و هذه المباني يحق لكل الافراد ارتيادها والاستفاده من خدماتها. ولتوسيع مفهوم المباني العامه ، يشمل هذا النوع من المباني مباني تسمى شبه عامة semi-public places شكل (3-3) و هي مباني يمكن لأي من الافراد دخولها و استخدامها ولكن بمقابل مادي مثل المطاعم و المقاهي و صالات السينما و المسرح و هناك ما هو وسط بين المفهومين مثل المحال التجاريه التي يستطيع اي فرد ارتيادها سواء للشراء او للمشاهده فقط.



شكل توضيحي 3-3 مفهوم الفراغات شبه العامة semi-public places
المصدر: (drifters, 2011)

5-3 المباني الخدمائية-المطاعم و تطورها

يمكن تعريف المطعم بأنه " مكان عام للتغذية المشتركة ، قابل لاستقبال وخدمة أشخاص عديدين بسرعة". فهذا المفهوم يكون المطعم من الأماكن الحديثة.

- في الماضي كانت توجد أماكن شبيهة بالمطاعم الحالية ، إلا أن طابعها الشعبي يجعلها شبيهة بالخان الحديث ، وبمتجر المواد الغذائية أكثر منها بالمطعم الحقيقي. وترجع قلة المطاعم الملائمة لأشخاص ينتمون إلى طبقة عالية إلى عدة أسباب تقنية واقتصادية واجتماعية ، وبالأخص إلى قلة تطور وسائل المواصلات الفردية والجماعية ، وإلى قلة أمن المسافرين في حين كانت توجد البقالات التي تزود الناس بالأكل ، وتوفر أماكن النوم أيضاً.
- في القرون الوسطى زادت اللوكاندات نظراً لتطور التجارة وطرق الحركة وكان روادها من التجار والطلبة والزوار الذين يطلبون منها الطعام أيضاً .
- في القرن التاسع عشر بدأت تقوم في المدن والأماكن المزدحمة الفنادق والمطاعم الحديثة التي جهزت خصيصاً لمساعدة المسافرين ورجال الأعمال ، والعوائل . وفي بداية الأمر ، قامت المطاعم لتكون متممة للفنادق أو لأماكن الاستجمام. ثم أخذت بعد ذلك تتخذ لها شكلاً وطابعاً خاصاً . فلما تأكدت مناسبة إنشاء مطاعم جديدة مستقلة بذاتها ، وجدت المشكلة الإنشائية ، والتوزيعية، والاقتصادية للمطعم ، أكثر من حل كما كان متوقفاً ، نظراً لا لتلبية حاجات الغرباء فقط، بل لتلبية حاجات مختلف طبقات السكان المقيمين في المدينة (الموظفين ، والطلبة ، والمعنيين، والعزاب).

وتتكون المطاعم بغض النظر عن نوعها من:

– المدخل، الاستقبال، الاستعلامات.

- الصالة الرئيسية.
- المطبخ.
- جناح الخدمة.
- المحاسبة والتخديم.
- مخازن ودورات.

مدخل المطعم والاستقبال، كما يقول استيتيه، يجب أن يكون واضحا ومميزا وذا حجم مناسب، وكذلك الأمر بالنسبة إلى مداخل الحاجيات التموينية والأحمال. أما صالة الطعام فيجب أن تأخذ صفة الرحابة والانتساع، وفي حالة ازدياد الطلب على تخصيص المساحة في هذه الصالة لابد أن تفي بالاحتياجات وأن تستوعب الأعداد الكبيرة التي يمكن أن تتواجد في وقت واحد خلال المناسبات.

6-3 أنواع المطاعم

هناك انواع كثيرة من المطاعم واماكن الطعام ،وقد نرى تصنيفات مختلفه ومتعدده للمطاعم ، حيث يتم تصنيفها في عالم صناعة المطاعم على حسب قائمة الطعام ونوعها او طريقة من ناحية التحضير او الاسعار.كما ان طريقة تقديم الطعام الى الزبائن يساعد على تحديد نوع المطعم ايضا (كنسارا، 2012).

1-6-3 مطاعم الوجبات السريعة(Fast Food Restaurants)

هذه الانواع من المطاعم تركز على عاملي سرعة الخدمه و رخص الاسعار على كل العوامل الاخرى ، مع ملاحظة غياب طقم الشوك والسكاكين (cutlery) و الصحون الخزفيه والزجاجيه (crockery) عن الطاومات ، لان الطعام يؤكل مباشره من الطبق البلاستيكي (Tray) او الكراتين المجهزة للاستخدام الواحد والحساب يدفع مقدما. مثال على هذه المطاعم : ماكدونالدز، هارديز، برجر كنج ، كنتاكي، مطاعم الشاورما السريعه والبروستد والهمبرجر.شكل (3-4)



شكل توضيحي 4-3 نموذج لأحد المطاعم السريعة - مطعم كنتاكي
المصدر: (Anon., 2013)

2-6-3 غير رسمي - وجبات سريعة (Fast casual-dining Restaurants)

وهي عبارة عن مطاعم تحتوي على طاولات ومقاعد وتقدم وجبات سريعة، وتكون الأجواء في مثل هذه المطاعم غير رسمية حيث يعد هذا النوع شبيه إلى حد ما بمطاعم الخدمة السريعة و لكن بجوده أفضل من ناحيه الطعام و البيئة العامه للمكان. و يتميز هذا النوع من المطاعم بأسعاره المعتدلة لتأتي في المنطقة الوسط ما بين مطاعم الخدمة السريعة والمطاعم الفخمة. مثال على هذه المطاعم: فدركرز، بيتزا هت، المطاعم اللبناينه كالعجمي والنافوره ويتتزا كومباني و ناندوز وغيرها. شكل (3-5)



شكل توضيحي 5-3 مطعم ناندوز، احد المطاعم الغير رسمية السريعة

3-6-3 غير رسمي - وجبات غير سريعة (Casual Dining Restaurants)

هي المطاعم التي تحتوي على طاولات و مقاعد ويكون الجو فيها غير رسمي ولكن يقدم وجبات غير سريعة. وتكون قائمة الطعام منوعه (مقبلات ، اطباق رئيسيه، حلويات) ، أسعاره متوسطة والحساب دائماً يدفع بعد الانتهاء من الوجبه. ويندرج أيضا تحت هذا النوع مطاعم البوفيه المفتوح. مثال على هذه المطاعم : ستيك هاوس، تشيليز ، ابل بيز ، فرايديز ، الريف الايطالي وغيره . شكل (3-6)



شكل توضيحي 3-6 مطعم تشيليز، مطعم غير رسمي
المصدر: (www.buzzintown.com, 2013)

4-6-3 المطاعم الفارهه (Fine Dining Restaurants)

مطعم كامل الخدمات وتحتوي قائمة الطعام عادة على meal courses او وجبات مترابطه. الديكور والاجواء مهمه جداً في هذا النوع من المطاعم ، وعادة يكون هناك شيف متمرس لادارة المطعم بالاضافه الى جراسين محترفين ورسميين.مثال على ذلك : مطاعم الفنادق ، وهي مطاعم ذات فرع واحد مثل لابيازا - شيراتون الرياض، سوق السمك - الانتر في جده ، الموندو - انتر الرياض وغيرها. شكل (3-7)



شكل توضيحي 3-7 مطعم ايتاليان ستيك هاوس، نموذج لأحد المطاعم الفارهه.
المصدر: (www.designwagen.com, 2013)

5-6-3 مطاعم العائلة (Family style Restaurants)

يتميز هذا النوع من المطاعم بأن له قائمة طعام ثابتة وبأسعار ثابتة، حيث يجلس الزبائن على طاولات مشتركة لتناول الطعام. انتشر هذا النوع في القرن التاسع عشر وبدأ ينحسر الآن إلا في بعض الاماكن القرويه في العالم الغربي او في بيوت الاجازات (Vacation Lodges) وفي دول شرق اسيا.

مثال هذه المطاعم: Smoky Shadows Lodge و السوشي بار و بيوت المعكرونه (Noodles houses). شكل (3-6)



شكل توضيحي 3-8 مطعم سموكي شادوز، نموذج لمطاعم العائلة.
المصدر: (www.tripadvisor.com, 2013)

7-3 المقاهي

كل المطاعم في العالم تتدرج تحت واحد من هذه التصنيفات الاساسيه المذكوره اعلاه، باستثناء التالي: (كنسارا، 2012)

1-7-3 اماكن القهوة (Cafés and coffee shops)

وهي لا تعتبر مطاعم ، انما اماكن غير رسميه لتقديم المشروبات و بعض المأكولات وخاصة وجبات الفطور وتكون السندويشات والوجبات معده مسبقا وليس في نفس المكان.الشيء المميز في هذه الاماكن ، هو ان المكان يتيح لك الاسترخاء والاختلاط الاجتماعي بدون الضغط على عملية الطلبات او الاكل.اذا قدم المكان وجبات ساخنه على صحون وبأسعار اغلى ممكن ان يطلق عليه Bistros and brasserie وهو مفهوم منتشر في فرنسا والنمسا وسويسرا.ومثال على ذلك : ستارباكس ، سياتل بست، د.كيف وغيرها الكثير.

2-7-3 الكافتيريا (Cafeteria)

هي اماكن تقدم اطعمه مجهزة مسبقا ومعروضه في اوعيه حديديه أو بلاستيكية ، تتم الخدمه فيها عن طريق عامل المطعم خلف الكاونتر. عادة بدون طاولات او كراسي وان وجدت فتكون كراسي عاليه وطاولات مشتركة. انواع الطعام محدوده وتقتصر عادة على المعجنات والساندويشات السريعه.

كما ان هناك تصنيفات اخرى تعتمد على نوع و هوية الطعام المقدم : هندي ، مكسيكي ، ياباني وغيرها.

8-3 الخلاصة

- تم التعرف من خلال هذا الفصل على مفهوم الفراغ المعماري في المباني العامة و ما هي محدداته.
- كما تناول هذا الفصل مفهوم الادراك والاستيعاب البصري للأشكال و للفراغات و أهمية الادراك في استيعاب البيئة المحيطة وفهمها و التفاعل معها.
- ثم انتقل هذا الفصل للحديث بشكل مفصل عن المطاعم و تطورها و أنواعها من حيث نوع الخدمة المقدمة ووصف خدمات و صفات كل نوع على حده كما تم تدعيم هذا الموضوع بعدد من الأمثلة الحية و الصور التوضيحية لكل نوع من هذه المطاعم لتحقيق فهم أكبر للتفريق بين الأنماط المختلفة لهذه المطاعم.

4 الفصل الرابع : معايير اختيار الألوان في تصميم الفراغات الداخلية للمطاعم

- 1-4 العوامل المؤثرة على اختيار الألوان
- 2-4 العناصر اللونية الموجودة في المطاعم
- 3-4 سيكولوجية الألوان في المطاعم
- 4-4 حالات دراسية لعدة نماذج من المطاعم العالمية
دراسه نموذج مطعم ل Teaspoon, St Petersburg – Russia
دراسه نموذج مطعم ل Nu-Asia – Bahrain
دراسه نموذج مطعم ل McDonald's Flagship Restaurant – UK
- 5-4 مقياس اختيار الألوان حسب تحليل الحالات الدراسية و حسب و تصنيف كل حالة

1-4 العوامل المؤثرة على اختيار الألوان

هناك عوامل متعددة تؤثر على اختيار الألوان وهي كالتالي:

وظيفة الفراغ:

تؤثر وظيفة استخدام المكان تأثير مباشر على اختيار الألوان الخاصة بالفراغ و الذي بدوره يؤثر على أداء و راحة المستخدمين سواء كانوا عاملين أو زوار.

مساحة الفراغ:

من العناصر الهامة و التي تؤثر على اختيار الألوان هي مساحة الفراغ و ذلك لتحديد درجات اللون بدقة بحيث تساهم في عمل اتساع بصري للفراغ أو العكس.

الفئة العمرية للمستخدمين:

تختلف الألوان المستخدمة حسب الفئة العمرية للمستخدمين فالألوان المستخدمة في الفراغات الخاصة بالأطفال تختلف عنها للشباب و كبار السن.

البيئة المحيطة و المناخ العام:

بيئة المكان المحيطة و مناخه الحار أو البارد تؤثر على اختيار الألوان أيضا لخلق الجو المناسب داخل الفراغات.

الثقافة و العرق

يعكس تصميم المكان ثقافته و هويته معينه حسب الفكره الرئيسية و قوائم الطعام المقدمه ان كانت شريقيه او غربيه أو اسيويه حارة.

2-4 العناصر اللونية الموجوده في المطاعم

تصنف العناصر اللونية الموجوده داخل المطاعم الى عناصر ثابتة و عناصر متحركه العناصر الثابتة وتتمثل في:

- الحوائط و الاسقف والأعمدة والارضيات و الأدراج.

العناصر المتحركة وتتمثل في:

- قطع الاثاث المختلفة مثل الطاومات و الكراسي و القواطع و أحواض النباتات و اللوحات وغيرها
- الاضاءه بمختلف اشكالها و أنواعها
- أدوات الخدمة وتشمل الصحون و المفارش و المطبوعات مثل قائمة الطعام
- الزي الخاص بالعاملين

3-4 سيكولوجية الالوان في المطاعم

توجد السيكولوجيا -علم النفس- في كل مرافق الحياه المختلفه سواء في الشركات أو المصانع لتحفيز الموظفين أو في البيت فهو يبنى علاقات و أجواء ايجابية بين أفراد الأسرة. سيكولوجية الألوان هي العلم الذي يفسر العلاقة بين الألوان و سيكولوجية الناس .يمكن لبعض الألوان أن تؤثر على الحالات المزاجية لناس و يمكن لبعض الألوان تؤثر على الطريقة التي ينظر بها الناس لك، في حين أن بعض الألوان الأخرى يمكن أن تساعد على بيع المزيد من الأغذية في المطعم.

التحليل التالي لسيكولوجية الألوان تم جمعه من خلال خبراء علم الألوان و علم الفينج شوي وهم كارا جالاغير Cara Gallagher ، دانا كلاودت Dana Claudat ، نانسي زيغلير Nancy Zeigler ، غينا ميمز Gina Mims ، و جودث ويندل Judith Wendell بالتواصل مع مستشار تجارة الغذاء جوناثان رادنز Jonathan Raduns في مستشارون المطعم الوطني National Restaurant Consultants. (MacArthur, 2013)

1-3-4 تحليل سيكولوجية الألوان في المطاعم

الأزرق والأرجواني يؤدي إلى فقدان الشهية: عادة العقل الباطن يربط الأزرق أو الأرجواني للسموم. هناك بعض الأغذية الصحية الصينية التي باللون الأزرق حتى الآن وقد أظهرت الدراسات أنها يمكن أن تقلل من الشهية. لزياده أعداد الزبائن و الزوار يجب تجنب اللون الأزرق. شكل (1-4)



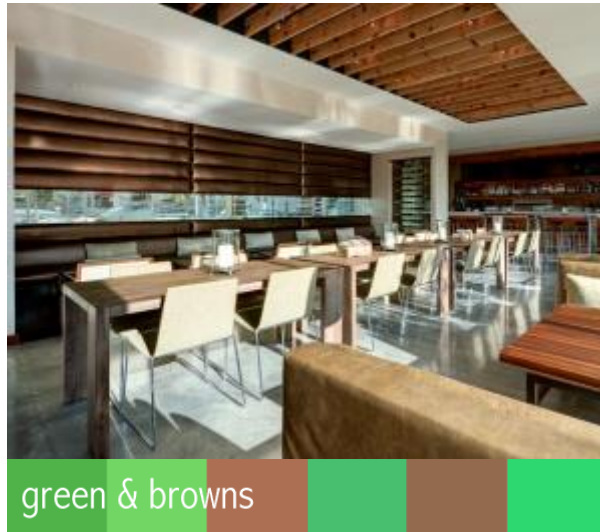
شكل توضيحي 1-4 استخدام درجات الأزرق و الأرجواني في أحد المطاعم
المصدر: (MacArthur , 2013)

اللون الأصفر يقلل من مكوث الزبائن داخل المطعم فهو من الألوان المزعجة فهو لون مثير للأعصاب، بعض مطاعم الوجبات السريعة تقوم بطلاء الجدران باللون الأصفر لتحفيز الناس على ترك المكان بمجرد انتهاء الطلب بحيث توفر المكان لزبائن جدد. اللون الأحمر المصفر أو البرتقالي لون يحفز الشهية ووجد أن استخدام الطاولات الحمراء او البرتقاليه من شأنه ان يجعل الناس يأكلون أكثر. شكل (2-4)



شكل توضيحي 2-4 استخدام درجات الأحمر المصفر و البرتقالي في أحد المطاعم
المصدر: (MacArthur , 2013)

اللون الأخضر و البني هي ألوان الاسترخاء والهدوء، يشعر الناس بالارتباط بالطبيعة الخضراء وهذا هو ما يمنحهم المزيد من الراحة في الفراغات الخضراء، فان استخدام اللون الأخضر في المطاعم قد يكون فكره جيده. شكل (3-4)



شكل توضيحي 3-4 استخدام درجات البني و الأخضر في أحد المطاعم
المصدر: (MacArthur , 2013)

اللون الأحمر هو لون ملفت للأنظار و هذا يجعل استخدامه مفيد في حال الرغبة في لفت الانتباه الى المطعم، و لكن لا ينصح بالاكثار من استخدامه فهو لون مثير للأعصاب الى درجة الازعاج، ربما تكون فكره جيدة لاستخدام الون الأحمر في الواجهات الخارجيه للمطعم للفت الأنظار.



شكل توضيحي 4-4 استخدام درجات الأحمر في أحد المطاعم
المصدر: (MacArthur , 2013)

ان الأخذ بعين الاعتبار التأثيرات السيكولوجيه للألوان في الفراغات يزيد من احتمالات نجاح الفكره و تطور المكان و ردود الفعل الاجابيه من مستخدمي المكان. وعلى الرغم من هذا الدور الهام لسيكولوجيه اللون في الفراغ الى انه لا يوجد اللون الخطأ في الاستخدام، بينما يساعد هذا المنطق السيكولوجي للبدء في عمل باليته الألوان المناسبه للفراغ والتي تؤدي الى عمل نظام لوني يعتمد على التناغم بين جميع الألوان المختارة و حسب وظيفة و طبيعه المكان.

يقول زيجلير أحد خبراء علم الفينج شوي أنه "لا يوجد حقا مقياس واحد يناسب الكل" في تصميم وصفة الألوان في المطعم. انما يجب أن يكون هناك توازن لهذا العمل . كما أكد جينا ميمز " ان بعض الناس يستخدمون ألوانهم المفضلة الذين يحبونها ولكن المفتاح الحقيقي للنجاح يكمن في دراسته نظرية الألوان للتأكد من أن الألوان المستخدمة لها علاقه بفكرة المكان و نوعه وخدماته ليناسب شعور الزبائن و الضيوف و ليست ما يناسب ذوق المالك.

(MacArthur, 2013)

4-4 حالات دراسية لعدة نماذج من المطاعم العالمية

تم اختيار ثلاث حالات دراسية عالمية للاطلاع على منظومة الألوان المستخدمة فيها وتحليلها و استنتاج الألوان الرئيسية المستخدمة في كل مطعم.

1-4-4 مبررات اختيار الحالات الدراسية للمطاعم العالمية

تتمثل مبررات اختيار الحالات الدراسية في هذا الفصل في النقاط التالية:

- نجاح هذه المطاعم و حصولها على جوائز مختلفه
- التنوع في الخدمات المقدمه في كل مطعم
- اختلاف شكل و هوية كل مطعم
- اختلاف مكان و بيئة كل مطعم
- تنوع باليته الألوان الموجوده في كل مطعم

2-4-4 دراسة نموذج مطعم Teaspoon, St Petersburg Russia

اسم المطعم: Teaspoon, St Petersburg – Russia (shh, 2013)

البلد: روسيا Russia

جوائز حاز عليها: الجائزه الفضيّه-فئة المطاعم - The ICIAD Ring Awards 2008

تصنيف المطعم: مطعم غير رسمي casual dining restaurant



شكل توضيحي 4-5 منطقة كاونتر الخدمه و حائط الخلفيه و جانب من الجاسه الجماعيه مقابل الكاونتر

المصدر: (Ozler, 2008)

وصف الموقع:

يوجد موقع المشروع في المبنى الجديد ل مركز التسوق O'Key في شارع Balkanskaya في جنوب St Petersburg ، يقع في زاوية مركز التسوق مع اطلاله على مشهد طبيعي رائع الخدمات المقدمة:

يختص بتقديم مشروب الشاي و الفطائر اللذيذة المحشوه الباردة والحارة بالاضافه الى بعض القوائم الجانيبه مثل الشوربات و السلطات وبعض الوجبات.

وصف المطعم من الخارج

التواصل البصري بين الداخل و الخارج متاح من خلال زاوية المطعم المتمثله بالواجهتين الجانبيتين المصنوعين من الزجاج بالكامل

وصف المكان من الداخل

- المساحة 300 متر مربع
- الارتفاع 6 متر صافي بالاضافه الى 2 متر ارتفاع مشغول بالأحزمه و السواقط والمواسير الضخمه التي تمنح في تصميم المكان شعور و لمسة " الصناعة" الغير رسمية
- الألوان المستخدمه اللون البرتقالي(لون رئيسي)، اللون الأسود، اللون الأبيض
- أرادت الشركة المصممة خلق احساس الخفه و النقاء والاثارة في التصميم الداخلي للمكان
- من العناصر المميزة والبارزه التي تم تصميمها في هذا المشروع الحوائط بارتفاع 6 امتار مغلفه ببلاط السيراميك الملون باللون البرتقالي المأخوذ من هويه الشركة "المطعم" جنباً الى جنب مع اللون الأسود و الأبيض لخلق التضاد "contrast" بين الألوان.
- تم استيحاء فكرة الزخارف الملونه باللون البرتقالي و الأبيض و الأسود من الفلكلور الروسي التقليدي، تم معالجه هذه الرسومات الكترونياً بشكل حديث بحيث تم تجزيئها الى مربعات صغيره pixels من بلاط السيراميك بمقاس 10سم*10 سم.شكل(4-5)
- تم تصميم منطقة الخدمه "الكاونتر" بحيث يكون عباره عن كتله بيضاء يعلوها زجاج شفاف مقوى. شكل (4-6)
- تم وضع شاشات عرض على مستوى عين الزبون لملاحظة قوائم الطعام بسهولة
- تم تصميم قطع الأثاث بأحجام مختلفه لتتناسب جميع المستخدمين سواء كانوا أفراد أو جماعات

• في منطقة الجلوس الرئيسية تم تصميم الطاولات بحيث تكون عباره عن طاولات كبيرة مثل طاولات النزهه العامة لونها أبيض مع جوانب سفليه من اللون البرتقالي ، في حين ان هناك طاولات تم تصميمها للفرد و طاولات اخرى للأزواج. شكل (4-7) و (4-8)

• بالقرب من منطقة الجلوس الرئيسيه هناك منطقه جلوس تتميز بمقاعد من اللون البرتقالي ذات ظهر طويل تتدلى في وسط هذه الجلسات وحدات اناره برتقاليه منخفضه الارتفاع.شكل (4-7)

• فوق منطقة الجلوس الرئيسيه و لعمل توازن لتأثير اللون البرتقالي في الحوائط تم تعليق 10 وحدات اناره ضخمة مطلية باللون الأسود من الخارج واللون البرتقالي من الداخل.شكل(4-8)

• هناك منطقة جلوس ثالثه في المطعم تحتوي على 8 طاولات دائريه بمقاعد حره تعلق هذه الجلسات وحدات اناره معلقه سوداء اللون تحاكي وحدات الاضاءه الموجوده في منطقة الجلوس الرئيسية.شكل(4-9)

• الأرضيات عبارة عن خليط من بلاط السيراميك أسود اللون 30سم * 60سم و بين الأرضيه الخشبية المرفوعه في منطه الجلوس الثالثه القريبه من الواجهات الزجاجيه لضمان مشاهدته الاطلاله على الخارج بالشكل المطلوب

• الثقافه الروسيه وهويه الشركه كان لهما تأثير في تصميم هذا المطعم

قال Igor Kolynin مدير التسويق في مطعم Teaspoon "كان من بين المهام الرئيسية للتصميم هو رفع معدل الانفاق بنسبة 30%. وذلك من خلال تشجيع العملاء على انفاق المزيد من الاموال ليست مسألة التسعير ، ولكن مسألة البيئه الداخليه للمكان، التي ينبغي أن تشجع للمكوث أكثر و زيادة الانفاق. في نفس الوقت ، أن لا تعطي انطبعا بأنها مكلفة للغاية ، بل هو بأسعار رخيصة ولكن أنيقة. الدلائل الأولية تشير الى زياده عدد الزبائن و ارتفاع معدل الانفاق الى 30%". (Ozler, 2008)



شكل توضيحي 4-7 أحد طاولات صالة الطعام الرئيسييه بجانب
كاونتر الخدمة الرئيسييه. المصدر: (Ozler, 2008)



شكل توضيحي 4-6 كاونتر الخدمه
المصدر: (Ozler, 2008)



شكل توضيحي 4-9 طاولات صاله الجلوس الرئيسييه
المصدر: (Ozler, 2008)



شكل توضيحي 4-8 منطقه الجلوس الثالثه ويظهر في يسار
الصوره الجلسات الجانيبيه و في يمين الصوره كاونتر الخدمة
المصدر: (Ozler, 2008)

3-4-4 دراسه نموذج مطعم ل Nu-Asia – Bahrain

اسم المطعم: Nu-Asia – Bahrain (shh, 2013)

البلد: البحرين – المنامة Bahrain

جوائز حاز عليها: Time Out Bahrain Restaurant Awards 2012

تصنيف المطعم : Asian Flavored fine Dining



شكل توضيحي 10-4 يوضح مبنى المطعم من الخارج
المصدر: (Dave, 2008)

وصف الموقع:

يوجد موقع هذا المشروع بالقرب من مركز "الغالي" للتسوق في ضاحية سيف في المنامة، ضمن سلسلة مطاعم مستقلة.

الخدمات المقدمة:

يختص هذا المطعم بتقديم قوائم طعام اسيويه متنوعه مثل الطعام الصيني والياباني و الهندي و التايلندي .

وصف المطعم من الخارج:

يتكون مبنى هذا المشروع من ثلاث كتل متشابهه مختلفه الأحجام من الأصغر الى الأكبر مغلقة بالخشب و الزجاج والحجر على التوالي. شكل رقم (4-10)

الكتلة الأولى بارتفاع 8.5متر مغلقة بشرائح خشبية طولية يشع الضوء من الداخل الى الخارج فتعطي اثاره و روعه في الليل و تحمي المكان من أشعة الشمس في النهار

الكتلة الثانية بارتفاع 9.7متر عباره عن صندوق زجاجي معتم يشبه الفانوس الصيني مقسم باشكال هندسية منتظمة بقواطع الألومنيوم

الكتلة الثالثة بارتفاع 12.2متر ملفوفة بالحجر باللون الرملي ليمتزج مع البيئة المحيطة ، يتوزع على سطح هذه الكتله فتحات بشكل عشوائي تأخذ المقياس الطبيعي للحجر سواء بشكل طولي او بشكل عرضي.

وصف المكان من الداخل

- المساحة 4645 m2
- تتلخص فكره مظهر هذا المشروع في الدفاء الموجود في اسلوب الطبخ الاسيوي و الألوان الزاهيه الموجوده في التوابل و البهارات الأسيويه
- الدور الأرضي يحتوي على منصه الاستقبال (شكل 4-11) و لوبي المدخل و هو موزع الى صالة الطعام الرئيسية في الدور الأرضي. يحتوي الطابق الأرضي أيضا على المطبخ الرئيسي ذو المساحه الكبيره و التي تعكس دوره الاضافي في خدمة أكثر من مطعم لنفس المالك.
- يوجد في الطابق الأرضي أيضا مطبخ اخر و هو شبه مفتوح ليشاهد الزبون كبار الطباخين أثناء العمل
- طابق المطعم العلوي يمتاز بجلسات متنوعه، في أقصى اليسار يوجد 3 جلسات ذات خصوصيه تامه بينهما قواطع خشبيه بحيث يمكن فتحها و دمج الفراغات الثلاثه بحيث يمكن استخدامها صاله طعام كبيره عند الحاجه.(شكل 4-14)
- أقصى يمين فراغ الطابق العلوي يوجد صاله طعام شبه مفتوحه معزوله بقواطع زجاجيه منقوشه تحقق الخصوصيه أثناء تناول الطعام.

الألوان المستخدمة في التصميم الداخلي للمطعم"

- استخدمت الألوان من الألوان الحاره الى الباردة كالتالي:
- الجدران تم طلاء الجدران باللون الأوف وايت -off white- أو البيج الفاتح و تم عمل لوحة على ارتفاع المبنى من الداخل من الألوان الزاهية الموجودة في التوابل و البهارات الاسيويه(شكل 4-12)
 - الأسقف والأعمدة مطليه باللون أوف وايت و بعض المناطق الوسطية من الأسقف لونت باللون البني غامق
 - الأرضيات أوف وايت بالاضافه الى مناطق مبلطة باللون البني الداكن لتعطي نوع من الرسميه.
 - لون الأثاث ويشمل الطاولات الكراسي تختلف في الجلسات المتنوعه من بني و برتقالي الى أحمر سادة وبرتقالي سادة بالاضافة الى لون كاونتر الاستقبال الملون باللون الأحمر.
 - القواطع البارتنش اطار بني و زجاج ملون بالمستطيلات الحمراء الشفافة(شكل 4-13)

- منيو الطعام تم استخدام الألوان في منيو الطعام للتمييز بين أصناف الطعام.. مثلا قائمة الطعام الهندي باللون البرتقالي قائمة الطعام الصيني بالأحمر و التايلاندي بالأخضر الغامق و هكذا
- استخدمت درجات اللون البرتقالي والأحمر في مقاعد قاعة الطعام الخاصة في الطابق العلوي و اللون الاوف وايت في الحوائط (شكل 4-14)
- استخدمت معلقات اضاءه اسطوانيه الشكل ضخمه و حمراء اللون (شكل 4-15) فوق بهو المدخل الرئيسي (شكل 4-16)
- استخدمت المربعات المضيئة الملونه بألوان البهارات الاسيويه الزاهيه و الحاره لتمييز كتله المدخل الخارجية (شكل 4-17)



شكل توضيحي 4-12 الجدارية ذات الألوان الزاهية
المصدر: (Dave, 2008)



شكل توضيحي 4-11 منصة الاستقبال و درج الوصول الى
الطوابق العلوية. المصدر: (Dave, 2008)



شكل توضيحي 4-14 صالة الطعام في الدور العلوي
المصدر: (Dave, 2008)



شكل توضيحي 4-13 القواطع الزجاجية بين الطاولات في
الطابق الأرضي. المصدر: (Dave, 2008)



شكل توضيحي 4-16 صورة توضح بهو المدخل من
الداخل. المصدر: (SHH Architects, 2008)



شكل توضيحي 4-15 معلقات اضاءة حمراء اللون ضخمة
اسطوانية الشكل معلقة فو بهو المدخل الرئيسي
المصدر: (Dave, 2008)



شكل توضيحي 4-17 الطائر العلوي فوق المدخل
الرئيسي مزين بالمستطيلات الملونة بالألوان الزاهية
المصدر: (SHH Architects, 2008)

McDonald's Flagship Restaurant – UK 4-4-4 دراسه نموذج مطعم

اسم المطعم: McDonald's Flagship Restaurant – UK (shh, 2013)
البلد: المملكة المتحدة – شارع أوكسفورد الرئيسي UK in prime Oxford St. location
جوائز حاز عليها:

- Best Commercial Scheme – idFX/BIDA Awards 2004
- Most Innovative Shop or Store – Retail & Leisure Property Awards 2004
- Best Lighting Design – Retail, Restaurants & Hotels category Lighting Design Awards 2004
- Best Retail Graphics – REDS Awards 2004
- Best Illuminated Sign – Sign Industry Awards 2004
- Casual Fast Food Category – Chain Store Age Awards 2004 (USA)

تصنيف المطعم : مطعم للوجبات السريعة Fast food



شكل توضيحي 4-18 واجهه مطعم ماكدونلذ
المصدر: (architectural online magazine, 2011)

وصف الموقع:

يبعد عدة ياردات عن مركز تسوق لندن – سيركس أوكسفورد.

الخدمات المقدمة:

يختص هذا المطعم بتقديم الوجبات السريعة بشكل أساسي للزبائن الماره ولمجموعات الشباب وخاصة المراهقين بشكل أكبر بالاضافه الى العاملين في المكاتب و المحلات المجاوره و العائلات القريبه من المكان.يشمل المكان منطقة الطعام و بار و شاشات تلفاز و خدمة الانترنت.

الألوان المستخدمة في التصميم الداخلي للمطعم:

- استخدمت الألوان الأحمر، الأصفر و الأبيض بشكل اساسي في التصميم الداخلي لفراغ المطعم الرئيسي، بالاضافه الى بعض الألوان الثانويه استخدمت بنسب مختلفه في التصميم و هي البرتقالي،الأخضر والأزرق. و كان الاستخدام كالتالي:
- استخدم اللون الأحمر في حوائط الزجاجيه المضيئه للتبويه و القواطع الزجاجيه الفاصله لجلسه الطعام في الدور الأرضي و بعض جلسات الدور القبو.
- اللون الأصفر استخدم في واجهه المطعم و بعض الاضاءات في ممر المدخل و في اشارات التبويه.
- استخدم اللون الأبيض في أرضيه الدور الأرضي وخاصه في ممر المدخل و منطقه كاونتر الخدمه. أما صاله الطعام في الدور الأرضي فكانت أرضيتها من الخشب الباركيه. كما استخدم اللون الابيض في كاونتر الخدمه في كل الطابق الأول و طابق القبو.
- استخدم اللون البرتقالي في أرضيه و أسقف الطابق الأول بالاضافه الى المقاعد المقابله لشاشة العرض الموجوده في نفس الطابق.
- أما اللون الأخضر فقد استخدم في لوحه تزيينيه في حائط الصاله الموجوده في الدور الأرضي.

وصف المطعم من الخارج

واجهه المطعم من الخارج عباره عن باب زجاجي شفاف على عرض المدخل تعلوه الياطة التجاريه للمطعم الملونه باللون الأصفر و الأحمر لجذب الزبائن و التعبير عن وظيفه المكان.

المطعم من الداخل

- يوجد في الطابق الأرضي مدخل الزبائن يبدأ بممر يقود الى كاونتر الخدمه في خلفيه الدور الأرضي و لجعل الاحساس بالمساحة أكثر اتساعا و حيويه وتبنيها للزبائن لمدخل الطابق العلوي عملت الشركة المصممة درج مفتوح على ارتفاع طابقين مفتوح مباشرة فوق ممر الطابق الأرضي.شكل (4-19)
- الجدار الأيمن لممر المدخل في الطابق الأرضي مصنوعه من الزجاج الأحمر مضيء مع اضاءه led حمراء مع اشارة ترحيب بالزبائن welcome ممتدة على طول الحائط.شكل(4-20)

- التصميم الداخلي للمطعم قسم الى ثلاث صالات ذات شخصيه متميزه عن الأخرى لتتناسب الزبائن المختلفه
- صالة طعام الدور الأرضي صممت للزبائن و العائلات ذات المرور السريع و التي يتم الوصول اليها من منطقه كاونتر الخدمة في خلفية الطابق الأرضي تم فصلها بصريا بشاشات زجاجيه حمراء من الأرض الى السقف. يوجد في الجدار الأمامي لهذه الصاله شريط أخضر (صوره جرافيكية) على مستوى عين المشاهد لتعطي شعور بالراحه و النضارة. شكل (4-21)، شكل (4-22)
- صالة الدور الأول الأكثر اختلافا في شكلها و تصميمها . تحتوي على بار (كاونتر) على شكل معين تستهدف فئة المراهقين يعلوها شريط مضي منخفض و معلق بالسقف على نفس شكل البار. (4-23)



شكل توضيحي 4-20 ممر المدخل في الدور الأرضي ويظهر الى يمين الصورة اضاءه الليدات الحمراء على طول الجدار المصدر: (architectural online magazine, 2011)



شكل توضيحي 4-19 ممر المدخل في الدور الأرضي المؤدي الى كاونتر الخدمة المصدر: (architectural online magazine, 2011)

- الحائط الأخير على شكل منحنى كبير يتداخل به شاشه عرض بلازما كبيره، هذه المنطقه تتميز أيضا بوجود محطة التلفزيون مكدونالدز الخاصة (شكل 4-24)، بالإضافة إلى خدمة الإنترنت و وجود وحدات الألعاب Playstation2
- دور القبو صمم للزبائن و المجموعات التي تطلب الجلوس الهادي للعشاء و ذات الجلسات الطويلة. شكل (4-25)، شكل (4-26)



شكل توضيحي 22-4 جانب من الدرج المؤدي الى دور القبول.
المصدر: (architectural online magazine, 2011)



شكل توضيحي 21-4 الشاشات الزجاجية الحمراء الفاصلة لصالحة
طعام الدور الأرضي. المصدر: (architectural online magazine, 2011)



شكل توضيحي 24-4 منطقة شاشة العرض في الطابق الأول.
المصدر: (architectural online magazine, 2011)



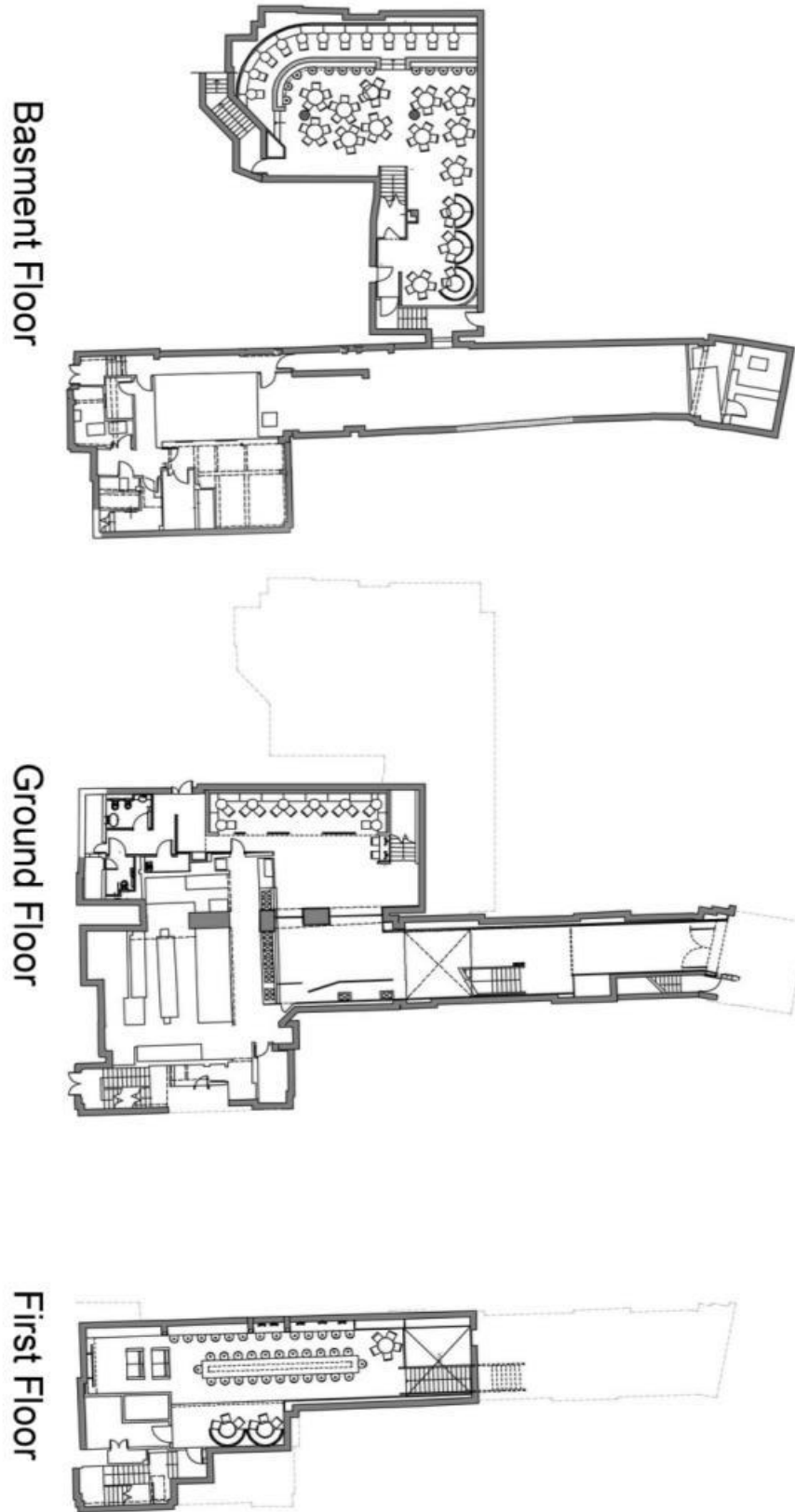
شكل توضيحي 23-4 الكاونتر الخدمة في الطابق الأول
المصدر: (architectural online magazine, 2011)



شكل توضيحي 26-4 جزء من جلسات الدور القبول.
المصدر: (architectural online magazine, 2011)



شكل توضيحي 25-4 منطقة الكاونتر و الجلسات في الدور القبول.
المصدر: (architectural online magazine, 2011)



شكل توضيحي 27-4 المساقط الأفقية الخاصه بمطعم McDonald's Flagship Restaurant – UK (المصدر: architectural online magazine, 2011)

5-4 مقياس اختيار الألوان حسب تحليل الحالات الدراسية و حسب و

تصنيف كل حالة

اسم المطعم	التصنيف	باليته الألوان الأساسية
Teaspoon, St Petersburg – Russia	casual dining restaurant:	البرتقالي و الأسود و الأبيض
Nu-Asia – Bahrain	Asian Flavored Fine Dining:	الأوف وايت و الأحمر و البني
McDonald's Flagship Restaurant – UK	Fast food	الأحمر و الأصفر و الأبيض

جدول 1-4 يوضح استنتاج باليته الألوان الرئيسية المستخدمة في المشاريع العالمية التي تم دراستها

بعد رصد و تحليل الحالات الدراسية للمطاعم العالميه الثلاث واستبطان الألوان الرئيسية المستخدمة في كل حالة كما في الجدول أعلاه نلاحظ ما يلي:

- اختلاف الألوان المستخدمة في كل مطعم تبعاً لاختلاف نوع الخدمة المقدمة في كل مطعم وهذا يتناسب نفسياً مع الزبائن و فترات جلوسهم و نوع الخدمة المقدمة لهم في كل مطعم.
- تكرار اللون البرتقالي في الثلاث مشاريع المدروسة كلون محفز للشهية.
- الثقافة و الهوية الخاصة بالمطعم لهما تأثير على التصميم الداخلي واختيار الألوان داخل المطاعم، مثال وجود عنصر تصميمي قوي في مطعم Nu-Asia ذات الطابع الآسيوي وهو عبارة عن لوحة ضخمة معلقة مكونة من مربعات ذات الألوان الزاهية تحاكي ألوان البهارات الآسيوية.

6-4 الخلاصة

- في هذا الفصل تم التعرف على العناصر اللونية الموجودة في المطاعم و العوامل المؤثرة في اختيار الألوان للتصميم الداخلي في المطاعم كما وتم استعراض تحليلاً للتأثيرات السيكولوجية للألوان داخل المطاعم وضعه عدد من الخبراء.
- كما تم دراسة عدد من الحالات الدراسية لمطاعم عالمية وتم عمل تحليل لوني لكل حالة واستبطان الألوان الرئيسية المستخدمة في كل مشروع على حده وتم ترتيب هذه الألوان ضمن جدول في نهاية التحليل.

5 الفصل الخامس: المطاعم في قطاع غزة، دراسة تحليلية (مطعم أطفالنا و مطعم الديره، مطعم الطابون)

- 5-1 واقع المطاعم في قطاع غزة Error! Bookmark not defined.
- 5-2 دراسه نموذج مطعم أطفالنا- أحد مشاريع جمعيه أطفالنا للصم- مدينة غزة
- 5-3 دراسه نموذج مطعم الديره - مدينة غزة
- 5-4 دراسة نموذج مطعم الطابون - مدينة غزة
- 5-5 مقارنه بين الحالات الدراسيه العالميه و اسقاطها على الحالات الدراسيه المحليه

1-5 واقع المطاعم في قطاع غزة

ظهر جليا في العقد الأخير انتشار المطاعم في قطاع غزة بشكل عام ومدينة غزة بشكل خاص مما يجعل من المهم ترقب ودراسة هذه الأماكن و تحليلها و معرفه ايجابياتها وسلبياتها من الناحية التصميمية. ويبدو ظاهرا أيضا الاهتمام في شكل و تصميم هذه المطاعم من الداخل و الخارج و توفير البيئه المناسبة لجذب الزبائن و دخول دائرة المنافسة مع المطاعم الأخرى .

يعزى ذلك الى عدم الاستقرار السياسي التي تعيشه البلاد منذ سنوات و اغلاق المعابر الذي يحول دون خروج اهالي القطاع خارج البلاد لقضاء الاجازات و السياحه الخارجيه فباتت مصادر الترفيه الداخليه ومن أهمها المطاعم هي المنفذ الذي يفى بحاجه المواطنين القاطنين في قطاع غزة. من الجدير ذكره أن عدد هذه المطاعم المسجلين في هيئة المطاعم و الفنادق و الخدمات السياحية في قطاع غزة وحسب مقابله شخصيه تمت مع السيد سمير سكيك نائب رئيس مجلس ادارة الهيئة هو 169 مطعم و يوجد معظمها بل و نصيب الأسد منها في مدينه غزة و هو 100 مطعم. (سكيك، 2013)

1-1-5 تصنيف المطاعم في مدينة غزة

المطاعم الشعبيه:

وهي مطاعم بسيطة الشكل تتخذ في الأغلب الطابع الشعبي العشوائي و تقدم المأكولات الشعبية مثل الفلافل و الحمص و الفول و الشاورما و المشاوي وما الى غير ذلك مثل مطعم بالميرا و مطعم زهران. شكل رقم (1-5)



شكل توضيحي 1-5 مطعم بالميرا

مطاعم الوجبات السريعة:

و تشمل مطاعم تحضير الساندوتشات السريعة و تقدم الخدمة السريعة التي لا تحتاج الى جلوس طويل وقد تكون بدون وتشمل مطاعم بيع الساندويتشات سريعة التحضير و مطاعم البيتزا و المعجنات مثل الطابون و بيج بايت شكل رقم (2-5)



شكل توضيحي 2-5 مطعم الطابون من الداخل

مطاعم الفنادق :

وهي مطاعم تقدم قوائم طعام متنوعة و تخدم بالغالب نزلاء الفنادق بشكل أساسي بالإضافة الى الزبائن العاديين و بالعادة تشمل هذه المطاعم خدمه "المقهى" Café shop بحيث يتم تصميم المقاعد لتناسب للجلوس لفترات للاسترخاء.مثل مطعم الديره و مطعم الروتس و المتحف. شكل رقم (3-5)



شكل توضيحي 3-5 مطعم الروتس

مطاعم الخدمة الفخمة:

وهي مطاعم تختص في تقديم قوائم الطعام المختلفة مصممه بطابع يغلب عليه الرسمية و تكون المقاعد مصممه حسب مواصفات المطاعم لتتناسب مع الخدمة و وظيفه المكان مثل مطعم أطفالنا و مطعم مزاج. شكل رقم (4-5)



شكل توضيحي 4-5 مطعم مزاج

مطاعم المأكولات البحرية:

وهي مطاعم تختص في تقديم وجبات الأسماك المختلفه التي يتم اصطيادها من بحر غزة بشكل أساسي و تأخذ من اللون الأزرق و درجاته طابع عام للمكان مثل مطعم السمك و مطعم أبو حصيرة. شكل رقم (5-5)



شكل توضيحي 5-5 مطعم السمك

2-1-5 عينة الدراسة

تم اخذ عينه للدراسه و هم 3 مطاعم مختلفه و تم اختيار هذه الحالات بالتحديد للأسباب التاليه:

- تنوع الخدمات المقدمة في كل مطعم
- وجود طابع خاص وتصميم مختلف لكل مطعم
- شهره هذه المطاعم واقبال الناس عليها
- وجود هذه المطاعم في مواقع هامة في مدينه غزه
- اختلاف حجم و مساحه كل مطعم

2-5 دراسه نموذج مطعم أطفالنا- أحد مشاريع جمعيه أطفالنا للصم- مدينة غزة

اسم المطعم:مطعم أطفالنا

مساحة المشروع: 300 متر مربع

البلد:مدينة غزة- فلسطين

تصنيف المطعم: Fine dining restaurant



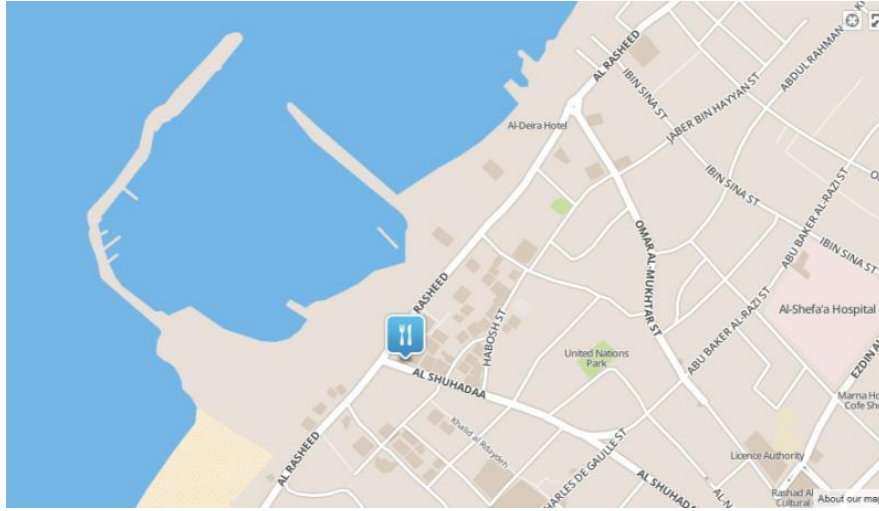
شكل توضيحي 5-6 المدخل الرئيسي لمطعم أطفالنا

1-2-5 نبذه عن المشروع:

يعتبر مشروع مطعم أطفالنا، شكل رقم (5-6) أحد مشاريع در الدخل التابعة لجمعية أطفالنا للصم-غزة، تتميز فكره هذا المشروع عن غيرها بأن تشغيل المطعم بكافة خدماته بواسطة الأشخاص الصم وهو ما يعتبر فكره غريبه و جذابه في نفس الوقت. تم تصميم جميع أجزاء المشروع بحيث تحاكي ثقافه الصم بحيث استخدمت لغة الاشارة في العلامات و الياقطات والمطبوعات بل و في الديكور الداخلي للمكان متمثلة ببعض اللوحات و القواطع الزجاجية.

2-2-5 موقع المشروع:

يقع مشروع مطعم أطفالنا غرب مدينه غزه في شارع الشهداء بالقرب من مدخل ميناء غزه البحري و حسبة السمك، شكل رقم (5-7) و يعتبر تصنيف موقع المشروع ضمن المناطق السياحية في المدينه.



شكل توضيحي 5-7 خريطة موقع مطعم أطفالنا

3-2-5 الخدمات المقدمة:

يختص المطعم بتقديم قائمة الطعام الشرقي و الغربي على حد سواء بالاضافة الى المشروبات الساخنة و الباردة و الحلويات، كما يشمل المطعم ركن لبيع المنتجات اليدويه الحرفيه المشغوله في جمعيه أطفالنا للصم بأيدي الشباب و النساء الصم. بالاضافه الى وجود جزء لتقديم خدمه Take away و هذا الجزء منفصل بصريا عن صالة الطعام الرئيسييه في المطعم.

4-2-5 وصف المشروع من الخارج

الواجهة الخارجية للمطعم عبارة عن واجهة الطابق الأرضي لبرج سكني وتتكون الواجهة الخارجية من أربع وحدات بشكل أفقي، مشغولة من الألومنيوم Composite Panels باللون البني الداكن و الأبيض العاجي لعمل تضاد واضح بالألوان مما يثير جذب الزبائن الى المطعم، بالإضافة الى اضاء الصفة الرسمية للمطعم. الثلاث وحدات الشرقية و يتوسطها مدخل المطعم الرئيسي، شكل رقم (5-8) و على يمين و يسار المدخل أبواب زجاجية شفافة ثابتة تغطيها الستائر الحمراء من الداخل لتوفير الخصوصية و حجب أشعة الشمس الجنوبية المباشرة عن المكان. أما الوحدة الرابعة في الجزء الغربي من الواجهة فهي مدخل منطقة ال Take away الوجبات السريعة الجاهزه و هي منفصلة عن مدخل المطعم الرئيسي. تم تمييز المداخل بأقواس بيضاء من الخشب مزخرفة ليضفي الاحساس بالحرفية التي تتميز بها مشغولات الجمعية.



شكل توضيحي 5-8 المدخل الرئيسي للمطعم من الخارج

5-2-5 وصف المشروع من الداخل والألوان المستخدمة

بهو الاستقبال

يحتوي بهو الاستقبال على منصة الاستقبال مصنوعة من الخشب و ملونة باللون البني الداكن، في خلف المنصة فاصل خشبي ثابت و هو عبارة عن قوس دائري من الخشب مزخرف و ملون باللون البني الداكن. شكل رقم (5-9)



شكل توضيحي 9-5 بهو المدخل الرئيسي ومنصة الاستقبال

في المنطقة المقابلة في نفس فراغ بهو المدخل يوجد ركن خاص لتسويق و بيع المنتجات الحرفيه المصنوعة يدويا في الجمعية والذي يعكس الذوق الرفيع و يتناغم مع أناقه و جمال المكان .شكل رقم (5-10)



شكل توضيحي 10-5 ركن المنتجات الحرفية

صالة الطعام الرئيسية

تنقسم صالة الطعام الى عدة أجنحة و تتميز بتنوع الجلسات وطاولات الخدمه الدائريه و المربعه و المستطيله، شكل رقم (5-11)، شكل رقم (5-12) مع الليونه الكامله لتجميع عدد من هذه الوحدات لعمل مائده طعام واحده لأكثر من 30 شخص. استخدم اللون البني الغامق في دهان الهيكل الخشبي للطاولة مع وضع مفرش من اللون البيج الفاتح مع شريط في الوسط من القماش الأحمر بشكل يعكس فخامه و رقي المكان.



شكل توضيحي 11-5 أحد أركان المطعم ذو الجلسة الدائرية



شكل توضيحي 12-5 أحد أركان المطعم و يظهر الفاصل الزجاجي عن التيك أوي

صممت كراسي المطعم حسب المعايير و المواصفات المناسبة لجلوس تناول الطعام و تنوعت الألوان المستخدمة في تنجيدها بين اللون البني و الأحمر و البيج لتتناغم مع الطابع العام للمطعم. لونت الحوائط في صاله الطعام الرئيسية باللون البيج الفاتح مع تطعيم بعض الحوائط و الزوايا الخاصة باللون الأحمر الداكن لتضفي الدفء و الهدوء في أروقه المكان، شكل رقم (5-12) كما تم توزيع عدد من اللوحات الفنية المشغولة في الجمعية و التي تحمل الطابع التراثي التقليدي القديم بألوان متناغمة تعكس دفيء المكان و روحانيته. في أحد حوائط المطعم تم تعليق لوحه خشبيه حفر عليها أحرف لغة الاشاره لتعكس ثقافه العاملين في المطعم. كما قسمت أجنحه المكان بفواصل خشبيه مزخرفة بالحفر على الخشب و ملونه باللون البني الغامق.

استخدمت الإضاءة الصفراء yellow light و الإضاءة البيضاء المصفرة warm white lighting سواء المعلقة في السقف او المعلقة على الحوائط أو الانارة المخفية، شكل رقم (5-13) وهذا ما يساهم في اضاءة الدفء و الهدوء في المكان. من الجدير ذكره أنه تم تصميم قائمة الطعام Menu بشكل فني جميل فالغطاء الخاص بهذه القائمة عبارته عن تطريز يدوي ملون بالألوان التراثية (الأحمر و الأخضر) فيما يعكس ثقافة و أناقة المكان و مدى الاهتمام بأدق التفاصيل بالإضافة لجذب انتباه الزبائن. شكل رقم (5-14)



شكل توضيحي 5-13 لإضاءة المخفية في أحد أركان المطعم



شكل توضيحي 5-14 المنيو الخاص بالمطعم

جناح الوجبات السريعة Take away

تم تصميم هذا الجناح بشكل منفصل عن صالته الطعام الرئيسية يحمل نفس الطابع و لكن يختلف بالبيئة العامة حيث ان اللون الغالب هو اللون الأبيض سواء في الحوائط والأرضيات و الأسقف أو في كاونتر خدمة الزبائن. شكل رقم (5-15) حيث يتناسب استخدام هذا اللون مع طبيعة الوظيفة لهذا الجزء و هي الخدمة السريعة و تسليم الطلبات دون الحاجه الى المكوث لفترات قد تكون طويلة.



شكل توضيحي 5-15 جناح الوجبات السريعة Take away

جدول 5-1 يوضح ملخص الألوان المستخدمة في عناصر المشروع المختلفه

ملاحظات	الألوان المستخدمة		العناصر	الفراغ
	الثانوية	الرئيسية		
	أحمر داكن	بيج فاتح	الحوائط	صالة الطعام الرئيسية و بهو المدخل
	خشب بني غامق	أبيض	الأسقف	
		بيج	الأرضيات	
		خشب بني غامق	الطاولات	
		بيج، أحمر داكن	الهيكل المفرش	
	احمر	بني ، بيج	الكراسي	
		خشب بني غامق	كاونتر الخدمة والاستقبال	
		أحمر داكن	الستائر	
		خشب بني غامق	القواطع	
	صفراء	أبيض مصفر	الاضاءة	
	خشب بني غامق	أبيض	البار الرئيسي	منطقة التيك أوي
		بيج	الأرضيات	
	أبيض	بيج فاتح	الحوائط	
	صفراء	أبيض مصفر	الاضاءة	
		بني غامق ، أبيض عاجي		الواجهه الخارجية للمطعم

3-5 دراسة نموذج مطعم الديرة - مدينة غزة

اسم المشروع: فندق ومطعم الديرة

مساحة المشروع: 1700 متر مربع

البلد: مدينة غزة - فلسطين

تصنيف المطعم: Casual dining restaurant



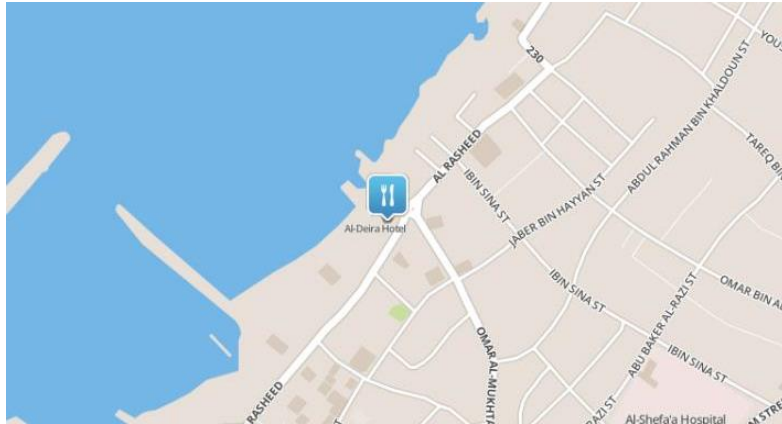
شكل توضيحي 16-5 الواجهة الخارجية لمطعم و فندق الديرة

1-3-5 نبذة عن المشروع:

يعتبر مطعم الديرة أحد الاجزاء الرئيسية التابعة لفندق الديرة. حيث صمم هذا المشروع على الطراز المغربي و العمارة العربية التقليدية. شكل رقم (5-16)

2-3-5 موقع المشروع:

يقع هذا المشروع على شارع الرشيد و يطل مباشرة على البحر الأبيض المتوسط في اطلاله مميزه للاسترخاء و التأمل تعتبر مصدر الهام و جذب لكثير من الزبائن. شكل رقم (5-17)



شكل توضيحي 17-5 خريطة موقع مطعم و فندق الديرة

3-3-5 الخدمات المقدمة:

يختص المطعم بتقديم قائمة الطعام الشرقي و الغربي والمأكولات البحرية على حد سواء بالإضافة الى المشروبات الساخنة و الباردة و قائمة متنوعة من الحلويات و الكيك. بالإضافة الى تقديم الشيشه بالنكهات المختلفه.

4-3-5 وصف المشروع من الخارج

يتميز مبنى الديره-بامتداده الأفقى- من الخارج عن المباني المجاوره بلونه الكرميدي جذاب القريب للبرتقالي مع بعض الخطوط البيضاء التي تحدد الفتحات الخارجيه-الأبواب و الشبابيك- للمبنى. شكل رقم (5-16) تشمل الواجهه الرئيسيه للمشروع 3 مداخل منفصله، أوسطها المدخل الرئيسي للفندق و مدخل في أقصى يسار المبنى للخدمات و المدخل الثالث في أقصى يمين المبنى هو المدخل الرئيسي للمطعم.

5-3-5 وصف المشروع من الداخل والألوان المستخدمة،

تختص دراسه في هذا البحث على المطاعم لذلك سيتم الوصف من الداخل للأجزاء التي تخص المطعم فحسب.

المدخل الرئيسي

يبدأ المدخل الرئيسي للمطعم بممر طويل يحده من اليمين السور الفاصل و من اليسار مبنى الفندق حتى ينتهي بعدد من الدرجات التي تقود تنازليا الى التيراس الخاص بالمطعم. شكل (5-18).

لونت الجدران المحاذية للممر باللون القرميدي الذي يعكس الطابع العام للمكان و زينت جوانب الممر بأحواض فخارية بيضاء و أخرى على لونها الطبيعي تضم النباتات الخضراء التي تبعث بشعور النضارة و الارتياح لكل من يزور المكان. شكل (5-18)



شكل توضيحي 5-18 الممر المؤدي الى تيراس المطعم

التيراس الخارجي للمطعم

و هو عبارة عن فراغ مفتوح بمساحة 700 متر مربع يحده من الغرب اطلالة البحر المباشرة، شكل رقم (5-19) و من الشرق مبنى الفندق. تتميز هذه المساحة بالاتساع و الانفتاح الذي يمنح الزائر الشعور بالراحة و الارتخاء.

تم توزيع الطاولات بطريقة مدروسة بحيث تسمح بحركة الزبائن و العاملين، تغطي هذه الطاولات بالمفارش القطنية الحمراء الزاهية ، أما المقاعد فتم صنعها يدويا بواسطة القش الطبيعي و تم تجديد المقعد و مسند الظهر بنفس اللون الأحمر. تم تصميم المقاعد بحيث تتناسب ليست فقط لتناول الطعام وانما للجلوس لفترات لتناول الطعام و للاسترخاء و مشاهدة الغروب شكل رقم (5-20).



شكل توضيحي 5-19 أحد الجلسات و الاطلالة المباشرة على البحر



شكل توضيحي 20-5 مشهد يوضح الجلسات الموزعة بالتيراس والألوان المستخدمة و بالخلفية مبنى الفندق

الأرضيات تم تبليطها بشكل عشوائي يتناسب مع عشوائية التشطيب في مبنى الفندق و تتناسب مع الطابع العام بلونها القرميدي الفاتح والمطعمة ببعض البلاطات البيضاء بشكل عشوائي جميل.

صالة الطعام الداخلية

يوجد في الفندق صالة خاصة لتناول الطعام تم تصميمها بطابع أكثر رسميه يغلب عليه اللون البني المستخدم في طلاء المقاعد المصنوعة من القش بقامه طويله تناسب وظيفتها ، تم تجديد المقعد باللون البيج الفاتح عمل تضاد في اللون مع لون هيكل المقعد البني، تم تغطيه طاوولات هذه الصالة باللون البني أيضا للتناسب مع الجو العام للمكان و يعلو كل طاولة اضاءه (نجفه) معلقه بالسقف مصنوعه يدويا من الحديد والقش ينبعث منها اللون الأصفر الذي يزيد المكان دفئا و أناقة. شكل رقم (21-5) ، شكل رقم (22-5)

صمم سقف الصالة بشكل قباب متقاطعة ينتج عنها أقواس و هذا ما يتناغم مع فكره تصميم المشروع بروح العمارة العربية و الأسلوب المغربي بشكل خاص. شكل رقم (21-5) الأرضيات: استخدمت البلاطات التقليدية القديمة غزيه الصنع من اللون البيج الفاتح مع عمل اطارات ملونه للمساحات أسفل كل طاولة لتحديد الفراغات و اضاءه للمساحة الجميلة المتناسقة مع روح المكان. شكل رقم (22-5)



شكل توضيحي 5-22 صالة الطعام الداخلية



شكل توضيحي 5-21 صالة الطعام الداخلية من زاوية أخرى

جدول 5-2 يوضح ملخص لبايئة الألوان المستخدمة في عناصر وفراغات المشروع المختلفه

ملاحظات	الألوان المستخدمة		العناصر		الفراغ
	الثانوية	الرئيسية	الحوائط	التغطية الشتوية	
	الأبيض	القرميدي			صالة الطعام الخارجية المفتوحة
موسمية		أبيض			
	بلاطات عشوائيه الأبيض العاجي	قرميدي فاتح		الأرضيات	
		أحمر		مفارش الطاومات	
		بيج غامق (لون القش الطبيعي)	الهيكل	الكراسي	صالة الطعام الداخلية المغلقه
		أحمر	المسند و المقعد		
	أبيض	قرميدي		كاونتر الخدمة	
	خشب بني غامق	بني غامق		مفارش الطاومات	
	أبيض-مقعد	بني غامق-قش		الكراسي	
		أبيض		الحوائط والأسقف	
	برتقالي، أصفر	بيج فاتح		الأرضيات	
		صفراء		الاضاءة	
	أبيض	قرميدي		الحوائط على جانبي الممر	مدخل المطعم
		قرميدي فاتح		الأرضيات	
		أبيض ، قرميدي		أحواض النباتات	
		أخضر		النباتات	
	أبيض	قرميدي			الواجهه الخارجية

4-5 دراسة نموذج مطعم الطابون - مدينة غزة

اسم المطعم: الطابون

مساحة المشروع: 600 متر مربع

البلد: مدينة غزة - فلسطين

تصنيف المطعم: Fast food – Pizza house



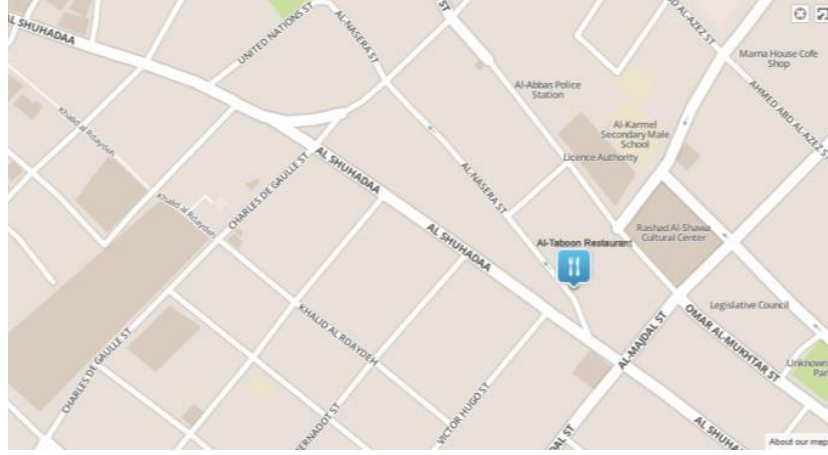
شكل توضيحي 23-5 مطعم الطابون

1-4-5 نبذة عن المشروع

يعتبر هذا المطعم من أشهر المطاعم التي تقدم البيتزا و المعجنات و السادوتشات الخفيفة في مدينته غزة و هذا الفرع هو الثاني لنفس المطعم في المدينة. شكل رقم (5-23)

2-4-5 موقع المشروع

يقع المشروع في شارع الناصرة في قلب مدينة غزة بالقرب من مفترق شركة الاتصالات الفلسطينية ، على امتداد شارع الشهداء الذي يعتبر أحد الشوارع التجارية الحديثة في مدينة غزة، تتميز هذه المنطقة بسهولة الوصول لها كما أنها تعتبر منطقة حيوية لوجودها في الوسط ما بين سوق الرمال في شارع عمر المختار و بين منطقة الجامعات القريبة من الموقع. شكل رقم (5-24)



شكل توضيحي 5-24 خريطة موقع مطعم الطابون

3-4-5 الخدمات المقدمة

يختص المطعم بتقديم قائمة البيتزا بالأطعم المختلفة والمعجنات بالإضافة الى بعض الساندويتشات سريعة التحضير والحلويات والمشروبات الغازية والألبان.

4-4-5 وصف المشروع من الخارج

يتوسط الواجهة الخارجية للمطعم المدخل الرئيسي و هو عبارة عن كتله بيضاء من ألواح الألومنيوم Composite Panel محده من الداخل باطار أحمريلوه اسم و شعار المشروع باللون الأصفر و الاحمر و هذا ما يميز مطاعم الوجبات السريعة لجذب انتباه الزبائن و المارة، و على جانبي المدخل واجهات زجاجيه عبارة عن نوافذ مرتفعة بإطارات بيضاء اللون يمتد على طولها من الداخل أحواض مزروعة بنباتات الزينةشكل رقم (5-25)



شكل توضيحي 5-25 الواجهة الخارجية لمطعم الطابون

5-4-5 وصف المشروع من الداخل و الألوان المستخدمة

يبدأ المشروع من بهو المدخل و على يمينه منصة الاستقبال و الكاشير الملونه باللون الأحمر و الأصفر، يليه جنباً الى جنب قسم الخدمة و هو البار الرئيسي المطلبي باللون الأصفر و عليه فتارين عرض المعجنات و المنتجات المختلفه و في خلفيته أفران التسخين و خبيز البيتزا. شكل رقم (5-26)



شكل توضيحي 5-26 منصة الاستقبال جنباً الى جنب مع كاونتر الخدمة

يمتد أمام بهو المدخل الرئيسي صاله مغطاه مغلقة لخدمه العائلات، شكل رقم (5-27) الصالة. تحتوي على عدد من الطاولات لجلوس العائلات يرتفع منسوبها ثلاث درجات عن منسوب المطعم. على الحائط الشرقي للصالة علقته لوحه من الزجاج المدهون بالاحمر تحمل شعار المطعم و بعض الكتابات المتعلقة بالخدمات المقدمه في المطعم. الجانب الغربي للصالة تم تصميمه عباره عن فاصل من الزجاج المثليج ليفصل هذه الصاله عن صاله خدمه الشباب. تم تصميم سقف هذه الصاله من الجبس الأبيض مع بعض الدوائر المفرغه يتدلى من مراكزها معلقات حمراء تعطي اضاءه بيضاء مصفرة تتوزع على طول الصاله مع بعض السبوتات لتعطي الاضاءه المطلوبه للمكان وتمنح الاحساس بالدفء والجمال.



شكل توضيحي 5-27 الصالة المغطاه لخدمة العائلات

في نهاية هذه الصالة من الناحية الشمالية يوجد باب يؤدي الى حديقة مفتوحة تنتشر فيها الطاولات فوق بلاطات مستطيلة تحدها أشرطة خضراء بشكل هندسي جميل مع انتشار للزهور بالألوان المختلفة في أطراف الحديقة. شكل رقم (5-28)



شكل توضيحي 5-28 الحديقة الخلفية المفتوحة التابعة للمطعم

في يسار بهو المدخل يوجد فراغ واسع لخدمة الشباب معزول عن صاله العائلات بفاصل عباره عن شريط أحمر يعلوه الفاصل الزجاجي المثليج ، تم تغطيه هذا الفراغ بسقف من شرائح خشبيه لونت باللون الأبيض تنتشر عليها معلقات الاضاء ذات اللون الأصفر البارد. كما تنتشر في المكان أحواض خشبية بيضاء اللون مزروعة بالنباتات الخضراء الطبيعية. شكل (5-29)



شكل توضيحي 5-29 صالة خدمة الشباب

الأرضيات عباره عن بلاط بورسلا ن بيج فاتح كخلفيه ليعكس الألوان المستخدمه في عناصر المشروع المختلفه تم تصميم الطاولات على شكل مربعات متساويه الأضلاع غطي هيكلها بالفورومايكا البيضاء و استخدم اللون الأحمر و الأصفر في تغطيه وجه الطاولات لخلق تناغم بين جميع عناصر المشروع. شكل رقم (5-30)

المقاعد عباره عن مقاعد بلاستيكيه من اللون الأحمر أو اللون الأصفر تتناسب مع نوع الخدمة السريعه. شكل رقم (5-30)



شكل توضيحي 5-30 نموذج لأحد طاولات و كراسي المطعم






جدول 5-3 يوضح ملخص لبايئة الألوان المستخدمة في عناصر و فراغات المشروع المختلفه

ملاحظات	الألوان المستخدمة		العناصر		الفراغ
	الثانوية	الرئيسية	الهيكل	السطح	
		أبيض	الأسقف		بهو المدخل و ساحة خدمة الشباب
	بوستر أخضر (معلقات)	أبيض	الحوائط و المعلقة		
		بيج فاتح (عاجي)	الأرضيات		
		أبيض	الهيكل	الطاولات	
		أحمر، أصفر	السطح		
		أحمر، أصفر	الكراسي		
		أبيض	أحواض النباتات		
		أبيض	القواطع		
	أبيض	أحمر، أصفر	كاونتر الخدمة		
		أبيض	الهيكل	الطاولات	صالة الطعام الداخلية المغلقة (للعائلات)
		أحمر، أصفر	السطح		
		أحمر، أصفر	الكراسي		
	أحمر (لوحة زجاجيه معلقة)	أبيض	الحوائط و المعلقة		
	أصفر	أبيض	الاسقف		
		بيج فاتح	الأرضيات		
		بيضاء مصفرة	الإضاءة		
	أبيض	أحمر	واجهه المبنى المقابله للحديقة		
	أخضر (شرائح انجيل)	أبيض	الأرضيات		
		أبيض	الهيكل	الطاولات	
		أحمر، أصفر	السطح		
		أحمر، أصفر	الكراسي		
	ألوان زاهيه (ورود)	أخضر	النباتات		
	أصفر	أبيض، أحمر	الواجهه الخارجية		

5-5 دراسة مقارنه بين الحالات الدراسيه العالميه و اسقاطها على

الحالات الدراسية المحلية

و أخيرا و بعد دراسه الحالات الدراسية العالميه و تحليل البعد اللوني لها في الفصل السابق و استخلاص باليته الألوان الخاصه بكل حاله ، تم عمل مقارنه باليته الألوان الرئيسييه المستخدمة في هذه الحالات و اسقاطها على عينه الدراسه لحالات المطاعم المحلية كما في الجدول التالي:
جدول 4-5 يوضح دراسة مقارنه بين الحالات الدراسيه العالميه و اسقاطها على الحالات الدراسية المحلية

اسم المطعم - عينه الدراسه العالمية	اسم المطعم - عينه الدراسه المحلية	وجه المقارنة
Nu-Asia البحرين	مطعم أطفالنا- مدينة غزة	وجه المقارنة
Fine dining restaurant	Fine dining restaurant	نوع الخدمة
		باليته الألوان الرئيسية المستخدمة في التصميم الداخلي
الأبيض المصفر و الأبيض و الأصفر	أبيض مصفر ، أصفر	لون الاضاءة المستخدمة
كتله بناء بيح و كتله من الزجاج البني و واجهه من شرائح خشبيه على لونها الطبيعي(خشابي فاتح) بالاضافه الى طائر فوق المدخل ملون بألوان مختلفه مأخوذه من ألوان البهارات الاسويه الحاره	بني ، أوف وايت	لون الواجهات الخارجية
الشعور بالراحه و الدفاء و الاتساع و الفخامه و الرسميه	الشعور بالراحه و الهدوء و الدفاء و الفخامه و الرسميه	التأثير السيكولوجي للألوان المستخدمة
Teaspoon, St Petersburg روسيا	مطعم الديرة- مدينة غزة	
casual dining restaurant	casual dining restaurant	نوع الخدمة
		صالة الطعام الخارجية المفتوحة
	Fine Dining Restaurant	صالة الطعام الداخلية
		باليته الألوان الرئيسية المستخدمة في التصميم الداخلي
البرتقالي، الأبيض، الأسود و الأصفر	القرميدي(البرتقالي)، الأبيض، البيج و الأحمر القاني	
		صالة الطعام الداخلية

لون الاضاءة المستخدمة	الصالة الخارجية- التيراس- اضاءة طبيعية	الاضاءة الطبيعية في النهار اضاءات برتقالية و صفراء في الليل
لون الواجهات الخارجية	قرميدي، أبيض	برتقالي، أبيض
التأثير السيكولوجي للألوان المستخدمة	الالوان المستخدمة في هذا المطعم يغلب عليها الدفاء و اللارسميه بالاضافه الى اللون البرتقالي الذي يزيد من الشهيه لتناول الطعام	اللا رسمية و الدفاء و الاتساع و فتح الشهية
نوع الخدمة	Fast food – Pizza	Fast Food
باليته الألوان الرئيسية المستخدمة في التصميم الداخلي		
لون الاضاءة المستخدمة	أبيض ، أبيض مصفر	أبيض و بعض الاشارات المضيئه بالاحمر و الأصفر
لون الواجهات الخارجية	أبيض، أحمر ، أصفر	أبيض، أحمر ، أصفر
التأثير السيكولوجي للألوان المستخدمة	الألوان المستخدمة في هذا المطعم و هما الاحمر و الاصفر يسببان الازعاج و التوتر للأشخاص بحيث تجعل من غير المحبب الجلوس لفترات طويلة وهذا هو الهدف في هذه المطاعم و هو الخدمة السريعة	ألوان مناسبة لنوع الخدمة السريعة في المطعم فهي موتره للاعصاب فلا مزعجة لجلوس الأشخاص لفترات طويلة

يتضح من الجدول أعلاه بعد المقارنه بين المطاعم المحلية و ما يقابلها من المطاعم العالمية و اسقاط الألوان المستخدمه في المطاعم العالمية على المطاعم المحلية، يظهر التّطابق النسبي في الألوان الرئيسيّه المستخدمه في المطاعم المحليه و ما يقابلها في الجدول من المطاعم العالميه و يبين الجدول أيضا التقارب في نوع الخدمه في كل مطعم و ما يقابله و هذا مؤشر جيد يدل مراعاة المطاعم المحليه اسس اختيار الألوان بما يتناسب مع وظيفه المكان و نوع الخدمه المقدمه و تأثيره على الزبائن و المستخدمين.

6-5 الخلاصة

- من خلال هذا الفصل تم الحديث عن واقع المطاعم في مدينة غزة و تطورها.
- تم تسليط الضوء على ثلاث حالات دراسية لمطاعم في مدينة غزة تم اختيارها لمبررات موضحة في هذا الفصل وتم دراستها و تحليلها من خلال الوصف الدقيق للألوان المستخدمة و تأثيرها حسب الخدمة المقدمة في كل مشروع و مقارنتها مع المشاريع العالمية التي تم دراستها في الفصل السابق. و من ثم الخروج بجدول يوضح النقاطات بين هذه المشاريع.

6 الفصل السادس: المسح الميداني (الاستبيان) و النتائج و التوصيات

1-6 المسح الميداني (الاستبيان)

مقدمة.

أسلوب الدراسة.

مجتمع الدراسة.

عينة الدراسة.

خطوات بناء الإستبانة.

أداة الدراسة.

المعالجات الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

تحليل أسئلة الدراسة.. **Error! Bookmark not defined.**

6-2 النتائج **Error! Bookmark not defined.**

3-6 تقييم فرضية البحث

4-6 التوصيات

1-6 المسح الميداني (الاستبيان)

مقدمة:

تناول هذا الفصل وصفا للمنهج المتبع ومجتمع وعينة الدراسة، وكذلك أداة الدراسة المستخدمة وطريقة إعدادها وكيفية بنائها وتطويرها، والأدوات التي استخدمها الباحث لجمع بيانات الدراسة، والمعالجات الإحصائية التي تم استخدامها في تحليل البيانات واستخلاص النتائج، كما ويتضمن هذا الفصل عرضاً لتحليل البيانات و الإجابة على أسئلة الدراسة واستعراض أبرز نتائج الدراسة والتي تم التوصل إليها، لذا تم إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات المتجمعة من إستبانة الدراسة، إذ تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS) للحصول على نسب و احصاءات سيتم عرض نتائجها في هذا الفصل لرصد آراء الناس و المختصين و المهتمين ووصفها وتحليلها لدعم هذه الدراسة، وفيما يلي وصف لهذه الإجراءات.

أسلوب الدراسة:

بناء على طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها فقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، والذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كفيماً ووصفياً، كما لا يكتفي هذا المنهج عند جمع المعلومات المتعلقة بالظاهرة من أجل استقصاء مظاهرها وعلاقاتها المختلفة، بل يتعداه إلى التحليل والربط والتفسير للوصول إلى استنتاجات يبني عليها التصور المقترح بحيث يزيد بها رصيد المعرفة عن الموضوع.

مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة يعرف بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، وبذلك فإن مجتمع الدراسة هو جميع الأفراد أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة الدراسة. وبناء على مشكلة الدراسة وأهدافها فإن المجتمع المستهدف يتكون من رواد المطاعم في غزة و المهندسين و المصممين و المهتمين.

عينة الدراسة:

قام الباحث باستخدام طريقة العينة العشوائية، حيث تم توزيع 160 إستبانة على مجتمع الدراسة وقد تم استرداد 145 إستبانة بنسبة 90.6%.

خطوات بناء الإستبانة:

- قام الباحث بإعداد أداة الدراسة لمعرفة " التأثير السيكولوجي للألوان على تصميم الفراغ المعماري داخل المطاعم في مدينة غزة" ، واتبع الباحث الخطوات التالية لبناء الإستبانة :-
- 1- الإطلاع الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة منها في بناء الإستبانة وصياغة فقراتها.
 - 2- استشارة الباحث الدكتور المشرف على الدراسة في تحديد أبعاد الإستبانة وفقراتها.
 - 3- تحديد المجالات الرئيسية التي شملتها الإستبانة.
 - 4- تحديد الأسئلة التي تقع تحت كل مجال بمجموع 30 سؤال.

أداة الدراسة:

تم إعداد إستبانة حول " التأثير السيكولوجي للألوان على تصميم الفراغ المعماري داخل المطاعم في مدينة غزة"

تتكون إستبانة الدراسة من قسمين رئيسيين:

القسم الأول: وهو عبارة عن البيانات الشخصية عن المستجيب (الدرجة العلمية، العمر، الجنس).

القسم الثاني: وهو عبارة عن مجالات الدراسة، ويتكون من 3 مجالات هي :

المجال الأول: ادراكات عامة بالألوان و تأثيرها، ويتكون من (10) أسئلة.

المجال الثاني: ادراكات خاصة باستخدام الألوان و تأثيرها في المطاعم، ويتكون من (10) أسئلة.

المجال الثالث: ادراكات خاصة باستخدام الألوان و تأثيرها في المطاعم في مدينة غزة، ويتكون من (10) أسئلة.

المعالجات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم تفرغ وتحليل الإستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

وقد تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

1. النسب المئوية والتكرارات.
2. الإحصاء الوصفي "المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، أكبر قيمة، أقل قيمة".
3. الجداول التوضيحية.

تحليل أسئلة الدراسة:

1_ الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق المعلومات الشخصية

- جدول 1-6 توزيع عينة الدراسة حسب الدرجة العلمية

الدرجة العلمية	العدد	النسبة المئوية %
ثانوية عامة فأقل	32	22.1
دبلوم	22	15.2
بكالوريوس	75	51.7
ماجستير	14	9.7
دكتوراه	2	1.4
المجموع	145	100.0

يتضح من جدول (1-6) أن ما نسبته 22.1% من عينة الدراسة درجتهم العلمية ثانوية عامة فأقل، 15.2% درجتهم العلمية دبلوم، 51.7% درجتهم العلمية بكالوريوس، 9.7% درجتهم العلمية ماجستير، بينما 1.4% درجتهم العلمية دكتوراه.

توضح هذه النسب أن معظم الاستجابات و الردود جاءت في هذا المسح من الأشخاص ذات مستوى تعليمي جامعي مما يعتبر مؤشر على تعلم و ثقافة هذه العينة.

- توزيع عينة الدراسة حسب العمر

من نتائج التحليل الإحصائي تبين أن أعمار عينة الدراسة تتراوح بين 18 سنة إلى 60 سنة بمتوسط حسابي 30 سنة وانحراف معياري 11 سنة.

يعتبر هذا المتوسط مؤشرا أن فئة الشباب لهم الحصة الأكبر في ارتياد المطاعم و هو ما يعتبر منطقي في مجتمع قطاع غزة الذي يعتبر مجتمع شبابي .

- جدول 2-6 توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية %
ذكر	81	55.9
أنثى	64	44.1
المجموع	145	100.0

يتضح من جدول (6-2) أن ما نسبته 55.9% من عينة الدراسة ذكور، بينما 44.1% أنثى. توضح هذه الاحصائية على وجود تنوع في الآراء و الأذواق بين الجنسين مما يفيد في عمل توازن في نتائج الدراسة

2_ تحليل أسئلة مجال " ادراكات عامة بالألوان و تأثيرها".

- جدول 3-6 اللون المفضل لدى المستجيب في حاجاته الخاصة

اللون	العدد	النسبة المئوية %	الترتيب
الأبيض	22	15.2	3
الأحمر	9	6.2	5
الأخضر	4	2.8	9
الأزرق	32	22.1	1
الأسود	23	15.9	2
الأصفر	7	4.8	6
البرتقالي	2	1.4	11
البنفسجي	7	4.8	6
البنّي	22	15.2	3
البيج	2	1.4	11
التوتي	1	0.7	14
الذهبي	2	1.4	11
الرمادي	6	4.1	8
الزهري	4	2.8	9
السماوي	1	0.7	14
الكحلي	1	0.7	14
المجموع	145	100.0	

يتضح من جدول (6-3) أن أكثر الألوان المفضلة لدى عينة الدراسة في حاجتهم الخاصة هي : الأزرق، الأسود، الأبيض و البني . و يفسر حصول اللون الأزرق على أعلى الدرجات بأن اللون الأزرق أحد ألوان الطبيعة المتمثل بلون البحر و السماء والذي يمنح الشعور بالراحة و خصوصا الدرجات الفاتحة من هذا اللون أما اللون الأسود فهو لون محايد يمنح الشعور بالقوة و الفخامة أما اللون الأبيض فهو يعبر عن الصفاء و النقاء .

كما و يثبت الجدول أعلاه التنوع في أذواق الأشخاص بشكل عام في اختيار الألوان المحببه لحاجياتهم الخاصه و هذا التنوع هو الذي يخلق الاختلاف والتنوع في ألوان المنتجات المختلفه في حياتنا

- جدول 4-6 اللون غير المفضل لدى المستجيب

اللون	العدد	النسبة المئوية %	الترتيب
الأحمر	33	22.8	1
الأخضر	13	9.0	4
الأزرق	8	5.5	7
الأسود	16	11.0	3
الأصفر	30	20.7	2
البرتقالي	11	7.6	6
البنفسجي	6	4.1	8
البنّي	12	8.3	5
البيج	1	0.7	13
الرمادي	6	4.1	8
الزهري	2	1.4	11
الفسفوري	4	2.8	10
الفوشي	1	0.7	13
الكحلي	2	1.4	11
المجموع	145	100.0	

يتضح من جدول (4-6) أن أكثر الألوان غير المفضلة لدى عينة الدراسة هي : الأحمر، الأصفر، الأسود، الأخضر .
يفسر الجدول أعلاه أيضا التنوع في أذواق البشر من حيث ماهية الألوان الغير محببة.

- جدول 5-6 اللون الذي يشعرك المستجيب بالاسترخاء و الراحة داخل الفراغ

اللون	العدد	النسبة المئوية %	الترتيب
الأبيض	37	25.5	1
الأحمر	4	2.8	7
الأخضر	32	22.1	3
الأزرق	53	2.32	2
الأسود	1	0.7	14
الأصفر	3	2.1	9
البرتقالي	3	2.1	9
البنفسجي	2	1.4	11
البنّي	5	3.4	5
البيج	5	3.4	5
الرمادي	1	0.7	14
الزهري	7	4.8	4
السماوي	4	2.8	7
العنابي	1	0.7	14
الفوشي	1	0.7	14
النبيتي	1	0.7	14
أوفوايت	2	1.4	11
زهري	1	0.7	14
المجموع	145	100.0	

يتضح من جدول (5-6) أن أكثر الألوان المفضلة لدى عينة الدراسة التي تشعرهم بالاسترخاء و الراحة داخل الفراغ هي: الأبيض، الأزرق، الأخضر. يفسر الجدول السابق الاختيار الطبيعي للون الأبيض كأكثر الألوان تفضيلاً لدى النفس البشرية حيث أنه لون يعبر عن النقاء و الصفاء و الوضوح و هذا ما يمنح الشعور بالراحة و الاطمئنان و يليه اللون الأزرق و الأخضر و هم ألوان طبيعته المتتله بالماء و الخضرة و هو ما يعزز الشعور بالراحة و الاسترخاء و هدوء الأعصاب .

- جدول 6-6 مدى معرفة المستجيب بالألوان وتأثيرها

النسبة المئوية %	العدد	مدى معرفة المستجيب بالألوان وتأثيرها
6.9	10	أكثر من 90%
37.2	54	90-80%
33.8	49	80-70%
8.3	12	70-60%
13.8	20	أقل من 60%
100.0	145	المجموع

ينضح من جدول (6-6) أن ما نسبته 6.9% من عينة الدراسة يعرفون الألوان وتأثيرها بنسبة أكثر من 90%، 37.2% يعرفون الألوان بنسبة تتراوح بين 80-90%، 33.8% يعرفون الألوان بنسبة تتراوح بين 70-80%، 8.3% يعرفون الألوان بنسبة تتراوح بين 60-70%، بينما 13.8% يعرفون الألوان وتأثيرها بنسبة أقل من 60%.

يوضح هذا الجدول أن ما نسبته 71% و هي النسبة الأكبر من الأشخاص الذين يعتقدون أن لديهم معرفه بالألوان و تأثيرها وهذا يعتبر مؤشر ايجابي في وعي و ثقافه عينه الدراسه المستجيبه للاستبانه.

- جدول 7-6 ادراكات عامة حول تأثيرات الألوان و استخدامها

لا		نعم		البند
%	العدد	%	العدد	
20.7	30	79.3	115	هل تستطيع أن تختار لونا لشخص أو لغرفة على حسب معرفتك بتأثير اللون الذي اخترته؟
8.3	12	91.7	133	هل تعتقد أن الألوان لها تأثير ايجابي وسليبي على مزاجك؟
11.0	16	89.0	129	هل تعتقد ان للالوان تأثير على نشاط الانسان وانتاجه؟
20.0	29	80.0	116	هل تعتقد أن الألوان لها علاقة بعبادات وثقافة كل دولة ؟
31.0	45	69.0	100	هل تعلم أن الألوان تستخدم كعلاج؟
10.3	15	89.7	130	هل تعتقد بأن الألوان تستطيع شرح جزء من شخصية الإنسان؟

يتضح من جدول (6-7) ما يلي:

- 79.3% يستطيعون أن يختاروا لونا لشخص أو لغرفة على حسب معرفتهم بتأثير اللون الذي اختاروه، بينما الباقي 20.7% لا يستطيعون ذلك.
- 91.7% يعتقدون أن الألوان لها تأثير ايجابي وسلي على مزاجهم ، بينما الباقي 8.3% لا يعتقدون ذلك.
- 89.0% يعتقدون أن للألوان تأثير على نشاط الإنسان وإنتاجه ، بينما الباقي 11.0% لا يعتقدون ذلك.
- 80.0% يعتقدون أن الألوان لها علاقة بعادات وثقافة كل دولة ، بينما الباقي 20.0% لا يعتقدون ذلك.
- 69.0% يعلمون أن الألوان تستخدم كعلاج ، بينما الباقي 31.0% لا يعلمون ذلك.
- 89.7% يعتقدون أن الألوان تستطيع شرح جزء من شخصية الإنسان ، بينما الباقي 10.3% لا يعتقدون ذلك.

3_ تحليل أسئلة مجال " ادراكات خاصة باستخدام الألوان و تأثيرها في المطاعم " .

- جدول 6-8 اللون المناسب في صالات الطعام

اللون	العدد	النسبة المئوية %	الترتيب
الأبيض	19	13.1	4
الأحمر	20	13.8	3
الاخضر	17	11.7	6
الأرجواني	2	1.4	10
الأزرق الفاتح	21	14.5	1
الأصفر	6	4.1	8
البرتقالي	19	13.1	4
البنفسجي	3	2.1	9
البنّي	21	14.5	1
البيج	11	7.6	7
النبيتي	2	1.4	10
طوبي	2	1.4	10
كرميدي	2	1.4	10
المجموع	145	100.0	

يتضح من جدول (6-8) أن أكثر الألوان التي تراها عينة الدراسة مناسبة في صالات الطعام هي : الأزرق الفاتح، البني و يليهما اللون الأحمر ثم الأبيض و البرتقالي. لوحظ في الجدول اعلاه ارتفاع أسهم اللون الأزرق الفاتح و البني لدى الأشخاص كأحد الألوان المناسب استخدامه في صالات الطعام و كما هو معروف عن اللون الأزرق الفاتح والبني هي ألوان الاسترخاء والهدوء، يشعر الناس بالارتباط بالطبيعة وهذا هو ما يمنحهم المزيد من الراحة.

- جدول 6-9 لون الإضاءة المفضل في المطاعم

اللون	العدد	النسبة المئوية %	الترتيب
الأبيض المصفر	62	42.8	1
الأحمر	22	15.2	3
الأخضر	4	2.8	7
الأزرق	5	3.4	5
الأصفر	32	22.1	2
البرتقالي	13	9.0	4
البنفسجي	5	3.4	5
البني	1	0.7	8
البيج	1	0.7	8
المجموع	145	100.0	

يتضح من جدول (6-9) أن أكثر ألوان الإضاءة المفضلة لدى عينة الدراسة في المطاعم هي : الأبيض المصفر، الأصفر.

وهذا ما يفسر ان الناس تفضل لون الاضاءه الذي يمنح الشعور بالدفء و الراحة داخل المطعم

- جدول 6-10 لون مفرش الطاولة في المطعم

اللون	العدد	النسبة المئوية %	الترتيب
الأبيض	52	35.9	1
الأحمر	17	11.7	3
الأخضر	4	2.8	6
الأزرق	15	10.3	4
الأسود	2	1.4	10
الأصفر	2	1.4	10

14	0.7	1	البرتقالي
10	1.4	2	البنفسجي
2	17.2	25	البنّي
5	6.2	9	البيج
14	0.7	1	الخمري
14	0.7	1	الذهبي
7	2.1	3	الرمادي
14	0.7	1	الزهري
14	0.7	1	السماوي
14	0.7	1	الكحلي
10	1.4	2	الكرميدي
7	2.1	3	النبيتي
7	2.1	3	الوردي
	100.0	145	المجموع

يتضح من جدول (6-10) أن أكثر الألوان التي تفضلها عينة الدراسة لمفرش الطاولة في المطعم هي : الأبيض، البنّي ، الأحمر ، الأزرق.
يفسر اختيار العينة للون الأبيض كأكثر لون مفضل لمفرش الطاولة لأنه لون يعطي الشعور بالنقاء و النظافة

- جدول 6-11 ادراكات حول أهمية استخدام الألوان و تأثيراه في المطاعم

البند	نعم		لا	
	العدد	%	العدد	%
هل تعتقد أن البيئة الداخلية وخاصة الألوان المستخدمة والاضاءة مهمة في اختيار مطعمك المفضل؟	125	86.2	20	13.8
هل تعلم أن اللون البرتقالي لون يفتح الشهية للطعام؟	67	46.2	78	53.8
هل تعتقد أن الألوان المستخدمة في تصميم المطعم لها دور في نجاح أو فشل المطعم ؟	121	83.4	24	16.6
هل للألوان المستخدمة في المطعم علاقة بطول أو قصر فترة جلوسك؟	100	69.0	45	31.0
هل تعتقد أن الألوان المستخدمة في المطاعم تؤثر في زيادة الشهية لتناول للطعام أو العكس؟	88	60.7	57	39.3

يتضح من جدول (6-11) ما يلي:

- 86.2% يعتقدون أن البيئة الداخلية وخاصة الألوان المستخدمة والإضاءة مهمة في اختيار مطعمهم المفضل، بينما الباقي 13.8% لا يعتقدون ذلك.
- 46.2% يعلمون أن اللون البرتقالي لون يفتح الشهية للطعام، بينما 53.8% لا يعلمون ذلك.
- 83.4% يعتقدون أن الألوان المستخدمة في تصميم المطعم لها دور في نجاح أو فشل المطعم، بينما الباقي 16.6% لا يعتقدون ذلك.
- 69.0% يرون أن للألوان المستخدمة في المطعم علاقة بطول أو قصر فترة جلوسك؟، بينما الباقي 31.0% لا يرون ذلك.
- 60.7% يعتقدون أن الألوان المستخدمة في المطاعم تؤثر في زيادة الشهية لتناول الطعام أو العكس، بينما الباقي 39.3% لا يعتقدون ذلك.

يوضح الجدول السابق بايمان الناس بأهميه الألوان و استخدامها في المطاعم و مدى تأثيرها في اختيارهم لمطعمهم المفضل و علاقته هذه الألوان في طول فتره جلوسهم أو قصرها في المطعم ولكن دون وعيهم نسبيا بماهيه هذه الألوان المناسبة والذي ظهر جليا في السؤال عن معرفتهم حول اللون البرتقالي و تأثيره الفيسيولوجي في زياده الشهية للطعام فكانت النسبه الأكثر لعدم معرفتهم بهذا التأثير.

- جدول 6-12 إلى أي نسبة ممكن أن تؤثر الألوان في فتح الشهية للطعام أو العكس؟

إلى أي نسبة ممكن أن تؤثر الألوان في فتح الشهية للطعام	العدد	النسبة المئوية %
أكثر من 90%	10	11.4
80-90%	26	29.5
70-80%	32	36.4
60-70%	16	18.2
أقل من 60%	4	4.5
المجموع	88	100.0

يتضح من جدول (6-12) أن ما نسبته 11.4% من عينة الدراسة يعتقدون أن الألوان لها تأثير في فتح الشهية بنسبة أكثر من 90%، 29.5% يعتقدون بذلك بنسبة تتراوح بين 80-90%، 36.4% يعتقدون بذلك بنسبة تتراوح بين 70-80%، 18.2% يعتقدون بذلك بنسبة تتراوح بين 60-70%، بينما 4.5% يعتقدون أن الألوان لها تأثير في فتح الشهية بنسبة أقل من 60%. و يفسر هذا الجدول أن ما نسبته 65.9% من عينة الدراسة يعتقدون بأهميه الالوان المستخدمة في التصميم الداخلي للمطاعم و تأثيره في فتح الشهية للطعام أو العكس و هذا ما يصب في اعتقاد الناس ووعيمهم بأهميه اللون وتأثيره

- جدول 6-13 العوامل التي تؤثر على راحة الزبون في المطعم و تساهم في التردد عليه بالاستمرار

الترتيب	العوامل
3	الألوان والإضاءة
5	الموسيقى
4	الرائحة
1	المذاق
2	الخدمة

يتضح من جدول (6-13) أن أكثر العوامل المؤثرة على راحة الزبون في المطعم و تساهم في التردد عليه باستمرار هي: المذاق ومن ثم الخدمة ومن ثم الألوان والإضاءة، ومن ثم الرائحة وأخيرا الموسيقى.

يوضح هذا الجدول أن الأولويه للشعور بالراحه والرضى هي لمذاق الطعام و الخدمة المقدمه و من ثم الألوان و الاضاءه المستخدمان في التصميم الداخلي للمطعم.

4_ تحليل أسئلة مجال "ادراكات خاصة باستخدام الألوان و تأثيرها في المطاعم في مدينة غزة"

- جدول 6-14 هل المستجيب من رواد المطاعم في مدينة غزة؟

هل المستجيب من رواد المطاعم في مدينة غزة؟	العدد	النسبة المئوية %
نعم	105	72.4
لا	40	27.6
المجموع	145	100.0

يتضح من جدول (6-14) أن ما نسبته 72.4% من عينة الدراسة يرتادون المطاعم في مدينة غزة، بينما الباقي 27.6% لا يرتادون المطاعم في مدينة غزة.

يوضح الجدول أعلاه أن النسبة الأعلى للمستجيبين على هذا الاستبيان هم من مرتادي المطاعم بنسبة 72.4% مما يدل على أن الاستجابات جاءت من أشخاص خاضوا تجربة المطاعم وارتادوها لأكثر من مرة، أيضاً هذا مؤشر لضروره الاهتمام في دراسه الألوان و تأثيرها داخل المطاعم لخدمه و راحه هذه النسبه من الناس.

- جدول 6-15 مدى شعور المستجيب بالراحة أثناء جلوسك في المطعم

النسبة المئوية %	العدد	مدى شعور المستجيب بالراحة أثناء جلوسك في المطعم
16.2	17	أكثر من 90%
32.4	34	80-90%
33.3	35	70-80%
11.4	12	60-70%
6.7	7	أقل من 60%
100.0	105	المجموع

يتضح من جدول (6-15) أن ما نسبته 16.2% من عينة الدراسة يشعرون بالراحة أثناء جلوسهم في المطعم بنسبة أكثر من 90%، 32.4% يشعرون بالراحة بنسبة تتراوح بين 80-90%، 33.3% يشعرون بالراحة بنسبة تتراوح بين 70-80%، 11.4% يشعرون بالراحة بنسبة تتراوح بين 60-70%، بينما 6.7% يشعرون بالراحة أثناء جلوسهم في المطعم بنسبة أقل من 60%. يوضح الجدول أعلاه أن ما نسبته 65.7% من الناس يشعرون بالراحة بنسبة 70-90% أثناء جلوسهم و تناولهم للطعام في مدينة غزة و هو مؤشر جيد يعكس مناسبة البيئة الداخليه و تصميمها و مدى تأثيرها على مرتادي المطاعم

- جدول 6-16 ادراكات حول استخدام الألوان و تأثيرها في مطاعم مدينة غزة

البند	نعم		لا	
	العدد	%	العدد	%
هل تعتقد أن هناك توازن و تكامل في اختيار الألوان في المطاعم في مدينة غزة؟	70	48.3	75	51.7
هل استخدام الألوان في مطاعم غزة مناسب لنوع و طبيعة الخدمة المقدمة في المطعم؟	82	56.6	63	43.4
هل تعتقد أن هناك دراسه للاضاءة الداخليه في مطاعم مدينة غزة؟	47	32.4	98	67.6

(في الفراغات المغلقة)؟				
12.4	18	87.6	127	هل تعتقد أن أحواض النباتات الخضراء عنصر مهم وجوده في تصميم المطاعم؟
55.2	80	44.8	65	هل توافق ان هناك وعي و ادراك عند الناس في مدينة غزة بأهميه التصميم الداخلي واختيار الألوان و الاضاءة
29.0	42	71.0	103	هل تعتقد أن ألوان الواجهات الخارجيه و مداخل المطاعم في مدينة غزة يعتبر جذابا بشكل عام ؟
16.6	24	83.4	121	هل توافق أن هناك تطورا في التصميم الداخلي للمطاعم في مدينة غزة؟

يتضح من جدول (6-16) ما يلي:

- 48.3% يعتقدون تعتقد أن هناك توازن و تكامل في اختيار الألوان في المطاعم في مدينة غزة ، بينما 51.7% لا يعتقدون ذلك.
- تدل هذه النسبه على ان المطاعم في مدينه غزه لن تصل الى مستوى التكامل و التوازن الأمثل في استخدام الألوان و تأثيرها وهذه نتيجة منطقيه
- 56.6% يرون أن استخدام الألوان في مطاعم غزه مناسب لنوع و طبيعة الخدمة المقدمة في المطعم، بينما 43.4% لا يرون ذلك.
- تدل هذه النسبه على ان استخدام الألوان في مطاعم في مدينه غزه يدل ويعبر على نوع و طبيعه الخدمه المقدمة.
- 32.4% يعتقدون أن هناك دراسة للإضاءة الداخلية في مطاعم مدينة غزة (في الفراغات المغلقة)، بينما 67.6% لا يعتقدون ذلك.
- بحسب هذه النسبه يعتقد الناس أن الاضاءه الداخليه المستخدمه في المطاعم غير مدروسه بالشكل المطلوب.
- 87.6% يعتقدون أن أحواض النباتات الخضراء عنصر مهم وجوده في تصميم المطاعم ، بينما الباقي 12.4% لا يعتقدون ذلك.
- تعتقد النسبه الأكبر من العينة على أهميه وجود النباتات الخضراء في صالات الطعام.
- 44.8% يوافقون على أن هناك وعي و إدراك عند الناس في مدينة غزة بأهمية التصميم الداخلي واختيار الألوان و الإضاءة ، بينما 55.2% لا يوافقون على ذلك.

- تدل هذه النسبة على أن الناس لازالت بحاجة الى التوعيه و نشر ثقافه الاهتمام بالألوان و التصميم الداخلي و الاضاءة
- 71.0% يعتقدون أن ألوان الواجهات الخارجية و مداخل المطاعم في مدينة غزة يعتبر جذابا بشكل عام ، بينما الباقي 29.0% لا يعتقدون ذلك.
- النسبة الأكبر من العينه المدروسه يعتقدون أن الألوان المختاره للواجهات الخارجيه للمطاعم تعتبر جذابه و هذا مؤشر ايجابي .
- 83.4% يوافقون على أن هناك تطورا في التصميم الداخلي للمطاعم في مدينة غزة ، بينما الباقي 16.6% لا يوافقون على ذلك.
- النسبة الأكبر من العينه المدروسه يوافقون على أن هناك تطورا في التصميم الداخلي للمطاعم في مدينة غزة وهذا يؤكد على شعورهم بالارتياح أثناء وجودهم في المطعم.

2-6 النتائج

- عملية اختيار الألوان سلاح ذو حدين يجب ان تكون متوازنه في مساحه الألوان و قيمتها ووزنها.
- هناك العديد من العوامل المؤثرة في اختيار اللون أهمها العامل الوظيفي، والمناخي وألوان البيئة المحيطة والذوق الفردي لأطراف العمل المعماري. كما ويؤثر على عملية اختيار اللون عادات الشعوب وتقاليدها، والمنطقة والبلد، والمهنة والعمل.
- عملية اختيار الألوان عمليه غير مكلفه تحتاج لدراسه مسبقه فقط.
- شكل و تصميم البيئة الداخلية للمكان من أهم ما يربط الانسان بالمكان و اعاده التردد عليه أكثر من مره.
- البيئه الداخليه للمكان و باليته الألوان و الاضاءة المستخدمه في المطاعم من العناصر الهامة و المؤثره لجذب الزبائن و راحتهم في المكان و لكنها ليست الأهم فهي تأتي بعد مذاق الطعام المقدم و الخدمة المقدمه في المطعم.
- هناك نهضة ثقافيه نسبية ملحوظه في مدينة غزه من ناحية اختيار واستخدام الألوان في المطاعم وواجهاتها الخارجية.
- عملية اختيار الألوان في المطاعم جزء رئيسي من عوامل نجاح أو فشل المشروع
- هناك ادراك ووعي عند الناس في أهميه الألوان المستخدمه في التصميم الداخلي للمطاعم و تأثيره في فتح الشهيه للطعام أو العكس.

- قله ادراك الناس و معرفتهم في ماهية باليتة الألوان المناسبة في المطاعم و تأثيرها في فتح الشهية للطعام مثل (اللون البرتقالي).
- لا يوجد مراجع أو مصادر رسمية تحكم عملية اختيار الألوان في تصميم المطاعم في مدينة غزة مثل الهيئة الفلسطينية للمطاعم و الفنادق و الخدمات السياحية ولكن حسب الحالات الدراسية المحلية تبين أنه يوجد اجتهادات شخصيه و كوادر هندسية قادرة على اختيار الألوان حسب اسس سليمة.
- مما لاشك فيه ان التطور التكنولوجي له أثر مباشر على عملية اختيار الألوان سواء في عملية التصميم من خلال مشاهده الرسومات ثلاثيه الأبعاد الملونه والتي تساعد على عمل و دراسه التصور اللوني للمكان قبل عملية التنفيذ، أو في عملية التنفيذ من خلال خلط الألوان الالي بدقه جيدة من خلال الكمبيوتر وحسب أرقام معينه تحدد كل لون.
- هناك عده عوامل تؤثر على عملية اختيار الألوان في المطاعم مثل نوع الخدمة المقدمة و ثقافه و أصل الوجبات المقدمة و حجم المكان.
- لا يوجد تصنيف رسمي للمطاعم من حيث نوع الخدمة المقدمة من أي جهه رسمية في قطاع غزة.

3-6 تقييم فرضية البحث

وأخيراً وبعد تحليل البعد اللوني للفراغات الداخلية في عينة من مطاعم مدينة غزة وبالرصد الميداني ومقابلة المختصين و مقارنتها بمطاعم عالمية من خلال هذه الدراسة ، ثبتت عكس فرضية البحث " أنة لوحظ الاهتمام في اختيار باليتة الألوان المناسبة و الاخذ بعين الاعتبار التأثير السيكولوجي للألوان المستخدمة في تصميم الفراغات الداخلية في هذه المطاعم بما يتناسب مع الوظيفة و الخدمات المقدمة في كل فراغ و تفاعل المستخدمين داخل هذا الفراغ. ومع ذلك فان هناك توصيات ترنقي بالبعد اللوني و تدعم التطوير في مجال استخدام الألوان و تأثيرها داخل المطاعم وهذه التوصيات يمكن اجمالها في البند التالي 4-6

4-6 التوصيات

- توصي الدراسة بضرورة تذكير القائمين على هذه المشاريع و المختصين على ضرورة ربط مفهوم القيمة الاقتصادية والتجاريه بالقيمة الفنيه و السيكولوجية في عملية اختيار الألوان في المطاعم، بحيث أن الفائدة تكون متبادله بين الزبون في راحتة و استرخاءه و بين المالك في زياده الاقبال على مشروعة و بالتالي نجاحة وزيادة دخله

- تطوير المعرفة المتعلقة في اختيار الألوان من خلال تكثيف الدراسات و عمل محاضرات علميه وورش عمل تختص في هذا المجال .
- استغلال المعاني العميقة للألوان في خلق التأثير السيكولوجي الايجابي على الانسان و البعد عن التأثيرات السيكولوجيه السلبية التي تنتج عن الاستخدام الخاطيء للألوان
- ينصح بزيادة اللون الأخضر في المطاعم من خلال زيادة النباتات الخضراء و الذي يزيد من الشعور بالراحة وطمأنينة في المكان
- يجب أن يتم اختيار الألوان على اساس دراسة نظرية الألوان بحيث تكون ذات علاقة بفكره المكان و التصميم لتناسب مشاعر و أحاسيس الزبائن و الضيوف ولا تكون حسب ما يرى المالك و ما هي ألوانه المفضلة.
- تصميم و اعتماد مرجع و مصدر لمعايير اختيار الألوان في المطاعم بما يتناسب مع الخدمة المقدمة في المطعم و يكون تحت اشراف هيئة رسمية مثل الهيئة الفلسطينية للمطاعم و الفنادق و الخدمات السياحية.
- عمل تصنيف واضح للمطاعم الموجوده في قطاع غزة حسب نوع الخدمة المقدمة.
- توعيه الناس وتعريفها بالألوان و تأثيرها السيكولوجي و الفسيولوجي على النفس البشرية.

- الحسن ،د.م.نوبي . 2007. ،الفراغ المعماري من الحداثة الى التفكير-رؤية نقدية .مجلة العلوم الهندسية، كلية الهندسة، جامعة أسيوط، مصر ،المجلد .(3)35
- الحسن، د. م. نوبي، 2001. نظريات العمارة. 2 المحرر مكان غير معروف:اسم غير معروف
- الحمصي، أنطوان.، 1987. علم النفس العام. ج2 المحرر دمشق: جامعة دمشق.
- الدملخي، إبراهيم.، 1983. الألوان نظريا وعمليا. الطبعة الأولى المحرر حلب، سورية: مطبعة الكندي.
- السمنودي، جمال السيد.، 2010. سيكولوجية استخدام اللون في معالجة حيز العمارة الداخلية بالمباني المركبة دراسة تطبيقية بجامعة عجمان)، المنيا-مصر
- الكحيل، م. عبد الدائم.، 2006. روائع الإعجاز النفسي في القرآن الكريم. حمص، سوريا: دار مهارات للنشر.
- جرجيس، سعد محمد.، 2006. سيكولوجية الإدراك وتأثيرها على تصميم الفضاءات الداخلية+. مكان غير معروف:اسم غير معروف
- سكيك، سمير.، 2013. نائب رئيس مجلس ادارة الهيئة الفلسطينية للمطاعم و الفنادق و الخدمات السياحية [مقابلة] 2013.
- شقفة، د. عطا أحمد.، 2010. مقال سيكولوجية اللون. دنيا الراي.
- كنسارا، طلال.، 2012. تصنيفات المطاعم الأساسية. مجلة قيم.
- محسن، د. عبد الكريم.، 2010. البعد النفسي والفسولوجي للألوان في المباني العلاجية. غزة - فلسطين
- دبس وزيت، حسلم. و معاد، د. عبد الرزاق.، 2008. البعد الوظيفي و الجمالي للألوان في التصميم الداخلي المعاصر. مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية المجلد الرابع والعشرون، الاصدار 2.

- Allan, D., 2013. Theory of the Color Wheel.
Available at: http://webclipart.about.com/od/Categories/ss/Theory-Of-The-Color-Wheel_3.htm
- Anon., 2013. Kebutuhan Informasi Tuntut Perpustakaan Berinovasi.
Available at:
<http://perpustakaan.narotama.ac.id/2013/09/21/kebutuhan-informasi-tuntut-perpustakaan-berinovasi/>
- Anon., 2013. Kfc Restaurant in Kentucky Fried Chicken.
Available at: <http://www.answers.com/mt/kfc-restaurant#>
- architectural online magazine, 2011. SHH | McDonald's Flagship Restaurant.
Available at: <http://www.architectural.com/shh-mcdonald%E2%80%99s-flagship-restaurant/>
- Bertaut ,L .2011 ,.Welcome to Chakralicious.
Available at :<http://chakralicious.com/wp-content/uploads/2011/10/Chakra-Chart1.jpg>
- blige ,S .2013 ,.Luxurious Office Meeting room Decorating.
Available at :
<http://afaeryorchardproject.blogspot.com/2013/05/amazing-luxury-conference-room.html?m=0>
- CLASS, M., 2013. Basic Color Terminology.
Available at: <http://mrsandersclass.weebly.com/color-resource-guide.html>
[Accessed 9 12 2013].
- Cox, A., n.d. Andrew Cox | Interior Design and Architecture.
Available at: <http://www.andrewcoxinteriors.com/office-interior/Reuters>

- Dave, 2008. Nu Asia Restaurant in Bahrain by SHH. [Online]
Available at: <http://www.contemporist.com/2008/11/21/nu-asia-restaurant-in-bahrain-by-shh/>
- drifters, 2011. On the strange disappearance of semi-spaces in London.
Available at: <http://drifters.wordpress.com/2011/07/01/on-the-strange-disappearance-of-semi-spaces-in-london/>
- Eiseman ,L .2000 ,.Design Principles and Problems
Available at :
<http://www.mmlab2.rlc.dcccd.edu/artc1353n03/Assignments/unit1/Color.html>
- Hemani, S. & Punekar, R. M., 2009. Colour Interaction and Color Effects.
Available at: <http://www.dsource.in/course/colour-theory/colour-interaction/colour-interaction.html>
- <http://www.socialh.com/choosing-colors-for-your-business-or-website/>, 2011. Choosing colors for your business or website.
Available at: <http://www.socialh.com/choosing-colors-for-your-business-or-website/>
- MacArthur, A., 2013. The Best Restaurant Colors. [Online]
Available at: <http://blog.swipely.com/marketing/the-best-restaurant-colors-according-to-color-experts#sthash.mT7l4d8A.dpuf>
[Accessed 1 6 2013].
- Marie ,L .2009 ,.Nature's Color Palette .
Available at :<http://creativecurio.com/2007/09/natures-color-palette/>

- Ozler, L., 2008. SHH Revamp Russian Teaspoon.
Available at: <http://www.dexigner.com/news/15565>
- Rubinstein, A., 2001. Virtual tour of some Interior Designs by Adam Rubinstein of One Dream Design.
Available at: <http://www.onedreamdesign.com/humanspace/vt.shtml>
- SHH Architects, S. I. d., 2008. Nu Asia. [Online]
Available at: <http://www.shh.co.uk/commercial-interiors-and-branding/nu-asia/#>
- shh, 2013. SHH Architects Interior Designer.
Available at: <http://www.shh.co.uk/>
- Wong, B., 2010. Nature Methods 7,573.
Available at:
<http://www.nature.com/nmeth/journal/v7/n8/full/nmeth0810-573.html#author-information>
- www.2interior-design.com, 2013. dining rooms.
Available at: <http://2interior-design.com/the-interior-design-of-abercrombie/>
- www.buzzintown.com, 2013. Chillies Restaurant.
Available at:
<http://www.buzzintown.com/hyderabad/restaurants/chillies-restaurant-kukatpally/segment--photo/id--32525.html>
- www.decodir.com, n.d. Fashion Store Interior Ideas – Miss Sixty by Borruso Design.
Available at: <http://www.decodir.com/fashion-store-interior-ideas-miss-sixty-by-borruso-design/1367/>
[Accessed 9 12 2013].
- www.designwagen.com, 2013. Modern Italian Fine Dining Restaurant Interior Design of Phil's Italian Steakhouse, Las Vegas

Furnishings.

Available at: <http://www.designwagen.com/modern-italian-fine-dining-restaurant-interior-design-of-phils-italian-steakhouse-las-vegas/modern-italian-fine-dining-restaurant-interior-design-of-phils-italian-steakhouse-las-vegas-furnishings/>

- www.renaissancelasvegas.com, n.d. Renaissance Las Vegas.
Available at: <http://www.renaissancelasvegas.com/dinings/envy-steakhouse.aspx>
[Accessed 12 9 2013].
- www.tripadvisor.com, 2013. Smoky Shadows Lodge.
Available at: http://www.tripadvisor.com/Restaurant_Review-g49313-d514388-Reviews-Smoky_Shadows_Lodge-Maggie_Valley_North_Carolina.html

ملحق

استبيان الدراسة

The Islamic University of Gaza
Deanship of Graduate Studies
Engineering Faculty
Architecture Dep.



الجامعة الإسلامية-غزة
عمادة الدراسات العليا
كلية الهندسة
قسم العمارة

ماجستير هندسة معمارية الموضوع: استبيان لبحث علمي

مقدمة

تم عمل هذا الاستبيان للحصول على بعض المعلومات المهمة لدعم البحث المقدم لنيل درجة الماجستير في الهندسة المعمارية بعنوان: " التأثير السيكولوجي للألوان على تصميم الفراغ المعماري داخل المطاعم في مدينة غزة "

أرجو المساهمة في تعبئة هذا الاستبيان حسب رؤيتكم الخاصة

معلومات شخصية:

الاسم (اختياري):

الدرجة العلمية:

المسمى الوظيفي:

العمر:

مكان السكن:

الجنس:

2013 ديسمبر

1- ادراكات عامة بالألوان و تأثيرها

					1	ما هو اللون المفضل لديك في حاجاتك الخاصة؟
					2	ما هو اللون الغير مفضل لديك؟
					3	ما هو اللون الذي يشعرك بالاسترخاء و الراحة داخل الفراغ؟
أقل من %60	-60 %70	-70 %80	-80 %90	أكثر من %90	4	ما مدى معرفتك بالألوان و تأثيرها ؟
لا	نعم				5	هل تستطيع أن تختار لونا لشخص أو لغرفة على حسب معرفتك بتأثير اللون الذي اخترته؟
لا	نعم				6	هل تعتقد أن الألوان لها تأثير ايجابي وسلبى على مزاجك؟
لا	نعم				7	هل تعتقد ان للالوان تأثير على نشاط الانسان و انتاجه؟
لا	نعم				8	هل تعتقد أن الألوان لها علاقة بعادات وثقافة كل دولة ؟
لا	نعم				9	هل تعلم أن الألوان تستخدم كعلاج؟
لا	نعم				10	هل تعتقد بأن الألوان تستطيع شرح جزء من شخصية الانسان؟

2- ادراكات خاصة باستخدام الألوان و تأثيرها في المطاعم

					1	اذكر لونين مختلفين تعتقد أن استخدامهم مناسب في صالات الطعام
					2	ما هو لون الاضاءة المفضل اليك في المطاعم؟
					3	ماذا تفضل أن يكون لون مفرش الطاولة في المطعم؟
لا	نعم				4	هل تعتقد أن البيئة الداخلية وخاصة الألوان المستخدمة والاضاءة مهمة في اختيار مطعمك المفضل؟
لا	نعم				5	هل تعلم أن اللون البرتقالي لون يفتح الشهية للطعام؟
لا	نعم				6	هل تعتقد أن الألوان المستخدمة في تصميم المطعم لها دور في نجاح أو فشل المطعم ؟
لا	نعم				7	هل للألوان المستخدمة في المطعم علاقه بطول أو قصر فترة جلوسك؟
لا	نعم				8	هل تعتقد أن الألوان المستخدمة في المطاعم تؤثر في زيادة الشهية لتناول للطعام أو العكس؟
أقل من	-60	-70	-80	أكثر من	9	إذا كانت إجابتك " نعم" في السؤال السابق إلى أي

				%90	%90	نسبة ممكن أن تأثر الألوان في فتح الشهية للطعام؟
الخدمة	المذاق	الرائحة	الموسيقى	الألوان والإضاءة	رتب العوامل الاتيه تصاعديا (من 1-5) من الأهم الى الأقل أهميه حسب اعتقادك في تأثيرها على راحة الزبون في المطعم و تساهم في التردد عليه بالاستمرار	10

3- ادراكات خاصه باستخدام الألوان و تأثيرها في المطاعم في مدينة غزة

						هل أنتا من رواد المطاعم في مدينة غزة؟	1
						إذا كان جوابك نعم في السؤال السابق: ما مدى شعورك بالراحة أثناء جلوسك في المطعم؟	2
						هل تعتقد أن هناك توازن و تكامل في اختيار الألوان في المطاعم في مدينة غزة؟	3
						هل استخدام الألوان في مطاعم غزه مناسب لنوع و طبيعة الخدمة المقدمة في المطعم؟	4
						هل تعتقد أن هناك دراسه للإضاءة الداخليه في مطاعم مدينة غزة (في الفراغات المغلقه)؟	5
						هل تعتقد أن أحواض النباتات الخضراء عنصر مهم وجوده في تصميم المطاعم؟	6
						هل توافق ان هناك وعي و ادراك عند الناس في مدينة غزة بأهميه التصميم الداخلي واختيار الألوان و الإضاءة؟	7
						هل تعتقد أن ألوان الواجهات الخارجيه و مداخل المطاعم في مدينة غزة يعتبر جذابا بشكل عام ؟	8
						هل توافق أن هناك تطورا في التصميم الداخلي للمطاعم في مدينة غزة؟	9
						ما هو مطعمك المفضل من ناحية الشعور بالراحه و الاستمتاع أثناء تناول الطعام؟	10

شكرا لتعاونكم
الباحث: م. إبراهيم مروان المهدي