

آليات الجذب البصري في الفضاءات الداخلية

شيماء سامي أحمد

ملخص البحث

يعد الجذب البصري من الاساسيات التي يشترط توفرها في الاعمال التصميمية ، لتحقيق الحاجات المختلفة كالتفاعل الاجتماعي والحاجة الى الترويج او الترفيه فضلاً عن الحاجة المادية ومن هذا المنطلق فقد ارتأت الباحثة أنه من المهم دراسة اليات الجذب البصري في الفضاءات الداخلية وقد حددت مشكلة البحث وفق التساؤل الاتي : ماهي اليات الجذب البصري في الفضاءات الداخلية ويهدف البحث الحالي الى : توظيف اليات الجذب البصري في تصميم الفضاءات الداخلية كما تحدد البحث بثلاثة حدود وهي :

الحد الموضوعي : اليات الجذب البصري .

الحد المكاني : محلات بيع ملابس الاطفال / لجانب الرصافة .

الحد الزمني : ٢٠١٠-٢٠١٢

وعرفت الباحثة المصطلحات ذات العلاقة بموضوع البحث وهي :-

(اليات ، الجذب البصري)

اما الفصل الثاني فقد شمل الاطار النظري وقد ضم ثلاثة محاور رئيسة وهي :-

١. المنبهات المؤثرة للجذب البصري .
 ٢. الاعتبارات التصميمية للفضاء الداخلي من خلال العناصر البنائية وجماليات تصميم الفضاء الداخلي .
 ٣. العلاقات التصميمية للفضاء الداخلي .
- اما الفصل الثالث فقد تناول اجراءات البحث والنتائج والاستنتاجات تذكر الباحثة بعضاً منها:
١. ضعف التصميم او بناء الفكرة ادى الى عدم تحقيق الجذب البصري . من خلال اختيار اناس ليسوا ذوي تخصص او خبرة مما افقد تصميم الفضاء الداخلي الكثير من تأثيره المميز على المتلقي .
 ٢. هناك غياب للكثير من المؤثرات الحسية والشكلية التي تسترعي انتباهنا بسبب خصائصها المؤثرة في الادراك البصري للجذب البصري باستثناء العينة (١) .
 ٣. ضعف العلاقات التصميمية من حيث تواجد القوى البصرية المؤثرة فيها واعتماد صفة البساطة والتجريد في العناصر البنائية للفضاء الداخلي ادى الى ضعف الاثارة في البنية التصميمية ، اذ يمكن تحقيق جانب الاثارة من خلال اليات الوحدة والتوازن والايقاع والتضاد والتباين والانسجام والتوافق حيث يؤدي هذا التنوع الى اثراء الفضاء الداخلي .
- ثم جاءت التوصيات والمقترحات كالآتي :-
١. لتحقيق مراكز جذب بصري توصي الباحثة ببناء نظام هيكل يبتناغم مع جماليات التصميم الداخلي فتولد نواتج شكلية مرئية متوافقة .
 ٢. التأكيد على تفعيل دور العلاقات التصميمية لاسيما العلاقات الشكلية التي لها تأثير رمزي وتعبيري ووظيفيا محفز للجذب البصري .

Abstract

The visual attraction of the fundamentals that require the availability in the design business, to achieve the needs of different social interactive and the need for recreation or entertainment as well as financial need and as such has considered the importance of a researcher studying the mechanics of visual attractions in the interior spaces have been identified according to the research problem the following question:

What are the mechanisms of visual attractions in the interior spaces and the current research aims to Recruitment mechanisms of visual attractions in the design of interior spaces as determined by three research limits are:

- Reduce the objective: the mechanics of visual attraction.
- Reducing the spatial: Shops selling baby clothes to Rusafa.
- Reduce temporal: ٢٠٠٠-٢٠١٢ .

It was known researcher of terms related to the subject matter, namely: (mechanics, visual attraction)

The second chapter covered the theoretical framework has included three main themes, namely:

١. Stimuli affecting the visual attraction.
٢. Design considerations of space through the internal structural elements and aesthetics of interior space design.
٣. Relations of the design space of procedure.

The third chapter dealt with research procedures and results and conclusions of the researcher remember some of them:

١. Poor design or construction of the idea led to the lack of visual attraction. Through the selection of people who are not with specialization or experience, which has lost a lot of internal space design featured on the impact of the recipient.
٢. There are a lot of the absence of sensory effects and formal, which draws our attention because of their characteristics affecting the visual perception of the visual attraction exception of the sample (١).
٣. Weak ties design in terms of the presence of power optical affecting them and the adoption of a recipe simplicity and abstraction in structural elements of the space of the internal led to the weakness of excitement in the structure design, as it can be achieved by the excitement through the mechanics of unity, balance and rhythm and contrast, contrast, harmony and compatibility with leading this diversity to enrich the inner space .

Then came the recommendations and proposals as follows:

١. To achieve the optical centers attract the researcher recommends the construction of a structural system in harmony with the aesthetics of interior design products bred visible formal compliant.

Emphasis on activating the role of design relations, especially relations with influential formal symbolic and expressive and functional visual stimulus to attract.

مشكلة البحث

يعبر تصميم الفضاء الداخلي عن الرؤية الناتجة لقدرة المصمم الداخلي وقابليته في تنظيم المفردات والعناصر باستخدام أدوات التعبير في سياقات جديدة لتوصيل معنى ضمن نسق من المعقولية ، وهذا المعنى يغدو قوة كامنة لجذب الأطفال ضمن تصميم الفضاءات الداخلية . وتبقى العمليات التصميمية بكلها العام والخاص وتحديداً في التصميم الداخلي بحاجة ماسة الى افضل الحلول لان هذا الاداء التصميمي صاحبه الكثير من التطور في مجال التقنيات التصميمية الحديثة للإظهار ، وما الجذب الا حصيلة تفاعل النظم الفضائية من خلال العناصر والاسس والعلاقات التصميمية ، اذ يكتسب الفضاء الداخلي خصوصية معينة يمكن ادراكها حسيّاً من خلال الاطار المتشكل والمدرك من خلال مديات الحواس . ومن هنا بعد تفحص ميداني قامت به الباحثة في تصاميم الفضاءات الداخلية لمحلات بيع ملابس الاطفال ، كشف عن افتقار الكثير منها القدرة على الجذب مما اثر سلباً في اثاره المتلقي وتحفيزه . وللوصول الى نقطة ارتكاز لمشكلة البحث والتي يمكن ان تكون وفق التساؤل الاتي: " ماهي آليات الجذب في تصميم الفضاءات الداخلية ؟ "

أهمية البحث

يمثل الاطفال شريحة مهمة في المجتمع بوصفهم اهم مقومات بنائه ومن ثم فإن مسؤولية توفير افضل خدمات الرعاية لهم على وفق الطريقة الملائمة لعمرهم تقع على عاتق المجتمع بمؤسساته كافة، لذا تبرز اهمية البحث من خلال :-

1. إسهام المثيرات (Stimuli) (اضاءة ، لون ، ملمس ، اثاث الخ) بدور رئيس في تصميم الفضاء الداخلي لمحلات بيع ملابس الاطفال لما لها من تأثير مباشر على حواس الطفل ، بالاضافة الى تحفيز الاطفال على حب المكان فضلاً عن تكوين جو آمن مرح يطمئن الطفل فيه .
2. أن الية الجذب هي احدى الادوات المؤثرة في التصميم الداخلي ، التي تؤخذ بالحسبان عند قيام المصممين بعملهم ، بالاضافة الى تأسيس قاعدة نظرية بأطار معرفي واضح للمبادئ والمفاهيم الناتجة منها ، لتحسين واقع حال الفضاءات التجارية الخاصة بالاطفال .

هدف البحث

توظيف آليات الجذب في تصميم الفضاءات الداخلية .

حدود البحث

1. موضوعياً : اليات الجذب البصري في الفضاءات الداخلية .
2. مكانياً : محلات بيع ملابس الاطفال لجانب الرصافة .
3. زمانياً : ٢٠١٠-٢٠١٢ .

تحديد مصطلحات

١. الاليات

الاليات لغويّاً : تطلق لفظ الالية مجازاً على "كل عملية يمكن ان تتكون فيها جملة من المراحل المتعاقبة والمتعلق بعضها ببعض ، نقول : الية الانتباه - الية الذاكرة - الية القياس " (صليبا ، ١٩٧١ ، ص٢٧) .

الآليات فلسفياً :-

" ذاتي الحركة وتطلق على الأفعال والحركات الحيوانية التي تتم دون وعي وهي ليست صادرة من ارادة ، كما تطلق هذه اللفظة دون وعي ، مثل الرسم الآلي والكتابة الآلية والكلام الآلي ، فالفعل يصدر عن الجسم بصورة تلقائية وليس وليد الاستجابة لمنبه خارجي ، وقد يشبه الآلة من حيث اتصافه أحياناً بدقة الحركة واطرادها " (رزوق ، ١٩٧٧ ، ص٤٦).

يتضح من التعريفين السابقين ان مصطلح الآليه يحمل معنيين الاول هو المراحل المتعاقبة لعملية معينة ، والثاني هو ذاتي الحركة او الفعل الذي يصدر عن الجسم بصورة تلقائية وليس وليد الاستجابة لمنبه خارجي وقد ركزت الباحثة في تعريفها الاجرائي على المعنى الاول للآلية وهو :-

المراحل المتعاقبة المستخدمة في عملية الجذب واثارة المتلقي ضمن تصميم الفضاءات الداخلية لمحللات

بيع الملابس .

٢ . الجذب البصري

الجذب البصري لغوياً :-

من جذب جذباً واجتذاب اليه فانجذب . ضد دفعه عنه جاذبه وتجاذبا الشئ : نازعه وتنازعا اياه (المنجد ، ١٩٨٤ ، ص٨٢) .

ففي اللغة العربية الجذب هو شد الانتباه نحو الشئ ، حيث يعرف شد الانتباه (فلسفياً) بأنه:- " حالة ذهنية يوجه فيها الشخص نشاطه المعرفي والعملية ويركزه على موضوع او عمل محدد ويحث الانتباه غير الارادي الى موضوع ما بفعل الملامح الخاصة للموضوع نفسه مثل التحول الفجائي وقوة التأثير المضاد ويتحدد الانتباه الارادي بهدف شعوري وهو سمة خاصة بالانسان (روزنتال ، ١٩٨٥ ، ص٥٥) .

التعريف الاجرائي

هو قدرة المشاهد ضمن الفضاء الداخلي على لفت انتباه المتلقي (المشاهد) خلالها وايقافه او تغيير مساره نحوه ويمتلك وفرة من الخصائص المميزة والمحفزة حسياً والمثيرة للانتباه التي تساعد في توجيهه نحو مصدر التحفيز

الاطار النظري

مفهوم الآليات

تتأسس الآليات من خلال المراحل التصميمية المتعاقبة والمتألفة من مجموعة عناصر البناء التصميمي والذي يؤسس المنجز التصميمي.

ان مفهوم الآلية يشبه الى حد كبير صياغة جملة مفيدة تتكون من حروف وكلمات عديدة تشكل عناصرها البنائية ، حيث ان تماسكها الداخلي مع بعضها يمنح لكل حرف معناه من خلال الية اتصاله مع الحروف الاخرى لتؤدي الى معنى محدد.

فالآليات (هي سياق لترتيب الاجزاء والمكونات بعلاقات نسقية وبذلك تكتسب هذه الوحدات شكلاً معيناً ناتجاً من فعلها ضمن المنجز التصميمي) (Emery، ١٩٧٢، ١٢٦. p). اذن الآليات ضمن المنجز التصميمي هي

اساس للتفاعل ما بين الاسس و العناصر التصميمية والعلاقات فيما بينها ، حيث ترتبط اولاً بالبده في تأسيس الفكرة والية تحويلها من اللامادي الى المادي بعد اجراء الكثير من التعديلات بما يخدم تحقيق الهدف التصميمي.

مفهوم الجذب البصري

لا شك ان الشكل الجذاب هو الذي يتصف بعناصر المثيرات المرئية التي يمكن ان تؤثر في السلوك ، والمثيرات متنوعة منها ماهو معقد كالأشكال المركبة ومنها ماهو بسيط تتصف بالوان انيقة ، ومنها اشكال غير مألوفة .

ان مفهوم الجذب البصري يعبر عن الطاقة المحققة في الاجسام وقدرتها على جذب الطفل وتنشيط مراكز الاستقبال لديه وسحب انتباهه وعند النظر الى هذه النتيجة نجد ان كل المتحقات الجاذبة تمتلك طاقة كامنة او مفعلة لتأكيد فعلها الجاذب (العزوي ، ٢٠٠٤ ، ص ٩) . " كما تؤدي العناصر التي تتصف بالجاذبية في فن التصميم الداخلي دوراً ارشادياً ووظيفياً في طبيعة الحركة والاداء والاهمية والقيمة داخل فضاء محدد " (الحسيني ، ج٢ ، ٢٠٠٨ ، ص ٩٧) . من خلال توظيف مفردات تتسم بنوع من الغرابة او اللامألوفية مثل استخدام وسائل عرض ذات هيئة كارتونية كما في الشكل (١-١) او اضافة نسجة غريبة ضمن نسق الفضاء الداخلي تعمل على اثاره الاحاسيس والانتباه لدى الانسان مثل الرسم بطريقة البعد الثالث على الجدران ، كما في الشكل (٢-١) ان فعل الجاذبية يتعلق بالمدركات الحسية من خلال الخصائص البصرية التي تعمل على لفت الانتباه اذ " يحصل الجذب بين الشخص والشكل عندما تتطابق تعبيرات الشكل مع حاجات الشخص فيكون الانجذاب والتفاعل بينهما مجزياً ومرضياً " (نعم، ٢٠٠٨، ص ٧) ومن خلال ما طرح فإن عملية الجذب البصري تعتبر عملية تحفيز بصري من خلال لفت انتباه الانسان عن طريق انشاء علاقة غير تقليدية (مبتكرة) بين مختلف اجزاء الفضاء الداخلي.



الشكل رقم (١-١) يوضح وسيلة عرض ذات هيئة كارتونية الشكل رقم (٢-١) يوضح الرسم على الجدران بطريقة البعد الثالث (المصدر: الباحثة)

الادراك البصري عند الانسان (الكبار- الاطفال)

ان حواس الانسان هي ابوابه الى المعرفة. إذ يعتمد عليها اعتمادا جوهريا فمن خلالها تأتيه المعلومات والاحساسات المختلفة ويتم تفاعله مع بيئته المحيطة به ، فتكون خبراته وعالمه الادراكي والفكري والتصوري والتخيلي ويعد الادراك البصري احد المقومات المهمة في نمو الطفل العقلي إذ ان القدرة على الملاحظة وادراك الاشياء والتمييز بين اشكالها واحجامها والوانها واسماؤها والتعرف عليها في المجتمع ، فالادراك ببساطة هو القدرة على فهم ما يراه الانسان وتحديد حجمه وشكله ولونه وترتيبه وعلاقته مع غيره. اي تحديد هوية الشكل ومعرفة أوجه التشابه والاختلاف بينه وبين الاشكال التي لها علاقة به ومعرفة اجزائه المكونه له (قناوي، ١٩٩٠، ص ٢٥٢) .

فالادراك البصري عملية تجري في المخ عندما نحاول ان نحدد معاني معينة لاشكال تختلف من لونها وتركيبها بواسطة الضوء المنعكس الينا منها (عويس، ١٩٩٣، ص ٦٩) .

و ينشأ سر الادراك البصري عن طاقة اشعاعية تمثل المثير والمسبب الذي يصطدم بالعين مسببا الحس البصري (Hesselgren, ١٩٧٥, p1٣٧) وبتحليل النظم الحسية البصرية نجد ان هناك ثلاثة انواع تحدد وتشكل الظاهرة هي الضوء واللون والشكل.

فالادراك البصري عملية حركية أساس في ربط المعنى بالمتغيرات البصرية الآتية للعين من البيئة المحيطة ويتفق كثير من العلماء على وجود أربعة عوامل ادراكية حسية بصرية هي :

١. الانتقاء الإدراكي البصري : ويعني التمييز بين المتغيرات البصرية التي تظهر أولا تظهر أخيراً عند النظر الى الاشكال.

٢. المرونة الإدراكية البصرية : وتعني التمييز بين الأحجام المتشابهة والأحجام المختلفة ولهذا المرونة مظهر آخر هو القدرة على ادراك التشابه بين الاتجاهات والاضواء التي تحتلها الاشكال والاجسام .

٣. الدقة والسرعة الادراكية البصرية.

التركيب الإدراكي البصري: ويتصل بالقدرة الادراكية المعروضة باسم الاغلاق البصري وتتعلق هذه القدرة بالوصول الى الاستنتاجات من معلومات بصرية جزئية، (الخالدي ، ٢٠٠٨ ، ص ٢٧) .

وأثبتت التجارب ان الوعي الادراكي البصري يمكن ان يتم تعلمه فالخصائص الأساس بين اللون والشكل المرئي تبدأ منذ الصغر فالاطفال تجذبهم الاضاءة والنصوع للاشكال المرئية ، كما موضح في الشكل (١-٣) ومما تقدم ترى الباحثة ان الادراك البصري هو العملية التي يتم بواسطتها فهم مثيرات العالم الخارجي التي تجذب انتباهنا وتثير حواسنا ، اذ يستغل المصمم ميول الانسان واهتماماته ليحولها الى مفردات عمل ضمن المنظومة التصميمية الكلية ، كما موضح في الشكل (١-٤) .



الشكل رقم (٤-١) يوضح كيفية توظيف المثيرات

الشكل رقم (٣-١) يوضح الخصائص الاساسية

التي تجذب الانتباه

بين اللون والشكل المرئي

(المصدر: الباحثة)

المنبهات المؤثرة في الجذب البصري

ان الانسان معرض لكثير من المنبهات البصرية ضمن البيئة المحيطة ولكنه لا ينتبه اليها جميعاً في وقت واحد بل يختار منها ما يجذبه . وتعتبر هذه المنبهات قوى ضاغطة خارجية تسترعي الانتباه لما تتميز به من خصائص شكلية ضمن المحيط التصميمي ، ومن اهم العوامل الخارجية المؤثرة في الجذب البصري :-

شدة المنبه وحجمه :- عنصر مهم في جذب الانتباه " فالمنبهات القوية تجذب اكثر من المنبهات الاقل شدة " (الدباغ ، ٢٠١٠ ، ص٥٨) ، اذ تعتبر عناصر الشدة في الفضاء الداخلي من خلال اللون والحجم والضوء والفكرة الغريبة من العوامل التي تثير الانتباه في التصميم من خلال الاثراء البصري والذي يعتبر صفة النتاج التصميمي الذي يمتلك وفرة وزيادة للخصائص البصرية من خلال آليات الجدة والغموض والتنوع والتباين ، والغنى او الاثراء واحدة من الشروط الأساس التي تعمل على جذب انتباه المتلقي .

وترى الباحثة ان المثيرات القوية التي لها تأثير مباشر وفعال ضمن الفضاء الداخلي والتي يتوخى المصمم من خلالها الوصول الى اعلى قدرة تعبيرية للجذب البصري مثلاً (توظيف وحدة اضاءة مركزية او نصب يهيمن بظهوره في المركز الفضائي) .

عامل الحركة :- ان العناصر التي تظهر بخصائص حركة حقيقية ام وهمية " تكتسب قيمة جذب اكثر من العناصر الساكنة كونها عامل جذب وشد بصري يثير الاهتمام " (علي منصور ، ١٩٦٨ ، ص١١٤) " فالمصمم لابد ان يدرك في تصميمه ما هي العناصر والتقنيات التي تثير الدوافع او الحاجات المادية او المعنوية يسعى الى تحقيقها في تصميمه " (الحسيني ، ج٣ ، ٢٠٠٨ ، ص١٧٠) .

وترى الباحثة من خلال المعالجة التصميمية للمحددات الانشائية من خلال التكرار او التدرج لاشكال هندسية او زخرفية فإنها تحقق ناتجاً لإيهام حركي ، ويمكن استخدام وحدات عرض متحركة مثل عارضات متحركة للملابس حيث تعمل على جذب انتباه المتلقي .

التنظيم والترتيب : " يميل الانسان بطبعه الى التعلق بالاشكال المنظمة بطريقة تتلاءم مع تصوراته وطبيعته وتسهل على المتلقي ادراكها " (الحسيني ، ج٣ ، ٢٠٠٨ ، ص١٦٩)

اذ تميل العناصر التي تنظم وفق نسق معين الى جذب الانتباه اكثر من العناصر الاخرى التي تبدو غير منظمة او مبعثرة حيث يؤدي التنوع في التنظيم الى اثراء الفضاء بنوع من المتعة والتشويق والاثارة معارضاً مبدأ النظام الشكلي الذي يتصف بالرتابة او الملل كما موضح في الشكل (٣-١)(٤-١)

اللامألوفية او الغرائبية : لم يعد التصميم الداخلي مجرد جماليات او اثارة شكلية او لونية لانفعال المصمم بل اصبح يهدف الى مخاطبة العقل وتحريك فعل المخيلة لدى المتلقي اي " عملية بناء وابتكار لطواهر جديدة من خلال تغيير آليات النظم والعلاقات وابتداع انساق جديدة غير سائدة لتحقيق الجذب " (نجم، ١٩٩٦، ص١٣٦)، من خلال "اعادة صياغة عناصر التصميم الداخلي وفق اساليب مبتكرة قائمة على اساس اثارة الدهشة لدى المتلقي من خلال معالجات تصميمية مبتكرة تجعل من الفضاء الداخلي منظومة شكلية جمالية متكاملة ذات ابعاد فنية وفكرية غير مألوفة " (فنن ، ٢٠٠٩ ، ص٦).

وترى الباحثة ان الهدف الذي يسعى المصمم الداخلي الى تحقيقه هو هدف تعبري غرائبي وهذا ما يؤدي الى ان يكون مفهوماً وله معنى محدد لأنه ذو دلالة فنية ومعنى في الوقت نفسه ، فالمنبهات الجديدة التي تدخل خبرة الشخص تجذبه اكثر من المنبهات المألوفة ، فالمعالجات التي يقوم بها المصمم في تحقيق حالة التمايز من خلال توليف او تنظيم مفردات الفضاء الداخلي ، فاختراق كل ما هو مألوف ضمن نسق غير معتاد يعتبر من المظاهر اللامألوفة والتي يلجأ اليها المصمم لتحقيق محفزات جذب ضمن الفضاء الداخلي كما موضح في الشكل (٥-١) .



الشكل رقم (٥-١) يوضح اللامألوفية او الغرائبية (المصدر: الباحثة)

الاعتبارات التصميمية للفضاء الداخلي

هنا تجد الباحثة ضرورة التعرف على القوى البنائية للفضاء الداخلي وفاعلية ادائها وما تولده من نواتج شكلية مرئية محققة للجذب البصري من خلال العناصر البنائية للفضاء الداخلي (الجدران، السقوف ، الارضية ، الفتحات) وجماليات التصميم المكتملة للفضاء الداخلي (الضوء ، اللون ، الملمس ، الاثاث) .

العناصر البنائية للفضاء الداخلي

تمثل الجدران المستويات العمودية الأكثر فاعلية من المحددات الأفقية بسبب طبيعة إسقاطها المتعامد مع مستوى النظر مما يؤدي الى تعزيز الشعور بالاحتواء و سهولة الإدراك والتلقي لها من الناحية البصرية ، وتعتبر من العناصر الأولية التي تعرف الفضاء التجاري عن فضاء اخر ، "تشكل الجدران واجهات الفضاء التجاري بذلك فإن عملية تصميم واجهات العرض من الامور الأساس والمؤثرة في المجال البصري لكونها تأخذ الجزء الأكبر من الحقل البصري للمتبضع " (البغدادي ، ٢٠٠٤ ، ص٧١) كما في الشكل رقم (٦-١) .



الشكل رقم (٧-١) يوضح توظيف الجدران في استخدام



الشكل رقم (٦-١) يوضح الجدران كواجهات عرض

صور الاطفال (المصدر: الباحثة)

[http://www.mas2020.net/showthread.php?p=](http://www.mas2020.net/showthread.php?p=139909)

١٣٩٩٠٩

لذا ترى الباحثة ان تحقيق اكبر قدر من الشفافية ضمن تصميم جدران واجهات المحلات من الامور المهمة في تحقيق الجذب ، حيث توظف الجدران (القواطع) في فضاء العرض الخارجي كخلفية لواجهات العرض لما تتميز به من صفة جمالية او تكون عبارة عن تكوينات شكلية مخصصة لعرض الملابس عليها ، اذ يمكن توظيف الجدران كخلفيات تستخدم عليها صور الاطفال تكون الأكثر فاعلية لكونها تأخذ الجزء الأكبر من الحقل البصري للمتبضع ، كما في الشكل رقم (٧-١) .

اما بالنسبة للسقوف فتعتبر المستويات الافقية العلوية التي تمتلك من الناحية البصرية اهمية في تحديد الفضاء الداخلي وتشكل هذه المستويات من الناحية الفيزيائية العنصر الواقي للفضاء الداخلي وتقسّم انشائياً الى نوعين :-

١. السقف الانشائي : والذي يكون جزءاً من النظام الهيكلي .

٢. السقف غير الانشائي : مثل السقف الثانوي ، الذي يتخذ أشكالاً مختلفة قد تكون مناقضة لهيئة الفضاء الداخلي وهندسيته (شبر ، ١٩٩٨ ، ص١٧) .
ومن كل ما تقدم ان المصمم يعمل على تحقق العديد من الغايات التصميمية ضمن التكوينات الشكلية للسقوف الثانوية وهي غالباً ما تجذب الانتباه والنظر إليها ، كما انها تمنح المصمم حرية اختيار الشكل المكمل للفضاء والتحكم بارتفاعه فضلاً عن حرية التنوع في ارتفاع السقف وكذلك اشكال والوان السقوف في الفضاء الداخلي ، وايضاً حرية تركيب الانارة التي تعتبر عنصر جذب من خلال اختلاف تكويناتها الشكلية في الفضاء التجاري هذا من جانب ، ومن جانب اخر يمكن استخدام النقوش والزخارف البسيطة التي يمكن ان تعبر عن هوية الفضاء الداخلي وخصوصيته .
اما بالنسبة الى الارضيات فهي العنصر الأساس لقيام القاعدة الداخلية التي تقوم على أساسه بقية العناصر الاخرى ومثل مسرح الاحداث الذي تتم عليه مختلف النشاطات والفعاليات وما يترتب على ذلك من اثقال وسائل العرض الثابتة او المتحركة اي ضرورة انشائها على نحو آمن (البغدادي ، ٢٠٠٤ ، ص٧٢) .
ومما تقدم يمكن معالجة الأرضية بشكل جذاب وذلك من خلال التطور التقني الهائل لمختلف مواد الانتهاء في تغليف ارضيات الفضاء الداخلي .
وعموماً ان اهم ما يمكن ان تتميز به المواد المستخدمة في تغطية الارضيات هي المتانة وسهولة التنظيف والادامة فضلاً عن تحملها للاتساخ والرطوبة والجفاف لا سيما مساحة فتحة الباب التي تتعرض للاستخدام والمشئي بشكل كبير . فأفضل مادة لتغليف ارضية الفضاء التجاري هي الرخام لما يتمتع به من نقوش وزخارف تولد المتعة الحسية للمتلقين ضمن هوية الفضاء التجاري وخصوصيته .
اما بالنسبة الى الفتحات فهي تعتبر من العناصر الانتقالية التي تعترض سطوح الجدران وتعطي الفضاء التجاري شكله واتجاهه ، تمثل الفتحات في الفضاء التجاري ابواب المداخل وواجهات العرض التي تربط داخل الفضاء بالخارج فهي تعد جزءاً من العناصر الانتقالية الفيزيائية والبصرية (البغدادي ، ٢٠٠٤ ، ص٧٣) كما موضع في الشكل (٨-١) .



الشكل رقم (٩-١) يوضح تأثير الضوء في الجذب البصري

الشكل رقم (٨-١) يوضح العناصر الانتقالية

المصدر <http://www.sudayr.com/vb/showthread.php?t=43114>

جماليات تصميم الفضاء الداخلي

يعد الضوء أحد العناصر المرئية المهمة للجذب البصري في الفضاء الداخلي بوصفها طاقة فيزيائية تساعد على تحديد الخواص المرئية للعناصر البانية للفضاء الداخلي (شكل ، لون ، خامة و المادة ، ملمس) .

ان اختلاف نوع الانارة وشدتها يؤدي الى اختلاف حالة الرؤية مما يؤثر على هيئة الفضاء وشكله ، فمثلاً العناصر المعرضة لانارة ساطعة تظهر تفصيلاً أكثر فقد اوضح العكام اهمية الاضاءة الاصطناعية وارتباطها بالصفات الجمالية التي تحققها في قاعات العروض حيث اشار الى أن " نمط الاضاءة المستخدمة فيها تؤثر على لفت الانتباه نحوها وجذب المتلقي الى الاجسام التي اكتسبت تشويهاً اضافياً بسبب نمط الاضاءة اذ تعد الحزم الضوئية او الفيض الضوئي عاملاً تصميمياً مؤثراً في الاضاءة " (العكام ، ٢٠٠٤ ، ص٩٧) كما في الشكل (١-٩).

"فالضوء عند تسليطه على عنصر ما بصورة مميزة يؤكد سيادته على باقي عناصر الفضاء وجعله نقطة شد و انتباه للنظر ويقوم ببناء الحقل البصري على اساسه فتوزيع الاضاءة بشكل متدرج على بقية العناصر يؤدي الى حصول تسلسل بالاهمية وتحقق اتجاهية للحركة تبعاً لهذا التسلسل " (حارث ، ٢٠٠٥ ، ص٢) .

ومن الجدير بالذكر ان الضوء يتمتع بكونه عنصراً زخرفياً ووسيلة معالجة اكثر فاعلية وتأثيراً في نفسية المتلقي لانها تعد من اولي المحفزات المرئية الجاذبة للوهلة الاولى ، فتكتسب القيمة الضوئية دون غيرها من العناصر فاعلية الجذب المباشر لانها تؤثر في باقي العناصر البنائية وبذلك تنعكس وبشكل مباشر على مدركات المتلقي الحسية فتؤثر به . أما الاضاءة الطبيعية فيمكن توظيفها من خلال التحكم بعدد مواقع الفتحات العمودية في الجدران وحجومها فإن التغيير المستمر لشدة ضوء الشمس في اليوم تعمل على تحقيق قيم متنوعة ومتباينة لتحقيق المتعة البصرية للفضاء التجاري .

ومما تقدم ترى الباحثة اهمية دور الاضاءة المدروسة في الفضاء التجاري من خلال تنوع نظم الاضاءة المباشرة وغير المباشرة مثل (النقطية والحجمية والسطحية والخطية) حيث تؤثر درجة التضاد والتباين ما بين الضوء والظلال بنحت الفضاء التجاري بصورة متألفة.

اما اللون فهو يعتبر من اكثر الامور تغيراً من عرض الى اخر ، اذ غالباً ما تتأثر بالطراز او (المودة) والتي تتصاعد وتتألق في العرض التجاري ، بعد اللون والنظم اللونية من اهم العناصر البنائية بحكم ما تمتلكه صفاته الظاهرة من قوة تأثير على الاستجابات المحفزة للمدركات الذهنية والحسية للمتلقي فهو اكثر العناصر البنائية تأثيراً في الجذب والتحفيز البصري (العزاوي ، ٢٠٠٤ ، ص٦٦) .

وللون فاعلية وقدرة كبيرة على اعطاء تناقض في احجام الفضاءات الداخلية حيث للون الابيض والالوان الباردة القدرة على اعطاء توسيع في الفضاء الصغير بالاضافة الى انه يكون قيمة جمالية مبتكرة من خلال تفاعله مع التفنيات المعروضة والوان الاثاث والاضاءة والمكملات كما في الشكل (١-١٢)، والعكس بالنسبة للالوان الحارة او الغامقة التي تعطي احساساً بالضيق (فنن ، ٢٠٠٨ ، ص٨٠).

" ان اللون هنا لا يمكن ان يمثل قوة تحفيزية بذاته بل هو جزء لا يتجزء من القوى البانية للشكل المحفز ولا بد من الدقة في انتخاب وتوظيف اللون كعنصر- بنائي " (العزاوي ، ٢٠٠٤ ، ص٦٧) . ومن خلال ذلك ترى

الباحثة ان اللون دوراً بارزاً في دعم النسق الشكلي للتحفيز البصري فضلاً عن تكوين خصائص تعبيرية وجمالية جاذبة للفضاء فتؤثر على المتلقي ، وان من اهم العوامل المؤثرة التي يحققها اللون في تصميم الفضاء التجاري :

جذب الانتباه : وهو العامل الأساس يقوم على اساس التباين اللوني

الاثر النفسي : فالالوان تثير الافكار فالدلالة الرمزية لكل لون لابد ان تعبر عن فكرة او افكار معتمدة على الخزين المعرفي السابق .

الاحساس الحركي : اذ تؤدي فعالية التدرج اللوني او التدرج بقيمة اللون الى اظهار ايهامات حركية محققة للسحب البصري والاثارة في الفضاء التجاري (العزاوي ، ٢٠٠٤ ، ص٦٩).

وترى الباحثة ان اكثر النظم المعتمدة في بنية تصميم الفضاءات التجارية تقع ضمن العلاقات اللونية المتباينة والمتضادة لينتج عنها نظم متنوعة في بنائها التنظيمي لاضفاء تعبيرات جمالية مؤثرة للتحفيز البصري وجذب الانتباه نحوها كما في الشكل المرقم (١٣-١) .



الشكل رقم (١١-١) يوضح فاعلية الالوان الفاتحة الشكل رقم (١٢-١) يوضح فاعلية التدرج اللوني للجذب البصري

<http://www.mas2020.net/showthread.php?p=139909>

اما الملمس فيعتبر احد العناصر البنائية التي تحدد صفات المادة ويرتبط الملمس بحاستي البصر- اي لمس بصري والملمس اي لمس حقيقي ، ويمكن التعرف على الصفات المادية من دون اللجوء الى لمس حقيقي (اسيل ، ٢٠٠١ ، ص٢٠) وذلك لان الملمس يمتلك صفات بصرية ويؤثر الضوء على ادراك الملمس ويتأثر الضوء بملمس السطح الذي يضيئه فالسطوح الصقيلة تعكس الضوء بشكل متألّق ومنتظم يلفت الانتباه ، اما السطوح الخشنة فهي تمتص الضوء وتشره بشكل غير منتظم ، فالملمس هو " المظهر الخارجي لسطوح التكوينات والاشكال المختلفة التي نراها او نلمسها وان اخفاء هذا العنصر على السطوح كغطاء نسيجي يميزها عن باقي سطوح التكوين، فالملمس يمثل نوعية سطح الشئ، وهو يعتمد على نوعية المادة فهي تحدد اسلوب الملمس ونوعيته، خامة طبيعية او صناعية والملمس قد يكون حقيقياً او وهمياً كما في الرسم ذي البعدين " (شعلان، ٢٠٠٠ ، ص٤٦) ان التطور الذي ظهر في التقنيات الحديثة كان له تأثير كبير في نشوء اشكال متنوعة تبعاً لهذه المواد لانه من الطبيعي ان تنفرد هذه المواد بخواص مختلفة عن المواد التقليدية بحكم تباين الخواص لهذه المواد وادى الى

حدوث تغيرات بصرية وتعبيرية لم تألف من قبل ، حيث كانت اكثر تأثيراً ولفناً للانتباه على المتلقي (راز ، ٢٠٠٥ ، ص٤٣) .

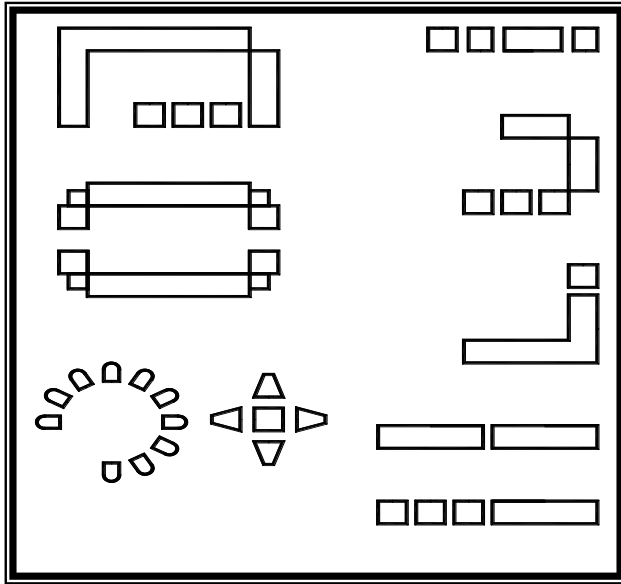
وترى الباحثة أن على المصمم ان تكون له معرفة من خلال خبرته في كيفية استخدام التنوعات الملمسية المناسبة ضمن الفضاء التجاري كالالواح الزجاجية والبلاستيكية والمطاطية والورقية والمعدنية والخشبية (صناعية ، طبيعية) وغيرها.

اما الاثاث فهو احد العناصر المهمة في التصميم الداخلي وهو يمثل صفة الربط بين الانسان والفضاء الداخلي ويشير للاثاث (ching) بأنه عنصر- تحويل الفضاءات المعمارية الى فضاءات نفعية واماكن وظيفية انسانية لاداء الفعاليات بكفاءة وراحة وهو يحقق الوظيفة (الادائية والجمالية) من خلال تحسين الفضاء التجاري ونزيبه (ching، ١٩٨٧، ٢٤٧p) .

ومهما اختلفت طبيعة الفضاء فإنها تحقق نوعين من الاعتبارات :

١. اعتبارات ادائية : وهي العوامل التي لها تأثير على شكل الاثاث ومقياسه ، اذ يجب ان يحقق الراحة الفيزيائية المرتبطة بطبيعة الوظيفة التي يؤديها .
٢. اعتبارات جمالية : ان العناصر البصرية الظاهرية التي تشكل النهايات الخارجية لكتل الاثاث من (الهيئة ، اللون ، الخامة ، الملمس ، الخ) هي في الغالب تؤدي الدور الأساس في التعبير الجمالي (اسيل ، ٢٠٠١ ، ص٢٧) .

وللاثاث عدد من انظمة التجميع الخاصة بترتيب قطعه او اجزائه في الفضاءات الداخلية ومنها التجارية اذ تقع على عاتق المصمم الداخلي مسؤولية اختيار النمط التصميمي الملائم لهيئة الفضاء التجاري وحجمه كما موضح في الشكل (١-١٣) .



الشكل (١٣-١) يوضح أشكال تنظيم الاثاث

المصدر (البغدادي ، ٢٠٠٤ ، ص٧٧)

العلاقات التصميمية للفضاء الداخلي

ان العلاقات التصميمية تعتمد على الكيفية التي تنظم بناء الاجزاء ووحدة تماسكها الجزئي ومن ثم ربطها ببعض " اذ يؤدي التنوع في تكييف بناء هذه البنيات الجزئية وتحديد موقعها وتنوع علاقات ربطها الى استلام بنى شكلية متنوعة في ابعادها التعبيرية وقيمها الجمالية الجاذبة وفقاً لنظم العلاقات المنتخبة في اظهار جاذبيات متنوعة التنظيم تحمل سمات بنية نظامية موحدة الجذب " (العزاوي ، ٢٠٠٤ ، ص٧٢) .

وترى الباحثة ان العلاقات التصميمية التي يظهرها المصمم في الفضاء الداخلي هي بنى شكلية وتعبيرية ورمزية ووظيفية تحمل تماسكاً في تأثيرها لاستقطاب المتلقي من خلال المثبرات المرئية المحفزة للجذب البصري . وفيما يأتي اهم العلاقات الجمالية المؤثرة في توجيه فاعلية الجذب في الفضاء التجاري :

الوحدة : تعد المرتكز الاساس لتكامل جميع العلاقات الاخرى في النتائج التصميمية فهي تمثل التكوين الكلي اذ لتكوين دون وحدة ، "وهي تعبير واسع ويشمل عناصر متعددة منها وحدة (الشكل ، الاسلوب ، الفكرة ، الهدف او الغرض) من العمل الفني وهذه العناصر جميعها هي التي تثير في الراي الاحساس النهائي بوحدة العمل الفني " (غزوان ، ٢٠٠٦ ، ص٧٥) فالوحدة في الفضاء هي الاواصر البنائية التي تتعامل مع مكونات التصميم وعناصره لتحقيق التنوع .

التوازن : يعني كيفية احداث الترابط ما بين الوحدات التصميمية ضمن الشكل الكلي للفضاء التجاري والاتزان " هو الحالة التي تتعادل فيها القوى المتضادة " (الحسيني ، ٢٠٠٢ ، ص١٤) ، ومما تقدم يكون للتوازن ضمن الفضاء الداخلي دور كبير في تحقيق المتعة في تأمل عناصر التصميم بصورة جذابة .

الايقاع : " نسق تنظيمي لمجموعة العناصر ويكون على نوعين أساسين ، الاول تماثل يعتمد المصمم فيه على طريقة التشابه ويتحقق من الصفات المظهرية للشكل والثاني غير تماثل هدفه التنوع وتحقيق الايقاع " (العزاوي ، ٢٠٠٤ ، ص٧٧) .

وعليه فإن الايقاع يقدم ملاءمة وضبطاً في احكام العناصر ويتحقق من خلال تكرار عناصر ضمن فواصل زمنية وفترات معينة مثل الايقاع المتدرج الذي يتم فيه تكرار لون او ملمس ... الخ بأسلوب منظم ومتتابع ومتغير تدريجياً .

التضاد او التباين : " ويعني جدلية العلاقة بين عنصرين من حيث تعارض صفاتها او خصائصها البصرية ، ولعلاقة التضاد اثر فاعل في مبدأ الاستشارة " (الامام ، ٢٠٠٢ ، ص٩٨) وترى الباحثة انه يمكن توظيف التضاد اللوني او الضوئي او الحجمي لتفعيل قوة الاثارة والمتعة في التصميم .

الانسجام والتوافق : يعد وسيلة " تنظيمية تشير الى علاقة كل جزء من اجزاء التنظيم مع الجزء الاخر ومن ثم علاقته مع الكل التصميمي فيما يتعلق بالحجم والمساحة واللون ولايتحدد بقانون خاص به " (العزاوي ، ٢٠٠٤ ، ص٧٤) ، ويمثل الانسجام جمع وحدات متشابهة ومتكررة بصورة منسجمة وغير متنافرة في الشكل الوظيفي لتكوين وحدة فنية ذات طابع تعبيري ويكون الانسجام من خلال عدة عناصر وتتجسد بالمواءمة والتناغم ما بين العناصر البنائية للتصميم (غزوان ، ٢٠٠٦ ، ص٨١) .

وترى الباحثة ان زيادة التوافق يولد حالة من الملل وزيادة التنوع تولد حالة من الاريك لذا فإن معادلة العلاقة ما بين التشابه والتنوع يؤدي الى توافق البنى التصميمية ضمن الفضاء الداخلي .

مؤشرات الاطار النظري :-

١. تعتبر اليات الجذب البصري عملية تحفيز بصري من خلال لفت انتباه الانسان عن طريق انشاء علاقة تصميمية غير تقليدية مبتكرة بين مختلف اجزاء الفضاء الداخلي .
٢. ان الادراك البصري هو العملية التي يتم بواسطتها فهم مثيرات العالم الخارجي التي تجذب انتباهنا وتثير حواسنا ، اذ يستغل المصمم ميول الانسان (الكبار والصغار) واهتماماته ليحولها الى مفردات عمل ضمن المنظومة التصميمية .
٣. تعتبر المنبهات قوى ضاغطة خارجية تسترعي الانتباه لما تتميز به من خصائص شكلية ذات تأثير مباشر وفعال ضمن المحيط التصميمي .
٤. تمثل العناصر البنائية للفضاء الداخلي قوى بانية للجذب البصري من خلال فاعلية ادائها وما تولده من نواتج شكلية مرئية محققة لها .
٥. تحمل العلاقات التصميمية التي يظهرها المصمم في الفضاء الداخلي تماسكاً في تأثيرها لاستقطاب المتلقي من خلال مثيرات مرئية محفزة للجذب البصري .

اجراءات البحث

منهج البحث

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي في تحليل اليات الجذب البصري في الفضاءات الداخلية.

مجتمع البحث

ضم مجتمع البحث الفضاءات الداخلية لمحلات بيع ملابس الاطفال الموجودة ضمن مدينة بغداد / جانب الرصافة / شارع الربيعي / شارع فلسطين / كرادة داخل ، ويتكون مجتمع البحث من ٩ محلات من خلال تزامنها مع الفترة الزمنية لحدود البحث .

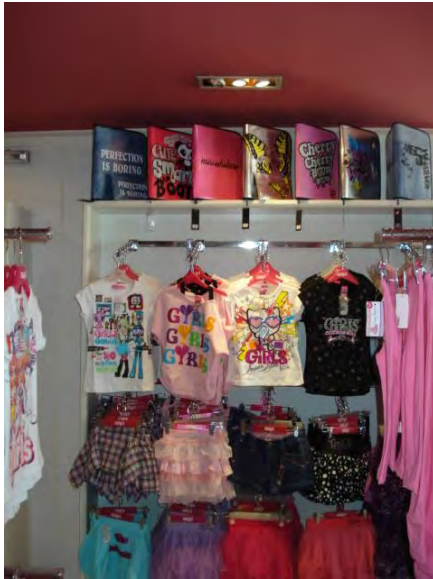
اداة البحث

لغرض تحقيق اهداف البحث جرى اعتماد تنظيم استمارة محاور التحليل مصممة وفقاً للواقع المدرس وقد تم بناؤها بالاعتماد على ما اسفر عنه الاطار النظري من المؤشرات والملاحظة والصور ، التي تناولت المحاور الآتية :-

١. يمكن تفعيل حالة الجذب البصري من خلال توظيف مجموعة منبهات منها :
شدة المنبه . عامل الحركة . طبيعة المنبه . التنظيم او الترتيب . اللامألوفية او الغرائبية
٢. تؤدي العناصر البنائية للفضاء الداخلي دوراً أساساً وفعالاً في الجذب البصري من خلال:-
المحددات . اللون . الضوء . الملمس . الاثاث .
٣. تحمل العلاقات التصميمية التي يظهرها المصمم في الفضاء الداخلي تأثيرات تستقطب المتلقي من خلال :
الوحدة . السيادة . التوازن . الايقاع . التضاد والتباين . الانسجام والتوافق .

عينة البحث :- تم اختيار العينة القصديّة بنسبة ٣٣,٣% من مجتمع البحث للأسباب الآتية :

١. ان تكون المحلات ذات واجهة خارجية ضمن شارع عام ، وليست ضمن قيصرية او فرع داخلي .
٢. اختيار المحلات ذات الاحجام الكبيرة والتي توفر للمصمم استخدام البات متنوعة للجذب البصري .
٣. التنوع في اشكال المحلات المختارة لعينات البحث لتجنب التكرار في الصفات الشكلية التي تتميز بها .
٤. اعتماد التنوع في اختيار الموقع الجغرافي للعينات لغرض تجنب التشابه في الاساليب الشكلية في مفرداتها .



وصف واقع حال الاموذج رقم (١)

محل (Girls) منطقة شارع الربيعي .

مساحة الفضاء التجاري ١٠٠ م .

السقف ثانوي ذو لون ابيض ، وردي ارتفاع

٢,٦٠ م .

إنارة سبوت لايت سقمية منتشرة .

ارضية من نوع سيراميك ذي لون offwhite .

جدران انشائية ثابتة ذات لون ابيض

ورسومات كارتونية.

وسائل العرض متنوعة .

الواجهة زجاجية مع باب للدخول والخروج .

تحليل الامودج رقم (١)

الشكل العام : ان الشكل المربع البسيط الواضح المحاور أعطى الفضاء هيئة هندسية منتظمة .

المحور الاول : تؤدي العناصر البنائية للفضاء الداخلي دوراً أساساً وفاعلاً في الجذب البصري خلال :
تعامل المصمم الداخلي مع المفردات الانشائية (المحددات) يحذر شديد من خلال استثمار طاقات هذه المفردات في تكوين حالة جديدة من التكوين في الايهام بكبر حجم الفضاء وجذب للزبون من خلال القيم اللونية التي حققت عاملاً فاعلاً في تجسيد العناصر البنائية (للجدران والسقف) وتكوين حالة شد للانتباه ، اما الضوء فقد استند المصمم في نظامه الى تكوين حالة التباين المرئي للاماكن المضاءة مع الاقل منها ، اذ نحت المصمم فضاءً ضوئياً من خلال الكثافة الضوئية المنسجمة والموضحة بجميع تفاصيل المعالجات الشكلية ، فأظهرت توازناً وتنوعاً للقيم المللمسية متلائمة مع بقية العناصر البنائية ، اما الاثاث فقد تحقق من خلال ايقاع توزيعه وتركيبه المناسب لهيئة وحجم الفضاء الداخلي .

المحور الثاني : يمكن تفعيل حالة الجذب البصري من خلال توظيف مجموعة منبهات منها :

تحققت شدة المنبه وحجمه بشكل واضح في تصميم واجهة المحل من خلال الاثراء البصري للون والرسوم الكارتونية التي جاءت معبرة عن وظيفة الفضاء التجاري ، اما فيما يخص عامل الحركة فقد تحقق من خلال التكرار والتدرج لوسائل العرض ، مما ادى الى تحقيق نسجة غير مألوقة للتنظيم وترتيب المفردات في الحقل المرئي لتثير المتعة والجمال .

المحور الثالث : تحمل العلاقات التصميمية التي يظهرها المصمم في الفضاء الداخلي تأثيرات تستقطب

المتلقي من خلال :

تحقق قوى الوحدة الشكلية من خلال الخطوط الهندسية لوسائل العرض والتي جاءت ملائمة لتصميمه فضلاً عن هيمنة العلاقات اللونية المنسجمة والتي تعطي الاحساس بالاثارة ، اذ جاء التوازن والايقاع ما بين استخدام اللون offwhite مع اللون الوردي ضمن تصميم الفضاء بصورة منسجمة ومتوافقة مع بقية العناصر البنائية للتصميم .

وصف واقع حال الامودج رقم (٢)

محل (دندش) منطقة شارع فلسطين .

مساحة الفضاء التجاري ٤١٠×٤ م .

السقف انشائي ذو لون ابيض ارتفاع ٣ م .

إنارة نقطية سقفية وجدارية .

الارضية مغطاة بالكاربت ذي لون اخضر .

جدران انشائية ثابتة ذات لون بصلي.

وسائل العرض متنوعة .

الواجهة زجاجية تتضمن فتحة للدخول والخروج .



تحليل الامودج رقم (٢)

الشكل العام : ان شكل الفضاء الهندسي المستطيل منح الفضاء توجهاً حركياً .

المحور الاول : تؤدي العناصر البنائية للفضاء الداخلي دوراً أساساً وفاعلاً في الجذب البصري من خلال : ان التعامل مع محددات الفضاء لم يتم بالشكل الذي يستثمر طاقات هذه المفردات في تكوين حالة جديدة من الجذب وشد الانتباه من خلال القيم اللونية التي لم تستغل في تجسيد العناصر البنائية (للجدران والسقف) ، اما الضوء فلم يستخدم بما يتناسب مع الفضاء في تكوين التباين المطلوب فالإضاءة لم تؤد وظيفتها من الناحية (الوظيفية والجمالية) ولم توضح المعالجات الشكلية ، فلم تظهر توازناً وتنوعاً للقيم الملمسية للتلاؤم

مع بقية العناصر البنائية ، اما الاثاث فلم تحقق اي احساس بالجذب لوجود ايقاع رتيب في توزيع وسائل العرض واعتماد صفة البساطة في تنظيم الاثاث مما ادى الى ضعف في جانب الاثارة .

المحور الثاني : يمكن تفعيل حالة الجذب البصري من خلال توظيف مجموعة منبهات منها :

شدة المنبه وحجمه لم تستغل بشكل واضح في تصميم الفضاء التجاري فلم تكن هناك أية دلالة للتنبيه والجذب للتعبير عن وظيفة الفضاء التجاري ، وكما لم تتحقق انسيابية حركية (حقيقية ، وهمية) لتصميم الفضاء الداخلي ولم يكن للتنظيم والترتيب دور يذكر لابرز الصفة الجمالية للفضاء ، وجاءت الوحدات المكونة للفضاء بشكل عشوائي ولم تخرج عن الطابع المألوف لـ الايهام بالجذب والجمال .

المحور الثالث : تحمل العلاقات التصميمية التي يظهرها المصمم في الفضاء الداخلي تأثيرات تستقطب المتلقي من خلال :

لم تتحقق الوحدة في الفضاء لعدم تكامل الاواصر البنائية لتحقيق التنوع ، اذ جاء التوازن والايقاع في استخدام الالوان ضمن تصميم الفضاء بصورة غير منسجمة ومتوافقة مع بقية العناصر التي لم تكون إحساساً تعبيرياً لانسجام التوافق ما بين العناصر البنائية للتصميم وبالتالي لم يصل الفضاء للعلاقة الجدلية المكونة للتضاد الفعال في مبدأ الاستثارة .



وصف واقع حال النموذج رقم (٣)

محل (هبلهوب) المنطقة الكرادة

مساحة الفضاء ٦ × ٨ م

إنارة سقفية نقطية منتشرة

أرضية من نوع مرمر ذي لون بيجي

جدران انشائية ثابتة ذات لون أخضر فاتح

وسائل العرض متنوعة

الواجهة زجاجية تتضمن فتحة للدخول والخروج

الشكل العام : ان شكل الفضاء الهندسي ذو هيئة غير منتظمة مما ادى الى فقدان اتجاهية الفضاء .
المحور الاول : تؤدي العناصر البنائية للفضاء الداخلي دوراً أساساً وفعالاً في الجذب البصري من خلال :
 محددات الفضاء لم تكتسب الصفة الجمالية لعدم اهتمام الجانب التصميمي بها وعدم ايقاض الشد للانتباه والجذب من خلال القيم اللونية التي لم تضاف حساً جمالياً للعناصر البنائية ، فلم يكن للصبغة الضوئية اي تأثير يذكر للتحفيز البصري لاستثارة المتلقي فالإضاءة لم تؤد وظيفتها من الناحية الجمالية ولم توضح المعالجات الشكلية ، اما القيم الملمسية فلم تتلاءم مع العناصر البنائية ولم يكن لها دور يذكر في الجذب والاستمرارية ، ولم يحقق الاثاث اي احساس بصبغة الجمال لوجود ايقاع رتيب في توزيع وسائل العرض .

المحور الثاني : يمكن تفعيل حالة الجذب البصري من خلال توظيف مجموعة منبهات منها :
 شدة المنبه وحجمه ولم يحقق قدرة تعبيرية للجذب البصري وافتقر شدة المنبه لـ الاثراء البصري لجماليات التصميم ، اما الحركة ومساراتها من خلال المعالجة التصميمية فإنها لم تحقق ناتجاً لايها م حركي ، وكان للترتيب والتنظيم دور بسيط في الفضاء التجاري لكي يحدد المتلقي حاجته بسهولة ولكن لم يوظف للجذب البصري والحسي ، وجاءت الوحدات المكونة للفضاء بشكل عشوائي ولم تخرج عن الطابع المألوف للايهام بالجذب والجمال .

المحور الثالث : تحمل العلاقات التصميمية التي يظهرها المصمم في الفضاء الداخلي تأثيرات تستقطب المتلقي من خلال :

لم يحقق التكوين العام للفضاء التجاري اي تعبير عن الوحدة لثثير المتلقي بوحدة العمل الفني ولم يحقق الترابط بين الوحدات التصميمية ضمن الهيئة الكلية اي توازن او ايقاع في احداث طابع جمالي للفضاء ، ولم تستثمر العلاقات التصميمية لتفعيل قوة الجذب وتكوين سلسلة من الانسجام والتوافق لابرز تحفة فنية من الابداع في التصميم اذ لم تحقق العلاقة الجدلية للتضاد والتناسب الجمالي للجذب .

نتائج البحث

١. عدم تحقق الدور الفاعل للجذب البصري من خلال المحددات الانشائية ضمن العينة (٢،٣) ، اما العينة (١) فقد جاءت متحققة بفاعلية من خلال معالجتها بالالوان والاشكال الكارتونية بالاضافة الى تباين شكل السقف الثانوي بأيقاع متناسب مع حجم الفضاء الداخلي .
٢. حققت جماليات التصميم الداخلي نقاط جذب بصري في العينة رقم (١) من خلال الجدران والسقوف والواجهة الخارجية اما العينة رقم (٣،٢) فلم يبرز لها اي دور فقد جاءت بصورة رتيبة لاتحقق الاثارة .
٣. حققت وسائل العرض تبايناً وتدرجاً متوافقاً مع هيئة وحجم الفضاء الداخلي في العينة رقم (١) ، اما العينة (٣،٢) فقد جاءت بإيقاع رتيب لايققق اثارة الجذب البصري .
٤. تم تحقق شدة المنبه والحركة والتنظيم والترتيب بطريقة غير مألوفة في العينة رقم (١) اما العينة (٣،٢) فقد اعتمدت صفة البساطة والتجريد مما ادى الى ضعف جانب الاثارة البصرية .
٥. ضعف العلاقات التصميمية ادى الى اضافة جانب الاثارة والمتعة في تصميم الفضاء الداخلي ضمن العينة (٣،٢) اما العينة (١) فقد ظهرت بوحدة متماسكة تحقق ايقاعاً متوازناً ومنسجماً مثيراً وحاضراً في الفضاء الداخلي .

استنتاجات البحث

١. ضعف التصميم او بناء الفكرة ادى الى عدم تحقيق الجذب البصري . من خلال اختيار اناس ليسوا ذوي تخصص او خبرة مما افقد تصميم الفضاء الداخلي الكثير من تأثيره المميز على المتلقي .
٢. هناك غياب الكثير من المؤثرات الحسية والشكلية التي تسترعي انتباهنا بسبب خصائصها المؤثرة في الادراك البصري للجذب البصري باستثناء العينة (١) .
٣. ضعف العلاقات التصميمية من حيث تواجد القوى البصرية المؤثرة فيها واعتماد صفة البساطة والتجريد في العناصر البنائية للفضاء الداخلي ادى الى ضعف الاثارة في البنية التصميمية ، اذ يمكن تحقيق جانب الاثارة من خلال اليات الوحدة والتوازن والايقاع والتضاد والتباين والانسجام والتوافق حيث يؤدي هذا التنوع الى اثرء الفضاء الداخلي .
٤. عدم تحقيق حالة التمايز من خلال افتقار الفضاء الداخلي الى توليف او تنظيم مفردات الشكل ، ان اختراق كل ماهو مألوف ضمن نسق وخصائص غير معتادة للمنبهات الحسية يعتبر من المظاهر اللامألوفة التي يلجأ اليها المصمم لتحقيق قوة جذب بصري عالية في الفضاء الداخلي .
٥. افتقدت التصاميم الى اهم المنبهات التي تثير الانتباه من خلال شدة المنبه وحجمه والحركة من خلال التدرج والتكرار في نسب الحجم ووسائل العرض والتنظيم والترتيب واللامألوفية .

توصيات البحث

١. مراعاة المصممين عند تصميم فضاءات تجارية تخص الاطفال بتوظيف مفردات تتسم بنوع من الغرابة او اللامألوفية كاستخدام وسائل عرض ذات هيئة كارتونية .
٢. تعتبر المنبهات قوى ضاغطة خارجية تسترعي الانتباه لما تتميز به من خصائص شكلية ضمن المحيط التصميمي ، فالمصمم يوظفها ليحقق محفزات جذب بصري ضمن الفضاء الداخلي من خلال عدة اليات : شدة المنبه وحجمه ، عامل الحركة ، التنظيم والترتيب اللامألوفية او الغرائبية .
٣. لتحقيق مراكز جذب بصري توصي الباحثة ببناء نظام هيكلي يتناغم مع جماليات التصميم الداخلي فتولد نواتج شكلية مرئية متوافقة .

٤. التأكيد على تفعيل دور العلاقات التصميمية لاسيما العلاقات الشكلية التي لها تأثير رمزي وتعبيري ووظيفي محفز للجذب البصري .

مقترحات البحث

١. دراسة التقنيات التكنولوجية المعاصرة وتوظيفها بما يتلاءم مع طبيعة الفضاء .
٢. دراسة الجذب البصري على اساس ارتباطات محاور الحركة وكيفية تحقيق الجذب فيها .

المصادر العربية

١. المنجد ، اللغة والاعلام ، منشورات دار الشرق - بيروت ، ط٧٧ ، ١٩٨٤ .
٢. البغدادي ، اسيل عادل جعفر ، الشفافية في الفضاءات الداخلية وعلاقتها بتغير حالات الابهام الحجمي، رسالة ماجستير ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، ٢٠٠٤ .
٣. الحسيني ، اياد حسين ، فن التصميم ، ج٢ ، دار الثقافة والاعلام ، الشارقة ، الطبعة الاولى ، ٢٠٠٨ .
٤. الحسيني ، اياد حسين ، فن التصميم ، ج٣ ، دار الثقافة والاعلام ، الشارقة ، الطبعة الاولى ، ٢٠٠٨ .
٥. الحسيني ، اياد حسين ، التكوين الفني للخط العربي وفق اسس التصميم ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، ٢٠٠٢ .
٦. الخالدي ، وديان هشام ، الإدراك الحسي والبصري للفضاء الداخلي في مستشفيات الاطفال ، رسالة ماجستير ، الجامعة التكنولوجية ، ٢٠٠٨ .
٧. اسيل ابراهيم محمود ، خصائص الهيئة في التصميم الداخلي لمداخل الابنية الادارية ، رسالة ماجستير ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، ٢٠٠١ .
٨. الحكام ، اكرم ، الاثر الجمالي للاضاءة الداخلية في قاعات العروض الفنية ، المجلة العراقية للهندسة المعمارية ، تصدر عن قسم الهندسة المعمارية ، الجامعة التكنولوجية ، العدد السابع ، اذار ، السنة الثانية ، ٢٠٠٤ .
٩. الامام ، علاء الدين كاظم الامام ، البنية الشكلية وابعادها الرمزية في التصميم الداخلي ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، ٢٠٠٢ .
١٠. الدباغ ، شمائل محمد وجيه ، العمارة متعددة الاستجابات الحسية ، اطروحة دكتوراه ، جامعة تكنولوجية ، هندسة معمارية ، ٢٠١٠ .
١١. العزاوي ، حكمت رشيد فخرى ، الجذب في بنية تصاميم اغلفة المجلات ، اطروحة دكتوراه ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، ٢٠٠٤ .
١٢. حارث اسعد عبد الرزاق ، المعالجات التصميمية للمحددات الداخلية في الفضاء الداخلي ، رسالة ماجستير ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، ٢٠٠٥ .
١٣. راز سعيد فرج ، الجذب البصري محفزاً لفعل التسوق ، رسالة ماجستير ، الجامعة التكنولوجية ، هندسة معمارية ، ٢٠٠٥ .
١٤. رزوق ، اسعد ، موسوعة علم النفس ، مراجع ، عبد الله الدايم ، ط١ ، دار العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، ١٩٧٧ .
١٥. روزنتال ، يودين ، الموسوعة الفلسفية ، ترجمة سمير كرم ، دار الطليعة ، بيروت ، ط٥ ، ١٩٨٥ .
١٦. شبر ، ندى ماجد ، التصميم الداخلي في الحركات الفنية الحديثة ، رسالة ماجستير ، جامعة بغداد ، ١٩٩٨ .

١٧. شعلان ، احمد جودي ، بناء اللون في العمارة الخارجية ، رسالة ماجستير ، جامعة بغداد ، هندسة معمارية ، ٢٠٠٠ .
١٨. صليبا جميل ، المعجم الفلسفي ، دار الكتاب ، لبنان بيروت ، ١٩٧١ .
١٩. علي منصور وامل الاحمدي ، سيكولوجية الادراك ، منشورات جامعة دمشق ، ١٩٦٨ .
٢٠. عويس ، حازم، جمال عبد الغني ، "عناصر تنسيق الموقع والتلوث البصري" ، المجلة المعمارية، العدد(٧) ، ١٩٩٣ .
٢١. غزوان ، معتز عناد ، الرمز التراثي في تصميم المطبوع المعاصر ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، ٢٠٠٦ .
٢٢. فنن حمودي خزعل ، الغرائبية ومستوياتها الجمالية في التصميم الداخلي ، رسالة ماجستير ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، ٢٠٠٩ .
٢٣. قناوي ، هدى محمد، "الطفل والعباب الروضة"، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، جمهورية مصر العربية، ١٩٩٠ .
٢٤. نجم عبد حيدر ، التحليل والتركيب في اللوحة العراقية المعاصرة ، اطروحة دكتوراه ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، ١٩٩٦ .
٢٥. نعم زيد علي ، عناصر الجذب في المشهد الحضري واليات تعزيزها ، رسالة ماجستير ، جامعة بغداد ، الهندسة المعمارية ، ٢٠٠٨ .

المصادر الاجنبية

٢٦. Ching , Fancis d,k," Interior design" Vannostrand Reinhold new yourk , ١٩٨٧ .
٢٧. Emery , F.E. : System Thinking , ٤ th edition Book Hd . ١٩٧١.
٢٨. esselgren, S. The Structure of the Process of the Visual Perception of "Architecture", "Man-environment systems". Journal Article, ١٩٧٥ .