الاستدعاء في التصميم الداخلي

م. م. الآء طالب كريم

الجامعة المستنصرية /كلية الهندسة / قسم هندسة العمارة

ملخص البحث

لطالما عدت العملية التصميمية عملية انفعالية من حيث المصمم والمتلقي ، ولولا هذه الانفعالات لما اخذت الفكرة التصميمية مداها المتداول في عالم مليء بالتحديات متسارع متجدد على مدار الوقت ، مما ساهم في توفير الاجواء لانبثاق تصاميم ترتقي في اغلب الاحيان الى مستوى الابداع ، ولكون مهمة المصمم الداخلي تتطلب منه الاحتكاك المباشر بمشاكل واحتياجات جمهور المتلقين فلابد من ان تستدعيه الحاجة فتولد لديه الفكرة التي تجعله يطرق جميع الميادين العالمية المادية والتقنية والتكنولوجية ... الخ من اجل تحقيقها، والتي ما ان تظهر الى جمهور المتلقين حتى تستدعي مشاعرهم بالقبول او الرفض معلنةً عن ولادة متكون تصميمي تفاعلي مابين قطبين اساسيين للعملية التصميمية (المصمم والمتلقي) .

يعد المتلقي العربي من المتلقين الذين يمتلكون من الارتباطات الوجدانية ما يجعلهم ذوي حنين الى هوية وجذور البيئة التي ينتمون اليها ، فتستدعيه الايقونات المرتبطة بجذوه وتجعله يكمل في وجدانه التصميم الذي بدأه المصمم ، فاذا كانت هذه الايقونات ذات جذور مفرحة فانها سوف تستدعي فيه مشاعر الفرح والقبول بالتصميم اما اذا كانت هذه الايقونات ذات جذور محزنة فانها سوف تستدعي فيه مشاعر الحزن وبالتالي قد يرفض التصميم ، ورغم ان السوق العربي اصبح مكب لكثير من التصاميم العالمية بسبب وسائل الاتصال الحديثة وعالم المرئيات والذي ساعد على عولمة التصاميم واستدعاء مشاعر المتلقي من خلال الابهار الوقتي والذي ساهم في تسويق الكثير منها والتي لا تمت لهوية المتلقي العربي بصلة، غير ان هذه التصاميم لم تأخذ مداها بوصفها تصاميم مبدعة، فنجد بين حين واخر ظهور تصاميم لفضاءات داخلية تمثل الهوية العربية والتي تحمل بين طياتها الرمزية المستدعية لمشاعر الراحة لدى المتلقي فينجذب اليها تاركاً كل التصاميم الاخرى خلفه ، من هنا جاءت اهمية البحث الحالي في كونة يسلط الضوء على العملية التصميمية كرسالة استدعاء غير معلنة يقدمها المصمم الداخلي الى المتلقي من خلال الايقونة .

الفصل الاول

مشكلة البحث :

هل استطاعت التصاميم الداخلية الحديثة من ان تستدعي المتلقي العربي من خلال تضمين العمل التصميمي ايقونات تعكس الهوية العربية ؟ .

أهمية البحث

ان تنفيذ الفكرة التصميمية وخروجها الى الواقع على شكل متكون تصميمي تعد مرحلة نوعا ما مبدئية ، تتبعها مرحلة اهم وهي تقبل هذا التصميم وبقاءه لمدة اطول ، من هنا جاءت اهمية البحث الحالي في كونه يسلط الضوء على العملية التصميمية كرسالة استدعاء غير معلنة يقدمها المصمم الداخلي الى المتلقي من خلال الايقونة .

هدف البحث :

التعرف على ماهية الاستدعاء وادواته في التصميم الداخلي .

حدود البحث :

التصميم الداخلي للمسبح الداخلي في فندق برج العرب (•) .

تحديد مصطلحات :

الاستدعاء Recall

الاستدعاء كلمة مشتقة من فعل دعا يدعو استدعى ، اذ نقول دعا الرجل دعواً : ناداه والاسم الدعوة ، ودعوت فلاناً اي صحت به واستدعيته او نقول تداعى القوم : دعا بعضهم بعضا حتى يجتمعوا ولقد وردت كلمة استدعى في تفسير معجم لسان العرب لقوله تعالى في الاية الكريمة: ﴿ **وادعوا شهداءكم من دون الله ان كنتم صادقين**﴾ ، قال ابو اسحق : يقول ادعوا من استدعيتم طاعته ورجوتم معونته في الاتيان بسورة مثله [1] .

تأتي كلمة Recall في اللغة الإنكليزية بعِـــدة معاني :- " استدعاء ، استعاد ، تذكر ، سحب"[2].

اما كلمة الاستدعاء في علم النفس تاتي بمعنى عمليّة استرجاع الذِّكريات مع ما يصاحبها من ظروف المكان والزَّمان وبه تنتقل عمليّة التذكُّر من عالم المدركات الخارجيّة إلى عالم التصوّرات الذهنيّة [3] .

التعريف الاجرائي

الاستدعاء هو الاستقدام الجسدي والاستحضار الفكري للمتلقي من خلال الدلالات الرمزية للتصميم الداخلي .

الفصل الثاني

1-1 التصميم الداخلي مثير استدعائي

ان غاية التصميم الداخلي اولاً واخراً هو المتلقي الذي من خلاله يمكن الحكم على كفاءة التصميم بالنجاح او الفشل ، وذلك بالاعتماد على درجة تحقق الحاجة الانسانية المطلوبة من قبل المتلقي ، فالمتلقي هو الفرد المتعايش مع الفضاء الداخلي وهذا التعايش يمكن ان يولد علاقات انفعالية مابينهما تختلف تأثيراتها من فرد لاخر ومن مكان لاخر حيث يسهم المصمم الداخلي باستدعاء المتلقي واشعاره بأنه جزء من العملية التصميمية من خلال ايجاد مثيرات شكلية او رمزية غايتها الوصول الى نوع من التكامل الانفعالي المناسب بين هذين البعدين [4] .

فالمشاعر الانسانية للمتلقي تستدعى وتنجذب الى الفضاءات الداخلية التي تمتلك في تصميمها قدراً معينا من الجدة والتركيب والتباين والتغاير والادهاش او المباغته والغموض وغير ذلك من الخصائص المميزة للمثير ، فمثل هذه المثيرات تقدم مصادر جديدة مرتفعة من التنبيه للجهاز العصبي ومن ثم تستدعي تلك الحاجات البيولوجية الموجودة لدى المتلقي مما يجعلها تقوم بالاستكشاف لأشباع الفضول المعرفي الخاص بهذه الحاجات [5] ، وهنا تتجلى عبقرية المصمم الداخلي في استدعاء المتلقي جسدياً وروحياً من خلال ايجاد طاقة تنبيه كافية تجبره على ان لا ينظر الى التصميم بل ان ينظر عبر التصميم وان يقرأ وحدات الفضاء الداخلي والعلاقات الرمزية التي تحكمها لا ان يرى الشكل فقط .

فلو نظرنا الى صور رقم (1) و صورة رقم (2) نلاحظ التقارب الواضح مابين هيئة بيئة الواحة العربية الطبيعية في صورة رقم (1) وهيئة تصميم المسبح الداخلي في فندق برج العرب صورة رقم (2) ، حيث يتضح لدينا اساس الحاجة التصميمية التي استدعت المصمم في استلهام هيئة الواحة العربية بمواد وتقنيات حديثة تمثل بذلك حقيقة دبي المدينة التي تجمع في مكوناتها ما بين التقاليد والحداثة وهذا الامر بالذات يعتبر عنصر اخر استدعائي لقدرات المصمم في تحقيق التقاليد والحداثة في تصميم واحد ، وصولا الى جذب واستقدام المتلقي العربي من خلال اظهار اصالة بيئته بمعايير استثنائية من الراحة والرفاهية متحديا اجواء الواحة الطبيعة ، وفي ذات الوقت استدعاء مشاعر المتلقي الاجنبي الباحث عن روح المغامرة في البيئة العربية والتي طالما تشوق كل من سمع عنها

لرؤيتها وبالتالي استقدامه عن طريق طرح دعوة غير معلنة ادواتها وحدات الفضاء الداخلي .

صورة رقم (1) تمثل لقطة منظورية لشكل الواحة في الصحراء العربية [6]

صورة رقم (2) تمثل لقطة منظورية لتصميم مسبح داخلي في فندق برج العرب [7]

مما لا شك فيه ان اي تصميم داخلي لابد من ان يبنى على مقومين اساسيين هما[8]:

اولاً : المقوم الخارجي :- وهو المكونات الشكلية للفضاء الداخلي ، والتي تشمل العناصر الانشائية (المحددات العامودية والافقية والانتقالية) بالاضافة الى العناصر التصميمية التكميلية كالاضاءة والالوان والخامات والتاثيث ... الى الخ .

ثانياً : المقوم الداخلي :- وهو الانفعال الموجود داخل المصمم ، هذا الانفعال لديه القدرة على استثارة انفعال مشابه لدى المتلقي ، وهذه الانفعالات تستثار لدى المصمم بواسطة ما يحس به ، فالمحسوس به هو الجسر أو القنطرة بين اللامادي (عاطفة المصمم وانفعاله) ، والمادي الذي يظهر في تصميم الفضاءات الداخلية من ناحية ثم بين المادي (المصمم وعمله) وغير المادي لدى المتلقي (انفعاله وعاطفته) ، وهذا يعني ان الفضاء الداخلي بكل مكوناته ما هو الا نظير بصري لانفعالات المصمم الفكرية والذي ما ان يتداول حتى يتحول الى مجموعة انفعالات لدى المتلقي ، فيعبر عنه بالقبول او الرفض ، وبالتالي يتوجب على المصمم الداخلي ان يمتلك بصيرة تمكنه من ان يتفهم ذاته ودوافع الاخرين وأن يستخدم هذه البصيرة لتسويق تصميمه من خلال التواصل الشكلي والرمزي مع المتلقي [9] ، فالتصميم الداخلي ليس عملية وحدوية توحدية بل هي انجاز متوازن من جميع الجوانب الروحية والشكلية والاقتصادية والعلمية والثقافية مع اعتبار المتلقي مركز الثقل فيها ونقطة الاستقطاب بشرط ان لا يكون تصميم الفضاء الداخلي معقدا لدرجة متعمدة من قبل المصمم للتفوق على ذكاء المتلقي فيجعله يدور في دوامة من الحيرة لفهم

ماهية التصميم وغايته فيستدعي مشاعر المتلقي السلبية وعندما يعجز المتلقي عن ادراك المغزى التصميمي ربما لقلة خبرة او معرفة حينها لن يشعر بتفرد عاطفي او استجابة اخلاقية نحو الفضاء الداخلي فيصنف التصميم بالفاشل ويدرج تبعا لذلك في قائمة المستويات الدنيا .

2-1 الهوية محور الاستدعاء التصميمي

لا يختلف اثنان حول فكرة كون التصميم الداخلي عملية متعددة الاهداف بتسلسل متغاير الترتيب بحسب التصميم ، فهناك تصاميم تنشد الادائية كهدف اساس وغيرها تنشد الجمالية وغيرها الكلفة وغيرها الديمومة ... الخ ، وبين هذه الاهداف يبقى هدف شامل وواجب التحقق وهو هوية الفضاء الداخلي سواء كان المقصود بالهوية الخاصة او العامة، فالهوية قد تعني الادائية بمكنوناتها وتعني الجمال بنسبيته وكل ذلك مرتبط بشخصية الفرد المتلقي للعملية التصميمية بوصفها علاقة تبادلية لعمليات الادراك للفعاليات الاجتماعية والرموز الشكلية ، ان الادراك في التصميم يتحقق جراء كونه يعطي انطباعاً واضحاً يتم تفسيره وتقبله من قبل المتلقي ، ولايمكن تفسير وفهم الانطباعات التي تحملها الفضاءات من قبل المتلقي الا اذا كان يحمل نفس التوجه الفكري والبيئي، وعلى هذا المستوى من التفاعل بين المكان والإنسان يتحقق مفهوم الهوية للفضاءات التصميمية [10].

يمكن القول ان المتلقي للفضاء الداخلي يبداء من حيث ينتهي المصمم ، والمعنى الذي يجده المتلقي في فكرة التصميم يعتمد على التصميم نفسه وايضا على حالة المتلقي المزاجية وخلفيته الثقافية ، تماما كما يعتمد على مقدرته في النفاذ ببصيرته في التصميم ، وبهذا المعنى فان الفضاء الداخلي بكل مكوناته قد يقوم مقام اللغة وكما هو الحال في اللغات الاخرى فان هناك مصدرا للايصال وهو المصمم والوسيط الذي ينقل المعلومات المستمدة من المصدر وهو الفضاء وهناك المتلقي الذي يستخدم الفضاء فيتعرف هويته[11]، وان أكثر الادلة المؤثرة على العلاقات المعقدة مابين التصميم وهوية المتلقي قد نجدها في عمليات التحول الثقافي ، فالمتلقي المغترب مثلا يعمد الى امتلاك او خلق فضاءات مألوفة في مواقع اجنبية يعدها دخيلة وكانما يعمد الى اجراء عملية الخلع واعادة التثبيت وهذا يكشف لنا العمق الداخلي للا استقرار والذي يدفعه للبحث عن هوية حتى وان كان ركن صغير ضمن مجموعة فضاءات ، هذا الركن الصغير هو بمثابة اداة استدعاء لطاقة الاتصال التعبيري مابين المصمم الداخلي والمتلقي .

ان حدوث الاتصال التعبيري مابين المصمم الداخلي والمتلقي يتطلب من المصمم ان يوجد له لغة تعبيرية من البنية التكوينية والشكلية للفضاء ، من خلالها يمكن ان يعبر عن هوية التصميم كاستخدام الخامات والمواد والالوان والاضاءة والاثاث ... الخ ، مع الاستعانة بالرموز المتداولة ضمن مجتمع التصميم وتوظيفها بشكل متقن في الفضاء الداخلي ، كل ذلك يمكن ان يصل بالمتلقي الى فهم واضح وسريع لهوية التصميم ، وذلك لكون ان الفضاء هو ليس فقط المحددات الانشائية ولكنه التدرج التسلسلي من الانشاء الى المكملات مرورا بالاثاث [12] ، وهذا لايعني ان المصمم الداخلي مجبرا على اظهار الهوية التصميمية بشكل صريح بل يفضل استخدام لغة تصميمية مبتكرة تخاطب الذكريات المتنوعة للمتلقي وبالتالي دفعه الى التأويل من خلال تحليل وتركيب علاقات خفية تحكم عناصر التصميم وصولاً الى الكشف عن هويته [13] ، وبالرجوع الى الصورة رقم (2) نجد تعبير واضح عن الهوية الخاصة للفضاء الداخلي والتي تمثل مسبح داخلي في فندق يستقبل اغنياء ومشاهير العالم ، ولكن التعرف على الهوية العامة (الواحة العربية) ترك المصمم استكشافها الى المتلقي من خلال وضع لمساته البعيدة عن المحاكاة الحرفية لطبيعة الواحة العربية ، حيث صمم المسبح بهيئة بركة ماء تحيط بها النخيل (الاعمدة) وكما في الصورة رقم (3) .

صورة رقم (3) تمثل لقطة منظورية لهيئة لمسبح الداخلي في فندق برج العرب

ان هيئة المسبح المشابهة للواحة العربية ما هي الا بداية رحلة لاستكشاف ابعاد التصميم من قبل المتلقي ، وكما يفعل اصحاب برامج طرح الاسئلة حيث يبداء بالبسيط ثم يرتقي الى الاصعب ثم الاصعب وهكذا من خلال استدعاء مشاعر الاطمئنان والراحة لدى المشاركين بالبرنامج .

فالفضاء الداخلي لا ينحصر في وظيفته الادائية بل هو ايضا وسيلة ارتواء جمالي وفكري يصنع ماديا ويدرك حسيا ، ولكي تجتمع المادة مع الحس فلابد من وجود غاية ابعد ما تكون عن غاية الانشاء بل تحويل المتكون التصميمي الى ينبوع حسي يرفد

المتلقي بانواع الافكار والمعارف مستدعيا لخيال وفكر المتلقي مما يدفعه لاسترجاع خزينة المعرفي واضافة ما هو جديد له وكلما احتوى التصميم على جديد كلما زادت رغبة المتلقي في استكشافه وامتلاكه على ان لا يتعدى الجديد حدود الهوية فيعمد الى اضمحلالها فيفقد الفضاء الداخلي روح التعايش والمحاكاة مع المتلقي .

3-1 الاستدعاء التصميمي للمتلقي العربي من خلال الايقونة

ان عوالم الفضاء الداخلي تنبثق من تجربة المصمم الاصلية وتصبح بدورها تجربة جديدة بالنسبة للمصمم ولمن يشاركه التصميم ، فعبقرية المصمم الداخلي الحقة تقاس بقدرته على تحويل المادة الخام للحياة وخلق عالم مستمد منها يدوم معناه وقيمته بعد انقضاء التجربة الاصلية ويتجاوز محدودياتها وذلك بالاساس احد الواجبات العظيمة للتصميم ، ولان الفضاء هو المادة الاولية في لوحة تصور المصمم والعنصر الجوهري في التصميم الداخلي هو المتلقي الذي لا يتحرك داخل الفضاء فقط بل يرى الاشكال ويسمع الاصوات ويشعر باصل البهجة وحرارة الشمس ويشم رائحة الازهار في عنفوانها[14] ، لذلك يعمد المصمم من خلال لغته الفعلية التصميمية الى توظيف وحدات الفضاء الداخلي كمدلولات قصدية يهدف من خلالها طرح العديد من المعاني والافكار ، وهو بذلك انما يحمل موضوع التصميم من الناحية الادائية مسؤوليات جديدة دالة ، فضلا عن ادائه الوظيفي الذي ينبغي ان يتحقق بافضل حال [15] ، خدمتاً لحاجة المتلقي المادية (معايشة الفضاء الداخلي جسدياً) والروحية (معايشة الفضاء الداخلي وجدانياً) .

يعد المتلقي العربي من المتلقين الذين يمتلكون من الارتباطات الوجدانية ما يجعلهم ذوي حنين الى هوية وجذور البيئة التي ينتمون اليها ، فتستدعيه الايقونات المرتبطة بجذوه وتجعله يكمل في وجدانه التصميم الذي بدأه المصمم ، ورغم تنوع اعراق المتلقين العرب الا انهم جميعاً يشتركون بصفة الاصالة والهوية وبانهم اناس ذوي حضارات موغلة بالقدم كحضارة وادي الرافدين وحضارة وادي النيل بالاضافة الى الحضارة الاسلامية .

ان فندق برج العرب انشيء في دولة عربية مسلمة تتسم بالحداثة ، لذا فان المصمم درس ابعاد هذه الدولة البيئية والاجتماعية والثقافية والدينية ، وعمد الى ترجمتها ترجمة تصميمية فنية تضاف الى الابداع الهندسي ، محولاً مبنى الفندق بمظهره وكتلته وفضاءاته الى تحفة فنية مجسمة مستوعب جميع انماط الفن التشكيلي من تصوير او نحت وزخرفة ، فلو نظرنا الى تصميم المسبح الداخلي في فندق برج العرب صورة رقم (4) وصورة

رقم (5) ، نلاحظ توظيف الاعمدة وهي عناصر انشائية كايقونات دلالية تعبيرية ، مستدعياً وظيفة اخرى الى الاعمدة ، فبالاضافه الى كونها عنصر حامل لثقل السقف اصبح لها وظيفة تعبيرية دالة على اشجار النخيل التي تحيط بركة الماء في الواحات العربية ، وذلك من خلال اعطائها الشكل الاسطواني الذي يضيق كلما ارتفع مع منح نهاية العامود راس شبه دائري دلالة عن راس النخلة ، حيث ان شجرة النخيل تعد من اشهر اشجار المنطقة العربية ، والمتلقي العربي يرتبط بهذه الشجرة ارتباطاً روحياً كمخلوق متعايش معه .

صورة رقم (4) منظور داخلي لتصميم المسبح الداخلي في فندق برج العرب

صورة رقم (5) التصميم الدلالي للعامود للمسبح الداخلي في فندق برج العرب

لم يكتفي المصمم باستحضار الهيئة العامة لجذوع النخيل بل ضمن التكوين الكلي للاعمدة وبشكل زخرفي تجريدي رمزي تكسرات جذوع النخيل الحقيقية ، من خلال عمل تشكيلات وتكوينات زخرفية هندسية معتمداً تكرار الوحدة الزخرفية وصولاً الى تكوين الشكل الزخرفي النهائي العام المتولد منها على شكل هيئات خطوط مائلة باستخدام بلاط الموزاييك المقطع الى قطع صغيرة ملونة بالابيض والازرق والذهبي والاخضر فقط ، وهي الوان لا يرى غيرها في الواحات العربية ، ان هذا التكرار في التكوينات الزخرفية على اعمدة المسبح هو اقصر الطرائق واسهلها لانشاء وحدة تكوينية قوية على مستوى الشكل والفكرة [16] ، تعمل على استدعاء حركة عين المتلقي العربي الى الشكل المرئي ، والذي هو في الحقيقة النظير البصري لفكرة المصمم .

اولت الحضارة الاسلامية الزخارف وخصوصاً الهندسية والنباتية اهمية خاصة وشخصية فريدة لا نظير لها في اي حضارة من الحضارات ، فاصبحت في كثير من الاحيان العنصر الرئيسي الذي يغطي مساحات كبيرة من الفضاء الداخلي ولعب الخط

الهندسي فيها دوراً اساسياً ، وكان هم الفنان المسلم وشغله الشاغل ان يبحث عن تكوين جديد مبتكر يتولد من اشتباكات قواطع الزوايا او مزاوجة الاشكال الهندسية لتحقيق مزيد من الجمال الرصين على التحف التي ينتجها ، ومن امثلة الاشكال الهندسية التي استعملها (الدوائر المتماسة والمتجاورة والجدائل والخطوط المنكسرة والمتشابكة بالاضافة الى اشكال المثلث والمربع والمعين والمخمس والمسدس) [17] ، ولان المصمم الداخلي لفندق برج العرب تعرف على الخلفية الدينية والثقافية لمدينة دبي ، فلقد عمد الى اشغال السطوح الداخلية لفضاء المسبح بزخارف ونقوش عربية مسلمة وخاصة منطقة حوض السباحة ، لكونها المرتكز الاساس في وظيفة الفضاء وبالتالي فانها اكثر المساحات التي ستتابعها عين المتلقي صورة رقم (6 – ا) ورقم (6 – ب).

صورة رقم (6 – ا)

صورة رقم (6 – ب)

لقطة منظورية لفضاء المسبح الداخلي استخدام الزخرفة الهندسية

مزج المصمم ما بين الزخرفة الهندسية والنباتية في ان واحد متبنياً التكوين الشكلي لدائرتين متماستين مع رسم شكل هندسي منتهي بزهرة كأسية ثنائية الفلق ، ولملىء مساحة حوض السباحة بالزخرفة عمد الى تكرار هذا الشكل الزخرفي على طول سطح الحوض ، ولكي يعمل على تقسيم المساحات الافقية دلالياً وضع اطار بشكل جدائل لملء الفضاء المتاح على اساس خطوط متكررة ومتطابقة شكلاً ولوناً ، وهذا يعتمد بالاساس على الاحساس الفني للمصمم الداخلي فضلاً عن الاحساس الهندسي .

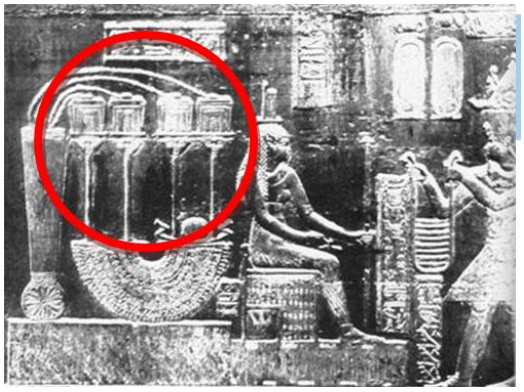
ان كل ما يفعله المصمم الداخلي في الفضاء من دلالات تعبيرية بشكل ايقونات تصميمية ما هو الا مراهنة مع ذاته اولا ومع اقرانه ثانية لاستدعاء مشاعر قبول التصميم من قبل المتلقي بل الذهاب ابعد من ذلك وهو عشق التصميم ، وذلك عن طريق محاولة المصمم اقامة نسق من العلاقات التعبيرية للايقونات لايصال إنفعالاته وإنطباعاته كلغة

إتصال حقيقي مع الآخرين . وغالباً فإن هناك دافعية تعمل على استدعاء طاقة التعبير التي تنشط من محيطها الداخلي والخارجي بفعل محفزات بيئية وفسلجية عديدة ، وهنالك مبدأين أساسيين لاستدعاء طاقة التعبير هما :

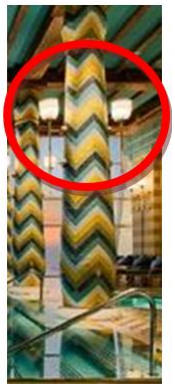
1- طاقة التعبير الذاتي : وهو جوهر العملية الإبداعية التي يقوم بها المصمم في تصاميمه , بعد تأثره بالمحيط وبخبراته الذاتية , ومن ثم إعادة تنظيم هذا الكم الهائل من المعطيات وفق معادلات جديدة ذات نزعة ذاتية محض تخرج ما في جوهر المصمم الداخلي الى الظاهر المحسوس والمتمثل بالفضاء الداخلي .

2- طاقة التعبير الموضوعي : هو التعبير الذي يستند أساساً في بناء شروطه الى مدى توفر الإستجابات الحقيقية في البيئة والمحيط والزمكان [18] .

غير ان المصمم لايمكن ان يكون قادرا على تحقيق الطاقة التعبيرية بنوعيها من دون وجود الايقونات الدلالية القادرة على نقل المعلومات أو الافكار أو الآراء والاتجاهات التي يحملها التصميم بشرط ان تكون ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين [19] ، وكما لاحظنا في الصورة رقم (2) ورقم (3) هذا الكم الهائل من الايقونات التصميمية بدا من اساس فكرة التصميم (الواحة العربية) وصولا الى ادق التفاصيل شكل النخلة الالوان والزخارف وحتى وحدات الانارة والتي تم فيها استخدام فكرة قناديل الزيت المحمولة والتي يرجع اصلها الى الحضارات القديمة كالفرعونية وغيرها كما في الصورة رقم (7) و (8) .



صورة رقم (7) شكل قناديل الانارة في العصر الفرعوني [20]

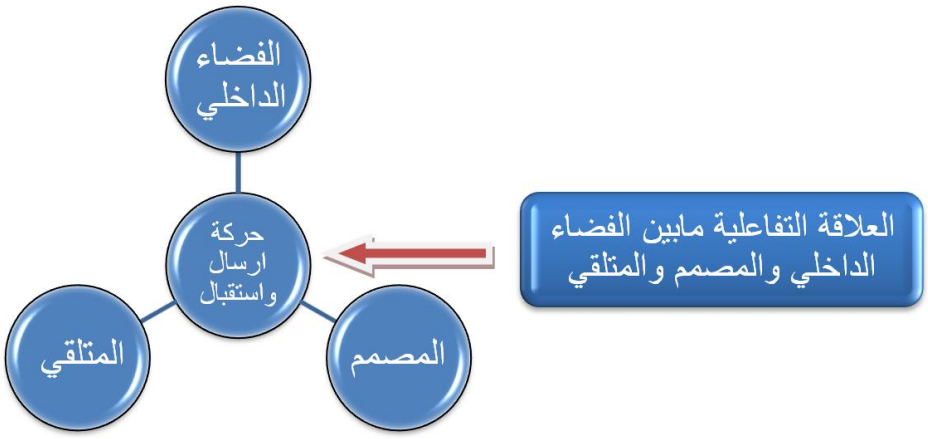


صورة رقم (8) تصميم قناديل الانارة للمسبح الداخلي في فندق برج العرب

لم يغفل المصمم ارتباط المتلقي العربي بالاماكن المفتوحة رغم حبه للخصوصية ، فعمد الى توظيف الشفافية (استخدام الزجاج) على جانبي حوض السباحة بدل المحددات

العامودية التقليدية (الجدران الانشائية) ليشعر المتلقي بانفتاح الفضاء الداخلي على الفضاء الخارجي وخصوصاً وان المسبح مصمم في طوابق المبنى المرتفعة عن سطح الارض بعشرات الامتار والتي تخترق الغيوم في بعض الطوابق صورة رقم(3) و(6ب).

ان مهمة المصمم الداخلي اشعار المتلقي بوجود علاقة تفاعلية حركيه مابينه وبين الفضاء الداخلي فاما المتلقي هو من يتحرك او الفضاء الداخلي في حالة حركة رغم سكونه ، فالفضاءات الداخلية يتحسس بها بطريقة او باخرى كسلسلة من القواطع لفضاء لا متناه ، فاما المتلقي يتحرك خلالها بمسار محدد مسبقاً (•) او الحالة المعاكسة هي حالة فضاء يتحرك او يدور حول متلقي ثابت في مكانه من خلال التداخل بين الفضائين الداخلي والخارجي ، ان الفضاء الداخلي بهذا المفهوم ينساب كالامواج تقريباً بعيداً عندما يكون المتلقي خارج الفضاء ، وينساب الفضاء الداخل الى الخارج عندما يكون المتلقي في الداخل ، فالمتلقي هو منبع تحسس الفضاء ومن البديهي جداً ايضاً ان ينساب الفضاء على امتداد مسار يمكن ادراكه والتعرف عليه ثم ينساب خارج مجال الرؤية [21] ، وهذا يعني ان العملية التصميمية برمتها عملية حركية مبنية على الارسال والاستقبال محققة الاستدعاء .



مخطط يوضح طبيعة العلاقة التفاعلية مابين الفضاء الداخلي والمصمم والمتلقي [22]

للايقونات ابعاد مختلفة في مجال التأثير في المتلقي وهذا التأثير يكون ضمن دائرة القصد لدى المصمم فبعضهم يجعل التصميم مفعماً في تحقيق التأثير الفعال لدى المتلقي، من خلال الاختلاف مع المتداول السائد أو من خلال مواقف فعالة يستقي من تعبيراتها ما يمنح التصميم حركة تعبيرية غير مالوفة ، فبالرجوع الى صورة رقم (8) مثلا نجد ان هيئة العامود مع وجود وحدات الانارة على الجانبين وطريقة تثبيتها كانها توحي بوجود

شخص حامل لوحدات الانارة وكانما قصد المصمم استدعاء مشاعر العظمة لدى المتلقي بوجود خدم يحرسونه وفي ذات الوقت ينيرون طريقه ، اما في الصورة رقم (9) والتي اخذت للمسبح الداخلي ليلاً نجد المصمم قد وظف التكنولوجيا في تحويل السقف ذا اللون الازرق نهاراً الى اللون الاسود ليلاً مع توزيع الانارة الصناعية بشكل يعطي الاحساس بسماء الواحة العربية ونجومها الساطعة ليلاً .

صورة رقم (9) شكل المسبح الداخلي في برج العرب ليلاً

مما سبق يتبين ان كل وحدة وكل علاقة تصميمية يعمل المصمم على ادراجها ضمن الفضاء الداخلي ماهي الا رسائل ذات دلالات تستدعي لدى المتلقي ردود افعال متفاوته مابين القبول والرفض مع وجود نسبية في مدياتها ، سواء كانت هذه الرسائل مباشرة التعبير ام غير مباشرة فانها يجب ان تمتاز بالتنوع المدروس على مستوى الفكرة والتنفيذ باستخدام مواد وهيئات وتقنيات مختلفة فلكل مادة وهيئة وتقنية خصائصها التعبيرية على مستوى مجتمع المتلقي ، فالخشب يختلف عن الزجاج وشكل النجمة الخماسي يختلف عن شكل النجمة السداسي وهكذا ، لذا فعلى المصمم ان يتخذ جانب الحذر في رسائلة التصميمية وان يعمل على تقنينها من خلال وحدة الموضوع مع تعدد الاجزاء، ان طبيعة الاجزاء شأنها شان مواقعها واعدادها تؤثر في الادراك الحسي الكلي، علاوه على انها تتمتع بميزة اخرى ، اذ يمكن لدرجة الكلية فيها ان تختلف ، فبعض الاجزاء يمكن ان تكون هي ذاتها وحدة كاملة علاوة على كونها اجزاء صغيرة من كل اعظم ، كما وان خواص الاجزاء يمكن ان تكون موضحة بالتفاصيل بشكل او اخر ، حيث يمكن لخواص الكل ان تكون مبرزة هي الاخرى ، ففي التكوينات المعقدة توكل المسؤولية الخاصة تجاه الكل الى الجزء الصغير[23] ، وهذا ما بدا جلياً في تصميم المسبح الداخلي لفندق برج العرب حيث ان تكاملية تصميم الاجزاء لم يغني عن كونها جزء من

كل ، فالاعمدة مثلاً تكاملت بهيئة اشجار النخيل ولكنها كانت لتبدو ناقصة دون الهيئة العامة للفضاء ووحدة موضوعه (الواحة العربية) .

المتلقي بطبيعته يود دائما ان يركز فكره في لحظة شعورية معينة في موضوع واحد ولا يحب ان يشتت ذهنه وفكره في موضوعين او اكثر في ان واحد ، فهو يتعاطف مع العمل التصميمي الذي يتميز بوحدة الموضوع بجانب تميزه بوحدة الشكل ، ووحدة الموضوع تعبير يعنى ان يكون موضوع العمل الفني متكاملا فلا تحمل رسالته المرئية سوى موضوع مترابط الاجزاء [24] ، فلو نظرنا الى الصورة رقم (10) ورقم (11) للاحظنا وجود ركن ضمن الفضاء تم تصميمة بشكل يحمل هيئة الشناشيل او المشربيات العربية ، هذه الشناشيل بدات وكانها دخيلة على التصميم رغم اصالتها وقدرتها على استدعاء ذاكرة المتلقي الا انها اخرجت موضوع التصميم عن وحدته وكانما احدثت قطع في استرسال خيال المتلقي ، وكان يفضل لو كان التنوع الموضوعي ضمن فضاءات متنوعة وليس ضمن الفضاء الواحد .

صورة رقم (10) شكل الشناشيل داخل المسبح

صورة رقم (11) شكل الشناشيل داخل المسبح

مخطط يلخص آلية الاستدعاء في التصميم الداخلي [25]

نتائج واستنتاجات البحث

1- ان اطلاق الطاقات المادية والتقنية والتكنولوجية في التصميم الداخلي تعمل على استدعاء الطاقات الابداعية للمصمم وبالتالي تحقيق اكبر قدر من المثيرات الحسية التي تعمل على استدعاء المتلقي واشعاره بأنه جزء من العملية التصميمية .

2- ان التصميم الداخلي ليست عملية وحدوية توحدية بل هي انجاز متوازن من جميع الجوانب الروحية والشكلية والاقتصادية والعلمية والثقافية مع اعتبار المتلقي مركز الثقل فيها ونقطة الاستقطاب ,

3- التخاطب الانفعالي مابين المصمم والمتلقي يعمل على خلق روابط اللحظة ، هذه الروابط التي يستحيل بدونها قيام الفضاء الداخلي واستحصال الانتماء الفعلي والفكري من قبل المتلقي نحو هوية الفضاء العامة والخاصة .

4- لكل فضاء داخلي نسق من العلاقات التعبيرية التي تستدعها الحاجة التصميمية ويكون مصدرها المتلقي ومنتجها وموجهها المصمم ، الذي يعمل على ترتيبها وتنضيدها وفق معطيات تلك الحاجات .

5- وضوح الفكرة التصميمية لدى المصمم تستدعي الوضوحية لدى المتلقي بشرط وجود لغة استدعاء موحدة ومفهومة لدى كل من الطرفين ، وهذا الامر يتطلب من المصمم ان يكون ملم بكل الابعاد البيئية والاجتماعية والثقافية والدينية لمجتمع المتلقين .

6- ان التدرج في كشف فكرة وغاية التصميم للمتلقي تعمل على اطالة رحلة استكشاف التصميم وبالتالي استدعاء روح التحدي والاثارة له ، مع تجنب التعقيد المبالغ فيه والذي يدفع المتلقي الى نبذ التصميم واعتباره تحدي غير متكافيء .

7- ان تضمين الشفافية في التصميم يعمل على اشعار المتلقي بحركة الفضاء الداخلي رغم سكونه الهندسي من خلال انسياب الداخل الى الخارج او الخارج الى الداخل وتحقق الخصوصية المنفتحة .

8- ان الوحدات والعلاقات التصميمية للفضاء الداخلي ما هي الا رسائل استقدام جسدي واستحضاء روحي للمتلقي لمعايشة ومحاكاة التصميم .

9- ان استخدام الفنون التشكيلية كالتصوير والنحت والزخرفة ضمن تقنيات الاظهار النهائي للتصميم الداخلي يعمل على تحويل الفضاء الى تحفة فنية فضلاً عن الابداع الهندسي .

10- العلاقة التي تربط الفضاء الداخلي والمصمم والمتلقي هي علاقة حركية آليتها الارسال والاستقبال والمصمم هو العنصر المنتج فيها والذي يعمل على توجيهها من خلال وحدة الموضوع مع تعدد الاجزاء .

11- ان التكامل التصميمي لوحدات الفضاء الداخلي لايغني عن كونها اجزاء تكمل مع بعضها وحدة الموضوع ، فالجزء وحده يعطي مفهوما ناقصاً لا يكتمل الا مع الكل .

12- ان التزام وحدة الموضوع في تصميم الفضاء الداخلي الواحد يعمل على استدعاء مركز لعين وذاكرة المتلقي ، الباحث عن الاستقرار البصري والفكري .

13- ان المصمم يسعى من خلال التكوين النهائي للفضاء الداخلي الى استدعاء التخاطر الفكري مع الذائقة الجمعية لجمهور المتلقين ، سواء كان هذا المتلقي عربي متعايش مع البيئة التي كانت النواة الاولى للفكرة التصميمية ، او متلقي اجنبي متعايش مع الرغبة في زيارة مثل هذه البيئات.

الهوامش :

(•) **برج العرب** يعتبر من أرقى فنادق العالم ، يقع في إمارة دبي، في دولة الامارات العربية المتحدة ، من تصمم المهندس المعماري توم رايت من شركة أتكينز لقد تم تصميم هذا الفندق المكون جميعه من الأجنحة ليشبه كتلة الشراع يحلق بارتفاع 321 م ليطل على ساحل دبي . www.ar.wikipedia.org.

(1) ابن منظور ، " **لسان العرب** " ، مج 4 ، ج 36، دار المعارف ، القاهرة ،1981م ، ص 1385- 1386 .

(2) الياس ، انطوان الياس ، ادورد الياس ، " **قاموس الجيب** " ، دار الجيل بيروت ، 1973م ، ص 305 .

(3) الموقع الالكتروني www.almaany.com

(4) شاكر عبد الحميد ، " **التفضيل الجمالي – دراسة في سيكولوجية التذوق الفني**" ، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت ، 2001 م ، ص 383 .

(5) **المصدر السابق** ، ص332

(6) الموقع الالكتروني www.startimes.com

(7) جميع صور المسبح الداخلي في فندق برج العرب مصدرها الموقع الالكتروني www.jumeirah.com

(8) شاكر عبد الحميد ، " **العملية الابداعية– في فن التصوير** " ، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت ، 1987 م ، ص 100 .

(9) دانييل جولمان ، " **الذكاء العاطفي** " تر : ليلى الجبالي ، مر : محمد يونس ، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت ، 2000 م ، ص 63.

(10) Chris Abel , " **Architecture & Identity : Towards a Global Eco–Culture** " , Architectural Pres ITD , London , 1997 , p.145 .

(11) ناثان نوبلر ، " **حوار الرؤية – مدخل الى تذوق الفن والتجربة الجمالية** " ، تر : فخري خليل ، مر : جبران ابراهيم جبران ، دار المامون للترجمة والنشر ، بغداد ، 1987 . ص 15

(12) Mitchell beazley , " modern eclectic " , publishing group limited , greet britain , 2001 , p.116 .

(13) الحسيني ، اياد حسين عبد الله ، " **فن التصميم – الفلسفة – النظرية – التطبيق** " ، ج 1 ، ط1 ، دار الثقافة والاعلام ، الشارقة ، 2008م ، ص 284 .

(14) Francis d. k. ching , " **interior design** " , van nostrand reinhold , new york , 1987 , p.24 .

(15) الحسيني ، **مصدر سابق** ، ص 186 .

(16) سؤدد مشعان حواس ، " **أسس بناء تصاميم الزخارف النباتية الجدارية في العتبة الكاظمية المقدسة** " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الخظ والزخرفة ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، العراق ، 2013م . ص 66

(17) الالفي ابو صالح ، " **الفن الاسلامي – اصول – فلسفة – مدارس** " ، دار المعارف ، لبنان ، ط2 ، 1967 . ص 115

(18) الحسيني ، **مصدر سابق** ، ص 62 .

(19) حسن عماد مكاوي ، محمود سليمان علم الدين ، " **تكنولوجيا المعلومات والاتصال** " ، جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، مطبعة مركز جامعة القاهرة، 2000م ، ص29.

(20) الموقع الالكترون **www.travelblog.org**

(•) يقصد الباحث بالمسار المحدد مسبقاً (قاطع ، انارة ، لون ، مستويات افقية ، دلالات رمزية ، روائح، .... الخ)

(21) رينر بانهام ، " **عصر اساطين العمارة** " ، تر : سعاد عبد علي مهدي ، مر : احسان فتحي ، دار المأمون للترجمة والنشر ، بغداد ، 1989 م . ص 93–98

(22) **اعداد الباحث**

(23) روبرت فنتوري ، " **التعقيد والتناقض في العمارة** " ، تر : سعاد عبد علي مهدي ، مر : احسان فتحي ، دار الشؤون الثقافية العامة ، افاق عربية ، العراق ، 1987 ، ص 228 .

(24) عبد الفتاح رياض ، " **التكوين في الفنون التشكيلية** " ، ط1 ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1974م ، ص183 .

(25) **اعداد الباحث**

المصادر العربية

- القرآن الكريم

1- ابن منظور ، " **لسان العرب** " ، مج 4 ، ج 36، دار المعارف ، القاهرة ،1981م.

2- الالفي ابو صالح ، " **الفن الاسلامي – اصول – فلسفة – مدارس** " ، دار المعارف، لبنان ، ط2، 1967 م .

3- الياس ، انطوان الياس ، ادورد الياس ، " **قاموس الجيب** " ، دار الجيل بيروت ، 1973م .

4- حسن عماد مكاوي ، محمود سليمان علم الدين ، " **تكنولوجيا المعلومات والاتصال** " ، جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، مطبعة مركز جامعة القاهرة، 2000م .

5- الحسيني ، اياد حسين عبد الله ، " **فن التصميم – الفلسفة – النظرية – التطبيق** " ، ج 1 ، ط1 ، دار الثقافة والاعلام ، الشارقة ، 2008م .

6- دانييل جولمان ، " **الذكاء العاطفي** " تر : ليلى الجبالي ، مر : محمد يونس، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت ، 2000 م .

7- روبرت فنتوري ، " **التعقيد والتناقض في العمارة** " ، تر : سعاد عبد علي مهدي ، مر : احسان فتحي ، دار الشؤون الثقافية العامة ، افاق عربية ، العراق ، 1987م.

8- رينر بانهام ، " **عصر اساطين العمارة** " ، تر : سعاد عبد علي مهدي ، مر: احسان فتحي ، دار المأمون للترجمة والنشر ، بغداد ، 1989 م .

9- سؤدد مشعان حواس ، " **أسس بناء تصاميم الزخارف النباتية الجدارية في العتبة الكاظمية المقدسة** " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الخظ والزخرفة ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، العراق ، 2013ا م .

10- شاكر عبد الحميد ، " **التفضيل الجمالي – دراسة في سيكولوجية التذوق الفني**" ، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت ، 2001 م .

11- ---------- ، " **العملية الابداعية– في فن التصوير** " ، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت ، 1987 م .

12- عبد الفتاح رياض ، " **التكوين في الفنون التشكيلية** " ، ط1 ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1974م .

13- ناثان نوبلر ، " **حوار الرؤية – مدخل الى تذوق الفن والتجربة الجمالية** " ، تر : فخري خليل ، مر : جبران ابراهيم جبران ، دار المامون للترجمة والنشر ، بغداد ، 1987

المصادر الاجنبية

14- Chris Abel , " **Architecture & Identity : Towards a Global Eco-Culture** " , Architectural Pres ITD , London , 1997 .
15- Francis d. k. ching , " **interior design** " , van nostrand reinhold , new york , 1987 .
16- Mitchell beazley , " modern eclectic " , publishing group limited , greet britain , 2001 ,

مصادر الانترنت

17- www.almaany.com
18- www.ar.wikipedia.org
19- **www.jumeirah.com**
20- **www.startimes.com**
21- **www.travelblog.org**

The recall in interior design

The recall in interior design

Abstract

The design process has always considered as an emotional process by the designer and the recipient, and without these emotions the design idea would not take it's extent in a world full of challenges that is accelerated and renewed all the time, which contributed in providing the required atmosphere for the emersion of a creative designs.

Since the mission of the interior designer requires him to be close to the needs and problems of the audience; this would encourage him to generate an idea which makes him search in all international, materialism, technical fields ....etc, to make it come to life, and as soon as this idea is been showed to the audience who would express their acceptance or rejection toward it declaring the birth of an emotional design component between two basic sides of the design process (the designer and the recipient).

Arabic recipients are considered one of the emotional recipients, who have emotional connections which make them feel of belonging to the identity and roots of their environment, thus, the icons related to the designer's environment will simulate his emotions to complete the design he started, if these icons had happy roots it will recall happiness and acceptance in recipient but if it had sad roots it will recall sadness and rejection.

Despite the fact that the Arabic market have become a landfill for many of the international designs because of the modern means of communication and visualization world which helped the globalization of designs that made the recipient temporarily fascinated and helped in marketing of many of these designs that are not belonging to the arabic recipient's identity, but these designs could not be called a brilliant designs, therefore we can find interior designs that represent the Arabic identity which carry the symbolism that recalls the feeling of comfort in the recipient so he attracts to this design leaving all other designs behind, and that's what makes this research important, because it sheds the lights on the design process as an undeclared recall message presented by the designer to the recipient through the icon.