

جامعة دمشق
كلية الهندسة المعمارية

مركز الفني للإعلان

مذكرة نظرية أعدت لنيل إجازة في الهندسة المعمارية

إعداد الطالب

منار عثمان

بإشراف

د.م. مزيد العبد الله

د.م. مأمون الفحام

د.م. جميل فتنة

٢٠٠١-٢٠٠٠

٥٠١
٧٧٧
ع ٧٧
٧

في أطلال مصر القديمة وجد المستكشفون
لافتات تعلن عن مكآفات لعودة العبيد الأبقين.

وفي أطلال المدينة الإيطالية بومبي اكتشف
رجال الآثار إعلانات سياسية مكتوبة بالطلاع
على الجدران على طول الشوارع وعليها هذه
الكتابات «انتخبوا سيسرون صديق الشعب».

فالإعلان قديم قدم الحضارة ذاتها

مركز الفني للإعلان



المركز الفني للإعلان لماذا...؟

في عصر العولمة تطرح مسألة البحث عن الذات والهوية نفسها لتشكل

واحدة من أهم تحديات العصر التي تواجه الإنسان العربي في وقتنا الراهن.

وهنا تبرز أهمية الإعلان كشكل من أشكال المواجهة لما له أثر عميق في

التأثير على العقل والسيطرة عليه فهو سلاح قوي يمتد تأثيره بدءاً من النواحي

السياسية والاقتصادية وحتى الثقافية والفكرية منها.

لقد وعى الغرب أهمية الإعلان كأداة تغير وسيطرة فاجتاح بلادنا بشكل

مخيف وبأنماط استهلاكية لم تألفها بيئتنا العربية وصولاً إلى السيطرة الفكرية

فكان لا بد لنا من إيجاد بديل حضاري أكثر قرباً والتصاقاً بمجتمعاتنا كتأسيس

منشآت وطنية عربية تضلع بهذا المضمار من الاتصالات السمعية والبصرية

مستخدمة أحدث تقنيات العصر... موظفة أفضل طاقاتها الفنية والإبداعية في

خدمة الوطن فتكون بذلك واجهة إعلانية ذات بعد حضاري تقدمي ومن هنا

كانت الفكرة في إنشاء مركز فني للدعاية والإعلان.

المركز الفني للإعلان

موقع المشروع :

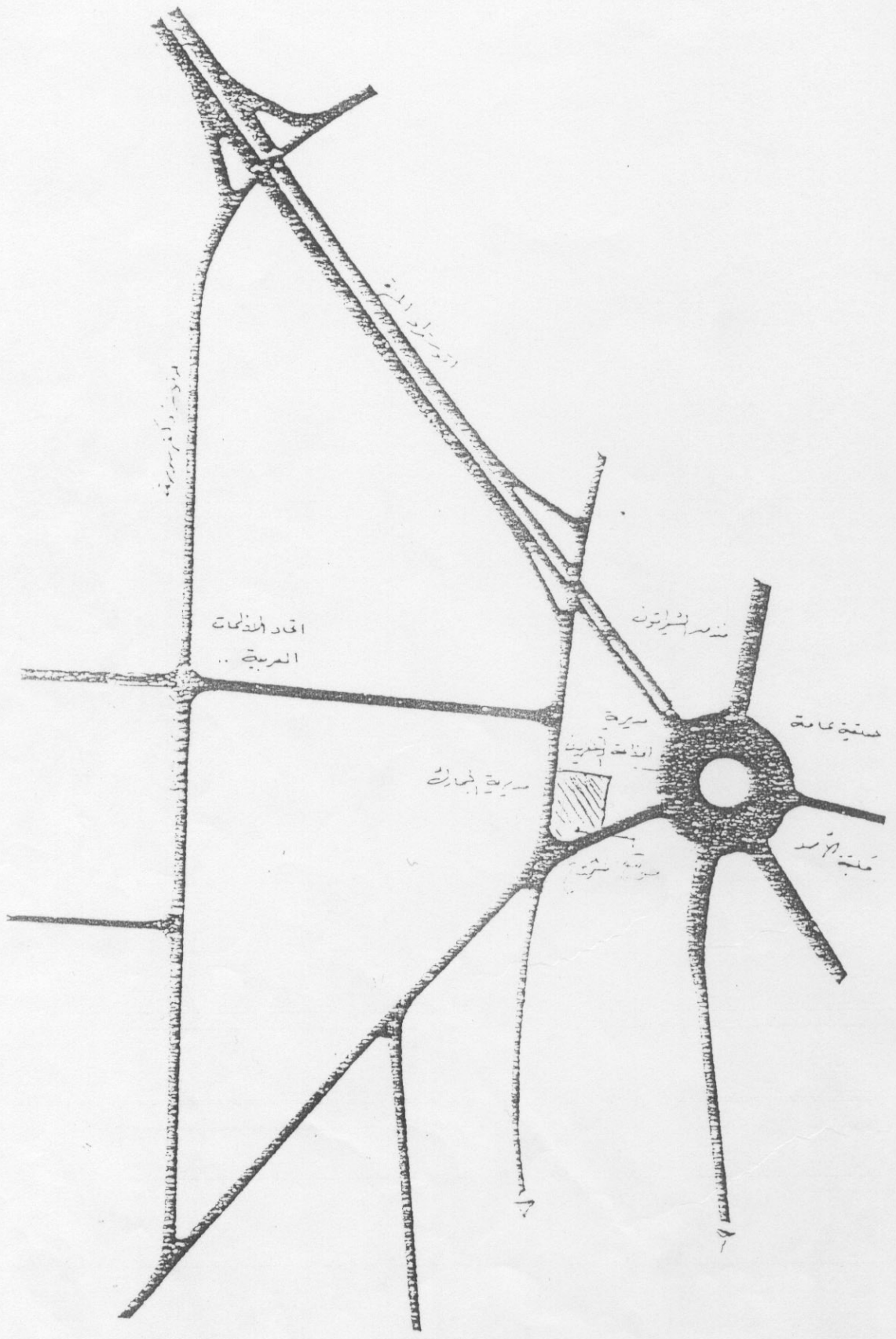
تقع أرض المشروع في منظمة الجمارك وتطل على ساحة الجمارك.

صفات الموقع :

- ١- يشرف الموقع على ساحة الجمارك وهي ساحة عمرانية هامة تتميز بوجود حركة كثيفة للمشاة والتقاء عدة محاور حركية للسيارات.
- ٢- قرب الموقع من ساحة الأمويين (أكبر ساحة في مدينة دمشق).
- ٣- مجاورة الموقع لمبنى الإذاعة والتلفزيون حيث يعد امتدادا وظيفيا له.

تتميز الأرض بمايلي :

- الميول الواضح للأرض حيث أن ساحة الجمارك أعلى ارتفاعا من ساحة الأمويين.
- وجود عنصر مائي فرعي من نهر بردى (القنوات وبانياس).
- مرور سكة قطار بأرض الموقع.
- مساحة الأرض حوالي ١٥٠٠٠ م^٢.



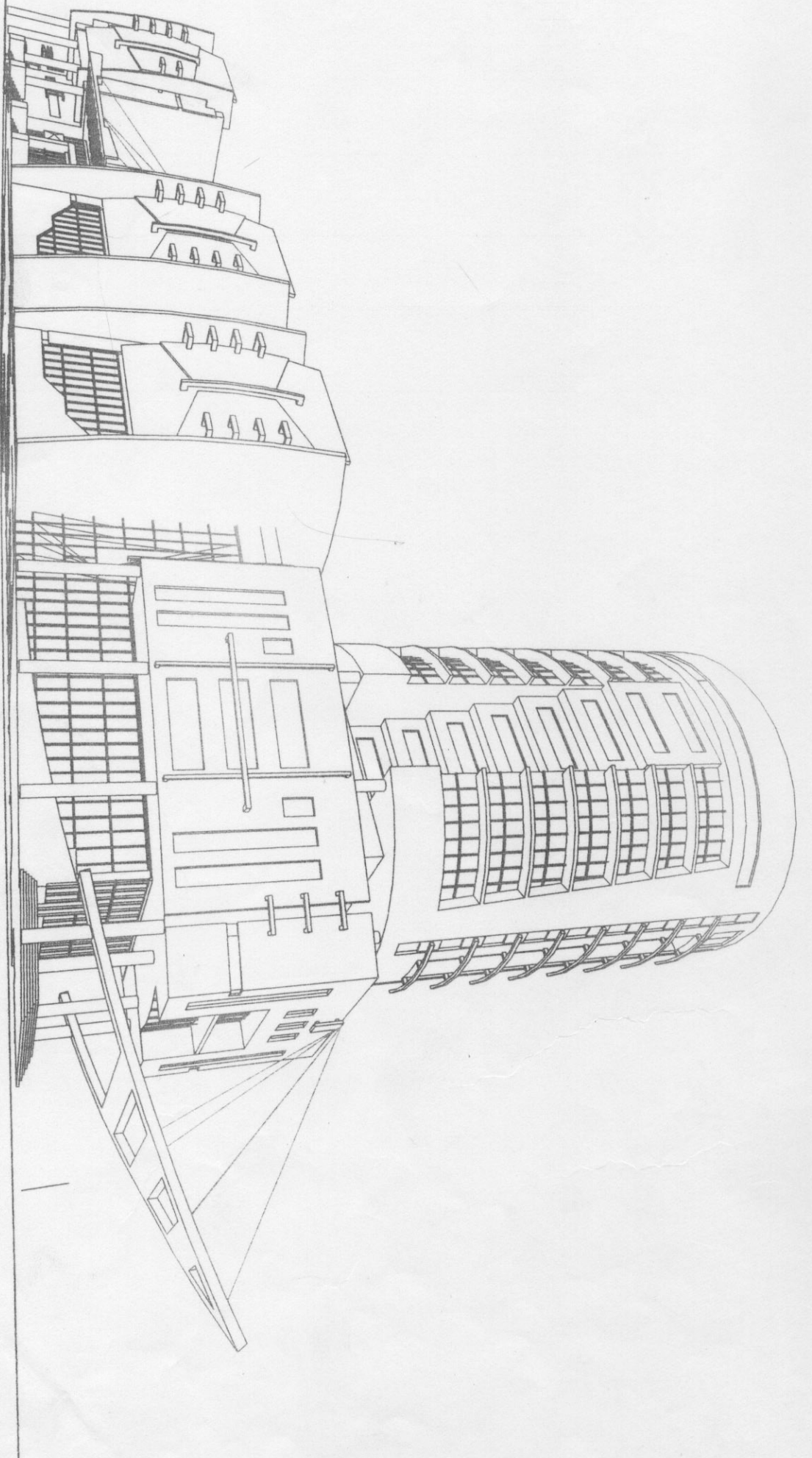
أقسام المركز:

يتألف المركز من الأقسام التالية:

- ١- قسم الجمهور.
- ٢- القسم الإداري.
- ٣- القسم الثقافي الإعلاني.
- ٤- قسم الإنتاج الدعائي والفني.
- ٥- المجلة.
- ٦- المكاتب الاستثمارية.
- ٧- قسم الخدمات العامة.

وظيفة المركز:

- ١- استخدام المركز من حيث تصميم وتصوير الدعاية والإعلان.
- ٢- الامتداد الوظيفي لمبنى الإذاعة و التلفزيون من حيث استخدام الاستديوهات في التسجيل والتصوير .
- ٣- الإصدار الدوري لمجلة تغطي كافة منتجات البلد في كافة المجالات.
- ٤- دعم الإعلام الوطني.



أولاً : قسم الجمهور :

(أ) البهو الرئيسي: ٣٥٠م^٢ ويحتوي على:

- ركن استعلامات.

- كونتوار لخدمات الجمهور والمعلنين.

(ب) قسم بيع منتجات دعاية وإعلان ومجلات..

(ج) صالة عرض دائمة خاصة بمنتجات المركز (٣٠٠ - ٣٥٠م^٢)

(د) صالتي عرض مؤقتة للإيجار (٣٥٠ - ٥٠٠م^٢)

ثانياً : القسم الإداري :

(أ) الإدارة العامة:

- مدير عام واجتماعات وسكرتارية (١٠٠م^٢)

- مكتب فني للاستشارات الإعلانية (٥٠م^٢)

- صالة عرض سلايدات وفيديو (٧٥ - ١٠٠م^٢)

- مستودع يلحق بالصالة + خدمات

(ب) العلاقات العامة

(ج) المحاسبة والديون والذاتية (٧٥ - ١٠٠م^٢)

(د) الدائرة القانونية + قسم الرقابة (١٠٠ - ١٥٠م^٢)

ثالثا: القسم الثقافي الإعلاني : ٣٥

وهو قسم تدريبي تعليمي تنقيفي (ندوات - محاضرات - نشاطات - دراسات) ويتألف من:

(أ) القسم التعليمي:

- صالتي تدريس ومحاضرات (١٠٠ - ٢٠٠ م^٢)
- صالة تصوير وعرض سلايدات وفيديو (٧٥ - ١٠٠ م^٢)

(ب) المكتبة:

- صالة مطالعة عامة (٢٥٠ م^٢)
- صالات سمعية (١٠٠ م^٢)
- مكتبة CD (١٢٠ م^٢)

(ج) قسم الكمبيوتر:

- صالة تصميم على الكمبيوتر (٢٥٠٠ م^٢)
- صالة انترنت (١٠٠ م^٢)
- مستودعات

رابعا : القسم الفني :

ويشمل الإنتاج الدعائي والاستوديوهات

أ- قسم الإنتاج الدعائي:

- قسم الإنتاج الإعلامي التلفزيوني والسينمائي
- قسم الإنتاج الإعلامي الإذاعي

- قسم إنتاج الإعلانات المقروءة

ب- قسم الإنتاج الفني:

- استديو الجمهور ويستخدم للاستثمار بالحفلات (٤٠٠ - ٢٥٠٠ م^٢)

- استديو التصوير (٤٠٠ - ٢٥٠٠ م^٢)

- استديو تسجيل الأغاني (٢٥٠ م^٢)

- استديو المونتاج (٢٥٠ م^٢)

- غرف المكساج والمكياج والمونتاج والخدمات والممثلين (٢٠٠ م^٢)

- مستودعات ملحقة

ج) الورشات:

- ورشة ديكور (١٥٠ - ٢٠٠ م^٢)

- ورشة نجارة (١٠٠ م^٢)

- ورشة نحت (١٠٠ م^٢)

- ورشة تنجيد (٧٥ م^٢)

- ورشة دهانات (٥٠ م^٢)

- ورشة خياطة وورشنة قص شعر وحلاقة (١٠٠ م^٢)

خامسا : المجلة :

(أ) إدارة المجلة:

- رئيس التحرير + سكرتارية + موظفون إداريون + (١٠٠ - ١٥٠ م^٢)
- محررون - كتاب - مهندسو إعلان - رسامون - كومبيوتر (٢٠٠ - ٣٠٠ م^٢)
- الأرشيف ٣٠٠ م^٢

(ب) قسم الطباعة:

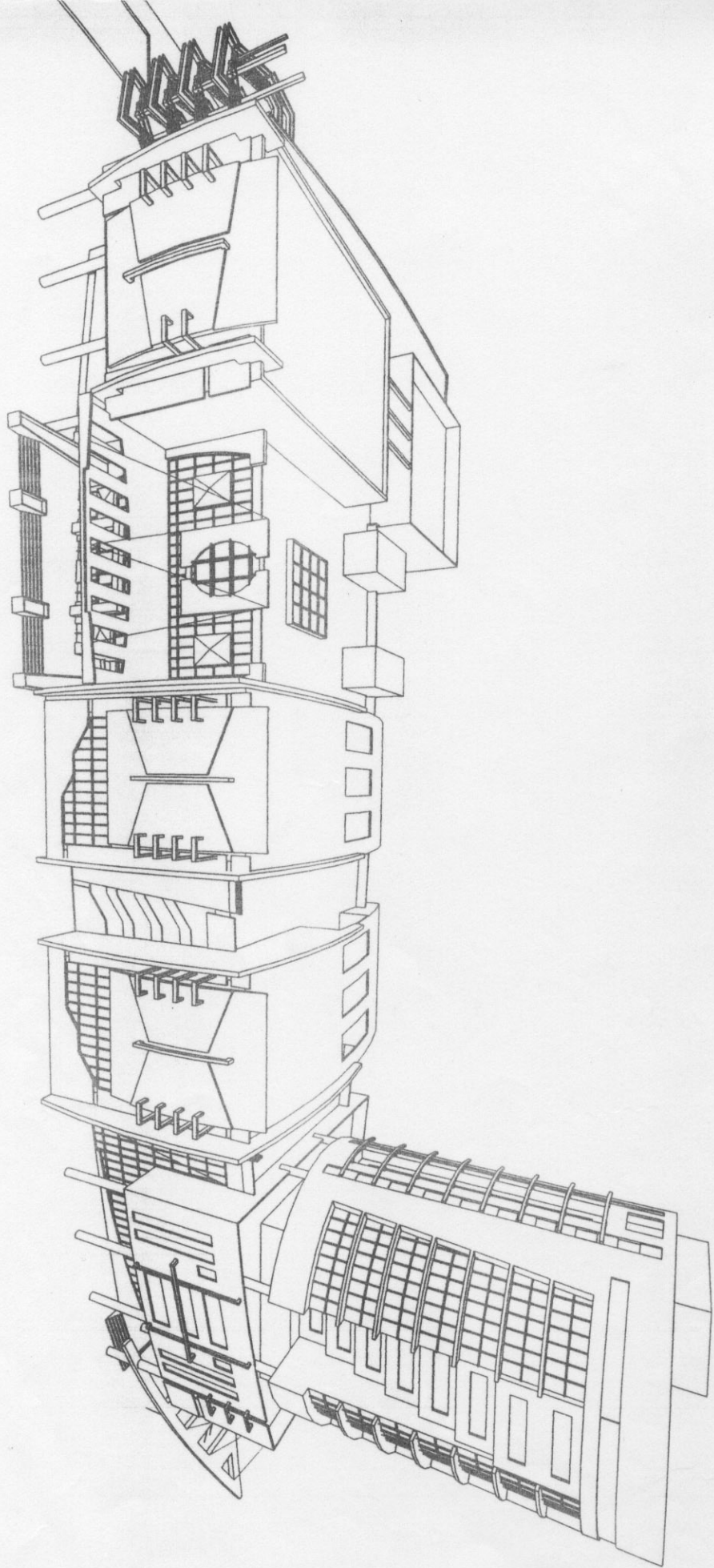
- بهو الدخول + خدمات + مشالح وأدواش واستراحة عمال ١٠٠ - ١٥٠ م^٢
- مستودعات (ورق - منتجات الطباعة. (١٥٠ - ٢٠٠ م^٢)
- فراغ الطباعة (أوفست - تيبو - حراري) (٣٥٠ - ٤٠٠ م^٢)
- القص والتجليد (١٠٠ م^٢)
- إدارة المطبعة (٧٥ - ١٠٠ م^٢)

سادسا : المكاتب الاستثمارية :

وهي مكاتب إعلانات استثمارية تعود لصالح المكتب وتتوزع من حيث الوظيفة إلى مكاتب الإعلان والدعاية والتصميم ووكالات الإعلان وشركات معلنة داخليا وخارجيا بمساحات متنوعة (٦٠ - ١٥٠ م^٢ لكل مكتب)

سابعا : قسم الخدمات العامة :

- مستودعات دائمة.
- غرف الأجهزة الميكانيكية/ تدفئة وتكيف (٢٠٠ م^٢)
- مولدات احتياطية (٥٠ م^٢)
- مواقف سيارات.



الإعلان

إن الإعلان هو فن التعريف: إذ يعاون المنتج على تعريف المستهلك المرتقب بسلعة أو خدماته كما يعاون المستهلك على التعرف على احتياجاته وكيفية إشباعها.

ومن أحسن التعاريف في ذلك، أنه مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية و المسموعة على الجمهور بفرض حثه على شراء سلع أو خدمات أو من أجل سوقه إلى التقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشآت معلنة عنها.

وعلى ذلك يمكن بصورة عامة - أن نحدد للإعلان وظيفتين واضحتين، أولهما: حث المستهلكين المرتقبين على اقتناء السلع أو الشراء الخدمات والثانية تهيئة هؤلاء المستهلكين لتقبل السلع أو الخدمات أو الأفكار أو الأشخاص أو المنشآت.

كيفية تطور الإعلان

حتى ظهور المبيعات بالجملة والوفرة في القرن التاسع عشر لعب الإعلان دوراً ثانوياً في تنظيم الأعمال التجارية، وفي أيام الإغريق والرومان الأولى كانت اللافتات توضع فوق أبواب المحال والمؤسسات، وينادي المنادون في المدن بأن التجار لديهم أشياء و سلع معينة للبيع وكانت هذه مجرد وسائل لجذب العملاء نحو محل بالمقارنة إلى الإعلان الحديث ووسائل البيع وعرض السلع.

وباختراع الطباعة استخدمت الإعلانات المكتوبة باليد ثم اللافتات ثم الصحف اليومية لزيادة الكميات وذلك بالإعلان عن المنتجات و بازدهار التجارة ظهرت الإعلانات بنسب ضخمة وما أن زاد توزيع الصحف والمجلات وتحققت وسائل فنية جديدة متقدمة في بداية القرن العشرين طور الإعلان شعارات جديدة وظهر محررون وفنانون أكاديميين وتحسنت وسائل تحليل المنتجات وطريقة الإعلان والأسواق.

أن ازدهار الاقتصاد بعد الحرب العالمية الثانية جاء بنمو سريع في جميع مجالات الإعلان وبرز التليفزيون كوسيلة تنمية على جانب من الأهمية ليؤثر على الإعلان في القرن العشرين ويعمل على توسيع دائرة الوكالات فأعلن أصحاب دور الأعمال عن مئات من إنتاجهم.

ومع دخول عصر المعلومات ظهر الكمبيوتر ليعاون رجال الإدارة والإعلان والتسويق لكي يفهموا عالم الإنتاج المتأثر الجديد وقطاعاته والتوزيع الأتوماتيكي والتغيرات التي تطرأ على التعداد وضغط الأرباح.

وأنشأت الوكالات شبكات أهلية للكمبيوتر مستخدمة إرسال المعلومات بسرعة عالية عن طريق خطوط تليفونية وغيرها من وسائل الاتصالات واستخدم الكمبيوتر ليحلل الاستطلاعات الخاصة بالمستهلكين وليساعد في التكهن بفاعلية خطة إعلامية واحدة بالنسبة للأخرى لتحديد تكاليف البرنامج التليفزيوني بالنسبة لأهداف العميل وبطرق أخرى متعددة.

دور الإعلان ووظائفه:

يلعب الإعلان دوراً فريداً ورئيسياً في النظام الاقتصادي الوطني، وبجانب هيئات اتصالات التسويق الأخرى يساعد على بيع الأفكار والسلع والخدمات وكجزء من البيئة الكبيرة التي نعيش فيها بعكس الإعلان ويؤثر على أساليب حياتنا فهو بلـك يلعب دوراً اجتماعياً هائلاً.

لقد أصبح الإعلان «حصان الشغل» يخدم احتياجات المجتمع الإعلامية بما في ذلك الحاجة إلى ما هو أكثر من السلع والخدمات فهو أداة اتصال تؤثر على التصرفات تجاه المنتجات والشركات وأساليب الحياة والمشاكل العامة، كما يساعد على تحديد الأساليب الحديثة والآمال المنشودة والموسيقى التي يمكن سماعها ومن سيكون من شخصياتنا العامة بطلاً في نظرنا.

لقد تجاهل الاقتصاديون عموماً ولعدة قرون الإعلان ونفوذه على الاقتصاد أما اليوم فإن كثيرين منهم يتفقدون على نقاطٍ أربع نوجزها بما يلي:

أولاً: بسبب الإعلان فإن الإنتاج القومي الإجمالي للدولة أكبر ومستوى المعيشة أعلى، فالإعلان يوجد الوظائف ويمدنا بمجموعة متنوعة من المنتجات حيث تتحسن نوعية السلع على مرور الوقت وذلك بسبب الإعلان.

ثانياً: الإعلان يلعب دوراً رئيسياً في إطلاع المستهلك وعلى ذلك يضع أمامه اختيارات ذكية في ساحة السوق ويعاون الإعلان عملية المنافسة أيضاً.

ثالثاً: تكاليف إنتاج الشركة لوحده المزعج تصبح منخفضة لأن الإعلان يزيد من الطلب على إنتاج الشركة المعلنة.

رابعاً: بسبب الإعلان فإن الشركات الجديدة يمكنها دخول السوق بسهولة فهو يعاونها لكي تقف أمام عمالقة الشركات الأخرى وتأخذ لنفسها مكاناً في ساحة السوق، وعلى ذلك فإن الإعلان مرة أخرى مؤيد للمنافسة.

ومن جهة نظر الوظائف التسويقية للإعلان: يمكن أن تقسمه إلى أنواع خمسة. لكلٍ منهما مهمته التي تعتمد على موقف السلعة أو الخدمة أو الفكرة المراد الإعلان عنها في السوق.

١- الإعلان التعليمي :

وهو الذي يتعلق بتسويق السلع الجديدة التي لم يسبق لها وجود في السوق من قبل أو السلع القديمة المعروفة التي ظهرت لها استعمالات واستخدامات جديدة لم تكن معروفة للمستهلكين ووظيفة هذا النوع من الإعلان لم يعلم الجمهور خصائص السلع الجديدة أو ما يجهله من الخصائص الجديدة للسلعة المعروفة.

٢- الإعلان الإرشادي والإخباري :

ويتعلق بالسلع أو الخدمات أو الأفكار أو المؤسسات المعروفة لدى الجمهور والتي لا يعرف الناس حقائق كافية عنها، أو لا يعرفون كيفية إشباعها بطريقة اقتصادية، أو لا يعرفون كيف ومتى ومن أين يحصلون عليها، وتتخلص وظيفة هذا النوع من الإعلان في أخبار الجمهور بالمعلومات التي تيسر له الحصول على الشيء المعلن عنه بأقل جهد وفي أقصر وقت وبأقل نفقات، وفي إرشاد الجمهور إلى كيفية إشباع حاجاته.

٣- الإعلان التذكيري :

وهو الإعلان الذي ينشر أو يذاع متعلقا بسلعة أو خدمات أو أفكار معروفة طبيعتها ومعلومة خصائصها للجمهور بقصد تذكير ذلك الجمهور والتغلب على عادة النسيان الأصلية لدى البشر.

٤- الإعلان الإعلامي :

وهو الذي يعمل على تقوية صناعة ما أو نوع معين من السلع أو الخدمات أو المنشآت وذلك بتقديم بيانات إلى الجمهور يؤدي نشرها أو إذاعتها بين أفرادها إلى تقوية الصلة بينهم وبين المنتج أو تكوين عقيدة معينة لدى الجمهور أو تصحيح فكرة خاطئة نبتت عنده، مما يعمل على بعث الثقة أو تقويتها فيما يتعلق بالنوع المعين من السلع أو الخدمات أو الأفكار.

٥- الإعلان التنافسي :

ويتعلق بالسلع أو الخدمات ذات المركز الوطيد في السوق والتي تكون قد ظهرت منتجات أخرى منافسة أو بالسلع أو الخدمات الجديدة التي تتنافس سلعا أو خدمات معروفة وتعمل على إحلال نفسها محل الأولى.

ملحق (1)

العزل الصوتي معالجته في الاستديو

المرحلة الأولى :

إفقال المنافذ الخارجية في المبنى الأساسي للمكان الذي يراد إعداده كالغرفة في مثالنا الذي نحن بصدده ونضطر هناك لترك منتجات للمنافذ لخارج المكان أهمها الباب وهذه لمن يكون لها تأثير كبير حيث أن لها معالجة خاصة وكذلك نافذة المراقبة.

المرحلة الثانية :

تهيئة الأرض التي سيبنى عليها الاستديو بحيث تكون الناقلية الصوتية بينها وبين الأرض الأساسية معدومة تقريبا أو لأقصى الحدود الممكنة.

كان السائد قديما فرش الأرض بطبقة من الفلين أو غيره من المواد كالكاوتشوك. حيث أن هذه المواد لها خاصية انعكاس الصوت.

يوضع الفلين على الأرض بسماكة معقولة وبحسب الحالة المعينة ثم تبنى على هذه الطبقة الجدران الداخلية بعد ترك مسافة بينهما وبين جدران المبنى الأساسية ٥٠ سم ٧٠ سم «جدار مزدوج» ثم يوضع السقف على هذه الجدران بعد ترك مسافة بينه وبين السقف الأصلي، ولقد وجد أن مرور الزمن له تأثير على الفلين فتعاقب الظروف المختلفة يؤدي إلى تشقق الجدران وينهدم الاستديو نتيجة تأثير الفلين وفساده، وفي هذا خطر ولاشك وقد أوجدته الوسائل البديلة ليعدنا عن هذا الاحتمال، وتعتمد أحدث هذه الوسائل استعمال مواد أشد مقاومة للظروف المختلفة، ولها نفس الخواص التي للفلين من ناحية عازليته للصوت بديلا عنه وتبنى عليها الجدران، وقد استغلت فيها أخصية النوايض في الاهتزاز والتخامد الصوتي وتأثيرها على الناقلية مع إمكانية صنعها من مواد معدنية ذات مقاومة للظروف المختلفة وتتخلص طريقة الاستعمال في أن تمت النوايض الأرضية الأساسية ثم تغطي بصفائح يصب فوقها طبقة من الإسمنت أو غير ذلك من المواد لتشكل الأرضية الجديدة

التي سببني عليها الأستوديو الجديد لتحمله فوق السطح الأصلي وبالإضافة إلى النوابض
اكتشفت مواد أخرى حديثة تستعمل بدلا من الفلين والمواد القديمة ومن هذه المواد:

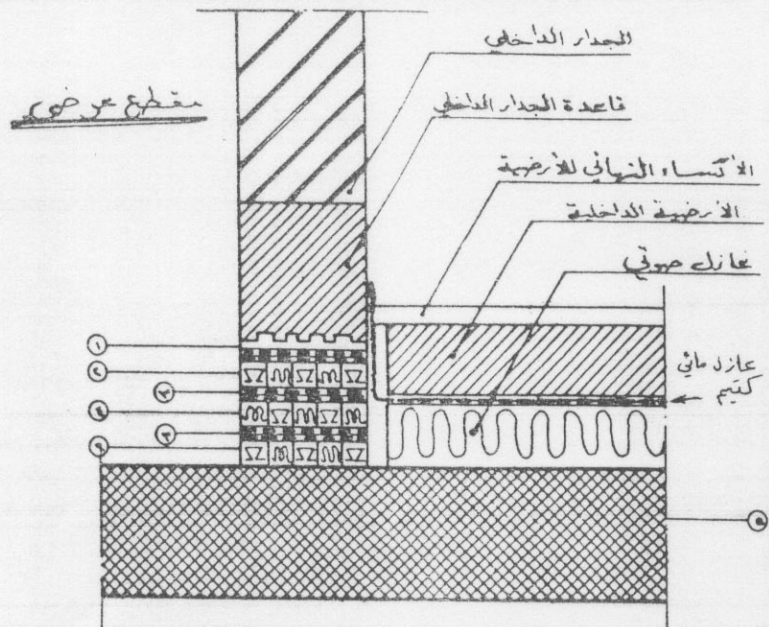
Fioer clac حيث تستعمل بعض أنواع خاصة منه في صنع الأرضية الأساسية
والأرضية الجديدة، وكل هذه المواد لها خاصية مقاومة الظروف المختلفة إضافة لخاصية
الكاتمية الصوتية الجيدة، ومن الممكن استعمال أكثر من مادة في الحالة الواحدة.

فالشائع هذه الأيام استعمال النوابض مع الصوف الزجاجي فنستعمل النوابض بينما
يستعمل الصوف الزجاجي لحمل الأرضية الجديدة بين الجدران الداخلية ويتم هذا بالشكل
التالي:

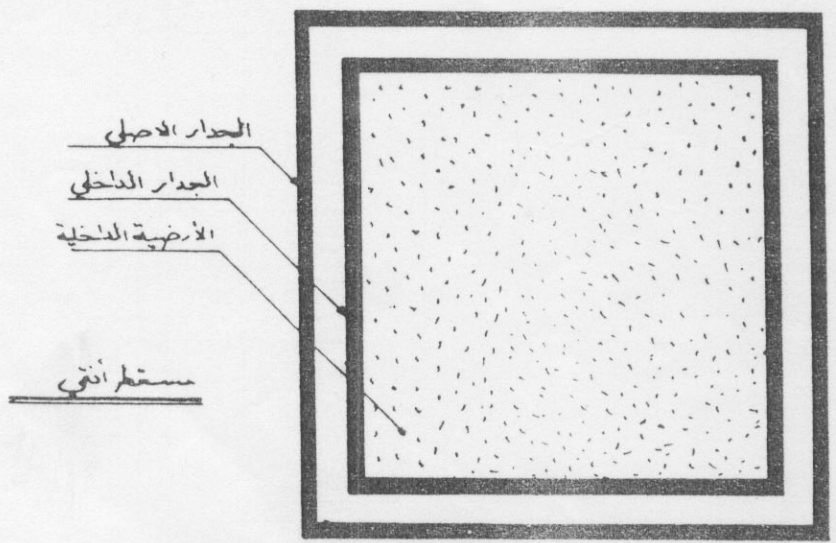
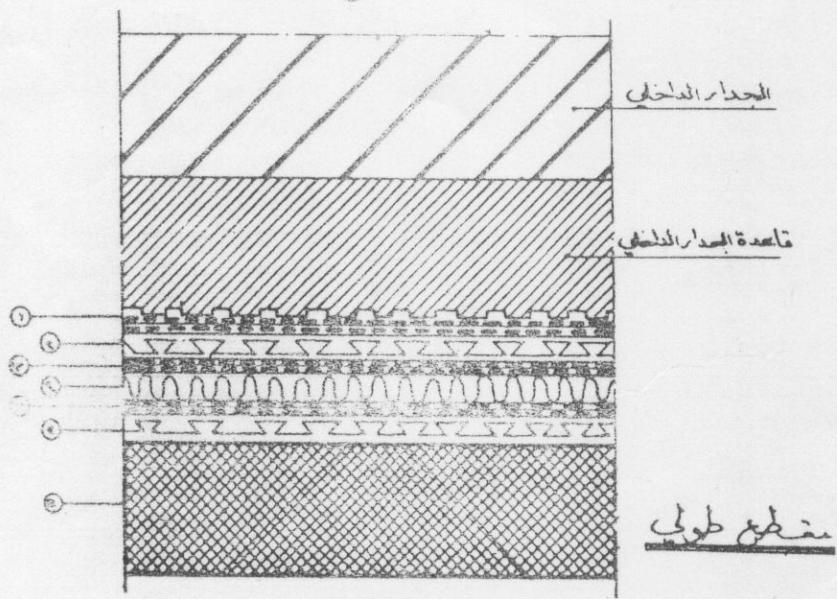
ترتب صفوف من النوابض على الأماكن التي ستبنى عليها الجدران ثم توضع فوقها
صفحة ملساء أو ألواح رقيقة أو ما شابه ذلك ثم تصب عليها قاعدة من الإسمنت المسلح
لتكون قاعدة لبناء الجدران كما هو موضح في الشكل رقم ١ - ٢ - ٣ حيث أن الرسم
١ - ٢ مقطعان يظهران ذلك بينما الرسم ٣ يظهر لنا الموضع في الأرضية للاستديو حيث
يرى الإطار الذي يبني عليه هذه الجدران ثم المسافة المنقطة بداخله والتي تفرش فيها بعد
أن تنظف الأرض جيدا فرشا من الصوف الزجاجي

توضع طبقة من الشبك ثم طبقة من الورق المقطرن أو المشبع ويستعمل للمحافظة
على مادة الصوف الزجاجي الموضوع بعد ذلك يتم ربط هذه الطبقات بواسطة الخياطة،
وتفرش طبقتين من هذه المفروشات واحدة فوق الأخرى حيث توضع إحداهما معاكسة
للثانية من حيث امتداد الألياف واتجاهها وبالنسبة لترتيب الطبقات المتعاكس وتوضع
الطبقة السفلى بحيث يكون الشبك على الأرض (إلى الأسفل) بينما توضع الطبقة العليا
بحيث يكون الشبك فيها إلى الأعلى وبالتالي الورق المقطران أو القماش المشبع.

ومن الطبيعي أن سطح هذه المفروشات لا يكون موحدًا ويحتاج لوضع ألواح ذات
صلابة نسبية مسطحا موحدًا، فمثلا المواد التي تصنع من القش مع الإسمنت بحيث يغطس
القش في الإسمنت ويصب بشكل بلاطات أو تصنع ذات مقاييس حسب الطلب، بعد ذلك



- ① طبقة تنسية ماتحت القاعدة
- ② شريط نوابض
- ③ طبقة تنسية وعطاء مرنة
- ④ عازك صوتي
- ⑤ الأرضية الأولية



توضع طبقة قوية سميكة من الورق المقطرن أو القماش المشبع مع ضمان عدم وجود أي ثقب ثم تصب طبقة من الخرسانة بالسماكة المطلوبة.

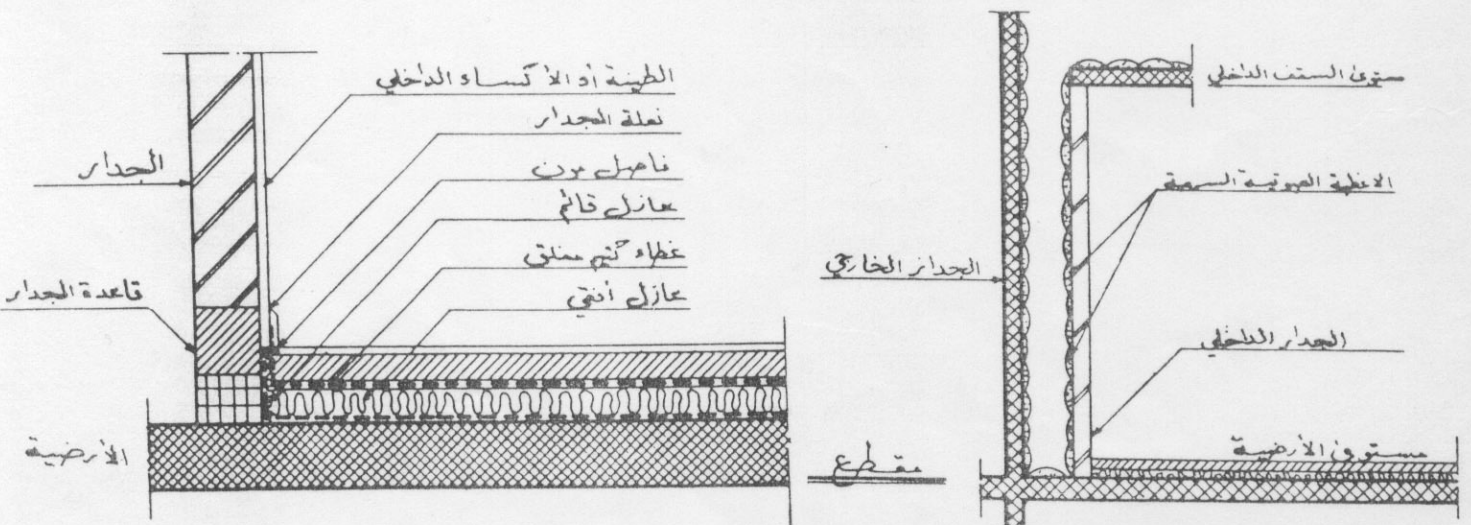
وفي بعض الأحيان تسطح الخرسانة بالحديد إما بربطه مع القاعدة الخاصة بالجدران والموضوعة على النواضح أو تبقى مستقلة ومنفصلة، وفي كل الحالات يلاحظ بأن يكون فرش الجدران والورق بحيث لا يسمح بتسرب أي نقطة من الخرسانة وذلك لضمان عدم التثقيب ثم تجعل نهاياته ذات زوايا ترتفع إلى جوانب القاعدة وفي حالة بناء هذه القاعدة على النواضح شكل (٤) أو إلى جوانب جدران البناء الأصلي في حالة عمل القاعدة كجزء من صبة الأرض.

المرحلة الثالثة:

بعد أن تهيء الأرض والقاعدة التي ستبنى عليها الجدران وذلك بوضع طبقات من الصوف الزجاجي على الجدار الأصلي للمكان وتثبت بطريقة ما وغالباً ما تكون مغلقة بقماش يعرف باسم (القماش الخام)

المرحلة الرابعة:

يتم في هذه المرحلة بناء الجدران الداخلية وعند إنتهائها أو بين كل مرحلة وأخرى من بنائها توضع طبقات من الصوف الخارجي كما في المرحلة الثالثة حتى يصبح الوضع العام كما في الشكل (٥).



المرحلة الخامسة:

مرحلة بناء السقف وهناك عدة طرق لتهيئته (وهنا يجب مراعاة أسس معينة) فمثلاً لعامل الكتلة تأثير كبير فلا يمكن وضع سقف من الخشب لوحده لأن كل من كتلة وطبيعة الخشب تسببان رنيناً غير مرغوب فيه، ومن هنا لابد من إضافة طبقة من الخرسانة فوق الخشب في حالة الأمكنة ذات المسافة الصغيرة أو بوضع عوارض من الحديد ثم يوضع فوقها قطع من الإسمنت المسلح بحيث تحشى الفواصل بين القطع، ولكن في الاستديوهات الكبيرة أو الأمكنة ذات المساحة الواسعة لا تناسبها الطرق المستعملة في الاستديوهات الصغيرة لذا يلجأ إلى طرق أخرى أهمها وأكثرها شيوعاً طريقة السقف المعلق.

المرحلة السادسة:

تشمل العزل الصوتي في التجهيزات الضرورية التي لها صلة بين داخل وخارج المكان المعزول ويمكن إجمالها بما يلي: (أنابيب التكييف - التمديدات الكهربائية - مناطق الإتصال - المنافذ).

أ - **أنابيب التكييف:** لضمان عدم وصول الاهتزاز سواءً من أجهزة التشغيل أو من أي مصدر آخر بواسطة الأنابيب يعمل على قطعها بحيث يفصل الجزء الخارجي منها ويتم الاستعاضة بوصله عن طريق قماش لامسامي كالكاوتشوك مثلاً، كذلك فإن دفع الهواء في الأنابيب المعدنية يحدث صوتاً لذا تبطن الأنابيب المعدنية بالصوف الزجاجي أو الصوف الصخري أو اللباد لامتصاص صوت إحتكاك الهواء.

ب - **مواسير الكهرباء:** تعالج على نفس المبدأ الأنف الذكر لضمان عدم وصول الاهتزاز وكذلك الأمر بالنسبة لمواسير المياه إن كان تصل إلى الداخل.

ج - **المنافذ (باب - نافذة):** بالنسبة للباب يصنع من عوارض خشبية ثقيلة توضع كميات أو طبقات من الصوف الزجاجي ذو الثقل العادي أو غيره من المواد ذات نفس الخواص، وتغطي هذه العوارض بطبقات من البلاكية المضغوط بسماكة ١٠ سم وسطياً أما بالنسبة إلى إغلاق الباب الأستوديو فيكون ذلك بواسطة قبضة تحرك عدة السن محيطية شكل (S) وذلك ليتم الالتحام بين باب الأستوديو وإطاره المحيط بحيث لا يمكن

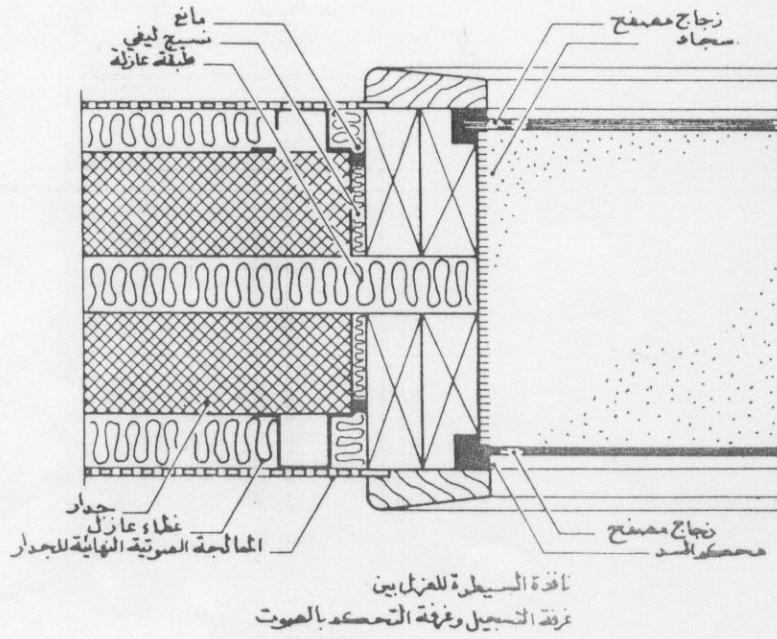
أن يهتز لوجود عدة نقاط وثيقة ثم يلاحظ وضع طبقات من اللباد أو الكاوتشوك في أمكنة الشقوق كمحيط إطار الباب ويفضل كون الانطباق والتلائم بين الباب والمولينه بشكل مائل منحرف كما في الشكل رقم (٦) فيكون الالتصاق أجود ولا بد من ملاحظة الناحية الجمالية في تغطية الفتحات التي ستظهر بين الجدار الأصلي والجدار الداخلي بحيث لا يتم الاتصال بينهما إلا بواسطة مواد خاصيتها في إمتصاص الأصوات الكبيرة.

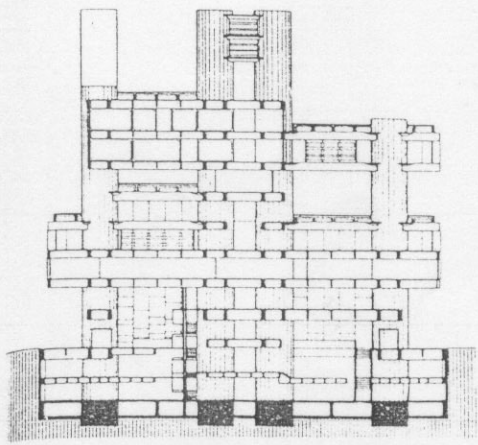


أما نافذة المراقبة: فهي ضرورية في الاستديوهات وهي عبارة عن نافذة الرؤية فقط ولمراقبة التجهيزات داخل الاستوديو، وتصنع هذه النوافذ من طبقتين إذا كانت مساحتها صغيرة أو في حالة المساحات الكبيرة فتوضع غالباً ثلاث طبقات من الزجاج ويثبت الزجاج على الإطار الشكل (١٠) ويثبت هذا الإطار على فتحة النافذة تثبيتها قابلاً للفك بسهولة كما يلاحظ وضع طبقات من اللباد أو الكاوتشوك في أمكنة تلامس الإطار بالهيكل الأساسي ليحكم الإغلاق، ويراعى في وضع ألواح الزجاج كونها غير متوازنة لسببين: أولهما: تقليل الاهتزاز وثانيهما: للرؤيا وتوضيحها ومنع فعل المرآة حيث تكون الألواح المتوازية عاكسة وغالباً وكذلك نلاحظ الناحية الجمالية في تغطية الفراغ بين الجدران وبالتالي بين الفتحتين لأنه سيظهر بين لوح زجاج النافذة وذلك مثلاً باستعمال ألواح من السيلوتكس ذي الثقوب جميل المنظر أو القماش أو أي شيء لا يضيع مكاسب من ناحية العزل الصوتي.

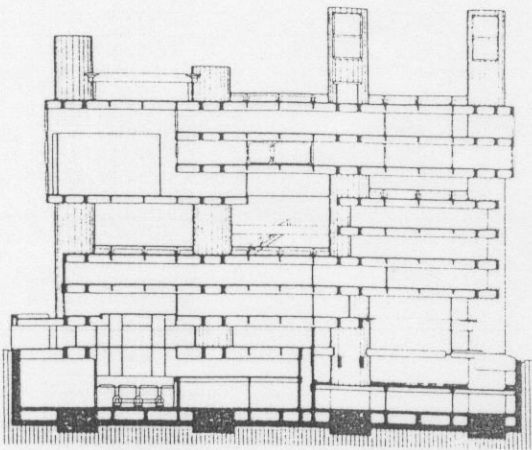
وتلاحظ ألواح الزجاج ثابتة تقريباً وقد تحدث الرطوبة داخل الجدار وبالتالي داخل الألواح الزجاجية خلال الفتحة الهوائية فيحدث عنها تدميع يمنع الرؤيا، وليس من المنطقي فك الألواح كل مرة لإزالة الرطوبة لذا يُلجأ إلى وضع قليل من مادة (السيلكاجيل) أو أية

مادة أخرى ماصة للرطوبة داخل الفتحة بين اللوحتين فتحافظ على بقاء ووضوح الرؤية وقد تفقد هذه المادة خاصيتها خلال ستة أشهر أو أكثر من وضعها فتسخن حيث تعود إليها حالتها الجديدة أو تستبدل بغيرها.



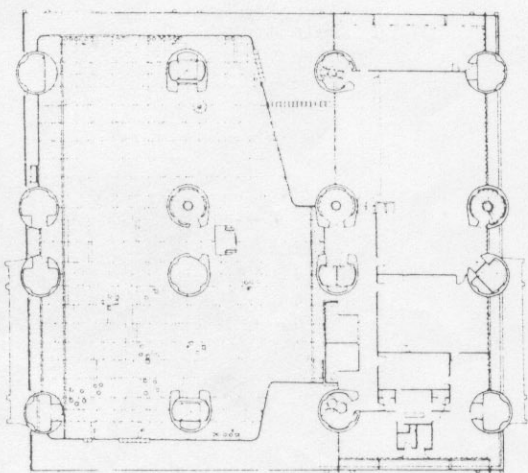


مقطع شرق - غرب. المقياس 1:1600
Coupe est-ouest 1:1600

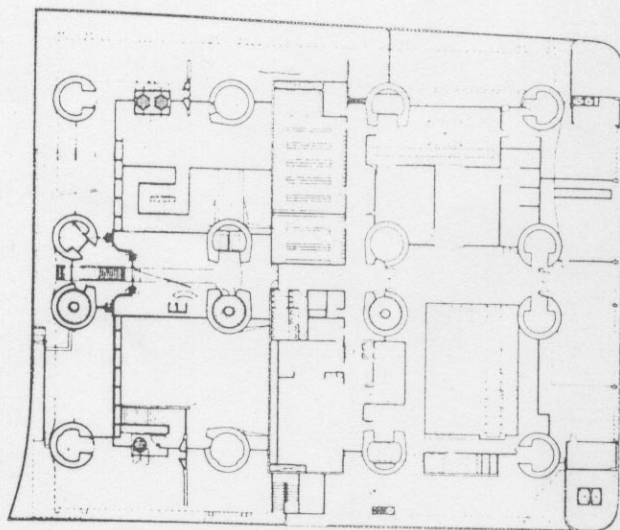


مقطع شمال - جنوب. المقياس 1:1600
Coupe nord-sud 1:1600

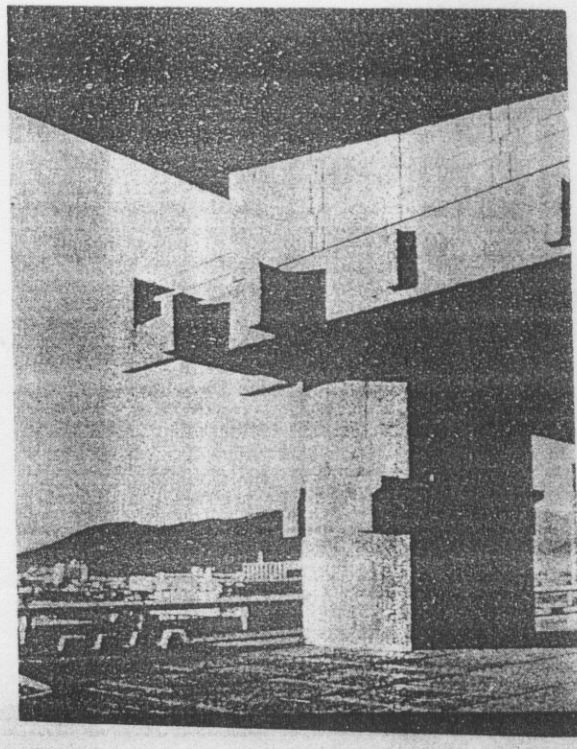
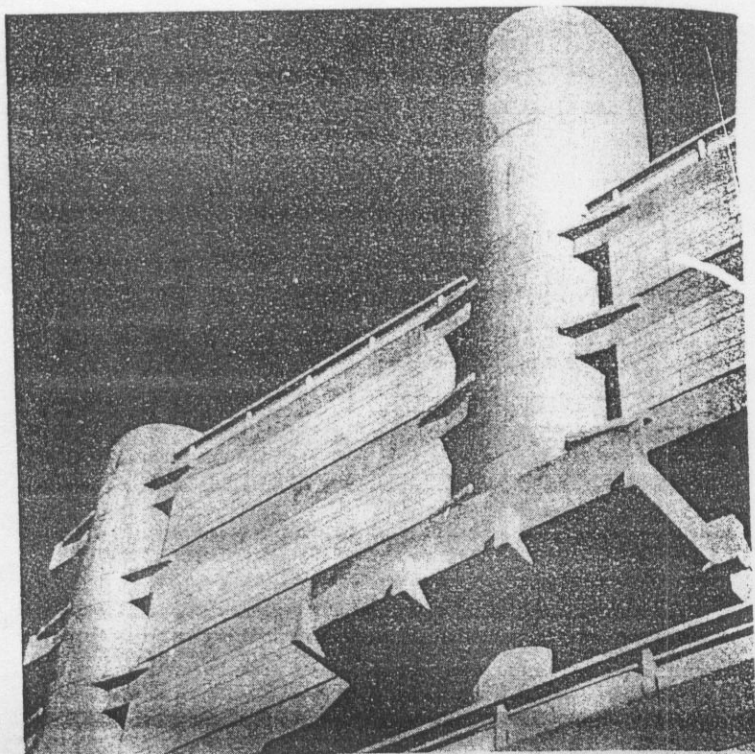
المبنى الإداري لشركة شيزواكا
 للصحافة والإذاعة بطوكيو



مخطط الطابق الثالث المقياس 1:1000
Plan du 3e étage 1:1000



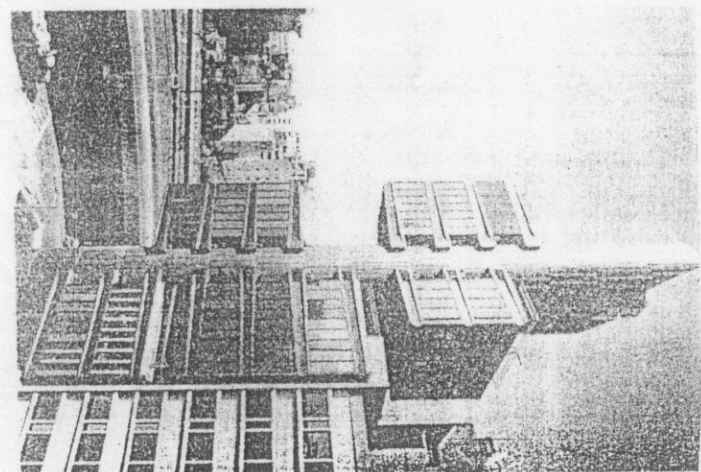
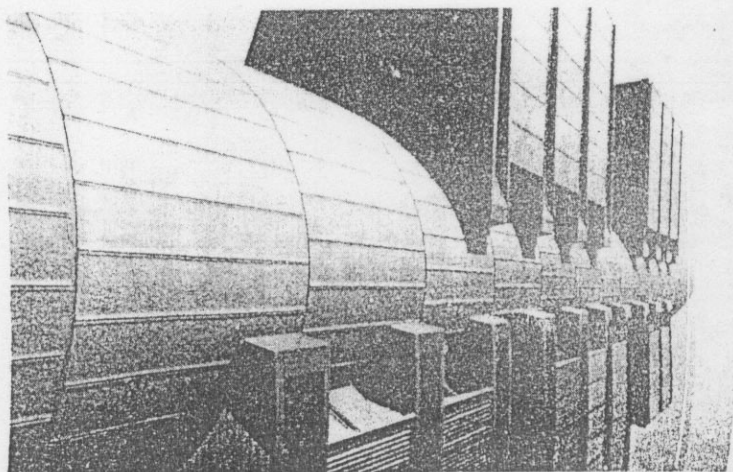
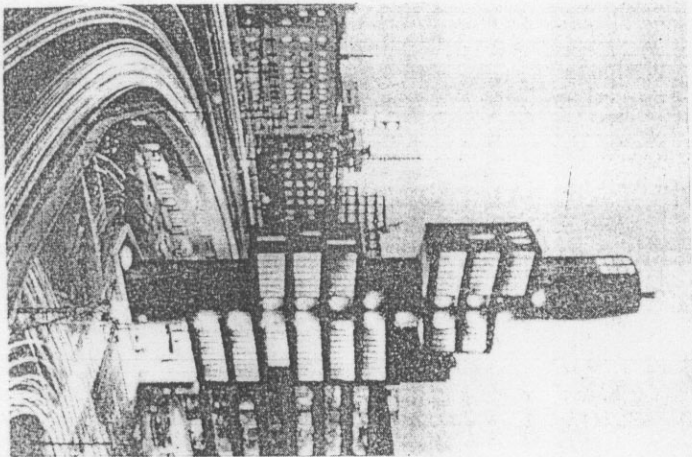
مخطط الطابق الأرضي المقياس 1:1000
Plan du rez-de-chaussée 1:1000



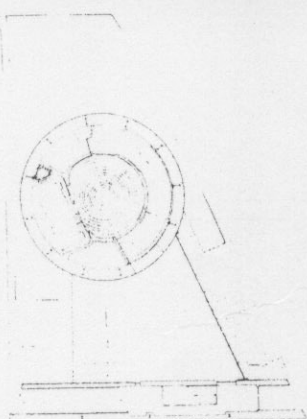
مبنى الصحافة ولدائرة في صوبر

في الأسفل: منظر ليلي من جهة الغرب،
مع خط القطار السريع
في الأسفل، إلى اليمين: منظر عام من جهة
الغرب

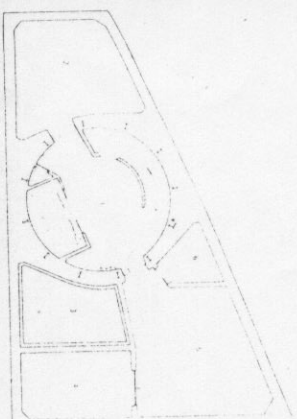
En bas: Vue nocturne de l'ouest, avec la voie
express
En bas, à droite: Vue générale de l'ouest



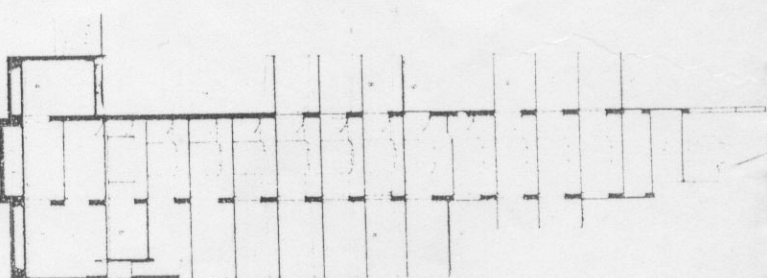
400:1 المقياس. الخرج الطابق
Plan d'un étage-type 1:400



400:1 المقياس. الخرج الطابق الأرضي
Plan du rez-de-chaussée 1:400



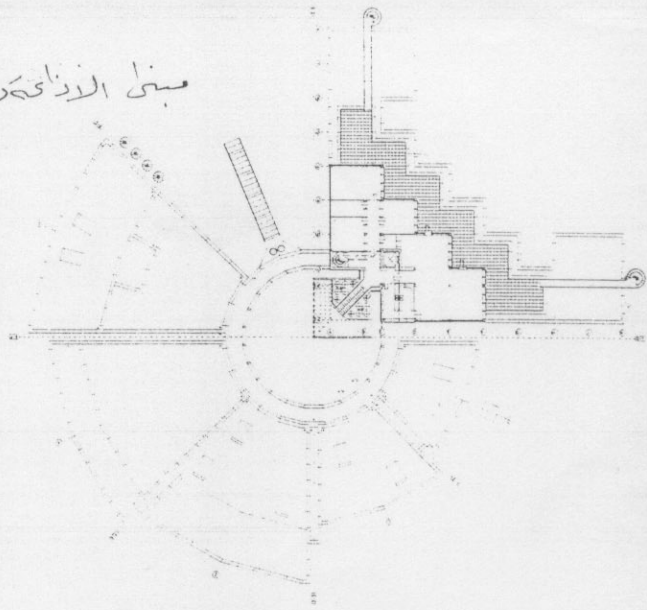
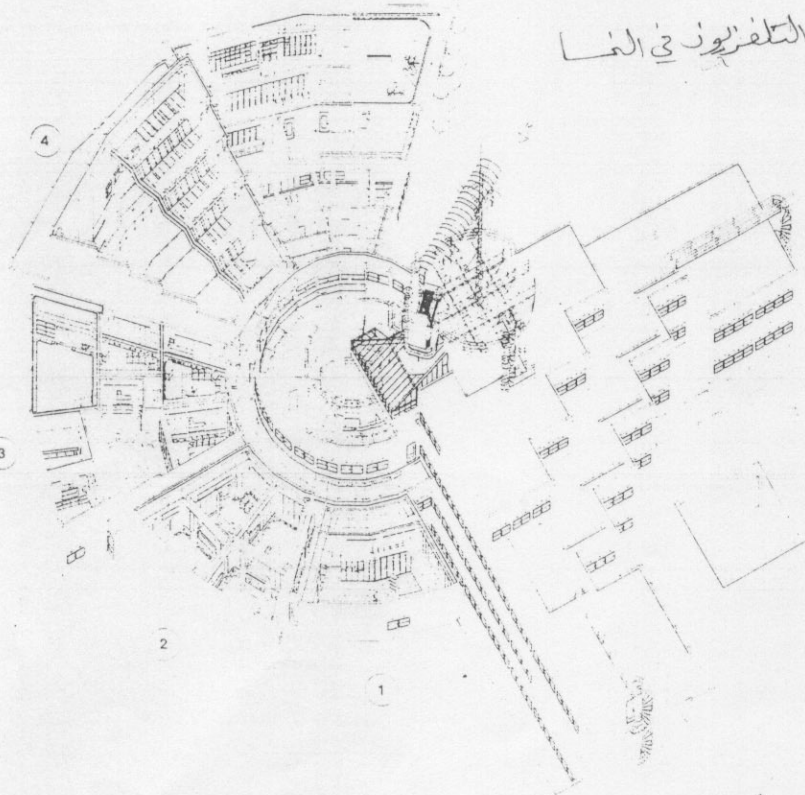
- 400:1 المقياس. الخرج الطابق تحت أرضي
الأول. المقياس 400:1
- 1- قاعة الصاعد
 - 2- حجرات
 - 3- حجرات
 - 4- مولدات
 - 5- تكييف
 - 6- خزانات المازوت
- Plan du premier sous-sol 1:400
- 1 Halle des ascenseurs
 - 2 Transformateurs
 - 3 Citermes
 - 4 Générateurs
 - 5 Climatisation
 - 6 Citermes à mazout



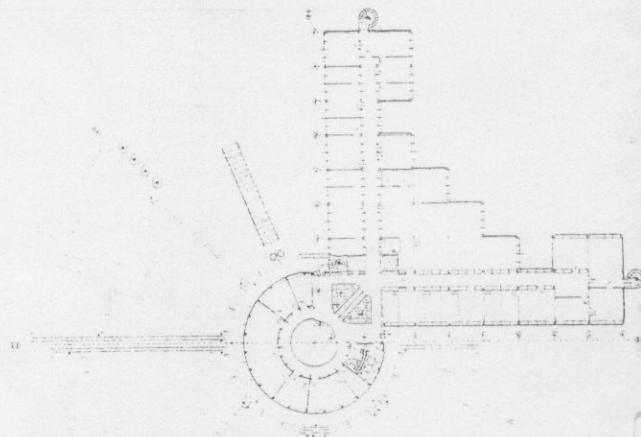
600:1 المقياس. المقطع
أساسات

- 1- أساسات
 - 2- حجرة المصعد
 - 3- حجرة تقنيات
 - 4- تديدات كهربائية
 - 5- تكييف
 - 6- مخ
 - 7- مستوى الخط السريع
 - 8- مكاتب
 - 9- السقف - الشرفة
 - 10- مطبخ
 - 11- ملهى
 - 12- مساكن
 - 13- مصعد
- Coupe 1:600
- 1 Fondations
 - 2 Cage d'ascenseur
 - 3 Fosse septique
 - 4 Installations électriques
 - 5 Climatisation
 - 6 Vestibule
 - 7 Niveau de la voie express
 - 8 Bureau
 - 9 Toit-terrasse
 - 10 Cuisine
 - 11 Directeur
 - 12 Logements
 - 13 Ascenseur

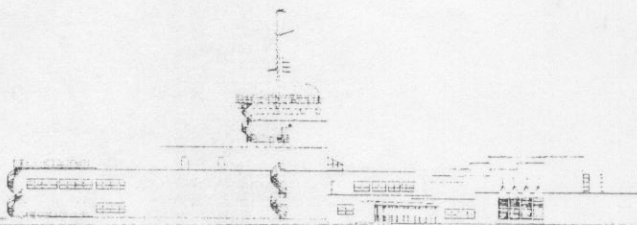
مبنى الزدانة التلفزيون في الغما



1



2



3

