

الأبعاد الجمالية والوظيفية في التصميمات الداخلية لمدارج عروض الأزياء .

The Aesthetic and Functional Dimensions in Interior Designs for Fashion Show Runways

أ.م.د. زياد عودة ربح - تصميم أزياء - كلية الفنون الجميلة / جامعة بابل -

ziad.aldayan@gmail.com

Assistant Professor Dr. Ziad Odah Rebh - Fashion Design -
.College of Fine Arts / University of Babylon

الزهراء ماجد صالح - تصميم داخلي - كلية الفنون الجميلة / جامعة بابل .

Researcher: Al-Zahraa Majed Saleh - Interior Design - College of
Fine Arts / University of Babylon

المستخلص:

يدرس البحث الحالي الأبعاد الجمالية والوظيفية في التصميمات الداخلية لمدارج عروض الأزياء، تتمحور حول إيجاد جو يعكس الأناقة والفخامة المرتبطة بصناعة الموضة. يتم تحقيق ذلك من خلال استخدام المواد عالية الجودة والتصاميم الفريدة التي تجمع بين الحداثة والتقليدية.

أما الأبعاد الوظيفية فتشمل توفير مساحة كافية للعارضين والضيوف وضمان رؤية مثالية للعروض من جميع الزوايا. كما تعتبر الإضاءة أمراً حيوياً لإبراز التصاميم بشكل جذاب وتوفير جو مثالي للعرض. تهدف تصميمات المدارج أيضاً إلى تحقيق سهولة الحركة والتدفق الجيد للحشود، بالإضافة إلى توفير مساحات للتصوير الفوتوغرافي وتنظيم الفعاليات المصاحبة.

نتائج البحث أشارت إلى أن الإضاءة تلعب دوراً حاسماً في إبراز التصاميم وتفاصيل الملابس بشكل جذاب، كما أنها تساعد في إيصال جو المشهد وتعزيز جاذبية العرض للحضور والمشاهدين. المدارج لعروض الأزياء تساهم في ترويج وتقديم الأزياء مما

يسهم في تعزيز نجاح المصممين والعلامات التجارية، وتمثل منصة حيوية لعرض أحدث صيحات الموضة.

من الاستنتاجات الرئيسية للبحث أن الإضاءة تساعد في إبراز التفاصيل والقوام والألوان للملابس بشكل مثالي، وأن تصميم المدرج يختلف من مصمم لآخر بناءً على رؤيته الفنية والإبداعية، وقد يستوحي تصاميمه من موضوعات مختلفة مثل الطبيعة أو الثقافة أو الفن.

البحث انتهى بتقديم توصيات وقائمة المصادر، مؤكداً على الأهمية الكبيرة لكل من الأبعاد الجمالية والوظيفية في نجاح تصميمات الفضاءات الداخلية لمدرج عروض الأزياء.

الكلمات المفتاحية: الأبعاد الوظيفية - المدرج - عروض الأزياء

Abstract:

This research explores the aesthetic and functional dimensions of interior designs for fashion show runways, with a focus on creating an atmosphere that mirrors the elegance and luxury of the fashion industry. This is achieved through the use of premium materials and unique designs that blend modernity with tradition.

Functionally, the designs aim to provide ample space for models and guests, ensuring optimal viewing from all angles. Lighting is crucial for highlighting designs and creating the show's ambiance. Runways also facilitate smooth movement, crowd flow, and provide spaces for photography and related events.

Research shows that lighting significantly enhances the visibility of clothing designs and details, contributing to the overall atmosphere and appeal of the show. Fashion show runways serve as vital platforms for promoting fashion, boosting designers' success, and fostering business relationships by showcasing the latest trends.

Key findings indicate that lighting accentuates the details, textures, and colors of garments, and that runway designs vary based on designers' artistic visions, drawing inspiration from themes like nature, culture, and art.

The research concludes with a list of sources and appendices, underscoring the importance of both aesthetic and functional aspects in the success of fashion show runway designs.

Keywords: Functional dimensions - Runways - Fashion shows

الفصل الاول

مشكلة البحث:

تُعد مدارج عروض الأزياء عنصراً حيوياً في تعزيز هوية العلامات التجارية وترويج منتجاتها. تعتمد هذه المدارج على الأبعاد الجمالية والوظيفية لتوفير تجربة مثيرة وغامرة للحضور. تشمل الأبعاد الجمالية استخدام الألوان، الإضاءة، والخامات بطريقة فنية تعكس روح العرض وتعزز جاذبية التصميم. أما الأبعاد الوظيفية، فتتعلق بتنظيم المساحات وتوزيع المقاعد لضمان رؤية واضحة وتنقل سهل للحضور، مع توفير بيئة مريحة للعارضات.

تصميم المدرج يبدأ بتحديد الشكل المناسب وتوزيع الفضاءات المحيطة به بعناية. يلعب ذلك دوراً مهماً في توفير تجربة متكاملة تراعي الاحتياجات الفنية والعملية. التخطيط الجيد يركز على تسهيل سير العارضات وتنظيم الحدث، مما يضمن استمتاع الجمهور بسلسلة العروض. الأبعاد الجمالية تعزز تجربة الحضور من خلال خلق أجواء ملهمة، بينما تساهم الأبعاد الوظيفية في تحقيق التناغم بين الحركة والتنظيم.

مدارج عروض الأزياء ليست مجرد منصات، بل هي أدوات فعالة لإيصال رسالة المصمم وتسلط الضوء على هوية الماركة. تساعد التصميمات الداخلية على تحسين تجربة المشاهدين، خلق أجواء تعكس رؤية العلامة التجارية، وإبراز التصميم بطرق احترافية. النجاح في تصميم المدرج يعتمد على دمج الإبداع بالتخطيط العملي لضمان عرض أزياء ناجح ومؤثر يترك بصمة إيجابية في عالم الموضة.

مما تقدم يمكن صياغة مشكلة البحث بالتساؤل التالي :

ما هي الابعاد الجمالية والوظيفية التي تساهم في نجاح تصميمات الفضاءات الداخلية لمدارج عروض الأزياء؟

أهمية البحث والحاجة اليه:

1. يساهم البحث في تقديم إرشادات دقيقة للمختصين في تصميم مدارج عروض الأزياء، مع مراعاة الجوانب الجمالية والوظيفية لتحقيق التوازن.
2. يوفر إطاراً يحفز الإبداع والابتكار لدى المصممين والفنانين لتطوير تصميمات مدارج أكثر فاعلية وجاذبية.
3. يشكل البحث إضافة قيّمة للمكتبات الأكاديمية في مجال تصميم الأزياء والتصميم الداخلي، مما يعزز المعرفة التخصصية.

هدف البحث:

يهدف البحث الحالي الى تعرف على الأبعاد الجمالية والوظيفية في التصميمات الداخلية لمدارج عروض الازياء

حدود البحث:

- الحد الموضوعي: يركز البحث بشكل اساسي على الابعاد الجمالية والوظيفية في تصميم مدارج عروض الازياء.
- الحد المكاني: عروض الازياء لأسابيع الموضة في (باريس و إيطاليا و نيويورك).
- الحد الزمني: من 2011 الى 2018.

تحديد المصطلحات:

أولاً:الابعاد:

- 1- البعد لغةً: هو ضد القُرب وقد (بَعُدَ) بالضم بُعِداً فهو (بَعِيد) أي (مُتَبَاعِدٌ) و(أَبْعَدُهُ) غيره (بَاعَدَهُ) و(بَعَّدَهُ تبعيداً) (بكر، 1983).
- البعد لغةً :هو ظرف يدل على الغاية؛أي بلوغ الشيء أقصى درجة.

2- البعد اصطلاحاً: مصطلح تصويري فضائي اقتبس من الهندسة ، ويستعمل في جميع المفاهيم¹ الاجرائية المستعملة في الدلالة وهو ايضاً في الجمالية يميز بين الحقيقي والوهمي ، ويتحدد هذا البعد بمعايير العصر (علوش، 1985).

البعد اصطلاحاً: مصطلح فلسفي ، يطلق على المعرفة التي تتكون بعدما تتطبع به الحواس من معطيات ، وتكون القضية "بعدية" إذا كان المعول في صدقها على خبرة بالواقع المحسوس ويقابل ذلك القضية "القبلية" التي تحكم بصدقها بمجرد النظر الى طريقة تركيبها (غربال، 1987)

ثانياً: الجمالية:

1- الجمال لغةً: هو أسم مؤنث منسوب إلى جمال (عمر، 2008).

الجمال لغةً : هو مايعنى بالقيمة والعناصر التي تكتسب العمل جمالاً فنياً

2- الجمال اصطلاحاً: دراسة تعني بالقيم والعناصر التي تكسب العمل الفني جمالاً فنيا (البدوي، 1990).

ثالثاً: الوظيفة:

1- الوظيفة لغةً: وظف (الوظيفة) مايقدر للإنسان في كل يوم من طعام أو رزق وقد (وظّفه توظيفاً) (بكر، 1983).

2- الوظيفية اصطلاحاً: فعل يعرف على وفق اهميته في مسار الحدث الذي يظهر فيه ويفسر على وفق الدور الذي يؤديه في مستوى الحدث ، اذ يكون وحده موضوعية دالة" (زكريا، 2005).

التعريف الاجرائي للباحث:

- الأبعاد الجمالية: تتعلق بالجمال والجاذبية البصرية للتصميم أو العنصر. تشمل العوامل مثل الألوان، والتوازن، والتناسق، والتفاصيل الجميلة، والنسيج، والأشكال، والتناغم، والتوزيع المرئي، والترتيب المنطقي، والتنظيم الجمالي للعناصر.

- الأبعاد الوظيفية: تتعلق بالوظائف والاحتياجات العملية للتصميم أو العنصر. تشمل العوامل مثل التنظيم المناسب للمساحة، وتوفير الراحة والسلامة، وتيسير الحركة والوصول، وتوفير الوظائف المطلوبة، وتلبية المتطلبات العملية للمستخدمين.

الأبعاد الجمالية والوظيفية : تشير إلى الجوانب المتعلقة بالجمال والوظيفية في تصميم أي عنصر أو مساحة. يتعلق الأمر بتواجد توازن مثالي وتكامل بين العناصر التي تعزز الجمالية وتلك التي تلبي الاحتياجات والوظائف العملية.

الاطار النظري

مفهوم عروض الأزياء .

عروض الأزياء هي فعاليات فنية يقدم فيها المصممون مجموعة جديدة من التصميمات أمام جمهور متخصص من المشترين والصحافة. تعكس هذه العروض الابتكار والإبداع في عالم الموضة وتساعد على تسليط الضوء على أحدث اتجاهاتها. عروض الأزياء تُنظم بانتظام في عواصم الموضة العالمية وتعتبر فرصة لتعزيز تفاعل الجمهور مع التصميمات (Linfañte, 2021). على الرغم من تشابهها الظاهري، هناك أنواع عديدة من عروض الأزياء ولكل منها أهداف وطريقة عرض مختلفة، تتعدد أنواع (Lin, 2022) ، ومنها:

- أ- عرض الأزياء الرسمي: يُعرف أيضًا بموكب الأزياء، ويستمر من 30 دقيقة إلى ساعة. (Evans, 2013)
- ب- عرض أزياء الإنتاج: يُعد من أغلى وأكثر العروض تفصيلاً، ويستمر لمدة ساعة تقريباً (Strömberg, 2019) .
- ج- عرض الأزياء غير الرسمي: يتم في بيئة غير رسمية، وعادة ما يكون جمهوره محدود.
- د- عرض أزياء المصمم: يتميز بعرض التصميمات المميزة والتقنيات المستخدمة، وعادة ما يكون الجمهور من الصحافة.
- هـ- عرض الأزياء الخيري: يهدف إلى تقديم الدعم الإنساني والتبرعات (شليبي، 2023). كما موضح بالشكل (1)
- و- عرض الأزياء الممول: يتميز بتكاليفه المرتفعة وعرض مجموعات من التصميمات لأكثر من مصمم. (Skov & Skjold, 2009)



شكل (1) عرض الأزياء الخيري - ناعومي كامبل في حملتها الخيرية #Times Up
للعناية الطبية للأطفال

عروض الأزياء تشكل جزءًا كبيرًا من صناعة الموضة، حيث تروج للتصاميم وتساعد في جذب العملاء والشركاء التجاريين (Fashionista, 2022). تتيح هذه العروض للمصممين فرصة عرض مهاراتهم وإبداعاتهم، وكذلك الاطلاع على أحدث الموديلات والتصاميم في السوق. تعتبر عروض الأزياء وسيلة فعالة للإعلان والترويج بأسعار أرخص من الإعلانات التقليدية، مع التركيز على الابتكار والإبداع في مجال الموضة.

نبذة تاريخية عن عروض الأزياء

كان تشارلز فريدريك وورث أول من استخدم عارضات أزياء حقيقيات في باريس، ما أطلق عليه آنذاك "مسيرات الموضة" والتي كانت تقتصر على نخبة مختارة خوفًا من سرقة التصاميم. انتشرت هذه العروض تدريجيًا من باريس إلى نيويورك ولندن، حيث أقيم أول عرض أزياء أمريكي عام 1903 في متجر إيرليش. بحلول 1918، بدأت دور الأزياء تحديد مواعيد ثابتة لعروضها تُقام مرتين سنويًا، مستوحية مواضيع ثقافية كالصينية والروسية (Sultana, 2024). كما موضح بالشكل (2)



شكل (2) عروض الأزياء التاريخية - منتصف القرن العشرين - عرض أزياء
1944 Spooner and Co. Ltd المصدر مجلة بازار

في عام 1943، أُقيم أول أسبوع للموضة في نيويورك للتركيز على الأزياء الأمريكية خلال الحرب العالمية الثانية، إذ لم يتمكن العاملون في المجال من السفر إلى باريس. أصبحت عروض الأزياء تُقام في مدن عالمية رئيسية، مما أتاح الاحتفاء بالتنوع الثقافي. يعود تاريخ تصميم الأزياء الحديث إلى القرن التاسع عشر مع وورث، الذي أضاف ملصقات لتمييز تصاميمه. (الربيعي، 2015)

مع بدايات القرن العشرين، أثرت مجالات الأزياء المصورة على الذوق العام، بينما شهدت الخمسينيات تغييراً بفضل النمط الشبابي الجديد. اليوم، تعكس عروض الأزياء تطوراً اجتماعياً وثقافياً (Biagini, 2017)، وتبرز كمنصة عالمية للإبداع وتبادل الأفكار، رغم التحديات المرتبطة بتكاليف الإنتاج المتزايدة للاهتمام الجماهيري والإعلامي.

مقومات تصميم مدرج عرض الأزياء

تُقام عروض الأزياء بمشاركة عارضي أو عارضات أزياء يعملون مع شركات متخصصة، حيث يسيرون ذهاباً وإياباً على منصة طويلة بين الحضور الذي يضم الحرفاء، الزبائن المدعويين الشخصيات المرموقة، والصحفيين (Evans, 2013)، عادةً ما تكون العروض مفتوحة للعالم، وهي تُظهر رؤية المصمم أو العلامة التجارية لابتكار أو تقديم صيحات جديدة للتسويق مستقبلاً، مما يعزز إدارة العلامة التجارية (Evans, 2013).

في مجال الأزياء، تُعرف مدارج العرض بأنها مسطحات ضيقة ممتدة على طول القاعة، تُستخدم لتقديم الملابس والإكسسوارات خلال العروض. كما يُطلق عليها مجازاً أي شيء جديد ومحبوب في عالم الموضة. وتركز العروض غالباً على إبراز التصاميم والألوان المبتكرة، الأحذية، الحقائب، والإكسسوارات، وأحياناً الطلات الفريدة والغريبة التي تقدمها العارضات (Ferrero-Regis, 2020).

وعلى الرغم من أن الاهتمام بديكورات المدارج نادر، إلا أن بعضها يتميز بلمسات غير تقليدية تُثري تجربة الحاضرين. يتطلب تصميم منصة عرض الأزياء مراعاة عناصر

متعددة، منها مداخل العارضين، شكل المدرج، دعم الخلفيات بشاشات وصور عالية الجودة، ومساحات الجمهور. كل هذه التفاصيل تضمن تقديم تجربة استثنائية وجذابة تُثري العرض وترضي جميع المشاركين. ومن هذه العوامل الأساسية لمدرج عرض الأزياء (Skov & Skjold, 2009):

- أ- المساحة والتخطيط: يجب أن تكون المدرج واسعة ومناسبة لاحتضان العارضين والجمهور.
- ب- الإضاءة الملائمة: توفير إضاءة جيدة تسلط الضوء على العارضين والملابس بشكل مثالي.
- ج- النظام الصوتي القوي: يجب أن يكون هناك نظام صوتي جيد يمكنه نقل صوت المقدم والموسيقى بوضوح.
- د- المسرح والمدرج: يجب أن تكون المدرج مرتفعة وبارزة ومصممة بشكل جميل.
- هـ- تقنية العرض: استخدام الشاشات والأضواء والتأثيرات البصرية لزيادة جاذبية العرض.
- و- جلسات الجمهور: توفير مقاعد مريحة ومناسبة للجمهور لمشاهدة العرض بوضوح وراحة (Löfgren, 2005).
- ز- الديكور والأجواء: استخدام الألوان والمواد والعناصر البصرية لخلق تجربة فريدة ومميزة تتناسب مع صورة العلامة التجارية.

أنواع مدرج عرض الأزياء:

تتنوع مدرج عروض الأزياء بشكل كبير لتلبية احتياجات المصممين والجمهور المستهدف، حيث تتكيف مع التطورات التكنولوجية والثقافية. تشمل المدرج الرقمية عبر الإنترنت مواقع الويب وتطبيقات الهواتف الذكية، التي أتاحت إمكانية عرض مجموعات الأزياء افتراضياً أمام جمهور عالمي بمرونة وسرعة، مما أضاف بُعداً جديداً لصناعة الموضة. العروض التلفزيونية تمثل تقليداً واسع الانتشار (Ferrero-Regis, 2020)، حيث تُعرض التصميم على نطاق أوسع وتستقطب جمهوراً متنوعاً.

الفعاليات والعروض الحضرية، التي تُقام في أماكن عامة مثل الشوارع أو المتاجر، تلعب دورًا في تقريب الأزياء من الجمهور وإشراكه بشكل مباشر. أما المدارج الاجتماعية مثل إنستجرام وتيك توك، فقد أصبحت أدوات أساسية لنشر محتوى بصري مبتكر، مما يساهم في تسويق التصاميم والتفاعل الفوري مع المتابعين.

أسبوع الموضة والمعارض الكبرى هي مناسبات عالمية تجمع المصممين، المشترين، والنقاد في مكان واحد لتقديم المجموعات الجديدة، إقامة شراكات، وتوسيع شبكات العلاقات المهنية. هذا التنوع الواسع في أنواع المدارج يهدف إلى تسهيل وصول الأزياء إلى جمهورها المستهدف بطرق مبتكرة تتناسب مع احتياجات السوق المختلفة (Ferrero-Regis, 2020).

بالإضافة إلى ذلك، تُساهم مدارج عروض الأزياء في توفير فرصة للتعبير عن هوية المصمم أو الماركة بشكل إبداعي، مما يزيد من قيمة الأزياء في أعين الجمهور المستهدف. كما تلعب هذه المدارج دورًا أساسيًا في تطوير علاقة تفاعلية بين المصمم والجمهور (Times, 2015)، ما يعزز من تجربة العرض ويخلق لحظات لا تُنسى. تساعد هذه المدارج في تقديم الأزياء بطرق مختلفة تناسب احتياجات السوق والجمهور المستهدف.

تصميم مدارج عروض الأزياء الترويجية

يساهم تصميم مدارج عروض الأزياء بشكل كبير في تعزيز التجربة البصرية والدرامية للحضور، حيث يتيح لهم استيعاب البيئة المادية التي تنطلق منها الأحداث وعروض الأزياء. يتم ذلك من خلال تنسيق العناصر المرئية والمسموعة التي تظهر على المدرج، مما يخلق أجواء تتسجم مع فكرة العرض وتضفي جاذبية ورونقًا خاصًا على كل تفصيل من تفاصيله (علي، 2018).

يُعد جانبًا جوهريًا من نجاح أي عرض أزياء، حيث يعكس الإبداع والمفهوم الفني لرؤية المصمم أو العلامة التجارية. تتنوع تصاميم المدارج لتلبية احتياجات العرض، بدءًا من الشكل الكلاسيكي البسيط الذي يركز على إبراز التصاميم كما موضح بالشكل (3)،

إلى الأفكار المبتكرة مثل المدرج العائمة التي تضيف لمسة من الخيال (Ferrero-Regis, 2020).



شكل (3) يوضح الممشي الكلاسيكي لحد عروض اسابيع الموضة في نيويورك 2024 تشمل هذه التصاميم عناصر جمالية ووظيفية تخدم تجربة الجمهور، مثل المدرج المرتفعة التي توفر رؤية أوضح، والمدرج التفاعلية التي تدمج التكنولوجيا لإضفاء طابع معاصر وجذاب. تعتمد كل منصة على تقديم تجربة غامرة تُثري العرض وتسهم في تعزيز رسالة المصمم، ما يجعل تصميم المدرج عنصراً محورياً يترك أثراً قوياً لدى الحضور (عواد، 2022).

كما أن تصاميم مدرج عروض الأزياء تسهم بشكل كبير في تعزيز هوية العلامة التجارية وإبراز الابتكار والإبداع في صناعة الموضة. سواء كانت مدرج تقليدية أو تعتمد على مفاهيم عصرية، فإنها أداة فعالة لإبراز التصاميم بشكل يلفت الأنظار ويحقق التميز في عالم الأزياء التنافسي.

مدرج عرض الأزياء من ناحية الشكل:

يوجد عدة أنواع من المدرج المستخدمة في عروض الأزياء، وتختلف تصاميمها من حيث الشكل والهيكل. وهناك أنواع شائعة لمدرج عرض الأزياء من ناحية الشكل:

1. المدرج المستقيم (Straight Runway): يعتبر المدرج المستقيم هو التصميم الأكثر شيوعاً والأكثر تقليدياً. يكون المدرج في شكل مستقيم طويل وضيق، حيث يمشي العارضون على طول من البداية إلى النهاية. هذا النوع من المدرج يمنح المشاهدين رؤية مباشرة وواضحة للملابس والعارضين.
2. المدرج المدور (Circular Runway): يتميز المدرج المدور بشكله الدائري، حيث يكون المسرح في وسط المدرج والعارضون يمشون على شكل دائرة

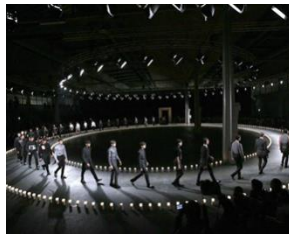
حوله. هذا النوع من المدارج يخلق جواً مميزاً ومثيراً، ويسمح للمشاهدين برؤية العارضين من زوايا مختلفة.

3. المدرج الملتوي (Twisted Runway): يعتبر المدرج الملتوي تصميمًا مبتكرًا وغير تقليدي. يتميز بتوتر المدرج بشكل ملتوي أو مرن، مما يعطي شكلاً غير تقليدياً لعرض الأزياء. هذا النوع من المدارج يسمح بتقديم عروض مميزة وفريدة (Ferrero-Regis, 2020) كما موضح بالشكل (4)

4. المدرج المركزي (Center Stage Runway): يتميز المدرج المركزي بأنه يوجد في وسط المدرج، ويعطي العارضين فرصة للمشي في جميع الاتجاهات. هذا النوع من المدارج يسمح بتفاعل أفضل مع الجمهور، حيث يمكن للمشاهدين مشاهدة العارضين من كل الزوايا.

5. المدرج المتعدد الاتجاهات (Multi-directional Runway): يعتبر المدرج المتعدد الاتجاهات تصميمًا متعدد الجوانب، حيث يمكن للعارضين المشي في اتجاهات مختلفة. يتيح هذا النوع من المدارج تقديم عروض أكثر ديناميكية وتفاعلية (عواد، 2022)

أن هذه المقومات قد تختلف وفقًا لاحتياجات العرض ورؤية المصمم، وقد يتم تخصيص المدارج وفقًا للمكان والمساحة المتاحة ونوع وميزانية العرض.



شكل (4) يوضح المدرج المدور في عروض الأزياء

دور التكنولوجيا في تصميم مدارج عروض الأزياء

تلعب التكنولوجيا دوراً حيوياً في تصميم مدارج عروض الأزياء وتعزيز تجربة العرض وفاعليته. تتيح تجارب الواقع الافتراضي أو المعزز للجمهور مشاهدة العروض

كأنهم في المكان نفسه. تساهم الإضاءة والإنتاج السمعي البصري في إبراز التفاصيل وجعل الأزياء تبرز بشكل مميز (Quinn, 2012). يمكن للمصممين استخدام تقنيات حديثة مثل الروبوتات والذكاء الاصطناعي لتحليل اتجاهات الموضة وإضافة تأثيرات صوتية وبصرية مبتكرة. كما موضح بالشكل (5)



شكل (5) يوضح دور دور التكنولوجيا في تصميم مدارج عروض الأزياء تعمل تقنيات الاتصال والتفاعل على إشراك الجمهور في العرض، مثل التصويت على الملابس أو مشاركة ردود الفعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي. يمكن لتقنيات البث المباشر عبر الإنترنت توسيع نطاق مشاهدة العروض حول العالم. يضيف استخدام الأقمشة الذكية والتحكم في الإضاءة أبعادًا جديدة لعروض الأزياء، مما يعزز الإبداع والتفاعل بين المصممين والجمهور (Seymour, 2008). بإيجاز، تجمع هذه التقنيات بين المادة والصورة لخلق تجارب مبتكرة ومثيرة في عروض الأزياء، مما يضيف جاذبية ويعزز التفاعل والإبداع في عالم الموضة.

الأبعاد الجمالية في تصميم مدارج عروض الأزياء

الأبعاد الجمالية لمدارج عروض الأزياء تعتمد على نهج التصميم الداخلي الذي يركز على أسس ونظريات مدروسة لضمان الجودة والفاعلية. الفكر الإبداعي للمصمم يلعب دورًا محوريًا في صياغة هوية جمالية خاصة تعكس روح المكان ووظيفته. يتم ذلك من خلال المزج بين الأناقة والبساطة لتوفير تجربة حسية متكاملة، حيث يعكس التصميم الداخلي للمدرج التوازن بين الجمالية البصرية والانسجام الوظيفي، مما يضيف على المكان طابعًا فريدًا ومميزًا يبرز الأزياء بطريقة مبتكرة (الكرابلية، 2016).

تتحدد القيمة الجمالية في التصميم بتفاعل التركيب الشكلي، بما يحويه من صفات بصرية مثل البساطة والتعقيد، مع ما يضفيه المتلقي من قيم ومعاني ناتجة عن هذا التركيب. ورغم تغير مفهوم الجمال عبر الزمن، إلا أن المحتوى الإنساني للتجربة الجمالية يظل ثابتاً. وفي التصميم، ترتبط القيمة الجمالية بالوظيفة والمنفعة، حيث يعتبر التصميم الذي يحقق وظيفته بشكل فعال أكثر جمالاً. كما تحمل التصميمات رموزاً ودلالات تاريخية وثقافية تضفي عليها قيمة معنوية. بالمعنى، القيمة الجمالية هي مزيج من العناصر الشكلية والوظيفية والمعنوية، تتفاعل مع ذائقة المتلقي لتخلق تجربة جمالية فريدة (انكاردن، 1986).

تتجلى الأبعاد الجمالية في تصميم مدارج عروض الأزياء في عدة جوانب رئيسية، أولها العناصر البصرية التي تشمل الخطوط والأشكال، حيث يجب أن يتناغم تصميم المدرج مع طبيعة التصميم المعروضة، سواء كانت تعتمد على الخطوط الحادة والمستقيمة أو المنحنيات الناعمة. كما تلعب الألوان دوراً حيوياً في خلق الجو المناسب للعرض، سواء كانت ألواناً هادئة ومريحة أو ألواناً جريئة ومثيرة. (العزاوي، 2004) ولا يقل الملمس أهمية، حيث يمكن استخدام مواد متنوعة مثل الخشب أو الزجاج أو المعدن لإضفاء لمسة مميزة على المدرج. أما الإضاءة، فهي عنصر أساسي لإبراز جمال التصميم والتركيز على التفاصيل الدقيقة.

ثانياً، يبرز تناغم التصميم وجودة القصات كبعد جمالي هام، حيث يجب أن يتكامل تصميم المدرج مع الأزياء المعروضة لخلق تجربة بصرية متكاملة. وتساهم جودة القصات والتفاصيل في إبراز جمال التصميم وجاذبيتها.

ثالثاً، يظهر تناسق الألوان وجاذبية العارضات كعنصر أساسي، حيث يجب أن تكون الألوان المستخدمة في التصميم متناسقة ومتناغمة مع ألوان المدرج والإضاءة. ولا يمكن إغفال دور جاذبية العارضات وثقتهم بأنفسهم في إبراز جمال التصميم وجعل العرض أكثر جاذبية (Reid، 2024).

يرأى الباحث ،إن اهداف الأبعاد الجمالية هي خلق تجربة بصرية جذابة وملهمة للحضور، مما يجعل العرض لا يُنسى. فالشعور بالبهجة والسرور لدى المتلقي هو جزء لا يتجزأ من جمالية العمل الفني.

ولا يمكن إغفال دور الوظيفة الجمالية في إرضاء المتطلبات السيكولوجية للفرد في الاستمتاع بالوجود، مما يمنحه قيمة ومعنى وجوديًا حسيًا. فالقيمة الجمالية هنا يمكن إدراكها بصورة مباشرة، حيث أن الجمال موجود بشكل مستقل عن إدراكنا. وفي الوقت نفسه، ترتبط القيم الجمالية بذائقة المتلقي، فكلما ازدادت اللذة التي يحصل عليها، ازدادت القيمة التي يعزوها إلى العمل الفني ، إن تصميم مدارج عروض الأزياء هو فن متكامل يجمع بين الأبعاد الجمالية والوظيفية لخلق تجربة بصرية تبقى في ذاكرة المتلقي.

الأسس التصميمية في إظهار القيم الجمالية لمدارج عروض الأزياء

تعتمد القيم الجمالية في تصميم مدارج عروض الأزياء على مجموعة من الأسس والمبادئ التي تهدف إلى خلق تجربة مميزة للمشاهدين، وتشمل:

1. التوازن: توزيع العناصر بشكل متساوٍ ومتناغم لضمان تجربة جمالية متناغمة.
2. الانسيابية: خلق تدفق سلس للعروض من خلال تكامل العناصر بشكل طبيعي.
3. التباين: استخدام الألوان المتناقضة والإضاءة القوية لخلق تأثيرات بصرية مثيرة (الكرالية، 2016).
4. التنوع: تقديم مجموعة متنوعة من الأزياء والألوان لجذب انتباه الجمهور.
5. التفاصيل: التركيز على التفاصيل الدقيقة لتعزيز الجودة والفخامة.
6. الابتكار: التفكير الإبداعي واستخدام تقنيات جديدة لتمييز العرض وإبهار الجمهور.
7. الاتزان والتناسق: تحقيق توازن وتناسق بين العناصر المختلفة لخلق جو مريح.

8. الأناقة والرقى: اختيار الألوان والمواد بعناية لتمثيل الأناقة والرقى.

تعمل هذه الأسس معاً على تعزيز جمالية مدارج عروض الأزياء وتحسين تجربة المشاهدة.

القيم الجمالية في مدارج عروض الأزياء

تهدف جميع هذه القيم الجمالية إلى إيجاد توازن وتناغم بين العناصر المختلفة في تصميم مدارج عروض الأزياء، مما يساهم في خلق تجربة جمالية للمشاهدين ويعزز قيمة العروض والأزياء المقدمة (البطحي، 2020). لإظهار الجمال على المدارج، يمكن اتباع العناصر التالية:

1. عناصر التصميم الفعالة: استخدام تصاميم مبتكرة تبرز جمال الأزياء.
2. تنسيق الألوان: اختيار ألوان متناغمة لتسليط الضوء على التصاميم.
3. تناسق الأقمشة: استخدام أقمشة عالية الجودة لإبراز التفاصيل.
4. مهارات التمثيل: عرض الملابس بواسطة عارضين ذوي مهارات فائقة تعكس جاذبية الملابس.
5. استخدام الإضاءة الفنية: تحديد نقاط الإضاءة لتسليط الضوء على جوانب محددة.
6. التخطيط الجيد للعرض: ترتيب تسلسل الملابس لتعزيز قصة العرض.
7. الموسيقى والتأثيرات الصوتية: استخدام الموسيقى لتعزيز الجو العام.
8. تكنولوجيا العرض: تطبيق التكنولوجيا لإضافة عناصر بصرية مثيرة.
9. تشجيع التفاعل: إشراك الحضور لتعزيز تجربتهم مع العرض.
10. التسويق الذكي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لجذب الجمهور وتعزيز روعة العرض.

تتضافر هذه العناصر لخلق تجربة فنية شاملة وجمالية تأسر الأنظار.

الابعاد الوظيفية لمدارج عروض الازياء

القيمة المادية في التصميم تبرز من خلال القدرة الأدائية والوظيفية، وتسمى التصاميم لتحقيق أعلى قدرة أدائية ووظيفية مقابل قيمتها المادية (ابو ريان، 1985).

تصميم مدارج عروض الأزياء يعزز تجارة بناء الصورة والتميز بين الشركات من خلال مدارج عالية الجودة. يعكس التصميم الإبداعي لمدارج عروض الأزياء القيم الوظيفية للإبداع، حيث يُعتبر جزءاً أساسياً من عملية عرض الأزياء ويعزز الجاذبية الفنية. يتطلب التصميم الفعال للمدارج تنظيم المكونات المختلفة بشكل مترابط لتحقيق أهداف وظيفية وجمالية. يتطلب ذلك استخدام تنظيمات جمالية ووظيفية مثل التباين والتوازن والتكرار. يعزز هذا التنظيم العملية التصميمية ويسهم في تحقيق أهداف المصمم في إيصال الفكرة بشكل واضح وجذاب إلى المتلقي. بالتالي، يتحقق الجمال والوظيفة من خلال تنسيق وتنظيم العناصر في نظام تصميمي متكامل.

من خلال النظام، يستطيع المصمم تحقيق الجمالية في أعماله التصميمية، إذ إن هناك تلاحماً بين الجمال والنظام، حيث أن الجمال هو ناتج دال على النظام والتنظيم. تتركز قيمة الوظائف في تصميم مدارج عروض الأزياء على بناء نظام تصميمي يتألف من العناصر البنائية والأسس التصميمية، ويعكس هذا النظام الهيكل الشكلي للتصميم بشكل مؤثر وجذاب .

الخيال والإبداع يلعبان دوراً مهماً في بناء التصميم، حيث يعتمد الخيال على الخبرة والتجربة في الأداء والتحليل، ويؤدي إلى استثمار الإحساسات البصرية. تصميم المدارج يسعى لاستخلاص الرسالة الجمالية والفنية. يعتبر العمل الفني جمالياً ويستمد شرعيته من قيمته الجمالية والوظيفية (البابلي، 2018) .

في تصميم مدارج عروض الأزياء، يتم اختيار المكان بعناية لتعزيز القيم الوظيفية وتقديم تجربة متكاملة تعكس رؤية المصمم وتؤثر في الحضور. يمكن استخدام العوامل التالية لإعادة صياغة القيم الوظيفية لتصميم مدارج عروض الأزياء:

1. عرض الأزياء الفعال: توفير منصة تسهل رؤية الأزياء وتفاصيلها للجمهور.
2. التنظيم والترتيب: تنظيم العروض بشكل متسلسل ومنطقي لتسهيل تدفقها.
3. الديكور والتجهيزات: استخدام الديكور لخلق تأثيرات فريدة وتعزيز الهوية الفردية للمصمم.

4. الخلفيات والتأثيرات البصرية: استخدام الخلفيات والتأثيرات البصرية لتعزيز موضوع العرض.
 5. توفير مساحة للإضاءة والصوت: تصميم المدرج لتوجيه الإضاءة والصوت بشكل فعال.
 6. السلامة والأمان: ضمان سلامة العارضين والجمهور من خلال اتخاذ الاحتياطات اللازمة.
 7. تجربة الجمهور: تحسين تجربة الجمهور من خلال رؤية جيدة ومقاعد مريحة.
 8. الإعلان والتسويق: استخدام المدرج كأداة لتعزيز الهوية العلامة التجارية والتسويق.
- تلعب القيمة الوظيفية لمدرج عروض الأزياء في تنظيم العروض وتسهيل تجربة العروض للمصممين والعارضين والجمهور، وتعزيز الفهم والتقدير للأزياء، وتوفير مساحة للإضاءة والصوت، وضمان السلامة والأمان.

مؤشرات الإطار النظري

1. تعتبر عروض الأزياء فناً تعبيرياً يتم فيه عرض الملابس أمام جمهور محدد.
2. تتألف منصة عروض الأزياء عادةً من منصة ضيقة ومسطحة تمتد على طول القاعة.
3. تحظى عروض الأزياء بأهمية كبيرة في عالم الموضة وزادت شعبيتها بسرعة لتصبح واحدة من أبرز الأحداث في هذا المجال.
4. تم تنظيم أول أسبوع للموضة في نيويورك عام 1943 بهدف جذب الانتباه بعيداً عن الموضة الفرنسية خلال الحرب العالمية الثانية.
5. تلعب الأقمشة دوراً كبيراً في تصنيع وتصميم الملابس وتحظى بأهمية كبيرة في عالم الموضة.
6. عملية التصميم هي عملية تنظيمية تأسيسية تسعى لإنشاء نظام، ومن المهم أن نذكر أن الكون نفسه هو نظام متكامل كما يشير القرآن الكريم.

7. تلعب مدارج العرض دوراً حيوياً في الترويج للأزياء وتعزيز نجاح المصممين والعلاقات التجارية.
8. تقنية الموضة أو تكنولوجيا الأزياء تشمل استخدام تقنيات حديثة وأدوات مبتكرة في صناعة الملابس.
9. يلعب الإضاءة دوراً هاماً في تصميم مدارج عروض الأزياء، وتعتمد توزيع الإضاءة بشكل كبير على احتياجات المكان ومساحته.
10. تشمل الأبعاد الجمالية لمدارج عروض الأزياء التناغم بين التصميم وجودة القصات وتناسق الألوان وجاذبية العارضات.

الاطار المنهجي

اجراءات البحث

اولا: مجتمع البحث:

يتناول مجتمع البحث عدد من الفضاءات الداخلية لمدارج عروض الازياء لاشهر دور تصميم الازياء ، اذ تألف مجتمع البحث من (30) أنموذجاً من مدارج عرض الازياء التي تم الحصول من مواقع الانترنت لدور الازياء الرسمية.

ثانيا :عينة البحث:

تم استناد البحث إلى عينة قصدية بهدف تحقيق هدف الدراسة، حيث تم اختيار خمسة نماذج لتشكّل 20% من مجتمع البحث بما يتناسب مع موضوع البحث، وهو دراسة الابعاد الوظيفية والجمالية لمدارج عروض الازياء. وذلك للمبررات التالية:

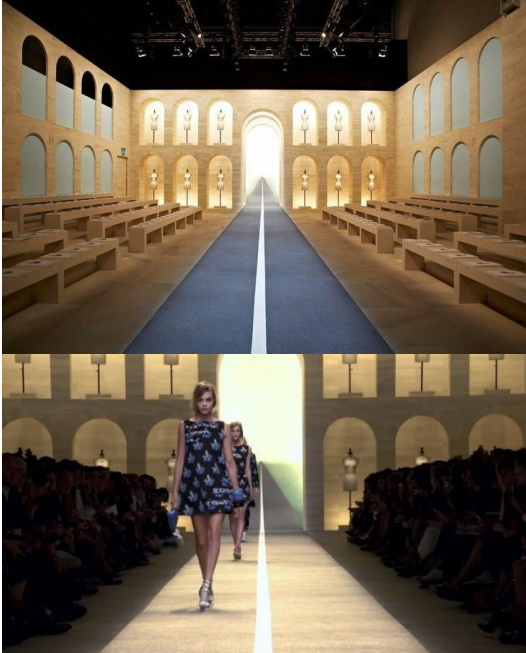
- تنوع الاساليب الجمالية والوظيفية المستخدمة.
- تميزها التصميمي وشهرتها الكبيرة على مستوى العالم.
- توفر معلومات كافية عن العينة.
- تنوع الخامات اساليب اخراج الفضاءات الداخلية للمدارج.
- تم استبعاد المدارج التي تم نصبها في الابنية الجاهزة.

ثالثا: أداة البحث:

تم الاعتماد على مؤشرات الاطار النظري كمحاكات اساسية في تحليل نماذج عينة البحث كونها مؤشرات تعاطت مع موضوع البحث وهدفه.

رابعا: منهج البحث:

اعتمدت البحث منهج الوصفي بأسلوب تحليل في تحليل عينة البحث كونه المنهج الانسب لتحقيق هدف البحث في الدراسة الحالية والوصول الى النتائج .



خامسا: تحليل العينات

نموذج رقم (1)

عرض ازياء : Fendi

المكان: روما ايطاليا

سنة العرض : 2015

تصميم المدرج: ستيفان لوبرينا

المصدر <https://www.villaeugenie.com/projects/fendi-w-ss-15>:

وصف النموذج:

مدرج لعرض ازياء شركة فندي Fendi للملابس الجاهزة و لموسم الربيع والصيف 2015 في روما ايطاليا وهو عبارة عن مدرج مستطيل الشكل مستوحى من قصر الحضارة الإيطالية (palazzo della Civiltà Italiana) وايضا مقر

شركة فندي الجديد، يحتوي على ممر واحد يتوسط المشهد يكون مكان الجمهور على الجانب من منصة العرض.

تحليل النموذج:

الأبعاد الجمالية :

تتجلى بوضوح في تصميمه المستوحى من قصر الحضارة الإيطالية، وهو رمز ثقافي يعبر عن الفخامة والرقي المرتبطين بالعصر الكلاسيكي للرومانية القديمة. يعكس المدرج هذا التراث من خلال استخدام اللون البني كلون سائد، الذي يحاكي لون حجارة الجدران الأصلية للقصر، مما يضيف عمقاً وتناغماً بصرياً يعزز الروح التاريخية للمشهد. أما التفاصيل البصرية فهي بارزة من خلال ثلاثة جدران شاهقة تتخللها نوافذ مقوسة موزعة على صفيين بدقة وتناغم. وأضيفت لمسة إبداعية عن طريق وضع مجسمات لمينيكانات الخياطة داخل النوافذ الاثنتي عشرة، ما منح التصميم طابعاً فنياً يدعم رؤية دار الأزياء ويعزز الهوية الإبداعية للعرض.

الأبعاد الوظيفية:

صُمم المدرج بممر مستطيل على مستوى الأرض، مما يتيح للجمهور رؤية واضحة للعارضات أثناء العرض، ويضمن انسيابية الحركة واستقرارها. كذلك، تنظيم الجمهور على جانبي منصة العرض يعزز التفاعل المباشر ويوفر رؤية مثالية من مختلف الزوايا. ولتسهيل التنقل وتنظيم دخول العارضات، تم تضمين بوابة دخول ذات قمة مقوسة تتوسط الجدار الأمامي، وهو عنصر أساسي يربط التصميم الوظيفي بالجمالية. علاوةً على ذلك، تم استغلال المساحات بعناية فائقة، حيث وزعت العناصر بطريقة تضمن تحقيق التوازن بين المظهر الجمالي والفعالية العملية.

يجمع هذا التصميم بين الجوانب الإبداعية والوظيفية بشكل متناغم، ما يعبر عن رؤية تستوحى عراقة ماضي روما وتدمجها مع تطلعات مستقبلية مبتكرة في عالم عروض الأزياء.



نموذج (2)

عرض ازياء : كوريج

المكان :باريس

سنة العرض: 2016_2017

تصميم المدرج: اوبرا الباستيل

المصدر <https://images.app.goo.gl/cWhWcxzPGTYTMBa96>

وصف النموذج

يمثل النموذج اعلاه مدرج لعرض الازياء كوريج لخريف وشتاء 2016_2017 للسيدات في باريس ويكون المدرج من ممر واحد متعدد الاتجاهات ،ممتد على شكل مثلث الشكل تسير عليه عارضات الازياء لاداء العرض وعلى جانب احد اضلاع المثلث توجد نماذج للازياء المصممة في هذا الموسم تم عرضها باستخدام شاشات التكنولوجيا للعرض واخذ العرض الشكل المعتم مع تركيز الاضاءة على المدرج فقط .

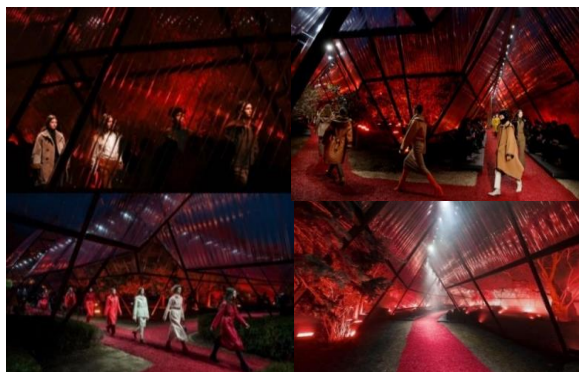
تحليل النموذج

الأبعاد الجمالية:

تصميم هذا المدرج يعكس تركيزاً واضحاً على الأبعاد الجمالية من خلال اختيار الشكل المثلث المتساوي الأضلاع واللون الأسود المهيمن، مما يضفي طابعاً كلاسيكياً وأنيقاً على العرض. يوحي الشكل المثلث بالحدثاء والتجدد، بينما يعمل اللون الأسود على إضفاء طابع من الفخامة ويبرز تفاصيل الأزياء بشكل مثالي. الإضاءة المحورية الموجهة إلى المدرج فقط تُعزز من التركيز على العارضات والملابس، مما يخلق أجواء درامية فريدة. وجود شاشات العرض لعرض 32 زياً مختلفاً على جانب المدرج يضيف بُعداً بصرياً مبتكراً، ويدمج التكنولوجيا مع الفن لخلق تجربة بصرية متميزة.

الأبعاد الوظيفية:

من الناحية الوظيفية، تم تصميم المدرج بشكل يضمن انسيابية العرض وسهولة التنقل. الممر متعدد الاتجاهات والممتد على شكل مثلث يوفر تنوعاً في حركة العارضات، مما يتيح للجمهور رؤية التصميمات من زوايا مختلفة. كما تسهم بوابة المدرج الموجودة في إحدى زوايا المثلث في تنظيم دخول وخروج العارضات بفعالية. الإضاءة المركزة تضمن وضوحاً مثاليًا، مما يعزز التباين البصري بين الملابس واللون الأسود السائد، ويساعد في جذب انتباه الجمهور إلى التفاصيل. استخدام الشاشات لعرض الأزياء المصممة يدعم وظيفة المدرج كأداة للترويج الفعال للأزياء، مما يحقق التوازن بين الجانب الجمالي والعملية.



نموذج (3)

عرض ازياء: اسبوع الموضه

المكان: باريس

سنة العرض: 2018

تصميم المدرج: ناديجي فانهي سيبولسكي

[https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-ready-to-](https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-ready-to-wear/hermes)

wear/hermes المصدر

وصف النموذج:

في عرض الأزياء الحالي الذي أُقيم في باريس لموسم خريف وشتاء 2018 لدار الموضة العالمي هيرميس ذلك في مدرسة فيكتور دوروي الثانوية ، تم استخدام تصميم المدرج بشكل خيمة ذي طابع مميز. تم اختيار اللون الأحمر الداكن لجميع عناصر المدرج، بما في ذلك الإضاءة والسجادة والخيام، مشى العارضات مرصوف بالحصى باللون الأحمر الداكن، إن استخدام اللون الأحمر القرمزي لإضفاء جو من الدفء

والحماسة على المكان. يبدأ المدرج ببوابة مميزة تُفتح لتستقبل الحضور في عالم فريد من الأناقة والجمال. يتواجد في نهاية وبداية المدرج بوابات تستخدم لدخول وخروج عارضات الأزياء بأناقة وأنسيابية.

تحليل النموذج:

الأبعاد الجمالية:

تصميم المدرج مستوحى من المخيمات الحمراء التي تعبّر عن الثقافة الأصلية لمدينة باريس، مما أضفى طابعاً مميزاً وفريداً على العرض. كان اللون الأحمر الداكن هو العنصر السائد في جميع أرجاء التصميم، بدءاً من الإضاءة والسجاد وحتى الخيام، حيث يعكس هذا اللون قيماً رمزية مرتبطة بالشغف، الجاذبية، والقوة. الإضاءة تم توظيفها بشكل إبداعي للغاية، حيث تبدأ ساطعة ثم تتلاشى تدريجياً لتكشف عن أجواء مترفة ودافئة، مما يخلق تجربة بصرية درامية ومثيرة. الحصى باللون الأحمر الداكن الذي يغطي أرضية المدرج يساهم في تعزيز النمط البصري المتناسق، إلى جانب استخدام اللون الأحمر القرمزي الذي يضيف شعوراً بالحماسة والدفء. هذا التكامل في العناصر الجمالية يعبر عن رمزية النار والحرارة، مما يمنح العرض لمسة من الأصالة والفخامة التي تجذب الأنظار إلى التصميمات المعروضة.

الأبعاد الوظيفية:

من الناحية الوظيفية، تم تصميم المدرج بشكل عملي وفعال لضمان تقديم تجربة مميزة للحاضرين. يشكل الممشى المستطيل المغطى بالحصى طريقاً مستقيماً يوفر استمرارية وثباتاً في حركة العارضات، مما يعزز رؤية الجمهور للتفاصيل الدقيقة للتصاميم. تنظيم الخيام في أنحاء المدرج أضاف بعداً عملياً، حيث وفّرت مساحات ملائمة للعارضات، وأسهمت في تعزيز مظهرهن أثناء العرض. كما ساعدت بوابات الدخول والخروج في تسهيل حركة العارضات بشكل انسيابي وأنيق.

إضافةً إلى ذلك، يوفر هذا التصميم رؤية ممتازة للجمهور على جانبي الممشى، مما يسهم في إبقاء الحضور في حالة تركيز طوال العرض. كما يُطيل تصميم الممشى والمدة التي تقضيها العارضات أمام الكاميرات ووسائل الإعلام، وهو ما يعزز الجوانب التسويقية للعلامة التجارية. هذا التوازن بين الجماليات والوظائف يجعل التصميم وسيلة فعالة للترويج للتصاميم وإيصال الرسائل الإبداعية للماركة إلى الجمهور والمشاهدين.

نموذج (4)

عرض الأزياء: شانيل المائية

المكان: باريس

سنة العرض: 2011

تصميم المدرج: زها حديد



المصدر https://youtu.be/BEmzYZ_wam8?si=H0yd0ZlGKtp4ywH3

وصف النموذج:

في عام 2011، تم تنظيم عرض شانيل المائي الرائع في باريس، والذي اتسم بتصميمه المستوحى من عالم المدينة المائية. تم تشكيل المدرج والمساحة المحيطة به على غرار قاع البحار الساحر، حيث تم استخدام أصداف ومرجان بأحجام متنوعة لإنشاء هياكل مذهلة. وعندما يخرج عارضو الأزياء، يظهرون من بوابة ضخمة بشكل صخرة بيضاء، تشبه الصخور الشعاب المرجان. وعلى جانبيها، يوجد محار ضخم يضفي رونقاً وروعة على المنظر العام. ساد اللون الأبيض بكل تفاصيل المدرج، مما منح العرض أجواءً من الأناقة المطلقة والترف الفاخر.

تحليل النموذج:

الأبعاد الجمالية:

يتجلى الجانب الجمالي لهذا المدرج في تصميمه الفريد المستوحى من أعماق البحار والمدن المائية. يشكل المدرج قاع بحر ساحر يعج بالأصداف والمرجان بأحجام مختلفة، مما يخلق مشهداً بصرياً متناغماً ومليناً بالتفاصيل المميزة. اللون الأبيض هو العنصر الأساسي في هذا التصميم، حيث يعبر عن النقاء والرقي، ويضيف لمسة من الأناقة والترف. كما أن البوابة الصخرية البيضاء والمحار الضخم المصممين بعناية يعززان التنوع البصري، مما يمنح المدرج عمقاً وتفاصيل جمالية رائعة.

الأشكال المنحنية والمتدفقة للأصداف والمرجان تضيف انسيابية على المشهد، مما يسمح للناظر بتجوال بصري مريح عبر المدرج. استخدام الإضاءة المتدرجة، التي تبدأ بالسطوع ثم تتحول إلى هالة دافئة، يضيف أجواء حاملة ويعزز من رمزية المكان، مما يجعل التجربة أكثر إلهاماً وإبداعاً.

الأبعاد الوظيفية:

من الناحية الوظيفية، تم تصميم المدرج ليجسد بمهارة مفهوم المدينة المائية، حيث تعكس الأصداف والمرجان والهياكل المائية الطابع البحري بشكل دقيق. توزعت العناصر بشكل متوازن على مساحة المدرج، مما يضمن تنظيمًا يسهل حركة العارضين وسلسلة العرض. إضافةً إلى ذلك، توفر البوابة الصخرية البيضاء نقطة دخول وخروج واضحة للعارضين، ما يضيف تنظيمًا وانسيابية على سير العرض.

التصميم يهدف أيضًا إلى تعزيز تجربة الجمهور، حيث تم تصميم المدرج بطريقة تتيح رؤية واضحة ودقيقة للتفاصيل الدقيقة للآزياء. كذلك، يعزز التصميم الاتصال بين العارضين والجمهور، من خلال قرب المدرج وتفاصيله المرئية، مما يخلق تفاعلاً مميزاً بين الحاضرين والعارضات.

كما أن استخدام مواد وأشكال مستوحاة من أعماق البحر، بطرق مبتكرة وغير تقليدية، يُبرز قدرة المصمم على الابتكار ويخلق تجربة ملهمة تُثري العرض. تُساهم هذه الوظائف في تعزيز الأثر التسويقي للعلامة التجارية، مما يجعل المدرج ليس فقط وسيلة لعرض الأزياء، بل أيضًا أداة لنقل هوية ورسالة العلامة بفعالية.

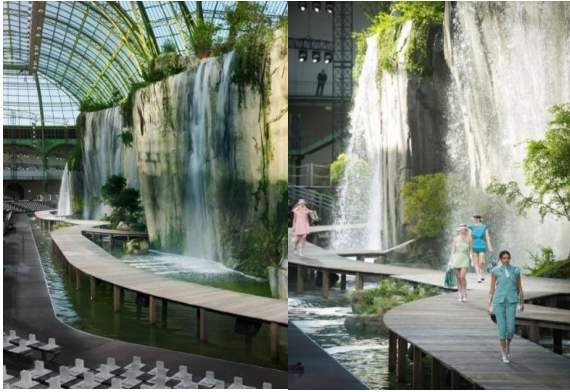
نموذج (5)

عرض الأزياء: شانيل

المكان: باحة القصر الكبير - باريس

سنة العرض: 2018

تصميم المدرج: غير معروف



<https://www.crystal.fr/en/realisation/chanel-ready-to-wear-spring-summer-2018-fashion-show>
المصدر

وصف النموذج:

النموذج الحالي هو أحد مدارج عروض الأزياء في الشلالات باحة القصر الكبير في باريس مستوحى من مضيق دو فيردون في فرنسا ، الذي تم تقديمه ضمن مجموعة شانيل لربيع 2018. يتميز هذا المدرج بأنه مستوحى من الطبيعة ويأخذ شكل ممر متعرج غير منتظم، مصنوع من الخشب وممتد فوق بركة مائية. يتدفق الماء على شكل شلالات صناعية، يجسد فصل الربيع حيث يذوب الثلج وينزل الماء من قمم الجبال. يتزين المدرج بالأشجار الخضراء، ويحتوي الجانب الآخر على مساحة لجلوس الحاضرين. يتواجد بوابة واحدة في بداية المدرج تمثل دخول العارضات، وبوابة أخرى في نهاية المدرج تمثل خروجهن.

تحليل النموذج:

الأبعاد الجمالية:

تصميم المدرج الحالي يستلهم جمال الطبيعة من مضيق دو فيردون في فرنسا، ويعكس روعة فصل الربيع حيث يذوب الثلج ويتدفق الماء من قمم الجبال. يتميز المدرج بالممر المتعرج المصنوع من الخشب والممتد فوق بركة مائية، مما يضيف لمسة إبداعية غير تقليدية. وجود الشلالات الصناعية يضيف تأثيراً بصرياً مذهلاً وصوتاً هادئاً يعزز الشعور بالسر والراحة. الأشجار الخضراء المحيطة بالمدرج تخلق جواً منعشاً وطبيعياً يثري جمالية العرض ويعكس أجواء ريفية متجددة.

كما تم اعتماد الألوان الربيعية الحيوية لتعزيز البهجة والنشاط، مما يعكس جمال الطبيعة ويدعم فكرة التجديد والإبداع. انعكاس الضوء على الماء وحركة الماء اللطيفة يضيفان لمسات درامية فنية ترفع من جاذبية العرض. هذه العناصر الطبيعية والمتناسقة تساهم في خلق تجربة جمالية استثنائية للحاضرين، وتترك انطباعاً خلاباً.

الأبعاد الوظيفية:

أما من الناحية الوظيفية، فإن تصميم المدرج يقدم حلولاً مبتكرة لتحسين تجربة العرض. الممر المتعرج فوق الماء يوفر رؤية بانورامية للأزياء، مما يتيح للجمهور متابعة العروض من زوايا متعددة. تصميم الشلالات الصناعية والأشجار الخضراء له دور وظيفي في تهدئة الأجواء وخلق بيئة مريحة، كما تُضاف لمسة صوتية مميزة تعزز من استمتاع الحاضرين.

المدرج يتمتع ببوابات واضحة في بدايته ونهايته، ما يُنظّم حركة العروض ويدعم سير العروض بانسيابية. الهيكل الصناعي فوق الماء مُصمّم بعناية لضمان السلامة والاستقرار، مع الأخذ في الاعتبار التحكم في العوامل البيئية كالأمواج والرياح. بالإضافة إلى ذلك، الألوان الربيعية تعمل كأداة فعالة لإبراز تفاصيل التصاميم، وتعكس الأسلوب الإبداعي للماركة، مما يعزز الأثر التسويقي والإعلامي للعرض.

يجمع هذا التصميم بين الجماليات المستوحاة من الطبيعة والوظائف العملية لتحقيق تجربة عرض فريدة ومميزة تميز بين الإبداع والابتكار. أخيراً، استخدام الألوان الربيعية الحيوية في العروض يلعب دوراً وظيفياً مهماً في تعزيز رسالة الموضة وإبراز التفاصيل والأنماط الجديدة. تلك الألوان تجذب الانتباه وتعزز رؤية المصمم وتعكس الأسلوب والاتجاهات الحالية في عالم الأزياء.

النتائج:

1. الإضاءة المناسبة في مدارج عروض الأزياء تسلط الضوء على التصميم وتبرز تفاصيل الملابس بشكل مبهر.
2. تعتبر المدارج منصة أساسية لعروض الأزياء، حيث يتم تقديم وعرض تصاميم المصممين والأزياء الجديدة.
3. يمكن لمدارج العروض توجيه اتجاهات الموضة وتعزيز الصيحات الحالية، حيث يتابع الحضور ووسائل الإعلام أحدث التصاميم والموديلات.
4. يوفر المسرح والإضاءة والترتيب المناسب للمدرج جوّاً أسراً يزيد من جاذبية وتأثير العروض.
5. يمكن لمدارج العروض أن تسهم في بناء وتعزيز العلاقات التجارية بين المصممين والعلامات التجارية ووسائل الإعلام والمشتريين.
6. يمكن استغلال السياق المكاني والزمني للمدارج في تصميمها، مما يزيد من جاذبيتها وروعيتها.
7. يمكن تصميم مدارج عروض الأزياء فوق الماء لإضفاء عنصر إثارة وتميز إلى العروض.
8. يجب مراعاة الأبعاد الجمالية والوظيفية في تصميم المدارج لتحسين تجربة الحضور وضمان السلامة.
9. يمكن استخدام الإضاءة والألوان بشكل استراتيجي لجذب انتباه الحضور إلى المناطق المحددة وتسلط الضوء على التفاصيل المهمة.

10. تصميم الديكور الداخلي للمدارج يمكن أن يعزز هوية وعلامة المصمم أو العلامة التجارية ويسهم في زيادة رضا العملاء.
11. يمكن لمدارج العروض أن تكون فرصة للابتكار والتجربة في تقديم الأزياء واستخدام تقنيات جديدة ومبتكرة.
12. يمكن لمدارج العروض أن تحفز الإبداع وتعزز التفاعل الفني بين المصممين والمشاهدين وتعكس تطور صناعة الموضة والأزياء.

الاستنتاجات:

1. الإضاءة تلعب دورًا حاسمًا في مدارج عروض الأزياء لعدة أسباب وهي إبراز التصميم حيث تساعد الإضاءة على إبراز التفاصيل والقوام والألوان للملابس بشكل مثالي
2. يختلف كل مصمم عن الآخر في تصميم مدارج الأزياء بناءً على رؤيته الفنية والإبداعية وقد يستوحي تصاميمه من موضوعات مختلفة مثل الطبيعة أو الثقافة أو الفن
3. التصميم الداخلي الممتاز للمدارج يُحسِّن الفعالية والكفاءة في إدارة العروض. يتضمن ذلك توزيع الفضاء بشكل استراتيجي لتسهيل حركة العارضين والفريق العامل، وتنظيم سير العروض وتجهيزات الإضاءة والصوت بكفاءة.
4. أهمية التوازن بين الأبعاد الجمالية والوظيفية في تصميم المدارج يسهم في تجربة ممتعة وجذابة للحضور، مع الحفاظ على الجوانب العملية والوظيفية الضرورية للعروض الناجحة.
5. ان عروض الأزياء تمثل عروضًا فنية تقام لعرض مجموعة جديدة من التصميم والأزياء. تعكس هذه الفعاليات الابتكار والإبداع في عالم الموضة
6. ان لا يزال تاريخ بدء عروض الأزياء مجهولاً حتى الآن، ولكن في القرن التاسع عشر كانت تُقام عروض الأزياء بشكل دوري في صالات دور الأزياء الراقية في باريس

7. ولا يستطيع مصممو الأزياء صناعة كافة ابتكارات الموضة العصرية بسهولة وانما يعملون بشكل كامل على إظهار كافة ما لديهم وأن يكونوا لديهم المعرفة الكاملة

8. فان النظام التصميمي هو تنظيم مكونات التصميم ضمن وحدة كلية متماسكة من العلاقات الترابطية لتحقيق أهداف وظيفية وجمالية متنوعة

9. يفضل استخدام المدرج المستقيم لعرض الأزياء حيث يوفر رؤية مثالية للملابس والعارضين من قبل الجمهور

التوصيات:

1. تعزيز التوازن بين العناصر الجمالية والوظيفية في تصميم المدرج، مع الأخذ في الاعتبار المتطلبات العملية لعروض الأزياء ومتطلبات السلامة.
2. دراسة استخدام الألوان والإضاءة بشكل استراتيجي لتعزيز جمالية المدرج وتحقيق تأثيرات مؤثرة على عروض الأزياء.
3. تحليل توزيع الفضاء وتخطيط المدرج لضمان سهولة حركة العارضين وفريق العمل وتحقيق تجربة مريحة للحضور.
4. توصية بتطوير معايير ومبادئ تصميم لمدرج عروض الأزياء تجمع بين الأبعاد الجمالية والوظيفية، وتوجيه المصممين والمهنيين في هذا المجال.
5. التركيز على الإضاءة في تصميم مدرج عروض الأزياء لما لهما من تأثير على العرض من الناحية الجمالية والوظيفية
6. تشجيع البحث المستقبلي في هذا المجال لمزيد من الابتكار والتحسين في تصميم المدرج الجمالية والوظيفية لعروض الأزياء.

المراجع

1. ابي الحسين ابن زكريا. (2005). مجمل اللغة،. بيروت- ط1 -ص 122: دار احياء التراث العربي.
2. أحمد زي البدوي. (1990). المعجم العربي الميسر. القاهرة - ص 289: دار الكتاب المصري.

3. أحمد مختار عمر. (2008). معجم اللغة العربية المعاصرة . الجزء : 1
صفحة : 398: عالم الكتب.
4. أمل عبد الخالق عواد. (2022). رؤية حديثة للتصميم الداخلي للمسرح بين
المفهوم التقليدي والرقمي. مجلة التراث والتصميم ، 22-41.
5. إيمان البابلي. (2018). الوظيفة والتصميم في العمارة الداخلية. القاهرة: الدار
للنشر والتوزيع.
6. حكمت رشيد العزاوي. (2004). الجذب في بنية اغلفة المجالات. اطروحة
دكتوراه غير منشورة - كلية الفنون الجميلة - جامعة بغداد.
7. خالدة عبد الحسين الربيعي. (2015). تاريخ الأزياء وتطورها. الأردن، عمان:
دار اليازوري العلمية السلسلة: هيئة التعليم النقني.
8. رومان انكاردن. (1986). القيم الفنية والقيم الجمالية ,دراسات في علم الجمال
ترجمة:سعيد احمد الحكيم. مجلة الثقافة الاجنبية , العدد3, دار الشؤون الثقافية
العامة-بغداد-ص 74.
9. سعيد علوش. (1985). معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة. بيروت-
ص51: دار الكتاب اللبناني.
10. محمد بن ابي بكر. (1983). مختار الصحاح. ،الكويت-ص 57:
دار الرسالة.
11. محمد شفيق غريال. (1987). الموسوعة العربية الميسرة. بيروت-
ص382: دار النهضة للنشر.
12. محمد علي ابو ريان. (1985). تاريخ الفكر الفلسفي من طاليس الى
افلاطون. بيروت: ج1، دار المعرفة الجامعية.
13. معتصم الكرابلية. (2016). لتصميم الداخلي بين الفن والحرفة. مجلة
العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2299- 2306.

14. ناجي جباري علي. (2018). جماليات توظيف المؤثرات البصرية في العرض المسرحي العراقي. مجلة كلية التربية الاساسية، 655-678. تم الاسترداد من الديكور المسرحي بين التجريدية والواقعية.

المراجع الاجنبية:

15. Biagini, G. M. (2017). Fashion through History: Newcastle upon Tyne -UK: British Library Cataloguing in Publication Data.
16. Evans, C. (2013). The Mechanical Smile: Modernism and the First Fashion Shows in France and America 1900–1929. New Haven: Yale University Press.
17. Ferrero-Regis, T. (2020). The Fashion Show and Its Spaces. London: Bloomsbury.: Bloomsbury Visual Arts.
18. Lin, Y. C. (2022). Development and validation of a model for estimation of the effects of ritual design on audiences' satisfaction with fashion show. HCII , pp. 480–496.
19. Linfante, V. (2021). Space, Time and Catwalks: Fashion Shows as a Multilayered Communication Channel. ZoneModa Journal., ISSN 2611-0563.
20. Löfgren, O. (2005). atwalking and Coolhunting: The Production of Newness. LU publication: Berg Publishers.
21. Quinn, B. (2012). Fashion Futures. Northern Ireland.: Merrell Publishers.
22. Seymour, S. (2008). Fashionable Technology. Verlag/Wien Austria: SpringerWienNewYork.
23. Skov, L., & Skjold. (2009). The Fashion Show as an Art Form. openhagen: Business School.
24. Strömberg, P. (2019). Industrial chic. fashion shows in readymade spaces. Fash, pp. Theory 23(1), 25–56.
25. Sultana, S. M. (2024, 11 25). The Fashion Shows in Finland: History,. Finland: Vaasa.

موافق الانترنت:

26. تنسيم شلبي. (6 يوليو، 2023). أنواع عروض الأزياء. تم الاسترداد من <https://mawdoo3.com/منوعات-في-الجمال-والأناقة/>

27. سليمان بن حمد البطحي. (15 مايو, 2020). همية التصميم التنظيمي و البناء الهيكلي. تم الاسترداد من <https://albuthi.com/blog/2131>
28. Times, L. (2015, 12 10). hanel Turns The Runway Into Airport. Retrieved from CParis Fashion Week : <https://ar.wikipedia.org/wiki/>
29. Fashionista, C. (2022, April 22). London Fashion Week Festival. Retrieved from 'how Many Types Of Fashion Shows?', london fashion week festival: <https://londonfashionweekfestival.com/how-many-types-of-fashion-shows/>
30. Reid, C. (2024, 1 24). The Role of Fashion Models in a Runway Show. Retrieved from <https://www.modellingagenciesnearme.co.uk/>