

منهجيات الهندسة العاطفية (kansei) كمفهوم تكنولوجي ونمط للذة الحسية في الحرف اليدوية الشعبية في العراق

أ.د. علاء شاكر محمود

Mr. Dr. Alaa Shakir Mahmoud

عميد كلية الفنون الجميلة – جامعة ديالى/العراق

Dean of the College of Fine Arts - Diyala University/Iraq

phone number 07705068681

Email dr.alaa1@uodiyala.edu.iq

الكلمات المفتاحية: - (الهندسة العاطفية، مفهوم اللذة العاطفية، الحرف اليدوية، التراث الشعبي)

ملخص البحث: -

يتناول البحث النزعات المتزايدة لتصميم منتجات عاطفية بين المصممين وكيفية استثمارها لزيادة الاقبال عليها تجارياً، ويركز البحث على المنتج المصمم وفقاً لرغبات لمجموعة من المستهلكين، فإن الاختلافات في ظروفهم الخاصة مثل العمر ومكان المعيشة ومستوى التعليم والأخلاق والتجارب الاجتماعية ستؤدي بالضرورة إلى انطباعات عاطفية مختلفة عن نفس المنتج. ومن ثم، من المهم دراسة الاختلافات في العوامل الاجتماعية إذ أن المنتجات تشكل أحد مكونات هذه العوامل اعتمد البحث منهجية كانسي وهي منهجية ابتكرها الياباني ناغاماتشي وتم تطبيقها على ثلاثة نماذج من الحرف اليدوية الشعبية في العراق وتم اخذ عينات البحث من سوق الصفاير والسراي في بغداد وقد اظهرت نتائج البحث ان هناك تحديد للعوامل التي أثرت على مشاعر المشتريين من مرتادي السوقين تجاه التصميمات المختارة للمشغولات اليدوية.

Keywords : (emotional architecture, the concept of emotional pleasure, handicrafts, folklore)

Research Summary : -

The research addresses the increasing tendencies to design emotional products among designers and how to invest in them to increase their commercial appeal. The research focuses on the product designed according to the desires of a group of consumers. Differences in their special circumstances such as age, place of living, level of education, morals, and social experiences will necessarily lead to different emotional impressions of the same product. . Hence, it is important to study differences in social factors as products constitute one of the components of these factors The research adopted the Kansei methodology, which is a methodology invented by the Japanese Nagamachi and was applied to three examples of popular handicrafts in Iraq. Research samples were taken from the Al-Safafir and Al-Saray markets in Baghdad.

The results of the research showed that there was an identification of the factors that influenced the feelings of buyers from both markets towards the designs chosen for handicrafts.

مقدمة

أتوقف في هذه المداخلة عند مفاهيم Kansei الهندسة العاطفية, الحدس برغبات ومتعة المستهلكين, التصميم على أساس طريقة Kansei. منهجيات الهندسة العاطفية, السياق التقليدي للتصميم في منتجات الحرف اليدوية في شارع المتنبى (سوق السراي), وسوق الصفارين في العراق, تحليل الأسباب الكامنة وراء العلاقات بين الألوان والأشكال المستخدمة في الفنون والحرف اليدوية الشعبية في سوق الصفارين وشارع المتنبى في بغداد وتأثيرها على العملاء والسياحة, استخدام كانسي كوسيلة مناسبة لإيجاد العلاقة بين مشاعر المستهلكين وسمات المنتج ودورها المهم في سوق الحرف

الشعبية اليدوية, العناصر البصرية في الأنماط المختلفة التي تجعل منتج بعينه مفضلا واكثر مبيعا, متعة ورضا المستخدم من أجل إنشاء علاقة بين شكل ووظيفة المنتجات.

فقد ظهرت في السنوات الأخيرة نزعات متزايدة لتصميم منتجات عاطفية بين المصممين في مختلف دول العالم، تأسيسا على أن نفس المنتج مصمم لمجموعة من المستهلكين، فإن الاختلافات في ظروفهم الخاصة مثل العمر ومكان المعيشة ومستوى التعليم والأخلاق والتجارب الاجتماعية ستؤدي بالضرورة إلى انطباعات عاطفية مختلفة عن نفس المنتج. ومن ثم، من المهم دراسة الاختلافات في العوامل الاجتماعية إذ أن المنتجات تشكل أحد مكونات هذه العوامل.

ويعتمد حاليا نجاح المصمم على كيفية تحقيق التوازن بين الحقائق وبين حدسه للأشياء. ويعد التصميم بناءً على عوامل كانسي" إنجازاً جديداً يحاول إنشاء هذا التوازن ويمكننا القول بأن هناك تبايناً كبيراً سيحدث عندما نحاول مقارنة الاسس والسيقات التقليدية للتصميم في الحرف اليدوية في اسواق بغداد الشعبية (المتنبي وسوق الصفارين) ومفاهيم التصميم القائمة على هندسة كانسي, ومع ذلك، فإن هذا التباين نفسه يمكن أن يؤدي إلى تفاعل متناسق بين الاثنين. فضلا عن ذلك، فإن الاهتمام الخاص بالجوانب النفسية للمنتج هو أحد الضروريات لتسويق المنتج في هذين السوقين فقد ازداد الاهتمام بالجودة العاطفية للمنتجات بشكل كبير في السنوات الأخيرة ربما بسبب وجود وعي أكبر بمدى تأثير العواطف القوية في تغيير طريقة تفكير المستهلك او المشتري.

وتتضمن الجوانب الوظيفية الخبرات التي يمتلكها المستهلك مع المنتج أو المشاعر التي يشعر بها المستهلك عند استخدام المنتج. يمكن التعبير عن هذه المشاعر في شكل انطباع المستهلك عن المنتج وكذلك طريقة استخدام المنتج وما إلى ذلك. ما هو مهم في التصميم القائم على كانسي هو أن البيانات النوعية التي يتم الحصول عليها من خلال الملاحظات والمقابلات المراد ترجمتها إلى البيانات الكمية, في هذه العملية، تتمثل الخطوة الأولى في التعرف على اهتمامات المستخدمين وخبراتهم السابقة وعواطفهم, و تعد المصطلحات واختيار الكلمات في هندسة كانسي أدوات مفيدة في اكتشاف نفسية المستهلك والتعرف عليها ويمكن أن تكون العواطف التي يعبر عنها بالوظائف النفسية أو الفسيولوجية مثل سلوك الفرد وتعبيرات الوجه ولغة الجسد كما يمكن للكلمات أن تمثل مفاهيم مهمة لهندسة كانسي

يشرح ناغاماتشي الجوانب الأربعة لـ كانسي على النحو التالي - :

- ١- حالة انفعالات المستخدمين من خلال بيئة العمل للمنتج والنفسية والعواطف.
- ٢- حالة إعطاء هوية للمنتج.
- ٣- حالة بناء هندسة كانسي كتقنية مريحة.
- ٤- حالة تعديل تصميم المنتج مع الابتكارات الاجتماعية وتفضيلات المستخدم
(MitsuoNagamachi. ،1995 ، p724)

الحرف اليدوية الشعبية في العراق :-

تعد الصناعة وسيلة هامة للارتفاع بالمستوى الاقتصادي والحضاري باعتبارها تمثل مظهراً من مظاهر التطور الحضاري التي تنطلق منها عمليات التنمية الاقتصادية والاجتماعية وقد اسهمت الصناعة في احداث تغييرات اساسية في جميع مجالات الحياة ، لذلك تعد الصناعة عاملاً مهماً في تقدم اي دولة او تاخرها وقد اثبتت الدراسات اهمية الحرف اليدوية والدور الذي تلعبه في المجتمع فضلاً عن كونها تعبر عن ثقافات الدول وتراثها وعن اصالتها التاريخية وعلى الرغم من التقدم والتطور التكنولوجي الذي اجتاحت العالم الا ان هنالك حرف صناعية ويديوية لا تزال قائمة ولها مكانة اقتصادية في اسواق العالم

وتعد الصناعات والحرف اليدوية الشعبية من الصناعات المحلية الابداعية التي تعبر عن التفاعل بين الانسان وبيئته فهي أحد القواعد الرئيسية للنسيج الاقتصادي. وتشكل هذه الحرف والصناعات الشعبية مجالاً خصباً للأبداع وتعبيراً عن الميراث الثقافي المحلي لأي دولة، اذ تمثل الحرف والصناعات اليدوية هوية الشعوب في مواجهة الحداثة، فهي رسالة الماضي للحاضر والمستقبل لما تمثله من ارث ثقافي وتراثي مهم. في العراق شأنه شأن اغلب بلدان العالم تراجعت اهمية ودور الحرف اليدوية الشعبية في المجتمع ، فالحرف اليدوية والمهن الشعبية بدأت تتلاشى ويختفي أثرها وقد اثرت في ذلك فضلاً عن التكنولوجيا والحداثة الحروب والتغيرات الثقافية والسياسية التي شهدتها العراق خلال الخمسين سنة الاخيرة فاخفتت من اسواقه مهن توارثتها الأجيال في حضارة وادي الرافدين وبالرغم من هذا الغزو الحدائوي على التراث والفن الحرفي اليدوي العراقي إلا أن بعض الحرف اليدوية الشعبية ظلت محافظة على شعبيتها وانتشارها لاسيما في سوقي السراي والصفارين في شارع الرشيد في وسط بغداد حيث يتجمع الحرفيون بمختلف اصنافهم في هذين

السوقين المهمين في قلب العاصمة بغداد وفي اهم شوارعها (شارع الرشيد). (محمد حسن ،٢٠٢٠، ص ٧٨)

سوق الصفارين :-

يعد سوق الصفارين في شارع الرشيد اهم المراكز للحرف اليدوية والمهن الشعبية وهو سوق ترجع تسميته بهذا الاسم نسبة للصفير (معدن النحاس) و يعود تاريخ السوق الى العصر العباسي المتأخر عندما كانت انية المطبخ للبيت البغدادي تعتمد معدن الصفير اذ يشتهر هذا السوق بصناعة الصحون و الأواني المنزلية و أباريق الشاي و الكاسات و الملاعق و إطارات الصور و الفوانيس النحاسية و النقش عليها ، ويقع سوق الصفافير في بغداد وهو عبارة عن مجموعة من المحلات المنتشرة في الأزقة الضيقة الواقعة في منطقة باب الأغا قريبا من الشورجة في شارع الرشيد مقابل مبنى جامع مرجان ، وتباع فيه المصنوعات و الأدوات النحاسية و يعد سوق الصفافير من الأسواق القديمة في بغداد التي يعود تاريخها لعصر الخلافة العباسية وهي كانت قديما سوقا قائمة في درب المسعودة في محلة سوق الثلاثاء لتوفير احتياجات طلاب المدرسة النظامية و المدرسة المستنصرية. (حيدر الصبيحاي،٢٠٠٩، ص ٢٦)

وحسب التوصيف القديم تبدأ السوق من محلة باب الأغا وتمتد عرضيا ايضا باتجاه الغرب ملتقية بسوق البزازين، وتعد هذه السوق جزءا من محلة سوق الصفافير أو (الصفارين)، ويؤكد الدكتور عماد عبد السلام رؤوف عنها (ومما يتصل بسوق باب الأغا الجديد من جهة، ودرب البزازين من جهة اخرى، سوق الصفافير، وكانت هذه السوق في العصر العباسي الاخير محلة قائمة برأسها تسمى درب المسعودة او المسعود، وصفت بأنها "درب نافذ به دروب غير نافذة، ينفذ الى درب" دينار الصغير"، ودرب دينار الصغير اشير الى الصفافير في هذه المحلة اول مرة سنة ١١٧٦ هـ / ١٧٦٢ م .(p23، Rawan Adel Khalaf ، 2020)

والصفافير تسمية شعبية اكتسبت السوق اسمها من " الصفرة " لون مادة النحاس المستخدمة في صناعة المشغولات اليدوية للعاملين فيه، وقد اوقف المجمع العلمي العراقي التسمية ليرد الاسم الى صيغته الصحيحة (الصفارين)، وحسب القاموس (الصفير من جواهر الأرض، يقال: إنه النحاس. وقد يقال: الصفير. وقال الأصمعي: النحاس: الطبيعة والأصل، والنحاس هو الصفير الذي تعمل منه الأنية، فقال: "الصفير"،

بضم الصاد. قال أبو عبيد مثله، إلا أنه قال: الصِّفر، بكسر الصاد، وهذا التخصص الذي عليه السوق جعلها تحتل مكانة اثيرة في نفوس البغداديين منذ زمن بعيد فهي التي تضمن احتياجاتهم من الأدوات المنزلية المتمثلة بالأواني النحاسية والقدور والطشوت والأباريق والصحون و قدور الملابس والمشارب والقروانات والصفارين ام العراوي والكلن.

وقد شهدت سوق الصفارين ثلاث مراحل من حياتها المعاصرة، "المرحلة الأولى، وهي عقدا الخمسينات والستينات من القرن الماضي، كانت السوق مصدراً لتجهيز البيوت العراقية "بالأواني المنزلية"، وفي سبعينات القرن وبعد انتشار الأواني المصنوعة من مواد الألمنيوم والفرפורي والزجاج والميلامين، فيما شهدت المرحلة الثانية التي تحولت السوق فيها الى محج للسياح وعشاق الانتيكات التي أصبحت السوق مختصة بها. المرحلة الأخيرة هي فترة الثمانينيات وما تلاها، اذ نشبت حرب الثماني سنوات بين العراق وإيران، وتلتها حرب احتلال العراق للكويت ومن بعدها الحصار الاقتصادي الدولي على العراق، مما جفف الحركة السياحية وأصاب السوق كساد كبير، على الرغم من اهتمام الدولة التي بادرت إلى تجديد السوق عبر إكسائها بمادة الطابوق الهندسي وجددت أرضيتها وسقفها المنحني الا ان السوق عانى من عدم وجود زبائن وبدات تظهر معالم تهالك سوق الصفارين ، لا سيما في الفترة التي تلت احتلال بغداد في نيسان ٢٠٠٣، اذ بدت فيها مصنوعات السوق غريبة وانقرضت الصناعات المحلية أمام مستوردات شوهاء بلا روح غزت العراق من بلدان كالصين وتايوان وغيرهما، وبدأ عدد كبير من الحرفيين في بيع محلاتهم وتغيير مهنتهم الى استيراد القطع الصينية المشابهة لما كانوا يصنعونها يدويا وبأسعار ارخص بكثير اذ يعتقد اغلب الحرفيون أن هذه العملية مربحة أكثر من عملهم السابق وأنها أكثر جدوى من انتظار تدفق السياح مجدداً، خصوصاً في ظل أزمات البلد المتوالدة، والوضع الأمني غير المشجع .

وتحولت السوق التي تعد (إحدى أغرب وأجمل أسواق بغداد وأكثرها أناقة من الداخل)، الى سوق تراثية بسيطة للعراقيين فقط، بعد ان غاب عنها السائحون الأجانب، الدكاكين ما زالت تحتفظ بينائها التراثي المميز ولكنها في بعض الأوقات تكون موحشة، فيما تكون في احيان كثيرة مجرد ممر من والى شارع الرشيد، مما اضطر التجار إلى هجر حرفهم وبيع محالهم لصالح تجار الأقمشة، ويؤكد البعض من الصفارين (الآن لا تجد سوى ٢٠ في المائة من الصفارين فقط في السوق)، وتباع فيها اليوم الصحون والأواني المنزلية وأباريق الشاي والملاعق وإطارات الصور

والفوانيس النحاسية والحلي التي توضع على الجدران، كما توجد السيوف والحراير والخناجر، إلا أنها للزينة لا للقتال كما كانت أيام العباسيين في بغداد

سوق السراي :-

يقع سوق السراي في بغداد بالقرب من شارع الرشيد وفي نهاية شارع المتنبي، ويشتهر ويعرف هذا السوق حالياً بتجارة الدفاتر والأوراق والكتب المدرسية واشتهر سابقاً بصناعة وتجارة الجلود الطبيعية فسمي سوق السراجين. وهو امتداد لسوق شارع المتنبي وضمن محلة جديد حسن باشا ويعتبر سوق السراي من أقدم الأسواق في بغداد، فهذا السوق التاريخي أنشأه الوالي العثماني محمد باشا عام ١٦٠٠ م . (محمد حسن ، ٢٠٢٠، ص٧٨)

وقد حظي السوق عبر مراحل حياته بشعبية كبيرة كونه يضم تراثاً ثقافياً شعبياً محبباً لأهل بغداد تحديداً وذاكرة تنطق بالكتب والمكتبات وبالأسماء والحوادث والمتغيرات. وإذ كان له زمان ابتهج فيه بكتبه ومكتباته وأيام أنسه وجلسه، فقد مرّ عليه زمان آخر ضعف فيه شأنه خاصة بعد أن ازدادت أهمية شارع المتنبي الثقافية فتحول السوق تدريجياً إلى دكاكين للقرطاسية

وكلمة (السراي) كلمة تركية ذات أصل فارسي (سراي) تعني (القصر)، وشاعت التسمية في العراق وبلاد الشام لتشير إلى المحلات أو الأحياء السكنية التي كانت تقع فيها القصور الحكومية لفترة الحكم العثماني

وسوق السراي حالياً يشغل مكان سوق السراجين ويعود تاريخ سوق السراجين إلى القرن الثالث عشر الميلادي، فترة حكم الخليفة العباسي أبو جعفر المستنصر بالله (١١٢٦-١٢٤٢)، الذي أمر بإنشاء أسواق عدة متخصصة كأسواق الوراقين واليزازين والعطارين والخفافين وسوق الصفاير. وكان الغرض من إنشائها هو توفير المتطلبات اللازمة لطلبة وأساتذة المدارس في ذلك الوقت. (محمد حسن ، ٢٠٢٠ ، ص٧٨)

وإبان العهد العثماني تحولت السوق إلى خان للمسافرين لأن البنايات مكونة من طابقين. فكان الطابق العلوي مخصصاً لسكن الرحالة والمسافرين، والأرضي مخصصاً لإسطبلات الجمال والخيول.

ثم تحولت بعدها إلى سوق للصناعات الجلدية، التي تُغلف بها السروج مع الأحزمة للخيول. ومن هنا جاءت التسمية لاقتصار السوق آنذاك على صناعة سروج الخيل. لكن معروضاتها سرعان ما اتسعت لتشمل أغمدة الأسلحة وحملات الرصاص بالإضافة إلى الأحزمة والحقائب وكمامات الأفواه وواقيات الأيدي لمربي الصقور.

وفي منتصف سبعينات القرن الماضي بدأ حرفيو السوق بصناعة الملابس الجلدية والأحذية والحقائب النسائية والتي تلاشت هي الأخرى، بعد أن قامت دائرة الأوقاف آنذاك بإغلاق الطابق العلوي، لاستخدامه كمخازن لبضائع أصحاب محال القرطاسية

مر سوق السراي خلال تاريخه بالعديد من التحولات، وهو يتألف من فرعين الأول من جهة النهر وهو الجزء الملاصق لجامع الوزير، وكان في أواخر العهد العثماني مختصاً بالجلود ويسمى سوق السراجين، إذ أن السوق في بداياته كان بمثابة محطة استراحة للقوافل المحملة ببضائع المسافرين، ويتألف من طابقين، فالطابق الأرضي عبارة عن مربيط للخيول، أما الطابق العلوي فكان عبارة عن غرف لنوم وراحة المسافرين القادمين من مدن العراق المختلفة، وقد تحولت تلك الغرف فيما بعد إلى سكن للطلاب الذين يدرسون في المدرسة المستنصرية قبل أكثر من مئة عام. ويتميز هذا الفرع بسقفه من الطابوق بـ (العقادة الحصرية) من دون (شيلمان) وما زال المكان يزخر بدكاكين لتجليد الكتب والصناعات الجلدية البسيطة والقرطاسية أيضاً، وهو أقصر من الفرع الثاني

الذي يجاوره ويرتبط به بالممر الصغير (نحو أربعة أمتار)، والذي تحول إلى سوق لبيع التبوغ في أواخر العهد العثماني وسمي بسوق (التنتجية) ثم تحول تدريجياً إلى الكتب والقرطاسية (سلمى عبد الرزاق، ٢٠١٥، ص ٤٥)

كان سوق السراي أو سوق السراجين في ما مضى عامل جذب سياحي يرتاده السواح الاجانب والعرب وتجذبهم ما يحويه من منتجات جلدية بصناعة يدوية مميزة.

ولكن حاله كحال سوق الصقارين تآثر كثيراً بتراجع السياحة وغزو البضاعة الصينية والهندية لا سيما بعد عام ٢٠٠٣ مما ساهم في تراجع هذه السوق التاريخية واندثارها حتى شهدت هجرة الحرفيين وتغيير ملامحها، ففي غياب الدعم الحكومي للحرف اليدوية والصناعات التقليدية وغياب حماية السوق من الإغراق السلعي للبضائع المستوردة بدأت مخازن الكتب والقرطاسية تحل تدريجياً محل ورش السراجين لكي يتبقى من هذه السوق التاريخية بضع محال فقط.

وكان أكثر ما يميز السوق في عقود مضت يتمثل بأصوات المطارق التي تملأ في الأزقة والمحال الصغيرة بلا انقطاع حتى عند ساعات المساء المتأخرة، لكنها اليوم تراجعت إلى حد كبير، وينقسم العمل في هذه المحال بحسب مراحل الإنتاج؛ فهناك من يعمل على قص الجلد للغرض المراد منه، وهناك من ينقش عليه. وبينما يختص البعض بتصميم الزخارف وتلوينها التي تنقش على قطع الجلد، ينشغل آخرون بصقل المنتج بعد زخرفته لتلوين بعض أجزائه وإضفاء لمسات فنية أكثر جمالية.

المنهجية :-

تم تحديد الفئات المستهدفة من المشغولات اليدوية بناء على مقابلات مع الحرفيين وبناء على طبيعة السوقين وما متوفر فيهما من مشغولات يدوية وخصائص ومميزات هذه المشغولات. ثم قمنا بتجميع مصطلحات كانسي حول الحرف اليدوية التقليدية والمعلومات ذات الصلة من أجل هيكلة التحليل وفق منهجيات كانسي وتم جمع المصطلحات المناسبة بالاعتماد على المقابلات مع الحرفيين والمصطلحات التي توارثوها من آبائهم أو معلمهم وبما يتلاءم مع الثقافة الشعبية في العراق بشكل عام وفي بغداد بشكل خاص إذ تتميز بغداد باستخدام مصطلحات بغدادية لا توجد في مناطق أخرى كما تم اللجوء إلى مجلة التراث الشعبي التي تصدر عن وزارة الثقافة للاستفادة من المصطلحات الشائعة الاستخدام لتطويرها واستخدامها ضمن منهجيات كانسي مع التركيز على المعنى الدلالي لهذه المصطلحات والعوامل البصرية المؤثرة في تحديد هذه الدلالات ، كما وتم تصنيف هذه الكلمات بطريقة تساهم في وصف المشغولات اليدوية من أجل إيجاد الروابط بينها وبين عاطفة المشتري والعوامل البصرية التي تؤثر في زيادة التسويق ومن أجل تحديد أي هذه المشغولات أكثر مبيعا ،

استخدم الباحث المقابلة كأداة للبحث إذ تم إجراء المقابلات بشكل عشوائي في أربعة أيام جمع على التوالي وأربعة أيام عادية اختيرت عشوائيا إذ تعد أيام الجمع أيام مميزة في ارتياد الأسواق الشعبية في العراق بشكل عام وفي بغداد بشكل خاص وكانت طريقة المقابلة تتحدد في عرض مجموعة مصطلحات على المفحوص وسؤاله عن أكثر هذه المصطلحات ارتباطا بتوجهه لشراء مشغولة يدوية دون سواها مع عرض لصور ثنائية الأبعاد لتلك المشغولات.

في المجمل تم جمع ٧٥ مصطلحا حول أهم عنصر مرئي للمشغولات اليدوية وبعد جمع أهم المصطلحات المستخدمة من قبل مرتادي السوقين والتي تصف

مشاعرهم تجاه المشغولات اليدوية تم اختيار ٣ تصاميم للمشغولات اليدوية اثنين من اعمال الصفر وواحد من اعمال الجلد فيها تصاميم بصرية اتفق الحرفيون على انها الاكثر مبيعا وتم جمع عشرين نمط من المشغولات اليدوية كعينات للبحث وتم تحديد المقاييس الدلالية باستخدام مصطلحات وشروط كانسي.

النماذج التي اعتمدت في البحث: -



صورة رقم ١: التصميم الاول



صورة رقم ٢: التصميم الثاني



صورة رقم ٣: التصميم الثالث



صورة رقم ٤: التصميم الرابع



صورة رقم ٥: التصميم الخامس

تم إجراء استبيان وإجراء مقابلات لاستكشاف مشاعر المشتريين من رواد السوق حول الأنماط التصميمية المختارة و تم إجراء مقابلات عشوائية مع ٦٠ من رواد السوق ٥٠ رجل وعشر نساء تم اختيارهم عشوائيا حسب تواجدهم في السوق وقبولهم اجراء المقابلات اذ اعتذر عدد كبير من رواد السوقين من اجراء المقابلة ولا سيما النساء وحتى الذين وافقوا على اجراء المقابلات رفضوا تصويرهم , كان يعرض على المفحوص صورة المنتج ويطلب منه اختيار المصطلح الذي يشعر انه يقربه من شراءه او يجعله يشتريه وكان الباحث يسجل الاجابة كما ويسجل تعبيرات وملاحظات المشتري وكان يطلب من المفحوص تحديد اي التصاميم الثلاثة للمشغولات اليدوية سيقوم بشراءه لو طلب منه شراءه.

تم تحليل البيانات المستخرجة من استمارات المقابلات باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS وتم استخدام تحليل التباين لمعرفة الفروق بين التصاميم الثلاثة المختارة وتم استخدام معامل ارتباط بيرسون لمعرفة العلاقة بين مصطلحات كانسي في التصاميم المختارة للمشغولات اليدوية لا سيما فيما يخص لون التصميم وشكله والمصطلحات المرتبطة بهما

النتائج: -

بعد الانتهاء من المسح، تم تحليل البيانات بواسطة البرنامج الإحصائي SPSS، وتم تطبيق تحليل التباين للتحقق من الفرق بين نماذج المشغولات الثلاثة ومصطلحات كانسي في تصور المشتري للنمط الذي يشعر انه اقرب له وكذلك لتحديد العناصر البصرية في الأنماط المختلفة التي تجعل اي نوع من الشغولات اليدوية مفضلا من المشتريين واكثر مبيعا . تم تطبيق تحليل التباين لمعرفة ما إذا كان هناك فرق كبير بين عينات التصاميم المختارة أم لا وكما هو موضح في (الجدول ١) فعند النظر في الجدول ادناه نرى ان هناك فرقا واضحا في العينات المختارة

المصدر	dr	SS	MS	F	P
الاستجابة	7	39.200	19.600	0.221	0.05
معدل الخطأ	54	68.267	34.133	5.204	0.05
الاجمالي	51	198.700	3.767	9.062	

جدول رقم (١) يمثل قيم التباين بين متغيرات البحث

النسبة المئوية	النموذج ٣	النموذج ٢	النموذج ١	المصطلحات
100%	14.01	23.19	59.12	دينية
100%	29.35	13.74	41.35	تراثية
100%	57.09	25.18	39.16	جمالية
100%	51.16	21.08	31.14	تأثيرية
100%	59.01	19.25	29.12	غرائبية
100%	13.11	21.26	29.01	تقليدية
100%	49.12	24.05	21.02	مغربية
100%	39.15	21.07	13.19	ممتعة
100%	38.06	49.13	19.01	متفردة
100%	13.01	48.15	11.05	مريحة
100%	19.12	37.06	14.07	منسجمة
100%	38.17	32.12	49.35	سامية
100%	39.07	46.19	51.09	سهولة النقل
100%	14.05	39.12	57.24	حماسية

جدول رقم (٢) يمثل القيم الاحصائية لمصطلحات كانسي حسب النماذج الثلاثة للبحث

عند النظر الى الجدول (٢) نجد ان هناك تحديد للعوامل التي أثرت على مشاعر المشترين من مرتادي السوقين تجاه التصميمات المختارة للمشغولات اليدوية ، ويوضح النسبة المئوية لمصطلحات كانسي فيما يخص العناصر البصرية التي تؤدي الى تحديد الروابط العاطفية مع المشغول سواء من حيث الشكل او اللون فقد حصل النموذج الاول على اعلى متوسطات الاستجابة في عوامل (الدينية والتراثية والراحة والسمو والتفرد والحماسة) وقد يرجع السبب في ذلك الى التغييرات الثقافية التي حصلت بعد ٢٠٠٣ وبروز التيارات الدينية وزيادة التوجه نحو الرمز التي تمثل تاريخ البلد وثقافته الدينية بينما حصل النموذج الثاني على اعلى متوسطات الاستجابة في عوامل (الجمالية والمتعة والغرائبية) بينما حصل النموذج الثالث على اعلى متوسطات الاستجابة في عوامل (الانسجام وسهولة النقل والاغراء والتقليد والراحة) وقد يشير ذلك الى تنوع طبقات المشترين وتوجهاتهم الثقافية

وقد كان الباحث يستفيد من تعليقات المفحوصين فضلا عن تعبيرات وجوههم في تحديد العامل الاكثر قربا لوصف حالتهم فقد كان المفحوصين يترددون احيانا في التعبير او يغيرون رأيهم لذلك كان الباحث يستفيد من وصف المشتري للمنتج الذي يعرض عليه من حيث اللون والشكل والتناسق بين الخطوط والرموز الدلالية لهذه الخطوط.

الاستنتاجات: -

- ١- يمكن استخدام منهجيات كانسي لتحليل الروابط العاطفية والفكرية للمشتريين وتحليل تفضيلاتهم لأنماط التصاميم في المشغولات اليدوية بكفاءة وبشكل علمي ومنهجي.
- ٢- تعد منهجية كانسي منهجية مرنة يمكن الاستفادة منها في تسويق منتجات الحرف اليدوية الشعبية في العراق.
- ٣- يتأثر مرتادي الاسواق الشعبية ومشتري المشغولات اليدوية بالتراث الثقافي والديني للمجتمع العراقي.
- ٤- ما زالت هناك طبقة من مرتادي السوق بالرغم من قلتها تفضل المشغولات اليدوية التي تماهي انماط واساليب الفن.

قائمة المراجع:

- (١) حسن, محمد. (٢٠٢٠) دور الصناعات اليدوية والحرفية في التنمية الاقتصادية المحلية. جمهورية مصر العربية: دراسة في تحليل السياسات, مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية المجلد الثاني والعشرون – العدد الاول, القاهرة
- (٢) عبد الرزاق, سلمى (٢٠١٥) الحرف الصناعية في كربلاء المقدسة, مجلة تراث كربلاء, كربلاء
- (٣) الصبيحاوي, حيدر فرحان حسين. (٢٠٠٩) همسات في سوق الصفاير. دار الكتب والوثائق العراقية, بغداد

5) Mitsuo Nagamachi. (1995) *Kansei Engineering: A new ergonomic consumer-oriented technology for product development*, International Journal of Industrial Ergonomics, Kagamiyama, Higashi-Hiroshima 724, Japan

6) Nagamachi, M.& Anitawati, M.L., Nor Laila, M. N.(2003) *KANSEI ENGINEERING: A STUDY ON PERCEPTION OF ONLINE CLOTHING WEBSITES*.
<https://www.researchgate.net/publication/200114370>

7) Mitsuo Nagamachi (2012) *Kansei Engineering as an ergonomic consumer-oriented technology for product development*, *Applied Ergonomics*. 33,289-294.

8) Michael Berghman & Paul Hekkert. (2017) *Towards a unified model of aesthetic pleasure in design*, *New Ideas in Psychology*, Landbergstraat. 15, 2628 CE Delft, The Netherlands

9) Mahshid Karimi , Yasamin RokniFarda& Seyed Javad Zafarmandb.(2010) *KANSEI ENGINEERING AS AN ERGONOMIC AND TECHNOLOGICAL CONCEPT DERIVED FROM CUSTOMER'S PREFERENCE ABOUT A*

PRODUCT, INTERNATIONAL CONFERENCE ON KANSEI ENGINEERING AND EMOTION RESEARCH. 2010,paris

10) Rawan Adel Khalaf & Sana Sati Abbasb. (2020) *Physical Revitalization of the Historical Paths: An Analytical Study*, Iraqi Journal of Architecture and Planning. for Urban Connectivity property of Al-Safafer market axis in Baghdad

11) RYAN S. ELDER& ARADHNA KRISHNA. (2013) *the Effects of Advertising Copy on Sensory Thoughts and Perceived Taste*. Journal of Consumer Research .

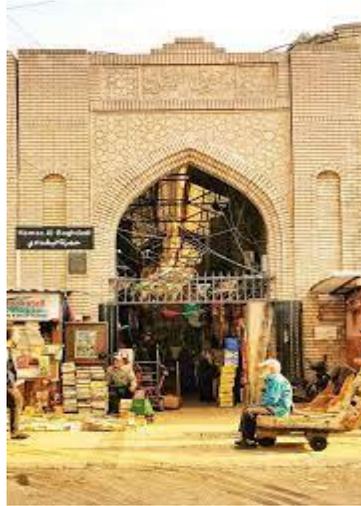
12) Simon Schütte. (2005) *Engineering Emotional Values in Product Design Kansei Engineering in Development , Linköping Studies in Science and Technology, Kansei Engineering Group. : <http://www.ikp.liu.se/kansei>*

13) Yuuki Shigemoto. (2015) *Meaning and approach of new product designing through Kansei Engineering , Kasumigaoka, Higashi-ku, Fukuoka. 813-8529, Japan y.shigemoto@fwu.ac.jp*

ملحق يتضمن صور لأعمال الاشغال اليدوية الشعبية في سوق السراي والصفافير



صورة رقم ١ تمثل مدخل شارع المتنبي الذي يقع في نهايته سوق السراي



صورة رقم ٢ مدخل سوق السراي الشرقي



صورة رقم ٣ أحد محال بيع اشغال الجلود اليدوية



صورة رقم ٤ اشغال جلد يدوية



صورة رقم ٥ و ٦ و ٧ للعاملين في الاشغال اليدوية لأعمال الجلد



صورة رقم ٨ ل احد العاملين في سوق الصفارين



صورة رقم ٩ لآحد العاملين في اعمال الصفر



صورة رقم ١٠ لآحد الحرفيين العاملين في اعمال النقش على النحاس



صورة رقم ١١ مدخل سوق الصفارين



صورة رقم ١٢ احد العاملين في مجال الطرق على النحاس



صورة رقم ١٣ احد اعمال الصفر التاريخية



صورة رقم ١٤ اعمال للصفر تاريخية