

| | |
|-------------------|---|
| العنوان: | العلاقة بين تصميم مجموعات الموضة والحلي |
| المصدر: | مجلة التصميم الدولية |
| الناشر: | الجمعية العلمية للمصممين |
| المؤلف الرئيسي: | عبدالعال، عبدالعال محمد |
| مؤلفين آخرين: | الأحول، جمال السيد، سامي، شيماء جمال(م. مشارك) |
| المجلد/العدد: | مج11, ع1 |
| محكمة: | نعم |
| التاريخ الميلادي: | 2021 |
| الشهر: | يناير |
| الصفحات: | 143 - 147 |
| رقم MD: | 1165234 |
| نوع المحتوى: | بحوث ومقالات |
| اللغة: | Arabic |
| قواعد المعلومات: | HumanIndex |
| مواضيع: | صناعة الحلي، موضة الأزياء، الاتجاهات الفنية، حاجات المستخدمين |
| رابط: | http://search.mandumah.com/Record/1165234 |

العلاقة بين تصميم مجموعات الموضة والحلي

The relationship between fashion collection design and jewelry

أ. د/ عبد العال محمد عبد العال

استاذ التصميم بقسم المنتجات المعدنية والحلي، كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان

أ.د/ جمال السيد الاحول

استاذ التصميم بقسم المنتجات المعدنية والحلي، كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان

م.م/ شيما جمال سامي

مدرس مساعد بقسم المنتجات المعدنية والحلي، كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان

كلمات دالة Keywords:

تصميم حلى المجموعات
Jewelry Collection
Design
ظاهرة الموضة
Fashion Phenomena
تصميم المجموعات
Collection Design

ملخص البحث Abstract:

يتناول البحث كيفية استفادة مصمم الحلي من ظواهر الموضة في تقديم مجموعات تصميمية للحلي تحقق الترابط بين موضة الازياء والحلي. من خلال التعرف على طبيعة تكوين المجموعات وفهم سياق الموضة العام وادراكه واهمية الموضة في تقبل المستخدمين للمنتجات المختلفة. وايضا خطوات تكوين المجموعة حتى يتمكن مصمم الحلي من طرح مجموعات في التوقيت المناسب، وتحقيق التميز من خلال سماته الشخصية، وتوفير القدرة على المنافسة في السوق. وقد استخدم البحث المناهج الوصفية والتحليلية والاستنتاجية. ويضع البحث فرضية ان هناك امكانية لاتخاذ معالم الموضة كمدخل ابتكاري لتصميم مجموعات حلى متوائمة مع طبيعة الازياء والموضة وتظهر اهمية البحث في اتخاذ معالم الموضة كمدخل ابتكاري في تصميم مجموعات الحلي (jewelry collections) واعتماد معطيات فكر الموضة لتصميم الحلي و الموائمة بين مظاهر الموضة والشكل في الحلي. و البداية في انشاء مجموعة تصميمية هو الفهم الصحيح لحاجات المستخدمين وفهم الاتجاهات الجديدة في الموضة ومراقبة التغيرات و احداث التوازن داخل المجموعة بالاضافة الى ظهور بعض الاتجاهات الخاصة داخل المجموعة وتعتمد خطوات تكوين المجموعة على البحث - التصميم - التطوير ثم تحرير المجموعة وعرضها. وعلية فالمجموعات تبنى على ما يلهم المصمم ويجذب المستخدم للشراء فمن الضروري تحديد عنصر اساسي يكون مشتركا بين كل قطع المجموعة حتى يتوفر عنصر الترابط في المجموعة وايضا يجب ان تحتوى المجموعة على قطع رئيسية مبهرة وقطع متنوعة للمناسبات المختلفة وقطع بسيطة تلائم الاستخدام المتكرر ولكن بشكل جديد بالاضافة الى عمل تقييم لقطع المجموعة وفي هذه المرحلة يمكن الاستفادة براء ذوى الخبرة وايضا يجب الاهتمام بزمن عرض المجموعات لتتماشى مع الاتجاهات السائدة. نتائج البحث: لكى يتماشى مصمم الحلي مع الطبيعة المتغيرة للتصميمات الملابس عليه ان يقدم للمستخدم عددا من الاختيارات التى تمنحه الحرية وتعطية الثقة فى اختياراته وقبلة لذاته وتظهر بصمته الخاصة كنقاط قوة تصبح نقطة انطلاق المجموعة. وان الموضة يمكن ان تعطي لمصمم الحلي السياق المناسب لتصميماته وبهذا تزيد من احتمالات تقبل المستخدم او المقتني لها وان هذا السياق يقدمه المصممون والخبراء ومحرري مجلات الموضة وللوصول لتوقعات وتنبؤات الخاصة بالاتجاهات المستقبلية للموضة يجب ان يقوم المصمم او فريق التصميم بالبحث والتقصي من اجل الوصول لهذه المحددات والتأثيرات.

Paper received 14th August 2020, Accepted 24th October 2020, Published 1st of January 2021

ظواهر و مظاهر الموضة في استحداث مبتكرات ترضي ذوق المستخدم من خلال تحقيق الترابط بين الموضة والحلي.

فروض البحث Hypothesis:

اتخاذ مصمم الحلي لمعالم الموضة في وقتها يعتبر مدخلا ابتكاريا لتصميم مجموعات (Collection design) متوافقة مع طبيعة الازياء والموضة.

أهداف البحث Objectives:

اتخاذ معالم الموضة كمدخل ابتكاري في تصميم مجموعات الحلي (jewelry collections)

- اعتماد معطيات فكر الموضة لتصميم الحلي
- الموائمة بين مظاهر الموضة والشكل في الحلي

منهج البحث Methodology:

ينتج البحث المناهج الوصفية والتحليلية والاستنتاجية.

الإطار النظري Theoretical Framework

مفهوم الموضة:

الموضة هي ظاهرة ثقافية جماعية ينتجها الافراد ولكنها تتصل بأفعال مجموعة كبيرة من المصممين بهدف انتاج منتج مميز ولكن

مقدمة Introduction:

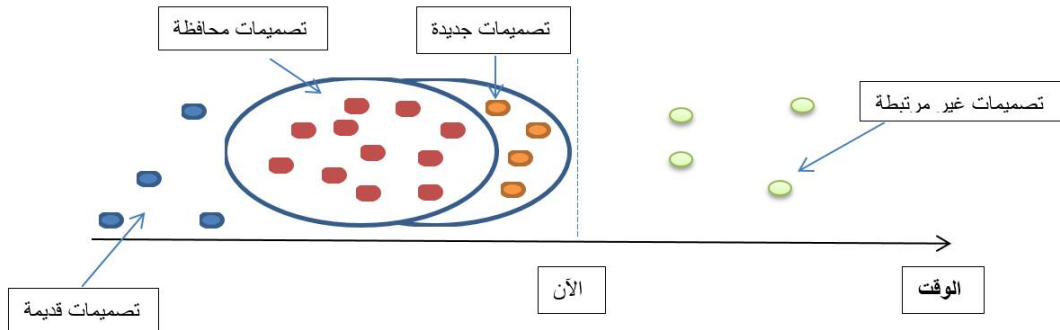
ان العلاقة بين الازياء والحلي تظهر في كونها الوسيلة التي يسعى الفرد من خلالها لتقديم نفسه للمجتمع بطريقة تحدد وضعه وطبيعته وانتمائه الاجتماعية، وهذا ينتج من خلال تأثير ظاهره الموضة حيث أن الملابس والحلي والاكسسوارات والمكملات هي من المستخدمة الشخصية وإن كانت الملابس كضروره من ضروريات الحياة ومن الحاجات الاساسية للانسان.

فالحلي والمكملات هي الادوات المساعدة التي يستخدمها الفرد ليندمج مع اقرانه ويلقى قبولا فالمستخدمات الشخصية هي التي تعطي اشارات ورسائل لباقي افراد المجتمع عن طبيعة الفرد، والمحدد لهذا القبول ونوع التقدير الذي يتلقاه الفرد من المجتمع هي الموضة حيث تصدر هذه الظاهرة الاجتماعية القرارات بمدى رواج واهمية الفرد من خلال ما يرتديه. ومن هنا تظهر اهمية التعرف على هذه الظاهرة وكيفية عملها لانها في النهاية تؤثر بشدة على افراد المجتمع ويقع عليها كثير من عوامل الشراء للمنتجات الاستخدامية الجمالية.

مشكلة البحث Statement of the problem:

المشكلة التي يتناولها البحث هي كيف يستفيد مصمم الحلي من

قديم وبانت فليس كل تصميم موضة ولكن كل موضة تصميم. وهذا الإطار هو ما يقوم بصنعه المسؤولين عن الموضة والمتحكمين فيها مثل المصممين ومسؤولي الشراء للمحلات الكبرى ومحركي مجلات الموضة. "فالمصممين يكونوا سياقات بعضهم البعض" (Eckert, C. & Stacey, M. (2001)). حيث يلعب المستخدم دور محدود في عملية الموضة.



شكل (1) : ما يتم تقبله في الموضة

توجهات انتاج الافكار:

ان انتاج الافكار في الموضة ليس متوقع ولكن يمكن توجيهه من خلال التلاعب بخبرات الفرد لتوفير مكونات بناء لذاكرته والتي ستؤدي الى افعال تصميمية مثمرة؛ او من خلال التلاعب بالبيئة المحيطة لتوفير عناصر تصميمية مفيدة في متناوله.

ان ما يقوم به المصمم هو التكيف العقلاني والمنطقي مع المعوقات التي يتعرض اليها من بيئته ويستخدم ما تقدمه له ثقافة الموضة من عناصر ولكن الابتكارية الفردية تظهر في مدى الاختلاف الذي يقدمه المصمم عن من سبقوه.

فمعظم العمليات الابتكارية تظهر في كيفية تقييم المصمم لعمله للوصول للمنتج المتسق مع الموضة ومختلف عما سبقه.

وحيث يبدأ المصمم للعمل في سياق الموضة يعتمد على ما يقدمه المصممون الآخرون وذوي الخبرة، فتنحدر لديه العناصر اللازمة لتوجيه تصميماته فيبدأ في تكوين مجموعات من التصميمات طبقاً لتلك العناصر وهذه المجموعات هي عدد من القطع التصميمية التي تتميز بالابتكار والاختلاف وذات مدة زمنية محددة ولها صفة الحدائثة وتحمل تلك الصفات التي رأها المصمم كصفات للموضة لهذه الفترة.

وتصميم الحلّي يعتمد على خصائص الملابس ومتغيراته في طبيعتها ولهذا تتأثر بشكل كبير باتجاهات مجموعات الأزياء وبالتالي تنتج مجموعات تصميمية خاصة بالحلي تؤكد على عناصر الموضة داخل تصميماتها.

وداخل المجموعات التصميمية قد تظهر اتجاهات خاصة تربط بعض القطع أكثر من غيرها وهي بذلك تؤكد على عنصر خاص، وبذلك تكون نطاقاً او مدى داخل المجموعة وبهذا تظهر بعض النطاقات والتي يجب ان يحرص المصمم ان يحافظ على التماسك والاستمرارية بين تلك النطاقات والمجموعة ككل.

فالاعتماد على الاستمرارية في المجموعة يمكن ان يقوم على اللون او الهيئة او الخامات او الانماط او النسب وهي العوامل التي يبني عليها الانسجام بالإضافة الى احداث التنوع بين التصميمات في انواع هذه القطع وقد يستفيد المصمم من التغذية المرتدة من المبيعات حينها يهتم بالقطعة التي لاقت القبول والاهتمام.

تخطيط المدى او النطاق داخل المجموعة: هناك بالطبع عملية تقييم تتم على كل قطعة يقوم المصمم بتصميمها ولكن بالإضافة الي ذلك يجب عند عمل مجموعة تصميمية التأكد من وجود توازن بين القطع المختلفة فالمصمم او فريق التصميم يقوموا بوضع التصميمات التي يمكن ان تكون جزء من مجموعة او كقطعة

مترابط بما يستخدمه الآخرين (Eckert, C., & Stacey, M. (2001))

وهي صناعة ضخمة بدأت بتوجيه اختيارات الافراد في ما يخص ملابسهم وما يرتدونه الى ان تطورت فكرة الموضة لتضمن كل الامور الحياتية من اثاث ومأكول وغيره حتى اسلوب الحياه ذاته. وهي بشكل عام تسعى لتكوين اطار يكون هو المناسب والمقبول وما يقع خارج هذا الاطار يعتبر خارج عن الموضة او مستقبلي او

ادراك الموضة :

ان الوعي بما يستخدمه او يرتديه الافراد هو جزء لا يتجزء من التجربة الانسانية وهو يقدم الانسانية ذاتها ولكن اصبح أكثر انتشاراً منذ القرن التاسع عشر مع ظهور المجتمع الاستهلاكي (Aspers, Patrik & Godart, Frederic. (2013)) الوعي تختلف من فرد لآخر فما يرتديه الفرد هو مستقل ومنفصل ولكن ما نستقبله من اسلوب يكون جماعي .

فتستقبل الموضة على انها معاصرة وجديدة او قديمة او بسيطة او خارجة عن المقبول . وهناك من يعتبرهم ذوي حدة شديدة من الوعي وهم المصممين و مقررري اختيار الموضة في المحلات حيث يتمتع هؤلاء بحساسية شديدة تجاه تقييم الموضة وهذا الادراك يؤثر علية اطلاعهم على المصادر المختلفة للمعلومات. ان الحلّي كباقي المنتجات ذات الطبيعة الفنية لها دور تعريفي فهي تؤدي دور ارشادي وتعريفي لمستخدمها بالإضافة الى تحديد المستوى داخل المجتمع.

فالرغبة في التعبير عن الذات والقبول من الآخروالظهور بشكل ما والاتصاف بصفات معينة تجعل موضة تتحكم بشكل كبير في اختيارات الافراد والقوى التي تدفع الموضة هي تلك الرغبة في ان ترى كفرد مستقل، وكنوع معين من الأشخاص، خاصة لتحقيق الرغبة في ان يظهر الفرد كحديث ومتجدد وجرئ.

وهكذا يصبح دور المصمم هو تقديم تلك الخيارات للمستخدمين حيث ان الموضة في العادة تتكرر كل بضعة عقود وتظهر من جديد ولكن بتكوينات مستحدثة، حيث أن المفردات المستخدمة هي نفسها وثابتة ولكن ترجمتها هي التي تختلف من مصمم لآخر فيصبح الأثر الأوضح هو تحكمه في عناصر تقديم المنتج وطرق صياغته.

والمصمم لا يستخدم ادراكه للعلاقات بين اجزاء التصميم والطرز والموضة لتقييم عمله فقط بل ايضا تنتج بشكل انتقائي التصميمات المناسبة، فتستخدم الموضة لإعادة ومعالجة صياغة العناصر. وهكذا ينتج ويتحكم في السياق وعناصر الالهام من بيئته من اجل توفير عناصر ومحددات تلائم وتتماشي مع متطلبات واعتبارات التصميم.

فمصمم الحلّي يمكنه الاستفادة من مكونات الموضة اولا باستخدامها كمصدر الهام من خلال ما يتعرض اليه من مؤثرات بصرية وحسية تتغير مع الوقت فيعتمد عليها كعناصر تصميمية وثانيا لتقييم عمله وتوقع مدى قبوله وارتباطه بالمستخدم في ذلك الوقت

هي استخدام بيانات ليست مجمعة من قبل افراد البحث ولكن من بحوث سابقة ذات اهداف اخري (Skills for learning) فان هذه الخطوه بالغة الاهمية حيث يجب قبل البدء في اي مشروع التعرف على البيانات او المعلومات الموجودة بالفعل حول اي مشروع حيث تتناول بيانات موجودة بالفعل فهي تساعد في توجيه الفريق استنادا على ماهو موجود و عدم اعادة العمل. وهو يتضمن جمع المواد البيانية التي قام بها الاخرون والتي توجد في الكتب والمجلات والمجلات العلمية والانترنت. ومن المهم معرفة كيفية استخدام تلك البحوث والبيانات نتيجة لكثرتها وتحليلها.

البحوث الاولية :

وهي الوصول الى المعلومات والبيانات الاصلية والتي وصل اليها الباحث اولا والتي لم يسبقه لها احد (Driscoll -2011) كالتي يحصل عليها من اجراء المقابلات والبيانات التي يتوصل اليها كالرسوم والصور الفوتوغرافية و الاستبيانات او الارتباط الحسي كاللمس والشم والتي تؤثر في الذاكرة و هي مبنية على المنهج العلمي ونظرية التحقق .

ويجب البدء في البحوث الاولية بالبحوث الثانوية وذلك للتعرف على ما هو معروف في مجال البحث القائم وما هي الثغرات التي يمكن ملئها بالبيانات الجديدة من البحوث الاولية. وقد تظهر بصورة ترجمة خاصة للبيانات التي تم الحصول عليها من مصادر البحوث الثانوية. والبحاث الاولية هامة جدا حيث تعطي استيعاب وفهم اعمق للبيانات الموجودة بالفعل وتؤدي الي اضافة حقيقية في المعارف وتؤثر بشكل اقوى على المصمم. كزياره الاماكن الاثرية للفهم الحقيقي للون والملبس والهيئة حيث ان ذلك يؤثر على الذاكرة بشكل شخصي وذاتي متفرد.

ومن ادوات البحوث الاولية في التصميم (Khar & Ghosh, 2018):

- **التصوير الفوتوغرافي:** وهي للقيام بجمع البيانات والتوثيق واكمال وتجميع العمل باستخدام الكاميرا بدلا من استخدام صور موجودة بالفعل.
 - **اكتشاف الاسطح:** وهي عملية استكشاف للامكانيات غير المحدودة التي يمكن تنفيذها على اسطح الخامات.
 - **اكتشاف اتجاهات الموضة:** الاستلهام من موضات العوام والثقافات العامة التي يمكن ملاحظتها.
 - **الرسم والاستكش:** وهي اداة المصمم لتوصيل افكاره من خلال الرسم السريع والحر.
- وبعد القيام بالبحث ثم اضافة الانطباعات المختلفة ومعالجة البيانات بطريقة شخصية وذاتية تصبح تلك البانات هي مقدمة للتصميم ومؤشر لاتجاهه ففي هذه المرحلة يجب القيام بعملية تقييم وتقييم لما تم اختياره يتم تقييم من قبل طرف اخر وهو الخبير ويساعد في التأكد من سلامة الخطوات التالية من خلال التأكيد على سلامة الافكار المطروحة.

تجميع البحث : (Khar & Ghosh, 2018)

ان الهدف الرئيسي من عملية بحوث التصميم هو تحديد مخلات عملية التصميم فيعد عملية البحث المتعدد يتم التوصل لعدد هائل من البيانات والمعلومات والمخرجات ويجب ان يتم تجميعها واخراجها في الصورة المناسبة كمذكرات وكتابات قصاصات ويمكن تجميع كل نتائج البحوث بطريقة دقيقة سواء كانت بصرية او ملمسية لكي تستخدم جيدا وتستخدم ايضا لاخذ التعليقات باستمرار والقرارات الفورية.

ويستخدم في تلك المرحلة ادوات منها:

- **الرسم:** الرسم هو اداة اساسية للمصمم في كل المراحل وهو افضل وسيلة لتسجيل كل الافكار.
- **الكولاج:** وسيلة اخرى لعرض المعلومات التي جمعت فالعلاقات بين الصور قد تولد اتجاهات مختلفة وتحافظ

منفردة. (2011). Fashion design basics- Education (Bureau- فالمجموعة التصميمية هي عدد من المنتجات التي تصمم وتنتج بهدف البيع بالتجزئة او مباشرة للمستخدمين ويمكن ان تستلهم من لاتجاهات الساندة او المستقبلية او من فكرة رئيسية خاصة او اتجاه تصميم يعكس المؤثرات الثقافية والاجتماعية وعادة ما تصمم من اجل موسم او مناسبة. (Renfrew & Renfrew - 2009) وقد تصبح عملية تكوين المجموعات من الاعمال الروتينية للمصمم حيث يصبح هناك توقيتات محددة لعرض المجموعات ويليها عرض للمجموعة المعدله وهكذا، ففريق التصميم دائما ما يعمل بتواصل على ايجاد الافكار وتطوير المجموعات وتنسيقها وعمل اجاث التسويق ودراسة السوق والمستخدمين. وبالنسبة لمصمم الحلبي يجب ان يتمكن من متابعة الموضة المتجددة من خلال عروض الازياء والمجلات وتقارير البيع ومؤسسات التنبؤ بالاتجاهات كي يتمكن من استلهام انواع القطع التي عليه تصميمها وعرضها لتتماشا مع الازياء المقدمة. وعليه فهو يحتاج لعمل مجموعات من قطع الحلبي لتساير التطور السريع والمتلاحق في الازياء وحتى يستطيع ان يضمن مسيرة وتقدم ثابت في هذا العالم المتغير.

كيف تبدأ المجموعة:

و البداية الصحيحة لإنشاء مجموعة او تصميم هي البحث والفهم الصحيح لحاجات المستخدمين وادراك المنافسة في السوق وفهم الاتجاهات الجديدة في الموضة ومواكبة التغيرات فيها وهناك عوامل اخرى لنجاح اي مجموعة وهي الوقت المناسب لطرح المجموعة وتوفرها في اماكن البيع والسعر الجيد للمنتجات داخل المجموعة.

خطوات تكوين مجموعة هي :

- (البحث ، التصميم ، التطوير ، تحرير المجموعة ، والعرض.) (Renfrew & Renfrew - 2009)
- الخطوة الاولى والاهم في عملية تكوين المجموعات وتصميمها هي البحث والتقصي وتسمى ابحاث التصميم ومن اهم اهدافها :
- تعطي فكرة عن التاريخ والوضع الحالي والوضع المتوقع للجوانب المختلفة للموضوع.
- التأكد من صدق المصادر المتنوعة من خلال الرجوع لاكثر من مصدر.
- تعمل على تنشيط الفكر الابتكاري واستكشاف المفاهيم والتعرف على السوق والمستخدم والخامات ومصادر ها وعمليات التنفيذ واماكن البيع .
- تظهر طريقة تفكير المصمم وتفتح طرق اخرى امام المصمم
- تظهر البيانات غير المعلومة والمهارات الجديدة التي يمكن استخدامها
- تعريف المستخدم المستهدف وفهم حاجاته.

فالمصمم او فريق التصميم يعتمد بشكل كبير على البحث كبدية لعمله ومن اهم اهداف عملية البحث هي التعرف علي المستخدم : وقد يؤدي التعرف على السوق والمنافسين الى تحديد السوق المستهدف بشكل اكبر حتى يتمكن المصمم من تحديد مستخدمه والتصميم لهم ومن هنا يمكن الاعتماد على تلك المعلومات في الوصول للالهام حيث يمكن ان يتمثل في شخصية ما تظهر كمصدر للافكار او بعمل سيناريوهات ومواقف تتفاعل فيها الشخصيات (المستخدم المستهدف) لكي تمنح المصمم السياق التخيلي ليصبح هو نقطة البداية لعملية التصميم من اجل اظهار وتحديد الالوان والخامات والاشكال دون معوقات. وليتمكن المصمم من الاستفادة من البحوث التصميمية عليه ان يدرك انواع البحوث وأنواع البيانات التي تولدها.

انواع البحوث :

البحوث الثانوية :

المتشابهة ذات المصادر المتعددة بشكل مكمل لبعضها البعض.

ومن تحليل هذا البحث تظهر اتجاهات التصميم وتوجهاته من خلال القصاصات والملابس وطرق التنفيذ يتم انتاج الرسوم وتهديتها ثم تقييمها والتوصل للنتائج النهائية. وفي كل مرحلة تصميمية يتم الاستعانة بأسلوب البحث المناسب او الجمع بينهم بهدف الوصول للتصور التصميمي الواضح للمنتج القائم على المعلومات الصحيحة.



شكل (3) مثال 2 لتجميع مواد البحث والتصميم

(<https://www.behance.net/gallery/26913675/Jewelry-Design>)

العرض:

في نهاية العمل على المجموعة يجب التأكد من ان المجموعة والقطع التي تضمنتها قد تم تقديمها للجمهور وللاعلام بالطريقة المثلى والتأكد من ان ادوات التسويق المناسبة قد تم استخدامها وانها ستصل للمستخدم المتوقع بصورة جيدة واضحة الرسالة والاهداف وبطريقة مبهرة حتى تتمكن من لفت انتباهه وحثه على اتخاذ قرار الشراء. وان وقت عرض تلك المجموعة مناسب ومتوفرة في الاماكن الملائمة لها طبقا لطبيعتها.

نتائج البحث Results:

مما سبق وجد ان الموضة يمكن ان تعطي لمصمم الحلبي السياق المناسب لتصميماته وبهذا تزيد من احتمالات تقبل المستخدم او المقتني لها وان هذا السياق يقدمه المصممون والخبراء ومحربي مجلات الموضة وللوصول لتوقعات وتنبؤات الخاصة بالاتجاهات المستقبلية للموضة يجب ان يقوم المصمم او فريق التصميم بالبحث والتقصي من اجل الوصول لهذه المحددات والتأثيرات.

ولكي يتماشى مصمم الحلبي مع الطبيعة المتغيرة للتصميمات الملابس عليه ان يقدم للمستخدمين عددا من الاختيارات التي تمنحه الحرية وتعطيه الثقة في اختياراته وتقبله لذاته و الثقة ايضا في تقديم نفسه للمجتمع.

وهذه المجموعات التصميمية يجب ان تظهر البصمة الخاصة لمصمم الحلبي وتميز انتاجه ففقط القوه لدى المصمم يجب ان تكون نقطة انطلاق له سواء كانت الافكار التصميمية او اساليب تقنية في انتاج قطع الحلبي حتى يرفع من مستوى انتاجه ليلقى قبول لدى المستخدمين ولذلك يجب تحديد هوية المستخدم من اجل انتاج قطع تستهدف افرادا بعينهم لتلائم ذوقهم واحتياجاتهم وعلية فالمجموعات تبنى على ما يلهم المصمم ويجذب المستخدم للشراء ويمكن عمل لوحة للاستلهام inspiration mood board لتجميع الخامات والاشكال واي شئ اخر يساعد في تكوين التصميم وتحديد اتجاهه. واستخدام التقنيات والخامات التي تحقق فكرة المجموعة.

على توازن التأثير البصري للتكوين حين اضافة صورة جديدة

- التجاور : وهنا يتم التجميع المرتب وذو العلاقة حيث يتم تجميع الملابس والخامات في مكان واحد حيث تظهر العلاقات المختلفة والاختبارات بتجميع تلك العلاقات لتكون مفهوم او وحدة منفصلة.
- التفكيك : هي النظرة المختلفة للاشياء حيث يتم تقطيع الاجزاء وتفكيكها لفهم علاقاتها وكيفية تجميعها بطرق مختلفة للوصول لرؤية جديدة.
- الاسناد الترافيقي: هي دراسة المعلومات المتقاربة او



شكل (2) مثال 1 لتجميع مواد البحث وعرض التصميم

التصميم:

وهنا تظهر نتائج البحوث في شكل تصميمات واضحة الهوية و مجموعة متكاملة من القطع التي تم استلهامها من العناصر المختارة ثم يتم عمل النماذج الأولية لتلك القطع حتى يتم تجربتهم وعمل نماذج لطرق عرضهم ومن الممكن اجراء تعديلات اضافية عليهم واعادة ترتيبهم .

التطوير :

وهو عملية دائمة ومستمرة لاتجاهات وافكار المجموعة ويمكن ان تعتمد على البحوث الأولية .

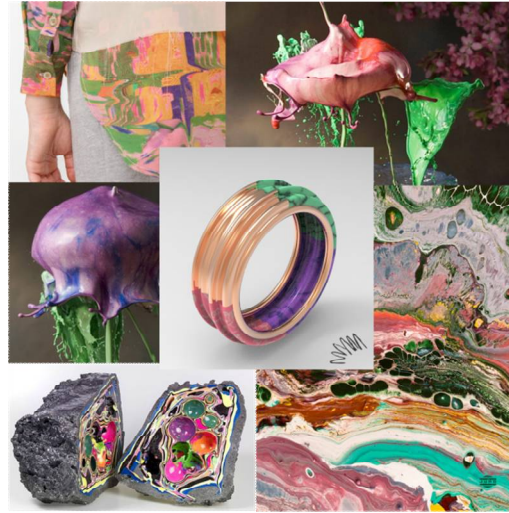
فالسعي الدائم للتميز والبحث عن الاتجاهات الجديدة والمؤثرات المحددة للموضات المستقبلية من اهم مبادئ تكوين المجموعات والتي تعتمد على التوقع والمتابعة والحصول على التغذية المرتدة الى جانب التطور الكبير في مجال الاتصال وتطور وكالات التنبؤ بالموضات الجديدة وادارة اتجاهات المستخدمين وتلك الجهات تقوم بهذه التنبؤات بناء على ما جمعه من صور ورسوم وبيانات والخامات والهيئات.

تحرير المجموعات :

بعد العمل الدائم على كل تصميم على حدى والسعي لتطوير افكار التصميمات ينظر للقطع التصميمية المنفذة ككل للتأكد من تناغم وتكامل المجموعة فمع التغيير المستمر للتصميمات نجد ان هناك معوقات مختلفة تظهر عند تكوين المجموعة. و عملية التحرير هي كيفية التعامل مع المعوقات التي تحدث في طور تقدم تصميم المجموعة حتى مع التخطيط الدقيق لها مثل التغيير الدائم والمستمر للمجموعة ، ادخال افكار او رفض افكار اخرى نتيجة لعلاقة التصميمات وبعضها حيث لا تظهر بعض التصميمات كما كان متوقع او تظهر اخرى بشكل تكراري. (Renfrew &

Renfrew - 2009)

في كل موسم يسعى المصممون لتطوير تصميم او مظهر مميز او هوية بصرية لمجموعتهم حيث تكون مرجعيتها للمؤثرات والمصادر المتعلقة بالاحداث والاجواء السياسية والاجتماعية.



شكل (4) مثال لوحة الاستلهام <https://www.behance.net/gallery/26913675/Jewelry-Design>

[https://www.semanticscholar.org/Corpus ID: 9864567](https://www.semanticscholar.org/CorpusID/9864567)

- Khar, Sonika SONI & Ghosh, Himadri hiren - Research Methods in Fashion Design, It's Compilation and Importance in Design Process - International Journal of Textile and Fashion Technology • September 2018 - <https://www.researchgate.net/publication/327931146>
- Renfrew, Elinor & Renfrew, Colin – Basic fashion design 04 developing a collection- 2009 – AVA publishing SA
- Skills for learning 2018 guide to primary research {online}. Wolver Hampton : University of Wolver Hampton : <http://www.wlv.ac.uk/skills> (7/10/2020)
- Technology and living – secondary (4-6) – Fashion design basics- Education Bureau - http://www.hkedcity.net/res_data/edbltr-te/1-1000/52d57dc11c8ea1a6732f28047e97d862871/3_Fashion_Design_Basics_eng_Oct_2011.pdf
- BEHANCE.NET (ONLINE) - <https://www.behance.net/gallery/26913675/Jewelry-Design>

وعند تكوين مجموعة تصميمية من الضروري تحديد عنصرا رئيسيا يكون مشتركا بين كل قطع المجموعة ولهذا فمن الممكن البدء بتصميم قطعة رئيسية و اختيار الخامة والاحجار والشكل لهذه القطعة لتحديد مسار المجموعة بالكامل فتلك العوامل تصبح كالخيط الذي يربط بين المجموعة وبعد تحديد العنصر الذي يقوم عليه ترابط المجموعة يجب البدء في وضع الاسكتشات لبعض القطع وان تكون تلك القطع قائمة على عنصر الترابط. والتفكير في مكونات المجموعة يجب ان يهتم بتماسكها وترابطها وايضا بتوازنها حيث يجب ان تتوافر بها قطع مألوفة لدى المستخدم وتقدم له سهولة اتخاذ القرار بالشراء فالمجموعة كما يجب ان تحتوي على قطع رئيسية مبهرة وقطع متنوعة للمناسبات المختلفة يجب ان تحتوي على قطع بسيطة تلائم الاستخدام المتكرر ولكن بشكل جديد . ولهذا فمن الضروري اجراء عمليات تقييم للقطع المتوقع عرضها والتأكد من وجود عدد مناسب من القطع وفي هذه المرحلة من الممكن الاستفادة براء الاخرين من ذوي الخبرة. وايضا يجب الاهتمام بزمن عرض تلك المجموعات لتتماشى مع الاتجاهات السائدة. والسعي الدائم لوجود منافسة بين الاقران من فرق التصميم والافراد.

المراجع References

- Aspers, Patrik & Godart, Frederic. (2013). Sociology of Fashion: Order and Change. Annual Review of Sociology. 39. 171-192. 10.1146/annurev-soc-071811-145526.
- Eckert, C. and Martin Stacey. "Designing in the context of fashion – designing the fashion context." (2001).