

الخصائص الأرجونومية و التفاعلية في تصميم نظم العرض المعدنية

أ.د/ سعيد محمود فرحات

أستاذ التصميم المتفرغ بقسم الأثاث والإنشاءات المعدنية والحديدية , كلية الفنون التطبيقية , جامعة حلوان

Saedfarahat@yahoo.com

أ.د/ وائل محمد جليل

أستاذ هندسة العوامل البشرية بقسم الأثاث والإنشاءات المعدنية والحديدية كلية الفنون التطبيقية , جامعة حلوان

Waelgalil@hotmail.com

م/ محمد أشرف محمد

المعيد بقسم الأثاث والإنشاءات المعدنية والحديدية , كلية الفنون التطبيقية , جامعة حلوان

Mohamedashraf1991@yahoo.com

المقدمة:

في الأونة الأخيرة اتجهت الكثير من المعارض التجارية إلى استغلال بنيتها الداخلية كبنية ترويجية جذابة للترويج للمنتجات المعروضة داخلها , فتستخدم حوائطها واسقفها وارضياتها وجميع مكوناتها المعمارية الداخلية كمسرحاً لعرض رسالة موجهة للجمهور، وكقاعدة عامة في علم التسويق لكي نبيع سلعة أو خدمة ما لابد من عرضها بشكل يجذب المتلقي ويبهره , بشكل يظهر السلع والفكرة العامة بأفضل ما تحتويه وذلك لتحقيق أفضل مبيعات .

وكنتيجة للتطور المتسارع في التكنولوجيا الرقمية وانتقالها إلى التفاعلية غيرت هذه التكنولوجيا بإمكانياتها من أفكارنا حول الواقع والمعرفة والحقيقة وألغت الحدود المميزة بين المتخيل والواقعي ، فكل ما هو متخيل هو جزء من الواقع ، وكل ما هو واقعي يمكن أن يصبح أحد مكونات المتخيل .

من ثم شهد تصميم نظم العرض المعدنية تطور هائل وتغير في الشكل والوظيفة حيث أصبح يتخطى كونها مادة عرض تقليدية إلى كونها عمل فني يحمل العديد من القيم الجمالية والفنية. واستخدمت الصورة والحركة والخامات المختلفة في بعض الأحيان في نقل الأفكار وجذب الجمهور كما لعبت الكتابات دوراً مشتركاً إلي جانب التصميمات في تكوين النظم البصرية لنظم العرض المعدنية. لذلك جنحت الاتجاهات الحديثة في تصميم نظم العرض المعدنية إلي ابتكار أنماط فنية جديدة من خلال المؤثرات البصرية وتكنولوجيا الخامات الحديثة بيدع المصمم من خلالها هيئة شكلية جذابة ومبهرة في تصميم نظام العرض وتبرز من خلالها أهداف الشركة المعلنة مما يميزها عن الشركات المنافسة ويوضح شخصيتها وهويتها للجمهور.

وكمحركة تطويرية لتوظيف التفاعلية في البنيات الداخلية المعمارية جاءت تقنية تحويل مكونات بيئاتها الداخلية متضمنة نظم العرض المعدنية إلى مكونات تفاعلية , والتي يمكن تعريفها بأنها بنيات تصميمية تقودنا لخلق مساحات ديناميكية ولها خصائص قادرة على أداء وظائف تفاعلية واسعة المدى. حيث تصبح التفاعلات المادية المعقدة ممكنة بالانصهار الخلاق للحوسبة الذكية "الذكاء الاصطناعي" مع نظيرها الحقيقي المادي الحركي

ولأن المتلقي يرفض اليوم الأساليب التقليدية وأصبح يتجه سعياً وراء الجديد الذي يحقق له المزيد من الإبهار والقرب من الواقعية , لذلك اجتهدت الكثير من المؤسسات العاملة في تطوير التكنولوجيا المتعلقة بتصميم نظم العرض المعدنية التفاعلية في تطوير صناعة المؤثرات الخاصة لخلق أنواع جديدة من المحاكاة التفاعلية أكثر واقعية وقرباً من المستخدم, واتجهت عملية تصميم نظم العرض المعدنية التفاعلية وراء تحقيق المزيد من الجاذبية والتشويق من خلال التوظيف

المؤثر للتقنيات المستحدثة في عملية التصميم "والتي تعتمد على مجموعة متداخلة من التقنيات وهي تقنية اللمس المتعدد Multi-touch Technology , والتقنية الحركية ثلاثية الأبعاد وتقنية الواقع الافتراضي 3D motion and Virtual reality Technology". مرجع رقم (4)

لذلك يتجه البحث نحو رصد الخصائص الارجونومية والتفاعلية في التصميم الإبداعي لنظم العرض المعدنية للوصول إلي التأثيرات المطلوبة في المتلقي المتعامل مع نظم العرض المعدنية, مما يفرض علينا التعرض لدراسة مجموعة الخصائص البصرية والتقنية الحديثة من شكل ولون وحركة و مؤثرات تفاعلية التي لم يتنبه إليها أغلب مصممي نظم العرض المعدنية المصريين والتي يمكن استخدامها بأسلوب جديد يعتمد علي الفكر المبتكر والخروج عن المألوف بما يحقق الفكر الإبداعي لفكرة نظم العرض المعدنية وطبيعة المجال المعلن عنه. و بالتالي تعمل المؤثرات البصرية والتقنية الحديثة المرتبطة بخصائص المواد علي جذب إنتباه المشاهد أولاً ثم الوصول في النهاية الي مرحلة التأثير فيه وتكوين صورة ذهنية إيجابية عن الشركة والمنتجات الخاصة بها.

الكلمات المفتاحية: التصميم التفاعلي – نظم العرض المعدنية – ارجونومية وحدات العرض التفاعلية.