

المعنى المشترك وجماليات الخطاب في التصميم الداخلي

وجدان حسين ابراهيم

دكتوراه تصميم داخلي، معهد الفنون الجميلة للنبات، العراق

wijdan.hussein2017@gmail.com

مستخلص البحث

يسعى المصممون إلى تكوين نتائج تصميمية حوارية تخاطبية مع أكبر عدد من فئات المجتمع، بتشكيلات بصرية تُهيأ لبيئة مكانية تتمايز بالثراء الفكري وتسعى للتواصل مع العقول، حينئذ يُمثل التصميم خطاباً بصرياً مؤثراً في المتلقي، بمثابة رسالة قصدية تصل بفكرتها إلى مخيلته بما يتضمنه من معانٍ جمالية كامنّة فيه، وما يحمله مضمونه الفكري والدلالي، الغاية منه الوصول إلى معنى مشترك بين المصمم والمتلقي ليتمكن المصمم من قيادة سلوك المتلقي على وفق الأفكار التي يطرحها التصميم، لذا صيغت مشكلة البحث بالتساؤل الآتي: "هل يُعنى التصميم الداخلي بالتشكيلات البصرية لإبراز قيم شكلية تهدف تحسين الذائقة الجمالية عبر منظومة الاستلام البصري للمتلقي فحسب، أم هو أيديولوجياً تُفيد بأن تلك التشكيلات هي أكثر من مجرد ما تراه العين بسبب ارتباطها بالمعنى الكامن المشترك بين المصمم والمتلقي بما ينعكس على طبيعة السلوك الجمعي؟" فيما انصب هدف البحث في "الكشف عن معطيات الصورة الجمالية للخطاب الشكلي عبر ترجمة الأخير إلى فضاء داخلي يمنح المتلقي تأويلات تتناغم بالاشتراك مع ما يذهب إليه المصمم كرسالة موجهة ذات قصد ومعنى". وخرج البحث بمجموعة من الاستنتاجات من أهمها: يُشكل الناتج التصميمي رسالة واضحة المعنى عندما يكون انعكاساً للبيئة الاجتماعية والثقافية والمادية والجغرافية لسياق التصميم من خلال التكوينات الجمالية للخطاب التصميمي، وأن آلية التلقي لا يكتب لها النجاح ما لم يكن للمصمم فكر معين يعكس خصوصية المجتمع وهوية المكان عبر ما يبثه التصميم لأجل الحصول على استجابة واضحة ويسيرة من قبل المتلقي وفك رموز الخطاب والاستمتاع بدلالاته وأهدافه.

الكلمات المفتاحية: المعنى المشترك، جماليات الخطاب، التصميم الداخلي.

Shared Meaning and Aesthetics of Discourse in Interior Design

Wijdan Hussein Ibraheem

PhD in Interior Design, Institute of Fine Art for Girls, IRAQ
wijdan.hussein2017@gmail.com

Abstract of the Research

Designers seek to create a design product that is dialogic and communicative with the largest number of segments of society, with visual formations that prepare for a spatial environment that is distinguished by intellectual richness and seeks to communicate with minds. Then, the design represents a visual discourse that influences the recipient, as an intentional message that reaches his imagination with its idea, including the aesthetic meanings inherent in it, and what its intellectual and semantic content carries, the aim of which is to reach a common meaning between the designer and the recipient so that the designer can lead the recipient's behavior according to the ideas presented by the design. Therefore, the research problem was formulated with the following question: "Is interior design concerned with visual formations to highlight formal values that aim to improve the aesthetic taste through the visual reception system of the recipient only, or is it an ideology that indicates that these formations are more than just what the eye sees because of their connection to the shared latent meaning between the designer and the recipient, which is reflected in the nature of collective behavior?" The research aimed to "reveal the data of the aesthetic image of the formal discourse by translating the latter into an internal space that gives the recipient interpretations that are in harmony with what the designer is going for as a directed message with intent and meaning." The research came out with a set of conclusions, the most important of which are: The design product constitutes a message with a clear meaning when it is a reflection of the social, cultural, material and geographical environment of the design context through the aesthetic formations of the design discourse, and that the reception mechanism is

not destined to succeed unless the designer has a specific idea that reflects the privacy of society and the identity of the place through what the design broadcasts in order to obtain a clear and easy response from the recipient and decipher the symbols of the discourse and enjoy its connotations and goals.

Keywords: Shared Meaning, Discourse Aesthetics, Interior Design.

1.1 مشكلة البحث

التصميم الداخلي مهنة ذات رسالة إنسانية متسامية وعميقة يسعى فيها المصمم إلى إيجاد لغة خطاب كفوء يقدم عبر مقتضياته مشاهد بصرية بصياغات شكلية تهدف إلى الارتقاء بالمستوى الوظيفي للفضاء الداخلي، وتساهم في تهذيب الذائقة الجمالية ضمن صور حسية تمنح المستخدم القدرة في التفاعل الإيجابي لإثراء الحدث واحتواء المعنى.

ونظراً لأن التصميم الداخلي يشتمل في متغيراته على مكونات وظيفية وجمالية وتعبيرية تكون متعلقة غالباً بطبيعتها، فقد كان من المتوقع أن يجد القارئ نقداً لكل مكون من هذه المتغيرات. وهذا ما حصل مع المكونين (التعبيري/ المعنوي- والوظيفي)، من خلال إقامة دراسات مستفيضة في مجال التصميم الداخلي والعمارة توخت تعزيز هذا الجانب وتأسيس ملامحه وأهميته ومعطياته الفكرية والتقنية.

لكن ما حصل مع المتغيرين أعلاه كان نادر الحضور فيما يخص الجانب الجمالي! إلا في النزر اليسير ضمن جميع البحوث الأكاديمية التي تمت دراستها أو الاطلاع عليها، فإن معظم النقد الأكاديمي يركز على منظومات التخطيط والعقلانية والأداء الوظيفي، بمعنى أنه يميل إلى نقد جميع الموضوعات القابلة للقياس، المتعلقة بإجراءات التخطيط والعناصر القابلة للتنفيذ، ونادراً ما يذهب إلى النقد الذي يتعامل مع الموضوعات الجمالية والقيم والخبرات والعاطفة.

يحاول هذا البحث تعزيز حالة الجانب الجمالي في الحوار والرؤية الأكاديمية في مجال التصميم الداخلي بشكل خاص، بوصفه لغة خطاب تأملية نابعة من حاجة الإنسان وميله إلى إثراء الحس الوجداني، سيما إن التصميم بصفة عامة يقع في جانب الفنون الجميلة، ويحتكم إلى القواعد والمبادئ التي من شأنها تهذيب التلقي والذائقة الجمالية.

ومهما كانت غايات التصميم الداخلي كحقل تخصصي يُعنى بتقديم فضاءات تعكس جوانب سلوكية رصينة للمستخدم، لكن لا ينبغي الركون إلى أن تكون التكوينات الشكلية التي يمنحها المصمم، كمشاهد بصرية تحدد قيمة الفضاء ووظيفته، هي مجرد شواخص مادية مكونة من مواد وخامات ذات بنية هندسية معيارية! لذا يمكن ايجاز مشكلة البحث الحالي في التساؤل الآتي:

"هل يُعنى التصميم الداخلي بالتشكيلات البصرية لإبراز قيم شكلية تهدف تحسين الذائقة الجمالية عبر منظومة الاستلام البصري للمتلقى فحسب، أم هو أيديولوجيا تفيد بأن تلك التشكيلات هي أكثر من مجرد ما تراه العين بسبب ارتباطها بالمعنى الكامن المشترك بين المصمم والمتلقي بما ينعكس على طبيعة السلوك الجمعي"؟

1.2 أهمية البحث

- تتجلى أهمية البحث في دراسة آلية التلقي والعوامل المؤثرة عليها، بوصفها العملية الأكثر أهمية في نقل المعنى المقصود من المصمم إلى المتلقي أو مجموعة المتلقين، وأهمية نقل جمالية الخطاب التصميمي إلى المتلقي ومعرفة دور المصمم في إيصال المعنى ودور المتلقي في فهمه وتقبله.
- يغني البحث بنتائجه ومؤشراته العلمية، الشركات والمؤسسات المعنية بترجمة الفعل التصميمي إلى نتاج بصري يستند إلى منظومة أكاديمية، ويتسم بلغة حوارية تمنح المعنى المشترك بين المصمم والمتلقي.

1.3 هدف البحث

الكشف عن مُعطيات الصورة الجمالية للخطاب الشكلي عبر ترجمة الأخير إلى فضاء داخلي يمنح المتلقي تأويلات تتناغم بالاشتراك مع ما يذهب إليه المصمم كرسالة موجهة ذات قصد ومعنى.

1-4 حدود البحث

يُعنى البحث بدراسة المعاني الجمالية للمشهد البصري في تصاميم الفضاءات الداخلية للمؤسسات العامة ومدى إمكانية المصمم في تأمين رسالة شكلية تمنحه القدرة في توجيه السلوك الفردي أو الجمعي عبر التناغم المعرفي للمتلقي مع النتاج التصميمي الذي يتم ترجمته إلى خطاب ذو طابع جمالي ضمن مقتضيات تصميم الفضاء الداخلي للمؤسسات العامة المعاصرة.

1-5 تحديد المصطلحات

وردت بعض المصطلحات في موضوع البحث الحالي وسوف يتم هنا تعريف كل منها لغوياً وفلسفياً واصطلاحياً، فضلاً عن وضع تعريف إجرائي للباحث بما لا يتقاطع مع التعاريف التي تسبقه، ولكن يتوافق الأخير مع ما يذهب إليه الباحث فيما يهدف إليه. وكما يأتي:

1. المعنى المشترك:

أ. المعنى:

لغوياً: عرّفه جبران مسعود: "هو ما يقصّد به الشيء، يُقال من الكلام معناه، أي فحواه ومضمونه. (جبران، 1992، ص754)، وعُرف في معجم اللغة: "كل ما يرتبط في الذهن ارتباطاً عُرفياً بالمطابقة وهو المعنى الحقيقي، أو ذهنياً بالتضمن أي المعنى الضمني، أو مجازياً بواسطة الاستعارة وهو المعنى المجازي (أحمد، 2008، ص1568).

فلسفياً: عرفه جميل صليبا: هو الصورة الذهنية من حيث وضع إزائها اللفظ، ويُطلق على ما يقصد بالشيء، أو ما يدل عليه القول، أو الرمز، أو الإشارة (صليبا، 1994، ص398). كما عرفه مراد وهبه: هو ما يكون حاضراً أمام العقل قبل أن يحدث فيه أي تعديل (مراد، 2007، ص607).

اصطلاحاً: مصطلح يدل على علامة، ودراسته هي موضوع الدلالة، ويطلق أثر المعنى على كل دلالة مأخوذة من علامة، أو علامات في الخطاب (سعيد، 1985، ص155). ويتحدد المعنى بالقصد "أي قصدت وعمدت فتكون الدالة الأولى للمعنى هي القصد" (جمعة، 1990، ص109). والمعنى منطقياً يحصل من الفعل ونتيجته، من الترابط في صميم الإدراك، فضلاً عن إن إدراكه هو غاية كل عقل. (ديوي، 1963، ص78-79) كما عُرِفَ: "إنه تعبير عن تصور للأشياء مثبت في أصوات هي شكل للوجود المادي للتصور الذهني (براهيم، 1986، ص337).

ب. المُشترك:

لغوياً: عُرِفَ في معجم المعاني الجامع: مُشْتَرِك: اسم مفعول من اشترك في مشترك: ذو ملكية مشتركة، عمل مُشْتَرِك: عمل يُساهم فيه العديد من الناس، حياة مشتركة: جماعية، عمليات مُشتركة: عمليات حربية تشترك فيها جيوش عدّة (<https://www.almaany.com>).

فلسفياً: عرّفه جميل صليبا هو اللفظ الواحد الذي يطلق على أشياء مختلفة في الحد والحقيقة اطلاقاً متساوياً (صليبا، 1994، ص376).

اصطلاحاً: عرفه الجرجاني "المشترك ما وضع لمعنى كثير بوضع كثير، وقال عنه ابن فارس (تسمى الأشياء الكثيرة بالاسم الواحد). (الحمد، 2008، ص177)

ومما تقدم في أعلاه يمكن تعريف مصطلح (المعنى المشترك) إجرائياً بأنه:

توافقات فكرية بنسبة متقدمة، تضمن الاتصال والتواصل الفكري الذي تترجمه جماليات المكان عبر ما تفسح عنه من معنى، إذ تتحول إلى حدث قابل للفهم مولدة لغة خطابية، بين مرسل يتسم بوعي معرفي في قيادة السلوك عبر خطاب شكلي متقن، وبين متلقي يستشرف الحدث ويستنطق المعاني الجمالية الكامنة فيه.

الإطار النظري

على الرغم من إن التفكير التصميمي للمصمم الداخلي هو الموقف المهيمن لأي تصميم، يسعى خلاله إلى تأمين الجانب الوظيفي والجمالي لبيئة داخلية تلي الراحة الجسدية والنفسية للمستخدم، لكنه لا يقف عند التفكير التصميمي وحده، بل يسعى للوصول إلى مستوى أعمق يحتاجه لبث رسائل وإيماءات وصور عبر صياغاته الشكلية لنتاجه التصميمي.

فقد دأبت التوجهات الفكرية كافة وعلى مرور الأزمان على محاولة الوصول إلى منطق فكري ثابت يستطيع تفسير الأشكال كلاً على وفق توجهه، ومن ثم وضع مفردات معينة تُحقق للمتلقى تناغم فكري مع المصمم للوصول إلى معنى مشترك، يخاطب المصمم خلالها ذهن وفكر المتلقى وتوجيه سلوكه لاستلام واستنطاق المعاني الجمالية الكامنة في التصميم واستيعاب ما تعنيه تلك الرسائل الموجهة إليه. فقد يفضي البحث عن المعنى، في فعل قراءة المشهد التصميمي إلى مفهوم التلقي في الفكر المعاصر، (paul, 2001,p:16)، وإن فهم المعنى كصيغة يتأسس من الوسط الذي يتفاعل معه، على وفق أنظمة وسياقات لبناء معرفي أساسه علاقة (الذات بالموضوع) وتحديد المعنى يعتمد على الخبرة السابقة والأعراف التي يمتلكها المرء (المصمم والمتلقى)، (راي، 1987، ص107).

أي إن المستوى الدلالي الذي يفصح عنه التشكيل التصميمي سواء كان بصورة ظاهرية أو كامنة، لا يمكن أن يفهم معناه إلا من خلال تفاعل المتلقى مع معطيات بُنيته التركيبية التي يتقصد المصمم الداخلي إيصالها،

لذا لابد من الوقوف عند إشكالية التلقي وآليته، والوقوف على العوامل المؤثرة لآلية التلقي، ومعرفة دور المتلقي ودور المصمم الداخلي والوسائل والأسلوب الذي يتخذه ليتمكن من إيصال معنى مشترك بينه وبين المتلقي.

1-2 إشكالية التلقي:

إن إشكالية التلقي تُعد من الإشكاليات التي لابد أن تُأخذ بنظر الاعتبار من قبل المصمم من حيث كيفية التلقي من خلال التصميم، أو الرسالة البصرية التي لابد أن تكون متكاملة في الفكرة والعرض والمضمون والتشكيل الجمالي والوظيفة لتحقيق غايتها المطلوبة، إذ تكمن إشكالية التلقي من حيث طبيعة انتقال المعلومات المحددة من (المصمم) إلى (المتلقي) من خلال تحليل التصميم (الرسالة البصرية) مع مساهمة التحولات الطارئة على المجتمع والفكر والبيئة والتقنيات لتكون الرسالة مقنعة إلى المتلقي.

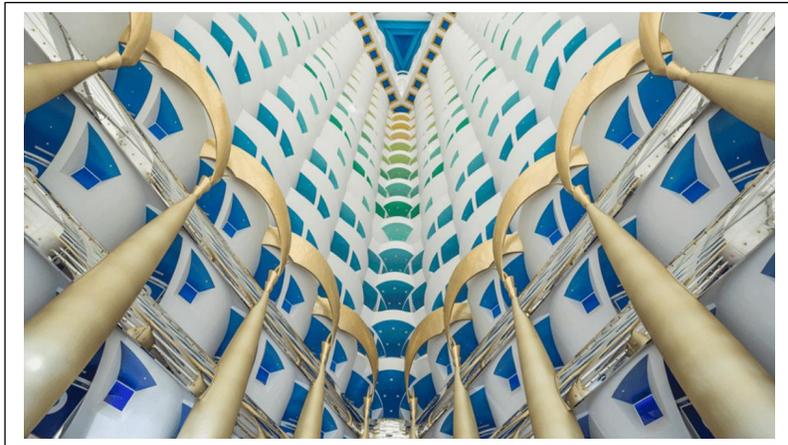
فغالباً ما تتكون إشكالية معرفية ترتبط بالتلقي عند المصمم في عمله التصميمي، ويرجع ذلك غالباً إلى تباين التركيز بين فكر المتلقي، بوصفه جوهر العملية الإبداعية وغاياته الأساسية، وبين رؤية وثقافة المتلقي ومرجعياته الفكرية، فقد يربط المصمم الداخلي معرفته في المحاكاة وعناصر أسلوبية متعددة بالنتائج التصميمية للتأثير على فكر المتلقي، وتحقيق لذة ومتعة جمالية تضيف إلى النتائج متعة حسية وإثارة تكون بالتأكيد بدرجات متفاوتة بين شخص وآخر، بما يعكس موضوع الاستعداد النفسي لكل فرد.

وهذا يعني أن المصمم الداخلي قد ركّز على الجانب النفسي المتمثل في استعداد التلقي للعمل الإبداعي وكيفية تلقّيه، وبالمظاهر الجمالية المختلفة لعناصره الأسلوبية التي تربط المستخدم بالنتائج وذلك حسب ثقافته وخبراته الفنية نحو معنى أسلوبه يبرر استخداماً معيناً إلى لغة قياس أو إلى الظروف الاجتماعية للمتلقي وبيئته الجغرافية التي ينتمي إليها لتمييز النتائج المُبدع وما يحمله من غموض واحتمالات التفسير والتأويل وتعدد المعاني (آل يوسف، 2008، ص 1-2).

ومن ناحية أخرى، فالمصمم الداخلي يوجّه الرسائل الذهنية التي يبنيها التصميم على نحو مُشفر قابل للتحليل والتوصل إلى معانيه بسهولة ولكن بدون مُباشرة في الطرح، فليس الوصول السريع هو دائماً أفضل الطرق وأكثرها قبولاً من المتلقي، بل أن التأمل في تشكيل الفضاء الداخلي كثيراً ما يزيد من ثقة المتلقي في الرسالة التي يتلقاها وهو يزيد بلا شك من تفاعله مع التصميم وبالتالي تعرّضه إلى قدر أكبر من الانجذاب والتأثر، وهو دافع جيد لجعل المتلقي ينتقل بين مُفردات التصميم (الراوي، 2011، ص 130). فالإدراك الواعي للمصمم يتجسّد في إدائه للعملية الإبداعية كحالة انعكاس لواقع، ومن ثمّ عرضه على فكر المتلقي بشكل

يسهل فهمه لحقيقة المعرفة الموضوعية للنتائج التصميمية، وهذا الإدراك لا يتوقف عند جانب الإقناع في العمل الإبداعي، بل بالإقناع والتوجه عبر معالجات تُحقق الفهم لهذه الإشكالية في المحاكاة والبعد الأسلوبي. كما يحق للمتلقى تخيل ما يريده بعد الاطلاع على العمل الإبداعي، ولعل السبب في ذلك يعود إلى إن المُحاكاة لم تكن تعني التقليد أو مُماثلة الشيء فقط، بل تعني التشبيه والاستعارة والكناية، ومن ثم فهي تعني صورة بلاغية تشكل جوهر العملية التصميمية، وتكون المحاكاة قد اهتمت بتطوير نتاج جديد وأعطت تباين في درجة الإبداع تزداد مع زيادة درجة عدم تشابه النتائج السابقة من خلال كونها أسلوب تعامل مع التقاليد (آل يوسف، 2008، ص9). فالاستعارة تسهم في بناء صورة مجازية مُبتكرة ومُختلفة والانتقال من الدلالة الحقيقية إلى الدلالة المجازية، أي الانتقال من السطحي والظاهر إلى الخفي والباطن الذي هو المعنى الجوهرية والمقصود لتفسير الحقائق العقلية (حرب، 2010، ص48).

فالجانب الإبداعي للمصمم يتجسد بطرح نتاج يحاكي الواقع الاجتماعي والثقافي والبيئي والجغرافي، أي يميل إلى الجانب الموضوعي ويدمجه مع ذاتيته، ويقدمه بأساليب بلاغية (التشبيه والكناية والاستعارة) تقرب من فهم المعنى المقصود كما الشكل (1) ومن جانب آخر لا يطرح تشكيل أيقوني واضح يسهل تلقيه وفهمه، بل تشكيل يطلق العنان لمخيلة المتلقى للوصول المعنى الكامن، يقدم عبره صورة بلاغية محملة بالمعاني المشفرة تفتح آفاق التفسير والتأويل.



الشكل (1): يوضح أحد الأساليب البلاغية في التصميم لإيصال المعنى (أسلوب الاستعارة لشكل الشراع) - فندق برج العرب الإمارات العربية المتحدة <https://res.cloudinary.com>

2-2 آلية التلقي:

يُعد التلقي آلية مركبة ومعقدة ذات مراحل ومستويات متعددة، يتم خلالها نقل جماليات الخطاب التصميمي إلى المتلقي بكل حيوية وانسيابية ويُسر، وهي تستلزم قدرًا كبيراً من تدخل الوعي، لأنها خبرة محددة في إدراك شيء ملموس في العالم الخارجي ومحاولة للتعرف على مكوناته وفهم وظيفة ومعنى هذه المكونات، فعملية التلقي أو التقبل تنحصر في أن ثمة إدراكاً متطوراً وصل إلى درجة من الارتقاء الحر، ليسهم في عملية تكوين إدراك حسي تام ومكتمل للشيء المتعرف عليه، يؤدي إلى تحقيق سلسلة أفعال الاستجابة التي تجتمع متجهة نحو التحقيق الموضوعي (جنان، 2014، ص 205). وهنا ذكر Alexander في دراسته "Imaging the City" بأهمية الإدراك والفكر في علاقة متبادلة من إن الإدراك لا يقود إلى الطبيعة الحقيقية (الخواص الموضوعية) بل إلى ما يدركه الإنسان مما يحقق ذاتية الإدراك والاختلاف في التصورات بين الناس (القيسي، 2001، ص 71) إذ يُعد المتلقي المعني الأول بقراءة التشكيل الجمالي كونه الطرف المباشر في إدراك الفضاء الداخلي المصمم ومن ثم التفاعل معه وصياغة معناه، ويزداد التفاعل بازدياد رداد الفعل من قبل المتلقي مع المستوى الدلالي لمعطيات التصميم، ومن المؤكد يتباين مستوى الإدراك والتصورات من متلقي لآخر للنتائج التصميمية لاسيما للمؤسسات العامة التي يتباين روادها في المستويات الفكرية والثقافية، لذلك تختلف عملية التلقي باختلاف الثقافات والقدرات الفكرية ومقدار المخزون المعرفي في ذهن المتلقي وعلى عملية التحليل والتركيب ومن ثم التقييم لذلك العمل.

كما تقوم العملية التصميمية على انتقاء للاحتتمالات المختلفة ويتوحد بعض من مظاهرها أو سماتها في وحدة تامة ذات معنى تنتهي بحلول ذات قيمة عامة بتلبية مُتطلبات مشتركة من خلال وسائل تكون مقبولة بشكل عام للإدراك والمشاركة والتلقي وتحقيق شمولية مكانية بخصائص تجعل من الحل رمزاً مشتركاً يرتبط مع النظام التصميمي، بارتباطه مع وضع حضاري معين (Schulz, 1981, p:183-186). فالتأثير الذي تتركه البيئة المصممة يتجاوز مجرد فهمنا لها، لكن وحدة التصميم المتعدد المستويات والدلالات التي تنتجها الصور البلاغية للتصميم وتكويناته الجمالية، هو الذي يتيح القراءة الحية الكاشفة ويستدعي أكثر من قراءة، تمنح المتلقي الإحساس بتكوينات الفضاء الداخلي ومن ثم إدراكه والتفاعل معه والقدرة على فهم المعنى الكامن ليتم التوحد مع فكر المصمم وما يرمي إليه في التصميم. لذا أن آلية التلقي تبدأ بالإدراك لتدخل حالة صورة الانفعال، وتبعاً لمفهوم (سوزان لانجر) فإن الفن هو صورة للانفعال، وليس انفعالاً، فالمصمم لا يبرز

في خطابه الجمالي انفعاله، إنما صورة هذا الانفعال، أي يأخذ شكلاً بحيث يمكن فهمه، وتأمله وإدراكه (راضي، 1986، ص53).

ومن ذلك فإن تقبل المتلقي للنتاج التصميمي يقع في مستويات تضامنية ثلاث، فيما بينها، وهي:

- تلقي ذوقي وفيها يتباين إحساس المُستخدمين للفضاء (المتلقين) إلى جمالية النتاج التصميمي شكلاً ومضموناً إذ تبدأ الآلية بالإدراك الأولي ثم التلقي ثم الإرجاع إلى ما يناظر المُدرك من صور ذهنية في عقل المتلقي وأخيراً التحليل لربط العلاقات المرسله مع ما موجود لديه، أي ترتبط عملية التلقي بشكل عام بالإدراك وذلك من خلال المشابهة بين الشيء المُدرك وما موجود في الذهن من خزين معرفي سابق حيث تتم عملية الإدراك في إجراء التشابه والاختلاف بشكل عام بين الشيء المُدرك والصور الذهنية.
- التأويل وفيه يتم استجلاء المعنى انطلاقاً من تكوين النتاج وبناءه من جديد، إذ تبدأ من الاستكشاف ثم التأويل، إن ما يؤثر على التأويل: الزمن، الثقافة، العمل الاجتماعي، التاريخ.
- الفهم في استيعاب النتاج من خلال وضعه في سياقه الواقعي (التاريخي)، إذ ينتهي في الوصول إلى تكييف المعاني المطروحة في النتاج.

وهذا يعني إن لا مجال إلى فهم النتاج إلا إذا استند إلى بنية أسلوبية، حيث يفكك المتلقي أواصرها لاستجلاء المعنى من خلال التأويل ولا مجال للتأويل ما لم تسبقه رؤية ذوقية ينتبه عبرها المتلقي إلى موارد الخلق الأسلوبية (آل يوسف، 2008، ص3). كما توجد الكثير من الحالات المرتبطة بآلية التلقي على سبيل المثال لا الحصر، الشعور بالاكتشاف، والتأمل، والفهم والدهشة، والتوقع والقلق والتخيل وحب الاستطلاع وإلى غير ذلك من الخبرات الجمالية التي نعتقد أنها تماثل في كثير من جوانبها بعض ما يحدث في عملية الإبداع (شاكر، 2008، ص502).

فآلية التلقي قائمة على الإدراك الذي يقود المتلقي إلى التواصل والتفاعل مع النص الجمالي (تلقي ذوقي) لينتج عنهما التأثير النفسي ودهشة انفعالية ثم التفسير والتأويل لفك شفرة التصميم ومن ثم فهم ما يرمي إليه، فالهدف الرئيس من آلية التلقي هو توصيل وفهم الأفكار إلى المتلقي.

3-2 إدراك تعبيرية جماليات الخطاب التصميمي:

يُعد التعبير الصورة العليا لفهم الشكل والمعنى، والفهم هنا لا يكون تعقلاً مجرداً، بقدر ما تنتقل به مادة الفهم بأدنى مستوى من الوعي، فلا يتم فهم الموضوع الجمالي إلا من خلال الحضور المُدرَك، فنحن نُسلم ذاتنا للخبرة بما نناله، إذ إن المُدرَك قادراً على أن يقول شيئاً آخر وصورة عليا للشكل والمعنى بتآلف عناصره المحسوسة في وحدة معبرة. فالتعبير بهذا المعنى هو خاصية وجدانية معينة يكشف عنها الموضوع الجمالي ومن ثم يكون موضوعاً لشعورنا أكثر مما هو لغة للفهم التعقلي، فالموضوع الجمالي بمثابة الأسلوب الذي يُخاطب المبدع به المتذوقين، من خلال عمله الفني، كما لو كان يتصل بهم من خلال رسالة يوجهها إليهم (الإمام، 2013، ص32-33). فإن إدراك جماليات الخطاب يفترض تصوراً معيناً له، يضاف إليه القدرة على التمييز بين الأشياء المُتصِفة به. وهكذا فإن القيم الجمالية للمتلقى هي التي يؤسس عليها الفرد نوع الحكم المتعلق بالنتائج التصميمية (راوية، 1987، ص17). وإن مجمل تلك العمليات هي ما يطلق عليها بالتذوق الجمالي، فالجمال وفق هذا المفهوم يعد قضية إدراكية للتعبيرات والمضامين الشكلية سواء التي تحمل وضوحاً أو ذات طابع بسيط أو على مستوى من التعقيد الشكلي والمظهري فهي تقدم مُعطيات البعد التعبيري الارتباطي الذي يستشفه المتلقي (المستخدم) من تعامله وتفاعله مع التصميم (الإمام، 2013، ص33). فالمصمم يعرف متى يعقد في الأشكال أو يبسطها وهذا ما نجده في نتائج التفكيكية المرتبطة بعلاقة تضاد مع ما بعد الحداثة في البحث عن الأشكال غير الكاملة فهي تُبسط الأشكال، وبِغِلاقة تكيف مع الحداثة في البحث عن أشكال غير مألوفة مع الإبقاء على خطوطها الخارجية فهي تعقيد للأشكال (اليوسف، 1998، ص239) لذا فالتعبير لا غنى عنه كأسلوب يتخذه المصمم الداخلي ليتمكن من إيصال المعنى ومخاطبة المتلقي من خلال نتاجه التصميمي لا سيما للفضاءات العامة، فنجد أسلوب التجريد الذي اعتمده التصميم الحداثي قد جردها من المعنى، بينما نجد أسلوب التعقيد والرجوع إلى التاريخ والماضي الذي نادى به تصاميم ما بعد الحداثة منحها التفسير والتأويل لإيجاد المعنى، بينما جاء أسلوب التفكيك والأشكال غير الكاملة التي جسدها تصاميم التفكيكية منحت التفسير والتأويل المتعدد ومن ثم المعنى المتعدد للنتائج التصميمية.

4-2 العوامل المؤثرة على آلية التلقي:

تكمن العوامل التي تؤثر في آلية التلقي ومراحلها المنطقية في تحديد المفاهيم الآتية (معتز، 2018، ص16):

1- البيئة (Environment).

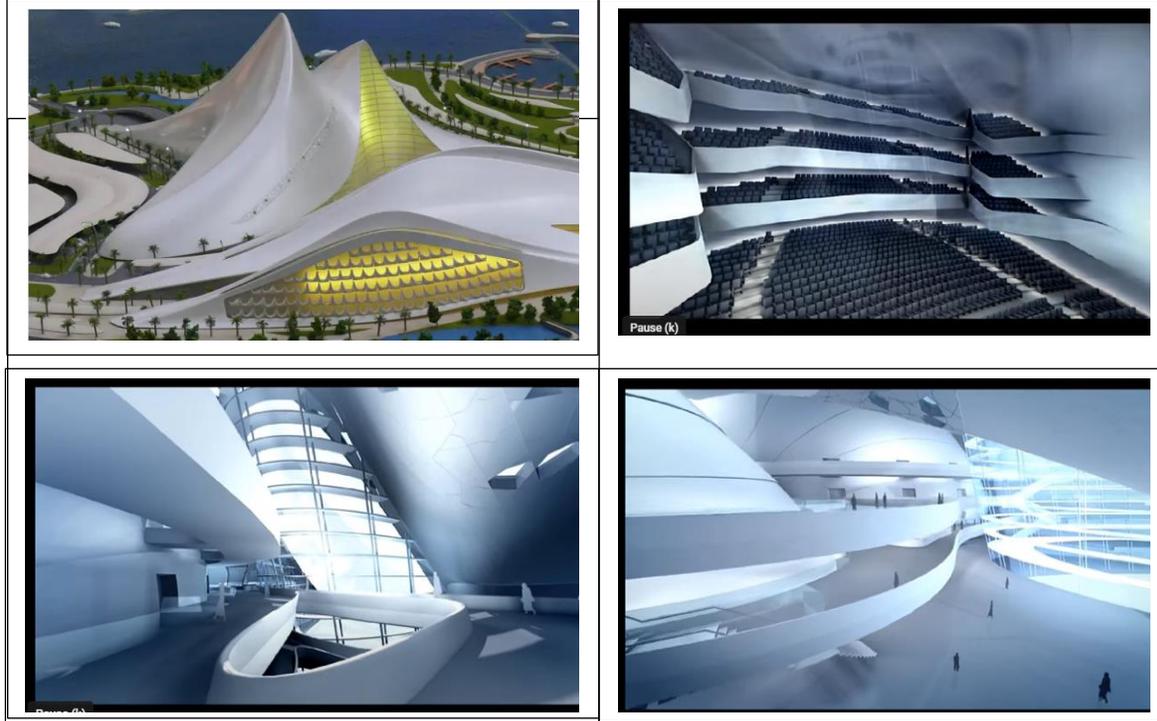
2- المجتمع والهوية (Society and Identity).

3- الاتصال (Communications).

1- البيئة وظواهرها (Environment):

البيئة كاصطلاح عام هي المكان الذي يعيش فيه الإنسان، أي هي مُحيط الإنسان الحيوي، ويقصد بها عادة في العلوم الاجتماعية الأنظمة المختلفة مثل النظام الاجتماعي والنظام الاقتصادي ونظام القيم وشبكة التفاعلات في مُختلف جوانب البيئة الاجتماعية، أي أنها الجزء المحيط الاجتماعي والثقافي والمادي (إسماعيل، 2007، ص37). فهي مجموعة الظواهر التي تحيط بالمصمم الفنان في ضوء التحولات والتغيرات المختلفة. وهي ما يحويه المكان من طبيعة وموجودات شيئية ومعتقدات وتقاليد ومنجزات وأثر روجي (هولي، 1979، ص9). كما تعد مجموعة من مشاهد وسمات وظواهر جغرافية يتأثر بها الفنانون ويعبرون عنها كل حسب أسلوبه وتجربته (محمد، 2006، ص15). إذ يوجه المصمم الداخلي من خلال تصميمه رسالة واضحة تمثل انعكاس للبيئة الاجتماعية والثقافية والمادية والجغرافية لسياق التصميم من خلال التكوينات الجمالية للخطاب التصميمي، ولا شك أن آلية التلقي لا يكتب لها النجاح ما لم يكن للمصمم فكر معين يعكس خصوصية المكان عبر ما يبثه التصميم لأجل الحصول على استجابة واضحة ويسيرة من قبل المتلقي وفك رموز الخطاب والاستمتاع بدلالاته (معتز، 2018، ص16). كما في الشكل (2).

من خلال التصميم الداخلي والمعماري لدار الأوبرا في دبي، يمكن الإحساس بأن المصمم استطاع أن يعبر بشكل كبير عن تأثيرات البيئة في جمالية الخطاب للتصميم الداخلي المستوحى من بيئة دبي الصحراوية، مجسداً للكثبان الرملية وتموجاتها المناسبة لأروقة دار الأوبرا، فآلية التلقي والتقبل ومن ثم الفهم ما ينطوي عليه التصميم تتم بكل يسر عبر سبر أغوار المعرفة البيئية للمكان، من خلال إدراك مكونات الخطاب البصري، بمحاكاة الواقع البيئي ثقافياً وجغرافياً وهي من صفات عمل المصمم المتفاعل مع بيئة التصميم وردود أفعالها المختلفة على الرغم من اختلاف مرتادي دار الأوبرا في جنسياتهم وثقافتهم. وقد يذهب المصمم الداخلي إلى أبعد من محاكاة الواقع البيئي إلى دمج البيئة مع الفضاء الداخلي فيبتعد عن التشبيه والكناية والاستعارة إلى التجسيد الفعلي للبيئة في الفضاء الداخلي.



شكل رقم (2): يوضح محاكاة الواقع البيئي والجغرافي_ دار الأوبرا في دبي، الإمارات العربية المتحدة، للمصممة زها حديد

<https://www.youtube.com/watch?v=sgsswEeyGw0>

ليحقق الاتصال المباشر مع بيئة التصميم ويقدم حواراً مقنعاً ومفهوماً للمستخدم الفضاء الداخلي، ونرى ذلك في العمارة الحديثة التي تعاطف روادها مع الطبيعة ومنهم المعمار Frank Lloyd Wright في خلق فضاء مستمر وإدخال الطبيعة إلى الداخل لإقناع المتلقي بالمكان كما في مشروع بيت الشلال Falling Water كما في الشكل (3) لتحقيق مبدأ الفضاء المستمر والارتباط مع المكان لإكمال العناصر الأفقية بكتل صخرية في تجويف الوادي بحيث يبدو المنزل وكأنه كتل أفقية وعمودية طبيعية كالصخور البارزة من الشلال وبأنه جزء من بيئة الوادي وجزء من كتلة الجبل (الجادرجي، 1995، ص114).



شكل رقم (3): يوضح دمج البيئة مع الفضاء الداخلي باستخدام الصخور الطبيعية لذات المكان في إكساء الارضية والجدران وإدخال العنصر النباتي فيه <http://www.share.america.gov>

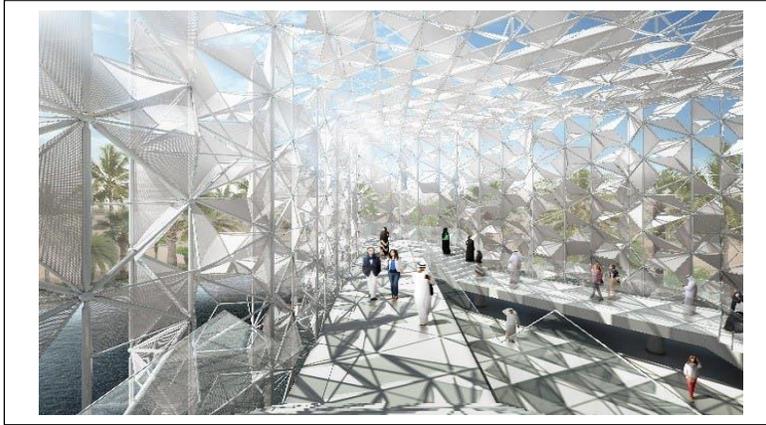
2- المجتمع والهوية (Society and Identity) ودورها في التلقي:

يحرص المصمم الداخلي على استحياء تشكيلاته التصميمية من واقع المجتمع، بعد دراسة عوامله الأنثروبولوجية (عادات، تقاليد، معتقدات، ثقافة) أي تكويناته تعكس حياة الجماعة المصمم لها، فإذا كان المجتمع مجموعة من الأفراد تقطن على بقعة جغرافية محددة من الناحية السياسية ومُعترف بها ولها مجموعة من العادات والتقاليد والمقاييس والقيم والأحكام الاجتماعية والأهداف المشتركة المُتبادلة التي أساسها الدين واللغة والتاريخ (ميشيل، 1980، ص33). فلا بد للمصمم بوصفه فرداً من أفراد مجتمع معين أن يتأثر ويؤثر في مجتمعه أو في أي مجتمع آخر، من خلال تعبيره بشكل حقيقي عن أفكار مجتمع التصميم، ليتمكن من توفير الخيارات الإدراكية للمتلقي في عملية الاستجابة (متعب، 2010، ص116). كما يرتبط المجتمع بظواهره كافة بتحديد مفهوم الهوية، فبدونها يفشل الفكر التصميمي في عملية توصيل الأفكار والتأثير على المجتمع، لذا تُعد الهوية الصيغة الأبسط للإحساس بالمكان، وتُعبّر عن مدى ارتباطها بقيم الفرد وحضارته وثقافته (أبو عبيد، 1999، ص38)، فهي السمة الجوهرية العامة لثقافة

من الثقافات، وتكمن وظيفتها، في "حماية الذات الجماعية من عوامل الذوبان أو التعرية" (المشاري، 2010، ص160-161).

فغالباً ما يتجسد مفهوم هوية الفضاء الداخلي على وفق المبدأ النظري الذي يرى أن العناصر والأشكال تعكس نمط حياة الجماعة التي تنتجها. وقد شاع استعمال مصطلح الهوية في وصف الانتماء إلى كيان اجتماعي شمولي، لذا تعدُّ الهوية وسيلة للتعبير عن كيان الفرد والمجتمع، ويكمن معنى الهوية في حصيلة العلاقة الداخلية بين العمليات الإدراكية والفعاليات الاجتماعية وخصائص الفضاء الداخلي الفيزيائية، لا سيما توافق البيئة الفيزيائية مع طبيعة الفعاليات السلوكية سيما للفضاءات الداخلية العامة كما الشكل (3). ولو شُبهت العمارة باللُّغة، فأن طبيعتها القصصية، تصبح واضحة في تعريف الهوية بمقارنة أشكال معينة في لغة التصميم بحياة مستخدمي تلك اللُّغة. يمكن القول إذ أن المعنى يتقرر عبر حركية الممارسات والأعراف الاجتماعية (Abel,1997,p:152-157).

فإن تجسيد هوية المجتمع في التصميم يُعمق من إحساس المُتلقي بالبنية المُصممة وإدراكه المعنى الكامن خلفها، ويزيد من ارتباطه بهوية المكان، وهذا هو ما يجعل المكان متميزاً عن غيره ومألوفاً في الوقت نفسه، ومن ثم يحظى بالرضا والقبول والرسوخ في الذاكرة، فهذه الصفات ترتبط بإدراك المُتلقي



شكل (3): يوضح تجسيد الهوية لمجتمع التصميم عبر تشكيل الزخرفة التقليدية اليابانية (الاسانوها) جناح اليابان، أكسيو، دبي، <http://shade.ms/wp-2020>

مكانه ومُفرداته وعناصره حسيًا، بالإضافة إلى ارتباطها بإحساسه وشعوره الداخلي (بالراحة والرضا والأمان). ومن أجل أن تتحقق الهوية المكانية ثمة شروط لا بُد أن تتوفر في ذلك المكان لكي يصبح مألوفًا ومفهومًا من قبل المتلقي (المستخدم) ومنها:

1. أن يكون مكاناً مُحددًا يحتضن من يكون فيه.

2. أن يكون المكان مُتنوعاً وذا معانٍ ترتبط بعاطفة الإنسان، وأفعاله وذكرياته مما يخلق هوية مُحددة (الحيدري، 1996، ص25).

إذ ترتبط هوية البيئة الداخلية بالحضارة من جهة التأثير الذي تُخلّفه (الارتباط المكاني والزمني) وترتبط بالإنسان من جهة أخرى (ارتباط إنساني) يعتمد على قدرة الإنسان في فهم حالته ومحيطه، فعندما يُدرك المتلقي معاني مكانه بفعل ما لديه من معلومات وذكريات يسترجعها عند الضرورة تبدأ عملية تفاعله مع المكان (الحيدري، 1996، ص26). فعندئذ تكون البنية المُصممة بمثابة خطاب يفصح عن لغة مشتركة، تعمل على إحالة رسائل بصرية إبلاغية للمتلقي، وكلما كانت نابعة من قيم المجتمع ومعبرة عن هويته كانت مفهومة وذات دلالات قصدية تُشكل لغة حوار مقبولة يتمكن المصمم الداخلي خلالها من قيادة سلوك المتلقي الحركي والذهني والنفسي، فيمكنه أن يشعر بالانتماء أو التأمل أو الراحة والأمان، وهذا يعد بُعداً أسلوبياً عميقاً يُحسب للمصمم، يوصل خلالها لمعنى مشترك مع المتلقي.

3- الإتصال (Communications):

يشير الإتصال (Communication) إلى العملية أو الطريقة التي تتبادل وتنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق بيئي معين، يختلف من ناحية المحتوى والعلاقات المتضمنة فيه، فهو يمثل عملية مشاركة (Participation) بين المرسل والمتلقي في الأفكار والمعلومات عن طريق عمليات إرسال وبت للمعنى وتوجيهه وتيسير له، ثم استقباله بكفاءة معينة لتكوين استجابة معينة لتكوينات الفضاءات الداخلية للمؤسسات العامة (المشاقبة، 2015، ص24). وحيثما كان الإتصال محور حيوي في آلية التلقي للغة الخطاب البصري في التصميم الداخلي؛ وجدت السمات الشكلية حضورها في هذا الميدان الرحب الذي يتسم بالمرونة والانفتاح على مخزون كبير من الأفكار، التي تمنح المتلقي تصورات ذهنية كفيلة بتوجيه إدراكه نحو الغايات المنشودة التي يتقصدها المصمم الداخلي (أراء، 2021، ص1)، إذ يتوقف فهم عملية الإتصال على فهم الرسالة (النتاج المصمم) من ناحية محتواها وأهدافها، ومضمون الفكرة التصميمية التي يعبر عنها في صيغة (رمز، علامة، شكل، إحياء، وغيرها) لكل منها مزاياها ووسائلها، فكلاً

تعددت الرسائل والمعان المراد إيصالها، تنوعت الوسائل وزاد عنصر التشويق، إذ يتطلب من المستلم عند استلام الرسالة فك شيفرات رموزها وتحليلها وفهمها بشكل مطابق للمعنى المقصود، وهنا لا بد من توافر قدر من الخبرات المشتركة ومستوى من التشابه الفكري بين طرفي الاتصال (المصمم والمتلقي) (الحديدي، 2016، ص26).

يُطرح "جينكز" في مقالته (The Architectural Sign) التي توضح مفهومه حول التعامل مع التصميم الداخلي والعمارة، كُغّة اتصال ومنظومة سيميائية، (إن التصميم الداخلي والعمارة يتمتعان بالقابلية السيميائية، إذا ما تم استغلالها فإنها تتاح للتأثير على المتلقيين عبر الطبيعة الاتصالية لها، (JENKS,1980) P:72-73 ، فالتصميم المؤثر هو ذلك الذي ينجح في إيصال رسالة، وإن هذا الاتصال إنما يتحقق عبر ثنائية تتمثل باستعمال الأشكال (الدوال) لإظهار الأفكار (المدلولات)، (فالمدلول Signifies) يحتاج إلى ما يجسده ويعبر عنه وهو (الدال Significant) ضمن عملية ذات مغزى (دلالة Signification)، عن طريق وسائل معينة لتحقيق الاتصال المطلوب بينهما، والاتصال المبتغى مع المتلقي. وفي أبسط تعريفات السيميائية إنها (نظام السمة أو الشبكة من العلاقات النظامية المتسلسلة وفق قواعد لغوية متفق عليها في بيئة معينة)، وهذا النظام الكلي هو المرجعية العلاماتية التي يستقي المصمم أشكاله ورموزه منها، عبر العلاقات التنظيمية للعناصر على وفق قوانينها البصرية التي تستند إلى أسس ونظام معين خاضع في كل أحواله إلى عمليتي التفكيك والتركيب، والتحليل والتأويل التي يقوم بها المتلقي، ومن ثم إعادة تركيب العناصر التي قام بتفكيكها من أجل قراءة جديدة تؤول العلامة وتعيدها إلى صورها ودلالاتها المتعارف عليها، إذ توصف السيميائية بأنها (لعبة التفكيك أو التقويض والتركيب، وتحديد البنات العميقة وراء البنات السطحية المتمظهرة في دلالاتها، بغية البحث عن آليات إنتاج المعنى، وكيفية إفراز الدلالة (اياد، 2008، ص167-168).

فيما تعد الدلالة (Signification) مفهوم ذهني يقوم على تفسير المعان، ويتحقق فهم المتلقي عن طريق تصورات ذهنية للشكل الذي تعنيه رسالة معينة، فالمعنى يعتمد على العلاقات القائمة بين تعابير الأشكال الدالة، وبحسب رأي "رولان بارت" (تشير إلى عملية توليد المعنى، وليس إلى المعنى نفسه)؛ لذا فإن المعنى هو القصد من دراسة علم الدلالة (سعيد، 1985، ص91).

وتمثل الدلالة في هذا السياق حضوراً قصدياً بامتياز عبر عناصر التصميم (الشكل، الهيئة، اللون، الملمس، الضوء)، التي لا بد أن تدل على معنى هادف، لأن الشكل (الدال) هو وحده يقوى على إحداث الانفعال

الجمالي في لحظة التذوق، والذي يستمد من المادة التي يصاغ بها المضمون أو الفكرة أو مجموعة الانفعالات والأحاسيس والأفكار التي تعبر عنها تلك الدلالة (الإمام، 2014، ص86)، وتتنوع وسائل وآليات عمل الدلالة في التصميم الداخلي من خلال (الرمز- الإشارة - العلامة- الشيفرة- المؤشر- الأيقونة). (أراء، 2021، ص110) التي توضحها الأشكال التالية شكل (4) و (5) و (6) و (7).

لذا تمتلك بنية التصميم لغتها التعبيرية من خلال وسائل الاتصال (العلامة، الرمز، الإشارة، والأيقونة) والتي تعد من العوامل المؤثرة المهمة للآلية التلقي سيما في المؤسسات العامة، فُنشك شيفرات مباشرة مع مدركات المتلقي وتساهم في إيصال المعاني الدالة بعد إدراكها وتفسيرها ومعرفة دلالاتها، فتقود إلى تأكيد المعنى بما تحمله من قوة تعبيرية في خطابها البصري في بنية الفضاء الداخلي.



شكل (5): يوضح نظام الإشارة في الاتصال مع المتلقي في تصميم الفضاء الداخلي العام.

شكل (4): يوضح الرسالة الاتصالية للرموز التي يحملها تصميم متحف الأطفال كتعبير وجداني عن البيئة الخيالية لشخصيات القصص المحببة للطفل.



شكل (7): توظيف أيقونة الديناصور في التصميم الداخلي ووسائل الاتصال في متحف انديانابوليس - أمريكا بما يعمق من تفاعل الطفل مع الفضاء المصمم.

شكل (6): دور العلامة التي تحملها وسيلة الاتصال وتوجيه مدركات المتلقي

مصدر الاشكال: آراء، 2021، ص 12-19

5-2 دور المتلقي:

إن الوصول للمعنى وما تنطوي عليه فكرة التصميم، لا شك يعتمد على دور المتلقي المستخدم للفضاء الداخلي على وفق خبراته وقدراته وذائقته ووعيه الجمالي، فضلاً عن الصور الذهنية المخزونة في مخيلته التي تعكس مستواه المعرفي والفكري، فالأهمية التي تُعطى لدور المتلقي للنتائج التصميمية تبرز عند وضع تصورات خاصة به عن البيئة كونها النموذج الذاتي لمعرفة الإنسان للعالم ولفهم الحياة، ويقع ضمنها بصوره الذهنية الخاصة عنها، في حين تُمثل التصورات تأويل الخبرة الحسية المباشرة خلال نظام قيم التلقي (Pocock, 1978, p:19). بينما تتحدد القيم بتجربة ترتبط بالمتلقي وفقاً إلى أنواع التطور المعرفي لديه أو نوع الارتقاء في تصوراتها الذهنية، وهذا ما أشار إليه الفيلسوف اللغوي السيميائي Ferdinand de Saussure في دراسات العلاقات ضمن الزمن والعلاقات ضمن النظام عبر حقيقتين في التتابع والتزامن وتحمل كل منهما طرفي ظاهرة واحدة فكان هناك تطوراً تتابعياً للتصورات الذهنية يمثل تجربة المتلقي الآنية مع العمل بذاته للوصول إلى معناه خلال بناء علاقات الأجزاء (علاقات بين أشياء متزامنة جرد عنها التدخل الزمني)، وهناك تطور تزامني للتصورات الذهنية يمثل تجربة المتلقي للعمل يؤخذ بنظر الاعتبار تاريخيته الخاصة به عندها يكون تأويله عندما يعرض التاريخ ضمن الفهم نفسه (دراسة شيء واحد في لحظة واحدة)، وعليه فإن تحديد دور المتلقي عند كل من التجريبتين لا يجري بصورة منفصلة بل إن المعنى ينتج من اتحاد

التجربتين (بديعة، 1998، ص78). فنحن لا ندرك الفضاء الداخلي من الوهلة الأولى إلا من خلال حركتنا بين أجزائه وفهمنا لآلية بناء علاقات عناصره وما تنطوي عليه من انطباعات تعبيرية تستثير مدركاتنا الحسية أولاً ومن ثم تستدرج الصور الذهنية المخزونة في المخيلة ليتم إدراكه ثانياً، فإن الوصول إلى بناء صورة ذهنية عن واقع موضوعي معين فيه يتضح من خلال صورة الشيء ووجوده الخاص في الذهن ولا بُد لأجل ذلك الشيء أن يكون متمثلاً فيها لأنها تملك الخصائص التي يتمتع بها الواقع الموضوعي لذلك الشيء، فالفكر ينتج صورة والصورة تُعلم فكراً (رافد، 1998، ص169) فعملية التأويل التي يلجأ إليها المتلقي وفقاً لم يستكشفه من إحياءات تُمكن من إنتاج صوراً تُحرك في ذهنه تصورات معينة نتيجة رؤية الفضاء الداخلي كرمز، إذ تعتمد هذه الصورة على السياق العام للشكل والموقف منه، وعلى ذاتية المتلقي وعلى نوع العلاقة التي تربط الفكرة بالمرجع من جهة من خلال إبراز أهمية المعنى التي تظهر في درجة التماثل بين نتائج التوجهات المختلفة التي تقاس في التأثير المباشر على توجه الناتج في اعتماد منهج معين (رزوقي، 1996، ص63). لذا تُعد البيئة الداخلية أصغر مقوم بصري يحمل دلالة ترتبط بمرجع مشترك بين المصمم والمتلقي حيث إن فقدان المرجع المشترك يلغي الحوار بين المصمم والمتلقي ومن ثم يتعذر التواصل الفكري بينهما وتصبح المعالم خالية المعنى بحكم فقدان المرجع المشترك (الجادرجي، 1995، ص114). وهنا يكمن دور الناتج التصميمي الذي يستقيه المصمم المبدع من مرجع معين أو توجه محدد عبر المحاكاة البعيدة عن التقليد والاستنساخ.

وإن المتلقي يعيد إنتاج التصميم ومن ثم يرفض حيادية لغته لكونه يخضع لموقف يحدد المطلوب منه سواء كان ذلك موقف المبدع المصمم الذي يسعى للتأثير في المتلقي المستخدم أم موقف المتلقي الذي يحاول معالجة مفردات الناتج التصميمي، ومن ثم لا تتم فعالية الحضور إلا بوجود المتلقي بحيث يمكن اعتباره شريكاً في عملية إعادة الخلق التصميمي، إذ يقوم حضور المتلقي بالتفاعل مع الناتج المبدع لتحرر ذهنه هو على اختلاف الأفكار التي يمتلكها المتلقي والتي تختلف من سياق لآخر (آل يوسف، 2008، ص5). فدور المتلقي هنا بمثابة تغذية استرجاعية للناتج التصميمي بعد معايشة مفرداته وعناصره ومن ثم ربط أجزائه وتكويناته ليتمكن من الوصول لمفهوم الرسالة مما يتيح للمتلقي تحليل وتركيب ومن ثم تفسير وتأويل التصميم وما يفصح عنه من جماليات الخطاب ومضمونه الفكري والدلالي، ومن ثم الوصول للمعنى الكامن لفكرته على وفق المستوى المعرفي للمتلقي، لهذا يعد المتلقي شريكاً في عملية إعادة الخلق التصميمي.

إذ إن النتاج المُبدع يُولد فراغاً يتوجب على المتلقي تجسيه من أجل ربط الأجزاء غير المترابطة. وبذلك فالمصمم المبدع يحاول في تصميمه إن يولد فراغاً لكي يحاول المتلقي إن يملئ هذا الفراغ وربط أجزاء العمل مع بعضها البعض لإيجاد الكل خلال فعل التلقي أي أن العمل يبني وفق بنية تخيلية (تتبع من فعل التلقي) نتيجة انتشار الفراغات فيه مما يجعل المعنى في ذلك العمل تصورياً فهذا أكثر مما تراه العين، وعلى العلاقة التي تربط الرمز بصورة الفكرة، من جهة أخرى والذي فيه تقترن القيمة النوعية للنتاج التصميمي بمدى إحداثه التغير في إدراك المتلقي، على افتراض إن إدراكه محدد وثابت حسب مستوى الزمن والفترة الزمنية والثقافة لذا فهو عرضة للتغيير ومن ذلك تحدث الجدة في اختلاف الشكل عما سبقه، والتغيير عن المؤلف يعد تغييراً في إدراك المتلقي الذي يتفاعل مع عملية الخلق ويدخل في حوار معها من أجل إعادة عملية الخلق في استقباله (رزوقي، 1996، ص63).

ولا يخفى الدور الفاعل للمتلقي الذي يضاهي دور المصمم المبدع في إبداعاته التصميمية، وقد تحصل حالة الإبداع وتظهر فيها أهميته في توحيد وانصهار كحالة ملائمة بين المتلقي مستخدماً في حين يُركز المصمم على أهمية جانب الإقناع من خلال النتاج التصميمي المبدع، إذ إن ذلك أوجد مظهرين إلى التلقي مظهر خارجي نفسي ومظهر داخلي قائم في التركيز على النتاج من خلال وظيفته الفنية الاقناعية باحثاً عن الجمال الملموس القائم، فهو مُعنى بالتأثير الذي يتركه النتاج وعلى قدرة المتلقي في تأويله، فإن التصميم المتميزة تعتمد على الفهم الذي يلتزم بالمجال المحدد من التأويل، إضافة إلى إمكانية اللغة الجيدة إن تجعل الشكل قادراً على نقل الرسالة المقصودة، حيث يسعى المتلقي إلى استقصاء ملامح المرجع من جانب التشكيل الفضائي متناسباً مع عصر النتاج وبالتالي يكون المتلقي المؤول مرجعاً مشتركاً بينه وبين المصمم (آل يوسف، 2008، ص1).

لذا يتباين مستوى التلقي من متلقى لآخر حسب المستوى المعرفي والنسق الثقافي والاجتماعي الذي يتواجد فيه، والقدرة على الاتصال الفكري مع المصمم، وفك رموز فحوى رسالة التصميم وتحليل شيفراتها والقراءة الواضحة لها، ومحاولة فهم محتواها وإدراك خطابها الجمالي وعلى مقدار تفاعله مع البنية المصممة.

2-6 دور المصمم:

على المصمم أن يضع قواعد وأصول تضبط قضية التلقي لأنها تشكل محور أساس من محاور الإبداع، كما إن إدراكه بأن قضية التلقي في العمل الإبداعي هي الغاية الأساسية للمصمم المبدع للعملية الإبداعية وأساس النتاج، ومن هنا كان:

- التركيز على أسلوب المحاكاة والتخييل في إخراج النتائج التصميمي وعلاقته المباشرة بالمتلقي، فإن الخيال هو الملكة التي يؤلف بها المصمم صوره فهي قوة تحفظ الصور المرتسمة في الحس المشترك إذا غابت تلك الصور عن الحواس الباطنة، وهو ليس منفصلاً عن الفكر ولكنه الفكر نفسه في عملية تلقائية (لا شعورية) ولولا الخيال لصار الفضاء الداخلي نقلاً لمواقع ومحاكاة ليس فيها تفنن أو إبداع، بالإضافة إلى إن الطبيعة أو ما يحيط بالمصمم، مادة مهمة لا يستغنى عنها مهما كان التصميم.
- التركيز على البعد الأسلوبي المتمثل بلغة التصميم ومظاهره، والغموض الفني والغرابية في إنتاج الصورة، لما لهذه القضايا الأسلوبية من استقرار المتلقي وتشجيعه ليشارك في عملية الإبداع وليواصل العلاقة مع النتائج وذلك بعد أن تنتهي علاقة المصمم بعمله.
- يتطلب من المصمم تناول مسألة الصورة فنياً وبلاغياً بشكل واضح، ويكون فنياً في المعنى المباشر للواقع ووصف تعبيرى لمظاهر هذا الواقع، وبلاغياً في المعنى غير المباشر للمحاكاة المتمثل بالخروج عن المألوف في اختيار العناصر وترتيبها. ويتطلب من التصميم المحافظة على الصورة البلاغية كونها تعاون المبدع في أن يراعي مقومات الأسلوب من مفردات تشكيل وتناسب لكي تكون أكثر قدرة على التأثير بالمتلقي، وبذلك استطاعت المشاريع المصممة المبدعة أن تجعل من المتلقي محور العملية الإبداعية بعد أن كان التركيز في بدايات العمارة الحديثة على المبدع المصمم أكثر من غيره، وإلى إنتاج أبنية طالبت بفهم المتلقي لتأويلها معززة العلاقة بين التغيير في النظام بدور المتلقي في الاستقبال.
- يستوجب على المصمم الداخلي ضرورة موائمة أسلوب التصميم مع المتلقي للتأثير فيه سلوكياً إضافة إلى الناحية النفسية والذهنية، لذا ظهرت ضرورة أن يراعي المصمم في معالجاته الأسلوبية والجمالية للنتائج إبراز أهمية مناسبة ذلك مع سيكولوجية المتلقي في كل خطوة من خطوات الإبداع والخلق التصميمي (آل يوسف، 2008، ص8-10).
- محاولة المصمم لتأصيل نتاجه التصميمي بتأملاته وتخيالاته التي تمنحه القدرة على الاتصال، وهو ما يدعو إلى توافر مدى مناسب من الاستجابة، كي يحقق معنى التفرد ويكتسب صفته، فالمصمم هو الذي يقوم بصياغة الفكرة التي لا بد أن تكون واضحة في ذهنه، ويحسن التعبير عنها ووضعها في تكوين معبر، فضلاً عن طبيعة الوسيلة التي يستعملها، مع أهمية مراعاة ظروف وخبرات المستقبل العمرية والنفسية، وتفهم مشاعره واتجاهاته وتفضيلاته الجمالية وبيئته المكانية (محمود، 2003، ص95).

فالجمال الذي يسعى المصمم إليه يجب أن يكون متاحاً أي يسهل تفسيره وتأويله ومن ثم الوصول إليه ويُفهم من قبل الجميع وليس فقط للنخبة، فغالباً ما يسعى المصممون لتوسيع التوقعات الجمالية للمتلقى تجنباً للتكرار والتقليد فيلجؤون إلى الجديد والغريب، بينما الجمال المطلوب هنا السهل المنال ليكون حواراً بين المصمم أو الفضاء الخاص به وبين جمهور المتلقين، أي يكون هناك فهم مشترك ومعنى مشترك، فمن الغطرسة أن يقر المصمم أنه يجب على الناس فهم تصميمه، بل يجب أن يحظى بمجال القبول للناس عامة، فهو من المهام الرئيسة للمصمم، لذلك فإن الحكم بدقة على جمالية الخطاب التصميمي يكمن في سهولة الوصول والتواصل مع الفضاءات المصممة.

الاستنتاجات

أسفرت تنظيرات الإطار النظري عن مجموعة مؤشرات يمكن اعتمادها كاستنتاجات للبحث الحالي وهي:

1. يُعد التصميم الداخلي منبعاً لأيدولوجياً تُعنى بتقديم تشكيلات بصرية لا تقف عند هدف تحسين الذائقة الجمالية عبر منظومة الاستلام البصري للمتلقى فحسب، وإنما يُعنى بتقديم قيم شكلية حوارية تُخاطب المتلقي وتتمكن من قيادة سلوكه الذهني والنفسي بسبب ارتباطها بالمعنى الكامن المشترك بين المصمم والمتلقي.
2. يرتبط الوصول إلى الفهم والاستيعاب الكامل للفكرة التصميمية بقوة الاستجابة والإدراك لدى المتلقي، نظراً لما يبثه التصميم من إيقاع واضح وتأثير قصدي بشكل مباشر وغير مباشر في استثارة المتلقي وفكه رموز الخطاب الجمالي لبنية التصميم.
3. إن الإحساس بالجمال عملية معرفية تتألف من جانب الإدراك الحسي وجانب التصور العقلي، وإنها لا يمكن أن تتم بالإدراك فقط بدون فهم المعنى الذي تنطوي عليه، وبمقدار قوة الرسالة ومضمونها للعمل الفني يكون مقدار التلقي والأخير يرتبط من شخص لآخر ومن مجتمع لآخر.
4. المعاني المشتركة والفهم المشترك بين المصمم والمتلقي تُمثل الارتباطات الذهنية التي تنقلها عناصر البيئة الداخلية وتنظيمها الفضائي والبصري إلى المتلقي بأسلوب يعتمد ما يأتي:
أ. المحاكاة وليس التقليد والاستنساخ والمماثلة لما سبق من النتائج.

- ب. اتخاذ أسلوب بلاغي في ترجمة تشكيلاته يعتمد التشبيه والاستعارة والكناية يُقدم عبرها صورة بلاغية محملة بالمعاني المشفرة تفتح باب التفسير والتأويل من قبل المتلقي.
5. يتطلب على المُصمم تحقيق الإقناع والفهم للنتائج التصميمية الذي هو هدف التصميم عبر مراعاة أحوال المتلقين، فيعرف المصمم متى يعقد في الأشكال أو يبسطها وعلى وفق ما يتطلبه سياق التصميم.
6. يتم التلقي للنتائج التصميمية على مستويات ذهنية عدة؛ يبدأ بالإدراك الواعي للبيئة المُصممة، كما يشترط التفاعل والمشاركة مع النتائج ليتم التحليل والتركيب والتفسير والتأويل لتتم آلية التلقي ومن ثم يصل إلى الإقناع والتقبل للفكرة التصميمية.
7. تُعد الصياغات التعبيرية كأسلوب أو وسيلة تُمكن المصمم الداخلي من إيصال المعنى ومخاطبة المتلقي من خلال نتاجه التصميمي.
8. تختلف عملية التلقي للنتائج التصميمية باختلاف الثقافات والقدرات الفكرية ومقدار المخزون المعرفي في ذهن المتلقي وعلى عملية التحليل والتركيب ومن ثم التقييم لذلك العمل.
9. يُشكل الناتج التصميمي رسالة واضحة المعنى عندما يكون انعكاس للبيئة الاجتماعية والثقافية والمادية والجغرافية لسياق التصميم من خلال التكوينات الجمالية للخطاب التصميمي، وأن آلية التلقي لا يكتب لها النجاح ما لم يكن للمصمم فكر معين يعكس خصوصية المجتمع وهوية المكان عبر ما يبثه التصميم لأجل الحصول على استجابة واضحة ويسيرة من قبل المتلقي وفك رموز الخطاب والاستمتاع بدلالاته وأهدافه.
10. تعد كل من (العلامة، الرمز، الإشارة، والأيقونة) وسائل اتصال وهي من العوامل المؤثرة المهمة للآلية التلقي، فتشكل شيفرات مباشرة مع مدركات المتلقي وتساهم في إيصال المعاني الدالة بعد إدراكها وتفسيرها ومعرفة دلالاتها، فتقود إلى توكيد المعنى بما تحمله من قوة تعبيرية في خطابها البصري في بنية الفضاء الداخلي.
11. يعتبر دور المتلقي بمثابة تغذية استرجاعية للنتائج التصميمية بعد معايشة مفرداته وعناصره ومن ثم ربط أجزائه وتكويناته ليتمكن من الوصول لمفهوم الرسالة مما يتيح للمتلقي تحليل وتركيب ومن ثم تفسير وتأويل التصميم وما يُفصح عنه من جماليات الخطاب ومضمونه الفكري والدلالي، ومن ثم

الوصول للمعنى الكامن لفكرته على وفق المستوى المعرفي للمتلقى، لهذا يعد المتلقي شريكاً في عملية إعادة الخلق التصميمي.

12. إن الخطاب على مستوى الشكل التصميمي وترجمته إلى فعل مكاني مُعاش له تأثير بالغ الأثر على المتلقي (المستخدم) بتعديل مساراته نحو غايات وأهداف يمكن أن تستثير الفكر والسلوك على مستوى القصد والهدف الذي أُسست من أجله.

8-2 التوصيات

بناءً على ما توصل اليه البحث الحالي من استنتاجات، نقدم مجموعة توصيات يمكن من خلالها الإسهام في تعزيز البحث كما يأتي:

1. يوصى البحث في التأكيد على ضرورة إدراك المصمم لمعاني الأشكال التي يوظفها، ومحاولة بناء تصور عن الكيفية التي تتم بها تلقي النتاج التصميمي واستنطاق تشكيلاته بما يحقق الملائمة مع أحوال المتلقين والغرض من التصميم.
2. يوصى البحث باعتماد المصممين لتشكيلات جمالية تخاطب ذهن المتلقي وتوصل رسالة واضحة المعالم ومحملة بالتميز والتفرد في الوقت ذاته، عبر تصميم يحاكي واقع البيئة الفكرية والثقافية والجغرافية ويحقق مطالب مجتمعية ويعكس هوية مكان ومجتمع التصميم، بأسلوب يساير المستجدات ويتعدى عن التقليد باتجاه خرق القواعد السائدة.
3. توصي الدراسة باستثمار استنتاجات البحث الحالي من قبل المؤسسات المعنية بإنشاء الفضاءات الداخلية العامة الثقافية والخدمية والترفيهية.

9-2 المقترحات

بعد الانتهاء من الاستنتاجات والتوصيات نتوجه ببعض المقترحات التي يمكن لها أن تستكمل ما توصلت إليه الدراسة الحالية بإجراء دراسة معرفية تتضمن:

1. دراسة التواصل وآلياته الفكرية في تصميم الفضاءات الداخلية.
2. دراسة الإقناع وأساليبه الفكرية في إدراك الصورة التصميمية للفضاءات الداخلية.

المصادر

1. ابراهيم فتحي. (1986)، معجم المصطلحات الأدبية، التعااضدية العمالية للطباعة والنشر، صفاقس.
2. أبو عبيد، نظير. (1998)، التواصل بين العمارة والمجتمع، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 284.
3. أحمد مختار عمر. (1998)، علم الدلالة، عالم الكتب، ج7، القاهرة.
4. أحمد مختار عمر. (2008)، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب، القاهرة.
5. الحمد، محمد بن ابراهيم. (2008) فقه اللغة مفهومه – موضوعاته - قضاياها، دار ابن خزيمة للنشر، الرياض.
6. آراء، أطروحة دكتوراه، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 2022.
7. اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي. (2007) المفاهيم والمصطلحات البيئية، الدار الثقافية للنشر، القاهرة.
8. الإمام، علاء الدين كاظم. (2014)، خطاب التصميم الداخلي وانعكاسه السلوكي في فضاءات السلطة، أطروحة دكتوراه، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد.
9. الإمام، علاء الدين كاظم. (2014)، بنية الشكل الجمالي في التصميم الداخلي، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان.
10. إياد عبد الله. (2008)، فن التصميم في الفلسفة-النظرية-التطبيق، ج1، ط1، دائرة الثقافة والأعلام، الشارقة.
11. بديعة علي محمد. (1998)، أثر التغير التركيبي في الشكل المعماري على المتلقي مستقبلاً، الجامعة التكنولوجية، قسم الهندسة المعمارية.
12. الجادرجي، رفعة. (1995)، حوار في بنوية الفن والعمارة، رياض الريس للكتب والنشر، لندن.
13. جبران سعيد. (1992)، الرائد معجم لغوي عصري، دار العلم الملايين، بيروت.

14. جنان محمد أحمد. (2014)، الاستيمولوجيا المعاصرة وبنائية فنون تشكيل ما بعد الحداثة، منشورات ضفاف، الرياض، 2014.
15. جمعة سيد يوسف. (1990)، سيكولوجية اللغة والمرض العقلي، عالم المعرفة، الكويت.
16. الحديدي، منى سعيد، شريف درويش اللبان. (2013)، فنون الاتصال والاعلام المتخصص، ط2، الدار المصرية اللبنانية.
17. حرب، علي. (2010)، هكذا أقرأ ما بعد التفكيك، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، لبنان.
18. الحيدري، سناء ساطع. (1996)، الانتماء المكاني في التجمعات السكنية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الجامعة التكنولوجية، قسم العمارة، بغداد.
19. ديوي، جون. (1963)، الفن خبرة، ترجمة: زكريا ابراهيم، دار النهضة العربية، القاهرة.
15. راضي حكيم. (1986)، فلسفة الفن عند سوزان لانجر، دار الشؤون الثقافية، بغداد.
16. رافد عبد اللطيف عبد القادر. (1998)، المكان كنظام، أطروحة دكتوراه، الجامعة التكنولوجية، قسم الهندسة المعمارية.
12. الراوي، نزار. (2011)، مبادئ التصميم الجرافيكي، دار اوثر هاوس، الولايات المتحدة الأمريكية.
13. راوية عبد المنعم عباس. (1987)، القيم الجمالية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
14. رزوقي، غادة موسى. (1996)، فعل الإبداع في العمارة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الهندسة، جامعة بغداد.
15. زاهيد مصطفى. (2021)، مدخل إلى الفكر الأنثروبولوجي، مقال منشور، مجلة الفكر العربي المعاصر، العدد 152-153.
16. سعيد علوش، (1985)، معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، ط1، دار الكتاب اللبناني، بيروت.
17. شاكر عبد الحميد. (2008)، الفنون البصرية وعبقورية الإدراك، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
18. صليبيا، جميل. (1994)، المعجم الفلسفي، الجزء الثاني، دار الكتاب العالمي، بيروت، لبنان.

19. القيسي، نغم أحمد. (2001)، الجمال والمضمون في العمارة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة التكنولوجية، قسم الهندسة المعمارية.
20. متعب مناف جاسم. (2010)، السوسيولوجيا العابرة نظرية، معرفة، تاريخ، المركز العلمي العراقي، بغداد.
21. محمد عارف. (2006)، جماليات الطبيعة في كردستان العراق وأثرها في الرسم العراقي المعاصر، مؤسسة موكرياني للبحوث والنشر، أربيل.
22. محمود حسن اسماعيل. (2003)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة.
23. مراد وهبه. (2007)، المعجم الفلسفي. دار قباء الحديثة للنشر والتوزيع، القاهرة.
24. المشاري، عبد الله النعيم. (2010)، سفر العمران، الدار الوطنية الجديدة للنشر والتوزيع، ط1. الدمام، السعودية.
25. المشاقبة، بسام عبد الرحمن. (2015)، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان.
26. معزز عناد غزوان. (2018)، التوصيل واشكالياته في الخطاب البصري، منشورات الاتحاد العام للأدباء والكتاب، العراق.
27. ميشيل، دينكن. (1980)، معجم علم الاجتماع، ترجمة: د. إحسان محمد الحسن، دار الرشيد للنشر، بغداد.
28. هول، اوم. (1979)، الإنسان والبيئة، ترجمة عصام عبد اللطيف، الموسوعة الصغيرة، دار الحرية للطباعة، بغداد.
29. آل يوسف، ابراهيم جواد كاظم. (2008)، إشكالية التلقي عند المصمم والمتلقي في العمارة، المجلة العراقية للهندسة والتخطيط، العدد (1).
30. اليوسف، أبراهيم جواد. (1998)، التعقيد في عمارة ما بعد الحداثة، أطروحة دكتوراه، قسم الهندسة المعمارية، الجامعة التكنولوجية، بغداد.

31. Abel, Chris. (1997), Architecture and Identity, Architectural Press, An imprint of Butter, U.K.
32. Jenks, Charles. (1980), THE ARCHITECTURAL SIGN, in Signs, Symbols, and Architecture, John Wiley & Sons.
33. Pocock, Douglas & Hadon, Ray. (1978), Images of the Urban Environment", first published, London.
34. Paul, Ricoeur. (2001), Pertinence et Portique Semilogique, Paris, edition, Payot.
35. Schulz, Christian Norberg. (1981), Intentions in Architectur e', M.I.T., CombridgePress.

مواقع النت

36. الزمخشري، محمد بن الفضل ابراهيم. معجم الماني الجامع. <https://www.almaany.com>