



"The Aesthetic Response to the Form of the Industrial Product in Stimulating the Consumer's Cognitive Perception"

Jasim Ahmed Zedan¹, Basim Qasim Al-Ghabban^{2*}

1, 2 College of Fine Arts, University of Baghdad, Baghdad, Iraq.

* Corresponding author: e-mail: basimkasim16@yahoo.com

Received: 27 November 2024

Accepted: 26 March 2025

Published: 31 March 2025

Abstract:

This research focuses on the study of vocal performance diversity—specifically gestures and vocal expressions—and their effectiveness in enhancing the performance of the theatrical actor. The voice and the spoken word are fundamental means of communication in theatrical performance, serving as the primary link between the actor and the audience. The study explores how vocal techniques can be employed to make the voice more appealing, understandable, and socially engaging, while also addressing the challenges and obstacles actors may face during vocal delivery. Through vocal performance, feelings, ideas, and emotions are conveyed from the performer to the audience.

The research also examines how certain directors collaborate with actors on vocal performance, the stylistic approaches they adopt, and the extent to which these methods contribute to the development of the actor's stage presence.

The structure of the research is as follows:

Chapter One: Methodological Framework – Includes the introduction, the research problem and its significance, methodology, importance and objectives of the study, its limitations, and definitions of key terms.

Chapter Two: Theoretical Framework – Divided into two main sections:

Section One: Gestures and vocal expressions, discussing the origins and references of these tools, and defining key concepts such as "gesture" and "vocal expression".

Section Two: The role of gestures and vocal expressions in theatrical performance, with a focus on acting techniques and the directorial approaches of selected theater directors.

Chapter Three: Research Procedures – Covers the research population, sample, methodology, and includes an analysis of the play Circus. It concludes with a discussion of the findings, key conclusions, and a list of references.

Keywords: Aesthetic response, form of the industrial product, cognitive perception, consumer stimulation.



الاستجابة الجمالية لهيئة المنتج الصناعي في تحفيز المدرك المعرفي للمستهلك

جاسم احمد زيدان^١، باسم قاسم الغبان^٢

الملخص:

قام الباحث بدراسة تأثير الاستجابة الجمالية وتأثيرها على التحفيز والتأثير في الادراك المعرفي الذي يحدد بدوره سلوك المستهلك والذي تتدخل فيه مجموعة من العوامل البيئية والثقافية والحضارية، بالإضافة الى الانفتاح الاقتصادي والتطور التكنولوجي وتحسن المستوى المعيشي والثقافي والمعرفي للمستهلك، وعلى وفق ما سبق فقد اعد الباحث مشكلة البحث على وفق التساؤل التالي: ما دور الاستجابة الجمالية لهيئة المنتج الصناعي في تحفيز المدرك المعرفي للمستهلك؟ وتهدف الدراسة الى: الاستجابة الجمالية لهيئة المنتج الصناعي وتأثيرها في تحفيز المدرك المعرفي للمستهلك، كما تضمن عرضاً لأهمية البحث، والتعريف بمصطلحات البحث، كما كانت حدود البحث قد تمثلت في تصاميم الشركة العالمية لتجارة الأثاث المكتبي في العراق، التي تم تصميمها بين سنة (٢٠٢٢-٢٠٢٣)

وقد اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي في تحليل نماذج البحث التي تكونت من (٣) نماذج من مجتمع البحث الكلي والبالغ (٩) إنموذجاً، للتصاميم المتوفرة لدى الشركة العالمية لتجارة الأثاث المكتبي، وقد استعان الباحث بأداة البحث وهي استمارة التحليل الذي أعدها وفقاً لما أسفر عنه الإطار النظري من مؤشرات، في تحليل نماذج الدراسة المختارة. وتوصل الباحث إلى نتائج البحث، وكذلك الاستنتاجات، والمقترحات، والتوصيات، وقد كانت من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث هي على النحو الآتي:

١- تحققت الاستجابة الجمالية في النماذج المحللة من خلال تنظيم عناصر تكوين الشكل، من خلال التوافق والانسجام اللوني، مع المادة المستخدمة، الذي ساعد على انعكاس الضوء، مما عكس الاحساس باللمس الناعم، إذ كانت جميعها نتاجاً جمالياً ومؤدياً لأغراضه الوظيفية، كما في جميع النماذج، وبنسبة ١٠٠٪.

٢- تحققت الاستجابة الجمالية عبر تقديم تشكيلة متنوعة من الخامات الرئيسة وهي خشب الصنوبر مع خامات اللدائن الشفافة كإضافة جمالية مبتكرة، كما في أنموذج رقم (١)، بنسبة ٣٣٪.

كما تضمن الفصل الرابع استنتاجات الباحث وكان من أهمها:-

١٠- ان الإحساس بجمال المنتج الصناعي يتم وفق قدرة المستهلك على الاستجابة والتفاعل مع الاشكال من حوله ومدى ملاءمتها من الناحية التصميمية لما يطلبه او يتذوقه المستهلك والذي من الممكن ان يصفه بالجميل، والقدرة على التفاعل مع خصائص المنتج الجمالية تعتمد على الخبرة البصرية والإدراك البصري للأشكال .

الكلمات المفتاحية: الاستجابة الجمالية، هيئة المنتج الصناعي، الإدراك المعرفي، تحفيز المستهلك

مقدمة:

مشكلة البحث :-

لقد عبر المصمم من خلال تصميمه لهيئة المنتج الصناعي عن الجمال بما يتضمنه المنتج من دلالات بصرية جميلة اكسبتها خصوصيتها الجمالية، عن طريق المهارات الابداعية للمصمم، مما يؤثر على التحفيز والتأثير في الادراك المعرفي الذي يحدد بدوره سلوك المستهلك والذي تتدخل فيه مجموعة من العوامل البيئية والثقافية والحضارية، بالإضافة الى الانفتاح الاقتصادي والتطور التكنولوجي وتحسن المستوى المعيشي والثقافي والمعرفي للمستهلك من هنا تظهر مشكلة البحث في التساؤل التالي ما هو دور الاستجابة الجمالية لهيئة المنتج الصناعي في تحفيز المدرك المعرفي للمستهلك ؟

١ أستاذ دكتور – كلية الفنون الجميلة – جامعة بغداد – بغداد

٢ أستاذ دكتور – كلية الفنون الجميلة – جامعة بغداد – بغداد

أهمية البحث والحاجة إليه :-

١- العمل على إبراز تأثير الجانب الجمالي في التأثير على المستهلك واتخاذ قرار تفضيل منتج معين.

٣- إمكانية مساهمته في تطوير الجانب النظري للمشتغلين في مجال التصميم فضلاً عن القدرة في تطوير المهارات التطبيقية في ميدان العمل .

هدف البحث :-

يهدف البحث الحالي إلى:-

تعرف الاستجابة الجمالية لهيئة المنتج الصناعي وتأثيرها في تحفيز المدرك المعرفي للمستهلك.

حدود البحث :-

الحد الموضوعي :- تصاميم من استيراد الشركة الدولية لتجارة الأثاث المكتبي منشورة على موقع الشركة على الانترنت.

الحد المكاني :-بغداد- العراق.

الحد الزمني :- ٢٠٢٢-٢٠٢٣.

١-5- تحديد المصطلحات:-

١-الجمال

إصطلاحاً:-

والجمال هو " ليس سوى الصفة التي يخلعها الإنسان على الموجودات التي يحكم عليها بالجمال"^٣.

والجمال هو " الإدراك الذي يصاحبه إشباع الحاجة الجمالية عن طريق الشعور بالمتعة، الخالية من أي منفعة"^٤.

إجرائياً:

الجمال هو صفات وسمات يتصف بها الشكل ويتميز به من بين مجموعة من الأشكال وتكون الاستجابة له من خلال الشعور والاحساس.

٢-الاستجابة الجمالية:

اصطلاحاً:هي "عملية مركبة تشتمل على مقارنات، وتمييزات، واختيارات بين البدائل الجمالية المتاحة ، ويتم التعبير عنها من خلال تعبيرات لفظية أو اختيارات سلوكية معينة"^٥.

وتعرف بأنه القدرة على تنظيم ادراك المتلقي للجمال داخل اطر استيطيقية يحملها المتلقي في مجاله النفسي وان الاستجابة

للجمال في الفن كامنة في كل شخص وقابلة للنمو"^٦.

اجرائياً:وهي قابلية الفرد على الاستجابة الحسية للأشكال الجميلة والتفاعل معها عبر الشعور بصفاتها المميزة عن

غيرها من الأشكال.

٣- الادراك المعرفي:

اصطلاحاً:"ميول عقلية ونفسية مكتسبة للتجاوب لمثير معين أو مجموعة من المثيرات والتي يعبر عنها بطريقة إيجابية أو سلبية"^٧

اجرائياً:هي عملية إدراك لشكل المنتج الصناعي وما يحمله من سمات جمالية ووظيفية، من خلال خبرات المستهلك السابقة

المكونة بمجموعها الادراك المعرفي للمستهلك بأهمية المنتج وصفاته وخصائصه التصميمية المميزة عن غيره من المنتجات .

الاستجابة الجمالية للمنتج الصناعي:

٣ - راوية عبد المنعم عباس : القيم الجمالية ، دارالمعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، ١٩٨٧ ، ص ٢٨ .

٤ - محمد عزيز نظمي، علم الجمال، الفكر العربي للنشر، الإسكندرية ، ١٩٨٦ ، ص ١٥.

٥ - عبد الحميد، شاكر: التفضيل الجمالي دراسة سيكولوجية التذوق الفني، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، ٢٠٠١، ص ٧٢

٦ - غادة مصطفى أحمد، لغة الفن بين الذاتية والموضوعية، مكتبة الانجلو المصرية، مصر، ٢٠٠٨، ص ١٩٩

٧ - محمد العزاوي، الادارة الحديثة للنشاط التسويقي، كلية التجارة : جامعة الزقازيق ، ٢٠٠٦، ص ٢٩.

يعرف الجمال بأنه "تناسب وانسجام مكونات أو مواصفات ومقادير للظواهر في الشيء وتمايها بالتالي بما هو وظيفي ونفعي فيه، بما يفيد وجوب التفريق بين وظيفة الشيء وجماليته المفترضة، من خلال هذا التعريف المركب يتبين أن الجمال عموماً ثلاث خاصيات:^٨

أولاً - أن الظواهر المذكورة للشيء (الشكل الصورة الحركة الصوت قد تكون من طبيعته، بمعنى أن الجمال خاصية ملتصقة به (مثل منظر طبيعي، أو ألوان الطيور) وقد تكون مضافة إليه من خارجه (مثل زخرفة المباني، والديكور ومساحيق التزيين ...)، أي ليست من خاصيته.

ثانياً - أن الجمال يرتبط، بالإدراك والتجربة الحسية الثقافية والشعور باللذة أو الرضا عن هذه الفكرة أو تلك، هذا الشيء أو ذاك والتي هي في نهاية المطاف مسألة ذاتية عادة ما تعبر عنها مقولات مثل: إن الجمال نسبي والأذواق لا تناقض والجمال في عيون الناظر إليه، وما شابه.



شكل (١) يمثل تصميم وحدات اثاث مصممة وفق مميزات جمالية

<https://www.startimes.com/f>

ثالثاً - أن هناك معايير أو مواصفات معينة للشيء، تجعل هذا الفرد أو ذاك هذه الجماعة أو تلك، تتفق على اعتبار أن لهذا الشيء إما قيمة جمالية أو (ثقافية، فنية معنوية) فحسب، أو قيمة مادية (طبيعية، تقنية نفعية، وظيفية...) فحسب، أو كلاهما، بهذه النسبة أو تلك وهي التي تتميز في الحالتين عموماً بالانسجام، وترتبط الجمالية في التصميم الصناعي بتفاعل الإنسان مع المنتجات التي يتعامل معها في حياته اليومية، لتشمل قيمها النوعية المتمثلة بجودتها والقيم الأخرى المتمثلة بالقيم الرمزية التي والقيم التعبيرية التي تؤدي إلى التفاعل معها" والجمال يرتبط في كيفية إدراك الأشكال التي تؤدي إلى الشعور بقيمتها الجمالية، أي أن الإحساس بالجمال يتم تبعاً لاستجابة الإنسان للمدركات من حوله، والتي تعتمد على الخبرة البصرية والإدراك البصري للأشكال من خلال إدراك الجميل وبالإضافة إلى خبرات المستهلك السابقة التي اكتسبها من التعامل مع المنتجات الصناعية وحاجاته والدوافع الداخلية التي تحركه والقدرة على التمييز بين المنتجات وسماتها الجمالية، أي أن الاستجابة الجمالية تعتمد على عملية الإدراك من خلال "استخدام العمليات العقلية وفق الاستراتيجية الكلية، بحيث تتم إجراء المقارنات وتحديد أوجه الشبه والاختلاف بين المثيرات والأشكال البصرية بصورة كلية، وأن الأدوات والمواد المستخدمة في عملية التصميم والتي بكيفية تنظيمها تحدد الاستجابة

٨ محمد بهوض، فلسفة الفن أسئلة الجمالية والفن في عالم متغير، خطوط وظلال للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ٢٠٢١، ص ٤٤

الجمالية للمنتج الصناعي اعتمادا على "التأثير الكلي للعناصر والفهم الواعي لكيفية تنظيمها للوصول لتكوين الاحساس بالوحدة التصميمية الشكلية وبقيمها الجمالية, ويمكن تحديد تلك الادوات التي تشكل بمجموعها النظام الباني لشكل وهيئة المنتج الصناعي والتي هي "الملامح المعروفة والمحددة لهوية الهيئة وهي : الحجم, الملمس, اللون والقيمة الضوئية"^٩, وفيما يأتي ايجاز لبعض تلك العناصر وجوانبها المختلفة:

١-الهيئة:

هيئة المنتج الصناعي " تجسد المرجع لكل من العناصر الداخلية والخارجية والمبدأ الذي يوحد الكل متضمنا احساسا ثلاثي الابعاد للكتلة والحجم"^{١٠},

١-الحجم:

يعد مراعاة الحجم من خلال تحديد ابعاد الهيكل الإنساني في تصميم المنتج الصناعي من المعالجات التصميمية المهمة لها وتتحدد على وفق الاعتبارات الراحة للمستخدم . كما في شكل (٢)



شكل (٢) يمثل تصميم لوحدة اثاث وطاولة وسطية تحمل سمات شكلية جمالية .

<https://haya-online.com>

الذي يمثل تصميم لوحدة اثاث وطاولة وسطية تحمل سمات شكلية جمالية وفق اسس ومعالجات تنظيمية فاعلة لعناصرها محققة مميزات جمالية ووظيفية محققة جانب الحركة من خلال "بيان حركة المساحة المستوية في اتجاه مخالف لاتجاه ذاتي وتشكل حجم التكوين وله (طول وعرض وعمق) ويحدد مقدار الحيز الذي يشغله الحجم من الفضاء"^٢, ويؤثر تنظيم الاحجام وعناصر بنائها عموما على الهيئة وادراكها.

٣-الخامة:

ان للخامة الاثر الكبير في تنظيم عناصر تصميم المنتج الصناعي من خلال تحديد هذه الخامة وفق الخيارات للصفات والخواص الهندسية التي تتميز بها وعليه فإننا مثلاً نجد أن التعامل مع المنتج الصناعي الذي يصمم من خامة البلاستيك تختلف عن التعامل

٩ وونك، مبادئ تصميم المجسمات، تر: أمل صادق الحسني، ١٩٨١، ص٩.

10- Francis D.K. Ching, Architecture, Form, Space and Order, 1996, p34

مع المنتجات التي تصمم من بالمعادن على اختلافها، وذلك لأن " تقنية العمل تحتم مجموعة من القيود والشروط لاتمام الية العمل ومن الامكانيات التعبيرية لكل خامة تعتمد على تحرير الشكل المتخيل داخل الكتلة "١١.

٤-الملمس:

ولا يكتمل المظهر النهائي للمنتج الامن خلال معالجة السطح او بما يسمى بعملية التشطيب وتعتمد هذه العملية على معالجة الالوان والملمس وهو "مايعبر عن خصائص سطح المواد فيوضح مدى نعومة وخشونة سطحها، مما قد يوحي بالمواد وادراك طبيعته الخام المكونة للشكل وبالتالي يصبح الانسان قادر على تمييز العناصر المكونة للتصميم والتي يتكون من مواد معينة تمتلك خصائص سطحية مختلفة"١٢

٥-الالوان :

ان لعملية اختيار الالوان الاهمية الكبيرة في تصميم المنتج الصناعي الذي تتناسب مدلولاتها مع نوعية المنتج كما تعتمد على المصمم وسايكولوجية الإنسان المستخدم للمنتج ,اذ يمكن ادراك الهيئة من خلال اللون وقيمتها , اذ ان للألوان فعلاً عندما تكون مترابطة بعلاقات متبادلة على نحو منتظم"فالمصمم يستخدم الألوان التي تعزز وتعضد منجزه التصميمي ويتحقق ذلك عندما ينظمها على وفق العلاقات الملائمة او بمعالجة تكون بنائية وان خطوط ومساحات اللون هما عنصرا ادراك بصري إذ يستقران على حافة الوعي ولهذا فحسهما قبل ادراكهما وقبل ان يكتسبا اي معنى وبما ان حاسة البصر توجه المتلقي فان الصفات البنائية تتأثر دائماً بالعلاقات اللونية"١٣.

- ماهية الادراك المعرفي للمستهلك:

الادراك هو "العملية التي نشعر بها في محيطنا عن طريق المعلومات التي تصلنا من أعضاء الحس وينشأ الإدراك من الاحساس (sensation) أي استلام المعلومات بواسطة أعضاء الحس والمحيط العصبي إلى الادراك الحسي ثم المستوى الأعلى من العمليات المعرفية التي تتم وفقا لتلك المعلومات يلي ذلك حصول الإدراك المعرفي متمثلاً بالفهم والاستيعاب"١٤.

اما الادراك المعرفي هو "تعبير عن المشاعر الداخلية لدى المستهلكين والتي تعكس أو تكشف فيما إذا كان لديهم ميول إيجابية أو سلبية نحو شيء معين وهذا الشيء قد يكون منتج أو ماركة أو متجر"١٥ , ويعتمد الادراك المعرفي على "عدة خصائص حسب ما يتمتع به الشخص من ميول ودوافع وغيرها من الامور النفسية، فضلا عن الثقافة والخبرات المعرفية التي يكتسبها الانسان من بيئته والمواقف التي يتفاعل معها"١٦ ، وان العمليات العقلية للإنسان هي "نتاج لكم المعرفة والوعي الذي يعتبر صلة بين ذات وموضوع فهي "إذن فعل مؤجل ينقب في الوسائل والاحداث الحاضرة التي تثير صاحب الخبرة بالمعرفة"١٧ .

ويعتمد الادراك المعرفي على " ملكة الحكم على الأعمال عن طريق الإحساس والتجربة الشخصية دون تقيد بقواعد مُعَيَّنة وكثيرا ما تدخل في هذا الحكم ميول المصمم وهواياته ويشير التذوق إلى كل من القدرة على استمداد السرور واللذة من الأشياء الطبيعية والفنية، والقدرة على تمييز خصائص الأشياء"١٨.

وان "السلوك الذي يستخدم فيه الفرد خبراته السابقة وحاجاته الحالية وطموحاته ورغباته المستقبلية في تفسير المؤثرات البيئية كما أنه على النشاط الذهني ووظائف الأعضاء الحسية ، وإدراك الفرد يؤثر الى درجة كبيرة على استجابته لموافق ويتفق

١- روبرت سكوت جيلام، اسس التصميم، ترجمة عبد الباقي محمد ابراهيم، محمد محمود يوسف، ط٢، دار النهضة، القاهرة: ١٩٨٠، ص ١٦٩.

١٢ شكيب، مصطفى علم نفس الالوان التأثيرات النفسية للألوان، دار النشر الالكترونية، الاردن، ٢٠٠٧، ص١٨.

١٣ ابراهيم حمدان الكبيسي: بنائية الفكرة في تصاميم المصنقات، اطروحة دكتوراه، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، بغداد، ٢٠٠٢، ص ٨٩.

14- Margaret W".sensation &perception,edition,Allyn & Bacon , inc., poston, 1988,p4

١٥ -باسر عبد الحميد الخطيب، وآخرون، سلوك المستهلك المفاهيم والتطبيقات المعاصرة السعودية : مكتبة الشرق، ٢٠١٢، ص٥١.

١٦ -ستولينتر، جيروم: النقد الفني، ت: فؤاد زكريا، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة 1981. ص٨٧.

١٧- نفس المصدر السابق.

١٨ -منصوري زواوي، سيكولوجية التذوق الجمالي، قسم العلوم الاجتماعية، ٢٠١٨، ص١٧-١٨

إدراكنا في معظم الحالات " ^{١٩}، وان عدم استجابة الفرد للمدرجات الجمالية للأشكال من حوله يمكن تمثيله " مثل الصم في قاعة الموسيقى لأنه عاجز عن إدراك القيم المميزة للشكل الجميل، ووصفوا الفن الذي يعرض قيما نفسية أو تاريخية بالفن الوصفي، وان قيمة العمل الفني يجب أن تكون في ذاته " ^{٢٠}.

ففي أول مراحل الإدراك يقرر الإنسان ما ينتبه اليه وعندما يركز أنتباهه ، يكون له قدرة أكثر على ايجاد معنى للمعلومات التي جمعها ثم يربطها بالخبرات السابقة وذلك لاستدعائها فيما بعد " ^{٢١}.

يقسم علماء سيكولوجيا عملية الإدراك إلى ما يأتي ^{٢٢}:

أ. وصفية (attributive): وتعطي معنى المثيرات القادمة ، تصنفها إلى مستويات مدركة تطابق البيانات في ذاكرة ما دون الوعي ، وتبحث عن العام بين الخاص . والسياق بعد عاملا يحور التصنيف وتفسير المثيرات الحسية . والبيانات غير المصنفة ستسبب آلية دفاع بيولوجي حتى يتم تصنيف البيانات الجديدة.

ب. توقعية (expectation): مرتبط مع تعاقب الأحداث، ويؤثر على الاختيار المتعاقب للمدخلات الحسية بواسطة إعادة التوجيه. الاهتمام، السيطرة على حركات العين ، أنماط المسح، تحديد الملفات الوصفية في ذاكرة ما دون الوعي ويعتمد التقييم دوما على التوقع.

ج. تأثيرية (affective): تؤثر المثيرات على تقييم الاستجابة لها ، وتؤثر على مقدار الاهتمام بأي عنصر في المجال البصري والاختيار الناتج للمدخلات الحسية بواسطة إعادة التوجيه والتركيز أي البحث عن تفصيل أكبر .

التفكير البصري وانعكاساته على الادراك المعرفي للمستهلك:

التفكير البصري " ويسمى أيضاً التعلم البصري أو المكاني أو التفكير الصوري ، هو ظاهرة التفكير من خلال المعالجة البصرية والتفكير البصري " يعتمد حاسة البصر ومتن أدواته الصور والالوان والخطوط المجردة والرسوم التخطيطية " ^{٢٣}، حيث يمكن للإنسان التمييز بين المعارف والمعلومات او استيعابها وتمثيلها وتنظيمها ودمجها في بنيته المعرفية والمواءمة بينها وبين خبراته السابقة وتحويلها الى خبرات مكتسبة ذات معنى بالنسبة له ^{٢٤}. كما ويعرف التفكير البصري بأنه " القدرة العقلية المرتبطة بصورة مباشرة بالجوانب الحسية البصرية حيث يحدث هذا النوع من التفكير ، عندما يكون هناك تنسيق متبادل بين ما يراه الانسان من أشكال ورسومات وعلاقات ، وما يحدث من ربط ونتائج عقلية معتمدة على الرؤية والرسم المعروض " ^{٢٥}، اي من خلال حاسة البصر يستطيع الانسان فهم الاشكال وتحديد وتعريف اجزاءها وعناصرها اي من خلال "التفكير الخيال يقوم الانسان باستحضار الصورة الذهنية الكاملة للشكل، وأن الشكل البصري يمثل المعلومات التي وضع من أجلها سواء كان هذه الشكل البصري عبارة عن رموز، صور، اللون ... الخ فيعمل التفكير البصري دور وسيط للاتصال والفهم والادراك لفهم وتفسير الاشكال " ^{٢٦} وقد لعبت المفاهيم المتعلقة بالتفكير البصري دوراً مهماً في التصميم على مدار العقود العديدة الماضية ، حيث أن "علماء علم النفس

١٩ -عبد الفتاح الخواجا، الإرشاد النفسي والتربوي بين النظرية والتطبيق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ٨١.

٢٠ -هديل بسام، المدخل في علم الجمال المعهد الدبلوماسي الأردني، المكتبة الوطنية، عمان، الاردن، 1998، ص ٧٤

٢١ -الخياط ، محمود أحمد بكر: أثر المعرفة المعمارية على العلاقة بين لغة القصد وأدراك المعنى ، رسالة ماجستير، كلية الهندسة المعمارية ، جامعة بغداد ، ١٩٩٥، ص ٢٤٧

22- Lam, William M C. "The Process of Visual Perception" In Perception and Lighting As Form givers of Architecture, ed. Ripman H.

Christopher, USA, 19٨7, P. 31

٢٣ -نادية العفون منتهى عبد الصباح، التفكير وأنماطه ونظرياته وأساليب تعليمه ، دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص ٧٩.

٢٤ -حمادة، محمد محمود .فاعلية شبكات التفكير البصري في تنمية مهارات التفكير والقدرة على طرح المشكلات اللفظية في الرياضيات والاتجاه نحو حلها

لتلاميذ الصف الخامس الابتدائي ، دراسات في المناهج وطرق التدريس، ٢٠٠٩، ص ٧١

٢٥ -عفانة، عزو، أثار استخدام المدخل البصري في تنمية القدرة على حل المسائل والاحتفاظ بها لدى طلبة الصف الثامن الأساسي بغزة ، المؤتمر العلمي الثالث

عشر للجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، مناهج التعليم والثورة المعرفية والتكنولوجية المعاصرة، غزة، ٢٠٠١، ص ٥٧

٢٦ نفس المصدر السابق.

الجشطات هم أول من تناول التفكير البصري بالتطبيق والدراسة وذلك في مصطلح القرن العشرين، حيث قام هؤلاء العلماء بدراسة كيفية استخدام الانسان لعينييه في رؤية الصور الكلية للأشكال وفي التعرف على الأجسام وتحديد أماكنها^{٢٧} وتقسم مهارات التفكير البصري كما يلي^{٢٨}:

- ١- مهارة القدرة على التعرف على الشكل البصري ووصفه وقرأته ويقصد بها: القدرة على معرفة الشكل البصري وتحديد أبعاده.
- ٢- مهارة تحليل الشكل البصري ويقصد بها: القدرة على إدراك العلاقات في الشكل وتحديد خصائصها.
- ٣- مهارة ربط العالقات في الشكل البصري ويقصد بها القدرة على الربط بين عناصر الشكل، وكذلك إيجاد التشابهات والاختلافات بينها.
- ٤- مهارة ادراك وتفسير الغموض من الشكل البصري: ويقصد بها القدرة على توضيح جوانب القصور ومواضع الخلل في الشكل.
- ٥- مهارة استخلاص المعاني من الشكل البصري: ويقصد بها القدرة على استنتاج معاني جديدة من الشكل البصري.

وان أساسيات التفكير البصري تضع الأساس للعديد من التخصصات ومن ضمنها التصميم اي أن هذا النوع من التفكير نشأ من اجل تفسير الرسالة التي يريد ايصالها المصمم عبر عمله حيث ان الغرض من التفكير البصري هو "تضمن تفاصيل عملياتك في المشهد الحي من خلال الأجهزة البصرية والأنظمة البصرية في عقل الانسان التي تساعد في تحسين مستويات الأداء والقيادة الذاتية من أكثر جوانب التكوين البصري تأثيراً في هذه تخصصات الأنماط والألوان"^{٢٩}، وهناك الآن مناهج مدروسة لكيفية استخدام اللون في التصميم والحصول على أقصى فائدة تعبيرية وادراكية من خلاله حيث "يمكن تحديد عدد صغير من الإرشادات التي تسرد الخصائص الرئيسية للون واللازمة لاتخاذ قرارات توظيفه في التصميم التي تؤدي إلى الوضوح البصري"^{٣٠}.

كما وتعد مهارات التفكير البصري من المهارات المهمة والضرورية للنجاح في مجال التصميم فهو يساعد على ربط الجوانب الحسية البصرية، للعناصر التصميمية ومعرفة العلاقة القائمة بينها من ثم القدرة على الوصول لتفسير، وإدراك المعاني للوصول للفكرة المتكاملة لتنتاجات عقلية عن طريق المهارات الثلاث وهي "الابصار، والتخيل، والرسم والتي تعتبر أصل لجميع المهارات الفرعية، التي تتغير تبعاً لطبيعة و نوع العلوم التي تنتمي لها"^{٣١}. يعتمد التفكير البصري على عمليتين أساسيتين وهي كالآتي^{٣٢}:

١- الابصار: تتم عملية الابصار باستخدام حاسة البصر، لتعريف وتحديد مكان الاشياء وفهمها، وتوجيه الفرد لما حوله في العالم المحيط. والعملية الثانية.

التخيل: وهي عملية تكوين الصور الجديدة عن طريق تدوير وإعادة استخدام الخبرات الماضية والتخيلات العقلية، وذلك في غياب المثيرات البصرية وحفظها في عين العقل

27- Sheehan, Johnson and Baehr. "Visual Thinking in Hypertext." Technical Communication 48, no ١, ٢٠٠٢, p (22-30)

٢٨- حسن علي قاسم الذروي، مدى تضمن مهارات التفكير البصري في مقرر العلوم للصف الاول المتوسط بالمملكة العربية السعودية، اطروحة دكتوراه، جامعة الامان محمد بن سعود، المملكة العربية السعودية ٢٠٢١، ص ٥٣.

29- gwendolyn d. galsworth, Second Edition WINNER WINGO PRIZE VISUAL WORKPLACE VISUAL THINKING RESEARCH Taylor & Francis Group, ٢٠١٧p28

30 Nancy T. Walker , Visual Thinking Strategies: Teachers' Reflections on Closely Reading Complex Visual Texts Within the Discipline ,the reading teacher, Volume70, Issue3, November, usa, 2016, <https://ila-onlinelibrary-wiley-com.translate>.

31-Robert.h. Mckim, Experiences In Visual Thinking. Brooks/Cole Publishing Company, California, 2016,

٣٢- أحمد، نعيمة:، وسحر عبدالكريم، أثر المنطق الرياضي والتدريس بالمدخل البصري في أنماط التعلم والتفكير وتنمية القدرة المكانية وتحصيل تلاميذ الصف الثاني الاعدادي في مادة العلوم، مجلة التربية العلمية، كلية التربية، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، ٢٠١٢، ص ٣٨.

ان عملية الابصار الاولى وما يتخيله الشخص عندما يرى الشكل هما أساس الاستجابة للشكل , حيث يعد التفكير البصري في التصميم تفسير للشكل ولمميزاته وتحويل اللغة البصرية التي يحملها ذلك الشكل إلى معنى أي شكل ذو معنى يمكن ادراكه, أي التعرف إلى الشكل وادراكه وبالتالي الاستجابة له .

أذ يحدث هذا التفكير عندما يكون هناك تناسق متبادل بين ما يراه المتعلم من أشكال ورسومات وعلاقات, وما يحدث من ربط ونتائج عقلية معتمدة على الرؤيا والرسم المعروض^{٣٣} .

اما مراحل تفسير الاشكال فهي^{٣٤}:

١- التعرف يعني التعرف على محتويات الشكل البصري.

٢- الوصف: يعني وصف تفاصيل الشكل البصري.

٣- التحليل: يعني تصنيف عناصر الشكل البصري.

٤- الربط والتركيب: يعني ربط عناصر الشكل البصري ببعضه البعض.

٥- استخلاص المعاني وتفسيرها: تعني الوصول إلى المعنى المستخلص من الشكل البصري

٦- النقد: يعني تحديد جوانب القوة وجوانب الضعف في الشكل البصري, وتقديم مقترحات لتطوير الأشكال البصرية. يعتبر التفكير البصري ضرورة ملزمة , وحاسمة للوصول إلى الأهداف في مجال التصميم حيث ان الرؤية هي المسؤولة بالدرجة الأساس عن الإدراك للنتائج التصميمية, حيث يولد الإدراك المعرفي للمستهلك من خلال العلاقات بين المستهلك والمنتج ودرجة همه للشكل وتحليله لخصائصه المتعددة الجمالية والوظيفية والتعبيرية والرمزية , وهذا يعتمد بالدرجة الأولى على البيئة الاجتماعية والثقافية التي لها أثر في الإدراك المعرفي للمستهلك وبالتالي الاستجابة الجمالية للمنتجات الصناعية , "فلكل مجتمع ذوق عام وتفضيلات معينة تشكل تبعاً لعاداته وتقاليده وعقائده ومعرفته ومستوى النمو التذوقي يحكمه مستوى النمو الثقافي من حيث البساطة والتعقيد ولذا فإن الذوق ينتمي في الغالب إلى بيئة اجتماعية معينة , ومع انتشار المجتمعات الصناعية ذابت إلى حد كبير التميزات بين أذواق الطبقات المختلفة, فأصبح الذوق العام خلطاً بين ما هو محلي وبين ما هو مستورد من الخارج"^{٣٥} .

وبعد الجمال من أهم عوامل التأثير والتغيير في الأذواق حيث ان "التغير الحاصل في الميادين المختلفة قد أدى بدوره للتغير في مفهوم الذوق الانساني عامةً ولعملية التذوق الجمالي تحديداً, فأصبح هناك ما أطلق عليه تسمية (تصنيع الذوق)"^{٣٦} .

مؤشرات الاطار النظري:

١- الجمال يكمن في تنظيم عناصر تكوين الشكل المعبر عنها بالألوان والملمس والخامة... الخ الذي يجعله وحدة كلية يشيع بينها التوافق وفي ادراكه الذي يحفز الشعور بقيمة الجمال والاستجابة له.

٢- ان الإحساس بالجمال يتم وفق استجابة المستهلك للمدركات من حوله, والتي تعتمد على الخبرة البصرية والإدراك البصري للأشكال من خلال ادراك الجميل بالإضافة إلى خبرات المستهلك وحاجاته والدوافع الداخلية التي تحركه.

٣- تؤدي الاستجابة الجمالية للمنتج الصناعي إلى القيام بنوع معين من السلوك من قبل المستهلك ويتوقف ذلك على طبيعة المنتجات ومدى جودتها واتجاه المستهلك الفكري وخبراته الاجتماعية والثقافية السابقة الذي يحدد ادراكه المعرفي للمنتجات, فلكل مجتمع ذوق عام و تفضيلات معينة

٤- الاستجابة الجمالية لبيئة المنتج الصناعي تعتبر جزء من عملية ادراك الانسان للأشكال والمعرفة الكاملة بصفات المنتج الجمالية التي تسهم في إشباع الحاجة للمستهلك .

٣٣- الهاشمي, عبدالرحمن: عطية, محسن , تحليل مضمون المناهج الدراسية , دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع, عمان, ٢٠١٤, ص٨٤.

٣٤- خالد مطهر العدواني تنمية مهارات التفكير البصري, ٢٠٢٢. https://kadwany2.blogspot.com/2020/05/blog-post_10.html

٣٥- عطية محسن محمد, تذوق الفن "الأساليب - التقنيات - المذاهب, عالم الكتب, ٢٠٠٥, مصر, ص١٨

٣٦- أميرة حلي مطر, مدخل إلى علم الجمال وفلسفة الفن, ط٢, دار التنوير للطباعة والنشر, القاهرة, ٢٠١٣, ص ٨٢.

- ٥- ان التوافق بين شكل المنتج وهيئته الداخلية والخارجية يعتمد عليه بصورة اساسية ادراك المنتج حيث يصبح المنتج المتوافق والمتجانس في اجزائه هيئة واضحة مفسرة لوظيفته الاساسية بخصائص جمالية تجذب المستهلك.
- ٦- تعتمد الاستجابة الجمالية على كيفية تنظيم الادوات والمواد المستخدمة في عملية التصميم والتي تشكل النظام التصميمي لاجزاء شكل هيئة المنتج الصناعي ومنها الملمس، اللون والقيمة الضوئية.
- ٧- ان تحقيق الادراك المعرفي للمستهلك عبر الاستجابة الحسية والجمالية تعتمد على قدرة المصمم على تنظيم العناصر بطريقة صحيحة وفق الاسس التصميمية الاساسية.
- ٨- ان الوعي بوظيفة المنتج الصناعي يعد جزءا من ادراك المستهلك والاستجابة للمنتج وتفضيله عن غيره من المنتجات.

منهج البحث:

اعتمد الباحث المنهج الوصفي^(٤) تحليل المحتوى في تحليل النماذج، وذلك لملاءمته موضوع الدراسة الحالية، بما يوفره من إمكانية في إجراءات النقد والتحليل بغية تحقيق هدف البحث.

٢-مجتمع البحث :

يتكون مجتمع البحث الحالي من (٩) أنموذج من تصاميم متوفرة لدى (الشركة العالمية لتجارة الأثاث المكتبي في العراق)، لتصاميم ما بين عام (٢٠٢١ - ٢٠٢٢)، والبالغ عددها ٩ تصاميم تابعة للشركة.

٣-عينة البحث وطريقة اختيارها :

اعتمد الباحث الاختيار القسدي وفق متطلبات البحث، واعتمدت نسبة (٣٣ بالمئة) طبقت على سنة (٢٠٢١-٢٠٢٢)مجتمع البحث وكان العدد المستخرج من العينات (٣) أنموذجا من أصل مجتمع البحث البالغ (٩) أنموذجا، تم اختيار النماذج كعينات للتحليل، وقام الباحث باختيار التصاميم التي مثلت حصيلة البحث على شبكة الانترنت وفقاً للمبررات الآتية :

١- اختلاف التصاميم للمنتجات المختارة .

٢- ملائمة النماذج لتوجه البحث العام وتمثيلها لمجتمع البحث كافة.

٤-أداة البحث :-

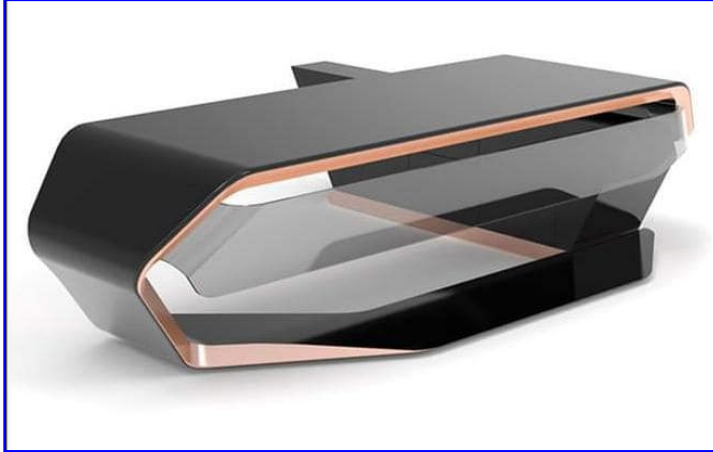
تحقيقاً لهدف البحث صُممت استمارة تحديد محاور^(*) التحليل^{٣٧} بالاعتماد على مؤشرات الاطار النظري .

٥ - صدق الأداة :-

تم التأكد من صدق أداة التحليل بعد عرضها على عدد من الخبراء من ذوي الاختصاص الدقيق والمختصين بمناهج البحث العلمي قبل تطبيقها، وتم الإجماع على صلاحية مفرداتها بعد إجراء التعديلات والملاحظات وبذلك اكتسبت صدقها الظاهري من الناحية البحثية.

^(٤) يستخدم المنهج الوصفي اذا كانت الغاية من اجراء البحث، هو وصف ظاهرة او حالة او حادثة في البيئة الطبيعية والاجتماعية.

^{٣٧} ملحق رقم (١)



الأنموذج رقم (١)

الوصف العام:

طاولة مكتب

اللون: اسود_ ذهبي

الابعاد: 160 سم X 120 سم

تاريخ التصميم: ٢٠٢٢

بلد التصنيع: تركيا

التحليل:

الوصف العام للأنموذج :

طاولة مكتبية باللون الاسود والذهبي، من خشب الصنوبر (الخشب الصلب الغير معالج)، مع توظيف خامة اللدائن الشفافة، يتكون من هيكل واحد اساسي متفرع، سطح الطاولة يمتد من جهة اليمين لتكون القاعدة التي تسند الطاولة على الأرض متصلة بجزء الطاولة الايسر الممتد ليؤدي وظيفة ثانوية، كما تم توظيف شكل مستطيل ليؤدي وظيفة العزل من جهة الامام للمستخدم، برزت به الخطوط المحددة للهيئة العامة للطاولة محققة الوحدة الشكلية، حيث صمم بشكل رمزي غير تقليدي مموج.

١- الاستجابة الجمالية: تحدد الشكل المكون للهيئة العامة للأنموذج منسجم في خطوطه العامة، حيث تحققت الاستجابة الجمالية في الانموذج من خلال تنظيم عناصر تكوين الشكل، واكثر ما يميزه التوافق والانسجام اللوني، مع المادة المستخدمة، مما ساعد على انعكاس الضوء، من خلال استخدام اللون بقيمة لونية وهي الاسود والذهبي التي تمتاز بقوة الجذب والجمالية، كما ظهر الملمس كعنصر مؤثر ليميز سطح الطاولة ويجعله واضحاً، كما حقق ترابط الملمس مع اللون قيمة جمالية للأنموذج مما احدث تناغماً وانسجاماً للهيئة العامة للطاولة مما عكس الاحساس بالملمس الناعم، إذ كونت جميعها نتاجاً جمالياً ومؤدياً لأغراضه الوظيفية، كما حقق المصمم القيمة الجمالية للأنموذج عن طريق اتباع معالجات تضمن نتائج مغايرة عن التصميم التقليدي، والتي تضمن الاستجابة الجمالية منذ النظرة الاولى للتصميم، وتحقق ذلك عبر تقديم تشكيلة متنوعة من الخامة الرئيسة وهي خشب الصنوبر مع خامة اللدائن الشفافة كإضافة جمالية مبتكرة، كما تحققت فاعلية التنظيم الشكلي من خلال انسجام العناصر التصميمية وتوظيفها تبعاً لعملية التجديد والتطوير للشكل والمادة المستخدمة والاداء الوظيفي للغرض المصمم من اجله وملائمته للاستخدام، كاختيار الملمس واظهار الحركة وتنظيم الحواف، ترتيب الشكل الخطي، واللون لتوليد أقصى تأثير بصري، والانسجام التام للتصميم والعلاقة بين كل هذه مجتمعة، فمن خلال استخدام مادة خشب الصنوبر الذي وبمساعدة الطلاء أو الدهان يكتسب متانة أكثر ويصبح سهل العناية، حيث يحتوي الصنوبر الصلب شديد التحمل على اختلافات طبيعية في النسيج الخشبي ولونه وملمسه الذي يمتاز بالخفة والقابلية على التشكيل وصلابته التي تؤثر بشكل مباشر على الشعور بالبعد الادائي والثبات، بالإضافة الى مجموعة واسعة من الخصائص المفيدة بما في ذلك المتانة والمرونة ومقاومة الحرارة والماء والأكسدة والإشعاع.

٢- الادراك المعرفي للمنتج الصناعي:

حقق الأنموذج بسماته الشكلية الواضحة القابلية على الادراك على الرغم من شكلها الغير مألوف لكن بشكل نسبي، حيث صمم بطريقة تتصل فيها جميع الاجزاء مع بعض على وفق الاختزال الشكلي، وتتكون من جزئين رئيسيين مرتبطان مع بعضهما والتي تعد مركز الشكل بالكامل والتي ينبثق منها عناصر شكلية ليست مستقيمة مكونة في مجموعها الهيئة العامة للأنموذج، كما تحققت في الأنموذج صفة التناغم والذي نتج بفعل مبدأ التناسب في الحجم والمسافات بين الاجزاء، كما ادى التنوع الشكلي العام للأنموذج اثرات للقيمة الوظيفية مما شكل حالة من التنوع والتجديد التي يبحث عنها المستهلك بصورة مستمرة، كما تحقق التوازن الشكلي في الأنموذج عبر تصميمه وفق الاسس العلمية لكيفية تنظيم الخصائص الشكلية للمنتج الصناعي، كل ذلك ادى الى تميز الانموذج بقيمة الادراكية والجمالية التي اضافت قيم وسمات التغير والتطور وهو اول ما يدركه المستهلك ويتواصل معه ويستجيب له في

الأنموذج, من خلال التغيير والتجديد في التكوينات الشكلية للأنموذج , بما يواكب واحتياجات المستهلك المتطورة فالتصميم يتمشى مع طابع الحياة السريع والمتطور ويتمتع بمرونة عملية وجمالية في المظهر



الأنموذج رقم(2)

الوصف العام:

طاولة مكتب

اللون: بيج-ابيض

الابعاد: ١٨٠ سم X 120 سم

تاريخ التصميم: ٢٠٢١

بلد التصنيع: تركيا

الوصف العام للأنموذج :

طاولة مكتبية مصممة من مادة الخشب الصنوبر(الخشب الصلب الغير معالج), سطح الطاولة مستطيل طويل نسبياً يستند من جهتين الى شكلين هندسيين يمثلان القاعدة الاساسية التي تربط سطح الطاولة بالأرض, تحتوي على ادراج للتخزين, ويتكون من هيكل واحدا اساسي متمثلا بسطح المكتب مرتبط بها هيكلين من الجوانب.

١- الاستجابة الجمالية:

تحققت الاستجابة الجمالية في الانموذج من خلال الامتياز بدرجة عالية من التنظيم الاجرائي من قبل المصمم لعناصر التصميم الذي يستند إلى نوع من التنظيم الدال وتكييف العناصر التصميمية وتحويلها الى أنموذج يحمل خصائص جمالية بالاضافة الى وظيفته النفعية, حيث تمتع الانموذج بالجاذبية والابداع في التصميم على الرغم من عدم استخدام اللون متعددة , لما للون من فوائد على مستوى الاتصال المباشر بالمستهلك حيث تحقق التوازن اللوني بسبب استخدام اللون الاساسي (الابيض), بالاضافة الى استخدام اللون البيج الفاتح مما ادى الى الاحساس بالشفافية والنعمية التي يمتاز بها اللونين والاحساس بالتوازن اللوني بسبب التوافق الحاصل بين اللونين (الابيض والبيج) مما عزز من القيمة الضوئية كما تحققت الاستجابة الجمالية من خلال خامه الخشب بخصائصها وقابليتها على التشكيل والتي اضافت بعدا جماليا , بالاضافة الى قوة تأثير اللون على الملمس , التي ساهمت في اظهار السمات الجمالية بصورة مباشرة دون الانصراف الى الجوانب الشكلية الاخرى حيث شكل أساساً للبناء التصميمي لهذا النموذج, حيث كانت الهيئة العامة ذات أبعاد واضحة وبسيطة ومعبرة ومعززة للقيم الجمالية .

٢- الادراك المعرفي للمنتج الصناعي: حقق الأنموذج القابلية على الادراك من خلال الوضوح والشفافية التي امتاز بها التنظيم لعناصره الشكلية القابلة للإدراك ومن خلال التوازن الشكلي مما ادى الى تحقيق الاستجابة الحسية من خلال الأشكال المكونة لهيئة الأنموذج التي اضافت حالة الاستقرار والثبات التي تمثلت من خلال معظم التكوينات التصميمية لهذا الأنموذج , إذ إن التوزيع المتساوي لطرفي الطاولة التي تستند من جهتين على شكلين هندسيين واضحين قابلين للادراك واللذان يمثلان القاعدة الاساسية التي تربط سطح الطاولة بالأرض ,بالإضافة الى احتوائها على اجزاء اضافية تؤدي وظيفة تخزينية لتمثلة بالإدراج الامامية الموظفة بتلك الاشكال, كما حقق الأنموذج استجابة ادراكية واحساسا بالتوازن بالإحجام للأشكال المصممة وفقاً لحالة من التوافق والانسجام بين أجزاءه بالاعتماد على صياغة تصميمية تتسم بالتوازن الشكلي عبر الربط بين الجوانب الحسية البصرية للعناصر التصميمية للطاولة, مما حقق صفة التناغم الشكلي وصولاً لتفسير الشكل الكلي والوصول لتفسير من قبل المستهلك



الأنموذج رقم (٣)

الوصف العام:

طاولة مكتب

اللون: بيج-ابيض

الابعاد: ١٦٠ سم X 120 سم

تاريخ التصميم: ٢٠٢١

بلد التصنيع: تركيا

الوصف العام للأنموذج :

طاولة مكتبية مصممة من مادة الخشب الصنوبر (الخشب الصلب الغير معالج), سطح الطاولة مستطيل طويل نسبياً يستند من جهتين من خلال شكلين, من جهة اليمين يستند الى شكل هندسي (المربع) يرتبط به هيكل ثانوي يؤدي وظيفة عزل المستخدم عن الرؤية من الجهة الامامية, اما على اليسار فيستند على شكل انسيابي مائل بقاعدة تمثل القاعدة الاساسية التي تربط سطح الطاولة بالأرض, يتكون من هيكل واحد اساسي متمثلاً بسطح المكتب, مرتبط بها هيكلين من الجوانب.

١- الاستجابة الجمالية: تحققت الاستجابة الجمالية في الانموذج من خلال ما يمتلكه الأنموذج من عناصر جمالية متمثلة بالهيئة العامة له, من خلال عدة جوانب ومن اهمها استخدام اللون (البيج والأبيض) في إظهار شكل الانموذج وما تمتلكه تلك الالوان من احساس بالنعومة والرشاقة والشفافية مما عزز من القيمة الضوئية, بالإضافة الى ما للون من فوائد على مستوى الاتصال المباشر بالمستهلك, كما تحققت الاستجابة الجمالية من خلال خامة الخشب بخصائصها وما تتمتع به من صلابة ومتانة وقابليتها على التشكيل اضافت بعداً جمالياً, خاصة وان الخامة المصمم منها هي خامة خشب الصنوبر التي تمتاز بخصائص شكلية ومللمسية ظاهرة ومحسوسة أي قابلة للادراك عبر النظر, لذلك نجد ان التصميم قد حقق الفكرة الرئيسية بوضوح من خلال العناصر الاساسية لتكوين الشكل التي وفرت قيمة جمالية اضافية للشكل العام من خلال اللون والتأثير والمللمس, كما حقق الأنموذج الامتياز بدرجة عالية من التنظيم لعناصر التصميم وتكليف العناصر التصميمية وتحويلها الى نموذج يحمل خصائص جمالية بالإضافة الى وظيفته النفعية, بالإضافة الى امتيازه بالرشاقة والنعومة وعدم الشعور بالثقل وكبر الحجم.

٢- الادراك المعرفي للمنتج الصناعي: حقق الأنموذج القابلية على الادراك لكن بشكل نسبي حيث اثرت الاشكال الموظفة في الأنموذج على شكله التكويني بشكل ساعد على التعقيد من خلال مصادر التعقيد المتمثلة بتلك الاشكال التي مثلت الجزء السفلي للطاولة بما فيها من مساند الطاولة التي تمثل قاعدة الطاولة واختلافها عن بعضها, مما اثر على الادراك الكامل للشكل العام للأنموذج والاستجابة الادراكية له من خلال الاختلاف في تفسير تلك الاشكال, لكن حقق التنظيم الكلي لعناصر الأنموذج الأنسجام والتماسك والتميز في القيم الجمالية كما حقق الانموذج حالة الاستقرار والثبات التي تمثلت من خلال معظم التكوينات التصميمية له, كما حقق الأنموذج استجابة ادراكية واحساساً بالتوازن.

-نتائج البحث:

١- تحققت الاستجابة الجمالية في النماذج المحللة من خلال تنظيم عناصر تكوين الشكل, من خلال التوافق والانسجام اللوني, مع المادة المستخدمة, الذي ساعد على انعكاس الضوء, مما عكس الاحساس بالمللمس الناعم, إذ كونت جميعها نتاجاً جمالياً ومؤدياً لأغراضه الوظيفية, كما في جميع النماذج وبنسبة ١٠٠٪.

٢- تحققت الاستجابة الجمالية عبر تقديم تشكيلة متنوعة من الخامة الرئيسة وهي خشب الصنوبر مع خامة اللدائن الشفافة كإضافة جمالية مبتكرة, كما في أنموذج رقم (١), بنسبة ٣٣٪.

٣-تحققت فاعلية التنظيم الشكلي في تحقيق الاستجابة الجمالية من خلال انسجام العناصر التصميمية وتوظيفها تبعاً لعملية التجديد والتطوير للشكل والمادة المستخدمة والاداء الوظيفي للغرض المصمم من اجله وملامته للاستخدام، كاختيار الملمس و اظهار الحركة وتنظيم الحواف، ترتيب الشكل الخطي، واللون لتوليد أقصى تأثير بصري، كما في جميع النماذج، وبنسبة ١٠٠٪.

٤-تحققت الاستجابة الجمالية من خلال التغير والتطور وهو اول ما يدركه المستهلك ويتواصل معه ويستجيب له في الأنموذج، من خلال التغير والتجديد في البناءات الشكلية للأنموذج، كما في أنموذج رقم (١،٣)، بنسبة ٦٦٪.

٥-تحققت الاستجابة الجمالية في الأنموذج من خلال الامتياز بدرجة عالية من التنظيم الاجرائي من قبل المصمم لعناصر التصميم الذي يستند إلى نوع من التنظيم الدال وتكليف العناصر التصميمية، كما في أنموذج رقم (١،٢)، بنسبة ٦٦٪.

٦-تحققت الاستجابة الحسية والادراكية للأنموذج من خلال الأشكال المكونة لهيئة الأنموذج التي اضافت حالة الاستقرار والثبات من خلال التوزيع المتساوي لطرفي الطاولة التي تستند من جهتين على شكلين هندسيين واضحين قابلين للإدراك واللدان يمثلان القاعدة الاساسية التي تربط سطح الطاولة بالأرض، كما في أنموذج رقم (٢)، بنسبة ٣٣٪.

٧- حقق الأنموذج استجابة ادراكية واحساسا بالتوازن بالإحجام للأشكال المصممة وفقاً لحالة من التوافق والانسجام بين أجزائه بالاعتماد على صياغة تصميمية تتسم بالتوازن الشكلي، كما في أنموذج رقم (١)، بنسبة ٣٣٪.

٨- حقق الأنموذج بسماته الشكلية الواضحة القابلة على الادراك على الرغم من شكلها غير المألوف لكن بشكل نسبي، حيث صمم بطريقة تتصل فيها جميع الاجزاء مع بعض على وفق الاختزال الشكلي، كما في أنموذج رقم (١)، وبنسبة ٣٣٪.

٩-تحققت في الأنموذج صفة التناغم والذي نتج بفعل مبدأ التناسب في الحجم والمسافات بين الاجزاء الموظفة في المنتج، كما في أنموذج رقم (١،٢)، وبنسبة ٦٦٪.

١٠- تحقق التوازن اللوني بسبب التوافق الحاصل بين اللونين (الابيض والبيج) مما عزز من القيمة الضوئية، كما في أنموذج رقم (٢،٣)، وبنسبة ٦٦٪.

١١- حققت النماذج الاستجابة الجمالية من خلال الخامة المصمم منها هي خامة خشب الصنوبر التي تمتاز بخصائص شكلية ولمسية ظاهرة ومحسوسة أي قابلة للإدراك عبر النظر، كما في جميع النماذج، وبنسبة ١٠٠٪.

١٢- حقق الأنموذج القابلية على الادراك لكن بشكل نسبي حيث اثرت الأشكال الموظفة في الأنموذج على شكله التكويني بشكل ساعد على الاحساس بالتعقيد من خلال مصادر التعقيد المتمثلة بتلك الاشكال التي مثلت الجزء السفلي للطاولة بما فيها من مساند الطاولة التي تمثل قاعدة الطاولة واختلافها عن بعضها، كما في أنموذج رقم (٣)، وبنسبة ٣٣٪.

٢- الاستنتاجات:

في ضوء نتائج البحث تم التوصل الى الاستنتاجات الآتية:-

١- ان الإحساس بجمال المنتج الصناعي يتم وفق قدرة المستهلك على الاستجابة والتفاعل مع الاشكال من حوله، ومدى ملائمتها من الناحية التصميمية لما يطلبه او يتذوقه المستهلك والذي من الممكن ان يصفه بالجميل، والقدرة على التفاعل مع خصائص المنتج الجمالية تعتمد على الخبرة البصرية والإدراك البصري للأشكال.

٢- يعتمد الادراك المعرفي للمستهلك على خبراته المتكونة من خلال التفاعل مع بيئته الاجتماعية والثقافية والحضارية. بالإضافة الى حاجاته والدوافع الداخلية التي تحركه للتمييز بين المنتجات .

٣- ان الاستجابة الجمالية تعتمد على اختيار المواد والخامات المناسبة في تصميم المنتج الصناعي، من خلال ما تمتلكه تلك الخامات من جماليات في خصائصها ينعكس على القيم الجمالية للمنتج.

٤- يعتبر اللون أحد العناصر المؤثرة في الاستجابة الجمالية للمستهلك والتي تؤثر على ادراكه المعرفي فهو يعطي للتصميم المعنى الادراكي البصري فضلاً عما يمتلكه من سمات جمالية ووظيفية وتعبيرية.

- ٥- الاستجابة الجمالية للمنتج تتحدد بالاعتماد على الهيئة الكلية للمنتج والمعالجات التصميمية له على وفق الاسس العلمية الصحيحة التي تضمن تحقيق التوافق والتناسب والتوازن والتناغم في تصميم المنتج الصناعي.
- ٦- الاستجابة الجمالية تعتبر انعكاس لخصائص المنتج وكل ما فيه من شكل ولون وابعاد ولمس وتنظيم الفضائي والمعالجات المختلفة بما يخدم حاجة ورغبة المستهلك في الوقت الحاضر
- ٧- الاستجابة الجمالية تؤثر في المدرك المعرفي للمستهلك من خلال استطاعة المصمم على تحقيق التوازن في تصميم شكل المنتج الصناعي او تكوينه العام .
- ٨- ترتبط الاستجابة الجمالية بالعمليات الادراكية التي تتحدد من خلال قدرة المنتج على نقل وايصال معلومات واضحة عن خصائص المنتج وقيمه الجمالية.

التوصيات :

- بعد أن استكملت الباحثة النتائج والاستنتاجات فأن الباحثة توصي بالآتي:-
- ١- تحديث البرامج والمقررات التي تهتم بالتنمية المعرفية للمصممين في مجال التعرف على حاجات واذواق المستهلكين المتغيرة والمتطورة بصورة مستمرة.
 - ٢- اتباع المعالجات المناسبة لتنظيم عناصر تكوين الشكل من خلال توظيف اللون والملبس والمادة المستخدمة وغيرها من العناصر الاساسية للتصميم، لما لها من فاعلية كبيرة في تحقيق التكامل الجمالي والوصول الى الاستجابة الجمالية للمنتجات الصناعية .
 - ٣- الاهتمام بتطوير تصميم المنتجات لمواكبة احتياجات المستهلك التي تطورت احتياجاتهم لمنتجات ذات قيمة جمالية تمتاز بالتطور والتغير وبخصائص مرنة عملية للتماشي مع طابع الحياة السريع والمتطور.
 - ٤- العمل على تطور قابلية المصممين واثراء معلوماتهم وتجديدها باستمرار للعمل على ترقية المنجزات التصميمية من خلال قدرتها على التغيير ومواكبة التطورات في رغبات المستهلك.

المقترحات:

- ١- القيام بدراسة العزل الحراري والمائي في المنتجات الصناعية
- ٢- دراسة بناء نموذج متطور من طاولات الاجتماعات المطورة واستخدامها في كليه الفنون الجميلة
- ٣- دراسة حركة الضوء مع تصاميم المنتجات الصناعية الحديثة

References:

- Abdel-Moneim, R. (1987). *Aesthetic Values*. Dar Al-Ma'rifa Al-Jami'iyya, Alexandria, Egypt.
- Abdul-Hamid, S. (2001). *Aesthetic Preference*. National Council for Culture and Literature, Kuwait.
- Abu Rayyan, H. A. (2007). *Philosophy of Beauty*. Dar Al-Ma'rifa Al-Jami'iyya, Alexandria.
- Abu Rayyan, M. A. (2015). *Philosophy of Beauty and the Origins of Fine Arts*. Dar Al-Ma'rifa Al-Jami'iyya.
- Ahmed, E. S. (2013). *Beauty and Aesthetics* (2nd ed.). Hudous & Ishraqat for Publishing and Printing, Amman.
- Al-'Afoon, N., & Abdul Sahib, M. (2012). *Thinking: Its Patterns, Theories, and Teaching Methods*. Dar Safa for Publishing and Distribution.
- Al-Azzazi, M. A. (2006). *Modern Marketing Activity Management*. Faculty of Commerce, Zagazig University, Egypt.

- Al-Dhrawi, H. A. Q. (2021). *The Degree of Inclusion of Visual Thinking Skills in the Science Curriculum for First Intermediate Grade in the Kingdom of Saudi Arabia* [Doctoral dissertation, Imam Muhammad Ibn Saud Islamic University, Saudi Arabia].
- Al-Khatib, B. A., et al. (2012). *Consumer Behavior: Contemporary Concepts and Applications*. Al-Sharq Library, Saudi Arabia.
- Al-Khayyat, M. A. B. (1995). *The Impact of Architectural Knowledge on the Relationship Between Intentional Language and Perception of Meaning* [master's thesis, College of Architecture, University of Baghdad].
- Al-Omari, A. Y. M. (2008). *Visual Integration between Architecture and Plants in Outdoor Spaces* [Doctoral dissertation, University of Technology, Department of Architecture], Baghdad.
- Al-Sabbagh, R. (2001). *Art and Aesthetic Values between Idealism and Materialism* (1st ed.). Dar Al-Wafaa for Printing and Publishing, Alexandria.
- Amer, A. (2012, April). The role of texture in achieving the final form of ceramic artworks. In *7th Annual Arab International Conference*, Faculty of Specific Education, Mansoura University.
- Bahdhoud, M. (2021). *Philosophy of Art: Questions of Aesthetics and Art in a Changing World*. Khutout wa Zilal Publishing & Distribution, Amman, Jordan.
- Bahnasī, A. (n.d.). *Art Through History*. Al-Jumhuriya Press, Damascus.
- Bassam, H. (1981). *Introduction to Aesthetics*. Jordanian Diplomatic Institute, National Library, Amman, Jordan.
- Ching, F. D. K. (1996). *Architecture: Form, Space and Order*.
- Gillam, R. S. (1980). *Principles of Design* (A. M. Ibrahim & M. M. Youssef, Trans.; 2nd ed.). Dar Al-Nahda, Cairo.
- Hamada, M. M. (2009). The effectiveness of visual thinking networks in developing visual thinking skills and the ability to pose verbal problems in mathematics and the tendency to solve them among fifth-grade students. *Studies in Curriculum and Teaching Methods*.
- Hegel, F. (1988). *Introduction to Aesthetics* (G. Tarabishi, Trans.; 2nd ed.). Dar Al-Tali'a for Printing and Publishing, Beirut.
- Ibrahim, Z. (n.d.). *The Problem of Art*. Dar Al-Tiba'a Al-Haditha, Cairo.
- Matar, A. H. (2013). *Introduction to Aesthetics and Philosophy of Art* (2nd ed.). Dar Al-Tanweer for Printing and Publishing.
- Mckim, R. H. (2010). *Experiences in Visual Thinking*. Brooks/Cole Publishing Company, California.
- Nazmi, M. A. (1986). *Aesthetics*. Dar Al-Fikr Al-Arabi, Alexandria.
- Nobler, N. (1987). *Dialogues in Vision: An Introduction to Art Appreciation and the Aesthetic Experience* (F. Khalil, Trans.; G. I. Jabra, Rev.). Dar Al-Ma'moon for Translation and Publishing, Baghdad.
- Salloum, S. (2020). *Aesthetics*. Syrian Virtual University Publications, Damascus.

- Shakib, M. (2007). *Color Psychology: Psychological Effects of Colors*. Electronic Publishing House, Jordan.
- Sheehan, R., Johnson, R., & Baehr, C. (2002). Visual thinking in hypertext. *Technical Communication*, 48(1).
- Stolnitz, J. (1981). *Art Criticism* (F. Zakaria, Trans.). Egyptian General Book Authority, Cairo.
- Zawawi, M. (2018). *The Psychology of Aesthetic Taste*. Department of Social Sciences, Abdelhamid Ibn Badis University, Algeria.