

اشكالية التقبل وانعكاسه على واقع تصاميم المنتجات الصناعية The problem of acceptance and its reflection on designs reality of contemporary industrial products

م. د. علاء إسماعيل كمر

دكتوراه في التصميم الصناعي

معهد الفنون الجميلة الرصافة الأولى / ٠٧٧١٠٩٠٣٦٠٧

ملخص البحث:

اهتم البحث الموسوم بـ (اشكالية التقبل وانعكاسه على واقع تصاميم المنتجات الصناعية) بالتركيز في تطوير المنتجات بنحو تكون قادرة على تلبية متطلبات الإنسان من خلال تأثير التكنولوجيا الحديثة على تصاميم المنتجات الصناعية، وفعاليتها في تحقيق المتغيرات التصميمية الشكلية والوظيفية ذات الاثر الفاعل في تحقيق التقبل والمواءمة بين المستخدم والمنتجات التصميمية، تتوافق مع متطلبات المستخدم الحياتية على مستوى التفاعل اليومي. وتضمن الفصل الاول مشكلة البحث المتمثلة بالسؤال الآتي: هل حققت المنتجات الصناعية مفاهيم التقبل لتتواءم مع المستخدم؟ اما هدف البحث فقد تضمن الكشف عن العوامل المؤثرة في التقبل التصميمي بما يؤدي لمتغيرات في استيعاب العمل التصميمي ، واستيعاب مفهومه. وشملت حدود هذه الدراسة منتجات الاجهزة الكهربائية الالكترونية لشركة (LG) المصنعة في عام ٢٠١٧ - ٢٠١٨م. وأحتوى الفصل الثاني على الاطار النظري، أما الفصل الثالث، فقد شمل إجراءات البحث، ووصف نماذج العينة وتحليلها. فيما كان الفصل الرابع محتوياً على النتائج والاستنتاجات التي توصل اليها الباحث وكانت أهم هذه النتائج:

حققت حياة النماذج قيمةً جماليةً معبرة عن مستوى التقبل والذوق العام للمستخدمين من خلال توظيف قيم ملمسية للعينة باستخدام خامات (اللداين، الالمنيوم، الزجاج، الحديد المطلي) وبأساليب تقنية مستحدثة حققت تنوعاً واختلافاً متبايناً فضلاً عن القدرة في توسع مديات الوظيفة عن طريق تقنية اللمس والإشارة في الإستجابة الإستخدامية وتقبل مستويات أدائها النفعي كما أن مستوى اللمعان له قيمة ملمسية جمالية حققت ارتباطاً متبادلاً الأثر في النظام الشكلي للنماذج كافة.

اما أهم الاستنتاجات في البحث:

يتحقق التقبل في الأداء من خلال البساطة والوضوح في البنية الشكلية ودلالاتها الرمزية للوظائف، إذ ان استخدام الشاشات اللمسية والأزرار والخطوط المنحنية والأشكال الهندسية التي توحى بالثبات والاستقرار والشفافية والانعكاس هو ما يميز النشاط الأبداعي للأنظمة الوظيفية والشكلية للمنتجات الصناعية.

الكلمات الدالة Keywords: اشكالية، التقبل، التصميم، المنتج الصناعي

Abstract

The research focused on (the problem of acceptance and its reflection on the reality of the designs of contemporary industrial products) by focusing on the development of products in a manner that is able to meet the human requirements through the effect of modern technology on the designs of industrial products and their effectiveness in achieving the formal and functional design changes that have an effective effect in achieving acceptance and harmonization Between the user and the design products, that are in line with the user's daily life requirements. The first chapter included the research problem by asking the following question: Did modern industrial products achieve the concepts of acceptance to fit with the user? While The aim of the research was to reveal the effect factor that influence the design acceptance, leading to changes in absorbing of contemporary design work and comprehension of its concept. The limits of this study included the products of electronic electrical devices for (LG) company manufacturer in 2017 - 2018. The second chapter consist on theoretical frame . The third chapter included research procedures, description and analysis of sample models. While the fourth chapter contains the conclusions reached by the researcher. The most important results were reached:

The model structure achieved aesthetic values to express the level of acceptance and general taste of the users using view texture for sample by using raw materials (plastic, aluminum, glass, iron coated) with innovative technical manners that achieve diversity and different distinctness, as well as the ability to expand the functionalities by using touch texture and signal technology In the user response and accept their levels of useful performance and the level of gloss or shining which has a value aesthetic that achieved a mutual connect effect in the formal system of all models.

The most important conclusions in the research:

The use of touch screens, buttons, curved lines and geometrical shapes that suggest stability, settling, transparency and reflection which characterizes the creative activity of the functional and formal systems of industrial products.

الفصل الأول (الاطار المنهجي للبحث)

١-١ مشكلة البحث : Research Problem

يشكل التقبل أداة اتصال وتأثير مهمة على المتلقي لاسيما ما يحمله من عناصر بصرية مؤثرة تؤدي دوراً مهماً في التأثير النفسي (السيكولوجي) وإثارة المتلقي نحو تلك المنتجات الصناعية، إذ تعد المنتجات الصناعية إحدى الوسائل المهمة في الحياة اليومية للمستخدم على مستوى السياقات المختلفة التي يحيا فيها، وما تطور المنتجات إلا دليلٌ حيٌ على تطور متطلبات الانسان على مستوى الراحة والعمل والبيت والشارع . وإن الأساليب التكنولوجية عاملٌ مهمٌ في احداث تطورات على مستوى الهيئة والوظيفة والاستخدام والجمال، ومنذ وجود الانسان على الارض حاول ويحاول في ايجاد وسائل تتواءم ومتطلباته الحياتية على مستوى التفاعل اليومي، ومن ثم، فإن ايجاد منتجات تتواءم وحاجات الانسان كان انطلاقاً من تقبل الحاجة الانسانية، فالمشكلة البحثية تكمن في غياب تطبيق مفاهيم التقبل في تخطيط بعض المنتجات الصناعية وتصميمها، ما يؤثر سلباً في كفاءتها من الناحية البيئية والاقتصادية والاجتماعية، وكذلك في مستوى ادراك ابعاد التقبل، ودوره في ايجاد منتجات صناعية مواءمة للمستخدم موجهة نحو تحقيق التنمية بكافة اشكالها. وهو ما تم في ضوئه تحديد تساؤل البحث على النحو الآتي:

هل حققت المنتجات الصناعية المعاصرة مفاهيم التقبل لتتواءم مع المستخدم؟

٢-١ أهمية البحث: Research Importance

- ١- الاسهام في توعية الجانب الفكري والتطبيقي للعاملين في مجال التصميم الصناعي.
- ٢- تعويض النقص في الدراسات المتخصصة التي تتناول تطبيقات مفاهيم التقبل.

٣-١ هدف البحث : Research Aim

- الكشف عن العوامل المؤثرة في التقبل التصميمي بما يؤدي لمتغيرات في استيعاب العمل التصميمي ، واستيعاب مفهومه.

٤-١ حدود البحث : Research Limits : يتحدد البحث بما يأتي :

- ١- الحدود الموضوعية: تحدد البحث بدراسة التقبل وانعكاسه على واقع تصاميم المنتجات الصناعية المعاصرة.
- ٢- الحدود المكانية : المنتجات المصنعة من شركة (LG) التي طرحت في كوريا والتي تتناسب مع أهداف البحث.

٣- الحدود الزمانية: المنتجات الصناعية لشركة (LG) المصنعة في عام ٢٠١٧ - ٢٠١٨ م وذلك لما تمثله تصاميم هذه الفترة من تغييرات على مستوى الشكل والوظيفة فضلاً عن التطور التقني الهائل، وفي مختلف المجالات العلمية والفكرية.

١-٥ تحديد المصطلحات: (Terminology):

تعريف إشكالية لغوياً الجمع : إشكاليّات

مصدر صناعي من إشكال : مجموعة المسائل التي يطرحها أحد فروع المعرفة إشكاليّة
والاشكالية التباس واشتباه في أمرٍ أو شيءٍ ما^(١).

الاشكالية اصطلاحاً: هي منظومة من العلاقات التي تتسجها داخل فكر معين، أو نظرية لم تتوفر امكانية صياغتها، ويقال بالاشكالية وليس المشكل لكون هناك جملة مشاكل مترابطة متداخلة لا يمكن حلها بمعزل عن الباقي^(٢).

التعريف الاجرائي للاشكالية: هي صعوبة الكشف عن ما يمكن ان تحدثه ملائمة تأثيرات التقبل للمنتجات الصناعية على العملية التصميمية.

الانعكاس لغوياً: للجمع :انعكاسات، انْعَكَسَ الضَّوْءُ : اِزْتَدَادُهُ عَلَى سَطْحٍ صَقِيلٍ بِحَيْثُ تُسَاوِي زَاوِيَةُ الانْعِكَاسِ زَاوِيَةَ السَّقُوطِ^(٣).

الانعكاس اصطلاحاً: هي تلك الآثار المرتبطة بالضغوط والتوترات الناتجة عن المتطلبات أو التغيرات في المنتج التي تستلزم نوعاً من إعادة التوافق بين المنتج والمتلقي وما ينتج عن ذلك من آثار نفسية^(٤).
التعريف الاجرائي للانعكاس: هو اثر الانطباعات التي نتلقاها من فكرة تصميم المنتج، والفعل المتبادل الفاعلية بين المنتج والمتلقي.

الفصل الثاني (الاطار النظري للبحث)

١ - التقبل والتعبير الدلالي للمنتج الصناعي:

لاقت نظرية التقبل منذ نشأتها في المانيا الغربية صدى طيباً لدى الكثير من الدارسين كما اثارت حولها نقاشات ثرية جداً، وإذا كانت هذه النظرية قد ارتبطت بداياتها بجامعة كونستانس بجنوب المانيا فإن ابرز ممثليها وأشهرهم (هانز روبرت ياكوس) (وفلفجانج إيزر) ومن خلال هذين العالمين الذين عدهما النقاد كبار المنظرين للتقبل، نستطيع ان نرصد تطورات هذه النظرية والكشف عن مكانتها النقدية والتاريخية من بين المدارس والاتجاهات الحديثة الكثيرة المتباينة^(٥)، من خلال هذا المنطلق جاءت هذه النظرية بنوع من

التأمل، إذ تعطي نظرية التقبل الحرية في شكل الاستجابة ومظاهر الوعي والنقد والتحليل فنجد فيها كل أشكال القراءة وكل مناهج النقد، لأنها تسعى لترسيخ فردية الاستجابة^(٦). فلا شك ان التقبل والتعبير هو أحد أنشطة الإنسان الاعتيادي الذي يسعى من خلاله إلى إيصال انفعالاته وانطباعاته كلغة اتصال حقيقي مع الآخرين. وغالباً فإن هناك دافعية لأي تعبير وتنشط هذه الدافعية من محيطها الداخلي والخارجي وبفعل محفزات بيئية وفلسجية عديدة يعرف آلياتها علماء النفس. ولأن العمل التصميمي عموماً هو بناء أو تركيب لخبرة متكاملة بالاستناد إلى التفاعل الذي يتم بين ظروف الكائن العضوي وطاقته من جهة، وبين ظروف البيئة وطاقته من جهة أخرى. فإن عناصر التقبل الحسية والتصورية والتخيلية في التصميم تؤدي دوراً مهماً في فعل التعبير الدلالي. وهنا تبرز قضية احتكام التصميم إلى التعبير الدلالي موضوعي النزعة، وتتركز في نقطة أساسية هامة هي اختيار أدق الرموز الدالة على الفكرة والعمل التصميمي، لأداء وظيفتها في التعبير عن وظيفتها. ويبرز في التصميم نوع خاص من التعبير الدلالي أكثر تجريداً من التعبير في الفنون الجميلة وهو لغة العلاقات التي يتوصل إليها المصمم في كل معالجة تصميمية من أعماله التصميمية، ألا وهي تلك اللغة القائمة على الخطوط والسطوح والألوان والنسب... الخ^(٧). من هذا المنطلق جاءت نظرية التقبل في منطلقها ومفهومها العام بأنها نظرية تعنى بالفهم، فهي ترى ان الفهم أو تأويل الرموز والشفرات هو عملية وظيفية لأنها عملية دالة تسهم اسهاماً فاعلاً في بناء المعنى^(٨). فالمتلقي له ردة فعل مختلفة ازاء عملية تقبل المنتج الصناعي كل بحسب درجة الفهم والاستيعاب والتذوق بالجمال، ان كان واسع النطاق، فضلاً عن الحالة النفسية والاجتماعية في عملية التقبل. ما يجعل من المتلقي أداة لتنفيذ فعل التلقي المنبعث من خلال قوة التأثير الذي يمثله المنتج الصناعي^(٩). إذ ان العملية التصميمية ما بين العمل بوصفه وسيلة اتصال والمتلقي، مثل العلاقة ما بين التساؤل والاجابة، بين المشكلة وحلها فإذا احتوت المشكلة الاستمرار التاريخي للعمل التصميمي باعتباره عملاً تاريخياً كاملاً فعليه ان يجد حلاً جديداً، ينبغي ان يمنح التوصيف الجمالي وتأثيره المتعلق بدائرة جمالية مفتوحة، الذي حتى الآن تتحرك من خلاله أساليب علوم التصميم وطرقه بشكل رئيسي^(١٠). لذا لم يعد دور المتلقي دوراً سلبياً استهلاكياً في صلته بالمنتج الصناعي، ولم تعد استجابته للمنتج استجابة عفوية ترضي تعطشه الجمالي، وتشبع فيه نزوعه إلى التقبل الشخصي الممعن في كثافته وفرديته في آن، بل أصبح هذا المتلقي مشاركاً في صنع المنتج، إذ تشكل استجابته للمنتج نسيج الموقف النقدي برمته مؤثرة في المنتجات الصناعية القادمة، لأن عمليات التقبل المستمر تشكل وجدان المبدع والمتلقي معاً، وتنمي احساسها بابعاد المنتج العميقة التي تعطي دلالات مستمرة لا نهائية، وتسمح بالتأويل في دائرة لا

ينغلق فيها المنتج الصناعي بل يتجدد مع كل مشاهدة . وهكذا شهد مع بدايات النصف الآخر من هذا القرن اتجاهًا نقدياً مؤثراً يقوم على سلطة المتلقي، ويستند إلى استجابته للمنتج الإبداعي وتفاعله معه من خلال آفاق من التوقعات ذلك هو نقد جماليات التقبل^(١١). ومن هنا إذا نظرنا إلى التصميم بوصفه حواراً بين العمل الجمالي والمتلقي فإن التناقض بين منظوري العمل الجمالي والتاريخي قد يحدث بينهما نوع من التصالح وبالتالي فإن الخيط الذي يصل ظاهرة الماضي السحيق بخبرة الحاضر التصميمية تلك التي بمقدور التاريخ قطعها، يسير في علاقة متبادلة عكسية، فالعلاقة بين العمل التصميمي والمتلقي تشتمل على دلالة جمالية وتاريخية وهذه الدلالة الجمالية تعتمد أول ما يعتمد على أنه بعد المرة الأولى من القراءة يقارن المتلقي قيم العمل التصميمي الجمالية مع أعمال تصميمية مقروءة من قبل. أما الدلالة التاريخية فتبدو كما لو كانت مفهومة ومدركة حيث تصبح كأسماء مشتركة للمتلقي الأول، ويمكن أن تكون هذه الدلالة عملاً خلاقاً مستمراً وثرياً في سلسلة من حالات القبول المتتالية^(١٢). وهذا ما يقرره المعنى التاريخي للعمل التصميمي وبالتالي اظهر قيمته الجمالية والوظيفية اذ تتخذ في المرحلة التاريخية حالة القبول عملاً مقبولاً تالياً فضلاً عن عملية الاستيعاب المتجدد لعمل الماضي الذي يطرح الوساطة بين تصميم الماضي والحاضر، ما بين قيم التصميم القائم على تمثيل التراث وامتصاصه ونوعية المعاصرة، وإذا قام أي مصمم بتجاهل مثل هذه المرحلة فإنه لا يمكن ان يصل إلى البواعث التي توجه فكره وأحكامه، ومن هنا خلص "ياوس" إلى فكرته الأساسية والمتمثلة كما يقول في " ان مرتبة التاريخ تعتمد أساساً على الاستقبال الجمالي، فتاريخ التصميم الإيجابي الموضوعي هو السعي الواعي إلى تجديد القوانين والسنن، ومن ناحية أخرى يتكون على التناقض من بحوث التراث المقامة عليه تجارب تنمشى وروح الكلاسيكية ومن التعديل النقدي إذا لم تكن البنية التصميمية مجردة، موروثاً بالقوانين التصميمية، فمعيار جعل هذا النوع من القوانين، والحاجة الضرورية للتصميم من جديد مع استمرار تاريخ التصميم إنما يوضح بأن هذا استقبال جمالي للعمل التصميمي^(١٣). على ان الاستقبال الجمالي بوصفه مدخلاً لتاريخ التصميم لا بد ان يؤدي في النهاية إلى رؤية مثل هذه في تقديم عمل تصميمي متوالي يمكن به ان يوضح أساس العمل التصميمي بوصفه عملاً تصل جذوره إلى ما قبل التاريخ ليشكل داخل إطار الخبرات المعاصرة. ان قابليتنا على التعامل مع بيئتنا نابع أساساً من قدرتنا على تفسير الاحداث المختلفة إلى اصناف والاستجابة لها اعتماداً على الصنف الذي تنتمي اليه لا على تفرداها^(١٤). وهذا ما أكد عليه (الجارجي) في أن الدعوة للتنوع دون تعيين المرجع المشترك لدلالة الموحيات والمعالم يؤدي إلى فقدان دلالة الموحيات وفي النتيجة الغاء حوار بين المصمم والمتلقي^(١٥). اذ ان عملية ادراك وتأويل المعنى عملية

تحتاج لمدة زمنية ليست قصيرة قد تكون مستمرة أو منقطعة، لذلك أكد (Jenks) على أهمية أطالة المدة الزمنية لفعل التلقي لتحقيق التقبل وأستجابات جمالية مختلفة، فالمتلقي لا يستطيع تفسير العمل التصميمي بصورة مباشرة ومن أول قراءة^(١٦). ومع تحقق ذلك فليس جميع المتلقين يتفاعلون مع ذلك التغير وكنيجة لذلك لا يشعر جميع المتلقين بالانتماء إلى المشهد الخاضع للتغيير ومن لا يشعرون بالانتماء لا يتحقق لديهم ذلك الشعور بنفس النسبة^(١٧). ويرى (سارتر) ان الأنغام والألوان والأشكال لا تمتلك معاني بذاتها، انما تمتلك مدلولات ومعاني من خلال العلاقات التي بينها، بمعنى ان المصمم لا يستخدم هذه الادوات للتعبير عن معنى خارج عنها^(١٨). ولعل ما يثير الانتباه هنا أن المصممين للمنتجات الصناعية صحيح أنهم تمثلوا المتلقي، باعتباره مستهلكاً لكن هذا الاعتبار لم يرق إلى المستوى الاعتباري الذي مُنح للمستهلكين في مجالات أخرى، اذ المبدأ السائد أن (المستهلك ملك)، اذاً لم يحز الوضع الاعتباري الذي يتمتع به غيره ممن يشتركون معه في المفهوم، ويختلفون عنه في الدلالة.

٢ - التقبل والتحول في هوية المنتج الصناعي:

التحول هو دأب الحياة ومنوالها الطبيعي وهو مبدأ يحكم الكون، فجميع ما في الحياة في تحول مستمر من حالة إلى أخرى ومن ضمنها حياة الإنسان كونها جزءاً من هذه المنظومة وهذا التحول في حياة الإنسان يؤدي إلى حصول تحول في متطلباته واحتياجاته. وقد زاد معدل هذا التحول وسرعته نتيجة التقدم التكنولوجي الكبير في جميع مجالات الحياة، مما أدى إلى تحول في متطلبات تأدية الفعاليات المختلفة وما يجب توفيره في المنتجات الصناعية لتأدية الوظيفة المطلوبة منها، وبهذا فإن المنتجات الصناعية في حالة تطور مستمر متأثرة بالتحول الذي يحصل في مجالات حياة الإنسان المختلفة عبر الزمن^(١٩). فالتحول هو أي اختلاف أو تبدل في الحالة الشكلية أو الجوهرية من منتج إلى آخر ومن شكل إلى آخر أو مكان إلى آخر وبشكل متعاقب^(٢٠). ويمكن عد التحول في هوية المنتج الصناعي على أنه ذلك التحول في البنى التصميمية. وأن التحول ضرورة حياتية للمجتمعات البشرية لأنه وسيلة بقائها ونموها، ويعد التحول في هوية المنتج جزءاً من التحول الحضاري الشامل في المجتمعات البشرية^(٢١).

فالتحولات في هوية المنتجات التي تقود افكار الناس وفعالهم الى حدود من التعيين والتنشيط ، صورة من (صور العلم). وتكون عند العلماء والباحثين والفلاسفة متناسقة الى حدٍ ما . ولكنها تعمل عند الغالبية العظمى من الناس بطريقة خفية بوصفها الخلفية المعتمدة لاذهانهم، لانهم لا يلاحظونها بانفسهم بل يسلمون بها تسليماً . ويكون في العادة ، لحقبة معينة في ثقافة معينة مثل مجموعة من الافكار الخاصة بها حيث تتغلغل في ثقافة ذلك العصر ككل (وتتحول مجموعة الافكار العامة خلال مجرى التاريخ

بتأثير ظهور تجارب جديدة ومنتجات جديدة وخبرات جديدة للجنس البشري^(٢٢). إذ لم تكن التحولات التي أفرزتها التكنولوجيا بعيدة عن الاطار النظري الذي يتكامل مع المرجعيات الفكرية والتطلعات العلمية بالمصممين والمفكرين والكتاب المستقبلين ومع السلوك الحركي للايديولوجيا المركزية^(٢٣). والتصور التاريخي والديناميكي للهوية الذي يرى أن هوية المنتج شيء يتم اكتسب ويعدل باستمرار، وليس أبداً ماهية ثابتة، أي إن هوية المنتج قابلة للتحويل والتطور، كما ان تاريخ أي شعب هو تاريخ متجدد ومليء بالأحداث والتجارب، فإن الهوية الأصلية تتحول باستمرار وتكتسب سمات جديدة ، وتلفظ أخرى وهذا يعني أن الهوية شيء ديناميكي وهو سلسلة عمليات متتابعة كما أنها تتحول مع الزمن فهي ديناميكية ، وهي ترتبط بالآثر الذي تتركه الحضارة عبر التاريخ ، ويمكن النظر الى هوية المنتج في صورتها الديناميكية على أنها مجموعة من المقررات الجماعية التي يتبناها مجتمع ما، في زمن محدد للتعبير عن القيم الجوهرية العقائدية والاجتماعية والجمالية والاقتصادية والتكنولوجية والتي تشكل في مجموعها صورة متكاملة للمنتج الصناعي^(٢٤).

وهكذا يجد المصمم الصناعي في المجتمع الحديث نفسه في مواجهات عديد من التحديات التي تقف في سبيل اكتسابه لهوية محددة. فهو محاصر بقطاعات متنوعة من المؤسسات الانتاجية والاجتماعية، وكل منها تتطلب منه نمطاً من السلوك يتواءم مع قيمها ومعاييرها المستقلة، وفي هذه الحالة لا يجد المصمم مناصاً من تبني هوية متعددة الأنواع. فإن للهوية بدون شك أهمية عميقة وتاريخاً طويلاً حافلاً بالتناقضات والصراعات والنزاعات ذات الطابع المتحول باستمرار والمتجدد والمتطور على الدوام، بالرغم من الأسس والمكونات الأصلية التي تعتبر من بين الثوابت الأساسية المحافظة على هذه الهوية. فالشكل البصري المعتمد لوعي هوية المنتج قد يتغير الا ان بنية هذه الهوية تبقى ثابتة مهما حصل لكن التغير سيكون في علاقتنا البصرية المتفاعلة مع البيئة التصميمية وموجوداتها وبالتالي ما سيتشكل من معاني جديدة تتزامن مع تغير الحياة^(٢٥). لذا فاستمرار التطور العلمي وانعكاساته على التطور التكنولوجي وتوالد الابتكارات يؤدي الى فهم حقيقة محددة ان التصاميم الصناعية تتطور بتطور التكنولوجيات. فإن التصميم كعلم وفن يخضع للتحولات، فهو ينمو بحركة التطور وفلسفته كباقي روافد المعرفة بسبب ارتباطها المباشر بالحاجات الإنسانية المتجددة والمتزايدة كالنوعية والتداولية والوظائفية، أو التي ارتكزت عليها تلك الحاجات وحددت أبعادها، وهي متغيرة بتغير المجتمع عبر الزمان والمكان. إذ أخذت العمليات التصميمية تتطور وتأخذ منحى جديداً بدخول الحاسوب الى كل ما يتعلق بها من جوانب بسيطتها ومعقدتها، لذا فإن جزءاً كبيراً من التحولات التي طرأت على هوية المنتج الصناعي كانت نتيجة لتوظيف

برمجيات الحاسوب في العملية التصميمية، فالبرمجيات تطرح امام المصمم خيارات متعددة يختار منها ما يتفق مع متطلباته هو في المقام الاول ثم المتطلبات الاخرى المتشعبة، ولقد تخطت برمجيات الحاسوب الى حقول التوظيف السليم والاختيار المناسب للون والخامة والخطوط والحجم والشكل والملبس وغيرها، كما اصبحت عملية اختبار المنتج تتم بواسطة هذه البرمجيات. فالهوية تحمل معنى التفاعل مع المؤثر والمحيط بما يؤدي الى الاستمرارية وهذا التفاعل يحمل صفة التغير او القدرة على المناورة والابتكار اذن فالهوية هي حالة من الصيرورة الدائمة وليست ثابتة وهذه الصيرورة تعني استمرارية التفاعل مع مؤثرات متغيرة في الزمن واحداثه بصيغ واساليب تخص كل مؤثر.

٣ - التقبل والملائمة في التعامل مع المنتج الصناعي:

لا شك أن الوصول إلى التقبل والملائمة أمر مهم، ولا تتحقق الملائمة لدى المتلقي إلا بعد إكمال معرفته لصدق العمل واداءه وحقيقة جدواه ومعرفة كمية النفع الذي سيحققه ذلك التصميم. والوصول بأفكار المتلقي إلى الملائمة ليس أمراً بسيطاً لأن ذلك يتطلب من المصمم معرفة فنية وجمالية وفكرية موسوعية تفوق مستوى المتلقي في جميع الأحوال ليتمكن من إقناعه وتقبله، ولا بد للمنتجات الصناعية أن تكون بمستوى من القدرة على تقبل المستخدمين لكي يؤمنوا بها ويتكيفوا معها. والتقبل هنا ليس ذاتياً ضمن رؤية محددة بين المصمم والمتلقي وإنما قناعة يمتحنها صدق المادة وادائها وجدواها وتحقيقها، أي ان الصفة الموضوعية هي الإطار العام الذي يكتمل فيه التقبل^(٢٦). وعلى رغم تعدد الميول والرغبات فإن هناك حدوداً معينة ومشتركة توحد الحاجات الإنسانية وتقبلها، أي يمكن أن يوجد العديد من البشر ذوي توجه واحد يكتمل قبولهم بمبدأ معين، بينما ليس من الضروري أن يتوحد كل القبول بصورة مطلقة، ويتوضح ذلك في التصميم الصناعي عند ظهور منتج معين يؤدي نفس الغرض ولكنه ذات موديلات ونماذج مختلفة. كما في الشكل (١) .



شكل (١) تصاميم ذات نماذج وموديلات مختلفة لجهاز الهاتف النقال

المصدر(-) <https://arabicpost.net/wp-content/uploads/2018/Main/>

ويذهب خبراء التصميم الى تحديد بعض المعايير التي من شأنها احداث التقبل بالرسالة الاعلامية للمنتجات الصناعية، ومن هذه المعايير مصداقية المصدر التي تتمثل بالثقة العالية من جانب الجمهور بالمصدر كأساس للتعرف، والملائمة والثقة في الوسيلة ومعاينة الواقع، فضلاً عن الدقة في صياغة الرسالة ووضوحها واسلوب عرضها وموضوعيتها^(٢٧).

فقد باتت منظمات الأعمال الحديثة تولي اهتماماً متزايداً وكبيراً بعملية طرح وتسويق وبيع منتجاتها، وصارت تبذل جهوداً كبيرة لتوفير الإمكانيات الفنية التي تتيح لها استخدام هذه المنتجات الصناعية، لمواكبة منظمات الأعمال الالكترونية التي قطعت شوطاً كبيراً في هذا المجال. فقد أصبح مستوى توفر البيانات والمعلومات يلعب دوراً حاسماً في نجاح المنتج وتقبل الطرف الآخر، إذ أن أحد أهم شروط نجاح المنتجات الصناعية من المنتجات المطروحة هو توفر بيانات ومعلومات كافية عنها، فالمستهلك يتجه إلى شراء المنتجات التي يتوفر عنها بيانات ومعلومات أكثر^(٢٨). فإن العديد من شركات الانتاج الصناعي ركزت وبنجاح على تصميم المنتجات كاداة للتنافس^(٢٩). وأكدت الكثير من الدراسات تأثير المنتجات الصناعية في النجاح التجاري^(٣٠). وان وصول المصمم بقدراته على قبول وملائمة الآخرين على اقتناء منتج معين هو الهدف الأساسي الذي يسعى التصميم لتحقيقه في بيئته^(٣١). لذا يُعدُّ تقبل الطرف الآخر القوة الدافعة (Impetus) للنشاط التسويقي والعامل الأكثر تأثيراً في دفع المبيعات لكثير من المنتجات الصناعية والخدمات. كما أن حكمة المصمم ونبوغه ومقدرته الإبداعية وسعة اطلاعه في مجال التصميم وعلاقته بحركة الحياة والتطور وآخر حلقات التكنولوجيا قادرة على ملائمة الطرف الآخر بجدوى التصميم وفائدته سواء على مستوى الأفكار أو المنتجات المتنوعة.

فمن الضروري ان يتمتع المنتج الصناعي بقدرته على الملائمة مع متطلبات التغيرات للمستخدمين التي تتطلب تصميم منتجات صناعية تتلائم مع أنماط متغيرة من الاستخدام عبر الزمن، إذ إن المنتجات الصناعية قد تقتنيها عوائل ذات عادات وتقاليد وثقافات متنوعة وبالتالي تنتوع متطلباتهم في المنتجات الصناعية، كما أن المجتمع نفسه قد تنتوع متطلباته وتتغير عبر الزمن، فمتطلبات استخدام المنتج اليوم تختلف عما هي في السابق وعما هي في المستقبل، وبما أن بعض المنتجات ذو عمر طويل يمتد عبر تلك الفترات فإنه ينبغي أن تكون متلائمة مع التغير والتحول الذي يصاحبها^(٣٢). فإن أهمية المنتج تظهر من خلال قابليته على التلائم مع أنماط مختلفة من التغير، منها ما تكون يومية وهي التغيرات قصيرة الأمد ومنها ما تكون خلال سنوات وهي التغيرات طويلة الأمد والتي قد تمتد خلال فترة حياة المجتمع، إذ إن حياة المجتمعات تتغير بشكل مستمر خلال دورة حيات المنتج وعليه فإن المنتجات الصناعية يجب أن تكون قادرة على التلائم مع متطلبات هذا التغير^(٣٣). فواحدة من أهم مشاكل تصميم المنتجات الصناعية فشلها في القدرة على التلائم مع تغير متطلبات المجتمع وكان نتيجة ذلك رفض العديد من المنتجات على الرغم من حالتها التركيبية الجيدة. إذ يعطي المنتج الصناعي الفرصة للمستخدم ليكون له دور في تصميم منتج قبل الاستخدام وكذلك القدرة على إجراء التحويلات والتغييرات الضرورية بعد الاستخدام، إذ أن واحدة من مبادئ المنتج هي مشاركة المجتمع في مرحلة التصميم وما بعد الاستخدام للمنتج الصناعي، وقد أثبتت الكثير من الدراسات أن المجتمع الذي يكون له دور في تصميم منتجاته وله القدرة على تحويلها يكون أكثر تقبل بمنتجاته وأكثر رغبةً في البقاء والملائمة معها في المستقبل. فالمجتمعات غالباً ما تحتاج إلى الملائمة مع الأنماط المتغيرة للسلوك والتفاعل الإنسانيين، وهذه العملية الحتمية تجري على نطاق عالمي، ومن ثم ينبغي الاستفادة من فوائدها^(٣٤). لذا تمثل الملائمة مع متطلبات المستخدمين المتنوعة والمتغيرة واحدة من أهم مبررات اعتماد التقبل في تصميم المنتجات الصناعية، وبما يمكن المنتج من تأدية وظيفته المطلوبة على أتم وجه. وبالرغم من أن الوظيفة قد ترسم حدودها وإبعادها وتأثيراتها على تكوين الهيئة، فإن التصميم المبدع وقدرة المصمم هي التي ستحدد الفرق في جماليات المنتجات، أحدها عن الآخر. إذ يقتضي من المصمم في هذا الجانب تجاوز كل الشروط والحدود الوظيفية، وتكوين هيئة متلائمة ومتطلبات ورغبات وحاجات المستهلك. إذ إن هذه المتطلبات أي متطلبات المستهلك لم تعد تتلائم بما أطلق عليه Sullivan الهيئة تتبع الوظيفة form follows function^(٣٥). فبعد التغيرات العميقة في الوعي يصبح من الضروري إيجاد مصادر تعبيرية تلائم معتقدات جديدة لجعل المنتج مفهوماً ومقبولاً مرة أخرى، إذ لا يمكن التعبير عن معتقدات جديدة حول

طبيعة الواقع كمضمون للمنتجات الصناعية التي تعقب الاشكال التقليدية، بل يمكن الاحساس بها كمعتقدات حية فقط عندما تصبح مبادئ للسلوك التصميمي^(٣٦).

مؤشرات الاطار النظري: THEORETICAL FRAMEWORK INDICATORS

١- ان تقبل المنتجات الصناعية هو ليس تأدية غرض مادي فحسب، وإنما هو مادي ومعنوي يرتبط بالجانب التقني الذي يعمل على تحقيق المنفعة المادية، وهو ما يرتبط بالجانب المعنوي، لأنها حققت راحة نفسية لتلاؤمها مع الوظيفة الاستخدامية.

٢- تؤثر بعض العوامل مثل (المؤثر اللوني، المؤثر الملمسي، الشفافية، البساطة) في تصميم المنتجات الصناعية محاولة جعل هذه التصاميم اكثر تقبلاً وملاءمة للأداء المطلوب.

٣- إن المنتجات الصناعية على أختلافها شهدت وتشهد الكثير من التحولات المظهرية منقادة وفق أساليب التطور التقني وفاعلية التصاميم التقنية التي ظهرت من خلال التحول الذي يلجأ إليه المصمم وأساسه الغنى في الاحتواء والتوليف للعناصر والاختلاف في صفاتها ضمن العمل التصميمي مما يسهم وبشكل كبير في تأسيس معالجات شكلية أو حركية ناتجة هدفها تقبل المتلقي.

٤- ان الاستقبال الجمالي بوصفه مدخلاً لتاريخ التصميم لا بد ان يؤدي في النهاية إلى رؤية في تقديم عمل تصميمي متوالي يمكن به ان يوضح أساس العمل التصميمي بوصفه عملاً تصل جذوره إلى ما قبل التاريخ ليشكل داخل إطار الخبرات المعاصرة.

٥- تتحقق مستويات من التقبل في المنتج الصناعي من خلال تمتعه بالقدرة على التوافق مع تغير المتطلبات استناداً للمستخدم بتقبل إجراء تعديلات عليه، وذلك بإضافة عناصر إليه او دمج العناصر وتنظيمها، للوصول إلى تصميم متقبل.

٦- إن عملية بناء او تكوين الشكل في تصاميم المنتجات الصناعية تكون في الغالب متولدة من البيئة المحيطة التي وجدت بها، أي من خلال مجموع القيم (الثقافية والإجتماعية والإقتصادية)، إذ تؤثر البيئة المحيطة بشكلٍ ما على المتلقي ليظهر تقبلات تتفق مع تلك المنتجات.

٧- إن الأشكال التصميمية التي تؤدي دور التعبير الدلالي في وقت ما، قد تتحول إلى تعبيرات وظيفية مقصودة يضعها المصمم، أو إلى استدلالات أوقد تتغير، وقد تكون هذه التغيرات ثانوية أو جوهرية كقوى فاعلة، فإن اجراء التعديلات عليها يحرز تطوراً ايجابياً من خلال الملائمة مع المؤثرات البيئية والعوامل الفيزيائية والبيولوجية والتي عن طريقها يمكن تحقيق التقبل.

الفصل الثالث (إجراءات البحث)

٣-١ **مجتمع البحث: Society** اشتمل مجتمع البحث على المنتجات الصناعية ذات الصفات الأدائية والشكلية المتوافقة مع موضوع وهدف الدراسة للمدة من ٢٠١٧-٢٠١٨م، وقد تم اعتماد شركة (LG) الكورية، وقد تم اختيار تلك الشركة لأسباب عدة منها :-

١- من أوائل الشركات في التوجهات لإستخدام التقنيات الذكية الحديثة، وتوظيفها ضمن المنتجات المختلفة التي تنتجها تلك الشركة وفي مجالات عدة .

٢- الإختلاف في تصميم منتجات تلك الشركة .

٣- الإقبال الشديد عليها .

٤- تباين أسعارها .

٥- تناسب منتجات تلك الشركة وموضوع البحث وهدفه . وكما موضح ادناه في الجدول (١).

ت	نوع المنتجات	أسم الشركة	منشأ الشركة	مجموع نماذج المجتمع	مجموع نماذج العينة المنتخبة	سنة الانتاج
١	جهاز غسل الملابس (غسالة)	LG	كوريا	٨	١	٢٠١٧-٢٠١٨
٢	ثلاجة	LG	كوريا	٦	١	٢٠١٧-٢٠١٨
٣	ثلاجة	LG	كوريا	٦	١	٢٠١٧-٢٠١٨
المجموع				٢٠		

جدول (١) يوضح مجتمع البحث

٣-٢ عينة البحث: Sample

قام الباحث بإختيار عينة غير احتمالية (حصصية) Quota Sample من مجتمع البحث الأصلي ووفقا لما تضمنته محاور التحليل فقد جاءت عينة البحث متوافقة وتلك المحاور، وقد مثلت نسبة المنتجات (١٥%) من مجتمع البحث الاصلي والبالغ (٢٠) منتجاً، وذلك لإختيار النماذج التي تخدم هدف الدراسة والأقرب الى تحقيقها والبالغ عددها (٣) نماذج، ولغرض استيفاء متطلبات البحث وفقاً للصورة الأمثل، إذ اعتمد الباحث في إختياره العينة للأسباب الآتية:

١- اختلاف الوظائف التي يمكن أن تقدمها تلك الاجهزة .

٢- ضمان تحليل أكثر قدر من التقنيات وفعاليتها من خلال التنوع بمفردات العينة.

٣-٣ منهج البحث: Methodology

اتخذ البحث الحالي المنهج الوصفي في تحليل العينة، لكونه "الطريقة العلمية الموضوعية التي تعبر عن احد أساليب البحث المنهجي بهدف تحليل مادة مكتوبة أو مسموعة أو مرئية بطريقة موضوعية على وفق فيئات معينة بغية التوصل إلى نتائج واستنتاجات موضوعية وكونه أكثر الأساليب الملائمة لإجراءات البحث، وتحقيق هدفه، إذ يعطي هذا المنهج إمكانية البحث في الدلالات والمعاني، عبر تحليل عينة البحث المختارة للوصول إلى هدف البحث.

وصف وتحليل الإنموذج (١) جهاز غسل الملابس.



شكل (٢) جهاز غسل الملابس الذكي

المصدر (<http://www.extrastores.com/ar-sa/products/clothes-care/washing-machines7>)

١- الوصف العام:

الشركة	LG
البلد المنشأ	كوريا
سنة الصنع	٢٠١٧
النوع	جهاز غسل الملابس ذكي
الخامات المستخدمة	الالمنيوم، الزجاج، البلاستيك
الهيئة العامة	شكل متوازي المستطيلات
الابعاد	(H) 85.0 x (W) 60.0 x (D) 67.5
الوزن	80 كجم
نوع العرض	LCD

٢- مدى تحقق التقبل في المنتج الصناعي.

تحقق التقبل والملائمة في هذا الأنموذج الى حد ما من خلال توظيف بعض التقنيات المعاصرة التي تم التعبير عنها عن طريق الواجهة التصميمية الأمامية، حملت للمستخدم دلالة وظيفية وتعبيرية مباشرة من خلال اللجوء الى نوع من التبسيط الشكلي، لتأكيد خصوصية التصميم مادياً مع تمثيل الوظائف الرمزية بأشكال تبتعد عن الرتابة. اذ أصبح النمط الشكلي في الواجهة الأمامية يمثل إثارة توحى بنحو جيد إلى التعبير الدلالي الوظيفي الذي يعكسه التصميم. كما يمكن الإشارة إلى تحقق بعض من جوانب التقبل في هذا الأنموذج من خلال السهولة في الاستخدام، واستغلال للوقت والجهد نتيجة التحول الواضح في الأداء الوظيفي، والتنوع الذي تميز به، مما سبقه من النماذج الأخرى، وتوظيف بعض التقنيات الحديثة والمعاصرة التي تم التعبير عنها من خلال الهيئة العامة لجهاز غسل الملابس، الذي نتج عنها أختلاف في التكوين المظهري، من خلال طرح فكرة جديدة تجاوزت آليات وهيئات وماديات سابقتها، لتخضع الى برامج الذكاء التكنولوجي، المشغلة لهذه التقنيات التي تستوجب من المستخدم، لتجهيزها وتحديثها في النظام لتمكينه من تحقيق وظائفه بالصورة الملائمة أدائياً كما موضح بالشكل (٣)



شكل (٣) يوضح التعبير الدلالي الوظيفي الذي يعكسه التصميم

المصدر (7) <http://www.extrastores.com/ar-sa/products/clothes-care/washing-machines>

٣- دور التقبل في تفاعل وتوجه سلوك المستخدم.

برز التقبل الوظيفي والإستخدامي في منظومة التكوينات التصميمية للأنموذج من خلال تكوين علاقات وتفاعلات جديدة في بنى مكونات المركب التصميمي، وقد أسست استراتيجية مشتركة بين منظومة التصميم والمستخدم، من خلال التوظيف الملائم للعناصر التصميمية المتجسدة في جهاز غسل الملابس الذكي متمثلة باستخدام خامات ومواد خاصة في انتاجها تعكس الجانب الجمالي لها وتعزز من جانب التقبل مع التصميم، فإن القيمة الملمسية لخامة اللدائن التي تم تصنيع البدن الخارجي لجهاز غسل

الملابس أسهم في تحقيق أهدافه الوظيفية والتعبيرية في الاستخدام المريح، وسهولة مرور الألبسة بمختلف أنواعها من خلاله، فضلاً عن أن انعكاس الضوء الساقط حقق مستوى عالياً من السطوع في أسطح الغسالة، له قيمة جمالية ووظيفية برزت بوضوح في هذا النموذج، نتيجة تأثير التقنية اللونية ذات الجودة العالية والتي ولدت قيمةً تأثيرية محفزة للمدركات الحسية، وجذب الإنتباه ضمن هيئة الجهاز. ومع التطورات التكنولوجية والتقنية التي أدت الى تكوين نظام ادائي متطور كما يلاحظ في هذا النموذج المتفاعل أدائياً من خلال ما يحويه من آليات وتقنيات ذات استجابات سريعة، فالتحول التكنولوجي في هذا النموذج أثر وبشكل فاعل على الكفاءة الوظيفية والإستخدامية فيه، لإملاكه مواصفات معاصرة أضيفت إليه لدعم أدائه الوظيفي والإستخدامي عبر استخدام آليات التحكم بخلايا ضوئية وهوائية متقدمة، نظام VFD (محرك ذو تردد متغير) ونظام التحكم بالكمبيوتر الدقيق، فإنه يقوم بإتمام كل الوظائف بشكل دقيق وفعال ومستقر بشكل عالٍ، لذا جاءت هذه الوظيفة وأدائية أستلامها متلائمة مع رغبة المستخدم وما يطمح إليه من منجزات صناعية تلبي حاجاته اليومية، وبما يتلائم مع ظرفية الزمان والمكان الذي يعيشه نفسياً واجتماعياً وحضارياً، لذلك جاء هذا النموذج بتوليفة تصميمية تتسم بالحدثة الوظيفية والأستخدامية، اذ يقوم بعمليات تشغيلية ذكية ابتداءً من عملية غسل الملابس وأنتهاءً بإستلامها فإنه يقوم بإتمام كل الوظائف بشكل دقيق وبطريقة سهلة، ومريحة.

٤ - التقبل وإدراك المعنى الاستدلالي للمنتج الصناعي.

إن تميز الانموذج مظهرياً له دلالة بالثقل، لكون الهيئة اتخذت شكلاً متوازي المستطيلات، وإن تصميم حافات بخطوط انسيابية في الواجهة الأمامية للانموذج كما جعل الانموذج يظهر بمظهر غير تقليدي، إذ إن تصميم الهيئة كان وفق معالم، وخطوط واضحة. إذ احتوت الهيئة العامة للانموذج على خواص تعبيرية للمادة، فالمادة المستخدمة لاقت قبولاً، لأنها تتفق مع الاستخدامات الخاصة بالانموذج، من خلال امتيازها بالبساطة، وإعطائها شكلاً لانمطياً. فقد أعطت الواجهة الأمامية للانموذج شكلاً مميزاً أسهم في إظهار تقنياته الإخراجية والتصنيع بشكل واضح. إن توظيف بعض التقنيات الجديدة في هذا الانموذج، والمتمثلة في لوحة الاوامر الذي أضيف الى الواجهة التصميمية الأمامية لجهاز الغسيل الذكي حقق الدلالة الوظيفية للتصميم. كما يلاحظ في هذا الانموذج بروز واجهة الاستلام، إذ جاءت معبرة عن التصميم ككل، فالجانب الاستدلالي الوظيفي للنظام الشكلي متحقق في هذا الانموذج، نتيجة توافق الصور الشكلية الموظفة في هذا الانموذج التي عبر من خلالها عن المعنى للنظام الوظيفي. فإن التقبل، والتناغم بين الشكل وتعبيره عن الوظيفة تحقق نتيجة بساطة الخطوط المكونة للتصميم، وأنسيابيتها. كذلك فإن

توظيف لوحة مفاتيح استلام الأوامر والإيعازات في الواجهة الأمامية من الانموذج بلون أسود، وبشكل دائري حقق تميزاً واضحاً، لما يتمتع به هذا اللون من دلالات لونية، كما حققت أغلب أجزاء الانموذج الإحساس بكبر الحجم الظاهري له، بسبب ما تتمتع به هذه الأجزاء من ملمس صقيل حققت أرئدادات عالية للضوء، ونقل مشاهد انعكاسية للانموذج.

وصف وتحليل الإنموذج (٢) جهاز التلفزيون الذكي.



شكل (٤) جهاز التلفزيون الذكي

المصدر (www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&ved=2ahUKEwj4gPPZ8MfiAhUMMewKHRVADf8QjR)

١- الوصف العام :

نوع الجهاز	جهاز كهربائي ذكي OLED
سنة الصنع	٢٠١٧
البلد المصنع	كوريا
اسم الشركة	LG
الهيئة العامة للجهاز	متوازي المستطيلات
بدن الجهاز	بلاستيك، زجاج، معدن
حجم الشاشة	٥٥ بوصة
الدقة	١٠٨٠×١٩٢٠ P٢٤
الصوت	W FR L/R) 10.0W*220

مدى تحقق التقبل في المنتج الصناعي.

حقق النظام التصميمي للأنموذج تميزاً في تحقيق بساطة وأختزال كبيرين في عناصر الهيئة، ويعود أثر البساطة والأختزال المادي لكثير من أجزاء الأنظمة الوظيفية والشكلية وتحويله نتيجة التقنيات

الذكية المعاصرة التي أستخدمت العناصر البرمجية التي لا تحتاج إلى وسط مادي ملموس ومرئي، إنما إلى وسط معلوماتي تتم بوساطة البلوتوث، وهذا ما حقق تجاوزاً للأشترطات والمحددات المادية بصورة كبيرة في أجهزة التلفزيونات الذكية. كما تحقق في هذا النموذج تعدداً وظيفياً، أدى بدوره إلى تحويل هيئة النموذج إلى متغيرات متحررة بسياقات التقنية المعاصرة، وتجددية في المظهرية العامة، نتيجة للتطور والتحول في إدائيات التقنيات المعاصرة التي وظفت تصميمياً في نظام النموذج. فإن وجود مزايا متعددة ومتنوعة في تصميم جهاز التلفزيون، مثل مزايا ادخال المعلومات والبيانات من خلال الحاسب الالكتروني أو الكاميرا الرقمية، أو الهواتف النقالة لتحديد أوضاع وطبيعة الصور أو البيانات، ومزية الاستشعار عن بعد، والامان، وتقنية OLED TV كما موضح في الشكل (٥).



شكل (٥) جهاز التلفزيون الذكي OLED TV مقارنةً مع LED TV

المصدر (www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&ved=2ahUKEwj4gPPZ8MfiAhUMMew)

كل تلك المزايا الإدائية تحققت نتيجة توظيف مستويات تكنولوجية ذكية معاصرة، والتي مكنت المستخدم من انجاز اهداف متعددة، ما نتج عنه أحساس بالتقبل، ناتج من قدرة النموذج على تحقيق أكثر من هدف، والقيام بأكثر من فعالية.

٣- دور التقبل في تفاعل وتوجه سلوك المستخدم.

تمثل المنتجات الصناعية عموماً رسالة المصمم إلى المتلقي، والتي يحاول معها تغيير بعض السلوكيات الانسانية أو توجهات اجتماعية معينة، بحضور التقنية المعاصرة المتمثلة بالتقبل، نجد ان طبيعة التقنيات الموظفة في هذا النموذج ذهبت في توجيه رسائل واضحة بضرورة تغيير سلوك المتلقي وأسلوب تقبله مع المنتج. فإن ارتباط الذات الفردية للمستخدم مع المنتج سيتم تبنيها من قبل المستخدم لتكون تعبيراً عن الذات الداخلية أو الصفات الفردية الخاصة به. وذلك من خلال الاسقاط الفكري الذي يقوم به المستخدم على التركيبية الكلية للمنتج، والتي تتم وفقاً لحسابات عقلية وعمليات أسقاط أو تقمص نفسي يجد من خلالها المستخدم ان الصفات والميزات الشكلية والادائية والتكنولوجية التي يقدمها المنتج

كانت تعبيراً جيداً عن ذاته. لذا فإن هذه التقنيات التي تميز بها هذا المنتج قد أنعكست على سلوكيات المستخدم وتقبله، إذ يتحقق التقبل بين المنتج والمستخدم عندما يلبي المنتج لمطالب المستخدم، وهذا ما استطاع أن يحققه المصمم الصناعي في هذا النموذج من خلال علاقة اتصال وتقبل بين النموذج والمستخدم وتحقيق التواصل بالأفكار بين الأفراد (المستخدمين) في المجتمع، وهو بذلك تم التركيز على سلوك المستخدم اتجاه المضامين التي يحملها النموذج، وتوجهه نحو أشباع حاجاته الحسية والنفسية والسلوكية والاجتماعية ومن خلال هذا حقق نظاماً تصميمياً فاعلاً لاستثارة مدركات المتلقي.

٤- التقبل وإدراك المعنى الاستدلالي للمنتج الصناعي.

أن وجود الشاشة ذات الحجم الكبير نسبياً واختلافها تركيبياً وملمسياً وتعدد الاداء الوظيفي لها من خلال توظيف بعض التقنيات المعاصرة الذكية، التي تم التعبير عنها من خلال النموذج يحقق إدراك المعنى الاستدلالي المطلوب، لحصر الاداءات كلها في حيز الجهاز المادي الواحد، فوظائف العرض والاتصال والتجسيم الثلاثي الأبعاد وتقنيات التفاعل الاستخدامي الذكية التي يؤديها النظام توفر كماً كبيراً من الخدمات للمستهلك في نظام شاشة عرض قابلة لتحمل الصدمات وسهولة النقل. إذ حملت للمستخدم دلالة وظيفية غير مباشرة من خلال اللجوء الى نوع من البساطة الشكلية لتأكيد خصوصية التصميم مادياً مع تمثيل الوظائف الرمزية بأشكال تبتعد عن الرتابة. بحيث أصبح النمط الشكلي في الواجهة الأمامية يمثل إشارة توحى وبشكل جيد عن إدراك المعنى الاستدلالي الوظيفي الذي يعكسه التصميم. كل تلك التراكيب الهيكلية للنموذج عرضت قيماً متباينة من قيم إدراك المعنى الاستدلالي، والتي ولدة بدورها قراءات مختلفة حول طبيعة التركيبة الفيزيائية الظاهرة. كما أن القيمة الملمسية لخامة اللدائن التي تم تصنيع البدن، أسهمت في تحقيق أهدافها الوظيفية والتعبيرية في الاستخدام المريح، وسهولة الحمل وخفة الوزن، فضلاً عن أن انعكاس الضوء الساقط حقق مستوى عالياً من اللمعان في أسطح النموذج، له قيمة جمالية، ووظيفية برزت بوضوح في هذا النموذج، نتيجة تأثير اللون الذي وظف في القسم العلوي منه كما موضح في الشكل (٦).



شكل (٦) جهاز التلفزيون الذكي يوضح مستوى من اللمعان في أسطح الانموذج

المصدر (www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&ved=2ahUKEwj4gPPZ8MfiAhUMMew)

فضلاً عن ذلك فأن وجود شاشة اللمس واختلاف صفاتها المظهرية عن الصفات المظهرية الأخرى للانموذج من ناحية البناء الشكلي المكون للانموذج والمصنوع من مادة البلاستيك، التي أعطت أحياناً بالحركة المرنة وسهولة النقل. وبالتالي نوع الصفات اللمسية التي يعرضها، وتوافق تلك الصفات مع القيمة اللونية ما بين اللمع جداً فيما يخص شاشة الانموذج، والصفات اللمسية الظاهرة الأخرى فيما يخص بقية بدن الانموذج، ولد نوعاً من التباين في ادراك المعنى نتيجةً لتنوع القيم اللمسية. والتي نشأ على وفقها تنوعاً في القراءات البصرية للانموذج.

وصف وتحليل الإنموذج (٢) جهاز الثلاجة الذكية.



شكل (٧) جهاز الثلاجة الذكية

المصدر (http://www.lg.com/eg_ar/refrigerators)

١- الوصف العام :

نوع الجهاز	ثلاجة كهربائية ذكية
سنة الصنع	٢٠١٨
البلد المصنع	كوريا
اسم الشركة	LG
الهيئة العامة	متوازي المستطيلات
بدن الجهاز	المنيوم، زجاج، لدائن
الإضاءة	LED إضاءة

٢- مدى تحقق التقبل في المنتج الصناعي.

اتسم المنتج بتصاميم حديثة ومبتكرة دعماً لتقبل الوظيفة النفعية التي يقدمها المنتج، إذ احتوى على الكبر قدر من السعة التخزينية للمأكولات، أو الأطعمة، لامتلاك المنتج فضاء داخلي ذي مساحة واسعة، وتصاميم تقنية وتكنولوجية ترتقي إلى مستوى التقدم في الإنتاج، إذ أن هذه المعطيات التي تجسدت في هذا المنتج لدعم الوظيفة وتعدد مدياتها اتاحت للمصمم في مجال التصميم الصناعي الأخذ بها في التجربة والتطبيق لمجريات العمليات التصميمية للمنتج، كما هو موضح في الشكل (٨).

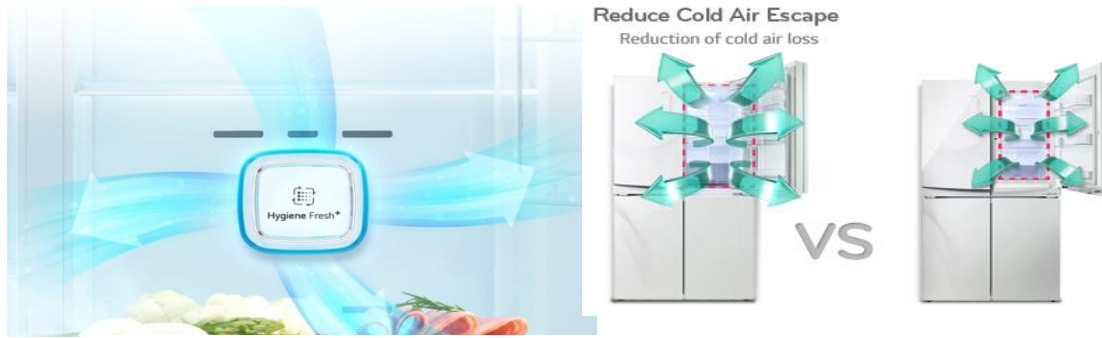


شكل (٨) يوضح اتساع الفضاء الداخلي لحفظ الاطعمة والاشربة

المصدر (http://www.lg.com/eg_ar/refrigerators)

فيتم الاستفادة منها وعلى وفق التقسيم الذكي في ترتيب محتويات الثلاجة وتصنيفاتها على وفق التفضيلات لأنواع الأطعمة وبما يناسب المستخدم وتقبلاته، إذ أسهم هذا الأنموذج بتحقيق متطلبات وظيفية نفعية تلبيبة لرغبة وذوق المستخدم وبما يتوافق مع احتياجاته اليومية. سجلت معطيات ومفاهيم

التطور التكنولوجي حضوراً فاعلاً بتقديم مخرجات تصميمية جديدة انعكست على هذا النموذج عبر استخدام تقنية التبريد (Turn Cooling Plus)، لدعم الوظيفة واثراء مستوياتها النفعية، اذ تقوم هذه التقنية الجديدة بتوزيع الهواء المبرد في كل فضاء (غرفة تبريد) على حده داخل المنتج وبقاء الهواء المجمد جافاً، وهواء المنتج رطباً لحفظ الطعام البارد بأفضل حالاته، اذ تعد تقنية توزيع وتنظيم الهواء البارد، الأكثر تطوراً في تقبل واسناد الوظيفة الأدائية النفعية للمنتج. من خلال الأفكار التصميمية الجديدة والذكية وكما مبين في الشكل (٩).



شكل (٩) يوضح توزيع الهواء البارد لحفظ الاطعمة والاشربة

المصدر (http://www.lg.com/eg_ar/refrigerators)

٣- دور التقبل في تفاعل وتوجه سلوك المستخدم.

يمثل هذا المنتج أحد أنماط هذه التطورات التقنية التي يتوجب على المستخدم التلائم معها. اذ أن التقنيات المعاصرة التي يتمتع بها المنتج تحقق نوعاً من التقبل، وتبسيط الصعوبات، وحل المشكلات التي كانت تعترض تفاعلية المستخدم مع المنتج بنحو أكثر أماناً وسلاسة. لذا إن في هذا النموذج تم توظيف تقنيات عالية المستوى. فمن خلال المزايا الإدائية التي يحققها النموذج ستكون في مجملها دلالات حول أي نوع من الوظائف التي يحويها ويقدمها، ويمكن ملاحظتها من خلال تركيبته الظاهرة، كما أن السمات والميزات التي يعرضها النموذج، مثل: التقسيم الذكي من حيث طريقة الحفظ والترتيب ترتقي الى مستوى المعاصرة والتقدم التقني والتكنولوجي من حيث الشكل والأداء والأسلوب الأمثل في حفظ المواد الغذائية وطريقة الخزن وبشكل مرتب ومنظم مما فعلت حالة التفاعل في الاستخدامية، وما وُظف فيه من تقنية في إمكانية ربطه بالكمبيوتر وبالكاميرة. كما ان توظيف نظام هايجين فريش (مرشح الهواء) الذكي يعمل على تعقيم وإزالة الروائح والبكتيريا بنسبة تصل إلى ٩٩.٩٩٩ %، داخل الثلاجة. كما ان اثراء الثلاجة بنظام الضغط الطولي العاكس الذي يعمل على توفير الطاقة ومستويات الضجيج

والتحكم بفاعلية طاقة التبريد وتقليص الانحراف الحراري، يعني كفاءةً مثاليةً وتوفير كمية كبيرة من الطاقة. فضلاً عن تقليص عدد نقاط الاحتكاك يعمل على خفض الضجيج بصورة كبيرة وزيادة تحمل المنتج. فضلاً عما يمتلكه النموذج من ميزة الإضاءة الخارجية من نوع (LED) والتي أسهمت في اغناء النموذج فيضاً مرئياً من الحيوية والاناقة في التكوين، ما ولدت تصوراً حسيّاً بالمتعة الجمالية والرفاهية في التصميم. كل تلك الصفات أو المزايا مكنت النموذج من القيام بادائه الوظيفي بسرعة وكفاءة عاليتين، وعند تفاعل المستخدم مع المنتج للحصول على وظائف للقيام بالفعالية، فإن هذه المزايا الإدائية ستتيح للمستخدم انجاز الأهداف بسهولة ويسر، ومن ثم تحقيق إلى حد ما التقبل المطلوب.

٣- التقبل وإدراك المعنى الاستدلالي للمنتج الصناعي.

ان ابعاد التقبل لإدراك المعنى الاستدلالي ضمن هيئة النموذج تأخذ بأسس التشكيل والتكوينات التي تعد هي المصدر الاساس الذي يتعامل معها المتلقي، من خلال ادراكه لها وفق نظم التكوين التي يمكن ان تأخذ نهج التقبل الذي ادرك ضمن هيئة المنتج التي وظف فيها، وبهذا انتجت هيئة تحمل من الاشكال والتركيبات وما ضمن فيها من الاعتبارات المفهومية ما يوجب المتلقي الى التفحص والاستدلال لفهم وإدراك المعنى. وكذا الحال فيما يخص الهيئة العامة للمنتج التي اخذت بالابتعاد عن المؤلف من الاشكال والتركيب لمثيلاتها وبعيدة عن نمطية التكوين ، فعبرت عن هيئة ذات تأثير في التلقي واعتبار الاختلاف عن النظر ، فضلاً عما يمكن ان تحققه بتلك الهيئة من متطلبات الوظيفة. فالشكل الذي ظهر به المنتج، وما يمتلكه من معطيات تصميمية تم تجسيدها على واجهته الأمامية، اذ أن هذه المعطيات فعلت الاتصال البصري لدى المستخدم، ومن ثم التواصل في الرؤية البصرية لغرض التقبل للمفردات التصميمية وتفسيراتها ببساطة ووضوح، فهذه الحالة تؤدي الى تعزيز التواصل والتفاعل ما بين المستخدم وما يقدمه التصميم الصناعي من معلومات تفصح عن ماهية عمله وأسلوب استخدامه ومن ثم الوصول الى حالة التقبل والمواءمة الاستخدامية في استلام الوظيفة النفعية وبالشكل الذي يتلائم مع الوضعية المناسبة للمستخدم في استخدام المنتج .

الفصل الرابع (النتائج ومناقشتها)

٤-١ النتائج: (Discussion of Results)

١- أسهمت التقنيات والتكنولوجيا الحديثة بالكامل، والموظفة في جميع نماذج عينة التحليل (١، ٢) أي بنسبة ١٠٠%، بتسهيل اتصال المستخدمين مع المنتج بطريقة سهلة، وبأسلوب الاستخدام الرقمي العالي الدقة والاكتر ذكاءً وسلامة، فتمنح بذلك المستخدم تجربة جديدة، من خلال الأسلوب المميز والاداء العالي والفخامة الغير مسبقة، والتي تستجيب لطموحات وتوجهات التقبل. ففي الانموذج (١) تم توظيف تقنية (OLED) الأولى في هذا المجال. كما تم توظيف تقنية (Connected Drive) التي توفر (عناصر الراحة، والسلامة الترفيه) في العينة (١، ٢). في حين تم توظيف تقنية (FULL-LED) في اجهزة الإنارة في العينة (٢)، فهي تعتبر أول أضواء أمامية بهذه التقنية.

٢- حققت شاشة التحكم اللمسية لغة تعبيرية ما بين المنتج والمتلقي من خلال جذب وإبهار المتلقي بالتقنيات الحديثة التي وظفت في المنتجات الصناعية لغرض أحداث التقبل لدى المتلقي بالمنتج الصناعي و في النماذج (١،٢) وبنسبة ١٠٠% .

٣- حققت الوسائل التقنية الحديثة لغة حوارية اتصالية جديدة شكلت عامل تقبل للمنتجات الصناعية في جميع النماذج وبنسبة ١٠٠%.

٤- تم توظيف تقنيات وتكنولوجيا حديثة ومتطورة في جميع نماذج عينة التحليل (١، ٢) وبنسبة ١٠٠% بطريقة تشكل منعطفاً مهماً للولوج الى عالم التكنولوجيا الحديثة ملبية بذلك طموحات المستخدم وتقبله، وبالتالي نقله الى أفق جديدة من التميز الاجتماعي وتعزيزاً لطموحات التقبل لديه. وهي تكنولوجيا غير متوفرة في المنتجات الصناعية الاعتيادية والتقليدية.

٥- حققت حياة النماذج قيماً جمالية معبرة عن مستوى التقبل والذوق العام للمستخدمين من خلال توظيف قيم ملمسية للعينة باستخدام خامات (اللداين، الالمنيوم، الزجاج، الحديد المطلي) وبأساليب تقنية مستحدثة حققت تنوعاً واختلافاً متبايناً فضلاً عن القدرة في توسع مديات الوظيفة عن طريق تقنية اللمس والإشارة في الإستجابة الإستخدامية وتقبل مستويات أدائها النفعي كما أن مستوى اللمعان له قيمة ملمسية جمالية حققت ارتباطاً متبادلاً الأثر في النظام الشكلي للنماذج كافة وبنسبة (١٠٠%).

٦- عبرت نماذج العينة عن مستويات متباينة من التقبل، انطلاقاً من الميزات وما تضمنته من تركيبات وتشكيلات التي ظهرت بها هيئة النماذج (٢٠١) وبنسبة (١٠٠%) من خلال التعريف عن ماهيتها لدى المتلقي، حققت ذلك التقبل والوضوحية عن السابق عبر استخدام المواد ضمن هيأتها بما يحقق ذلك التأثير المطلوب.

٤-٢ الاستنتاجات: Conclusions :

استناداً الى ما جاء من مؤشرات الإطار النظري وعملية التحليل لعينة مجتمع البحث، وما تمخض عنه يورد الباحث الإستنتاجات الآتية:

١- إن التنوع في استخدام التقنيات الذكية التي تراعى فيها اعتماد آلية التعدد تحقق أنسجماً ملحوظاً في النظام الشكلي والأداء الوظيفي بما يحقق تعدد خيارات الأداء للمنتجات الصناعية، وتتيح للمستخدم امكانية التقبل من خلال القيام بالفعاليات الوظيفية بأشكال وصور متعددة.

٢- يتحقق التقبل في الأداء من خلال البساطة والوضوح في البنية الشكلية ودلالاتها الرمزية للوظائف، إذ ان استخدام الشاشات اللمسية والأزرار والخطوط المنحنية والأشكال الهندسية التي توحى بالثبات والاستقرار والشفافية والانعكاس هو ما يميز النشاط الأبداعي للأنظمة الوظيفية والشكلية للمنتجات الصناعية.

٣- يستمد المستخدم امكانية التفاعل مع أنواع مختلفة من الأطر التكنولوجية ذات الإمكانيات المتنوعة من خلال توظيف آليات التفرد في تصاميم المنتجات الصناعية الذكية لتحقيق قيم وظيفية وجمالية على مستوى التركيب الهيكلي، وعلى مستوى الإخراج السطحي، تكون قادرة على التأثير في المستخدم على المستوى الحسي والإنفعالي، إذ يسهم في تحقيق التقبل للوظائف التي يقدمها المنتج.

٤- يمثل التطور التتابعي للتصورات الذهنية تجربة المتلقي مع العمل التصميمي ذاته، وصولاً إلى تحديد معنى العمل، من خلال دور المتلقي في بناء علاقات الاجزاء التكوينية، إذ لا يمكن دفع المتلقي للاستدلال واثارة عاطفته مالم يتم جذب انتباهه أولاً وضمان تقبله وإدراكه للمعطيات.

٥- ان عملية التقبل هي عملية فهم وإدراك المعنى وتحليل العمل التصميمي وتفكيك عناصره ورموزه التكوينية ، والتعبير عنه من اجل عملية الاستيعاب واثارة ذائقة المتلقي.

٦- يؤدي توظيف التكنولوجيا الذكية في المنتجات الصناعية فاعلية تسهم في تحقيق منتجات صناعية ملائمة، تتيح للمستخدم مزيداً من التقبل والحرية السلوكية، نتيجة تفاعلها على مستوى الاستخدام عبر مفاهيم الاقتصاد بالجهد واختزال زمن تحقيق الاهداف بأقل قدر من المدخلات.

٢-٤ التوصيات: Recommendations:

١- ضرورة نشر الوعي بعملية الاستخدام الصحيح للمنتجات الصناعية وطرائق تقبلها مع المستخدمين باختلاف شرائحهم وثقافتهم ومكانتهم الاجتماعية، عبر شبكة الانترنت من قبل وزارة الإتصالات للحصول على المعلومات الخاصة بها، ولمعرفة مدى تقبل وملائمة المنتجات الصناعية لهم.

٢- التعرف على آخر الإجراءات العالمية للتعامل مع طبيعة المنتجات الصناعية، وكيفية إجراء عمليات التقبل عليها.

٣-٤ المقترحات: Proposals:

- إجراء دراسات تكمل ما بدأه هذا البحث يأخذ بالحسبان التطورات المتسارعة وانعكاساتها على جميع المستويات، لبناء قواعد معرفية في تصميم المنتجات الصناعية وتقبلها من قبل المستخدم.

هوامش البحث: Search margins:

- ١- مذكور، ابراهيم: المُعجم الوسيط، الطبعة الثالثة، منشورات مجمع اللغة العربية، القاهرة، ١٩٨٥.
- ٢- الجابري، محمد عابد: نحن والتراث، قراءات معاصرة في تراثنا الفلسفي، دار الطليعة للنشر، بيروت، ١٩٨٠، ص ٢٠.
- ٣- مذكور، ابراهيم: المُعجم الوسيط، الطبعة الثالثة، منشورات مجمع اللغة العربية، القاهرة، ١٩٨٥.
- ٤- لعريط بشير: الانعكاسات النفسية والسلوكية لنظام العمل بالمناوبة، اطروحة دكتوراه، جامعة منتوري، كلية الآداب والعلوم الانسانية، قسم علم النفس، الجزائر، ٢٠٠٧، ص ٢٣.
- ٥- عبد الناصر حسن محمود: نظرية التلقي بين ياوس وإيزر، كلية الآداب، جامعة عين شمس، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٢.
- ٦- مراد حسن مظلوم: التلقي في النقد العربي في القرن الرابع الهجري، وزارة الثقافة، الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، ٢٠١٣.
- ٧- اياد حسين عبد الله: فن التصميم في الفلسفة والنظرية والتطبيق، ج ١، الشارقة، دائرة الثقافة والاعلام، ٢٠٠٨.
- ٨- بشرى موسى صالح: نظرية التلقي أصول وتطبيقات، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 1999.
- ٩- معتز عناد غزوان اسماعيل: إشكالية التأويل في ترويج الخطاب الكرافيكي المعاصر، اطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، ٢٠١٧.

- ١٠- عبد الناصر حسن محمود: نظرية التلقي بين ياقوس وإيزر، كلية الآداب، جامعة عين شمس، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٢.
- ١١- عبد الناصر حسن محمود: نظرية التلقي بين ياقوس وإيزر، كلية الآداب، جامعة عين شمس، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٢.
- ١٢- عبد الناصر حسن محمود: نظرية التلقي بين ياقوس وإيزر، كلية الآداب، جامعة عين شمس، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٢.
- ١٣- عبد الناصر حسن محمود: نظرية التلقي بين ياقوس وإيزر، كلية الآداب، جامعة عين شمس، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٢.
- ١٤- بونتا، خوان باباوا: العمارة وتفسيراتها، ترجمة سعاد عبد علي مهدي، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، ١٩٩٦.
- ١٥- الجادرجي، رفعة: حوار في بنوية الفن والعمارة، رياض الرئيس للكتب والنشر، لندن، ١٩٩٥.
- 16- Jenks, Charles :Architecture Today ,Academy Editions, London, 1993, p. 12,p,128.
- 17- Jenks, Charles :Architecture Today ,Academy Editions, London, 1993, p. 12,p,128.
- ١٨- أبو ملح، علي: في الجماليات نحو رؤية جديدة إلى فلسفة الفن، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، الطبعة الأولى، ١٩٩٠، ص ١٠٤-١٠٥.
- 19- Lu, Z. A Study of Design Strategies of Flexible Housing,M.Sc. Dissertation. Sheffield, UK: School of Architecture, Sheffield University. (2004).
- ٢٠- محسن عبد الحميد: منهج التغير الاجتماعي في الإسلام، مطبعة النعمان، بغداد، ١٩٨٦، ص ٧.
- ٢١- محمد عاطف غيث: النظام والتغير والمشاكل، الجزء الثاني، دار المعارف، الاسكندرية، ١٩٦٧.
- ٢٢- ستيس ولتر : الدين والعقل الحديث ، ترجمة، امام عبد الفتاح امام ، مكتبة مدبولي ، القاهرة ، ١٩٩٨.
- ٢٣- العبيدي ، خلود وليد صالح: دور المتغير التكنولوجي في النظام الدولي بعد الحرب الباردة، كلية العلوم السياسية، قسم النظم السياسية والسياسات العامة، جامعة النهرين، العراق، ٢٠١٠.
- ٢٤- ثائر رحيم كاظم: العولمة والمواطنة والهوية، مجلة القادسية في الآداب والعلوم التربوية، العدد (١)، المجلد (٨)، ٢٠٠٩.
- 25- Colquhoun, Alan "Gombrich and Cultural history", AD "On the methodology of Architecture history", Vol. 51, No.6-7, 1981. P.37.
- ٢٦- السيد، عبد الحليم محمود: الإبداع والشخصية، دراسة سيكولوجية، القاهرة، دار المعارف، ١٩٧١.
- ٢٧- سوزان يوسف ، علم النفس الاعلامي (المراحل النفسية للاعلان) ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية ، ٢٠٠٥ .
- ٢٨- أبو فارة، يوسف أحمد: التسويق الالكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت، ط٤، الاردن، عمان، ٢٠١٢، ص ١٢٤.
- 29- Smith, Eric , Good Design Is indeed Good Business. Design Management Journal 5(2): 1994.p 20.

- 30- Black, Caroline D. and Baker, Michael J. , Success through Design. Design Studies 8(4): 1987 , p 207.

٣١- سويف، مصطفى: العبقرية في الفن: القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٣.

- 32- Till, j., & Schneider, T. Flexible Housing : A Guide. Sheffield, UK: Bureau of Design Research, Sheffield university (2006). .p.8.

- 33- Moshaver, S.. Flexible Housing : Incorporating Working Space Within The Living Space.M.Sc. Thesis, Sheffield: School of Architecture, Sheffield University. 2009,p,123

٣٤- مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية: العولمة في القرن الحادي والعشرين ما مدى ترابطية العالم، ط١، أبو ظبي، ٢٠٠٩.

- 35- Behne, Adolf. The Modern Functional Building. Michael Robinson, trans. Santa Monica: Getty Research Institute, 1996, p336.

٣٦- كورك، جاكوب " اللغة في الادب الحديث بين الحداثة والتجريب " ترجمة: ليون يوسف وعزيز عمانوئيل ،دار المامون للترجمة والنشر، بغداد، ١٩٨٩.

المصادر: Provenances :

١. أبو فارة، يوسف أحمد: التسويق الالكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت، ط٤، الاردن، عمان، ٢٠١٢، ص١٢٤.

٢. أبو ملحم، علي: في الجماليات نحو رؤية جديدة إلى فلسفة الفن، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، الطبعة الاولى، ١٩٩٠، ص١٠٤ - ١٠٥.

٣. اياد حسين عبد الله: فن التصميم في الفلسفة والنظرية والتطبيق، ج١، الشارقة، دائرة الثقافة والاعلام، ٢٠٠٨.

٤. بشرى موسى صالح: نظرية التلقي أصول وتطبيقات، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 1999 .

٥. بونت، خوان باباوا: العمارة وتفسيراتها، ترجمة سعاد عبد علي مهدي، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، ١٩٩٦.

٦. ثائر رحيم كاظم: العولمة والمواطنة والهوية، مجلة القادسية في الآداب والعلوم التربوية، العدد(١)، المجلد(٨)، ٢٠٠٩.

٧. الجابري، محمد عابد: نحن والتراث، قراءات معاصرة في تراثنا الفلسفي، دار الطليعة للنشر، بيروت، ١٩٨٠، ص ٢٠.
٨. الجادرجي، رفعة: حوار في بنبوية الفن والعمارة ، رياض الريس للكتب والنشر، لندن، ١٩٩٥.
٩. ستيس ولتر : الدين والعقل الحديث ، ترجمة، امام عبد الفتاح امام ، مكتبة مدبولي ، القاهرة ١٩٩٨،
١٠. سوزان يوسف ، علم النفس الاعلامي (المراحل النفسية للاعلان) ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية ، ٢٠٠٥ ، .
١١. سوييف، مصطفى: العبقرية في الفن: القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٣.
١٢. السيد، عبد الحليم محمود: الإبداع والشخصية، دراسة سيكولوجية، القاهرة، دار المعارف، ١٩٧١.
١٣. عبد الناصر حسن محمود: نظرية التلقي بين ياوس وإيزر، كلية الآداب، جامعة عين شمس، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٢.
١٤. العبيدي ، خلود وليد صالح: دور المتغير التكنولوجي في النظام الدولي بعد الحرب الباردة، كلية العلوم السياسية، قسم النظم السياسية والسياسات العامة، جامعة النهرين، العراق، ٢٠١٠.
١٥. لعريط بشير: الانعكاسات النفسية والسلوكية لنظام العمل بالمناوبة، اطروحة دكتوراه، جامعة منتوري، كلية الآداب والعلوم الانسانية، قسم علم النفس، الجزائر، ٢٠٠٧، ص ٢٣.
١٦. كورك، جاكوب " اللغة في الادب الحديث بين الحداثة والتجريب " ترجمة:ليون يوسف وعزيز عمانوئيل ،دار المامون للترجمة والنشر، بغداد، ١٩٨٩.
١٧. محسن عبد الحميد: منهج التغير الاجتماعي في الاسلام، مطبعة النعمان، بغداد، ١٩٨٦.
١٨. محمد عاطف غيث: النظام والتغير والمشاكل، الجزء الثاني، دار المعارف، الاسكندرية، ١٩٦٧.
١٩. مذكور، ابراهيم: المُعجم الوسيط، الطبعة الثالثة، منشورات مجمع اللغة العربية، القاهرة، ١٩٨٥.
٢٠. مراد حسن مظلوم: التلقي في النقد العربي في القرن الرابع الهجري، وزارة الثقافة، الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، ٢٠١٣.
٢١. مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية: العولمة في القرن الحادي والعشرين ما مدى ترابطية العالم، ط ١، أبو ظبي، ٢٠٠٩.
٢٢. معتز عناد غزوان اسماعيل: إشكالية التأويل في ترويج الخطاب الكرافيكي المعاصر، اطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، ٢٠١٧.

23. Behne, Adolf. The Modern Functional Building. Michael Robinson, trans. Santa Monica: Getty Research Institute, 1996, p336.
24. Black, Caroline D. and Baker, Michael J. , Success through Design. Design Studies 8(4): 1987 , p 207.
25. Colquhoun, Alan "Gombrich and Cultural history" , AD "On the methodology of Architecture history" , Vol. 51, No.6-7, 1981. P.37.
26. Jenks, Charles :Architecture Today ,Academy Editions, London, 1993, p. 12,p,128.
27. Jenks, Charles: Architecture Today ,Academy Editions, London,1980, p. 87.
28. Lu, Z. A Study of Design Strategies of Flexible Housing,M.Sc. Dissertation. Sheffield, UK: School of Architecture, Sheffield University. (2004).
29. Moshaver, S.. Flexible Housing : Incorporating Working Space Within The Living Space.M.Sc. Thesis, Sheffield: School of Architecture, Sheffield University. 2009,p,123
30. Smith, Eric , Good Design Is indeed Good Business. Design Management Journal 5(2): 1994.p 20.
31. Till, j., & Schneider, T. Flexible Housing : A Guide. Sheffield, UK: Bureau of Design Research, Sheffield university (2006). .p.8.