

جامعة دمشق

كلية الهندسة المعمارية

# دار الموضة والأزياء



بإشراف

ديجمال الأحمر

ديحنان عبود

تقديم دانيا محمد فيصل الرفاعي

THE  
MODERN  
HOUSE

## مقدمة :

منذ أن وجد الإنسان على وجه الأرض دفعته فطرتة للبحث عن شئ يكسو به جسده ويقيه من برد الشتاء ومن حر الصيف ,  
فارتدى أوراق الأشجار في بادئ الأمر ثم استخدام جلود الحيوانات وفرائها إلى أن عرف الخيوط والغزل والنسيج ومعها عرف كيف يخيط ثيابه ومع بزوغ فجر الثورة الصناعية وعصر الآلة بدأت معامل الغزل والنسيج تنتج ومن هنا بدأت عبقرية المصممين تنفجر فلم تعد صناعة الملابس من أجل حاجة فحسب بل باتت تتم عن الوجه الحضاري للبلاد ولاسيما أن كانت معدة للتصدير للخارج .

وقد أخذت بلدان العالم تتسابق في مجال ابتكار التصاميم العصرية وهنا برزت عواصم للأزياء مثل :نيويورك ,باريس ,ميلانو,لندن ,طوكيو ,ورافق ذلك ظهور بيوتات للأزياء تصمم وتعرض إنتاجها وهنا دخل لعالم مجالا جديدا هو مجال عروض الأزياء وقد اشتهرت دور بعينها مثل :دار شانيل (في فرنسا) ودار فيرساتشي (في ايطاليا) وقد اشتهر مصممون بعينهم مثل :كريستيان ديور (في فرنسا) وفالنتينو (في ايطاليا) وقد اشتهرت عارضات أزياء بعينهم مثل :كلوديا شيفر ,سيندي كروفورد حتى انه ظهرت كليات تدرس عروض الأزياء مثل كلية لوسي كلاتيون في لندن ومدة الدراسة فيها سنتان .

ونحن كدول عربية لم تعد هذه التجربة غريبة علينا فقد دخلت هذا المجال دول عربية عديدة مثل : (لبنان ,الإمارات ,الكويت . . .) ولقد لم بعض أسماء دور أزياء عربية مثل دار كريولا في راس الخيمة في الإمارات ودار الهودج للأزياء الشرقية ودار المنصوري .

بل ولقد اشتهر مصممون عرب في عواصم أوروبية مثل :روبير أبي نادر ,طوني ورد ,زهير مراد في لبنان . طارق مشنوق في سوريا . .

ونحن في سوريا لدينا كوادر لمصممين مؤهلين مثل (مصممي دار اسمود بموقعها الحالي في باب مصلى) ولدينا معارض سنوية تخصصية مثل معرض فاشن تكس وغيرها من العروض التي تقام على هامش المهرجانات (مثل مهرجان البادية) ولكن هذه العروض تجري إما في الفنادق الكبيرة أو في البيوت القديمة أو الأثرية مثل خان اسعد باشا العظم حيث لا توجد لدينا دور متخصصة في مجال العروض وبما أن مثل هذه العروض تلقى رواجاً جماهيرياً وتجلب رؤوس الأموال والمستثمرين ولصحاب المصانع فهذا المشروع هو مشروع استثماري ووجه حضاري لصناعة الأزياء في سوريا .

## الموقع :

في مدينة دمشق في منطقة المزة الجديدة بموقع ارض القرن الآلي حيث تبلغ مساحة الموقع المختار (6000م<sup>2</sup>) ويشرف على طريق هام وطريق آخر فرعي وبالتالي هناك إمكانية للتخديم وتتجمع في هذا الموقع عدة فعاليات تجارية وثقافية وإدارية واجتماعية مثل (برج تالة ,المركز الثقافي العربي ,المجمع القضائي الجديد , دار السعادة للمسنين . . . . .)

Queen center

## تحليل الموقع:

المحور القادم من الفيلات الغربية  
محاور المشاة: المحور القادم من المزة القديمة (المجمع القضائي)  
المحور القادم من الامتداد السكني  
محاور السيارات: محور رئيسي: شارع المزة - فيلات  
بالإضافة إلى وجود الأبراج التجارية ذات السمة الاستثمارية المماثلة لسمة  
المبنى

## الهدف من المشروع:

إن وجود مثل هذه الدور المتخصصة تساعد على إقامة عروض الأزياء ضمن أماكن أعدت سلفاً لها عوضاً عن إقامتها في الفنادق الضخمة  
فعلى سبيل المثال دار اسمود كان يجري عرضه في خان اسعد باشا العظم لأن إقامة هذه العروض في الفنادق تستوجب مبالغ ضخمة  
ولهذا ستكون الدار بمثابة مشروع استثماري وتعكس وجه حضاري ولاسيما وأنا نملك الكوادر المؤهلة لذلك.

## الفكرة التصميمية:

بما أن الموقع المختار هو مركز المزة وبسبب الجوار السكني وما يحيط به من فعاليات أخرى متنوعة لذلك كانت الفكرة إيجاد فراغ داخلي بمثابة حديقة داخلية داخل المشروع لإعطاء جو مميز و بالتالي قمت بتفريغ الكتلة بشكل دائري في المركز تجعل من الداخل إلى المبنى شعور بالانفتاح فتكون أشبه بشاشة عرض تمكنه من رؤية فراغات المبنى بكاملها بالإضافة إلى استخدام الفراغ كصالة عرض خارجي فيكون زجاج الاسطوانة خلفية لهذا العرض بالإضافة إلى وجود أحواض مزروعة معلقة على مستويات متعددة تقوم بالاستفادة من الأشعة الشمسية وتلطيف الأجواء الداخلية وقد تم وضع متحف المصمم في الطابق الأول ليكون نهاية الامتداد البصري الأفقي فيجعل من الفراغ فراغاً شبه مغلق وليس فراغاً مفتوحاً وغير محدود .  
وقد استفيد من موقع الأرض: فوجودها على زاوية ذات أهمية كبيرة تم وضع عنصر تعبيري ومعالجة هذه الزاوية لتصبح نقطة جذب واستقطاب . وكذلك الأمر بالنسبة إلى زاوية الأرض العلوية فقد وضع نصب (كتلة نحتية) مرتفعة ليكون نقطة للاستقطاب البصري .  
و أما بالنسبة إلى ميل الأرض فقد استفيد منه بإقامة حديقة خارجية متدرجة تربط الأرضي بالقبو الأول تجعل منهما فراغاً واحداً وتعطي الفراغ الداخلي إطلالة وكأنه موجود على تلة خضراء , ولعل وجود هذه المناسيب يتيح إمكانية وجود نشاط خارجي كإجراء عروض هادنة كان تضم من خلال أركان عرض ضمنها الأزياء الأكثر شهرة في كل بلد من العالم كنشاط ترفيهي وثقافي في آن معا .

## فكرة التكوين :

لقد تم احترام ميل الأضلاع الجانبية للأرض وجعل الكتلة مسايرة لها بالإضافة إلى الاستفادة من الارتفاع العام (السلويت) للمنطقة فكان بداية الارتفاع من النصب الخلفي ثم الانخفاض ومن ثم الارتفاع تدريجيا إلى أن يصل إلى أعلى نقطة في المبنى والتي تشكل نهاية وخاتمة للمحور القادم من الفيلات الغربية ومن ثم الانخفاض مرة أخرى (وكأننا نساير الارتفاع ابتداء من برج تالة إلى المباني المنخفضة ومن ثم الارتفاع ثانية عند السيتي مول ثم الانخفاض مجددا) وبالتالي يكون هذا الالتفاف وكأنه يحضن الفراغ الداخلي .

## الفكرة الفلسفية:

إذا فسرنا جملة دار الأزياء نجد أن هذا الدار يعتمد على

1- حجر الأساس وهو نسب جسم الإنسان

2- ووظيفة هذا الدار هو صنع اللباس للإنسان

ومن هنا تبدأ الفكرة الأساسية للتكوين حيث إن مصدر اللباس هو الطبيعة أو البيئة وهنا يكمن التضاد بينهما

فالتبيعة تعتبر قاسية نوعا ما أما اللباس يعتبر ناعم ورقيق فحاولت خلق هذا التضاد وعكسه على الكتلة من خلال المكعبات حيث أن المكعب يعتبر من أقوى الأشكال وأكثرها صراحة ووضوحا أما اللباس الناعم فقد عبرت عنه من خلال الجو الداخلي المفتوح المتناغم والانسيايبي ودخول حديقة إلى داخل المبنى بالإضافة إلى الخطوط البصرية المفتوحة والممتدة .

وقد استفيد من نسب جسم الإنسان لكونها

1- حجر الأساس المستخدم في هذا البناء من التصميم إلى العرض

2- كونه مجموعة منسقة بشكل منطقي على أساس النسبة والتناسب وتجعل من الجسم الإنساني

محصورا ضمن المربع والدائرة المستخدمان بشكل صريح وواضح في المساقط واللذان يعبران

عن التوازن المطلق ومن ثم التقسيم وفق النسب المبينة والمقطع الذهبي 0.618 (1/2 - 2/3

- 1/4 - 1/5).

## الوظائف الداخلية :

1- قسم العرض والجمهور : تبلغ مساحتها الإجمالية 2700م<sup>2</sup> وتحتوي على :

- 1- بهو استعلامات
- 3- صالة عرض بمساحة 550 وتتضمن الأعمال المنتجة ويتم البيع من خلالها
- 4- صالة عرض الأزياء بمساحة 500م<sup>2</sup> وما يلحق بالصالة 250م<sup>2</sup> -  
صالة الملابس ومشالح العارضات  
صالون تجميل
- قسم تقنيات الصوت والإضاءة + قسم التصوير بمساحة 100م<sup>2</sup> -  
بهو تمهيدي للدخول للصالة بمساحة 350م<sup>2</sup> +منطقة العروض للوكالات بمساحة 150م<sup>2</sup> -  
استديو تصوير 100م<sup>2</sup> -
- 6- قاعة متعددة الاستعمالات (للمؤتمرات الصحفية و الاحتفالات) 130م<sup>2</sup> -
- 7- صالة فيديو تك وتحتوي عدة أقسام 90م<sup>2</sup> -
- 8- مكتبة و صالة انترنت تحوي المجلات الدورية 150م<sup>2</sup> -
- 9- كافيتيريا تابعة للجمهور بمساحة 100م<sup>2</sup> -

قسم الدراسات : تبلغ مساحتها 1030م<sup>2</sup> ويحتوي على

### 1- قسم التصميم الألبسة النسائية

- مرسم خاص للمصمم الأساسي مع ركن لعقد اجتماعات للتنسيق بين الأعمال مع المصممين المساعدين +مستودع بمساحة 150م<sup>2</sup> -  
ومكتب للمصمم الأساسي من أجل الزبائن الخاصة والتواصي بمساحة +قسم يحوي غرف القياس والموديلات وأنواع الأقمشة و الأكسسورات الملائمة بمساحة 250م<sup>2</sup> -  
قسم يحتوي على مجموعة مراسم من أجل رسم التصميمات التي وضعها المصمم الأساسي بمساحة -200م<sup>2</sup> (عدد المساعدين 6)  
- مجموعة المكاتب والتي تصنف إلى المجموعات التالية:  
تحديد الشك المناسب (3 مكاتب) بمساحة 80م<sup>2</sup> -نوعية القماش (2مكتب) بمساحة 50م<sup>2</sup> - الألوان المناسبة (2مكتب) بمساحة 50م<sup>2</sup> - الموضوعة (2 مكتب) 50م<sup>2</sup> - نوع الإكسسوار (2مكتب) بمساحة 50م<sup>2</sup> -  
فالمساحة الإجمالية للمكاتب 280م<sup>2</sup> -  
قسم تصميم الإكسسوارات (مكتب +مرسم تصميم) 100م<sup>2</sup> -

### 2- قسم التنفيذ

- مشاغل لتنفيذ التصميم (تفصيل و قص و خياطة) للملابس +ركن اجتماعات +مستودعات بمساحة 100م<sup>2</sup> لكل مشغل  
أركان مقسمة بمساحات ملائمة وتضم أركان للتطريز - الشك - رسم على القماش - الشغل اليدوي - تصنيع القماش أو معالجة الجاهز منها  
+ استراحة و الخدمات خاصة بالقسم + مكتب المشرف العلام على العمل  
بمساحة إجمالية 580م<sup>2</sup> -

## قسم إداري بمساحة 200م<sup>٢</sup>

- 1- إدارة +سكرتاريا بمساحة 25م<sup>٢</sup> للمكتب الواحد
- 2- قسم إدارة التسويق و المبيعات (تسويق داخلي وخارجي) 100م<sup>٢</sup>
- 3- قسم إدارة الإعلان (مجلة دورية ورقية ورقمية) 50م<sup>٢</sup>

## يحتوي القبو على :

مستودعات مواد وأقمشة +ورش +والخدمات من (تدفئة وتكييف وخزانات)

## المساحات :

- مساحة الطابق الأرضي 2650م<sup>٢</sup> وبدون الفناء الداخلي 2300م<sup>٢</sup>
- مساحة الطابق الأول 2150م<sup>٢</sup>
- مساحة الطابق الثاني 1800م<sup>٢</sup>
- مساحة الطابق الثالث 1100م<sup>٢</sup>
- مساحة القبو الأول 2700م<sup>٢</sup>
- مساحة القبو الثاني 500م<sup>٢</sup>
- المساحة الكلية للمشروع 10550م<sup>٢</sup>
- مساحة إشغال الأرض 7450م<sup>٢</sup>
- عامل استثمار الأرضي 62%
- عامل الاستثمار الطابقي 1.6

## مجالات تفعيل الدار:

- 1- طرح مجموعتي أزياء خاصة بالمركز (صيفية-شتوية )
- 2- استضافة عروض الأزياء لمصممين أجانب ضمن الدار
- 3-التعهد بتصميم أزياء المسلسلات التاريخية أو أزياء الأفلام مثل أفلام الخيال العلمي
- 4-إقامة مزادات لأزياء المشاهير
- 5-إقامة عروض في العام (سنوي)للأزياء الغربية وأزياء الحفلات التنكرية والكرنفلات
- 6-استضافة عروض تراثية للأزياء من خلال الأسابيع الثقافية
- 7-أقامة محاضرات تخصصية يشرح فيها المصممون سيرتهم الذاتية في ميدان تصميم الأزياء وعروض الأزياء  
وان حضور العروض الحركية فمن خلال بطاقات دعوة بالنسبة للعرض الأولي للمختصين وأصحاب رؤوس الموال أو من خلال تذاكر لحضور الروض الجماهيرية .

## كيفية العرض:

إن العروض الحركية غالبا ما تضم 21 عارضة و4عارضين  
بدء العرض يكون بظهور مدير المنصة (مقدم العرض)مرحبا بالجمهور ثم عودته  
لوراء الكواليس إلى مكان مخصص لمراقبة سير العرض بحيث يمكنه تنظيم  
خروج العارضات ويمكنه رؤية العرض دون إن يراه الجمهور لكي يحقق التوقيت  
الامتثل بين دخول العارضات لنلا تبقى منصة العرض فارغة ويعرف منظم العرض  
باسم

stage manager

يبدأ العرض بخروج العارضات مع فارق زمني بين دخول وخروج كل عارضة وأخرى و تكون كل  
عارضة تحمل رقما فإذا أعجب الجمهور قاموا بالضغط على جهاز أمامهم من اجل تسجيل حجز  
القطعة التي تم عرضها بعد إن يستمعوا للشرح المرافق وقد تزود المقاعد بساعات ترجمة فورية  
في حال وجود أشخاص ا جانب (في حال العرض الولي )

وتكو غرف تبديل الملابس للعارضات بالقرب من المنصة وتسمى غرف التبديل السريع من اجل استبدال الري بسرعة أما غرف الملابس وصالون التجميل فيكون مجاور للصالة وله علاقة بالمستودعات المؤقتة للثياب التي لها علاقة بدورها ويرافق خروج العارضات للمنصة موسيقيا ومؤثرات مرئية وسمعية ترافق خطوات العارضة وأما نهاية العرض فتكون بخروج جميع العارضات واصطفافهن على المنصة الرئيسية مع خروج المصمم مع العارضة التي ترتدي الري الأكثر تميزا وغالبا ما يكون ري الزفاف .

### المراجع :

1-دار اسمود

2-كتاب

**Building For Performing Art**

3-كتاب

**The Fashion Conspiracy**

(معلومات عامة ) ل نيكولاس كولر رديج

4-مجلة

**Architecture Record**

5- البحث في الإنترنت

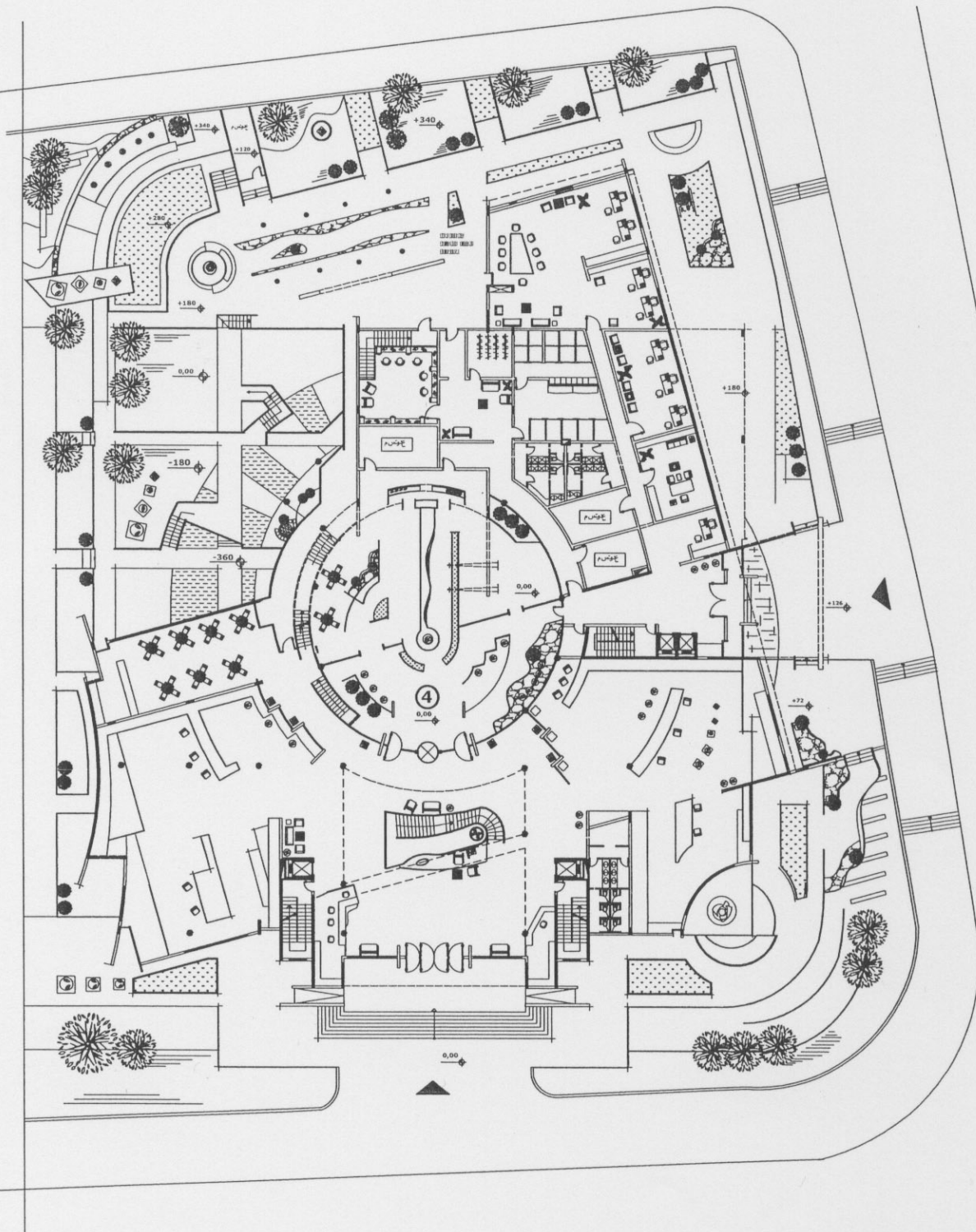
1-Max Mara Solo (New York)

2-Under Cover Lab (Tokyo –Japan )

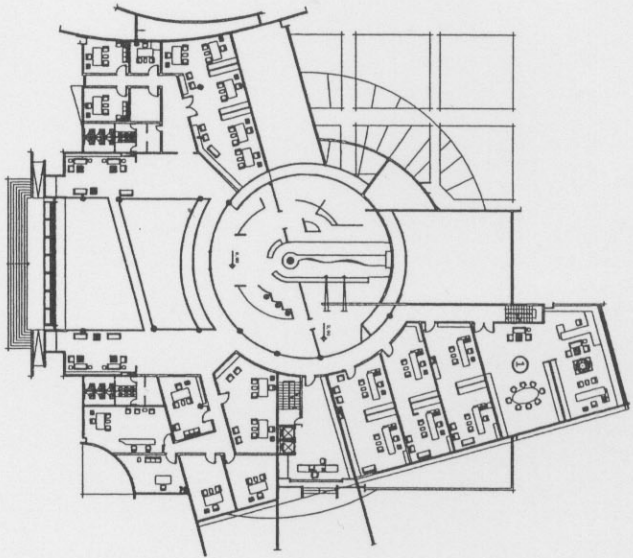
3-Parada (Tokyo –Japan)

4-Lot deCandie (Paris-France)

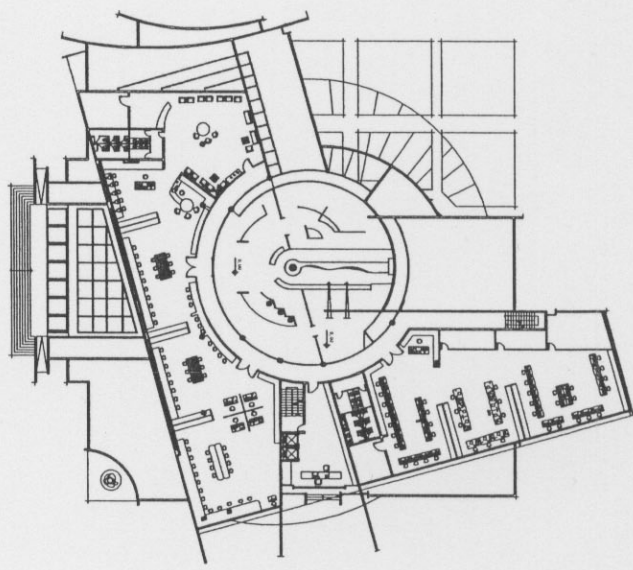




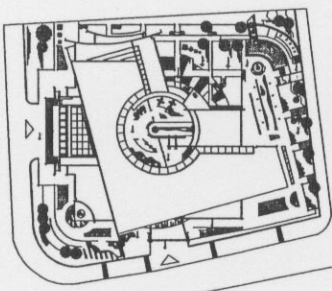
مراع طمس



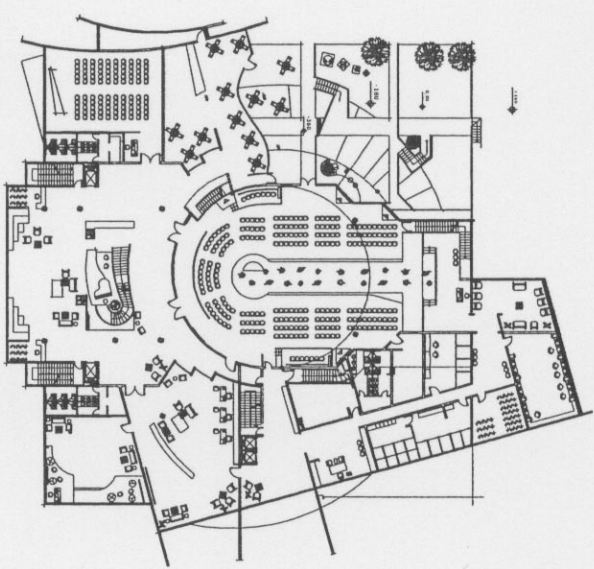
SECOND PLAN



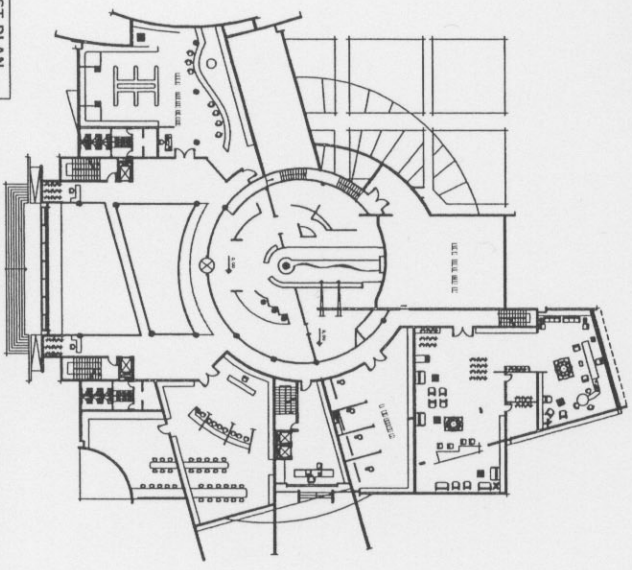
THIRD PLAN



FOURTH PLAN

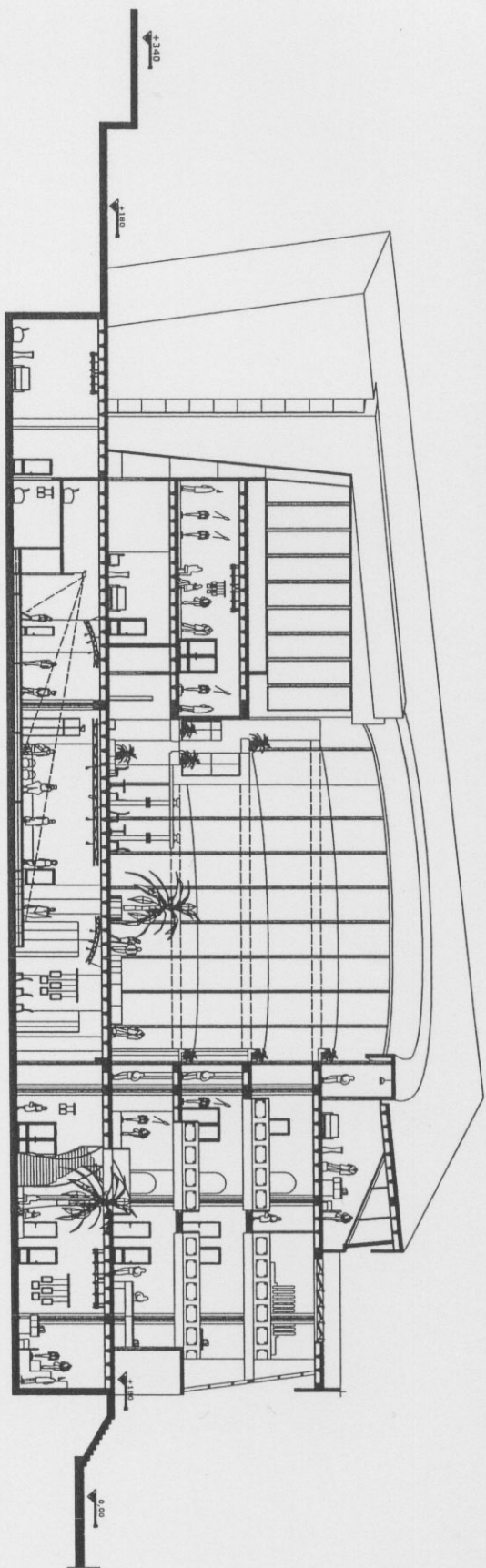


basement I

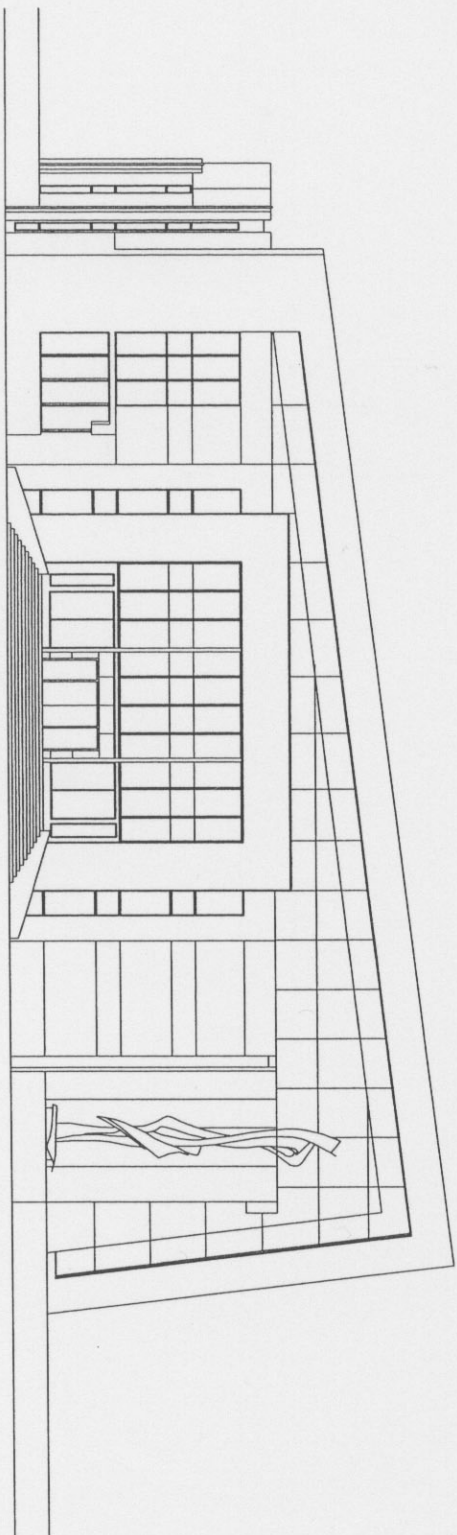


FIRST PLAN

SECTION A-A

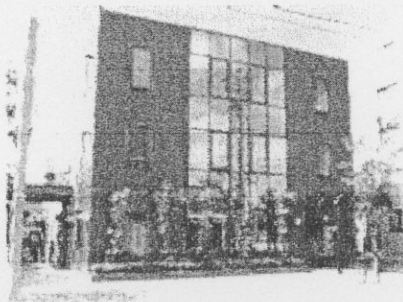


MAIN ELEVATION



# Fashion Building

---



## Future beginning from Fashion Building

We are proceeding new fashion strategy against conventional "Dyeing". Fusion Building is the center of it located east end of Daiwa Dyeing. Offering newest information and our technologies is function of Fashion Building to make our best future. We also propose the natural products such as dyes extracted from the plants and agents with particular emphasis on our technology.



## Inside Fashion Building

Space for business talk

- hanger sample (cut possible)
- fashion color prediction
- trend information offer
- books

## Max Mara Soho....New York, New York

New York City's Soho district has evolved over time from industrial and manufacturing uses to artists' lofts and galleries to its most recent incarnation as a fashionable area, primarily littered with retail and restaurants. The change from industrial to commercial has not drastically changed the fabric of Soho, since most new uses have primarily renovated existing buildings. Max Mara, on West Broadway, is an exception with two levels of new construction containing the fashion company's signature women's clothing. Rather than continuing the lot-line storefronts of adjacent buildings, the architects, Italy's Duccio Grassi Architects, cut back the entry at an angle to the street. Horizontal wood slats extend over a display space cut at another angle, returning to the sidewalk. Inside, the first floor extends back in an "L"-shape (click [for plan](#)), exposed wood bow trusses and skylights giving an open feel to the space. The visitor can walk down concrete stairs to the lower level, a partially double-height space equally full of light from the skylights and portions of glass floor.

Duccio Grassi Architects have created an environment that contrasts the clothing it contains. While the environment is rough and imperfect, the clothes are smooth and precise. This contrast extends to the store's existence in Soho. As Max Mara embodies the evolution of the area, it breaks out of the loft mold and becomes its own object.



## Prada.....Tokyo, Japan

Resembling a crystal or a child-like representation of a house, the form is an important element of the design, both luring shoppers to its interior and affecting the same interior through its skin. Composed of rhomboid-shape glass panels, the skin wraps in a diagonal pattern that covers each exterior surface equally. Variation in this skin is achieved by selectively locating panels with convex, concave and flat surfaces that affect both the exterior and interior through the reflection and refraction of light. The by-product of the building's form and surface, two conflicting gestures, is a simultaneous sense of the known and the unknown, the old and the new. Herzog & De Meuron developed the form over time after determining the store, which also contains offices, should be vertical, creating a public plaza at grade and giving the building a presence in the Aoyama neighborhood.

Early models of the interior ( for image) illustrate how the idea of the skin extends through the building, with horizontal tubes extruded from the rhomboid shapes acting as structural, spatial and display elements. In the first case, these elements brace the building from horizontal forces; in the second, they are occupiable containing dressing rooms and other functions; in the third, the exterior faces allow display opportunities. It remains to be seen to what extent these pieces were executed and how successful their presence becomes, though their potential is great because they alleviate the character of the interior as merely slabs and columns set within the exterior shell.

Together the exterior form and skin and the interior spaces attempt to give the building's identity an "oscillating character", in the words of the architects. This character is achieved through the use of the three glass profiles outside and the relationship of the visitor to the horizontal tubes and vertical supports inside, as well as the view out through the windows. The glass acts as an eye between the city and the store, and vice-versa, sometimes distorting and sometimes focusing the view. The intended oscillation is most apparent through the concave and convex panels, each creating an effect different than the typical flat glass.

As touched upon earlier, the building's form and surface create an unsettling combination, though this does not appear to be an accident. The form alludes to the familiarity of the domicile, a typology expressed by a hip roof above a square, or rectangular, base. At Prada, the lack of differentiation between wall and roof through materials and openings contributes to this unsettling feeling. This uniform surface articulation, analogous to partially-popped bubble wrap, combines with the bowed glass to create a unique character for the building, based on the time of day, weather, observer's location, and other variables. Overall the skin is the building's most important element, and the most relevant to its purpose: a place for fashion, an "artform" based on skin, surface and their articulation to create a unique character.

Architecture and fashion are two compatible fields, increasingly brought together by the growing importance of image and the popularity of buildings that look at surface similar to fashion, of which Herzog & de Meuron play no small part. Witness magazines like *wallpaper*\* which blur the lines between fashion spreads and building profiles, placing waifish models posing in the latest Tadao Ando building. It's all about image. Much as fashion designers use material and form to create a unique image, so do architects. Also each selectively covers and reveals. In Tokyo, the store is revealed in a glass veil, an ever-changing glimpse into the world of Prada.



## Ilot de Candie Paris, France

Director of this year's architecture section of the Venice Biennale, posed this theme to international architects: "Citta: Less aesthetics, more ethics". Unfortunately most entries did not directly address his demand, due to the decreased role in architecture affecting social change ever since Modernism "collapsed". The recent strain of simple designs, popular all over the world, echoes this -ism without concerning itself with the social concerns that Modernism embraced. Architects are fine with this situation, comfortable with society's dismissal of architecture as no more than mere fashion. This generalization is at the root of Fuksas's direction behind the Biennale, giving architects a chance to embrace technology (much as Modernist architects did) towards social causes.

More interesting than analyzing the works of the Biennale is looking at one of Fuksas's designs, to see if his words extend into built form. The Ilot de Candie, a block+ development in Paris (opposite the Sainte-Marguerite church), is a good project to examine, due to its size and integration with an existing city fabric. The program contains a gymnasium and support spaces, apartments, and offices. The first gives the project its expression: a zinc-clad roof that waves up and down over the gymnasium and then up again to create part of the volume for the apartments. Looking at the Ilot de Candie in terms of Fuksas's directive, three important parts of the design stand out: supplying the neighborhood with usable amenities (gymnasium facilities), responding to the context with a similar scale, and creating unique buildings that give vitality and energy to the area. The first part is the most important: part of a development giving back to the community, instead of merely finding a way to maximize profits (apartments and offices solely, for example). Ideally, the two other parts should be balanced to find an appropriate expression of the program (part one), something Fuksas achieved with a simple articulation of the roof line. Evidently Fuksas does attempt to deal with ethics in his commissions and designs, though naturally it is not an easy position. Typically the commissions architects will receive will be persons and groups that can afford architects: retail, commercial and residential developers. But the cynicism that exists regarding architecture's role in society needs to be reexamined. While Modernism tried to improve society through building and technology, ultimately failing, it should not be assumed that it is not architecture's place to improve lives. The lessons learned should be instructive, not dismissive, so that architecture may someday evolve into a practice that benefits everyone, not just the client and the architect.

