

الاستهلاك الشكلي في المنتج الصناعي المعاصر

د. هدى محمود عمر

أياس صلاح الدين حامد

جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة

الملخص :

أهتم البحث الموسوم بـ(الاستهلاك الشكلي في المنتج الصناعي المعاصر) بدراسة ظاهرة الاستهلاك الشكلي وأسباب ظهوره و العوامل المؤثرة عليه و كيفية تفادي الرتابة الشكلية للخروج بأشكال جديدة بعيدة عن المألوف، فتضمن الفصل الأول للبحث مشكلة البحث متمثلة بالسؤال التالي: ما هو دور الاستهلاك الشكلي في المنتج الصناعي المعاصر؟

كما ويعد البحث كخطوة متقدمة لدراسة و تحديد مفهوم الاستهلاك الشكلي و تطبيقاتها في التصميم الصناعي . أما منهجية البحث فقد تمخضت عن اختيار عينة البحث التي احتوت على ثلاثة نماذج من مجتمع البحث البالغ ثلاثة و عشرون نموذج و قد اختيرت وفقاً لقرئها من أهداف الدراسة، وفق منهج تحليل المحتوى، أما الفصل الرابع فقد احتوى على وصف للنماذج وتحليلها. فيما كان الفصل الخامس محتويًا على النتائج والاستنتاجات التي توصل إليها الباحث وأهمها : إن استهلاك الشكل في المنتجات الصناعية يرتبط وبصورة مباشرة بالتقنية المتوفرة من جهة والوظيفة من جهة أخرى، كأسس يعتمد عليها في تصاميم المنتجات. أن استخدام أشكال مكررة في المنتجات الصناعية وضعت المنتج في قالب الاستهلاك الشكلي مما أسفر عن إنتاج أشكال جديدة .

الفصل الأول

1-1 مشكلة البحث

مما لا شك فيه ان المنتجات الصناعية تحمل جانبيين شكلي و وظيفي ، ولغرض تقصي المعرفة في الشكل و ارتباطه بالاستهلاك، فأن البحث سيقوم بدراسة الاستهلاك الشكلي من خلال مفهومه ومعناه وأسباب حدوثه ، وكذلك ارتباطه بالمنتجات الصناعية وعلاقته المتبادلة بما يرمز له من مفهوم ، كما وإن الشكل هو الصفة التي تحمل هوية المنتج . لذلك يمكن تحديد مشكلة البحث بالتساؤل التالي:

ما هو دور الاستهلاك الشكلي في المنتجات الصناعية المعاصرة؟

1-2 أهمية البحث

تتجلى أهمية البحث، بتقديم صورة واضحة، عن مفهوم الاستهلاك الشكلي. ويكونه يمثل احد الصفات الجديدة التي تمتلكها المنتجات بسبب التسارع الذي يشهده العالم ، من خلال كونه يمثل خطوة متقدمة لدراسته وتحديد مفهوم الاستهلاك الشكلي وتطبيقاتها العملية في التصميم الصناعي . كما و يوجه مستخدمي المنتجات والمصممين الراغبين في تطبيق ما يستجد من أشكال تصميمية معاصرة في تصميم منتجاتهم بعيدا عن التكرارية واستهلاك الشكل ، وفتح آفاقا واسعة لدراسة الاستهلاك الشكلي لتعميق المعرفة في تكوين الشكل الخارجي للمنتج الصناعي.

1-3 هدف البحث

يهدف البحث إلى : تحديد دور الاستهلاك الشكلي في المنتج الصناعي المعاصر.

1-4 حدود البحث

تم تحديد البحث بدراسة الاستهلاك الشكلي لمنتجات شركة دايسون (Dyson) للأجهزة الكهربائية ، والمتوفرة في شبكة الاتصال الدولية (الانترنت) على موقع شركة دايسون للعام 2013م.

1-5 تحديد المصطلحات

1-5-1 الاستهلاك:

لغة: الاستهلاك مصدرها هلك / تهليكاً : جعله يهلك وهلاكاً أي يهوي أو يسقط (1) . هلك الشيء، ذهب و زال ،استهلاك بمعنى أنفقه و أستنفذه و أفرغه(2) .
اصطلاحاً: يشير المفهوم الى نقصان القيمة المادية للموجودات بمرور الزمن من جراء الاستخدام والاستعمال أو الهجر اي الفناء في المرحلة الأخيرة(3) ، أستهلك استهلاكاً بالمعنى المتداول تشيران الى فكرة الاستعمال والاهتلاك من جراء الاستخدام الطبيعي(4) .
إجرائياً: الاستهلاك هو هلاك الحاجة بسبب كثرة استعمالها وبعد انتهاء مدة استخدامها أي أنها تكون مطلوبة عند الاستخدام فقط ويتم إهمالها بعد اكتفاء الحاجة منها.

التعريف الإجرائي للاستهلاك الشكلي:

- 1 - جبران مسعود .معجم الرائد. دار العلم للملايين . ط7. بيروت. 1992. ص842
- 2 - أحمد مختار عمر .معجم اللغة العربية المعاصر. عالم الكتب . م.1. ط1. القاهرة . 2008. ص2358
- 3 - محمد فوزي . مبادئ الاقتصاد الهندسي. مطبوعات جامعة الرياض. الرياض. 1978. ص128
- 4 - لالاند ، أندريه . موسوعة لالاند الفلسفية . ت . خليل أحمد خليل . ط1 . ج1 . منشورات عويدات . بيروت . 1996 . ص215-216 .

ويقصد به انتهاء المدة الزمنية و نقصان القيمة الشكلية للشكل والهيئة الخارجية و الصورية للمنتج و استنفاذ معناها بمرور الزمن.

الفصل الثاني

1-2 مفهوم الشكل في المنتج الصناعي

يعد مفهوم الشكل من المفاهيم الأساسية في تصعيد وتعزيز القيم الفكرية والفلسفية والجمالية في المدركات البصرية وفي التصميم على وجه التحديد لدوره الفاعل في العملية التصميمية ، فهو النتيجة البصرية في تلك العملية من خلال جماليته و ملاءمته للغاية الوظيفية التي تم على أساسها بناء الشكل في المنتج⁽¹⁾. ولو تم تتبع تطور بناء الشكل من خلال تطور الفنون عبر العصور المختلفة وصولاً إلى الوقت الحاضر سيلاحظ إن الشكل هو " القضية الأساسية في بناء أي منتج ، فالفن هنا ليس له أي تعبير أو ترميز أو أي مضمون آخر إلا عن طريق الشكل ، وعليه فأن الشكل هو وسيلة وغاية في آن واحد "⁽²⁾. ويُنظر إلى الشكل على أنه منظومة لها جانبين :-

- 1- الجانب الظاهري ويشمل كل ما يتعلق بالوجود الفيزيائي (المادي) للشكل أي التأكيد على ماهيته والتعامل معه كظاهرة فيزيائية .
- 2- الجانب الفكري ويشمل كل ما يتعلق بالوجود الفكري (غير المادي) للشكل وما يحمله من القيم والأفكار والدلالات و المعاني⁽³⁾ .

و من هذا الجانب فأن شكل أي منتج يتم عبر وصف يمكن قراءته على درجتين أولها قراءة ظاهرها - وهو الشكل - ، وهذه القراءة الأولية تسمح لنا بالانطلاق نحو القراءة المعمقة لتحليل المعاني وقراءة ما خلف الألوان والخطوط والأشكال.....⁽⁴⁾. والشكل هو مجموعة من الخواص التي تجعل الشيء على ما هو عليه ، فإذا كان الشيء مركب من أجزاء عدة فالشكل هو الاسم الذي يُطلق على مجموعة الأجزاء متضمناً العلاقات التي تربطها والفضاءات التي تتخللها أو التي تحيطها والتي تحدد جميعاً طابعاً للشيء⁽⁵⁾. فالإحساس

1 - الأعمش ، باسم عبد الأمير . مفهوم الشكل في الخطاب المسرحي . المجلة القطرية للفنون . العدد (1) . بغداد . 2001 . ص 34 - 35 .

2- نجم عبد حيدر . التحليل والتركيب في العمل الفني التشكيلي المعاصر . أطروحة دكتوراه . جامعة بغداد . كلية الفنون الجميلة . بغداد . 1996 . ص 169 .

3- كمال ريسان أحمد . الطراز العالمي وأثره على العمارة الحديثة في العراق . رسالة ماجستير . جامعة بغداد . كلية الهندسة . القسم المعماري . 1996 . ص 37 .

4- عز الدين شموط . لغة الفن التشكيلي . ط 1 . 1993 . دولة . ص 37-38 .

5- كمال ريسان أحمد . المصدر السابق . ص 37 .

بالشكل هو أول ما يستدل به، كون عملية الرؤية هي الحاسة المسؤولة عن أدراك الأشكال، والتي تعد من أسرع الحواس في التلقي، و مما لا شك فيه ان الشكل هو المظهر الخارجي للمادة و الذي يميز حقيقة المادة التي تكون غير ظاهرة اذ يستدل عليها من خلال شكلها .

2-2 الشكل والوظيفة في المنتج الصناعي

كل شيء في الوجود لا بد ان يكون له شكل مدرك ولا بد ان تكون له وظيفة لغرض سد حاجات إنسانية أو جمالية تعبيرية أو كلاهما معا ، وكما هو معلوم أن الشكل والوظيفة متلازمان وهما من الركائز الأساسية في عملية التصميم ، لذلك فإن عملية إدراك الشكل تنبثق من خلال ترابط هاتين الركيزتين الأساسيتين وتحقيق العلاقة الصحيحة بينهما ، لأن وظيفة المنتج هي عمل يحقق حاجة إنسانية نفعية ، كما ومن غير الصحيح حين الشروع في تصميم أي منتج صناعي عدم المعرفة بالأداء الوظيفي المطلوب تحقيقه ، اذ يؤثر الأداء الوظيفي في الشكل بصورة مباشرة⁽¹⁾، إذ انه عادة ما نستخدم منتجاً يؤدي غرضاً ما ، فلوظيفة دور محوري في تحديد شكل الشيء الذي يصممه فيرتبط بصورة مباشرة بالعلاقة الجدلية ما بين الناتج الشكلي والوظيفي، اذ يلاحظ التطور الحاصل في أداء الوظيفة ينعكس بصورة واضحة في شكل المنتج فينتج شكل مختلف عن الشكل القديم ولو بشكل بسيط فيترتب عليه استهلاك للقديم⁽²⁾. كما و إن الشكل والهيئة العامة مرتبطان مباشرة بالوظيفة. وان الوظيفة بحد ذاتها محدد أساسي للهيئة ، وهي تحكم الخطوط الأساسية في تصميم المنتج بصورة لا مفر منها تقنيا، فيمكن إيجاد ذلك واضح في البراغي وما شابهها من الأدوات وصولا الى الحلي و الإكسسوارات و التي تعد ذات وظيفة جمالية بالدرجة الأولى ، إلا أن ذلك لا يمنع المصمم من الإبداع في النظام الشكلي مثلما يبدع في تطوير أداء وفعاليات الوظيفة للوصول لشكل جديد حالها حال الأداء المطور للوظيفة من خلال الاهتمام بالنواحي الجمالية أو من خلال طرح أفكار جديدة للشكل أو الاتجاه نحو الغرابة في حالات معينة⁽³⁾. وباختلاف الوظيفة تختلف الخامة و الألوان و الملمس و اتجاه الخطوط.... الخ ، ويختلف الشكل بناءا عليها . ولذلك فان الفنان المصمم عليه أن يدرس متطلبات وظيفة الشيء المطلوب ليضمن التصميم الناجح ويختار مثلا الخامات و الألوان

1- عادل مصطفى. دلالة الشكل. دار النهضة العربية. بيروت. 2001، ص60 .

3- Le, Corbusier. Towards anew Architecture. Academy. Edition. 6th. London . 1991. p140

3- علاء إسماعيل كمر. معايير تصميمية لحافظات الأقراص الليزرية ومكتباتها الالكترونية. رسالة ماجستير . جامعة بغداد

كلية الفنون الجميلة. 2012. ص37

المناسبة ويشكلها بوعي بحيث تفي الهدف منها⁽¹⁾. فالوظيفة وتطورها هي إحدى العوامل المباشرة و التي لها علاقة بالمظهر الخارجي و تطوره أيضا لأشكال المنتجات كما وان يمكن ان يتطور الشكل ولا تتطور الوظيفة أو العكس.

2-3 مصادر توليد الشكل :

إن عملية إنتاج الشكل العام للتصميم أي تحويل الفكرة المقترحة إلى واقع ملموس تخضع لمؤثرات ومثيرات متعددة ، إذ لا يستطيع المصمم إنتاج الشكل وتكوينه في مخيلته من دون إثارتها من خلال البيئة المحيطة به ، إذ يُنتج الشكل نتيجة تفاعل عوامل عدة منها (عوامل مادية وظيفية وعوامل نفسية سيكولوجية إنسانية وعوامل بيئية وغيرها) ، وهذه العوامل تعمل بدرجات متفاوتة ومتبادلة التأثير فيما بينها وتختلف عبر التاريخ ، كما وإن الشكل هو حصيلة التفاعل لهذه العوامل المختلفة من خلال صياغتها داخل رؤية المصمم والتي تعطيها طابعاً مميزاً⁽²⁾. وعليه فإن إنتاج الشكل التصميمي هو وليد لواقع المصمم ومتأثراً به من خلال صياغته داخل رؤية المصمم التي تعطيها طابعاً مميزاً له ، فهذه الطرق تحدد الإطار الذي يتكون منه شكل المنتج و التي تعد اللبنة الأساسية في توليد أشكال المنتجات وتطورها.

2-4 الاستهلاك الشكلي في المنتج الصناعي

ان المظهر* يتضح من خلال الملامح الخارجية فيجب ان تكون مقبولة الى حد أدنى، ان لم تكن ذات مظهر جذاب، ذلك ان المظهر يتعامل مباشرة مع الحواس، بل ويشكل غطاء لكل العيوب الإنتاجية وحتى الوظيفية التي قد تقلل من قيمة المنتج وفاعليته، ولكن لا يمكن الوصول بالمظهر الى مستوى الحدود التي تقلل من قيمة التصميم، فقد ازدادت قيمة المظهر وأهميته مع ازدياد التصاميم وأساليبها ومداركها، بل وأصبحت تشكل الواجهة الأولى التي تدعو المستهلك وتجذبه⁽³⁾، وهي من أولى العوامل التي تؤثر في المستهلك ويحدد من خلالها مميزات المنتج ، وأحيانا حتى عمليات الإنهاء السطحي من

¹- إسماعيل شوقي إسماعيل . الفن والتصميم . كلية التربية الفنية . جامعة حلوان . القاهرة، 1999، ص48 .

²- البلداوي ، محمد ثابت . التحولات الشكلية في تصميم الفضاءات الداخلية الإسلامية . دراسة تحليلية للفضاء الداخلي للمسجد . أطروحة دكتوراه . جامعة بغداد . كلية الفنون الجميلة . قسم التصميم . بغداد . 2001 . ص8

*مظهر في معجم اللغة العربية المعاصرة هي الشكل الخارجي و الصورة التي يبدو عليها الشيء وتعني في مجال البحث(الهيئة و الإخراج السطحي ككل).

¹- الحسيني،أياد حسين عبد الله. فن التصميم. (الفلسفة. النظرية. التطبيق). ج.2.دائرة الثقافة والإعلام. الشارقة. الإمارات العربية المتحدة. 2008.ص16

الطلاءات والصلق لسطوح الهيئة تدلنا على مدى جودة المنتج وأصالته⁽¹⁾. كما و إن البعد المظهري للمنتج الصناعي هو احد عوامل تقبل المستهلك للمنتج، وتؤثر المظهرية في المتلقي من النواحي الجمالية، والوظيفية والتفاعلية، كما ان للقيم الجمالية والمظهرية دوراً متميزاً في تصميم المنتجات الصناعية، ولا يقتصر على ما يحتويه المنتج من قيم جمالية شكلية بل يضاف إلى ذلك البعد الوظيفي والاستخدامي له. ويعد تصميم المنتج الصناعي فرصة متنوعة الجوانب في التسويق⁽²⁾، فالكثير من شركات الإنتاج الصناعي ركزت وبنجاح على تصميم المنتجات كأداة للتنافس⁽³⁾، فضلاً عن ان مظهرية المنتجات الصناعية لها تأثير كبير في عمليات التفضيل للمستهلك⁽⁴⁾. وان تصميم المنتج يحدد الانطباع الأول للمستهلك عن المنتج، وبشكل سريع يتكون نوع من الاتصال والتواصل، ويحدد المستهلك ميزة، أو ميزات المنتج الجمالية أو الوظيفية على مستوى الهيئة وإشكالها، فضلاً عن ذلك فان تصميم المنتج سيولد عدة استنتاجات لدى المستهلك تبعاً لخصائصه. ان عملية تفاعل المستخدم مع المنتجات، عادة ما تكون من خلال الهيئة وسطوحها، وتتمثل المظهرية هنا بكونها نقاط الاتصال والتواصل بين المنتج والمستخدم، ولذلك تلعب المظهرية دوراً مهماً في هذا السياق لكونها العامل الأول والأخير في استخدام المنتجات من قبل المستخدم، اذ ان مظهرية المنتج قد تستخدم كتلميح للدلالة على الأهمية⁽⁵⁾. و عليه فأن شعور المستهلك بجودة المنتج يرتبط في أحيان كثيرة بالنتائج الشكلية، لما لها من دور مباشر في قرار المستهلك في الاقتناء لكونها أولى العوامل التي تؤثر في المتلقي، كما ان مظهرية المنتج قد تكون سبباً في إقناع المستخدم بجودتها⁽⁶⁾. فقد أدرك المصممون أن المستهلك لم يعد مستقلاً بل هو تابع متغير وأنه يتحرك في المجال الذي تتغير فيه أشكال المنتجات وأنماط الحاجات التي يرغب

¹-Dawar ,Niraj& Parker, Philip . **Marketing Universals Consumers**. Use of Brand Name. price . Physical Appearance And Retailer Reputation As Signals of Product Quality. Journal of Marketing 58(2). 1994.p93

⁴ - Hammer , Norbert, **Testing Design Via Eye-Movement Analysis Prespective and Problems in Successful Product Engineering**: Testing for Optimal Design and Function. Berlin. ESOMAR. 1995.p172

³- Smith , Eric. **Good Design is Indeed Good Business**. Design Management Journal5(2). 1994.p20

⁶ - Yamamoto, Mel & Lambert, David R. **The Impact of Product Aesthetics on the Evaluation of Industrial Product**. Journal of Product Innovation management11(4). 1994.p324

¹ -Berkowits, Marvin. **Product Shape as a Design Innovation Strategy**. Journal of Product Innovation Management (4). 1987.p283

⁶ - عبد الخالق سمين فتاح . استحداث معالجات ربط جديدة لتصميم وحدات الأثاث المكتبي الجاهز . جامعة بغداد . كلية الفنون الجميلة . رسالة ماجستير . 2010 . ص 124

الحصول عليها . وأنه غير منفصل عن المجتمع بل يظل متعلقاً به ومتأثراً بتصرفاته أولاً وبالإنتاج كماً ونوعاً ثانياً⁽¹⁾. و لقد ولدت حقبة الستينات مستجدات غيرت معالم الحياة حيث ظهر ما يسمى مجتمع ما بعد الصناعة ومجتمعات الكومبيوتر أو مجتمعات الاستهلاك كل هذه المسميات تنطوي تحت ما يعرف بمجتمعات ما بعد الحداثة، وقد أثرت حركات ما بعد الحداثة في النقد الأدبي والفنون، خاصة العمارة والفنون البصرية، و المنتجات الصناعية⁽²⁾. أن ظهور أنماط جديدة من الاستهلاك والتقدم الخاضع للتخطيط وتسارع أشكال الموضة وتغيير الطرز وسيطرة الإعلانات والتلفزيون ووسائل الإعلام بصورة عامة واختراقها للمجتمع بصورة غير مسبوقه وزوال التوتر القديم بين القرية والمدينة والمركز والإقليم، ليحل محله توتر المعيارية العالمية، ونمو شبكات الطرق الضخمة وحلول ثقافة السيارات⁽³⁾. حيث أصبح الهدف النهائي من الوجود هو الاستهلاك وما يحرك المستهلك هو اللذة. فتلك اللذة نابعة من تجربة الجديد وحب امتلاكه، وبعد تحكم الرأسمالية في العملية الإنتاجية أنتقل النظام من المنفعة إلى اللذة، وأصبح الاستهلاك لا الإنتاج هو هدف المجتمع، حيث تتحدد وتنتج احتياجات الناس وتوجه الرغبات نحو ما تم تحديده وإنتاجه من قبل الاحتكارات الرأسمالية⁽⁴⁾. لذلك نرى إن الإنسان يتجه إلى تقليد التكنولوجيا الغربية من اجل إنتاج منتجات منافسة ومشابهة لمنتجاتهم من اجل إشباع الحاجة الداخلية، وما نراه من منتجات ذات أشكال مختلفة هي التي توفر أفضلية في الحاجات و تلبية حاجات الإنسان وهذا ما يدفعه لامتلاكها بأي وسيلة ممكنة. كما وأن استخدام مواد حديثة وأخر تطورات التكنولوجيا لتطويع المواد لإنتاج أشكال منافسة لما موجود في العالم وبهذا أصبح ما نراه من منتجات في الغرب ممكن رؤيتها في الشرق مع اختلاف المستخدم والمجتمع، وهذا سوف يؤدي إلى استهلاك في معنى المنتج نتيجة استهلاك للشكل الخارجي واختزال لمفردات هويته. كما و قدمت حركة ما بعد الحداثة أشكالاً للمجتمع الاستهلاكي المعاصر كما تم تحديده من خلال اختزال وتحويل المعنى والعلاقات الرمزية إلى عناصر قائمة على علم الإشارات واندمجت الأخيرة لإنتاج أشياء أشارية، ساهمت في بقاء المتلقي على أهبة

³ الجوهري، محمد وآخرون. علم الاجتماع الاقتصادي. ط1. دار المسيرة للنشر والتوزيع. عمان. 2009. ص362
⁴ أميرة حلمي مطر. مقدمة في علم الجمال وفلسفة الفن. ط3. دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع. القاهرة. 1962. ص144.

⁵ بروكر، بيتر. الحداثة وما بعد الحداثة. ت: عبد الوهاب علوب. ط1. منشورات المجمع الثقافي. أبو ظبي. 1995. ص279.

⁶ التركي، فتي وآخرون. الحداثة وما بعد الحداثة. ط1. دار الفكر. دمشق. 2003. ص48.

الاستعداد لاستهلاك المنتجات استعمالاً و شكلاً⁽¹⁾. إذ أصبحت سمة استخدام المنتجات لمدة واحدة و تهمل الحاجة منها ، كان ذلك على صعيد المنتج ، ولم يختلف عن ما طرأ للشكل من استهلاك⁽²⁾ . فلقد أصبحت الأشكال الاستهلاكية أيضاً تنتج بشكل متسارع بما يتفق والطرز الموجودة حديثاً ، وقد أصبحت تتطور لتجنب المتلقي الملل والرتابة الشكلية ، شأنها شأن المنتج . والسعي المحتوم بإنتاج موجات طازجة من منتجات تبدو دائماً جديدة لتجبر المتلقي على السعي وراء الشكل الجديد و استهلاك الشكل القديم بأذواق تبدو دائماً عصرية . ان عصر الصورة مرتبط بثقافة الاستهلاك أيضاً و التي هي ثقافة المظهر والسطح والإبهار ،. وإذا كان الجمال هو المظهر الحسي للفكرة ، فالتصميم وحده هو الذي يستطيع ان يحقق الفكرة عن طريق الشكل⁽³⁾ . وهكذا يصبح الاستهلاك الشكلي ليس أمراً متعلقاً بإشباع الحاجات الطبيعية في المقام الأول بل أصبح أمراً يتعلق بإشباع الحاجات الثقافية والرغبات الخاصة في التمايز والاختلاف والامتلاك والتباهي والشعور بحسن الحال⁽⁴⁾.

ان مجتمع ما بعد الصناعة الذي يمتاز بحيويته و حركته وسرعة متغيراته ، بل سرعة تمثلها وزوالها وسرعة استحداث بدائل جديدة في مجتمع يملك مسوغات ذائقة تشتغل مع هذه التحولات ذات طابع الاستهلاك الشكلي . فلم تعد هذه الأشكال تحمل أي قدسية بقدر المتعة ذات المنحى التأملي السريع في عالم متسارع في ثقافته وتقنياته ووسائل اتصاله الالكترونية ، و التي تدور على شكل دوامة يدور معها المتلقي⁽⁵⁾ . فلقد أمسى الشكل استهلاكياً لا يحمل معنى ثابتاً إضافة إلى زوال قدسيته فهو يمثل اللحظة العابرة وبمجرد الاستمتاع به يزول ، بمعنى إنه يتسارع مع تسارع التطورات التكنولوجية والتقنية و هذه جعلت المصممين يخوضون تجارب جديدة وحديثة غير التي كانت معهودة سابقاً ، فهي تجارب جاءت متماشية مع ما يولد حديثاً من تطورات تحمل في طياتها رموز وقيمة . فلقد تحول كل شيء إلى سلعة ، و حطمت كل علاقة مباشرة بين المنتج والمتلقي ، وأصبح المنتج ينتج من أجل متلقي مجهول على عكس الماضي فقد كان صاحب الحرفة يعمل حسب طلب مستهلك محدد

¹ سكوت ، جون . خمسون عاماً اجتماعياً أساسياً المنظرون والمعاصرون . ت : محمود محمد حلمي . ط 1 . الشبكة العربية للأبحاث والنشر . بيروت . 2009 . ص 104 .

² برادبري ، مالكولم و آخرون . الحداثة . تر: مؤيد حسن فوزي . ج 1 . دار المأمون . بغداد . 1990 . ص 31 .

³ الديدوي ، عبد الفتاح . فلسفة الجمال . الهيئة المصرية العامة للكتاب . ب.ت . ص 94 .

⁴ شاكر عبد الحميد . عصر الصورة السلبية والإيجابية . المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب . الكويت . 2005 . ص 126-127 .

⁵ علي شناوه وادي . السطح التصويري بين المتخيل والمنطق والتأويل . مطبعة الصادق . بابل . 2007 . ص 57-58 .

، فيبدع في الهيئة الشكلية و يكون له جانب ديمومي عكس ما يحصل الآن من استهلاك للشكل و المنتج و بكل ما يحويه، كما و ان التصميم أيضا أصبح سلعة وأصبح المصمم منتجاً للسلع وحل السوق الذي يتألف من مجموعة هائلة من الزبائن، وخضع الإنتاج التصميمي بصورة متزايدة لقوانين المنافسة⁽¹⁾ . فالخروج بشكل خارج عن المؤلف يزيح الملل و الرتابة الشكلية للمنتج عند المتلقي. ولأن المتغيرات القوية ادعى للتذكير دائما لذا فان الإنسان يتذكر ولا ينسى الأشكال الخارجة عن المؤلف، وكذلك يستخدم المصمم العديد من الظواهر والرموز لأجل إحداث ذلك الانتباه في تصميم منتجاته .

2-5 الاستهلاك الشكلي و التكنولوجيا

ان العلاقة بين الشكل والوظيفة هي علاقة تبادلية ولكن على الرغم من هذا الارتباط، فإننا نلاحظ في بعض المنتجات طغي جانب على آخر، بسبب اشتراط تقني او غيره من الاشتراطات، فيبقى دور المصمم فيه هو الحكم في عدم إهمال جانب منهما للوصول لأرقى حالات المنتج⁽²⁾ . فالوظيفة تأثرت بالتكنولوجيا و الشكل تأثر بالتكنولوجيا و الفلسفات، وإن العولمة ومالها من مغريات تكنولوجية تجعل من عملية تركيب عناصر الشكل تعتمد على آليات التكنولوجية فقط دون الاعتماد على الفكرة المعنوية للشكل، وبهذا تصبح الأشكال تعبر عن مدى الحاجات المراد إشباعها، والتكنولوجيا هي الوسيلة الايجابية المرتبطة بقدرة المصمم المتميز لإشباع الحاجات وليس مجرد تقنية تساعد على تكوين معنى الشكل ، كما ان التكنولوجيا الحديثة أعطت إمكانيات لإنتاج عالي من الهيئات الشكلية للمنتجات المصنوعة من البلاستيك أو المعدن او غيرها، فجعل المنتج اقل وزنا بخامة جديدة على سبيل المثال او أقوى، كما نراه واضحا في التغير العالي لشكل التلفاز الحديث ، بسبب ما وفرته التقنية من تقليص في عمق الجهاز⁽³⁾ . و بشكل آخر نتج عنه ضمور للشكل الأولي محاولتا منه للتكيف مع التكنولوجيات المستجدة، مما كون أشكال ولدتها التكنولوجيا بشكل متسارع ، فنتج عنه استهلاكاً شكلياً مما دفع المصمم لاستخدام أشكال جديدة وحديثة وتحرير الإبداع لديه.

2-6 الاستهلاك الشكلي و التنوع الشكلي

¹ فيشر ، أرنتست ضرورة الفن . ت : أسعد حليم . ط1 . هلا للنشر والتوزيع . الجيزة . 2002 . ص71- 74 .
1-Frank chimero. The shape of design .shapco printing. Minnesota . 2012.p18
³ - الشابندر، منورة صباح حسن. اثر التكنولوجيا على العمارة العراقية المعاصرة. رسالة ماجستير . الجامعة التكنولوجية. قسم الهندسة المعمارية. 2004.

لقد طرأت كثير من المتغيرات على جزء أو مجمل العمليات التصميمية بشكل تدريجي أو بتغير جذري شامل للهيئة اذا كان هناك ابتكار علمي جديد يعتمد على أدائية وظيفية جديدة، أو ابتكار خامة جديدة تتطلب هيئة جديدة بسبب مواصفاتها، وكذلك تلعب القدرة الإبداعية للمصمم وخصوصيته أو لحركة تصميمية تخضع لفترة زمنية قصيرة ثم تزول (الموضوعة) دور في التنوع الشكلي، وتتغير تصاميم المنتجات بتغير الظروف البيئية كالفيزيائية والاجتماعية وسلوك وعادات المستخدم والعادات الخاصة لكل مجتمع والطابع الديني والثقافي والعادات والتقاليد للمجتمع والمجتمعات الأخرى⁽¹⁾. لهذا فالنمط الشكلي يحتاج الى من يليه وهكذا أصبحنا أمام تعددية في الناتج الشكلي ولو لخدمة واحدة، إذن ارتكز التطور أساسا على حقيقة وجود قدرات تصميمية تحقق المتغيرات وتوجهها ويتطلب هذا تحقيق منجز تصميمي يلبي متطلبات الوظيفة والذائقة الإنسانية⁽²⁾. ان الناتج التصميمي على اختلافه والذي شهد ويشهد الكثير من التغيرات المظهرية منقاد وفق أساليب التطور التقني وفاعلية التصاميم التقنية التي ظهرت من خلال التنوع الذي يلجا إليه المصمم وأساسه الغنى في الاحتواء والتوليف للعناصر والاختلاف في صفاتها ضمن العمل التصميمي مما يساهم وبشكل كبير في تأسيس معالجات شكلية أو حركية ناتجة هدفها شد الانتباه دون ان يؤثر في وحدة الشكل ، فلكل عنصر قابلية على استحداث المتغيرات من خلال التنوع في مظهريتها معتمدا بذلك على كيفية التحكم بالعناصر وصفاتها، ويتعامل معها المصمم بمرونة لتحقيق تنوع شكلي يختلف عن غيره وله أثره في تصاميم المنتجات الصناعية⁽³⁾. فالتنافس التسويقي بين الشركات معتمدا بنسب عالية على مظهرية المنتج ،كونه المؤثر الأول بالمتلقي من ناحية الجانب الجمالي أو الوظيفي، و هذا التنافس ولد استهلاك شكلي متسارع بسبب التنافس بين الشركات المنتجة.

الفصل الثالث

1-3-1-1 الأنموذج (1)

النوع :مكنسة كهربائية

موديل: DC59 Animal

1-1-3 الوصف العام



¹- شيماء عبد الجبار . البيئة والتصميم الصناعي. المؤسسة العربية للدراس

²- نصيف جاسم محمد. ما بين التصميم والسياسة. وزارة الثقافة

2005.ص27

3 -scott, Robert gillaim, design fundamentals, MC.Grew Hill Book Company, 1980.p154

الأبعاد: الطول: 127 cm

العرض: 15 cm

الارتفاع: 20 cm

اللون: رمادي + أزرق

الخامة: لدائن + معدن

الوزن: 1.62 كغم

الطاقة المشغلة: 6V

سرعة المحرك: 11000 دورة في الدقيقة

3-1-2 التحليل

1- تولد استهلاك الشكل بالنسبة للمتلقى من خلال العناصر والأسس.

لقد أعطت المكنسة شعورا بالاتزان من خلال الشكل المكون من كتلتين يربط بينهما أنبوب وهو على غير ما كان معهودا في أشكال المكناس السابقة نظرا لما ألفه المتلقي في أشكال المكناس الكهربائية بأشكالها المعروفة، فجاء هذا الأنموذج بهيئة مغايرة بنسبة عالية بالنسبة للجزء الذي يحوي المحرك و غرفة تجميع الأتربة، إذ يلاحظ أن الحجم الجديد للمكنسة هو نقلة نوعية في أحجام المكناس، و نظرا لاستهلاك الأحجام السابقة، جاء الحجم الصغير وإمكانية حمله والتنقل معه بسهولة. و بذلك تكون الشكل الجديد تلافيا للتكرارات الشكلية القديمة المستهكة شكليا

2- انعكاس التطور التقني على الاستهلاك الشكلي

ساهمت التقنية الحديثة والمتمثلة في نوع وقوة المحرك في تقليص حجم محرك المكنسة فساهم في إمكانية تغيير شكلها واختزاله من خلال تقليص غرفة المحرك و كيس الأتربة مولدة بذلك شكلا جديدا بسبب التقنية من جهة و كاسرا للرتابة والملل في الأشكال السابقة من جهة أخرى.

3-2 الأنموذج رقم (2)

النوع: مروحة عمودية

AM07 موديل:

3-2-1 الوصف العام

الأبعاد: الطول: 58 cm

العرض: 20 cm



العمق: cm20

اللون: رمادي + فضي

الخامة: لدائن

الوزن: 2.39 كغم

الطاقة المشغلة: w1500

سرعة المحرك: 92000 دورة 1 دقيقة

سرعة الرياح: 420 ميل 1 بالساعة

3-2-2 التحليل

1- تولد استهلاك الشكل بالنسبة للمتلقى من خلال العناصر والأسس

جاء هذا النموذج بهيئة مغايرة تماما من خلال إزالة المروحة والمحرك الظاهر خلف المروحة و اللذان يعدان الجزء الأهم في وظيفة المروحة، فنجد أن المروحة تمتاز بخطوط بسيطة لتتنف لتشكل شكل أسطواني يحمل أطارا رشيقا بشكل بيضوي و هو مغاير تماما لما ألفه المتلقى من المراوح السابقة ذات الشكل الروتيني ذي الريش لتوليد تيارات الهواء، وبالرغم من تنوع أشكال المراوح إلا أنها تمتلك نفس الصفات الشكلية ، إلا أن هذه الصفات تم تنفيذها بالشكل الجديد للمروحة والتي لا تحتوي على ريش أصلا

2- انعكاس التطور التقني على الاستهلاك الشكلي

ساهمت التقنية الحديثة والمتمثلة في نوع وقوة وحجم محرك المروحة في إمكانية تغيير شكلها واختزاله من خلال إزالة ريش المراوح و تغيير مكان المحرك ، مولدة بذلك شكلا جديدا بعد أن أستهلك الشكل القديم ، مزيحا التكرارات في الأشكال السابقة للمراوح ذات الشكل التقليدي

3-3 الأنموذج رقم (3)

النوع: حنفية + مجفف يد

AB10 موديل:

1-3-3 الوصف العام

الأبعاد: الطول: 16.5cm

العرض: 29.5cm العمق: 2.28cm

اللون: فضي

الخامة: فولاذ مقاوم للصدأ

الطاقة المشغلة: 1400w

سرعة المحرك: 92000 دورة ا دقيقة

سرعة الرياح: 420 ميل ا بالساعة

3-3-2 التحليل

1- تولد استهلاك الشكل بالنسبة للمتلقى من خلال العناصر والأسس

رغم تنوع مجففات اليد إلا أنها كانت تحمل نفس الأشكال تقريبا من خلال كونها صندوق متوازي الأسطح وقد يحتوي منحنيات في بعض أنواعه ، اذ تجاوز الشكل القديم والمستهلكة ، بإننتاج مجفف يد يمتاز بصغر حجمه وبشكل أسطواني رفيع متعامد على حنفية الماء مع ميل بسيط نحو الخلف ، وهذا الشكل الجديد والذي يعد هيئة مختلفة تماما عن المتعارف عليه و الذي يعد نقلة نوعية من خلال استبدال الكتلة المتوازية الأضلاع بأسطوانات رفيعة على جانبي الحنفية، ولد شكلا جديدا بعيدا عن الأشكال التي استهلكت في مجففات اليد القديمة .

2- انعكاس التطور التقني على الاستهلاك الشكلي

أن نوع وقوة وحجم المحرك في مجفف اليد ساهم في إمكانية تغير شكل المجفف واختزاله من خلال تقليص حجمه مما أعطى إمكانية دمج مع حنفية المياه ، و هذا عكس ما كان موجود ،عندما كان كجهاز منفصل و ككتلة مربوطة بجدار على جانب حوض المغسلة، فتولد شكلا جديدا وبعيدا عن التكرار ،فتكون استهلاكا للشكل القديم، و بسبب التقنية تكون شكل جديد واضعا الأشكال القديمة في خانة الاستهلاك

الفصل الرابع

4-1 النتائج

1. كانت صفة الخروج عن الشكل المألوف متحققة في جميع النماذج وبنسبة 100% .
2. كانت النماذج واضحة من خلال اعتماد تكوين أشكال جديدة في تكوين الهيئة العامة للتصاميم تجاوزاً منها ألاستهلاك الشكلي في كافة النماذج وبنسبة 100% .
3. كانت التصاميم تميل الى البساطة في الأشكال وفي معظم التصاميم وتم اعتماد مبدأ الأشكال الهندسية وكان ذلك متضاحاً في الأنموذجين (2,3) وبنسبة 66% .
4. تجنبت هيئات النماذج الشكل التقليدي في تصميم جميع النماذج وبنسبة 100% .
5. استخدام الألوان الحيادية بصورة رئيسية مع إضافات بسيطة من الألوان كنوع من إنتاج أشكال جديدة من العلاقات اللونية كما في الأنموذج (1,2) وبنسبة 66% .
6. حققت التقنية المستخدمة في حجم وقوة المحرك في إنتاج أشكال جديدة و مختزلة للمنتجات الصناعية في النماذج (1,3) وبنسبة 66% .
7. حققت الوسائل التكنولوجية الحديثة في إنتاج أشكال جديدة شكلت عامل جذب للمنتجات الصناعية في جميع النماذج وبنسبة 100% .
8. حافظ الأداء الوظيفي للنماذج على كفاءته بسبب التكنولوجيا المستخدمة في كل النماذج وبنسبة 100% .
9. عززت التقنية الجديدة من الأداء الوظيفي بإثرائه بإمكانية تفريغ الأتربة في الانموذج الأول وتوليد هواء ساخن في الانموذج الثاني و وتعدد وظيفي في النموذج الثالث، وبنسبة 100% .
10. تم توظيف الشكل غير المألوف وغير المتداول الذي يمتلك غرابة في الشكل في جميع النماذج وبنسبة 100% .

4-2 الاستنتاجات

1. أن استخدام أشكال مكررة في المنتجات الصناعية وضعت المنتج في قالب ألاستهلاك الشكلي مما أسفر عن إنتاج أشكال جديدة .
2. يسهم توظيف الوسائل التكنولوجية وبشكل كبير في إنتاج هيئات جديدة كلياً أو جزئياً.
3. إن استهلاك الشكل في المنتجات الصناعية أرتبط وبصورة مباشرة بالتقنية المتوافرة من جهة والوظيفة من جهة أخرى، كأسس يعتمد عليها في تصاميم المنتجات.

4. إن استهلاك الأشكال يُعد أحد أهم المرتكزات الأساسية للأفكار الإبداعية والمرتبطة بحركات التقدّم والتغيير الشكلي المتسارع في الوقت الراهن.
5. ليس من الضروري ان يكون التكرار الشكلي تاما متطابقا ،وإلا كان مملا لا قيمة له،فبتغيير جزء حتى و إن كان بسيط ،يساهم بشكل أو بآخر في تلافي التكرارية.

3-4 التوصيات

1. يوصي الباحث الشركات والمصانع المتخصصة بدراسة التكوينات الشكلية لهيئة المنتج الصناعي وارتباطها بالاستهلاك الشكلي.
2. يوصي الباحث المصممين والمختصين بمراقبة التأثيرات المتداخلة للمتغيرات التقنية الجديدة وتأثيرها في المنتج الصناعي شكليا.
3. يوصي الباحث المصممين من ذوي الاختصاص الاهتمام بموضوع الاستهلاك الشكلي للمنتجات الصناعية ومدى إمكانية تلافي التكرارات الشكلية.

4-4 المقترحات

- دراسة التقنيات الجديدة الموظفة في المنتجات الصناعية.
- دراسة مواكبة التطور التقني الهائل الذي يشهده العصر بالأفكار الحديثة العالمية وتأثيرها على الشكل للمنتج الصناعي.

المصادر العربية

1. إسماعيل شوقي إسماعيل . الفن والتصميم . كلية التربية الفنية . جامعة حلوان . القاهرة ، 1999.
2. الأعمس ، باسم عبد الأمير . مفهوم الشكل في الخطاب المسرحي . المجلة القطرية للفنون . العدد (1) . بغداد . 2001 .
3. أميرة حلمي مطر . مقدمة في علم الجمال وفلسفة الفن . ط3 . دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع . القاهرة . 1962.
4. براديري، مالكولم و آخرون . الحداثة . تر: مؤيد حسن فوزي . ج1 . دار المأمون . بغداد . 1990.
5. بروكر، بيتر . الحداثة وما بعد الحداثة . تر: عبد الوهاب علوب . ط1 . منشورات المجمع الثقافي . أبو ظبي . 1995.
6. البلداوي ، محمد ثابت . التحولات الشكلية في تصميم الفضاءات الداخلية الإسلامية . دراسة تحليلية للفضاء الداخلي للمسجد . أطروحة دكتوراه غير منشورة . جامعة بغداد . كلية الفنون الجميلة . قسم التصميم . بغداد . 2001 .
7. التريكي ، فتحي وآخرون . الحداثة وما بعد الحداثة . ط1 . دار الفكر . دمشق . 2003.
8. الجوهري ، محمد وآخرون . علم الاجتماع الاقتصادي . ط1 . دار المسيرة للنشر والتوزيع . عمان . 2009 .

9. الحسيني، أياد حسين عبد الله. فن التصميم. (الفلسفة. النظرية. التطبيق). ج. 2. دائرة الثقافة والإعلام. الشارقة. الإمارات العربية المتحدة. 2008.
10. الديدي ، عبد الفتاح . فلسفة الجمال . الهيئة المصرية العامة للكتاب . ب.ت .
11. سكوت ، جون . خمسون عالماً اجتماعياً أساسياً المنظرون والمعاصرون . تر : محمود محمد حلمي . ط1 . الشبكة العربية للأبحاث والنشر . بيروت . 2009 .
12. شاكر عبد الحميد. عصر الصورة السلبية والايجابيات . المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. الكويت. 2005 .
13. الشايندر، منورة صباح حسن. أثر التكنولوجيا على العمارة العراقية المعاصرة. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة التكنولوجية. قسم الهندسة المعمارية. 2004.
14. شيماء عبد الجبار . البيئة والتصميم الصناعي. المؤسسة العربية للدراسات والنشر. بيروت. 2005.
15. عادل مصطفى. دلالة الشكل. دار النهضة العربية. بيروت. 2001،
16. عبد الخالق سمين فتاح . استحداث معالجات ربط جديدة لتصميم وحدات الأثاث المكتبي الجاهز. جامعة بغداد . رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الفنون الجميلة. 2010.
17. عز الدين شموط. لغة الفن التشكيلي. ط1 . 1993. لبنان .
18. علاء إسماعيل كمر. معايير تصميمية لحافظات الأقراص الليزرية ومكتباتها الإلكترونية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة بغداد . كلية الفنون الجميلة. 2012.
19. علي شناهو وادي . السطح التصويري بين المتخيل والمنطق والتأويل . مطبعة الصادق . بابل . 2007.
20. فيشر ، أرنست . ضرورة الفن . ت : أسعد حليم . ط1 . هلا للنشر والتوزيع . الجيزة . 2002 .
21. كمال ريسان أحمد . الطرز العالمي وأثره على العمارة الحديثة في العراق . رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة بغداد . كلية الهندسة . القسم المعماري . 1996 .
22. نصيف جاسم محمد. ما بين التصميم والسياسة. وزارة الثقافة والإعلام. دار الكتب والوثائق. العراق. بغداد. 2005.
23. نجم عبد حيدر . التحليل والتركيب في العمل الفني التشكيلي المعاصر . أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة بغداد . كلية الفنون الجميلة . بغداد . 1996 .

- المصادر الانكليزية

- 24-Berkowits, Marvin. Product Shape as a Design Innovation Strategy. Journal of Product Innovation Management (4). 1987.
- 25-Dawar ,Niraj& Parker, Philip . Marketing Universals Consumers. Use of Brand Name. price . Physical ApperanceAndRetailar Reputation As Signals of Product Quality. Journal of Marketing 58(2). 1994.
- 26-Frank chimero. The shape of design .shapco printing. Minnesota . 2012.
- 27-Hammer , Norbert, Testing Design Via Eye-Movement Analysis Prespective and Problems in Successful Product Engineering: Testing for Optimal Design and Function. Berlin. ESOMAR. 1995.
- 28- Le,Corbusier. Towards anew Architecture. Academy .Edition. 6th.london .1991.
- 29- Smith , Eric. Good Design is Indeed Good Business. Design Management Journal5(2). 1994.
- 30-Scott, Robert gillaim, design fundamentals, MC.Grew Hill Book Company, 1980.
- 31-Yamamoto, Mel & Lambert, David R. The Impact of Product Aesthetics on the Evaluation of Industrial Product. Journal of Product Innovation management11(4). 1994.