

سمات الحدائثة في التصميم الطبايعي - الاعلان التجاري أنموذجا -

م. د - باسم محمد طالم

كلية الفنون الجميلة / جامعة واسط

ملخص البحث

فن التصميم هو انعكاس للمعطيات الحضارية على مستوى العديد من العلوم والفنون وعلى رأسها الفن والجمال و يقع ضمن متغيرات عديدة تسهم في البناء المعرفي للمصمم وتكوين عقله وتطوير افكاره والبحث عن حلول فنية وجمالية ووظيفية تعتمد على طروحات العديد من الفلاسفة والمنظرين في الفن والمجتمع وعلم النفس والتي صاغت المعلومات والمفاهيم حول سمات فن التصميم ضمن معطيات متغيرة، مما انعكس ذلك على النتائج والى ظهور اتجاهات مختلفة اسهمت في تقبل المزيد من التحولات و اى ايجاد حلول ومناهج عملية وابداعية بهدف الكشف على المتغير الحدائثي الذي يغني التصميم برويته الإبداعية والتوصل الى ايجاد علاقة متوازنة بين احاسيسه وفكرته وتقنيته وبين احتياجات التصميم الوظيفية لذلك بنيت اهمية البحث على دراسة اهمية الحدائثة وسماتها ومدى تأثيرها على القدرات الابداعية والابتكارية، فالتصميم من ارقى ثمار الحضارة ونتاج العقل البشري الخلاق للكشف عن قدراته وابداعاته، و التي تجعل من تفكيره وفعله متسقين ومتوازيين بين تلك الرغبات والحاجات التي لا تنتهي،، فقد خلقت تلك الحاجات اليومية المتزايدة للانسان مشاكل جمالية وفنية وتقنية ووظيفية فالعالم التصميمي يستند في تاسيسه الى الفكر ومستجداته، وان للسمات بكل تفاصيلها حضوراً فاعلاً لما تحمله من قدرة على التأثير في التصميم من خلال تبلور الافكار نحو توجه معين، مستمدة من الموروث الفكري والمعرفي وبما يحمله من تراكمات تؤدي دورها لايقاد ذهن المصمم وطريقة تنظيمه للاشكال، لذلك فالدراسة اخصت بسمات تصميمية اثرت في عموم التنظيمات الشكلية للتصميم، وبما يمتلكه المصمم من حرية وابداع وتنوعات تنظيمية وعلاقات شكلية لتمثيل هذه السمات كظاهرة مشتركة دون الخروج عن حدود هذه العلاقات او فقدان معناها، ويقدر ما يساعد قانون الحدائثة على التجديد، فانه يسعى الى خلق تقاليد وقيم وافاق جديدة بين المصمم والمتلقي، تدفع المصمم الى قيادة هذه المتغيرات وتوجيهها الوجهة الجمالية الصحيحة.

مشكلة البحث

التصميم من ارقى ثمار الحضارة ونتاج العقل البشري الخلاق للكشف عن قدراته وابداعاته، و التي تجعل من تفكيره وفعله متسقين ومتوازيين بين تلك الرغبات والحاجات التي لا تنتهي،، فقد خلقت تلك الحاجات اليومية المتزايدة للانسان مشاكل جمالية وفنية وتقنية ووظيفية وادائية وفعية مما استوجب البحث عن حلول مستمرة لها لتنتقل اداء كل المستلزمات الى مستوى افضل فالعالم التصميمي عامة يستند في تاسيسه الى الفكر ومستجداته، وان للسمات بكل تفاصيلها حضوراً فاعلاً لما تحمله من قدرة على التأثير في التصميم من خلال تبلور الافكار نحو توجه معين، مستمدة من الموروث الفكري والمعرفي وبما يحمله من تراكمات تؤدي دورها لايقاد ذهن المصمم وطريقة تنظيمه للاشكال، لذلك فالدراسة اخصت بسمات تصميمية اثرت في عموم التنظيمات الشكلية للتصميم، وبما يمتلكه المصمم من حرية وابداع وتنوعات تنظيمية وعلاقات شكلية لتمثيل هذه السمات كظاهرة مشتركة دون الخروج عن حدود هذه العلاقات او فقدان معناها، فالتصميم الجيد يخاطب قانون الحدائثة أي التواصل مع كل جديد وحديث على مستوى الابتكار والشكل والمادة واسلوب العمل. اي الشيء الغير مسبوق الذي يعايش عصره، من خلال التعامل مع اخر المستجدات والتقنيات والاشكال والطرائق والوسائل والنظم، ويقدر ما يساعد قانون الحدائثة على التجديد، فانه يسعى الى خلق تقاليد وقيم وافاق جديدة بين المصمم والمتلقي، تدفع المصمم الى قيادة هذه المتغيرات وتوجيهها الوجهة الجمالية الصحيحة

اهمية البحث والحاجة اليه

ان فن التصميم باعتباره انعكاساً للمعطيات الحضارية على مستوى العديد من العلوم والفنون والتكنولوجيا، وعلى رأسها الفن والجمال يقع ضمن متغيرات عديدة، (اجتماعية وتاريخية واقتصادية)، تسهم مساهمة فعالة في البناء المعرفي للمصمم وتكوين عقله وتطوير افكاره والبحث عن حلول فنية وجمالية ووظيفية وادائية معتمداً على طروحات العديد من الفلاسفة والمنظرين في الفن والمجتمع وعلم النفس والتي صاغت المعلومات والمفاهيم حول سمات فن التصميم ضمن معطيات متغيرة، مما انعكس ذلك على النتائج والى ظهور اتجاهات مختلفة اسهمت في تقبل المزيد من التحولات وى ايجاد حلول ومناهج عملية وابداعية بهدف الكشف على المتغير الحدائى الذي يغني التصميم برويته الإبداعية والتوصل الى ايجاد علاقة متوازنة بين احاسيسه وفكرته وتقنيته وبين احتياجات التصميم الوظيفية لذلك بنيت اهمية البحث على دراسة اهمية الحدائة وسماتها ومدى تأثيرها على القدرات الابداعية والابتكارية والتقنيات التي اسهمت في انجازه

تعريف المصطلحات

السمة :

السمة لغة جاءت بمدلولات عدة في القرآن الكريم كما في قوله تعالى (يمدكم ربكم بخمسة الاف من الملائكة مسومين) أي مسومين بعلامات خاصة (سورة عمران ص125) وجاءت في موضع اخر بقوله تعالى (سيماهم في وجوههم من اثر السجود) والمراد بها السمة التي يمتاز بها السجاد لكثرة السجود(1) أما لدى ابن منظور فقد جاءت (وسمة_ وسما_ وسمة) اذ اثر فيه بسمة واتسم الرجل اذ جعل لنفسه وسمة يعرف بها(2). وفي الاصطلاح هي خصلة او خاصية او صفة ظاهرة وملازمة للموسوم بها بحيث يمكن ان يختلف فيها افراد الجنس الواحد سمي (سمة)(3). أما التعريف الاجرائي للسمة في التصميم هي العلامة او الصفة المميزة الظاهرة في التصميم وفق مناهج وافكار وتقنيات حديثة ومبتكرة .

الحدائة:

الحدائة لغة (حدث الشيء يحدث حدوثا فهو محدث، ولذلك استحدثت والحدوث كون شيء لم يكن، ومحدثات الامور، ما ابتدعه اهل الالهواء من الاشياء) (٤)، وهي حركة توصي الى التجديد ودراسة النفس الانسانية من الداخل، معتمدة في ذلك على وسائل فنية جديدة(٥)، وهي (ثورة على الشكل ونفورها من التقاليد الراسخة واستخدامها الصور التهكمية الذكية واعتمادها المشاعر المترابطة)(٦). كما أنها تعني (التحليل والتأمل او الهروب والخيال واطلاقه العنان للحلام)(٧). والتعريف الاجرائي للحدائة هو أنها حركة ترمي الى التجديد بالاعتماد على مجموعة من النظريات المعرفية والخبرات المهارية التي يتمتع بها المصمم لانتاج عمله الفني.

التصميم :

عرفه كليتن (انه مخطط تمهيدي يضعه الفنانون لاعطاء فكرة واضحة مسبقة عما سيكون عليه الطبع والاخراج)(٨)، والتصميم تلك العملية الكاملة لتخطيط شكل ما، وانشائه بطريقة مرضية من الناحية الوظيفية والنفعية اضافة الى الناحية الجمالية. (٩)

مفهوم الحداثة

ان مفهوم الحداثة من اكثر المفاهيم غموضاً والتباساً لما ينطوي عليه هذا المصطلح من صعوبات معقدة مردها الى ارتباطه بتعريفات صنعتها ظروف معينة ومن الضرورة ان نفرق ابتداءً بين مصطلح الحداثة من جهة والتجديد والمعاصرة من جهة اخرى، الذي يدفع الى ذلك هو الخلط بين مصطلح الحداثة والمعاصرة والتحديث، وجميعها تترجم الى الحداثة على الرغم من اختلافها شكلاً ومضموناً وفلسفة وممارسة ، ولكي يمكن الجمع بينهما ليعنيا المعاصرة او التجديد بوجه عام دون الارتباط لنظرية تتعلق بمفاهيم وفلسفات متداخلة متشابكة وقد عرفت الحداثة (انها انفجار معرفي لم يتمكن الانسان المعاصر من السيطرة عليه فيقول (في الحداثة تنفجر الطاقات الكامنة وتحرر شهوات الابداع في الثورة المعرفية مولدة في سرعة مذهلة وكثافة مدهشة افكار جديدة واشكالا غير مألوفاً، وتكوينات غريبة، واقنعة عجيبة، فيقف بعض الناس منبهرين بها ، ويقف بعضهم الاخر خائفاً منها ، هذا الطوفان المعرفي يولد خصوبة لا مثيل لها)(١٠) يمكن اعتبار الحداثة ذلك التصور الجديد للحياة، او هي ذلك الوعي الجديد بمتغيراتها ومستجداتها التي تستجيب استجابة حضارية للقفز على الثوابت القديمة والانماط التقليدية ، فهي تعد تياراً جارفاً يطال كل ميادين الحياة، فهي ليست طفرة ثقافية بل هي تاريخ حضاري وثقافي (فلسفي وابداعي) وانها حالة اكثر مما هي صيغة ، وعليه تكون الحداثة بمفهومها العام هي ذلك النمط الحضاري الخاص الذي يتعارض مع النمط السابق عليه وهي لا تخص مجالات الابداع الفني فقط ولكنها للحياة الانسانية في كل مجالاتها المادية والفكرية على حد سواء(١١) .

جمالية الحداثة في التصميم

يأتي فن التصميم كاول الفنون التي عبرت عن حاجة الإنسان إلى ذلك النسق أليقي الذي تنعكس فيه الثقافة في وعي الأفراد والجماعات على شكل منظومة متكاملة من القيم الروحية والأخلاقية والمعرفية والجمالية لتشكل بمجموعها كلاً مترابطاً يتداول الجمال في كل جوانب حياته اليومية وكدليل على انتقاله من نظام خطابي بسيط إلى نظام خطابي أكثر رقياً إذ يسعى في الجمع بين تطور الفكر والجمال والفائدة، وهو القانون الداخلي للأشياء وشبكتها المنطقية، كما يسعى إلى وضع إطار لمعنى الجمال في التصميم وفق اللحظة الأنية التي تعيشها المعرفة، وفي سعيها الدعوب إلى تطوير كل الأشياء التي من حولها وفق مقاييسه الإنسانية في نسق يصير على الاكتمال ، اعتماداً على فكرة الخلاف باكتشاف نظريات ومواد جديدة او إعادة صياغة الإشكال القديمة بما يتناسب مع الذاكرة البصرية الحديثة الهائلة . (١٢) ولم يعد التصميم كفن يعني تلك المهارات الحرفية والابداعية رغم اهميتها القصوى بل شملت جوانب متعددة من كيان الانسان ووجوده، وقيمه الاجتماعية واساليبه وافكاره النظرية وعاداته وتقاليده ومعتقداته اضافة الى الجانب الفسيولوجي فيه . كترجمة لتحويل هذه الوقائع لتدخل في صميم التجربة الانسانية) . (١٣)

ان محاولة دراسة الظاهرة الفنية متمثلة بفن التصميم باعتباره انعكاساً للمعطيات الحضارية على مستوى العديد من العلوم والفنون والتكنولوجيا واعتماداً على اطروحات العديد من الفلاسفة والمنظرين في الفلسفة والفن والاجتماع وعلم النفس، لبناء صياغة نظرية تعكس تلك التبادلية المعقدة بين التصميم والمجتمع وحاجاته من جهة وبين التكنولوجيا ومعطياتها المتقدمة من جهة اخرى، فكان لابد من رسم الملامح الاساسية لفن التصميم وفق المناهج الفكرية الحديثة التي اثبتت تاثيرها الفاعل في الفكر والتطبيق والانتاج الذي يعيشه المجتمع، والى تحويل تلك النظريات الى وقائع عملية وتطبيقية في الحياة اليومية للانسان (١٤) ان هذا الاختلاف في المنهج

والافتراض في فن التصميم سيؤشر الملامح الفلسفية للتصميم وفق اساليب فكرية مختلفة ، وان هذا الاختلاف سيؤدي الى ثراء نظرية التصميم وتطبيقاته ورؤاه ومناهجه وان اختلفت منابعها، الا انها كانت وما زالت تشكل المناخ الفكري الذي شكل صيرورة فكرة التصميم اليوم، وقد اثبت ذلك بان التصميم كعلم وفن يعتمد الوظيفة والجمال ينمو بواقع حركة الافتراض التي تسعى الى تحويل الافتراضات الى حقائق جديدة لتزيح الحقائق القائمة بعد ان ثبت قصورها عن اداء فاعليتها ، اما على مستوى النظرية وبسبب التحولات الكبيرة التي شهدتها فن التصميم في جانبه الوظيفي والجمالي فلم تتبلور نظرية ذات ملامح دقيقة يمكن اللجوء اليها بينما ورث الفن عموما نظريات عديدة كان اخرها واكثرها فاعلية ما تم اعتماده من نظريات اربع، كنظرية المحاكاة والنظرية (١٥) الشكلية والنظرية الانفعالية ونظرية الجمال الفني ، ولاجل الكشف عن اهم المعايير التي يمكن الركون اليها في فن التصميم فكان بعضاً من هذه المعايير تتفق مع فكرة التصميم واخرى تختلف عنه .

ان مواجهة اشكالية تفسير الاطروحات النظرية من جهة، وتأسيس اتجاهات فلسفية لفن التصميم واطر نظرية وفكرية وجمالية وتقنية ووظيفية قد ارسى اولى خطوات دخول الجمال والفن الى العملية الصناعية (التصميمية) وما تبعها في المسالة الانتاجية . فلم تكن نظرية التصميم لتكتسب صدقها دون تحويل تلك المفاهيم الفلسفية الى عملية تطبيقية، وكان على المصمم ان يدرك في كل مراحل العملية التصميمية هو ان صحة النظرية تكتسب قيمتها من صدق النتائج التي يمكن ان تحققها على مستوى التطبيق وهو جوهر فكرة التصميم. (١٦) ان مجمل الناتج التصميمي على المستويين المادي والفكري خاضع في اداء دوره الحقيقي من خلال صحة عملية الادراك وقوانينها التي تحدث لدى المتلقي والتي تتناسب دائما وبصورة طردية مع خبراته الجمالية وقدرة التصميم على التعبير وتحقيق الوظيفة

الحدثة والاصالة في التصميم

ان المعيار الرئيسي لتقويم الحدثة في التصميم هو ان يكون الناتج فيه جديداً واصيلاً وذا قيمة للفن والمجتمع فالناتج التصميمي يظهر بأشكال عديدة ومتنوعة وذلك وفق وظيفة التصميم ونشاطه وكذلك وفق طبيعته ودرجته ومستواه في الاصاله والقيمة والفائدة، والرغبة الشديدة للتجديد وعدم القبول بالحلول الاعتيادية لتحقيق استجابات الواقع في افضل صورة (١٦) ان العمل الابداعي الحداثي ذلك الانتاج الجديد الذي يحدث في مجرى التاريخ ضرباً من الاتصال ، وكأنما هو حقيقة فريدة تختلف عن كل تفسير سابق وهو الشيء الذي لا يشبه اي تصميم اخر سابق، سبق لنا ادراكه او تقبله او معرفته من اي وجه من الواجه اي انه كعمل اصيل يعد حدثاً مبتكراً وليس على الاخرين سوى ابداء الاعجاب والدهشة منه لكونه يشكل نماذج ابداعية اصيله . ان قدرة المصمم على انجاز العمل الاصيل تنطلق من خلال استدعائه بكل خبراته المخترنة في رؤاه الجمالية والعلمية والصورية ، كل ذلك يسعفه ويمده في تكوين وتركيب صور جديدة غير مسبوقه لها القدرة الكبيرة على التعبير عن الفكرة الجديدة بسهولة، مطلقة وبلا معوقات او قيود ، ومن هنا يمكن ان تربط فكرة العمل الجديد بالحدثة (١٧) ان عملية التجديد والحدثة عموماً ذات طابع فردي تنطلق من القدرات الذاتية للمصمم، وأن كانت في حقيقتها تستمد من واقعها الموضوعي والاجتماعي وبالتالي فإن الجهد الخلاق الذي يبذله المبدع لا بد ان يخرج في نهاية المطاف عن طابعه الفردي الذاتي بما يجعل العمل الابداعي يرتبط بالفائدة العملية للمجتمع . ان المقارنة بين اسلوب الحدثة في اللوحة الفنية واسلوب الحدثة في التصميم لوجدنا ان اللوحة الفنية تبقى ذاتية النزعة ذات دور معين، أما التصميم فيكون دور العملية الابداعية المتجددة وهو تحقيق الفكرة بطريقة موضوعية وعملية تكسب

صدقها من خلال نجاحها وفائدتها للمجتمع، لدرجة ادخال العملية التصميمية في صلب التجربة البشرية اليومية والادائية والنفعية (١٨). وتعد مرونة المصمم المحدث وامكانيته للتغيير السريع لمسار التفكير وطريقته لاجل اعادة النظر في العلاقات التي تربط العناصر وخاصة تلك العلاقات الترابطية القديمة وطريقة تحليلها الى اصغر عناصرها الاولية ومن ثم اعادة تركيب هذه العناصر وفق رؤية جديدة تتناسب مع الحلول الافتراضية للاشكالية الجديدة ويبرز ذلك مقدرة المصمم على التحرر من القوالب الفكرية الجامدة، والتكيف مع المتغيرات المستمرة في طبيعة الاشكاليات الوظيفية والجمالية واستخدام اساليب متنوعة من المعالجات والبحث عن وسائل اتصال.

الحدث في النسق المعرفي

للعديد من النظريات تفسير لنشاطها التصميمي والجمالي في ضوء ظروفها التاريخية التي نشأت فيها، وكانت تتأثر الى حد كبير بالمتغيرات التقنية والتجربة الحضارية والنظام الاجتماعي السائد الذي يشجع على خلق واكتشاف النظريات الحديثة والمتطورة او يقف عائقاً، دون تكوينها ، فالحدث نسق من المعرفة التي تشكل تفسيراً لجوانب متعددة من الواقع وتبقى في اطارها المعرفي الافتراضي ولا تكسب شرعيتها الا من خلال قيمة صدقها في الممارسة والتطبيق، ومعيار الصدق فيها هو الخبرة التصميمية ، فالعلاقة السائدة بين نظرية الحدث والتطبيق علاقة ملتزمة بالحياة الواقعية والنفعية والمعرفة الجمالية التي تستند الى رؤى ومناهج فلسفية معينة تحاول تفسير جوانب جمالية في الحدث من زوايا مختلفة وذات علاقة مباشرة بالتحويلات الفكرية والتقنية للواقع في كل مرحلة من مراحل التطور على مستوى الفكر والممارسة لتلبي حاجة عصرها (١٩). وتحقق متغيرات مهمة فيه ، لان لكل عمل مصمم له مواصفاته وخصائصه وقيمه التي تتضح من خلال علاقته بالمجتمع والبيئة والهدف الوظيفي المرجو منه، فكل عمل تصميمي معايير معينة يمكن استخدامها للحكم على قيمة العمل او التصميم و ما انتجه المصمم من اعمال فنية بمستوياتها المختلفة انما تتوقف على تحقيق تلك المنتجات لوظائفها وفق مقاييس وفائدة عصرها ولا تقتصر على عملية محددة لاحد روافد الحياة وانما تدخل في كل المتطلبات الفكرية والعملية للعصر. وتكون سبباً حقيقياً في رواج وتحقيق ارباح وسد حاجات ودخول في منافسات فنية واقتصادية لأن هذه الشروط والظروف التي تحيط بالمصمم تشكل قيوداً حقيقية تحفز جهوده الابداعية لمسايرة حالة التطور التكنولوجي متجاوزين الذائقة الاجتماعية والمحلية السائدة في ظل التداولية النفعية الملحة والتي تجعل المتلقي لا يسأل كثيراً عن الشكل الخارجي والجمالي لنفس المستوى الذي يمتحن فيه اداء ونفعه وقدرة المنتج التصميمي على الاشتغال. وهذا ما يجعل فن التصميم يفقد الكثير من الحرية التي تتمتع بها فنون عديدة حتى غابت الحدود الفاصلة بين الصانع الحرفي والمصمم الفنان أحياناً.

الاعلان التجاري والتحول الأسلوبى

إن ثقافة ما بعد الحدث التي تتناسب والأنماط الجديدة من الاستهلاك والموضة، وتشكل الصورة المستقبلية المرتقبة للواقع الجديد والمستندة إلى مرتكزين اثنين: وسائل الاتصال والإعلام، والتقسيم الدقيق للوقت، على عكس ما تتصف به الحدث باعتبارها نقيضاً للمجتمع التقليدي، فإن ما بعد الحدث لا تقوم إلا على إعادة الإنتاج، وتقوية منطوق الاستهلاك، وقد شكل فن التصميم، ميداناً أساسياً لتجسيد هذه التعارضات والتناقضات ، حيث كانت تشهد توسعاً كبيراً غير مسبوق. وهذا التوسع ولد في ظل المرحلة الرأسمالية الحالية قيم ثقافية استهلاكية على اعتبار أن ما بعد الحدث هي ردة فعل ضد أرقى أشكال الحدث وهي أيضاً، إزالة تامة للحدود الفاصلة بين النظم المعرفية والعلمية (٢٠)، ويبقى من الواضح أن ما بعد الحدث ليست "موضة" للمرحلة

الرأسمالية الحالية، وإنما هي ثقافتها فهي مصدر السلطة ومكانها المركزي، وهي المساحة التي تتبدى فيها الأشكال الجديدة للصراع الطبقي لتمتلك طوعية عالية للتلاؤم مع الأنماط المتحركة، التي اتسمت بالجد والمثابرة) (٢١) ، ان أهمية التحول الأسلوبي بحثاً عن آفاق جديدة للتعبير عن المتطلب الحدوثي للتعبير بفاعليه سيكون الأسلوب الأمثل للإيفاء بما تفرضه آليات الحياة الجديدة. فقد انتقلت المجتمعات انتقالات متعددة وبمُدَد زمنية متقاربة نسبياً تخللتها ظهور عشرات الاتجاهات النقدية ومجموعة كبيرة من النظريات الفنية مما أتاح للفنانين



تطبيق بعض من تلك النظريات عملياً على السطوح البصرية المختلفة (وتُعدّ المدة الزمنية مابين نهاية الحرب العالمية الثانية ١٩٤٥ والعام ١٩٨٠ من أكثر الفترات الزمنية تقلباً وغرابة لما شهدته من نزعات لا تنتمي بشكل صريح إلى أي أسلوب أو مدرسة فنية معينة والتي فتحت باب التجريب الفني على مصراعيه فجاءت اغلب الحركات بعدهما حركات اتسمت بالتجريد في الفن (٢٢) وهذا التأثير انتقل بدوره إلى التصميم كمنطلق رئيسي لمجموعة الأساليب الفنية. وقد تعرف الباحث ومن خلال البحث والدراسة على كل المدارس الفنية المعاصرة وهي كثيرة ومتشعبة وان البحث فيها ودراستها قد يبعد البحث هن الهدف المحدد وقد استخلص الباحث وحسب اعتقاده اهم المدارس الفنية واساليبها والتي كانت ، تأثيرها واضحا على المصممون المعاصرون والتي بنيت تلك الأساليب على أساسها ومن اهمها كالآتي:

١. أسلوب الكلاسيكية الجديدة (New-Classics):

تأثر المصممون في بعض تصاميمهم الاعلانية بالكلاسيكية الجديدة التي تمثل اتجاه في الفن في النصف الأول من القرن التاسع عشر و القرن العشرين، والذي تميز باستخدام الأشكال المأخوذة من أساليب الفن القديم، وتبنيها للمعايير التقليدية للحياة والفن، لتعزيز مواقفهم الفكرية والجمالية وقد اتجهت الكلاسيكية نحو الانفصال عن الحياة وعدم الاستعداد للتعبير عن الأفكار والموضوعات المعاصرة وغير ذلك من المناهج من رسم وتصميم (٢٣) اما من الناحية الفنية فقد امتازت تصاميم الاسلوب الكلاسيكي



الحديث، باعتماد العلاقة الجسدية الحميمة للشخصيات مع أظهار الخطوط الخفيفة الفاصلة بين الكتل فيصور شخصها في حركة درامية، حيث الزمن محسوس باللون المتغير وبحركة الأعين والوجوه والأيدي والألوان معتمة تارة ومضاءة تارة أخرى كما لو كانت الشخص تتحاور انفعالياً فضلاً عن اشتغالها على شفافية الجسد والأشياء، وغالبا ما تتضمن تصاميمها اللون الوردي أو احد مجاوراته لتضفي بعدا دنيويا على العمل، فضلا عن تخليها إلى حد ما عن المنظور والعمق (٢٤)

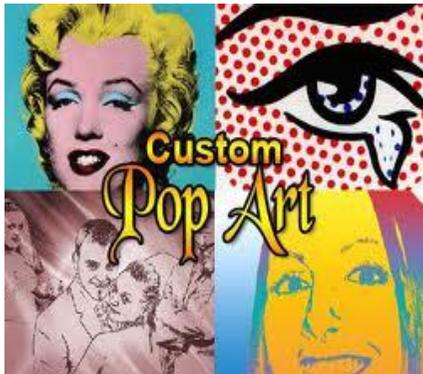
١. أسلوب الفن الرمزي :

تشكلت المدرسة الرمزية كردة فعل ضد الحركة الطبيعية في الفن، والحركات التي تحاكي الواقع المادي والأحداث اليومية ، فهي لا تسعى إلى تقليد الأشياء والمواضيع المرئية بل

تبحث فيها عن الانطباع والإحساس المفرط والشعور الذي يعكس الوعي بالحقائق الخارجية. ما يجعل العالم المثالي يتجسد في التعبير عن الحالات النفسية باختلافاتها المتعددة اي تغليف الفكرة بشكل شعوري لتدُل على أهمية التعامل بالرموز كونها وحدها تمكّن الفنان من الوصول للمعاني الخفية وللحقائق الذاتية. فقد جهد مصممو الأسلوب الرمزي لإعطاء الرمز وظيفة روحية، وبعداً دينياً متسامياً، سواء كانت هذه المعاني بسيطة وملموسة في الحياة اليومية العادية أو غريبة غير مألوفة تنتمي إلى عالم ما فوق الحواس (٢٥). فقد جمعت بين التصوير الأكاديمي والتصوير الحر، من خلال بعض القواعد الكلاسيكية لتوظيفها وبلورتها وفق رؤاهم من جانب الفكرة المشحونة بمواضيع الميثولوجيا، واللامنطق فاتخذت الأشكال تعبيرات كانت على صلة وثيقة بالتراث الشعبي والمأثور التاريخي وهذه النقطة تحديداً وظفت في التصميم المعاصر بشكل واسع وغير مسبوق، لا سيما وان هذا الأسلوب قد أضفى ثراء التأويل على بعض التصاميم، وعضوية التجسيد، ودقة التقنية اللونية، حيث شكلت الألوان احد أهم الترميزات في هذه المدرسة. لقد كان عالم ما فوق الحواس وعالم المعاني غير المألوفة هو العالم الذي تبناه الرمزيون للتعبير عنه فاستخدموا لغة تنتقي منها الدلالة المباشرة، وتعتمد أساساً على الإيحاء، فالرمزيون يريدون رسم عالم باطني ذو قوة إدراك واعية، لإقامة العلاقة بين المرئي الظاهر والخفي غير الظاهر باستخدام نظام متكامل من الصور والرموز أو العلامات ذات الدلالات الخاصة لصياغة عالم جديد تمثله العناصر المركبة للعمل الفني(٢٦)

2. الفن الشعبي (البوب): Pop Art

للفن الشعبي دور كبير في ادخال فن التصميم بفروعه المختلفة الطباعية والصناعية الى سطح اللوحة ويجاد حالة جديدة من التقارب بين الجمهور واللوحة من خلال اشراك المفردات الحياتية للمتلقي في العمل الفني. اذ بدأ هذا الأسلوب في التصميم وشهد رواجاً كبيراً وبدا يجتاح الفن الحديث بشكل كبير، وقد افتتن الفنانون الشعبيون بالاشياء العادية الشائعة فضلاً عن كل ماله علاقة بالحياة اليومية في الشوارع وعلى الجدران وواجهات المخازن وفي الرسوم الكرتونية كل ذلك كان ملكاً ومحط اعتزاز للفنانين الشعبيين لآفة هذه العوالم وقربها من المتلقي(٢٧)، فقد لقيت رواجاً منقطع النظير من قبل الجمهور الذي هلّل لهذا الفن، ليكون له اتباعاً في بقاع مختلفة من العالم، فكانت ولادة فن جديد انفصل عن تجارب المدارس السابقة، مبتعداً عن القيمة الفنية والنظريات والمألوفة، كما ظهرت رسوم المجالات الشعبية بالوانها الأساسية الصارخة، والخطوط والتناقضات ذات الحرفية العالية ساعدت المصمم على استخدام الصور الملونة في التعبير من خلال، وجوه مشاهير العصر وصورهم وتحويلها إلى لوحات فنية تأخذ مكانها في المعارض والمتاحف. فضلاً عن استخدام صور الأطعمة والألبسة ومختلف أنواع الأدوات(٢٨) وقد ساعدت



نظريات الفن عند الوجوديين والباحثين عن الحرية، إلى تغيير الكثير من المفاهيم الفنية ضد كل ما هو موروث وتقليدي، وأدت هذه الحرية في التعبير وهذا المنطق الفكري إلى خلق موضوعات جديدة عبرت عن الكثير من القضايا التي تمس المجتمع بكل جوانبه كما أعطت فرصة للجمهور كي يشارك ويتفاعل مع تلك الأعمال لأنها أصبحت جزءاً من حياته اليومية، (٢٩) فقد عالجت قضايا ومواضيع مجتمعية جعلت الجمهور فيها هو الغاية والوسيلة في الوقت نفسه، ما أتاح له أن

يصور اتحاد السمات الاجتماعية والنفسية في شخصية الإنسان من غير أن يفصل الجانب النفسي عن الظروف الاجتماعية التي نشأ نتيجة لها، بكل ما يتضمنه من قيم ايدولوجية وفنية تحاكي وتعكس لنا الكثير من المفاهيم والمبادئ الاجتماعية .

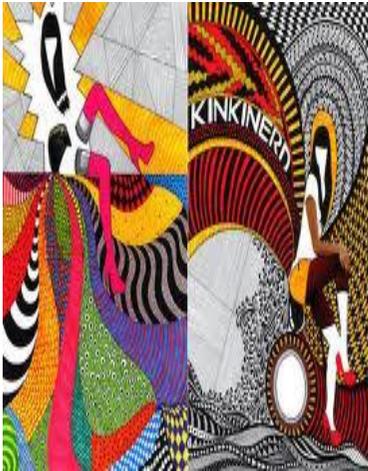
فاعلية أنظمة تصميم الملصق المعاصر :-

ان الأسس العامة التي تحكم أي عمل تصميمي هي العلاقة بين بعده الفني-الجمالي من جهة ووظيفته من جهة أخرى، وتعتمد فاعلية هذه العلاقة على خبرة وإبداع المصمم في تنظيمه للعلاقات بين المفردات البصرية والفضاءات المحيطة بها في إطار معين والطريقة التي تتخذ بها المفردات أو العناصر الفنية موضوعها في التكوين الفني للصورة ،وهي ما نطلق عليها بـ (الشكل) مع تنظيم للدلالات التعبيرية والحسية لهذا النتاج (٣٠)، إذ يسهم كل عنصر بدوره في أغناء الشكل ويكون عاملاً مساعداً في بناءه وإظهاره بوضوح، لذا فإن اختيار العناصر الفنية (الخط، اللون، الملمس...) التي يبنى بها الفنان أشكاله وتحديد طريقة لاتصالها وتداخلها هما الركبان الأساسيان لبناء العمل التصميمي وتتعدد الصياغات التنظيمية لكل عمل وفقاً للفكرة التصميمية التي قد تتحقق بأكثر من تكوين تعبيرية (٣١)، فتصميم الإعلان " هو الرسم الهندسي الذي يضع فيه المصمم صورة متكاملة عن شكل الإعلان النهائي، مع توضيح الفكرة التي يحملها الإعلان والأوتار النفسية التي تؤثر في القارئ، والهدف النهائي للتصميم الإعلاني هو جذب الانتباه، وإثارة الاهتمام برسائله وشكله ومضمونه، مع التركيز على بعض أجزاء الإعلان للتحكم في توجيه حركة العين، واتجاه النظر من خلال عناصر الإعلان، والعمل على تنسيق هذه العناصر المكونة للإعلان بالطريقة التي تسهل على القارئ استيعاب الرسالة ورموزها بشكل سريع ، مع مراعاته للتكامل الأدائي بين أشكاله الموظفة وإمكانية التوصل إلى أقصى حدود الأدائية للون في إعلانه. يتضح من ذلك ان كل العمليات الإجرائية التي يتبناها المصمم هي في الأساس تنفيذاً للفكرة ومنها النظام، فهي التي تحدد النظام لأن الفكرة هي التي تفرض التنظيم وصولاً إلى آلية الاستلام للفكرة بأفضل الطرق وأيسرها. (٣٢)

لذا فإن التكوينات المتأتية من اللون والشكل والملمس... وصيغة بنائها العام ينبغي ان تتم وفقاً لسياق محسوب علمياً وفنياً أي الاعتماد على الصيغ الرياضية في هندسة التشكيل العام فضلاً عن المنطقية لإظهار الفكرة التصميمية بصيغ وعلاقات مستقاة من تجارب مسبقة للمصمم نفسه وبما يخدم الناحية الوظيفية التي هي أساس الفعل الشامل إذن فالعلاقة ترابطية بين اللون والشكل والوظيفة، إذ ان استخدام اللون المناسب في الإعلان المطبوع يأتي معززا ومعضدا للهدف التصميمي من خلال تأكيده للشكل ودعمه، وإعطاء الصفات التي أراد المصمم للشكل أن يكون عليه. "فمن وظائف الشكل ضبط إدراك المشاهد وإرشاده وتحويل الانتباه الى اتجاه معين كي يكون العمل واضحا ومفهوما وهنا يلعب اللون دوره إذ قد يستعمل المصمم التضاد اللوني كأساس لتأكيد أو خلق بؤر بصرية تعمل كنقاط لجذب الانتباه، كما ان للتداخل اللوني من الضد وصولاً الى الانسجام يشكّل كإمل ربط بين الجزء والجزء، والجزء والكل في التصميم المطبوع خاصة في الإعلانات التجارية ذات السلع المتعددة.

لهذا فان عملية المسح البصري لتحركات الخطوط والألوان والنقاط يعطي للمحتوى تعبيراً وبعداً زمنياً متحولاً، ومنظوراً مبنياً على علاقات متبادلة متحركة، كما انه يتبع ويلاحق هذا المحتوى، وهذا المعنى ضمن توجهاته وتوازنه، ومسيرته نحو هدفه النهائي. إذن فان عملية التنظيم الشكلي للتصميم المطبوع لا بد ان يرتبط بالهدف التصميمي، وذلك لأن تأكيد الفاعلية الوظيفية للأشكال المكونة للتصميم تستوجب خضوعها لنظام بصري بعيداً عن العشوائية يحددها المصمم بقواعد تنظيمية لاسيما لمستوى أداء كل جزء فيه وفاعليته وعلاقته بالكل.

لذلك فاننا أمام فكرتين أساسيتين تشكلان طبيعة النظم (٣٣) صفة التنظيم والعلاقات بين العناصر والتفاعل فيما بينها، واللذان يعطيان للنظام الميزات التي تجعله يمكن ان يستخدم في حل المشاكل التصميمية، هذه الميزات هي:-



- 1- "الكل" هو الأصل، والأجزاء تأتي فيما بعد.
- 2- "الكل" هو النقطة التي ننطلق منها دائماً، ومن خلاله تأخذ الأجزاء والعلاقات التي بينها صفاتها.
- 3- "الكل" هو شيء معقد أو شكل، ويتصرف كوحدة ووفقاً لتعقيده.
- 4- الأجزاء تلعب دورها بإيضاح "الغرض" بوجود "الكل" ويتم تفعيل هذا الدور من خلال النظم اللونية وما تحققه من جذب انتباه أو إضفاء الواقعية أو تحقيقه للسيادة الموضوعية.
- 5- طبيعة الأجزاء ووظيفتها تشتق من مواقعها داخل "الكل" أما فاعليتها فيتم التحكم بها من خلال العلاقات الكلية المتبادلة بين الأجزاء ونواتج علاقاتها اللونية

(34)

- ٦- ان استمرارية الأجزاء وتداخلها داخل "الكل" تجعل من غير الممكن التأثير على أي جزء من غير أن تؤثر على بقية الأجزاء وان تغيير لون جزء ما له تأثيره على ما يجاوره من ألوان.

7- الأجزاء الرئيسية تكون قادرة على خدمة الأجزاء الثانوية.

8- الأجزاء يجب ان تكون معرفة بصورة كبيرة لكي تتمكن من تعريف علاقاتها الوظيفية واحدة بالأخرى اتجاه "الكل" أي انها ليست مجموعة متكونة من عدد من الصور والعنوانات تعبر عن مجموعة من المتغيرات (35)

أن لكل وضع تتخذه الأشكال التصميمية في الإعلان سيحدث تكويناً مغايراً لوضع آخر، وبناءً على ذلك فعلى المصمم أن يوفق بين الهدف من فكرة التصميم وبين الأداء الوظيفي والجمالي الذي يتحقق من خلال التنظيم الأكثر فاعلية لفضاء الإعلان ودقة اختياره للنظام التصميمي. إذ أن هناك أنظمة تصميمية عديدة ومتنوعة منها:

النظام التصميمي الخطي :-

في هذا النوع ترتبط المفردات الشكلية ارتباطاً متسلسلاً على شكل امتداد خطي قد تكون متشابهة في الحجم والشكل والوظيفة والقيم اللونية أو مختلفة أو متدرجة اما في الحجم أو الشكل أو الوظيفة أو اللون، ولكنها تنتظم باتجاه واحد محققة شعوراً بالاستمرارية. وللعلاقات اللونية بين مفردات هذا الامتداد الخطي مع بعضها البعض وبينها وبين الأرضية دوراً هاماً في إضفاء الحيوية وتلاشي الجمود الذي تفرضه طبيعة هذا النظام ومحدودية اتجاهاته(٣٦).

2- النظام التصميمي المركزي :-

وفيه تلتقي الأشكال في نقطة مركز الجاذبية لتشكل وسيلة لجذب رؤية المتلقي إلى حيث يوجد الشكل الرئيسي المطلوب، وغالبا ما يكون هذا الشكل مهيماً وكبيراً الى حد ما تلتف حوله المفردات الثانوية، وهذه المفردات اما ان تكون متكافئة في الحجم والشكل والوظيفة أو مختلفة في الحجم أو قد تكون مختلفة شكلاً ومكونة

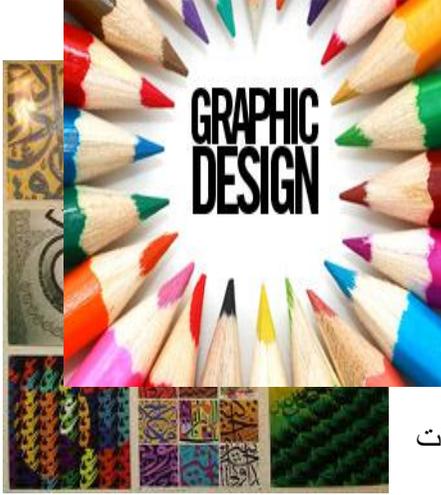


تنظيماً لا يحمل صفة الاتجاهية، إذ تتعدد مسارات الحركة الداخلية للمفردات الشكلية، فأما ان تكون بؤرية أو حلزونية^(٣٧) وهذا النظام يتيح للمصمم خيارات أكثر من سابقه في تحقيق التنوع اللوني إذ يمكن مثلاً تغيير المساحات اللونية ومواقعها لتتوزع على كامل فضاء العمل المصمم.

3- التنظيم الشعاعي :-

وتجتمع فيه التشكيلات حول ذاتها من مركز وهمي أو حقيقي وتمتد

اذرعها الخطية بطريقة شعاعية ويجمع هذا النمط بين التنظيم المركزي والطولي الذي يتضمن تركيباً مهيماً فيه تنظيمات طويلة أو خطية تمتد مفرداتها بطريقة شعاعية^(83ص171).

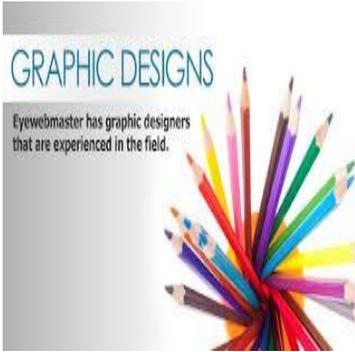


4- النظام التصميمي المثلثي أو الهرمي :-

تجتمع المفردات الشكلية فيه بشكل متماسك وبهيئة هرمية، وتكون قاعدته متوجهة نحو اعلى أو اسفل نقطة الجذب المركزية للإعلان. وهو يتطلب مهارة المصمم وخبرته في اختيار انظمة لونية تتماشى وطبيعة هذا التنظيم، كما هناك حاجة وظيفية ترافقها حاجة جمالية تعتمد على طبيعة العلاقات اللونية المؤثرة التي تم استخدامها^(٣٨).

5- النظام التصميمي الدائري أو القوسي :-

ويعتمد أسلوباً إيقاعياً متكرراً أو متدرجاً للاحاطة بمركز بؤري معين ليضفي نوعاً من التدفق الإيقاعي المتناغم للصورة واللون، ويحمل ابعاد تعبيرية وجمالية خلال الإعلان (39) .



6- النظام التصميمي الشبكي :-

يقسم الفضاء في هذا النظام إلى مجموعات خطية متوزية ومتقاطعة أشبه بالشبكة تتوزع فيها المفردات داخل حدودها، ويمكن للمصمم تحويل هذه الشبكة للحصول على أنماط مختلفة من التحولات لتحقيق احتياجات بصرية أو حركية أو وظيفية، ومن الممكن أيضاً ان ينقطع نمط الشبكة لتعريف فضاء مهم أو لتأكيد رمز أو أثر ضمن الموقع.

7- النظام التصميمي التجميعي :-

وتعتمد فيه تشكيلات قد تكون متشابهة أو متنوعة (باللون والشكل والحجم والوظيفة) بشكل مترابط ومتناسق، متخذة ضمن مجموعها العام في التوزيع صفة مرئية مشتركة (هيئة عنقودية). وعند تصميم إعلان متعدد الصور وفق هذا النظام فإن الكثافة الشكلية المفروضة تتطلب من المصمم استخدام التدرجات والتباينات



والتضادات اللونية مع الفواصل (الأسود والأبيض) بهدف إيضاح السلعة او الخدمة المعلن عنها لتحقيق التشويق والاثارة (٤٠) .



8- النظام التصميمي التربيعي :-

وفيه يكون المخطط الكلي للصفحة الاعلانية في أربعة أقسام لكل قسم تركيزه وتكوينه، على ان يكون الكل العام ضمن وحدة شاملة للجزء والكل (٤١). وفي كل الأحوال فأن هذا التنظيم يقيد المصمم ويعرض عليه استخدام عناصر تيبوغرافية ثقيلة في الأركان الأربعة قد لا تتطلبه طبيعة الموضوعات مما قد يفقد (الاعلان) حيويته ويجعله مفتعلا وجامدا ومجزأ في أربعة أقسام، كما يقيد المصمم بما فرضه عليه هذا النظام من معالجات تيبوغرافية ويلتزم بتقسيم شكلي محدد مسبقاً (42)

9- النظام التصميمي التبادلي مع الفضاء :-

إذ يساعد اعتماد الصورة الأساس بوصفها فضاء ليشكل بذلك خلفية حاوية للصور الثانوية المكملة للإعلان. شكل(86)

10- التنظيم المحوري:-

أ- التنظيم المحوري المتمثل:

ويتحقق بوضع الشكل الرئيسي على محور مركزي، (وغالبا ما يكون بوسط الإعلان وذو لون سيادي)، بينما تتوزع العناصر المتمثلة على جانبي المحور محققة توازناً شكلياً ومن الممكن أيضاً أن تكون هناك مجموعة أشكال رئيسية مرتكزة على عدة محاور (٤٣) .

ب-التنظيم المحوري المحوري غير المتمثل:

ويعنى بتوزيع الجاذبيات حول محور وهمي ولا يشترط التماثل على جانبي المحور، لذا فهو أكثر حيوية من النوع السابق... إذ توزع العناصر بهيئة متوازنة توازناً محسوساً محطماً بذلك جمود الافتعال والرتابة من خلال المرونة في حركة التشكيلات وتناسق أجزائها، محققاً بذلك حيوية وتجاوباً أكثر من مجرى التصميم (94،ص24).



ج- النظام التصميمي النصف العمودي، الأفقي:-

وفيه يتم تصنيف الصفحة الاعلانية إما عمودياً أو أفقياً ويكون لكل نصف تركيزه وتكوينه على ان يخضع للوحدة الشاملة للعمل التصميمي للجزء وال (44)

12- النظام التصميمي المتعامد رأسياً :-

ويعتمد على توزيع الأشكال بطريقة متعامدة مع بعضها رأسياً (45)



13- النظام التصميمي المتداخل أو المختلط :-

ويتكون من نظامين أو أكثر من الأنظمة التصميمية، فيجمع مثلاً بين النظام (الخطي والمركزي أو الشبكي والخطي). وبقدر تعلق الأمر بالدراسة يمكن الاستدلال على أن الأنظمة الوارد ذكرها لا تشكل كل الأنظمة التصميمية للإعلان، فهناك أنظمة أخرى وأنظمة مشتقة من الأنظمة المذكورة وفقاً لمتطلبات الفكرة التصميمية والإمكانية الذاتية للمصمم، وهي في كل الحالات ينبغي ان تتضمن شيئاً من الجاذبية التي تحقق قيمةً جماليةً متعددة تسهم إلى حد بعيد في إنجاح العملية التصميمية للإعلان المطبوع.

ويرى الباحث أستاذنا إلى ما تقدم ان عملية توزيع الأشكال داخل الفضاء تكون وفقاً للأهداف التصميمية المتمثلة في عمليات شد الانتباه وال جذب الجمالي للإعلان، لذا لا بد ان تكون مرتبطة بتنظيم الألوان، إذ ان اختيار



نظام تصميمي ذو الفاعلية الوظيفية للأشكال المكونة للتصميم يبقى عاجزاً عن تحقيق الجانب الجمالي المثير من دون ان يقتصر هذا النظام بنظام لوني مناسب، ومن دون مراعاة المصمم لطريقة توزيع الألوان من حيث علاقاتها مع ما يجاورها ومع الفضاء العام للتصميم، وكذلك في تكرار الألوان والمساحات اللونية للأشكال ومواقعها، فالشكل بمساحة لونية معينة وموقع معين له تأثير ومعنى يختلف عن ما يعطيه الشكل نفسه بمساحات لونية أخرى وموقع آخر (46) وان توزيع الألوان في النظام الإشعاعي يبدو أكثر حيوية عنه في النظام

الخطي بفعل تنوع المواقع والمساحات اللونية وتوزيعها وتكرارها وما ينتج عنها من علاقات تختلف من تنظيم شكلي لأخر فالخبرة والقدرة على الصياغة الفنية في بناء التصميم يتطلب مصمماً يستخدم وحدة العمل لبناء الشكل الجمالي ومحققاً الوحدة الفنية الوظيفية التي تؤثر في نفس المتلقي،

٤٣. مؤشرات الإطار النظري

أسفر الإطار النظري عن مجموعة مؤشرات يمكن الركون إليها واعتمادها كمعايير في عملية التحليل لإجراءات البحث الحالي وكما يأتي:

١- كان لسمات الحداثة وتعدد المدارس والحركات الفنية المعاصرة واساليبها انعكاسها الفكري المتأثر بطبيعة المتغيرات الاجتماعية والمرجعيات الثقافية.

٢- أدت العولمة دوراً كبيراً في تغيير الآراء و الأفكار والتعبير والوظيفة ، لأنها ترتبط بالقصدية الفكرية المؤثرة في الفن والفكر ومنها الاعلان التجاري.

٣- ان اختلاف طرق التنفيذ والمبالغات الشكلية والصورية والخطية ونتائجها الجمالية المتعددة دخلت ضمن تنوعات الأساليب التصميمية.

٤- التعبير الوظيفي لبنية النظام الشكلي تحقق لها عدة جوانب (التعبيرية و الرمزية والجمالية) امتازت أفكارها بالبساطة متأثرة بحركة مابعد الحداثة.

٥- تعددت الأساليب الفردية للمصممين واختلقت طرق التنفيذ واستخدام أنواع متعددة من العناصر والمبالغات الشكلية وما آلت إليه من نواتج جمالية متعددة دخلت ضمن تنوعات الأساليب التصميمية.

٦- توظيف الرموز بوصفها إشارة للانتماء المكاني والحضاري من خلال تمايز العناصر وملاحها التفصيلية باقتنانات حسية ورمزية معينة ترفد العناصر باليات الإثارة والتحفيزتناسب كل فترة زمنية وخصوصيتها.

٩- تناول الاعلان في مراحلها المختلفة آلية التعبير الوظيفي لبنية النظام الشكلي من خلال تحقيقه لأكثر من جانب وظيفي امتازت أفكارها بالبساطة متأثرة بحركة مابعد الحداثة.

الفصل الثالث- (إجراءات البحث)

الإجراءات

منهجية البحث

اعتمد الباحث المنهج الوصفي بطريقة (تحليل المحتوى) الذي يعتمد على (وصف العينات وتجميع الحقائق والمعلومات عنها ثم مقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول على تعميمات مقبولة) تخدم الهدف من البحث وتظهر النتائج الممكنة. فضلاً عن ملائمة الطريقة لطبيعة البحث من خلال عدم خضوع عدد كبير من عينات مجتمع البحث الحالي إلى البحث والتحليل العلمي سابقاً .

مجتمع البحث :-

يتكون مجتمع البحث الحالي من تصاميم الاعلان المطبوع في الصحف العراقية لنشاطات شركات تجارية باساليب متنوعة للمدة من عام ٢٠١٠- ٢٠١٥ وبلغ عدد عينات مجتمع البحث (٥١) اعلانا وهي حصيلة البحث الميداني للمجلات في المكتبات العراقية ، وقد اختار الباحث مجلة الشبكة العراقية كونها الاكثر انتشارا في العراق ، كما ان تصاميمها منفذة بمختلف الاساليب الفنية والتقنية لتمثل مجتمع البحث

عينة البحث

تم اختيار (٥) إعلانات كعينات للتحليل كونها تدخل ضمن نطاق البحث واستبعد الباحث بقية الإعلانات لكونها تفي بالغرض المطلوب

- ١- انقسمت اغلب الاعلانات إلى مجموعات متعددة افتقدت اغلبها التنوع الذي ينشده البحث
- ٢- استبعد الباحث بعض الاعلانات لعدم وضوح تفاصيلها ما يفرض صعوبة في تحليلها.
- ووضع الباحث شروطاً حدد من خلالها اختياره القسدي للعينات منها.
- ١- اختيار العينات ضمن الحدود الزمانية للبحث.
- ١- ملاءمتها لتوجه البحث العام وتمثيلها لمجتمع البحث كافة.

طرق جمع المعلومات:

- اعتمد الباحث عدة مصادر لجمع المعلومات يورد تسلسلها حسب الأهمية على النحو الآتي: -
- ١- المصادر والمراجع العربية والأجنبية المؤلفة من قبل اختصاصيين في المجال نفسه أو اختصاص موازي أو مكمل.
- ٢- البحوث العلمية (ماجستير - دكتوراه - بحوث الترقية فوق الدكتوراه).

مناقشة عينات البحث مناقشة عينة البحث

الوحدة رقم (١) زيت الذرة (عافية)

الوصف العام:-

الاعلان بحجم صفحة كاملة وباربعة الوان استخدمت فيه صورة كبيرة مثلت عبوة الزيت وشغلت الفضاء الكلي تقريبا،تكثفت عليها عدد من النصوص الخطية، ، توزعت في الفضاء مع هيمنة واضحة لصورة عبوة الزيت وسيادها على بقية العناصر في التصميم

المناقشة والتحليل:**-سمات التصميم:**

لم تعالج الصفات التصميمية والجمالية على نحو جيد .فالقيم اللونية غلب عليها اللون الاصفر بدرجات متعددة كذلك الانماط الكتابية جاءت بدرجات متنوعة في الفضاء الاساسي،اد حاول المصمم ان يجسدها بشكل مستقل من خلال تنوع اشكالها والوانها واحجامها مما اعطى التصميم تكثيفا" وتشوشا" بصريا لم يساعد على تعزيز تلك الصفات والتي ضعفت معالجتها بشكل كامل.فنحن نعلم الاهمية التي يحتلها اللون في التصميم ، وهنا يمكن ان نؤكد على ضرورة مراعات الاستخدام الامثل للون وكذلك التأكيد على رمزيته ودلالاته في التصميم.



استخدم المصمم نمطا "خطيا حديثا" يستخدم بكثرة في برامجيات الحاسوب، لغرض تحقيق غاية وظيفية وجمالية. ولتأكيد خاصية الجذب وشد الانتباه، وقد ميّز بوضعه في موضع فضائي (الاعلى) وبقيم لونية مختلفة بعض الشيء .وكانت المفردات المستخدمة متنوعة ومتعددة ولكنهمال تكن مرتبطة بالمنتج بقدر ارتباطها باسم الشركة المنتجة

-التنظيم والعلاقات:-

حقق المصمم توازن غير متماثل من خلال توزيع شكلي لبعض المفردات في عموم الفضاء،وادی استخدام الصورة بشكل عامودي الى اعطاء مساحة لتحديد علاقة تناسب غير منظم وهذا يعطي شعورا بعدم"الاستقرار وهو مؤشر سلبي وكان يمكن ان تتخذ العلاقة مستوى افضل لو نظمت الانماط الكتابية بشكل مفهوم يتناسب مع عدم التشتت البصري الذي انعكس على مواءمة العلاقة بين الشكل والفضاء.اذ لا بد من مراعات اساسيات تصميم الحرف من حيث تمايز العبارات بعضها من البعض الآخر او تمايزها عن بقية مفردات مضافة اخرى في التصميم لضمان ايصال المعنى والمضمون بصورة صحيحة وسليمة الى المتلقي.وهذا ما لم يتحقق. ورغم ان ملامح التنظيم تبرز الفكرة من خلال محتوياتها، الا ان التكتيف الشكلي اثر سلبا" مما احدث تشتت بصري فيما بين الاشكال مع بعضها، ثم مع فضائها والذي اضعف الصورة المستخدمة كفضاء" اساسا"،وامتزجت معه ولم تحدد نقطة مركزية موحدة وعزز ذلك الخلل في المعالجات التقنية للصورة .

الوحدة رقم (٣) شركة زين للاتصالات

الوصف العام :

الاعلان بحجم صفحة كاملة ونفذ التصميم باربعة ألوان، مع سيادة للعناصر التيبوغرافية (الكتابات) اء، اتخذت وضعا افقيا في التوزيع وتم تجزئة الفضاء الى ثلاثة اجزاء، مثل الجزء الاعلى وفي الزاوية اليمنى المجال الحاوي على العلامة التجارية للشركة لاساس وانتظمت بفيه العناصر التيبوغرافية بطريقة تتابعية عبر تجزئة فضاء الاعلان والذي بدا فارغا ولم تستغل مساحته بالشكل الصحيح وشغلت هذه المساحات بمحتوى كتابي فقط اما اسفل الفضاء فقد خصص لكتابة اسم الشركة وعنوانها الالكتروني.

المناقشة والتحليل:

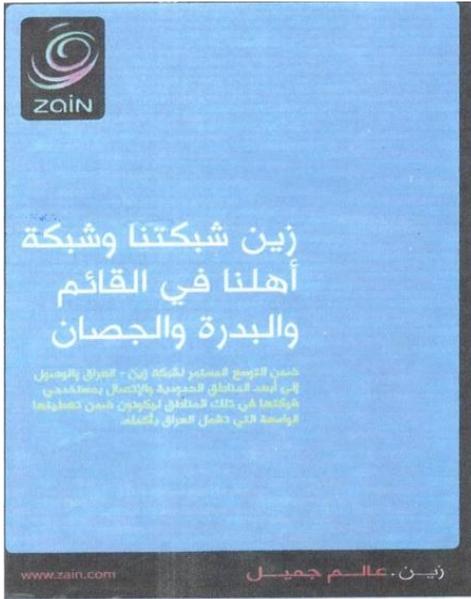
-سمات التصميم :

دلت المفردات المكونة، على مضامين محددة ،القصدها منها ترسيخ اسم الشركة المتعارف عليها. فلم ينسق المصمم الصفات المظهرية بشكل مؤثر وخاصة المفردات الخطية واللون، حيث استخدم الخط العربي بتنوعات متعددة ، وكان الغالب هو استخدام قيم لونية باهتة غير مثيرة لم تنسجم مع الارضية والتي كانت باهتة ايضا لم تضفي أية قيمة جمالية وتأثير الى التصميم. ورغم ذلك اتسم التصميم بسبب تقنية الطباعة التي عززت تنافس القيم اللونية وتدرجاتها ما بين الفضاء والمساحات المكتوبة بالتشويش وعدم وضوح المفردات ومن ثم القدرة على تحقيق الغاية التصميمية.

-التنظيم والعلاقات:

لم تتحقق الوضوحية التي تعطي للنظام التصميمي خصائص التنوع والفراده، حيث اثر التعدد الشكلي والتداخل بين كثافة المعالجات لاشكال(الخطوط) والتنظيمات الخطية سلبيا" وعزز ذلك ضعف الفاعلية

اللونية التي ادت الى اضعاف هيكلية النظام التصميمي. وعامة" فان تحديد العلاقة والتنظيم لم يؤشر تلميحاً" محدداً" لتلك الالية التي عبرت عنها الخطوط التي لم تظهر وحدة تصميمية، مما اثر في عملية التنظيم الكلية، حيث اعتمد التجاور والتماس اسلوباً" سائداً" في التنظيم اثر عن علاقات لم تؤشر جذبا" بصريا" كما لم يحقق وجود التنظيم الخطي الذي مثلته سلسلة الخطوط المتعددة دوراً" وفاعلية في التصميم ، وكان ذا اثر سلبي في احداث منافسة ومزاحمة مكانية اثرت في التنظيمات وسط الاعلان وبالتالي نستنتج من مجمل التصميم ان بساطة العلاقات الظاهرة في التصميم لم تساعد اظهار جاذبية او شد بصري كذلك عدم تحقيق قدرة على ترجمة عمق التعبير المطلوب ابرازة في التصميم وهذا جانب سلبي في التأثير ورد فعل عكسي، والمطلوب هنا هو محاولة وضع الصورة المؤثرة او العنوان في شكل او حجم في الفضاء بشكل يتيح للمصمم استغلالها وعرضها بطريقة ثانية مستعينا" بالتقنيات المختلفة المتاحة في التصميم لتقديمها باسلوب اكثر فاعلية من الشكل الحالي .



الوحدة رقم(٤): شركة امنية للانترنت

الوصف العام: اعلان بحجم صفحة كاملة ونفذ التصميم باربعة الوان ،مع سيادة للعناصر التيبوغرافية (الكتابات) اداخذ العنوان الرئيسي وضعا افقيا في التوزيع وتم تجزئة الفضاء الى ثلاثة اجزاء،مثل الجزء الاعلى وفي الزاوية اليمنى المجال الحاوي على العلامة التجارية للشركةالاساس وانتظمت بقيه العناصر بطريقة تنابعة عبر تجزئة فضاء الاعلان والذي بدا فارغا ولم تستغل مساحة بالشكل الصحيح وشغلت هذه المساحات بمحتوى كتابي اضافة الى صور لاجهزة الكترونية مثلت خدمات الشركة . اما اسفل الفضاء فقد خصص لكتابة اسم الشركة وعنوانها الالكتروني .

المنافشة والتحليل:

-سمات التصميم: دلت المفردات المكونة،على مضامين محددة ،القصد منها ترسيخ اسم الشركةالمتعارف عليها. لم ينسق المصمم الصفات المظهرية بشكل مؤثر وخاصة المفردات الخطية واللون،حيث استخدم الخط العربي بتنوعات متعددة ،وكان الغالب هو استخدام قيم لونية باهتة غير مثيرة لم تنسجم مع الارضية والتي كانت باهتة ايضا لم تضفي أية قيمة جمالية وتأثيرالى التصميم ورغم ذلك اتسم التصميم بسبب تقنية الطباعة التي عززت تنافس القيم اللونية وتدرجاتها ما بين الفضاء والمساحات المكتوبة بالتشويش وعدم وضوح المفردات ومن ثم القدرة على تحقيق الغاية التصميمية.

-التنظيم والعلاقات: لم تتحقق الوضوحية التي تعطي للنظام التصميمي خصائص التنوع والفراده، حيث اثر التعدد الشكلي والتداخل بين كثافة المعالجات لاشكال(الخطوط) والتنظيمات الخطية سلبيا"وعزز ذلك ضعف الفاعلية اللونية التي ادت الى اضعاف هيكلية النظام التصميمي.وعامة"فان تحديد العلاقة والتنظيم لم يؤشر تلميحاً" محدداً" لتلك الالية التي عبرت عنها الخطوط التي لم تظهر وحدة تصميمية،مما اثر في عملية التنظيم الكلية،حيث اعتمد التجاور والتماس اسلوباً" سائداً" في التنظيم اثمر عن علاقات لم تؤشر جذبا"بصرياً".كما لم يحقق وجود التنظيم الخطي الذي مثلته سلسلة الخطوط المتعددة دوراً"فاعلية في التصميم ،وكان ذا اثر سلبي في احداث منافسة



ومزاحمة مكانية اثرت في التنظيمات وسط الاعلان وبالتالي نستنتج من مجمل التصميم ان بساطة العلاقات الظاهرة في التصميم لم تساعد اظهار جاذبية او شد بصري كذلك عدم تحقيق قدرة على ترجمة عمق التعبير المطلوب ابرازة في التصميم وهذا جانب سلبي في التأثير ورد فعل عكسي ،والمطلوب هنا هو محاولة وضع الصورة المؤثرة او العنوان في شكله او حجمه في الفضاء بشكل يتيح للمصمم استغلالها وعرضها بطريقة مؤثرة مستعينا"بالتقنيات المختلفة المتاحة في التصميم لتقديمها باسلوب اكثر فاعلية من الشكل الحالي الوحدة رقم(٥): شركة زين للاتصالات

الوصف العام

شغل الاعلان مساحة صفحة كاملة في المجلة وباربعة الوان،مع اشغال فضائي بصورمختلفة الاشكال والاحجام،ولم تكن هناك سيادة لاي عنصر تيبوغرافي(الصور) في التعبير عن الفكرة الرئيسية للموضوع اد شغلت الصور



في الفضاء بشكل متناثر ولم توضح الاتجاه الفني الذي يمثله الاعلان، وعلى نحو عام فان معظم المساحة شغلها صور متعددة وعناوين رئيسية وفرعية واخرى توضيحية. سببت ارباكا للقارئ

المناقشة والتحليل

-سمات التصميم: برز الجانب الفني واضحا" من خلال صورة كبيرة لاحد النتاجات الفنية اضافة" الى عدد آخر تداخل مع الارقام وباحجام اصغر، وهو اسلوب اتبعه المصمم لتأكيد هدف اعلاني يخص العمل الفني

-السمات من خلال الصفات المظهرية: وظفت مجموعة الصور، بالافادة من قيمها اللونية المتعددة، والتي اتصف بها الفضاء الكلي. كما فصل المساحات التي اتخذت مقاسات متنوعة اضافة الى التنوع في الاحجام الكتابية والرقمية، كذلك الاطارات المحيطة ببعض المساحات.

-السمات من خلال الدلالات: تمت الافادة من المضامين التي تضمنتها الصور المستخدمة في التصميم لخدمة الهدف الوظيفي والجمالي، من خلال دلالاتها التي عبرت عن ارتباط بالبيئة المحلية، وساعد على ابرازها القدرة التصميمية في اظهارها منسجمة مع بعضها من خلال طريقة التنظيم والتوزيع ضمن الفضاء المستوعب اذ احتوت الانسجام في المساحات بفعل التوازن والتناسب بين المفردات وتقسيمها للفضاء، على وفق ايقاع غير رتيب محققا" حركة ساعدت على تحقيق الهدف المتوخى من ذلك، وفي تحقيق التتابع البصري ابتداء" من نقطة المركزية المتمثلة بالصورة الرئيسية. كما تميز التصميم بالوضوح من خلال مراعات مقاسات وتناسبها مع الابعاد المحددة للفضاء الكلي للتصميم، كذلك احجام الحروف المستخدمة والارقام بما يسهل من عملية قراءتها، وجاء ذلك ليعزز عملية التنظيم بين المفردات وخاصة انها جاءت على وفق تقسيمات المحاور وفي اتجاهات متنوعة.

-التنظيم والعلاقات:

افتقر التنظيم الى تحديد للعلاقات (المركبة) الا من حيث تنظيم المساحات وفق امتداد افقي من اجل تحقيق التجاور الشكلي، ولو دققنا في مجمل المساحة، فان الصفة الغالبة هي تقسيم يخضع الفضاء الى هدفها في التصميم، اذ يظهر العنوان بالقيمة البيضاء على ارضية الصورة (اعلى التصميم) محققا" توافق هندسي من مستويات محددة حيث شغلت الصورة الاكبر مساحة الفضاء الاعلى ثم تدرجت المساحات الاخرى وفق الاهميات، كما استفاد من وضع مساحات الترقيم بالتزامن مع مساحات الصور بطريقة متناظرة متجاورة. كما لم يتمكن المصمم من تفعيل الحركة فيما يخص مساحات الصور او الاحجام الكتابية معتمدا على نحو كامل على آلية التوازن المتناظر في جهتي المساحة الكلية المكونة، وبالتالي تشتت واضعاف الوحدة، حيث كانت العلاقات الناتجة علاقات ضعيفة ناتجة من عملية التكتيف في عرض الدلالات الشكلية في التصميم الامر الذي ادى الى احداث تشويش وعدم وجود مركزية، مما اثر سلبا على جمالية التصميم، ان المصمم في هذه الحالة يجب ان يراعي عملية التنظيم المدروسة والقائمة على هيكلية وتدرج لابرز الاهمية، فابدى التنظيم هنا ضعفا واضحا لعدم وجود ترابط ووحدة في عدد المفردات الكثيره المستخدمة دون مراعات التدخل التصميمي لتنظيمها.

الاستنتاجات

١- تميزت الاعلانات بالتنوع الاسلوبي والبعد الجمالي في اغلبها ويعتقد الباحث ان ذلك يرجع إلى بساطة الأفكار وطرق تنفيذها وإخراجها النهائي التي حدثت من تفعيل المبادئ التصميمية والعناصر والأسس والعلاقات البنائية

- ٢- ان استخدام الصور الفوتوغرافية دون اية معالجات فنية تقنية وتصميمية يعطي انطباع بمحدودية وضعف العاملين في هذا المجال.
- ٣- لم تعطى الخبرة التصميمية مجالاً "العرض ما يمكن ان يظهره من قدرة على تقديم الافكار المعروضة بعلاقات مركبة او طرح الافكار بشكل جمالي وظيفي منظم.
- ٤- لم يتحقق جانب الوضوح والمقروئية في الاعلان ،في الوقت الذي كان من المفروض تعزيزهما لانهما من اساسيات التصميم.
- ٥- غياب التنويعات التنظيمية وسيادة التنظيم المركزي والتوازن المتناظر مما ادى الى ضعف الجذب البصري بسبب عدم التمكن من الوصول الى عمق في طرح الفكرة واستخدام العلاقات التصميمية البسيطة فيه.
- ٦- لم يولى الاستخدام اللوني اهمية في التصاميم المقدمة وهو سبب يدعوننا الى تعزيز ذلك لما له اهمية منح قوة في عرض الافكار.
- ٧- شكلت عوامل البيئة والتقاليد والمدارس التشكيلية العالمية الى إنضاج وتطوير الأفكار التي طرحت وحققت البعدين الوظيفي والجمالي والتنوع الأسلوبي.
- ٨- شكلت القواعد الفنية العماد في تصميم الاعلان لأنه انبنى على تقاليد فنية وجمالية معرفية تراكمية ذات جذور فلسفية نمت في البيئة والفكر المنفتح على العالم

التوصيات

في ضوء نتائج البحث واستنتاجاته يوصي الباحث بما يأتي:

- ١- الاهتمام بتعزيز الفكرة و البعد الجمالي في الإخراج والإظهار النهائي للاعلان
- ٢- تعزيز التقنيات الإظهارية من خلال توظيف ما يحمل بعداً أسلوبياً جمالياً
- ٣- الاستفادة من أساليب الفن التشكيلي في تقديم تصاميم اعلانات تتمتع بالتنوع والإثراء الوظيفي والدلالي .

الهوامش

1. القرآن الكريم ، سورة ال عمران ، ص125 .
2. ابن منظور ، لسان العرب ، المؤسسة المصرية العامة للتأليف والنشر ، ج1 ، القاهرة ب.ت ، ص151
3. ريد ، هربرت ، معنى الفن ، ط2 ، ت . سامي خشبة ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، 1981 .
4. ابن منظور ، مصدر سابق ، ص463 .
5. برادلي ، مالكوم ، الحداثة ج1، ت . مؤيد حسن ، دار المأمون ، بغداد ، 1990 ص27 .
6. بروكر ، بيتر ، الحداثة وما بعد الحداثة ، ت . عبد الوهاب غلوب ، الامارات ، 1959 ص70 .
7. روز ماركيت ، مابعد الحداثة ، ت . احمد الشامي ، الهيئة المصرية للكتاب ، القاهرة 1973 ص88
8. كليتن ، كلين يو ، الطباعة العامة فنونها وصناعاتها ، ت . انور شاؤول ص 284 ، العراق ، ب ت
9. اباد الحسيني ، فن التصميم ، ج1 ، دائرة الثقافة والاعلام ، الشارقة 2008 ، ص23
10. روز ماركيت ، ما بعد الحداثة ، مصدر سابق
11. اباد الحسيني ، فن التصميم ، ج1 ، دائرة الثقافة والاعلام ، الشارقة ، 2008 ص44
12. اسماعيل شوقي ، الفن والتصميم ، كلية التربية الفنية ، القاهرة 1999 ص33
13. فن التصميم ، مصدر سابق ص99
14. ريد ، هربرت ، (مصدر سابق) ص52
15. حسن محمد حسن ، الاصول الجمالية للفن الحديث ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1994 ص155
16. توفيق سعيد ، الخبرة الجمالية ، دراسة فلسفة الجمال ، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع ، بيروت ، القاهرة ، 1992 ، ص115
17. توفيق سعيد ، الخبرة الجمالية ، دراسة فلسفة الجمال ، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع ، بيروت ، القاهرة ، 1992 ، ص115 .

18. لالو ، شارل ، مبادئ علم الجمال ، (الاستايطيقا) ت . مصطفى ماهر ، دار احياء للكتب العربية ، القاهرة ، 1959 ، ص115
19. ريد ، هربرت ، (مصدر سابق) ص63 .
20. فن التصميم ، مصدر سابق ، ص10
21. اشرف صالح ، تصميم المطبوعات الاعلامية ، العربي للطباعة والنشر ، الاسكندرية 1986 ، ص43
22. مباديء التصميم ، مصدر سابق ، ص58
٢٣. الصراف ، عباس، آفاق النقد التشكيلي، وزارة الثقافة والإعلام، دار الرشيد للنشر ، بغداد، 1979، ص149.
24. نيوماير ، سارة، مصدر سابق، ص7-8.
٢٥. مالنز، فريديريك، الرسم كيف نتذوقه - عناصر التكوين، ت: هادي الطائي، م: سلمان الواسطي، دار الشؤون الثقافية ،بغداد، 1993، ص97.
26. ريد، هربرت، النحت الحديث، ت: فخري خليل، ط1، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد ، 1994، ص98 .
٢٧. مولر، جي. اي. وايلغر، فرانك، مصدر سابق، ص93.
28. محسن محمد عطية ، مصدر سابق ، ص 128 .
29. ريد ، هربرت ، حاضر الفن، ت: سمير علي ، وزارة الثقافة والإعلام ، دائرة الشؤون الثقافية ، دار الحرية للطباعة والنشر ، بغداد ، 1983 ، ص93-94.
٣٠. Hollis, Richard, Ibid., ص ٢٠٣
٣١. Ibid, p. ١٨ Famous Artists, Course in Commercial Art Illustration and Design, Ibid., p. ٢٠ .
32. غادة موسى رزوقي ، فكر الابداع في العمارة ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية الهندسة المعمارية ، جامعة بغداد ، 1996 ، ص79-81 .
33. Arnheim, Rudolf, The Power of the Center, A Study of Composition in the Visual Arts, Barkley University of California Press, 1988, p.38-44
34. فاروق عباس حيدر ، التصميم المعماري ، ط1 ، مصر ، منشأة المعارف الاسكندرية ، 1998 ، ص116 .
35. الوحيشي ، كمال عبد الباسط ، مصدر سابق ، ص 121 .
٣٦. John, Coring, Anthropometrics for designers, van No strand company, New York, ١٩٧١.
٣٧. فاروق عباس حيدر ، التصميم المعماري ، ط1 ، مصر ، منشأة المعارف الاسكندرية ، 1998 ، ص116 .
٣٨. Arnheim, Rudolf, The Power of the Center, A Study of Composition in the Visual Arts, Barkley University of California Press, ١٩٨٨, p. ٣٨.
39. William Owen , Modern Magazine Design , New York , 2000 p:40
40. Hollis, Richard, Ibid., p. 203
٤١. Famous Artists, Course in Commercial Art Illustration and Design, Ibid., p. ١٨
٤٢. Arnheim, Rudolf, The Power of the Center., p. ٣٣
٤٣. فاروق عباس حيدر ، التصميم المعماري ، ط١ ، مصر ، منشأة المعارف الاسكندرية ، ١٩٩٨ ، ص٦٨
44. John, Coring, Anthropometrics for designers, van No strand company, New York, ١٩٧١. p.
45. Broad Bent, Getter, Design in Architecture Published by John Willy & Sons, London, ١٩٧٥
46. Famous Artists, Course in Commercial Art Illustration and Design, Ibid 1999

المصادر

١. القرآن الكريم ، سورة ال عمران
2. ابن منظور ، لسان العرب ، المؤسسة المصرية العامة للتأليف والنشر ، ج1 ، القاهرة ب.ت
٣. اسماعيل شوقي ، الفن والتصميم ، كلية التربية الفنية ، القاهرة 1999
٤. اشرف صالح ، تصميم المطبوعات الاعلامية ، العربي للطباعة والنشر ، الاسكندرية 1986
٥. الصراف ، عباس، آفاق النقد التشكيلي، وزارة الثقافة والإعلام، دار الرشيد للنشر ، بغداد، 1979.
6. اياد الحسيني ، فن التصميم ، ج1 ، دائرة الثقافة والاعلام ، الشارقة ، 2008
7. برادلي ، مالكوم ، الحداثة ج1، ت . مؤيد حسن ، دار المأمون ، بغداد ، 1990 .
8. بروكر ، بيتر ، الحداثة وما بعد الحداثة ، ت . عبد الوهاب غلوب ، الامارات ، 1959 .
٩. توفيق سعيد ، الخبرة الجمالية ، دراسة فلسفة الجمال ، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع ، بيروت ، القاهرة ،

١٠. حسن محمد حسن ، الاصول الجمالية للفن الحديث ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1994
11. روز ماركيت ، مابعد الحداثة ، ت . احمد الشامي ، الهيئة المصرية للكتاب ، القاهرة 1973 .
12. ريد ، هربرت ، معنى الفن ، ط2 ، ت . سامي خشبة ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، 1981 .
١٣. ريد ، هربرت ، حاضر الفن، ت: سمير علي ، وزارة الثقافة والإعلام ، دائرة الشؤون الثقافية ، دار الحرية للطباعة والنشر ، بغداد ، 1983
١٤. ريد، هربرت،النحت الحديث،ت:فخري خليل،ط1،دار المأمون للترجمة والنشر،بغداد ، 1994
- 15-غادة موسى رزوقي ، فكر الابداع في العمارة ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية الهندسة المعمارية ، جامعة بغداد ، 1996.
- 16- فاروق عباس حيدر ، التصميم المعماري ، ط1 ، مصر ، منشأة المعارف الاسكندرية ، 1998 ، ص116 .
- 17 -كلينتن ، كلين يو ، الطباعة العامة فنونها وصناعاتها ، ت . انور شاؤول ص 284 ، العراق ، ب ت
- 18- لالو ، شارل ، مبادئ علم الجمال ، (الاستاتيكا) ت . مصطفى ماهر ، دار احياء للكتب العربية ، القاهرة ، 1959 ،
- 19- مالنز،فريدريك،الرسم كيف ننزقه - عناصر التكوين،ت:هادي الطائي، دار الشؤون الثقافية ،بغداد،١٩٩٣.
- ٢٠ - Arnheim, Rudolf, The Power of the Center, A Study of Composition in the Visual Arts, Barkley University of California Press, ١٩٨٨
- ٢١ - Broad Bent, Getter, Design in Architecture Published by John Willy & Sons, London, ١٩٧٥
- ٢٢ - Famous Artists, Course in Commercial Art Illustration and Design, Ibid- ١٩٩٩
- ٢٣ - John, Coring, Anthropometrics for designers, van No strand company, New York, ١٩٧١
- ٢٤ - William Owen , Modern Magazine Design , New York , ٢٠٠٠.