

جمالية البعد الثالث في تصميم الملصق الجداري

رسالة ماجستير تقدمت بها
بشرى سلمان كاظم الجبوري
الى
مجلس كلية الفنون الجميلة – جامعة بابل
وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في التربية التشكيلية

بإشراف
الأستاذ الدكتور
عباس جاسم الربيعي

2005م

1426هـ

بسم الله الرحمن الرحيم

وَهُوَ الْفَاقِي جَعَلَ الْحَمَّ النُّجُومَ
لَتَهْتَكُوا بِهَا فِي ظُلُمَاتِ الْبَرِّ وَالْبَحْرِ
وَقَدْ فَصَّلْنَا الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ

صَدَقَ اللَّهُ الْعَلِيُّ الْعَظِيمُ

لِسُورَةِ الْأَنْعَامِ

الآيَةُ : 97

شكر و تقدير

الحمد لله رب العالمين وبه نستعين ثم الصلاة والسلام على خير خلقه واطيب
بريته سيدنا محمد وعلى آله وعترته الطيبين الطاهرين واصحابه المنتجبين .

انه ليسعد الباحثة ان تتقدم بالشكر والعرفان الى الاستاذ الفاضل المشرف على الرسالة الاستاذ الدكتور عباس جاسم حمود على حرصه وما بذله من جهد ومتابعة لمجريات البحث تمنياتي له بدوام التوفيق .
وتتقدم الباحثة بالشكر والتقدير الى أكاديمية الفنون الجميلة جامعة بابل متمثلة بعمادتها الموقرة ، الى قسم التربية التشكيلية متمثلة برئيسها واساتذتها الاجلاء ...
كما تتقدم الباحثة بالشكر الى الاساتذة رئيس واعضاء مجلس كلية الفنون الجميلة لموافقتها على موضوع البحث واقراره ، كما تتقدم الباحثة بالشكر الى جميع الخبراء ... كما تشكر الباحثة كل من الاستاذ الدكتور عبد الرضا بهية في كلية الفنون الجميلة - جامعة بغداد لما ابداه من مساعدة ... وكذلك الدكتور عماد الدين عبد الله ... وتشكر الباحثة المدرس المساعد عادل عبد المنعم لما ابداه من عون ومساعدة .
كما اتقدم بالشكر والامتنان الى القائمين على ادارة مكتبة كلية الفنون الجميلة لمعاونتهم في تقديم ما يفيد الباحثة من مصادر ... واخيراً تتقدم الباحثة بالاعتذار لكل من عاونها وتمنى لها الخير ولم يرد اسمه ... تمنياتي للجميع بالخير والموفقية ومن الله نستمد العون والتوفيق ...

الباحثة

الإهداء

إلى

اشراقه الصفا .. وفيض المكارم
والدي و والدي

إلى

أهل ودي وحيبي
إخوتي وأخواتي

إلى

شرف انتمائي
زوجي .. و ولدي

اهدي لهم جهدي المتواضع

بشرى

ملخص البحث

للمعاملات التصميمية بوجه عام والملصق بوجه خاص دورا اساسيا وفعالية حيوية في حياة الفنان الذي يعبر من خلالها عن افكاره وحاجاته . والبعد الثالث يعد واحدا من التقنيات المهمة في اخراجها لما له من اهمية في اثاره الاحساس بالابعاد المسافية المتجهة نحو العمق . فضلا عن كونه من الاشكال الابداعية المبتكرة التي يقوم بها المصمم للتوصل الى الهدف المطلوب ، لذلك وجدت الباحثة ضرورة فهم البعد الثالث والتعرف على جماليات البعد الثالث والتطرق الى الاساليب الادائية التي تحقق البعد الثالث من خلال بحثها الموسوم بـ(جمالية البعد الثالث في تصميم الملصق الجداري) .

احتوى البحث على اربعة فصول اهتم الاول ببيان مشكلة البحث التي تتحدد بالاجابة عن التساؤلات الاتية :-

- 1) ماهي الاساليب الادائية التي من خلالها يتحقق البعد الثالث .
 - 2) هل يفرض البعد الثالث ادائية خاصة تعمق من جماليته في الملصق .
- ثم اهمية البحث التي اتت لتسهم في الاطلاع على البعد الثالث واساليبه المتبعة في الملصق ، وكذلك الاسهام في الاثراء المعرفي والعلمي فيما يتعلق بالبعد الثالث في العمليات التصميمية ثنائية الابعاد .
- و ضم البحث كذلك اهداف الدراسة التي تمثلت :-

- 1- تعرف جمالية البعد الثالث في الملصق الجداري .
 - 2- تعرف الاساليب الادائية التي تحقق البعد الثالث في الملصق الجداري .
- اما حدود البحث . فقد اقتصر على دراسة الملصقات الصادرة في العراق من 2004/8/1 – 2005/2/1 ، ثم ختمت الباحثة الفصل الاول بالمصطلحات التي وردت في البحث .

اما الفصل الثاني فقد شمل الاطار النظري والدراسات السابقة . وقد احتوى الاطار النظري على ثلاثة مباحث . فقد تناول المبحث الاول منها الجمال ويتم فيه التعرف على الاراء الفلسفية في موضوع الجمال ، ثم الجمال في عناصر التكوين ، والجمال في اسس التصميم .

اما المبحث الثاني فقد تناول "البعد الثالث" الذي ضم مفهومه ومرجعياته المتعددة فضلا عن اساليبه الادائية .

اما المبحث الثالث فقد تضمن ا ل ووسائله . ومن ثم استعراض للدراسات السابقة ومناقشتها .

اما الفصل الثالث فقد افرد للاجراءات المتبعة . والذي تضمن مجتمع البحث البالغ (154) ملصقا ، وبلغت عينة البحث (15) ملصقا اختيرت بالطريقة القصدية (الانتقائية) ، ثم قامت الباحثة ببناء اداة لتحليل عينة البحث ، واتبعت الباحثة اسلوب (الوصفي التحليلي) في تحليل عينة البحث .

اما الفصل الرابع فقد ضم نتائج الدراسة التي جاء منها .

1- تؤدي الاساليب الادائية المتعددة ناتجا بالايهام وذلك من خلال تقدم بعض العناصر نحو المتلقي وابتعاد العناصر الاخرى لتاسس ناتج بايهام البعد الثالث داخل فضاء الملصق .

2- ان صيغة تصميم الملصق باعتماد الاساليب الادائية المختلفة كان له الاثر في تفعيل النواحي الجمالية والوظيفية .

3- تسهم الاساليب الادائية المتحققة من خلال عناصر البناء واسس التصميم في تعزيز الاتصال وتحقيق جوانب جمالية متعددة .

اما الاستنتاجات

1- اعتماد الاساليب الادائية في الملصق للايحاء بالبعد الثالث مما سمح بتذوقها جماليا مع فهم الرسالة الموجهة من خلاله.

2- البعد الثالث في الملصق يعد صفة مميزة لما له من قدرة في تحقيق الربط بحيث ساعدت المتلقي في تحليل المعاني المتولدة عنها وبالتالي تذوق التصميم حسيا وجماليا .

3- جمع اكثر من اسلوب ادائي داخل فضاء الملصق مما اصبح ذو فاعلية مؤثرة في تحقيق النواحي الجمالية والوظيفية .

وتوصلا مع نتائج الدراسة جاءت التوصيات في اجراء مسابقات دورية (قطرية ودولية) في فن الملصق العراقي في مناسبات القطر المتعددة .

كما اقترحت الباحثة باجراء دراسة مقارنة بين الانظمة التصميمية لفن الملصق العراقي والملصق العالمي التي ب ل بعد الثالث في انظمتها التصميمية . وختمت الباحثة دراستها بالمصادر التي با في دراستها .

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة بابل
كلية الفنون الجميلة
قسم التربية الفنية
الدراسات العليا

م/ استطلاع اراء الخبراء

الأستاذ الفاضل.....المحترم .

نظرا لما تعهده فيكم الباحثة من خبرة علمية رصينة تـرجو التفضل بابداء رأيكم باستمارة التحليل المرفقة طـيا والمعدة للبحث الموسوم **(جمالية البعد الثالث في تصميم الملصق الجداري)** لبيان مدى مناسبتها لقياس ظاهرة البحث الحالي في اضافة وحذف وتعديل ما ترونه مناسبا ، علما ان البحث يهدف إلى :

- 1- تعرف جمالية البعد الثالث في الملصق الجداري .
- 2- عرف الاساليب الادائية التي تحقق الايهام بالبعد الثالث في الملصق .

مع جزيل الشكر والتقدير

الباحثة
بشرى سلمان كاظم

التوقيع
اسم الخبير
اللقب العلمي

بسم الله الرحمن الرحيم

إقرار المشرف

اشهد ان اعداد هذه الرسالة الموسومة **(جمالية البعد الثالث في تصميم الملصق الجداري)** قد جرى تحت اشرافي في جامعة بابل – كلية الفنون الجميلة وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في التربية التشكيلية .

التوقيع
أ.د. عباس جاسم حمود الربيعي
التاريخ / / 2005

بناء على التوصيات المتوافرة ، ارشح هذه الرسالة للمناقشة .

التوقيع
أ.م.د. عارف وحيد ابراهيم
رئيس قسم التربية التشكيلية
التاريخ / / 2005

بسم الله الرحمن الرحيم

قرار لجنة المناقشة

نشهد نحن اعضاء لجنة المناقشة اننا اطلعنا على الرسالة الموسومة (جمالية
البعد الثالث في تصميم الملصق الجداري) وقد ناقشنا الطالبة (بشرى سلمان كاظم)
في محتوياتها وفيما له علاقة بها ، فوجدناها جديرة بالقبول لنيل درجة الماجستير في
التربية التشكيلية بتقدير () .

التوقيع	التوقيع
الاسم	الاسم
التاريخ	التاريخ
رئيساً	عضواً
التوقيع	التوقيع
الاسم	الاسم
التاريخ	التاريخ
مشرفاً	عضواً

صدقت الرسالة من مجلس كلية الفنون الجميلة – جامعة بابل بتاريخ / / 2005

أ.م.د. عباس جاسم حمود الربيعي
العميد

التاريخ / / 2005

المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
ملخص البحث	أ - ب - ج
المحتويات	د - هـ
قائمة الاشكال	و - ز
الفصل الاول / الاطار المنهجي للبحث	
مشكلة البحث	1 - 2
اهمية البحث	3
اهداف البحث	4
حدود البحث	4
تحديد المصطلحات	5 - 8
الفصل الثاني / الاطار النظري والدراسات السابقة	
المبحث الاول	
الجمال فلسفياً	10 - 14
الجمال وعناصر التصميم	15 - 31
الجمال واسس التصميم	32 - 43
المبحث الثاني	
المرجعيات التاريخية للبعد الثالث	45 - 59
البعد الثالث	60 - 61
الاساليب الادائية التي تحقق البعد الثالث	62 - 74
المبحث الثالث	
البعد الاتصالي والجماهيري للملصق	76 - 81
مفهوم الملصق ومراحل تطوره	82 - 85
البعد الاتصالي للملصق	86 - 88
عوامل جذب الانتباه في الملصق	88 - 90
المؤشرات التي اسفر عنها الاطار النظرى د	91 - 92
دراسة سابقة	93
مناقشة دراسة سابقة	94 - 95
الفصل الثالث / اجراءات البحث	
مجتمع البحث	97
عينة البحث	97
اداة البحث	98
اسلوب التحليل	99
خطوات التحليل	99

99	الثبتات
100	تحليل العينات
الفصل الرابع	
147 – 145	النتائج
148	الاستنتاجات
149	التوصيات
149	المقترحات
160 – 151	المصادر العربية
162 – 161	المصادر الاجنبية
الملاحق	
	استطلاع آراء الخبراء
	استمارة تحليل عينة البحث بشكلها الاول (ملحق 1)
	استمارة تحليل بصورتها النهائية (ملحق 2)
	ملخص الرسالة باللغة الإنكليزية

قائمة الاشكال

الصفحة	المصدر	محتوى الشكل	رقم الشكل
17	تخطيط الباحث	شكل يمثل تحقيق البعد الثالث من خلال التدرج في لون وملمس النقطة	1
18	تخطيط الباحث	شكل يمثل التدرج في طول الخطوط العمودي	2
19	تخطيط الباحث	تحقيق البعد الثالث من خلال سمك الخطوط الافقية	3
19	تخطيط الباحث	تحقيق البعد الثالث من خلال بعد وقرب المسافات بين الخطوط الافقية	4
19	تخطيط الباحث	تدرج الخطوط المائلة نحو العمق	5
19	تخطيط الباحث	شكل يمثل موقع الخط	6
24	شيزاد ، شيرين احسان : مبادئ في الفن والعمارة ، الدار العربية ، بغداد ، 1985 ص.93	شكل يمثل انواع الاتجاهات	7
38	تخطيط الباحث	شكل يمثل تحقيق البعد الثالث عن طريق السيادة	8
40	تخطيط الباحث	شكل يمثل تحقيق البعد الثالث عن طريق التكرار	9
41	تخطيط الباحث	شكل يمثل تحقيق البعد الثالث عن طريق الايقاع المتناقص	10
45	الصراف ، عباس : آفاق النقد التشكيلي ، دار الرشيد للنشر، وزارة الثقافة والاعلام ، بغداد ، 1979 ، ص140.	البعد الثالث (الفن البدائي)	11
45	الصراف ، عباس : نفس المصدر السابق ص140	مشهد للصيد يمثل الايحاء بالبعد الثالث (الفن البدائي)	12
46	الرشك ، احمد فيصل غانم : مفهوم الحركة في التصميم الطباعي . أطروحة دكتوراه ، كلية الفنون الجميلة جامعة بغداد 1998 ص41 .	شكل يمثل تحقيق البعد الثالث عن طريق التراكب .	13
47	بارو ، اندرسية : سومر فنونها وحضارتها ، ترجمة : عيسى سلمان وآخرون ، العراق ، 1977 ،	راية اور (الوجه الحربي) منتصف الالف الثالث ق.م	14

	ص.93		
15	مسلة ترام سن (النصف الثاني) من الالف الثالث ق. م	بارواندرية . نفس المصدر السابق . ص229	47
16	مسلة حمورابي	فارس شمس الدين ، سلمان عيسى الخطاط : تاريخ الفن القديم ، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، - ج1- 1980 ، ص70 .	48
17	مشهد للصيد للملك (سارجون الثاني) القرن الثامن ق.م	المصدر السابق نفسه ص.73	49
18	شكل يمثل البعد الثالث في الفن المصري	لوين ، سيثن : فن الشرق الادنى ، ترجمة : محمد درويس دار المأمون للترجمة والنشر ، بغداد 1988 ، ص80 .	51
19	شكل يمثل البعد الثالث (للفن الاسلامي)	كامل ، عادل : التصوير في المخطوطات العربية ، الكسندريا بادوبولو ، ترجمة : نهاد التكريتي ، ع1،المجلد الثاني ، 1982 ، ص10 .	53
20	اظهار الايهام بالبعد الثالث عن طريق التراكب .	نوبلر ، ناثن ، حوار الرؤية ، ترجمة ، فخري خليل مطبعة دار المأمون للترجمة والنشر ، بغداد ، 1987 ، ص140 .	62
21	اظهار الايهام بالبعد الثالث عن طريق الشفافية	تخطيط الباحث	64
22	اظهار الايهام بالبعد الثالث عن طريق الموضوع على مستوى الصور	نوبلر ناثن ، المصدر السابق ، ص141 .	68
23	اظهار الايهام بالبعد الثالث عن طريق التدرج الملسمي .	تخطيط الباحث	71
24	اظهار الايهام بالبعد الثالث عن طريق التدرج بالحجم	تخطيط الباحث	71
25	اظهار الايهام بالبعد الثالث عن طريق ظلال الاشكال	تخطيط الباحث	73
26	اظهار الايهام بالبعد الثالث عن طريق ظلال الاشكال	تخطيط الباحث	74

مشكلة البحث

سعى الانسان منذ القدم ومن خلال اعماله الفنية الى ابداع اشكال متنوعة ، وسواء أكانت هذه الاشكال واقعية ام تجريدية . الا انها في الحصلة قريبة الى نفسه ومستحبة لديه - وبحكم الصلة بين النفس وما يبدع تتجلى الرؤية الجمالية كمقياس في قبول الاشكال او رفضها وايضاً في نضوج الاشكال تبعاً للخبرة الجمالية المتراكمة . لذا اتخذ الفن التشكيلي اتجاهات واساليب وتقنيات عدة وتنوع العمل الفني ما بين اظهار البعد الثالث والتسطيح واكتسب كل نوع جماليته الخاصة . وفي خضم التسارع التقني والفني الذي شهده عالمنا المعاصر وبحكم التطور الاتصالي بين الامم والشعوب ، حاول الفنان ان يعمم خطابه البصري من خلال الفعالية التقنية والاسلوبية المؤثرة .

والتصميم بوصفه يشكل خلاصة التجربة الجمالية البصرية قد اتخذ مركزاً مهماً بين الفنون التشكيلية كحاجة عصرية بات من المستحيل الاستغناء عنها خاصة بعد ان تعددت مجالات الفنون التطبيقية التي عمت الحياة العصرية .

ويعد فن الملصق احد اهم العمليات التصميمية (ثنائية الابعاد) التي تتمتع باهتمام كبير كخطاب عصري قادر على احتواء الافكار والاهداف المتعددة وبنها في صور مختزلة يستوعبها الناس على مختلف مستوياتهم وثقافتهم .

والعملية التصميمية (ومن ضمنها الملصق) ، سطح مختار من خامة معينة ينتقيه المصمم ليضع تصميمه عليه وينفذه ليعبر عن فكرته المخزونة التي الفها عن الواقع بما يحتويه من اشكال ثلاثية ليخضعها من جديد وبناء على خياله وباستحداث اشكال جديدة او محورة عن الاصل ليشكلها على مساحة سطحية ولكن عندما نتحدث عن العمليات التصميمية نجد في الغالب غياب احد الابعاد وهو البعد الثالث ، لذلك فكل ما يتم رسمه من اشكال مصممة وكل ما يجري من علاقات سيبقى على مساحة الطول والعرض وبشكل مستوي . وهنا ولأجل الايحاء بما هو في الواقع كان على المصمم اعتماد بعض الاساليب التي توهم المتلقي بوجود بعد ثالث يحاكي الواقع يستدل عليه من خلال اكتساب عادة الرؤية وهذا ما يؤكد برنهارت في قوله "ان اكتساب عادة رؤية البعد الثالث من الصورة تأتي من خلال اكتساب عادة الرؤية في الحقيقة". (23،ص210)

وهنا تأتي مهمة المصمم الى تنظيم الرؤية الشاملة الغير منظمة للادراك الى شكل منظم نتيجة استخدام اساليب تمكنه من الوصول الى الايهام بذلك البعد ، ولتجسيد الواقع واضفاء المصداقية فضلاً عن تحقيق البعد الجمالي ، وهذا يتطلب من المصمم قدرات فنية ومهاراتية لانه يحاول توظيف البعدين وابداع بعد ثالث يماثل الحقيقة ويقنع المتلقي بضرورة ذلك البعد .

لذلك كان تمثيل البعد الثالث داخل الملصق يوضح المشاكل التي يواجهها المصمم في تمثيل التعقيدات اللامتناهية ، فضلاً عن كونه نظاماً ذا ناتج جمالي ويحدد التفاعل بين المتلقي والرسالة التي يقدمها الملصق .

ولما كان البعد الثالث يشكل جل اهتمام الدراسة الحالية فان الخوض في ماهيته يعني الخوض في جوهر الفعاليات الابداعية التي ينبغي ان تتوفر في الملصق

كونها ستساعد على جذب البصر وبالتالي فهمها ليحققان احساساً قوياً لدى المتلقي بالاستمرارية .

لذا ارتأت الباحثة ان تحدد مشكلة البحث من خلال الاسئلة الآتية :

1. ما الاساليب الادائية التي من خلالها يتحقق البعد الثالث ؟
 2. هل يفرض البعد الثالث في الملصق ادائية خاصة تعمق من جماليته ؟
- وهذه الاسئلة املت على الباحثة اجراء هذه الدراسة

اهمية البحث والحاجة اليه

تتبع اهمية البحث الحالي من تزايد اهمية العمليات التصميمية ومن ضمنها فن الملصق الذي اصبح من الصور البارزة التي يظهر فيها اهتمام الانسان به كونه يشمل مختلف العناصر المتصلة بالحياة العصرية اتصالاً مباشراً ، وان عملية اخراج فن الملصق تتطلب قدرات ابتكارية للوصول الى فكرته المقررة ، وان المعرفة بتأسيس ناتج بايهم البعد الثالث داخل فضاءه تعد واحدة من تلك القدرات الابتكارية للمصمم ليحقق من خلالها اهدافه الوظيفية التي تعد الاساس لانجاح عملياته فضلاً عن الاهداف الجمالية ، من هنا تتجلى اهمية البحث في لقاء الضوء على مفهوم البعد الثالث واساليبه الادائية التي يتحقق من خلالها .

ويمكن اجمال اهمية البحث والحاجة اليه بما يأتي :

1. الاسهام في الاطلاع على البعد الثالث واساليبه الادائية لظهاره داخل الملصق الجداري .
2. سيكون البحث منطلقاً لدراسات أكاديمية اخرى في العمليات التصميمية ثنائية الابعاد .
3. سيكون عوناً بأيدي الباحثين والمتخصصين في مجال التصميم بوجه عام والملصق بوجه خاص .
4. اضافة دراسة الى الدراسات التي تبحث جمالية البعد الثالث في المجالات الاخرى من العمليات التصميمية .

اهداف البحث

يهدف البحث الحالي الى :

1. تعرف الاساليب الادائية التي تحقق الايهام بالبعد الثالث في فن الملصق الجداري .
2. تعرف جماليات البعد الثالث في فن الملصق الجداري .

حدود البحث

يتحدد البحث بما يلي :

1. الحدود الموضوعية : يتحدد البحث بدراسة الملصقات العراقية المطبوعة .
2. الحدود الزمانية : يقتصر البحث على تناول الملصقات الصادرة خلال الفترة المحصورة بين 2004/8/1 - 2005/2/1 .
3. الحدود المكانية : الملصقات العراقية المعروضة على الجدران والصادرة عن المنظمات الجماهيرية المتعددة والمؤسسات ذات العلاقة .

تحديد المصطلحات

1. الجمالية Aesthetics

أولاً / في اللغة :

جاء في معنى الجمال بانه "الحسن وقد (جَمِّلَ) الرجل بالضم (جَمَلاً) فهو جميلٌ ، والمرأة (جميلة) و (جملاء) و (المجاملة المعاملة بالجميل)". (43، ص111) وكذلك وردت الجمالية في معجم الرائد (لجبران) بمعنى "مصدر الجميل والعقل (جميل)" (100، ص225) .

2. اصطلاحاً :

للجمالية تعاريف عدة فقد وردت في قاموس اكسفورد انها "نظرية في التذوق او انها عملية ادراك حسي للجمال في الطبيعة والفن". (125, P121) وعرف الجمال بانه "الانسجام الحاصل بين الاجزاء المتناسقة معاً ... بنسبة، وعلاقة من الدقة بحيث لا مجال هناك لاضافة شيء اخر او تغييره او ازالته". (105، ص42)

اما الاعمم فقد عرف الجمال بانه "تنظيم العناصر البصرية ضمن نطاق علاقتها بكلية العمل الفني". (11، ص8)

وعرف ايضاً بانه "انتظام الاشكال الحسية وتناغمها وانسجامها وينطلق ادراكه من الحواس ولكنه يقوم بالاعتماد على الذهن والفكر من اجل تقدير النسب والاشكال المناسبة والصور المنسجمة والالوان المتناغمة وهي كلها تخلق الشعور ... (الجمالي) وتثير الجمالية في النفوس". (40، ص36)

ويرى (كليف بل) ان الجمالية في كل عمل فني هي "الخطوط والالوان التي تتراكب بطريقة معينة واشكال وعلاقات خاصة بهذه الاشكال ، وهذه الاشكال هي التي تثير عواطفنا الجمالية". (117, P12)

التعريف الاجرائي للجمالية

"تنظيم الوحدات البنائية ووسائل التنظيم لتحقيق ناتج ايهامي بالبعد الثالث وفق اساليب اداء متعددة لتأسيس ناتجاً جمالياً"

البعد الثالث *Spatial , Depth* أولاً / في اللغة :

عرف مسعود (البعد) لغوياً في (رائد الطلاب) : " بَعْدَ . يَبْعُدُ : بُعْدًا وَبُعْدَهُ : او الشيء صار بعيداً ، او بَعْدَ : أي اتساع المدى او المسافة (100، ص213) . وردت كلمة البُعْد في مختار الصحاح (للرازي) : ضد القرب ، وقد (بَعْدَ) بالضم فهو بعيد أي (مُتْبَاعِد) او (أَبْعَدَه) غيره ، و (بَاعَدَه) و (بَعْدَ يَعِيداً). (43، ص57)

ثانياً : اصطلاحاً :

جاء في تعريف البعد الثالث تعاريف عديدة فقد عرفه صليبا بانه "الامتداد العمق القائم على الطول والعرض في الحد المشترك". (68، ص213) وعرفه (العبيدي) بانه "البعد الواصل بين السطحين بمعنى السمك او الثخن للجسم الطبيعي". (77، ص61) في حين عرفه (سليمان) بانه "ميلان الخطوط داخل المسطح للتعبير عن تلاشي الحجوم في نقطة الزوال على خط الافق". (55، ص60) اما (الغانم) فقد عرفه بانه "الاسلوب الذي يتم فيه تعيين ابعاد نقطة نحو الداخل واقرب نقطة للخروج بالوحدات عن حدود التصميم بشكل ايهامي في التصميم ذي بعدين". (82، ص36) ويرى (بهية) بانه "اظهار العمق الفضائي في التصميم ذي البعدين وذلك خلال المنظور الخطي واللوني والتدرج الظلي واعتماد تقنية التراكيب الشفافية والتركيب النسيجي او تراجع الحجوم". (110، ص4) اما (الوائلي) فقد عرفه بانه "تجسيد العمق في المسطحات ثنائية الابعاد المعتمد على قدرة المصمم الابتكارية لا يجاده داخل السطح المستوي ، متخذاً من الاساليب التصميمية والطباعية وسيلة لايحاء بذلك البعد ومحققاً للابعاد الوظيفية والجمالية فيه". (110، ص5) وعلى ضوء ما تقدم يمكن ان تعرف الباحثة البعد الثالث اجرائياً بانه : "خلق ايهام بالتفاوت المسافي بين وحدات التصميم البنائية من خلال وسائل ابتكارية متعددة داخل فضاء الملصق".

التصميم *Design*

اختلف الباحثون في تعريف التصميم وتحديد له لسعة مدلوله :

اذ عرفه الشال "بانه عملية تنظيم عناصر مرئية للهيئة الفنية ، وهو يرتبط بعناصر لازمة كالخط والشكل واللون والمساحة والضوء وملامس السطوح بحيث تتلاءم كلها لخدمة الشكل العام ، ولا بد ان يحقق التصميم هدفاً معيناً يخدمه". (58، ص44)

وعرفه (حمودة) على انه "ترجمة موضوع معين لفكرة موسومة هادفة لها علاقة تامة بوسيلة التنفيذ وتحمل في جوانبها قيماً فنية". (36، ص98) وعرفه (الحسيني) بانه "عملية توزيع الخطوط والالوان بصورة معينة داخل شكل يتضمن درجة معينة من الانتظام والاتزان الدقيق ، من اجل التعبير عن الافكار جمالياً ووظيفياً". (34، ص7)

وعرفه ترويل على انه "مجمل عمليات تخطيط وتنفيذ على نمط لا يرضيه من الناحية الوظيفية فحسب ولكن يروق له النظر والملمس ، أي انه يرضينا لما فيه من المنفعة والجمال في الوقت نفسه". (25، ص8) وتتفق الباحثة مع تعريف (الشال) كونه يعد الاقرب الى دراستها.

الملصق Poster

جاء في معجم مصطلحات الاعلام لـ(بدوي) بان الملصقات هي "عبارة عن وسائل فكرية تعبر عن فكرة او موضوع معين بالصورة والرسم وكتابة الكلمات والعبارات المناسبة وهي وسائل فعالة للاتصال بال جماهير والتأثير فيها". (18، ص180)

وعرفه (نوبلر) بانه "وسيلة اتصال بصرية يتم من خلالها نقل الافكار والمعلومات بين المرسل (المصمم) والمستلم (المتلقي) محققاً ناتجاً جمالياً". (105، ص46)

اما (العزاوي) فقد عرفه على انه "مطبوع يصمم من اجل ان يفهم من نظرة سريعة ، وهو يجمع مؤثرات بصرية مباشرة ذات مقدرة على منافسة المحيط المشوش بصرياً ولكن يكون كذلك ينبغي ان يحتفظ بالوضع والتميز". (79، ص11) في حين عرفه (فرج الله) "تعبير عن فكرة ، وهو بسيط في تكويناته مكثف في كل جزء منه ، ولان الفنان يسعى من خلاله الى تحقيق هذه الفكرة ، عبر التغلب على المشكلات التي تظهر فانه يتضمن عنصراً ذهنياً عميقاً". (85، ص) وعليه فالباحثة تعتمد على تعريف (البدوي) وتتفق معه لقربه من دراستها واهدافها وتتخذ تعريفاً اجرائياً .

الملصق الجداري

المنجز الطباعي الذي يعلق على الجدران بمناسبات متعددة ويحمل افكاراً معينة ويستلم المتلقي هذه الافكار من نظرة واحدة .

الجمال فلسفياً

يعد الاحساس بالجمال صفة من الصفات العامة التي يمتاز بها البشر ، فهي هبة الله (عز وجل) الى الانسان الذي هو الكائن الوحيد الذي يقدر على الاحساس بالجمال وتذوقه ، وهو ينشأ في نفوسنا في كل لحظة ، ومن خلال رؤيتنا لاشياء في واقع الحياة كتأمل الطبيعة .

ولا يقتصر الاحساس بالجمال وتذوقه عند حدود عالم المادة بل يتعداه الى عالم الفكر والفن ، ومن هنا كان الجمال وعملية تذوقه والحكم عليه يخضع الى وجهات نظر متعددة ومتباينة لاعطاء مفهوم الجمال ، وذلك لاختلاف مذاهب الناس وافكارهم فمنهم من وجده في عالم الفن واخرون في الطبيعة ، ومنهم من وجه مجسداً في عالم المثل على ان هذا الاختلاف والتباين حيال الجمال انما يرجع الى امرين :
اولاً : عدم وجود معيار دقيق عملي للجمال (22،ص5) ، وذلك بسبب المتغيرات في البنية الحضارية والمجتمع ومظاهر السلوك الانساني والمدرجات ومرجعية هذه المدرجات ، فكل شخص يندفع الى الجميل الذي يناسبه مع معتقداته ومدرجاته وحول هذا يقول هيكل " يستحيل صوغ معيار للجمال معلوم ان الاذواق تختلف الى ما لا نهاية " . (109،ص19) . اما السبب الثاني فيرجع الى اختلاف الملكات العقلية والخيالية لدى الافراد فقد يستوعب المتذوق زخم العمل الفني استيعاباً شاملاً يقتصر دونـه متـذوق اخر حـيـال مـوضـوع اخر .
(109،ص19)

وبشكل عام كان للفلسفة شأنها ودورها في الرأي والتنظير من قبل فلاسفتها فيما يخص الجمال الفني حيث أعده مرتباً بأمور متنوعة ركز فيها بعضهم على النواحي الدينية والاخلاقية على الخبرة واللذة والنشوة والسرور لذلك فقد اختلفت طروحات ووجهات نظر المذاهب الفلسفية والنقدية .

فالفيثاغوريون (572 – 497 ق.م) اعتبروا تجانس الاعداد بمثابة القانون الموضوعي الذي يحكم الظواهر كما انه اساس الظواهر الجمالية (6، ص74) ، كما ان فلسفة فيثاغورس هي انعكاس لفلسفته العامة التي تصور العالم تصوراً رياضياً ، فقد استرعاها هذا التقابل العجيب بين الاعداد والاشكال والحركات والاصوات وعدوه اساس تكوين العالم ، اذن مبادئ هذه الاعداد هي اصل الموجودات حسب تصوره وحتى اصل الموجودات في الطبيعة ذاتها ، وهي عبارة عن نظم رقمية فالعالم كله عبارة عن عدد ونظم (36 ، ص9) فهو يقول "توجد حقيقة اساسية واحدة هي النسب العددية التي بواسطتها يمكن التعبير عن أي اختلاف صوتي". (91، ص141-142) وكذلك اكدت فلسفة الفيثاغوريين على الوجود ما هو الا ائتلاف عددي توافقي نغمياً وهرمونياً (39، ص11) ، وبذلك فان التوافق والانسجام هو اساس في اصل الموجودات وبذلك فهو يضع الجمال قائماً على اساس نظام عددي معين وصاغوا معيارهم الجمالي على اساس العدد. (16، ص12)
وقد ساعد هذا على انهم لم يكونوا يتمثلون العدد مجموعاً حسابياً بل مقداراً او شكلاً. (93، ص22)

وبذلك فان الجمال الذي يريده فيثاغورس هو قائم على اساس التوافق في الاعداد التي هي في حقيقتها اشكال منسجمة هرمونياً وبهذه الاشكال ومن خلال نظم العلاقات القائمة بينهما وانسجامها تتكون لدينا شبكة من العناصر المتوافقة التي تحقق للموضوع الفني بعداً جمالياً .

ويعد سقراط (469 – 399 ق.م) احد الذين كانت لهم اولى الخطوات في وضع نظرية اخضع فيها الجمال للخير وخدمة السلوك ، والاهداف الدينية (102، ص13) ، وانطلاقاً من مفهوم الغائية فقد اتسمت طروحاته الفلسفية والجمالية وفق ما تحققه للانسان نفعاً ما او حيزاً معنياً (16، ص17) ، وبذلك فان سقراط قد وضع مقياساً ظاهرياً للجمال يعتمد على منفعة الشيء " ليشيع بذلك نوعاً من الربط بين القيم الفلسفية والقيم النفعية " (113، ص17) .

اما افلاطون (430 – 347 ق.م) فقد اعتمد على التمييز بين عالم المثل وعالم المحسوسات فاخذت المعرفة الرياضية سبيلاً يرتقي مبدأ ارقى ، اعلى في عالم المثل ، واعتمد في تحليلها منهجاً متميزاً للهندسة والحساب في المعرفة العلمية ، فنظر اليها من زاوية الوضوح والصدق لانها ارقى من المعرفة الحسية مما يؤكد ان المعرفة الرياضية كانت بالنسبة لافلاطون موضوع التحليل الفلسفي من اجل الوصول الى عالم حقيقي لاثر المحسوسات في صياغة مبادئه . وكذلك استفادته من تحليل المعرفة الرياضية فنظراً الى العلم من زاوية هندسية وحسابية وموسيقية وفلكية . (38، ص105)

كما يرى افلاطون ان الشكل البسيط الذي يعبر عن الوحدة والانسجام . أي يوجد في الاشكال الهندسية كالدوائر والمربعات والمثلثات . اما اللذة الجمالية التي تنتج من تذوق الفنون فهي تنشأ من احساسنا بجمال الالوان والاشكال والاصوات حيث تم تأكيد ذلك بقوله "ان الذي اقصد به جمال الاشكال لا يعني ما يفهمه عامة الناس من الجمال في تصوير الكائنات الحية بل اقصد الخطوط المستقيمة والمسطحات والحجوم المكونة منها بواسطة المساطر والزوايا واكد ان مثل هذه الاشكال ليست جميلة جمالاً نسبياً بل جمالاً مطلقاً. (102، ص56)

لذلك فان افلاطون يؤكد على ماهية الاشياء وجوهرها . لذلك فان ما يبحث عنه افلاطون هو الجمال المثالي المتحقق في آليات الارتباط بين العلاقات القائمة على اساس الاشكال كالدوائر والخطوط والمستطيلات وتقاطعها فهو يرى انها تمثل جوهر الاشياء ويبتعد عن تفصيلاتها الظاهرة والزائفة .

اما الجمال عند ارسطو (384 – 322 ق.م) فهو جمال موضوعي اذ يهتم بجمال المظهر المحسوس (الواقع المادي) . فالجمال لديه يعني التنسيق والعظمة والترتيب ويقول "الكائن او الشيء مكون من اجزاء متباينة لا يتم جماله ما لم ترتب في النظام وتتخذ ابعاداً ليست تعسفية ذلك لان الجمال ما هو الا التنسيق والعظمة" (69، ص46).

أي ان ارسطو اكد على عامل التناسق لكونه مفهوماً للجمالية وكان المقصود بالانسجام والقياس . وكذلك موضوعية ارسطو جعلته يرى الجمال نموذجاً ملازماً

للموضوع الجمالي ورؤيته للفن لكونه ابداعاً لا اكتشافياً هي التي جعلته يركز على اهمية التناظر والوحدة في منظوره الجمالي. (20، ص46)

وكذلك ان الجمال من وجهة نظر ارسطو محاكاة وتقليد وهذا التقليد . يعبر عنه بالالوان والاشكال والنغم والتناسق . أي ان ارسطو قبل مبدأ (المحاكاة) على انها تنظيم بنائي لعالم افضل من العالم الواقع فهو اذن لا يقوم على ما هو كائن وانما على ما ينبغي ان يكون . ومن هنا يأتي اختلاف المحاكاة عن النقل المباشر والتقليد . (26، ص177)

فالمحاكاة حسب ما يراه ارسطو ليست نقلاً للواقع كما هو . انما هو استحضار ابداعي لما ينبغي ان يكون ليتخطى الواقع حسب الرغبة بواقع اخر . وتختلف اساليب المحاكاة من حيث الوسيلة والموضوع والكيفية والاسلوب وان غاية الجمال عند ارسطو هي الجمالية ، ويرى ان "الغاية هي التي تحدد بها الموضوع كموضوع" ، لذلك انه لا يرى تعارض بين الجمال والمحاكاة والفضيلة. (53، ص40)

وبذلك يمكن القول ان المحاكاة هنا تأتي كموضوع ابداعي يتطلب ايجاد الوسائل والاساليب اللازمة والتي تمكن الفنان من ايجاد بني تحاكي الواقع. وبصورة مبتكرة تخدم الهدف من فكرة الجمال وبالتالي تحقيق الايحاء بما هو موجود بالواقع . ومن ثم تحقيق الهدف الجمالي الذي يعد من اوليات العمل الفني وهذا التلازم الجدلي ما بين الفعل الوظيفي والجمالي هو ما يرتبط بالمنطق الارسطي .

ويرى عمانرئيل كانت (1724 – 1804) في الجمال انه "ذلك الشعور السار او الاحساس بالارتياح شريطة ان لا يحمل آثاراً للمنفعة او الفائدة او الغائية" وميز كانت بين نوعين من الجمال احدهما طبيعي (الشيء الجميل نفسه) والآخر جمال فني (تصوير جميل لذلك الشيء او غيره). (3، ص104)

وقد ربط جمالية العمل الفني بالطبيعة فقال "ان العمل لا يكون جميلاً بقدر ما يوهمننا بانه من عمل الطبيعة أو انه ناتج تلقائي شأن أي موجود طبيعي (102 ، ص15) . كما اكد على ذلك الانسان في الحكم على الذوق بوصف الذوق ملكة خاصة وشخصية لتقدير نسب الاشياء دونما غرض كأن يتم الحكم على تصميم ما انه جميل او اقل جمالاً من غيره وبالطبع لكل شخص تقديره لـ"ان الاحساس بالجمال مرتبط بالذات". (102، ص113)

وهيكل عرف الجمال بانه تجلى الفكرة بطريقة حسية لان الفن حين يعبر عن المطلق لا يتعامل بالضرورات المجردة بل انه يجمع اليها العيانات الحسية. (102 ، ص113) ، وان الادراك الحسي لديه هو الميزان الذي يمكننا ان نجد فيه الجمال وندركه ادراكاً لا يستلزم اقيسة عامة مجردة وهو فكرة عامة خالدة لها وجود مستقل وتتجلى في الاشياء حسباً وهي في ذلك تخالف الحقيقة في ذاتها ، لان الحقيقة من حيث هي لها وجود ذهني غير حسي . (107، ص31)

ويؤكد هيكل ان الجمال في الفن ارفع من الجمال في الحياة بقوله ان : "الجمال الفني ارفع واسمى من الطبيعة" وبذلك فان الجمال في الفن ليس شيئاً ناشئاً عن عكس الجمال في الواقع بل هو تجسيد المثل الاعلى في الجمال. (81، ص257-258)

اما كروتشه (1866 – 1952) فقد رأى ان العمل الفني وبكل عناصره ما هو الا "حدس حسي لعاطفة الانسان وما العمل الفني الا تعبير عن تلك العاطفة وما اللوحة الفنية او الكلمات الادبية او الاصوات الموسيقية سوى مسببات للحدس ذاته" (91، ص282) ، وانطلاقاً من هذا المفهوم يمكن عد العناصر في الفضاء محسوسة غير ملموسة والتي هي نتاج للحدس ايضاً .

في حين يرى برجسون (1866م-1952م) الجمال بانه مجموعة خواص تدركها في الشيء مثل الشكل او اللون وعلاقتها مع بعضها . لان فردية الاشياء التي ندركها بالحدس والوجدان هي ضرب من الانسجام في الاشكال والالوان والتي لا نفطن اليها في الادراك الحسي العادي ، فلا تدرك من الاشياء الا اصنافاً ، اما الذين هم اقل الماماً بالحياة الحسية فينظرون الى الشيء لنفسه لا لانفسهم ويدركون لا لغاية الا المتعة وحدها . (1، ص19-20)

وعلى ضوء ما تقدم ترى الباحثة ان للجمال آراء متباينة ومتعددة ولا يقتصر الاحساس والشعور ومن ثم تذوقه عند حدود عالماً واحداً كونه يخضع الى وجهات نظر متعددة ومتباينة وتصل احياناً الى حد التقاطع في مجال الفلسفة على اقل تقدير .

الجمال وعناصر التصميم

عناصر التكوين : هي الوحدات البنائية والتعبيرية التي تكون العلاقات المرئية في الفنون البصرية وتنظم وفق تكوين معين بهدف خلق وحدة ذات تعبير فني ومنهج جمالي معنى . (34، ص9)

وهذه العناصر يتم توظيفها من قبل المصمم والتي تعينه على بلوغ غايته . واعتماد هذه العناصر وكيفية ترتيب اوضاعها وتشابكها او تمازجها ، هي من شأن المصمم في بناء عمله التصميمي . وعلى الرغم من ان هذه العناصر تنطوي على جمالها بذاتها عندما تبدو متفرقة الا انها عندما تتحد وفق نظام معين تزداد جمالاً وتأثيراً بصرياً وتصبح بعدها سبباً جدياً في نجاح العمل التصميمي .

ومن اهم خصائص هذه العناصر التصميمية قدرتها على توليد قوة ممتدة الى خارج نطاقها ، فالمصمم بمقدوره توصيل قوة تصميمية الى المتلقي ويكون لهذه العناصر الاثر الجدي في خلق الاثار لديه بمعنى اخر "ان هذه العناصر ليست فاقدة كيانها الخاص ولا طاقتها انها من جانب واسع النطاق تشبه الطاقة الكامنة في عناصر الذرة ، لذا نجد من الضروري السيطرة عليها " . (11، ص45)

ولذلك بقي ان نفهم ان لهذه العناصر انماطاً لا حد لها من نظم الترابط فيما بينها من خلال العديد من الاساليب والتي تؤدي الى الايهام بالبعد الثالث ، وتلعب هذه العناصر الى جانب دورها الوظيفي في البناء التشكيلي دوراً جمالياً على سطح العمليات التصميمية .

وينهض التصميم في بناء العمل التصميمي وعناصره ليحقق لنا المتعة والاستمتاع وبذلك فان العمل التصميمي ذو قيمة جمالية ووظيفية يتم الاستمتاع به من قبل المتلقي وينهض على تعيين الموقف الذاتي والموضوعي . لما كان مدار البحث يتخذ الملصق اساساً لموضوع الدراسة ، لذا فان معرفة مكوناته الاساسية وعناصره

البنائية تسهم في اطلاق الاحكام الجمالية والتذوق له . مع فهم محتوى الرسالة الموجهة من خلاله حيث "ان عملية فهم ومعرفة الاجزاء تساهم في تقييم العملية التصميمية وبالتالي تقبلها" . (10 ، ص 131)

وكذلك ان البناء التصميمي المنظم وفق العلاقات التصميمية المدروسة تمكن المصمم من التعبير عن الفكرة التي اعتمدها من خلال الرجوع الى خزين الذاكرة . ولا بد من التوقع والاحتمالات والاستثناء فضلاً الى التجديد والابتكار . وهذا كله بحاجة الى المهارة والجرأة لان المحك الاول والمهم لنجاح العمل التصميمي وتكامله . (2، ص 54) .

ومن خلال ما تقدم تبين الباحثة ان كل ما موجود في سطح العمل التصميمي وكل ما يقوم به المصمم من احياءات ومن علاقات تصميمية وبناء وتراكيب لا يكون الا لغرض التوصل الى تعبير ، والتعبير مركز اشعاع لتنظيم العمل التصميمي . ومن اهم عناصر التكوين التي تؤسس العمل الفني بوجه عام والعمل التصميمي بوجه خاص هي :

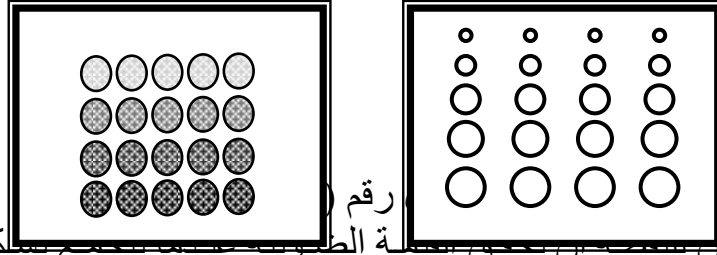
اولاً : النقطة Point

هي موضع في الحيز او الفراغ ليس لها طول او عرض او عمق. (10، ص 33)

وهي ابسط العناصر التصميمية وفي ذاتها لا قيمة لها . فهي تكسب اهميتها من وجودها في اطار تصميمي كلي. (72، ص 253)

وتعتبر النقطة المولد الاساس لباقي العناصر اذ يمكن من خلالها تحول المسافة المتعامل بها من مجرد مساحة الى فضاء . حيث ان دخولها يولد علاقات تغير مدلول تلك المساحة والتي يظهر فيها نظام لنمو العناصر وتفاعلها وبالتالي توليد الفضاء التصميمي. (P. 18 , 118)

ويمكن استخدام النقطة كشكل في التصميم وذلك لانه اذا صغر أي شكل أي اقل تصغير فان العين تراه في هذه الحالة كنقطة . و يمكن تحقيق البعد الثالث في النقطة من خلال التدرج في حجمها ولونها وملمسها . شكل رقم (1)



كما يمكن استخدام قيمة الطول في تصميمات بشكل كثيف في مساحة معينة تظهر القيمة الضوئية لتلك المساحة بشكل كثيف قاتم في حين يقل هذا التجمع بالتدرج فتميل المساحة الى ظهور بقيمة ضوئية افصح ليحقق هذا التدرج او الانتقال في القيمة الضوئية العالية الى القيمة الفاتحة ايهاً بالتجسيم في حين يستخدم اللون في النقطة لاكتسابها قدرة على تحقيق ناتج جمالي في العمليات التصميمية التي من ضمنها فن الملصق .

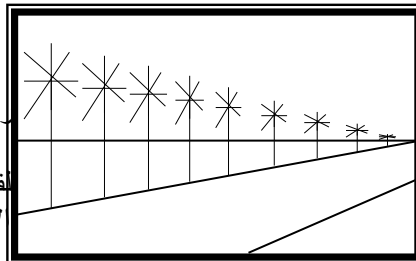
ثانياً : الخط (*) (Line)

يعد الخط من العناصر البنائية المهمة في تكوين العمليات التصميمية فالخط من اقدم الوسائل التي استخدمت في التعبير الفني . (49، ص25) ويعد من الوسائل المعبرة عن مضمون وفكرة الملصق ، وان اولى العلاقات التي تؤسسها الخطوط هي تحقيقها للاشكال والملامس المتنوعة والقيم بدرجاتها بالإضافة الى مساهمتها في خلق الاحساس بالاتجاهية ، وكلها مبادئ تحقق نسباً من الجمال داخل فضاء الملصق فضلاً عن كونه يساعد على اعطاء الشكل وجوده المحسوس أي يصبح الشكل مرئياً يمكن لمسه. (105، ص49) كما يسهم الخط في الخصائص التعبيرية ، فقد يظهر كقوة سائدة في عملية البناء التنظيمي ناتجة عن علاقات الخط مع الخط ومساراته بفعل تكوينات تدخل في بناء الحقل المرئي وعلى وفق ذلك فان الشكل الناتج من مجموعة علاقات الخط في استمرار مسارات واتجاهات وانكسارات تكون النتيجة اشكلاً مقصودة ومنتظمة . (78، ص62)

وهناك انواع من الخطوط :

اولاً : الخطوط المستقيمة وهي تقسم .

أ. الخطوط العمودية (الشاقولية) (Vertical) : وهي قوية توحي بدلالات رمزية للارتفاع والشموخ والارتقاء نحو الاعلى او باتجاه الاسفل (49، ص72) ، ويتحقق البعد الثالث للخطوط العمودية من خلال التدرج في اطوالها . شكل رقم (2) .

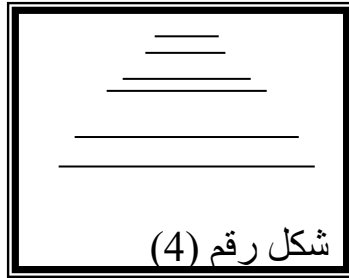


، او انه تتابع لمجموعة من النقاط
لفين في القيمة الضوئية او في اللون
لاثر الذي تتركه اداة متحركة على

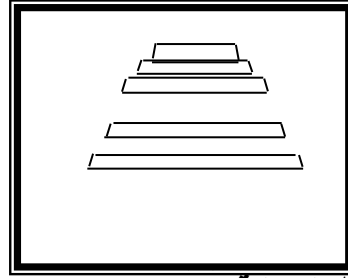
(*) الخط : التعريف الهندسي للخط المتجاورة . وله طول وليس له عرض والخط في الواقع الموضوعي : هو ، ويعرف ايضاً بأنه مسار لنقطة على سطح مستوي (10، ص144) .

شكل رقم (2)

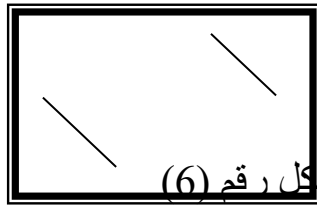
ب. **الخطوط الأفقية (Horizontal)** : وهي تمثل حالات الاستقرار ولها قوة تأثير نفسي وبصري ، وتوحي بالاتجاه بعيداً نحو العمق (البعد الثالث). (49، ص 69) وتعمل الخطوط الأفقية كقاعدة لكل الاشكال او الخطوط المرسومة فوقها ، وكذلك تعمل على زيادة الاتساع الأفقي . ووضع الخطوط الأفقية في الملصق وسيلة لتقدير مدى بعد الاشكال وقربها من المتلقي ، وبالتالي تحقيق البعد الثالث وكذلك يمكن تحقيق البعد الثالث من خلال سمك الخطوط الأفقية (مقياس الخط) . كما في الشكل رقم (3) ، ويمكن ايضاً تحقيقه من خلال قرب او بعد المسافات بين الخطوط وتلاشيها باتجاه العمق . كما في الشكل رقم (4) .



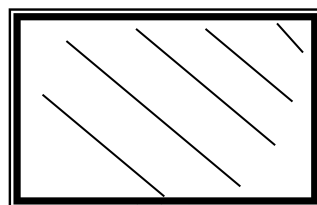
شكل رقم (4)



ت. **الخطوط المائلة (Diagonal)** : وهي الخطوط التي تثير الاحساس بحركة تصاعدية ، وهو معبأ بطاقة تنبعث نحو الاتجاهين . والخط المائل يعبر عن التحليق او الغوص في الاعماق محققاً ايهاً بالبعد الثالث . كما في الشكل رقم (5) وهذا يعتمد على موقعه من انخفاضه وعلاقته بحدود الاطار (63، ص 112) ، أي عندما يكون موقع الخط مرتفعاً يبدو وكأنه اقرب الى المتلقي من الخط المنخفض والذي يبدو غاطساً في العمق . كما في الشكل رقم (6)



شكل رقم (6)



ثانياً : **الخطوط المنحنية (Curved)** :

وهي تتصف بحيويتها وهي ذات ارتباط مع خط الارض وخط الفضاء على حد سواء . وهي تتصف بحيوية وحركة اكثر من الخطوط المستقيمة. (118, P. 95)

اما الخطوط المتموجة ، الحلزونية ، المتعرجة ، المنكسرة : هي خطوط حسية ديناميكية لها خاصية انها تطوع نفسها في كل الفضاءات من خلال الانحرافات الغير المتوقعة في الاتجاه والامتداد ، فتبدوا متحركة على الامام والخلف في مستوى فضائي الى اخر معطي احياء بالبعد الثالث . (63، ص116).

والخطوط على اختلاف انواعها المستقيمة والمنحنية ترتبط مع بعضها البعض بعلاقات متعددة تؤسس ايهاً بالبعد الثالث ومنها حالات التقاطع والتقارب والتباعد والتماس والتراكب والاختراق والتوازي وما الى ذلك من الحالات الاخرى والتي تؤدي الى خلق الاحساس بالجمال (P. 270 , 118) ، فضلاً عن ان الخطوط على اختلاف اشكالها وعلاقاتها هي التي تكون الهيكل البنائي للعمل التصميمي بما يملك الخط من شحنة كبيرة للتعبير عن الحركة وبالتالي التعبير عن البعد الثالث . (80، ص55)

من خلال ذلك تستنتج الباحثة ان تنظيم الخطوط المرسومة المتنوعة او الموضوع على سطح العمل التصميمي لها من الاهمية التي تجعل منه ان يقع ضمن دائرة القبول الجمالي فضلاً عن دوره في توجيه عين المتلقي باتجاه العمق وهو ما يوحي بأن هنالك عمقاً يستلم منه المتلقي بعداً ثالثاً داخل الفضاء المقرر له.

ثالثاً : اللون (Color)

يعد اللون من اهم العناصر البنائية للعملية التصميمية بوجه عام والملصق بوجه خاص ، لدرجة يعبر عنه احياناً بموسيقى الفنون المرئية .

وان معرفة اللون وخواصه لا يمكن ادراكها بعيداً عن كونه ظاهرة فيزيائية مصدرها الضوء والمرئيات في الطبيعة ، لأن كل لون يحمل تردداً معيناً يتأثر به البصر . وبالتالي دراسته كصيغة لها القابلية على امتصاص الالوان وعكسها . وان دراسة اللون لا يمكن دراستها بعيداً عن العلم . لأن الجانبين مترابكان مع بعضهما وهو ما يسوغ دراسة نظرية اللون (*) . والتاثير النفسي للالوان واكتساب الخبرة العملية لمزجها اضافة الى اكتساب الالوان المستخدمة قيمة رمزية (*) . من خلال امتدادها الى الفضاء وتدرجاتها للتعبير عن اللانهاية والاستمرارية. (34، ص137)

واللون بوصفه صبغة جمالية لذا لها واقع نفسي بالغ الاثر في المتلقي من الطبيعي ان يتضاعف هذا التأثير حينما يتمكن الفنان (المصمم) من التعرف العلمي والحسي بالالوان وعلاقتها مع بعضها . (10 ، ص189)

(*) يمكن الرجوع الى مصدر (75ج2) (ص88 – 139)

(*) ارتبطت الالوان منذ القدم بدلالات ورموز ومعاني الفها الانسان ضمن بيئته وكان لها تاثير قوي عليه وما زال يستخدمها لكل لون معنى . ونذكر العديد من المصادر الفنية .

- فالاصفر يدل على الاشرار لارتباطه بضوء الشمس والنار . وعند اختلاف درجاته تختلف معانيه كما في بقية الالوان فقد يعني الخداع والحسد والخيانة الخ .
- الاحمر : اكثر الالوان اشارة وذو دلالة على العاطفة القوية او الغضب او الخطر .
- الازرق : يرمز الى الجانب الروحي والهدوء والاخلاص والنبل
- الاخضر : الذي يعتبر اكثر الالوان هدوءاً ويرمز الى الصدق والسلام .
- الابيض : هو الاكثر نورانية وصفاء ونقاء وبراءة .
- الاسود : هو لون مظلم يرتبط بمعاني كئيبة ومحزنة .

وان هذه الجوانب يجب ان يعلمها المصمم من اجل توظيفها في عملية التصميم وصولاً الى التعبير الجمالي لذلك فإن التصاميم داخل فضاء الملصق لا تترك الا من خلال ألوانها ضمن حسية بنائية مترابطة متلازمة مع فكرة التصميم وبنائه لذلك فان فهم ماهية اللون وخصائصه يساعدنا على استخدامه بشكل اكثر فاعلية . (28 ، ص9)

من هذه الخصائص التي يتصف بها اللون :

1- اصل اللون (كنه اللون) (Hue)

نقصد به (هوية اللون) . أي ان لكل لون (تسمية) للدلالة على ذلك اللون . وهي تعني درجة اللون او توناته المختلفة ، كما تعني ايضاً اسم اللون اصفر، احمر ، ازرق) وهذا يعني اطلاق صفة لونية عليه وهذه الصفة لا يشاركه فيها لون آخر . وتقاس هذه الالوان وفقاً للطول الموجي اذ يختلف اصل اللون وفقاً لطول موجته الضوئية . (112 ، ص76) .

وبين هذه الالوان تدرجات توصف بانها متجاورة ومتجانسة ومتوافقة . فمثلاً بين الازرق والاصفر العديد من التدرجات من خلال هذه التدرجات يمكن تحقيق البعد الثالث وكلما زاد الابتعاد بين نوعين من الالوان المذكورة . زاد التباين والاختلاف وتغير كنه اللون . (10 ، ص76)

وترى الباحثة . ان التلاعب بكنه اللون او اصل اللون وذلك من خلال خلطه بكنه لون آخر وبدرجات مختلفة يسهم في خلق انتقالات (*) داخل الفضاء التصميمي الامر الذي يولد الاحساس بالبعد الثالث (العمق). هذا فضلاً عما تولده الالوان الصريحة كالأحمر والازرق من انتقالات سريعة ومفاجئة وبدورها تخلق احياءاً بالانتقال من موضع الى آخر وهو بحد ذاته احياء بالبعد الثالث .

2- قيمة اللون Value

وهي الصفة التي يتسم من خلالها تحديد درجة اشراق اللون وونصوعه ولمعانه . وكذلك تجعلنا نطبق كونه لوناً ساطعاً او لوناً قاتماً . فمثلاً الفرق الذي ندركه بين لون جزئي سطع اخضر نصفه في الظل ، والنصف الآخر في النور . فرغم ان اصل اللون (Hue) لم يتغير كما اننا نرى اختلافاً كبيراً في درجة ونصوعه . (59 ، ص53) فاللون الذي في النور يعكس كمية كبيرة من الاشعة . والثاني الذي في الظل تقل كمية الاشعة المنعكسة منه . ولتأكيد اشراق اللون وقوامته فان ذلك يرتبط باضافة القيمة اللونية للابيض او الاسود الى اللون النقي. (48 ، ص104)

لذا فالألوان الفاتحة تبدو اقرب الى بصر المتلقي من الالوان الغامقة التي تبدو متأخرة . ولذلك فاختلاف بالاقيام الضوئية تزيد الاحساس بطاقات تعبيرية مع اضاء الاحساس بالبعد الثالث .

3- التشبع اللوني saturation

وتعني قوة اللون او تشبعه وما يسمى نقاوة اللون وصفائه . أي كلما كانت الاشعة الساقطة على العين متجانسة في طول موجاتها . كان اللون المرئي مشبعاً

* تغير الموضع داخل الفضاء التصميمي .

وكلما اختلفت الاشعة في طول موجاتها ، كان اللون المرئي اقل تشبعاً (65 ، ص55-56) ويمكن يحقق البعد الثالث من خلال شدة اللون ((فالالوان الاقل تشبعاً التي اختلطت بالابيض تبدو اكثر تقدماً من الالوان التي ظلت مختلطة بقدر من الاسود)). (59، ص53-54) لذلك فان ترتيب الالوان بهذا الشكل هو بحد ذاته دلالة من دلالات احساس المتلقي بالعمق أي دلالة لاثارة احساسه بالبعد بين الجسم الاقرب الواقع في مقدمة الصورة . والا بعد الواقع في مؤخرتها . وهناك صنفان من الالوان المستخدمة .

اولاً : الالوان الدافئة كالأحمر ، الأصفر ، البرتقالي ، وتكون هذه الالوان اندفاعية غير هادئة وتجلب الانتباه . وتكون الالوان الدافئة في مقدمة العمليات التصميمية . ثانياً : الالوان الباردة كالأزرق ، الأخضر ، البنفسجي ، وتكون سلبية ، هادئة ، صافية ، وهي تكون في مؤخرة العمليات التصميمية لان لهذه الالوان قدرة على الارتداد والايحاء بالمسافة . (10 ، ص195)

وهنا يمكن القول ان الالوان الحارة والباردة تلعب دوراً كبيراً في الايحاء بالبعد الثالث في الملصق من خلال تقدم بعضها نحو بصر المتلقي وابتعاد الاخرى . والتباين في الالوان من حيث اطوالها الموجبة او ترددها ومن خلال قيمتها الضوئية او شدتها تؤدي الى الايهام باقتراب الوان معينة الى بصر المتلقي وارتداد الاخرى باتجاه العمق مما يؤدي الى تحقيق البعد الثالث . (44، ص66) .

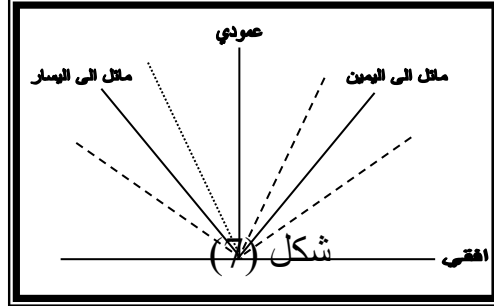
وان من اهم العلاقات التي يحققها اللون في ضمن الملصق هي تعزيز البعدين الدلالي والجمالي وخلق الجاذبية والتنوع التي تؤدي الى ايجاد علاقات بنائية بين المراحل المتعاقبة لعملية متسلسلة مما يؤدي ذلك بتأسيس ايهام بالبعد الثالث وان أي تغير في درجات اللون سيكون له تأثير في جعل بعضها وكأنه قريب من بصر المتلقي والبعض الآخر يبدو وكأنه بعيد عن بصره. (P.33, 144).

ومن خلال ذلك يتبين ان للون اهمية لا تدانيها اهمية في المكونات البنائية الاخرى . كونه يصغي نوعاً من الديناميكية الفاعلة في الحقل المرئي . وكذلك لاتساع فعاليته في انجاز المبادئ البنائية الاساسية جميعاً فضلاً عن اهميته الفاعلة في اظهار البعد الثالث في العمليات التصميمية .

رابعاً : الاتجاه (Direction)

هو الخاصية التي توحى بالحركة نحو جهة معينة من جهات العملية التصميمية . وله قدرة تعبيرية خاصة . ويعتبر من اقوى مثيرات الانتباه (34 . ص13) كونه يسحب بصر نحو اتجاه تلك الحركة سواء كانت مستقيمة ام منحنية ام عمودية ام مائلة . لان للعمليات التصميمية اتجاهات متعددة فهي اما عمودية او افقية او مائلة الى اليسار واليمين . وان لكل اتجاه تأثيره الذي يمارسه على الرأي مع ما يعطيه من ايهاءات . فافقي سكون واستقرار وهو غير فعال وهادئ اما الاتجاه العمودي فانه يوحي بالتوازن والقوة والثبات اما الاتجاه المائل (لليسار او اليمين) فهو انتقالي حركي ، وتتمثل الحركة فيه بشكل واضح اكثر من الاتجاهات الاخرى تلك الحركة ناتجة من عدم استقراره . (P. 210 , 134)

توجد اتجاهات اكثر من ذلك فهناك اتجاهان محسوسان وهميان يتم ادراجهما مع الاتجاهات الحقيقية من الداخل والخارج في التصميم ، اتجاه شعاعي متجه نحو الخارج والآخر يغور في الفضاء التصميمي محققاً البعد الثالث ، وهو الاتجاه الداخل فيه . كما في الشكل (7) .



ولا يقتصر الاتجاه على الخطوط بل يتعداه الى العناصر الاخرى كالأشكال واللون والملمس والحجم والقيمة الضوئية . والاتجاه يتمثل من الناحية الواقعية احد صفات الحركة التي هي الاساس باتجاه البعد الثالث وذلك من خلال تغير موقعها السابق بمواقع اخرى جديدة . (P. 81 , 119)

والاتجاه يحقق السيادة لعنصر دون الآخر وذلك بتوجيه البصر نحو ذلك العنصر في خط سلس الى الاتجاه هنا يتحدد لاسباب جمالية ووظيفية (24، ص15) .

والاتجاه يمكن ان تحصل عليه من حركة عنصر واحد او حركة جميع العناصر محققاً نوعاً من الاتجاه يطغي على بقية العناصر (44، ص71) ، وهذا يعني ان الاتجاه في التصميم لا يمكن رؤيته مجرداً . فهو دائماً ما يكون مرتبطاً بعنصر او واصفاً له ، وقد يكون ناتجاً من تباين او تدرج لوني او ضوئي او ملمسي والاتجاهات على اختلافاتها توحى بدلالات ولها اهميتها في تحريك العين في اجزاء العمل التصميمي . وبالتالي تحقيق البعد الثالث في العمليات التصميمية وتأسيس ناتج جمالي متعدد .

خامساً : الشكل (Shape)

يعد الشكل من اهم الوحدات البنائية للعملية التصميمية (ثنائية او ثلاثية الابعاد) وبدونه لن يكون عملاً تصميمياً على الاطلاق ، واي شيء يمكن رؤيته له شكل ما ، والذي يمدنا بهويته الرئيسية في ادراكنا . (P. 7 , 135)

والشكل يكونه خطأ حيث يدور في مسار وبنقطة مرتداً فتلتقي بدايته بنهايته مكوناً محيط الشكل والذي يكون عادة ثلاثي الابعاد يتميز بالطول والعرض والعمق "لان الشكل ينشأ من تتابع مجموعة متجاوزة ومتلاحقة من الخطوط حيث يؤدي ذلك الى تكوين مساحة متجانسة تختلف في مظهر الحدود الخارجية لها باختلاف تكون الخط الذي ينشأ من تكراره وباختلاف اتجاه ونظام الحركة" (10، ص164) . اذن الشكل هو الاساس البناء التصميمي فهو الذي يتم ابداعه من

المصمم ويدركه المتلقي وللشكل وظيفة بضبط ادراك المشاهد وير شدة ويوجه انتباهه في اتجاه معين ، حيث يكون العمل واضحاً ومفهوماً وموحداً (8، ص15). وهناك فارق بين الشكل ذي البعدين والكتلة ذات ابعاد ثلاثة التي يكون مقدار قياسها الحجم حيث يكون الشكل مسطحاً وذا قياس طول وعرض ... اما الكتلة فتكون مجسمة وهي مؤلفة من عدة اشكال مركبة ومجموعة تتميز بالوحدة لتصل من خلال ذلك الى التعبير عن التجسيم .

ولو نظرنا الى الهيئة او الكتلة لا ترى الا احد جوانبها ليكن الامامي فقط وبذلك لا ترى الا ما هو امام نظرنا شكلاً واحداً لمظهر عام مسطح او يمكن ان ترى احد الاجزاء من احد اسطح الكتلة فهو شكل اذن الشكل هو اساس بناء تركيب المجسمات المسطحات . (P.64 , 116)

وان الشكل المتكون من ثلاثة ابعاد نتيجة امتداد احد اضلاعه الى الجوانب والذي اكد على تحصيل العمق وبشكل قصدي لان المصمم اراد بذلك اضافة الواقعية على اشكاله من خلال اعطاء البعد الثالث لها . (110، ص28)

ويعد الشكل نقطة الارتباط بين بصر المتلقي والعملية التصميمية وهو عنصر فاعل يسهم في تكوين المساحات والسطوح ويستطيع ان يسيطر ويقود العلاقات بين اجزائها ويمنحها شخصيتها ويكملها فضلاً عن مساهمته في خلق القيم الجمالية عندما تتلاءم تلك الاجزاء بنظام يمكن الاعتماد عليه . بل يمكن القول ان للشكل صفات مظهرية تتمثل بالعناصر لبنائية الاخرى من لون واتجاه وملمس ومساحة وقيم ضوئية ، ولهذا يمكن عد الشكل اهم عناصر البناء سواء أكان ذلك في الاعمال ثنائية الابعاد أم ثلاثية الابعاد . (44، ص20) وكذلك ومن اولى العلاقات المتحققة للشكل داخل فضاء العملية التصميمية هو الاتجاهية التي توحى بالحركة سواء أكانت باتجاه الداخل (العمق) أم الخارج (بصر المتلقي) وهي حالات يتحقق من خلالها احساس بالعمق الفضائي . بل ان النظام الشكلي يقوم بتأسيس العلاقة داخل الفضاء المقرر وتبدو جميع فعاليات الشكل مؤسسة وفق العلاقات الفضائية التي تؤدي في الوقت ذاته الى الابهام بالبعد الثالث.

(44، ص25)

وكذلك تعمل الاشكال كسطوح في علاقتها ببعضها البعض ، بعضها يتقدم الى الامام وبعضها يتراجع الى الخلف والبعض يتحرك في اتجاه معين ، والبعض في اتجاه اخر وهذه الحركات قد تكون لها دلالات تكوينية او رمزية. (72، ص256) .

ويمكن تحقيق البعد الثالث من خلال تلاقي الاشكال احدهما الاخر او من خلال التلامس او التوحد او التقاطع والتطابق ، فتلامس شكلين او اكثر او تقاطعهما سيؤسس ذلك علاقة فضائية محددة ، والتي تؤدي الى الابهام بالبعد الثالث "فالوهم الفضائي يحصل عن طريق التداخل والتغيير في الصورة - والتقوس والانحناء اضافة الى الظل". (P. 891 , 135)

وكذلك يمكن ان يحصل الوهم الفضائي (البعد الثالث) في التصميم من خلال الشكل الابسط الذي يميل الى ان يبدو في المقدمة عن الاكثر تعقيداً الذي يبدو بعيداً (72، ص226) ، وكذلك فان الاشكال المألوفة المرتبطة بمعرفة المتلقي وخبرته

يكون اثرها ونتاجها عند المتلقي اسرع من تلك الاشكال غير المألوفة . لذا فالشكل المعروف من الهياك يصل قبل الاشياء الاخرى فتبدو متقدمة في حين الاشكال الصعبة والغير واضحة تبدو متأخرة . (59، ص59-60)

ومن خلال ذلك نستنتج انه يمكن تحقيق الايهام بالبعد الثالث في الشكل من خلال التراكب والتداخل سواء أكان هذا التراكب جزئياً أم كلياً . وكذلك من خلال التدرج في حجم الاشكال وكذلك من خلال التباين في القيم الضوئية والاتجاهية واللونية للاشكال وكذلك من خلال اختلاف ملامسها ، فضلاً عن وسائل اخرى متعددة . وكلها تؤدي الى ناتج ايهام البعد الثالث وتحقيق الجوانب جمالية متعددة من خلال سحب البصر او اثاره الانتباه نحوها .

سادساً : الحجم (Size)

وهو بيان حركة المساحة المستوية (في اتجاه مخالف للاتجاه الذاتي) ويشكل حجم التكوين. وله طول وعرض وعمق وليس له وزن . (10، ص133)

والحجم احد عناصر اللغة المرئية وهو شيء نسبي دائماً . والاحجام تدرك صغيرة او كبيرة تبعاً لنسبتها اليها وتؤثر حجوم العناصر تأثيراً كبيراً في نفس المتلقي لما تولده من انطباعات متباينة ومتفاوتة . فالحجوم الكبيرة تشغل حيزاً في الفضاء اكبر من الحجوم الصغيرة . وهذا الكبر والصغر يحقق تفاوتاً مسافياً يمكن ان يستلهم منه المتلقي ايهاماً بالبعد الثالث . (44، ص64)

وكذلك التفاوت في حجوم العناصر يؤدي الى ان بعضها تبدو وكأنها اقرب الى بصر المتلقي والبعض الاخر تبدو وكأنها مرتدة عن بصره وهذا يعني ان التفاوت المسافي بين الحجوم يؤدي الى الايهام بالبعد الثالث نظراً لاختلاف المسافات بين تلك الحجوم وبصر المتلقي . (44، ص64)

ويمكن تحقيق البعد الثالث من خلال التدرج في حجم الاشكال وبما سمي بالتدرج الحجمي الذي يتأسس منه ناتجاً منتظم بتفاوت المسافات وذلك من خلال تناقص احجام الاشكال التي يعتمد عليها المصمم داخل عمله التصميمي ، ويمكن ان تنسحب العين بالاتجاهية التي حققها التدرج محققة في الوقت ذاته ناتجاً جمالياً يمكن ان يثير الانتباه نحو مواقع الفضاءية ، ولهذا يعد الحجم من عناصر البناء المهمة سواء أكانت في الاعمال الفنية ثلاثية الابعاد او ثنائية الابعاد والتي من ضمنها الملصق الذي يعد من وسائل الاتصال المهمة في المجتمع .

سابعاً : الملمس (Texture)

هو المظهر الخارجي للنسيج الفضائي الطبيعي او الصناعي للجسام او الاشياء المختلفة التي تراها العين وتلمسها اليد وتشمل الاختلاف في النعومة والخشونة او الصلابة والشفافية والعتمة ، ولعنصر الملمس اهمية كبيرة في اعطاء الاشكال بعدها الجمالي . ويمكن التعرف على التراكيب الملمسية للاشكال عن طريق الجهاز البصري . ويتم التحقيق منها عن طريق حاسة اللمس (49، ص287) ، اما في مجال الفنون الثنائية الابعاد فما لاشك فيه ان الملمس يرتبط

ارتباطاً مباشراً بالادراك البصري في حين يكون ارتباطه بحاسية اللمس من خلال خبرتنا في اللاشعور . (10، ص174)
وهناك عوامل تساهم في خلق احياءات ملمسية بصرية مختلفة ومن هذه العوامل :

1. كمية ونوع الضوء : أي الطريقة التي يتم بها عكس الاسطح للضوء . فالضوء هو الذي يحدد حالة الخامة وسطوحها وملمسها ، بل والبريق الحاصل فيها وكذلك ظلالها . (P. 43 , 116)

لذلك فان للضوء تأثيراً في اختلاف الملامس نتيجة اختلاف تغير الاقيام الضوئية المنعكسة عن السطوح والذي يؤدي الى ظهور مناطق عالية الاضاءة التي تبين النعومة للسطح ومناطق منخفضة الاضاءة تميل الى الخشونة ومن ثم تستخدم هذه الحالة لظهار البعد الثالث والايهام به في العمليات التصميمية وبالتالي ولادة القيم الجمالية فيها . فضلاً عن التدرجات الشكلية الفضائية التي لا يمكن تحديدها وهي جميعاً علاقات بناء تهدي الى الايهام بالبعد الثالث. (110، ص29)

2. اللون : ويدخل فيه كافة الخصائص التي يتمتع بها اللون من حيث اصل اللون (Hne) ، وقيمته (value) ، ودرجة الكروما (التشبع) (Chroma) ، وللون اهمية في خلق احياءات مختلفة للسطوح .

3. الاعتام او الشفافية او النصف شفافية : فالزجاج الشفاف يختلف ملمسه بصرياً عن اخر نصف شفاف .

4. حجم الحبيبات السطحية للمادة ومدى تقاربها او تباعدها ومدى انتظامها سواء أكانت عشوائية الانتشار أم كانت منتظمة ذات نمط معين . (10، ص175)

واللمس عنصر يرتبط بعلاقات متعددة مع عناصر التصميم الاخرى وله تأثير فاعل على العمليات التصميمية وذلك من خلال جعله ان كان ناعماً يناسب على المتلقي بسهولة ويشعره بالراحة والنعومة ، في حين ان اللمس الخشن يكون باعثاً للحوية والحركة ، فتثير انتباهه اكثر من اللمس الناعم فضلاً عن كونه اي اللمس الخشن يعطي انطباعاً بالقوة ، الحركة ، والصلابة للمادة المستخدمة لذا فان هذه الصفات تدفع بها لتبدو وكأنها اقرب الى بصر المتلقي في المقابل تكون الملامس الناعمة ابعد الى بصر المتلقي وهذا ما يوهم بالبعد الثالث . (97، ص26)

وكذلك التباين في المظهر الايحائي للسطوح الملمسية تعكس تبايناً بالقرب والبعد، فيظهر وكأن الملامس الخشنة تبدو واقرب الى بصر المتلقي في حين الملامس الناعمة وكأنها ابعد من تلك الخشنة وهذا الايهام باختلاف المسافة سيولد ناتجاً بتحقيق الاحساس بالعمق (البعد الثالث). (44، ص56)

لذا فان المصمم الجيد هو الذي يخلق قيمة جمالية في اعماله من خلال معرفته كيفية استخدام التنويعات الملمسية، ومن خلال ذلك نستنتج ان العنصر اللمس الشأن قد اكسب الاشكال والوحدات داخل فضاء الملصق بعداً جمالياً فضلاً عن البعد الدلالي ، اذا ما عرفنا انه خاصية ملازمة تتمتع بها المادة سواء أكانت طبيعية ام مصنوعة وله اهمية بالايحاء بالبعد والقرب من المتلقي ومن ثم الايحاء بالبعد الثالث وبالنتيجة ينعكس ذلك على مجمل الحكم العام على الملصق .

ثامناً : القيمة (Value)

تعرف القيمة الضوئية على انها كمية الضوء المعطى والساقط على عناصر العمل الفني والكتل والحجوم والمنظور لاداء وظيفة او غرض او تعبير او احساس ضوئي ولوني معين مرتبط بمضمون . (122 , P. 303)

أي هو الانارة والاعتماد لتدرج التألق اللوني وكمية الضوء (*) التي يمكن لاي سطح ان يعكسها وتكون القيمة الضوئية للابيض هي النهاية العليا لهذا المدى والقيمة الضوئية للأسود هي النهاية السفلى وتقع جميع التألقات اللونية الاخرى بينهما . (24،ص21)

والاقيام المتباينة بالاضاءة تؤدي الى ايجاد علاقات انشائية تنمي الاحساس بما هو وهمي . وما نعني به هو البعد الثالث في المسطحات ثنائية الابعاد فضلاً عن القيمة الجمالية التي تعد هدف العمليات التصميمية . (110،ص70)

ويمكن تحقيق ايها البعد الثالث من خلال القيمة وذلك بجعل المناطق ذات التألق القوي وكأنها اقرب الى بصر المتلقي ومن ثم يتحول الى مناطق التألق الهادئ او الخفيف التي تبدو المؤخرة (59،ص67) ، مما يحدث ناتجاً بالتفاوت المسافي الذي هو ناتج بالبعد الثالث .

ولذلك فعلى المصمم ان يجري تنظيم القيمة الضوئية في الملصق بشكل يؤدي الى الملائمة مع الغرض وكذلك جلب الانتباه . وذلك عن طريق استخدام التباين والتغير في الدرجات والمساحات والفواصل .

وعلى وفق ما تقدم يمكن للباحثة من ان تستنتج ان العناصر البناء التي تعد وحدات تأسيس للعملية التصميمية دور فاعل في تحقيق النجاح لها من خلال علاقتها المترابطة بين العنصر والعنصر الاخر او بين العنصر والعناصر الاخرى ، ويتأكد للباحثة ان نسب الجمال المختلفة تتحقق من خلال هذه العلاقات التي تؤسس ايهاً بالعمق (البعد الثالث) داخل فضاء الملصق المقرر له ، فضلاً عن علاقات هذه العناصر البنائية المترابطة مع وسائل التنظيم الاخرى التي نسميها بأسس التصميم التي تضيف قيماً جمالية اخرى في حال توافقها وتماسكها .

(*) الضوء : ظاهرة فيزيائية وفلسجية ضمن خصائصه (الانعكاس ، الانكسار ، الاستقطاب) التداخل والتشتت وله خصائص الانطباعات البصرية من لون وسطوع (65،ص25) .

الجمال وأسس التصميم

أسس التصميم "هي اصول وقوانين العلاقة الانشائية في بناء العمل التصميمي وخطة التنظيم التي تقرر الطريقة التي يجب ان تجمع بها العناصر لانتاج تأثير معين". (105، ص99)

حيث ان العمليات التصميمية ثنائية الابعاد ومنها الملصق تعد في جوهرها الاساس ناتجاً جمالياً لا بد من تحقيقه ، ويتم ذلك عن طريق تنظيم بعض الاسس التي تحتاج الى طريقة التي يجب ان تتبع في تركيبها ووضعها في سياق وفقاً لمتطلبات الفن عموماً والتصميم خصوصاً الا وهو تحقيق تأثيرات نوعية معينة وكذلك تؤدي رسالة بصرية تكمن اهميتها في التفكير المرئي الذي ينشأ بين المصمم والمتلقي . (30، ص38) ويتولد عنها شعور او ادراك او فعل ينعش الحياة في صورها الثلاثة ، العاطفة والعقل والارادة ، وهذا التذوق الجمالي لا يتم الا في نطاق الشعور بالحرية التصميمية المستندة الى ثقافة فنية متراكمة في فكر المصمم . فالعمل الخلاق الذي يخرج المصمم والذي يتحدى فيه الشكل الجمالي التقليدي من خلال ابتكار اشياء او انظمة جديدة يستخدم فيها كل ما لديه من خيال ومعرفة ومهارة . (111، ص54)

ومن خلال استخدام الاسس على نحو جزئي او كلي فجميعها لها دورها النشط في بث الحياة داخل التصميم (الملصق) وتجعله اكثر رسوخاً وجمالاً ، ولكن تبقى هذه الوسائل رهن دراية المصمم بها غريزياً كان ذلك ام علمياً ولا ريب ان لخصب المخيلة والحساسية في ترتيب السطح التصميمي اسباب فعلية في جعل العمل التصميمي يتسم بالنضج الكافي . غير ان ذلك كله لا ينسبنا حقيقة اخضاع الاسس الى العامل الشعوري والاشعوري ايضاً ، وكذلك عامل الترتيب والتركيب حتى نضج الاشكال ذات صبغة جمالية بمقدورها جذب الانتباه وتحقيق اعلى قدر من الاستجابة . (224، ص224)

لذلك فان لكل بنية تصميمية اسس تقوم عليها تكون السبب في ديمومتها وقوتها فالعمليات التصميمية منظومة مترابطة من العلاقات تدعم وتزيد من قوة التماسك بين العناصر فضلاً عن كونها تؤسس ناتجاً جمالياً . (110، ص39) ومن وسائل التنظيم التي تشترك مع العناصر البنائية في علاقات رابطة تسهم في تماسك تلك الاجزاء معلنه وحدتها التصميمية هي :

اولاً : التباين (Contrast)

هو تعبير عن الاختلافات بين شيئين او اكثر بينهما علاقة تربط اجزاءهما.
(P. 53 , 124)

والتباين اهمية في تحقيق الاليهام بالبعد الثالث ويحصل في كل عناصر التصميم فقد يحصل في اللون حيث ان الالوان التي تكسبها الاشكال تكون مختلفة وطرائقها متعددة ، فمن الالوان ما تكون فاتحة ومنها ما تكون اكثر لمعان. ومنها ما تكون اقل من غيرها وقد يكون الاختلاف في اطوالها الموجه بنسبة التدرج الوان الطيف الشمسي . ويعتمد المصمم على ظاهرة الاختلاف اللوني والتنوع في درجة اللمعان لايهام بصر المتلقي للبعد الثالث "فالألوان الاشد لمعاناً تبدو وكأنها متقدمة الى الامام بينما الالوان الاقل لمعاناً تبدو وكأنها مرتدة الى الخلف كما ان علاقة اللون مع مكمله تجسد على قدر من التباين" . (44، ص34)

اما التباين الحجمي (Contrast of Volume) فهو الذي يقرر القرب والبعد المسافي كما ان التباين الحجمي يستعمل لتوضيح الاهمية لنسبية الاشكال المستخدمة لبناء التصميم . (P. 121 , 124)

والتفاوت بالحجوم يولد احساساً متبايناً لان الاشكال الكبيرة تبدو متقدمة على الاخرى الاصغر وان الاختلافات التدريجية ما بين الاصغر والاكبر وفق اساسيات التكرار المتشابهة او غير المتشابهة تحقق في جوهر الامر هدفين اساسيين لدى المصمم اولهما وظيفي في تحقيق البعد الثالث وثانيهما جمالي يتمثل بالتعددية الحجمية وتدرجاتها في الفضاء . (78، ص22)

كما تسهم التضاد والتباين في الملامس البصرية دور في تحقيق البعد الثالث فالملامس الخشنة تبدو اقرب الى المتلقي من الملامس الناعمة . (78، ص27)
وبذلك يمكن اعتماد عناصر التصميم بوصفها عناصر بنائية التي من خلالها يمكن التوصل الى ايهام بالبعد الثالث بفضل نظم التباين الامر الذي يؤدي الى حركة لفضاء الاشكال نحو العمق والعكس . فضلاً عن اظهار موازنة الحقل المرئي وما ينتج عنه من ايهام بالمنظور .

ثانيا : التوازن (Balance)

هو التحكم في الجاذبيات المتعارضة عن طريق الاحساس بتعادل عناصر واجزاء العمل التصميمي الشكلية والمخفية (34، ص10) وهو من الخصائص الاساسية التي تلعب دوراً هاماً في جماليات التصميم والاحساس براحة نفسية حين النظر اليه . (49، ص95)

والتوازن قانون اساسي للطبيعة والاحساس به رغبة غريزية يود الانسان ان يحققها دائماً حتى في العمل التصميمي ويمكن ان يصل اليه الفنان باحساسه العميق في تنظيم العناصر واندماجه في تحقيق الاتزان لانه اساس فني ولكن لانه من اساس الحياة . (10 ، ص230)

والمصمم يصل الى تحقيق التوازن من خلال تنظيم علاقات في الملصق من خط ولون ومساحة وملمس ودرجات فاتحة وغامضة .

وهناك انواع في التوازن :

1. التوازن المتماثل : ويمكن تحقيقه ببسط صورة عن طريق التماثل ويتم ذلك بوضع العناصر ذات الاهمية المتساوية على الجانبين للمركز البصري للملصق. (46، ص78) وهذا المبدأ يتعارض مع مبدأ تحقيق السيادة في العمل الفني فالاجراءات المتماثلة لابد ان تتصارع دون سيادة لاحدهما على الآخر. (49، ص102)
 2. التوازن غير المتماثل : وفيه يتم توزيع الجاذبيات المتعارضة على جانبي المحور مع عدم تماثلها وهذا النوع من التوازن اكثر امتاعاً من الاتزان المتماثل فهو اكثر قوة وتأثيراً في النفس (54، ص54) ، وفي هذا النوع من التوازن تعوض العناصر المرئية بعضها ببعض فيقابل العنصر بما يعادله في الثقل دون التقيد بما يماثله في النوع . (49، ص95)
 3. التوازن الشعاعي : هو نوع من التوازن المبني على التحكم في الجاذبيات المتعارضة عن طريق الدوران حول نقطة مركزية فقد تكون هناك بقعة ايجابية في الملصق ويدور حولها وتتوزع حولها العناصر الاخرى. (54، ص55) والتوازن الشعاعي يتميز بحركته الدائرية والحيوية ويحتفظ بالعين اطوال مدة داخل نطاقها . وبذلك يمكن تحقيق البعد الثالث من خلال الدوران حول نقطة مركزية .
 4. التوازن الوهمي : هو نوع من التوازن يمكن الحصول عليه من خلال التحكم في الجاذبيات المتعارضة عن طريق الاحساس بالمساواة بين الاجزاء الحقل المرئي وليس للاتزان الوهمي قوانين ثابتة بل هو عبارة عن احكام حسية للجاذبيات المختلفة التي يتضمنها المجال . (54، ص96) ويعتبر من اهم انواع الاتزان واكثرها صعوبة لانه يحتاج الى قدر اكبر من الحساسية الفنية ويتطلب مزيداً من التحكم والسيطرة . (24، ص29)
- وترى الباحثة ان تحقيق التوازن ناتج بايهام البعد الثالث من خلال تباين الاشكال والالوان واحجامها يؤسس ناتجاً يقرب تلك الاشكال والالوان ذات الحجم الاكبر او الالوان الناصعة وكأنها اقرب الى بصر المتلقي ومرادفاتها كأنها ابعد على بصر المتلقي مما يتحقق تفاوتاً مسافياً يمكن ان يستلم فيه المتلقي بايهام البعد الثالث .

ثالثاً : التناسب (Proportion)

هو التوحيد بين العناصر المتناقضة والمتفاوتة والتي تترك انطباعاً مؤثراً في المتلقي وذلك نتيجة الاحساس بالقيم الجمالية المتأنية من خلال ذلك التناسب الحاصل بين العناصر باستخدام الهندسي او القطري . (97، ص116)

ويحظى مفهوم التناسب باهمية تتجلى على باقي الاسس الرابطة ، وذلك لان طبيعة خلق السموات والارض قائمة على اساس هذا التناسب المحقق للوحدة. (80، ص41)

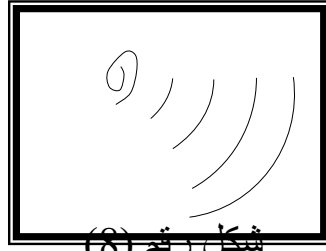
وان مسألة التناسب قد فتنت الانسان منذ القدم فقد نظر العديد من فناني ومعماري عصر النهضة الى نظريات التناسب بكل تبجيل ، لما وجد وامن اساس

عقلاني للجمال . (97، ص116) ، لذا فقد اتخذ موقفاً مهماً في عملية تنظيم العمل التصميمي (سواء اكان ثنائي الابعاد ام ثلاثي الابعاد) وقد عبر عنه بشكل واضح بالخطوط والمساحات والاشكال الموجودة في مسألة التصميم .
ويلعب التناسب دوراً في تحديد الانتباه اذ كلما كانت حالة التناسب ذات خلل فانها تسهم في عدم الراحة البصرية للرأي (24، ص42-43)، ونتيجة وجود النزوع الداخلي نحو استخدام التناسب بين العناصر من اجل الوصول الى افضل تقسيم للفضاء التصميمي مع مراعاة النسب بين اجزاء العمل داخلياً وابعاد اللوحة التصميمية خارجياً . (69، ص29)

ويعد التناسب وجهاً من اوجه تحقيق مبدأ الوحدة في فن الملصق الذي يتطلب تناسباً دقيقاً في الابعاد الخارجية مع الابعاد الداخلية للعناصر بحيث تكون مرتبطة مع الكل الذي اوجدته (80، ص44) ، وان مقياس التناسب لا يقف عند حدود تحقيق التوصلات التناسبية في العلاقات بين الابعاد الخطية او المساحية للعناصر بعضها مع البعض الاخر فيما يتعلق بالعمليات التصميمية (ثنائية الابعاد) او العلاقات بين الحجم في التكوينات فيما يتعلق (بثلاثية الابعاد) بل يتجاوز ذلك ليشمل المنظومات اللونية والملمسية والاتجاهية والحركية فضلاً عن المنظومة الفضائية حتى الوصول الى افضل حالة تحقيق الجمال في العلاقات التصميمية. (44، ص68) وبذلك يعد التناسب وسيلة تنظيمية تشير الى علاقة كل جزء من اجزاء التنظيم مع الجزء الاخر ومن ثم علاقته مع الكل التصميمية فيما يتعلق بالحجم والمساحة والكتلة ولا يتحدد بمقياس ثابت او قانون خاص به. (133,P.200)

رابعاً : السيادة (Dominance)

تعني هيمنة احد عناصر التصميم بشكل يغلب على بقية الاجزاء مشكلاً مركز جذب النظر مع الحفاظ على وحدة التصميم وترابطه . ولا يفضل ان يكون مركزان للسيادة في العمل التصميمي كي لا يتشتت بصر المتلقي نحو مراكز بصرية متعددة . (133 , P. 220) لذلك يفضل ان يكون مركز سيادة واحدة تنطلق منه العين الى بقية عناصر التصميم مع التأكيد على ان كل جزء من الصورة يجب ان يستلم درجته المناسبة من السيادة لكي يعطي استحقاق الانتباه ويتم ذلك من خلال الاختلافات في فضائية العناصر السائدة (المهيمنة) على خصائص العناصر الاخرى المشتركة معه فـ_____ العمليات التصميمية .
(53، ص351) ويجب ان يكون لكل عمل تصميمي محور او شكل غالب او فكرة سائدة ستخضع لها باقي العمل التصميمي ، وقد يكون هذا المحور ناشئاً من استخدام الالوان بطريقة معينة تجعل المشاهد يشعر بسيادة بعض العناصر. (49، ص90)
وهناك وسائل متعددة يمكن من خلالها تحقيق السيادة وتكوينها ، اما عن طريق الخطوط التي لها اتجاه معين والتي تساعد على توجيه النظر نحوه مركز السيادة وبالتالي تحقيق البعد الثالث . كما في الشكل رقم (8)



شكل رقم (8)

وكذلك تتحقق السيادة عن طريق التباين في القيمة والالوان وكذلك من خلال الاشكال التي لها السيادة والتي تبدو قريبة الى المتلقي من تلك البعيدة . والسيادة احدى العناصر البصرية ولها اهمية تتميز بها على باقي العناصر الاخرى وكذلك تتيح للمصمم اىصال رسالته ونقل المتلقي بين ثنايا التصميم ككل والتنقل بين كل العناصر وصولاً الى المرحلة النهائية الخاصة بفهم الرسالة المرئية الموجهة عن طريق الملصق (49، ص287) ، وتعتمد الرغبة في تحقيق السيادة لجذور سايكولوجية ومنطقية في النفس البشرية والمتبع في الاساليب الكلاسيكية يرى ان مركز السيادة كان يمكن تحقيقها في مركز تقاطع فطري الصورة ولكن في الفن الحديث يمكن ان تكونه الخطوط والملامس . (49، ص187) ، وتحقيق السيادة التوازن والايحاء به من خلال جعل احد العناصر مركزاً نواة للعمل تتجمع حوله العناصر الاخرى .

والسيادة مرتبطة بتحقيق التنوع وكذلك فانه وسيلة للانطلاق في اكتشاف المضمون الخاص بالرسالة الموجهة من خلال الملصق بما يخدم الوظيفة الخاصة به مع اضافة الروح الجمالية للعناصر . (110، ص44) ولذلك ترى الباحثة بضرورة وجود جزء مهم يلفت النظر اليه عما سواه وهو وجود ما يسمى بمركز السيادة الذي يكرس لخدمة الاهداف الاتصالية فضلاً عن دوره في تحقيق البعد الثالث من خلاله .

خامساً : التكرار (الايقاع) (Repetition)

يعد التكرار من وسائل التنظيم المهمة في العمل التصميمي بوجه عام والملصق بوجه خاص .

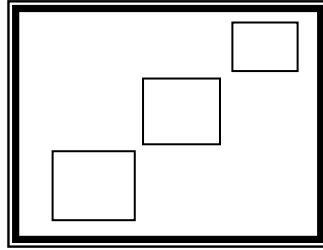
والايقاع واحد من الاسس المهمة التي تعتمد التكرار في تصميم العمل الفني ، ويعرف الايقاع في التصميم "بانه الفواصل الزمنية التي تحتاجها العين للانتقال من شكل الى اخر" وهو بذلك يرتبط بالحركة "فمن معالم التنسيق في العلاقات وجود حركة ذهنية واضحة في تكرار دوري منتظم وهو ما يعرف باسم التنعيم او الايقاع " (45، ص69) .

والايقاع ناتج من تكرار العناصر ومن خطوط واشكال وملامس وحجوم والوان مكونة وحدات (Unity) وهي العنصر الايجابي ، وقد تكون متماثلة تماماً او مختلفة او متباعدة او متقاربة ، ويقع بين كل وحدة واخرى مسافات تعرف

بـ(الفترات) (Intervals) وهي العنصر السلبي (P. 27 , 123) ، وبدونها لا يمكن ان تتخيل ايقاعاً ويتحدد سرعة او بطيء الايقاع على الفترات الفاصلة (المسافات) بين الوحدات ، فكلما قصرت الفترات ازدادت سرعة الايقاع وكلما طالت الفترات او كبرت المسافات بين الوحدات قلت سرعة الايقاع . (49، ص97)

اذن الايقاع هو مظهر من مظاهر التكرار وهو ناتج الكمي ويتنوع الايقاع بتنوع التكرار ويتسم بالتوافق والانسجام والتي يؤدي الى التأزر والتماسك لتحقيق الوحدة التصميمية التي يرنو اليها المصمم ، والتكرار من وسائل التنظيم التي تؤسس نتائجاً جمالياً داخل فضاءات العمليات التصميمية ويشير الى مظاهر الامتداد والاستمرارية المرتبطة بتحقيق الحركة على سطح التصميم ذي البعدين.(10، ص225)

والتكرار من الاسس الشائعة الاستخدام في فن الملصق لتحقيق البعد الثالث، فالتكرار يولد تراكباً وتدرجاً مما يؤدي الى معنى الايحاء بالعمق الفضائي والتكرار يولد حركة اتجاهية داخل التصميم ، وقد تكون اتجاهية تلك الحركة ذات ناتج للعمق الفضائي كما في الشكل رقم (9) .



والايقاع او التكرار مهما كان شكله في الصورة لابد ان يقع في المراتب الآتية :

1. ايقاع رتيب : وفيه تتشابه الوحدات والفترات تشابهاً تاماً وفي جميع الواجه كالشكل والحجم والموقع .
2. ايقاع غير رتيب : وتتشابه فيه جميع الوحدات مع بعضها والفترات مع بعضها لكن تختلف فيه الوحدات عن الفترات شكلاً وحجماً ولوناً .
3. ايقاع حر : هو الذي يختلف فيه شكل الوحدات عن بعضها والفترات عن بعضها ويقع الايقاع في مرتبتين :
- أ. ايقاع حر : يحكمه ادراك وتكوين فيه الوحدات والفترات مرتبة بشكل مقبول
- ب. ايقاع عشوائي : وفيه تكون الوحدات والفترات مرتبة عشوائياً.(49، ص95-96)

4. ايقاع متنامي : وهو القائم على تكرار الاشكال تتغير على نحو منتظم من ثم خلق الاحساس بالتنوع المتواصل بالحجم والشكل والتباين الحاصل في اللون والقيمة والملمس (P. 181 , 128) ، وقد يتخذ هذا الايقاع صورة الانبثاق من المركز حيث يتزايد الحجم تدريجياً او الاندفاع باتجاه العمق حيث يتناقص الحجم تدريجياً

، والايقاع المتنامي يمكن ان يتحرك افقياً أي بشكل موازٍ لسطح اللوحة وباتجاه اليمين او اليسار او باتجاه الاعلى والاسفل .

والايقاع المتنامي او المتدرج باتجاه العمق والمحقق للبعد الثالث يسمى بـ **أ. (الايقاع المتناقص) :** " اذا تناقص حجم الوحدات تناقص تدريجياً مع ثبات حجم الفترات او تناقص حجم الفترات تناقصاً تدريجياً مع ثبات حجم الوحدات او تناقص حجم كل الفترات والوحدات تناقصاً تدريجياً معاً فعند ذلك يعبر عن هذا الايقاع بانه متناقص " والذي من خلاله يتحقق البعد الثالث . كما في الشكل رقم (10)



ب. الايقاع المتزايد : هو الايقاع المبتنى من العمق المنظوري " اذا تزايد حجم الوحدات تزايد تدريجياً مع ثبات حجم الفترات او تزايد حجم الفترات تزايداً تدريجياً مع ثبات حجم الوحدات او تزايد حجم كل منهما تدريجياً معاً ، فعندئذ يعبر عن هذا الايقاع بانه متزايد " . (49، ص96)

وبذلك ترى الباحثة ان الايقاع المتنامي بنوعيه المتزايد والمتناقص يؤدي الى الايحاء بالبعد الثالث داخل فضاء الملصق والذي يمكن تحقيقه من خلال اللون والحجم والشكل والملمس والاتجاه وهذا يساعد على اضافة الحركة ويحقق الغور في اعماق او التقدم والاندفاع الى الامام .

ويمكن القول ان الايقاع يتأسس من تكرار احد العناصر البنائية ويؤسس ناتجاً بالتناغم والذي يجذب الانتباه نحوه محققاً جانباً جمالياً يعد هدف الفنان (المصمم) .

سادساً : الوحدة (Unity)

هي عملية الجمع بين عناصر العمل الفني في ارتباط داخلي متشابه بصورة متضامنة لخلق الوحدة بحيث تصبح لها من القيمة ما هو اعظم من مجرد قيمة مجموع تلك العناصر (P. 66 , 124) ، ويتجاوز مفهوم الوحدة الجانب الفني ليصبح مصطلحاً عاماً في العلم والفلسفة والفن باعتباره مشتركاً في كشف الظواهر الوحدوية في مجالات الزمن والفضاء والفكر والمادة والتراث. (63، ص52) .

وتعد الوحدة من اهم المتطلبات التصميمية بل ضرورة من ضرورات التصميم ومن اهم المبادئ من الناحية الجمالية والوظيفية ، وتعني الوحدة ترابط اجزاء العمل التصميمي ليكون كلاً واحداً تجعله متماسكاً عضوياً حتى يمكن ادراكه من خلال وحدة في نظام منسق متالق يخضع معه كل التفاصيل لمنهج واحد والمصمم يستطيع تحقيق الوحدة من خلال علاقة الاجزاء مع بعضها البعض ومن خلال علاقة كل جزء بالكل ، وبذلك يصبح التصميم ذا وحدة عضوية لان الارتباك والتشتت اضداد للوحدة . (10، ص233)

ولا تقتصر الوحدة على تجمع عناصر محددة في كل منسجم وانما يعني هناك وحدة الفكرة ، وحدة الشكل ، ووحدة الاسلوب .

فالوحدة في الفكر (Unity of idea) تعني ترابط جميع وحدات العملية التصميمية ضمن فكرة واحدة في التعبير الشكلي أولاً ووحدة في علاقة التكامل الوظيفي في البناء ثانياً (44، ص82) ، اما الوحدة في الاسلوب (Unity of style) فهي شخصية المصمم نفسه عندما يتمكن من التعبير عن اعماله التصميمية بطريقته الخاصة . والتي تظهر من خلال بناء العناصر الداخلية في العملية التصميمية (ثنائية الابعاد) بشكل تكاملي . في حين الوحدة بالشكل تبرز من خلال العديد من الحالات مثل (التقارب ، التلامس ، التراكم) وكلها اساليب تؤدي الى اظهار البعد الثالث في العمليات التصميمية ثنائية الابعاد . (44، ص72) و (63، ص59)

وهناك نوع اخر من الوحدة تسمى الوحدة بالهيمنة (Unity By Dominance) وهي تعاون العناصر مع بعضها وتتكامل بحيث تهيمن احدهما لايجاد الوحدة المنشودة ويتم التركيز على نوع من الخطوط او نوع من الاشكال او اتجاه او نوع من الملمس او الجلاء او لون بحيث يصبح هو المهيمن . (63، ص60)

والوحدة ليست العامل الوحيد في عملية التصميم فليس علينا فقط ان تربط الاجزاء بعضها البعض الاخر في تكوين عضوي بل يجب ان تعمل ذلك بطريقة مشوقة وهذا ما يسمى بالتنوع (24، ص32) ، الذي يدخل بكل معاني الحركة والتعبير والتجديد داخل البنية التصميمية ضمن الحد المعقول من دون حدوث العشوائية بل يتضمن معنى الديمومة والعديد من المعاني الجمالية لان الجمال يكتمل بعد الوحدة بالتنوع في التصميمات . (49، ص180)

والتنوع يستخدم عندما يكون التكوين رتيباً او مكرراً وذلك لكسر الملل ، والتنوع يشمل جميع عناصر التكوين ويمكن تحقيقه بالايقاع والتوازن والتناغم او بالتضاد شرط ان لا يؤثر ذلك على وحدة التكوين الفني . (49، ص145)

وبذلك فان الوحدة نظام خاص من العلاقات تترابط اجزاءه في منهج معين ويمكن تحقيقه من خلال التكرار والتدرج بالشكل واللون والقيمة والخط والملمس والحجم فضلاً عن ما يمكن تحقيقه من حيوية وجمال .

أولاً . المرجعيات التاريخية للبعد الثالث :-

أ- الفن البدائي :-

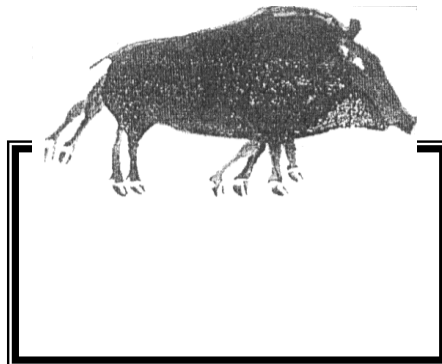
الفن البدائي كلمة لها مدلول واسع فهي لا تعبر عن فنون الانسان الاول الذي عاش في العصر الحجري بل تعبر ايضاً عن فنون الشعوب البدائية التي لا تزال تعيش الى الان في اماكن متفرقة من العالم . (73 ، ص4) ومن خلال تتبع ودراسة آثار الانسان في العصور القديمة نستطيع القول بانه مر بخطوط متدرجة في التطور نحو الاتقان ، حيث بلغت رقيها في اواخر العصور الحجرية ومن اعماق تلك العصور وصلتنا منحوتات ورسومات ذات انماط جمالية من حيث اشكالها وسطوحها والوانها وتزييناتها الزخرفية . (67 ، ص48) توحى بانه ادرك العلاقات فعمل على توظيفها ، فكانت اشكاله مترابطة معبرة ، ومتحركة فمن خلال مشاهد الصيد وتجمعات الحيوانات التي كان يرسمها ترى انه قد صورها بحجوم مختلفة فظهرت وكأنها بمواقع مختلفة بعضها بعيدة واخرى قريبة وبذلك يكون قد نجح في تحقيق نوع من الايهام بالعمق للاشكال المرسومة . كما في الشكل رقم (11) . (49 ، ص29)



وقد دلنا تاريخ الفن على اول منظور وجد في كهوف العصر الحجري رسمه الفنان المجديتي الذي هو عبارة عن مشهد للصيد . (67 ، ص48) شكل رقم (12)



في حين عالج في اللون وغالباً ما رسمها مناطق الظل في الشكل الايهام بالعمق (73 ، ص4) في حين عمد في رسوم اخرى الى استخدام تقنيات اخرى مثل التراكب والتداخل لدرجة لا يمكن معها الامتناع عن التفكير بان الفنان البدائي فكر ونفذ هذه الرسوم ككل متكامل ومتكرر . (7 ، ص33-43) شكل رقم (13) .



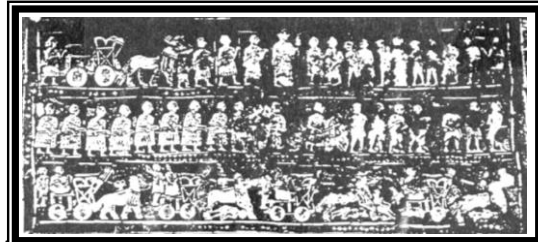
وهذا يعني ان الانسان القديم قد حاول من خلال رسوماته البدائية ان يحقق الابهام بالبعد الثالث بطرق تعددت وتباينت في وسائلها . منها التراكب والتداخل والتدرج بالحجم .

ب – فن وادي الرافدين :-

اتخذ الفنان السومري (2800-2371) ق.م من الالهية منطلقاً لتعزيز قدرته والهيمنة على مظاهر الطبيعة بمعونة الالهة – وكان بفطرته العالية قد اتخذ من الفن وسيطاً ناقلاً لمشاعره . ومن خلاله تمكن من تثبيت تصورات ازاء مظاهر الوجود وعبر تفعيل طاقة الرمز . (17- ص196-199)

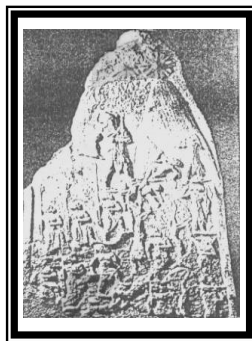
وعلى الرغم من التحويلات التي اجريت على مظهرية الاشكال التي نفذها الفنان السومري الا انه استخدم نوعاً او اسلوباً جديداً لاطهار العمق اعتمد على اساس حركة المفردات وتحديد الاتجاه كما في (راية اور) حيث قسمت ارضية اللوحة على عدد من الحقول الافقية (افاريز) يتم ملؤها باحداث المشهد (101. ص110).

بحيث يمكن فهمها بشكل متسلسل وواضح وكذلك كان للتباين اللوني الحاصل ما بين لون الاشكال (الصفراء) وفضاءاتها الزرقاء استطاع ان يحقق نوعاً من الجذب فضلاً عن تحقيق الابهام بالبعد وكذلك الحالة بالنسبة للتباين في نوع الخطوط واتجاهاتها المستخدمة في بناء الاشكال . كما في الشكل رقم (14). (61، ص2-3)



اما الاكديون (2083-2470) ق.م وسيجد سرعه فيلية ساعد ذلك على انفتاح على آفاق جديدة لمواكبة مظاهر الحياة وتوثيق الانتصارات المتلاحقة وكان من نتائج ذلك ان يتجلى الفن الاكدي بسمة واقعية . (83- ص54)

ومن الشواهد التاريخية مسلة (نرام سن) حيث تعد نوعية جديدة في صياغتها عند مقارنتها بالمسلات المكبرة للسومريين حيث صور الفنان السومري شخصية الحاكم نرام سن بحجم اكبر من بقية الشخصيات وكذلك جسد استدارة الاكتاف عند تصوير الرأس والارجل بشكل جانبي . وهذا يمثل الاجادة في صياغة التكوين وكذلك القماش الذي يسقط في طيات طويلة متموجة . وعن طريق التلاعب بالضوء والظل في هذه الطيات تحولت كتلة الحجم الى مشهد ذي حركة اكثر حيوية . (32، ص113) كما في الشكل رقم (15) .



شكل رقم (15)

وبذلك فإن الفنان الاكدي حقق البعد الثالث من خلال الاختلاف في الحجم وكذلك اسلوب تراكب الشخصيات فضلاً عن استخدام الظل والضوء لطيات القماش الذي يكسو الاشخاص وكذلك ترتيب الموضوعات بعضها فوق بعض داخل حقول افقية مقسمة بشرائط او افاريز على ارضية واحدة وكذلك حاول ان يكرر الشكل ليعطي اهتماماً بالبعد الثالث على سطح مستوي .

اتبعه الفنان البابلي (2004 – 594/5 ق.م في تصويره للمشاهد ، ففي مسلة حمورابي والتي من خلالها تتيقن للمحاولات الاولى للمنظور ، اذ تميزت بحيوية كبيرة فضلاً عن المرونة في التجسيم التي مثلت بها ايدي الملك والاله (32، ص163) ، وكذلك من المحاولات الدالة لبعد العمق تمثلت في لحية الاله حيث انها لم تعد افقية تماماً مثلما يتطلب ذلك المظهر الامامي الخالص ، بل تمتد بشكل منحرف طفيف من اسفل اليسار صعوداً إلى اليمين وكأنها منظورة من جانب وتم تقصيرها ، وكذلك تصوير المشهد لم يكن على ارض مستوية بل على جبل أشير له بتراكب خط ثلاثي استقر عليه قدماً الاله (83، ص69) كما في الشكل رقم (16) .



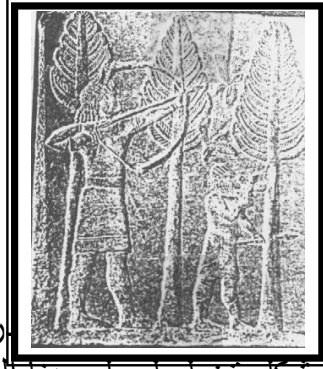
وبهذا يعد العصر البابلي حقيقياً في تحقيق البعد الثالث حقيقةً وتوظيف البعد الثالث صياغة الطيات وكذلك شكل النحت لشعر الاله وتاجه الذي يبرز عمليات النحت من سطح الحجر وكأنه نحت شكل مجسم .

في حين سعى الفن الاشوري (القرن التاسع عشر ق.م) من خلال تمثيل المواضيع الملكية الرسمية كاستعراض الجند والصيد واستقبال الرعاية وقيادة الجيوش في الحرب (47، ص468) ، إلى اظهار البعد الثالث من خلال رسوماته التي تكسو جدران القصور ، وكانت السمة المميزة لهذه المشاهد هي تجنب السطحية ، ويغذي رؤيته الطبيعية بمزيد من الخيال ، لذا فقد كانت الاعمال تامة في جميع الجوانب متكيفة بذاتها كاملة من الناحية الشكلية . (106، ص64)

اما الفنان السومري فقد استطاع توزيع وحدات مشاهدته بابعاد مختلفة ومتنوعة على الارضيات وفي ذلك اشارة إلى تحقيق البعد والقرب على السطح أي تحقيق الایحاء بالبعد الثالث . (32، ص201)

ومن الشواهد التاريخية التي اظهر فيها البعد الثالث منظر صيد الطيور للملك (سارجون) حيث نجد الفنان قد عبر عن منطقة الصيد بغابة ، والمنظر به ثلاث

شجرات على شكل شجرة الصنوبر مع اختلاف قليل في احجامها واغصانها نقل من واحدة إلى أخرى (101، ص126) كما في الشكل رقم (17) .



ومعنى ذلك ان منظر
نقطة تلاشي ولو وضعنا ذلك بشكل تخطيطي لوجدنا التسلسل يتدرج إلى النهاية وان
التناسب في تنسيق العناصر على نمو مؤثر يشير إلى الاحساس بان حجم العناصر
يتماشى مع الاهمية الحقيقية هو البعد الثالث ، وكذلك هناك شخصان مكملان للمنظر
ظهر احدهما كبير الحجم والآخر اقل أي ان هناك تدرج في حجم الاشخاص أيضا ،
وكذلك يلحظ ان جميع الاشكال وضعت على خط قاعدة اللوح ، وكذلك اتقن الرسام
الاشوري تدرج اللون من الدرجة الشفافة إلى الدرجة النصف معتمة وحتى الالوان
الداكنة ، وبالتأكيد فان هذا الانتقال المسافي التدريجي للون والحجم يولد احساساً
بالايهام بالبعد الثالث . (101، ص126)

وبذلك فان الفنان في وادي الرافدين لجأ إلى اساليب تحقيق الايهام بالبعد
الثالث من خلال التراكب والتداخل والتوزيع المختلف على السطح التصويري وكذلك
التدرج بالحجم .

ج : فن وادي النيل

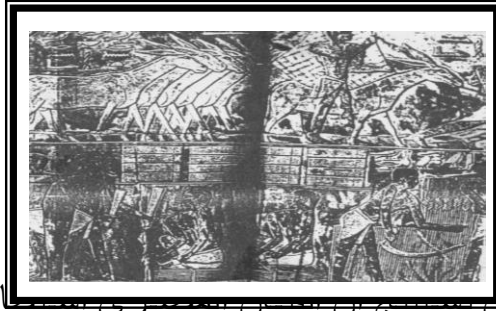
تعد الحضارة المصرية حضارة فنية راقية وهي تكشف عن عقائد المصريين
وافكارهم . (60، ص3)

وهذه الاعمال الرائعة تمثلت في فن التصوير وفنون أخرى وقد سعى الفنان
المصري إلى رسم الاشياء في اقصى مظاهرها المميزة حيث كانت تحكمه رغبة من
ان يجعل الاشياء تبدو كما هي الحقيقة وليس كما يراها الناظر (57، ص69) ،
معتمداً الصورة التي في المخيلة لا الصورة التي تلتقطها العين (الصورة المرئية)
وان كانت الصورة في المخيلة تعتمد في مبناها على الصورة المرئية إلا انها تتضمن
ما لا تستطيع العين ان تستقبله مرة واحدة ، وتعالج ما في الصورة من نقص
وتحريف فهي لا تعمل حساب للبعد والقرب ، وما ينجم من اختلاف في الحجم
والسطوح ولا تنظر للاشياء نظرة منحرفة وانما تمثل الاشياء وفي مجموعها وفي
اجزائها مجابهة وتتنظر إليها نظرة مستقيمة دون ميل او انحراف معتمدة في ذلك على
اخص منظر لها سواء المنظر الامامي او الجانبي او العلوي. (60، ص69)

وهذا لا يعني ان الفنان المصري اهمل البعد الثالث – فقد بلغ المصريون في
صورهم ومناظرهم غاية الكمال الفني وتحقيق البعد وان لم يلتزموا بقواعد المنظور

ولكن نراه يجمع في المساحة الواحدة اشياء منظورة من الاعلى واخرى من امام فضلاً عن الجمع بين زمانين ومكانين مختلفين في مشهد واحد (94، ص36).

وان الشيء الوحيد الذي يهتم به هو إلا يخضع إلا إلى مستوى واحد يضع فيها كل الاشياء التي يصورها ، فسواء اكان التصوير اشياء مادية ام كانت حية فان المصور المصري يرسمها بعضها فوق بعض او يضعها متجاورة فيجعل بعض الشخصيات الواحدة فيها بجانب الاخرى ويجعلها تسير في صف واحد وان الاجسام يخفي بعضها بعضاً اذا وقع احدها امام الآخر ، وانها على البعد تبدو اصغر حجماً من القريبة التي تبدو اكبر . (60، ص69) ، وكذلك احتلال مساحة كبيرة عند وجود شكلين بنفس الاهمية فيتم اعتماد التراكب من اجل الوصول إلى حالة الابرار لكليهما ، اما الاشكال ذات الاهمية الأقل فانها تحتل مساحة قليلة من مساحة الرسم الاصلي فتتم وضعها في القاع وبهيات صغيرة ، ووضع هؤلاء الاشخاص بشكل جانبي والعين منحرفة إلى الجانب والكتفين يصوران من الامام ترتكز على سيقان جانبية . (97، ص39) كما في الشكل رقم (18) حيث نلاحظ الوسائل البديلة التي استخدمها الفنان المصري لتحقيق البعد الثالث وكيفية تظليل الاشكال بالالوان ليعبر عن الابعاد المختلفة حيث لون الاشكال البعيدة بلون فاتح اما الاشكال القريبة فمثلها بلون غامق فضلاً عن التراكيب والتداخل .



وبذلك يمكن ان نستجس من هذا المصيرى سماع بعدة اساليب تحقيق الياحاء بالبعد الثالث من خلال التراكيب والتداخل واختلاف في الحجم واللون .

الفن الاسلامي:

ان التحول التاريخي في تركيب المجتمع العربي الاسلامي بأثر مجيء الاسلام وعقيدته المناهضة للفكر الوثني التي ثبتت على اساس التفكير المجرد والمستند اساساً على مثال مطلق هو الله عز وجل اثر بقوة على فنونهم قاطبة . لذا ومن خلال تأثر الفنان المسلم بهذه الفلسفة نراه قد سعى إلى خلق اشكال جديدة لا نظير لها في الطبيعة . اذ اهتمت المنزلة التي يحتلها التصوير التشبيهي بين الفنون الاسلامية وتردد الاراء القائلة بان الاسلام ينهى عن تمثيل الكائنات الحية بدرجة جعلت الكثير من الاشخاص المسلمين يعتقدون بان التصوير التشبيهي يقع تحت طائلة التحريم . وذلك لان محاكاة الفنان للكائنات الحية تحرمها الاحاديث النبوية التي تعتبرها خطيئة مميتة . لذلك سعى الفنان المسلم إلى ابتكار جمالية جديدة . جمالية اسلامية محضة ، يؤسسها الابتكار أي خلق عالم جديد يمكن ان يكون مختلفاً بل

متعارضاً مع المظاهر الحسية للطبيعة بل حتى متعارضاً مع حقيقتها واحتمالها . (90، ص8)

فالفنان لم يهتم بالمظهر الخارجي للطبيعة فهو سعى إلى تبديده ومخالفته اذ بمقدار ابتعاده عن الكيان المادي للطبيعة اقترب عن جوهرها اكثر والاندماج والاتحاد معها روحياً . (15، ص90)

وبذلك يبدو المنظر في الفن الاسلامي كما لو كنا نشاهده أول مرة حيث يستحيل رؤيته بالطبيعة بهذا الشكل . ومن خلال الطريقة التي عولجت بها هذه الاشكال وعلاقتها ببعضها البعض . (12، ص62)

والفنون الاسلامية تبتعد عن التجسيم ابتعاداً واضح الاثر في كل ما انتج فيها من اعمال لانها لا تستهدف البحث في العمق (البعد الثالث) في الفنون العربية ولكنها تبحث عن عمق اخر يختص به دون الفنون الاخرى وهو العمق الوجداني أي ان الفنان المسلم ابتعد عن قوانين المنظور بشكل عام لانه اهتم بما سمي بالمنظور الروحي (*) وهو منظور لا يمتد بقانون الرؤية المادية للتلاشي ، فنقاط التلاشي تكون فيه متوازية في الفضاء لا تتجمع او انها تتجمع في بؤرة تقع على خط خلق المشاهد في نقطة اللانهاية وعلى هذا الاساس فان "المنظر في لوحة مسطحة يبقى حراً مطلقاً لا تفيد قواعد المنظور ولا تفقده في مسارها المتعمق في البعد الثالث من خلال زاوية البعد المحددة". (12، ص62)

"وهناك مسألة اخرى عالجها الفنان المسلم في مسألة غياب الفضاء او تجنبه في الصورة الاسلامية فالمعروف عن الرؤية البصرية التقليدية انها تعمل في نطاق زاوية نظر محددة محكومة بالمنظور الخطي والشروط التي يفرضها العالم المادي وان آلية المنظور الخطي تفرض وجود فاصل وتحديدات بعدية فراغية تفصل بين الفنان وموضوعه التصويري". (15، ص90) ولكن الفنان المسلم حاول ان يظهر رغبته في خلق الاحساس بالطبيعة وبالحياة من خلال رسمه للتلال على خط افقي واحد كشريط من النباتات والاعشاب وليست هناك مسافة بينهما حيث تبدو التلال غريبة في شكلها ورسمت بشكل طبقات منظورية غير متوازية . لكن الفنان المسلم لم يهتم باظهار العمق كما هو موجود في الطبيعة لعدم رسمه خلفية له حيث بدت المسافة خلف الرسوم المتبعة بلون واحد وذات بعدين ولكن تبدو الشجرة والتلال هي اقرب شكل الغزال والكلب وهذا الاحساس بالعمق الجزئي يعزى إلى اخفاء النبات لجزء من جسم الغزال واخفاء التلال لجسم الكلب وهو ما يطلق عليه بالمستويات المتداخلة والمتراكبة كما في الشكل رقم (19) .



(*) المنظور الروحي : يتميز على المنظور البصري بخصائص منها ما يقوم على اساس ان الكائنات والكون كله موجود بالنسبة لله لانه من صنعه وخلقته وليس وجوده قائماً بالنسبة للانسان وعليه فان الانسان والمشاهد يرى من خلال عين الله المطلقة التي لا تمدّها بصره وهو أيضا يقوم على مبادئ غير رياضية . (41، ص59) .

ومن خلال ذلك نستطيع ان تستنتج ان الفنان المسلم ابتعد عن الوسائل التقليدية التي تساعد على اظهار البعد الثالث منها المنظور الجوي والخطي – وكذلك ابتعد عن التغيرات التي تصاحب اللون من ناحية برودته وحرارته عند ابتعاده عنه ، لان هذه الوسائل هي وسائل علمية خاضعة بقوانين رياضية فيزيائية يتحكم بقانون النظر والاحساس بالبعد الثالث بالطبيعة – ولكن استطاع من خلال استخدام التراكب والتداخل وموقع الاشكال من مستوى الصورة ان يحقق البعد الثالث .

فن عصر النهضة :

شهد عصر النهضة (القرن الخامس عشر والسادس عشر) تالفا ، حيث احتلت المفاهيم المتوارثة من الاغريق والرومان مكانة بارزة اهمها الكشف عن الطبيعة وباتجاهاتها المختلفة نتيجة اعجاب اهل العصر بكل ماتحويه الطبيعة من مفاهيم (101 ، ص131) فضلا عن ذلك فقد ظهرت بحوث نظرية في الفن كقواعد التقنية والمنظور التي كان لها دور هام في تحديد قواعد الرسم الكلاسيكي . وبالتأكيد سياخذ التصوير وظيفته التمثيلية . وهذه الوظيفة المحاكية بكل ابعادها ، سوف تبقى ركيزة فنية وجمالية مهيمنة في طبيعة الوظيفة الجمالية للرسم . ومن ثم يقترح التصوير الياته عبر تقنيات المنظور الخطي .

والمنظور اللوني . والتراكب والحرفية العالية في خلق الاحساس بالمديات والاعماق . وتعزيز مفعوله الوهم المرئي . اذن الرسم ما هون إلا تجسيد لهذا الوهم . فاللوحة مرآة عاكسة للواقع او نافذة نطل بها ومنها على المكان الخارجي ، فتحوم في ارجائه . وهذه الرؤية والجمال المنشيء في ابعاد وبنية اللوحة ما هو إلا الجمال الخارجي المعكوس في ثناياها ومن ثم يصبح الايهام بالبعد الثالث عبر معطيات وقواعد المنظور . (42، ص95)

ومن الجدير بالذكر ان الفن اكتسب اولى خبرته العلمية عبر ادواته التي استخدمها كالرياضيات والهندسة . وعلم البصريات والميكانيكا . ونظرية الضوء واللون ودراسة المواد الفنية واجراء التجارب على الالوان . الامر الذي جعل من عصر النهضة ان يصطبغ بالصبغة العلمية . مما ادى إلى ثورة علمية في فن الرسم (106، ص303).

لذا فقد ادخل الفنانون الموضوعات الطبيعية إلى جانب الموضوعات الدينية والمشاهد اليومية في المدينة وبذلك اصبح العالم وبكل مستوياته مجالا رحبا . فنانوا عصر النهضة اهتموا بالتقليد الامين للواقع والجسيد المطابق للطبيعة عندما يتعلق ذلك بعناصر ومفاهيم مثل الخط والفضاء ، والظل والضوء ، والالوان والتناسب داخل التكوين . أي ان نقل الطبيعة ومحاكاتها اخضع إلى قوانين مفسرة وهذه القوانين نظمت لا عن طريق النظر الانسي للاشياء وبالتالي تكون ناتجا عرضيا للملاحظة وانما نظمت بواسطة الفكر على شكل قوانين تتحكم في عملية تجسيد الطبيعة والجمال اعتمد على عملية التقيد بتلك القوانين أي تغلب الادراك الذهني وتحكمه على تسجيل العين " (16، ص87) ويعتقدون ان الحقائق لا تتأكد بواسطة الرياضيات فقط ونتيجة لذلك توصلوا إلى (المنظور العلمي) Scientific)

(perspective) للأشياء والتي اخترعها (البرتي) فبحوثه في المنظور كانت تهدف إلى مطابقة الواقع بأمانة علمية وواقعية. (51، ص39)

وتم ارساء قواعد المنظور من قبل ليوناردو دافنشي (1452 - 1519) ووضع جميع المراتبات في الطبيعة بأسلوب يمنح تلك الاشكال المستخدمة في اللوحة الفنية طابعاً واقعياً من خلال اظهار ابعادها الثلاثة . أي لقد تبنى ليوناردو مبدأ (المنظور الخطي) والذي وفر للرسميين في القرن السادس عشر الميلادي وسيلة لرسم الصور التي عدوها بمثابة التمثيل الاوفى لعمل علمي حقيقي على سطح مستوى ذي بعدين باستخدام المنظور الخطي لاطهار البعد الثابت المتوهم . (51، ص42)

وبذلك فان دافنشي تعامل مع الشكل الواقعي بمثالية علمية وتاكيد على المنظور الذي من خلاله حقق البعد الثالث المتوهم (العمق) مما اكسب الشكل ثم الفضاء بعداً جمالياً.

ولم يتحقق البعد الثالث من خلال المنظور الخطي فقط . وانما حققه أيضاً من خلال نظريته في فن الرسم . حيث اعتقد بان الضوء يجب ان يسقط امام الوجه وان ذلك الوجه يجب ان يوضع قبل خلفية مظلمة او من خلال هذا .

التباين في الظل والضوء استطاع تحقيق البعد الثالث في اللوحة . وكان لهذا الأسلوب تأثير كبير في اساليب الفنانين فيما بعد (67 – ص92) .

لذلك ضمن خلال تفاوت المستويات وتدرجاتها . والتناقض الحاد بين الضوء والظل وتاكيد الجو . وكذلك اللعب بالالوان المضيئة والمظلمة يتولد درجات البعد والقرب كل ذلك كان له الاثر الكبير في تحقيق البعد الثالث في عصر النهضة وتاكيد جماليته . كما في لوحته العشاء الرباني للفنان دافنشي . حيث نلاحظ اهتمام الفنان واستخدامه الواعي للمنظور الخطي . حيث استطاع من خلاله أي يجعل الخلفية ترتد بعيداً نحو العمق – البعد الثالث من اللوحة . فضلاً عن تطبيقه للاضواء والظلال المتدرجة وما ينتج عنها من ابراز للاشكال على سطح اللوحة .

الفن الاوربي الحديث :

في القرن التاسع عشر ولدت الانطباعية (Impressionis) والتي تعد منطلقاً لتحولات جوهرية متنامية في الرسم الحديث . وسبباً في احداث كتيارات متسارعة افضت إلى خلق فن صوري يمتاز بخصوصية مفرداته الرؤية . وكان للانطباعية الحضور من التحرر من التقاليد التصويرية الكلاسيكية والنهضوية التي كانت سائدة حينذاك . معتمدة على فلسفة جديدة في الرؤية إلى الطبيعة وظواهر قائمة على الرصد الاتي المباشر للصورة المتغيرة بفضل الضوء وظلاله . (52، ص122) .

" يعد اللون بدرجاته واشراقاته العنصر الفاعل الذي يعتمد عليه الفنان الانطباعي في تحريك المشهد ومعالجة اسلوبية ، استبعدت حدود الشكل وابعاد الحجوم الامر الذي زحزح شيئاً فشيئاً المنظور الهندسي النهضوي بالاعتماد على درجات اللون وتضاداته " . (56، ص10) أي اعتمد على المنظور اللوني الذي

استطاع الانطباعي تحقيق البعد الثالث من خلاله ، فارتبط ثراء اللون بتكامل الشكل وحيويته . وكان الانطباعيون قد تأثروا بالنظريات الفيزيائية* لذلك اتبعوا طرقا جديدة في تقديم اللون حجرا وكذلك محلا إلى عناصره وليس مركبا جاهزا . والقيم اللونية ليس كما يراها الكلاسيكيون ثابتة بل تتبدل مع تبدل الضوء بحيث ان التفاحة تأخذ عدة ألوان تحدد طبيعتها كثافة الموجات الضوئية ... واستبعد الانطباعيون اللون الابيض من الألوان الفاتحة واللون الاسود الذي لاوجود له في الطبيعة مستخدمين فقط ألوان الموشور السبعة . (13، ص37) فسيزان مثلا (1839-1906) استحدث وسائل عدة في التعبير ، مما جعله يتبع الهام نفسه ويستحث مشاعره من أجل ايجاد فن جديد قوامه التحرر من سيطرة العين والنظرة المجردة . والخضوع للتعاليم الصناعية فقد اعتمد في تصوير لوحاته على تباين الألوان الفاتحة والقائمة متوخيا اثاره الشعور بالاحجام باستعمال الألوان الكثيفة . (27، ص55-56) .

كما استخدم ما اسماه بالتدرج اللوني والذي هو عبارة عن لمسات من الصبغ السائل الخفيف توضع على القماش مباشرة جنبا إلى جنب . فتعطي بسبب اختلافاتها لونا ونغما وحسا البعد الثالث . (13، ص77-78)

وكذلك ركز (سيزان) على اعطاء الاحساس إلى حد ما يحققه السطح التصويري . أي عدم الايهام الكامل للبعد وذلك بعدم استخدام المنظور الخطي (فهو ذو فاعلية كبيرة في اظهار البعد الثالث) وكذلك اخمد المنظور الجوي . فهو رسم الاشكال البعيدة وبدت واضحة في اللون والشكل ، وقريبة على نحو اكثر مما هي عليه وظهرت مكبرة او مرفوعة في الصورة الى الاعلى بشكل غير طبيعي أي انه خلق عالما في الحقيقة عن الطبيعة . (13، ص90)

وبذلك فان سيزان خالف فواعد المنظور التقليدي ومبادئه التي كانت سائدة لقرون من الزمن عندما جمع السطوح والاشكال الهندسية جنبا إلى جنب ووضعها في تداخل محدد بنقاط توحى بالقرب والبعد محققا بذلك البعد الثالث (أي انه حقق البعد الثالث من خلال المستويات المتداخلة والمتراكبة ولم يحققها من خلال المنظور التقليدي) .

اما الفن التكعيبي (Cubism) (1907 حتى اواخر العشرينات) فيعتبر نقطة تحول في تاريخ الفن . وطريقة جديدة في التعبير عن موضوع الرسم . وثورة في طريقة استيعاب الرؤية البصرية الجديدة للشكل وجمالياته ، " فالتكعيبيون لا يرون ما في الطبيعة باعينهم بل بافكارهم فهم لا يترجمون المنظر في لوحاتهم كما هي الحال عند الانطباعيين . وانما ينقلون منه جوهره . فيقلبونه في جميع وجوهه حتى المخفية منها " . (56، ص11)

وكانت فكرتهم تنطلق من مفهوم النظر إلى الاشياء من خلال الاجسام الهندسية ... وللتوصل إلى هذا الهدف كان لابد من تحطيم الشكل الخارجي والصورة المرئية (84 ، ص73) ، ولما كانت اللوحة الفنية دائماً ذات سطح له بعدان ، فكان

* النظريات الفيزيائية التي وضعها "شيفرول" "هلمولنز" "وهود" والخاصة بتفكيك الضوء والألوان بواسطة الموشور والدائرة اللونية

لزماً على الفنان التكعبي ان يعالج البعد الثالث بطريقة مبتكرة تعتمد على خدعة البصر ، وتجسيم الاجزاء وتباين الالوان التي تميز كل جزء من اجزاء الشكل الاخر وبالتالي الاليهام بالبعد الثالث . (27، ص79)

ومن المراحل التي مرت بها التكعيبية هي المرحلة التركيبية التي فيها تعمق الاحساس بالسطح التصويري وامتداد العمق الفضائي للصورة ، وكان استخدام تقنية اللصاق (Le - Comage) والاشياء الحقيقية اعطى للسطح التصويري صفة جديدة جعلها على علاقة بالواقع الذي كانت التكعيبية قد ابتعدت عنه وهذه التقنية كانت مدعاة لخلق ايهامات قضائية وملمسية محقق البعد الثالث من خلالها . (13، ص100-120)

لذا فان التكعيبية حاولت طرح نماذج جديدة على الرغم من مرجعيتها الطبيعية إلا انها تخلف عن الاطر التقليدية بطريقة طرح هذه النماذج والاشكال فقد تجردت عن الاليهام المنظوري والاكتفاء بالخطوط والسطوح ، والالوان ضمن بنية (تكعيبية) جعلت العلامة المتبادلة بين الاشياء قابلة للادراك من دون الاستعانة بالظواهر التشكيلية المعروفة وهذا ما جعلها تختار اشكالاً ونماذج طبيعية او من الحياة الجامدة تتصف بالطابع الهندسي . (13، ص95-100)

لذلك فالفنان التكعبي حقق البعد الثالث من خلال التراكم والتداخل بالاعتماد على تقنية اللصاق التي استخدم فيها مواد مختلفة موجودة في الطبيعة بطريقة ايهامية دون التخلي عن الشكل التكعبي العام للوحدة ، وكان الغرض من هذه الطريقة تحويل الواقع المرئي إلى واقع جديد مجرد .

اما السريالية (Surrealism) فقد تجاوزت الواقع للوصول إلى ما وراء الواقع ، اذ الحقيقة والمعنى وفي هذا ثمة تجاوز للعقل والمنطق بفعل الخيال والحلم والهذيان فقد حاولت السريالية التخلص من الرؤية التقليدية إلى الاستعاضة عنها برموز غامضة مشوشة كما نشأ حدها في عالم الرؤية والاحلام. (9، ص48)

ويمثل (سلفادور دالي) الحلقة المضيئة في تاريخ السريالية لما له من اثر في تسخير الانفعالات والعواطف والاحاسيس ، فالسريالية قد استهدفت رسامين ذا امزجة مختلفة وهي رومانسية في روحها اكثر من كونها كلاسيكية. (50، ص245)

وسلفادور دالي لجأ إلى (المد الفضائي) والوسائل الاليهامية (المنظور والافق والسطوح المتتالية باتجاه البعد الثالث) ، عندما مثل عالماً لا واقعياً بل لا صورياً ويضاعف هذا الانطباع ما توصي به من صمت وسكوت وفراغ المسافات اللانهائية والاشكال القريبة . (13، ص189)

وكذلك اتبع السرياليون تقنية ايهامية تبين على المنظور اللوني التاريخ عن تباين العمق اللوني وتدرجاته محقق ايهاماً بالبعد الثالث . (13، ص196)

ومن خلال ذلك ترى الباحثة ان مدرسة السريالية بحكم افكارها تعاملت مع الفضاء التصويري المليء بالاشكال والعناصر غير الواقعية ولا تمت بصلة إلى عالم الافكار العقلانية مما جعل فضاء اللوحة السريالية هو الاخر خارج نطاق الوعي واللامعقول على الرغم من امتدادها الواسع في الفضاء موصياً بالبعد الثالث الذي حققه من خلال المنظور اللوني .

البعد الثالث

ان تمثيل البعد الثالث داخل فضاء العملية التصميمية ثنائية الابعاد يوضح المشاكل التي يواجهها المصمم في تمثيل التعقيدات اللامتناهية للمشاهد الطبيعية (105، ص). لان الطبيعة هي المصدر الاساس للمصمم لما تحويه من ذخيرة لانهاية من عناصر الطبيعة من خطوط ومساحات واشكال والوان وينظم تلك العناصر في ضوء ما تملكه الطبيعة من قوانين مضيفا اليه انفعالاته وخبرته ومهارته ومدى ما اختزنه من ذاكرته من اشكال تعرف عليها من خلال البيئة التي يعيش فيها محاولا تحويلها لاستنباط اشكال جديدة يقوم ببنائها ومضيفا اليها احساسه ومشاعره يوظفها لخدمة الموضوع . (96 ، ص31)

لكن المصمم لا يستطيع ان يمثل كل ما يدركه من المشاهد في عالم حقيقي ثلاثي الابعاد على سطح العمل الفني ثنائي الابعاد . لذلك فالمصمم اهتم بترجمة مجال الرؤية ذي الابعاد الثلاثة إلى سطح ذي بعدين من خلال مجموعة من العمليات الادائية ليحقق من خلالها تمثيلا للفضاء والذي يصوره بمسافات وابعاده الثلاثة على سطح مستوي .

ومن الامثلة الشائعة والقريبة إلى اذهاننا في وصف المسافات والتوغل في الاعماق هي تلك المستلة من الطبيعة هي الارض التي تمتد لغاية الافق . والسماء التي تمتد إلى ما لانهاية . وكذلك عند النظر إلى صف من الاعمدة او الاشجار او الشوارع والدور فاننا نرى تلك الانساق اخذة بالصغر والتلاشي كلما بعدت عنا .

وكذلك عند النظر إلى أي عمل مسطح فان المتلقي يرى ان هناك شكل يستدل من خلال رؤيته . وعلى الرغم من انه يرى جانبيين فقط على انه منزل او عبوة للمناديل الورقية ويقوم هو ضمنا بالايحاء ذلك او انه يعي بان المكان غير المرئي من الشكل يقع خلف الشكل الامامي او ان هناك استمرارية لا يمكن رؤيتها من زاوية النظر التي يرى منها . ولكن سرعان ما يكتشف المتلقي ان ذلك كله ايحاء حيث يتذكر بان مايراه هو عمل ثنائي الابعاد وليس ثلاثيا ذا فضاء فعلي.(96، ص32)

ومن هذه الحقائق يستطيع المصمم الذي يكون تعامله مع سطح تصميمي ثنائي الابعاد بتحقيق ايهامات بالبعد الثالث وبمختلف الاساليب ليحاكي ذلك الواقع وبالتالي تحقيق التفاعل بين المتلقي والعملية التصميمية من خلال تلك الواقعية المخزونة في ذهنه . لان التفاعل الحاصل قائم على وجود بعدين وليس كما الحقيقة ذات الابعاد الثلاثة... (P. 38 . 130)

وما البعد الثالث في هذه الحالة سوى ايهامات مخزونة لدى المتلقي من خلال وضع افتراضات تعمل على اكمال الاشكال لتبدو وكأنها حقيقية مع ما تم خزنه من معلومات تخص اشكال العملية التصميمية فتكتسب بالتالي مصداقيتها لديه (. 130 P. 50) كونه " يمثل حالة احياء او اقتراب عن الواقع واعطاء بعض التشابه او التعبير عن العمق بسطح يحتوي اشكالا يشعر المتلقي فيها على الاحساس باظهار الوهم بالبعد الثالث الذي يؤثر في قدرة المتلقي على الاحساس الفضائي وتدرج الاشياء فيه " . (28، ص26)

ولاتمام نجاح العملية لابد من ان يكون الشكل محملا بمضمون ورسالة من اجل تحقيق الجذب الكامل للمتلقي ولاستقراء الاجزاء ومن ثم اكمال أي نقص في الابعاد الخاصة به حتى وان كانت ايهامية لان التصميم رسالة مرئية تحمل فكرة يقوم المصمم بايصالها ولعل اهم تلك الافكار الخاصة هي ترجمة الواقع ذي الابعاد الثلاثة على بعدين ، لان الايهام بالبعد الثالث يعد من اهم الاشكال التي تحقق الواقعية في تلك المسطحات والايحاء بالمسافات والامتدادات ثم دفع المتلقي إلى التقبل بذلك الوهم واكمال الاجزاء الناقصة . (110، ص47)

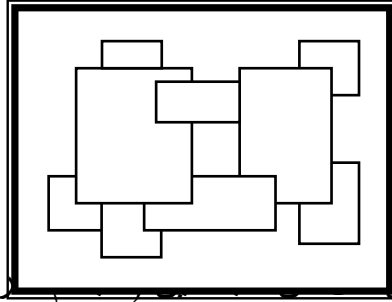
لذلك فان تمثيل أي فعل بصري يمثل الواقع الحقيقي على سطح ذي بعدين هو تعبير عن العمق (البعد الثالث) . " الذي هو افتراضي ذهني مصمم من تازر مجموعة من العناصر " . وعبر التحكم بوحدات التصميم المنتخبة وفق علاقة العنصر مع الآخر والعنصر مع الكل . (78، ص21)

الاساليب الادائية التي تؤدي إلى الايهام بالبعد الثالث

اولا : التراكب (Overlapping)

" هو الذي ينتج من تجمع العناصر التصميمية ضمن تشكيلات ومجاميع وبتوزيعات مختلفة على التصميمي " . (4، ص297) وكذلك هو نمط تنظيمي يتمثل بعملية الاختفاء الجزئي للاشكال بحيث تتراكب جزء من الاشكال على اشكال اخرى فيظهر الواحد منها خلف الآخر مما يعطي الاحساس يتقدم الشكل الاول الذي يظهر كاملا على الشكل الذي يختفي جزء منه والذي يبدو متأخرا . (49، ص225) وهذا يسهم في خلق الاحساس بان هناك مسافة بين شيئين احدهما اقرب إلى النظر عن الآخر ونستطيع التعرف عليها عن طريق الخبرة والخزين المعرفي لذا " اذا استمر احد الاشياء جزءا من شيء اخر . فاننا نعرف بالخبرة ان ذلك الشيء لابد ان يكون

اما الآخر . ومن ثم يكون على الأرجح اكثر قربا منه " . (54، ص126) ، كما في الشكل رقم (20) .



وكذلك ان الحجم النسبي الذي اختفى جزء منه) يسهم وبشكل فاعل في تحديد مقدار بعد او قرب الاشكال داخل الفضاء التصميمي وبناء على ذلك يعتبر التراكب احد الدلالات البصرية للاحساس بالبعد الثالث . (49، ص225)

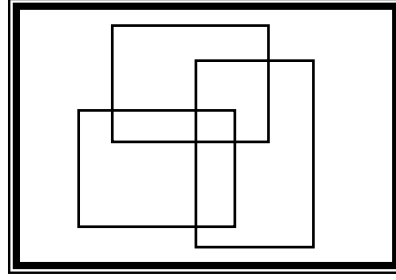
وعن طريق التراكب نستطيع تحقيق السيادة لاحدى العناصر المستخدمة بأشغالها مساحة وحجم اكبر مع تحقيق الوضوح لكافة التفاصيل الخاصة به من تلك التي تقع خلفها . وله اهمية في حل مشكلة التماثل بين الوحدات التي تحمل صفات مظهرية متماثلة . (49، ص88)

ويعتبر التراكب احدى المؤهلات التي تشيع الوحدة والتماسك بين اجزاء العمليات التصميمية ومن ضمنها الملصق محققا في ذلك الوقت ناتجا جماليا (44، ص32) وهناك دلالات اخرى موجودة يمكن استخدامها للدلالة على البعد الثالث التي تصاحب التراكب هو التباين والتدرج بالحجم . والتراكب لا يتحقق ولا يحقق هدفه اذا لم يكن هناك تماسكا مع الحدود الخارجية والتداخل بين العناصر ، لان التراكب يفشل في اداء الاحساس بالبعد الثالث اذا كان مجرد تلامس للحدود الخارجية للجسام . (49، ص225) لذلك فان التباين الموضعي ما بين نمطين متفقين ومختلفين يقع احدهما فوق الآخر يحقق في واقع الحال افتراضا موضعيا لفضاء غير حقيقي في جوهر الامر ، ذلك لان القدرة الابصارية التي تحاول ان تعزز الشكلين وانما ستصطدم بما هو اقرب . وهذا يعتمد على تباين المسافة الواقعة اما العين التي تحجب الشكل الآخر مما يعطي تأثيرا لاحداث عمق فضائي موضعي استخدمه المصممون للايحاء بالبعد الثالث ، وكذلك لتحقيق اهداف وظيفية وجمالية في ان واحد . (78، ص22)

وبذلك نستنتج ان التراكب احد مؤهلات التجمع الشكلية الهامة التي يستخدمها المصمم في منح العمل التصميمي عمقا وكذلك تكوين بنية جمالية وتضيف في الوقت نفسه تماسكا مترابطا في العمليات التصميمية بصورة عامة والملصق بصورة خاصة .

ثانيا : الشفافية (Transparency)

مصطلح يراد به التعبير عن التداخل بين الاشكال والسطوح دون ان يلقي الواحد الآخر وهو نوع اخر من التراكب الذي يستخدم لايحاء بالبعد الثالث في العمليات التصميمية . ولكن التراكب يختلف عن الشفافية . ففي الشفافية يحدث تداخل بين الصفات الوحدات من دون الغاء لأي منهما لانها تسمح برؤية الاشكال احدهما عبر الآخر فيتم ادراكها بوجود الثانية التي تقع امامها علما ان تلك الواقعة في الخلف ذات كثافة اكثر من التي تسبقها لتحقيق الرؤيا الخاصة به كما في الشكل رقم (21) . اما التراكب فيحدث بين العناصر الكثيفة وتكون محتفظة بالخصائص والصفات (110، ص51).



ويعتمد رؤية الشكليات من خلال الشفافية على الضوء واللون الموجود في الاشكال وبدونهما لا يمكن ادراك الشفافية ولا الذي يقع خلفه . (97، ص57) وقد استخدم الخط للتعبير عن الشفافية فقد استخدم الخط من قبل الرسامين في العصر الحجري القديم في كهوفهم . حيث يظهر احد الحيوانات من خلال حيوان اخر ويتداخل معه ، وحيانا نشاهد انثى الحيوان حاملا وصغيرها يبدو واضحا في احشائها .

وقد استخدم فنانون القرون الوسطى هذه الفكرة لايحاء بالبعد . ولكن الذي طور هذه الفكرة إلى مدى ابعد بكثير بيكاسو وبراك في لوحاتهما التكعيبية (التحليلية) . (97، ص57)

ومن خلال ذلك نستنتج ان الشفافية مصطلح حديث نسبيا يقترب ببعض التقنيات المعاصرة وواحد من الاساليب التي من خلالها نستطيع تحقيق البعد الثالث . وكذلك تحقيق البعد الجمالي داخل فضاء العمليات التصميمية ومنها اللصق .

ثالثاً : المنظور (Perspective)

المنظور في المعنى الواسع يراد به العلم الذي يكمن في تمثيل الموضوعات والأشياء على سطح ما بالكيفية نفسها التي نراها بالبصر اخذين بنظر الاعتبار عنصر المسافة . وهذا التعريف الواسع يتناسب إلى حد ما مع التعريف المتداول في الهندسة الوصفية اذ نعني المنظور بـ " العلم الذي يلقي الضوء على طريقة تمثيل الموضوعات ذات الابعاد الثلاثة على سطح ذي بعدين على نحو تلتقي فيه الصورة المنظورية مع الصورة التي تصطحبها الرؤية المباشرة " . (42، ص79)

والمنظور يتضمن مجموعة من القواعد والحلول التي توصل اليها المصمم بالممارسة الفعلية للفنون التشكيلية ، والتي بواسطتها تتمكن من تحقيق البعد الثالث الذي نشاهده ونحسه على سطح مستوي ذي بعدين . أي باستعمالنا القواعد تتمكن من التعبير عن الاشكال والمواضيع التي نشاهدها بحسب موقعها وبعدها عنا وعلاقة تلك الاشكال بعضها ببعض . (62، ص10)

وهناك أنواع من المنظور :

(1) المنظور الخطي (Liner Perspective)

وهو احد وسائل اظهار ابعاد الاشكال الموجودة في الطبيعة وكذلك علاقات تلك الاشكال مع بعضها البعض على سطح ذي بعدين بشكل يقربها من تصورنا المرئي لتلك الاشكال بعلاقاتها المتعددة في الواقع . (62، ص10) ويعد المنظور الخطي واحدا من التقنيات المستخدمة لخلق الايهام بالبعد الثالث . ويعتمد هذا المنظور على ان جميع الخطوط المتوازية الموجودة في الطبيعة تبدو كأنها تلتقي في نقطة واحدة تسمى نقطة التلاشي (Vanishing Dions) كما توجد نقطة تلاشي مغايرة لكل صف من متوازيات ويمثل هذا في جوهر الامر محاكاة للتغاير المنظوري استعمله المصمم بكثرة بعد ان ربط ذلك بالتغاير الحجمي والتابعي للاشكال . وبهذا فان اتخاذ تلك الاشكال نسقا امتداديا انما يحقق احياءاً بالبعد الثالث لاشغاله الامتدادي في الفضاء . (79، ص22)

وهناك حالات تكون فيها نقاط التلاشي على خط الافق وهي نوعان نقاط تلاشي ارضية تقع تحت مستوى النظر ، ونقاط تلاشي فضائية تقع فوق مستوى النظر . (62، ص34)

ويصاحب المنظور الخطي اختلاف في القياس للاشكال التي يستخدمها المصمم فالقريب يبدو كبيرا وكلما ابتعد الشكل فانه يصغر ونقل المسافة على التوالي للاشكال المترابطة . ولذلك فان " التغير في قياس الاشكال المستخدمة على السطح تساعد على تحقيق الخدعة في العمليات التصميمية " . (96، ص33) وانه يحتوي على عمق (بعد ثالث) وتظهر الاشكال ممتدة في مساحة وهي حقيقة وهمية ولكنها توصي بما هو موجود في الطبيعة من مساحة وعمق وبالتالي تحقق احياء البعد الثالث .

والمنظور الخطي لا يمثل اسلوبا تقنيا فحسب بل يمثل وسيلة أيضا وسيلة للرؤية وتقديراً للمسافات في المجال البصري . ومما يزيد من تعميق فكرة المنظور

هو مزجه مع النواتج اللونية للمستويات المختلفة الابعاد الفاتحة والغامقة. (110، ص45)

(2) المنظور اللوني (الجوي) (Aerial Perspective)

هو وسيلة يتوخى فيها المصمم تحقيق البعد الثالث وهي تتمازج دائما مع المنظور الخطي من اجل تحقيق الواقعية في العمليات التصميمية المقدمة إلى المتلقي فالخبرة المخزونة لدى المتلقي يستطيع الادراك والاحساس ان الاشياء كلما بعدت عن بصره كلما كان مجال رؤيتها غير واضحة ذات الوان فاتحة واقل بريقا لاختفاء التفاصيل والفواصل المسافية مع تغيرات طبقات الهواء وكثافة الفاصلة بين المتلقي والاشكال . وكلما قربت الاشكال من المتلقي استطاع رؤيتها بوضوح وسهولة . وتبدو واضحة المعالم والالوان . لذلك يلجأ المصمم إلى اظهار الاختلاف في درجة القيمة والقياء في درجة بريق اللون ليتمكن من الايحاء بالبعد الثالث وبالتالي الاحساس بالمسافة والابعاد. (10، ص109) (105، ص148)

وكذلك يمكن تحقيق المنظور الجوي (اللوني) من خلال التحكم في قوة الالوان سواء اكانت (حارة ام باردة) ويتحقق ذلك بجعل الاشكال في مقدمة التصميم قوية الالوان واكثر تشبعا ، وكلما تراجعت الاشكال في مقدمة التصميم قوية الالوان واكثر تشبعا ، وكلما تراجعت الاشكال قلت قوة الوانها كما تجفف حواشيها بحيث تبدو وكأنها تتلاشى في المناطق المتاخمة لها ، وبهذا يستطيع المتلقي تميز الاشكال القريبة عن الابعاد منها . وبالتالي تحقيق البعد الثالث. (105، ص148)

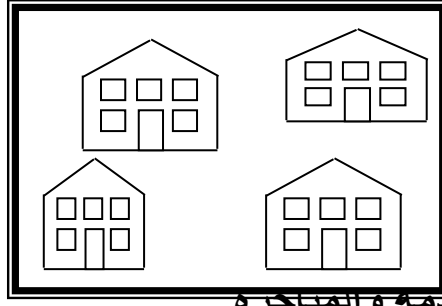
وبذلك يمكن القول ان المنظور الجوي وسيلة من وسائل التنظيم المرتبطة بالطبيعة ارتباطا مباشرا . ومن ثم هو وسيلة المصمم للتعبير عن الاعماق الفضائية وبالتالي تحقيق البعد الثالث ، والبعد الجمالي على حد سواء .

رابعا : الموضع من مستوى الصورة

(Location from Image plane)

ان بناء العمليات التصميمية ثنائية الابعاد يقوم على اساس توزيع الوحدات بشكل متتابع ومتسلسل بعدا وقربا من المستوى الامامي لسطحها (القاعدة السفلى لسطحها) (49- ص236)

وهذا الاسلوب من الاساليب المهمة للايحاء بالبعد الثالث . وكذلك هو نظام للمسافة يعبر عن العمق في الصورة " فالاشكال البعيدة اعلى من الاخرى القريبة منها تتاح لنا ابتكار واحساس بالفضاء والعمق " . (54، ص125) وحيث يبنى نظام التمثيل الفضائي على اساس موضع الاشكال نسبة إلى محيطها السفلي . اذ ان الاشكال التي تمثل المواقع الفضائية السفلى لها تكون اقرب كما تبدو إلى المشاهد في حين ان الاشكال التي تمثل المواقع الفضائية العليا تبدو وكأنها واقعة خلف تلك الموجودة في المواقع السفلى . وهذا التفاوت بحد ذاته يؤثر في المتلقي ليطلق الحكم بالبعد الثالث ويوحى في الوقت نفسه في تحقيق الجانب الجمالي الذي يبتغيه المصمم (44- ص33) . كما في الشكل رقم (22)



خامسا : الالوان المتقدمة والمتأخرة

(Dragrassire and latter colour)

هو احد التقنيات التي يستخدمها المصمم لتحقيق البعد الثالث . وقد اثبتت التجارب السايكولوجية والميثولوجية في ميدان دراسة الالوان " ان من الالوان التي تبدو اقرب إلى بصر المتلقي وأكثر تقدما من غيرها التي تبدو بعيدة ومتأخرة منه " . (80- ص60)

ومن الالوان التي تبدو الاقرب إلى المتلقي هي الالوان الدافئة (اللون الاصفر البرتقالي) اللذان عند استخدامهما فانهما يسمحان لنا بالتقدير المسافي المضبوط وللابعاد الحقيقية للشكل بسبب اطوالها الموجية المتوسطة . اما اللون الاحمر اكثر الالوان اثارة ، واول الوان الطيف الشمسي واطولها موجياً فيظهر كأنه يتقدم ويندفع بقوة إلى الامام . اما الالوان الخضراء والزرقاء والتي اطوالها الموجية قصيرة فان تأثيرها على العين مريح فيظهران وكأنهما يرتدان إلى الخلف وسحب المتلقي إلى العمق . (10، ص120)

وقد استغل المصممون هذا الاسلوب في تاكيد الاحساس بالفضاء ومن ثم الايحاء بالبعد الثالث في العمليات التصميمية .

ويجب هنا الانتباه لكلمة (نسبياً) للالوان الدافئة والباردة . اذ ان من الجائز ان تحصل على لون احمر الذي هو لون دافئ وهو ابرد من الآخر . مثلاً اللون الاحمر المشوب بشيء من الزرقة سيبدو ابرد من الاحمر دون زرقة . واذا استعمل اختلاف اللون الطيفي باستمرار فسوف يبدو اللون الاحمر الادفاً الاقرب موقعا من الاحمر الابرد . (105 ، ص149)

والالوان الدافئة تظهر للرائي اكبر مساحة من مساحتها الحقيقية وان الالوان الباردة تظهر اقل مساحة من مساحتها الحقيقية أيضاً . لان الالوان الدافئة لها صفة الانتشار البصري ، والالوان الباردة صفة التقلص . (71، ص59) وهناك دلالات اخرى للتدليل على البعد الثالث عن طريق استخدام التنويعات اللونية المتناغمة ، وذلك باستخدام بعض الخصائص المميزة للون رقيمته وبريقه واختلافه الطيفي . فالالوان الاشد لمعانا تكون في المقدمة ، والالوان الاقل لمعانا تتدرج في الخلف على التعاقب . كما علاقة اللون مع مكمله تجسداً على قدرا من التباين والتناقض . فاللونان الاخضر والاحمر دلالة اخرى على تجسيد البعد الثالث ؟

فاحساسنا بان اللون الاحمر اقرب من اللون الاخضر المكمل له سيكون ابعد وبالتالي اصبح هناك فاصلا مسافيا بينهما يسمح لاحدهما ان يتقدم على الآخر مخفف الاحساس بالبعد الثالث . (104، ص205)

واللون يعطي متعة جالبة من خلال تكوينه بين الخلفية في اللوحة وفي المقدمة ويجعل بين الوانها موازنة جمالية لها معنى .

ومن خلال ذلك نستنتج ان الالوان الحارة توحى للمتلقي وكأنها قريبة للنظر وتقدم وتخطف عين الناظر قبل الالوان الباردة التي تبدو كأنها في المؤخرة .

ويمكن الاستفادة من خط التوظيف اللوني على خلق الاحساس بالحركة باتجاه الخارج او باتجاه العمق محقق البعد الثالث داخل فضاء الملصق .

سادسا : التدرج : (Cradation)

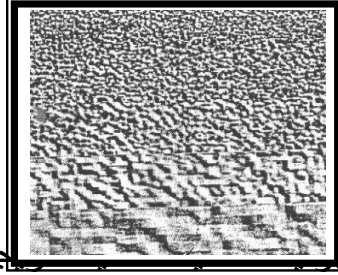
هو حالة الانتقال بدرجات منتظمة تصاعديا او تنازليا بصورة انتقالية وباستمرارية بين طرفين مختلفين في الخط والمساحة والشكل واللون والملمس والحجم والاتجاه . (124. P.53) والتدرج من الاساليب الادائية التي تحقق البعد الثالث وهو يحصل في العناصر وفق خطوط متوافقة محققا انتقالا لبصر المتلقي بشكل متسلسل ومتتابع ينتج اثر مسافيا يؤدي إلى احداث ايهام بالحركة التحويلية من الضد إلى الضد . (44، ص76)

ويعد التدرج من الخصائص الطبيعية فبين قمة نصوع الضوء نهارا والظلام ليلا تتدرج قوة الاضاءة في ساعات الغروب . (49، ص99) والتدرج يعني التغير (Change) " التغير المتزايد والمتناقص للوحدات التي تسمح للعين بالانتقال من موقع قضائي إلى اخر بشكل متتابع ومنظم يولد مساراً بصرياً يوهم بالبعد الثالث ثم الايحاء بالحركة . (44، ص76) والتدرج قد يكون بطيئاً أي واسع المدى . حيث يخرج بنعومة حتى يكون غير مدرك بما يحققه من اتساع في المدى وتوغلات نحو عمق التصميم وبالتالي يوهم بالبعد الثالث . وقد يكون سريعاً وكلما زادت سرعته كان اقرب إلى حالة التباين . والتدرج الواسع لمدى يبعث الاحساس بالراحة والهدوء . وبعكسه التباين او التدرج السريع الذي ينقل العين سريعاً من حالة إلى اخرى مضادة لها فيرتبط بالصراع والقوة . ويكون " التدرج سريعاً او بطيئاً تبعاً لمقدار الوحدات المتدرجة التي تفصل بين طرفين مختلفين . فيكون سريعاً عندما تكون الانتقالة سريعة أي ان عدد الوحدات يكون اكثر " . (124.p.23)

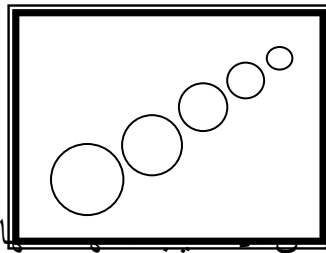
والتدرج يحصل في كل عناصر التصميم . ففي اللون يتبع اثر مسافيا من اللون الغامق إلى الفاتح إلى اللون الضبابي وكذلك التدرج اللوني يمكن المصمم من تجسيم الشكل او اعطائه تاثيرات ضوئية وظلية يتحقق من خلالها البعد الثالث الناجم عن التجسيم ويلتحق بالتدرج اللوني المنظور الجوي . لان تلك التدرجات في الالوان تحقق منظورا يتوغل إلى الاعماق حتى تاخذ تلك الالوان بالتلاشي . (110، ص59)

اما التاثير الملسمي خصوصية في التمييز بين اسطح الاشكال ومكوناتها لذلك هناك تنوع في اخراج الملسم النهائي على السطح المصمم حسب التعبير المطلوب الوصول اليه . وهذا يعني ان هناك ملمساً ناعماً واخر خشناً وما يقع بينهما من

اختلافات وهذا يدل على التفاوت بين الاشكال من حيث نوعية ما يعبر عنه كل شكل في طريقته المرئية المحسوسة . فعندما يكون الملمس اكثر ظهوراً ووضوحاً فإنه يدل على القرب وعندما يكون خشناً أيضاً يوحي بالقرب اما عندما يكون ناعماً فإن ظهوره يوحي بالعمق . (34 P. 127) وما بين الخشن والناعم هناك تدرج ملمسي وهذا التدرج يؤدي إلى الايحاء بالاثـر المسـاقي من خلال الملامس الخشنة واللامس الناعمة وهذا يساعد على الايحاء بوجود بعد ثالث في العمليات التصميمية ثنائية الابعاد كما في الشكل رقم (23) .



اما التدرج الحجمي ففيه تدرج في حجم العناصر على المتلقي التوغل وبدرجات متفاوتة في الاعماق الخاصة بالعمل التصميمي . وكما يمكن ان يسهل سحب انتباه المتلقي إلى المضمون ذلك التصميم ، كما يعين المصمم بخلق ايقاعات متناغمة ومنسجمة للوحدات داخل البنية التصميمية . كما انه يشيع الوحدة والتماسك بين العناصر " ان التفاوت في احجام الاشكال التي يقررها المصمم وتدرجاتها ستؤولان حتما إلى تحقيق احساس قوي لدى المتلقي بالبعد الثالث". (44، ص 64) وفي التدرج الحجمي يبدو الشكل الكبير اقرب إلى المتلقي من الصغير الذي يبدو ابعد عن المتلقي ، وهذا الاختلاف في حجم الاشكال المستخدمة على السطح المصمم يساعد على تحقيق الخدعة في العمل التصميمي ويبدو وكأنه يحتوي على عمق وتظهر الاشكال وكأنها في مسافة توحى بما هو موجود في الحقيقة من مسافة . (59، ص 62) كما في الشكل رقم (24)



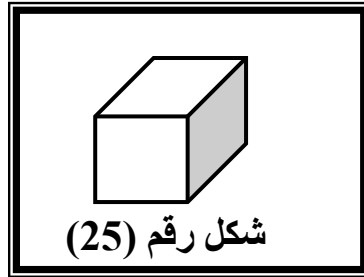
وبذلك ان التدرج بالحجم من البداية للبعد الثالث ومن خلاله تستطيع ان تعطي السيادة لشكل معين والتي تبدو وكأنها متقدمة على الاخرى ذات الحجم الاصغر والتي تبدو متأخرة في التصاميم ثنائية الابعاد . فضلا عن تحقيق الجمال في الملصق . وكذلك يمكن تحقيق التدرج في الفضاء وفي الفكرة التصميمية فضلا عن تدرج في بصر المتلقي داخل فضاء العملية التصميمية ثنائية الابعاد . وبذلك فان المصمم يستخدم التدرج في احد عناصر البناء لكي يعطي النتيجة النهائية وهي الاحساس بوجود وهمي للعمق أي البعد الثالث في العمليات التصميمية ثنائية الابعاد بصورة عامة والملصق بصورة خاصة .

فضلا عن سعيه إلى تحقيق القيم الجمالية المبتغاه التي تعد هدفه الاساسي لانجاح عملياته التصميمية .

سابعا . الاشكال المنحنية و المائلة

ان أي شكل في العمليات التصميمية عندما يوجد بوضع انحناء او استدارة معينة فان لذلك تأثيرا خاصا على المتلقي يشعره بان هناك فضاء . وهذا الفضاء غير محدد انما هناك عمق قضائي ينساب إلى الداخل عما يجاوره وكذلك الحال عندما يأخذ الشكل وضعا مقوسا فان تعبيراً داخلياً قوياً في الجانب المقعر يزيد الاحساس نحو الداخل من خلال اعماق مختلفة عن مستوى العناصر الاخرى والتي تبدو متقدمة إلى الامام مما يزيد الاحساس بالبعد الثالث.(54، ص151)

اما الشكل العادي في نظامه مثل المربع او المستطيل او الدائرة فانه يراوح في البعدين ويفقد المتلقي عند مشاهدته بوجود عمق – بعد ثالث . ولكن عند استخدام هذه الاشكال بوضع مائل فان ذلك يغير من الاحساس باستلام الابعاد توهمها بوجود بعد ثالث . (96، ص34) كما في الشكل رقم (25) . خاصة لو رافق ذلك بعض التقنيات التصميمية الفنية مثل الضوء والظل والتباين او التدرج او المزوجة بين الميلان للاشكال المستوية مع اعطاء شكلها الظاهر ملمسا معيناً يتباين مع ملمس الارضية . فضلا عن التجسيم الحاصل عن الضوء والظل الذي له اهمية في تجسيد البعد الثالث . كما في الشكل . (25) .



ثامنا : الضوء وظلال الاشكال .

ان الضوء احد اهم الظواهر الطبيعية التي تمدنا بالحياة والحركة والتغير . والجسم الموضوع في مواجهة للضوء يتعرض جزء منه للضوء ويحجب الضوء عن الجزء الاخر ، فيقال ان هذا الجزء موجود في الظل . والظل الناتج من هذا الجسم نتيجة تعرض للضوء ينعكس على الاجسام الاخرى المجاورة او ينعكس على الضوء . ويوجد خط فاصل بين المنطقة المضاءة والمنطقة المظلمة . وهذا الخط يتبع من الاشعاع الضوئي المنبعث من الضوء المعرض له الجسم ، فيعطي لنا مجموعة من المماسات الخطية ويسمى هذا الخط بخط الظل .(95، ص74)

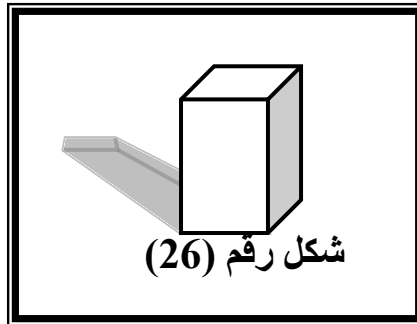
وكذلك عند وقوع الضوء على الاجسام المترابكة فان الاضاءة الحاصلة متفاوتة لان الشكل الاقرب يعكس الأشعة الساقطة عليه بشكل عامل وما يقع خلفه يكون داكنا لذلك فان الشكل الواقع خلف الشكل الاول يكون لونه اذكى من الشكل الاول نتيجة العتمة وهذا ما يعرف بالظل . (110، ص56)

وحدة (Sharpness) الظلال هو الاصطلاح الذي نطلقه للتعبير عن مدى التباين أو التدرج في الظلال ، فإذا كان هناك خطأ واضحاً وصريحاً بين منطقتين الاضاءة والظلال فهناك تباين ، وبالعكس لو تداخلت مناطق الظلال تداخلاً تدريجياً في مناطق الاضاءة فهناك تدرج . وتتأثر حدة الظلال بالمساحة التي تنبعث منها الضوء . (49، ص122)

ويؤثر الظلال في الاحساس بالبعد الثالث والاحساس بالمسافة . مثلاً جسم يقع امام حائط وتسقط على الجسم اشعة ضوئية من مصدر ثابت ، فكلما ابعد الجسم عن الحائط بدت ظلاله اكبر رقعة . مما لو كان بعيداً عن عين المشاهد أي هناك مسافة فاصلة بين الشكل والخلفية . وتقل رقعة الظلال كلما قرب الجسم من الحائط ، أي نقل المسافة بين الشكل والخلفية حتى اذا ما تلاصق الجسم مع الحائط نلاحظ ان المساحة التي يشغلها الظلال تتساوى مع ابعاد الجسم طولاً وعرضاً . (10 ، ص114-115)

ويقوم المصمم بنقل هذه الحالة إلى تصميمه لتعميق فكرة المسافات والايحاء بالبعد الثالث المتولد من تلك الظلال نتيجة التحكم بالاضاءة وزوايا سقوطها حتى على الشكل الواحد فان اختلاف الظلال يؤدي إلى اعطاء احساسات بتجسيم الشكل في مناطق معينة بما يزيد من مصداقية وادراك الابعاد الثلاثة الخاصة به . (110، ص57)

ومن خلال ذلك نستنتج ان الظل في العمليات التصميمية (ثنائية الابعاد) يسهم بايحاء بالبعد الثالث من خلال توهم المتلقي بان الظل يبدو وكأنه ابعد ام اقرب من الشكل حسب اتجاهية سقوط الضوء على الشكل مسبباً ذلك انتقال لبصر المتلقي وتعطي استلاماً باختلاف المسافة بين الشكل وظله . كما في الشكل (26) . وكذلك لاضفاء معاني وظيفية وجمالية لتحقيق اوضح رؤيا مع الايحاء بالواقعية وهي فكرة الملصق التي يقوم على اساسها .



البعد الاتصالي الجماهيري للملصق :

يعرف الاتصال بأنه نقل المعلومات والافكار من مصدر (مرسل) إلى مستلم (متلقي) وتنشأ حاجة إلى وسيلة أو واسطة لهذا التبادل . (105 ، ص46) فضلا عن كونه عملية تفاعل اجتماعي يستخدمها الناس لبناء معان تشكل عقولهم صورا ذهنية للعالم ويتبادلون هذه الصورة الذهنية عن طريق الرموز. (88، ص7) والاتصال من الامور الضرورية بالنسبة للفرد لاشباع حاجاته الاولى والاساسية ، ويعد الاتصال من اقدم اوجه النشاط الانساني حيث بدأ الانسان احساسه بالطواهر الطبيعية التي اثرت فيه وفسرها وعرفها " وقد استعان الانسان باساليب ووسائل متعددة وكانت الشائعات أول اشكال الاتصال التي كانت تلبي حاجات مختلفة والتي تعنى بنقل المعلومات من لسان إلى اخر وبالتالي من مكان إلى اخر " . (66 ، ص7)

ويؤلف الاتصال شكلا من اشكال العلاقات العامة بين الناس واداة من ادوات المجتمع التي تربط بين الافراد من خلال الثقافة التي تكون نسيجا يوحد بين افكار وعقائد وميول وانماط لسلوك اعضاء ذلك المجتمع . (108 ، ص5) واصبح الاطلاع على الثقافات والعلوم من خلال وسائل الاتصال المختلفة حاجة متزايدة لدى الانسان من اجل التوصل مع ما يسير به العالم من تقدم ورقي. ويحتاج الفرد إلى الاتصال للهروب من الواقع اليومي والتحليق في عالم الخيال . او الواقع الاخر الذي يرسمه الآخرون في كتاباتهم واعمالهم التي تعرض في وسائل الاتصال المختلفة . والتي هي " عبارة عن قواعد سلوكية خاصة بالتجديد والتطلع إلى ما هو افضل ، فهي قواعد تكون ايجابية عندما يتحمس الافراد نحو قضية معينة فيها صالح الفرد والمجتمع . بينما تكون سلبية عندما ينظر هؤلاء الافراد اليها بعدم الثقة بأسلوبها او بقدرتها على التغيير وتمسكهم باساليب قديمة". (31 ، ص24) وللاتصال دور اخر يعكس اهميتها للمجتمع منها حصول الافراد والمجتمع على المعلومات الخاصة بالبيئة والاطار المحيطة بهم ، وبالتالي فانه ينعكس على دعم الاستقرار والامن داخل المجتمع وخارجه . وكذلك يحقق التماسك الاجتماعي بين افراد المجتمع وعناصره عن طريق التقارب والترابط ودعم التفاعل بينهم. (74 ، ص20) .

وبذلك يمكن القول ان الاتصال عملية اجتماعية ، اقتصادية ، فنية ، ثقافية هدفها حصول الفرد والجماعة على المعلومات والمعارف والالمام بتجارب الافراد والجماعات الاخرى ومن ثم ايصال الاراء والافكار والتجارب إلى الآخرين . عن طريق اختيار وسيلة من وسائل الاتصال المناسبة بحيث انها تحقق تفاعلا ثنائي الطرف لانها تؤثر وتتأثر بكل ما يدور داخل المجتمع الواحد .

لذلك فالاتصال تفاعل بين عناصر المجتمع المختلفة (النفسية والثقافية) وهو بذلك عملية (ديناميكية) دائرية تحدث في مجال واسع تتأثر بالتفاعل المستمر بين عناصرها . ولتحقيق هذا يستوجب وسيلة أو واسطة تعمل على تجاوز الحواجز التي تفصل بين الناس وتقرب بعضهم من البعض الاخر عن طريق فكرة مكونة من اشكال منظمة ومعبرة يتم ايصالها للآخرين " فالاتصال يخلق روابط بين (المتلقين)

من خلال الربط بين ثقافتهم وافكارهم وعقائدهم وميلوهم وانماط سلوكهم" (108 ، ص5) لذلك فحاجة الانسان إلى الاتصال هي حاجة ماسة ودائمة سواء أكان ذلك عن طريق لغات الاتصال (المكتوبة والمقروءة او المسموعة) وهي تلعب دورا مهما في اوصول الرسالة إلى المتلقي . ام عن طريق لغة الرموز والاشارات التي تعد من الوسائل المهمة التي يستعاض بها حينما تعجز الوسائل الاخرى للاتصال فهي مهمة ليحقق الاتصال اغراضه .(111 ، ص10)

عناصر العملية الاتصالية :

هناك خمسة عناصر التي يتم من خلالها توصيل الرسالة بالشكل الصحيح من المرسل إلى المتلقي .

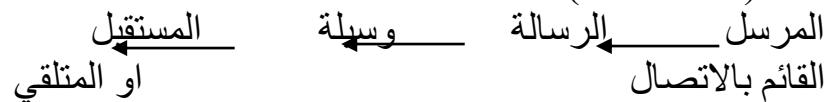
(أ) المرسل (Source) وهو فرد أو مجموعة افراد تنبثق عن عقولهم فكرة يحاولون صياغتها بشكل معين وارسالها عبر وسيلة اتصال إلى المتلقي وعلى المرسل ان يحيط بكل ما يتعلق بالمستقبل او متلقي الرسالة من حيث ثقافته واتجاهه وبيئته (9 . p. 133) .

(ب) الرسالة (message) وهي تعد مضمون العملية الاتصالية اذ يتم من خلالها ايصال المعلومات إلى المتلقي . وهي تتضمن استخدام الرموز الكتابية والصورية والسمعية لنقل الافكار والمعاني .. ولكي تكون الرسالة ناجحة واجب ان تكون مفهومة تماما للمتلقي الذي يفسرها تفسيراً مع المرسل. (76، ص21)

(ج) الوسيلة (channe) : هي الواسطة (القناة) التي ينقل فيها المرسل رسالة معينة إلى المتلقي (المستقبل الذي غالباً ما يخلط بين المرسل والواسطة على اعتبار انهما يمثلان مصدر الرسالة . (29، ص99)

(د) المستقبل (Recever) . قد يكون شخصاً واحداً أو مجموعة من الاشخاص أو مجموعة من الجماهير الذي يستهدفه بالاتصال للحصول على نتيجة معينة أو الوصول به إلى موقف أو قرار معين عن طريق محاولة فك رموزها أو ادراك معانيها باستخدام عقله ومداركه واستعداداته النفسية مثل التذكر والادراك والانتباه في استيعاب تلك الرسالة . (70 ، ص62) .

(ر) التغذية الراجعة (Feed Back) : وهو ردود الفعل من قبل المستقبل أو المتلقي كنتيجة مباشرة للاتصال . ومدى استجابته لها وهل لها اثر على تعديل الاتجاه أو السلوك . (74 . ص23)



↑ شكل يمثل عناصر العملية الاتصالية ↑
تغذية راجعة

وفي ضوء ما تقدم فان الفنان (المصمم) يعتبر المرسل هو المصدر الاساس للمعلومات والافكار والمجهز لها . بعدها يقوم باختيار الرموز الصورية والكتابية لنقل الفكرة التي يحاول تفسيرها من خلالها بصورة مفهومة عن طريق الملصق الذي يعد الوسيلة الاتصالية . وهنا المستقبل يدرك معاني تلك الكلمات أو الصور ويفك رموزها وبالتالي تحصل الاستجابة لها سواء بالاتفاق ام بالرفض .

وهناك عدة مستويات من الاتصال

1) اتصال ذاتي Inter personal communication

هو الاتصال الشخصاني بين الانسان (الفرد) وذاته من خلال تصور للاشياء والامور الحياتية وتخيله وتفكيره وتذكره وتحسسه بالمحفزات والمثيرات التي تدفعه إلى العمل والمشاركة والاحساس بالآخرين . (76، ص23)

2) الاتصال الموجهي (Face to face communication)

هو الاتصال الذي يتم بين الافراد على شكل مواجهة ، سواء بين فردين ، ام بين فرد ومجموعة افراد . (74، ص35) وهذا الاتصال يقسم إلى نوعين :

أ- الاتصال الشخصي (Interpersonal communication)

وهو الاتصال الذي يتم بين فرد وفرد اخر . او بين فرد ومجموعة قليلة من الافراد .

ب- الاتصال الجمعي (Croup communication)

هذا النوع من الاتصال يكون بين فرد ومجموعة افراد وبين جمهور (يتصفون بالكثرة تجمعهم خصائص وسمات او صفات مشتركة ، وتتم المقابلة بصورة مباشرة مع القائم بالاتصال (المصدر) (108 ، ص109)

ج- الاتصال الجماهيري (Mass communication)

هو نقل الاخبار والافكار والمهارات إلى جمهور كبير من الناس من خلال وسائل الاتصال المختلفة ويتخذ انماطا متعددة . ويتلزم الاتصال الشخصي مع الاتصال الجماهيري لان احدهما يكمل الآخر . فبعض المعلومات والافكار والمهارات قد تفهم من خلال وسائل الاتصال الجماهيري فهما خاطئا او على الامل هناك قطاع من الجمهور يفهمها ناقصة او مشوشة ، مما يستلزم اسهام الاتصال الشخصي في ازالة الشك والالتباس الذي قد يحدث . (108 ، ص24)

وهذا ما يحدث عند تعرض المتلقي للملصق باعتباره احد وسائل الاتصال الجماهيري فهو قد يفهم رموزها واشكالها بصورة خاطئة عن الفكرة والمعنى الاصلي فيتدخل المصمم في هذه اللحظة يتغير الفكرة او الفهم الخاطيء لكل دلالات ورموز الملصق .

ويضيف الباحثون انواع الاتصال بحسب الوسائل المستخدمة إلى :-

أ- الاتصال اللفظي : ويعتمد على اىصال الرسالة عن طريق اللفظ سواء اكان مكتوبا او مسموعا .

ب- اتصال غير لفظي : ويعتمد في اىصال الرسالة عن طريق اللغة غير اللفظية مثل الصور والحركات الايحائية والرموز ولغة الصمت . (44، ص82)

وللاتصال وظائف متعددة يمكن تحديدها كما يأتي :-

اولا . وظائف معرفية : وهي عملية نقل المعلومات والخبرات والافكار إلى الآخرين يقصد ايقاظهم وتنوير عقولهم ورفع مستواهم الفكري والعملية وتكييف موقفهم ازاء الحوادث والوقائع الاجتماعية . (108، ص14)

ثانيا . وظائف تضمن المشاركة الثقافية : وهي وظائف تضمن نقل التراث الثقافي من جيل إلى جيل اخر . او من مجتمع إلى مجتمع اخر ، او من فرد إلى فرد اخر بوصفها احدى السمات المهمة في تشكيل هوية الثقافات والحضارات والاجيال المتعاقبة . (74، ص83)

ثالثا . وظائف ترويحية ترفيهية : تتمثل في سعي وسائل الاتصال للترويج عن نفوس الناس وادخال البهجة والارتياح من خلال الالوان الفنية المتعددة .

رابعاً : وظائف اقناعية : وهي وظائف تحدث تحولات في وجهات نظر المجتمع أي دعم السلوك الاجتماعي ، الذي يتأثر بالقيم والتقاليد والعادات والاعراف الاجتماعية حول حدث أو مجموعة من الاحداث ، أو فكرة أو مجموعة من الافكار. (108، ص14)

ومن خلال ذلك يمكن عد الاتصال اداة لتكوين ثقافة المجتمع والارتقاء بمستواه وتكوين شخصية الفرد والمجتمع ، وتطوير القدرات وتنمية الشعور بالمسؤولية ، وبث روح العمل وايجاد انماط سلوكية تتلائم مع متطلبات الحياة الجديدة .

ويعتبر الملصق احد وسائل الاتصال المهمة وبما ان الملصق موضوع الدراسة سوف تتناول الباحثة نشأة وتطور الملصق . ثم الملصق

الملصق

النشأة والتطور للملصق

تعد لوائح الملصقات واللافتات المرسومة باليد والتي توضع على الحائط او في المحلات العامة بالوانها واشكالها الواضحة واستعمالها المختزل للكلمات ، الجذور التاريخية لفن الملصق . ويعود تاريخ أول نتاج للملصق المطبوع إلى السنوات الاولى من اختراع الطباعة والتي عرفت في القرن الخامس عشر وكانت تحتوي اغلبها على مادة كتابية فهي اما بيانات ملكية او تخمينات ضرائبية . وكان الغرض منها كما هو واضح من الملاحظات المدرجة في اسفلها ، حمل رسالة ما إلى اكبر عدد ممكن من الناس باقل الوسائل كلفة . (79، ص12)

وكانت تلصق في الكنائس او في الاماكن العامة الاخرى ثم اخذ الملصق يتجه اتجاهات اخرى مختلفة يتطور بتطور المدينة الحديثة . وما صاحب ذلك من رواج في التجارة وازدهار الحياة الاقتصادية والتقدم في ميدان الاختراع والعلم.(14، ص9)

ويعود تاريخ أول انتاج للملصق المطبوع إلى السنوات الاولى إلى اختراع الطباعة عندما اخترع جوتنبرغ (Gutenberg) (1438-1445) حروف الطباعة المنفصلة (98، ص76) . وقد ادى التوسع الصناعي الذي حصل في القرن التاسع عشر إلى ظهور فن طباعة الليثوغراف* ، وقد ساعد هذا على طباعة الملصقات الملونة بسهولة وبكلفة قليلة . (59، ص104)

وفي عام 1848 انتج الفنان شيريه (J.chreret) أول ملصق مطبوع بطريقة الليثوغراف . وكان يرسم تصميماته بشكل مباشر على حجر الطباعة . وهي ذات الوان متألقة وبخلفيات مزينة . وقد كانت اغلب نتاجاته ذات علامة واضحة بتقاليد التكوين الفني للجداريات الاوربية (79، ص13)

وقد ظل فن الليثوغراف شعبيا بسبب استخدامه في الملصق والصحافة والدعاية السياسية . وعندما بدا الفوتوغراف يحتل مكانته ظل الليثوغراف محافظا على تصدره كوسيلة طباعية فنية . وكان اكثر الرسامين الذين بدأوا الاهتمام بهذه التقنية هم ممن تعلموا في اوربا . (98، ص76)

وفي العقدين الاخيرين من القرن الماضي وحتى الحرب العالمية الاولى طرأت أول حركة تقدم قوية على انتاج الملصقات حيث تميزت اعمال تلك الفترة بانعكاس الفن الطبيعي في الملصق ... وقد حكم الفنانون في تلك الفترة بتقريب الفن إلى الناس بواسطة الملصق والخروج بهم من القاعات شبه المظلمة إلى المتاحف . (79، ص21)

وتعتبر السبعينات من القرن التاسع عشر العصر الذهبي الاول للملصق ، اذ ظهر أول فنان متفرغ للملصق في العالم هو (Jules cheret) حيث اظهر تقنياته الخاصة واستقل التطور في انتاج المكاين الجديدة وقلص عدد ضربات اللون لكل

* الليثوغراف . اكتشف هذا الفن عام 1798 من قبل سينفلدر (Sanoflder) وهي طريقة طباعية من سطح املس تعتمد على التناثر الكيميائي بين الماء والدهن لفصل المناطق الطباعية عن المناطق غير الطباعية (98، ص131) .

ملصق ومن هذه النقطة ابتداءً فيها الملصق في العالم ، واصبح كاداة اتصال وتعبير شائع في الحياة اليومية .(132. p 16)

اما في القرن العشرين ونتيجة لتبلور العديد من الحركات الفنية . والتي اسهمت في اغناء تصميم الملصق بطريقة جديدة فقد كان لاستخدام التصوير الفوتوغرافي مساهمة فاعلة في جعل الملصق اسرع واكثر قدرة على التعبير ونقل المعنى ليجعل من الرسالة المراد ايصالها اكثر وضوحا وجاذبية واكثر غنى من الناحية البصرية . وقد برز في العقدين الاوليين من القرن العشرين العديد من الفنانين الذين اهتموا بالملصق . والذين ارتبط فنههم في هذه الفترة بالملصق السياسي الذي كان له دور في الحرب العالمية الاولى . والذي استخدم كوسيلة لمخاطبة الناس وتشجيعهم على التطوع . اضافة إلى المواضيع الاخرى التي تضمنها الملصق منها العلاقة الحميمة بين افراد الاسرة . فضلا إلى ان هذه الملصقات كانت ترشد الناس إلى الاقتصاد في نواحي الحياة .(59،ص106)

وفي عام 1945 ونتيجة للحرب العالمية الثانية . ظهرت تطورات سياسية جديدة اوجدت نتائج تعارض الحرب منها (لا هيروشيما) إلا ان هذه التطورات ظلت في حدود المضمون الفكري اكثر من الاسلوب الفني . (79 ، ص23) وفي الستينيات من القرن العشرين ازدادت اهميته السياسية التي تعد السبب في ان يلعب الملصق دورا في تعميق علاقته بال جماهير . ففي كوبا (1959) ظهرت ملصقات لها تاثيرات دعائية . اذ كانت لهذه الدولة مكانة متميزة في تاريخ الملصق . وقد امتازت هذه الملصقات باسلوب الزخرفي وبساطتها التصميمية لتتمكن من خلال ذلك ايجاد حالة اقتراب من لغة المجتمع الاشتراكي واعمال المصممين المحترفين (79،ص200)

وفي العقدين الاخيرين من القرن العشرين شهد الملصق تطورا وانتشارا واسعا ، وذلك نتيجة التطورات التكنولوجية التي احدثتها ثورة المعلومات مما اتاح للملصق استفادة من تلك الامكانيات فاستعملها بطرف شتى مما سهل عليه عملية التصميم والتنفيذ بصورة دقيقة جدا فضلا عن امكانية اختصار الوقت والجهد في عمل عدد من العمليات التقنية التي يحتاجها المصمم في تنفيذ فكرته.(59،ص107)

اما في العراق فان تاريخ الملصق العراقي بدأ عندما استعان الانسان للتعبير عن نفسه بوسائل متعددة ، ويعد الملصق احد هذه الوسائل التي هدفها نقل فكرة معينة إلى الجمهور . وقد ترك التقدم الزماني والمكاني اثرا في تطور الملصق . فقد استخدم الملصق المطبوع في العراق ابتداءً من عام 1939 . عندما ظهر أول ملصق للفنان جواد سليم . وظل الملصق العراقي مبسطا حتى اثرت فيه بروز فن طباعة (السلك سكرين) في عام 1948 .(79،ص25)

وفي فترة الخمسينيات ظهرت الملصقات الفنية التي كانت ذات طبيعة دعائية للمعارض التي تقام وهي منحازة في اغلبها لتقنية الفنان في لوحاته.(111،ص28) ويقول جبرا ابراهيم جبرا بخصوص ذلك " ان الفن التشكيلي بشكل عام امتاز في فترة الاربعينات وما بعدها ؛ شيوع استخدام التراث فقد استخدمت منحوتات

سومرية واشورية ورسوم يحيى الواسطي في لوحات الفنانين . اضافة إلى استخدام التجديد وشتى نظريات الفن الحديث . (111، ص28)

وما ان حل عام 1959 حتى بدت مظاهر الانفتاح الثقافي والجماهيري بشكل واسع ، حيث اقيمت معارض شاملة للملصقات العراقية . وقد اكد هذا الحدث على مدى التطور بين الفنان والملصق من جهة . وبين الملصق كابداع فني ووسيلة اتصالية للتوعية الجماهيرية من جهة اخرى . وكانت هذه الملصقات ذات طبيعة وثائقية . وكذلك استفادت من التكنيك الحديث وخاصة ما يتعلق بالصورة الفوتوغرافية والفوتومونتاج* . وبذلك اصبحت الملصقات اكثر اقترابا من الواقعية التعبيرية شكلا ومضمونا. (79، ص195)

اما في السبعينات ، فقد استطاع المصمم إلى التوجه إلى جوانب اكثر وضوحات بسبب التأثير السياسي في افكار وفلسفة الفنان ، حيث تم التعبير عن الحياة التقنية الجديدة . وكذلك نمو بعض الفنون مثل الطباعة والكرافيك .. ثم جاءت الفترة التي تبلور فيها الملصق السياسي بشكل واضح في عقد الثمانينات خلال الحرب العراقية الايرانية . وهي فترة مهمة في تاريخ الملصق . حيث اقيمت العديد من المعارض لادانه الكثير من الاحداث السياسية . وافرزت هذه المعارض طريقة جديدة في اخراج الملصقات من خلال استخدام اساليب مؤثرة في زيادة القيم الجمالية وجذب الانتباه . (111، ص32)

وبذلك يعد الملصق لغة معاصرة استطاع ان يجسد الاحداث والمواقف في كل حقبة من حقبة التاريخ المعاصر . ويكون فاعلا وذا تاثير لدى المتلقي وله امكانية عالية في التعبير . (121, p.199)

الملصق (Postar)

تعد الملصقات من وسائل الاتصال المرئية المهمة التي يمكن من خلالها نقل الافكار والمعلومات من المصمم إلى المتلقي . وتطلق كلمة الملصق على " الاعلانات المطبوعة او المرسومة على الورق او الخشب او أي مادة اخرى وتلصق او تعلق على لوحات خشبية او حديدية او على الجدران ". (44، ص84)

ويعبر الملصق عن فكرة او موضوع معين بالصورة والرسوم والكلمات . وهي وسيلة فعالة للاتصال بالجماهير والتاثير فيها. (18، ص70) ويعتبر الملصق احد فنون التصميم فكما لكل شيء نظام يخضع له ، فالنظام الذي يخضع له الملصق هو العلاقات الفنية والتقنية الذي يعبر فيها الفنان عن المضمون والفكرة التي يريد ان يقدمها . لذا فانه يخضع لنظام خاص به (89، ص111) وتجعل المتلقي يفهمه من

* تعتمد على تداخل الصورة الفوتوغرافية وخضوعها للحذف والاضافة .

نظرة سريعة وهو يجمع مؤثرات بصرية مباشرة ذات قدرة على منافسة المحيط المتشوش بصريا لذا ينبغي ان يتميز بالوضوح والتميز. (79، ص21)

ويتميز الملصق بانه يقدم نفسه دون الاعتماد على اية وسيلة اخرى . وهو يرتبط ارتباطا وثيقا بالحياة اليومية للانسان من حيث المشاكل والهموم ومن حيث الاصدارات والمناسبات فقد تكون الملصق وظيفة ارشادية او تثقيفية او وظيفية تربوية او توجيهية او اعلامية . (202. p. 120)

والمصق الناجح هو الذي تستطيع من خلال الفكرة الذكية المطروحة ان تجذب انتباه المشاهدين واهتماماتهم حول الموضوع المطروح . لان الملصق الناجح ليس مجرد مجموعة من الصور والرسوم والنصوص قام المصمم بترتيبها وتنسيقها واخراجها بشكل مناسب وانما هو فكرة مبتكرة مبنية على دراسة واحتياجات وخصائص الوسيلة الاعلامية . (33، ص211)

وبذلك ان وظيفة الملصق هي ايصال فكرة او رسالة ، وذلك لاحتوائها على رموز وصور ورسوم تتسم بالبساطة وسرعة التلقي تماشيا مع متطلبات العصر . اضافة إلى انها وسيلة حضارية واعلانية فضلا عن ميزتها الوظيفية. (92، ص113) ويتصف الملصق بقدرته على التعبير المركز والمختصر . حيث يجب ان يدرك محتواه خلال فترة زمنية قليلة . وباعتبار الملصق وسيلة اتصال اقناعية له ميزة التذكير والتاثير حول قضية معينة فضلا عن المسحة الجمالية وما تحققه من جذب عالي للمتلقي من اللون والشكل والتكوينات الاخرى المنسجمة التي تحقق الترابط والوحدة داخل الملصق . (31، ص158)

وهناك عدة مميزات التي من خلالها يستطيع مصمم الملصق ان يجذب انتباه المتلقي هي

1. الايضاح القوي
 2. الارضاء الجمالي للانطباعات الحسية .
 3. اثارة التشويقات التي تعد الجانب المشرف للملصق . (2. p. 115)
- وان تصميم الملصقات تعتمد اساساً عناصر بنائية متعددة تتضمن الخطوط والسطوح والالوان والظلال فضلاً عن المادة المكتوبة . وينقل المصمم افكاره وفق احد الاسلوبين ، اما التعبير بواسطة الصور والرسوم والخطوط والاشكال والالوان او التعبير بالكلمات والمعاني ، لذا يبرز اهمية الشكل كوسيلة مهمة مشوقة لايصال المادة او الفكرة إلى المتلقي حيث ان الهدف المهم في تصميم الملصق واخراجه هو احداث الاثر في المتلقي لانه يعد وسيلة لتحقيق غايته ، فهو ليس مجرد لوحة جمالية وانما اضافة إلى الجمالية ويؤدي هدفاً محدداً ويخاطب مجموعة غير متجانسة من المتلقين لذا فان تصميم الملصق بدون اساس فني سليم هو ملصق لا قيمة له . (111، ص54-55)

ولكي يحقق الملصق اهدافه كوسيلة من وسائل الاتصال كان لابد ان تتوفر فيه بعض الخصائص التي تجعل من عملية وصوله إلى المتلقي اسهل واسرع وهذه الخصائص هي :

1. جذب الانتباه (Arrest Attention)

2. إثارة الاهتمام (Arouse Interest)
3. تحفيز الرغبة (Dveate Desire)
4. الإقناع (Persuasion)
5. الاستجابة (Responsol)
6. تدعيم الأفكار (Backing Ideas) (44، ص86)

عوامل جذب الانتباه في الملصق :

هناك عوامل عدة تؤدي إلى أحداث جذب الانتباه وتختلف هذه العوامل حسب طبيعة الوسيلة الاتصالية المستخدمة :

1. مساحة الملصق Size : تعد مساحة الملصق من العوامل المهمة التي تلعب دوراً كبيراً في جذب انتباه المتلقي ، حيث ان من الطبيعي ان الأشياء الكبيرة لها قدرة على جذب الانظار لها اكثر من الأشياء الصغيرة ، وكذلك الحالة بالنسبة للملصق - فالملصقات ذات الحجم الكبير تجذب انتظار المتلقي اكثر من الملصقات الصغيرة بسبب وضوحها . (103، ص150)

2. الموقع Location : ان عملية اختيار الموقع المميز للملصق تعد من العناصر المهمة التي تسهم في عملية جذب المتلقي ومن ثم نجاح الملصق ، وان استيراجية الموقع اصبحت هي الاساس في توصيل الفكرة بسرعة ... ويراعي في اختيار الموقع ان يوفر للملصق سهولة رؤيته ووضوحه من ساحة كافية ، وتوفر الظروف المختلفة كما ان هناك ملصقات صغيرة تعلق في اماكن مهمة يستطيع المشاهد رؤيتها رغم صغرها ويعود السبب إلى موقعه المهم . (103، ص195)

3. التصميم والخراج Design and Layout : يعتبر تصميم الملصق وخرجه بالنسبة لاي وسيلة اتصالية هو نقطة البدء في جذب الانتباه والمرحلة التي يبني عليها بقية الجهود الفنية التي يمكن على أساسها تحقيق الاهداف للملصق ، وتوزيع العناصر الاساسية وطريقة تنسيق هذه العناصر المختلفة يؤدي إلى جذب الانتباه وإثارة الاهتمام فضلاً عن مجموعة من الاهداف الاخرى كالتركيز على بقية الاجزاء المهمة في الملصق بطريقة تيسر للمشاهد استيعاب الفكرة في اقصر وقت ممكن ، وتحقيق النجاح المستهدف للملصق وبطريقة تؤدي إلى جذب انتباه المتلقي واستثارة رغباته . (33، ص159)

4. الانفراد Isolation : ان وجود الملصق في مكان يلفت الانتباه اليه بسهولة ولا سيما في الاماكن الخالية من الملصقات الاخرى ، لعدم وجود عامل المنافسة الذي يشتت الانتباه طالما انه لا يوجد الاثير او منبه واحد هو الملصق فان الانتباه يكون تلقائياً (44، ص86) ، ويمكن تحقيق الانفراد من خلال مستويين اولهما يتحقق بين ملصق وملصق اخر مجاور بنفس الوسيلة (الانفراد) ، او بين ما يتكون منه الملصق نفسه اما المستوى الثاني فيمكن ان يتحقق عن طريق احاطة الملصق باطار سميك مغاير يعطيه نوعاً من الانفراد عن الملصقات الاخرى او قد ترك مساحة بيضاء بينه وبين الملصق الاخر الذي يجاوره . (59، ص111)

5. استخدام الصور والرسوم Illustrations : إلى جانب ما تحققه الصور والرسوم من أهداف اعلانية ونفسية فإن استخدامها صورة ناجحة يزيد من فعالية الملصق في جذب انتباه المتلقي لتحقيق الأهداف الأخرى (P. 66 , 114) ، فضلاً عن استخدام الصورة الفوتوغرافية الملونة في الملصق يسهم في جعل فضائه الواسع نسبياً أن يكون عاملاً قوياً في تكوين الزيادة الإيحاء بالحركة ثم تحقيق الإيحاء بالبعد الثالث (P. 66-89 , 114) ، وأن من أهم ملامح استخدام الصورة والرسوم في الملصق كالاتي :

أ- ان استخدام الصورة في الملصق يجعل من عملية توصيل المعلومات والافكار بشكل اوضح بطريقة اسرع وبدرجة كفاءة اعلى .
ب- اضافة عنصر الصدق وجعله فعالية للتصديق ، فالصورة اكثر واقعية للحقيقة وما يحيط بها .

ج- جذب انتباه الغالبية العظمى من المشاهدين . (64، ص 67)

6. التباين والتضاد Contrast : ان عملية احداث نوع من التوازن والوضوح في الملصق يتم عن طريق اختلاف الشكل السائد على باقي الاشكال المحيطة فهذه الحالة تخلق نوعاً من التمييز مما يساعد على شد الانظار اليه ومن سواء (44، ص 67) ، وبالتالي تحقيق الإيحاء بالبعد الثالث من خلال هذا التباين .

7. استخدام الالوان Color : ان استخدام الالوان يضيف على الملصق واقعية ومحاكاة للطبيعة تزيد في جذبها للانتباه كما لو كانت بلون او لونين فقط ، فضلاً عن تباينها عما يجاورها من ملصقات غير ملونة (33، ص 361) ، ومن ذلك يمكن القول ان الالوان في الملصقات تشكل احد العوامل الاساسية في جذب الانتباه وبالتالي تحقيق الإيحاء بالبعد الثالث من خلال اللون .

ومن ذلك يمكن الاستدلال على ان الملصقات تعد وسيلة فعالة للإيحاء بالبعد الثالث خلال محيطيته المقررة التي تضم المفردات الكبيرة إلى جانب الأخرى الصغيرة والوحدات القائمة جانب الوحدات المضئية ومن الملونة إلى الأخرى التي لا تحمل اللون (44، ص 87) ، اضافة إلى التدرج في الحجم والشكل واللون والملمس والقيمة الضوئية كل هذا يساعد على توجيه العين وانتقالها من موقع فضائي إلى آخر محققاً البعد الثالث في العمليات التصميمية .

ويلعب اللون دوراً تركيبياً أيضاً ، فمثلاً تستطيع ان تؤكد على اقسام رسالة ما بالتركيز على اللون باستعمال الالوان البراقة ، والاقسام الأخرى تصبح اقل أهمية اذا وقعت في الظل او في منطقة الالوان الاضعف ، وكل ذلك له أهمية في تحقيق البعد الثالث .

المؤشرات التي اسفر عنها الاطار النظري

1. يعد البعد الثالث مبدأً جمالياً يحقق التنوع ويمنح التصميم اثرأ تؤدي إلى نقل العين باستمرار ، لكشف علاقات جديدة وتجمعات جديدة داخل فضاء العملية التصميمية (ثنائية الابعاد) .
2. يعد البعد الثالث مبدأً جمالياً يؤدي إلى ايجاد نوع من الحيوية داخل فضاء الملصق فضلاً عن تحريك العين داخل فضاءه ومن ثم اظهار معالمه واسباغ الجاذبية عليه .
3. البعد الثالث في الملصق يعد تقنية اجرائية تسهم في انجاز العمل التصميمي انجازاً متسلسلاً ومنطقياً من خلال استخدام الاساليب الادائية منفصلة او مع بعضها البعض في تشكيل متواصل تحقيق المضمون الفكري والوظيفي .
4. تعتمد العمليات التصميمية (ثنائية الابعاد) على تشكيل انظمتها المتعددة على العلاقات الناتجة بين عناصرها البنائية ووسائل التنظيم لهذه العناصر لتعزز اتصالاً يحقق قيمةً جماليةً متعددة .
5. يمكن الاحساس بالبعد الثالث في العمليات التصميمية ثنائية الابعاد من خلال استخدام احد الاساليب الادائية (التراكيب ، الشفافية ، الموقع من مستوى الصورة ، الاشكال المائلة والمنحنية ، التدرج ، ظلال الاشكال ، المنظور ، الالوان المتقدمة والمتأخرة) .
6. تؤسس عناصر البناء المتمثلة في (الخط والشكل واللون والاتجاه والملمس والحجم والقيمة) ناتجاً بالبعد الثالث من خلال علاقات تنظيمية متعددة مؤسسة جوانب جمالية متعددة هي الاخرى .
7. تؤسس حالات التقاطع والتلامس والاختراق ايهاماً بالبعد الثالث محققة في الوقت ذاته قيمةً جماليةً متعددة داخل فضاء العملية التصميمية .
8. يعد المنظور اللوني والخطي وسيلة من الوسائل المرتبطة بالطبيعة ارتباطاً واسعاً واسلوباً من الاساليب التي تحقق البعد الثالث في العمليات التصميمية .
9. يحقق استخدام الملابس المتنوعة والقائمة على اساس الايهامات البصرية مفهوم الايحاء بالبعد الثالث فضلاً عن تحقيق القيم الجمالية والوظيفية .
10. يحقق التباين في درجات الفاتح والغامق تأثيراً درامياً قوياً يسهم في الايحاء بالبعد الثالث .
11. يعد الاتجاه احد توصيات الحركة في العمل التصميمي ومؤسسته ناتجاً جمالياً .
12. الخط هو احد عناصر التكوين له اهمية في تحقيق البعد الثالث من خلال التدرج بطوله وسمكه ولونه نحو العمق .
13. اللون عنصر بنائي مهم يجعل لكل شيء معنى ويجعله بطاقات تعبيرية كبيرة اضافة إلى تعزيز البعدين الجمالي والدلالي وخلق الاحساس بما هو وهمي وهو تحقيق البعد الثالث داخل فضاء الملصق .
14. التراكب والشفافية من مؤهلات التجميعية للعناصر واسلوبات هاديات للايحاء بالبعد الثالث داخل فضاء العمليات التصميمية .

15. يعد التدرج (الحجم ، الشكل ، اللون ، الاتجاه ، الملمس ، الخط) احد الاساليب الادائية التي تحقق البعد الثالث والتي تظهر من خلالها دلالات الاشكال وقيمتها الجمالية .
16. التناسب وسيلة تنظيمية تشير إلى علامة كل جزء من اجزاء التنظيم مع الجزء الاخر ثم علاقته مع الكل التصميمي .
17. الايقاع معنى من معاني التنوع ووسيلة تنظيمية للعناصر والقائم على مبدأ التكرار وتزداد اهميته من خلال التدرج والتباين .
18. يعد التوازن احد وسائل التنظيم المهمة المرئية بالطبيعة وكذلك يساعد على التحكم بالقوى المتعارضة على اعتبار ان التوازن مهم لبلوغ حالة التمتع الجمالي .
19. تعد السيادة من الوسائل المهمة التي تساعد على تحقيق البعد الثالث من خلال السيادة للشكل او من خلال عزل عنصر عن باقي العناصر او عبر المنظور او التباين .

دراسة سابقة

قامت الباحثة باستطلاع ميداني للدراسات في ذات الاختصاص فلم تجد سوى دراسة واحدة ذات الصلة المباشرة بالبحث . لذا ستقوم الباحثة باستعراض هذه الدراسة .

دراسة الوائلي (*) 2001

اجريت هذه الدراسة في جامعة بغداد – كلية الفنون الجميلة لنيل درجة الماجستير في التصميم الطباعي وكانت بعنوان " العمق الفضائي واساليب استخدامه في اخراج المطبوعات متعددة التقنيات " . هدفت الدراسة إلى التعرف على اساسيات اظهار العمق الفضائي . وتحديد اساليب اظهار العمق الفضائي في المطبوعات الرسمية متعددة التقنيات . فضلا عن الكشف عن الدلالات الوظيفية والجمالية والامنية لاساليب تحقيق العمق الفضائي في المطبوعات متعددة التقنيات . وتناولت الدراسة المطبوعات متعددة تانقنيات (العملات الورقية ، الطوابع ، الجوازات ، الهويات الشخصية ، دفاتر الخدمة العسكرية) التي تصدرها دوائر الدولة في العراق ذات الطابع التقني العالي كالبنك المركزي العراقي والشركة العامة للاتصالات والبريد الصادرة للفترة من عام 1992- 2000 .

تألفت عينة من (13) نموذج بواقع (1) نموذج من العملة الورقية (250) دينار و (8) نماذج من الطوابع البريدية ، (2) ونموذجين جواز سفر و (1) نموذج دفتر الخدمة العسكرية (1) نموذج هوية الاحوال المدنية . تم اختياره بصيغة قصدية من المجتمع الاصل .

ولتحقيق اهداف البحث قامت الباحثة بتصميم اداة خاصة لبحثها ولغرض تحليل عينة البحث قامت الباحثة باعتماد الاسلوب (الوصفي التحليلي) .

(*) شيماء كامل داخل الوائلي .

وكشفت نتائج تحليل العينة بان هناك ضعف وفقدان لكثير من الاساليب التي يفترض ان تستخدم في هذه المطبوعات من قبل المصممين الطباعيين لتؤدي الاغراض الوظيفية والجمالية والامنية لهذه المطبوعات من اهم هذه الاساليب هو العمق الفضائي واساليب اظهاره . واستنتجت الباحثة بان العمق الفضائي واساليب اظهاره لم يتم الاعتماد عليها في التصميم التي نفذت كوسيلة امنية وجمالية على الرغم من المعاني الكثيرة التي يولدها داخل البنية الخاصة بالتصميم . اوصت الباحثة باعتماد اساليب العمق الفضائي كوسيلة امنية ووظيفية وجمالية لاجراء المطبوعات متعددة التقنيات . وكانت من اهم المقترحات التي اقترحتها الباحثة هو اجراء دراسة مقارنة بين المطبوعات الرسمية المحلية والاجنبية من اجل الحصول على نتائج تساهم تطوير المطبوعات المحلية .

مناقشة الدراسات السابقة

اتخذت دراسة الوائلي مطبوعات متعددة التقنيات موضوعا لدراستها . والتي شملت كل من (العملات الورقية، الطوابع ، الجوازات ، هوية الاحوال المدنية . دفتر الخدمة العسكرية) . لغرض الكشف عن الدلالات الوظيفية والجمالية والامنية لاساليب تحقيق العمق الفضائي في المطبوعات متعددة التقنيات .

اما الدراسة الحالية فقد اتخذت الملصق موضوعا لدراستها . والتي يتم التعرف من خلالها على الاساليب الادائية التي تحقق البعد الثالث داخل الملصق فضلا عن التعرف عن جماليته .

اقتصرت دراسة (الوائلي) على المطبوعات متعددة التقنيات (العملات الورقية ، الطوابع ، الجوازات ، الهويات الشخصية ، دفاتر الخدمة العسكرية) التي تصدرها دوائر الدولة في العراق من عام 1992 – 2000 .

اما الدراسة الحالية فقد اقتصرت على الملصقات الصادرة في العراق من 8/1 / 2004 – 2005 / 2 / 1 .

يتضح اختلاف الدراسة السابقة عن الحالية من الناحية الموضوعية والزمانية والتشابه من ناحية المكانية لان عينة الدراستين صادرة في العراق .

قامت (الوائلي) ببناء اداة خاصة لبحثها لغرض تحقيق اهداف دراستها وهذا يتوافق مع البحث الحالي اذ ستقوم الباحثة ببناء اداة خاصة ببحثها باعتماد المؤشرات التي انتهت اليها ضمن سياق الاطار النظري بوصفها اداة للبحث الحالي .

وللتوصل إلى النتائج استخدمت الوائلي اسلوب (الوصف التحليلي) لتحليل عينة الدراسة ، اما الدراسة الحالية فقد استخدمت الاسلوب (الوصفي التحليلي) وهذا ما تتفق كليا به كلا الدراستين .

وقد توصلت (الوائلي) إلى نتائج تخص دراستها وستقوم الباحثة بالتوصل إلى نتائج تخص بحثه الحالي وتعرف مدى مقاربتها ، وقد تم طرح بعض الاستنتاجات والمقترحات والتوصيات في الدراسة السابقة وستقوم الباحثة بطرح استنتاجات ومقترحات وتوصيات خاصة بالبحث الحالي .

ومن هنا فان البحث يلتقي مع الدراسة السابقة من ناحية منشأ المطبوع مع اختلاف المطبوع وكذلك اسلوب التحليل نفسه والذي سوف يتم التوصل من خلاله إلى النتائج النهائية .

اجراءات البحث

اولاً - مجتمع البحث

تكون مجتمع البحث الحالي من الملصقات العراقية التي صدرت في الفترة 2004/8/1 إلى 2005/2/1 والبالغ عددها (169) مائة وتسعة وستون ملصقا وهو كل ما استطاعت الباحثة الحصول عليه . وتم استبعاد (15) خمسة عشر ملصقا لعدم توافقها مع اهداف الدراسة ليصبح العدد المتبقي (154) مائة واربعة وخمسون ملصقا وهو ما يمثل المجتمع الاصلي للدراسة .

ثانيا - عينة البحث

لقد عمدت الباحثة إلى الاخذ بأسلوب العينة القصدية (الانتقائية) . اذ تم اختيار نسبة 10% من مجموعة الملصقات من قبل السيد المشرف ولجنة الخبراء* . وقد تم الاختيار وفق تنوع وتعدد موضوعاتها واختلاف اساليبها التنظيمية بما يتوافق مع موضوعة البحث الحالي . والتي بلغ عددها (15) خمسة عشر ملصقا .

ثالثا - اداة البحث

من اجل تحقيق اهداف البحث التي تضم التعرف على الاساليب الادائية التي تحقق الايهام بالبعد الثالث . فضلا عن التعرف على جمالية البعد الثالث في الملصق الجداري. قامت الباحثة باجراء الدراسة الاستطلاعية التي تضمنت الاتي:-

أ- الاطلاع على الدراسات السابقة وعلى الادبيات في المجال نفسه .
ب- صممت استمارة تضمنت المحاور الاساسية المستمدة من الاطار النظري اضافة إلى المؤشرات التي اسفر عنها الاطار النظري للمساهمة في تحليل عينة الدراسة .
ملحق رقم (1)

ج- ولغرض تحقيق صدق الاداة تم عرضها على مجموعة من الخبراء* من ذوي الخبرة والتخصص لاقرار ملائمتها في تحليل العينات وبعد اجراء التعديلات البسيطة لفقراتها جاءت لتمثل الصيغة النهائية ولتعد صادقة (ملحق رقم 2) .

* الخبراء هم :

1- أ.م.د عبد الهادي - جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة .

2- أ.م. د عارف وحيد - جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة .

3- أ.م.د عباس نوري - جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة .

* الخبراء هم :

رابعاً - اسلوب التحليل

بعد دراسة الباحثة اساليب التحليل وجدت ان هناك اسلوب يناسب دراستها للوصول إلى اهدافها وهو التحليل (الوصفي التحليلي) وقد اعتمدت الباحثة هذا الاسلوب من التحليل من اجل الوصول إلى نتائج تكشف عن جمالية البعد الثالث في الملصق الجداري .

خامساً - خطوات التحليل

اختارت الباحثة اسلوباً مناسباً للتحليل وقامت بترتيب خطوات التحليل ووضعها ضمن تسلسلها المنطقي بما يتناسب وموضوع الدراسة واهدافها وجاءت وفق الآتي :-

- (1) الوصف العام للمكونات التي تضمها العينة .
- (2) تحديد المواقع الفضائية .
- (3) تعقب الاساليب الادائية التي تحقق الايهام بالبعد الثالث .
- (4) تحديد العناصر الفاعلة في الملصق والتي تعزز الايهام بالبعد الثالث .
- (5) تحديد وسائل تنظيم الجمالية التي تحقق الايهام بالبعد الثالث .

سادساً - الثبات

ولتحقيق الثبات قامت الباحثة بتحليل عينة عشوائية من العينات المقررة بواقع ثلاثة ملصقات في فترات مختلفة . وبعد التحليل استخدمت الباحثة معادلة كوبر في ايجاد شبه الاتفاق وكما يلي :

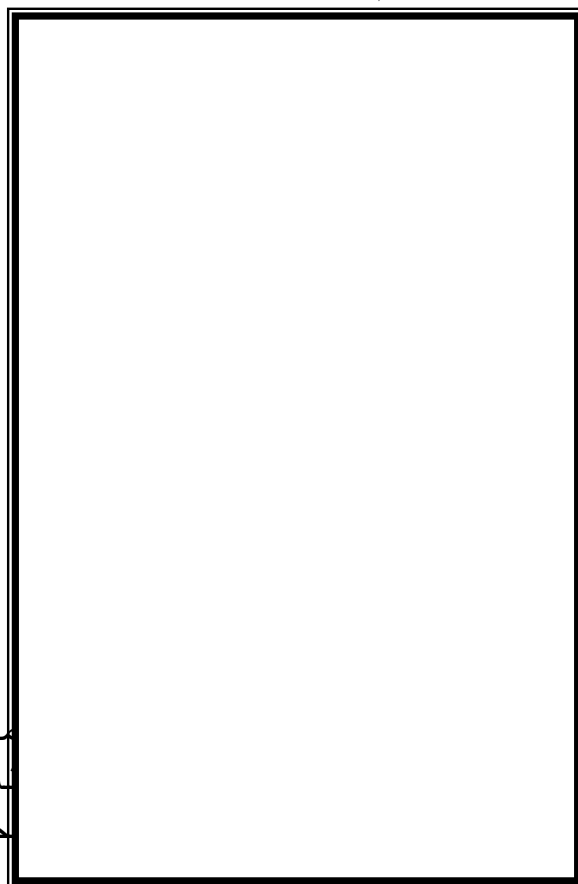
$$\text{معامل الثبات} = \frac{100 \times \text{عدد مرات الاتفاق}}{\text{عدد العينات}} \times 100$$

وكان معامل الثبات بين التحليل الاول والتحليل الثاني للباحثة بعد مرور شهر واحد هو 83% .

- 1- أ.د. علي شناوة وادي / جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة .
- 2- أ.م.د. مكي عمران راجي / جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة .
- 3- أ.م.د. عبد الرضا بهية / جامعة بغداد - كلية الفنون الجميلة .
- 4- أ.م.د. عباس نوري / جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة .
- 5- أ.م.د. علي مهدي / جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة .
- 6- م.د. مجيد حميد حسون / جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة .
- 7- م.د. عماد الدين عبد الله / جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة .
- 8- د. نعيم عباس / جامعة بغداد - كلية الفنون الجميلة .
- 9- م.م. عادل عبد المنعم / جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة .

تحليل العينات

رقم العينة
تاريخ الاصدار
عنوان العينة
القياس
(1)
2004
لا لقتل الابرياء
30 × 45 سم



الوصف العام :-

مد استخدام الصورة
له التصميمية . حيث
جموعة من الاطفال

ملصق نظم
الفوتوغرافية ليعبر
اعتمد الملصق على
اما الجزء الاسفل فقط

المناقشة والتحليل

من الاساليب الادائية التي تؤسس ناتجا بايهام البعد الثالث في الملصق والتي اعتمدها المصمم هو اسلوب التراكب الحاصل بين الشكل السائد المتمثل بالعلم العراقي الذي احتل النصف الاسفل من الملصق والذي شكل نصف مساحته المقررة والتي حقق من خلالها نسبتها هذه تفاوتاً مسافياً . حيث يبدو ان شكل العلم العراقي وكأنه اقرب إلى بصر المتلقي من بنية الاشكال الاخرى التي مثلت الخلفية العليا والتي تركزت على مجموعة من الاطفال وبفئات عمرية مختلفة .. وبالتالي لتؤسس ايهاا بالبعد الثالث . ثم ان الالوان المعتمدة في العلم العراقي انحصرت ما بين (الاسود ، الاخضر ، الابيض ، الاحمر) وهي الالوان الطبيعية له . وهي الوان جاءت وفق مبدأ التضاد اللوني . وهذا التضاد باللون يجعل من احدهما اقرب إلى بصر المتلقي من الاخر . على الرغم من تساوي المساحات بينهما . ويعود ذلك إلى الاطوال الموجية لكل منهما .. وهذا التقدم والتأخر في الالوان حقق بعداً مسافياً متبايناً وبالتالي تاسيس بعد ثالث . وفيما يتعلق بالاشكال الهندسية النجمية ذات اللون الاخضر هي الاخرى حققت ايهاا بالعمق وذلك من خلال تقنية الاستخدام التي اظهرها المصمم والتي جعلت من المتلقي ان يدرك ان لونا ابيض يتقدم على الوان النجمات الخماسية ذي اللون الاخضر وقد عزز من ذلك بعض جوانبها التي جاءت مظلمة باللون الغامق لتوحي بالتجسيم والعمق .. ومن ثم نضيف بعداً جمالياً واثم ان اتجاهية الوان العلم العراقي المذكورة انفا ... قد اسست ناتجا اتجاهياً يمكن ان يستلم المتلقي من خلاله ناتجا بايهام الحركة القوسية بالاتجاه المائل إلى اليمين .. وهي أي حركة العلم تحقق سحبا للبصر باتجاهها وتؤسس ناتجا جمالياً مضافاً .

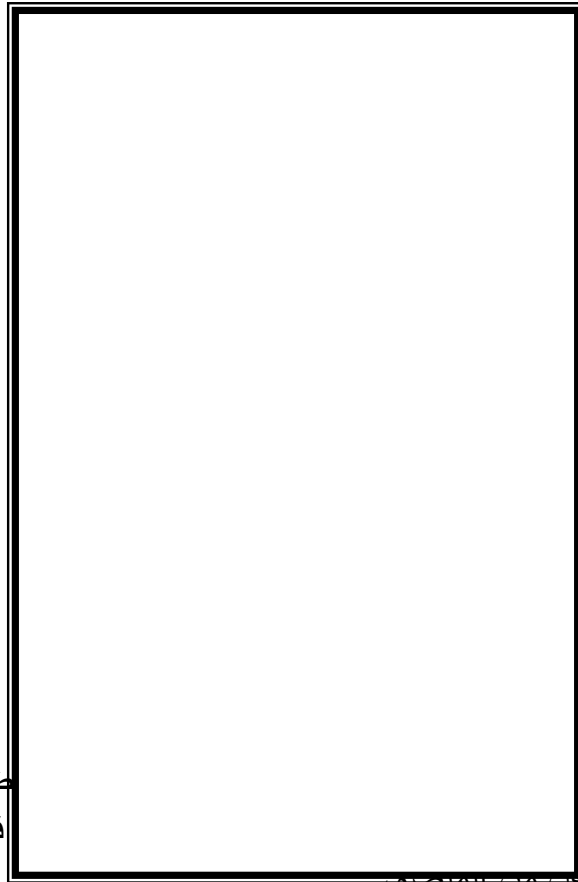
ثم ان التدرج اللوني والضوئي الذي ظهر في الوان العلم العراقي الذي يبدأ من المحيطية السفلى للملصق إلى المنتصف (أي من الغامق إلى الفاتح) . اسس اعتقاداً بالعمق الفضائي حيث تظهر المساحات ذات الالوان الغامقة من اللون نفسه وكأنها اقرب إلى البصر من الالوان الافتح منها وهذا ما اسس هو الاخر ناتجا بالتدرج الملسمي الذي يعزز الاعتقاد يتقدم الملامس الخشنة على الملامس الناعمة ليحقق ايهاا بالتفاوت المسافي . فضلاً عن ذلك فانه يسهم أي التدرج (اللوني والحجمي) في تحقيق ناتج جمالي وهو هدف الفنان .

ومن الاساليب الادائية التي تحقق ايهاا بالبعد الثالث داخل فضاء الملصق هي الاشكال التي مثلت عنوان الملصق التي تكونت من مجموعة من الاطفال حيث يظهر للمتلقي ان هناك تباين حجمي بين هذه الاشكال وهذا التباين يدفع باستلام عمق فضائي واضح حيث تظهر اشكال الاطفال ذوي الاحجام الاكبر وكأنها اقرب إلى بصر المتلقي من الاحجام الاخرى الاصغر ، وقد ساهم في تعزيز ذلك الادراك بعض الضبابية للاشكال . حيث تظهر الاشكال في المقدمة ذات تفاصيل واضحة واقرب إلى بصر المتلقي من الاشخاص الاخرين التي تبدو مندفعة إلى العمق واقل وضوحاً .

فضلاً عن الالوان التي ضمتها تلك الاشكال هي الاخرى تحقق ايهاا بالبعد الثالث من خلال تقدم بعضها وتأخير الاخرى . فضلاً عن حالات التراكب الحاصلة

بين اشكال الاطفال وكذلك إلى التراكب بين هذه الاشكال والفضاء الحاوي لها لتحقيق ايهاما بالفضاء وبالتالي تمثيل البعد الثالث . اضافة إلى التقنية الضبابية لمجمل الفضاء الخاص لها لاطهار ادغامات شكلية وتدخلات لونية مموهة من اجل ابراز الشكل الاساسي . كل هذه الاساليب لها اهمية في تحقيق قيم الجمال تضاف إلى القيمة الجمالية التي تحققها وسائل التنظيم المتضمنة بحالات التباين المتمثلة في الشكل واللون اضافة إلى التوازن الذي استطاع المصمم ان يحققه من خلال اللون على جانبي الملصق مما حقق استقرارا لفضاء الملصق . ثم الايقاع المتحقق من تكرار الاشكال مما حقق تناغما داخل فضاء الملصق . فضلا عن التناسب الذي يؤدي إلى احداث التأثير في الاختلاف المسافي والذي جاء متحققا في الشكل واللون والاتجاه . ثم مبدا السيادة الذي جاء متحققا من خلال اللون والشكل والذي اسهم مع غيره من وسائل التنظيم إلى الايهام بالبعد الثالث ثم الترابط مع بقية الاجزاء الاخرى ليشكل وحدة تصميمية اضافة إلى الوظيفة الجمالية .

رقم عينة
تاريخ الاصدار
عنوان العينة
القياس
(2)
2004
معا تحت جناح السلام
30×45 سم



ضائي الذي اعتمد
فقد اتخذت موقعا

الوصف العام :-
نظمت العملية
شكلا سائدا تمثل بالش
فضائيا في الجزء الاسفل من الملصق .

المناقشة والتحليل

من الاساليب الادائية المتحققة في فضاء الملصق (عينة البحث) والتي اعطت ايهاما بالبعد الثالث هو النظام اللوني لفضاء الملصق والذي ضم اللون الازرق الفاتح ذات التدرجات المتباينة معطيا ناتجا بلامس متفاوتة ومتباينة ليتقدم جزء منها نحو بصر المتلقي وتبتعد اجزاء اخرى نحو العمق وبالتالي تعزز الاليهام بالبعد الثالث اولا وتحقق الجمال الذي هدف اليه المصمم ثابتا .

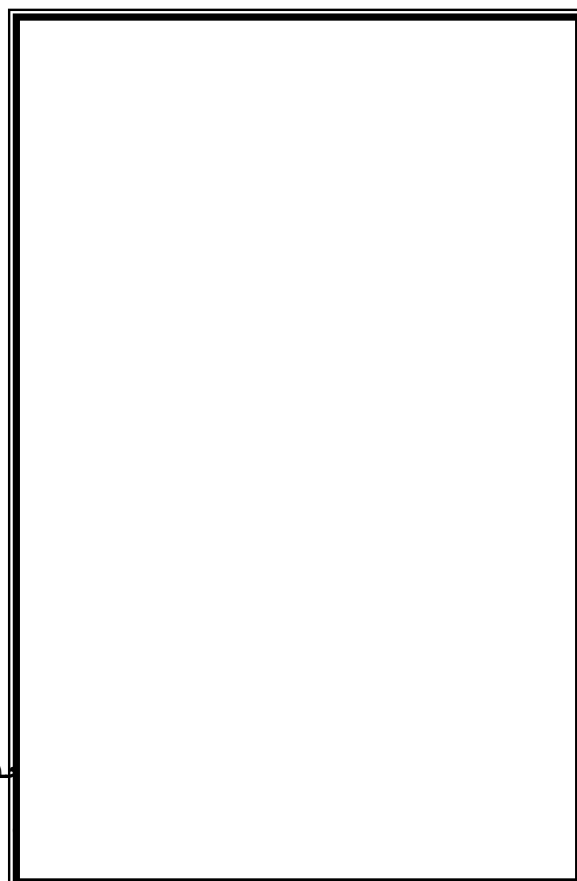
ان أول ما يثير الانتباه وللأساليب الادائية التي تحقق الاليهام بالبعد الثالث هو بالشكل الاساسي السائد الذي مثل فكرة الملصق والذي تكون اساسا من شكل رمزي والذي سعى المصمم من خلاله إلى تحقيق استلام ناتج موضوع (السلام) الذي تنشده دول العالم قاطبة ومن ضمنها قطرنا العزيز (العراق) وقد جاءت تقنية التعبير عنه بخطوط منحنية متصلة ليتكون منها شكل هندسي (شبه دائري) المتكون من الخطوط المنحنية والمتعرجة اعتمدت اساسا التوغل نحو العمق محققة بعداً ثالثاً . يستلم المتلقي من خلالها ناتجا رمزيا لحمامة السلام وهو موضوع فكرة الملصق الاساسية .. وقد عزز هذا الاستلام عنوانه باشكال حروفية وقد جاء اسفل فضائه والذي تكون من سطرين الاعلى قوس منحنى والاسفل مستقيم باللون الاحمر وكل هذه الخطوط لعبت دورا فاعلا في استلام ناتج حركي باتجاهات متعددة وتسهم في تحقيق ناتج جمالي متعدد أيضا . وان حالة الظلال التي جاورت خطوط شكل الحمامة قد اسهمت في تحقيق بعد مسافي يمكن ان يستلم المتلقي من خلاله بان شكل الحمامة اقرب إلى بصر المتلقي وابعد خطوط الظلال . وهذا من جانب حقق بعدا ثالثا .

ومن جانب اخر فان حالة التراكب (الكلي) بين هذه الخطوط وظلالها مع فضائية الملصق (خلفية) هي الاخرى ساهمت في تحقيق نوع من العمق الفضائي .. خاصة وان تقنية اسلوب الفضاء قد جاءت متدرجة المسافات لتظهر فوارق يتقدم بعضها وابتعاد الاخرى عن بصر المتلقي معززة ايهاما بالبعد الثالث .

ومن الاساليب الاخرى التي اسهمت في تحقيق البعد هي تقنية تقدم الالوان وتاخرها . حيث ظهرت الكلمات التي اتخذت موقعا فضائيا في الاسفل باللون الاحمر . ونسبة إلى اطوالها الموجية العالية التي تبدو متقدمة على الالوان الباردة مما يعكس ناتجا يقرب هذه الالوان وارتداد الالوان الاخرى فيتوهم المتلقي بالبعد الثالث .

اضافة إلى الظلال الموجودة في هذه الكلمات قد غرز من الاليهام بالبعد الثالث .. وبالتالي معززة البعد الجمالي من خلال توافق الاشكال المعتمدة لمضمون فكرة الملصق التي جاءت واضحة لمبدأ السيادة (الهيمنة) للشكل الواحد وهي وسيلة تسحب بصر المتلقي نحوها كما انها تعزز ناتجا جماليا متعدد هو الآخر .. فضلا عن التباين المتحقق في الخط والاتجاه . اضافة إلى الايقاع المتحقق الناتج من تكرار الخطوط المنحنية ، والمتعرجة والذي ولد تناعما في العمل التصميمي . كل هذه الوسائل عززت الترابط بين العناصر البنائية ومؤسسة وحدة تصميمية ومحقة وظيفية جمالية .

رقم عينة
تاريخ الاصدار
عنوان العينة
القياس
(3)
2004
يوم البيئة العالمي
40×60 سم



معدة اتسمت بدرجات
البعد الثالث .

الوصف العام :
نظمت الوحدة
لونية وحجمية مختلفة

المناقشة والتحليل :

ان اولى الملاحظات التي يمكن ان يتوصل اليها المتلقي داخل فضاء الملصق هو تعدد الحالات الواضحة لاساليب الادائية التي تحقق ايهاا بالبعد الثالث ولكن وسيلة التدرج الحجمي للاشكال التي اعتمدها المصمم تعد اولى هذه الاساليب فالشكل الذي مثل غصن الاشجرة الذي احتل الجانب الايسر منه ويبدو وكأنه الاقرب إلى بصر المتلقي من الاشكال المتعددة الاخرى .. مما احدث تفاوتاً مسافياً واضحاً بينة وبين الاشكال البنائية الاخرى مما يؤسس ناتجا بالايحاء إلى وجود عمق فضائياً (بعد ثالث) وليحقق بعداً جمالياً قد اسهم في تعزيزه الالوان التي ضمها الشكل الذي مثل غصن الشجرة من اللونين (الاخضر والاخضر الفاتح) وهي الوان طبيعية تثير الارتياح لبصر المتلقي . اضافة إلى التدرج الحجمي واللوني ضمن حدود الشكل الواحد فالشكل الدائري والذي يتخذ من اعلى الملصق موقعا له والمتكون من مجموعة حلقات متدرجة في اللون والحجم اعطى شعوراً بأنه ينحدر باتجاه العمق محققاً البعد الثالث .

ومن الاساليب الادائية الاخرى التي تحقق ايهاا بالبعد الثالث والتي تثير الانتباه نحوها هو اسلوب المنظور الخطي بالمساحة الفضائية التي مثلت شكل الارض وجاءت على شكل خطوط باتجاه العمق يمكن ان يدرك من خلال اتجاهايتها بما يسمى بنقطة التلاشي ، وتحصر هذه الخطوط فيما بينها اشكالا هندسية ذات الوان متضادة انحصرت ما بين القيمة الضوئية (السوداء ، البيضاء) . محققة هي الاخرى تصاغرا حجمياً لهذه الاشكال باتجاه العمق ولتعزز الاليهام بالبعد الثالث .. والبعد الجمالي على حد سواء وقد احيط بهذه الخطوط والاشكال الهندسية من جوانبها (الايمن والايسر) شكل يحمل لونا ترابيا يمثل شكلا بجدارين ويوجد بداخله مجموعة من الاقواس على شكل منظور خطي ممتد نحو العمق لتوحي بالبعد الثالث وقد عزز هذا الاحتمال ان الاقواس المتكررة الموجودة داخل كل جدار قد حملت اسلوباً يدل على ان هناك عمق فضائي ينساب إلى الداخل اضافة إلى التدرج الحجمي في حجم هذه الاقواس المتجهة نحو العمق والتي يظهر من خلالها بان الفتحة الاولى الاكبر حجماً وكانها اقرب إلى بصر المتلقي من الفتحات الاخرى التي تليها ذات الاحجام الاصغر ويتحقق من خلال تكرار هذه الفتحات ايقاعاً متناقضاً منتظماً ومتناغماً لاشك انه حقق ناتجاً جمالياً واضحاً .

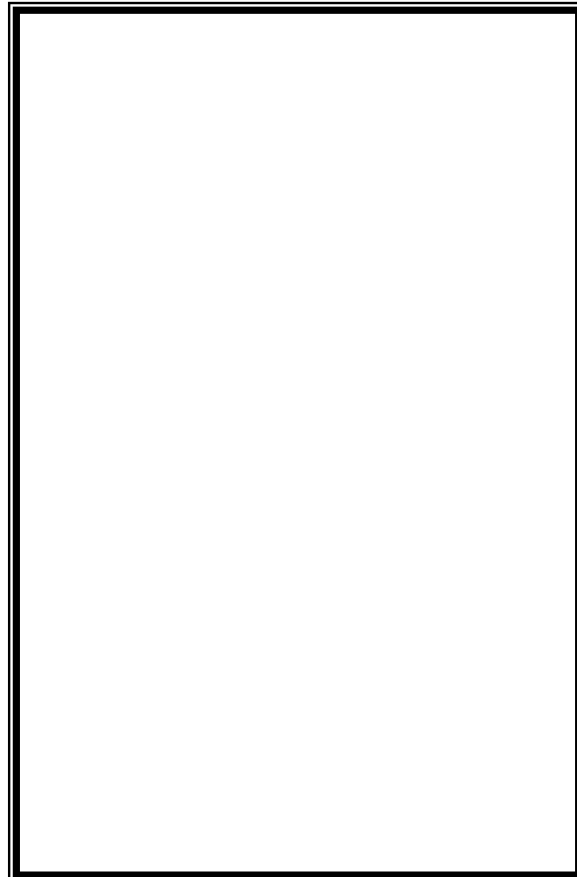
ومن الاساليب الادائية الاخرى التي حققت البعد الثالث داخل فضاء الملصق متمثلة بحالات التراكب المتعددة بين الاشكال المتكون منها الملصق . اضافة إلى التراكب بين هذه الاشكال والفضاء الحاوي لها . كل هذه الحالات جعلت من العين في حركة وتنتقل نحو الداخل او المقدمة وبالتالي تحقيق نوع من العمق الفضائي . فضلاً عن تقنية تقدم الالوان وتاخيرها التي استخدمها المصمم المتمثلة باللون الاحمر للشكل النصف دائري الموجود في اسفل الملصق الذي اعطى احساساً يتقدمه على

الالوان الاخرى نسبة إلى اطواله الموجية العالية . ومن الوسائل الاخرى التي حققت قوة جذب اضافة إلى العمق داخل فضاء الملصق هو التدرج اللوني حيث ضم الفضاء المقرر له والذي جاء من الغامق المحتل محيطيته السفلى للملصق ويستمر هذا التدرج حتى قمة الملصق ساحبا بصر المتلقي ونحو هذا التدرج .

ومن وسائل التنظيم التي اسهمت في تحقيق جماليات البعد الثالث هو التباين اللوني والحجمي والشكلي المنتشر في فضاء الملصق والتي عكس نوعا من الاتجاهية اسهمت في تحقيق استلام زمني متنوع انتج ايهاما بالعمق اضافة إلى التوازن الذي يعد شبه متماثل بالشكل واللون والذي جاء محقق هو الآخر عمقا فضائيا اسهم في انتقال بصر المتلقي نحوه .

فضلا عن الانسجام والسيادة الفضائية واللذين ساهما في تماسك وترابط الاجزاء التي احتواها الملصق . ومن وسائل التنظيم الاخرى هو الايقاع المتناغم الذي احدثه التكرار المنتظم للخطوط العمودية والاقواس والذي احدث جذبا بصريا تنتقل العين من خلاله من شكل إلى اخر بشكل متتابع محققا ومساهما في الوقت نفسه في تعزيز ناتج الوحدة التي عملت على تفعيل مبدأ الشد والجذب الفضائي في الاشكال الموجودة داخل الفضاء التصميمي وهو ما عمل على تحقيق الجانب الوظيفي والجمالي .

رقم العينة
تاريخ الاصدار
عنوان العينة
القياس
(4)
2004
العراق الجديد
30×45سم



الوصف العام :

ملصق جاء متكونه الاساسي من استخدام الصورة الفوتوغرافية لثلاثة اشخاص احدهم يرفع الطفل الالاعلى والاخر بجانبه بطريقة متراكبة يعبر عن فرحته . وقد تراكبت هذه الاشخاص على الشكل الذي احتل المركز البصري الذي يمثل (خارطة العراق) .

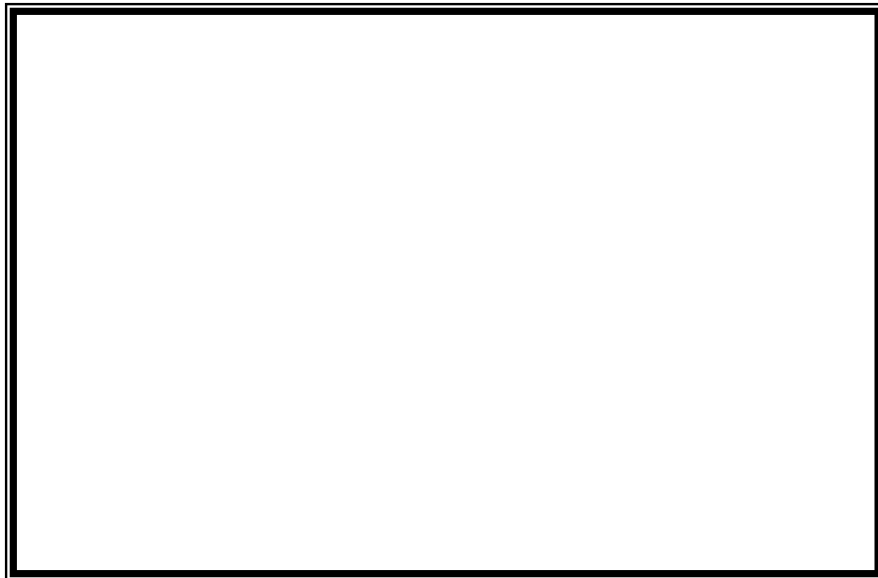
المناقشة والتحليل :

ان هناك اساليب ادائية متعددة وكلها تسهم في تحقيق ترابط العلاقات التصميمية وتماسكها ومن ثم تعزز النجاح للعملية التصميمية بوجه العموم .. ولا شك ان الفنان (المصمم) قد اعتمد على فكرة مضمونة الاساسية على مبدأ السيادة (الهيمنة) وهو اسلوب يسحب بصر المتلقي نحوه .. وذلك باعتماده على الشكل الاساسي السائد المتمثل بصورة الطفل التي احتلت جزءاً كبيراً من مساحته فضاء الملصق وبالتالي لتبدو وكأنها اقرب إلى بصر المتلقي من بقية الاشكال الاخرى التي اعتمدها المصمم ولتؤسس تنظيماً يمكن ان يستلم المتلقي من خلاله ان هنالك تدرج هجري متفاوتا بين الشكل السائد والشكل الذي يمثل (الرجل) ، وهذا بحد ذاته يحقق تفاوتاً مسافياً اولاً ومن ثم يؤسس ناتجاً جمالياً جاذباً للبصر وهذا الجذب يعزز من خلال فكرة الملصق التي حملت طاقات تعبيرية واضحة وفاعلة في الوقت ذاته .

ومن الاساليب الادائية الاخرى التي حققت ايهاًما بالبعد الثالث داخل فضاء الملصق (عينة البحث) هو حالة التراكب (الكلي والجزئي) الحاصل بين الاشكال الاساسية . والشكل ذي القيمة اللونية البيضاء الذي مثل (خارطة العراق) وحالة التراكب الحاصلة ما بين هذه الاشكال وخلفية الملصق التي لونت بالوان العلم العراقي (الاحمر ، الابيض ، الاحمر) ... وحالات التراكب المتعددة هذه اسهمت إلى حد بعيد بالتفاوت في المسافات الوهمية داخل فضاء الملصق لتوحي ان هناك عمق فضائي (بعد ثالث) .

ومن الاساليب الاخرى التي اعطت ايهاًما بالبعد الثالث هو التدرج اللوني لفضاء الملصق التي جاء من الغامق في الاسفل إلى الفاتح في الاعلى من خلال اللونين (الاحمر ، والاحضر) ساحبة بصر المتلقي بذات الاتجاهية موهمة اياه بالبعد الثالث . فضلاً عن ان هناك قيم جمالية متعددة عززتها بعض وسائل التنظيم المتحققة والتي ياتي في مقدمتها التباين العالي المتمثل بين اللون الابيض والاسود والاحمر والاحضر . وازضافة إلى التباين الشكلي الموظف في الكل العام وكذلك التباين في حجم الخط . فضلاً عن التوازن المتحقق من خلال اللون ومن خلال الخط الموجود في الاعلى والاسفل من الملصق . كل هذه الوسائل عملت على ترابط وتماسك وحدة الملصق الاساسية .

رقم العينة (5)
تاريخ الاصدار 2004
عنوان العينة شهر رمضان
القياس 45×30 سم



الوصف العام :

ملصق نظمت وحداته الانشائية على وفق علاقات شكلية اعتمدت الصورة الفوتوغرافية . وقد ضمت شكلا يمثل أحد المساجد . ويوجد في وسط الملصق مسجد الذي صورته المصمم بحجم صغير ومندفع نحو العمق .

المناقشة والتحليل :

من اولى الملاحظات التي يمكن ان يستلمها بصر المتلقي والتي تحقق ايهاما بالبعد الثالث هو حالة التجسيم للشكل السائد الذي مثل قبة احدى المساجد والتي تحققت بفضل التدرجات الضوئية للون الازرق الفاتح مما يعطي احياء بالتجسيم .. وقد ساعد في تعزيز ذلك هو جزء من شكل الدائرة ذي القيمة البيضاء الذي جاور الجانب الايمن للشكل السائد ليتحقق من خلالها تضادا لونيًا وتفاوتًا في المسافة ما بين بصر المتلقي وموقعها الفضائي . وكلاهما يساهمان في تحقيق ناتج جمالي يجذب الانتباه نحوه .

ولا شك ان موضوعه الملصق التي حملت عنوان (شهر رمضان) هي بحد ذاتها موضوعة تشد الانتباه نحوها لما لهذا الشهر من تاثير فاعل في حياة الانسان ومن ضمنهم الفنان (المصمم) الذي ركز على الاختزال الشكلي لغرض ايصالها إلى المتلقي وهذا الاختزال يعد من وسائل التنظيم التي تحقق ناتجا جماليا متباينا من خلال اثاره الانتباه والبصر نحو موقعها الفضائي .

ومن الاساليب الادائية التي حققت استلاما بايهام البعد الثالث متمثلة بالشكل الذي يمثل المسجد الذي صورته المصمم بحجم صغير ومندفع نحو العمق ساحبا بصر المتلقي من خلالها ومحققا البعد الثالث . فضلا عن التدرج الحجمي في حجم القباب . وهي وسيلة مهمة وفاعلة لا يصلح حكم بان هناك عمق فضائي . وقد عزز ذلك اتجاهيته نحو العمق . فتظهر القبة الاولى الاكبر حجما وكأنها اقرب إلى بصر المتلقي من القباب الاخرى التي تليها ذات الاحجام الاصغر . مما احدث تفاوتًا مسافيا واضحا بينهما مما يؤسس ناتجا بالايحاء إلى وجود عمق فضائي (بعد ثالث) . وبالتالي تضيف بعدا جماليا .

ومن حالات الايهام الاخرى التي اعتمدها المصمم في هذا الملصق هو حالات التراكب المتعددة والحاصلة ما بين الشكل السائد وظلاله اولا . وما بينهما وفضاء الملصق ثانيا ليطهر ان الشكل المتمثل بشكل القبة هو الاقرب لبصر المتلقي وابعاد الاشكال الاخرى . ثم ان التدرج الملسمي الحاصل بفضاء الملصق (خلفيته) قد اسهما في تعزيز ذلك التفاوت المسافي وفي تحقيق ابعاد جمالية اخرى مضافة .. وعلى الرغم من ان المصمم قد اعتمد في تكوين ملصقه على عنصر اللون الواحد وتدرجاته وتمثل ذلك باللون الازرق وتبايناته التي اظهرت قربا وبعدا داخل فضاء المقرر ، معتمدا على وسائل التنظيم التي حققت هي الاخرى ناتجا جماليا وقد تمثلت هذه الوسائل بالتباين المتحقق في اللون والشكل اضافة إلى التباين في حجم الخط المتمثل بالكتابة الموجود على الملصق وكذلك التوازن المتحقق من خلال اللون والقيمة الضوئية . ثم السيادة التي تعد من الوسائل التنظيمية الهامة في تحقيق العمق من خلال تقدم العنصر السائد . اضافة إلى السيادة اللونية المتحققة في فضاء الملصق . ثم الايقاع المتناقض المتحقق من التكرار الشكلي المتمثل بالقباب التي اسهمت بشكل فعال في تحقيق البعد الثالث . فضلا عن الانسجام اللوني الذي ساهم في تماسك وترابط الاجزاء التي احتواها الملصق . وبذلك فان هذه الوسائل التي تسحب بصر

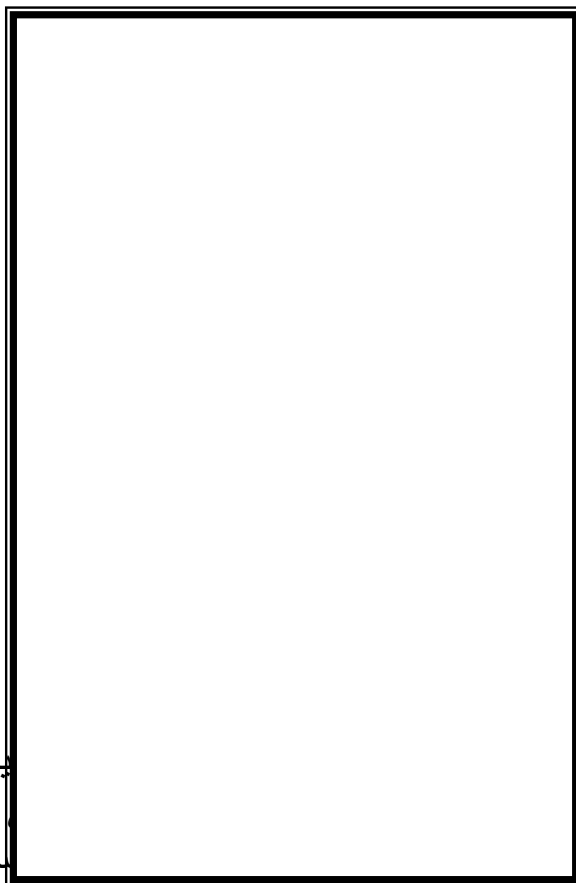
المتلقي نحوها ومحقة في الوقت ذاته وحدة تصميمية مترابطة ساهمت هي الأخرى في تحقيق الجمال ومن ثم تعزيز الاتصال .

رقم العينة 6

تاريخ الاصدار 2004

عنوان العينة العراق الجديد

القياس 30×45 سم



الوصف العام :

نظمت الو
طبيعية وهندسية
الذي ضم الوانه

ية مكثفة ضمت اشكالا
المتمثل بالعلم العراقي
سوداء).

المناقشة والتحليل :

ان اولى الملاحظات التي يدركها بصر المتلقي لتأسيس ايهاما بالبعد الثالث فقد تمثلت بالتراكب (الجزئي والكلي) الحاصل بين الاشكال التي اعتمدها المصمم داخل فضاء الملصق . (عينة الدراسة) . فقد جاءت لتجعل من الشكل الكامل (المستطيل وصورة الاطفال الثلاثة) وكأنه احتل الموقع الاقرب الى بصر المتلقي وابتعاد الاشكال الهندسية الاخرى وتراجعها عن الشكل المتقدم لتوهم بصر المتلقي بالتباين في المسافة بين كل هذه الاشكال ...

ثم التدرج الحجمي الحاصل باشكال الاطفال الثلاثة داخل شكل المستطيل هو الاخر عزز الاعتقاد بايهام البعد الثالث . حيث ان التباين الحجمي بينهما قد ظهر ان الطفل الذي في الوسط هو الاخر اقرب الى بصر المتلقي وابتعاد شكلي الطفلين عن بصره .. وهذا بحد ذاته قد حقق ايهاما بوجود عمق داخل شكل المستطيل . فضلا عن اسلوب الاختراق الحاصل من شكل الطفل الى خارج المستطيل قد اضاف جانبا جماليا اثار الانتباه نحوه .

وبذلك فان حالات التراكب المتعددة الحاصلة بين الاشكال المتعددة قد عززت الاعتقاد بذلك الايهام ولتضيف جمالا داخل فضاء الملصق . ومن الاساليب الادائية الاخرى التي تحقق البعد الثالث داخل فضاء الملصق فقد مثلت باسلوب الالوان المتقدمة والمتخرة التي جعلت من الالوان البراقة (الناصعة) وكأنها اقرب الى بصر المتلقي وابتعاد الالوان الاخرى (الهادئة) عن بصره مما يضيف جوا من الاعتقاد بتعدد المسافات بينهما ولتحقق جانبا جماليا يبتغيه المصمم .

ومن الاساليب الاخرى التي حققت الايهام بالبعد الثالث والتباين في موقع الصورة . وقد تمثلت بعنوان الملصق التي اعتمدت على الاشكال الحروفية التي تكونت من مقطعين ضم كل منهما لونا مغايرا عن الاخر ومحققا تراكبا جزئيا بينهما ... ومن جانب تظهر كلمة جديدة ذي اللون الازرق اقرب من كلمة (العراق) ذي اللون الاحمر وعلى الرغم من ان الطول الموجي للون الاحمر اكثر من الاخر (الازرق) الا ان نظام التراكب قد اظهر الكلمة الاولى (الجديد) لتخفي جزءا من الكلمة الثانية (العراق) . ومن جانب اخر تظهر الكلمتان (عنوان الملصق) وكأنهما اقرب الى بصر المتلقي من الصور الموجودة في الاعلى لقربهما من المحيطية السفلى لفضاء الملصق .

ثم ان التجسيم الظاهر بشكل العلم العراقي الذي اعتمد على التدرجات الضوئية للالوان المعتمدة وقد اظهر تقوسا واضحا لحركة العلم لتظهر تجسيما (عمقا) فضائيا داخله ومحققا في الوقت ذاته جانبا جماليا لما يحويه هذا الشكل من قيم ودلالات ومعاني تثير الارتياح والفرح للفرد والمجتمع على حد سواء . وقد عزز هذا الجانب الجمالي اسلوب الايهام بحركته التي ظهرت واضحة لتجعل منه شكلا مهيمنا وسائدا على الاشكال المعتمدة الاخرى . مما ينسحب البصر نحو موقعه الفضائي الذي جاء هو الاخر مهيمنا في مركزه البصري .

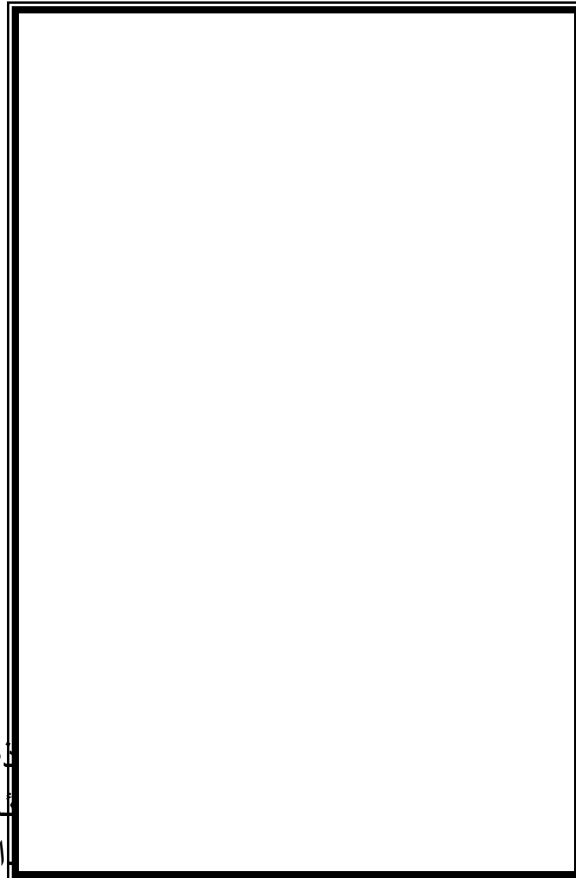
ومن وسائل التنظيم التي اسهمت في تحقيق جماليات البعد الثالث والتي جاءت متحققة في الملصق هو التوازن اللوني والشكلي والانسجام اللوني اللذان ساهما في تحقيق الترابط بين الاجزاء البنائية اضافة الى التباين الحاصل بين الاشكال وخلفياتها (فضائها) والذي اضاف قيما جمالية ساعد ذلك في تعزيز الاتصال لتلك الاشكال اضافة الى التناسب في احجام الاشكال المعتمدة التي جاءت لتعزز ترابط اجزاء الملصق محدثة وحدة تصميمية مترابطة . فضلا عن التكرار في اشكال الشخص وصور والذي اسس ناتجا ايقاعيا غير منتظم وحقق جذبا بصريا تنتقل العين من خلاله من شكل الى اخر بشكل متتابع محققا ناتجا لوحدة الملصق الاساسية .

رقم العينة 7

تاريخ الاصدار 2005

عنوان العينة المرأة

القياس 30×45 سم



الوصف العام :

نظمت العملية الانشائية

تمثل بشكل فتاة (ط)

الحمراء والصفراء

التي اعتمد شكلا سائدا

الذي ضم الالوان

البيضاء .

المناقشة والتحليل

من اولى وسائل التنظيم التي حققت ايهاماً بالبعد الثالث داخل فضاء الملصق يلاحظها بعد المتلقي هي التجسيم الحاصل في الشكل السائد (الفتاة) من خلال التدريجات الظلية واللونية والنسبة والتناسب المتحققة في اجزاء جسمها كلها حققت ايهاماً بالبعد الثالث ومحقة الجمال في الوقت ذاته حيث احتوت الواناً هادئة أظفت جواً من التشويق لبعده المتلقي واعتمدت على التدريجات اللونية للون الازرق الذي جاء متوافقاً ومنسجماً مع مضمون الفكرة الاساسية ، ومع الالوان التي جاورت هذه الالوان حيث حققت انسجاماً لونياً يمكن ان يحقق ناتجاً جمالياً واضحاً . فضلاً عن حالة التجسيم التي ظهرت واضحة في شكل الحقيبة النسائية بوسيلة التدريجات الظلية للقيمة الضوئية السوداء .

ومن الاساليب الادائية التي اسست ناتجاً بايهام البعد الثالث هي حالات التراكيب المتعددة ما بين الشكل السائد وفضائه من جهة وما بين اجزاء الشكل السائد من جهة ثانية وما بين هذه الاجزاء وفضاء الملصق من جهة ثالثة كل هذه الحالات في التراكيب اسهمت في تحقيق نوع من العمق الفضائي . ومن الاساليب الاخرى التي حققت ايهاماً بالبعد الثالث ظلال الاشكال الذي اعتمد المصمم في حزام الحقيبة النسائية حيث ظهر شكل الحزام وكأنه اقرب الى بعد المتلقي من ظلاله وهذا الاختلاف يؤدي الى الايهام بالبعد الثالث ويضيف في الوقت ذاته واقعية تثير الارتياح لبصرة محققة نسبا جمالية مبتغاة .

ومن الاساليب الاخرى التي توهم بالبعد الثالث الالوان المستخدمة في الشكل الوجه المكبر فتبدو الالوان الحمراء والصفراء وكأنها أقرب الى بعد المتلقي وابتعاد الالوان الاخرى المتمثلة بالالوان الاخرى المحيطة بهذين اللونين وذلك اعتماداً على مبدأ الالوان المتقدمة والمتأخرة وحسب الاطوال الموجية لكل منها .

من النتائج الجمالية التي تحققت في الملصق تمثلت بفكرته التي اعتمدت على شرعية مهمة في المجتمع العراقي لتسهم في بناء مستقبل العراق العزيز وتطوره ورقية كون ان هذه الشرعية تعد الاساس في تقدم الامم والشعوب .

ومن الاساليب الاخرى التي حققت ايهاماً بالبعد الثالث فقد اعتمدت عنصر الاتجاهية عبر توجيه نظر الفتاة باتجاه عمق الملصق وهذه الاتجاهية اسهمت في سحب ليمر نحوها لتعزز الاتصال وبالتالي تحقيق الجمال داخل فضاء الملصق . اضافة الى القيم الجمالية التي عززتها وسائل التنظيم التي منها حالة الانسجام في اللون ثم حالة التباين الحاصلة في اللون ايضاً . فضلاً عن التوافق اللوني والسيادة اللونية . وتحقق اتصالاً يمكن ان ينشأ منه جمال يجذب بعد المتلقي نحو اضافة الى التوازن المتدقق في اللون .

رقم العينة (8)

تاريخ الاصدار 2005

عنوان الانتخابات

القياس 38 × 33 سم



الوصف

منصوب جاء منحوتة التصميمي معتمدا على الشكل السائد المتمثل بخارطة العراق المقسمة إلى ثلاثة اقسام بشكل افقي لتمثل ألوان راية العراق . وقد استعاض المصمم عن النجوم الثلاثة ولفظ الجلالة الله اكبر بصندوق تعبيرا عن موضوع الانتخابات .

المناقشة والتحليل :

ان اولى الحالات التنظيمية التي يمكن ان يستلمها المتلقي داخل فضاء الملصق (عينة الدراسة) فقد تمثلت بالنظام المعتمد للملصق والذي اظهر قيما جمالية متعددة جاء اوضحها بفكرته الاساسية التي تمثلت بالاشكال الاساسية التي ارتبطت مع بعضها بصورة منتظمة وفاعلة ليستلم المتلقي مضمونها في موضوع الانتخابات وهي بحد ذاتها تؤسس ناتجا جماليا جاذبا إلى حد سواء ...

واعتمد المصمم في ملصقه على الشكل الذي احتل المركز البصري والذي من خلاله يمكن ان يستلم المتلقي بالايهام بالبعد الثالث تمثل بالتدرج الحجمي خارطة العراق . حيث يبدو الشكل الاول اصغر حجما واقرب الى بصر المتلقي من الشكل الاخر الذي يبدو افصح لونا ومندفعا إلى العمق ومحققا في الوقت نفسه تناسبا حجميا مولدة من خلالها قيم الجمال . حيث لون الشكل الاول بالوان العلم العراقي المتمثلة (بالاحمر ، الاسود ، الابيض ، الاخضر) وبشكل افقي . فضلا عن الاسلوبية التي اعتمدها المصمم المتمثلة بالتجسيم والتباين الضوئي في تحديد الحدود الخارجية للشكل الاساسي معلنة اهتماما جماليا ابدع المصمم في اصاله إلى المتلقي موهمته بالبعد الثالث .

من الاساليب الاخرى التي تحقق ايهاا بالبعد الثالث تمثلت بحالات التراكب المتعددة بين الاشكال التي اعتمدها الفنان (المصمم) والتي تمثلت بين الشكل الذي يمثل (يد الانسان) ومكعبا يمثل (صندوق الانتخابات) الذي اظهر المصمم منه ثلاثة جوانب متمثلة بالابعاد الثلاثة ليظهر وكأنه مجسم وقد لون بلون اخضر وقد استعاض به المصمم عن النجوم الثلاثة ولفظ الجلالة (الله اكبر) وبين الشكل الذي مثل خارطة العراق الذي تراكب على الفضاء العلم للملصق . كل هذه الحالات اعطى تدخلا بفضاءات الضمنية للملصق واحساسا بالبعد . فضلا عن الظلال التي تمتد خلف الصندوق التي احدثت ناتجا واضحا بادراك الايهام بتقدم ذلك الجزء إلى بصر المتلقي من الظلال التي تقع خلفه . كل هذه الاساليب ساهمت إلى حد بعيد في تحقيق القيم الجمالية المبتغاة فضلا عن دورها في تحقيق البعد الثالث .

وهناك خطوط قوسية ذات قيمة ضوئية بيضاء متدرجة حيث يبدو القوس الاصغر حجما ابعد من الاخر الاكبر حجما وقد اخترقت هذه الخطوط القوسية جزءا معيناً من الخارطة وتراكبه عليها في اجزاء لتؤسس ناتجا يتقدم احدهما وتاخير الاخرى . لذلك فقد اعتمد لها المصمم هذه الخطوط ليمسك المتلقي من خلال اتجاهياتها من الداخل نحو الخارج وبالعكس . ان هناك فوارق مسافية يحقق المصمم من خلالها هدفين اساسيين تمثل الهدف الاول بتأسيس ناتج وظيفي تضمن ايهاا بالبعد الثالث (العمق الفضائي) في حين ان الهدف الثاني والاساس تمثل بالناتج الجمالي الذي يعزز الاتصال وسحب البصر نحو فضاء الملصق وبالتالي تتبع خطواته التصميمية والتنظيمية على حد سواء ...

ومن الاساليب الاخرى التي تحقق البعد الثالث هو التدرج اللوني الحاصل في فضاء الملصق فضلا عن التباين في القيمة الضوئية محدثا تفاوتاً مسافيا يحدث ايهاا بالعمق الفضائي (البعد) . ومضيفا قيمة جمالية اخرى اضافة إلى القيم التي تحققها

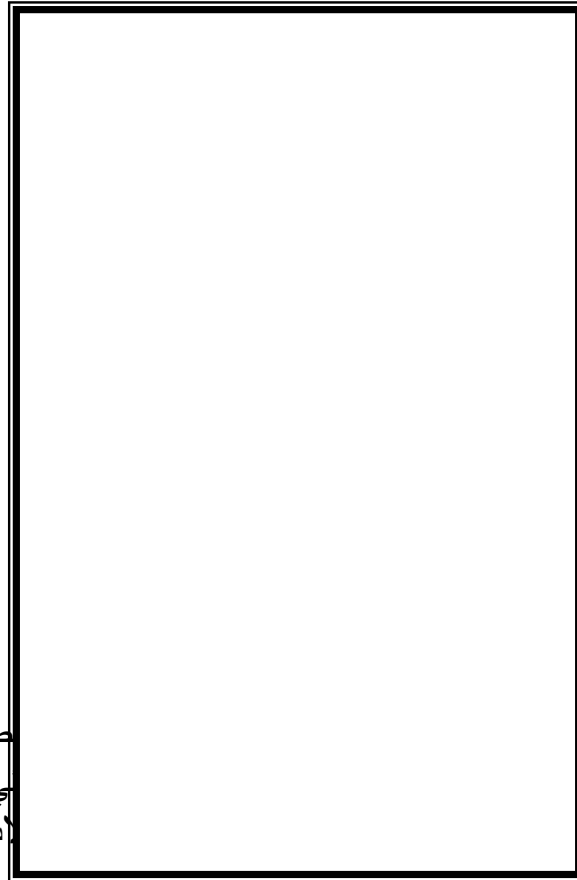
وسائل التنظيم المتعددة . ومن اولى هذه القيم التباين اللوني الحاصل في الملصق . فضلا عن السيادة لشكل الاساسي الذي يجذب البصر نحوه خاصة وانها احتلت موقعا بصريا مهما داخل فضاء الملصق . فضلا عن الانسجام اللوني الحاصل في الفضاء التصميمي فهو الاخر ساهم في تحقيق قيم جمالية اخرى . ثم الايقاع المتناقص الحاصل من تكرار الخطوط القوسية التي احتواها الملصق والتي اسهمت في تحقيق البعد الثالث اضافة إلى الوحدة التصميمية وكلها تؤسس نسبا من الجمال . فضلا عن التماسك والترابط الحاصل بين اجزاء ووحدات الملصق البنائية .

رقم العينة (9)

تاريخ الاصدار 2005

عنوان الانتخابات

القياس 50 × 34 سم



الوصف العام :

ملصق جاء م
الفضاء المقرر . وق
يد مرأة على هيئة ش
الهندسي (المكعب) .

ضائيين شمالا مجمل
في الاعلى شكل يمثل
لاسفل فيتمثل بالشكل

المناقشة والتحليل :

من الاساليب التي توهم بالبعد الثالث التي أول ما يستلمها بصر المتلقي قد تمثلت بالشكل الهندسي (المكعب) الغير منتظم والذي ظهر بجوانب ثلاثة لتحمل ابعادا ثلاثة . وقد جاء هذا المكعب بالقيمة الضوئية (البيضاء) وقد عزز وضوحه التباينات الضوئية لكل من هذه الجوانب الثلاثة لتريح البصر وبالتالي تعزز الجمال نحو الموقع الفضائي الذي احتله الشكل الهندسي المذكور والذي عد شكلا اساسيا مكملا للشكل الاساسي الاخر المتمثل يد المرأة وعلى هيئة شجرة .. ليحقق المصمم من خلال فكرته هذه تركيزا للبصر لاستلام مضمون هذه الفكرة والتي يمكن ان تؤدي إلى الاعتقاد بان ما دام المرأة نصف المجتمع فبالتالي نسبة مساهمتها في بناء العراق وتقدمه وتطوره ينبغي ان تكون فعالة وفاعلة في الوقت ذاته وهدف من اعتبار يد المرأة بمثابة جذور للشجرة فهذه وحدة يعني أي المرأة هي اساس العطاء المتمثل بالشجرة المثمرة . وهذه الفكرة بحد ذاتها يمكن ان تسر بصر المتلقي وتفرحه وبالتالي تؤسس نسبة عالية من الجمال ، وهذا ما يهدفه المصمم اولا ... وقد ساهم في تعزيز هذه الجمالية الالوان الواقعية التي حملتها تلك الاشكال المتمثلة باللون (الاخضر ، الفاتح والقاتم و الاصفر والبني) والمتمثلة باوراق الشجرة . ومن خلال اختلاف وتباين ملامسها والتي انحصرت ما بين الملامس الخشنة والتاعمة . فضلا عن التباين اللوني والضوئي لهذه الملامس اسهم بشكل واضح في تحقيق البعد .

ومن الاساليب الاخرى التي توهم بالبعد الثالث في الملصق هو نظام الظلال التي اعتمدها بين الشكل الهندسي (الصندوق) وظلاله التي احاطت بجوانبه السفلى وقد حملت لونا غامقا ليظهر ان هنالك تباين لوني يمكن ان يريح البصر هو الاخر وليؤسس من خلاله ان هناك فوارق مسافية بين الشكل وظلاله وبالتالي يحقق توهما بالبعد الثالث . وجمالية تثير الانتباه نحوها . فضلا عن التراكب الكلي والجزئي الحاصل بين الاشكال مع بعضها ومع الفضاء العام للملصق مما زاد في تحقيق التفاوت المسافي بينهما ليستلم المتلقي ان هناك عمق نحو الداخل . اضافة إلى التدرج اللوني في الفضاء العام المتمثل بارضية الملصق الذي لزم بصر المتلقي بمتابعة مساره والتوجه نحو عمق المنطقة الفضائية .

ومن وسائل التنظيم التي اسهمت في تحقيق جمالية في داخل الملصق هو التوافق والانسجام بين الالوان والقيمة الضوئية المتباينة والتي اخفت قيما جمالية اسهمت في تحقيق الوحدة التصميمية للملصق . اضافة إلى التوازن في اللون والشكل عن طريق وضع الاشكال افقيا (متوازية مع الارضية للملصق) . اضافة إلى مبدأ السيادة التي جاءت متحققة في عناصر البناء المهمة والتي تمثلت بالشكل وصفاته المظهرية المتمثلة باللون والاتجاه والمساحة والملمس . فضلا عن القيمة الضوئية التي جاءت هي الاخرى ناصعة في موقع فضائي واقل نصوعا في مواقع فضائية اخرى مما اسهمت في تحقيق الايهام بالبعد الثالث بتقديم المواقع الفضائية ذات النصوع نحو المتلقي والمناطق الاقل نصوعا تبدو مندفعة نحو العمق .

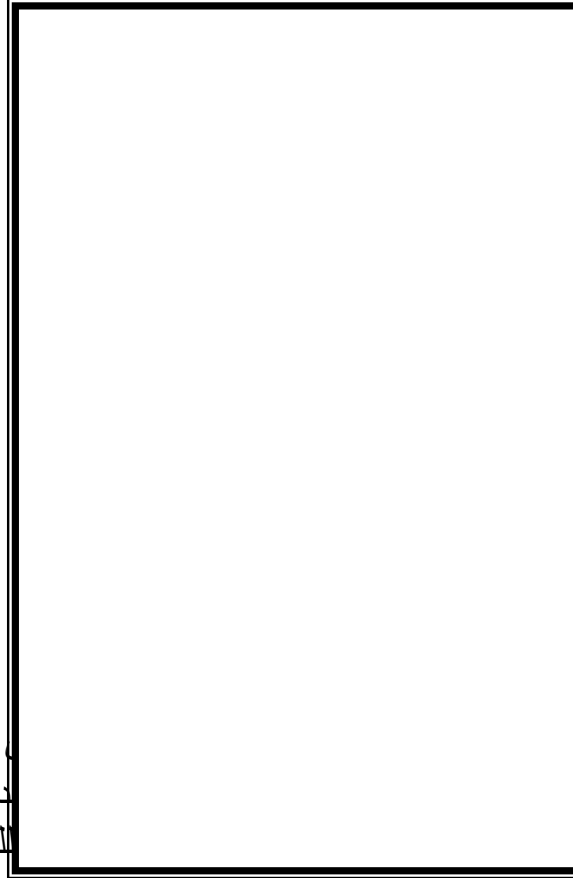
كما ان الوحدة التي جاءت من خلال تنظيم العناصر مع وسائل التنظيم
اسهمت كل منها في تحقيق هدفه الوظيفي والجمالي والتعبيري .

رقم العينة (10)

تاريخ الاصدار 2005

عنوان الانتخابات

القياس 30 × 45 سم



الوصف العام :

تكون الملصق
اللون الاخضر (ال
باللون الجوزي وال
الفاتح .
بخطوط العراق ذات
صندوق الانتخابات وجاء
اللون الازرق والازرق

المناقشة والتحليل :

من اولى الاساليب الادائية التي تحقق الايهام بالبعد الثالث تمثلت بالشفافية
الحاصلة بين شكل (خارطة العراق) التي جاءت بلون (اخضر فاتح) والخطوط
المستقيمة والمنحنية التي شكلت اشعاعا يحمل مجموعة من الاوراق البيضاء
المختلفة الحجم وكل هذه الخطوط تلتقي على شكل منظور خطي باتجاه الشكل
الاساسي الثاني الذي رمز لصندوق الانتخابات . الذي تمثل بشكل هندسي (مكعب)
وجاء باللون (الجوزي والاوكر) .

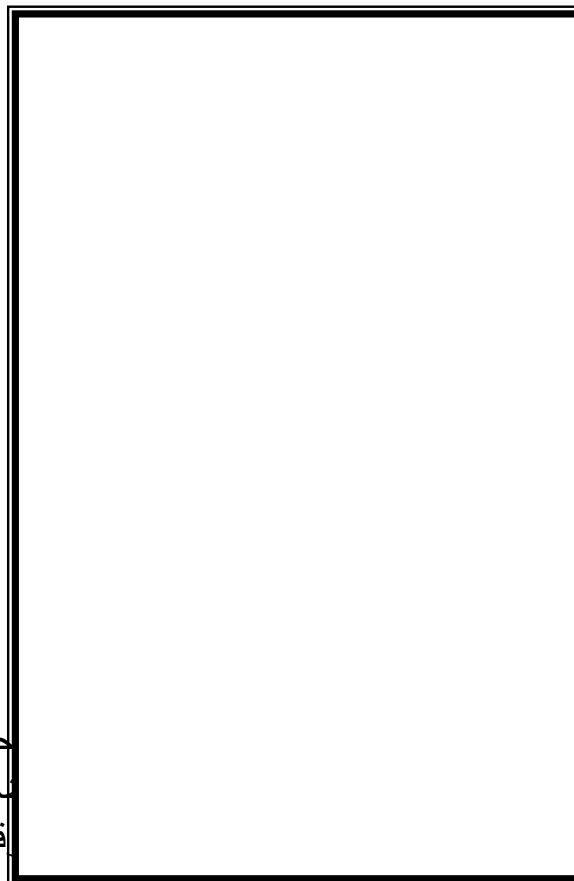
ومن الاساليب الاخرى التي تحقق الايهام بالبعد الثالث تمثلت بحالات
التراكب الكلي والجزئي الموجودة في الملصق ومن اولى حالة التراكب تمثلت بين
الخطوط وشكل خارطة العراق وبين خارطة العراق مع الشكل الذي يمثل خارطة
الكرة الارضية . لذا فقد عد هذا التراكب مترابكا مما زاد في تحقيق التفاوت المسافي
بينهما ليتسلم المتلقي ان هناك عمق نحو الداخل . وجاء تعزيز ذلك الخطوط الرفيعة

القوسية التي تشكلت على خارطة الكرة الأرضية التي جاءت بالقيمة اللونية البيضاء والتي تمثلت بحركة نصف دائرية تقاطعها خطوط منحنية باتجاه عمودي مما أدى إلى تكوين شبكة من الخطوط المتراكبة يتقدم بعضها على الآخر مولدا إحياءا يوهم بالبعد الثالث وتسهم في الوقت ذاته بحركتها وحركة البصر باتجاهها لتحقيق نسبا جمالية أخرى زاد في قيمتها الانسجام اللوني الذي تأسس من خلاله تباين لوني وتضاد في الوقت ذاته .

ومن علاقات التصميم التي يمكن ان يدركها المتلقي لاحداث ناتج في ايهاام بالبعد الثالث هو التدرج اللوني لفضاء الملصق الذي جاء باللون الازرق حيث يتدرج من الغامق الذي احتل المحيطية السفلى للملصق ويستمر هذا التدرج حتى قمة الملصق . محدثا تفاوتا مسافيا يحدث ايهااما بالبعد الثالث .

ومن وسائل التنظيم التي اسهمت في تحقيق البعد الثالث والتي تمثلت بالتباين الحاصل في اللون والحجم والشكل والخط والاتجاه . فضلا عن الايقاع المتحقق من تكرار الخطوط والذي ولد تناغما في العمل التصميمي اضافة إلى السيادة المتحققة عن طريق المتحقق الشكلي السائد ثم السيادة الفضائية والانسجام اللذان ساهما في تماسك وترابط الاجزاء التي احتواها الملصق بشكل وحدة تصميمية وقد ساعد ذلك الدرجة اللونية للفضاء العام التي اختارها المصمم والتي جاءت متوافقة ومتناغمة بينها وبين تلك الالوان التي استخدمها في الاشكال الاخرى كل هذه الوسائل عززت الترابط بين العناصر البنائية ومؤسسة وحدة تصميمية ومحقة ابعادا وظيفية وجمالية .

رقم العينة (11)
تاريخ الاصدار 2005
عنوان الانتخابات
القياس 34×50 سم



اختار المصمم
مترا بطة مع الاخضر
بذات اللون فضلا
وكانت فكرة الملصق ذات تعبير مباشر .

الوصف العام :

اختار المصمم
مترا بطة مع الاخضر
بذات اللون فضلا
وكانت فكرة الملصق ذات تعبير مباشر .

المناقشة والتحليل :

ان اولى الاشكال البانية للملصق والتي تحقق ايهاما بالبعد الثالث فقد تمثلت بالشكل السائد (الحمامة البيضاء) التي احتلت المركز البصري في الملصق . وقد جاءت لتحمل شيئا من التجسيم وذلك من خلال اختلاف وتباين ملامسها التي انحصرت ما بين الملمس الخشن والناعم فضلا عن التباين الضوئي حيث حملت اجزاء من جسمها ظلالا يدرك المتلقي من خلالها ان ما بين الشكل وظلاله اختلاف مسافي يتسلم منه ايهاما بان الاشكال تبدو اقرب من ظلالها وهو ما يحقق البعد الثالث ومعلنة في ذات الوقت اهتماما جماليا ابدع المصمم في اصاله إلى المتلقي.

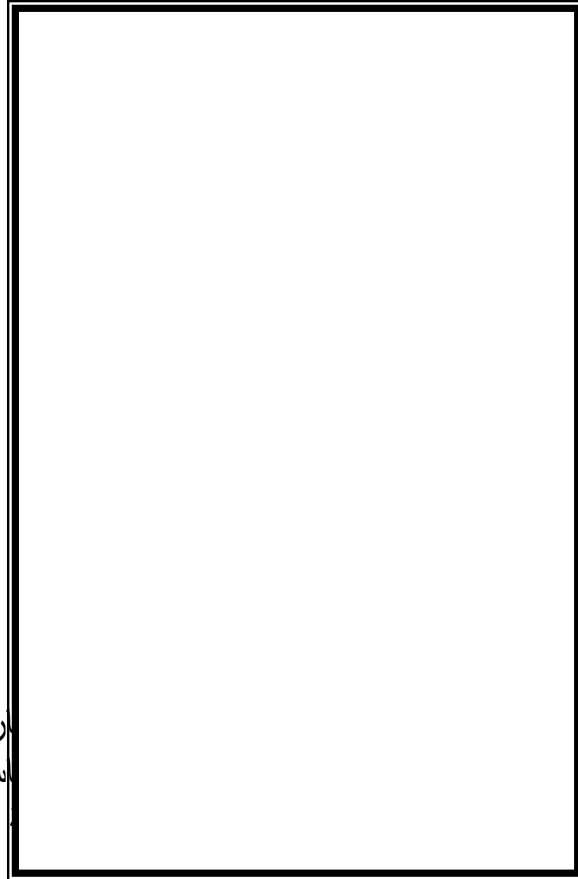
ومن الاساليب الادائية التي احدثت ايهاما بالبعد الثالث هو شكل الورقة البيضاء التي جاءت مطوية في مؤخرتها لتوضح الفروق المسافية التي اسهمت في الايهام بالبعد الثالث . وقد تعزز ذلك من خلال ظلال الجزء المطوي من الورقة ذاتها والتي احدثت ناتجا واضحا بادراك الايهام بتقدم ذلك الجزء إلى بصر المتلقي وابتعاد الجزء المتبقي من الورقة . وهذا الاسلوب ساهم إلى حد بعيد في تحقيق القيم الجمالية المبتغاة .

ومن الاشكال الاساسية التي اعتمدها المصمم والتي انتجت ايهاما بالبعد الثالث هو الشكل المكعب الذي مثل صندوقا للانتخابات وقد اظهر ثلاثة جوانب متمثلة بالابعاد الثلاثة ليظهر وكأنه مجسما خاصة وان تلك الجوانب الثلاثة قد احتل كل منها درجة لونية مختلفة عن الجانبين الاخرين ليحققا ناتجا جماليا ووظيفيا على حد سواء . وكذلك مجموعة الورود ذات اللونين (الاحمر والاخضر) التي احتلت مكانا بالقرب من راس الحمامة فقد جاءت هي الاخرى لتوحي للمتلقي من خلال اظهارها وكأنها مجسمة ولتضيف اقياما جمالية اخرى يمكن ان يستلمها المتلقي بكل وضوح .

ومن وسائل التنظيم الاخرى التي حققت ايهاما بالبعد الثالث هو التراكب الحاصل بين الاشكال الرئيسية .. والخطوط الدائرية بيضاء اللون التي تدرجت في احجامها .. وبدورها تراكيب على الفضاء العام للملصق . اضافة إلى الشفافية لتؤسس ناتجا جماليا يضاف إلى النواتج الجمالية التي حققها وسائل التنظيم الاخرى والتي منها السيادة لشكل الحمامة التي جذبت البصر نحوها خاصة وانها قد احتلت موقعا بصريا مهما داخل فضاء الملصق ثم الانسجام اللوني والشكلي هما الاخران قد ساهما في تحقيق نسب جمالية اخرى . بل ان فكرة الملصق الاساسية هي الاخرى قد اسهمت إلى حد بعيد في اغناء الملصق جماليا " لتعزز الاتصال نحوها وهو هدف أساسي لمصمم الملصق كذلك التوافق اللوني الذي ظهر ما بين عناصره وخلفيته (فضائه) الذي جاء باللون الغامق (الازرق المسود) الذي اعطى احساسا بالجمال والمتعة .



عينة رقم
تاريخ الاصدار 2005
عنوان العينة
الانتخابات
القياس
45×65 سم



رطة العراق احتل معظم
سي متكررا ثلاث مرات

الوصف العام
تكون
المساحة المقر
وتمثل بالايادي

المناقشة والتحليل :

من الملاحظات الهامة التي تجذب بصر المتلقي نحوها وكونها تؤسس ناتجا بالبعد الثالث . هو الشكل السائد (خارطة العراق) الذي ظهر وكأنه اقتطع من فضاء الملصق . محققا تركيزا للبصر رافقه ناتج جمالي واضح اسهم في تعزيز الاتصال للفكرة الاساسية التي مثلت نوعا من التكاتف والتعاون والتآخي لنصرة العراق . وهي حالات تنثير الارتياح والبهجة لبصر المتلقي .

ومن الاساليب الادائية التي تحقق الاليهام بالبعد الثالث داخل فضاء الملصق والتي اعتمدها المصمم هي حالات التراكب والتداخل الحاصلة بين الاشكال المتكررة التي مثلت الايادي المتصافحة وظهرت وكأنها مجسمة متضمنة عمقا فضائيا من خلال التدرجات الظلية التي عززت الاليهام بالبعد الثالث وكذلك تحقيق جانب جمالي ساهم في ذلك التناغم الحاصل من الايقاع (المتزايد والمتناقص) الذي ينتقل فيه بصر المتلقي بصورة متسلسلة ومتتابعة . فضلا حالات التراكب الاخرى الحاصلة بين هذه الوحدات وفضائها العام مما وفرت للمتلقي استلاما بتأثير فاعلية التفاوت في المسافات مما اعطت احساسا بالاليهام بذلك البعد . فضلا عن الناتج الجمالي الذي يستلمه المتلقي بكل وضوح .

ثم ان الالوان التي ضمتها هذه الاشكال قد جاءت متباينة من ناحية الاطوال الموجية لكل منها مما جعلت بصر المتلقي يشعر . وكان الالوان الحارة تبدو اقرب اليها وابتعاد الالوان الاخرى ذات الطول الموجي الاقصر وكأنه ابعد . وهذه الاختلافات المسافية ستوهم المتلقي بان هناك بعد ثالث .

ومن الاساليب الاخرى التي عززت الاليهام بالبعد الثالث الدرجات الظلية التي تحيط بشكل خارطة العراق محققة ايهاما بتقديم شكل الخارطة عن الظلال التي احيطت بها ، وهي حالة من حالات الاليهام بالبعد ، حيث يدرك المتلقي ان مابين الاشكال وظلالها اختلافا مسافيا وتضيف في الوقت ذاته جانبا جماليا .

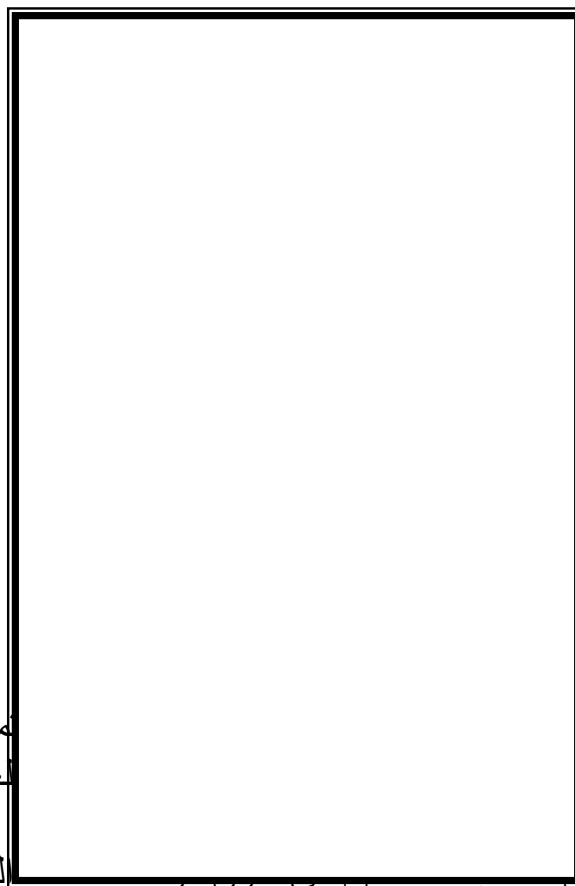
ومن وسائل التنظيم التي حققت جذبا بصريا اضافة الى الجمال هي السيادة لشكل خارطة العراق التي جعلت منه شكلا مهيمنا داخل فضاء الملصق ، فضلا عن التباين في اللون والاتجاه ثم مبدأ التوازن الذي تم تحقيقه عن طريق وضع الاشكال افقيا (متوازيا مع ارضية الملصق) ثم التناسب الذي ادى الى احداث التأثير في الاختلاف المسافي والذي جاء متحققا في الشكل واللون والاتجاه ، كل تلك الفعاليات اسهمت في تحقيق الوحدة التصميمية للملصق .

رقم العينة (13)

تاريخ الاصدار 2005

عنوان العينة الانتخابات

القياس 3.4×50 سم



الوصف العام :

تمثل بشكل شمعة ذات
عراقي في وضعيات
الابيض ، الاخضر ،
الدرجات

ملصق
اللون الاصفر ، و
مختلفة نضم الوان
والاسود) فضلاً عن

المناقشة والتحليل :

من اولى علاقات التصميم التي اسست ناتجاً بايهام البعد الثالث هو الشمعة التي اظهرها المصمم مجسمة والتي لونت باللون الابيض ومضيئة باللون الاصفر ، وتحتل الجانب الايسر الاسفل من الملصق معززة انتباه المتلقي كونها جاءت سائدة داخل فضاء الملصق .

ومن الاساليب الادائية الاخرى التي اسهمت في تحقيق ايهاماً بالبعد الثالث هو ذلك التراكب (الكلي والجزئي) الحاصل بين الاشكال المتكررة للعلم العراقي والتي جاءت بصورة غير منتظمة ، وكذلك التراكب الحاصل بين الاشكال الاخرى التي تراكبت على انصاف دوائر وعلى الخطوط العمودية التي بدورها تراكبت على الفضاء العام للملصق ، كل هذه الحالات اعطى تداخلاً بفضاءاتها الضمنية واحساساً بالبعد ، فضلاً عن زيادة الاحساس في ترابط العمل ووحدته ، وقد استخدم المصمم تقنية اسلوبية لتأسيس ناتج بايهام العمق وذلك من خلال الشفافية الحاصلة لشكل الصندوق المجسم والذي توضح ما بداخله من اشكال متعددة من العلم العراقي وبألوانه الطبيعية ، وكذلك هناك تقنية للشفافية اعتمدها المصمم وهي حاصلة في شكل العلم العراقي الذي جاء بخلفية شكل الشمعة ، اضافة إلى التدرج في اتساع العلم وكذلك التدرج في ألوانه وقد تلاشت اطرافه العليا وقد اسست بالوقت ذاته ناتجاً بايهام الحركة التي جاءت بشكل مائل من اسفل الملصق وحتى موقعه الايمن الاعلى ، ومشكلة في الوقت ذاته اختراقاً بينه وبين الخطوط المستقيمة بيضاء اللون لتؤسس ناتجاً يتقدم احدهما وتأخير الآخر لينتج ناتجاً بالبعد الثالث ومحقة في الوقت نفسه نسباً جمالية تعزز الاتصال وبالتالي تؤدي إلى احداث جذب بصري يساعد إلى حد ما في نجاح الملصق ونجاح مضمون فكرته .

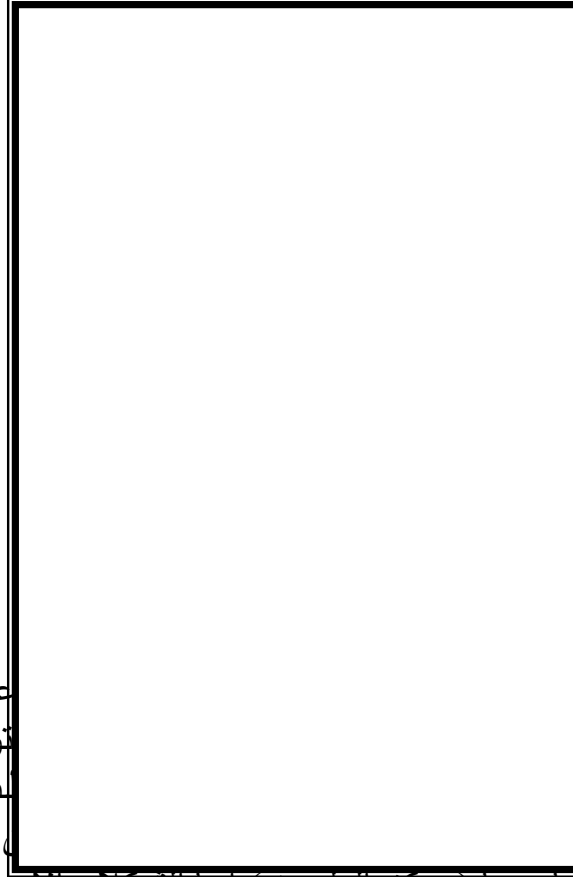
من الاساليب الاخرى التي اعتمدها المصمم هي تقدم الالوان وتأخرها من خلال مزجه بين الالوان الحارة والباردة التي تمثلت بالاشكال التي تأسست منها فكرة الملصق ، ليحقق من خلالها ايهاماً بالاعماق الفضائية ، ومن العلاقات الاخرى التي يمكن ان يدركها الناظر لاحداث ناتج في ايهاً بالبعد الثالث هو التدرج اللوني الحاصل في فضاء الملصق والذي جاء من الغامق حتى الفاتح محدثاً تفاوتاً مسافياً يحدث ايهاماً بالعمق الفضائي ومضيفاً فيها جمالية اخرى اضافة إلى القيم التي تحققها وسائل التنظيم المتعددة منها التباين اللوني والشكلي الحاصل داخل فضاءه لراحة البصر ، ثم التوازن الخطي واللوني ، وكذلك ان الشكل السائد المتمثل بالشمعة قد احدث انتباهاً البصر المتلقي معززاً الاتصال نحوه ، والايقاع المنتظم وغير المنتظم الحاصل بتكرار الاشكال التي احتواها الملصق كلها تؤسس نسباً من الجمال تضاف إلى القيم الاخرى التي حققها اجزاء الملصق والتي جاءت بصورة مترابطة لتضيف قوة لتلك العناصر والفكرة الاساسية .

رقم العينة (14)

تاريخ الاصدار 2005

عنوان العينة المقابر الجماعية

قياس العينة 10 × 20 سم



الوصف العام :

على جميع الفعاليات
توغرافية ، وقد اعتمد
ت براية العراق التي
خارطة العراق التي
اتخذت موقعا فضائيا مهما (مركز الملصق) اما الشكلان الاخران (الرجل والمرأة)
فقد اتخذوا موقعين على الجانب الابيض والايسر الاسفل من الملصق .

المناقشة والتحليل :

عند النظر إلى فضاء الملصق فان أول ما يتبادر إلى الذهن فكرته
الاساسية التي اعتمدت على وسيلة تنظيم حققت استلاماً بايهام بالبعد الثالث وقد
تمثلت اولاً بالتدرج الحجمي باتجاه العمق من خلال الشكل الاساسي لفكرته متمثلاً
بالعلم العراقي الذي لون بالوان الطبيعة المتمثلة (بالاسود ، الاحمر ، الابيض ،
الاخضر) والذي تجزأت اقسامه إلى ان تحدث ناتجاً بالتدرج الحجمي ، وهي وسيلة
مهمة وفاعلة لا يصال حكم بان هناك عمق فضائي وقد عزز ذلك اتجاهيته نحو العمق
فظهرت الاجزاء التي جاءت احجامها اكبر من التي تليها وكأنها اقرب إلى بصر
المتلقي وبالتالي سحب بصر المتلقي بتتابع نحو تدرجاتها الحجمية محققة اثاره
للانتباه وبالتالي تضيف بعداً جمالياً وعلى الرغم من موضوعه الفكرة التي جاءت
على غير ما يشبهه المرء في الواقع .

من الاساليب الادائية التي حققت ايهاً بالبعد الثالث فقد تمثلت بحالات التراكب المتعددة (الكلي والجزئي) الحاصل ما بين الشكل الاساسي ، والشكل ذي القيمة اللونية البيضاء الذي مثل خارطة العراق ، وحالة التراكب الحاصلة ما بين هذه الاشكال ، وخلفية الملصق وحالات التراكب المتعددة اسهمت إلى حد بعيد بالتفاوت بالمسافات الوهمية داخل فضاء الملصق لتوهم بان هناك عمق فضائي ، مما زاد من هذا الاحساس التباين اللوني ، ومن الاساليب الادائية الاخرى التي توهم المتلقي بالبعد الثالث فقد جاءت من خلال عمليات الموقع من مستوى الصورة حيث ظهر الشكل القريب المتمثل بشكل (امرأة) اقرب إلى بصر المتلقي من الشكل الاخر المتمثل بشكل (رجل) الموجود في الجهة المقابلة الذي صور بشكل شفاف والذي يبدو ابعد ، ومن خلال ذلك يمكن ان يستلم المتلقي بان هناك فوارق مسافية بين الاشكال التي تكونت منها فكرة الملصق الاساسية لتؤسس الايهام بالبعد الثالث ، اضافة إلى ان القيمة اللونية السوداء الموجودة في اسفل الملصق اعطت احساسا بالتقدم نحو الامام وقد عزز ذلك لونه الغامق وبالتالي فان العين تنجذب بشكل اسرع نحو الالوان الغامقة من الفاتحة ونتيجة هذا التفاوت في سرعة الانجذاب وكذلك الاحساس بالبعد والقرب من خلال الموقع يتولد الايهام بالبعد الثالث .

ومن وسائل التنظيم التي تحقق ايهاً بالبعد الثالث في الملصق . فقد تمثلت بتقنية الاظهار الفضائية للملصق التي مثلت فضاء حقيقيا فقد جاءت لتحمل تدرجات لونية ومللمسية متعددة حققت استلاما بتقدم بعضها وتأخير البعض الاخر عن بصر المتلقي وهذا البعد والقرب يسهم في تحقيق ايهاً بالتجسيم والعمق التي ظهرت في المواقع الفضائية المقررة والذي احتل الموقع الاعلى له .. ليؤسس من خلال هذه تقنية ابعاداً جمالية عززها التوافق اللوني الذي ظهر متداخلا فيما بين التدرجات اللونية المتعددة .

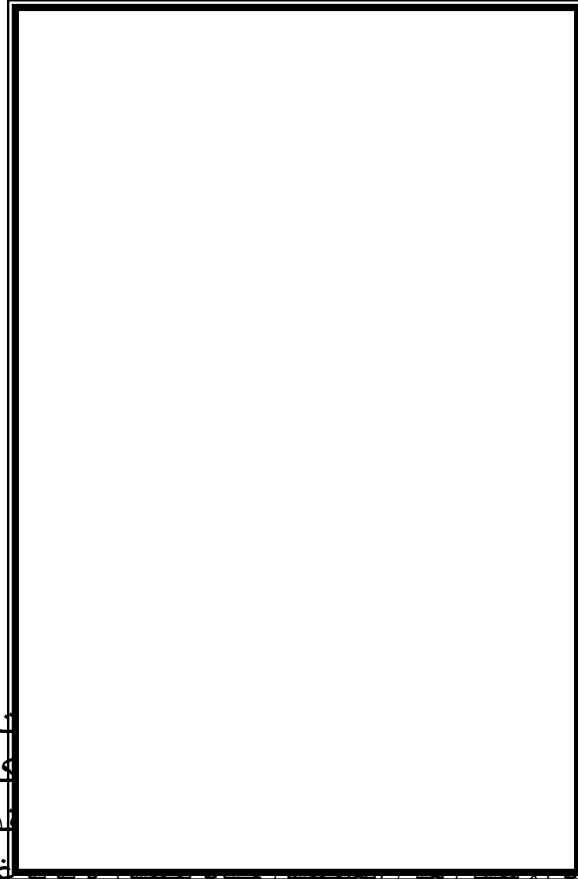
ومن وسائل التنظيم التي تحقق جمالية البعد الثالث في الملصق فقد تمثلت بحالات التباين المتعددة في اللون والشكل والاتجاه . وكان للتباين العالي الحاصل بين اللون الابيض والاسود والاحمر اثرا في تحقيق البعد الثالث . اضافة إلى التوازن المتمثل بالشكل المتحقق على جانبي الملصق وكذلك إلى التوازن باللون والايقاع المتناقض المتحقق من تكرار الالوان وشكل النجوم والخطوط الافقية التي تحقق من خلالها البعد الثالث .

رقم العينة (15)

تاريخ الاصدار 2005

عنوان الانتخابات

القياس 70 × 55 سم



الوصف العام :

تمثل التكوين
الملصق . اذ احتل
تراكب على الثاني
(شمعة) . اما الجزء
الذي امتد حتى المحيطية السفلى للملصق .

المناقشة والتحليل :

ان اولى الملاحظات للمتلقى بالاساليب الادائية التي تحقق ايهاما بالبعد الثالث
فقد تجلت بحالات التراكب ، أي التراكب المتعددة والشفافية بين الاشكال التي
اعتمدها الفنان (المصمم) فالشفافية التي يمكن ان يستلمها المتلقى والتي تمثلت بين
شكل (خارطة العراق) التي احتلت وسط الملصق وبين الشكل الذي مثل (راية
العراق) التي جاءت بالالوان (الابيض ، الاحمر ، الاخضر ، الاسود) والذي جاء
بحركة تموجية من جهة اليمين إلى اليسار وبصورة مائلة وبين خلفية الملصق التي
جاءت لتضم مجموعة من الجماهير .

اضافة إلى التراكب المتعدد (الجزئي والكلي) بين هذه الاشكال التي توهم المتلقي يتقدم الاشكال الكاملة التي تحجب اجزاءً من الاشكال الاخرى التي بدورها ابعد وبالتالي تحقيق البعد الثالث . وتسهم في تحقيق ناتج جمالي يمكن ان يستلمه المتلقي بكل وضوح .

ومن الاساليب الاخرى التي اسهمت في تحقيق ايهام بالبعد الثالث والتي تمكن المصمم من اعتمادها من خلال خلفية الملصق في جزئه الاسفل والذي تضمن مجموعة من الجماهير العراقية بكل اطيافها والتي تكاملت فكرة الملصق الاساسية نحو موضوعية الانتخابات . حيث جعل منها عمقا واضحا نحو الداخل من خلال التدرج الحجمي لها . اضافة إلى ان الاشكال القريبة من مستوى الصورة تبدو اقرب إلى بصر المتلقي وذات تفاصيل واضحة من الاشكال الاخرى التي تبدو مندفعة إلى العمق وتكون اقل وضوحا محققة توافقا لونيا وتناسبا حجميا مولدا من خلالها قيم الجمال التي يمكن ان تسهم في تعزيز الاتصال نحو فضاء الملصق (عينة البحث) محققة سحبا بصريا واثارة للانتباه مما يساعد على تحقيق الجمال داخل فضاء الملصق .

ومن الاساليب الادائية الاخرى التي اظهرت ايهاما بالبعد الثالث فقد تمثلت بتقنية استخدام التدرج اللوني لفضاء الملصق الاساسي والذي جاء متدرجا من البنفسجي الغامق الذي احتل الفضاء الاعلى له إلى اللون البنفسجي الفاتح الذي احتل المنطقة الفضائية السفلى . وهذا التدرج يعد من الاساليب المهمة كونه يحقق انتقالات بصرية منتظمة تقود بصر المتلقي إلى الاعماق .

ومن وسائل التنظيم التي اسهمت في تحقيق الجمال داخل فضاء الملصق تمثلت بالتباين العالي الموجود بين الابيض والاسود ، وكذلك حالات التباين الموجودة بين الاشكال والتي ادت إلى جذب الانتباه لدى المتلقي وكذلك حالات التباين في حجم واتجاه الاشكال الاساسية . وكذلك التدرج لاحجام الجماهير التي اسهمت في سحب بصر المتلقي والانتقال به من موقع إلى اخر محدثة ايقاعا متناقضا من خلال التكرار الذي احدث ناتجا اتجاها نحو العمق . فضلا عن التناسب في احجام الاشكال المتعددة التي جاءت لتعزز ترابط اجزاء الملصق محدثة وحدة تصميمية مترابطة . كل هذه الوسائل تؤسس ناتجا جماليا ولا ولتساهم في تعزيز من خلال ترابط الاجزاء البانية للملصق .



نتائج البحث :

- 1- تؤدي الوسائل التنظيمية المتعددة ناتجاً بإيهام البعد الثالث وذلك من خلال تقدم بعض العناصر نحو بصر المتلقي وابتعاد العناصر الأخرى لتأسس ناتج جمالي ، كما في العينات .
- 2- تسهم العلاقات التنظيمية المتنوعة بين عناصر البناء وأسس التصميم في تعزيز الاتصال وتحقيق جوانب جمالية متعددة . كما في العينات .
- 3- تشكل حالات التراكب (الجزئي والكلي) المتعددة إلى أحداث إيهام يتقدم البعض وتأخر البعض الآخر نحو بصر المتلقي وإلى تأسيس ناتج بتفاوت المسافات محققة إيهاماً بالعمق الفضائي أي البعد الثالث . كما في العينات أما الشفافية التي أحدثت نفس الإيهام بتقدم وتأخير فقد ظهرت في العينات (10 ، 11 ، 12 ، 13 ، 14 ، 15) .
- 4- يشكل الموقع الفضائي السائد سواء أكان شكلياً أم لونياً سحباً بصرياً للمتلقي لأحداث جذب وإثارة للانتباه لتحقيق ناتجاً جمالياً نحوها كما في العينات .
- 5- تحقق الألوان بانظمتها المتعددة بتقدم بعض الألوان نحو بصر المتلقي وابتعاد الألوان الأخرى حسب الطول الموجي لكل منها وبالتالي أحداث تفاوت مسافي يولد إيهاماً بالبعد الثالث . كما في العينات .
- 6- تحقق الفكرة التصميمية للملصقات نواتج وظيفية وجمالية متعددة تسهم إلى حد بعيد في تعزيز الاتصال ونجاح العملية التصميمية . كما في العينات .
- 7- يعد الاستخدام المتعدد للتدرج في عناصر البناء كافة إلى أحداث استمرارية تتابعية بصرية حققت الإيهام بالبعد الثالث داخل فضاء الملصق . كما في العينات (1 ، 2 ، 3 ، 4 ، 5 ، 7 ، 8 ، 9 ، 10 ، 12 ، 13 ، 14 ، 15) .
- 8- تؤسس ظلال الأشكال المقررة داخل فضاء الملصق إلى تباين في المسافة فيما بين الشكل وظله ليحدث إيهاماً بالعمق الفضائي (البعد الثالث) ، كما في العينات (2 ، 5 ، 8 ، 9 ، 11 ، 12) .
- 9- يشكل المنظور الخطي إلى أحداث الإيهام بالبعد الثالث داخل الملصقات محدثاً ناتجاً جمالياً متعددًا . كما في العينات (3 ، 10 ، 14 ، 15) .
- 10- يسهم التكرار (الإيقاع) المتزايد والمتناقض في أحداث إيهام بالتباعد والتقارب لتحقيق إيهام بالبعد الثالث داخل فضاء الملصق وتحقيق ناتج جمالي يثير انتباهها للمتلقي . كما في العينات (3 ، 5 ، 8 ، 12 ، 14 ، 15) .
- 11- تحقق أسلوب الموقع من مستوى الصورة إلى تقدم الأشكال القريبة من المحيطية السفلى للملصق وابتعاد الأشكال التي تبتعد عن تلك الحدود موحية بالتفاوت في المسافة وبالتالي فإنها توحى إيهاماً بالبعد الثالث . كما في العينة (15) .
- 12- يسهم التباين في عناصر البناء داخل فضاء الملصق إلى أحداث نوع من الإيهام بالبعد الثالث من خلال تقدم بعضها نحو بصر المتلقي وابتعاد الأخرى نحو العمق مؤسسة ناتجاً جمالياً متعددًا . كما في العينات .

- 13-تشكل الوحدة التصميمية المترابطة في الملصقات إلى أحداث جذب بصري يعزز الاتصال من خلال تتابعية المواقع الفضائية حسب أهميتها وبالتالي تؤسس ناتجا جماليا جاذبا كما في العينات .
- 14-يسهم مبدأ السيادة (الهيمنة) الشكلية في فضاء الملصقات في سحب البصر نحوها وتجعلها متقدمة عن الأخرى محدثة إيهاما بالبعد الثالث وبالجمال على حد سواء . كما في العينات (1 ، 5 ، 9 ، 10 ، 11 ، 13) .
- 15-يؤسس عنصر الاتجاه داخل فضاء الملصق إلى أحداث تفاوت مسافي باتجاه المتلقي أو العمق مولدا إيهاما بالبعد الثالث ومن ثم قيما جمالية متعددة كما في العينات .
- 16-تسهم الأنظمة اللونية المختلفة إلى تقدم الألوان الحارة (المشعة) وتأخير الألوان الباردة (الهادئة) وكأنها أبعد من الألوان الأولى لأحداث إيهام بالتفاوت في المسافة وبالتالي إيهام بالبعد الثالث كما في العينات (1 ، 2 ، 3 ، 13) .
- 17-تشكل الأشكال الحروفية التي تقرر داخل فضاء الملصق إلى سحب بصري على الرغم من كونها عناصر تعريفية مؤسسة ناتجا جماليا مضافا كما في العينة (1 ، 2 ، 4 ، 5 ، 8 ، 11) .
- 18-يعد التجسيم وسيله واسلوب تنظيميا يحقق الإيهام بالعمق (البعد الثالث) ويسهم في تحقيق الجمال داخل فضاء الملصق كما في العينة (2 ، 5 ، 8 ، 9 ، 10 ، 11 ، 12 ، 13 ، 15) .
- 19-تحقق الجمال داخل العمليات التصميمية عن طريق التنوع المتعدد المعاني والذي يتحقق من ناتج العلاقات البنائية المتمثلة بأسس التصميم والتي هي بالتوازن والانسجام والإيقاع والتناسب والسيادة والتباين كما في العينات .
- 20-اسهم توجيه بصر المتلقي باتجاه عمق الملصق إلى تحقيق الإيهام بالبعد الثالث في الملصق كما في العينة رقم (7) .



الاستنتاجات :

- 1- اعتماد الاساليب الادائية في الملصق للايحاء بالبعد الثالث مما سمح بتذوقها جمالياً مع فهم الرسالة الموجهة من خلالها
- 2- تؤسس المواقع الفضائية المتعددة اماكن لسحب بعد المتلقي نحوها ثم تحقيق الايهام بالبعد الثالث
- 3- استثمار التباين والتدرج سواء اكان باللون ام بالصفات المظهرية المظهرية الاخرى لتحقيق ناتجاً ايهامياً بالامتداد المسافي الناشئ عن اختلاف الاطوال الموجية والتدرجات مسهماً في تفعيل البعد الثالث داخل فضاء الملصق
- 4- ألفت عمليات التراكيب والشفافية . والاساليب الاخرى الحاصلة في عمليات التصميم مع النواتج الاخرى ايهاماً بالبعد الثالث في الملصق نتيجة لامتلاكها الاتجاهات الممتدة نحو العمق .
- 5- شكل المنظور الخطي هادياً مرتبط مباشرة بالطبيعة ووسيلة المصمم للتعبير عن البعد الثالث في تصميماته .
- 6- البعد الثالث في الملصق يعد صفة مميزة لما له من قدرة في تحقيق الربط مع الواقع بحيث ساعدت المتلقي في تحليل المعاني المتولدة عنها وبالتالي تذوق التصميم حسياً وجمالياً .
- 7- جمع اكثر من اسلوب ادائي داخل فضاء الملصق مما اصبح ذو فاعلية مؤثرة في تحقيق النواحي الجمالية والوظيفية .
- 8- استخدام الاساليب الادائية بطرق مختلفة باختلاف الطريقة التنفيذية للفكرة والموضوع الذي سيتم ابرازه .

التوصيات :

- 1- استخدام الاساليب المتعددة لبرامجيات الحاسوب في تصميم العمليات التصميمية والتي من ضمنها فن الملصق .
- 2- دراسة فن الملصق في معاهد وكليات الفنون الجميلة في القطر العراقي كمادة أساسية .
- 3- اجراء مسابقات دوريه (قطرية ودولية) في فن الملصق العراقي في مناسبات القطر المتعددة ، وطبع الملصقات الفائزة على كارتات تعريفية .

المقترحات :

- 1- تقترح الباحثة دراسة مقارنة بين الانظمة التصميمية لفن الملصق العراقي والملصق العالمي التي تعتمد البعد الثالث في انظمتها التصميمية .

- 2- دراسة جماليات البعد الثالث في عمليات تصميمية اخرى كالعملات الورقية .. وتصميم الطوابع البريدية العراقية .
- 3- دراسة مقارنة بين انظمة البعد الثالث في الملصق وعمليات تصميمية اخرى كالعملات الورقية العراقية او العلامات التجارية العراقية .
- 4- دراسة العلاقة الناتجة بين الاتجاه والعمق الفضائي الحاصل داخل فضاء الملصق العراقي المعاصر .
- 5- دراسة التنوع في الاساليب المتعددة التي توهم بالبعد الثالث .

المصادر العربية

1. ابراهيم ، زكريا : فلسفة الفن في الفكر المعاصر ، دار مصر للطباعة ، القاهرة ، ب.ت .
2. ----- : مشكلة الفن ، مكتبة مصر ، دار الطباعة الحديثة ، القاهرة ، 1976 .
3. ----- : الفنان والانسان ، دراسات في علم الجمال وفلسفة الفن ، مكتبة غريب للطباعة ، ب.ت .
4. ابن الهيثم ، الحسن : كتاب المناظرات – المقالات (1،2،3) في الابصار على استقامة حقيقتها وراجعها على الترجمة اللاتينية : عبد الحميد صبرة ، الكويت ، 1983 .
5. ابن منظور ، جمال الدين محمد بن مكرم الانصاري : لسان العرب ، ج/15-16 ، الدار المصرية للتأليف والترجمة .
6. ابو ريان ، محمد علي : تاريخ الفكر الفلسفي من طاليس الى افلاطون ، دار المعرفة ، الجامعة الاسكندرية ، ج 1 ، 1985 .
7. اتلينك ، جان : الفن عند الانسان البدائي ، ترجمة جمال الدين ، دار الحصاد للنشر والتوزيع ، دمشق – سوريا ، ط 1 ، 1994 .
8. احمد ، عبد القادر : دور الاعلام في التنمية ، دار الرشيد للنشر ، بغداد ، 1982 .
9. ادونيس : الصوفية والسريالية ، ط 2 ، بيروت ، لبنان ، دار الساقى ، 1995 .
10. اسماعيل ، اسماعيل شوقي : الفن والتصميم ، جامعة حلوان ، عالم المكتب للطباعة ، مصر ، 1999 .
11. الاعسم : عاصم عبد الامير : جماليات الشكل في الفن العراقي الحديث ، اطروحة دكتوراه ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، 1997 .
12. الالفى ، ابو صالح : الفن الاسلامي ، اصوله ، فلسفته ، دراسته ، دار المعارف ، كلية الفنون الجميلة ، القاهرة ، ط 3 ، ب.ت .
13. امهز ، محمود : فن التصوير التشكيلي المعاصر ، دار المثلث للتصميم والطباعة والنشر ، بيروت ، لبنان ، 1981 .
14. الانصاري ، علي رفاعه : نظريات وتطبيق ، مكتبة الانجلو المصرية ، ط 2 ، دار الطباعة الحديثة ، 1959 .
15. انتهاوزن ، ريتشارد : فن التصوير عند العرب ، ترجمة عيسى سلمان وسليم طه التكريتي ، مطبعة الاديب ، بغداد ، 1973 .
16. اوفسيانيكون م. ، ز. ، وسميرنوف : موجز تاريخ النظريات الجمالية ، ترجمة باسم السقا ، دار الفارابي ، بيروت ، 1975 .
17. باور ، اندريه : سومر وفنونها وحضارتها ، ترجمة عيسى سلمان وسليم التكريتي ، دار الحرية للطباعة ، بغداد ، 1978 .
18. بدوي ، احمد زكي : معجم مصطلحات الاعلام ، دار الكتاب المصري ،

- القاهرة ، 1985 .
19. بدوي ، عبد الرحمن : افلاطون خلاصة الفكر الاوربي ، مكتبة النهضة العربية المصرية ، 1943 .
20. ----- ، ----- : الخطابة لارسطو ، دار الشؤون الثقافية العامة ، وزارة الثقافة والاعلام ، بغداد ، ب.ت .
21. ----- ، ----- : ملحق موسوعة الفلسفة ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، 1996 .
22. برجايوي ، عبد الرؤوف : فصول في عالم الجمال ، دار الآفاق الجديدة ، بيروت ، 1981 .
23. برنهارت ، كارل : علم النفس في حياتنا العلمية ، ترجمة ابراهيم عبد الله ، مطبعة الميناء ، ط2 ، بغداد ، 1984 .
24. البزاز ، عزام ونصيف جاسم محمد : اسس التصميم الفني ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، قسم التصميم ، 2001 .
25. ترويل ، مارجريت : اصول التصميم في الفن الاغريقي ، ترجمة محمد فريد ، دار الكاتب للطباعة والنشر ، القاهرة ، ب.ت .
26. فليحة ، عبد المنعم : مقدمة لنظرية الادب ، دار العودة ، ط2 ، بيروت ، 1979 .
27. جباخجي ، محمد صوتي : فنون التصوير المعاصرة ، وزارة الثقافة والارشاد القومي ، 1961 .
28. الجبوري ، ستار حمادي : العلاقات اللونية وتأثيرها على حركة السطوح المطبوعة في الفضاء التصميمي ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، 1997 .
29. حبارة ، سامية محمد : الاتصال والمجتمع الحديث ، النظرية والتطبيق ، دار المعرفة ، القاهرة ، 1982 .
30. حبيب ، عماد عبد الحمزة : البنية النظامية والوظيفية في الرسم المعاصر ، 1950-1967 ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، 2000 .
31. حجاب ، محمد منير ، سحر محمد وهبي : المداخل الاساسية للعلاقات العامة – المدخل الايضاحي ، دار الكنغر للطباعة والنشر ، ط2 ، القاهرة ، 1999 .
32. حسن ، زهير صاحب الحسن وسلمان الخطاط : تاريخ الفن القديم في بلاد وادي الرافدين ، بغداد ، 1987 .
33. حسين ، سمير محمد : مداخل الاعلان ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1973 .
34. الحسيني ، اياد : التكوين في الخط العربي ، اطروحة دكتوراه مقدمة الى كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 1992 .
35. حكيم ، راضي : فلسفة الفن عند سوزان لانجر ، ط1 ، بغداد ، وزارة الثقافة والاعلام ، دار الشؤون الثقافية ، بغداد ، 1986 .
36. حمودة ، حسن علي : فن الزخرفة ، بيروت ، 1980 .

37. حمودة ، يحيى : نظرية اللون ، القاهرة ، 1981 .
38. حيدر ، نجم عبد : المثال والمثالية ، فلسفته في الفن ، بحث مقدم الى كلية الفنون الجميلة ، المجلة القطرية للفنون ، ع1 ، كانون 1 ، 2001م .
39. ----- ، ----- : علم الجمال ، آفاقه وتطوره ، كلية الفنون الجميلة ، ط2 ، بغداد ، 2001م .
40. الخالدي ، غازي : علم الجمال نظريته وتطبيقه في الموسيقى والمسرح والفنون التشكيلية ، منشورات وزارة الثقافة والاعلام ، دمشق ، 1999 .
41. الخزاعي ، عبد السادة عبد الصاحب : الرسم التجريدي بين النظرية الاسلامية والرؤية المعاصرة ، اطروحة دكتوراه ، كلية الفنون الجميلة ، بغداد ، 1997 .
42. الخفاجي ، مكي عمران راجي : جماليات المكان في الرسم العراقي المعاصر ، اطروحة دكتوراه ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 2000 .
43. الرازي ، محمد ابي بكر عبد القادر ، مختار الصحاح ، دار الرسالة ، الكويت ، 1983 .
44. الربيعي ، عباس جاسم محمود : الشكل والعلاقات الناتجة في العمليات التصميمية ثنائية الابعاد ، اطروحة دكتوراه ، جامعة بغداد ، 1999 .
45. رسمي ، انتصار موسى : اخراج وتصميم الصحف العراقية ، 1983-1993 ، اطروحة دكتوراه ، جامعة بغداد ، كلية الآداب ، 1997 .
46. رشدان ، احمد حافظ : التصميم ، القاهرة ، 1980 .
47. رو ، جورج : العراق القديم ، ترجمة حسين علوان حسين ، دار الحرية للطباعة ، بغداد ، 1984 .
48. رياض ، عبد الفتاح : التصوير الملون ، مكتبة (الانجلو) المصرية ، ط1 ، القاهرة ، ب.ت .
49. ----- ، ----- : التكوين في الفنون التشكيلية ، دار النهضة العربية ، ط1 ، القاهرة ، 1973 .
50. ريد ، هربرت : الموجز في تاريخ الفن الحديث ، ترجمة لمعان البكري ، مراجعة سلمان الواسطي ، دار الشؤون الثقافية العامة ، ط1 ، بغداد ، 1989 .
51. ----- ، ----- : معنى الفن ، ترجمة سامي خشبة ، وزارة الثقافة والاعلام ، بغداد ، ط2 ، 1986 .
52. الزبيدي ، كاظم نوير : مفهوم الذاتي في الرسم الحديث ، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الفنية ، جامعة بابل ، 2001م .
53. ستولينز ، جيروم : النقد الفني ، دراسة جمالية فلسفة ، ترجمة فؤاد زكريا ، مطبعة جامعة عين شمس ، القاهرة ، 1974 .
54. سكوت ، روبرت جيلام : اسس التصميم ، ترجمة محمد محمود يوسف ،

- دار النهضة ، مصر للطبع والنشر ، القاهرة ، 1980م .
55. سليمان ، حسن : الحركة في الفن والحياة ، دار الكاتب العربي للنشر ، المؤسسة المصرية العامة للتأليف والنشر ، القاهرة .
56. سيرولا ، موريس : الانطباعية ، ترجمة هنري زغيب ، ب.ب.ت ، بيروت ، باريس ، منشورات عويدات ، 1982 .
57. الشاروني ، صبحي : فن النحت في مصر القديمة وبلاد ما بين النهرين ، دراسة مقارنة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ب.ب.ت .
58. الشال ، عبد الغني النبوي : مصطلحات في الفن والتربية الفنية – عمادة شؤون المكتبات ، ط1 ، الرياض ، 1984 .
59. شعابث ، عادل عبد المنعم : جماليات التباين وردودها في اظهار الاليهام الحركي في الملصق المعاصر ، رسالة ماجستير ، جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة ، 2004م
60. شكري ، محمد انور : الفن المصري القديم ، الدار المصرية للتأليف والنشر والترجمة ، مصر ، ب.ب.ت .
61. الشخيلي ، اسماعيل : المنظور عبر مراحل الفن المتعاقبة مجلة الرواق ، وزارة الثقافة والاعلام ، بغداد ، ع1 .
62. الشخيلي ، اسماعيل : المنظور ، كتاب مقرر في كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 1978 .
63. شيرزاد ، شرين احسان : مبادئ الفن والعمارة ، الدار العربية ، بغداد ، 1985 .
64. صالح ، باسم محمد : تصميم الاعلان التجاري في العراق ودوره في خدمة التنمية القومية ، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى كلية الفنون الجميلة جامعة بغداد ، 1989 .
65. صالح ، قاسم حسين : سيكولوجية الشكل واللون ، الدار الوطنية للنشر والتوزيع والاعلان ، مؤسسة الرياض للطباعة العامة ، بغداد – الكويت ، 1982 .
66. صابان ، خليل : وسائل الاتصال (نشأتها وتطورها) مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، 1987 .
67. الصراف ، عباس : آفاق النقد التشكيلي ، دار الرشيد للنشر ، وزارة الثقافة والاعلام ، سلسلة الكتب الفنية 34 ، بغداد ، 1979 .
68. صليبيبا ، جميل : المعجم الفلسفي ، ج1 ، ج2 ، دار الكتاب اللبناني ، بيروت ، 1971 .
69. عباس ، راوية عبد المنعم : القيم الجمالية ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، 1987 .
70. عبد الباقي ، زيدان : وسائل الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية ، دار الغريب للطباعة ، ط2 ، القاهرة ، 1979 .

71. عبد الحليم ، فتح الباب واحمد حافظ رشدان ، التصميم في الفنون التشكيلية ، عالم الكتب والنشر ، القاهرة ، 1984 .
72. عبد الحميد ، شاکر : التفضيل الجمالي ، دراسة سيكولوجية التذوق الفني ، عالم المعرفة ، الكويت ، 1999 .
73. عبد الحميد ، فاضل : تاريخ الفن ، ملزمة مقدمة الى كلية التربية الفنية ، جامعة بابل ، ب.ت .
74. عبد الحميد ، محمد : الاتصال في مجالات الابداع الفني الجماهيري ، القاهرة ، 1993 .
75. عبو ، فرج : علم عناصر الفن ، دار دلفين للطباعة والنشر ، ج2، ميلانو – ايطاليا ، 1982 .
76. العبيدي ، جبار وفلاح كاظم : وسائل الاتصال الجماهيري ، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، 1989 .
77. العبيدي ، حسن مجيد : نظرية المكان في فلسفة ابن سينا ، مراجعة وتقديم عبد الامير الاعسم ، دار الشؤون الثقافية العامة ، ط2 ، بغداد ، 1987 .
78. العزاوي ، حكمت رشيد : الجذب في بنية تصاميم اغلفة المجلات ، اطروحة دكتوراه مقدمة الى كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 2004 .
79. العزاوي ، ضياء : فن الملصقات في العراق ، دراسة في بدايته وتطوره ، وزارة الاعلام ، مطبعة الاديب ، بغداد ، 1974 .
80. عود شبو ، وسام مرقس : اتجاه حركة العناصر وعلاقتها بالمضمون في الرسم الجداري والنحت البارز في حضارة وادي الرافدين ، اطروحة دكتوراه مقدمة الى كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 1998 .
81. عوض ، رياض : مقدمات في فلسفة الفن ، طرابلس ، لبنان ، جروس بريس ، ط1 ، 1984 .
82. غانم ، احمد فيصل : مفهوم الحركة في التصميم الطباعي ، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الفنون الجميلة ، بغداد ، 1998 .
83. فارس ، شمس الدين – وسلمان عيسى الخطاط : ج1، تاريخ الفن القديم ، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، 1980 .
84. فراي ، ادوارد : التكعيبية ، ترجمة هادي الطائي ، دار المأمون للترجمة والنشر ، بغداد ، 1990 .
85. فرج الله ، ادريس : التشكيل اللوني في الطباعة ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ، ب.ت .
86. فبوري ، ليتلو : كيف نفهم التصوير ، ترجمة محمد عزت ، دار الكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ، ب.ت .
87. قاسم ، سيرا ، ابو زيد نصر حامد : مدخل الى السيميوطيقا ، دار الياس المصرية ، القاهرة ، 1986 .
88. القيم ، كامل حسون : الاتصال الفني والتربوي ، ملزمة مقدمة الى كلية

- التربية الفنية ، جامعة بابل ، ب.ت .
89. كامل ، عادل : الفن التشكيلي المعاصر في العراق ، مجلة آفاق عربية ، دار الشؤون الثقافية العامة ، وزارة الثقافة والاعلام ، ع115 ، بغداد ، 1987 .
90. كامل ، عادل : التصوير في المخطوطات العربية ، الكسندريا بادوبولو ، ت : نهاد التكريتي ، ع1 ، المجلد الثاني ، 1982 .
91. كامل ، فؤاد واخرون : الموسوعة الفلسفية المختصرة ، منشورات مكتب النهضة ، مطبعة اوفسيت الميناء ، بغداد ، 1983 .
92. الكبيسي ، ابراهيم حمدان : بنائية الفكرة التصميمية للمنجز الطباعي ، اطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 2001م .
93. كرم ، يوسف : تاريخ الفلسفة اليونانية ، دار القلم ، ط1 ، بيروت ، 1977 .
94. كريستيان ، داريوش : الفن المصري القديم ، ترجمة محمد خليل الماس ، مؤسسة سجل العرب ، القاهرة ، 1960 .
95. لويس ، ملكية : الهندسة والديكور المسرحي ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ط2 ، القاهرة ، 1982 .
96. مارديني ، بشار جميل مفضي : التبادلية الفكرية والتشكيلية بين الملصق المطبوع والبيئة ، اطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 1980 .
97. مايز ، برنارد : الفنون التشكيلية وكيف تتذوقها ، ترجمة سعد المنصوري ومسعود القاضي ، مراجعة وتقديم ، سعيد محمد خطاب ، مكتبة النهضة المصرية ، القاهرة ، 1966 .
98. محمد ، سلمى : الليثوغراف ، البداية والتطور ، مجلة فنون عربية ، ع2 ، مطابع لندن ، 1981 .
99. محمود ، نجيب زكي : محاضرات افلاطون ، مطبعة لجنة التأليف والترجمة والنشر ، 1937 .
100. مسعود ، جبران ، رائد الطلاب : معجم لغوي عصري للطلاب ، دار العلم للملايين ، بيروت ، لبنان .
101. المصري ، كمال : تاريخ الفن في العصور القديمة ، كلية التربية ، جامعة حلوان ، دار المعارف ، مصر ، ط1 ، ب.ت .
102. مطر ، اميرة حلمي : فلسفة الجمال (نشأتها وتطورها) ، دار الثقافة للطباعة والنشر ، القاهرة ، 1974 .
103. منديل ، عبد الجبار : الاعلان بين النظرية والتطبيق ، مطبعة الارشاد ، بغداد ، 1982 .
104. منصور ، علي ، امل احمد : سيكولوجية الادراك ، منشورات جامعة دمشق ، 1960 .
105. نوبلر ، ناثن : حوار الرؤيا ، مدخل إلى تذوق الفن والتجربة المثالية ،

- ترجمة فخري خليل ، دار المأمون للترجمة والنشر ، دار الحرية للطباعة ، ط1 ، بغداد ، 1987 .
106. هاوزر ، ارتولد : الفن والمجتمع عبر التاريخ ، ج1 ، ترجمة فؤاد زكريا ، المؤسسة العربية للطباعة والنشر ، ط2 ، بغداد ، 1981 .
107. هلال ، محمد غنيمي : النقد الادبي الحديث ، دار الثقافة – دار العودة ، بيروت ، 1973 .
108. الهيتي ، هادي نعمان : الاتصال الجماهيري والتغير الاجتماعي ، وزارة الثقافة والفنون ، بغداد ، 1978 .
109. هيكل : مدخل إلى علم الجمال ، ترجمة جورج طرابيش ، دار الطليعة للطباعة والنشر ، ط2 ، بيروت ، 1980 .
110. الوائل ، شيماء كامل : العمق الفضائي واساليب استخدامه في اخراج المطبوعات متعددة التقنيات ، رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة بغداد ، 2001م .
111. الواسطي ، خليل ابراهيم حسن : المضامين الفكرية وعناصر التصميم الفني للملصقات ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 1987 .
112. وهاب ، شكر عبد : الاضاءة المسرحية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 1950 .
113. يوسف ، عقيل مهدي : الجمالية بين الذوق والفكر ، مطبعة سلمى الفنية الحديثة ، ط1 ، بغداد ، 1988م .

المصادر الأجنبية

- 114- Arnheim , R : Art and Visual Perception , University of Californina Press , U.S. A , 1969.
- 115- Barbara Bcar Capitmar : Americar Trade mark Design Dover blications , Inc., NewYork -1970.
- 116- Bevlin , Marjore , Design Through Discovery , 3th , ed , New York : Rinahart and Winston , 1 977 .
- 117- Bill . Clive : "Art Capricorn Books" N.4 1958 .
- 118- Ching , Francis , D.K. : Architecture , From . Space and order , Von Norstarond and Rienhold Company , New York , 1979 .
- 119- Chistion , Norberg , Schulz : Intentions in Archite cture , MIT Press , Massachuett , Institute of technology Cambridge , 1963 .
- 120- Croy , Peter : Graphic Design and Repredution tcchnigues Hasting House , Publishers . Inc. U.S.A.
- 121- DovERMERRIL : EFFECTIVE ADVERTISING , U.S.A , 1989 .
- 122- E. B. Feld Man , light and ark . pub . by , Harry Abrams - New York . Second edition, 1972.
- 123- Encyclopedic World Dictionary . The Hamlyn . Publishing cronp . Middleset , 1974 .
- 124- Grave , Mait land : the Art of color and Desing , Second addition , New York , 1951 .
- 125- Harold Osborne . " the Oxford companion to art "creat Britain , P. 12 . 1998 .
- 126- Johns Wright and other : Advlising , 5 th . ed . tata McGrow . Hill . Publishing Co, Ltd , New Dalhi , 1982 .
- 127- Lang ford , Michael , The Complete Encyclopedia of Photography , London ; Darling Kindersley , Limited , 1982 .
- 128- Lour , P. A , Design Basics . Second Edition Susan Kats Cabs , College Publishing , U.S.A., 1985 .
- 129- Lucase , D. B. and Britt , S.H , Adrer lising Psychology Research , Me . Ceaw , Hill Book Company . New York . Inc. 1950 .

- 130- Malarr . Joy . Minico and Vodvarko : The Interior Dimension , Atheoretical Approach to Enclosed Spoce , Vantnostr and Reinhold , New York , 1992 .
- 131- Maurice Richards , The . Rise and Full of the Poster , New York , 1971 .
- 132- Silver Gerald : Graphic and laygat and design . 1981 .
- 133- Turnbll Arther and Russel Buind : the Graphics of Communication Typography Layout , Design . Second Edition , Ohio University . New York .
- 134- Walter Herdcg : Graphic annual 80181 , the International annual of Advertising and Editorial Graphics P. 8 . H&.
- 135- Wucius Wong : Principles of Two Dimensional Design , Printed in U.S.A. 1972 .

ملحق رقم (1)
استمارة تحليل عينة البحث
بشكلها الاولي

المحاور	الفئات الرئيسية	الفئات الثانوية	تصلح	لا تصلح	بحاجة إلى تعديل	الملاحظات
العناصر	النقطة					
	الخط	مستقيم				
		منحني				
	الشكل	هندسي				
		واقعي				
	الاتجاه	عمودي				
		افقي				
		مائل				
	اللون	تضاد / (تباين)				
		تدرج				
	الملمس	خشن				
		متوسط				
		ناعم				
	القيمة	خفوت				
		محايد				
		نصوع				
	الحجم	كبير				
		متوسط				
		صغير				
جمالية البعد الثالث (التنظيمية) الاسس الجمالية	التوازن	التوازن				
		السيادة				
		التناسب				
		التضاد / التباين				
		الوحدة				
		التكرار / (الايقاع)				
	الترابط	الترابط				
		الشفافية				
	المنظور	منظور (لوني)				
		منظور خطي				
	الالوان المتقدمة والمتأخرة	الوان حارة				
		الوان باردة				
	المستوى من سطح الصورة					
	ظلال الاشكال	خطي				
		نقطي				
		تدرج لوني				
	الاشكال المائلة والمنحنية					
	تدرج	الخط				
		الشكل				
		الاتجاه				
		اللون				
		الملمس				
		القيمة				
	الحجم					

ملحق رقم (2)
استمارة تحليل بصورتها النهائية

المجال	الفقرات الرئيسية	الفقرات الثانوية	تصلح	لا تصلح	بحاجة إلى تعديل	الملاحظات
جمالية البعد الثالث	العناصر	الخط	مستقيم			
			منحني			
			منكسر			
		الشكل	هندسي			
			غير هندسي			
		الاتجاه	عمودي			
			أفقي			
			مائل			
		اللون	القيمة			
			الكفة			
			التشبع			
		الملمس	خشن			
			ناعم			
			متوسط			
		القيمة	خفوت			
			محاييد			
			نصوع			
		الحجم	كبير			
			متوسط			
			صغير			
	أسس التنظيم الجمالي	التباين / التضاد				
		التوازن				
		السيادة				
		التناسب				
		الوحدة				
		التكرار / (الايقاع)				
		الشفافية				
		التراكب				
	الأساليب الادائية التي تحقق البعد الثالث	المنظور	منظور (لوني)			
			منظور خطي			
		الالوان المتقدمة والمتأخرة	الوان حارة			
			الوان باردة			
		الموضع من سطح الصورة				
		ظلال الاشكال				
		الاشكال المائلة والمنحنية				
		تدرج	لون			
			حجم			
			شكل			
			خط			
			قيمة			
			الاتجاه			
			الملمس			

An Outline

Designing activities in general and wall stickers in Private plays a vital role and dynamic activity in the ways Ahumen use to express his thoughts and needs .

The third dimension is considered one of the important technique's . to expose these thoughts and needs due it its importance to arose feelings of dimensions which are directed into the depth . besides of being one of the creative forms which the designer use to reach his aim .

Therefore the researcher found the need to understand the third dimension and to deal with the way of finding it through her study called .

The Beauty of the Third Dimension in (Designing the wall stickers .)

The study consist of four sections : the first section dealt with the study of the problem of study . which can be ford by answering the following questions :

- 1- What are the ways through it we can find the third dimension ?
- 2- Does the third dimension final a static state in designing the wall stickers .
- 3- Does the third dimension in force a kind of special criteria which enrich the beauty in the wall stickers .

Moreover the importance of the study which is to participate in studying the third dimension and the ways used in wall stickers and to participate in the knowledge and scientific enrichment concerning the third dimension . in the dimensional designing activities .

The theses also dealt with the aims of the study which consist of he following .

- 1- Knowing the statistic state of the third dimension in the wall stickers .
- 2- Knowing the ways to fulfill the third dimension in the wall stickers .

The dimensions of the theses concentrated on the studying the stickers published in Iraq from 1/8/2004 – 1/2/2005 .

The researcher finished the first section by describing the items found in the study .

The second section consist of the theoretical frame and te previous studies it contains three studies :

The first study deal with statistics through it we can know the philosophical views in statistic .

Then the beauty in the aspect of forming .

Beauty in bases of formation .

The second study deal with (the third dimension) which contains its meaning and its relations as well as its ways of performing .

The third study contains the contact and its devices .

The third section . is specialized to the ways dealt with which contains the the society of the study which is (69) wall stickers . the sample of the study is about (15) stickers which was choosed by selected (on purpose) .

The researcher built a device to analysis the sample of the study .

The fourth section contains the results of the studies which the theses presented :

- 1- The different acting ways lead to illusion through the presenting of some elements went away to form a result in the third dimension in the space of the wall sticker .
- 2- The ay to build the wall sticker using different acting ways has the effect in inhansing the statistics an functional aspects .
- 3- The reached acting ways through the aspects of forming and the foundations of designing in finding the contact and reach different statistic aspects .

The Theses came up with The following:

- 1- Take into account the acting ways in the Wall stickers to find the third dimension which lead to it's appreciation statically and knowing the idea behind it.

- 2- The third dimension in a sticker is a dusting using aspect due to its ability to fulfill the relation which enable the receiver to analysis the meaning found in it and receive the design by feelings and statistically.
- 3- Collect more than action way inside the space of the wall Sticker which enabled the sticker to be of a great effect fulfill the statistic and functional aspects.

In the Continuity of the results of the study the following recommendations is found to create curricular competition (national and International)in the art of Iraqi Wall stickers in the deferent national days.

The researcher recommended to start a contemporary study between the designing systems of the Art of Iraqi wall stickers and the national Art of Wall stickers which studies designing Systems.

The Researcher finished her Study with the reserves which she had taken the knowledge from in her Studies.

The Beauty of the Third Dimension In designing Wall stickers

A Thesis Submitted for the degree of M.A. By:

Bushra Selman Kadhum Al-Juboory

To The

**Counsel of the Collage of
fine Arts Babylon University.**

**As Part of the Requarments to the
MA degree in the Educational Forming**

Under the Supervision of

ph.D.Proffessor

Abbas Jasim AL-Rubeyee

2005

1426