البرجماتية كإستراتيجية جمالية تصميمية

ا.د. خليل إبراهيم حسن

م.د. وسن خليل إبراهيم

جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة

الملخص

الجماليات البرجماتية مقترح يعد شاملا لدراسة الأبعاد الجمالية التي تتأسس على وفقها النتاجات التصميمية, وهو منهج يحدد لنا نظرة شاملة للدور الذي يلعبه النتاج التصميمي في حياتنا اليومية. ومن ثم, فان ما نوقش في هذا البحث كان انطلاقا من وضع الحسبان لكافة الاتجاهات التي يحاكيها النتاج التصميمي في حياة المستهلك. وقد حددت هذه الاتجاهات الجمالية انطلاقا من المرجعيات الفكرية التي تتاسس على وفقها الفلسفة او المنهج البرجماتي, والتي تمثلت بـ (الاستخدام العملي للجمال, والسياق الاجتماعي للجمال, والدور الديناميكي للهيئة, ودور العقل في التجربة الجمالية).

مشكلة البحث

يستمد التصميم بشكل عام, اغلب مرجعياته الفكرية من الفن والفلسفة, ناهيك عن الدور الذي تضطلع به التخصصات أو المجالات الفكرية الأخرى في تحديد وتشكيل البنية المعرفية لفن التصميم, بما في ذلك علم النفس والهندسة بمختلف تخصصاتها, والتسويق والإعلان .. وغيرها من التخصصات الفكرية والعلوم الإنسانية والطبيعية, التي ينهل منها التصميم معارف متباينة في طبيعتها الفلسفية, لتشكل قاعدته المعرفية التي يقوم عليها.

وللجماليات في الدراسات التصميمية دورا كبيرا في تحديد الصفة العامة للتصميم, على وفق منطلقات فلسفية وأخرى نفسية تشكل بنية فكرية متباينة الأثر والتأثير والفهم والتأويل. وذلك التباين في نتائج الدراسات الجمالية كان نابعا من تباين المرجعيات الفكرية (الفلسفية والنفسية), التي تم الاستناد عليها في دراسة جماليات التصميم. وهي في الواقع دراسات لم تقترب بشكل كبير من المفهوم المعقد الذي يقوم عليه التصميم, بمرجعياته

الفكرية المتباينة. ولذلك فان الباحثان عمدا إلى تبني المفاهيم الجوهرية للفلسفة البرجماتية في دراسة جماليات التصميم, وذلك كان للأسباب التالية:

1. إن الفلسفة البرجماتية بنية فكرية ترى الإنسان ككيان تام وتربط فعاليته اليومية بالبنية الفكرية لقاعدتها المعرفية. انطلاقا من عد التجربة الحياتية هي ما يؤسس الخبرة الإنسانية.
2. إن البرجماتية كفلسفة ومنهج للبحث والتفسير والتأويل, تربط ما بين الفلسفة وعلم النفس, انطلاقا من الرؤيا الواقعية للإنسان, كونه كائنا اجتماعيا مفكرا ومعقدا.
3. تعمد الفلسفة البرجماتية إلى دراسة الإنسان من داخل التجربة الحياتية اليومية, وهي بذلك تؤكد على دراسة الأبعاد الاجتماعية للإنسان وتعدها قاعدة أساسية لبنيتها الفكرية.

ومن تلك الأسباب, يرى الباحثان ان الفلسفة او المنهج البرجماتي هو منهج يؤكد على دراسة الانسان ككيان تام وشامل, بكافة توجهاته الفكرية والنفسية والاجتماعية, ومن ثم, فانه (أي البرجماتية) منهج شامل لدراسة جماليات التصميم بشكل يؤكد على ضم كافة أو اغلب الاتجاهات والاعتبارات الفلسفية والنفسية والاجتماعية والخبرة اليومية لمتلقي أو مستهلك النتاج التصميمي. بشكل يتيح لنا تحري كافة هذه الجوانب وتقصي أبعادها الفكرية والفلسفية كمعطى معرفي نستند إليه في بيان الاتجاهات المتباينة التي تتخذها الأبعاد الجمالية في تشكيل المنجز التصميمي أيا كان نوعه.

أهمية البحث

تتحدد أهمية هذا البحث في كونه محاولة لدراسة جماليات التصميم بشكل كلي وشامل انطلاقا من الاتجاهات المتباينة التي تتمثل بشخص مستخدم أو مستهلك النتاج التصميمي. إذ إن المنهج البرجماتي منهج للبحث والتحليل والتفسير والتأويل, ذا معطيات فكرية تقترب من الشمولية في رؤيتها للإنسان, ومن ثم, فان دراسة جماليات التصميم على وفق المنهج البرجماتي سيتيح لنا التعرف على اغلب المنطلقات الجمالية التي تتمثل في بنية التصميم وتجاوز المحددات الفكرية والفلسفية التي قد تفرضها الدراسات الجمالية الأخرى.

هدف البحث

يهدف البحث إلى دراسة جماليات التصميم على وفق المنهج أو الفلسفة البرجماتية بما يتيح لنا ضم كافة الاتجاهات الجمالية التي تتمثل في بنية النتاج التصميمي والتي تحاكي الجوانب الفكرية والنفسية والاجتماعية والرمزية لمستهلك النتاج التصميمي.

تحديد المصطلحات

البرجماتية: pragmatism "اسم مشتق من اللفظ اليوناني براغما (pragma), ومعناه العمل, وهي مذهب فلسفي يقرر إن العقل لا يبلغ غايته إلا إذا قاد صاحبه إلى العمل الناجح, فالفكرة الصحيحة هي الفكرة الناجحة, أي التي تحققها التجربة, فكل ما يتحقق بالفعل هو حق, ولا يقاس صدق القضية الا بنتائجها العملية"[1]. وهو مذهب يرى " أنَّ الحقيقة علاقة ملازمة كليا للاختبار البشري, وان المعرفة اداة في خدمة الفعالية, وان للفكر طابعا غائيا (غرضيا) في الاساس, فحقيقة قضية تكمن اذا في كونها –مفيدة, ناجحة, مرضية"[2].

الإستراتيجية: strategy " الإستراتيجية بالنقل الحرفي للكلمة الانجليزية Strategy، هي خطط أو طرق توضع لتحقيق هدف معين على المدى البعيد اعتماداً على التخطيطات (التكتيك) والإجراءات المتخذة في استخدام المصادر المتوفرة في المدى القصير(التكنيك). و "يعود اصل الكلمة من اليونانيةstratēgos ، التي تعني الآمر العسكري في عهد الديمقراطية الاثينية".[3] إذ إن "جوهر الإستراتيجية يتمثل في اتخاذ إجراءات قيمة وفريدة تكون في خدمة وتطوير فاعلية الأنظمة"[4].

الجمال: الجمال هو" الحُسن وقد جمل الرجل بالضم (جمالاً) فهو جميل والمرأة (جميلة) و (جملاء)"[5]. و "(جَمُلَ)- جمالا، أي حَسُن خَلْقُهُ. وحَسُنَ خُلُقُهُ، فهو جميل"[6]. ويرد تعريف الجمال في قاموس اوكسفورد wordpower بأنه:" ما يتعلق بالإحساس الجمالي"[7]. وفي قاموس المورد يعرف الجمال بأنه: "وصف وتعليل الظواهر الفنية والخبرات الجمالية عن طريق الاستعانة ببعض العلوم مثل علم النفس والفلسفة"[8]. ويعرفه (ستولينتز) بأنه: "ظاهرة ديناميكية دائمة التغير والتطوير، وهي حقيقة موضوعية متناسقة تتوافر في بيئة محيطة، وتدرك في ظروف نفسية خاصة، وتثير شعوراً بالرضا والبهجة"[9]. "كما ينتج عن الإحساس بالتجربة الجمالية توليد تغيرات نفسية وجسدية تتناسب مع ردة الفعل التي يكونها الفرد تجاه الحدث المرئي"[10]. والتجربة الجمالية وفقا لديوي هي:" إحساس مستمر بالانجاز ينبثق من تفاعل الفرد مع بيئته لإرضاء حاجاته"[11].

الإطار النظري

الفلسفة البرجماتية

البرجماتية هي منهج فلسفي بدا مع (جارلز ساندرز بيــرس) Charles Sanders Peirce (1839-1914), وحصلت على شعبيتها من خلال (ويليم جــيمس) William James 1910 (1842-) وارتبط اسمها كذلك باثنين من عمالقتها الآخرين هما (جــون ديوي) John Dewey (1859-1952) و (جورج هربرت ميــد) George Herbert Mead.

تم تعريف البرجماتية في عام 1878 من قبل بيرس بالتالي: "ضع بالحسبان أيا مــن التأثيرات التي يتوقع أن تكون لها اتجاهات عملية, فنحن نتصور الشيء في إدراكنــا أن يمتلك مثل تلك الاتجاهات"[12],[13]. وربطت هذه الفلسفة بين الفكر والعمل, ونادت بالقول أن (قيمة أي فكرة تكمن في فائدتها العملية)[14]. والجديد في هذا المبدأ هو وضع الفائــدة العملية في المقام الأول, تأكيدا على أن النتائج أو الثمار المستحصلة هي التي تحدد قيمــة الفكرة, فهي التي تقطع الشك باليقين كما ترى البراجماتية.

ان الفلسفة البرجماتية يطلق عليها "اسم جديد لطرائق قديمة في التفكير. وهي تســعي للوساطة بين التقاليد الامبيريقية والمثالية لخلطهما في بوتقة واحدة, مختارة ما يميز كــل منهما. ان البراجماتية هي طريقة ومنهج وفلسفة, تعمد الى تبني النتائج العملية للأفكــار والمعتقدات كمقاييس لتحديد قيمها وصدقها"[15]. وقد عرف (وليم جــيمس) البراجماتيــة بقوله: "هي الموقف الذي نتخذه في النظر الــى مــا وراء الاشــياء الاوليــة والمبــادئ والتصنيفات التي يفترض ان تكون من الضروريات, والنظر باتجــاه نهايــات الاشــياء وثمارها ونتائجها وحقائقها"[16].

ان البراجماتية تؤكد بشكل كبير على الطرائق والمنهجيات والمواقف, بدلا من التركيز على العقائد الفلسفية النظامية. فهي منهج تحقيق تجريبي امتد إلى عالم التجربة الإنسانية. فهي تستخدم الطرائق العلمية الحديثة كقاعدة للفلسفة. فهي غالبا ما تميل الى التقارب مــع العلوم, وبالأخص العلوم البيولوجية والاجتماعية, وتهدف الــى الانتفــاع مــن الــروح والمعرفة العلمية للتعامل مع المشاكل الانسانية بما في ذلك الاخلاق والدين[17].

البراجماتية بوصفها مذهبا فلسفيا, وجدت من اجل التوسط بين توجهان متعارضان في القرن التاسع عشر. اذ كان هنالك التيار الامبيريقي العلمي, والذي كان لنظرية التطــور

الداروينية الاثر الكبير فيها في كشفه لأصل الانسان (كما يرون). اذ ان هذه الاعراف او التقاليد المعرفية رات العالم والانسان كأجزاء ميكانيكية لنظام بايولوجي, والذي يكون فيه العقل الجزء المراقب. كما كان هنالك ايضا التيار او الاتجاه العقلاني والذي كان مصدره (ديكارت) والذي استمر لدى (كانت) مشكلا ما يعرف بالمثالية النقدية, والمثالية المطلقة لدى (هيجل). وعلى وفق ما يطرحه هذا الاتجاه الفلسفي, فان العقل يملك قوة هائلة, وهو ما انطلق منه فلاسفة الاتجاه الثاني لتكوين النظريات حول الطبيعة الشاملة للاشياء انتهاء بما يسمى (بالعوالم المغلقة)[18].

اذ كان بين هذين التيارين هوة كبيرة, فالأول يعتمد على الاساليب العلمية الدقيقة ونتائجها المختبرة في التعرف على الحقائق وقبولها, اما التيار الثاني, فكان يعتمد التحقيق الفلسفي والتحليل العقلي القائم على الملاحظة فقط. فمن خلال وجهة النظر العلمية فان الفلسفات العقلانية والمثالية تفتقد الدليل الموضوعي لإسناد ادعاءاتهم. وعلى وفق وجهة النظر الخاصة بالعقلانيين والمثاليين فان الفرضيات والتجارب العلمية كانت تهديدا للجانب الإنساني, وتهديدا للأعراف والتقاليد والدين والأخلاق الإنسانية.

فما قامت به الفلسفة البرجماتية هو التوحيد ما بين هذين التيارين والتأكيد على التجربة العلمية. وعدت التجربة هي أساس المعرفة إن كانت علمية أم روحية. اذ اكد (جون ديوي) على ان " التجربة هي الجزء المركزي في الحياة الإنسانية، فهي النتيجة لتفاعل الانسان مع بيئته"[19]. ولم تكن التجربة في الفلسفة البراجماتية مقتصرة على التجربة الحسية او المعرفة المستحصلة من الحواس, وإنما التجربة بكل اتجاهاتها المادية والروحية والفكرية. وهي بذلك تنظر الى الانسان ككيان شامل ذا ابعاد فكرية ونفسية وروحية واجتماعية واعتبارية.

البرجماتية والجمال

غالبا ما تعرف الجماليات بانها المعاكس للعملي والنفعي, وقد تم توصيفها على وفق المصطلحات (الكانتية) بانها القيمة الخالية من الغرض والنفع. ومنذ ان اشتهرت البرجماتية بتقديرها للعمل والعملي والوظيفي, فقد يبدو للوهلة الأولى انه من الغريب ان تأخذ البرجماتية الجماليات بتلك الجدية, وان يكون لها الكثير من الآراء القيمة تجاه الجمال. على اية حال, فان البرجماتية ترى ان الجماليات ذات دور عظيم للحياة الانسانية وللفلسفة ذاتها. ومثلها مثل الفلسفة البرجماتية ككل, فان الجماليات البرجماتية لا تقدم لنا

نظاما مفردا موحدا نستطيع تحديده والعمل به. ومثل البرجماتية ذاتها فان الجماليات البرجماتية تتعامل مع كافة النواحي والمجالات الخاصة بالحياة الانسانية. فالجزء المركزي في الجماليات البرجماتية هي (التجربة) الجمالية والتي تمتد الى ما وراء الحقل المعرف للفنون الجميلة لتشمل الحياة والحضارة والفعاليات الانسانية اليومية. ويعد كتاب (جون ديوي) (الفن خبرة), المرجع الرئيس للجماليات البرجماتية في طرحه لانواع مختلفة من التجارب الفنية والحياتية والاجتماعية بكونها تملك قيمتها الجمالية النابعة من نوع التجربة او الخبرة التي يختبرها الانسان عند تعرضه للاعمال الفنية والصناعية والتفاعلات اليومية[20].

الإستراتيجية البرجماتية لجماليات التصميم

هنالك الكثير من الجهود التي بذلت في محاولة لتصميم المنجزات التصميمية بشكل يتجاوز الأطر التقليدية للوظيفة والجماليات المظهرية. إذ إن مصطلح الجماليات يستخدم بأشكال يلتبس فيها الفهم أحيانا عندما يتطلب منا الأمر الإجابة عن سؤال: ما هي الأبعاد الجمالية للمنجزات التصميمية؟ وللإجابة عن هذا السؤال اتجهنا إلى الجماليات البرجماتية كأساس نظري لترجمة مفهوم جماليات التصميم. وسنحاول ان نستفيد من ثلاثة عناصر رئيسية تنطلق منها الجماليات البرجماتية, والتي تشترك بشكل مباشر في تحديد مفهوم الجماليات المختبرة. وهي: "الأبعاد الحضارية والاجتماعية للجماليات, دور العقل والجسم, والبعد العملي أو الاداتي للجماليات".

"النمو والتطور في نظر ديوي أعظم الأشياء وأفضلها وأجدرها بالاحترام والتبجيل"[21]. ومن هذا المنطلق فان الفن عند ديوي يتمثل بالناتج الفني القادر على إحداث تغيير في البيئة والحياة الإنسانية. وقد جعل من النمو والتطور مقياسه الأخلاقي. إذ كلما كان النتاج الفني قادر على تغيير وتطور المجتمع, كلما كان معبرا عن أخلاق وروح المجتمع. فالنمو في نظره هو المقياس الأخلاقي وليس الخير المطلق.

ويرى ديوي إن الفن يجب أن يكون معبرا عن صراع الإنسان مع بيئته, هذا الصراع الذي ينتهي بان يحقق الإنسان ما يبتغي, فالحالة المثلى للإنتاج الفني, هو في أن يكون النتاج ناشئا من توتر يدفع إلى النشاط, والذي يقود إلى تحقيق الغاية المنشودة من الفن, وتتحدد الحالة بتوتر فصراع ثم حل, وهكذا العملية في صيرورة مستمرة. ومن خلال هذه

الحالة – أي التوتر والصراع– تنشا الخبرة الفنية والتي هي عملية صيرورة مستمرة ينشا عنها تراكم في الخبرات, والتي يستدعيها الفنان كلما دعت الحاجة إلى إنتاج شيء جديد, على أن يكون عمل هذه الخبرات لصالح تطور النتاج الفني.

اذ إن الجمال يتحقق عندما يكون النتاج الفني ناشئا من التراكم المعرفي للخبرات السابقة, والتي يهتدي من خلالها إلى القيام بإنشاء جديد, فها هنا تكون الخبرة قديرة جديدة, وهي الخبرة التي يجوز لنا وصفها بأنها خبرة ذات طابع جمالي. ولا يكون النتاج الفني ذا قيمة جمالية إلا إذا توافر فيه اتصال الفرد (المصمم) بمحيطه الخارجي, والتي تكون مرتبطة بالقدرة على تحوير الفكرة الغامضة أو الانفعال الغامض تحويرا يسلكه في مادة الفن[22].إذ إن الخبرة الجمالية لا تختلف عن أي خبرة أخرى في حياتنا اليومية, والاختلاف بينهما يعد اختلافا كميا, يتمثل في درجة الدقة والنظام " فالتنظيم والتأليف بين عناصر الموضوع هما أهم عوامل إحداث الطابع الجمالي لأي خبرة, وهما في الخبرة الجمالية أوضح من أي خبرة أخرى"[23].

ولذلك فان الموضوع الجوهري للجماليات البرجماتية هو التجربة الجمالية أو الخبرة الجمالية كما يطلق عليها ديوي. وليس هنالك من تعريف نهائي للتجربة الجمالية, إذ وفقا لديوي "ان هذه التجربة من المستحيل ان توصف بدقة بالكلمات"[24]. وعلى أية حال, هنالك عددا من المبادئ التي نستطيع من خلالها أن نحدد خصائص المقترحات البرجماتية للجماليات, وهي:

1. ترى الفلسفة البرجماتية أن الجمال له استخدام عملي (أداتي، نفعي) بالإضافة إلى قيمته الحقيقية. وهذا يعني انه على الرغم من إن التجربة الجمالية تملك قيمتها الخاصة بها. إلا إن لها قيمتها الاداتية والنفعية في التطبيقات اليومية كذلك. فالتجربة الجمالية "تنعشنا وتبعث الروح فينا"[25], ولذلك فهي تساعدنا في تحقيق النهايات التي نرغب بها. وهي حالة تشبه الحالة التي يكون فيها غناء العمال دافعا لهم في انجاز عمل أفضل. إي إن القيم النفعية للتجربة الجمالية مع المنجز التصميمي، تنطلق من شعور المتلقي او المستهلك بمشاعر وأحاسيس تكون ذات بعد ايجابي, تجعله يشعر بالبهجة والسرور نتيجة لتفاعله مع المنجز.

2. التجربة الجمالية للشيء لا يمكن أن نفهمها من دون سياقها الاجتماعي والحضاري. إذ إن معنى وقيمة المنجز التصميمي تتغير باستمرار بتغير سياق التجربة, بتغير الحضارة, بتغير الأشخاص, وحتى تتغير في داخل الفرد ذاته.
3. ترتبط الهيئة بالتجربة الجمالية بشكل معقد. إذ أن هذه الهيئة لا ننظر لها بكونها علاقات مكانية ثابتة فقط, بل "كتفاعل ديناميكي من العناصر"[26]. فالهيئة في التجربة الجمالية لها جذورها العميقة بالإيقاعات الجسمية العضوية, والأوضاع الاجتماعية والتي تساعد في هيكلتها. ومن أمثلتها: الطريقة التي نختبر بها سرعة الموسيقى من الممكن ان تربط بمعدل ضربات القلب, أو على صعيد المنجزات التصميمية, اقتنائنا لزي أو قماش ذو مواصفات ذكاء قادرة على فهم الحالة الشعورية للمستهلك (كما في الأزياء المصنعة من أقمشة النانو, والتي تملك القدرة على تحسس الحالة الشعورية للمستهلك, وتقوم بتغيير رائحة العرق إلى رائحة محببة متناسبة مع الحالة المزاجية لمرتدي الزي), قد يشعرنا بنوع من الفرح أو السعادة أو حتى الفخر. إذ يحدد لنا ديوي (الهيئة المقنعة, أو المُرضية) للتجربة الجمالية بأشكال وطرق عدة. فهو يعطينا وصفا واحدا بمصطلحات مثل: "التراكم, التوتر, التوقع, والانجاز"[27].
4. يطرح البرجماتيون, أن جميع البشر مرتبطون بالتجربة الجمالية, على المستويين الفكري والجسمي. إذ يحدد البرجماتيون دور الجسم (والذي غالبا ما أهمل) في الإحساس الجمالي. على سبيل المثال: لم لا تعتبر حالة الرقص مع الموسيقى بكونها تجربة جمالية. أو أن تكون التجربة مع المنجز التصميمي تتطلب اشتراك جسمي اقرب إلى الواقع في التفاعل معه, مما يجعل من الرابطة بين المستهلك والمنجز, تتجاوز الاستخدام الآلي.

وقد قام كل من Petersen, Iversen, Krogh, & Ludvigsen[28] بتطبيق مبدأ الجماليات البرجماتية في تصميم النتاجات التصميمية. وأيدوا عملية دمج المرجعيات الاجتماعية والحضارية للناس في تصميم المنجزات, وحوّلوا فعل التصميم إلى عقول وأجسام الناس في عملية تصميم التفاعل, مؤكدين على النواحي الديناميكية للجماليات البرجماتية. إذ أن الجماليات البرجماتية لها بعد أداتي مرتبط باحتياجات الناس الحقيقية, وقيمهم, ومخاوفهم, ..الخ. فبنظرهم إن "الجماليات البرجماتية تعزز حب الاستطلاع, الارتباط والخيال من خلال عملية استكشاف التفاعل مع المنجز التصميمي"[29]. إذ تتأكد

القيمة النفعية للجماليات البرجماتية من خلال ارتباط القيمة الجمالية للاستخدام أو التطبيقات التكنولوجية في تصميم المنجزات(بعد التكنولوجيا خامة من خامات التصميم) بتطبيقات واقعية ملموسة ذات بعد اعتباري لقيم المستهلك الشخصية, ومن أوضح صورها في تصميم المنجزات التصميمية, هي التطبيقات التي تؤكد على الخصوصية الفردية لمستخدم المنتج.

تغطي الجماليات البرجماتية نطاقا قريبا للتحديات التي تواجه الهيئة الديناميكية, والمعاني الضمنية للأبعاد الاجتماعية والأخلاقية لسلوك المنجز التصميمي في العملية التفاعلية. وسنحاول هنا ان نتبنى المبادئ الأربعة للجماليات البرجماتية والتي ذكرناها سابقا, بالإضافة إلى مفهوم الجماليات الذي طرحه Petersen وبذلك فان الجماليات البرجماتية هي جماليات مختبرة (تجريبية) مع المنجزات التصميمية.

البعد الجسماني والفكري للجمال

انشغلت الجماليات التحليلية في فصل الإنسان إلى عقل وجسم, منفصل في التفكير ومنفصل في الإحساس, بينما تؤكد الجماليات البرجماتية على تبعيتهما للخبرة الجمالية. فمن خلال المنظور البرجماتي, فان الخبرة الجمالية ترتبط بشكل مباشر ليس فقط بالعقل المفكر, ولا فقط بالتجربة الجسمية, فالتجربة الجمالية تنطلق من ارتباط كلاهما في تكوين التجربة الجمالية. اذ ان دور التصميم ينطلق من إعطاء " تعبيرا مُرضيا كليا لكلا البعدين الإنسانيين الجسمي والفكري"[30]. اذ ان القيم المدركة حسيا تكون بلا معنى إذا تم خراجها من سياق التفكير والعكس. وعلى وفق الفكر البرجماتي فان الخبرة الجمالية تشمل التلقي الحسي الآني, مثل الخصائص المرئية واللمسية للمنجز التصميمي, والعمليات الفكرية التي نقوم بها في تحليل المنجز, وفضلا عن ذلك, تؤكد الجماليات البرجماتية على "دور الخبرات السابقة والتي يكون لها الدور الكبير في تأسيس الخبرات المستقبيلة"[31].

إذ تؤكد وجهة النظر البرجماتية على التحرك إلى ما وراء الأطر الثابتة حول محاكاة القدرات الحسية الإنسانية والقدرات الجسمانية, "لتضم لها القدرات الفكرية للإنسان لكي نفهم ونخضع الأبعاد المعقدة والمتناقضة والغامضة للتجربة الجمالية بين النظام المكون من المنجز التصميمي والمتلقي (او المستهلك) والأوضاع المختلفة بينهما"[32]. ومن خلال

القدرة التفاعلية لهذا النظام ستثار المخيلة, والتي من خلالها سيكافأ المستهلك بتجربة جمالية متضمنة إحساسا جسمانيا, وتحديا فكريا.

والآن نعود إلى الفكرة البرجماتية التي تقول بان **التجربة الجمالية يجب أن تتمثل بهيئة ديناميكية.** فالهيئة على وفق المفهوم الديناميكي, هي جزء متأصل من الجماليات البرجماتية, وهي تختلف تماما عن المفهوم التقليدي للهيئة في التصميم. والهيئة في التصميم غالبا ما تربط بالنواحي الأساسية للمنجزات التصميمية, مثل الشكل واللون, والجماليات الشكلية. أما الهيئة في الجماليات البرجماتية فهي ديناميكية, فاعلة, وتفتح المجال للتصميم نحو تحقيق الفاعلية بين المنجز وسلوك المتلقي. فالتصميم لتحقيق جماليات الهيئة, يتضمن بذل الجهد في البحث عن (الهيئة المُرضية) في قوى الديناميكية التفاعلية. وهي الهيئة التي يتحدد من خلالها سلوك المنجز والذي يستجيب له المستهلك بسلوك محدد, محققة بذلك سلوكا حواريا بين المنتج ككيان مستقل ذي سلوك محدد وبين المستهلك ككيان آخر ذي سلوك خاص به هو الآخر. الا ان سلوك كل منهما يتحد في صيغة حوارية متبادلة الأثر يعتمد كل منهما على وجود الآخر.

البعد الاداتي للجمال

في المنظور البرجماتي, عندما يغني الحُصّاد أغنية العمل في الحقل " فان ذلك لا يقدم لهم تجربة جمالية مرضية, إلا أن نكهتها تمتد إلى عملهم ذاته, تنعشه وتحسنه وتغرس فيهم روحا من التماسك والتكافل, تبقى تتردد حتى بعد أن تنتهي الأغنية والعمل"[33]. فالفن والجمال ليس شيئا خارج حياتنا اليومية. فالمنظور البرجماتي يؤكد على إن أي شيء لا يكون له قيمة إلا إذا ارتبط بالحياة الإنسانية, واحتياجات ورغبات ومخاوف وأماني الإنسان. فان كانت الأغنية جزءا من حفلة موسيقية, فان التجربة الجمالية ستكون مختلفة, ولكن عندما استخدمت في الحقل أصبحت جزءا مكملا للعمل.

فالجماليات على وفق رؤى الفلسفة البرجماتية لها القدرة على المفاجأة والإثارة, وتنقل المنجز التصميمي إلى رؤيا جديدة في العالم. وذلك يتوافق مع المبدأ القائل انه " ليس من الضروري أن يفهم ويستخدم المنجز التصميمي بالشكل الذي يظهر عليه كتصميم"[34],[35]. فالمنجز التصميمي مخصص للاستخدام, وينبثق المعنى والخبرة الجمالية في الاستخدام, فهي ليست أشياء معرفة بشكل مسبق. بمعنى إن المستهلك يستشف التجربة الجمالية أثناء

أو بعد عمليات الاستخدام والتفاعل مع المنجز التصميمي, ونتيجة لاستمتاعه بالتجربة التي خاضها أو يخوضها مع المنجز, فان التجربة الجمالية والتي يستنبطها المستهلك من العملية التفاعلية ستكون ذات قيمة نفعية, وتكون بمثابة أداة فائدة للمستخدم على المستوى النفسي والإحساس الداخلي, كان تمنحه شعورا بالفخر أو الاعتمادية أو شعورا باللذة أو الترقب, أو قد تثير مخيلته أو تحفز تفكيره. الأمر الذي يجعل من هذه المثيرات بمثابة قنوات للشعور بالسعادة. فالجماليات هي جزء من حياتنا اليومية, فهي تنشا من العلاقات الاستخدامية." وبذلك فان الجماليات البرجماتية تتضمن وجهات النظر القائلة بان الجماليات اداتية, وبان المنجزات التصميمية مخصصة للاستخدام"[36]. وبذلك فان الجماليات البرجماتية تؤكد على عمليات التفكير والفهم لتكون عنصرا أساسيا للكيفية التي يستكشف من خلاله المستهلك العالم المحيط, ويتعلم جوانب جديدة.

إن ما نؤكد عليه هنا, هو أن الجماليات لها دور غرضي نفعي في عمليات ارتداء او مجرد اقتناء الأقمشة والأزياء, فالجمال ليس عبارة عن مادة أو تركيب شكلي نجعل من خلاله النتاجات التصميمية جذابة, بل إنها جزءا من الأساس ألغرضي لنفعية النتاج. فلا يمكن عد القيم الجمالية قيمة مضافة, إلا إن عددناها منبثقة من عمليات الاستخدام, فهي جزء مكمل لعملية فهم المنجزات التصميمية واحتمالات استخدامها.

فمنذ أن قلنا إن **الجمال له استخدام عملي (أداتي) بالإضافة إلى قيمته الحقيقية**. نعلم من ذلك ان جماليات المنجزات التصميمية هي قيمة مكافئة بحد ذاتها (قيمته الحقيقية), إلا أنها بالإضافة إلى ذلك لها استخدام عملي (اداتي). فاختبار الجمال هي تجربة مثيرة للاهتمام, الا ن النظرة الى الجمال بهذا الشكل فقط, سيجعلنا نفشل في ان نقرر الحكم العادل لمقدار القوة التي يملكها الجمال. اذ أشار Norman في مقالة له بعنوان " **الأشياء الجذابة تعمل بشكل أفضل**"[37], إلى الجانب العملي للتوظيف الجمالي في التصميم. كما ان الجمال, او التوقعات حول الجمال يمكن أن تلهمنا أو تدعونا الى التصرف (الفعل). فالتصميم للأبعاد الجمالية البراجماتية هو التصميم للجمال الذي يكون مكافئا بحد ذاته ويؤدي إلى اختلافات (نتائج) عملية في ذات الوقت. اي نتائج نفع وفائدة ينتفع من خلالها المستهلك على مستوى التعزيز النفسي والاجتماعي.

البعد الاجتماعي والحضاري للجمال

تعتمد الجماليات التحليلية على الأبعاد الحدسية للنتاج التصميمي, وهي "تعد النتاجات التصميمية أو الأشياء عموما وكأنها بمعزل عما يحيطها"[38]. وتطرح وجهة النظر هذه بأنه على سبيل المثال: لو ان المصمم صمم زيا أو ملصقا مثلا, وبخامة مميزة فان الجمال سينبع بعدّه خاصية النتاج وخامته. إذ نلاحظ انه حتى الوقت الحاضر فان الجماليات التحليلية ببساطة تتجاهل المرجعيات الاجتماعية والحضارية لدواعي استخدام المنجز التصميمي, واعتبرتها غير ذات صلة بعمليات التقييم الجمالي. " وربما كان ذلك بسبب إن الخبرة الجمالية ولدت أساسا من الاتصال المباشر, وليس ذلك بسبب تمثيلها الإدراكي المباشر فقط, ولكن بسبب طريقة التفكير الاستدلالية الخاصة بها"[39]. وترى بعض الأبحاث إن "القيم الجمالية من الممكن إن يتم تحديدها وتحليلها بناء على الإدراك البصري لصور المنتجات"[40]. وهو تماما بالضد من مقترح الجماليات البرجماتية الذي اقترحه لنا ديوي, إذ يؤكد إننا لا يمكن أن نفهم ونستوعب القيم الجمالية بدون التقدير الكامل لأبعادهم الاجتماعية والتاريخية. فهو يؤكد "ان الفن ليس شيئا مجردا, او فكرة جمالية عامة مستقلة, بل هي شيء مادي متجذر في العالم الواقعي, ومؤسس على نحو ذو مغزى بعناصره الاجتماعية والاقتصادية والسياسية"[41].

وبذلك, فان الجماليات ليست فقط قيمة متأصلة في النتاج التصميمي, وإنما تتكون القيم الجمالية كنتاج لتقدير المتلقي. وبناء على ذلك فان الزي او ايا من النتاجات الطباعية ليس قيمة جمالية بحد ذاته, بل بالأحرى فان القيمة الجمالية للنتاج التصميمي هي نتيجة للتقدير الاجتماعي والتاريخي للمادة والشكل. وعلى وفق ذلك فان مقدرتنا على ان نشترك في تجربة جمالية يكون بناء على سياقنا الاجتماعي, والذي يظهر من خلال خبراتنا الجسمية والفكرية والتي تمتد إلى ما وراء التجربة الآنية. وعلى وفق طريقة التفكير البرجماتية في الجماليات, فان القيمة الجمالية ليست شيئا ذي وجود سابق في العالم, وإنما هي أبعاد كامنة تنطلق في حوار متبادل حين نختبر البيئة الموجودة فيها, فهي مبنية على وفق علاقات استخدام قيّمة تؤثر في بنية حياتنا اليومية.

كما إن تضمين **الأبعاد الاجتماعية والحضارية** (كما ترى الفلسفة البرجماتية) في تصميم المنجزات التصميمية, له مؤثراته الايجابية على تلقي وفهم جماليات النتاج. فليس

كل الناس يجدون الأشياء نفسها جميلة. وشيئا معينا أو منتج معينا سيمثل للشخص ذاته بكونه تجربة جمالية أو قد لا يمثل ذلك, بناء على الموقف. "فالتجربة الجمالية تعتمد على نطاق محدد من العناصر الاجتماعية والحضارية, مثل القيم, الشخصية, الوضع والتاريخ"[42]. فمنذ ان اعتبرنا ان الجمال له جانب عملي وأهمية اداتية, مثل القوة التي يملكها للتأثير في سلوكنا, فهو أيضا له بعد أخلاقي. فالمصممون يحتاجون إلى الوضع بالحسبات أي نوع من السلوك يفضل أن يضمنوه في منتجاتهم.

فالجزء المتعلق بان "**التجربة الجمالية تتضمن جميع البشر**" من الأبعاد الجمالية للفلسفة البرجماتية, فان هذه المقولة تجعلنا نعود الى ما ذكره لنا Overbeeke من إن نقطة الانطلاق لتصميم النتاجات التصميمية هو أن نحترم ملكات المستهلك ككل (المعرفية, والإدراكية, والعاطفية) وأضاف لها في بحثه مع Hummels, Djajadiningrat الجانب او "العامل الاجتماعي"[43], مؤكدين على إن هذه العناصر الأربعة ذات علاقة وثيقة بعمليات التصميم.

فالتجربة الجمالية ليست محددة بالتأملات والحسابات العقلية فقط. فالجماليات العقلية هو النوع الذي يختبره الإنسان حينما يتعامل مع أو يكتشف برهان أو إثبات حسابي أو رياضي. إلا إن التجربة الجمالية تتضمن أيضا القدرات والأبعاد الجسمانية للإنسان, مثل التجربة الجمالية التي يخوضها المستهلك في التعامل مع أسلوب تقني لخامة ما يتطلب القيام بعمليات تتحدى السلوك الإنساني المعتاد, وتتحدى قدرات المستهلك المعرفية. فالتجربة الجمالية أيضا تتضمن حساسيتنا وحالتنا العاطفية, إذ إن التجربة الجمالية من الممكن أن تغير من وضعنا العاطفي, كما إن تولد هذه الانفعالات الحسية يعتمد عليها. وترتبط كذلك بعلاقاتنا الاجتماعية. فنحن من الممكن أن نختبر الجمال من خلال التفاعل الاجتماعي. ومن الجمل المعتادة في التفاعل الاجتماعي (لا تكن قبيحا), (إن ما فعلته شيء جميل) هي شهادة على التجربة الجمالية في البعد الاجتماعي. فالتصميم من اجل تطبيق التجربة الجمالية للتفاعل, يجب أن يتضمن هذه الخصيصات الأربعة, والتي كانت أساس الفلسفة البرجماتية للخبرة الجمالية.

الاستنتاجات Conclusions

1. ان المقترح البرجماتي لجماليات المنجزات التصميمية, ينطوي بداهة على إن موضوع الجمال يرتبط بشكل مباشر *بالسياق*, سياق الاستخدام والمنفعة, وهو بذلك حدد لنا منظورنا حول الجماليات التي يمكن أن يتبناها التصميم. وبذلك فان النظرة إلى المنجز التصميمي لكيانه الذاتي فقط, وبمعزل عن السياقات الأخرى, ستكون نظرة بلا معنى. إذ إن النتاجات التصميمية قد تحوي على احتمالات جمال كامنة, وان ظهور أو استكشاف القيم الجمالية الكامنة, يعتمد على السياق وطبيعة الاستخدام.
2. في الفلسفة البرجماتية تحررت الجماليات من العلاقة الوثيقة التي تربطها بالفن وتعريفاته العديدة, وبدلا من ذلك ربطت الجماليات بالخبرة والقيمة النوعية. وقد وفر لنا ذلك أساسا معرفيا للتركيز على جماليات المنجزات التصميمية والمتعلقة بخبراتنا اليومية المختلفة, في تعاملنا ومن ثم تصميمنا لمنتجات ذات قيم جمالية نابعة من الطبيعة التفاعلية الخاصة بها.
3. ان ما يجعل البرجماتية منظورا مناسبا بشكل محدد لتصميم نتاجات ذات صفات جمالية, هو أن شرعية التجربة مع النتاجات التصميمية, لا تقتصر على أن تكون بمستوى واحد مع قصدية مصمم المنتج, ولكنها تنبثق من الإحساسات والخبرات الشخصية والجمعية, وانعكاساتها على المستهلك, وهي انعكاسات تكون مرتبطة بالمنجز التصميمي على وفق السياق الذي يكون فيه. فهي لا تعد الإنسان والعالم عنصرين منفصلين, وإنما تنظر إلى التكامل والعلاقة المتبادلة والتي ترتبط أيضا بالسياق. إذ أن عملية تصميم التجربة الجمالية, تدعو الناس إلى المشاركة الفاعلة في خلق الحاسة والمعنى.
4. ان جمالية النتاج التصميمي لا تتمحور حول إيصال المعنى والتوجه من خلال تكوينات موحدة, إلا أنها تتمحور حول إثارة المخيلة, وهي خاصية استفزازية, تثير فكر المستهلك, وتشجعه على التفكير بطريقة مختلفة حول النتاجات التي يتفاعل معها, والطريقة التي تعمل بها هذه المنجزات, وكيف يمكن استخدامها بشكل مختلف لخدمة أهداف مختلفة.

الهوامش :

(1) جميل صليبا, المعجم الفلسفي,ج1, دار الكتاب اللبناني, بيروت,1982, ص203.

(2) اندرية لالاند, موسوعة لالاند الفلسفية, م3, منشورات عويدات, بيروت–باريس, 2001, ص1016.

(3) http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid=4884e63385cd9d80

(4) Michael E. Porter, What Is Strategy?, Harvard Business Review Article, Publication date: Nov 01, 1996. Prod. #: 96608-PDF-ENG

(5) محمد بن أبي بكر الرازي ، مختار الصحاح ، القاهرة ، ط/5، وزارة المعارف ،1939.ص111–112.

(6) إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، دار الدعوة، اسطنبول، 1989.ص136.

(7) راوية عبد المنعم عباس، القيم الجمالية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1987. ص252.

(8)منير البعلبكي، رمزي منير البعلبكي، قاموس المورد الحديث، دار العلم للملايين، لبنان، 2011. ص37.

(9) جيروم ستولنتز ، النقد الفني ، دراسة جمالية وفلسفية ، تر: د. فؤاد زكريا ، جامعة عين شمس ، 1974. ص35.

(10) Vefik، Alp Ahmet ، "Aesthetic Response to Geometry in Architecture" ، PH.D.، Thesis submitted to Rice University ، University of Microfilms International ، U.S.A. ، 1979.p63.

(11) Stephen Davies، et al، A Companion to Aesthetics، Blackwell Companions to Philosophy، 2nd edition، Wiley-Blackwell، 2009، pp 136-139. p136.

(12) Peirce, Charles Sanders.. "How to Make Our Ideas Clear" (1878), in The Essential Peirce: Selected Philosophical Writings, Volume 1 (1867-1893). Edited by Nathan Houser and Christian Kloesel. Bloomington: Indiana University Press. 1992. p132.

(13) Eugene Halton. Pragmatism. Encyclopedia of Social Theory. George Ritzer, ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2004. p1.

(14) علي عبد الهادي المرهج, الفلسفة البراجماتية–اصولها ومبادئها, دار الكتب العلمية, بيروت– لبنان,2008, ص5.

(15) J. E. Smith, *The Spirit of American Philosophy*. New York: Oxford University Press, 1963, p. 198.

(16) W. James, *Pragmatism*. New York: Longmans, Green, 1907, pp. 54–55.

(17) انظر في ذلك: محمد جديدي, فلسفة الخبرة, المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع, بيروت,2004.

(18) J. J. McDermott, ed., *The Writings of William James*. New York: Random House, 1967, pp. 345–62.

(19) J. Dewey, *Creative Intelligence*. New York: Octagon Books, 1970, p. 7.

(20) انظر في ذلك: جون ديوي, الفن خبرة, تر: زكريا ابراهيم, دار النهضة العربية, دار فرانكلين للطباعة والنشر, القاهرة–نيويورك,1963.

(21) ول ديورانت, قصة الفلسفة, تر: فتح الله محمد, ط6, مكتبة المعارف, بيروت, 1984., ص 629.

(22) جون ديوي, الفن خبرة, تر: زكريا ابراهيم, دار النهضة العربية, القاهرة–نيويورك,1963, ص4–5.

(23) اميرة حلمي, مقدمة في علم الجمال وفلسفة الفن, دار المعارف,ط1, القاهرة, 1989, ص54.

(24) Marianne Graves Petersen, Ole Sejer Iversen, Peter Gall Krogh, Martin Ludvigsen, Aesthetic Interaction — A Pragmatist's Aesthetics of Interactive Systems, Cambridge, Massachusetts, USA., 2004,p270. P55.

(25) Philip R. Ross and Stephan A. G. Wensveen, Designing Behavior in Interaction: Using Aesthetic Experience as a Mechanism for Design, International Journal of Design, 4(2), 3-13.2010.p4

(26) Shusterman, R. Pragmatist aesthetics: Living beauty, rethinking art. Op, cit. p6.

(27) Ibid, p7.

(28) Petersen, M. G., Iversen, O. S., Krogh, P. G., & Ludvigsen, M. Aesthetic interaction: A pragmatist's aesthetics of interactive systems. In D. Benyon, P. Moody, D. Gruen, & I. McAra-McWilliam (Eds.), Proceedings of the 5th Conference on Designing Interactive Systems (pp. 269-276). New York: ACM Press. 2004
(29) Ibid, p257.
(30) Shusterman, R. Pragmatist Aesthetics. Living Beauty, Rethinking Art. Blackwell. 1992.p7.
(31) Marianne Graves et.al, ibid, p271.
(32)Gaver, B., Beaver, J., Benford, S., Ambiguity as a resource for design. In Proceedings of CHI2003, ACM Press, pp. 233 - 240.
(33) Shusterman, R. Pragmatist Aesthetics. Living Beauty, Rethinking Art. Blackwell. 1992.p9
(34) Bødker, S. (1999) Computer Applications as Mediators of Design and Use – developmental perspective. Aarhus University Publication. DAIMI PB – 542.
(35) Crabtree, A., Hemmings, T., and Rodden, T. () Pattern-based Support for Interactive Design in
Domestic Settings. In Proceedings of DIS2002, ACM Press, 2002, pp. 265-275.
(36) Bannon, L., and Bødker, S (1991) Beyond the Interface. Encountering Artefacts in Use. In Carroll, J. (Ed.) Designing Interaction: Psychological Theory of the Human-Computer Interface. Cambridge University Press, pp. 227-253.
(37) انظر في ذلك: Norman, D. A. Emotion and design: Attractive things work better. Interactions, 9(4), 36-4. 2, 2002.
(38) Moore,G.E. Principia Esthica, Cambridge University Press Cambridge. 1959
(39) Shusterman, R. Pragmatist Aesthetics. Living Beauty, Rethinking Art. Blackwell. 1992.p21.
(40) Desmet, P. and Dijkhuis, E. A Wheelchair can be Fun: A Case of Emotion-drived Design. In Proceedings of DPPI'03. ACM Press, 2003,pp. 22-27.
(41) Dewey, J. Art as Experience. Carbondale: Southern Illinois University press. 1987.p22.
(42) Locher, P., Overbeeke, C. J., & Wensveen, S. A. G. Aesthetic interaction: A framework. Design Issues, 26(2), 70-79. 2010
(43) Hummels, C. C. M., Djajadiningrat, J. P., & Overbeeke, C. J. Knowing, doing and feeling: Communicating with your digital products. In Proceedings of Interdisziplinäres Kolleg Kognitions- und Neurowissenschaften. Günne am Möhnesee, Germany: Interdisziplinäres Kolleg. pp. 289-308) 2001

Pragmatism as an aesthetic design strategy

Dr. Wasan Khaleel Ebrahiem Prof. Dr. Khaleel Ebrahiem Hasan

Abstract

The pragmatic proposal for Aesthetics is a comprehensive proposal to study the multiple dimensions of aesthetic that is based on a comprehensive approach to the role played by design on our daily life. Hence, as discussed in this paper was put out into account for all the trends that stimulated by design in the life of the consumer. These trends have been identified based on the aesthetic of intellectual references, which is based on the pragmatic philosophy approach which it exemplified by (practical use for aesthetics, and the social context of the aesthetics, and the dynamic role of the form, and the role of the mind in the aesthetic experience).