

القيم الجمالية في تصميم الأقمشة الذكية

وسن خليل إبراهيم حسن

جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة

ملخص البحث

تنطلق القيمة الموضوعية والفكرية للبحث، من نقطة جوهرية، وهو ان الاقمشة الذكية هي اقمشة ذات وظائف مدمجة تقوم باداء وظائف متباينة تختلف تماما عن القيمة الادائية المحددة بالحماية من الظروف البيئية والتعبير الذاتي، وانما هي اقمشة ذات امكانات ادائية متطورة تقوم بما يقوم به القماش العادي، فضلا عن الصيغ الادائية المتباينة الاتجاهات والمختلفة الاشكال. ومن ثم فان القيمة الجمالية تنطلق من قدرة هذه الاقمشة على الحماية من الظروف البيئية والتعبير الذاتي، وكذلك من الطبيعة الادائية التي تقدمها كوظائف يقوم بها القماش. ولهذا فان الابعاد الجمالية تحددت بين ما هو شكلي وذو ابعاد منظورة، وبين ما هو قيمة جمالية نابعة من الوظيفة التي يقدمها القماش.

الفصل الأول

مشكلة البحث وأهميته

1.1 مشكلة البحث :

يعد تصميم الأقمشة جزءا هاما من ثقافة العصر الحديث بخطوطه وألوانه وأبعاده المتغيرة من فصل إلى آخر ومن عام إلى آخر، إذ انه سار في خطوات مهمة وواسعة في محاولة لإثبات وجوده الفعلي (الفني والعلمي) المميز والمتصل مع بقية تقنيات التعبير الإنساني، لأنه نشأ مع الإنسان ليحقق هدف محدد تنعكس عليه ميول وملامح وذوق الفنان بصفته يترجم طبيعة الشخصية المعدة له . لذا فهو يعتبر من وسائل التعبير عن الذات واثبات الهوية . إذا فمهمته ليست باليسيرة كونه مجال فني يتطلب مهارة وموهبة عالية تضاف إليها القدرة الابتكارية والقابلية على تطويع القماش وتشكيله وفقا لمتطلبات الموضوع، ويتم ذلك من خلال إيجاد أساليب جديدة تناسب والبنى الفكرية

ومنظومة العادات والتقاليد التي تبتعد عن الأطر التقليدية وذلك من خلال صياغتها وفق علاقات سليمة في تنظيمات مبتكرة تحمل في ثناياها أبعادا وقيما جمالية كونه من أهم المجالات الفنية لما له من دور ريادي في تحديد ملامح الشخصية الفنية والتي برزت من خلال نتائج متعددة . وشهد فن تصميم الأقمشة في السنوات الأخيرة الماضية معالم نهضة حضارية جديدة نتجت من نمو هائل في تطوير واستخدام التقنيات الحديثة أدى هذا النمو إلى تغيير العديد من المفاهيم في العلوم التقنية وبشكل كبير في مكونات البنية الأساسية لتصميم القماش إذ استفاد المصمم من التقنيات الحديثة لتوظيفها في ابتكار تصاميم أقمشة ذكية متطورة إذ تنوعت هذه التصاميم وجعلت كأداة اتصال بين الفرد وبينته الخارجية . إذ عملت التقنية على تلبية احتياجات الإنسان من الأقمشة المتطورة. ومن هنا تبرز أهميه تثبيت خطوط أرشادية لتصاميم الأقمشة، من خلال تأثيرها على عمليات التفضيل الجمالي لمستخدم القماش ، وفقا لمتطلب الحاجة الوظيفية ذات الأبعاد والقيم الجمالية . فبرزت مشكله البحث في وجود قصور معرفي (فني) في توظيف المفردات والأشكال التي تعمل على إضفاء البعد الجمالي للقماش ، إذ ظهرت الأقمشة الذكية بشكل يفتقر إلى البعد الجمالي . لذا وجدت الباحثة مسوغا منطقيا لمشكلة بحثها بالتساؤل التالي : هل للأقمشة الذكية دور في تحقيق الأبعاد الجمالية لدى مستخدم القماش ؟

2.1 أهمية البحث :تظهر أهمية البحث من خلال.

1. التعرف على الأبعاد الجمالية للأقمشة الذكية .

2.الأسهام في توفير قاعدة معلوماتيه لمصممي الأقمشة لتعزيز الممارسة التطبيقية .

3.1 أهداف البحث : يهدف البحث الى :

1.تنمية الوعي المهاري والمعرفي من خلال التعرف على ما هية الأقمشة الذكية .

2.تحديد عن الأبعاد الجمالية للأقمشة الذكية .

4.1 حدود البحث :

1.الحدود الموضوعية :تصاميم الأقمشة الذكية .

2 .الحدود الزمانية (2010 -2012)

3.الحدود المكانية :تصاميم الأقمشة الذكية المنتجة في المملكة العربية السعودية .

5.1 تحديد المصطلحات :

1.5.1 القيمة الجمالية :

تعرف مفردة القيمة وفقاً لـ "اللاندر" بأنها " طابع الأشياء الكامن في كونها مقدرة او مرغوبة نسبياً لدى شخص، او عموماً، لدى جماعة أشخاص معينين. (النبيل في نظر ارسطو مقنع، هو قيمة رفيعة جداً)" (اللاندر، م3، 2001، ص1522). في حين يعرف قاموس اوكسفورد القيمة الجمالية بأنها " تلك الميزات الخاصة بعمل ما والتي تساهم بنجاحه وأهميته كعملاً فنياً" (oxford dictionary, 2005). الميزات التي تحدد معناه أو دلالاته أو جماليته كقيمة مضافة له. وهي تتضمن الهيئة، والمعنى، والوحدة، والانسجام، وملامتها للعمل الفني ذاته ومعناه.

2.5.1 الأقمشة الذكية :

أقمشة تقليدية بوظائف تكنولوجية مدمجة ذات فعالية عالية. وقد توصلت الباحثة الى وضع تعريف إجرائي وعرفتها بأنها (الأقمشة ذات التراكيب النسيجية المدمجة بتقنيات ذكاء تكنولوجي، لها القدرة على السيطرة على عناصر التغير البيئي وبأشكال متعددة تبعاً لنوع الوظيفة التي يقدمها القماش) .

الفصل الثاني: الإطار النظري

1.2 مقدمة

ظهرت أولى المفاهيم التي تتعلق بالجمال عند الإغريق القدماء، وقد كان مثار اهتمام الفلاسفة لديهم، حيث أدركوه إلى جانب الحق والخير كقيم شاملة تنسب إلى الحقيقة المطلقة. فكان مفهوم الجمال أيضاً مفهوماً مطلقاً، مستقلاً عن وجود الإنسان باعتباره حقيقة موضوعية لها وجودها في الخارج. فالإغريق قد " تحدثوا عن الجمال والجميل المطلقين والنسبيين فقد كان من الواضح في حديثهم طابع النظرة الميتافيزيقية " (عز الدين اسماعيل، 1974، ص20). وتعتبر محاورة (هيبياس الأكبر) (لأفلاطون) (427-347 ق.م) التي يحاول فيها السفسطائي هيبياس دون جدوى إن يقدم لسقراط تعريفاً مقنعاً للجمال (زكي نجيب، 1963، ص200). وهي أولى المحاولات التي تناولت تعريف الجمال إذ يرى هذا الفيلسوف، إن الوجود الحقيقي هو الوجود الروحي الذي يتجسد في عالم (المثل) " فالجمال في حقيقته مثال يعني انه ليس من بين موضوعات هذا العالم

المري (اميرة حلمي، فلسفة الجمال، ص 124)، وحقيقة جمال كهذا، يتأتى من خلال اقترابه أو ابتعاده في محاكاته لعالم المثل. فالجمال "في المثال جمال مطلق، أما في الأشياء فهو نسبي" (عز الدين اسماعيل، 1974، ص 37). أما (أرسطو) (322-384 ق.م) فيرى "إنما يتحقق الجمال في النظام والحجم" (أوفسيانيكوف، 1979، ص 23)، والذي أرجعه إلى الواقع المحيط بنا، فقد كان بخلاف أفلاطون لا يرى الجمال وراء المدركات الحسية، بل كان يعتبر إن الجميل والرائع "صفة موجودة واقعياً. أنها صفة الموضوعات نفسها وصفة الأشياء" (المصدر السابق، نفس الصفحة). من ذلك نرى "تباين تعريفات الفلاسفة للجمال وتفسيراتهم له تبعاً لتباين منهجهم في المعرفة ومواقفهم الميتافيزيقية من الوجود والإنسان" (اميرة حلمي، فلسفة الجمال، ص 75).

إن الجمال يكتسب قيمته الأستيطيقية ليس من خلال الجمال الذي ندركه في الطبيعة والذي يتبدى للإنسان العادي، ويبنى الإحساس به على الإدراك العادي، ولكنه يستمد قيمته من خلال ذات الإدراك الذي يقوم على التفسير العلمي للظاهرة الجمالية. بذلك تأثر مفهوم الجمال بآراء المفكرين والفلاسفة وروح الحضارة والعصر والمجتمع وإطار المذهب الفكري والفلسفي للعصر، وحتى القرن الثامن عشر حينما أصبح علماً فلسفياً معيارياً في البحث عن مشاكل الجمال والظاهرة الجمالية، عندما أطلق عليه المفكر الألماني (باومجارتن) (1714-1762) لفظة الأستيطيقا عام 1735، والذي يمكن الاستدلال عليه بطرق مناهج البحث العلمي والبحث التجريبي. فهو يمثل نظرية المعرفة الوصفية والشعورية أو علم المعرفة الشعورية والتي تركز على الأفكار الغامضة التي يمكن تسميتها بآراء الذوق أو الآراء العاطفية، فيما يجعل الأفكار الواضحة هي من حصة آراء العقل أو الآراء المنطقية فكان هذا التعريف يمثل نظرية المعرفة لديه. "إن الأستيطيقيا، هي علم المعرفة الحسية وغاية الأستيطيقيا هي كمال هذه المعرفة الحسية وهذا هو الجمال، ونقص المعرفة الحسية هو القبح" (الموسوعة الفلسفية المختصرة، ص 61). ومن ذلك أخذ هذا العلم يبحث في الأحكام المتعلقة بالأشياء الجميلة، "ومن ثم فإنه يكون علماً معيارياً يمثل موضوعه مجموعة القيم والمعايير التي يؤسس عليها هذا النوع من الأحكام المتعلقة بكل ما هو جميل" (راوية عبد المنعم، 1987، ص 179).

إن مفهوم الجمال يتراوح بين مفاهيم القيم الجمالية، والتي تنطلق من مفهوم الجمال كقيمة مادية مدركة يمكن إدراكها والتعرف عليها والتفاعل معها بشكل أو بآخر، وبين الأبعاد التي يتخذها مفهوم الجمال بين ما هو شكلي وبين ما هو نفعي نابع من الوظيفة الأدائية التي يقدمها القماش للمستخدم. وستحاول الباحثة التعريف بكل الاتجاهين. لنحاول أن نجد موقع ومكان القيمة الجمالية لما تقدمه الأقمشة الذكية من قيم نفعية للمستخدم. وسنحاول أيضا أن نتعرف على تأثير صيغة الذكاء التكنولوجي كعنصر تركيب وتكوين للأقمشة الذكية، ومدى تأثيره في طبيعة القيمة الجمالية للقماش الذكي على المستوى الشكلي وعلى المستوى الأدائي.

لعل مفارقة علم الجمال الحديث انه يبحث فيما يتعدى الحكم المنطقي إلى الرغبة والمتعة المتعالية على مبادئ العقل أحيانا، وهكذا يمتد علم الجمال الحديث لحدثا المتعة، متعة النتاج الفني والشكل واللون والفضاء وحدثا المتعة تتعلق بالحكم الجمالي الذي يطلقه المتلقي على الموضوع وهذا الحكم يتفاوت بتفاوت الذات البشرية فهو حكم نسبي تفاضلي . فهل الجذب يكمن في المفيد أم الجيد أم السامي أم الغريب أم الطريف أم الجديد ؟

تلك هي الأسئلة الحاسمة التي تضرر أسئلة أخرى في داخلها. هل إن الجمال يرتبط بالمثالي المتعالي بذاته ولذاته ؟ هل إن الجمال يكمن في الشكل أم في المحتوى؟ أم إنه يكمن في القدرة على التأثير من خلال الفعل التنظيمي والبنائي؟

ان الجمال مركب من مادة وصورة يتألف منهما الموضوع . هذه الحقيقة هي التي جعلت أفلاطون (يركز على عوامل الانسجام والقياس بوصفه شرطاً للجمال) (زياد معن، 1986، ص332). فيما أكد أرسطو على عامل التناسق لكونه مفهوم للجمالية وكان المقصود بالانسجام والقياس في المنطوق الأفلاطوني يعني الانسجام مع مثال الجمال بذاته كمبدأ مفارق، في حين أن موضوعية أرسطو جعلته يرى الجمال أنموذجاً ملازماً للموضوع الجمالي، ورؤيته للفن لكونه إبداعاً لا اكتشافاً هي التي جعلته يركز على أهمية التناظر والوحدة في منظوره الجمالي(عبد الرحمن بدوي، الخبايا لارسطو، ص46).

والجمال من وجهة نظر أرسطو (تنظيم بنائي لعالم أفضل من العالم الواقعي، فهو إذن لا يقوم على ما هو كائن وإنما على ما ينبغي أن يكون، من هنا يأتي اختلاف المحاكاة عن النقل المباشر أو التقليد). فالمحاكاة حسب ما يراه أرسطو ليست نقلاً للواقع كما هو، إنما استحضار إبداعي لما ينبغي أن يكون ليتخطى الواقع حيث الرغبة بواقع آخر ، وتختلف أساليب المحاكاة من حيث الوسيلة والموضوع والكيفية والأسلوب. إن غاية الجمال هي الجمالية عند أرسطو ذلك أنه يرى بأن (الغاية هي التي يتحدد بها الموضوع كموضوع ، لذا فإنه لا يرى ثمة تعارض بين الجمال والمحاكاة والفضيلة ، لأن غاياتها المتعة الجمالية وبالتالي الجذب)(جبروم ستولنتز, 1987,ص404). ويمكن القول ان المحاكاة هنا تأتي كموضوع ابداعي يتطلب ايجاد الوسائل اللازمة لإيجاد بدائل منطقية تظهر باستعمال مجموعة بنى تحاكي الواقع ولكن بصورة مبتكرة تخدم الهدف من فكرة الجمال في تصميم الأقمشة التي فيها يداعب المصمم الأفكار والميول وما يمتلكه المتلقي من وعي من اجل تحقيق اكبر قدر من الأثر الجاذب والفاعلية التي يصبح فيها الموضوع التصميمي ذا قدرة على التأثير ، وتحقيق الهدف الجمالي يأتي في أولويات التصميم وذلك للتلازم الجدلي ما بين الفعل الوظيفي والجمالي في التصميم. هذا ما يرتبط بالمنطق الارسطي . أما ما يتعلق بالحديث عن الطروحات الجمالية فقد أعادت الاسلوبية الحديثة الاعتبارات للروح الفردية والشخصية في الانسان واستحقت بجدارة تسمية ثورة النمذجة والنمطية في المتطلبات البنائية للخطوط والأشكال والالوان...فرغم الإبداع الذي شهدته المرحلة الكلاسيكية بأعمال كبار الفنانين مثل (دافنشي ، موزارت...) ما لبث الفن الحديث والجماليات أن تخليا عن المفهوم العقلاني القائم على مفاهيم عقلية مركزية متطابقة كما تخليا عن المفهوم المثالي للجمال بذاته وذاته . وصار الجمال نسبياً اذ لم يعد من الغرابة في شيء ان كنا لا نعرف الجمال في ماهيته وحقيقته لان البحث عنه ينبغي ان يكون في النفس البشرية التي هي أساس التفاوت في الذوق الجمالي وهي بالتالي المصدر الأساس للجذب وإصدار الأحكام الجمالية (فالجميل في احد معانيه الشائعة يدل على الأشياء التي نشعر بجاذبيتها)(جبروم ستولنتز, 1987, ص440). وعلى وفق ذلك فالجذب في واحد من توصيفاته مرتبط بالجمال انطلاقاً من تلك العلاقة التبادلية المباشرة بين الذات والموضوع.

2.2 القيم الجمالية للأقمشة الذكية

تعرف مفردة القيمة وفقاً لـ "اللاندر" بأنها " طابع الأشياء الكامن في كونها مقدرة او مرغوبة نسبياً لدى شخص، او عموماً، لدى جماعة أشخاص معينين. (النبيل في نظر ارسطو قراطي مقتنع، هو قيمة رفيعة جداً)" (اللاندر، 2001، ص 1522). في حين يعرف قاموس اوكسفورد القيمة الجمالية بأنها " تلك الميزات الخاصة بعمل ما والتي تساهم بنجاحه وأهميته كعملاً فنياً" (oxford dictionary, 2005, p187). الميزات التي تحدد معناه أو دلالاته أو جماليته كقيمة مضافة له. وهي تتضمن الهيئة، والمعنى، والوحدة، والانسجام، وملائمتها للعمل الفني ذاته ومعناه.

وتعد مفاهيم الحق والخير والجمال وتفرعاتها هي القيم التي ترد إليها الأحكام التقديرية، وهي على علاقة وثقى ببعضها من جهة تداخلها في معانيها او تعارضها بحسب وجهات النظر. وهذه المعاني الثلاثة " الحق، الخير، الجمال"، زيادة على معنى الوحدة، خصائص للموجود بما هو موجود ولا تختص بكل واحد غيره، أي إنها لازمة من معنى الوجود لزوماً مباشراً (حامد سرمك، 2009، ص 295-296). ويشهد الحال وجود تشابه وتداخل كبير بين قيمة الجمال والقيم الأخرى، مما يحتاج إلى بصيرة نافذة قادرة على تحديد ميدان كل قيمة من هذه القيم، ووصل ذلك التشابه والتداخل إلى أن البعض قد ارتأى ضرورة البدء " بنظرية واحدة في القيمة يمكن تطبيقها بتعديلات طفيفة على ميدان علم الأخلاق وعلم الجمال وعلم الاقتصاد" (الموسوعة الفلسفية، ص 281). فالإنسان السوي بوجوده على أرض الواقع، تكون شخصيته حصيلة لعمل ملكاته المتعددة، مثل ملكات التفكير والإرادة والإحساس، لذلك لا نرى مبرراً للفصل بين هذه الملكات، كما هو قول أصحاب الفلسفة الجمالية من ارتباط كل ملكة منها بإدراك قيمة محددة من القيم الثلاث، كاختصاص ملكة التفكير بالحقيقة، وملكّة الإرادة بالخير، وملكّة الإحساس بالجمال في الطبيعة والفن (حامد سرمك، 2009، ص 297). وترى الباحثة إن حتى هذا التصنيف للملكات الإنسانية، يبعد الفرد من مفهوم الكلية، فالإنسان كيان واحد، وارتباط ملكاته وقيمه أمر لا بد منه، وليس هنالك من مبرر منطقي لفصل التفكير عن الإرادة وكلاهما عن الإحساسات. إذ إن تقدير الجمال والحكم بجمالية الشيء أو عدمه، عملية مترابطة، فلا يمكن أن نحصل على الحكم الجمالي الذاتي (باختلاف

المرجعيات الفكرية للفرد) إلا من خلال القصدية في التوجه، والإحساس بمفردات التكوين وانتقالها إلى العقل وتحليل وتركيب المفردة الجمالية. ولذلك فإن الترابط بين ملكات الإنسان واقع لا يقبل الجدل. فالخير هو " كل ما يسر عقلا بمحض مفهومه" (كانت، 2009، ص 127). ونحن نسمي ما يسر بوصفه وسيلة فقط خيرا من أجل شيء ما (أي مفيدا)، أما ما يسر لذاته فهو الخير في ذاته. وفي كلتا الحالتين يوجد ضمنا مفهوم الغاية، وبالتالي علاقة العقل بالإرادة (الممكنة في الأقل). وهنا يوجد رضا في حضور شيء ما أو فعل ما، كنوع من المصلحة.

وبعد أن بينا دور الملكات الإنسانية في الحكم الجمالي، نعود مرة أخرى إلى مفهوم القيمة الجمالية، فالقيمة الجمالية (كما بينا سابقا) ترتبط بدورها ببعدين، بعد خاص بالنتاج التصميمي بذاته (الهئية والمعنى والمنفعة ..الخ)، وبعد مرده المتلقي أو المستخدم (الإنسان)، وما تكوّن من مفاهيم ذاتية خاصة حول طبيعة الجمال والجميل، وهي حالة في منتهى النسبية والذاتية. واختلافاتها تتجاوز الاختلافات الفردية بين فرد وآخر، إلى اختلافات آنية ولحظية للفرد ذاته، تختلف على مستوى الزمان والمكان. إذ أن عملية التذوق الجمالي تحتوي على أربعة مكونات (مصري حنورة، 1985، ص 11-12):

1. المكون العقلي المعرفي: وهو يمثل البطانة المعرفية الاستدلالية الواعية القادرة على الفهم والمقارنة.

2. المكون الجمالي: التقويمي التفضيلي التشكيلي الإيقاعي، الذي يحب أو لا يحب، يميل أو لا يميل، يفضل أو لا يفضل ذلك العمل أو ذلك.

3. المكون الاجتماعي الثقافي: ويمثل البطانة الثقافية، التي تمد الفرد بمعايير وقواعد لتقبل أو رفض العمل.

4. المكون الوجداني: وهو يعبر عن درجة الرضا والميل إلى الانفعال بالعمل الفني. وهذه الحالات الأربعة ليست في حالة استاتيكية توجد مع الفرد منذ الميلاد بنفس الصورة، بل إنها دينامية، أي لها وجهها التفاعلي فيما بينها وبين المنبهات التي يتعرض لها الفرد. كذلك فإنها تخضع لمبدأ الهرمية أي التوجه الراسي من العام إلى الخاص الشديد الخصوصية، أي التعامل مع عمل فني محدد في لحظة معينة وموضع محدد. (وهو ما أشارت إليه الباحثة سابقا باختلاف الزمان والمكان).

نحن نتحدث هنا وكما هو واضح، عن القيم الجمالية الخاصة بالمتلقي أو مستخدم القماش، وهي حالة تتكون على وفق القناعات والقيم الفردية التي تبني في فكر المتلقي وفق الأبعاد التي حددناها سابقا. وتكون النهاية للعملية التحليلية للنتائج التصميمية هي في إطلاق الحكم الجمالي. إذ إن هذه العملية تخضع لحسابات ورؤى عقلية يقوم الفرد على وفق القناعات الشخصية، وبعد عمليات التحليل وفق مؤثرات الرؤى الفكرية والعمليات الاستدلالية ومؤثرات القيم الاجتماعية، والأساس الفكري والثقافي، إلى عملية تفضيل أو عدم تفضيل النتائج (الحكم). فالإحساس بالقيمة الجمالية يفترض تصورا معيناً له، يضاف إليه القدرة على التمييز بين الأشياء المتصفة به. وغيرها ممن تتصف بالقبح. وبذلك فإن القيم الجمالية للمتلقي، هي "القيم المعيارية التي يؤسس عليها الفرد نوع الحكم المتعلق بالنتائج التصميمية" (راوية عبد المنعم، 1987، ص 179).

إن مجمل هذه العمليات، العقلية والمعيارية، ذات الأسس الفكرية والاجتماعية هو ما يطلق عليه بالتذوق الجمالي، أي المعايير الفكرية التي يؤسسها الفرد كقاعدة معرفية بما يتعلق بالجمال والجميل، وبذلك فهو يحدد أساسه أو توجهه نحو عملية تذوق النتائج التصميمية. فالتذوق الجمالي هو سلوك عقلي، قد تصاحبه بعض الأحكام الوجدانية المزاجية، تتنوع تبعا لنوع الاستجابات ويحدث نتيجة لإدراك مثير جمالي وينتهي بإصدار نوع من الأحكام. ويتكون الموقف الذي تم فيه التذوق الجمالي بناء على الخبرات والاستعدادات والاتجاهات والبناء الاجتماعي والنفسي، والمجال النفسي الذي يوجد فيه أثناء خبرة التذوق وما بهذا المجال من مثيرات مختلفة أهمها المثير الجمالي الذي يستجيب له المتذوق استجابة مباشرة. ولا تقتصر الاستجابة للمثير الجمالي في النتائج التصميمية للأبعاد الشكلية فقط، بل تكون الاستجابة هنا عملية واعية تحليلية لكل ما تمثله الأبعاد الجمالية، على مستوى الشكل بشكل عام، وعلى البعد النفعي الذي يستشقه المستخدم من تعامله مع القماش، بالإضافة إلى البعد الاستخدامي ومدى الراحة في استخدام القماش. والتي تختلف باختلاف المواد التي صنع منها القماش.

وبذلك فإن القيم الجمالية للأقمشة تتراوح بين شكلية وتركيبية*، إلى أدائية نفعية، أي إن عملية تقييم القماش الذكي تتجاوز الأطر التقليدية للمفهوم الشكلي، إلى قيم يحددها المستخدم تبعاً لما ذكرنا من وظيفية ونفعية، ذلك لأن قيم مستخدم الناتج التصميمي تختلف عن قيم متلقي الأعمال الفنية الخالصة. وبذلك فإن التذوق الجمالي أو الذائقية الجمالية تختلف باختلاف الناتج. فإن كان الناتج لوحة فنية أو عملاً نحياً فإن عملية الإدراك الجمالي ستنصب على هيكلية الإنشاء والمعنى وراء هذه التركيبة الفنية. أما إذا كان الناتج قماش يتمكن من معالجة نفسه بعد التمزق مثلاً: فإن القيم الجمالية لمستخدم هذه القماش ستتجاوز الأطر الشكلية (بعد أخذها بالاعتبار بال تأكيد) إلى أطر المنفعة والمتانة والانتفاع من القماش إلى أطر تتجاوز التركيبة الشكلية والفائدة التقليدية منه.

3.2 الأبعاد الجمالية لتصاميم الأقمشة

يرتبط تصميم الأقمشة مثل بقية التخصصات التصميمية بشكل مباشر بالإنسان. وترتبط نتاجاته في إرضاء هذا الإنسان على المستويين النفعي والجمالي. ولذلك فإن الأبعاد الجمالية في نتاجات تصميم الأقمشة الذكية تتحدد أساساً بالبعد النفعي أو الوظيفي، والبعد الجمالي الشكلي، وتشتق من الأخير أبعاد أخرى ستحددها الباحثة بالبعد التعبيري والبعد الرمزي.

1.3.2 الجماليات الشكلية للأقمشة الذكية

تمثل الجماليات الشكلية وفقاً لمعجم American Heritage بكونها " فعل الشيء المعروض للبصر، أو المعروض أمام جمهور" (American heritage dictionary, net). وهي بذلك تمثل بكونها " الشيء المستلم بصرياً والذي يحدد عمليات التأثير والتأثر البصري" (wikipedia, net). فالمظهرية هي " الكل الظاهر لأي شيء" (hunter, 2008, net)، وهو مزيج بين صفاته اللونية والشكلية والرمزية والتعبيرية.

إن وجود الاختلافات مؤشراً على أن هناك تبايناً (وهذا هو أساس إدراك الهيئة) (سكوت، 1980، ص16). ويمكن أن يفسر ذلك حسب المؤشرات، فالوحدة المهيمنة إنما

* استخدمت الباحثة إشارة الصيغة التركيبية للقماش، انطلاقاً من الاعتبارات التركيبية للتكنولوجيا الذكية في تركيب النسجة.

تشكل قوة ساحبة للإبصار من دون شك لما تمتلكه من مؤثرات قد تكون بفعل العناصر أو في الفضاء المستوعب لها ضمن الجزء أو الكل. والذي يحاول المصمم ان يفعلها لأقصى ما يمكن، ذلك لان حركة العين في محيط الفضاء التصميمي للقماش لا تكون عشوائية، بل تخضع لضغوط أو قوى بعض منها خارجية و أخرى داخلية تدفعها إلى ان تفضل استقبال بعض العناصر قبل الأخرى أو تسحب العين إلى احد العناصر البعيدة عن مركز البصر أو مركز الاهتمام. يعني هذا ان لكل قماش نظامه الخاص به لتحقيق هذا الفعل من خلال مجموعة قوى تكون بمثابة محفزات تعمل على توجيه حركة العين ضمن حدود المحيط التصميمي. وهذه القوى التي تعدها الباحثة مرتكزات نظرية يمكن توظيفها لأغراض تطبيقية والتي من خلالها يمكن تأسيس الجمال الشكلي في تصاميم الأقمشة الذكية ، وهذه القوى يمكن تقسيمها إلى قوى داخلية و أخرى خارجية :

1. القوى الداخلية : وهي حوافز تتعلق بالمتلقي وتعد تلقائية يرتبط بعض منها باهتمامات وميول المتلقي ، وأخرى بالحاجات الشخصية والاجتماعية (طارق رمزي، 1992، ص118). حيث يستغل المصمم هذه الاهتمامات أو الميول ليحولها إلى مفردات عمل ضمن المنظومة التصميمية الكلية ، وقصدنا بالميول أو الاتجاهات أو الاهتمامات كل ما يتعلق بالمتلقي من اهتمامات شخصية أو جماعية . كما تخضع العين أحياناً في حركتها إلى إرادة (قصدية) تعمل على قيادة وتوجيه حركة العين.
2. القوى الخارجية : وهي (قوى ضاغطة خارجية تسترعي انتباهنا وتستحوذ على اهتمامنا ، تسلط على العين وتجبرها على ان تسلك اتجاهات (قسرية) غير ارادية) (الجباري، 1999، ص66)، مردها خصائص الجاذب الفيزيائي فالقوة الإثارية لهذه الحوافز يمكن ان تتحقق بفعل المصمم ضمن نظام خاص يلجأ إليه برسم خارطة لسحب عين المتلقي وتجوالها ضمن الفضاء التصميمي وهو ما يهتم الباحثة بكيفية تأسيس نقاط جذب لتكون بمثابة مسالك لحركة العين والتي على اساسها يتحقق الجمال الشكلي في تصميم الأقمشة الذكية .

(إن الذي تستلمه العين هو شكل)(نصيف جاسم، 1999، ص35) وهو أساس القوى، تستلم نتيجة التباينات، والأخيرة تولد قيمة جمالية مختلفة لان كل وحدة حاضرة في الفضاء التصميمي تتمتع بقدر من الطاقة تمنح هذه الوحدة حضوراً يحقق من

خلالها قدرًا من الجاذبية إليه، تتناسب طردياً مع شدة ما يمتلكه من طاقة. هذا يعني تمتعه بمجال جمالي، مرد ذلك إدراك أثره من خلال تأثيره في ما جاوره من العناصر . وعلى ذلك (فالحين سوف تتحرك في كل مرة نحو اقوى نقطة من نقاط الجذب) (فرانسوا مولنار، ص81). وحسب الاختلاف في نوع ومقدار شدة الطاقة التي يبثها العنصر يمكن التمييز بين العناصر وإدراك الاختلافات الظاهرة فيما بينها في الفضاء التصميمي .

ولكي نكون قادرين على تثبيت خطوط ارشادية للتصاميم المستقبلية من خلال تأثيرها على عمليات التفضيل الجمالي لمستخدم القماش , يجب علينا اولاً ان نجيب على التساؤل التالي: ما الذي يحدد بالضبط قيم الجمال في القماش لدى المستخدم؟ ان قيم الجمال للأقمشة تتعلق "بالمتعة التي يستشفها المستخدم من خلال رؤيته للقماش, بغض النظر عن الخدمة او الوظيفة التي يقدمها" (hollbrook, 1980, p104-108). فالمستهلك من الممكن ان يقيم القماش فقط من خلال المظهرية الذاتية له, كان يبدو القماش مرنا وانسيابيا بشكل جذاب ومكافئ بذاته. فعندما تكون بدائل القماش ذات سعر واحد ووظائف متشابهة , فان المستهلك في هذه الحالة سيفضل القماش الذي يبدو جذابا بنظره اكثر من الخيارات الاخرى . "فالاستجابات الجمالية في الاصل عاطفية او استجابات حسية (الحساسة) * انفعالية، ولذلك فهي شخصية بحتة" (bamosy, 1983, p685).

حاول العديد من الباحثين ان يحددوا ان الخصائص المميزة للقماش مردها الى عمليات التقدير الجمالي. وان التفضيلات الفطرية (المتعارف عليها) غالبا ما يتم تحديدها "باسس التنظيمات المرئية , كالوحدة (التوافق بين العناصر) , والتناسب (المقطع الذهبي) والتشابه" (Muller, 1983, p105), و هناك من يعتقد ان عمليات التفضيل الجمالي قد ترتبط بالتعقيد الشكلي والمظهري للقماش" (Berlyn, 1971, p23). والميزة الاخرى التي تؤثر بشكل مباشر في الحكم الجمالي هو اللون . فان عمليات تفضيل الالوان تتغير تبعا لطبيعة القماش الذي يحمله والبيئة التي سيستخدم فيها (قماش ازياء، تنجيد، داخلي، خارجي، اطفال، سهرة...الخ)، وتبعا للطرز الذي كونت به فكرة القماش (الحدائثة، بعد الحدائثة، عصر النهضة،

* . استخدمت مفردة الحساسية للتفريق بين الاحساس والذي غالبا ما يعزى الى الادراك الحسي (الحواس) والحساسية التي هي رد الفعل الانفعالي او العاطفي. (الباحثة)

معاصر...)(Whitfield,1983,p137) وبالتأكيد تبعاً للحضارة التي يوجد فيها القماش وتبعاً للأساس الفكري الاجتماعي.

فبالإضافة إلى التفضيلات الفطرية للمواصفات المحددة للمثيرات، فقد وجدت الاعتبارات النموذجية (المتعارف عليها من خلال الأسس التصميمية، الوحدة، التضاد،... الخ) أو إذا تجرانا وقتنا القياسية (لكون الاعتبارات الجمالية غالباً ما كانت نسبية) لتحديد الاستجابات الجمالية، فالاعتبارات النموذجية هي الدرجة التي يمكن من خلالها أن نصنف الأشياء في أصناف معينة. إذ وجدت دلائل في العديد من الدراسات على "الدور الإيجابي للاعتبارات النموذجية البصرية على عمليات التقييم الجمالي" (Vyrzer,1998,p394). وتبعاً لـ Hekkert فان "الأقمشة ذات الترايب التامة من الاعتبارات الجمالية النموذجية والمعاصرة تكون مفضلة أكثر من الناحية الجمالية" (Hekkert,2003,p111).

إن تأثير الحكم الجمالي على عمليات التفضيل للأقمشة من الممكن أن يكون على قيمتها القيم الجمالية المستلمة (البصرية) "ومناسبتها للأقمشة الأخرى التي يمتلكها ويستخدمها المستهلك" (Bloch,1995,p16). إذ قد يعجب المستهلك بالمواصفات الجمالية لمظهرية القماش، إلا أنه قد لا يقتنيه لكونه لا يتناسب مع الطراز الجمالي والتصميمي الخاص به. ومن ذلك يتضح لنا مدى تعقيد عملية تقبل المستهلك للقماش وتنوع اتجاهاتها، والتي نشأت من تنوع الاتجاهات النفسية والتفضيلية للمستهلك. فضلاً عن أن القيم الجمالية الشكلية تكون متداخلة ومتراپط مع القيم الرمزية والقيم التعبيرية، إذ أن اعتبارات القيمة كرمز تنطلق من البعد التعبيري القصدي للمصمم، والتي تتمحور تركيبها الاظهارية في الجانب الشكلي للقماش، ومن ثم فان عمليات التحليل المنطقي للجماليات الشكلية سيكون متداخلاً بشكل شرطي مع الاعتبارات الرمزية والتعبيرية والتي تمنح كلا منها قيمة جمالية تضيف قيمة للجانب الشكلي والاظهاري لتصميم القماش.

2.3.2 الجماليات الوظيفية للأقمشة الذكية

تنطلق ميزة الأقمشة الذكية باحتوائها أو إمكاناتها على تحقيق أداء أو وظيفة محددة تتجاوز الأطر الأدائية التقليدية للأقمشة المتعارف عليها. فمن هذه الأقمشة ما هو قادر على التحكم بدرجات الحرارة، ومنها ما هو مقاوم للحرارة، ومنها ما له القدرة على

الالتزام تلقائيا إن تعرض إلى حادث... وغيرها الكثير. ورغم حداثة تطبيقات الأقمشة الذكية على الصعيد العالمي، إلا إن هنالك من التطبيقات ما يجعل من مفهوم الطبيعة الأدائية للقماش بعدا مغايرا لما هو متعارف عليه. ومن ثم فإن القماش الذكي يقوم بفعل أدائي وظيفي فعلي، وهو بذلك يقترب في طبيعته من طبيعة الآلة أو الأجهزة لما تحمله خواصه النسيجية من قدرات تمكنه من القيام أو تقديم وظيفة قد تكون للتوصيل الكهربائي أو غيرها من التطبيقات والتي مكنت القماش من ان يكون مجرد خيوط نسيجية تلتقي مع بعضها لتكوين قماش. بل تتجاوز الأقمشة الذكية هذه الصيغ التقليدية إلى بعد آخر تختلط فيه مفاهيم النسيج بالمفاهيم التقنية والتكنولوجية.

عرفت الوظيفة وفقا لقاموس American Heritage بكونها " الفعل الذي يقوم به الشيء وفق نطاق محدد" (American heretige dictionary,2008.net). او الفائدة والمنفعة التي يقدمها القماش، والغرض الذي اعد من اجله. ومن الواضح والمعروف أن القماش سيكون عديم الجدوى، إن لم يكن محتويا على وظائفية معينة، ومناسبة. فالقماش لا يمكن أن يستخدم، إذا لم يكن محتويا على الوظيفة الضرورية لانجاز المهام tasks التي اعد من اجلها. فان لم يكن القماش محتويا على الوظيفة الصحيحة، فان ذلك سيقود إلى عدم رضا dissatisfaction المستهلك . فلكي يكون المعنيون بتصميم الأقمشة قادرين على انجاز متطلبات المستخدم في هذا المستوى (الوظائفية)، يجب أن يمتلكوا فهما عميقا لمتطلبات القماش من حيث الأداء المطلوب أو المتوقع من قبل المستخدم، ووفق أي سياق سيعمل هذا القماش، والإطار البيئي الذي سيستخدم فيه (Patrick,2000,p45).

درست الأقمشة وحُلَّت ونوقشت بشكل واسع من قبل متخصصوا تصميم الأقمشة. الا ان اعتبارات الجمال الوظيفي لم يخصص لها بحوثا مستقلة الى وقتنا هذا، اذ كانت في اغلب الأوقات نقاشات ضمنية بين المتخصصين عما إذا كانت وظيفة الأقمشة تحمل بين ثناياها أبعادا جمالية يستمدها المستخدم من خلال تفاعله معها. وفي هذا البعد، (الجمال الوظيفي) نحاول أن نضع أسس موضوعية لأحكام الذوق في هذا المجال. وبالرغم من إن الخصائص الجمالية في هذا المجال غير ثابتة، لكنها يمكن أن تتحدد

من خلال " الملاحظات العامة المتعلقة بتلك الجوانب والتي ظهر إنها مسئولة عن السرور بشكل عام في كل الأقطار وكل الأعمار" (Berlyn,1960,p10).

فمن منا لا يشعر بالسرور عند اقتنائه نوعا من الأقمشة أثبتت التجارب والخبرة الاقتنائية العامة على كفاءته و قدراته الادائية المتميزة، ومن منا لا يشعر بالفخر عند اقتنائه نوعا اخر من الأقمشة ذو مواصفات ادائية تتجاوز الاطر التقليدية لمفهوم القماش، ومن منا لا يشعر بالراحة عند اقتنائه لقماش يقوم بالعمل على راحة مستخدمه باشكال تغاير للطبيعة الادائية المجردة (الارتداء من خلال زي معين)، وغيرها الكثير الكثير . اذ ان القيم الوظيفية للأقمشة تتعلق "بالوظائف النفسية والاستخدامية التي يقدمها القماش" (Verzyer,1995,p641)، والتي يمكن تقييمها على المستوى الجمالي (Desalvo,2009,net). وتختلف الأقمشة في الدرجات التي تتلائم من خلالها وعمليات الانجاز التقريبي للوظائف النفسية التي تقدمها ، كالاتصالات والتلاعب بدرجات الحرارة، او المحافظة على درجات الحرارة، او معرفة الحالة البيولوجية لمستخدمه، وايضا في النوعية (من خلال التكنولوجيا المستخدمة او المواد المصنع منها القماش)، وفي المميزات التي تحويها.

وكيفما يقرأ المستخدم القيم الوظيفية للأقمشة سواء من خلال التفاعل مع القماش ورؤيته أو يسمع عنه، فانه سيكون انطباعا عن الوظائف النفسية للأقمشة أو عن "توعية القماش على أساس المنفعة التي يستشفها من القماش وأبعادها الجمالية سواء على الصعيد المادي أو المعنوي" (Bloc,1995,p20).

عدت الأبعاد الوظيفية بكونها المحدد الأول لاعتبارات الجمال في الأقمشة، حينما أعلنت حركة الحداثة في التصميم بان " الهيئة تتبع الوظيفة"، مؤكداين على استنباط المستهلك لجماليات القماش من خلال ما يقدمه له من فائدة على الصعيد المادي والمعنوي. ومؤكدا على ان الوظيفة هي المحدد الأول والأساس في تكوين النتاج من القماش . كما يرى البعض ان تصاميم الأقمشة بانها " الاشياء التي من خلال خصائصها تمنح متعة للإنسان أولا وراحة في الاستخدام ثانيا" (Marx,1967,p2). وكان ولا يزال هذا التعريف مقبولا من قبل مصممي الأقمشة المؤكدين على الدفاع عن رضا مستهلك الأقمشة. اذ يعرض لنا هذا التعريف وجهتي نظر واضحتين وهما "القيمة

الاستخدامية , والقيمة التبادلية" (ibid,p3), إذ تشير القيمة الاستخدامية الى نفعية وظائف القماش, بينما تشير القيمة التبادلية إلى حالة المقايضة التي تتم بين الناتج والمستهلك.

والواقع إن حالة المقايضة التي تتم بين القماش والمستهلك تمثل أبعاد الجمال الوظيفي إحدى صورها المهمة, والتي تتبادل مع اعتبارات المنفعة والاستخدام, وما نتيجتها النهائية إلا اعتبارات المتعة والراحة التي يستنبطها المستهلك من خلال ارتدائه للقماش (أي بعد عمليات التكوين في الأزياء). أي إن الإحساس بجمالية الوظيفة في الأقمشة الذكية يكون نابعا من الصيغة الجديدة لمفهوم المنفعة الذي يقدمه القماش. إذ من المتعارف عليه إن عملية استخدام القماش تكون من خلال اختيار نوع القماش ومن ثم تكوين نوع من الأردية يكون مناسباً للمستخدم ويمنحه الراحة وإمكانية التعبير الذاتي عن نفسه من خلال نوع القماش وتركيبته الشكلية, وكذلك من خلال الطراز الذي شكل به القماش. أما على مستوى الأقمشة الذكية, فإن طبيعة المنفعة والاستخدام أصبحت مغايرة للاستخدام التقليدي للأقمشة, إذ إنها تنطلق من الوظائف الضمنية التي يقدمها القماش. بالإضافة إلى كونه مادة تشكيل زي معين. وهذه الوظائف الضمنية والتي تطرقنا إليها في المبحث الثاني, هي ما يجعل من الأقمشة الذكية مادة جديدة ذات وظائف تتجاوز الأطر التقليدية لمفهوم القماش. ومن ثم فإن طبيعة الأداء والاستخدام يكون مختلفا عما هو متعارف عليه, والإحساس بجمالية الأداء وفقا لذلك سيرتبط بمجالات متنوعة تتنوع بطبيعة الذكاء التكنولوجي الذي استخدم في تطبيق نوع الأداء الذكي الذي يقدمه القماش.

ومن جانب آخر يرى Dewey " إن الفن والجمال لا يمكن فهمهما من دون تقديرهما بشكل كامل، ولكافة أبعادهما" (Dewey,2004,p271). فهو يؤكد إن "الفن ليس تجريدا أو فكرة جمالية عامة مستقلة، ولكن هنالك شيئا ماديا، متجذر في العالم الواقعي، ومؤسس على نحو ذو مغزى في البنى الاجتماعية". ومن ذلك نفهم إن الأبعاد الجمالية لتصاميم الأقمشة الذكية تنطلق من أنها تكون متأصلة في تكويناتها الذاتية، و تكون نتيجة لتقدير المستهلك لها على نحو خاص. والنحو الخاص في حالتنا هذه هي (الذكاء التكنولوجي). إذ تنبع جمالية الوظيفة في تصميم الأقمشة الذكية من خلال ما يقدمه القماش من منفعة وراحة في الاستخدام والتي تنحدر من ملائمة تركيبية ونوع

القماش المستخدم وفقاً لنوع الأداء وطبيعة المستوى التكنولوجي الذي وظف في تكوين القماش.

الفصل الثالث - إجراءات البحث

1.3 منهجية البحث: اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي لتحليل العينة، وكذلك في جمع المعلومات والبيانات بغية الوصول لأهداف البحث ومن ثم التوصل إلى نتائج البحث .

2.3 مجتمع البحث وعينته: تمثل مجتمع البحث بنماذج من تصاميم الأقمشة الذكية المصنعة في المملكة العربية السعودية ضمن الفترة الزمنية (2008 - 2010). وقد تمثلت بـ(16) أنموذجاً خاصاً بالأقمشة الذكية، تم اختيار(4) نماذج منها بصورة قصديه وبنسبه (25%) من مجتمع البحث الحالي لغرض التحليل والوصول إلى نتائج البحث .

3.3 أداة البحث : لتحقيق الوصول إلى أهداف البحث تم إعداد (استمارة) تضمنت تحديد محاور التحليل والتي بنيت وفقاً للمؤشرات التي تم استخلاصها من الإطار النظري.

4.3 صدق الأداة: بعد ان حددت الباحثة استمارة تحديد محاور التحليل، حددت من خلالها استمارة محاور التحليل. ولغرض التحقق من صدق الأداة الظاهري لفقرات استمارة التحليل في جمع المعلومات والبيانات فقد تم عرض الاستمارة على لجنة من الخبراء* في مجال تصميم الأقمشة.

5.3 وصف وتحليل العينة

نموذج (1) قماش ذكي (كل الحكاية)

المنشأ : المملكة العربية السعودية

التحليل :صمم النموذج لمفردات شكلية من الواقع البيئي بأسلوب بسيط والمتمثل بالمفردة الشكلية (الفرشه). إذ اعتمد المصمم تكرار المفردة الشكلية على مجمل المساحة الكلية

للقماش , كما كان للتنوع الملمسي داكن القيمة على شكل خطوط طوئية شغلت الفضاء التصميمي بالكامل . كما يعد اللون احد العناصر الاساسيه في التكوين ومن هذا المنطلق استخدم المصمم التضاد اللوني ما بين اللونين الاسود والابيض مما انتج

* لجنة الخبراء : أ.م.د.قدوري عراك أ.م.د.ناصر الربيعي أ.م.د.هند محمد العاني

فضاء متساويا في الانتقال المرئي لحركه تنظيم المفردات وبتزامن . كما اظهر التكوين التصميمي التماثل والتوازن والانسجام في للصفات الشكلية واللونية وقيمها وعلاقتها بالفضاء مما ادى الى ظهور علاقه ادراكيه محققه الوحدة الظاهري هاذ اسهم التنظيم الشكلي للعناصر ايقاعا منسجما ومتناغما ضمن فعلة التكراري المحقق للاستمراريه في الشكل العام .

كما برز في التصميم التحول التقني للتركيب النسجي اذ وظفت التقنيه الذكيه اضافته الى تقنيه التركيب النسجي وذلك من خلال استخدام الياف طبيعيه نباتيه معالجه لها القدره على التحول الذاتي في حالات التغير في درجه الحرارة اي الشعور بالبرودة عند ارتفاع درجه الحرارة والعكس , برز في هذا التصميم التنوع التقني اي ان اهتمام المصممين كان منصبا على ابراز الجانب او البعد الوظيفي والنفعي للقماش دون الاهتمام بالبعد الجمالي .



نموذج (2) قماش ذكي (وجه السعد)

المنشأ : المملكة العربية السعودية

التحليل :صمم النموذج لمفردات شكلية متمثله بالخطوط المنحنية المتداخلة مع بعضها البعض ,أي إن البناء التنظيمي للمفردات التصميمية جاءت نتيجة العلاقات ولتحقق التنظيم الخطي اتخذت اتجاهيه متنوعه من خلال حركه الخطوط والتي توحى بالاتجاهية العمودية, وقد ساعد

المؤثر التقني بالانتقال الحركي للخطوط إلى إنشاء خطوط ملتوية ومنحنية مما حقق تنوعا ملمسيا ,كما أظهرت الاختلافات اللونية والقيم ملمسا نتيجة الفعل التقني الازهارى. اذ وظف المصمم اللون الأحمر والبرتقالي والبني ذو أقيمه الضوئية المنخفضة على الفضاء التصميمي المتمثل بالقيمة الضوئية وهي اللون الأبيض , أكد النموذج على وحدة الموضوع والمحافظة على المسار الاتجاهي الطولي المستند على أرضيه أو فضاء التصميم .

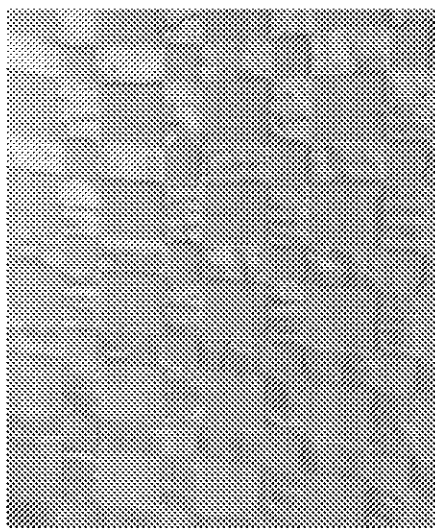
وظفت في هذا النموذج من القماش التقنيه الذكيه اضافته لتقنيه الطباعة , إذ إن وظيفة هذا النوع من القماش تتمثل بالقدره العاليه على مقاومه البلى في حال التعرض

للفيضانات والسيول التي تجتاح المملكة وذلك من خلال استخدام خيوط الفايبير المقاومة للماء مع الخيوط الأخرى للنسيج بحيث تكون في النهاية مقاومة للماء ,وبذلك يكون الناتج التصميمي للقماش قد حقق البعد الوظيفي النفعي بالدرجة الأساس .

نموذج (3) قماش ذكي (وجه السعد)

المنشأ: المملكة العربية السعودية

التحليل: صمم النموذج لمفردات شكلية هندسية توزعت بشكل منتظم على مجمل الفضاء التصميمي إذ برز التكرار واضحا إضافة إلى التنظيم المنتظم للمفردات إذ اتخذت تقسيما فضائيا منتظما على شكل مربعات متجاورة في الفضاء التصميمي الكلي اظهر الوحدة في الحركة الاتجاهية، ظهرت المفردات الشكلية



بفعل علاقة التجاور والتداخل والتلامس للمفردات كوحدة متصلة مع بعضها البعض , والتنوع في الخامات اظهر ملمسا واضحا للقماش إذ لعبت التقنية الاظهارية للتركيب النسجي دورا في الفضاء التصميمي إذ إن لصفات الخامات هنا الفاعلية في تحقيق قوى اتجاهية ,كان للتنظيم الخطي الأثر الواضح في تحقيق الإيقاع كذلك برز التنظيم المركزي واضحا على مجمل المساحة الكلية للقماش , أعطى المصمم هنا السيادة للخامة بتنوعها الذي نتج عنه تنوعا ملمسيا وذلك من خلال استخدامه للون واحد في مجمل الفضاء التصميمي للقماش وهو اللون الرمادي بقيمة لونية عالية. ان علاقات التنظيم عموما تحمل سمات التناظر الذي يحقق الاستمرارية ,التوازن ,الوحدة في التصميم مع سيادة الملمس .التقنية التي وظفت في هذا التصميم هي تقنية النانو تكنولوجي أي التقنية الذكية أضافه إلى تقنيه التركيب النسجي ذلك ان وظيفة القماش هنا مقاومه البلل من خلال استخدام خيوط الفايبير ذات المقاومة العالية للماء مع خيوط النسيج الأخرى المتكون منها القماش وذلك لدرء الأخطار الناجمة من الأمطار والفيضانات والسيول ,اذ يكون القماش محققا البعد الوظيفي النفعي بالدرجة الأساس .

الفصل الرابع - النتائج ومناقشتها

1. أغلب تصاميم الأقمشة الذكية حققت بعدا وظيفيا ونفعا اذ جاءت جميع التصاميم محققة لذلك. ومن ثم، فان تحقيق الجانب النفعي والوظائفي من خلال إنتاج أقمشة ذات كفاءة وقدرة عالية وحسب وظيفة كل نوع منها .
2. غاب في التصاميم الذكية للأقمشة وبشكل كبير البعد الجمالي اذ جاءت التصاميم بمفردات زخرفيه بسيطة . كما يجب التاكيد على توفير الأمان ودرء المخاطر عن استخدامها وكل حسب وظيفته .
3. وظفت التكنولوجيا الذكية بشكل أساسي في تصاميم الأقمشة إضافة إلى تقنيات أخرى مثل تقنية التركيب النسجي أو التقنية الطباعية . مما ولد تحرر اكبر في مجال تصاميم الأقمشة عمل على رفع القدرة الأبتكارية لمصممي الأقمشة . من خلال إمكانية استخدام التقنيات التكنولوجية في مجال التخصص.

المصادر

1. امانويل كانت, نقد ملكة الحكم, تر: سعيد الغانمي, كلمة ومنشورات الجمل, لبنان, 2009.
2. اميرة حلمي مطر, فلسفة الجمال, مشروع النشر المشترك, دار الشؤون الثقافية العامة (آفاق عربية), الهيئة المصرية العامة للكتاب القاهرة - سلسلة كتاب الجيب, د. ت.
3. اندريه لالاند, موسوعة لالاند الفلسفية, م3, دار الدعوة, بيروت-باريس, 2001.
4. الجباري, اديب نوري : العزلة البصرية في العمارة , اطروحه دكتوراه , (غير منشورة) , الجامعة التكنولوجية , بغداد , 1999 .
5. حامد سرمك, فلسفة الفن والجمال, ط1, دار الهادي, بيروت, 2009.
6. راوية عبد المنعم. القيم الجمالية، دراسات في الفن والجمال، دار المعرفة الجامعية، كلية الاداب، جامعة الاسكندرية، 1987.
7. زياد معن, الموسوعة الفلسفية العربية , دار الاتحاد العربي , بيروت , 1986.
8. روبرت جيلام سكوت , اسس التصميم , ت : محمد محمود يوسف , دار نهضة مصر للطبع والنشر , القاهرة , 1980.
9. طارق رمزي وآخرون : مقدمة في علم النفس , تقديم ومراجعة : أ.د. محمد عبد القادر , ط1 , منشورات جامعة صنعاء, 1992 .

10. عبد الرحمن بدوي: الخطابة لارسطو ، دار الشؤون الثقافية العامة ، وزارة الثقافة والإعلام، بغداد.
11. عز الدين إسماعيل. الاسس الجمالية في النقد العربي، ط3، دار الفكر العربي، القاهرة، 1974.
12. علي بن محمد الجرجاني، التعريفات، دار الكتب العلمية، بيروت، 1988.
13. م. اوفسيانيكوف- ز. سمير نوبا. موجز تاريخ النظريات الجمالية، ت: باسم السقا، ط2، دار الفارابي، بيروت، 1979.
14. زكي نجيب محمود، الموسوعة الفلسفية المختصرة، ت: فؤاد كامل وجمال العشري وعبد الرشيد الصادق، مكتبة الانجلو المصرية، الالف كتاب 481، القاهرة - مصر، 1963.
15. مصري حنورة، سيكولوجية التذوق الفني، دار المعارف، القاهرة، 1985.
16. الموسوعة الفلسفية ، تر: فؤاد كامل وآخرون، مكتبة النهضة، بغداد، دار القلم، لبنان، دت.
17. مولنار ، فرانسو : الوحدة والكل ، ت: نجلة فتحى ، مجلة فنون عربية ، العدد 2 ، دار واسط للنشر ، لندن .
18. نصيف جاسم عباس، الابتكار في التقنيات التصميمية للاعلان المطبوع، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 1999 .
19. American Heritage Dictionary , difinition of appearance , posted in august, 23,2008. From : <http://education.yahoo.com/reference/dictionary/entry/function>
20. American Heritage Dictionary , difinition of function , posted in august, 23,2008. From : <http://education.yahoo.com/reference/dictionary/entry/function>
21. Bamossy, Gary, Scammon, Debra L. and Johnston, Marilyn , A Preliminary Investigation of the Reliability and Validity of an Aesthetic Judgment Test. In: Advances in ConsumerResearch. RichardP. Bagozzi and Alice M. Tybout (eds.). Ann Arbor, MI: Associationfor Consumer Research, 1983.
22. Berlyne, David E. Aesthetics and Psychobiology. New York: Appleton-Century-Crofts,1971.
23. Berlyne,D,E, Conflict, Arousal, and curiosity, N.Y,McGrew-Hill Book company,1960.
24. Bloch, Peter H. , Seeking the Ideal Form: Product Design and Consumer Response. Journal of Marketing 59(3): 1995,p16–29.

25. Bloch, Peter H. Seeking the Ideal Form: Product Design and Consumer Response. *Journal of Marketing* 59(3): 1995.
26. Desalvo, The Constitution of The Product: Form, Function, Material, and Expression. Reviewed from: <http://www.cs.cmu.edu/~illah/CLASSDOCS/DisalvoChapter2.pdf>, accessed in January-1-2009
27. Design, Arizona State University, Tempe, Arizona.
28. Dewey, J. Art as Experience. Carbondale:Southern Illinois University press. 1987. In : Marianne Graves Petersen, Ole Sejer Iversen, Peter Gall Krogh, Aesthetic Interaction — A Pragmatist's Aesthetics of Interactive Systems, Aarhus University Åbogade 34, Aarhus, DK, 2004,p271.
29. Hekkert, Paul, Snelders, Dirk and van Wieringen, Piet C.W. , ‘‘Most Advanced yet Acceptable: Typicality and Novelty as JointPredictors of Aesthetic Preference in Industrial Design. *BritishJournal of Psychology*, 94(1): 2003.
30. Holbrook, Morris B. Some Preliminary Notes on Research in Consumer Esthetics. In: *Advances in Consumer Research*. Jerry C.Olson (ed.). Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, 1980.
31. <http://www.geocities.com/Athens/2360/jm-eng.fff-hai.html>
32. <http://www.geocities.com/Athens/2360/jm-eng.fff-hai.html>
33. Hunter associates Laboratory, what is appearance, vol.12, No 2. Rostin , Virginia , 2008.
34. Karl , Marx, Capital: A Critique of Political Economy, Volume 1, New York: International Publishers Co., Inc. 1967 .in : Prasad Boradkar, Commodity Discourse: The Object In Cultural Theory and
35. Muller, Wim , Order and Meaning in Design,2001. Utrecht: Lemma. Murdoch, Peter and Flurscheim, Charles H. , Form. In: *Industrial Design in Engineering*. Charles H. Flurscheim (ed.). Worcester, UK: The Design Council, 1983.
36. Oxford Dictionary of Philosophy. The Oxford Dictionary of Philosophy. Copyright, by Oxford University Press. 2005.
37. Oxford Dictionary of Philosophy. The Oxford Dictionary of Philosophy. Copyright, by Oxford University Press. 2005.
38. Patrick W. Jordan, DESIGNING PLEASURABLE PRODUCTS, Taylor & Francis, London and New York,2000.p45
39. Veryzer, Robert W., Jr. and Hutchinson, J. Wesley , The Influenceof Unity and Prototypicality on Aesthetic Responses to New Product Designs. *Journal of Consumer Research* 24(4): 1998.

40. Veryzer, Robert W., Jr. The Place of Product Design and Aesthetics in Consumer Research. In: Advances in Consumer Research. Frank R. Kardes and Mita Sujan (eds.). Provo, UT: Association for Consumer Research, 1995.
41. Whitfield, Allan and Wiltshire, Tom , Color. In: Industrial Design in Engineering. Charles H.Flurschein (ed.). Worcester, UK:The Design Council, 1983.
42. Wikipedia . appearance, from <http://en.wikipedia.org/wiki/Appearance>

Abstract

The objective and intellectual value of this search , arise from a fundamental point , which is that smart fabrics are fabrics with built varying quite different from the value of performing specific protection from environmental conditions and self-expression , but are fabrics with potential sophisticated utility you what he was doing cloth normal , as well as formulas functional disparate trends and different shapes . Hence , the aesthetic value stems from the ability of these fabrics for protection from environmental conditions and self-expression , as well as the nature of the performing provided as posts by a cloth . That's the aesthetic Alaied identified between what is configurable and has a dimensions of seen, and what is the aesthetic value stemming from a performace offered by the cloth .