

مؤثرات متغير التذوق

لمتلقي تصاميم الأقمشة

د. هند محمد سحاب العاني



مشكلة البحث:

تعد تصاميم الأقمشة من جملة الأمور المساهمة في زيادة رواج الأقمشة حيث أنها أي تصاميم الأقمشة ترفع من قيمة القماش الوظيفية والجمالية مما يؤدي الى زيادة استهلاكها.

وقد تقدم فن تصميم الأقمشة في العقود الأخيرة من القرن الماضي واصبح حتى اليوم موضوع اهتمام المصمم والمتلقي حيث تطورت الاوضاع الثقافية والاجتماعية والنفسية والذوقية للمتلقين والمستهلكين لهذه البضاعة أي (القماش)، ولم يعد الشراء مقتصرأ لسد الحاجة فقط بل اصبحت الأقمشة تتنافس مع بعضها البعض بجمالية تصاميمها واختيار مفرداتها التصميمية والوانها.

وحيث ان تصميم الأقمشة له دور مهم في صناعة الأقمشة، اذ يقوم بابرار قيمة القماش واعطائه خصوصية معينة لنوع الاستخدام النهائي، وبه تحقق الأقمشة المنفعة المطلوبة من استخدامها من حيث انها يجب ان تفي بحاجة الشخص الفسيولوجية والنفسية والاجتماعية والذوقية (جرجس، ١٩٨٨ ص٦) اضافة الى ان التصاميم الجيدة تزيد من تحقق الجانب الاخر في الأقمشة وهو الجانب الجمالي فلا بد من ان تحمل هذه الأقمشة وتصاميمها قيما جماليا ترفع من شأنها وتزيد قيمتها وتقبلها فعلى المصمم اتباع مخططات منظمة لابتكار الحلول لمشكلات واحتياجات الانسان المتجددة.

هذا كله بدوره ينصب على المتلقي لهذه التصاميم فنرى ان مغايرة التصاميم من قبل المصمم يؤدي الى تغيير التذوق والتحسس لها، وان زيادة التذوق والتقبل لشراء هذه الأقمشة يكون هنا خاضعا لنوع التصميم وفي بعض الاحيان مع ثبات نوع التصميم يختلف تقبل شخص ما عند الشراء عن شخص اخر فهنا التقبل يختلف عند المتلقي وهذا يكون تابعا لعوامل وخبرات يحملها الشخص ذاته.

هنا تتأتى مشكلة البحث من حيث عدم اخضاع العملية التصميمية لدراسات من اجل حساب متغيرات التذوق لدى المتلقي وتأثيراتها على تصاميم الأقمشة واين يقبع هذا التغير ضمن العملية الاتصالية هل هو

عند المصمم أم المتلقي أم في التجربة أي (العملية التصميمية) التي امامه.

هنا تحددت مشكلة البحث بالسؤال التالي:-

كيف تتم الدراسة لما يتاثر به متغير التذوق لمتلقي تصاميم الأقمشة ومدى تأثير ذلك في هذه التصاميم وابعادها في العملية الاتصالية عموماً؟

اهمية البحث والحاجة اليه:

تتأتى اهمية البحث والحاجة اليه من اهمية الأقمشة ودورها المميز والفعال في حياة الفرد وعدم مقدرته للاستغناء عنها وكذلك اهمية التصاميم المنفذة على هذه الأقمشة من اجل زيادة قيمتها النفسية والجمالية ودورها المؤثر على المتلقي أي المستهلك لهذه الأقمشة وكذلك على المتلقي المحب للنظر لهذه الأقمشة عند استخدامها في مواضع معينة كتقبل الناس لشخص يرتدي زياً معيناً بقمماش جميل التصميم بعكس عدم تقبل الناظر لشخص يرتدي زياً بقمماش مشوه التصميم، هنا تبرز اهمية البحث بالنقاط الآتية:-

- ١- لأهمية تصاميم الأقمشة ودورها المؤثر في المتلقي لزيادة نسبة شراء المنتج من الأقمشة فان على المصمم ان يتحسب لما يرغبه المستهلك ويثير انتباهه، ويراعي ان تفي هذه التصاميم بحاجة المتلقي النفسية والجمالية.
- ٢- يمكن الافادة من نتائج البحث الحالي لمعرفة اثر متغير التذوق لدى متلقي تصاميم الأقمشة وتأثيرات خبراته والبيئة التي يعيش فيها ومجمعه وعاداته وتقاليده ومناخه.. الخ. في تقبله لهذه التصاميم.
- ٣- قد تسهم نتائج البحث الحالي في معرفة اين تكمن النقاط التي يجب ان يركز عليها المصمم بحيث ينتج تصاميم ناجحة ذات رواج واسع وذلك، لاستشارة الجمال عند المتلقي.

- ٤- ان من الممكن ان يعرف هذا البحث بضرورة العلاقة بين مصممي الاقمشة ودراسة علم النفس لمعرفة اهم المؤثرات التذوقية والنفسية والحسية والعقلية المؤثرة بمدركات المصمم والمتلقي وتأثيراتها بالعملية التصميمية.
- ٥- يمكن التاكيد من خلال هذا البحث على توسيع مدركات المصممين من اجل محاكاة مدركات المتلقين النفسية والحسية والعقلية كل حسب مستواه.

اهداف البحث:-

يهدف البحث الحالي الى:

١. التعرف على تأثير متغير التذوق لدى متلقي تصاميم الاقمشة على العملية التصميمية عند المصمم وحصر مايتاثر به.
٢. معرفة اهم المتغيرات التذوقية والمؤثرة بادراك المتلقي لتصاميم الاقمشة واثر ذلك في التقبل والاستهلاك.

حدود البحث:-

يقتصر البحث الحالي على الدراسة النظرية التي تنحصر في العملية الاتصالية المؤلفة من المصمم ورسالته الموجه (تصاميم الاقمشة) الى المتلقي (المستهلك) والتاثير على هذه العملية وذلك لاستخراج النتائج والاستنتاجات الهامة.

تحديد المصطلحات:-

قامت الباحثة بتحديد المصطلحات التي وردت في عنوان البحث اوضمنه والتي هي بحاجة الى توضيح:

١. التذوق او مايعدد بمصطلح التذوق الفني Art Appreciation عرفه (خميس/١٩٧٥ص١١) بانه عملية اتصال بين طرفين: الاول هو الفنان ممثلا في اعماله الفنية، والطرف الثاني هو المستمتع الذي ينظر الى هذه الاعمال ويحاول ان يستمتع بها.

وعرفه (الشال، ب ت ص ٤٥١) على انه عملية حيوية مستمرة تبدأ اولا قبل عملية التشكيل الفني واثناءها وايضا عند الانتهاء منها. فهي المحصلة الباقية في حس المستمتع نتيجة رؤيته وتفاعله باعماله الفنية المختلفة ولاعمال غيره في الوقت نفسه.

اما (العاني، ١٩٨٦ ص ٢٥) فقد عرفه كتعريفا اجرائيا في رسالة الماجستير على انه: هو قدرة الفرد واستجابته حواسه واحساسه بما يراه ويلمسه من اشياء المحيطة به، وله قابليته على الاستمتاع بالموثرات الجمالية التي تهتز لها مشاعره عندما يستوعب معانيها والتي تبعث البهجة والسرور الى النفس. وتختلف هذه القدرة من فرد لآخر حسب ثقافته وممارسته للفن.

هذه اقرب التعاريف لمصطلح التدوق التي تخدم موضوع البحث الحالي.

٢. الخبرة: وهي عملية اكتساب الانسان العادات والمهارات والاتجاهات والمعلومات نتيجة تفاعله مع البيئة. (الحيلة، ١٩٨٨ ص ٣٧).

الإطار النظري:-

لمعرفة تاثير ومؤثرات متغير التدوق لدى المتلقي، يجب معرفة نوع المتلقي، جنسه ذكر أم انثى، عاداته، تقاليده، ثقافته، عمره، بينته، خبرته،... الخ ويجب معرفة اين يكمن الجمال الذي سيتذوقه. احدهما يقول ان الجمال يكمن في الاستجابة الذاتية للشخص بفعل اثارته بحافز خارجي: أي ان الاحساس بالجمال يقبع في دواخلنا اما المفهوم الاخر فيقول ان الجمال سمه كامنة في الشيء نفسه او في التجربة نفسها والعلاقة بين الاجزاء المنفردة عن الجمع بينهما (أي بين الشيء والتجربة) هي التي تثير الحس بالجمال في نفوسنا. (نوبلر، ١٩٨٧ ص ٤٣) وهنا يمكن قصد تصاميم الأقمشة التي ستدخل ضمن منظورنا، فالتصميم هذا العمل الفني له دور مهم في رواج المنتج من الأقمشة من حيث ابراز قيمة القماش، فالقماش ذو

التصميم الجيد يشبع حاجة الانسان النفعية والجمالية كان يؤدي القماش الغرض الوظيفي المعد له مع ادخاله السرور والرضا الى نفس المتلقي (العوادي- ١٩٩٠ ص ٢٢) وهذا يختلف بدرجة من حيث جودة الخامة والتصميم المطبوع على القماش وتقنية الاداء واثـر التصميم موضوعا (معنى وتعبير) في تحفيز الانتباه والاستحواذ على اهتمام المتلقي واثـر العملية الاتصالية على مدركات المتلقي الحسية والنفسية ومقدار اكسابه الخبرات.

يشير العالم جون ديوي في كتابه (الديمقراطية والتربية) ان الاتصال هو "عملية مشاركة في الخبرة" بين شخصين او اكثر حتى تعمم هذه الخبرة وتصبح مشاعاً بينهم يترتب عليه حتما اعادة تشكيل وتعديل المفاهيم والتصورات السابقة لكل طرف من الاطراف المشتركة في هذه العملية.

ويشير العبيدي بهذا الصدد الى ان عملية الاتصال تؤدي الى اثاره استجابة نوعية لدى المتلقي بغية التأثير عليه نفسياً وعقلياً وسلوكياً وتذوقياً، ومعاونته لاتخاذ موقف نوعي محدد. لذلك فان هذه العملية تهدف الى خلق جو من الالفة والاتفاق بين المصدر الاتصالي والطرف المستقبل وبالتالي تحقيق المبدأ المطلوب وهو وقوع فعل تبادل المعلومات والافكار والخبرات بين الاطراف المتصلة (العبيدي، ١٩٨٩ ص ١٨) وان الغرض من عملية الاتصال هو توصيل فكرة او خبرة او مفهوم او احساس او ادراك او مهارة من شخص لآخر، بحيث تؤدي الى عملية مشاركة في هذه الخبرات او الافكار مما يجعل احد طرفي الاتصال يؤثر في الطرف الاخر ويؤدي هذا الى تغيير ايجابي او سلبي بتقبل او عدم تقبله للعمل الفني (التصميم)، (الكناني، ١٩٨٨ ص ٣٩) ولمعرفة ماالذي تحدثه الرسائل (التصاميم) عبر الاتصال لابد ان نقف عند تعريف هوكنبرا Hugenbera للاتصال بانه "محاولة للمشاركة في الصور الذهنية من خلال الاتصال اللفظي وغير اللفظي" (Hugenbera, 1985 P:143) ويؤكد (ديوي) على

مفهومين في تعريفه لعملية الاتصال هما أ) الخبرة، ب) المشاركة في الحصول على هذه الخبرة. (Dewey, 1959, P.32).

وتتم عملية تعلم الخبرات من خلال توافر الدافعية لدى المتلقي اذ بدون دافعية لاقوم المتلقي بنشاط وهي تجعل سلوكه موجها نحو هدف معين ويحاط ذلك بتوقع لديه او صورة عن مايريد تحقيقه وبعدها يقوم بالانتباه الى المثيرات المحيطة وانتباهه في هذه المرحلة يصبح موجهاً نحو مايحقق هدفه حيث نقل العشوائية في انتباهه مما يزيد ذلك في فعالية اكتسابه للخبرات.

المرحلة التالية هي مرحلة الاكتساب للخبرة فيقوم المتلقي بترميزها واعطائها مسمى لان ذلك يساعد على استرجاعها وتحديد موقفها في الذاكرة يليها المرحلة التي يستطيع ان يسترجع فيها الخبرة. ثم فيها تتحدد خصائصها الرئيسية والتي قاومت التلاشي والذوبان في الخبرات الاخرى بحيث امكن تذكرها ونقلها الى مواقف اخرى مشابهة. وتصبح بالتالي جزءا من الاستجابات التي يجربها في مواقف تستدعي منع استخدامها وتوظيفها ثم يحصل المتلقي على تعزيز حينما يعرف ان استخدامه لهذه المعلومات كان استعمالاً صحيحاً ودقيقاً وبذلك تتشكل لديه الثقة في استخدامها وادخال تغييرات عليها من وقت لآخر لتأخذ صورة مستقرة في مخزونه وبهذه الصورة يكتسب المتلقي الخبرات والمعلومات والحقائق والمعاني. (قطامي، ١٩٨٩ ص ١٥٥-١٥٦).

وكلما زادت خبرة الانسان (المتلقي) سهلت عليه عملية تحليل وفهم الاعمال الفنية (التصاميم) المعروضة امام ناظره وازدادت معرفته بأي التصاميم اكثر تحقيقا لاغراضها الوظيفية والجمالية وتعد عملية التصميم واستيعابها من قبل المتلقي احد انواع وسائل الاتصال التي تكسب الانسان الخبرة. فهي تمثل المستوى الثاني من المستويات الثلاث التي اشار اليها (بروان، ثورنتون) لاكتساب الخبرات.

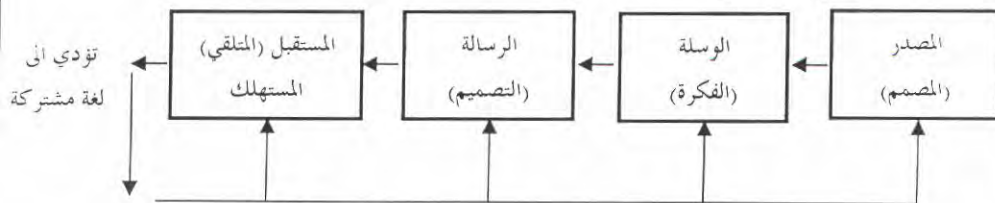
والمستويات الثلاث هي:-

١. المستوى الحسي او الملموس او الواقعي ويحدث ذلك عندما نواجه الاشياء والاحداث والاشخاص ونتصل بهم عن طريق جميع الحواس فنرى ونسمع ونشم ونتذوق ونلمس. فالمعنى الذي نستدل عليه او الخبرة التي نكتسبها مرتبطة بالحركة والتفاعل والواقعية والممارسة.

٢. امام المستوى الثاني لاكتساب الخبرة فلا يتم بالاتصال المباشر بالموضع المراد اكتسابه ولكنه يتم باسلوب اقل مباشرة من المستوى الاول وتتم من خلال صورة او نموذج او مصور... (تصميم) وهي وسائل للاتصال تحمل بعض صفات الشيء الذي تدل عليه بمعنى انها تعمل على ضغط الحقيقة وتبسيطها وعرضها في صورة جديدة وقد تكون كافية احيانا لنقل الفكرة المطلوبة فهي وسائل تمثل الحقيقة ولكن بدرجات متفاوتة، ويمكن ان نقول انها بدائل للحقيقة ويختلف الاشخاص في كمية التعلم ونوع الخبرة التي يحصلون عليها من كل منها.

٣. اما المستوى الثالث هو التعبير عن الاحداث او الاشخاص يتحول الى رموز ليس فيها صفات الشيء الذي تدل عليه، فهي لاتشبه الحقيقة ولكنها تدل عليها وتعبر عنها ويتم التفاهم واكتساب الخبرة عن طريق التفاعل مع هذه الرموز (Jams, 1963, P21). لذلك ان عملية الاتصال عملية ديناميكية تؤكد على عنصر المشاركة فأنها لاتسير في اتجاه واحد فقط من مصدر الرسالة الى المتلقي ولكنها ترتد ثانية الى المصدر حتى يتبين انها قد حققت اهدافها وهذا مانسميه بالتغذية الراجعة (Feed-Back) التي يمكن ان تكون فورية (Berlo, 1987, P:35).

وهي كما في الشكل الاتي:



(تغذية راجعة - Feed Back)

(الكناني، ١٩٩٨، ص ٣٨)

ومعنى ذلك ان الاتصال يكون فعالا عندما ينجح القائم بالاتصال (المصدر، المصمم) بأن يجعل الطرف الاخر (المتلقي - المستهلك) يشاركه في الصور الذهنية او العقلية التي يحملها ويجري التعبير عنها (بالقيم، الافكار، السمات، المميزات، المهارات، التصاميم) من خلال (الرموز، المفردات، الاشكال).

وعموما فان الخبرات المخزونة لدى المتلقي وتفاوتها لديهم تؤدي الى اختلاف درجات التذوق والتحسس النفسي للاعمال الفنية من قبل هؤلاء المتلقين.

وحيث ان الجمال يكمن في الاعمال الفنية فانه تذوقه يختلف من قبل المتلقين لهذه الاعمال حسب اوضاعهم ولمعرفة تاثير تغير التذوق عليه يجب التعريف بالجمال وقد اختلف تعريفه والنتيجة التي توصل اليها الفلاسفة ان تعريف الجمال يختلف من شخص الى اخر عززتها الدراسات النفسية التي اوضحت ان رد الفعل الجمالي مماثل لردود الفعل العاطفية، وان ردود الافعال الفردية تختلف، بجلاء، من شخص الى اخر، ومنذ مرحلة الطفولة، ففدما، يتلقى الواحد منا احساسات لاتحصى تشكل في داخله استجابته محتملة لحوافز معينة ولان ردود الافعال العاطفية هذه متباينة، ولان هنالك العديد من الخصائص المجهولة لاثارة حاسة الجمال في نفوسنا جميعا، فمن المتعذر ارساء معايير مطلقة لتعريف الجمال. (نوبلر، ١٩٨٧ص٤٣).

ولنعود الى الجانب الاخر وهو العمل الفني والفن عموما الذي نبحت فيه الجمال وتذوق المتلقي له فنقول ان الفن هو، في جوهره انعكاس وتمثلات سايكولوجية للحالات والظواهر التي تجري في سياق وجودها، الاجتماعي والطبيعي وان الوسيلة التي يهدف الانسان من خلالها بوعي او بدونه، الى تحقيق توازنه النفسي، وذلك بالتعبير عما بداخله من مشاعر ومكبوتات ومدركات وتمثلات. (صالح، ١٩٩٠ص٥).

كذلك يرتبط الابداع الفني في رأي احد اشهر علماء النفس وهو فرويد بالكبت والجنس والعصاب (صالح، ١٩٩٠ص١٠).

وفي جميع أنواع الفنون يتم البدء بالخلق ومن ثم الإبداع الفني من روحية الفنان حيث ينسحب من واقع لايرضي الى دنيا الخيال، ويعرف كيف يقفل منه راجعا ليجد مقاماً راسخاً في الواقع. ومنتجاته من الاعمال الفنية. ويحقق بها اشباع خيالي لرغبات شعورية وهي مثلها محاولات توفيق، المقصود بها اثاره اهتمام الغير وان يوسعها ان تستشير وترضي فيهم بدورهم الرغبات اللاشعورية نفسها، وزيادة على ذلك فهي تستفيد من اللذة الحسية للجمال الشكلي وهذا يعتمد على العلاقات المتبادلة بين ماتأثر بها الفنان في حياته وخبراته ومنتجاته (صالح، ١٩٨٧ ص ٣٨). والمنتجات من الاعمال الفنية مثل الاعمال التصميمية (تصاميم الأقمشة) تستطيع ان تخدم غرضها بعد ان تكتمل والسمات الاخرى تأتي لاحقا، حيث باكتمال العمل يتم تحديد وظائفه والغرض المعد لاجله، فعند اختيار مفردة تصميمية واحدة تطبق في تصميمين لأقمشة مختلفة لا يظهر دورها الا بترابطها بالمفردات الاخرى وموضعها داخل فضاء القماش. بهذا يحدد استخدام ذلك القماش وتأخذ هذه المفردة خصوصيتها من خلال خصوصية وظائفية التصميم الذي نفذ واين استخدم.

وهذه النظرة اكدت عليها نظرية الجشالت التي تحدد انه عند ادراك الكل يدرك الجزء والعكس صحيح فتخلق حالة تفاعل مستمر معكوسة على المتلقي. (اونيل، ١٩٨٧ ص ١٧١).

اما السمات الاخرى فتاتي حين يلقي العمل تجاوبا من الحضور. والمعنى يبدأ بالعمل نفسه.

فالمشاهد يبدأ من حيث ينتهي الفنان والمعنى الذي يجده الملاحظ (المتلقي) في الاثر الفني انما يعتمد على العمل نفسه لكنه - ايضا - يتوقف على حالة المشاهد المزاجية وخلفيته الثقافية.

تماما كما يتوقف على مقدرته في النفاذ ببصيرته في العمل الذي امامه (نوبلر، ١٩٨٧ ص ١٥).

وقد لا تتضمن الكثير من الاعمال الفنية معاني خاصة لها صداها في تجربة المتلقي لانها انتجت في زمن غير زمنه، وفي بيئة غير بيئته. وفي وسط ثقافي بعيد عن وسطه. فما الذي تعنيه هذه الاعمال

للإنسان المعاصر ان لم يكن يشارك الفنان الذي انتج هذه الاعمال في محيطه وخلفيته؟

ان دراسة التاريخ قد تزوده بمعنى ما. وقد يكشف تشابه العواطف والانفعالات التي يشترك بها الناس، عبر الزمن، عن معاني اخرى.

وقد تسهم القدرة على تمييز التشبيهات الممثلة للحقيقة الملموسة عن نوع اخر من الفهم والادراك. (نوبلر، ١٩٨٧ص٧٠).

والنفاذ بالاعمال الفنية يجب ان يتعمق حتى يستطيع بلوغ المتعة الجمالية التي هي نتيجة امتزاج النزعات الذاتية بالقدرات المردكة امتزاجا معقدا والمتعة التي يجدها المرء في الفنون يطلق عليها التجربة الجمالية. التي هي نتاج التواصل بين الشئ الفني والمشاهد وهذا التواصل لايتأتى الا اذ تهيات الظروف لحدوثه. وهذه الظروف هي استعداد المشاهد (المتلقي) وقابليته على تحسس وادراك معامل ذلك الشئ او التجربة التي تساعد على خلق حالة من المتعة الجمالية وموقف التلقي من جانب المشاهد.

كل ذلك من اجل تحقيق الاستجابة للعمل الفني وبدوره الاستجابة الجمالية او بمعنى اخر تذوق الفن. (نوبلر، ١٩٨٧ص١٧). ان التواصل مع العمل الفني من قبل المتلقي وتأمله يكون بحيث يخلق من هذه القوة التأملية ماهو بمثابة جسر بين العقل والاحاسيس وهو اذا جاز التعبير. بسط في قوى الانسان الداخلية في مجال المعرفة الحسية. تتكون الصورة الذهنية للاشياء- وهي الشكل الرفيع لمعرفة الانسان الحسية- في اطار القوة التأملية تحت توجيه لا شعوري للعقل الفاعل. وبواسطة تلك القوة التأملية. يطبق الانسان مفاهيمه المجردة واحكامه العامة على الاشياء الملموسة وعلى مواقف الخبرة الفردية (دونسيل، ١٩٨٦ص٥٤).

والتأمل يتم بحركة العين على كل عناصر العمل ومالا يتم استيعابه في لحظة زمنية واحدة، يمكن ان يدرك بالتعاقب من خلال حركة العين وتوحد المجال البصري من خلال هذه الحركة التي تحدث

في الوقت المناسب، وبهذا يكون قد وحد المكان بواسطة الزمان وهذا باجمعه يتوحد داخل الذاكرة.

وعموما فان الملاحظ هو العمل الفني الذي يوصف.. بانه نتاج انساني يملك شكلا او نظاما معيناً، ويقوم بايصال التجربة الانسانية.. ويمكن ان يضاف الى هذا التعريف "انه أي العمل الفني يتأثر بالتحكم الحادق في المواد المستخدمة في بنائه من اجل ابراز الافكار الشكلية والمعبرة التي يود الفنان ان يوصلها الى الاخرين" (نوبلر، ١٩٨٧ص ٣٨).

هذا التعريف يشمل ضمنا العديد من الاعمال والانشطة المبتكرة التي هي من صنع الانسان ومن ضمنها تصاميم الاقمشة ذات البعدين، حيث يتم وضع التصميم هنا بعمل علاقات على سطح مستو، هذا السطح هو الفضاء ويتم ترتيب العناصر بحيث تشغل مواقعها في هذا الفضاء وتؤمن في الوقت ذاته النوازع الجمالية والتعبيرية والوظيفية.

والتصميم هو اكساب المادة شكلا بحيث تصبح مدركه والادراك يتم عن طريق المادة التي تكون وسيلة للوصول اليه. فلو اخذنا مربع فان مادته تتكون من نقاط وخطوط مستقيمة، والشكل هو المربع، ان الاحساس يتم في المربع الذي يتحول الى ادراك وتبقى الخطوط والنقاط مادة مجردة فلو حذفنا احد خطوط المربع فان الشكل يختل ويتغير الاحساس به. وهكذا لو اضيف عليه لون من الالوان فانه يمنح الشكل قوة اكبر في الاحساس فاذا حذف اللون، يحصل مثلما حصل في حذف المستقيم (زيغور، ١٩٨٤ص ٣٠٠).

هذا يطبق على تصاميم الاقمشة من حيث تكوين وتجميع مفرداتها وعناصرها والوانها والاحساس بها. وعليه فان التذوق الفني يعتمد على الاحساس بالشكل فاذا اختل الاحساس بالشكل اختل معه التذوق النفسي للفن. وتكمن حالة المعيار التذوق عندما يكون الشكل قريبا من الكمال واذا اختل الاحساس بكماله يتغير تذوقه عند المتلقي.

والفروقات بين تصاميم الأقمشة وأشكال عناصرها توصل الى الحس الذوقي السليم حيث ان التذوق والتحسس يتم بدرجات تبعا لمراتب التصاميم المعدة والمنفذة وتبعا للمعارف التي يمتلكها المتلقي من ثقافة وعلمية ومرجعيات وكلما زادت ثقافته وتوسعت مداركه أصبح احساسه بالشكل اكبر وتذوقه اعلى، حيث ان الفروق الثقافية من شأنها ان توفر تدريبا لاناس مختلفين للتحسس على نحو مختلف بحيث ان الحوافز الحسية المتمثلة ستولد ادراكات لدى الشخص الذي ولد وعاش في المدينة تختلف عن تلك التي تتولد لدى الشخص الذي عاش طوال عمره في الحقل، ان المعنى الذي تولده كل منهما سيتوقف على ماينشده ويتوقعه من العالم نفسه الذي حوله (نوبلر، ١٩٨٧ ص ٢٤-٢٥) ويتحكم المزاج والمشاعر بالتذوق والتحسس لدى الانسان حيث تقود المشاعر الى الانفعالات والمشاعر هي السرور والكره او اللذة والالم (ولو ان الالم غالبا مايحصر في نوع خاص من الاحساس البغيض) وبهذا المعنى نقول مشاعر الحزن ومشاعر التعجب ومشاعر الاكتئاب. هي عموما مجموعة من الحالات الذهنية والوجدانية مسرة او منفردة. اما الانفعال فهو الحالات الوجدانية الاعلى شدة والاقصر فتره. ومنها الغضب والخوف والفرح والحزن (دونسيل، ١٩٨٦ ص ٧٦-٨٥).

وحيث ان امام كل شيء يحصل انفعال يكمن بمقدار تقبل الموقف او عدم تقبله وهذا الانفعال قد لا يحرك الاحساس الادراكي اذا لم يوجد ارتباط صميمي مع العلاقة الشكلية والتصميم فيحصل الضد لكن العكس بالتواشج والتفاعل والاسجام يحصل التقبل لدى المتلقي فالانفعال يحرك الاحساس، والاحساس يولد الادراك على ان يكون (للفكر قوة اخرى خفية) والمعيارية تقاس بالفكر.

ان كل ذلك يتوقف على المتلقي من حيث انفعاله واحساسه بالموقف الآتي او على المدى البعيد وادراكه ومدى سعه هذا الادراك. فالاحساس يسحبنا الى المادة فاذا كانت موضوعة بطريقة يتعامل معها الاحساس بقوة معينة تختلف قوة هذا الاحساس لدى نفس المتلقي عندما تضع هذه المادة بطريقة اخرى، وهذا يأتي بالتجربة

ومما هو جدير بالإشارة ان التجربة ليست حالة نوعية او عددية ساكنة، فهي تتغير بفعل الزمن، كلما عاش المرء او قرأ او لاحظ او تعلم والتجربة السابقة تختلف من شخص الى اخر، اذ انه حتى في حالة وجود اوجه شبه كبيرة، في التجربة السابقة، لدى الافراد الذين يضمهم وسط ثقافي مشترك، الا انه ليس هناك شخصان متماثلين تماما في اكتساب التجربة المستمرة (نوبلر، ١٩٨٧ ص ٢٥).

وحيث ان الشكل يحكم الاحساس والتعامل معه ام لا، فعند ترتيب تصميم لقماش معين يتم التعامل معه باحساس يختلف عندما يختلف ترتيب مفردات وعناصر هذا التصميم وترتيبها بشكل اخر حيث يختلف الاحساس بها وادراكها عند نفس المتلقي وتختلف المدركات والاحاسيس من متلقي الى اخر والفكر هو الذي يضع القيم المعيارية للمادة كما ذكرنا وهل حصل التذوق لدى المتلقي ام لا او هل تم التحسس النفسي عند المتلقي لهذا النوع من التصاميم ام حصلت حالة اختلال بحيث لم يتم تذوقه. وحيث يظهر متغير التذوق والتحسس لدى المتلقي معيار نجاح او فشل المصمم وهل في استطاعته التفاعل مع شكل ومادة القماش وتحقيق الشكل المطلوب (تصميم القماش) وهذا بدوره خاضع للتجربة في تصاميم الاقمشة المختلفة التي يعدها المصمم مجربا والتجربة تطبق بفعل المصمم والمتلقي، حيث انه يجرب ليوسع مداركه والتغير الحاصل في تجربته والتغير الذي يطرا على موقفه ونظراته وخبرته قد يغير من نوع الادراك لديه بحيث تحصل له رؤية جديدة وفهم جديد. (نوبلر، ١٩٨٧ ص ٢٦) فنعود الى تعريفنا الاصلي نقول "ان الفن هو نتاج انسان ينظم فيه المواد بحذق ومهارة لكي يوصل تجربة انسانية ما، وضمن هذا المفهوم قد يتسنى لبعض المتلقين ان يروا الجمال، وقد تتاح لبعضهم الاخر الفرصة لكي ينعموا بمتعة فكرية وعاطفية وقد لا يرى غيرهم الا لغزا يقلقهم. (نوبلر، ١٩٨٧ ص ٤٣-٤٤).

نتائج البحث:-

- برزت من خلال الدراسة النظرية في هذا البحث النتائج التالية:-
- ١- ان معنى العمل الفني يبدأ بالعمل نفسه، ويعتمد ادراك العمل عند المتلقي على خلفيته الثقافية وحالته الاجتماعية والنفسية والتذوقية، ويزداد الادراك عند المتلقي بزيادة ثقافته وبهذا يرتقي تذوقه.
 - ٢- تتحكم حالة لمشاهد المزاجية ومشاعره وانفعالاته بالتذوق من خلال التفاعل والانسجام وهذا يحرك الاحساس فيتولد الادراك على ان يرتبط ذلك كله بالفكر.
 - ٣- ان التذوق الفني يعتمد على الاحساس بالشكل فاذا اختلف الاحساس بالشكل اختلف معه التذوق النفسي للتصاميم.
 - ٤- يختلف الاحساس والادراك والتذوق باختلاف ترتيب عناصر التصميم عند نفس المتلقي وتختلف من متلقي الى اخر.
 - ٥- قد يتم تذوق التصاميم او عدم تقبلها وتذوقها وهذا خاضع للتجربة على التصاميم وهي تطبق بفعل المصمم والمتلقي (أي بتوجيه الوسيلة الاتصالية).

الاستنتاجات:-

- من خلال ماتقدم استنتجت الباحثة الاتي:-
- نستخلص ان متغير التذوق يتاثر بالتجربة يطرأ عليها تغير من حيث الموقف والنظرة وهذا التغيير يؤدي الى تغيير في الادراك حيث تتولد الرؤى الجديدة..
- اذن التذوق الفني يمكن صقله وتطويره وهذا ماتستطيع تحقيقه في تصاميم الأقمشة بحيث نصقل ونطور التذوق الفني لها من خلال التجارب المستمرة المفعمة بالحاكاة للبيئة والعادات والتقاليد والمستوى الثقافي والاجتماعي والطبقي وتنمية الخبرات لمتلقي تصاميم هذه الأقمشة ومستخدميها.

مصادر البحث:-

المصادر العربية:-

١. اونيل، و.م. بدايات علم النفس الحديث، ترجمة شاكر عبد الحميد، مراجعة عاهد حسين العاني، دار الشؤون الثقافية العامة، ط١، بغداد، ١٩٨٧.
٢. جرجيس، سعد محمد وقاسم محمد صالح- العناصر الفنية لتصميم الازياء، وزارة التربية، طبع في اعدادية صناعة احزيران، بغداد، ١٩٨٨.
٣. الحيلة، محمد محمود- التربية الفنية واساليب تدريسها، دار المسيرة لنشر وانتوزيع والطباعة، ط١، عمان، ١٩٩٨.
٤. خميس، حمدي- التذوق الفني ودور الفنان والمستمتع، المركز العربي للثقافة والعلوم، بيروت، لبنان، ١٩٧٥.
٥. دونسيل، جي، ف- علم النفس الفلسفي، ترجمة سعيد احمد الحكيم، دار الشؤون الثقافية العامة، افاق عربية، ط١، بغداد، ١٩٨٦.
٦. زيعور، علي- مذاهب علم النفس مداخل الى علم النفس مع قراءات ونصوص، دار الاندلس للطباعة والنشر والتوزيع، ط٥، بيروت، لبنان، ١٩٨٤.
٧. الشال، محمود النبوي- التذوق وتاريخ الفن، حقوق الطبع محفوظة، مكتبة الضحى، الكويت، ب ت.
٨. صالح، قاسم حسين- الانسان.. من هو؟ مطبعة جامعة بغداد، دار الحكمة، بغداد، ١٩٨٧.
٩. _____، في سايكولوجيه الفن التشكيلي قراءات تحليلية في اعمال بعض الفنانين التشكيليين، دار الشؤون الثقافية العامة، افاق عربية، ط١، بغداد، ١٩٩٠.
١٠. العاني، عبد المنعم خيرى- تقويم تدريس الطلبة المطبقين في قسم التربية الفنية كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، رسالة ماجستير في التربية الفنية، بغداد، ١٩٨٦.

١١. العبيدي، جبار وفلاح كاظم- وسائل الاتصال الجماهيري، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، بغداد، ١٩٨٩.
١٢. العوادي، منى عايد وصنادر عباس العاني- المدخل في تصميم الاقمشة وطباعتها، مطابع التعليم العالي، الموصل، ١٩٩٠.
١٣. قطامي، يوسف- سايكولوجية التعلم والتعليم الصفي، دار الشروق، عمان، ١٩٨٩.
١٤. الكناني، ماجد نافع- بناء نظام تعليمي لتطوير الادراك الحسي في مادة المنظور، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، بغداد، ١٩٩٨.
١٥. نوبلر، ناثنان- حوار الرؤية، مدخل الى تذوق الفن والتجربة الجمالية، ترجمة فخرى خليل، مراجعة جبرا ابراهيم جبرا، دار المامون، بغداد، ١٩٨٧.

المصادر الاجنبية:-

16. Berlo, David., The Process of communication : An Introduction to theory and Practice, Holt, Rinehart and Winston, New York, 1980.
17. John Dewey, Democracy and Education. Introduction to The Philosophy of education. The Macmillan, Company, New York. 1959.
18. Jams W.Brown & J.W. Thornton, The new media in Higher education Arational in New Media in Higher Education, Washington D.C 1963.