

# دور العمارة الأيقونية في التنمية السياحية المستدامة

أ. د. باسم حسن هاشم الماجدي  
قسم هندسة العمارة-الجامعة التكنولوجية  
بغداد \ العراق

م. م. آن سماري ابراهيم  
قسم هندسة العمارة-كلية الاسراء الجامعة  
بغداد \ العراق

## Role of iconic architecture in sustainable tourism development

Prof. Dr. Basim H. H. Al-Majidi\*  
and Ann samari Ibrahim\*\*

\* Dept. of Architectural Engineering, Al-Technologia University, Baghdad / Iraq

\*\* Dept. of Architectural Engineering, Al-Esraa University College, Baghdad /Iraq

90004@uotechnology.edu.iq

ann\_samary@yahoo.com

## المستخلص:

العمارة " هي تعبير عن أسلوب الحياة وروح العصور والثقافات التي نشأت فيها " حيث تتحدث المباني عن نفسها. بينما السياحة هي سيناريو " لتعريف مدينة لجمهور غير مألوف واكتساب هوية للمواطن".، تم ربط كل من العمارة والسياحة ببعضها البعض منذ زمن سحيق. كانت العمارة هي الجانب الرئيسي لجذب الحشود، بينما ساعدت السياحة على بقاء العمارة على قيد الحياة من خلال اختبار الزمن وكذلك المال. تعمل كل من السياحة والعمارة بطريقة تكافلية لكسر عدم الإلمام بأي ثقافة وتوفير الجوهر الأصلي للمكان وثقافته وتطوره، " عليه استهدف البحث الخوض في دور العمارة الايقونية في التنمية السياحية المستدامة، من خلال التعرف على مفهوم التنمية السياحية المستدامة ومفهوم العمارة الايقونية والتطرق الى العلاقة بينهما لحل مشكلة البحث التي تحددت ب "غموض المعرفة حول الدور الذي تلعبه العمارة الايقونية كاداة فاعلة في التنمية السياحية المستدامة"، وبهذا تم تأشير هدف البحث ب "ايجاد تصور حول الدور الذي تؤديه العمارة الايقونية في التنمية السياحية المستدامة"، وتحديد فرضية البحث ب (تأثر التنمية السياحية المستدامة بالعمارة الايقونية باعتبارها وجهة سياحية).

**الكلمات المفتاحية: (العمارة الايقونية -التنمية السياحية المستدامة-صناعة السياحة)**

## Abstract:

Architecture "is an expression of the way of life and the spirit of the ages and cultures in which I grew up" as the buildings speak for themselves. While tourism is a scenario "to define a city to an unfamiliar audience and acquire an identity for a citizen". Both architecture and tourism have been linked together since time immemorial. Architecture was the main aspect of attracting crowds, while tourism helped architecture survive the test of time as well as money. Both tourism and architecture operate in a symbiotic manner to break the lack of familiarity with any culture and to provide the original essence of the place, its culture and development. Accordingly, the research aimed to delve into the role of iconic architecture in sustainable tourism development, by identifying the concept of sustainable tourism development and the concept of iconic architecture and addressing the relationship between them to solve the research problem that was defined by ((ambiguity of knowledge about the role that iconic architecture plays as an effective tool in sustainable tourism development))), And with this the research objective was indicated ((finding a perception about the role that iconic architecture plays in sustainable tourism development)), and defining the research hypothesis (the impact of sustainable tourism development by iconic architecture as a tourist destination).

**Keywords: (iconic architecture - sustainable tourism development - tourism industry)**

## مقدمة

من الصعب مناقشة السياحة دون مناقشة العمارة إذ يعدان من الأنشطة وثيقة الصلة للغاية. يمكن القول إنها تعتمد على بعضها البعض. العلاقة المتبادلة بينهما واضحة منذ العصور القديمة حيث كان للصروح المعمارية دور مهم للغاية كمناطق جذب سياحي. تم بناء المعابد تكريماً للآلهة والمسارح الكبرى والملاعب والكولوسيوم والمباني العامة الضخمة الأخرى التي اجتذبت حشوداً كبيرة حيث جمعت خصائص معينة من الثقافة والمجتمع الذي نشأت فيه. كانت العمارة ولا تزال تعبيراً عن أسلوب الحياة وروح العصر لشعوب وثقافات معينة نشأت فيها. مثل العديد من المدن في جميع أنحاء أوروبا (باريس وروما وأثينا والبندقية وأمستردام وغيرها) من خلال الأيقونات المعمارية التي شُيدت فيها، كان التراث التاريخي (المعالم) أساس السياحة الثقافية والمعمارية، واليوم تتمتع العمارة الأيقونية بنفس قوة الجذب، ما يجعل المدن تزداد بشكل كبير في عدد السياح وتحول المدن إلى منطقة جذب سياحي جديدة. أفضل مثال يصف هذا هو دبي، المعروفة عالمياً بأنها عاصمة البذخ في الشرق الأوسط. تعد العمارة الأيقونية (المباني، المعالم، المعالم الأثرية) مغرية للسياح بشكل خاص لأنها تحدد هوية المكان (البلد أو المدينة أو المنطقة).

### المحور الأول: الاطار المعرفي

#### اولاً: التنمية السياحية المستدامة

##### أ - مفهوم التنمية السياحة المستدامة:

حسب منظمة السياحة العالمية، فإن المبادئ التوجيهية للتنمية المستدامة وممارسات التدبير المستدام للسياحة تنطبق على جميع أشكال السياحة في جميع أنواع الوجهات، بما في ذلك السياحة الجماعية ومختلف الأنماط السياحية الأخرى. إن مبادئ الاستدامة تخص الجوانب البيئية والاقتصادية والسوسيو ثقافية للتنمية السياحة. ولضمان الاستدامة على المدى الطويل، يجب موازنة هذه الجوانب الثلاثة بشكل جيد.<sup>(1)</sup>

1 - ماهر عبد العزيز توفيق: صناعة السياحة - دار هزان للنشر والتوزيع سنة 1997 ص 22.

وبالتالي، تتميز السياحة المستدامة بالرؤية التي تعتمدها على المدى الطويل. فيما يخص تطورها وآثارها المختلفة (الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، الخ) على المجتمعات المستضيفة. وتتطلب السياحة المستدامة المشاركة الفعلية للعديد من الأطراف المتدخلة من أجل تحقيق كافة أهدافها.

### ب - السياحة المستدامة في المؤتمرات الدولية:

**ميثاق السياحة المستدامة:** تم إصدار هذا الميثاق بإسبانيا سنة 1995 حيث اعتبر السياحة ظاهرة عالمية، حيث وجب وضع إستراتيجية عالمية لمواجهة التحديات البيئية لهذا القطاع، كما حث الميثاق جميع الأفراد الذين لديهم علاقة بالسياحة إلى تطبيق واعتماد المبادئ والأهداف التي جاء بها الميثاق.

**إعلان برلين 1997:** هي اتفاقية دولية حول التنوع البيولوجي والسياحة المستدامة في مارس 1997م حيث أدرك المشاركون أهمية القطاع السياحي وعلاقته مع البيئة وبعض المناطق الهشة والحساسة في العالم وأنه يجب التعاون محليا ووطنيا ودوليا وأن حماية التنوع البيولوجي من أولويات الحكومة والمنظمات الدولية كما ينبغي للأنشطة السياحية استخدام التكنولوجيات السليمة لتوفير المياه والطاقة ومنع التلوث وتجنب النفايات الصلبة وتشجيع استخدام وسائل النقل المستدام.

**إعلان كيبك:** تم هذا الإعلان في 2002 وتضمن تقديم توصيات للمشاركين في القمة إلى الحكومات والمشتغلين في القطاع السياحي إلى اتخاذ تدابير مختلفة لجعل جميع أنواع السياحة أكثر إستدامة من خلال المحافظة على التراث الطبيعي والمناطق الحساسة بيئيا.<sup>(1)</sup>

تعتبر التنمية السياحية من أهم عناصر التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة، كما تعتبر في بعض الدول من أهم مصادر الدخل القومي تعادل أهمية التنمية الصناعية أو الزراعية، وقد تفوقها في الدول ذات المقومات السياحية الكبيرة وتعالج التنمية السياحية على مختلف المستويات التخطيطية القومية والإقليمية والمحلية بدءاً من الكليات حتى الوصول إلى الجزئيات.. ولكل مستوى من هذه المستويات خصائصها التخطيطية التي

1- عوينان ع القادر، السياحة في الجزائر الامكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2013 / 2012.

ترتبط جميعها في إطار الحركة التبادلية بين المستويات المختلفة. وهذا هو المبدأ التخطيطي الأساسي في معالجة أي جانب من جوانب التنمية ومنه تنبثق كل الدراسات على كل المستويات. والدراسة على كل مستوى بهذا المفهوم لا يجب أن تتوقف حتى تظهر نتائج الدراسات على المستوى الأعلى، ولكن لابد وأن تسير كل الدراسات التفصيلية والمحلية والإقليمية والقومية في آن واحد مع تنسيق الربط بينها جميعاً.

#### ت - أهمية السياحة المستدامة:

- تشجع السياحة المستدامة على فهم أفضل لواقع السياحة على البيئة الطبيعية والثقافية والإنسانية.
- تساهم السياحة المستدامة في تقليص نسبة البطالة بتوفير مناصب شغل جديدة.
- تقوم السياحة المستدامة على إشراك كل شرائح المجتمع في اتخاذ القرارات، كما تدمج بين التخطيط وتقسيم المناطق مما يضمن تنمية سياحية ملائمة لتحمل قدرة النظام البيئي.
- إنعاش بعض النشاطات الأخرى خاصة ذات الطابع الخدماتي كالفندقة والنقل والإرشاد السياحي.
- تحث على إستعمال وسائل النقل المستدامة والصديقة للبيئة
- تعمل على حماية المناطق الأثرية والتاريخية عن طريق مجموعة من القوانين والتشريعات.<sup>(1)</sup>

#### ث - خصائص السياحة المستدامة:

- سياحة تهتم بنوعية الخبرات وطرق تقديمها.
- سياحة تستخدم المحليين في الأعمال والتخطيط وصنع القرار.
- سياحة تعتمد على العدالة الإجتماعية وذلك بمشاركة الشعب في صنعها ومعرفة حاجيات السكان.
- سياحة تعمل ضمن حدود الموارد: الإقلال من التأثيرات - استخدام الطاقة - معالجة النفايات - إعادة الإستخدام.

1- اصلحة عشي ، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب ، أطروحة دكتوراه كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة باتنة ، 2011 / 2010 ، ص.224-225.

- سياحة صديقة للبيئة حيث تقوم على حماية البيئة والمجتمع المضيف.<sup>(1)</sup>
- ج - أهداف التنمية السياحية المستدامة:  
تتمثل أهداف التنمية السياحية المستدامة في النقاط التالية:
- حماية البيئة وزيادة التقدير والاهتمام بالموارد الطبيعية والموروثات الثقافية للمجتمعات.
- تلبية الاحتياجات الأساسية للعنصر البشري والإرتقاء بالمستويات المعيشية.
- تحقيق العدالة بين أفراد الجيل الواحد وبين الأجيال المختلفة من حيث الحق في الإستفادة من الموارد البيئية والدخول.
- خلق فرص جديدة للإستثمار وبالتالي خلق فرص عمل جديدة وتنوع الإقتصاد.
- تحسين البنى التحتية والخدمات العامة في المجتمعات المضيضة.
- الإرتقاء بالوعي البيئي والقضايا البيئية لدى السياح والعاملين والمجتمعات المحلية.: مشاركة المجتمعات المحلية في إتخاذ قرارات التنمية السياحية وبالتالي خلق تنمية سياحية مبنية على المجتمع.
- التشجيع على الاهتمام بتأثيرات السياحة على البيئة والمنظومة الثقافية للمقاصد السياحية.
- الإستخدم الفعال للأرض وتخطيط المساحات الأرضية بما يتناسب مع البيئة المحيطة.

#### ح - مبادئ السياحة المستدامة:

- يجب أن تراعي السياحة المستدامة مجموعة من المبادئ والتي تتمثل في:
- يجب أن يكون التخطيط للسياحة وتنميتها وإدارتها جزء من استراتيجيات التنمية المستدامة للدولة، ولا يكون هذا التخطيط إلا بمشاركة جميع الأفراد والجماعات للإستفادة من الخبرات وتحقيق أكبر قدر من المنافع.
- الحرص على التحلي بالمبادئ التي تحترم ثقافة وبيئة واقتصاد المنطقة المضيضة، والطريقة التقليدية لحياة المجتمع وسلوكه بما في ذلك الأنماط السياسية.

1- صلاح الدين خربوطلي ، السياحة المستدامة دليل الأجهزة المحلية، دار الرضا للنشر ، طبعة 1، دمشق وسوريا ، 2004 ، ص 31.

- مراعاة الإستدامة في تخطيط وإدارة السياحة وذلك من أجل الإستغلال الأمثل للبيئة الطبيعية والبشرية في المنطقة المضيفة. التحلي بالعدالة: وذلك في توزيع المكاسب بين المنطقة وأفراد المجتمع المضيف ومروجي السياحة. القيام بتحليل متداخل للتخطيط البيئي والإقتصادي والإجتماعي قبل القيام بأي مشروع.<sup>(1)</sup>

تحقيق الاستدامة للسياحة يتطلب العمل بالمبادئ العامة للتنمية المستدامة والتنمية السياحية المستدامة من أجل تحقيق الأهداف المرجوة وذلك بالحفاظ على الموارد السياحية البيئية والطبيعية بالإضافة إلى العمل على تنمية هذه الموارد وتطويرها، وإيجاد البدائل السليمة للموارد القابلة للزوال على أن يراعى في هذا حقوق الأجيال المقبلة، كما يلعب التسيير والإدارة دورا هاما في تحقيق سياحة مستدامة من خلال إدارة التأثيرات البيئية والاقتصادية والاجتماعية ويكون ذلك بوضع المؤشرات البيئية الخاصة بالموقع ودعم النوعية والجودة للمنتج السياحي وفق متطلبات الأسواق السياحية، وتضمينها في عملية التخطيط والتنفيذ والإدارة، وبهذا يتم الإقلال من التأثيرات السلبية المحتملة للسياحة، على أن تتم المراقبة المستمرة والمعالجة الفورية للمشاكل التي تنشأ والتأكد من المحافظة على مستويات الاستدامة للسياحة بإعداد مخططات تهيئة سياحية يراعى فيها كل مبادئ وأهداف التنمية المستدامة والتنمية السياحية المستدامة.

خ - **الترقية السياحية:** وتتكون من عناصر عدة مثل عناصر الجذب السياحي وتشمل العناصر الطبيعية وعناصر من صنع الإنسان، كالمتنزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية. والنقل بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي وأماكن الإقامة سواء التجاري منها كالفنادق والتسهيلات المساندة بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك وخدمات البنية التحتية كالمياه والكهرباء والاتصالات.... ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية، فالتنمية السياحية تنفذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معاً وتأخذ الترقية السياحية أشكالاً متعددة منها تأخذ الترقية السياحية أشكالاً متعددة منها تطوير المنتجعات السياحية والقرى السياحية

-1 د.صلاح زين الدين، دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر ، المؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة ، كلية الحقوق ، جامعة طنطا ، مصر ، أبريل 2016، ص 16

ومنتجات المدن ويتطلب هذا النوع من المنتجات دمج برامج استعمالات الأراضي والتنمية الاجتماعية، مع عدم إهمال البعد الاقتصادي الذي يوفر فرص الجذب الاستثماري للمشاريع.<sup>(1)</sup> يتبين لنا من خلال ما تقدم، ان السياحة ما هي إلا عملية متعددة الجوانب ومتشابكة الأطراف منها ما هو اقتصادي ينظر إلى السياحة كصناعة تحتاج لرؤوس أموال طائلة ونجاحها يتوقف على مدى ما تضيفه للدخل القومي من تراكم مادي، وينظر إلى السياحة كعلاقة بين الشعوب المختلفة واتصال إنساني يعكس طبيعة البيئات المتباينة، وكوسيلة لنقل الأفكار والقيم وأنماط السلوك بل والتراث الحضاري بين الأمم، وبقدر ما تحققه هذه الوسيلة في عملية التقارب هذه بقدر ما تنجح السياحة.

وللسياحة آثارها ونتائجها سواء إيجابية وسلبية، ما يحتم تبني منهج السياحة المستدامة وهو الذي أصبح من متطلبات العصر، ووجوده يعني سياحة صديقة للبيئة تحافظ على جميع الموارد السياحية الموجودة في المنطقة وتحترم المجتمع المحلي وتضمن مشاركته في إتخاذ القرارات، بالإضافة إلى المساهمة في الإقتصاد المحلي والوطني. إن مفهوم السياحة المستدامة أصبح مفهوما عالميا حيث وقبل أي مشروع مهما كانت أهميته يجب أن يتناول مصطلح الإستدامة وعلى غير ما يعتقد الكثير فإن تطبيق مفهوم السياحة المستدامة لا يعد مكلفا من الناحية المالية، فله عائده المعنوي والمادي، ويعود بالربح والفائدة على المؤسسات السياحية والمجتمع المحلي. فالهدف الأساسي من السياحة هو التجديد الحسي والمعنوي للإنسان الذي لا يتحقق إلا بالإحساس بتغير البيئة ونمط الحياة.. مع التمتع بأكبر قدرٍ من الخدمة والنظافة والنظام.. وعلى هذا الأساس يُمكن إعادة الحسابات الاقتصادية للمشروعات السياحية.. فإن تقديم المباني السياحية في الدول النامية في صورتها المحلية المتواضعة والمعبرة عن الأصالة والتراث هو عامل جذب آخر يُضاف إلى جوانب الجذب الطبيعية أو المناخية أو التاريخية. إن الإستفادة من القطاع السياحي تتطلب التخطيط والاستثمار المادي وغير المادي من أجل نهج وتجسيد التنمية المستدامة في قطاع السياحة، من خلال هذا الفقرة تم التطرق إلى مجموعة من المفاهيم من أجل توضيح الرؤية حول السياحة المستدامة.

1- سالم ذيب فيصل الحاج , صناعة السياحة في الأردن, دار وائل للنشر, ط1, الأردن, 2000 ص. 276. 2 سراب إلياس , تسويق الخدمات السياحية, دار المسيرة للنشر والتوزيع, ط 1, الأردن, 2002 , ص. 11.

## ثانياً: العمارة الأيقونية:

تم الإشارة إلى المصطلح (Iconic) والتي يمكن ترجمتها ب (الأيقوني) بوصفها مفهوماً له أصل في النظرية المعمارية؛ وذلك بحسب ما يمكننا الوصول إليه من الطروحات، فقد طرح برودبنت (Braodbent) في كتابه (Design In Architecture) الصادر سنة 1973 أن هناك أربعة أنواع تاريخية للتصميم وهي: التصميم النفعي (Pragmatic Design) ويتم باستخدام الطرائق والمواد المتوفرة وبالاعتماد على التجربة السابقة والخطأ. والتصميم الأستعاري أو وفق المماثلة (Analogic Design) وهو استعارة شكلية أو نقل لنماذج وافكار بشكل مباشر أو غير مباشر لتوظيفها في الانتاج الحالي وهي نوع أساسي للتصاميم الأبداعية، ثم التصميم القانوني (Canonic Design) وهو مقيد بقوانين حيث يستخدم قواعد وأنظمة هندسية أو تركيبية في عملية بناء الشكل بما يوفر غطاء مقنع وشرعي وأخيراً التصميم الأيقوني (Iconic Design) وهو نقل لنماذج مجربة ومقبولة أو نماذج قد أثبتت كفاءتها في مجال ما، إذ أشار إلى أن عملية النقل هذه تعتمد على نمط (Pattern) ثابت في الصورة الذهنية للأجيال المختلفة، فهي تعد نمط ونوع متوارث (type) لهذا فان برودبنت يناقش الأيقونية على أنها تأتي بمعنى النسخ وربما التعامل مع الحلول العملية عبر الأجيال المختلفة بصورة نموذج منقول من جيل لآخر، فهو ملتزم بالمعنى الصوري وليس الدلالي.<sup>(1)</sup>

كما وردت مفردة الأيقونة أيضاً في الطروحات المعمارية التي تشرح علاقة العمارة بعلم السيمولوجيا وعلم الأشارات وبشكل جوهري ضمن التصنيف الذي وضع أسسه العالم بيرس (Peirce) والذي أعتمده المنظرون المعماريون، حيث ناقش جينكس (Jencks) وآخرون في كتاب (Signs, Symbols and Architecture)، علاقة السيمولوجيا بالعمارة وتوظيف الإشارة الأيقونية فيها لكون العمارة تتكون من إشارات ودلالات ومعان ورموز تكون ذات قيمة للمتلقي وتدرک من خلالها، حيث أشار إلى أن العمارة تستند لأشارات بصرية تعتمد على الكتلة والفضاء وهي تختلف عن الأشارات السمعية التي تستخدم الزمان، فالأشارات البصرية التي تستند العمارة إليها تميل عادة لتكون اشارات أيقونية بطبيعتها، وتنتج هذه الإشارات الأشكال الفنية والرسم والنحت والعمارة اما الأشارات

1- Braodbent, Design in Architecture, 1973, p30.

السمعية فتننتج اللغة المنطوقة والموسيقى. أشار جينكس إلى محاولات العديد من المعماريين ومنهم لوكوربوزيه ووالتر كروبيوس في القرن العشرين في تكوين لغة عالمية (Universal Language)؛ تعتمد على الإشارة الأيقونية بصورة كبيرة، مثلا العمارة الوظيفية التي تستند لغتها الى العالمية على أن (الشكل يتبع الوظيفة) كأشارة أيقونية لها.<sup>(1)</sup>

أن العمارة الأيقونية حركة قد بدأت في أواخر التسعينيات، يميزها التفرد المقصود، وهي شكل واحد من أشكال العمارة المعاصرة القائمة بذاتها، واستندت في تعريفها للعمارة الأيقونية إلى مجموعة من المؤلفين الذي نص على ان العمارة الأيقونية هي بنية معاصرة، مصممة من قبل المهندس المعماري المشهور، وتتميز بهندسة معمارية مثيرة للإعجاب ورمزية، وتكسب شهرة وشعبية".<sup>(2)</sup>

أشار "لاندرى" إلى تعريف العمارة الأيقونية بأنها عبارة عن مشاريع أو مبادرات تعتمد بقوة إلى اثبات نفسها بنفسها، وكما انها تثير الخيال، وتحمل صفة المفاجأة والتحدي، ولها قابلية في زيادة التوقعات، كما أشار بأنها تبنى ليراها الجميع وهناك تفكير دائم بها، كما يمكن التعرف عليها مباشرة او قد تصبح معروفة مع مرور الوقت.<sup>(3)</sup>

يتضح من مجمل الطرح السابق، ان العمارة الايقونية هي العمارة المميزة التي تصبح بمثابة رمز يعبر عن مكان محدد وزمان محدد، لأهميته الشكلية والمعنوية والوظيفية وأحيانا أحدها لتصبح بدورها عنصر جذب يعبر عن الثقافة والهوية والفخر المدني ولها تأثيرات مكانية واقتصادية واجتماعية.

### ثالثاً: التنمية السياحية المستدامة والعمارة الايقونية

تتأثر السياحة بعوامل عديدة منها الموقع، العوامل الاجتماعية، العوامل الثقافية، المعتقدات الدينية، السكان المستوطنين في المدينة واقتصاد السياحة، وتعد العمارة احدى سلع الاستهلاك السياحي، حيث ان الشكل الفيزياوي للعمارة وجماليات المكان

- 1- Jencks, "Late Modren Architecture". London: Academy edition,1980,p108.
- 2- Reshetnikova, Tatiana. "The Iconic Movement Definition." the 7th international doctoral conference. Prague: the 7th international doctoral conference Faculty of architecture,2017,p105.
- 3- Reshetnikova, Tatiana. "The Iconic Movement Definition." the 7th international doctoral conference. Prague: the 7th international doctoral conference Faculty of architecture,2017, P8-9.

(ثقافته، تقاليد سكان المنطقة، نوع الطعام وتنوعه) يعدّان مقومين أساسيين لجعل المكان قابلاً للتمييز أولاً وتوليد احساس بالمكان ثانياً وهذا ما يشكل نقطة جذب للسائح وزيادة خبراته<sup>(1)</sup>، إذ توجد علاقة متشابكة بين الانسان والمباني المعمارية والبيئه التي تحوي هذه المباني التي غالباً ما تكون جذابة بصريا لتكون بمثابة دعوة للسياح. تعد السياحة اليوم واحدة من اكبر القطاعات الاقتصادية الديناميكية من خلال معدلات نموها العالي وتدفعات احجام كبيرة من العملة الاجنبية التي بدورها تنعكس على تطوير البنية التحتية وادخال الخبرات المختلفة التي تؤثر في كل قطاعات الاقتصاد، هذا فضلاً عن المساهمة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية. على الرغم من أن العمارة والبناء والتصميم تجذب انتباه الجمهور، إلا أن الإمكانيات المبتكرة التي تكمن في العمارة المعاصرة لا تزال تستخدم بالكاد في صناعة السياحة، وعلى الرغم من ذلك، يمكن أن تعزز العمارة إلى حد كبير عملية إنشاء هوية الدولة ومكانتها في السوق سواء للشركات أو المدن. عن طريق التعاون بين المجالات التجارية للعمارة والسياحة إذ من الممكن أن يوفر هذا واجهة ضرورية مع النهج المفاهيمية والنظرية والعلمية لدفع نموذج تصميم المنتج الجديد كأداة فعالة للنجاح الاقتصادي. إذ ان الهدف هو تحقيق التنمية السياحية المستدامة وكذلك تحديد المواقع الدولية للسياحة من خلال العمارة ففي العصر الحالي اصبح دور التطور العمراني في زيادة التقدم الاقتصادي مجالاً مهماً بإمكان الجهات الفعالة الاستفادة منه، إذ اثير جدل كثير حول دور العمارة في هذا المجال، حيث تم تفسير هذا الدور وفق رؤية خاصة تختلف باختلاف الميادين والمناهج العلمية، أحد تلك الرؤى والاتجاهات الرئيسية للتقدم الاقتصادي من خلال العمارة هو بناء صور أيقونية جديدة، إذ يوفر اختفاء الأنشطة الصناعية المساحة المادية للمشاريع الجديدة المصممة لتعزيز الفخر المحلي، وكذلك لجذب انتباه السياح والمستثمرين إلى العمليات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للتجديد الحضري. وبذلك تصبح المباني الأيقونية أدوات العلامة التجارية القوية نيابة عن المدينة<sup>(2)</sup>، حيث يصبح استخدام العمارة

- 1- Scerri, Moira, Business School , University of Technology Sydney, the value of architecture to tourism, 2016, P1
- 2- Patachi, Laura, The Impact of Iconic Buildings and Star Architecture on the Sustainable Development of Cities, 1Technical University of Cluj-Napoca, Faculty of Architecture and Urban Planning. 72-76 Observatorului Str., 400363, Cluj-Napoca, Romania, 2016, p355

كأداة أساسية لتحفيز التنمية السياحية في مناطق معينة وذلك من خلال مبان رمزية مميزة يمكن أن تكون وجهة سفر بحد ذاتها (Piatkowska 2012, P2). أيضاً هناك عدد قليل جداً من الأماكن الطبيعية أو التاريخية يمكن أن توجد كمعالم للجذب السياحي من خلال بناء كائنات معمارية مذهلة وموصوفة في جميع أنحاء العالم تم إنشاؤها بواسطة مهندسي النجوم بذلك تقوم الدول بتكوين وجهات سياحية جديدة، وبيع صورة مكان جديدة ذات منافسة عالية، وبالتالي جذب الجماهير من السياح وزيادة دخل المكان. وتعد هذه المباني والرموز المعمارية لها تأثير ملموس على الاقتصاد المحلي، كما يمكن أن يشجع المبنى المميز الاستثمار في المنطقة. (Piatkowska 2012, P2) وقد شكل مفهوم "تحفيز التنمية الاقتصادية" بالتوافق مع التنمية الاجتماعية ركناً أساسياً في تفسير دور العمارة والتصميم لكونها احدا مقومات تلك التنمية من خلال تنظيم الفضاءات الخارجية والتركيز على شكل المبنى الخارجي حيث سيشكلان عاملين أساسيين في التوسع الاقتصادي، فتأثير العمارة يعدّ ايجابياً في تحفيز التنمية الاجتماعية والنمو الاقتصادي من خلال تأثيره على صناعة السياحة وزيادة الواردات الخارجية.

وبهذا يرتبط دور العمارة في التنمية الاقتصادية من خلال تأثيرها على السياحة، وكل ما يرتبط بها من مقومات اقتصادية وثقافية وسياسية، حيث تعمل السياحة على توفير فرص عمل واسعة وتحفيز الاستثمار الاقتصادي وزيادة عدد الرحلات الاجنبية بالإضافة الى زيادة الدخل المحلي للفرد وتوفير فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، حيث تشير الدراسات بأن الكثير من الدول تعتمد في التنمية الاقتصادية على واردات السياحة أكثر من واردات الموارد الطبيعية.<sup>(1)</sup>

مما سبق يتبين ان العمارة ذات تاثير كبير على السياحة، من خلال عدة ترابطات تأتي في مقدمتها قدرة العمارة على إيجاد وتوليد معالم رمزية تجسدها مبان محددة تصبح بدورها مناطق للجذب السياحي من الداخل والخارج مؤثرة بدورها على الجانب الاقتصادي بصورة إيجابية.

-1 Tavallaee, Simin , Ali Asadib, Hamid Abyaa\* and Mohsen Ebrahimic, Tourism planning: an integrated and sustainable development approach, aDepartment of Geography, University of Kharazmi, Tehran, .Iran ,bImam Hosein University, Tehran, Iran,2014,P2

## المحور الثاني: بناء الإطار النظري

تشكل الهندسة المعمارية والتصميم واحدة من مجالات النمو الاقتصادي الرئيسية في أي بلد إذ أصبحت العمارة اليوم أداة للجذب العاطفي ابتداءً من الشكل الخارجي للمباني وانتهاءً بالفضاء الداخلي الذي يستوعبهم، حيث أصبحت العمارة اليوم سلعة ملموسة وغير ملموسة تخلق بيئة ودية تجذب وتناشد الغريزة الحسية والعاطفية لدى الانسان، حيث توجد علاقة متشابكة بين الانسان والايقونة المعمارية والبيئة التي تحوي هذه الايقونة التي غالباً ما تكون جذابة بصرياً لتكون بمثابة دعوى للسياح، إذ تعتبر اليوم السياحة واحدة من اكبر القطاعات الاقتصادية الديناميكية وذلك من خلال معدلات نموها العالي وتدفقات احجام كبيرة من العملة الاجنبية التي بدورها تنعكس على تطوير البنية التحتية وادخال الخبرات المختلفة التي تؤثر في كل قطاعات الاقتصاد هذا بالاضافة الى المساهمة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية.

### التنمية السياحية من العمارة التاريخية الى الايقونية

العلاقة المتبادلة بين العمارة والسياحة واضحة منذ العصور القديمة حيث كان للعمارة دور مهم للغاية كمناطق جذب سياحي. "العمارة هي المصدر الرئيسي وغير المشكوك فيه للتاريخ"، لذا يتجه السائحون إلى العمارة لإرواء عطشهم لتاريخ المكان وتراثه. مع اندلاع صناعة السياحة، يتم الآن تحديد هذه الأماكن واستعادتها وتعزيزها بقوة. السياحة هي واحدة من أسرع القطاعات نمواً في العالم فيما يتعلق بالتحويلات الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية. يعد قطاع السياحة أحد مصادر الدخل الرئيسية لأي دولة. لتعزيز السياحة، يتم استثمار مبالغ ضخمة من المال للحفاظ على التراث المحلي والأماكن المعمارية الرئيسية، لتحسين البنية التحتية للمدينة والتواصل داخلها، لتوفير مرافق ترفيهية أفضل، وبالتالي تجربة أفضل للسياح. وهذا بدوره يحسن نمط حياة السكان المحليين أيضاً. كانت السياحة من القطاعات الرائدة كمصدر للتوظيف للمواطنين. لكونه قطاع خدمات، فإنه يحتاج إلى الكثير من الأشخاص لإدارة السياحة وصيانتها والترويج

لها. من توفير النقل والإقامة إلى الطعام والجولات المصحوبة بمرشدين والصيانة، توفر السياحة الكثير من فرص العمل وتعدّ بمثابة نعمة للسكان المحليين. السياحة مهمة بالنسبة للسكان المحليين كاهميتها السياح. إذ تقوي هوية المواطن، وتجعله يشعر بالارتباط بالمكان ويؤكد ارتباطه بأرضه. السياحة لديها القدرة على تعزيز نمو أسرع وأكثر استدامة وشمولية. يمكن استخدامها كعلاج قوي لمعالجة الفقر. إنه أحد أكبر قطاعات الخدمات التي تعزز نمو المتطلبات المادية والميتافيزيقية للمستخدم. كما أنها ساعدت في تحسين نمط حياة الحرفيين والفنانين المحليين. يحقق هذا مرة أخرى دائرة النجاح المتبادل.<sup>(1)</sup>

يمكن للعمارة، بطبيعتها المزدوجة كبيئة مادية وأداة اتصال، أن تلعب دوراً هاماً في توليد بيئة مستدامة وزيادة الوعي العام حول هذه المسألة. تتمتع العمارة الأيقونية والمهندسون المعماريون النجوم بصور قوية وتأثير كبير على الجمهور، وبالتالي تلعب دوراً مهماً في نشر الاتجاهات والرؤى المعاصرة، التي تساهم بشكل كبير في التنمية المستدامة للمدن. وذلك من خلال مشاريع أيقونية معاصرة تحقق مقاربات في الاستدامة الاقتصادية والثقافية والبيئية.<sup>(2)</sup>

### سياحة الوجهة الأيقونية

تزيد العمارة الأيقونية والفن من اهتمام السوق ويمكن اعتماداً على تقييم المنتج أن تعطي موقعاً جديداً ومظهرًا جذاباً. يؤدي هذا مرة أخرى إلى زيادة الطلب والسعر الحقيقي مما يؤدي بدوره إلى نجاح تجاري أكبر مما قد يتحقق من خلال الإنشاءات الوظيفية التقليدية. تخلق العمارة الأيقونية أيضاً وظائف جديدة، أو تؤدي إلى تحول هذه الوظيفة الجديدة إلى تراث مثل جميع التجارب القديمة والموروثة، وبالتالي توفر إمكانية تطوير السياحة للمنتجات الجديدة. السياحة والعمارة الأيقونية لم يسبق لهما

- 1- <https://www.re-thinkingthefuture.com/article/exploring-the-relationship-between-architecture-and-tourism/>
- 2- Patachi, Laura, The Impact of Iconic Buildings and Star Architecture on the Sustainable Development of Cities, 1Technical University of Cluj-Napoca, Faculty of Architecture and Urban Planning. 72-76 Observatorului Str., 400363, Cluj-Napoca, Romania, 2016, p354

أن كانتا قريبين من بعضهما البعض في تطوير منتجات كما هو الحال اليوم. إذ أصبحت تمثل دائرة النجاح المتبادل للاقتصاد. مما يمثل بدوره الاستدامة حيث تعتبر المباني الايقونية ليست مجرد شكل فني، إذ من أجل تحقيق النجاح، يجب أن يكون المشروع مستدامًا اجتماعيًا وكذلك اقتصاديًا. يجب أن يتواصل مثل هذا المشروع مع مجتمعه، ويجب أن يكون جذاباً وأن يكون ملهمًا، وله معنى اقتصادي. إذ أصبحت العمارة من حيث السياحة الآن عنصرًا أساسيًا في تخطيط المدينة، سواء كان من التراث الثقافي أو العمارة المعاصرة.

عندما يتعلق الأمر بالتراث، فإن الهندسة المعمارية تؤدي إلى سياق معين محدد تمامًا، وبالتالي فهي شهادة عن التاريخ. بهذا المعنى، يمكن أن تصبح العمارة علامة تجارية تصف هوية مجموعات اجتماعية أو ثقافية معينة، وترتبط بالسياحة الثقافية والتعليمية. على الرغم من أن هذه العمارة اليوم في معظم الحالات غير وظيفية وصعبة التحول إلى الأشكال الحديثة لأعمال البناء وحياة المدينة، إلا أنه يجب الحفاظ عليها واستخدامها في التخطيط للتنمية المستدامة للمدينة كجزء من صناعة السياحة. يُنظر إلى العمارة الحديثة، على عكس هندسة التراث الثقافي، من جانب الترفيه والمشهد، حتى لو تحدثنا عن وظيفة الهيكل أو الموقع أو الشكل. الشكل غير العادي والمثير للجدل الذي يستخدم جميع مزايا التكنولوجيا الحديثة يجذب بالتأكيد انتباه الزوار، لكن هذا لا يكفي دائمًا. الموقع الذي يوفر السياق والوظيفة التي تجلب الجدوى الاقتصادية وإمكانية الاستخدام المستمر للمساحة هو أيضًا أحد العوامل المهمة لنقل عمل الهندسة المعمارية في المنتج ذي العلامة التجارية. تولى المدن الحديثة في الوقت الحاضر اهتمامًا كبيرًا لمثل هذه المشاريع على وجه التحديد، كدوافع لمزيد من التطوير وتوسيع المدينة، وكذلك المنطقة، في بعض الحالات والبلدان. الهندسة المعمارية الرائعة، ليس فقط لأنها تعزز التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ولكنها تصبح منتجًا يسوّق نفسه كرمز يتجاوز المجموعة المستهدفة ووجهة سياحية يجب أن يراها الجميع.



شكل (1) يمثل المنطقة المجاورة لبرج خليفة، دبي الإمارات العربية المتحدة،  
([http://www.iaacblog.com/programs/architectures-role-in-tourism-and-city-branding\\_/](http://www.iaacblog.com/programs/architectures-role-in-tourism-and-city-branding_/))

### هوية العمارة السياحية:

تمثل الأهرامات، شكل (2)، ومعابد الهند القديمة والصين وبرج أيفل، شكل (3)، وصولاً إلى برج خليفة، هوية المكان ونسج قصة الوقت الذي تم بناء تلك المباني فيه. لقد أدى التحضر السريع في كثير من الحالات إلى تدمير هوية المدن. عندما يدخل السائح مدينة ما، فهو في الأساس ضائع أو يتعرض للقصف بنسخ مختلفة من "هوية مدن أخرى" بحيث لا تكون لديه صورة واضحة عن المكان وجذوره. كان العديد من المهندسين المعماريين والمخططين يعملون على إعادة بناء مناطق التراث القديم في المدن. لكن السؤال المهم هو "أي نوع من إعادة الإعمار؟" هل يجب أن يكون متوافقاً مع الأنماط التاريخية وروح تلك المنطقة، أم يجب أن يعكس الأشكال والتخطيطات الجديدة والحديثة، مع الإطار الحديث؟ للوهلة الأولى، قد تبدو فكرة الترميم وفقاً للأسلوب القديم مناهضة للحداثة، مع الحفاظ على التصميم الكلاسيكي الأصلي، ومع ذلك قد تكون رتيبة مع عدم وجود عنصر المفاجأة والتساؤل. ظهر مفهوم جديد يسمى "التعديل التحديثي"، حيث يتم إضافة عنصر "متناقض ومكمل" حديث إلى الهياكل التراثية القديمة، وبالتالي الحفاظ على القديم، وإعطائه الحيوية الجديدة التي يحتاجها.<sup>(1)</sup>

1- Klingmann, A. Brandscapes. Architecture in the Experience Economy. Cambridge, MA: The MIT Press, 2007.P45.



شكل رقم (3) يوضح برج ايفل في باريس  
[/https://www.albdel.com](https://www.albdel.com)



الشكل (2) يوضح الاهرامات في القاهرة  
[/https://www.albayan.ae](https://www.albayan.ae)

لطالما كانت العمارة هي المصدر الرئيسي للجذب، سواء كانت العمارة التراثية أو العمارة الحديثة، كما هو الحال في دبي - "مدينة البذخ" هي أفضل مثال على هذا السيناريو. من الواضح جدًا والمدهش أيضًا أن نرى التحول الذي شهدته هذه المدينة على مدار العقود القليلة الماضية، لتصبح واحدة من أفضل الوجهات السياحية في العالم. ومع ذلك، فمن المعروف أن النفط يلعب اليوم دورًا ضئيلًا للغاية في إجمالي إيرادات الدولة، بينما تلعب السياحة والتجارة الدور الأكثر أهمية. هذا مثال على العلامة التجارية الحديثة للمدينة من خلال العمارة الايقونية المهيبة. يصبح المبنى بحد ذاته عامل جذب وبالتالي رمزًا للمدينة والمنطقة والبلد والمجتمع..<sup>(1)</sup>



شكل (4) يوضح مبنى اوبرا سيدني / استراليا  
[/https://www.albdel.com](https://www.albdel.com)

1- Kieran, S. "The architecture of plenty,theory and design in the marketing age".Harvard Architectural Review 6,1987,P78.

## الدراسات السابقة

سيتم مناقشة الدراسات السابقة لغرض استخلاص مفردة البحص الرئيسية ومفرداته الثانوية:

### 1 - دراسة -2016- Moira Scerri: The Value Of Architecture To Tourism

اشارت الدراسة الى كون الهندسة المعمارية سلعة من الاستهلاك السياحي اذ أكدت الدراسة الى ان السائح ينجذب الى خصائص المكان النوعية. حيث ان الشكل الفيزياوي للعمارة وجماليات المكان (ثقافته، تقاليد سكان المنطقة، نوع الطعام وتنوعه) يعتبران مقومان اساسيان لجعل المكان قابلا للتمييز اولا وتوليد احساس بالمكان ثانيا وهذا ما يشكل نقطة جذب للسائح وزيادة خبراته. (P1)

حيث تناولت هذه الدراسة قيمة تصميم المباني واشارت الى خمس مبان ساهمت في السياحة والاقتصادات المحلية (P2) وجميع المباني التي اشارت لها الدراسة ذات اهمية ثقافية لانها ذات أنشطة تشغل العقل، (P8)

وتناولت الدراسة الاثر الاقتصادي للهندسة المعمارية على السياحة وركزت اهتمامها على مقياس وحساب عنصر الانفاق السياحي في المساهمة الاقتصادية واستخدمت الدراسة نهج المدخلات والمخرجات لقياس التأثير الاقتصادي الذي يعزى للسياحة (P7)

حيث عرفت النفقات المباشرة على انها النفقات داخل المنطقة المضييفة باستخدام الدخل الناتج من خارج المنطقة مما يمثل ضخ اموال جديدة في الوجهة المستضييفة (P8)، من الصعب تطبيق طريقة تحويل المنافع لتعيين القيمة وحجم الايرادات من معلم سياحي واحد، مع ذلك ولان الأنشطة السياحية هي مدخلات يتم توفيرها فيتم حساب المبلغ الذي يدفعه الزوار للمشاركة كبديل للاخراج (P13)

واشارت الدراسة الى انه لايمكن ان تعزى جميع النفقات الى عنصر الجذب الوحيد حيث يزور الزوار مجموعة من المعالم السياحية لذلك يجب تطبيق عامل انتاج الفريق كما تناولت الدراسة تقييما للقيمة الاقتصادية والاجتماعية والسياحية والمجتمعية وفحصها كما قامت بتقييم معايير النقل (P12)

ركزت الدراسة على دور المباني في جذب السياح وبالتالي زيادة عنصر الانفاق مما يعمل على ضخ اموال جديدة وعملة اجنبية للمنطقة المستضيفة وبالتالي التأثير الايجابي في الاقتصاد، وقد اشارت الدراسة الى ام عنصر الانفاق لا يعزى الى عنصر الجذب الوحيد المتمثل بالمبنى المميز، لم تحدد الدراسة الصفات ولا العوامل ولا الاماكن التي يوقع بها عنصر الجذب من اجل الاستفادة الاقتصادية منه.

## 2 - دراسة -2015- J. A. Olanusi, D. O. Akingbohunbe & Muhammed Adamu (Architecture as Stimulus for Growth and Economic Development in Nigeria)

تناولت هذه الدراسة تأثير العمارة على الشركات التجارية والمساهمة التي قدمتها العمارة للشركات التجارية وتنمية المجتمع، كما اشارت الى اهمية استكشاف الامكانات المعمارية في صناعة السياحة لتعزيز القاعدة الاقتصادية لنيجيريا كوسيلة لجذب الايرادات الاجنبية لدعم الدعوة الناشئة لتنويع عائدات الدولة غير العائدات النفطية. (P1) كما اكدت الدراسة على اهمية الثقافة والتصميم في جذب انتباه الجمهور مؤكدة على دور الامكانات المبتكرة التي تكمن في العمارة المعاصرة -موضحة انها بالكاد تستخدم في صناعة السياحة- في تعزيز خلق هوية الشركات ووضع السوق وواجهات المدن، كما أن التعاون بين مجالات الاعمال المعمارية والسياحة ممكن ان يكون اداة ناشئة للنجاح الاقتصادي من خلال انتهاز الطريقة النظرية والعملية لدفع نموذج تصميم المنتج الجديد (P2).

واوضحت الدراسة الى أن الجودة العالية للعمارة يمكن ان تترجم الى ميزة تنافسية (P3) اذ ان نيجيريا ستحصل على اعلى متوسط نمو من الناتج الاجمالي المحلي في العالم بين عام 2011-2050 حيث توقع صندوق النقد الدولي نموا بنسبة 8% في الاقتصاد النيجيري في عام 201. وذلك من خلال الصناعات الابداعية والاعلامية الجديدة التي تلعب دوراً بارزاً في الادوار الاقتصادية والاجتماعية وان القيمة السوقية للمنتجات ترتفع بشكل متزايد من خلال التفرد والجاذبية الجمالية مما يجعل الابداع ميزة تنافسية لمجموعة واسعة من الصناعات (P3) واوضحت الدراسة ان المشهد الثقافي يساعد في جذب الزوار الذين لاينفقون اموالهم فقط على الاحداث وانما على اماكن الفنون وتناول الطعام في المطاعم المختلفة والسكن في الفنادق والمنتجعات وشراء الهدايا والخدمات من المجتمع المستضيف، بالتالي تجلب الاحداث الثقافية فوائد اقتصادية لاعمال الاخرين (P4)

تتخذ نيجيريا خطوات لدمج الفنون والثقافة في خطط وسياسيات التنمية الاقتصادية للدولة ليفهم صناع القرار بشكل افضل نهج لتحليل الفنون والادوار الديناميكية التي تلعبها المؤسسات الابداعية في اقتصاد الدولة، بالتالي فأن تطوير الفنون او الثقافة من خلال الشركات الربحية وغير الربحية، وكذلك من خلال ضمان القوى العاملة الماهرة فضلاً عن الاعتماد على التعليم في المدارس لزراعة التفاهم والتقدير والطلب للفنون والسلع والخدمات الثقافية لتمكين الدولة من دمج الفنون والثقافة في المجتمع من خلال استخدام المشاريع وتطوير فضاء الفن اذ اشارت الدراسة الى ان الدول قد تشمل الفنون والثقافة كجزء من استراتيجية السياحة لا سيما من خلال الجهود لتعزيز وتسويق التراث الثقافي الفريد للدول. وشارت الدراسة كذلك الى مكونات صناعة السياحة والقطاعات التي تضم الانفاق وهي:

- 1 - **الاقامة:** التي تاخذ 20% -30% من انفاق السياحة بانواعها المختلفة من (فنادق، منتجعات، موتيلات، اراضي مخيمات، مواقف سيارات... الخ).
- 2 - **البنى التحتية:** وهي المكونات الموجودة دون مستوى سطح الارض من توفير الاطار الاساسي للتشغيل، والخدمات من امدادات مياه طاقة كهربائية وصرف صحي واتصالات.
- 3 - **النقل:** يعتمد هذا القطاع على وسائل النقل سواء إذا كان السفر السياحي عن طريق الجو أو البحر الأرض مع المرافق والخدمات الكافية اعتباراً من محطات المطار والموانئ والطرق وجميع النظم التي تنطوي على المدخلات المعمارية والانفاق الذي يتم من خلالها.
- 4 - **الاغذية والمشروبات:** يوفر هذا القطاع الانفاق على المطاعم والبارات ومنافذ الاكل والشرب.
- 5 - **خدمة الدعم:** وهو القطاع الاخير الذي يشمل مرافق التسوق والخدمات الوجيهات التي تساعد على تحقيق الاحتياجات الاساسية والتكميلية للزوار من(محلات تجارية، سوق حرة، غسيل ملابس، بقالات، خدمات دليل سياحي، رياضة، استجمام، متاجر التجزئة... الخ). (P5-P6)

يلاحظ ان الدراسة قد تطرقت الى السياحة بكونها اداة للنجاح الاقتصادي في نيجيريا، واكدت على دورها في التنمية الاقتصادية؛ من خلال تطوير الفنون والثقافة

ودمجها بالمجتمع، ووضحت الدراسة اهمية الصناعات الابداعية واهمية الدور، الذي العمارة كحاوي لتلك الفعاليات، الا انها لم تشر الى الدور المباشر الذي تلعبه الهندسة المعمارية مباشرة في السياحة ولم تشر الى ان المبنى نفسه قد يصبح وجهه سياحية واداة لجذب الزوار.

مما سبق يستخلص البحث مجموعة من المفردات الثانوية والقيم الممكنة للمفردة الرئيسة (العمارة الايقونية كاداة فاعلة في صناعة السياحة) والجدول (1) يوضح اهم هذه المفردات.

جدول(1)

المفردة الرئيسية	المفردة الثانوية	القيم الممكنة
	تسويق الاماكن	المعماريون النجوم
		عوامل الجذب
		البنية التحتية
		نوعية الحياة
		وسائل الترفيه
		الاستخدام المستدام للايقونة
		تدفقات عالمية
		اضافة وظائف جديدة
		الايقونة كاداة اتصال
		(العمارة الايقونية كاداة فاعلة في صناعة السياحة)
الشكل الفيزيائي للعمارة		
التركيز على شكل المبنى الخارجي		
ثقافته		
تقاليد		
اماكن تدفق الناس	اماكن الصورة الحضرية	سكان المنطقة
		تنوع الطعام
		التركيز المفرط على العلامة التجارية
		تسويق التصميم
		التواصل المادي والرقمي
		اماكن الربط
		اماكن التكتل
		الاستثمار والتطوير

## تطبيق البحث

اعتمد تطبيق البحث على عینتین لوظائف مختلفة الاول مشروع برج خليفة-دبي - الامارات العربية المتحدة) والعينة الثانية (مركز حيدر عليف -أذربيجان)، إذ تم اعتماد الاسلوب الوصفي التحليلي، حيث تم تحليل كل من العینتین وفق المفردات والمؤشرات الثانوية المحققة لها باعتماد القياس النوعي (الجدول 2 و3 و4).

## جدول (2)

العينة الاولى	
	رمز
	العينة
	A
	معلومات عن المشروع
	اسم المشروع: برج خليفة
المصمم: شركة سكيدمور، المهندس المعماري أدريان سميث	
الموقع: دبي/ الامارات العربية المتحدة	
التصنيف: متعدد الاغراض (اداري -سكني- ترفيهي)	
تعريف حالة الوصف	
<p>الفكرة التصميمية: يجمع تصميم البرج المكون من 162 طابقاً بين التأثيرات الثقافية المحلية والتكنولوجيا المتطورة لتحقيق أداء عالٍ في مناخ صحراوي شديد، تم استلهام التصميم العام للبرج من الأشكال الهندسية لزهرة الصحراء الإقليمية، زهرة الهيمينوكاليس المحلية التي تتكون من ثلاثة أوراق أو على شكل حرف، ويُساعد هذا الشكل في التقليل من تأثير قوة الرياح على البرج، بالإضافة الى استلهام أنظمة الزخرفة المجسدة في العمارة الإسلامية.</p> <p><a href="https://www.archdaily.com/882100/burj-khalifa-som?ad_source=search&amp;ad_medium=search_result_all">https://www.archdaily.com/882100/burj-khalifa-som?ad_source=search&amp;ad_medium=search_result_all</a></p>	
<p>حالة التفرد: يعد برج خليفة، الذي يبلغ ارتفاعه 828 مترًا فوق مدينة دبي، أطول مبنى في العالم. بالإضافة إلى ارتفاعه الذي حطم الرقم القياسي، يدمج برج خليفة كفاءات هيكلية وبنائية جديدة لتقليل استخدام المواد والنفايات. وهي تشمل نظام تهوية "مصدره السماء"، حيث يتم سحب هواء بارد أقل رطوبة من خلال الجزء العلوي من المبنى. يحتوي البرج أيضًا على أحد أكبر أنظمة استرداد المكثفات في العالم. <a href="https://www.archdaily.com">https://www.archdaily.com</a></p>	
<p>الموقع: يقع برج خليفة في منطقة متعددة الاستخدامات، كجزء من تطور جديد يسمى وسط مدينة دبي.</p>	
<p>الفعاليات الوظيفية: يمثل برج خليفة محور تطوير كبير متعدد الاستخدامات، ويحتوي على مكاتب ومساحات للبيع بالتجزئة ووحدات سكنية وفندق جورجيو أرمانى. مخطط الأرضية على شكل حرف Y يزيد من مناظر الخليج العربي. على مستوى الأرض، تحيط بناطحة السحاب المساحات الخضراء، والمعالم المائية، والشوارع الملائمة للمشاة. ير تقرير اقتصادي مدعوم بأراء خبراء إن هناك 10 فوائد رئيسية لبرج خليفة على الاقتصاد المحلي، مبيناً أن البرج أكد وضع دبي والإمارات على خريطتي السياحة والاستثمار في العالم، وعزّز من كونهما وجهة مبتكرة و متميزة للمستثمرين والسياح والقاطنين على حد سواء. (عوض الله 2010)</p>	

- العائدات الاقتصادية: دخول برج خليفة السوق العقارية له أثر إيجابياً في سوق دبي العقارية بأكملها، إذ شهدت منطقة (وسط مدينة برج خليفة) المحيطة بالبرج، ارتفاعاً ملحوظاً في الإقبال على عقاراتها قبل وبعد الافتتاح الرسمي للبرج. وتفصيلاً، عدّدت شركة "هاربور العقارية"<sup>(1)</sup>، 10 فوائد لبرج خليفة على الاقتصاد المحلي: <https://www.alittihad.ae/>
1. الأثر الإيجابي الأول للبرج هو تعزيز مكانة دبي وقدرتها على مواجهة التحديات الجارية، وتحقيق رؤيتها الطموحة خلال أعنف أزمة اقتصادية يواجهها العالم منذ الكساد العظيم في القرن الماضي.
  2. التأثير الثاني هو الاهتمام العالمي الذي جنّته دبي وتركيز العالم على افتتاح برج خليفة، ما سيؤثر بشكل مباشر في قطاع السياحة، إذ شاهد الافتتاح أكثر من ملياري مشاهد حول العالم.
  3. وفر البرج الآلاف من فرص العمل الجديدة، وهو تأثير مهم وضروري في وقت يأتي بعد موجة إعادة الهيكلة، وتخفيض أعداد الموظفين التي شهدتها الإمارة خلال العام الماضي إن فندق (جورجيو أرماني) الذي شغل 12 طابقاً من برج خليفة، وفرّ وحده 600 فرصة عمل جديدة.
  4. الفائدة الرابعة على الاقتصاد المحلي هي كون البرج ذاته يمثل مشروعاً مهماً للجذب السياحي، إذ سيجذب العديد من المستثمرين الإقليميين والعالميين من الأفراد والمؤسسات والشركات للاستثمار وامتلاك عقارات في هذا الهيكل الأيقوني والعنوان الأكثر أهمية وفخامة في العالم، والذي بدوره سيساعد على جذب رؤوس الأموال العالمية إلى دبي.
  5. الفائدة الخامسة تكمن في الناحية العلمية، إذ ساعد بناء برج خليفة على الترقّي والتقدم في مجالات هندسة الرياح والهندسة الهيكلية والنظم الهيكلية ومعدات وأساليب البناء، التي ساعدت على الارتقاء وتحسين الممارسات المتبعة في علوم البناء والتشييد، ما انعكس على أداء قطاع المقاولات كونه أحد القطاعات الاقتصادية المهمة في البلاد. برج خليفة أصبح مرجعاً ومعيّراً عالمياً جديداً تقاس به المشروعات العقارية، من حيث توفير أسلوب حياة متكامل فريد وفخم، رفع معايير ومستوى الإبداع والجودة بين المطوّرين العقاريين في العالم أجمع.
  7. الفائدة السابعة للبرج أنه حدّد السقف الجديد للأسعار في السوق العقارية ومستويات الجودة على المستويين المحلي والإقليمي
  8. بينما تكمن الفائدة الثامنة في أن (المستثمرين الأوائل في برج خليفة ومنطقة (وسط مدينة برج خليفة) المحيطة حققوا عائدات سخية على قيمة رأس المال المستثمر). وتوقع أن تتزايد مكاسبهم على رؤوس الأموال بسرعة، بسبب افتتاح البرج والدعاية المحلية والإقليمية والعالمية المحيطة به.
  9. أن شركة إعمار العقارية ستستفيد من الإيرادات والأرباح التي سيجنيها البرج والمرافق المحيطة به، كمناطق التسوّق، فضلاً عن قيام جميع المشترين بتسديد دفعاتهم الأخيرة عند التسليم، والذي بدوره سيولد موجة جديدة من السيولة للمطوّر الرئيس، ولاتقتصاد دبي بالتالي، وهو ما يمثل الفائدة التاسعة.
  10. عمليات بيع وشراء العقارات في منطقة (وسط مدينة برج خليفة) ارتفعت خلال الأشهر القليلة قبل الافتتاح، وأفاد هذا الارتفاع جميع العاملين في قطاع العقارات، وأوجد موجة إيجابية جيدة في السوق، وهو ما يمكن اعتباره فائدة عاشره للبرج. <https://www.emaratayoum.com/business/local/>
- جذب الاهتمام العالمي: يعد برج خليفة أكثر من مجرد تحفة معمارية متميّزة، بل يعد مركزاً اقتصادياً واجتماعياً ونقطة جذب سياحية وإعلامية مهمة، أن إنجازه كان له تأثير نفسي مباشر في المستثمرين، إذ يعكس النمو الإيجابي في الاقتصاد المحلي. (عوض الله - 2010)

1- شركة هاربور العقارية إحدى أبرز شركات الإستشارات العقارية الرائدة في دبي، فهي جزء من مجموعة شركات عقارية عالمية أنشئت منذ عام 2001.

تعزيز هوية المكان: يشير "السامرائي"<sup>(1)</sup>، قال، إنه «في الوقت الذي تختبر فيه منطقة الخليج العربي توسعاً أفقياً للمدن يضيف برج خليفة مفهوماً جديداً للمدن العمودية التي مازالت تعد نمطاً جديداً في التطوير العقاري في المنطقة. الأبعاد الاقتصادية المهمة التي يحملها، من ناحية تأمين مساكن تفوق الـ1000 وحدة سكنية فوق قطعة أرض تعد صغيرة نسبياً إذا ما قورنت بحجم الأرض التي يجب تأمينها لتطوير 1000 وحدة سكنية بشكل أفقي، فضلاً عن المرافق والخدمات المتكاملة التي يوفرها البرج لقاطنيه وزوّاره والعاملين فيه واستطرد «يدعم برج خليفة الاقتصاد الوطني كونه نقطة جذب اعلامية وسياحية مهمة ستستقطب الزائرين إليها بأعداد كبيرة من داخل الدولة»، ولفت إلى أن «البرج أكثر من مجرد تحفة معمارية متميزة، وبيّن «إلى جانب الفوائد الاقتصادية التي يحملها البرج، فإن له فوائد إعلامية كبيرة أيضاً، إذ نجح في جذب عدسات المصورين والوسائل الإعلامية من جميع أنحاء العالم، عاكساً الصورة المشرقة لدبي، ما يروّج بصورة دبي بين كل أقطار العالم، ويظهر صورة إيجابية للمنطقة مغايرة للصورة النمطية التي نشرت في الغرب عن العالم العربي ومنطقة الخليج العربي» [/https://www.emaratayoum.com/business/local](https://www.emaratayoum.com/business/local)

### صور المشروع



برج خليفة / دبي، المصدر:

<https://www.archdaily.com/882100/burj-khalifa-som/59eb8a81b22e38dd05000157-burj-khalifa-som-image>



يوضح منطقة النافورة الراقصة المجاورة لبرج خليفة، دبي، الإمارات العربية المتحدة.

[/https://www.re-thinkingthefuture.com/article/exploring-the-relationship-between-architecture-and-tourism](https://www.re-thinkingthefuture.com/article/exploring-the-relationship-between-architecture-and-tourism)

### جدول (3) وصف العينة الثانية

العينة الثانية	
	<p>رمز العينة</p>
	<p>معلومات عن المشروع</p>
	<p>اسم المشروع: مركز حيدر علييف</p>
	<p>المصمم: المهندسة المعمارية زها حديد</p>
<p>B</p>	<p>الموقع: باكو/ أذربيجان</p>
<p>التصنيف: مركز ثقافي وطني</p>	
تعريف حالة الوصف	
<p>الفكرة التصميمية: مركز حيدر علييف<sup>(1)</sup> تحفة فنية بكل المقاييس المعمارية والهندسية والفنية والشاعرية، بنوعته وسلاسته وانسيابيته، بجوانبه الملطوية والممتدة على طول النظر، معتمداً على البياض حيناً وعلى المساحات المفتوحة والإضاءة الطبيعية حيناً آخر. لقد كان مهماً أن يعكس المركز فكرة الانفتاح والشفافية. ومن هنا كان من الضروري التخلص من أي جدران يمكن أن تؤثر على هذه الشفافية، وأي حواجز من شأنها أن تخلق نوعاً من العزلة، ليست هناك أسوار أو أبواب. كل شيء مفتوح ليكون امتداداً للبيئة المحيطة بالمبنى. (حلفيشي، 2013)، ولا يرمز اللون الأبيض لهذه الألواح إلى المستقبل المشرق فحسب، إذ يفصله ومن خلال تسليط أشعة الشمس على تلك الألواح، يتم إظهار الأشكال غير العادية للمبنى. ثمة تأكيد لاتصال مستمر بين خارج المبنى وداخله، تسعى العمارة وراء تثبيته في الحل التصميمي من خلال إنارة المبنى سواء نهاراً أم ليلاً. فالأشكال المميزة وغير التقليدية للمركز تتغير هيئتها مع مرور وقت ساعات الإنارة النهارية، في حين أن تلك الأشكال تبدو في صيغ وحالات أخرى أثناء الإضاءة الليلية، حيث يتم توجيهها من الداخل نحو السطوح الخارجية، كاشفة بذلك محتوى تكوين المبنى الأساسي، ومحافظة على شدة الانسجام بين الداخل والخارج. (السلطاني، 2012)</p>	
<p>حالة التفرد: ينتمي المبنى إلى عمارة المنحنيات والأشكال الغير مألوفة والتي تنقل بصورة معمارية فريدة من نوعها وجميله</p>	
<p>الموقع: الأرض التي بني عليها المركز كانت مصنعة سوفياتياً مهجوراً، وهذا وحده كان يستدعي كتابة نص جديد ومختلف تماماً. فالسيرة الذاتية التي تريد أذربيجان أن تكتبها منذ نهضتها النفطية الثانية، وتسترخصها أمام العالم تتطلب شكلاً أكثر إشراقاً وإيجابية، وصورة أكثر جمالا. الأرض المقترحة كانت بمثابة الحلم بالنسبة لـ زها حديد وفريقها، فهي شاسعة وتمنح إمكانيات عالية للإبداع والحركة (حلفيشي 2013)</p>	
<p>الفعاليات الوظيفية: يتكون المبنى من ثلاثة أجزاء تضم المسرح وقاعة المؤتمرات والمكتبة، يتم فصل المساحات الثلاثة عن بعضها ولها مناطق دخول وأمن خاصة بها ولكن أيضاً هناك بعض الأماكن المشتركة التي تربط بينهم تحت السقف الخارجي المستمر للمبنى. بالإضافة إلى قاعات عرض وقاعة مؤتمرات بـ 1000 مقعد، ومسرحاً بتقنيات عالية.</p>	

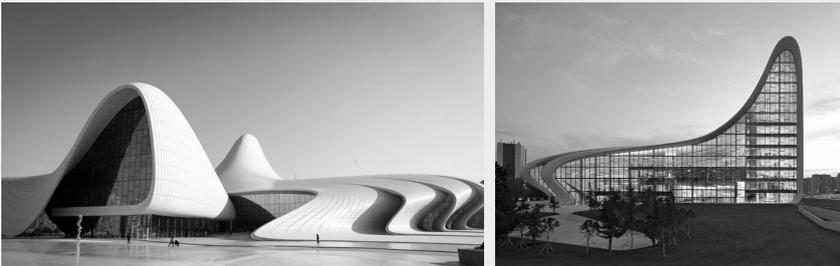
1- ويطلق عليه اسم مركز حيدر علييف نسبة إلى حيدر علييف زعيم أذربيجان السوفيتية من 1969 إلى 1982، ورئيس أذربيجان من أكتوبر 1993 إلى أكتوبر 2003

العائدات الاقتصادية: بعد الإصلاحات في المجال السياسي والاقتصادي التي امتدت على مدار 25 عاما، فقد تحولت أذربيجان من دولة متلقية للمعونات إلى دولة مانحة، كما تجاوز الاحتياطي النقدي الأجنبي 55 مليار دولارا أمريكيا ومازال طامحا للزيادة، واستقر الاقتصاد الأذربيجاني في المركز الـ37 حسب مؤشر التنافسية العالمية في تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي عام 2016. وللدولة الأذرية في ظل قيادتها الحالية برئاسة إلهام علييف رؤية لـ2020، حيث تبحث الوصول إلى مرتبة الدول المتطورة، وتعتبره هدفا مشروعا في ظل ما أنجزته الدولة خلال الربع قرن الماضية، فقد استطاعت أذربيجان مضاعفة الناتج المحلي الإجمالي ثلاثة أضعافه تقريبا، وتقليص معدلات الفقر من 49% في عام 2003 إلى 5% عام 2012، كما بلغ حساب الميزان الاقتصادي الخارجي 80% من إجمالي اقتصاد منطقة القزوين بأكملها، الأمر الذي أدى إلى تقليل نسبة البطالة إلى 5%، كما تم توفير مليون وأربعمائة ألف فرصة عمل (ومنها نحو 60 ألف فرصة عمل فقط خلال ست أشهر، لعام 2015) خلال السنوات الاثنتي عشرة الماضية. وخلال الفترة من عام 1995 وحتى عام 2015، جرى استثمار تقريبا 200 مليار دولارا أمريكيا في الاقتصاد المحلي للبلاد. <https://elaph.com/Web/ElaphWriter/2016/html.1114772/10/>

جذب الاهتمام العالمي: يعتبر مركز حيدر علييف أحد مناطق الجذب الرئيسية للسياح، إذ أنه يمثل أحد أبرز المعالم الرئيسية بالنسبة لسكان باكو. وقد صرّح "سافيت" بأن هذا المبنى أصبح محفزاً اجتماعياً بالنسبة للأذربيجانيين الذين يستمتعون بخصائصه الجمالية والعملية والرمزية. كما أن تركيز المبنى على عناصر الإبداع والتفاؤل والبساطة يجعل منه المكان الأمثل للتبادل المعرفي والثقافي. وبفضل تصميمه الخارجي المذهل، لا يرحب مركز حيدر علييف بالناس فقط، بل يحتفل أيضاً بكنوزه الغنية ذات السحر الخاص. ويضم مجمّع المتاحف داخله سلسلة رائعة من المعارض الدائمة والمؤقتة كذلك، والتي تبحث في عمق الفن والتراث المحلي والعالمي، بالإضافة إلى استكشافها للموسيقى والهندسة المميزتين. <https://travel-mission.net/index.php/travel>

تعزيز هوية المكان: وأصبح أيضاً رمزاً لأذربيجان الحديثة وباكو الحديثة. يعتبر المركز معلما يستهوي الكل وتطبعه لمسة ديمقراطية ترمز إلى الإيقاع الجديد الذي تعيشه البلاد، كما تركز على صورة أذربيجان كبلد متقدم يتمتع باقتصاد قوي ويطمح لتحقيق المزيد من الإنجازات. لهذا كان من الضروري أن تضع زها حديد بصمتها القوية لكي تضعه على الخريطة كواحد من أهم المعالم الثقافية والسياحية. كان من المفترض ألا يكون خانقا أو صارما بل مغريا وجذابا بأيدولوجية معمارية معاصرة، أن الحكومة الأذربيجانية منحت زها مطلق الحرية لكي تصرف وتتصرف حسبما يجود به خيالها. لتمنحهم رمزا وطنيا يتفاخرون به أمام العالم ويستعرضون من خلاله نهضة العاصمة باكو الثقافية والاقتصادية والفنية. وايضا ويرمز إلى قطعهم الحبل السري الذي ربطهم لفترة طويلة بالحكم السوفياتي، فهي كما قال لارس مولر، مؤلف كتاب خاص عن مركز حيدر علييف: (لا تكتب بيانات رسمية.. بل تبنيها بالإسمنت والحديد). (حلفيشي، 2013)

### صور المشروع



مركز حيدر علييف / باكو / أذربيجان. المصدر:

<https://eurasianet.org/azerbaijan-baku-basks-in-architectural-attention>

جدول (4) استمارة تطبيق مفردات الإطار النظري المنتخبة على عينات المشاريع المختارة

B	A	القيم الممكنة		المفردة الثانوية	المفردة الرئيسية
1	0	المعماريون النجوم		تسويق الاماكن	(العمارة الأيقونية كأداة فاعلة في صناعة السياحة)
0	1	عوامل الجذب			
1	1	البنية التحتية			
1	1	نوعية الحياة			
1	1	وسائل الترفيه			
1	1	الاستخدام المستدام للأيقونة			
1	1	تدفقات عالمية			
1	1	إضافة وظائف جديدة			
1	1	الأيقونة كأداة اتصال			
1	1	تنظيم الفضاءات الخارجية	الشكل		
1	1	التركيز على شكل المبنى الخارجي	الفيزياوي للعمارة		
1	0	ثقافته	جماليات المكان		
1	1	تقاليد			
1	1	سكان المنطقة			
1	1	تنوع الطعام			
1	1	التركيز المفرط على العلامة التجارية	اماكن الصورة الحضرية	اماكن تدفق الناس	
1	1	تسويق التصميم			
1	1	التواصل المادي والرقمي	اماكن الربط		
1	1	الاستثمار والتطوير	اماكن التكتل		
94%	89%	نسب تحقق المفردة الثانوية على كل عينة			

## الاستنتاجات

- تعدّ العمارة الايقونية معلماً متفرداً، في المكان تؤثر عليه بطرائق عدة، من خلال خصائصها الشكلية على مستوى المقياس والمعنى.
- ان العمارة ذات تأثير كبير على الاقتصاد، من خلال عدة ترابطات تأتي في مقدمتها قدرة العمارة على إيجاد وتوليد معالم رمزية تجسدها مبان محددة تصبح بدورها مناطق للجذب السياحي من الداخل والخارج مؤثرة بدورها على الجانب الاقتصادي بصورة إيجابية.
- تعزز المباني الايقونية من كبرياء المدن ومكانتها في العالم ما يؤثر بالتالي في بنيتها الاقتصادية. وهذا ماظهره مبنى متحف كوكنهايم بلباو.
- تعزز العمارة الايقونية الهوية من خلال تقوية ونشر صورة المدينة عالمياً، حيث يتأثر المتلقين بالجوانب التعبيرية للعمارة الايقونية.
- تعدّ المباني الايقونية معالم سياحية ووجهة للسياح وعدسات المصورين، على الرغم من تطور عملية البناء في العالم، أن المباني البرجية تبقى الايقونية منها. معلماً سياحياً يسعى السياح إلى زيارته للترفيه والتقاط الصور التذكارية لكونها قطع فنية.
- لا يزال السياح يسافرون لمشاهدة برج إيفل في فرنسا، أو إمباير ستيت في الولايات المتحدة، وغيرها من أبراج العالم التي كانت شاهقة في يوم من الأيام، قبل أن يصل البناء إلى ارتفاعات لم يتخيلها الإنسان كما في برج خليفة.
- تعدّ العمارة الايقونية حاجة اقتصادية قبل ان تكون معمارية وحضرية، غالباً ما يتم انتاجها لتحقيق حاجات على مستويات مختلفة سياسية واقتصادية.
- ان العمارة الايقونية ذات تأثير كبير على الاقتصاد، من خلال عدة ترابطات تأتي في مقدمتها قدرة العمارة على ايجاد وتوليد معالم رمزية تجسدها مبان محددة تصبح بدورها مناطق للجذب السياحي من الداخل والخارج مؤثرة بدورها على الجانب الاقتصادي بصورة ايجابية.

- أصبح الاقتصاد الثقافي من الاستراتيجيات التي تنهض بالاقتصادات المحلية، وتعدّ المتاحف من أهم الوظائف التي تسعى الدول لبنائها بصورة أيقونات لما تمثله من قيمة رمزية ومعنوية؛ تعزز الهوية والفخر المدني وتصبح وجهة للسياح يتوجهون لزيارتها من أقصى بقاع العالم لما تمثله من معلم جذب يعبر عن الدولة أو المدينة فضلاً عن أمكانية تضمين تلك المتاحف أو المراكز الثقافية مساحات ترفيهية تتضمن بيع البضائع أو تناول الطعام وغيرها.

### التوصيات

1. ينبغي على المصمم المعماري عند انتاج عمارة أيقونية توظيفها لتكون ذات دلالة حضرية، تثير الأهتمام العالمي لتشيط التنمية السياحية المستدامة.
2. يوصي البحث المعماريين والمخططين ضرورة أن تشييد العمارة الأيقونية ضمن سياقات تمكن الاستثمار الأمثل لعائدات وانعكاسات الأيقونية وبالتالي لاستفاة منها كمعالم سياحية بارزة.

### المصادر العربية

- اصليحة عشى(2010) ، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعى للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب ، أطروحة دكتوراه كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة باتنة ، 2010 / 2011 ، ص.224-225.
- د.صلاح زين الدين،(2016) دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر ، المؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة ، كلية الحقوق ، جتمعة طنطا ، مصر ، أبريل 2016، ص 16
- سالم نيب فيصل الحاج ، صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، ط1، الأردن، (2000) ص. 276. 2
- سراب إلياس ، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، ص. 11.
- صلاح الدين خربوطلي، (2004) السياحة المستدامة دليل الأجهزة المحلية، دار الرضا للنشر ، طبعة 1، دمشق وسوريا ، ص 31.
- عوينان ع القادر، السياحة في الجزائر الامكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2013 / 2012.



## المصادر الاجنبية

- Braodbent, Design in Architecture,(1973), p30
- Jencks,. "Late Modren Architecture". London: Academy edition,1980,p108.
- Scerri ,Moir,(2016) Business School , University of Technology Sydney, the value of architecture to tourism, P1.
- Kieran, S.(1987) "The architecture of plenty,theory and design in the marketing age".Harvard Architectural Review 6.
- Klingmann, A. Brandscapes.(2007) Architecture in the Experience Economy. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Patachi, Laura, (2016), The Impact of Iconic Buildings and Star Architecture on the Sustainable Development of Cities,Technical University of Cluj-Napoca, Faculty of Architecture and Urban Planning. 72-76 Observatorului Str., 400363, Cluj-Napoca, Romania,p354
- Reshetnikova, Tatiana.(2017) "The Iconic Movement Definition." the 7th international doctoral conference. Prague: the 7th international doctoral conference Faculty of architecture, P8-9.
- Jencks,. "Late Modren Architecture". London: Academy edition,1980,p108.
- Tavallaeaa, Simin , Ali Asadib, Hamid Abyaa\* and Mohsen Ebrahimi, Tourism planning: an integrated and sustainable development approach, A Department of Geography, University of Kharazmi, Tehran, Iran ,blmam Hosein University, Tehran, Iran,2014,P2
- Scerri ,Moir, Business School , University of Technology Sydney, the value of architecture to tourism ,2016,P1.

## المواقع الالكترونية

- <https://www.re-thinkingthefuture.com/article/exploring-the-relationship-between-architecture-and-tourism/><https://eurasianet.org/azerbaijan-baku-basks-in-architectural-attention>
- <https://travel-mission.net/index.php/travel>
- <https://elaph.com/Web/ElaphWriter/2016/10/1114772.html>
- <https://www.re-thinkingthefuture.com/article/exploring-the-relationship-between-architecture-and-tourism/>
- <https://www.archdaily.com/882100/burj-khalifa-som/59eb8a81b22e38dd05000157-burj-khalifa-som-image>
- <https://www.emaratalyom.com/business/local/><https://www.emaratalyom.com/business/local/>