

## الجماليات على وفق مفاهيم نظرية القدرة الأدائية

أن الجمال كما عرفناه فيما سبق هو: "المجال الذي يتعامل مع وصف الظواهر الفنية والخبرة الجمالية وتفسيرها" (٢٥٨، ص ٢). وفي سياقات تفاعل الإنسان مع تصميم المنتجات الصناعية، فإن مثل هذا التعريف الواسع للجماليات من الممكن أن يكون اشكالياً، فالمنتجات التي نتفاعل معها دائماً ما تخدم غرضاً محدداً، إذا أنها تتضمن أفعالاً وأهدافاً لتسهيل الحياة اليومية، مثل إجراء مكالمة تليفونية، الاستماع إلى موسيقى معينة.. وغيرها، وهذا ما يميزها عن الأعمال الفنية التي لا تخدم أهدافاً شخصية غير الاستمتاع وتقديم رؤيا فنية جديدة.

والفكرة الرئيسية التي تنطلق منها نظرية القدرة الأدائية، تؤكد على أن "القدرات الأدائية للبيئة هو ما تعرضه للكائن الحي، ما تقدمه وما تجهز به، سواء في الخير أو في الشر" (١٩٧، ص ٢)، وبالتحديد أن القدرات الأدائية هي: "ما نحصل عليه أو نتسلمه من خلال الخصائص البصرية للشيء، أو من خلال مواصفاته التي نراها في الضوء" (١١٢، ص ٢٢).

إذ تؤكد بعض المراجع والدراسات أن الجمال ما ه في الواقع إلا "دراسة التأثيرات الفيزيائية الشكلية على الإحساس البشري" (٢٧٢، ص ٨)، وقد يكون التعريف الأكثر اختصاراً للجمال هو التعريف الذي يؤكد على الطبيعة الحسية لمدخلات الحكم الجمالي – البصرية (١٥٧، ص ١٦١)، (٢١٥، ص ٨٣)، وبكلمة أخرى التعريف الجمالي من الممكن اختزاله إلى الجاذبية الفيزيائية للمنتج، أو الجماليات المدركة بصرياً، ولهذا الاختزال فائدتان: (جاسم خزعل بهيل ص ٩٦).

١. أن عملية تقييد الحكم الجمالي بالجماليات المظهرية يقترب بشكل كبير من المفاهيم التي تطرحها نظرية القدرة الأدائية والمؤكد على أن القدرة الأدائية للشيء هي "التركيبية المحددة من المواصفات الخاصة بالشيء (المظهرية) والتي تعد كمرجعيات للكائن الحي" (٢٦١، ص ٦٧).

٢. أن الجمال وفقاً للبعد المظهري أو الفيزيائي يختلف عن الجاذبية الكلية، فنحن قد نحب منتجاً ما فقط من أجل المنفعة التي يقدمها أو طريقة الاستخدام التي يظهر بها، على الرغم من القبح الواضح في مظهريته، فالجمال يمنحنا القدرة على التمييز، على سبيل المثال أظهرت دراسة Hassenzahl والمسماة (تبادلية الجمال: الجودة والاستخدامية في المنتجات التفاعلية) (١٥٣، ص ٣٣٣)، والتي درس فيها قيم الجودة والجمال في مشغلات الموسيقى الـ MP3 وبالتحديد الموضوعات الكرافيكية فيها (skins)، أنه على الرغم من أن عملية إطلاق الحكم لكلا العاملين قيد الدراسة

(الجودة والجمال) مترابطان (كما هو متوقع من اية بنية تقييمية)، ألا أن الدراسة عرضت لنا اختلافات مثيرة للاهتمام، فالجودة كعكس للجمال تم ربطها بأساليب وطرق الاستخدام (المواصفات الأدائية) والجهود العقلية (والناجم عن اختبار المشكلات الاستخدامية) وأنها تتأثر بالتجربة العامة، وهنا يجب أن نلاحظ أن عملية اختزال الارتباط بين جودة المنتج وجماليته المظهرية يكن بعد عمليات الاستخدام الفعلية للمنتج (اختباره)، وبالأخص عند عملية الفصل، والتي تمثل هنا بكونها أحد عوامل التمييز للتجربة التي يقدمها المنتج كعكس للانطباع الأول أو عندما نضع الاعتبارات المظهرية في مقابل التجربة الاختبارية للمنتج، والتي تحددت في الدراسة السابقة الذكر بحكم الجودة أو الجمال المظهري والتي تبرر لنا المقيد عن الجمال والذي تحدد بالجماليات المظهرية.

### نظرية القدرة الأدائية والأبعاد الشكلية

أن موضوع الجماليات الشكلية أمر قد لا يختلف عليه اثنان فمنذ أن حددنا الجمال بكونه دراس التأثيرات الشكلية للمنتج على المستخدم فهنا نؤكد أن الجمال وفق هذا التعريف يعترف بالجماليات الشكلية وهو من العناصر المهمة والأساسية في تقبل المستخدم للمنتجات ووفقاً للمفاهيم التي تطرحها نظرية القدرة الأدائية، ذكر Gibson في طروحاته لتفسير معنى ومفهوم القدرة الأدائية، أن معنى الشيء هو عنصر مهم للمراقب و "ان قيم ومعنى الأشياء في البيئة من الممكن أن تستلم بشكل مباشر (١٣٥، ص ١٢٧). والجماليات بمعناها الواسع هي قيمة يمكن الاحساس بها والتفاعل معها (كما ذكرنا سابقاً)، ولكي نتمكن من اسقاط المفاهيم الفكرية لنظرية القدرة الأدائية سنقوم بتصنيف الجماليات الشكلية إلى:

١. الجمال وفق التكوينات الأساسية للهيئة وعمليات الإخراج لها وفق الفكرة التي حددتها وظيفة المنتج ورؤية المصمم.

٢. الجمال وفق التكوينات السطحية وعمليات الإخراج السطحي للهيئة وأجزائها.

أن الأبعاد الجمالية في الجانب الأول والمتعلق بالهيئة يتضمن عمليات تكوين الهيئة وفق أبعاد جمالية متضمنة في البناء الهيكلي للهيئة ومفرداتها، وهنا يعمد المصمم على تحقيق البعد الجمالي من خلال الدراسة الدقيقة لمتطلبات المستخدم على الأصعدة الفيزيائية والحضارية والاجتماعية وحتى السياسة والدينية، إذ تبدأ هذه العمليات منذ المرحلة الأولى للتكوين، وهنا قد يعمد المصمم إلى تبني مذهباً فنياً أو استراتيجية لأحدى المدارس الفنية، ويقوم ببناء الهيئة على ضوء ذلك.

وعلى الرغم من أن الوظيفة قد ترسم حدودها وأبعادها وتأثيراتها على تكوين الهيئة إلا أن التصميم المبدع وقدرة المصمم هي التي ستحدد الفرق في جماليات المنتجات المظهرية أحدها عن الآخر، إذ يقتضي من المصمم في هذا الجانب تجاوز الشروط والحدود الوظيفية وتكوين هيئة متناسبة ومتطلبات المستخدم إذ أن هذه المتطلبات (أي متطلبات المستخدم)، لم تعد تقنع بما أطلق عليه Sullivan "الهيئة تتبع الوظيفة form follows function" (٦٣، ص ٣٥٦)، وأن جمالية المنتج نابعة من الوظيفة التي يقدمها فمستهلك الوقت الحاضر يطالب بأن تكون منتجاته على درجة عالية من القيم الجمالية متناسبة ووضعه الاجتماعي الذي حدده لنفسه، وهذا ما أكده (هنري بتروسكي) H, Petroski في كتابه: "The Evolution of Useful Thing" "بقوله: "أن الرفاهية وليست الحاجة هي أم الاختراع" (٢٥٦، ص ٣٧) وأن تكوين هيئات (جاسن خزعل بهيل ص ٩٩) ذات قيم جمالية غير متوافقة مع ما يتوقعه مستخدم الوقت الحاضر هو في الواقع حكماً قليلاً على المنتج بالفشل.

أما ما يتعلق بالشق الثاني من الجمالات الشكلية، وهو الجانب المتعلق بالإخراج السطحي، فإن هذا الجانب له من الأهمية الموازية لعمليات تكوين الهيئة وفق الأبعاد والقيم الجمالية إذ يعتمد المصمم في هذا الجانب إلى تحميل سطوح الهيئة بمقومات الجمال من خلال: (الأشكال، الألوان، الملامس المتنوعة، الرموز الدلالية والتعبيرية، .. وغيرها).

وفي هذه العملية يتم معالجة سطوح هيئة المنتج وأجزائها وفقاً لاعتبارات جمالية متناسبة ووظيفة كل جزء من أجزاء الهيئة ومتوافقة والوظيفة النهائية التي يقدمها المنتج من خلال الإخراج الشكلي واللوني والرمز التي تضاف على سطوح الهيئة على أن تكون القيم الجمالية هذه متوافقة والمادة المصنع منها المنتج، ومتوافقة وطبيعة الخدمة التي يقدمها ومتوافقة أيضاً مع ما تطرحه نظرية القدرة الأدائية بالتأكيد على وضوح ومناسبة الخصائص المظهرية للمنتج مع الاعتبارات الفكرية والنفسية للمستخدم، كإضافة الطلاءات باختيار الألوان متناسبة وطبيعة المنتج، وطبيعة الغرض الذي يؤديه، والبيئة التي سيستخدم فيها وكذلك دورها وأثرها في نفسية المتلقي إذ يركز التحليل الشكلي للجماليات على (خصائص المنتج التي تؤثر في الاستجابات الجمالية مثل: الحجم، اللون، والتركييب والشكل الخارجي والتوازن... وغيرها، أما التحليل الرمزي فيركز على المعاني والدلالات والرموز التي ترتبط بتلك الخصائص الشكلية والدور الذي تلعبه في حياة الناس) (١٥، ص ٣٨٣).

فالهئية وفق المفهوم الديناميكي هي جزء متأصل من جماليات التفاعل، وهي تختلف تماماً عن المفهوم التقليدي للهئية في التصميم، والهئية في التصميم غالباً ما تربط بالنواحي الأساسية للمنتجات، مثل الشكل واللون، والجماليات الشكلية (بالتأكيد)، أما الهئية في الجماليات التفاعلية فهي "ديناميكية، فاعلة، وتفتح المجال للتصميم نحو تحقيق الفاعلية بين المنتج وسلوك المستخدم" (١٣٢، ص ٢٣٩)، فالتصميم لتحقيق الجماليات التفاعلية يتضمن بذل الجهد في البحث عن (الهئية المرضية) في قوى الديناميكية التفاعلية، وهي الهئية التي يتحدد من خلالها سلوك المنتج والذي يستجيب له المستخدم بسلوك محدد، محققة بذلك سلوكاً حوارياً بين المنتج ككيان مستقل ذي سلوك محدد وبين المستخدم ككيان آخر ذي سلوك خاص به هو الآخر، ألا أن سلوك كل منهما يتحد في صيغة حوارية متبادلة الأثر يعتمد كل منهما على وجود الآخر " (٢٤١، ص ٢١٩)، فالقدرات الأدائية تنتج من التأويل والتفسير العقلي للأشياء، بناء على معرفتنا وتجاربنا السابقة، وتطبق على كيفية ادراكنا للأشياء نسبة لأنفسنا. (جاسم خزعل بهيل ص ١٠٠)