

تصميم منتج نحتي ذو طابع ثقافي مصري

Design of sculptural product with an Egyptian cultural character

م.م/ محمد سليم محمد سليم القاضي

مدرس مساعد بقسم النحت والتشكيل المعماري – كلية الفنون التطبيقية

Assist. Lect. Mohamed Selim Mohamed Selim El Kady

Assistant Lecturer, Sculpture and Architecture Forming Department – College / faculty of Applied Arts

info@selimelkady.studio

ملخص البحث :

الثقافة في مختلف البلاد لها خصائصها سواء المحلية أو العالمية الخاصة بها، وهذه الخصائص تتشكل وتتحكم في السلوك البشري تجاه كل شيء في الحياة. تتشابه الثقافات المختلفة بشكل عام وتختلف في التفاصيل، حيث يوظف التصميم الثقافي العناصر الثقافية لخلق المنتجات التي تباع على نطاق واسع حول العالم، فكيف يمكن دمج التصميم الثقافي في منهجيات تصميم المنتجات لاستكشاف مناطق جديدة في العملية التصميمية واكتساب خبرات عميقة ذات أهمية في سوق العمل. وبسبب المنافسة الشديدة، تحاول الشركات تقديم منتجات جذابة للمستهلكين. ويستخدم منهج التصميم الثقافي من قبل العديد من الشركات لتطوير المنتجات التي تعتمد على ثقافات المستهلكين.

وتعتبر الأنشطة الفنية هي السمات الثقافية الرئيسية لأنها كانت تستخدم في جميع أنحاء العالم حيث تعتبر ممثلاً للثقافة التي تعبر عن الحياة الاجتماعية، تشمل الأنشطة الفنية العديد من الأشكال مثل الرسم، والنحت، والكتابة، القطع الأثرية وغيرها، وتلعب السمات الثقافية دوراً رئيسياً في تصميم المنتجات المعاصرة، تعتبر الأنشطة الفنية القيم التي يمكن أن تلهم المصممون خيال ورؤية جديدة ومختلفة لربط الثقافة مع التصميم الحديث

يحتاج إلى تصميم "الميزات الثقافية المصرية" في منتجات حديثة توفر ثقافة الحضارة المصرية القديمة مثلاً جيداً لتطبيق الميزات الثقافية على التصميم مع الاحتفاظ بقيمة ثقافية ذات مغزى. توضح هذه الورقة السمات الثقافية للثقافة المصرية القديمة، وكيفية تحويل هذه الميزات إلى تصميم منتج ثقافي جديد يمكن أن يتناسب مع السوق المعاصر. وبالتالي، يمكن للمنتجات الثقافية أن تمد التراث والقيم التقليدية لثقافة المستهلك وتزيد من الإحساس بالجواهر الروحي في حياة الإنسان. ربما تكون أفضل طريقة لتوسيع ثقافة السكان الأصليين في مصر هي الترويج لها في الحياة اليومية للمستهلكين من خلال الانطباعات التي يتم الحصول عليها من خلال استخدام منتجات مثل الحرف اليدوية والديكورات والأواني والأثاث والحلي والحزم التي تعتمد تصميماتها على تلك الثقافة.

الكلمات المفتاحية :

التصميم الثقافي , تصميم المنتجات , الحضارة المصرية القديمة

Abstract:

Culture in different countries has its own characteristics, whether local or global, and these characteristics shape and control human behavior towards everything in life. Different cultures are generally similar and differ in details. Where cultural design employs cultural elements to create products that are widely sold around the world, how can cultural design be incorporated into product design methodologies to explore new areas in the design process and gain deep experiences that are relevant in the job market. Because of intense competition, companies try

to offer attractive products to consumers. The cultural design approach is used by many companies to develop products that draw on consumer cultures.

Artistic activities are the main cultural features because they were used in all parts of the world, where they are considered a representative of culture that expresses social life. Art activities include many forms such as painting, sculpture, writing, artifacts, etc., and cultural features play a major role in the design of contemporary products. , artistic activities are values that can inspire designers a new and different imagination and vision to connect culture with modern design.

Need to Design "Egyptian Cultural Features" in Modern Products Ancient Egyptian culture provides a good example of applying cultural features to design while retaining meaningful cultural value. This paper explains the cultural features of the ancient Egyptian culture, and how to transform these features into the design of a new cultural product that can suit the contemporary market. Thus, cultural products can extend the heritage and traditional values of consumer culture and increase the sense of spiritual essence in human life. Perhaps the best way to expand the culture of the indigenous people in Egypt is to promote it in the daily life of consumers through the impressions obtained through the use of products such as handicrafts, decorations, utensils, furniture, ornaments and packages whose designs are based on that culture.

Key words:

Cultural design, product design, ancient Egyptian civilization

مشكلة البحث :

تكمن مشكلة البحث في قلة تصميمات المنتجات الثقافية التي تقوم علي دراسات شكلية للفن المصري القديم لما يرسخ الهوية المصرية بتصميمات عصرية

هدف البحث :

يهدف البحث إلي تأصيل مفردات الفن المصري القديم من تكوينات ودراسات شكلية في تصميم المنتجات ثقافية

فروض البحث :

الاعتماد علي دراسة الفن المصري القديم وخاصة رمز (ديجيت) Djed حيث يظهر Djed على الأعمدة ، وجدران المقابر ، والعتبات (العارضة الرئيسية التي تركز على الأعمدة) ، وجدران القصر ، وألواح البردي الملونة ، وخاصة التوابيت. بمجرد أن يدرك المرء Djed وأهميته للثقافة المصرية القديمة فإنه رمز قوي مرتبط بالإله أوزوريس وعودته من بين الأموات. تم تفسير الرمز على أنه يمثل أشياء مختلفة مثل العمود الفقري للإله أوزوريس ، وشجرة (الأثل) التي أحاطت بالإله

، وقطب الخصوبة مرفوعاً في المهرجانات. ومع ذلك ، يبدو أن "الاستقرار" كان معناه الأساسي والمعنى الذي أولى المصريون القدماء أهمية كبرى له، والطنف وهو الإفريز المصري الذي يعلو جدران الأبنية الحجرية في هيئة ربع دائرة مقعرة يزداد بروزها وميلها الي الخارج كلما اقتربت من حافة الطنف العليا

أهمية البحث :

تكمن أهمية البحث في دراسة أثر الفن المصري القديم وخاصة الرموز المصرية بما يفيد تصميم منتجات ثقافية ذات قيمة جمالية ورمزية

منهجية البحث :

نظراً لطبيعة البحث أن أنسب المناهج التي يجب إستخدامها هو المنهج الوصفي والتحليلي , كما يستخدم المنهج التجريبي في تطبيقات البحث وذلك من خلال المعايير الخاصة بالتصميم الثقافي .

مقدمه :

تصميم المنتجات هو تحديد مواصفات أجزاء المنتج وعلاقتها ببعضها البعض التي تجعل منها كلا متحدا. حيث إن تصميم المنتج يجب أن يلبي نطاق عريض من المتطلبات في حالة من التوازن الفعال. ويصمم المنتج لكي يؤدي مجموعة من الوظائف بكفاءة ووثوقية، وأن يكون قابلاً للتحمل وآمن وسهل الاستخدام وتكون مبيعاته مربحة وأن يناسب أغراض ونزعات المستهلك، مع مراعاة تكلفة تشغيله.(سما احمد ٢٠١٣ , ٢٥).

حيث نعيش الآن في عالم صغير مع سوق عالمية. لذلك يجب علينا التفكير بطريقة غير محلية لتواكب الأسواق العالمية، وفي ظل التنافس الشرس في الأسواق العالمية تفقد المنتجات هويتها بسبب التشابه في الوظيفة والشكل، ومن خلال التصميم الثقافي والسمات الثقافية التي تجعل للمنتج شخصية فريدة من نوعها وتعزز من هوية المنتج في السوق العالمية ، ففي الأسواق العالمية أصبحت الروابط بين الثقافة والتصميم وثيقة بشكل متزايد. (Y a -Ping Chang ٢٠٠٧ , ١)

السمات الثقافية:

يستخدم التصميم الثقافي السمات الثقافية لإضافة مظهر ثقافي أو قيمة ثقافية للمنتجات. السمات الثقافية هي عناصر تمثل ثقافة معينة، وعادة ما يستخدم المصممون مميزات مرئية ليتم تطبيقها على المنتجات. كما تشمل الثقافات العديد من الميزات والأنشطة التي يستخدمها المصممون عادة في التصميم.

صنفت السمات الثقافية إلى ٧ فئات:

- 1- الفن
- 2- القطع الأثرية
- 3- العادات
- 4- الهندسة المعمارية
- 5- الزي
- 6- الطبيعة

تتضمن هذه الفئات تقريبا جميع الميزات التي تحتويها الثقافات وتساعد المصممين في اختيار السمات الثقافية من خلال عملية التصميم، فتعتبر الأنشطة الفنية تمثيلا إبداعيا للثقافة للتعبير عن الحياة الاجتماعية والثقافية مثل المصنوعات اليدوية

والرسم والنحت والكتابة اليدوية وأشكال الفن والأزياء وغيرها من سمات ثقافية. (Islam Gharib, 2016, p3).

كما ذكرنا سابقاً، تلعب الميزات الثقافية دوراً رئيسياً في تصميم المنتجات الثقافية، ويحاول المصممون إنشاء رابط بين المنتجات والمستهلكين من خلال إضافة السمات الثقافية إلى تصميماتهم، وتهدف العديد من الدراسات إلى تطوير طرق تصميم المنتجات الثقافية من أجل تحفيز عملية التصميم الموجهة نحو الثقافة، وهو ما يدفع المصممين لفهم السياق الاجتماعي والثقافي للمستخدم في مرحلة التصميم المفاهيمي. (Islam Gharib, 2016, p4)

الخصائص الثقافية في السلوك البشري

الثقافة في مختلف البلاد لها خصائصها سواء المحلية أو العالمية الخاصة بها، وهذه الخصائص تتشكل وتتحكم في السلوك البشري تجاه كل شيء في الحياة. تتشابه الثقافات المختلفة بشكل عام وتختلف في التفاصيل، لذلك نحن نتحدث عن الخصائص المتعددة للثقافات، حيث يحاول المصممون جعل الفجوة بين الثقافات المختلفة أقل من خلال خصائص تصميم المنتجات (خاصة العالمية) فيجب على المصممون تركيز جهودهم لتجنب حدوث تداخل مع الخصائص المحلية إذا كانوا يبحثون عن المنتجات والأسواق العالمية، وفي هذا السياق سيتم ذكر بعض الخصائص المشهورة للثقافات المختلفة كالتالي:-

1- الأصالة

تتشكل الثقافة بالتوازي مع وجود المجتمع الإنساني على الأرض، وتتشكل من خلال الماضي، والحياة اليومية للناس فهي تشبه المصدر الأصلي لأفكارهم وترسم مستقبلاً متخيلاً للجنس البشري.

2- الاستمرارية

نشأت الثقافة عندما وصلت العديد من الأنشطة والسلوك إلى مستوى معين من المجتمع، بحيث تنمو وتستمر هذه الأنشطة ليست المادية فقط ولكن أيضاً المعنوية.

3- القدرة

الثقافة لديها القدرة على النمو وإطعام نفسها باستمرار وتنتقل من جيل إلى آخر دون الحاجة إلى منشآت اقتصادية مثل المال والمعاهد... الخ.

4- التنوع

تختلف الثقافة من أرض إلى أخرى، والناس إلى الناس وفقاً للعديد من العوامل البيئية والبيولوجية المختلفة... الخ.

5- الخصوصية

ثقافة البلد تنتمي فقط إلى هذا البلد وشعبه ولكن ليس الآخرين أنها تشبه طريقة خاصة من الأنشطة البدنية والعقلية من مجموعة من البشر في أي مكان.

6- الموضوعية وعدم الموضوعية

الثقافة لديها مجموعة واسعة من الحقيقة إلى الخيال، والمرح إلى الجدية، والبساطة إلى التعقيد، والسرور إلى الحزن، من الموضوعية إلى عدم الموضوعية... الخ.

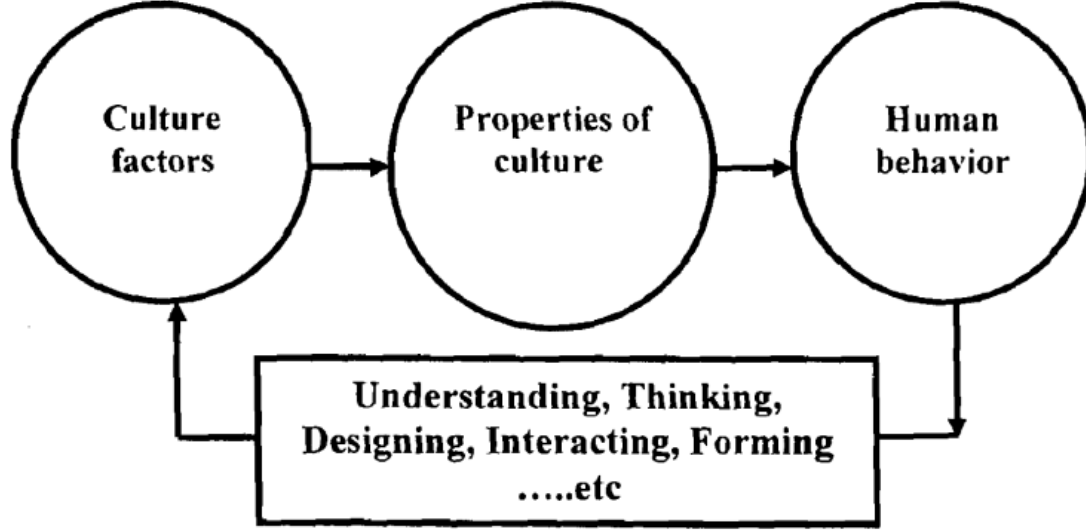
7- الحرية

أحد الأهداف الرئيسية لأي شخص من خلال العقل بحيث الحصول على المتعة والإفادة، فالأنشطة الثقافية ممتعة ومضحكة حيث تمتع العقول بحرية اختيار وعمل ما هو مناسب.

8- الحساسية والعاطفة

الثقافة تتعامل دائما مع المشاعر الإنسانية والحواس من خلال مواضيع مختلفة: الأدب والتاريخ والفنون والدين والتعليم.... وغيرها، مما يجعل الثقافة الأكثر ذات قيمة عالية، فينجذب الإنسان عاطفيا إلى ثقافته من أي ثقافة الأخرى، يوضح الشكل التالي (١) تأثير الحلقة المغلقة المستمر بين عوامل الثقافة

وخصائصه والسلوكيات البشرية المختلفة. (Abd Allatif, Tarek Ismail, 2009, p,37,38)



شكل رقم (١) يوضح المخطط التالي تأثير الحلقة المغلقة المستمر بين العوامل الثقافية وخصائصها والسلوكيات البشرية المختلفة

تعريف التصميم الثقافي :

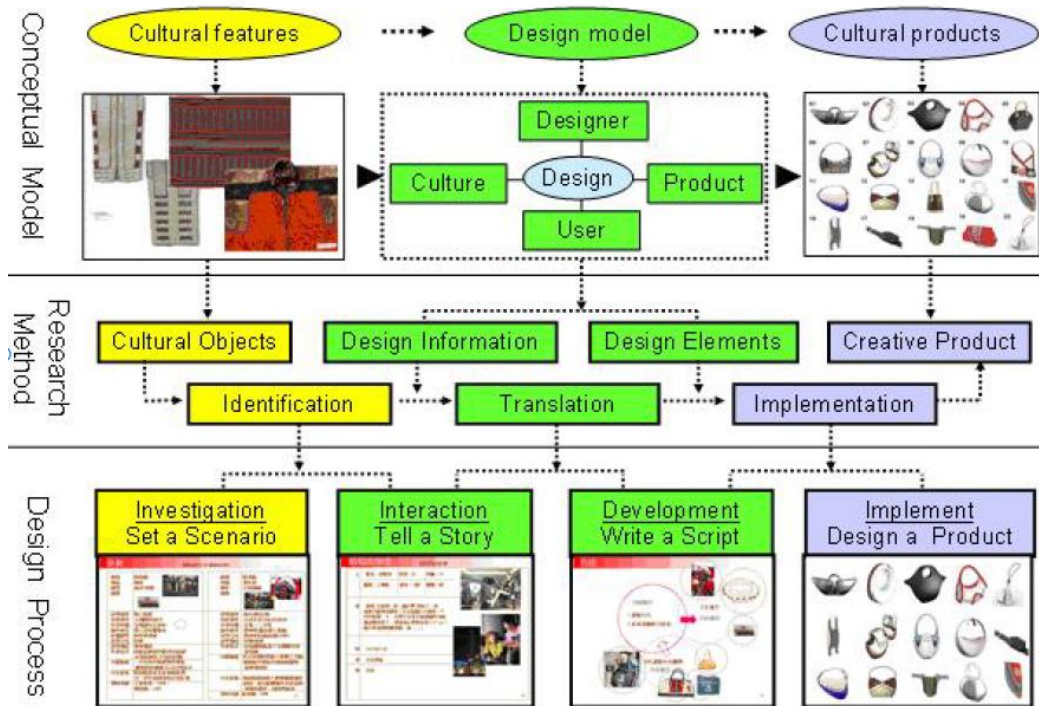
تصميم المنتجات الثقافية هو عملية إعادة التفكير أو مراجعة السمات الثقافية ومن ثم إعادة تعريف العملية من أجل تصميم منتج جديد ليناسب مع المجتمع ويرضي المستهلكين من خلال الثقافة والجمال. استخدام الميزات الثقافية لإضافة القيمة للمنتج لا يمكن أن تفيد النمو الاقتصادي فحسب، بل تعزز أيضا الثقافة المحلية الفريدة في السوق العالمية. (Lee, K.P. (2004)p135 - Leong, D. and Clark, H. (2003).p19) لذلك تصبح كيفية نقل السمات الثقافية إلى المنتج قضية حرجة، في المخطط رقم ١ (Lin, R. 2006)

نموذج لتصميم منتجات ثقافية

يوضح نموذج تصميم للمنتج الثقافي من ثلاثة أجزاء رئيسية: النموذج المفاهيمي ، وطريقة البحث ، وعملية التصميم. يركز النموذج المفاهيمي على كيفية استخراج السمات الثقافية من الأشياء الثقافية في المجتمع ومن ثم نقل هذه الميزات إلى نموذج التصميمي للمنتجات الثقافية، وتتكون طريقة البحث من ثلاث خطوات:

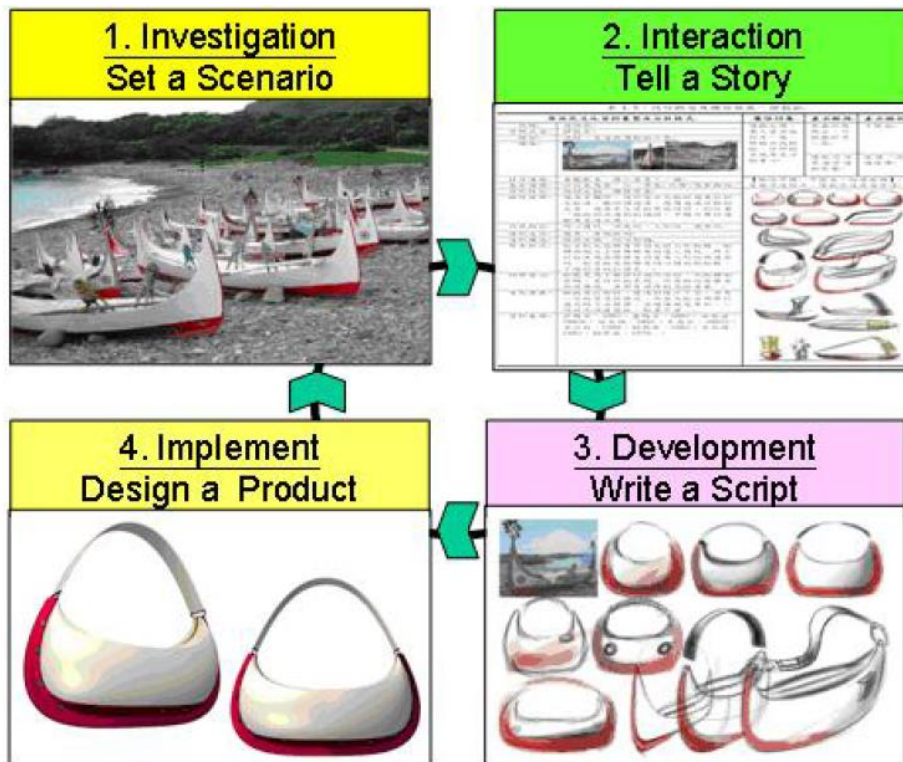
تحديد الهوية والترجمة والتنفيذ:

(تحديد الهوية) لاستخراج السمات الثقافية من الأشياء الثقافية الأصلية، (الترجمة) نقلها إلى معلومات التصميم وعناصر التصميم ، وأخيرا (التنفيذ) تصميم منتج ثقافي. (Ya-Ping Chang, 2007, ٣)



المخطط رقم ١ نموذج تصميم للمنتج الثقافي من ثلاثة أجزاء رئيسية: النموذج المفاهيمي ، وطريقة البحث ، وعملية التصميم.

ويوضح الشكل رقم ٢ تجربة عملية لتصميم منتج ثقافي، تم تصميم المنتج الثقافي باستخدام مدخل السيناريو ورواية القصص من خلال أربع خطوات وهي التحقيق (وضع سيناريو) ، والتفاعل (رواية القصة)، التطوير (كتابة سيناريو)، التنفيذ (تصميم منتج) كما هو موضح المخطط التالي



صورة رقم ٢ توضح تجربة عملية لتصميم منتج ثقافي

(1) **التحقيق** : الخطوة الأولى هي العثور على السمات الثقافية الرئيسية للمصدر الثقافي الأصلي ووضع سيناريو علي ثلاث مستويات: الخارجي (لموس) والمستوى السلوكي أو المستوى الداخلي (غير المادي أو غير ملموس) بناء على السمات الثقافية يجب أن يأخذ السيناريو في الاعتبار البيئة العامة مثل القضايا الاقتصادية والاجتماعية والثقافة، وكيفية تطبيق التكنولوجيا، وتميل هذه الخطوة إلى تحليل السمات الثقافية من أجل تحديد الأهم منها لتمثيل المنتج.

(2) **التفاعل** : بناء على السيناريو السابق، تركز هذه الخطوة على الملاحظة المستخدم لاستكشاف البيئة الثقافية الاجتماعية من أجل تحديد منتج ذي معنى ثقافي ونمط مشتق من المصدر الثقافي الأصلي، لذلك يجب استكشاف بعض التفاعلات في هذه الخطوة بما في ذلك التفاعل بين الثقافة والتكنولوجيا، والحوار بين المستخدمين والمصممين ، وفهم حاجة المستخدم والبيئة الثقافية. وفقا للتفاعل يستخدم نهج يركز على المستخدم لوصف حاجة المستخدم وميزات المنتج من خلال سرد القصص.

(3) **تطوير**: هذه الخطوة هي تطوير مفهوم وتحقيق التصميم. الغرض من هذه الخطوة هو تطوير الفكرة في شكل النص وصور توضيحية من خلال السيناريو والقصة. خلال هذه العملية، قد يحدث تعديل للسيناريو والقصة من أجل تحويل المعنى الثقافي إلى منتج ثقافي منطقي، وتوفر هذه العملية طريقة لتأكيد أو توضيح سبب حاجة المستهلك للمنتج وكيفية تصميم المنتج لتلبية حاجة المستخدمين.

(4) **تصميم منتج** /: نتناول هذه الخطوة السمات الثقافية المحددة وسياق المنتجات الثقافية. في هذه المرحلة، يجب تصنيف جميع المميزات الثقافية في مصفوفة لتساعد المصممين على التحقق منها في عملية التصميم. بالإضافة إلى ذلك، يحتاج المصمم إلى تقييم مميزات المنتج ومعناه ومدى ملاءمته. قد يقوم المصمم بإجراء تغييرات على النموذج الأولي بناء على نتائج التقييم، ثم تنفيذ النموذج الأولي وإجراء مزيد من التقييمات. (Ya-Ping Chang، ٢٠٠٧، ٣-٥)

دراسة حالة التصميم :

بأخذ الثقافة المصرية كمثال ،حيث مصر هي مبتكرة العمارة الضخمة. فقد عثر علي أرضها لأول مرة علي عمائر ذات أبعاد شاسعة: أنها مقابرها الملكية.(فرانسوا دوما, ١٩٩٨م, ص ٦٠٨)
وأن تاريخ مصر هو تاريخ الحضارة الإنسانية حيث أبدع الإنسان المصري وقدّم حضارة عريقة سبقت حضارات شعوب العالم حضارة رائدة في ابتكاراتها وعمائرها وفنونها حيث أذهلت العالم والعلماء بفكرها وعلمها، فهي حضارة متصلة الحلقات تفاعل معها الإنسان المصري وتركت في عقله ووجدانه بصماتها. لقد كانت مصر أول دولة في العالم القديم عرفت مبادئ الكتابة وابتدعت الحروف والعلامات الهيروغليفية، وكان المصريون القدماء حريصين على تدوين وتسجيل تاريخهم والأحداث التي صنعوها وعاشوها، وبهذه الخطوة الحضارية العظيمة انتقلت مصر من عصور ما قبل التاريخ وأصبحت أول دولة في العالم لها تاريخ مكتوب، ولها نظم ثابتة ولذلك اعتبرت بكافة المعايير أما للحضارات الإنسانية،
(https://www.eip.gov.eg/IDSC/StaticContent/View.aspx?ID=15-٢٠-٨-٢٠٢٢-٣٠:٣) .

التحقق والتفاعل: من خلال هذه المرحلة يتم تحديد السمة الثقافية وتم تحديد الحضارة المصرية القديمة هي المصدر الثقافي الأصلي , ومن خلال ذلك تأثر الباحث برمز ديجيت Djed و الزخارف المعمارية في الحضارة المصرية القديمة مثل الطنف : بناءً علي ذلك سوف نشرح ديجيت Djed والطنف من خلال السمات الشكلية و سمات المحتوى اووظيفه :

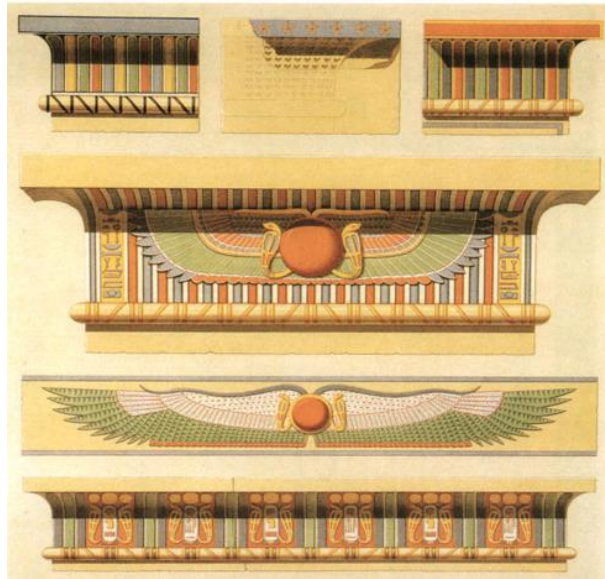
ديجيت Djed :

حيث يظهر Djed على الأعمدة ، وجدران المقابر ، والعتبات (العارضة الرئيسية التي ترتكز على الأعمدة) ، وجدران القصر ، وألواح البردي الملونة ، وخاصة التوابيت. بمجرد أن يدرك المرء Djed (الشكل ٣) وأهميته للثقافة المصرية القديمة فإنه رمز قوي مرتبط بالإله أوزوريس وعودته من بين الأموات. تم تفسير الرمز على أنه يمثل أشياء مختلفة مثل العمود الفقري للإله أوزوريس (Mark، ٢٠٢٢) ، وشجرة (الأتل) التي أحاطت بالإله ، ومع ذلك ، يبدو أن "الاستقرار" كان معناه الأساسي والمعنى الذي أولى المصريون القدماء أهمية كبرى له.



شكل رقم ٣ يوضح نقش من ضريح معبد حتشبسوت الجنائزي في دير البحر يظهر فيه Djed (رمز الاستقرار)

الطنف المصري (شكل ٤) : وهو الإفريز المصري الذي يعلو جدران الأبنية الحجرية في هيئة ربع دائرة مقعرة يزداد بروزها وميلها الي الخارج كلما اقتربت من حافة الطنف العليا ، ولم تكن هذه الحلية في البداية الي أطراف سيقان الغاب والجريد التي كانت تبني منها جدران المعابد الأولى فسواها البناؤون وجعلوها متصلة ببعضها ببعض بالحبال الليفية ، ثم استخدام الطنف في إخفاء حواف ألواح السقف الحجرية . (ثروت عكاشة ، الفن المصري ، ص ٣٩٤، ص ٣٩٨)



شكل رقم ٤ يوضح أشكال الطنف و الخيزران أو الحلية الطيلسانية

ومن خلال ما سبق تم اختيار الشكلين من التراث المصري لأهمية ديجيت كرمز وإرتباطة بالأله أوزوريس , واختيار الطنف كعنصر من العناصر الزخرفية المعمارية وأهميته كعنصر وكثرة تواجده في العمارة المصرية القديمة .
بناءً على السيناريو ، تم تجريد شكل Djed والطنف ودمج الاثنين معا في علاقه مدروسه من حيث الكتلة النحتيه وما تحققه من جماليات , لانتاج قطعه من الاكسسوارات المنزلية ذات طابع مصري , تم دراسة طبيعة منتجات الألباستر التراثية , وذلك للإرتباط الوثيق بين الخامة والحضارة المصرية القديمة التي كان الألباستر أحد أهم خاماتها في التشكيل والبناء , التي روعي فيها المزج بين الألباستر والنحاس لتحقيق أكبر استفادة من خصائص الخامات.

التطوير :

في هذه المرحلة تم تطوير المنتج والاستقرار علي التصور النهائي وتحويل المعنى الثقافي إلى منتج ثقافي نحتي (كما بالشكل رقم ٥) ، قبل عملية التنفيذ وما يحمله من تطوير الفكرة شكل النص وصور توضيحية من خلال السيناريو والقصة. خلال هذه العملية، قد يحدث تعديل للسيناريو والقصة من أجل وتوفير هذه العملية طريقة لتأكيد أو توضيح سبب حاجة المستهلك للمنتج وكيفية تصميم المنتج لتلبية حاجة المستخدمين.

التنفيذ :

تتناول هذه الخطوة السمات الثقافية المحددة وسياق المنتجات الثقافية. في هذه المرحلة، تم تصنيف جميع المميزات الثقافية للتصميم وهي

- الهوية المصرية الأصيلة التي يتميز بها.
 - دمج أكثر من خامة في التصميم ليعطي قيمة مضافة للتصميم.
 - الإرتباط القوي في التكوين لكل العناصر مع بعضها البعض حتي يستطيع المستخدم تغيير شكل التصميم لأكثر من مره، مما يخلق استناده للتصميم عند المستخدم ,ومن هنا يصبح التصميم متعدد الوظائف من ناحية الشكل والوظيفة .
- تم دراسة طبيعة منتجات الألباستر التراثية, وتم التركيز بصورة كبيرة على إمكانيات الخامة وخصائصها التي يمكن للمصمم أن يستفيد منها.

خصائص الخامات المستخدمة :

ومن خلال ذلك سوف نشرح طبيعة هذه الخامات وخصائها وأستخداماتها في الحضارة المصرية القديمة :

الألباستر :

وهو الحجر الذي يستخرج من باطن الأرض و يميزه أنه حجر ناعم الملمس يوجد في الطبيعة بالألوان مختلفة يتميز بدرجة صلادة منخفضة تسهل معاملته وتشكيله , كانت تعدّ المنحوتات المصنوعة منه حكر على الأثرياء قبل ظهور الرخام, وتوجد في مصر بين قنا وأسيوط وفي بعض المناطق الأخرى, وقد استعمله القدماء المصريين في نحت التماثيل وصنع أدوات الزينة وصناعة الأواني التي تقدم فيها المشروبات قربانا للآلهة في المعابد القديمة.

وتعتبر حرفة توارثتها الأجيال من الأجداد العظماء القدماء المصريين، ومازالت مستمرة حتى يومنا هذا في محافظة الأقصر .

(مرعي، ٢٠٢٢) (الألباستر ، ٢٠٢٢)

النحاس :

يعتبر النحاس من أول المعادن التي استخدمها الإنسان واستعملها ، والمعدن الثاني من حيث الفوائد العديدة بعد الحديد ، وتم اكتشافه على مدى (عشرة آلاف سنة) قبل الميلاد. إنه معدن ضارب إلى الحمرة يتغير لونه وخصائصه عندما يقترن بعناصر أخرى لتشكيل مركبات مختلفة.

يقول عالم الجيولوجيا فريدريك راديماركز من جامعة لوفهوليت في الدراسة المشتركة بين باحثين من بلجيكا والتشيك، التي نشرتها مجلة العلوم الأثرية *Journal of Archaeological Science* ، «لم تكن مفاجأة للباحثين معرفة أن النحاس المصري جاء في وقت مبكر جداً من مصادر محلية، لكن الدراسة قدمت لنا دليلاً عملياً على ذلك، كما قدمت أول دليل يؤرخ بدقة على تجارة النحاس بين مصر والأناضول (تركيا حالياً) ، عن أن النحاس المستخدم في بعض الأواني المصرية القديمة التي تم اكتشافها في مقابرها ، جاء بشكل رئيسي من شبه جزيرة سيناء المصرية؛ الأمر الذي يشير بأن المصريين القدماء استخرجوا الخام من شرق البلاد، وأعادوا استخدامه في صنع أدواتهم. (بدر، ٢٠٢٢)

في هذا العمل تم دراسة الخامات المحلية المتوفرة في البيئة، حيث تم الربط بين التصميم والخامة ، وأكد ذلك من خلال استخدام الخامات الطبيعية التي استخدمها المصري القديم لبناء حضارته ، وتم التركيز على طبيعة المواد أن تظهر بهيئتها الطبيعية ، واستخدم الأشكال البسيطة لتبرز بساطة وحيوية التصميم. ليحقق التناسق بين التصميم والمواد والوظيفة (إكسسوارات منزلية) وتم ذلك من خلال دمج خامة الألباستر وخامة النحاس .

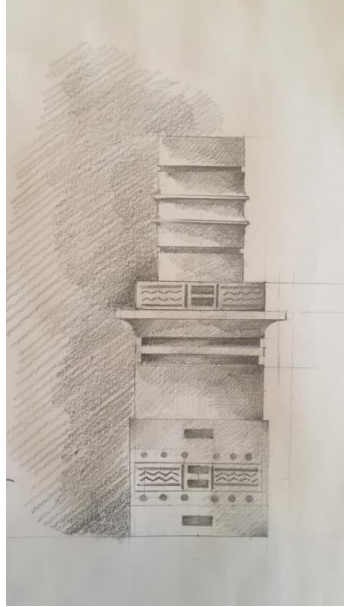
وتم التركيز على أماكن تصنيع هذه الحرفة في مدينة الأقصر، والطرق المتبعة في عملية التصنيع ووسائل الخراطة المتبعة ومدة التنفيذ :

مكان المشروع : ينفذ المشروع في مقر الجمعية المختارة بمدينة القرنة – محافظة الأقصر

مدة المشروع :

- ثلاث أيام بمدينة القرنة – محافظة الأقصر .
- يومان في ورشة النحاس بمنطقة الجمالية

اليوم الأول: تم الذهاب الي ورش الالباستر لتنفيذ العينات (كما بالشكل ٦)، وتم اختيار الاحجار وتقطيعها بالمقاسات المطلوبة (كما بالشكل ٧)، وبعد هذه المرحلة تم تنفيذها علي المخرطة (كما بالشكل ٨)، واخراج اول قطعة بالمقاس والشكل المطلوب ، كان يوجد صعوبة في تنفيذ اول عينة لما يوجد بها تفاصيل جديدة علي عامل المخرطة .



شكل رقم ٥ : أسكتش يوضح الفكرة لتداخل ثلاث قطع منفصلين



شكل ٦ : يقوم الباحث بشرح التصميم وكيفية تنفيذه في ورشة الالباستر



شكل ٧: مراحل تقطيع حجر الالباستر بالمقاس المطلوب

اليوم الثاني : تم الذهاب إلي ورشه الالباستر لتكملة باقي العينات المطلوبة , لإنتاج أكثر من عينة بالمقاسات المطلوبة كما بالشكل (١٠،٩)



شكل ٨ : توضح مرحله الخراطة علي الحجر بعد مرحله التقطيع



شكل ٩ : توضح الصورة بعد الانتهاء من مرحله الخراطة بورشة الالباستر

اليوم الثالث : تم الانتهاء من إخراج جميع العينات من خامه الالباستر . كما بالشكل



شكل ١٠ : الانتهاء من تصنيع العينات المطلوبه بخامه الالباستر وبالمقاسات المطلوبه

اليوم الأول والثاني بورشة تصنيع النحاس:

تم شرح التصميم لعمال الورشة , حيث تم إخراج أول نموذج من النحاس بالمقاسات المطلوبه
المرحلة النهائية :

مرحلة تجميع القطع وتصويرها (كما بالشكل رقم ١١)



شكل ١١: الشكل النهائي للتصميم بعد مرحلة التصوير

النتائج:

- أصبح المنتج يمثل عنصر اساسيا من عناصر التسويق من شأنه الاهتمام بتنمية وتقديم المنتجات التي تحقق الإشباع المطلوب للعملاء المحتملين في السوق المستهدفة.
- تأتي أكثر التصميمات نجاحا نتيجة للربط بين التصميم الثقافي وتصميم المنتجات التي تلبى إحتياجات المستهلك .
- إن دراسة وتحليل سلوك المستخدم يعد أحد أهم الأنشطة التي تساعد المصمم لفهم طبيعه المستخدم وتحديد حاجاته ورغباته

التوصيات:

- توصى هذه الدراسة بمزيد من الدراسات الأكثر تقدما في مجالات:
- أساليب التصميم الثقافي وتضمينها ضمن البرامج الدراسية
- المتعلقة بتصميم المنتجات في جميع أقسام الكلية.
- ضرورة تزويد المكتبة العربية بالمراجع في مجالي تصميم المنتجات وأساليب التصميم الحديثة وخاصة التي تتركز حول الإنسان.

المراجع:

- ثروت عكاشة, الفن المصري, العمارة, الجزء الأول, دار المعارف, القاهرة, ١٩٧١ م
- tharwat eukashat , alfani almisrii , aleimarat , aljuz' al'awal , dar almaearif , alqahirat , 1971 m
- سماء احمد وحيد مصطفي, اتجاهات التصميم ذات المحور الانساني ومدى الملائمة لفسفة تصميم المنتجات, الدكتوراه, جامعة حلوان - كلية الفنون التطبيقية - المنتجات المعدنية والحلي, ٢٠١٣ م.
- sama' aihmad wahid mustafi, aitijahat altasmim dhat al'asma' almahmuriat wamafahim al'aemal lifalsafat tasmim almuntajat , aldukturah , jamieat hulwan - kuliyat alfunun altatbiqiat - almuntajat almaediniat walhali, 2013 ma.
- فرانسوا دوما , ترجمة ماهر جويجاتي, حضارة مصر الفرعونية, المجلس الأعلى للثقافة , الطبعة الأولى , ١٩٩٨ م,
- fransua дума , tarjamat mahir juyjati, hadarat misr alfireawniat, almajlis al'aeliu lilthaqafati, al'awal al'awli, 1998 mi,
- أحمد مرعي. (٢٥ ٩ , ٢٠٢٢). صناعة الألباستر. تم الاسترداد من جريدة اليوم السابع : <https://www.youm7.com/story/2017/5/7/%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1-%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%84%D8%A8%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1-%D9%81%D9%86-%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B1%D8%AB%D8%AA%D9%87-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AC%D9%8A%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%84%D8%A8%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%B1%D8%AC%D9%88%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%AD%D8%A7%D8%B3-%D9%85%D9%86-%D8%B3%D9%8A%D9%86%D8%A7%D8%A1-%D9%88%D8%B5%D9%86%D8%B9%D9%88%D8%A7>
- الألباستر Retrieved from (2022, 9 24). ويكيبيديا : https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B1%D9%85%D8%B1#cite_note-0-1
- حازم بدر. (٢٥ ٩ , ٢٠٢٢). الفراعنة استخرجوا النحاس من سينا وصنعوا منه الأواني. تم الاسترداد من جريدة الشرق الأوسط : <https://aawsat.com/home/article/1366961/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D8%A7%D8%B9%D9%86%D8%A9-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%B1%D8%AC%D9%88%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%AD%D8%A7%D8%B3-%D9%85%D9%86-%D8%B3%D9%8A%D9%86%D8%A7%D8%A1-%D9%88%D8%B5%D9%86%D8%B9%D9%88%D8%A7>
- Abd Allatif, Tarek Ismail, 2009, INTERACTIVE PRODUCT DESIGN AS A CULTURAL PHENOMENON, Journal of Science and Arts, Vo21, Nu 1.
- *Rungtai Lin¹ , Ming-Xian Sun¹ , Ya-Ping Chang¹ , Yu-Ching Chan¹ Yi-Chen Hsieh² , Yuan-Ching Huang(٢٠٠٧), Designing “Culture” into Modern Product --A Case study of Cultural Product Design, Usability and Internationalization. HCI and Culture, Second International Conference on Usability and Internationalization.
- Lee, K.P. (2004). Design methods for cross-cultural collaborative design project. In Redmond, J., Durling, D. & De Bono, A. (Eds.), Proceedings of Design Research Society International Conference. Paper #135, DRS Futureground, Monash University, Australia.
- Leong, D. and Clark, H. (2003). Culture -based knowledge towards new design thinking and practice - A dialogue, Design Issues, 19(3), 48-58.
- Lin, R. (2006). Scenario and story-telling approach in cross cultural design. Art Appreciation, Vol. 2, No. 5, 4-10.

- Islam Gharib, 2016, An Emotional Design Approach to Develop New Cultural Products, Conference: Second International Conference of Arab Association for Civilization and Islamic Art ,At: Luxor - Egypt
- <https://www.worldhistory.org/Djed/> (3Pm, 1/8/2022)
- <https://www.eip.gov.eg/IDSC/StaticContent/View.aspx?ID=15> (10Am,15/7/2022)
- <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A3%D8%AB%D9%84>) (11Pm,8/8/2022)