

Luxury in jewelry design

Aya Qutaiba Abdul Khaleq¹

Nawal Mohsen Ali²

Al-Academy Journal-Issue 108

ISSN(Online) 2523-2029/ ISSN(Print) 1819-5229

Date of receipt: 13/2/2023

Date of acceptance: 12/3/2023

Date of publication: 15/6/2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

The current research dealt with the presence of ornaments and jewelry since ancient times, which express the social, religious or emotional status of the person who adorns them, in addition to being distinguished by a distinct aesthetic and luxury, that is, in a sense closely related to the social and economic status of people, and we note that jewelry is considered a symbol of luxury and luxury, and hence The need to study luxury appeared in the design of ornaments and jewelry because it refers to the adornment elements that are made of metals and precious stones, which actually indicate signs of status or position that distinguish social classes from each other. The problem was identified by the following question: Determine the effectiveness of luxury in the design of jewelry and jewelry? The research included two important topics. We will address them successively.

Below are some results and conclusions:

- 1 .Luxury is of great importance in the field of distinguished and luxurious creativity of the industrial designer and industrial production institutions in the modern industrial world.
- 2 .The emergence of luxury led to the fulfillment of the requests of users with trends and class of the velvet class of the rich, political figures, aristocratic classes and the global bourgeoisie.

Keywords: luxury, design, ornaments and jewelry.

¹ University of Baghdad / College of Fine Arts. ayah.abd2104m@cofarts.uobaghdad.edu.iq

² University of Baghdad / College of Fine Arts. Dr.Nawalmuhsin@Gmail.com

الفخامة في تصميم الحلي والمجوهرات

آية قتيبة عبد الخالق¹

نوال محسن علي²

ملخص البحث:

تناول البحث الحالي وجود الحلي والمجوهرات منذ قدم التاريخ والتي تعبر عن الوضع الاجتماعي والديني أو العاطفي للشخص الذي يتزين بها، فضلا عن أنها تتميز بجمالية وفخامة متميزة، أي بمعنى ترتبط ارتباط وثيق بالوضع الاجتماعي والاقتصادي للأشخاص، ونلاحظ إن المجوهرات تعتبر رمزا للفخامة والترف، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى دراسة الفخامة في تصميم الحلي والمجوهرات لأنها تشير إلى عناصر الزينة والتي تكون مصنوعة من المعادن والأحجار الكريمة، والتي بالفعل تدل على علامات المكانة أو المنصب والتي تميز الطبقات الاجتماعية عن بعضها البعض. وتم تحديد المشكلة بالتسأل التالي: ماهي فاعلية الفخامة في تصميم الحلي والمجوهرات؟ وتحدد بالهدف الآتي: تحديد فاعلية الفخامة في تصميم الحلي والمجوهرات، وتضمن البحث على مبحثين مهمة. سنتطرق إليها تباعا. ونورد ادنا بعض النتائج والاستنتاجات:

1. للفخامة أهمية كبيرة في مجال الإبداع المميز والفخم للمصمم الصناعي ومؤسسات الإنتاج الصناعي في العالم الصناعي الحديث.
 2. أدى ظهور الفخامة إلى تلبية طلبات المستخدمين من ذوي الاتجاهات والفئة من الطبقة المخملية من الأغنياء والشخصيات السياسية والطبقات الارستقراطية والبرجوازية العالمية.
- الكلمات المفتاحية: الفخامة، التصميم، الحلي والمجوهرات.
- مشكلة البحث:

ظهرت الحلي والمجوهرات منذ قدم التاريخ والتي تعبر عن الوضع الاجتماعي و الديني أو العاطفي للشخص الذي يتزين بها، فضلا عن أنها تتميز بجمالية والفخامة، أي بمعنى ترتبط ارتباط وثيق بالوضع الاجتماعي والاقتصادي للأشخاص، و نلاحظ إن المجوهرات تعتبر رمزا للفخامة والترف، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى دراسة الفخامة في تصميم الحلي والمجوهرات لأنها تشير إلى عناصر الزينة والتي تكون مصنوعة من المعادن والأحجار الكريمة، والتي بالفعل تدل على علامات المكانة أو المنصب والتي تميز الطبقات الاجتماعية عن بعضها البعض وإمكانية اقتنائهم لكمية المجوهرات حسب مكانتهم الاجتماعية وليس هناك شك في إن الحلي والمجوهرات ذا قيمة عالية وترمز للفخامة. وتم تحديد المشكلة بالتسأل التالي: ماهي فاعلية الفخامة في تصميم الحلي والمجوهرات؟

هدف البحث: تحديد فاعلية الفخامة في تصميم الحلي والمجوهرات.

أهميه البحث: تتحدد أهمية البحث في تسليط الضوء على مفهوم الفخامة من داخل حقل التصميم الصناعي وبيان كيفيات ومظاهر تمثلها في تصميم الحلي والمجوهرات.

¹ كلية الفنون الجميلة/ جامعة بغداد / ayah.abd2104m@cofarts.uobaghdad.edu.iq

² كلية الفنون الجميلة/ جامعة بغداد / Dr.Nawalmuhsin@Gmail.com

حدود البحث: الحدود الموضوعي: الفخامة في تصميم الحلي والمجوهرات. الحدود الزماني: 2021-2022.
تحديد المصطلحات:

الفخامة لغوياً: فخم الشيء / يفخم فخامة وهو فخم: عبل، والأنثى فخمة وفخم الرجل، بالضم، فخامة أي ضخم (Ibn Manzoor, 1984, p. 3362). فخم يفخم: فخامة 1. الشيء: ضخم 2. علا قدره وارتفعت منزلته 3. الكلام: كان جزلاً فصيحاً (Massoud, 1992, p. 595).

الفخامة اصطلاحاً: هي معيار لجمالية الشكل وأقصى درجات الانهيار ولكن ينقسم الجمال المعاصر إلى الفخامة السلبية وتشمل الفخامة الجمالية المخيفة والبشعة الذي تتعدى الحالة العقلانية من الاتزان والانساق، والفخامة الإيجابية وتشمل الفخامة الجمالية النبيلة والعقلانية التي تحقق أعلى درجات الانهيار في الشكل (I-Muqram, 2010, p. 860).

إجرائياً: تعرفها الباحثة بأنها معيار لجمالية الشكل وأقصى درجات الكمال لأنها ناتج ترابطية العلاقة لمجموعة من المفردات والعناصر التصميمية والعلاقات الشكلية واللونية، بهدف تحقيق الغرض التصميمي للمنتج من الناحيتين الجمالية والوظيفية.

الحليّ والمجوهرات لغوياً: حَلَى: (اسم) من الأشياء: البالغ الجودة والحلاوة (Ibn Manzoor, 1984, p. 456)، المجوهرات [الجَوْهَرُ] - جوهرُ الشيء: حقيقته وذاته. و- من الأحجار: كلُّ ما يُستخرج منه شيء ينتفع به.

الحليّ والمجوهرات اصطلاحاً: هي شكل من أشكال الزينة الشخصية مثل القلادة، الخاتم، البروش، الأقراط والسوار، ويمكن أن تصنع الحلي والمجوهرات من أي مادة، ولكنها غالباً ما تصنع من الأحجار الكريمة، المعادن الثمينة أو أصداف البحر.

الإطار النظري

المبحث الأول: نشأة الفخامة في التصميم الصناعي:

في مجرى القرنين الثامن عشر والتاسع عشر، وتحديدًا في نهايات القرن الثامن عشر وبدايات القرن التاسع عشر، بدأت الفخامة تزدهر بظهور الثورة الصناعية وتحقق فتوحاتها الفكرية ولاسيما في مجال الفن وفي مجالات الأدب والهندسة المعمارية والتصميم الصناعي الذي شكل الحقل الأكثر أهمية في مجال الإبداع المميز والفخم للمصمم الصناعي ومؤسسات الإنتاج الصناعي في العالم الصناعي الحديث ولاسيما العالم الغربي في أوروبا وأمريكا، وبدأت التصميمات الفردية للكثير من المنتجات الصناعية كالسيارات والدراجات البخارية واليخوت والطائرات الخاصة والعامة وبعض الإكسسوارات كالساعات والحلي والأزياء وغيرها الكثير من المنتجات الصناعية بالظهور لملبية لطلبات المستخدمين من ذوي الاتجاهات والفئة من الطبقة المخملية من الأغنياء والشخصيات السياسية والطبقات الأرستقراطية والبرجوازية العالمية، والتي استمرت وتطورت بمرور الزمن، وكان للتطور التقني والتكنولوجي لوسائل الإنتاج أثراً بالغاً في نمو تلك الفئة، حيث توالى عمليات الإنتاج والتصميم الصناعي لمواكبة تلك التطورات التكنولوجية وبالتالي نمو حركة الإنتاج بما يحقق الطموحات للمستخدمين من تلك الطبقات وتحقيقاً للأرباح وإشباعاً لتلك الفئة. واليوم تشهد العملية التصميمية ظهور شركات متخصصة في التصميم الصناعي والتي تحتضن المئات من

المصممين الصناعيين القادرين على إحداث التغيير واكتشاف كل ما هو جديد من المنتجات وتوظيف التقنيات الحديثة في الإنتاج الصناعي وعمليات التشغيل لتلك المنتجات والتي بدأت بالميكانيكية ثم تطورت إلى الالكترونية ثم أخيراً وليس آخراً اكتشاف تقنية النانو التي تدخل اليوم في الكثير من العمليات التصميمية والإنتاج والتشغيل وفي كافة المجالات الصناعية كالطب والهندسة وصناعة السيارات والطائرات والمواد المنزلية المختلفة (Al-Alawi, 2014, p. 71).

مفهوم الفخامة:

تعد الفخامة معيار لجمالية الشكل وأقصى درجات الانهيار ولكن ينقسم الجمال المعاصر إلى الفخامة السلبية وتشمل الفخامة الجمالية المخيفة والبشعة الذي تتعدى الحالة العقلانية من الاتزان والاتساق، والفخامة الإيجابية وتشمل الفخامة الجمالية النبيلة والعقلانية التي تحقق أعلى درجات الانهيار في الشكل (I-Muqram, 2010, p. 890). وان خصائص فعل الفخامة تختلف في طريقة قياسها بحسب طبيعة الصيغة التي تظهر فيها الفخامة (الهيئة، المعنى، الوظيفة)، وفي هذا المجال نذكر نظرة الجادري للنتاج التصميمي وفق الجدوى من وجوده وهي في ثلاث مجالات: الحاجة النفسية، والحاجة الرمزية، والحاجة الجمالية، إي إن التركيز على احدها لا يعني عدم وجود المجالين الآخرين لكن لكل منها أسلوب طرح معين (Al-Chadirji, 2000, p. 30)، ومن ذلك تقابل الحاجة النفسية صيغة الوظيفة، وتقابل الحاجة الرمزية صيغة الكلام والمعاني، وتقابل الحاجة الجمالية صيغة الهيئة، كما تذكر الدراسات التصميمية وللنتاج التصميمي ثلاث إبعاد: بعد تركيبى يبحث في إشكال العلاقات والعناصر، وبعد سيميائي يبحث في المعاني والدلالات، وبعد عملي يبحث في وظيفة المنتج (John, 1987, p. 22).

إذ إن هناك خصائص لنظام المنتج الصناعي مثل الهيكل والشكل والمواد، يمكن إن تؤثر بشكل مباشر في طبيعة فخامة المنتج، من ناحية أخرى، وهناك خصائص مرافقة للفخامة وهي الخصائص التي تم التحقق من صحتها والتي يكون متفق عليها إنسانياً من ناحية الشكل، والمعروفة في المراحل الأولى من التصميم بسبب الأجزاء التي تم تصنيعها أو شراؤها، والخصائص الفعلية التي يتم اكتساب المعرفة عنها خلال العملية الإدراكية التي تتعلق بالخامات الحديثة ودورها في إضافة الفخامة للمنتج، والخصائص المتوقعة بشكل موثوق التي تكون ناتجة عن استخدام مواد أو نسب لا بد إن تضيف للفخامة، والمعروفة من خلال الأساليب ونماذج المحاكاة، و خصائص غير معروفة وغير محددة في المراحل المبكرة بسبب التوقعات والافتراضات الخاطئة (Bernard, 1999, p. 29). وبالتالي يمثل الجمال في الفخامة احد الأركان الثلاثة الرئيسية للتصميم الصناعي (إلى جانب الموائمة والمتانة)، وقد اعتمد البعض هذه الثلاثية في التقييم الذوقي للنتاج التصميمي الفخم أيضاً، ونجد معيار الملائمة للمنتج ورمزيته والتقنية تعتمد كقيم ومعايير جمالية، كمثال على ذلك فأن الحكم الذوقي للمنتجات التي لم تأخذ الجانب الاجتماعي والرمزي بنظر الاعتبار، (كما في فترة الثورة الصناعية) وطغى عليها الجانب التقني وصفت بأنها شوهدت الوجه الجمالي للتصميم نظراً لظهور معيار التعبير الرمزي والذي يتم من خلاله الحكم الجمالي على الشكل التصميمي كونه يمتلك فخامة جيدة أو غير جيدة (Ahmad, 1995, p. 16).

فالمنتج الفخم هو الذي يخدم الغرض الذي اعد من اجله بأقل قدر من التكاليف واكبر قدر من الفعالية، إضافة إلى ملائمة الحل الهيكلي للمشكلة، فالمنتج الذي يبدو غير جيد لان هيكله الإنشائي غير جيد لا يمكن اعتباره فخم، فالفخامة مرادفة للمتعة، ولا يمكن للإنسان إن يتمتع بمنتج وهو يخشى استخدامه، حيث إن معظم المنتجات الصناعية يتم إنتاجها وتسويقها وفقاً لقواعد وأنظمة مدروسة، ومرتبطة بالمفاهيم التصميمية التقليدية والحديثة، وهي مواكبة لمستجدات التطور والحداثة، لذا فإن كل مصمم يسعى إلى تقديم منتج صناعي جميل وجذاب وفخم ليحوز على رضا المتلقي أو المستخدم، لذلك تعد جمالية مظهر المنتج الصناعي من الاعتبارات الأساسية والمهمة في أوليات إنتاجه وتقديمه للججمهور المتلقي



فكلما كان تصميمه أخاذاً في جماليته وممتعاً ومسراً للعين الرائية حقق التواصل البصري والعاطفي مع المتلقي، وأن مظاهر المنتج الصناعي الوظيفية والجمالية تدرك بادراك العمق البصري لأبعاد هيئته ومادة خاماته بخصائصها البصرية والملمسية ولكل من هذه الخصائص دور مهم في إنماء الصفات الشكلية والمميزات الجمالية ليكون المنتج فخم بالنسبة للمتلقي، كما أنها جميعاً تخضع لمعالجات إخراجية بعض منها يتعلق بخصائص خامات المنتج الصناعي التي تؤثر بشكل مباشر على هيئة المنتج إجمالاً وأدائه الوظيفي والجمالي حصراً ومن أبرزها القياس والمتانة وقوة التحمل والمرونة والتكيف والمقاومة والاستدامة ويضاف إلى ذلك عامل الكلفة الاقتصادية المرتبطة ارتباطاً وثيقاً بإنتاجه وإخراجه (Ulrich, 2011, p. 118). كما في الشكل رقم (1) إلفخامة في الكشك

السمات العامة للفخامة:

تتسم الفخامة بسمات لها دور في معرفة وفهم معنى الفخامة وهي كالتالي:

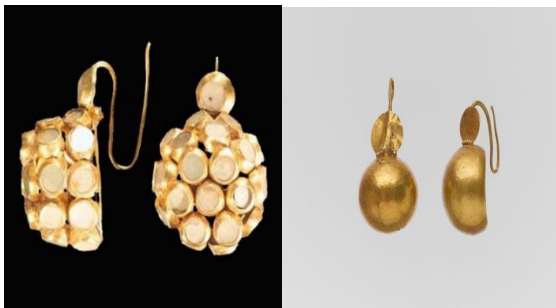
1. الوقار: هو القدرة على تحقيق التوازن في المظهر الخارجي مع الصلابة في الداخل، وهو السكينة في الطروحات الإسلامية، فهو ليس فقط لا يظهر عليه الانفعال بل لا ينفعل في داخله عندما يستوجب عدم ظهور الانفعال (Al-Naraq, 1966, p. 191).
2. الإجلال: تعظيم وتبجيل لمن هو أهل للاحترام والتقدير، والجليل هو المحترم الوقور.
3. السمو: عرفه الSublimity بمجملها لتشير إلى المهيّب، الجليل، السمو، الرفعة، الضخم، الذروة، إما الThe sublime فقد اختلفت بالتعبير عن الشيء السامي أو الرفيع (Al-Baalbaki, 1981, p. 923).
4. الرفاهية: على الرغم من الالتباس، فان الباحثين من جميع التخصصات يتشاركون في فهم أساس للرفاهية، ويتم تعريف الرفاهية على أنها شيء أكثر من ضروري، على عكس الضرورة يصف بعض المؤلفين الرفاهية أيضا بعدم الضرورة و فائض (de Barnier, 2012, p. 15).

المبحث الثاني: مفهوم الفخامة في الحلي والمجوهرات:

تعتبر الحلي والمجوهرات علامة للهوية إذ ان من المهم التمييز بين المجوهرات والحلي التي يختار الناس ارتداؤها وبين المجوهرات التي كانوا يحملونها في أكياس من القماش او صناديق خشبية، غالبا مع العملات المعدنية، وبالتالي فان قطع المجوهرات التي تم ارتداؤها كانت على الأرجح ترتبط بهوية الفرد، ويمكن ان ننظر الى الاختلافات الموجودة في الجودة والحرفية بين عناصر المجوهرات الذهبية الموجودة مع بعض الهياكل العظمية النسائية التي تم اكتشافها قديما، وتشير هذه الاختلافات في الواقع الى ان النساء من خليات اجتماعية واقتصادية عالية الى معتدلة ومتوسطة، حيث كان لديهن قطع من المجوهرات الذهبية ولكن هذه القطع تختلف من حيث الجودة والتكلفة (Veronica, 2021, p. 177). ان الحلي والمجوهرات وجدت منذ قدم التاريخ، وهي تعبر عن الوضع الاجتماعي والديني او العاطفي للشخص الذي يتزين بها، فضلا عن انها تتميز بجمالية وفخامة متميزة، أي بمعنى ترتبط ارتباط وثيق بالوضع الاجتماعي والاقتصادي للأشخاص، ونلاحظ قديما ان المجوهرات كانت تعتبر رمزا للفخامة والترف، وهذا ما دعى النساء قديما الى ادخار الأموال لشراء المجوهرات الباهظة الثمن التي تشير الى عناصر الزينة والتي تكون مصنوعة من المعادن والاحجار الكريمة، والتي كانت بالفعل علامات تدل على المكانة او المنصب. والتي تميز الطبقات الاجتماعية عن بعضها البعض وإمكانية اقتنائهم لكمية المجوهرات حسب مكانتهم الاجتماعية. كما في الشكل رقم(2)و(3)



وليس هناك شك في ان الذهب كان ذا قيمة عالية ويرمز للفخامة ولكن قابليته للطرق جعلته أيضا مناسباً لصنع قطع مجوهرات اقل تأملا، مثل الاقراط نصف الكروية المصنوعة من رقائق الذهب او خواتم الأصابع المجوفة والاساور، ونتيجة لذلك يمكن للنساء من خلفيات متدنية الحصول على مجوهرات مماثلة في الشكل والأسلوب للقطع الذهبية الصلبة التي ترتديها نساء النخبة، ولكن في حدود مميزاتها الخاصة (Nelson, 2018, p. 614). إذ نلاحظ أيضا في شكل رقم(4) و (5) زوجان من الاقراط الذهبية نصف الكروية المعروضة ادناه اختلافات، زوج واحد مصنوع من رقائق الذهب البسيطة، بينما الزوج الاخر له هيكل اكثر تعقيدا مصنوع من سلم ذهبي يؤمن 55 دائرة كوارتز، توفر هذه الاختلافات في الحرفية والمواد مؤشرا أساسا للفخامة والتكلفة المادية .



اما بالنسبة الى كمية الحلي والمجوهرات الذهبية التي كانت تمتلكها النساء قديما، تشير الاكتشافات الى ان النساء في ذلك الوقت حرصن على ادخار الأموال لشراء بعض من المجوهرات او القطع الذهبية التي كانت تعتبر من الكماليات، ويتم طرح السؤال هنا الى أي درجة كانت المجوهرات الذهبية والفضية تعتبر من الكماليات؟ وهل كان هذا الشكل من الرفاهية مخصصا للأشخاص ذوي المكانة العالية؟ ويمكننا القول ان الثروة والعمر والجنس والحالة الاجتماعية والمهنة والهوية، وأيضا الجمال كلها سمات للهوية الشخصية، والتي غالبا ما تم انشاءها وعرضها في فترة الرومان عن طريق المجوهرات، على عكس التماثيل واللوحات الجدارية التي كانت متقنة في ذلك الوقت والتي لا يستطيع تحملها سوى النخب من الأثرياء وذوي النفوذ. إذ كانت النساء الرومانيات وكذلك الرجال من جميع الطبقات الاجتماعية يمتلكون نوعيات مختلفة من المجوهرات تبين حقيقة العثور على المجوهرات مع الأشخاص الذين كانوا يرتدونها والتي تتعلق بهويات افراد معينين، تناقض حالة المجوهرات الموجودة في السياقات الأثرية بشكل حاد مع حالة المجوهرات القديمة التي جاءت من الحفريات غير المنتظمة التي أجريت في القرنين الثامن عشر والتاسع عشر واول القرن العشرين والتي غالبا ما تم دراستها فقط من حيث جمالياتها او القيمة التاريخية الفنية والمصنفة في المقام الأول وفقا للمادة او النوع.



أنواع الحلي والمجوهرات:

تعتبر المجوهرات والحلي مهمة جداً للسيدات وتحرص على اقتناء جميع أنواعها وتقوم بارتدائها في المناسبات والحفلات المهمة لأنها تزيد من جمالها، ويوجد أنواع عديدة من الحلي والمجوهرات التي يتم استخدامها للتزيين ومنها ما يلي:

1- الأساور: تعد من أهم أنواع المجوهرات والحلي وتحرص كل السيدات على اقتنائها لارتدائها في المناسبات المهمة ومقابلات العمل والحفلات بكل أنواعها. ويوجد من الأساور العديد من الألوان ولكن الأشهر اللون الذهبي والفضي، ويتم صنعها من العديد من مواد الخام مثل الذهب والفضة، والألماس والجلد و البلاستيك. كما في الشكل رقم (6-7) الفخامة في الاساور.



2- القلادات: هي من أشهر أنواع الحلي والمجوهرات ويتم ارتدائها حول العنق ويوجد لها أسماء كثيرة من أهمها السلاسل أو العقد، ويتم صنعها من العديد من مواد الخام الثمينة مثل الذهب والفضة والألماس، ومن المميز بها أنه يمكن زخرفتها بعدة أشكال مميزة والنقش عليها لوضع الأحجار الكريمة كالزمرد والفيروز، وتمتاز بأن أسعارها مرتفعة ولكن بناءً على المادة الخام المكونة لها متميزه بالفخامة. كما في الشكل رقم (8) الفخامة في القلادة



3- الخواتم: هي من أهم أنواع المجوهرات ولا يمكن لأي سيدة الاستغناء عن الخواتم خاصة ختام زوجها لأنه يميز هذه المناسبة السعيدة، ويتم صنع الخواتم من أثنى المعادن والخامات مثل الفضة والذهب والألماس والياقوت ويتميز بشكله الدائري يتميز بالفخامة. ومنذ قديم الزمن تقوم السيدات بارتداء الخواتم حول الأصابع ولكن حالياً أصبح يتم الارتداء الخواتم في كلاً من القدمين والأذنين، وأول من

استخدم الخواتم وصنعها هم القدماء المصريين منذ آلاف السنين ثم انتشرت الفكرة بعد ذلك في كافة أنحاء العالم (Al-Harashah, 2020). كما في الشكل رقم (9) الفخامة في الخواتم



4- الخلخال: يعد من أشهر أنواع المجوهرات التي تفضلها السيدات فهي تعبر عن الأنوثة والجمال، والخلخال يشبه كثيراً الأساور ولكن الاختلاف لأنه يتم ارتدائه في القدمين وأول من صنع الخلخال هم المصريون القدماء. ويتم صناعته من الكثير من مواد الخام مثل البلاستيك والفضة والذهب والبرونز والألماس، وحالياً تم تطوير شكل الخلخال بشكل كبير جداً ويتم تقديمه كشبكة للعروس. كما في الشكل رقم (9) الفخامة في الخلخال



5- الاقراط: هو من أنواع الحلي التي يتم ارتدائها في الأذن أو سرة البطن أو الأنف، ويوجد من القرط أو الحلق الكثير من الأشكال ذات الزخارف الجميلة تمتاز بالفخامة، ويتم صناعة الاقراط من الذهب والفضة والألماس (Al-Sadawi, 2017). كما في الشكل رقم (10) الفخامة في الاقراط



6- الساعات اليدوية: هي من أشهر وأهم أنواع الحلي والمجوهرات التي تتميز بالفخامة إذ يقوم الرجال والنساء باستخدامها، وأول من اخترع ساعة اليد هو العالم الألماني بيتر هينلاين وهذا في سنوات القرن السادس عشر ميلادي، ويتم ارتداء الساعات حول معصم اليد أو في الجيب أو الحقيبة. ويوجد من ساعة اليد الكثير من الأشكال والألوان ويتم إضافة الكثير من الأكسسوارات والزخارف لها ويتم صنعها من العديد من مواد الخام مثل الألماس والذهب والجلد والفضة، ويوجد منها عدة أنواع منها ساعة اليد الميكانيكية ساعة اليد الإلكترونية (Abdel Hamid, 2019). كما في الشكل رقم (11) الفخامة في الساعة اليدوية.

النتائج والاستنتاجات:

1. ظهور مفهوم للفخامة في المنتجات الصناعية عموماً وفي تصميم الحلي والمجوهرات خصوصاً وأصبح المفهوم شائع الاستخدام في العصر الحديث للدلالة عن التميز والتفرد والرفعة والسمو في المجتمع.
2. تعد الحلي والمجوهرات علامة للهوية والفخامة إذ غالباً ما تميز النساء الثريات، وتحرص على اقتناء جميع أنواعها وتقوم بارتدائها في المناسبات والحفلات المهمة لأنها تزيد من جمالها.
3. تعد الفخامة معياراً الجمالية الشكل وتحقق أقصى درجات الانبهار.
4. يمكن عد الفخامة في المنتج الصناعي إيجابية من خلال تبني سمات النبيل والعقلانية التي تحقق أعلى درجات الانبهار في التكوين الشكلي للمنتج.
5. ظهور مفهوم الفخامة كحاجة وتلبية لطلبات المستخدمين من ذوي الاتجاهات المختلفة والفئة من الطبقة المخملية من الأغنياء والشخصيات السياسية والطبقات الأرستقراطية والبرجوازية العالمية.
6. يحقق مفهوم الفخامة طفرة فاعلة في مجال الإبداع المميز للمصمم الصناعي ومؤسسات الإنتاج الصناعي في العالم الصناعي الحديث.

References:

1. Abdel Hamid, R. (2019, 2 17). *Types of ornaments and jewelry*. Retrieved from <https://mqqaall.com/types-jewelry-ornaments/>.
2. Ahmad, M. (1995). *Rules and Methods of Building Evaluation*. Jordan: Dar Majdalawi for Publishing and Distribution.
3. Al-Alawi, H. (2014). *Building Western Civilization (Components of Modernity and Elements of the Renaissance)*. Beirut: Center for Contemporary Research.
4. Al-Baalbaki, M. (1981). *Al-Mawred*. Beirut: Dar Al-Ilm for Millions.
5. Al-Chadirji, R. (2000). *Dialogue in the Structuralism of Art and Architecture*. London: Riyadh Al-Rayes for Books and Publishing.
6. Al-Harashah, E. (2020). *What are the types of ornaments and jewelry*. Retrieved from <https://e3arabi.com/>.
7. Al-Naraqi, M. (1966). *The Mosque of Saadat*. Beirut: Arab History Foundation for printing, publishing and distribution.
8. Al-Sadawi, M. (2017). *Jewelry and ornaments are a special symbol of culture around the world*. Retrieved from <https://www.sayidaty.net/node/625336/>.
9. Bernard. (1999). *Early Evaluation of Product Properties Within the Integrated Product Development*. Germany: echnische Universidad Munched.
10. de Barnier, V. (2012). *Do consumers perceive three levels of luxury?* B.B: Journal of Brand Management.
11. Ibn Manzoor, M. (1984). *Lisan Al-Arab*. Egypt: Dar Al-Maarif for Publishing and Distribution.
12. John. (1987). *Creating Architectural Theory*. New York: Van No strand and Reinhold Company.
13. I-Muqram, A. (2010). *Exaltedness in Architecture, a study on the manifestation of the concept of sublime beauty in the architectural form through structural treatments*. Baghdad: Engineering and Technology Journal, Volume 28, No. 18.
14. Massoud, G. (1992). *Lexicon of Al-Raed*. Beirut: House of Knowledge for Millions.
15. Nelson, M. (2018). *Excavated Roman Jewelry: The Case of the Gold Body Chains*. B.B: The Adventure of the Illustrious Scholar.
16. Ulrich, E. (2011). *Product Design & Development*. Boston: McGraw Hill.
17. Veronica. (2021). *Jewelry Design in the Luxury Sector: Artistry, Craft, Technology and Sustainability*. Singapore: Springer.