

الأبعاد الجمالية والوظيفية للمنتج الصناعي وتأثيرها على تكوين الإنطباع البصري للمستهلك

جاسم احمد زيدان¹

مجلة الأكاديمي-العدد 98-السنة 2020 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029
تاريخ استلام البحث 2020/10/3 , تاريخ قبول النشر 2020/11/4 , تاريخ النشر 2020/12/15



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

ملخص البحث:

يمثل الانطباع البصري عملية مركبة من مجموعة مفاهيم اما ان تكون ثانوية متداخلة لتشكل في الحقيقة صور ذهنية تختزن في الذاكرة ويتم استرجاعها بحسب متطلبات الموقف الذي يعيشه الفرد في بيئته فهي توظف في نفسه صور من اللاوعي فتستثار بها وهي من المواد المدركة حسياً. بما اننا نعيش عالمنا المعاصر في ظل تطورات المعرفة والتكنولوجيا الدقيقة والواسعة للأجهزة والأدوات والمواد والآليات والتطورات الحاصلة والانفتاح ... وغيرها، اذ ان هذا التحول اوجد انطباعات بصرية يتمتع بها الفرد بشكل عام والمستهلك بشكل خاص حول تفضيلاته لصورة المنتج الصناعي. لذلك يمكن التأسيس لمشكلة البحث الحالي من خلال محاولة الكشف عن مستوى الوعي وثقافة المستهلك التي تعتمد على انطباعاته البصرية في تفضيل المنتجات الصناعية التي تتمتع بتقنيات وجودة عالية في البيات الاشتغال وتقنيات الاظهار مما يولد ابعاداً وظيفية واخرى جمالية، لذلك حدد الباحث التساؤل الاتي: ما الابعاد الوظيفية والجمالية للمنتج الصناعي وانعكاسها على تكوين انطباعاً بصرياً لدى المستهلك؟ اذ هدف البحث الحالي الى:

- 1- التعرف على الابعاد الجمالية والوظيفية للمنتج الصناعي.
 - 2- الوصول الى تأثيرات الابعاد الجمالية والوظيفية للمنتج الصناعي على تكوين الانطباع البصري للمستهلك. يتكون مجتمع البحث من المنتجات الصناعية المصممة لسنة (2019) من قبل شركة سامسونج تم اختيار عينة عشوائية تمثلت (غسالة اوتوماتيكية – ثلاجة الكترونية – شاشة تلفاز).
- لذلك تم اخضاع هذه النماذج الى عملية التحليل للتحقق من هدفها البحث الحالي، اذ استنتج الاتي:
- 1- تستند فكرة المصمم الصناعي عند تنفيذه للمنتج ان تتحقق فيه ابعاداً وظيفية تتمثل بسهولة الاستخدام على وفق البيات اشتغال واضحة للمستهلك من خلال الاعتماد على انظمة متطورة عالية الكفاءة.

¹ كلية الفنون الجميلة / جامعة بغداد، jasim.a.zadan@cofarts.uobaghdad.edu.iq

2- يمكن للمنتج الصناعي ان يتمتع بتقنية عالية تقلل من الجهد والوقت للمستهلك في عملية الاستخدام الوظيفي لهذا المنتج بما يتلاءم مع مفهوم الادائية ويحقق النفعية له.

الكلمات المفتاحية: الأبعاد الجمالية- الأبعاد الوظيفية- التكوين البصري.

الإطار المنهجي

مشكلة البحث:

تشير المصادر والادبيات التي تناولت التصميم الصناعي الى إن التطور والتقدم التقني والتكنولوجي المتسارع في عالمنا المعاصر والذي يمكن تلمسه وملاحظة سماته بصورة واضحة في الكثير من المنتجات الصناعية الحديثة منذ البدء بفكرة تخطيطها وتنفيذها استجابة لحاجات المجتمع الملحة وصولاً إلى عملية اظهار المنتج بتقنياته المختلفة والتي لها الأثر الأكبر في عملية إيصال الفكرة والمضمون للمستهلك.

لذلك يعد تصميم المنتج الصناعي نظاماً اتصالياً وتوابعياً ما بين اليات الاشتغال الداخلية وتقنيات الاظهار الخارجية لذلك المنتج، فهو يمثل فعل للغة التصميم يتم بوساطتها التعبير عما يريد المصمم إيصاله للمستهلكين، بحيث أن المنتج الصناعي يمثل شكلاً يكمن داخله المعنى التعبيري الذي له القدرة في التأثير بمدركات المستهلك الحسية والاتصال معه من خلال المفردات والعناصر وباستخدام أدوات التعبير في سياقات متعددة، لتوصيل المعنى ضمن نسق من المعقولية، إذ أن هذا المعنى يغدو قوة كامنة تثير المستهلك وتجعله فاعلاً في عملية قبول المنتج اعتماداً على ابعاده الوظيفية والجمالية.

فمن خلال ذلك ربط المستهلك بالمنتج الصناعي مع البيئة المحيطة له وتعزيز التفاعل والتواصل واللغة الحوارية تتم ما بين الطرفين، إذ ان الاكتشافات العلمية في مجال التكنولوجيا أصبحت عوامل ضاغطة ومؤثرة دفعت إلى ترك الأساليب والأنماط التي كانت سائدة في الحياة الاجتماعية والفردية بصورة خاصة، لذلك حاول الكثير من المبدعين ومنهم المصممون إيجاد الوسائل التصميمية التي يمكنها أن توصل أفكارهم إلى المستخدم وتكوين انطباعات بصرية حول المنتج الصناعي ليشكل نتاجاً يحمل ابعاداً وظيفية وجمالية لتعالج مشاكل مستقبلية غير ملموسة للمستهلك بحيث تتلائم مع المكان والزمان على وفق دائرة منظومة الحواس التي يتمتع بها، لذلك فان مشكلة البحث الحالي تتأسس في ذهن الباحث على وفق التساؤل الاتي:

ما الأبعاد الوظيفية والجمالية للمنتج الصناعي وانعكاسها على تكوين انطباعاً بصرياً لدى المستهلك؟

اهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث كونه يستهدف التعرف على الأبعاد الوظيفية والجمالية للمنتج الصناعي ومدى انعكاسه في تكوين انطباعات بصرية لدى المستهلك، باعتبار ان المنتج الصناعي يمثل نظاماً اتصالياً وتوابعياً يبذل فيها المصمم الصناعي جهداً كبيراً من خلال تصميم فكرة المنتج والتخطيط له وتحديد تقنيات الاظهار واليات اشتغاله عند الشروع في تصميمه.

فالمنتج الصناعي يمثل وسيلة اتصال مهمة بين المصمم والمستهلك الذي يتعامل مع ذلك المنتج الذي يحمل صفات وسمات تتمركز بوظيفها ابعاداً وظيفية وجمالية، لذلك فان اهمية البحث الحالي تكمن في كون ان الموضوع لم يتطرق له الباحثون سابقاً على حد علم الباحث، فضلاً عن ذلك فانه يمكن ان يكون اضافة لرفد المكتبة العلمية، كذلك فائدته للمصممين والمختصين والدارسين في مجال التصميم.

هدفاً للبحث: يهدف البحث الحالي الى:

- 1- التعرف على الأبعاد الجمالية والوظيفية في المنتج الصناعي.
 - 2- الوصول الى تأثيرات الأبعاد الجمالية والوظيفية للمنتج الصناعي على تكوين الانطباع البصري للمستهلك
- حدود البحث: يقتصر البحث الحالي على:

النتائج الصناعية المعاصرة للعام 2019 (غسالة اوتوماتيكية – ثلاجة الكترونية – شاشة تلفاز) انتاج شركة سامسونج.

تحديد المصطلحات:

اولاً: الأبعاد الوظيفية: عرفها الباحث اجرائياً:

اليات الاشتغال التي يتمتع بها المنتج الصناعي غسالة اوتوماتيكية – ثلاجة الكترونية – شاشة تلفاز) انتاج شركة سامسونج من خلال الاداء الوظيفي لأجزائه وتفاعلها مع حاجات ومتطلبات المستهلك بحيث تظهر مستوى الاداء وترابط العلاقات بين اجزاء المنتج الصناعي الواحد بما يحقق المنفعة القصوى للمستهلك وتكوين انطباعاته البصرية حول تلك الأبعاد.

ثانياً: الأبعاد الجمالية: عرفها الباحث اجرائياً:

هو التجلي المحسوس لفكرة المنتج الصناعي (غسالة اوتوماتيكية – ثلاجة الكترونية – شاشة تلفاز) انتاج شركة سامسونج الذي يتمثل مضمونها بفكرة تتجسد على هيئة صورة بصرية يظهر اثرها على تكوين الانطباع البصري للمستهلك كونها تستمد بنيتها من المحسوسات والمثيرات.

ثانياً: تكوين الانطباع البصري:

أجرى الباحث دراسة مسحية من المصادر والأدبيات التي تناولت موضوعات عن العمليات المعرفية العقلية بشكل عام والإدراك البصري بشكل خاص للبحث عن تعاريف لمفهوم الانطباع البصري، لكنه لم يجد أي تعريف بل وجد في تلك التعريفات إشارات أو تلميحات لهذا المصطلح وهي:

عملية- قدرة عقلية- إدراك بصري حسي- تكوين حكم.

يتضمن: تنظيم- إستدلال- إستنتاج عن الآخرين.

1- قائم على معلومات متوافرة - مصنفاً مشاهدة- تصرفات- ونظرية الشخصية الضمنية.

الخصائص النفسية عن الشخص الآخر.

2- فهم أو استيعاب أو تمثيل معرفي عن الآخرين.

لذلك حدد الباحث تعريفاً نظرياً لهذا المصطلح على وفق ما توفر لديه من المصادر والأدبيات وكما يأتي:
هو تكوين صورة ورؤية لشيء ما كأن تكون صورة فنية أو موضوع ما وتوثيق هذا الانطباع بالرؤيا البصرية وهذا يتحدد الدماغ مع البصر في تكوين رؤية متكاملة وأحياناً تتطابق ما رسم في الذهن مع المرئي وأحياناً لا تتطابق.

بناءً على ما تقدم وضع الباحث تعريفاً اجرائياً يتلاءم مع اهداف البحث الحالي:

تكوين صورة ذهنية عن شكل المنتج الصناعي (غسالة اوتوماتيكية – ثلاجة الكترونية – شاشة تلفاز) انتاج شركة سامسونج عند المستهلك على وفق ابعاده الجمالية والوظيفية والتي يتم يستلمها الدماغ عن طريق حاسة البصر الذي يعمل على تفسيرها واعطاها المعنى الملائم لها بعد اجراء مطابقة بين الواقع والمتخيل.

الإطار النظري

المبحث الاول: الابعاد الوظيفية للمنتج الصناعي

ترتبط عملية التصميم ارتباطاً كبيراً في بنى جميع الفنون الجميلة كونها تشكل تطبيقاً لكافة النشاطات الانسانية الهادفة الى تنظيم الاشكال والهيئات وتكوينها، كما انها المحصلة للقدرات المتمثلة بـ (التفكير، الادراك، الذكاء، التخيل والصور الذهنية، الابتكار، وغيرها).

ان اهم ما يتميز به التصميم كفن هو خصوصيته التي لا تمتلكها الفنون الاخرى، اذ ان "هذه الخصوصية تجعل له اساساً وتقدمه فناً مركباً يعتمد على النظم المعرفية من علوم وتقنيات وتكنولوجيا.. وغيرها. ليؤلف بينها ويعيد تنظيمها على وفق افتراض صورة المنجز التصميمي المراد تحقيقه". (Haider, 2003, p.55).

ففن التصميم هو عملية تنظيم جهد لخطه تهدف الوصول لوظائف محددة، كونه يستهدف من خلالها تجميع كل العناصر التي تخدم الهدف النهائي في وحدة كلية متكاملة. (Ismail, 1999, p.6).

لذلك فان عملية التخطيط للمنتج الصناعي يهدف الوصول الى تصميم يمكن ادراكه مسبقاً عن طريق العقل، اذ يتم تحقيقها بوسائل مادية مختلفة، أي انه يعطي العناصر والمفردات صيغتها الشكلية النهائية عند نقلها من وجودها بالذهن الى حضورها المادي الملموس.

ان عملية التصميم تتميز بصيغ التعبير عن الزمان والمكان الذي تتواجد فيه، كونه مرآة تعكس اتجاهات ذلك المكان او بما يتلائم مع الزمن الذي نفذ فيه، اذ لكل مكان فناً تصميمياً خاصاً به، يمثل فيه كل ما يدور بين افراد المجتمع من اتجاهات فكرية وعلمية واقتصادية واحاسيس وقيم جمالية معينة، لذلك يمكن للانسان المعاصر ان يميز بين مختلف التصاميم سواء أكانت قديمة او حديثة بحيث يمكنه ان يتحدث عن خصائص التصميم في عالمنا المعاصر وعن اهم الاتجاهات التي ادت الى طرح فكرة التصميم بصيغتها الحالية. (Khamis, W.H, p.5).

لذلك فان مصمم المنتج الصناعي يتميز بدراية ووعي كامل بحاجات المجتمع من تلك المنتجات بحيث يستطيع ان يلبي تلك الحاجات بتصاميم يمكن ان تعطي حلولاً مناسبة من خلال طرح الافكار التصميمية الملائمة بعد تحويل المواد الخام الى شيء مبتكر يتميز بخصائص وصفات تتناسب مع اتجاهات المتلقي (المستهلك).

اذ تم وضع توصيفاً لمفهوم التصميم الصناعي بانه نشاط يتعلق بتكوين منتجات صناعية جديدة وملائمة لحاجات المجتمع كونه يمثل الجانب التطبيقي الذي يتضمن في جوانبه العديد من التخصصات العلمية التي يمكن تجزئتها الى قسمين وبما يتعلق بموضوع التصميم في تخصصات هندسية ترتبط بوظيفة التصميم والخامات وقياساته .. وغيرها، وما يتعلق بالناحية الجمالية الشكلية وقدرته على جذب انتباه المستهلك او المنتفع من التصميم اضافة الى دراسة التكاليف. (Omar, 1997, p.61).

لذلك يرى (الباحث) ان التصميم الصناعي يتميز بمنتجاته المختلفة بأساليب وصياغات جديدة يتماشى مع تطورات العلم والمعرفة والتكنولوجيا ووسائل الاتصال الحديثة باعتباره فن وعلم يعتمد التنظيم والترتيب بحسب الوظائف المحددة له يقوم على مفاهيم وتصورات تلي حاجات ومتطلبات المجتمع من خلال اهتمام المصمم الصناعي بجمالية المظهر والقدرات الوظيفية للمنتجات الصناعية.

اذ ان فاعلية التصميم الصناعي امتدت في ادق الادوات والخامات المستخدمة في تنفيذ المنتجات الصناعية كالأجهزة المنزلية المختلفة واجهزة الاتصال والاثاث والتي تتطلب دقة عالية في اظهار الوظيفة والاداء الامثل وفي عمليات التعليب وصناعة السيارات والقطارات والطائرات... وغيرها.

المبحث الثاني: الأبعاد الجمالية للمنتج الصناعي:

يرى الكثير من الفلاسفة والمفكرين والباحثين في مجال فلسفة الجمال أن الإنسان عرف مواطن الجمال ومكوناته منذ أن كان واعيا لذاته ولما حوله من مكونات طبيعية وأشياء صنعها بنفسه وأحس بجمالها، ليقرر إن كان هذا الشيء جميلا ام قبيحا وكونه أجمل من غيره لسبب ما دفعه لهذا الحكم الجمالي، فالإحساس بالجمال تجاه الأشياء ولا سيما المنتج الصناعي، صفة متأصلة بالذات الإنسانية ميزته عن باقي الكائنات الأخرى، لذلك لا يمكن التغاضي عنها أو قد نعددها غير مؤثرة في حياتنا وسلوكنا وخياراتنا اليومية، فصار الإنسان متعلقا بالجمال الملائم لإحساساته الفطرية ولقدراته وتطلعاته، لذلك يحاول المصمم الصناعي أن يجعل منجزاته التصميمية ذات سمة جمالية ملاءمة ومعبرة عن ذوقه ورفي مستواه الفكري والثقافي ورؤاه الجمالية، سعيا منه لتحقيق متطلبات المستخدمين الجمالية في حياة المنتج الصناعي. (Mansour, 2013, p.92).

لذلك يتخذ التصميم النهائي سمة الجمال كمحدد أساس في تصميم المنتج الصناعي المعاصر، كونها وسيلة لإغناء حاجات المتلقي الوجدانية، فضلا عن اهتمامه بتوفير حاجاته المادية والمتمثلة بالأداء الوظيفي للمنتج الصناعي، فمن خلال فهمنا للتصميم كونه يبتعد عن جعل تصميم المنتج الصناعي موجه لفئة معينة من المستخدمين، إذ يتجلى ذلك في أهداف التصميم والتي منها هدف الملاءمة الجمالية للمنتج الصناعي مع أغلب المستخدمين. (Aslaken, 1997, p.28)

تعد السمة الجمالية أساسية في إيجاد منتج صناعي ذو تصميم متعدد الوظائف ويحمل سمات جمالية، إذ تبين للباحث أن للجمال أهمية وضرورة وجدانية لا غنى للمستخدمين عنها، وهي بمستوى أهمية الحاجة الأدائية المستمدة من وظيفة المنتج الصناعي، إذ يستند الباحث الى الاستلham من هدف التصميم النهائي، وهو ملاءمة المنتج الصناعي مع قدرات المستخدمين بالقدر الممكن، لذا تعد كل من السمة الأدائية والجمالية في التصميم حافظاً ودافعا لجذب المستخدم لاقتناء المنتج الصناعي.

اذ يمكن أن تكون الملاءمة الجمالية وسيلة لجعل حياة المنجز التصميمي متمسمة بالجمال، فقد عُبرَ عن الملاءمة الجمالية بأنها توافق بين المُدرِّك والمُدْرِك ليعطي احساسا بحسن الجمال، وأشار ابن خلدون الى ذلك بقوله "وأما المرئيات والمسموعات، فالملائم فيها تناسب الأوضاع في اشكاله وتخطيطه التي له بحسب مادته، بحيث لا يخرج عما تقتضي مادته الخاصة من كمال المناسبة، والوضع، وذلك هو معنى الجمال والحسن في كل مدرك كان ذلك حينئذ مناسباً للنفس المدركة... وإن اللذة هي إدراك الملائم، والمحسوس إنما تدرك منه كيفية، فإذا كانت مناسبة للمدرك وملائمة كانت ملذوذة، وإذا كانت منافية له منافرة كانت مؤلمة"، فالملاءمة الجمالية وسيلة لتحقيق الجمال في المنتج الصناعي، وتدرک من خلال الصفات المظهرية له. (Mufti, 2013, p.72).

لذلك تتعدد أنواع الملاءمة في كونها تتمثل بـ (الملاءمة الجمالية، الملاءمة الوظيفية، الملاءمة الهيكلية أو الانشائية، الملاءمة البيئية، الملاءمة الإجتماعية، الملاءمة الإقتصادية). وتعتبر الملاءمة الجمالية (Aesthetic Appropriateness) عن درجة تحقق العلاقة التوافقية بين ما يظهره المصمم من سمات جمالية في هيئة المنجز التصميمي، وبين ما يمكن أن يدركه المتلقي من هذه السمات الجمالية، فالملاءمة الجمالية تتأرجح بين قدرة المصمم على اظهارها لتكون اقل أو أكثر توافقاً مع المتلقي، لذا يتطلب من المصمم ان يبحث عن الكيفية المظهرية التي تحقق له القدرة على جعل هيئة المنتج الصناعي ذات ملاءمة جمالية مع المتلقي. (Al-Hawi, 2016, p.210).

اذ ترتبط القيمة للملاءمة الجمالية بالجمالية الوظيفية، كما تم التأكيد على ان الملاءمة الجمالية تنتج من خلال علاقة توافقية بين هيئة المنتج الصناعي والمستخدم لغرض حصول على الفائدة المرجوة من المنتج الصناعي، وكلما كانت هيئة المنتج الصناعي مترجمة ومظهره للغرض التصميمي كانت أكثر ملاءمة للمستخدم، فهو تعبير عن جمالية تحقق الغرض الوظيفي وتوفير عناصر إدراكية واستخدامية مناسبة للمستخدم، للحصول على الفائدة المرجوة باقل جهد ووقت يبذل. (Jasim, 2013, p.116).

لذلك يظهر للباحث أن الملاءمة تعد وسيلة لتحقيق السمة الجمالية في هيئة المنتج الصناعي المتكامل، وأن الملاءمة تكون مدركة من قبل المتلقي حسيًا، من خلال جعل تصميم هيئة المنتج الصناعي ومظهرها المادي متوافقاً مع قدرات المستخدم بالقدر الممكن، لكي نستطيع ايجاد الملاءمة الجمالية المعبرة عن قيمة الجمالية الوظيفية والاستخدامية في هيئة المنتج الصناعي.

كما يظهر أن مفهوم الملاءمة مرتبط بمحاولة التوافق بين المتلقي من جهة وهيئة المنتج الصناعي من جهة أخرى، بجعل تصميم هيئة المنتج الصناعي تُظهر سياقاً تصميمياً معروفاً لدى أغلب المستخدمين بالقدر الممكن، وكلما كان السياق التصميمي لهيئة المنتج الصناعي لا يحتاج بإدراكه من قبل المتلقي إلى معالجة ذهنية مجهدّة كان أكثر ملاءمة للمتلقى، أي يستدل على سياق الهيئة التصميمية دون أن يتطلب ذلك الحصول على معرفة جديدة، وبالعكس كلما كان السياق التصميمي لهيئة المنتج الصناعي يحتاج إلى معرفة لإدراكه كان اقل ملاءمة للمتلقى، ولا يمكن تحقيقه لهيئة المنتج الصناعي الا من خلال تناسبه مع قدرات المتلقي الإدراكية، وصلته بالغرض الذي يقصده المستخدم من هيئة المنتج الصناعي. (Sperber, 2016, p.224).

إذ تستند الملاءمة الجمالية لهيئة المنتج الصناعي على وجود سياق تصميمي معروف لدى أغلب المستخدمين، يمكن أن يعتمد عليه المصمم لإظهار السمات الجمالية لتلك الهيئة، ولا يمكن تحقيق السياق التصميمي الخاص بها، إلا حين يكون مناسباً لقدرات المستخدم، ويحقق الغرض المرجو من هيئة المنتج الصناعي.

يقصد بالسياق التصميمي بأنه تنظيم تنابعي للعناصر التي تتركب هيئة المنتج الصناعي، فهو يحدد الموضع المناسب لها وعلاقتها الداخلية المتمثلة بغرضها في المنجز التصميمي وأيضاً علاقتها الخارجية المتمثلة بتناسبها مع قدرات المتلقي، ويفرض السياق التصميمي موضع وعلاقة العناصر المكونة لهيئة المنتج الصناعي، فهو الإطار المظهري لهيئة المنجز التصميمي ويكشف عن العلاقات القائمة بين عناصرها التصميمية، ولا تخرج هذه العلاقات التصميمية عن السياق التصميمي المحقق للسمة الجمالية في هيئة المنتج الصناعي. (Safia, 2017, p.9- 10).

يستند النظام الخاص بالمنتج الصناعي الى سياق الاستخدام والتصميم* الذي يكشف عنه المصمم من خلال دراسته التجريبية والواقعية لقدرات وأبعاد المستخدمين المتنوعة، والكيفية التنظيمية لمظهر واستخدام المنجز التصميمي بصورة ملاءمة جماليا، إذ يختص السياق التصميمي بتحديد العناصر المكونة للنظام الخاص بالمنتج الصناعي وتنظيم علاقاتها فيما بينها، ويتم ترتيب هذه العناصر المكونة للنظام بمسار متوالٍ لا يخرج عن غاية السياق التصميمي، فهو يعطي للنظام الخاص بالمنجز التصميمي حالة التنظيم المناسب من ناحية الداخل والخارج الخاص بنظام المنتج الصناعي، لتحقيق التوافق بين المنتج الصناعي وأغلب المستخدمين بالقدر الممكن. (Al-Obeidi, 2014, p.152).

من خلال ما تقدم يتضح (للباحث) أن الأبعاد الجمالية لهيأة المنتج الصناعي تستند في نجاحها الى وجود السياق التصميمي الخاص لهيأة المنجز التصميمي، ولا يتحقق السياق التصميمي الخاص بهيأة المنتج الصناعي الا بتناسبه مع قدرات أغلب المستخدمين بالقدر الممكن ومع ميولهم واتجاهاتهم في تفضيل المنتجات الصناعية بعضها لبعض بعد ان يحقق المصمم الصناعي الغرض التصميمي للمنتج الصناعي.
تكوين الانطباعات البصرية للمستهلك :

يختلف الأفراد في الأبعاد التي تنظم انطباعاتهم ومدركاتهم الحسية ومنها البصرية والحقيقة أن الانطباعات التي تأتي من الخارج يشترك فيها الكثير من هؤلاء الافراد لكن انطباعاتنا البصرية الخاصة إنما تأتي من النسق الذي نضع فيه هذه الانطباعات وذلك وفقاً لدرجة الوعي والثقافة التي نعيش فيها ونتلقاها، فالتنسيق الخاص للمعرفة يؤدي الى تكوين مفاهيم عن الأشياء والصور الذهنية، اذ يربط بعضها ببعض ويتكون منها نسج معرفي مغاير للأنساق المعرفية الأخرى، لذلك تشير (غرين) انه كثيراً ما نتساءل عن أسباب الخلاف بين نظرتنا إلى الأمور والأشياء التي تعترض حياتنا ونظرة غيرنا من الأمم أو المجتمعات لتلك الأشياء فالحقيقة أن هذا الخلاف يرجع إلى الأنساق الثقافية المختلفة ومستوى الوعي الذي يتمتع به افراد المجتمع مما يمنح ذلك علامة تميز بين مجتمع وآخر والتصورات والمفاهيم التي يكوّنها بطريقته الخاصة. (Green, 1990, p.110).

فقد ميّز الفيلسوف (هيوم) بين الانطباعات والأفكار وأعطاهما قوة ودقة كبيرة وكانت ذا نزعة حسية مغالية وتوصل الى أن (أفكارنا تأتي من الانطباعات التي تتضمن الاحساسات والانفعالات والعواطف وتتجلى في حيويتها ونشاطها، اذ يرى إن إدراكات العقل الانساني كلها ترجع الى احساسات متميزة منها الانطباعات والأفكار، لذلك اعتبر ان الانطباعات وحدها الأصلية، أما الأفكار فما هي إلا نسخ عن انطباعاتنا، وهكذا فإن الأفكار هي مجرد انعكاسات باهته للإحساسات على مرآة أفكارنا (Badawi, 2006, p.614- 615).

لذلك عد (هيوم) في الطرح المتقدم- أن الاحساسات هي المسؤولة في تكوين انطباعاتنا نحو الأشياء والصور بينما عد (ديوي) الانطباعات الصورية الصفة الغريبة على تسبب أفعال النفس فعمليات المخ التي تسببها الموضوعات الخارجية وإن كانت لا تتضمن شبيهاً إلا أنها "توقظ في النفس الأفكار والأفكار لا تأتي من

* يشير الباحث الى ان السياق بصورة عامة يقسم الى سياق الاستخدام وسياق التصميم، وقد تم بيان سياق الاستخدام في موضوع المتغير الادائي.

الحركات بل هي في اللاوعي الإنساني، وتظهر في الوعي عندما تستثار بمواقف شبيهة فتثير في النفس صور معينة". (Dewey, 1963, p.195).

كما يرى (برتراند راسل) أنه لا يمكنه الشروع بالتفكير من غير أن تسبقه انطباعات حسية تخزن في الذاكرة لا يمكن تكوينها إلا نتيجة تعرضها لعناصر سبق إدراكها" (Bertrand, 1960, p.153). لذلك اعتبر (ديوي وراسل) أن الأفكار موجودة في اللاوعي الانساني لكنها تكون أكثر فعالية عندما تستثار بمنبه خارجي. فانطباعاتنا عن صورة المنتج الصناعي أو الأشياء أو الأشكال عادة ما يستقيها الفنان أو المصمم مما يرد الى الذاكرة عن طريق أعضاء الحس مضافاً اليه الإدراك المعرفي للفنان نفسه لذا عدت (لانجر) أن "رؤية الأشكال والصور والاشارات تخلق استجابة لدى المتلقي (المستهلك) من خلال حضور صور معينة في ذهنه نتيجة لرؤية ذلك الشكل". (Hakim, 1986, p.32).

إن تكوين الانطباعات تتمثل في اكتساب النشاط أو تعلم المعلومات والخبرات ومن ثم تكوين انطباعات عنها في صور ذهنية تُعرف "بأحشاء الذاكرة"، وإن فاعليتها تعتمد على مدى انتباه الفرد للمثيرات المختلفة؛ لأنها تضعف عند ضعف القدرة على تركيز الانتباه أو ضعف الرغبة بالانتباه لموضوع معين، أو هناك ازدحام لمثيرات متضاربة أو ضعف انتباه بصورة عامة فكل ذلك يجعل الشخص يخضع لتزييف الذاكرة والانطباعات الصورية العقلية عنها. (Al-Asadi, 2013, p.97- 98).

إن الانطباعات البصرية هي صور تتكون في الدماغ وليس مجرد صور حرفية أو طبق الأصل للخبرة الأساسية، لكنها كما لو كانت صور مطابقة للأصل، مما يعني أيضاً عملية تفكير بالصورة وهي عملية معرفية تنشط عندما يملك الفرد صور عقلية مماثلة للمشهد الموجود في الواقع وهذه الصورة قابلة للتحكم، وإن للعقل أنواع متعددة من الصور العقلية منها الصور البصرية وإنها مبنية على حواس الإنسان فضلاً عن الحركة كفعل يحتوي على الكثير من الصور العقلية، وإن تلك الانطباعات تتوقف على الإحساسات السابقة ومدى وضوحها. إذا فهي نوع من الإدراك المخلوط بالواقع يكونه الفرد أو يتبناه نحو الشيء أو الشخص أو الموضوع ذو دلالة بالنسبة له". (Al-Asadi, 2013, p.97- 98).

فالانطباع البصري هو عملية عقلية محكومة بكم ونوع وتخصص الخبرات المتوجهة نحو الصورة المنطبعة لهذا فان الانطباع هو اصطلاح افتراضي؛ لأن البصر أداة توصيل وليس أداة وعي أو بصيرة هذه العملية تعتمد على الفهم ومحكوم بثقافة صاحب الانطباع.

وإذا ما كان الإنسان في أي مجتمع إنساني قد صنع لنفسه طريقته في ربط الأشياء ببعض فإن الطبيعة الإنسانية العامة تقوم على عملية التأثر بالخارج والتأثير فيه.

فالانطباع هو عملية مركبة من مجموعة معاني أما تكون ثانوية متداخلة هي في الحقيقة صور ذهنية مختزنة في الذاكرة جرى تكوينها تبعاً للموضوعات المختزنة، أو تكون خارجية مثل: تعرض الفرد لصور توظف في نفسه صور من اللاوعي فتستثار بها وهي من المواد المدركة حسيّاً.

وهذا لا يعني إدراك الموضوعات من خلال الاحساس فقط فالفرد إذا ما اعتمد على حواسه فقط في تكوين تصورات وانطباعاته البصرية تجعله في حالة بدائية معتمداً على حواسه ولا يستطيع التفكير من غير

أن ينقل من الخارج التصورات التي تثير في نفسه صوراً يحللها ويحاول مطابقتها مع الخارج. وهذا ما يجعل الفرد متلقياً مهمته تحليل الصور التي يتلقاها.

بناءً على تقدم يتضح (للباحث) مما عُرض من آراء، أن الانطباعات البصرية هي نتيجة فعل الوعي تشارك في كينونته عدة عمليات بدءاً بالحواس التي تقوم بدورها بنقل صور الأشكال أو الموضوعات الى الدماغ التي تخزن في الذاكرة وهذه العملية تعتمد على الدافع النفسي، فكلما كان هذا الدافع قوياً والانتباه له متحقق كلما كانت الذاكرة أكفأ في إسترداد ذلك الخزين من الصور لدى تعرض المستهلك لمثير معين (المنتجات الصناعية) ويقوم الفكر بإسناد عملية التفكير من خلال استحضار صور الذاكرة ودمجها بصور المثير مع العوامل النفسية التي تستثار لدى المستهلك في لحظة الاستحضار لتلك الصور والأشكال لتُجَر الى دائرة وعيه فيكون ناتج الدمج تشكيل الانطباعات البصرية عن تلك المنتجات معبرة عن فعل الوعي ضمن تسلسل فكري في ذهن المستهلك القادر على فعالية الاسترجاع بإطار تحليلي تركيبى لتوليد الانطباع والذي يكون في حالة جاهزيته للاستجابة نحو المثير في عملية التفضيل بين المنتجات الصناعية المعاصرة والتي يشاهدها ويتفاعل معها، اذ يختلف الأفراد المستهلكين في الأبعاد التي تنظم انطباعاتهم ومدركاتهم الحسية ومنها البصرية، فإن عملية تكوين الانطباعات تمر بمراحل منتظمة ومتسلسلة على الرغم من أن هناك عوامل مؤثرة في تلك العملية.

مؤشرات الاطار النظري:

- 1- يتخذ تصميم المنتج الصناعي بعداً جمالياً كمحدد اساس كونه يمثل وسيلة لاغناء حاجات المستهلك من حيث تقنيات الاظهار للشكل واللون.
- 2- يحاول المصمم ان يجعل من منتجه الصناعي ذو ابعاد وظيفية ملائمة لطبيعة الاستخدام من قبل المستهلك.
- 3- ان فاعلية المنتج الصناعي تمتد في ادق مكوناته من ادوات وخامات تستخدم في تنفيذه وهذا ما يظهر في اداءات الاجهزة الكهربائية واجهزة الاتصال وتصميم الاثاث المنزلي.
- 4- تعد منظومة الحواس هي المنافذ الرئيسية التي يطل من خلالها الانسان على العالم الخارجي كونها تشكل روافد المعرفة التي يستقبل من خلالها المعلومات على اختلاف انواعها ومستوياتها ومقاديرها لتشكل انطباعات بصرية لديه جول الاشياء المحيطة به.
- 5- ان تكوين الافكار تأتي من الانطباعات التي تتضمن في الاحساسات والانفعالات والعواطف لتتجلى في حيويتها ونشاطها، لذلك تلعب هذه الانطباعات دوراً كبيراً في تفضيلات المستهلك للمنتجات الصناعية المتنوعة.
- 6- لا يمكن للانسان ان يشرع بالتفكير من دون ان تسبقه انطباعات حسية (بصرية - سمعية - شمعية - لمسية - ذائقية) تخزن في ذاكرته والتي يمكن استرجاعها بحسب الموقف ليتم مقارنتها مع الشكل الواقعي.

7- ان تكوين الانطباعات البصرية عند المستهلك تتمثل في اكتسابه للخبرات المتنوعة التي تعمل على تكوين صور ذهنية ترمز في الذاكرة وتظهر فاعليتها على مدى انتباه المستهلك للمثيرات (المنتجات الصناعية) المختلفة.

منهجية البحث واجراءاته

بما ان البحث الحالي يهدف الى التعرف على الابعاد الجمالية والوظيفية في المنتج الصناعي، والوصول الى تأثيرات الابعاد الجمالية والوظيفية للمنتج الصناعي على تكوين الانطباع البصري للمستهلك، لذلك اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي في تصميم اجراءات بحثه كونه اكثر المناهج العلمية ملائمة لتحقيق هدفا البحث.

مجتمع البحث:



يتكون مجتمع البحث من المنتجات الصناعية لشركة سامسونج المصممة لسنة (2019) والمتمثلة باجهزة (التلفاز - الثلاجة الالكترونية - مكيف هوائي - جهاز التسخين [Oven] - الغسالات الاتوماتيكية - مكبرات صوت).

عينة البحث:

اختار الباحث (3) نماذج من تنوعات المجتمع والتي تمثلت بـ:

1- الغسالة الاتوماتيكية.

2- الثلاجة الالكترونية.

3- جهاز التلفاز.

اذ تم اخضاع هذه النماذج الى عملية التحليل للتحقق من هدف البحث الحالي.

اداة البحث:

لغرض التحقق من هدف البحث الحالي قام الباحث بتصميم استمارة لتحليل نماذج العينة اعتمد في تصميمها على المصادر والادبيات ومؤشرات الاطار النظري والدراسات السابقة، اذ تكونت هذه الاستمارة من (3) محاور تتضمنت (9) فقرات، وتم تحديد معيار ثلاثي للكشف عن مدى تحقق كل فقرة في المنتج الصناعي، كما موضح في الجدول (1).

جدول (1) يوضح مكونات استمارة التحليل لنماذج العينة

ت	المحور	الموضوع	يتحقق	يتحقق الى حد ما	لا يتحقق
1	الابعاد الوظيفية للمنتج	ادائي			
		تقنية			
		الجهد والوقت			
2	الابعاد الجمالية للمنتج	تقنيات الاظهار			

			شكلية		
			تصميمية		
			تصور ذهني	تكوين الانطباع البصري للمستهلك	3
			وعي اجتماعي		
			وعي جمالي		

صدق الاداة:

تم عرض الصيغة الاولية لاستمارة التحليل على مجموعة من الخبراء* في مجال التصميم الصناعي وطرائق التدريس والفلسفة، لتحقق من مدى صلاحية مكوناتها في قياس الهدف الذي وضعت لاجل قياسه، اذ اشار الخبراء الى ان مكونات هذه الاستمارة صحيحة يمكن ان تحقق هدف البحث.

تحليل نماذج العينة:

انموذج (1)



- غسالة تحميل علوي مزدوج مع حوض مدمج، 18كغ
WA18J6750SP/FH سامسونج
- الابعاد: العرض 630 × الارتفاع 1.100 العمق 690 ملم
- الوزن الصافي: 51 كغم
- يعمل بنظام Activ Dualwash™
- انتاج: شركة سامسونج

أ.د. هدى محمود عمر - فلسفة التصميم الصناعي.

أ.د. ماجد نافع الكنانى - فلسفة التربية الفنية - طرائق تدريس الفنون.

أ.د. نوال محسن - فلسفة التصميم الصناعي.

أ.د. باسم قاسم الغبان - فلسفة الفلسفة.

أ.م.د. صلاح نوري محمود - فلسفة التصميم الصناعي.

الوصف البصري للمنتج:

يتكون تصميم المنتج (الغسالة) من هيكل ذو لون INOX يحتوي على بوابة سوداء كما يحتوي على لوحة شاشة من نوع Inmold مزدوجة الكتلة، زودت هذه الغسالة بقفل امان ضد عبث الاطفال، كذلك يحتوي على حوض ماسي فيه موزع للمياه نوع Magic Dispenser ذو فلتر نوع Magic Filter اما المحرك الذي يشتغل فيه هذا المنتج فهو من نوع تقنية العاكس الرقبي الذي يعمل بمضخة STS تمايل تعتمد على الفحص الذكي زود هذا المنتج بنافذة من الزجاج المقوى تغطي سطحه، اما مستوى المياه فانه يصل الى 10 مستويات يقوم هذا المنتج بغسل وتنظيف مجموعة من الملابس الرقيقة والثقيلة ك (البطاطين – الجنز – العادي... وغيرها) يعمل هذا المنتج بدورة اضافية تقوم بتنظيف حوض الغسيل من خلال قائمة من الخيارات بنظام dualwash من خلال توفير المياه والشطف وغسل قابل للتعديل والغسل السريع والنظافة القصوى.

1-الابعاد الوظيفية للمنتج:

ففي الجانب الادائي لهذا المنتج ان معظم الغسالات المنزلية الحديثة في تصميمها تعمل اليأ وما على المستخدم الا ان يقوم بوضع الملابس بأنواعها داخل هذه الغسالة ثم يقوم بإضافة المنظفات الخاصة بها ويضغط على زر التحكم، فضلاً عن امكانية استخدام الماء الساخن او البارد، اذ يتم تزويد الغسالة به عن طريق خراطيم تعد لهذا الغرض كما يمكن التحكم في طول مدة التشغيل او قصرها من خلال الية الازرار الموجودة بالغسالة. اما من الجانب التقني فيلاحظ ان معظم الغسالات المنزلية تدار عن طريق تحكم الي في تمتع بميزات معينة تتمثل باحتوائها على مرشحات تقوم بحجز النسالة وموزعات الية لتبيض وتلين قطعة القماش فللكثير من هذه الغسالات الأتوماتيكية اجهزة تسخين تعمل عن طريق التوصيل الكهربائي فيبي لا تحتاج احياناً الى ماء ساخن وانما مجرد توصيلها بالكهرباء تحدث عملية التسخين عن طريق الأنابيب الخاصة بالماء البارد. فيما يتعلق بجانب الجهد والوقت لهذا المنتج فأنها مجهزة بحوض معدني داخلي يستخدم لغسل قطعة القماش محاطة بحوض غسل معدني خارجي يستخدم لعملية غسل الملابس وشطفها بعد ان يبدأ الحوض بالدوران ثم يتصاعد تدريجياً بالسرعة ، اذ تقوم هذه السرعة بإزالة الكثير من الماء في الحوض الخارجي ثم يضح الماء خارج الغسالة عن طريق خرطوم الصرف وفي النهاية يقوم المشغل بتجفيف الملابس بواسطة مجفف خاص يؤدي هذه المهمة وهو يعد بعداً وظيفياً مهماً يعمل على تقليل الجهد للمستخدم وكذلك الوقت الزمني الذي يستغرقه عملية الغسل والتجفيف وهذا متداول في الكثير من المنازل واللونديري.

2-الابعاد الجمالية للمنتج:

تحمل هذه الغسالات مواصفات متنوعة منها الغسالة الخضاضة او الغسالة ذات الحوض الدوار، فالنوع الاول يضع المستخدم الملابس في حوض الغسالة التي تحتوي داخلها على جهاز مخروطي يسمى الخضاض مثبت على مركز سلة الملابس يحتوي على مجموعة من البروزات التي يطلق عليها بالزعانف او الازرع فعندما يدور الخضاض فانه يعكس اتجاهه بشكل مستمر فيعمل على تحريك الملابس في الماء ويدفعه الى داخل الملابس، اما النوع الثاني يتمثل بوضع الملابس للغسالة ذات البرميل الدوار عن طريق باب يقع في واجهتها فحين تدور سلة الملابس تنقلب داخل حوض الغسالة على وفق كمية الماء الموجود في داخل هذا الحوض.

3-تكوين الانطباع البصري:

اذ ان فلسفة تصميم المنتج الصناعي تتمركز في تصميم الانموذج وقدرته الادائية والوظيفية ويعمل على تكوين انطباعاً بصرياً يتعلق بتقنيات الاظهار لهذا المنتج التي تشكل بعداً جمالياً يمكن ان يتمتع به المستهلك لهذا المنتج من خلال الشكل واللون وطبيعة التصميم، مما يخلق ذلك تصوراً ذهنياً عن فكرة المنتج بما يتماشى مع الوعي الاجتماعي المتداول لهذه المنتجات الصناعية. كما ان القيمة الجمالية للمنتج الصناعي هي انعكاس حقيقي للتغيرات التقنية والادائية فيه التي تمثل نتاجات المعرفة والتكنولوجيا والتي ظهر واضحاً تمثلاتها في هذا المنتج من خلال التقنية المستخدمة واليات الاشتغال والتناسق بين الشكل والمضمون.

انموذج (2)

ثلاجة - 27 قدم - ديجيتال - موديل RT62K7000SP/MR



- الشركة المنتجة: سامسونج
- تعمل بنظام Twin Cooling Plus™ لخلق بيئة مواتية لحفظ المواد الغذائية الطازجة في الثلاجة مع رطوبة تبلغ 70%، مقابل 30% في TMF التقليدية.
- لذلك تبقى المكونات طازجة لفترة أطول دون جفاف.

الوصف البصري للمنتج:

توفر الثلاجة إمكانية تخزين فائقة تتسم بالمرونة بجانب إمكانية تحويل المجمد الخاص بك بسهولة إلى ثلاجة لحفظ جميع المواد الغذائية الطازجة التي تحتاج إلى تخزينها لمواسم مختلفة أو لمناسبات خاصة، أو يمكنك أيضاً تحديد وضع الإيقاف* لتوفير الطاقة، تتميز الثلاجة بسرعة تسليم الهواء البارد المكثف من أجل التجميد أو التبريد السريع. فعبر لمسة زر واحدة، تعمل خاصية Power Cool على سرعة تبريد المواد

الغذائية والمشروبات بينما تعمل خاصية Power Freeze على التجميد أو تقوية المواد الغذائية المجمدة وصنع الثلج.

1-الابعاد الوظيفية للمنتج:

يعمل هذا المنتج (الثلاجة) بهدوء أكبر بحيث ييستخدم طاقة أقل عن طريق توظيف ال تكنولوجيا العاكس الرقمية لتقائياً من خلال ضبط سرعة الضاغاط استجابة لطلب التبريد عبر 7 مستويات فهي تستخدم طاقة أقل، بما يقلل من الضوضاء ومن الترددي والتلف من أجل أداء يدوم طويلاً، كما تمتع بسهولة تنظيم وتقديم الأطعمة اللذيذة، اذ يتميز درج الأطعمة اللذيذة القابل للفصل بتصميم مضغوط يمنحه كفاءة في استخدام "المساحة المهذرة" في الثلاجات فهذا المنتج يشكل طريقة المثلى لتخزين الأطعمة اللذيذة أو المكونات الطازجة وتقديم العناصر مباشرة إلى الطاولة.

تعمل على الحفاظ على نظافة ونضارة الهواء من الناحية الصحية، اذ يعمل الواقي من البكتيريا على حفظ الثلاجة نظيفة وصحية. حيث يتم تمرير الهواء من خلال مرشح الكربون النشط، بحيث يتم تعقيمه باستمرار وإزالة الروائح الكريهة في حين تعمل الشبكة الواقية من البكتيريا على القضاء على البكتيريا. اذ يتمتع هذا المنتج برؤية واضحة لكل شيء بالداخل من خلال عملية الاضاءة LED عالية الكفاءة تتسم بحجم أقل وبرودة أكثر وكفاءة أكبر في استخدام الطاقة من الاضاءة التقليدية، فهي تقع في الجزء العلوي وفي الجانبين بشكل يتسم بالجمال والبراعة بما ينير سائر الأركان ويضمن رؤية أفضل.

2-الابعاد الجمالية للمنتج:

ان القيمة الجمالية لتصميم المنتج تكمن في مخاطبته لأحاسيس ومشاعر المستهلك له وخلق بيئة جمالية تتميز ببساطتها وتبعث الراحة في نفسه، فتصميم الثلاجة المنزلية للنموذج يجمع اسلوباً للمصمم يتمثل بالحدائثة والتقنية وتبسيط الحياة مع سهولة تذوقها جمالياً من خلال مميزاتا عن طريق الشكل والخطوط واللون وملائمتها للبيئة المنزلية.

فالبنى التركيبية والتصميمية لهذا المنتج تولدت من خلال ظاهرة العولمة التي اشاعت خصائصها في جميع مجالات الحياة ومنها التصميم، فالتغيرات التي احدثها المصمم على شكل المنتج شكلت تحولاً في التصميم التقليدي مما ولد اداءً وظيفياً تمثل بطبيعة الخطوط المشكلة له ليحقق قيمة جمالية واعلاء كافة القيمة الادائية التصميمية والوظيفية التي اعطت بدورها معطيات ورؤى تصميمية معاصرة تتسم باداء وظيفي عالي يترك اثرأ في نفس المتلقي من خلال الشكل واللون والحركة والملمس والاتجاه.

3-تكوين الانطباع البصري:

هناك سمات مميزة لصورة المنتج الصناعي المتمثل بالثلاجة المنزلية المعاصرة يمكن ان تسهم في توليد انطباعاً بصرياً لدى المستهلك من خلال بساطة عناصرها الداخلية التي تخلق وظيفة ادائية وجمالية، كذلك عملية تصميم مكوناتها من الداخل بطريقة خطوط مستقيمة وواضحة تتناسب مع طبيعة المادة التي تحفظ فيها.

ان هذا التصميم يمكن ان يضفي تصوراً ذهنياً للمستهلك في خروج الشكل التصميمي للمنتج من واقعه التقليدي الى تصميم حداثوي، اذ ان التغييرات الشكلية في الشكل الوظيفي وتقنيات الاظهار يمكن ان تضفي بعداً جمالياً ووعياً اجتماعياً لعملية الاستخدام.

انموذج (3)

جهاز تلفاز انتاج شركة سامسونج/2019



- تلفزون (QLED)
- المعالج الكمي K8
- حجم اللون بنسبة 100% بفضل سمة النقاط الكمية
- تكنولوجيا HDR الكمية x32
- تكنولوجيا Direct Full Array 32x
- نظام الصوتي Q-Symphony

الوصف البصري للمنتج:

يحولنا الوصف البصري للمنتج الى الدهشة للتقنيات التي يتمتع بها والمعززة للجودة الفائقة للصورة فيه فكل اطار من اطارات الشاشة تتمتع بوضوح فائق يصل الى (33) مليون بكسل مما يعطينا مستوى دقة يعادل (4) اضعاف دقة (K4) بحيث ان المعالج الكمي K8 يضمن للمشاهد التمتع بطاقة K8 الكاملة ليضمن متعة مشاهدة تفوق الحدود.

1-الابعاد الوظيفية للمنتج:

يشكل تلفاز (QLED) المنتج عام 2019 احدث الاجهزة لسلسلة شركة سامسونج الخاصة بهذا المنتج، اذ يتميز بشاشة تتميز بوضوح فائق مما حقق نجاحا قويا جدا لرغبات المستهلك وتكوين انطباعات بصرية لديه بسبب اليات اشتغاله التي تتميز بها شاشته .
يحتوي هذا الجهاز على شاشة كبيرة مزودة باطار فائق النحافة ذو حواف سوداء غير مرئية تقريبا للقضاء على التشتت تماماً حتى يتمكن المشاهد من التركيز على محتوى الشاشة ويتمتع بها.
كما ان حامل التلفزيون للتثبيت على الحائط صمم بوصلة واحدة غير مرئية تتميز بدون مسافة بين الجدار والتلفزيون كذلك يتميز هذا المنتج بمستوى عال من الصوت القائم على تتبع مكان الاجسام (+Object Tracking Sound مع مضخم للصوت النشط المتمثل بالصوت التكييفي (+Adaptive Sound) بنظام Q-Symphony ان هذه الخاصية تجع المشاهد يستمتع بمزيد من مشاهدة محتوى الشاشة وتوفر المزيد من وسائل التحكم والاتصال والاستخدام، هنا يتلمس المستهلك دور الابدستمولوجيا في توظيف المعرفة العلمية والتقنية لتوفير منتج يتمتع بمواصفات يلي حاجات ومتطلبات المستهلك.

2-الابعاد الجمالية للمنتج:

ان المنجز التصميمي لجهاز التلفاز (QLED) يتمتع بسمات جمالية ملائمة ومعبرة عن ذائقة المستهلك كونه يعد مستحدث تقني على وفق متغيرات العولة والحدثة في المنتج فتقنيات الاشتغال التي يحظى بها هذا المنتج شكلت السمة الجمالية التي يتمتع بها هذا المنتج من حيث الاداء الوظيفي وهيأة المظهر وتقنياتها بحيث اصبح يدرك بسهولة من قبل المستهلك.
لذلك فان هذا المنتج قد حقق وظيفتين أحدهما ادائية واخرى جمالية مما شكل ذلك سياقاً تصميمياً يؤدي الى التأثير في المستهلك وتحريك وجدانه وشعوره بامتلاك نسخة من هذا المنتج كونه يجد فيه السهولة في التطبيق والتيسير في التكاليف وتقليل الجهد في الاستخدام.

3-تكوين الانطباع البصري:

ان تقنية المنتج الصناعي المتمثلة بالأداء الوظيفي والمظهر الجمالي قد حققت نوعاً من الانطباع البصري عند المستخدم لأنه يتمتع بالبساطة والسهولة وبتكاليف اقل كون ان هذا المنتج الذي صممه شركة سامسونج يعتمد على نقاط كمية تتمثل بصورة الشاشة التي تحاكي الواقع وتعمل على تقديم اغراض توضيحية تتمتع بمواصفات عالية الهيئة والتصميم بحيث لا تؤثر على الاداء العام كونه يشكل احدث معايير الجودة في الاتصال.

الاستنتاجات والتوصيات:

بناءً على عملية التحليل التي اجراها الباحث لنماذج العينة يستنتج الاتي:

- 1-تستند فكرة المصمم الصناعي عند تنفيذه للمنتج ان تتحقق فيه ابعاداً وظيفية تتمثل بسهولة الاستخدام على وفق اليات اشتغال واضحة للمستهلك من خلال الاعتماد على انظمة متطورة عالية الكفاءة.
- 2-يمكن للمنتج الصناعي ان يتمتع بتقنية عالية تقلل من الجهد والوقت للمستهلك في عملية الاستخدام الوظيفي لهذا المنتج بما يتلاءم مع مفهوم الادائية ويحقق النفعية له.

3- تتميز المنتجات الصناعية (عينة البحث) بأشكالها واليات اشتغالها وتقنيات اظهارها مما حققت ابعاداً جمالية اسهمت في تكوين الانطباعات البصرية للمستهلك في عملية تفضيل هذه المنتجات عن غيرها، وهذا يعتمد على مدى تأثيرها على المستهلك.

4- ان تقنيات الاظهار التي تمتعت بها المنتجات الصناعية (عينة البحث) اكدت على وجود مستوى ثقافي جيد عند المستهلك كونها اسهمت في تكوين انطباعاً بصرياً باعتبار ان المنتج يمثل وسيلة اتصال وتواصل يبذل من خلالها المصمم الصناعي جهداً كبيراً لتحقيق تلك الانطباعات عند المستهلك.

5- وجود علائق ترابطية ما بين التقنية المستندة الى المعرفة العلمية وتطبيقاتها التجريبية التي ظهرت في اليات المنتج الصناعي بما يتناسب مع اليات المستخدم، مما اتاح ذلك له قدراً كبيراً من الفعاليات المتجسدة للمعرفة العلمية وتطبيقاتها العملية بحيث تظهر في جميع العينات.

التوصيات:

1- يمكن لنتائج البحث الحالي ان تخدم المؤسسات التعليمية او الصناعية المعنية بالتصميم لاسيما طلبية التصميم الصناعي باعتمادها منطلقاً اساسياً لتطوير الافكار التصميمية للمنتج.

2- استثمار التقنيات الحديثة في تصميم المنتجات الصناعية التي تتواءم مع رغبات وحاجات المستهلك في اقتناءها لسد متطلباته الحياتية.

3- توعية طلبية قسم التصميم بشكل عام والصناعي بشكل خاص على كيفية اختيار فكرة المنتج بحيث تحقق ابعاداً وظيفية وجمالية تستقطب المستهلك وتعمل على تكوين انطباعات بصرية لديه.

References:

1. Al-Asadi, A. Hanoun M., *Cognitive Methods An Introduction to the Character*, Justice Press, Baghdad: 2013.
2. Ismail Sh., *Art and Design*, Helwan University, Faculty of Art Education, Cairo, 1999.
3. Badawi, Abd al-Rahman, *Encyclopedia of Philosophy*, Part 2, The Consultations of Relatives, 1st Edition, Iran: 2006.
4. Bertrand R., *Philosophy with a Scientific View*, see: Zaki Naguib Mahmoud, The Anglo Library, Egypt: 1960.
5. Jasim K. Bahil. *Industrial design aesthetics in light of modern interaction theories*. Unpublished PhD thesis. Baghdad University. College of Fine Arts. Department of Industrial Design. Baghdad. Iraq. 2013.
6. Hakim R., *Susan Langer's Philosophy of Art*, House of General Cultural Affairs, Arab Horizons, Baghdad: 1986.
7. Haider, N. Abd, *Art of Design and Aesthetics (Data Exchange)*, Al-Akademi Magazine, Issue 37, Baghdad, 2003.

8. Khamis, H., *Artistic Appreciation and the Role of the Artist and Listener*, the Arab Center for Culture and Science, Beirut: B., T..
9. Dewey, J. *Art, Experience*, Tr: Zakaria Ibrahim, Dar Al-Nahda Al-Arabiya, Cairo: 1963.
10. Sperber, D. and Deidre W.. Relevancy or Appropriateness theory in communication and perception. Tr: Hisham Ibrahim Abdullah Al-Khalifa. New United Book House. I 1. Beirut. Lebanon. 2016.
11. Safia, D. and Brahim S. *Contextual theory in the semantic lesson and its impact on the Arabs*. Published MA thesis. Abdul Rahman Meera University. College of Letters and Languages. Department of Arabic Language and Literature. Bejaia. Algeria. 2017.
12. Al-Obeidi, B. Abbas. *The brand .. its functional and expressive connotations*. Amwaj Publishing and Distribution. I 1. Oman. Jordan. 2014.
13. Omar, H. Mahmoud, *Building Design Relationships for Aluminum Products Manufactured in Iraq*, PhD Thesis, University of Baghdad, College of Fine Arts, 1997.
14. Green, J. *Thinking and Language*, Tr: Abdul-Rahman Abdul-Aziz Al-Eidan, Dar Alam Al-Kutub, Riyadh: 1990.
15. Mufti, M. Mukhtar. "*Graphic proportions in the Sunnah of the Prophet*". Journal of Contemporary Islamic Thought. Issue 73. The International Institute for Islamic Thought. Beirut. Lebanon. 2013.
16. Mansour, H. Abdul Razzaq, *Building the Human Between Looking and Acting*. Amwaj Publishing and Distribution. I 2. Oman. Jordan. 2013.
17. 19. Khelif. M.K. Al- Jubori, (2013, April, w.d), The problem of employing the image of women in advertising, printed, *Al- Academy Journal*(65), p.145.
18. Al-Hawi, S. Hussein Abdullah and Banar Abdul-Hamid. *Expressive Appropriateness in Contemporary Architectural Works*. Iraqi Journal of Engineering. Issue 1. University of Architectural Technology. Department of Architecture Engineering. Baghdad. Iraq. 2016.
19. Aslaksen, F. et al. *Universal Design: Planning and Design for All*. Cornell University ILR School. Digital Commons. New York. USA. 1997. P28.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts98/215-234>

Aesthetic and Functional Dimensions of the Industrial Product and their Influence on Construction of Consumer's Visual Impression

Jasim Ahmed Zidan¹

Al-academy Journal Issue 98 - year 2020

Date of receipt: 3/10/2020.....Date of acceptance: 4/11/2020.....Date of publication: 15/12/2020



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

Abstract:

The visual impression represents a compound process of a group of concepts that might be secondary and interrelated to constitute, in reality, a cognitive image stored in the memory that can be retrieved according the implications of the situation in which the individual lives in his environment, as it awakens in him an image from the sub consciousness, thus it gets stimulated, and it is among the tangible things .

Since we live in our contemporary world under the development of knowledge, micro and wide technology of the devices, tools, materials, mechanisms, current developments and openness... etc. this transformation created visual impressions that the individual in general and the consumer in specific enjoys concerning his preferences for the image of the industrial product . Thus, the current research problem can be established through an attempt to discover the consumer's awareness level and education, which depends on his visual impressions in preferring the industrial products that are characterized by high quality and technology in the operation mechanisms and the demonstration techniques, which generates functional and other aesthetic dimensions. Therefore, the researcher determined the following question :

What are the functional and aesthetic dimensions of the industrial product and their implications on the creation of a visual impression on the consumer?

The current research aimed at:

- 1- Identifying the aesthetic and functional dimensions of the industrial product.
- 2- Reaching the influences of the aesthetic and functional dimensions of the industrial product over the creation of the consumer's visual impression .

The research community is made of the industrial products designed in (2019) by Samsung, and a random sample represented by (automatic washing machine- electronic refrigerator- television screen) has been chosen .

¹ College of Fine Arts / University of Baghdad, jasim.a.zadan@cofarts.uobaghdad.edu.iq .

Therefore, these samples have been subjected to the analysis and investigation process to verify the aim of the current research. The following are some conclusions:

- 1- The idea of the industrial designer, when implementing the product, requires achieving the functional dimensions of it represented by the ease of use according to clear operation mechanisms for the consumer through relying on advanced high efficiency systems .
- 2- The industrial product can have a high technology which reduces the consumer's time and effort in the process of the functional use of this product in a way suitable with the concept of performance and achieves the benefit .

Keywords: aesthetic dimensions- functional dimensions- visual composition.