

## الوعي الجمالي ودوره في اختيار

## الأثاث والمكملات في فراغات المسكن

د/ إنعام أحمد عابد شعبي

أستاذ مشارك السكن وإدارة المنزل بقسم التصميم  
الداخلي - كلية التصميم والفنون - جامعة أم القرى



المجلة العلمية المحكمة لدراسات وبحوث التربية النوعية

المجلد العاشر - العدد الأول - مسلسل العدد (٢٣) - يناير ٢٠٢٤م

رقم الإيداع بدار الكتب ٢٤٢٧٤ لسنة ٢٠١٦

ISSN-Print: 2356-8690 ISSN-Online: 2974-4423

موقع المجلة عبر بنك المعرفة المصري <https://jsezu.journals.ekb.eg>

[JSROSE@foe.zu.edu.eg](mailto:JSROSE@foe.zu.edu.eg)

البريد الإلكتروني للمجلة E-mail

## الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن

د/ إنعام أحمد عابد شعبي

أستاذ مشارك السكن وإدارة المنزل بقسم التصميم الداخلي - كلية التصميم والفنون - جامعة أم  
القرى

### المستخلص:

يعد الجمال سمة بارزة من سمات هذا الوجود إن لم يكن أكثر سماته وضوحًا، ولذلك عرفت الإنسانية منذ أقدم عصور الفكر ثلاث قيم كانت تعدها أهدافا ينبغي أن يسعى الإنسان إلى تحقيقها في نفسه وفي العالم المحيط بكل ما يملك من طاقات، وهي قيم الحق والخير والجمال، وهذا التقسيم الثلاثي للقيم الإنسانية الكبرى مبنياً على نظرة متكاملة إلى طبيعة الإنسان الروحية.

والوعي الجمالي هو القدرة على التذوق أو الشعور أو الانتباه إلى القيمة الجمالية التي توجد في شيء ما سواء كان طبيعياً أو عمل فنياً من حيث كونه مركز انتباه أو شعور أو ادراك. فهو فرع من الفلسفة يتعامل مع طبيعة الجمال ومع الحكم المتعلقة بالجمال أيضاً، فهو المجال الذي يتعامل مع وصف الظواهر الفنية والخبرة الجمالية و تفسيرها .

### أهداف البحث:

- 1- دراسة واقع الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن.
- 2- الكشف عن الفروق بين أفراد عينة البحث في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعاً لمتغيرات الدراسة.
- 3- الكشف عن العلاقة بين الوعي الجمالي والأثاث والمكملات في فراغات المسكن مع متغيرات الدراسة.
- 4- تحديد أكثر العوامل تأثيراً على الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن.

### توصل البحث إلي:

- 1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعاً لمتغيرات الدراسة .
- 2- وجود علاقة ارتباطية بين استبيان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن ومتغيرات الدراسة.
- 3- اختلاف نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على الوعي الجمالي .

**وأوصي البحث بـ:**

- 1- التوعية بأهمية نشر الوعي الجمالي للأسرة لما له من الأثر الكبير في اختيار وانتقاء الأثاث والمكملات بشكل يلائم احتياجاتها.
- 2- تصميم برامج إرشادية وتدريبية لتنمية القدرة على الاستفادة من فراغات المسكن باختيار الأثاث والمكملات المناسبة.
- 3- إجراء المزيد من البحوث بهذا الشأن لما لها من أثار إيجابية على مستوى حياة الفرد والمجتمع.

**Abstract:**

Beauty is a prominent feature of this existence, if not the most obvious of its features. Therefore, since the earliest ages of thought, humanity has known three values that it considered goals that man should strive to achieve in himself and in the surrounding world with all his energies, which are the values of truth, goodness and beauty. This tripartite division of the great human values is based on an integrated view of the spiritual nature of man.

Aesthetic awareness is the ability to taste, feel or pay attention to the aesthetic value that exists in something, whether it is natural or a work of art in terms of being a center of attention, feeling or perception.

It is a branch of philosophy that deals with the nature of beauty and with the judgment related to beauty as well. It is the field that deals with the description and interpretation of artistic phenomena and aesthetic experience.

**research aims:**

1. Studying the reality of aesthetic awareness and its role in choosing furniture and accessories in dwelling spaces.
2. Revealing the differences between members of the research sample in aesthetic awareness and its role in choosing furniture and accessories in dwelling spaces according to the variables of the study.
3. Revealing the relationship between aesthetic awareness, furniture, and accessories in dwelling spaces with the variables of the study.
4. Identifying the factors that most influence aesthetic awareness and its role in choosing furniture and complements in dwelling spaces.

**The research found:**

1. There are statistically significant differences between the average scores of the sample members in aesthetic awareness and its role in choosing furniture and complements in the spaces of the dwelling according to the variables of the study.

2. There is a correlation between the aesthetic awareness questionnaire and its role in choosing furniture and accessories in dwelling spaces and the variables of the study.
3. The difference in the participation rate of factors affecting aesthetic awareness.

#### **I recommend searching for:**

1. Raising awareness of the importance of spreading the family's aesthetic awareness because of its great impact on choosing and selecting furniture and accessories in a way that suits their needs.
2. Designing guidance and training programs to develop the ability to take advantage of dwelling spaces by choosing appropriate furniture and accessories.
3. Conduct more research in this regard because of its positive effects on the life of the individual and society.

#### **المقدمة:**

يعد الجمال سمة بارزة من سمات هذا الوجود إن لم يكن أكثر سماته وضوحًا، ولذلك عرفت الإنسانية منذ أقدم عصور الفكر ثلاث قيم كانت تعدها أهدافا ينبغي أن يسعى الإنسان إلى تحقيقها في نفسه وفي العالم المحيط بكل ما يملك من طاقات، وهي قيم الحق والخير والجمال، وهذا التقسيم الثلاثي للقيم الإنسانية الكبرى مبنياً على نظرة متكاملة إلى طبيعة الإنسان الروحية. (ماهر حسن، ٢٠٠٩م)

فالإنسان كائن جمالي بقدر ما هو كائن اجتماعي، ولذلك اهتم منذ قديم الأزل بأن يجعل عالمه المحيط أكثر جمالاً، فزين مكان معيشته وكذلك الأواني والملابس والأثاث، وشعر بأن حياته في بيت جميل يجعل هذا البيت يوفر له راحة كبرى، فيؤدي فيه مهام حياته بأقل تعب، ويهيئ له مناحاً للعمل بإنتاجية أعلى ، ويسمح باستعادة النشاط والقوة بسرعة وعلى نحو أفضل (نشوه الغزاوي، ٢٠١٧م) .

والاهتمام بالجمال مظهر من مظاهر حضارة الإنسان ورفيقه على مر العصور ، ولقد ظهرت أولى ملامح الاهتمام بالجمال منذ أن وجد الإنسان ، وبمواصلة ركب الحضارة الإنسانية واكب الاهتمام بالجمال كل خطوة حضارية ، إلى أن تحددت الخصائص والسمات الجمالية منذ عصور ما قبل التاريخ ، متمثلة في الفنون البدائية وتطورت المجتمعات الإنسانية وتطورت معها النظرة إلى الجمال ، فوجدنا فنون الحضارات القديمة تعبر عن الخلود والبعث وعن الحياة والمنفعة ، أي أن جذور الجمال بدأت مع فكرة الدين والأخلاق وكان هناك تطابق بين القيم الجمالية الخالصة وبين غيرها من القيم الدينية. (محسن عطية، ٢٠٠٥م)

والوعي الجمالي هو القدرة على التذوق أو الشعور أو الانتباه إلى القيمة الجمالية التي توجد في شيء ما سواء كان طبيعيًا أو عمل فنيًا من حيث كونه مركز انتباه أو شعور أو إدراك. (ظلال سالم، ٢٠٢٠م)

فهو فرع من الفلسفة يتعامل مع طبيعة الجمال ومع الحكم المتعلق بالجمال ايضاً، فهو المجال الذي يتعامل مع وصف الظواهر الفنية والخبرة الجمالية و تفسيرها. (شاكرا عبد الحميد، ٢٠٠٢م)

ويعد الأثاث العامل الرئيسي والمهم في الفضاءات الداخلية وبدونه لا تكتمل مقومات التصميم الداخلي ، فهو الوسيط بين العمارة ومستعملها ، حيث تنقلنا في الشكل والمقاس بين الفضاء الداخلي والإنسان. (مرورة جبار، ٢٠١٤م)

فيشكل الأثاث بأشكاله وأنواعه المختلفة العنصر الأساسي الذي يحقق العلاقات بين الفرد والفضاء الداخلي الذي يشغله، فهو يلعب الدور الرئيسي في التصميم وإبراز الصفات التعبيرية للفضاء الداخلي الذي يشغله من خلال مميزاته المتمثلة بالشكل واللون والملمس، والتي تعتبر عناصر بصرية مهمة يمكن للمصمم الداخلي إذا أحسن اختيارها وتوظيفها من خلال مبادئ التكوين الملائمة الخروج بنتائج تصميمية متميزة ومختلفة. (نمير خلف، ٢٠٠٥م)

فالجمع بين الجانب الوظيفي والجمالي في المنتج يعد النجاح بعينه، حيث أن الاهتمام بجانب واحد فقط لا يعطي الأثر المطلوب، ومن المعروف أن التصميم الجيد والناجح هو الأساس لأي عمل فني متكامل مبعثه قدرة المصمم على تطويع ثقافته وقدرته في خدمة التصميم الداخلي والديكور. (مرورة جبار، ٢٠١٤م)

وتعد مكملات المسكن من أحد العناصر الهامة في التصميم الداخلي ، كما أن لها الأثر الكبير في اثناء وتكامل الفراغ الداخلي من الناحية الوظيفية والجمالية ، فالمكملات ليست شيء إضافي، بل هي وسيلة للتعبير عن شخصية الفرد وتضفي على الفراغ طابعه الشخصي الذي يتميز به.

فالمكملات عنصر يمكن أن يستخدم في تجميل الحجرة من صور، ومطبوعات، ومعلقات، ومرايا، بالإضافة إلى أي مجموعة من النباتات المنزلية والأواني الزجاجية وأدوات التقديم على المائدة ووحدات الإضاءة، وهي أيضاً الأجزاء والأشياء التي تجمع بين الفن والوظيفة لتحقيق المنفعة والجمال، وتثري المكان مادياً ومعنوياً من اجل تحقيق بيئة مناسبة. (مرورة جبار، ٢٠١٤م)

وتنوعت الدراسات التي تناولت الوعي الجمالي وتأثيره على اختيار الأثاث والمكملات، مثل دراسة "ظلال نجم ، ٢٠٢٠م" والتي هدفت إلى الكشف عن الفن البيئي ودوره في تنمية

الوعي الجمالي، كذلك دراسة "اماني الجزائر ، ٢٠١٨م" التي هدفت إلى التعرف على القيم الفنية والجمالية لمكاملات الأثاث، والتأكيد على أهمية القيم الفنية والابتكارية لإثراء المجال، مع مراعاة العمل على تقديم الحلول الفنية والتقنية، وأيضًا دراسة "هناك وزان ٢٠٠٧م" التي هدفت إلى التعرف على أثر مكاملات الزينة في المسكن على المستوى الجمالي والابتكاري، والعمل على تحقيق الابتكارية من خلال دمج الخامات والطرز المختلفة لكل مكاملات الزينة بالمسكن، كذلك دراسة "علياء مختار، ٢٠١٧م" والتي أكدت على إمكانية الاستفادة من الفراغات المهذرة بمسكن الأسرة بابتكار تصميمات تناسب احتياجاتهم الوظيفية واليومية.

فالوعي الجمالي له دور كبير جداً في اختيار الأثاث ومكاملات الزينة، واختيارها لا بد أن يكون بقواعد ومعايير معينة لإعطاء اللمسة الجمالية للمكان، فهي في الغالب تؤدي وظيفتين إحداهما جمالية والأخرى وظيفية نفعية بحسب نوع القطعة. (حنان حجازي، ٢٠١٩م) ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على دور الوعي الجمالي في اختيار الأثاث والمكاملات في فراغات المسكن.

#### مشكلة البحث:

مما لا شك فيه أن الوعي الجمالي ومقاييسه لدى المجتمع له دور في اختيار الأثاث والمكاملات في فراغات المسكن، وتؤثر على الفرد والمجتمع اقتصاديًا، واجتماعيًا، وحضاريًا، وعلى طبيعة اختيار أسلوب الأثاث والمكاملات، إذ أنه يعد أحد المعالجات الرئيسية التي تُعطي الفراغ والبيئة طابعًا جماليًا يمتد ليؤدي الجانب النفسي والوظيفي، وهذا لا يأتي إلا من خلال تنمية الذوق وبناء معايير صحيحة للأشياء وكل ما تنقله حواسنا من البيئة، وفي ضوء ما سبق يمكن صياغة مشكلة البحث في التساؤلات التالية:

- 1- ما مدى تأثير الوعي الجمالي على اختيار الأثاث والمكاملات في فراغات المسكن؟
- 2- هل توجد فروق بين أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكاملات في فراغات المسكن تبعًا لمتغيرات الدراسة؟
- 3- ما العلاقة بين الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكاملات في فراغات المسكن ومتغيرات الدراسة؟
- 4- ما نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على الوعي الجمالي؟

#### أهداف البحث:

- 1- دراسة واقع الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكاملات في فراغات المسكن.
- 2- الكشف عن الفروق بين أفراد عينة البحث في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكاملات في فراغات المسكن تبعًا لمتغيرات الدراسة.

3- الكشف عن العلاقة بين الوعي الجمالي والأثاث والمكملات في فراغات المسكن مع متغيرات الدراسة.

4- تحديد أكثر العوامل تأثيرًا على الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن.

#### أهمية البحث:

1- تسليط الضوء على أهمية الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن.

2- تُسهم هذه الدراسة في تثقيف افراد المجتمع بأهمية الجمال في اختيار الأثاث والمكملات لفراغات المسكن.

3- إثراء المكتبة العربية بنوعية جديدة من الأبحاث والدراسات للوعي الجمالي باختيار الأثاث والمكملات لفراغات المسكن.

#### مصطلحات البحث:

• **الوعي الجمالي:** الخبرة المسترشدة التي تتفاعل مع عناصر العمل الجمالية مثل غرضه ووظيفة ومعنى مضمونه، وتجده من خلال عناصر المضمون التي يمكن أن تجعلنا نتخذ اتجاهها اخلاقيًا أو دينيًا ولا ننظر إلى العمل من حيث وجوده فحسب، بل ببعده الجمالي والتجريدي للعمل. (حنان حجازي، ٢٠١٩م)

• **الأثاث:** هو عبارة عن وحدات لا يخرج خط تصميمها عن كونه متوازي مستطيلات، أو مكعبًا، أو دائرة على شكل علبة مغلقة، أو مفتوحة، وتصنع من الخشب، أو المعدن، أو البلاستيك. (مصطفى أحمد، ٢٠٠١م)

• **المكملات:** تعني الأدوات التي يمكن الاستفادة منها، من خلال ما تكسبه للوحدة من جمال الشكل واللون وما توفره من الراحة المطلوبة لكل أفراد الأسرة، وهي تزيد من حسن وبهاء المنزل كالأرضيات، والمفروشات، والمعلقات، والستائر، والأباجورات، والمفارش. (سامية السمان، ٢٠٠٣م) نقلًا عن (نجوى الحازمي، ٢٠٢٠م)

• **فراغات المسكن:** هي كل العناصر الوظيفية والمعمارية والجمالية والتي يحتاجها الفرد في المكان المحيط به. (نهى نقيطي، ٢٠١٦م)

• **الوعي الجمالي إجرائيًا:** اللحظة التي يصبح فيها ذهن الفرد واعياً للجمال والتعبيرات الجمالية، سواء كانت طبيعية أو من ابتكار الفرد.

• **الأثاث إجرائيًا:** هو ما يحتاجه المنزل من قطع أساسية، لكي يصبح مكانًا مناسبًا للعيش الإنساني، بحيث يوفر وسائل الراحة التي يحتاجها في حياته اليومية.

- **المكملات إجرائياً:** هي أي عنصر يستخدم في تجميل الحجرة من معلقة أو اضاءة أو نباتات، وتجمع بين الوظيفة والفن لتحقيق المنفعة والجمال.

#### فروض البحث:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعاً لمتغيرات الدراسة.
- 2- توجد علاقة ارتباطية بين استبيان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن ومتغيرات الدراسة.
- 3- تختلف نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على الوعي الجمالي.

**منهج البحث:** استناداً إلى مجال البحث ونوعية البيانات المراد الوصول إليها سيتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي: الذي يعتمد على دراسة الواقع والظاهرة المدروسة وتصويرها كمياً عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة. (سعد المشهداني، ٢٠٢٠م)

#### حدود البحث:

- **الحدود المكانية:** بناء على مشكلة البحث وأهدافه فقد طُبقت الدراسة الميدانية على مجموعة من الأسر، وذلك للحصول على عينة ممثلة من المجتمع الأصلي تكون ممثلة له بدرجة كبيرة، ويمكن معها تعميم النتائج التي يتم التوصل إليها على المجتمع الأصلي.
  - **الحدود الزمنية:** هي الفترة التي تم فيها توزيع الاستبانة على الأسر موضوع البحث، وكانت في الفترة من (٧ / ١١ / ١٤٤٣هـ) إلى (١٢ / ١٢ / ١٤٤٣هـ).
- عينة البحث:** عينة عشوائية مكونة من "٢٥٠" أسرة "ذكور ، إناث".

#### أدوات البحث:

#### أولاً: استمارة البيانات العامة:

اشتملت الاستمارة على المتغيرات الديموغرافية والتي تساعد على اعطاء وصف دقيق لعينة البحث، وتضمنت "الجنس، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، العمر، الوظيفة، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري".

**ثانياً: استبيان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن:**

تكون الاستبيان من ثلاث محاور رئيسية بموجب "٣٠" عبارة:

- البعد الجمالي .
- البعد الوظيفي.
- البعد الاقتصادي.

تم تصميم أداة القياس وفق تدرج ليكرت، بحيث يقوم أفراد العينة بإبداء آرائهم على متصل ثلاثي الأبعاد وذلك باختيار أحد البدائل (دائمًا، أحيانًا، أبدًا) على أن تعطي استجاباتهم الأوزان النسبية (١،٢،٣) للعبارة الموجبة، و(٣،٢،١) للعبارة السالبة.

#### الإطار النظري:

نشأ علم الجمال في البداية باعتباره فرع من الفلسفة ويتعلق بدراسة الإدراك للجمال، ويهتم أيضًا بمحاولة استكشاف ما إذا كانت الخصائص الجمالية موجودة موضوعيًا في الأشياء التي يدركها أم توجد ذاتيًا في عقل الشخص القائم بالإدراك. (شاكر عبدالحميد، ٢٠٠٢ م)

فالجمال يبدو واضحًا في ما يبده الفنان من أشياء يجسد فيها ذوقه وإحساسه بالجمال، فيظهر في ما نحبه ونفضله لا لمنفعة أو لهدف آخر غير ذاته، فعلم الجمال هو بحث عن قوانين التذوق الجمالي وموضوعها، وهو تلك الأشياء التي نحبه لذاتها في حين أن باقي الأشياء الأخرى نحبه لأنها وسائل تحقق لنا أهدافًا أخرى، وهو يبحث في أبسط الأشياء التي نحبه كالصوت أو اللون أو الخط أو الإيقاع أو الكلمة، ثم في مركبات هذه البسائط الأولية في الأعمال الفنية من عمارة وتصوير وموسيقى وأدب. (أميرة حلمي، ٢٠١٣ م)

#### القيم الجمالية:

اختلف النقاد في تعريفهم لطبيعة القيم الجمالية ومقاييسها، كما اختلفوا أيضًا في تفسيرهم للقيم الأخلاقية ومقاييسها، فقد يرجعون هذه القيم على عالم مقالي يفوق الواقع أو يرون أن مرجعها شعور الإنسان، فما يعجبنا أو نفضله فهو الجميل وهو الخير، ولكن قد يحدث أن يعجب الناس بعمل فني مميز ويتجاهلون عملاً آخر، ثم تثبت الأيام أن ما يعجبون به ليس بذى قيمة وما يتجاهلونه أكثر قيمة. (ماهر حسن، ٢٠٠٩ م)

وتاريخ الفن حافل بأمثلة لم يقدرها أهل زمانها التقدير اللائق بها، إذ من المحتمل مثلاً أن يحظى عمل فني باستجابة سريعة من أكثرية الناس بسبب الألفة أو السهولة أو البساطة، فيصبح تقدير القيمة كما يقولون مرتبط بعدد الرؤوس التي وافقت على وجودها. (ظلال سالم، ٢٠٢٠ م)

وسواء استجاب الناس أو لم يستجيبوا يمكن للشئ أن يكون ذا قيمة، وتحدث الاستجابة متى توافرت الظروف السليمة لكي تتم هذه الاستجابة، وعندما تحصل الخبرة الصحيحة فالقيمة بهذا المعنى هي ماهي موجود بالقوة وليس ما هو الموجود بالفعل، أو ما ينبغي لأن يكون على حد تعريف الفيلسوف الأمريكي جون ديوي من أن القيمة لا تظهر في ما نرغب فيه فعلاً بل في ما ينبغي لنا أن نرغب فيه. (أميرة حلمي، ٢٠١٣ م)

### التذوق والتفضيل الجمالي:

عملية التذوق وما يصاحبها من حساسية وأحكام جمالية وتفضيل جمالي عملية متأثرة بالخبرة سواء على مستوى الفرد أو على مستوى الجماعة، وهذا التغيير قد يكون نحو الأفضل أو نحو الأسوء اعتمادًا على النماذج الجمالية التي يتعرض المرء لها، واعتمادًا أيضا على الأذواق السائدة في المجتمع وعلى عمليات أخرى كثيرة بعضها تربوي وبعضها اجتماعي وبعضها إعلامي. (شاكر عبد الحميد، ٢٠٠٢ م)

### الأثاث:

لفظ يشمل كل الاشياء القابلة للتحويل والتي تدعم جسم الانسان، كالمسير، والكرسي، والكنب، والدولاب، وتستخدم كأماكن للتخزين والاحتفاظ بالأغراض التي يستخدمها الانسان في حياته اليومية. (محمد سيف الإسلام، ٢٠١٧م)

### اختيار الأثاث:

### الاعتبارات الوظيفية:

العوامل الإنسانية تؤثر تأثيرًا كبيرًا على شكل الأثاث ونسبه ومقاسه، فتصميم الأثاث يجب أن يوفر الراحة الفيزيائية، ويرتبط مفهوم الراحة مع طبيعة الفعالية التي يقوم بأدائها، كما تؤثر عند استعمالنا لقطعة الأثاث طريقة ترتيب الأثاث حسب مجموعات Modular Unit تعتمد في تنظيمها على وحدة قياسية معينة تسهل عملية ترتيبها وتشكل أكبر استمرارية ممكنة منها والاستفادة من الفضاء قدر الإمكان.

### الاعتبارات البيئية والجمالية:

العناصر البصرية الظاهرية التي تشكل الحافات الخارجية لكتلة الأثاث من خط وشكل ونسبة وخامة ولون ونسيج هي الأساس المعبر عن الحالة التعبيرية الحسية والجمالية لإدراك وظيفة الأثاث، فضلاً عن ذلك فأن هناك عوامل أخرى مؤثرة تتحكم في اختيار الأثاث ومنها، المتانة وسهولة الصيانة وتحقيق المظهر. (مروة جبار، ٢٠١٤م)

وتتعدد المواد المستخدمة في صناعة الأثاث وتختلف في مواصفاتها من حيث تحملها، وتتوقف متانة أي وحدة أثاث ومقاومتها للظروف البيئية على نوعية المواد المستخدمة في تصنيعها، ومواصفاتها للتصميم الداخلي من حيث تكوينه الهيكلي الملائم لطبيعة المواد المصنع منها وبما يحقق الأداء الوظيفي الأمثل. (نمير خلف، ٢٠٠٥م)

### مكملات الأثاث:

وسائل التجميل بمكملات الزينة كثيرة ومتعددة، ومن تلك المكملات التي تستعمل في تجميل حجرات المنزل "الأباجورات، والتحف، والساعات، وطاولات الزينة، والأرفف". (هناء وزان، ٢٠١١م)

### القواعد التي يجب مراعاتها عند اختيار المكملات :

- يجب أن يكون لكل قطعه تجميل هدف واضح تشتري من اجله وتستعمل لتحقيقه.
- يجب أن نراعي مناسبة القطعة للمكان الذي ستوضع فيه وذلك من حيث الحجم واللون والطرز.
- يجب أن تختار القطعة المناسبة لنوع الحجرة واستعمالها. (كوثر كوجك، وآخرون، ٢٠١٠م)

### استخدامات المكملات:

- جذب النظر لمكان معين في الحجرة.
- اضافة لون مغاير لمجموعة ألوان متشابهة في مكان واحد.
- توازن وترتيب معين في قطع الأثاث.
- تعطي شعوراً بالراحة والهدوء.
- اضافة قطعة جميله تزيد من جمال المكان. (مروة جبار، ٢٠١٤م)

### أنواع المكملات:

- الزهور: وتعد من أهم وسائل تجميل المنزل ، فهي تضيفي البهجة والحيوية.
- الصور: تعتبر من اقدم ما عرف واستخدم من أساليب تجميل المنزل.
- المرايا: يعتبر لها دور في الخداع البصري وتغير المساحات.
- الأباجورات: وهي نوع من أنواع الاضاءات الصناعية التي تستخدم لأداء اعمال معينة.
- الستائر: قطعة من القماش تسدل على نوافذ البيوت وأبوابه حجبا للنظر أو اتقاءً للشمس، وتستعمل أيضاً لأغراض الزينة. (هناء وزان، ٢٠٠٧م)

### فراغات المسكن:

هي كل العناصر الوظيفية والمعمارية والجمالية التي يحتاجها الفرد في المكان المحيط به، وتقسّم الفراغات الوظيفية في المسكن إلى الجزء المعيشي الذي يتضمن فراغ معيشة الأسرة، وخدمة الضيوف، والجزء الخدمي لتحضير الطعام، وغسل الملابس، والتخزين، وجزء أجنحة النوم، إضافة إلى الجزء المخصص للأقارب والضيوف. (نهى نقيطي، ٢٠١٦م)

## صدق وثبات أدوات البحث:

استبيان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن:  
صدق الاستبيان:

يقصد به قدرة الاستبيان على قياس ما وضع لقياسه.

الصدق باستخدام الاتساق الداخلي بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للاستبيان:

تم حساب الصدق باستخدام الاتساق الداخلي وذلك بحساب معامل الارتباط (معامل ارتباط بيرسون) بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للاستبيان (الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن)، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (1) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة الاستبيان

م	الارتباط	الدلالة	م	الارتباط	الدلالة
١	٠,٨٧١	٠,٠١	١٦	٠,٧٢٦	٠,٠١
٢	٠,٩١٧	٠,٠١	١٧	٠,٦٤٢	٠,٠٥
٣	٠,٨٣٧	٠,٠١	١٨	٠,٦٢٨	٠,٠٥
٤	٠,٧٠٧	٠,٠١	١٩	٠,٨١٤	٠,٠١
٥	٠,٧٦٥	٠,٠١	٢٠	٠,٨٦٢	٠,٠١
٦	٠,٦٣٤	٠,٠٥	٢١	٠,٩٢٤	٠,٠١
٧	٠,٧٥٢	٠,٠١	٢٢	٠,٧٤٠	٠,٠١
٨	٠,٩٤١	٠,٠١	٢٣	٠,٦١٥	٠,٠٥
٩	٠,٧٩٢	٠,٠١	٢٤	٠,٨٤٤	٠,٠١
١٠	٠,٦٠٩	٠,٠٥	٢٥	٠,٩٠٨	٠,٠١
١١	٠,٨٥١	٠,٠١	٢٦	٠,٧١٢	٠,٠١
١٢	٠,٨٠٣	٠,٠١	٢٧	٠,٧٧٧	٠,٠١
١٣	٠,٧٣٤	٠,٠١	٢٨	٠,٦٠٦	٠,٠٥
١٤	٠,٦٢٢	٠,٠٥	٢٩	٠,٨٩٠	٠,٠١
١٥	٠,٩٣٥	٠,٠١	٣٠	٠,٨٢٦	٠,٠١

يتضح من الجدول أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى (٠,٠١ ، ٠,٠٥)

لاقتربها من الواحد الصحيح مما يدل على صدق وتجانس عبارات الاستبيان.

## الثبات:

يقصد بالثبات reability عدم تناقضه مع نفسه، واتساقه فيما يزودنا به من معلومات

عن سلوك المفحوص، وتم حساب الثبات عن طريق:

١- معامل الفا كرونباخ Alpha Cronbach

## ٢- طريقة التجزئة النصفية Split-half

جدول (٢) قيم معامل الثبات لاستبيان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن

التجزئة النصفية	معامل الفا	
٠,٨٣٧ - ٠,٩٥١	٠,٨٨٩	ثبات استبيان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن

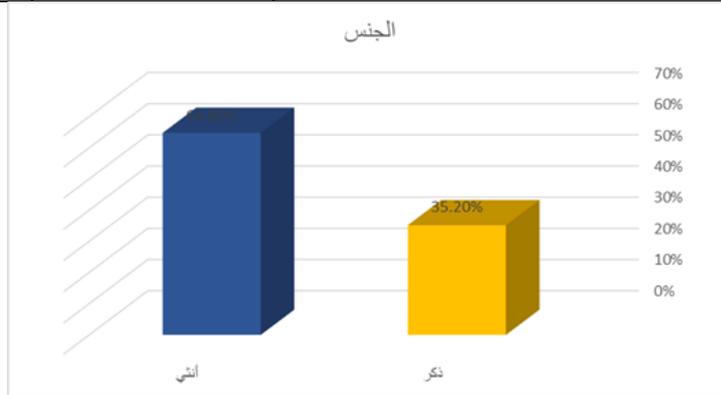
يتضح من الجدول السابق أن جميع قيم معاملات الثبات: معامل الفا، التجزئة النصفية، دالة عند مستوى ٠,٠١ مما يدل على ثبات الاستبيان.

## البيانات العامة

## ١- الجنس:

جدول (٣) توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير الجنس

النسبة %	العدد	الجنس
٣٥,٢%	٨٨	ذكر
٦٤,٨%	١٦٢	أنثى
١٠٠	٢٥٠	المجموع



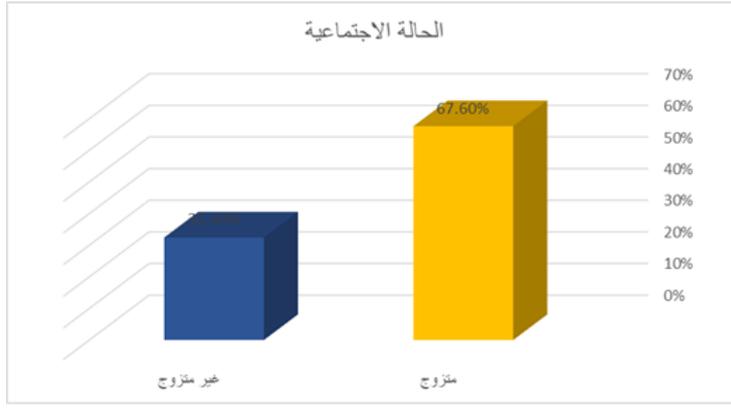
شكل (١) يوضح توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير الجنس

يتضح من جدول (٣) وشكل بياني (١) أن ١٦٢ من أفراد عينة البحث إناث بنسبة ٦٤,٨%، بينما ٨٨ من أفراد عينة البحث ذكور بنسبة ٣٥,٢%.

## ٢- الحالة الاجتماعية:

جدول (٤) توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية

النسبة %	العدد	الحالة الاجتماعية
٦٧,٦%	١٦٩	متزوج
٣٢,٤%	٨١	غير متزوج
١٠٠%	٢٥٠	المجموع



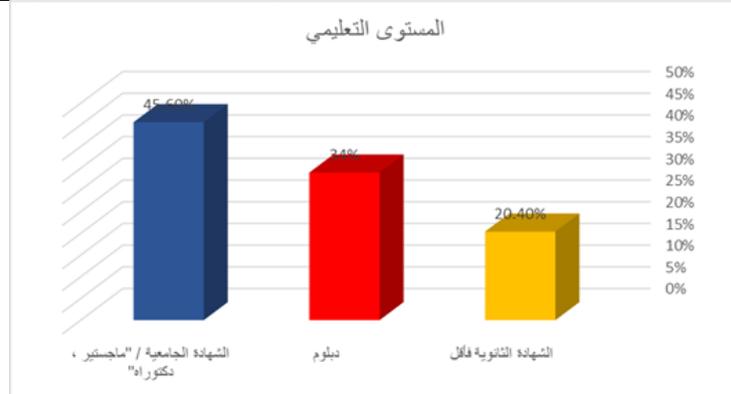
شكل (٣) يوضح توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية

يتضح من جدول (٤) وشكل (٣) أن ١٦٩ من أفراد عينة البحث متزوجين بنسبة ٦٧,٦%، بينما ٨١ من أفراد عينة البحث غير متزوجين بنسبة ٣٢,٤%.

### ٣- المستوى التعليمي:

جدول (٥) توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

النسبة %	العدد	المستوى التعليمي
٢٠,٤%	٥١	الشهادة الثانوية فأقل
٣٤%	٨٥	دبلوم
٤٥,٦%	١١٤	الشهادة الجامعية / "ماجستير ، دكتوراه"
١٠٠%	٢٥٠	المجموع

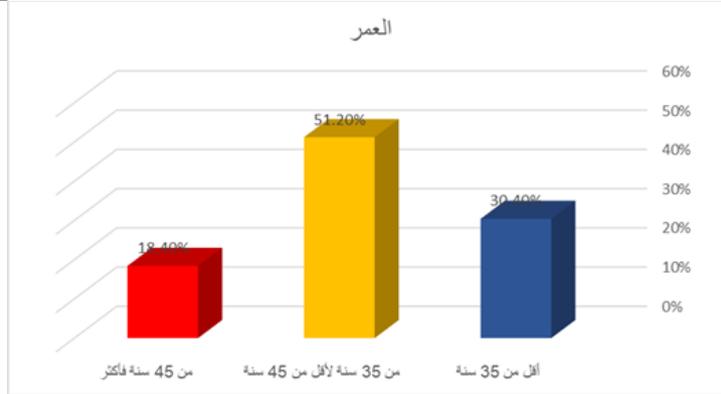


شكل (٤) يوضح توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

يتضح من جدول (٥) وشكل بياني (٤) أن ١١٤ من أفراد عينة البحث حاصلين علي الشهادة الجامعية / "ماجستير ، دكتوراه" بنسبة ٤٥,٦%، يليهم ٨٥ من أفراد عينة البحث حاصلين على دبلوم بنسبة ٣٤%، ثم يأتي في المرتبة الثالثة ٥١ من أفراد عينة البحث حاصلين على الشهادة الثانوية فأقل بنسبة ٢٠,٤%.

جدول (٦) توزيع أفراد عينة البحث تبعا لمتغير العمر

النسبة %	العدد	العمر
٣٠,٤%	٧٦	أقل من ٣٥ سنة
٥١,٢%	١٢٨	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة
١٨,٤%	٤٦	من ٤٥ سنة فأكثر
١٠٠%	٢٥٠	المجموع



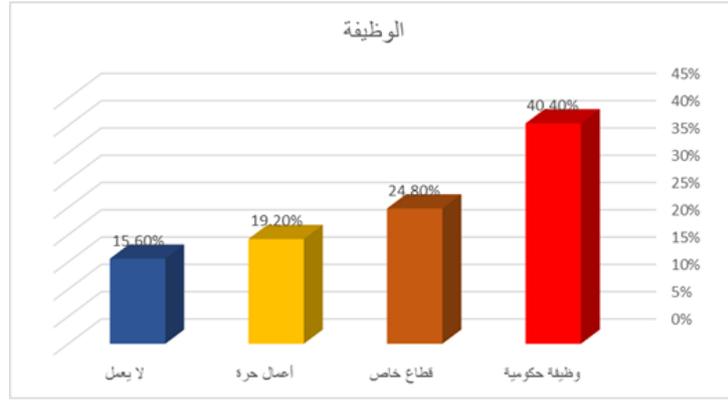
شكل (٥) يوضح توزيع أفراد عينة البحث تبعا لمتغير العمر

يتضح من جدول (٦) وشكل (٥) أن ١٢٨ من أفراد عينة البحث تراوحت أعمارهم من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة بنسبة ٥١,٢%، يليهم ٧٦ من أفراد عينة البحث كانت أعمارهم أقل من ٣٥ سنة بنسبة ٣٠,٤%، وأخيرا ٤٦ من أفراد عينة البحث كانت أعمارهم من ٤٥ سنة فأكثر بنسبة ١٨,٤%.

## ٥ - الوظيفة :

جدول (٧) توزيع أفراد عينة البحث تبعا لمتغير الوظيفة

النسبة %	العدد	الوظيفة
٤٠,٤%	١٠١	وظيفة حكومية
٢٤,٨%	٦٢	قطاع خاص
١٩,٢%	٤٨	أعمال حرة
١٥,٦%	٣٩	لا يعمل
١٠٠%	٢٥٠	المجموع



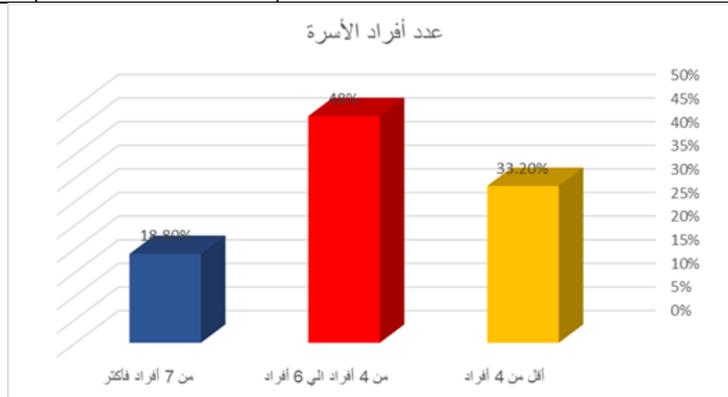
شكل (٦) يوضح توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير الوظيفة

يتضح من جدول (٧) وشكل (٦) أن ١٠١ من أفراد عينة البحث يعملون بوظائف حكومية بنسبة ٤٠,٤%، يليهم ٦٢ من أفراد عينة البحث يعملون بالقطاع الخاص بنسبة ٢٤,٨% ، يليهم ٤٨ من أفراد عينة البحث يعملون بالأعمال الحرة بنسبة ١٩,٢%، وأخيراً ٣٩ من أفراد عينة البحث غير عاملين بنسبة ١٥,٦%.

٦- عدد أفراد الأسرة:

جدول (٨) توزيع أسر عينة البحث تبعاً لعدد أفرادها

النسبة %	العدد	عدد أفراد الأسرة
٣٣,٢%	٨٣	أقل من ٤ أفراد
٤٨%	١٢٠	من ٤ أفراد الي ٦ أفراد
١٨,٨%	٤٧	من ٧ أفراد فأكثر
١٠٠%	٢٥٠	المجموع



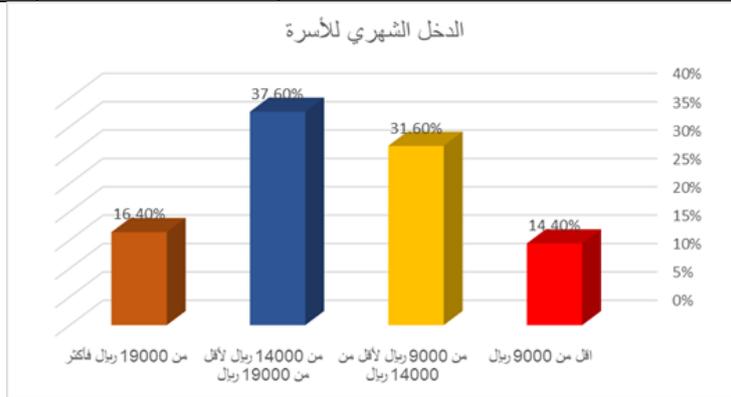
شكل (٧) يوضح توزيع أسر عينة البحث تبعاً لعدد أفرادها

يتضح من جدول (٨) وشكل (٧) أن ١٢٠ أسرة بعينة البحث تراوح عدد أفرادها من ٤ أفراد الي ٦ أفراد بنسبة ٤٨%، يليهم الأسر اللاتي كان عدد أفرادها أقل من ٤ أفراد وبلغ عددهم "٨٣" بنسبة ٣٣,٢%، وأخيراً كان عدد الأسر اللاتي كان عدد أفرادها من ٧ أفراد فأكثر "٤٧" بنسبة ١٨,٨%.

## ٧- الدخل الشهري للأسرة:

جدول (٩) توزيع أسر عينة البحث وفقا لفئات الدخل المختلفة

النسبة %	العدد	الدخل الشهري للأسرة
١٤,٤%	٣٦	اقل من ٩٠٠٠ ريال
٣١,٦%	٧٩	من ٩٠٠٠ ريال لأقل من ١٤٠٠٠ ريال
٣٧,٦%	٩٤	من ١٤٠٠٠ ريال لأقل من ١٩٠٠٠ ريال
١٦,٤%	٤١	من ١٩٠٠٠ ريال فأكثر
١٠٠%	٢٥٠	المجموع



شكل (٨) يوضح توزيع أسر عينة البحث وفقا لفئات الدخل المختلفة

يتضح من جدول (٩) والشكل البياني (٨) أن أكبر فئات الدخل الشهري لأسر عينة البحث كان في الفئة (من ١٤٠٠٠ ريال لأقل من ١٩٠٠٠ ريال) وبلغت نسبتهم (٣٧,٦%) ، ويأتي بعد ذلك الأسر ذوي الدخل (من ٩٠٠٠ ريال لأقل من ١٤٠٠٠ ريال) حيث بلغت نسبتهم ٣١,٦%، ويأتي في المرتبة الثالثة الأسر ذوي الدخل (من ١٩٠٠٠ ريال فأكثر) حيث بلغت نسبتهم ١٦,٤%، وأخيرا الأسر ذوي الدخل (اقل من ٩٠٠٠ ريال) حيث بلغت نسبتهم ١٤,٤%.

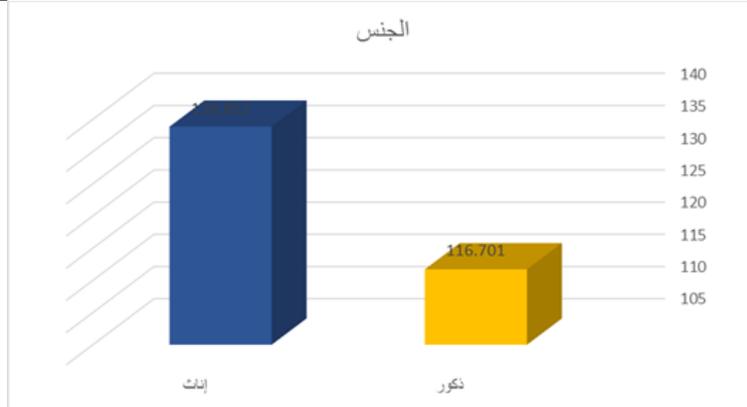
## تحليل النتائج وتفسيرها:

## الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعاً لمتغيرات الدراسة. وللتحقق من هذا الفرض تم تطبيق اختبار (ت)، وحساب تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن ، والجدول التالية توضح ذلك:

جدول (١٠) الفروق في متوسط درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
ذكور	١١٦,٧٠١	٧,٨١٢	٨٨	٢٤٨	٢٦,٣٧١	دال عند ٠,٠١ لصالح الإناث
إناث	١٣٨,٨٥٢	٩,٣٣٢	١٦٢			

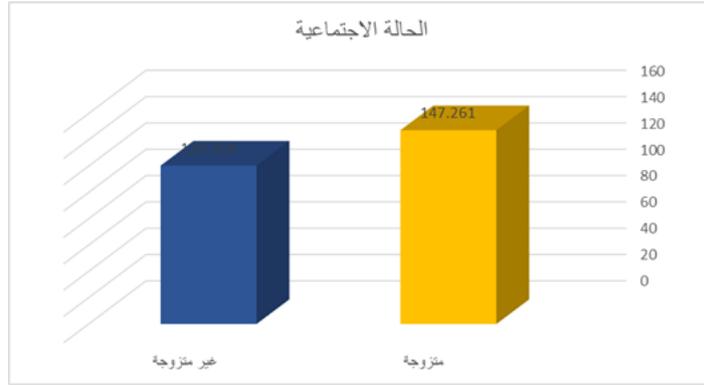


شكل (٩) الفروق في متوسط درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعاً لمتغير الجنس

يتضح من الجدول (١٠) وشكل (٩) أن قيمة (ت) كانت (٢٦,٣٧١) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) لصالح الإناث، حيث بلغ متوسط درجة الإناث (١٣٨,٨٥٢)، بينما بلغ متوسط درجة الذكور (١١٦,٧٠١)، مما يدل على أن الإناث كان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن لديهم أكبر من الذكور، ويرجع ذلك لطبيعة المرأة الفطرية فهي مخلوق جميل يحب الجمال والتجمل.

جدول (١١) الفروق في متوسط درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
متزوجة	١٤٧,٢٦١	٩,٣٢٤	١٦٩	٢٤٨	٣٠,١١١	دال عند ٠,٠١ لصالح المتزوجات
غير متزوجة	١٢٠,٣٥٩	٧,٠٧١	٨١			



شكل (١٠) الفروق في متوسط درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعا لمتغير الحالة الاجتماعية

يتضح من الجدول (١١) وشكل (١٠) أن قيمة (ت) كانت (٣٠,١١١) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) لصالح المتزوجات، حيث بلغ متوسط درجة المتزوجات (١٤٧,٢٦١)، بينما بلغ متوسط درجة غير المتزوجات (١٢٠,٣٥٩)، مما يدل على أن المتزوجات كان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن لديهم أكبر من غير المتزوجات.

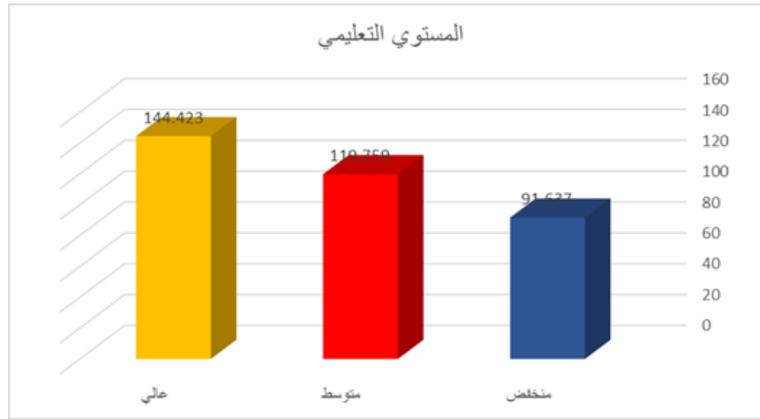
جدول (١٢) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعا لمتغير المستوى التعليمي

الدالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	المستوي التعليمي
٠,٠١ دال	٦٧,٢٧٣	٢	٦١٣٢,٢٧١	١٢٢٦٤,٥٤١	بين المجموعات
		٢٤٧	٩١,١٥٥	٢٢٥١٥,٢٥٦	داخل المجموعات
		٢٤٩		٣٤٧٧٩,٧٩٧	المجموع

يتضح من جدول (١٢) إن قيمة (ف) كانت (٦٧,٢٧٣) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعا لمتغير المستوى التعليمي، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (١٣) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

عالي	متوسط	منخفض	المستوي التعليمي
م = ١٤٤,٤٢٣	م = ١١٩,٧٥٩	م = ٩١,٦٣٧	
		-	منخفض
		**٢٨,١٢٢	متوسط
	**٢٤,٦٦٤	**٥٢,٧٨٦	عالي



شكل (١١) فروق درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

يتضح من جدول (١٣) وشكل (١١) وجود فروق في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن بين أفراد العينة في المستوى التعليمي العالي وكلا من أفراد العينة في المستوى التعليمي المتوسط والمنخفض لصالح أفراد العينة في المستوى التعليمي العالي عند مستوى دلالة (٠,٠١)، كما توجد فروق بين أفراد العينة في المستوى التعليمي المتوسط وأفراد العينة في المستوى التعليمي المنخفض لصالح أفراد العينة في المستوى التعليمي المتوسط عند مستوى دلالة (٠,٠١)، فيأتي في المرتبة الأولى أفراد العينة في المستوى التعليمي العالي حيث كان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن لديهم أكبر، ثم أفراد العينة في المستوى التعليمي المتوسط في المرتبة الثانية، ثم أفراد العينة في المستوى التعليمي المنخفض في المرتبة الأخيرة.

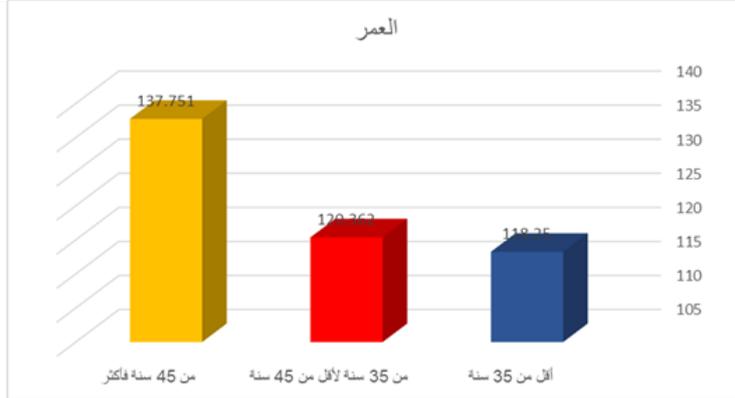
جدول (١٤) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعاً لمتغير العمر

العمر	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	١١٥٨٢,٠١٦	٥٧٩١,٠٠٨	٢	٣٨,٤٠١	٠,٠١ دال
داخل المجموعات	٣٧٢٤٨,٩٣٥	١٥٠,٨٠٥	٢٤٧		
المجموع	٤٨٨٣٠,٩٥١		٢٤٩		

يتضح من جدول (١٤) إن قيمة (ف) كانت (٣٨,٤٠١) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعاً لمتغير العمر، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (١٥) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

العمر	أقل من ٣٥ سنة	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	من ٤٥ سنة فأكثر
أقل من ٣٥ سنة	–	م = ١١٨,٢٥٠	م = ١٣٧,٧٥١
من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	–	*٢,١١٢	–
من ٤٥ سنة فأكثر	**١٩,٥٠١	**١٧,٣٨٩	–



شكل (١٢) فروق درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعاً لمتغير العمر

يتضح من جدول (١٥) وشكل (١٢) وجود فروق في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن بين أفراد العينة ذوي السن من ٤٥ سنة فأكثر وكلا من أفراد العينة ذوي السن "من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة ، أقل من ٣٥ سنة" لصالح أفراد العينة ذوي السن من ٤٥ سنة فأكثر عند مستوى دلالة (٠,٠١)، بينما توجد فروق بين أفراد العينة ذوي السن من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة وأفراد العينة ذوي السن أقل من ٣٥ سنة لصالح أفراد العينة ذوي السن من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، فيأتي في المرتبة الأولى أفراد العينة ذوي السن من ٤٥ سنة فأكثر حيث كان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن لديهم أكبر، ثم أفراد العينة ذوي السن من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة في المرتبة الثانية، ثم أفراد العينة ذوي السن أقل من ٣٥ سنة في المرتبة الأخيرة .

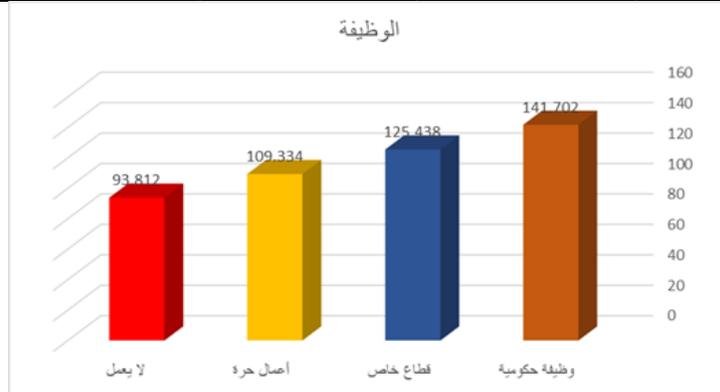
فراغات المسكن تبعاً لمتغير الوظيفة

الوظيفة	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	١٢٢٣٥,٣٥٥	٤٠٧٨,٤٥٢	٣	٤٣,٥٢٢	٠,٠١ دال
داخل المجموعات	٢٣٠٥٢,٥٤٠	٩٣,٧١٠	٢٤٦		
المجموع	٣٥٢٨٧,٨٩٥		٢٤٩		

يتضح من جدول (١٦) إن قيمة (ف) كانت (٤٣,٥٢٢) وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعاً لمتغير الوظيفة، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (١٧) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

الوظيفة	وظيفة حكومية م = ١٤١,٧٠٢	قطاع خاص م = ١٢٥,٤٣٨	أعمال حرة م = ١٠٩,٣٣٤	لا يعمل م = ٩٣,٨١٢
وظيفة حكومية	-			
قطاع خاص	**١٦,٢٦٤	-		
أعمال حرة	**٣٢,٣٦٨	**١٦,١٠٤	-	
لا يعمل	**٤٧,٨٩٠	**٣١,٦٢٦	**١٥,٥٢٢	-



شكل (١٣) فروق درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعاً لمتغير الوظيفة

يتضح من جدول (١٧) وشكل (١٣) وجود فروق في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن بين أفراد العينة العاملين بالوظائف الحكومية وكلاً من أفراد العينة العاملين "بالقطاع الخاص، الأعمال الحرة، غير العاملين" لصالح أفراد العينة العاملين بالوظائف الحكومية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، كما توجد فروق بين أفراد العينة العاملين بالقطاع الخاص وكلاً من أفراد العينة العاملين "بالأعمال الحرة، غير العاملين" لصالح أفراد العينة العاملين بالقطاع الخاص عند مستوى دلالة (٠,٠١)، كذلك توجد فروق بين أفراد العينة العاملين بالأعمال الحرة وأفراد العينة غير العاملين لصالح أفراد العينة العاملين بالأعمال الحرة عند مستوى دلالة (٠,٠١)، فبأى في المرتبة الأولى أفراد العينة العاملين بالوظائف الحكومية حيث كان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن لديهم أكبر، وفى المرتبة الثانية أفراد العينة العاملين بالقطاع الخاص، وفى المرتبة الثالثة أفراد العينة العاملين بالأعمال الحرة، وفى المرتبة الأخيرة أفراد العينة غير العاملين.

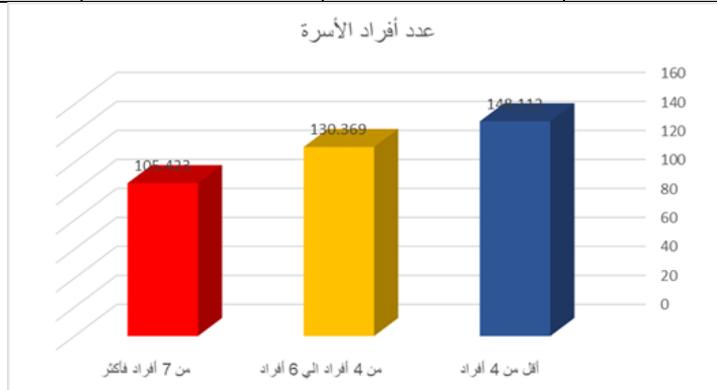
جدول (١٨) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعا لمتغير عدد أفراد الأسرة

عدد أفراد الأسرة	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	١٢٠٧٢,٧٦٨	٦٠٣٦,٣٨٤	٢	٥٦,٩٢٨	٠,٠١
داخل المجموعات	٢٦١٩٠,٨٠٤	١٠٦,٠٣٦	٢٤٧		
المجموع	٣٨٢٦٣,٥٧٢		٢٤٩		دال

يتضح من جدول (١٨) إن قيمة (ف) كانت (٥٦,٩٢٨) وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) ، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعا لمتغير عدد أفراد الأسرة ، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول (١٩) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد	من ٤ أفراد الي ٦ أفراد	من ٧ أفراد فأكثر
أقل من ٤ أفراد	-		
من ٤ أفراد الي ٦ أفراد	** ١٧,٧٤٣	-	
من ٧ أفراد فأكثر	** ٤٢,٦٨٩	** ٢٤,٩٤٦	-



شكل (١٤) فروق درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعا لمتغير عدد أفراد الأسرة

يتضح من جدول (١٩) وشكل (١٤) وجود فروق في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن بين الأسر أقل من ٤ أفراد وكلا من الأسر "من ٤ أفراد الي ٦ أفراد، من ٧ أفراد فأكثر" لصالح الأسر أقل من ٤ أفراد عند مستوى دلالة (٠,٠١)، كما توجد فروق بين الأسر من ٤ أفراد الي ٦ أفراد والأسر من ٧ أفراد فأكثر لصالح الأسر من ٤ أفراد الي ٦ أفراد عند مستوى دلالة (٠,٠١)، فيأتي في المرتبة الأولى الأسر أقل من ٤ أفراد

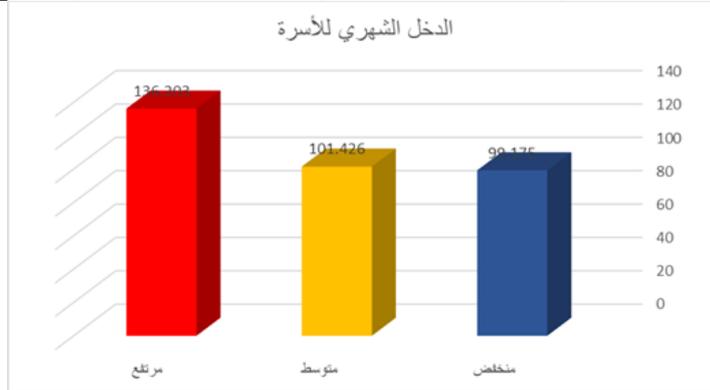
حيث كان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن لديهم أكبر، ثم الأسر من ٤ أفراد الي ٦ أفراد في المرتبة الثانية ، وأخيرا الأسر من ٧ أفراد فأكثر .  
جدول (٢٠) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعا لمتغير الدخل الشهري للأسرة

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	الدخل الشهري للأسرة
٠,٠١ دال	٣٤,٦٤٠	٢	٥٧٢٢,١٥١	١١٤٤٤,٣٠٣	بين المجموعات
		٢٤٧	١٦٥,١٨٨	٤٠٨٠١,٤٧٠	داخل المجموعات
		٢٤٩		٥٢٢٤٥,٧٧٣	المجموع

يتضح من جدول (٢٠) إن قيمة (ف) كانت (٣٤,٦٤٠) وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى (٠,٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعا لمتغير الدخل الشهري للأسرة، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (٢١) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

مرتفع	متوسط	منخفض	الدخل الشهري للأسرة
١٣٦,٢٠٣ = م	١٠١,٤٢٦ = م	٩٩,١٧٥ = م	
		-	منخفض
	-	*٢,٢٥١	متوسط
-	**٣٤,٧٧٧	**٣٧,٠٢٨	مرتفع



شكل (١٥) فروق درجات أفراد العينة في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن تبعا لمتغير الدخل الشهري للأسرة

يتضح من جدول (٢١) وشكل (١٥) وجود فروق في الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن بين الأسر ذوي الدخل المرتفع وكلا من الأسر ذوي الدخل المتوسط والمنخفض لصالح الأسر ذوي الدخل المرتفع عند مستوى دلالة (٠,٠١)، بينما توجد فروق بين الأسر ذوي الدخل المتوسط والأسر ذوي الدخل المنخفض لصالح الأسر ذوي

الدخل المتوسط عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، فيأتي في المرتبة الأولى الأسر ذوي الدخل المرتفع حيث كان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن لديهم أكبر، ثم الأسر ذوي الدخل المتوسط في المرتبة الثانية، وأخيرا الأسر ذوي الدخل المنخفض.

#### الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية بين استبيان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن ومتغيرات الدراسة.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم عمل مصفوفة ارتباط بين استبيان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن ومتغيرات الدراسة ، والجدول التالي يوضح قيم معاملين الارتباط:

جدول (٢٢) مصفوفة الارتباط بين استبيان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن ومتغيرات الدراسة

الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن ككل	
الجنس	٠,١٨٣
الجنسية	٠,١٠٢
الحالة الاجتماعية	٠,١٦٤
المستوى التعليمي	**٠,٨٤٦
العمر	*٠,٦٣٧
الوظيفة	**٠,٧٥٨
عدد أفراد الأسرة	٠,٢٢١
الدخل الشهري للأسرة	**٠,٩٣٧

يتضح من الجدول (٢٢) وجود علاقة ارتباط طردي بين استبيان الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن وبعض متغيرات الدراسة عند مستوى دلالة ٠,٠١، ٠,٠٥، فكلما ارتفع المستوى التعليمي كلما زاد الوعي بأهمية الجمال في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن ، وكذلك كلما زاد العمر كلما زاد الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن، كذلك كلما زاد الدخل الشهري للأسرة كلما زاد الوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن، بينما لا توجد علاقة ارتباط بين الجنس والوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن، كذلك لا توجد علاقة ارتباط بين الحالة الاجتماعية والوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن، كذلك لا توجد علاقة ارتباط بين عدد أفراد الأسرة والوعي الجمالي ودوره في اختيار الأثاث والمكملات في فراغات المسكن.

## الفرض الثالث:

تختلف نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على الوعي الجمالي. وللتحقق من هذا الفرض تم حساب الأهمية النسبية باستخدام معامل الانحدار (الخطوة المتدرجة إلى الأمام) للعوامل المؤثرة على الوعي الجمالي ، والجدول التالي يوضح ذلك: جدول (٢٣) الأهمية النسبية باستخدام معامل الانحدار (الخطوة المتدرجة إلى الأمام) للعوامل المؤثرة على الوعي الجمالي

المتغير التابع الوعي الجمالي	المتغير المستقل	معامل الارتباط	نسبة المشاركة	قيمة ( ف )	الدلالة	معامل الانحدار	قيمة ( ت )	الدلالة
	المستوى التعليمي	٠,٩٢١	٠,٨٤٩	١٥٧,٣٢٣	٠,٠١	٠,٧٣٣	١٢,٥٤٣	٠,٠١
	الوظيفة	٠,٨٧٦	٠,٧٦٧	٩٢,١٢٩	٠,٠١	٠,٦٢٥	٩,٥٩٨	٠,٠١
	العمر	٠,٨١٨	٠,٦٦٨	٥٦,٤٣٩	٠,٠١	٠,٥٠٨	٧,٥١٣	٠,٠١
	عدد أفراد الأسرة	٠,٧٩٦	٠,٦٣٣	٤٨,٣٨٧	٠,٠١	٠,٤٦٩	٦,٩٥٦	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق إن المستوى التعليمي كان من أكثر العوامل المؤثرة على الوعي الجمالي بنسبة ٨٤,٩% ، يليه الوظيفة بنسبة ٧٦,٧% ، ويأتي في المرتبة الثالثة العمر بنسبة ٦٦,٨% ، وأخيرا في المرتبة الرابعة عدد أفراد الأسرة بنسبة ٦٣,٣%.

## توصيات البحث:

- 1- التوعية بأهمية نشر الوعي الجمالي للأسرة لما له من الأثر الكبير في اختيار وانتقاء الأثاث والمكملات بشكل يلائم احتياجاتها.
- 2- تصميم برامج إرشادية وتدريبية لتنمية القدرة على الاستفادة من فراغات المسكن باختيار الأثاث والمكملات المناسبة.
- 3- إجراء المزيد من البحوث بهذا الشأن لما لها من آثار إيجابية على مستوى حياة الفرد والمجتمع.

## المراجع:

- 1- أماني عادل الجزار (٢٠١٨م): مكملات الأثاث الخشبي وتأثيرها بمدارس الفن الحديث ، مجلة كلية التربية النوعية للدراسات التربوية النوعية.
- 2- أميرة حلمي مطر (٢٠١٣م): مدخل إلى علم الجمال وفلسفة الفن ، دار التنوير للطباعة والنشر ، الطبعة الأولى .
- 3- حنان عبد الرحيم حجازي (٢٠١٩): استخدام الفنون الحرفية في تصميم وتجميل المسكن وأثرها على الوعي الجمالي للمرأة السعودية، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، العدد ٤٩.

- 4- سامية لطفي السمان (٢٠٠٣): مفروشات المنزل والديكور الداخلي، دار التعليم للنشر والتوزيع، دبي، الإمارات.
- 5- سعد سلمان المشهداني (٢٠٢٠): منهجية البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، الطبعة الأولى، مصر.
- 6- شاكر عبد الحميد (٢٠٠٢م): التفضيل الجمالي دراسة في سيكولوجية التنوع الفني، عالم المعرفة.
- 7- ظلال سالم نجم (٢٠٢٠م): الفن البيئي ودوره في تنمية الوعي الجمالي، مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد الثالث والخمسون.
- 8- علياء علي مختار (٢٠١٧م): إمكانية الاستفادة من الفراغات المهذرة بمسكن الأسرة بابتكار تصميمات تناسب احتياجاتهم الوظيفية واليومية، مجلة الفنون والآداب وعلوم الانسانيات والاجتماع، كلية الامارات للعلوم التربوية.
- 9- كوثر كوجك، سكينه الزيدي، لولو جيد (٢٠١٠م): كتاب عالم المرأة، عالم الكتب، مصر.
- 10- ماهر حسن (٢٠٠٩): جادامر مفهوم الوعي الجمالي في الهرمنيوطيقا، دار التنوير للنشر.
- 11- محسن عطية (٢٠٠٥م): اكتشاف الجمال في الفن والطبيعة، عالم الكتب، القاهرة.
- 12- محمد علي سيف الإسلام (٢٠١٧م): دور منهج تصميم الأثاث في كلية الفنون الجميلة بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا في تأهيل الطالب وفق احتياجات سوق العمل، بحث منشور، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- 13- مروة جبار الدليمي (٢٠١٦م): أسس التصميم الداخلي والديكور، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع.
- 14- مصطفى أحمد (٢٠٠١): تاريخ التصميم الداخلي، دار الفكر العربي، القاهرة.
- 15- نجوى ناصر الحازمي (٢٠٢٠): جماليات فن الماندالا كاتجاه ابتكار وإبداع بتجميل وحدات الأثاث ومكملات الزينة ودمجها بفراغات المسكن، مجلة كلية التربية، جامعة المنصورة، العدد ١١٠.
- 16- نشوه محمد الغزاوي (٢٠١٧): استخدام المدخل الجمالي في تدريس التاريخ لتنمية بعض القيم الجمالية والوعي الثقافي لدى الطالبة معلمة التاريخ، مجلة الجمعية التربوية للدراسات الاجتماعية، المجلد ١٤، العدد ٨٧.
- 17- نمير قاسم خلف (٢٠٠٥م): ألف باء التصميم الداخلي، جامعة ديالي، دار الكتب والوثائق، بغداد.

18- نهى سعيد نقيطي (٢٠١٦م): حلول تصميمية لتوظيف المستوى الرأسي في الفراغات الداخلية بالمسكن، مجلة التصميم الدولية، المجلد ٦، العدد ٢، الجمعية العلمية للمصممين للنشر.

19- هناء عدنان وزان (٢٠٠٧م): مكملات الزينة في المسكن وتأثيرها على المستوى الجمالي والابتكاري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة أم القرى.

20- هناء عدنان وزان (٢٠١١م): تأثير مكملات الزينة على جماليات تصميم