فاعلية القيم الجمالية في التصميم الطباعي

نبيل احمد فؤاد

جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة

الملخص :

الملصق انجاز جمالي له ضوابط تفرضها تنوعاته تبعا للمضمون الذي يطرحه والقضية التي تحتويها هيكليته التنفيذية، في خضم تلك المعطيات باتت القيم الجمالية من الصعوبة بمكان تحديد عناصرها ونظامها ومنظوماتها الشكلية بأسلوب يكون مقنعا للجميع ولايلاقي رفضا من احد ، ولان الملصق موضوعة متجددة، وبوصفه عمل تصميمي جمالي فهو خاضع لتقنيات واتجاهات مختلفة يفرزها الفنان ، ويتطور وفقا لتطور الزمن وتطور المجتمع بكل جوانبه وعلى وفق ذلك يطرح الباحث تساؤلاته في تحديد مشكلة البحث وهي:

1- ماهي التنوعات والتباينات النظرية التي تعنى بقيم الجمال للملصق ؟.

2- ماهي اليات تفعيل القيم الجمالية في الملصق والارتقاء به ؟ .

حيث وجد الباحث مبررا منطقيا يتناول تلك المشكلة بالدراسة والتمحيص من خلال بحثه الموسوم : ((فاعلية القيم الجمالية في التصميم الطباعي)). وللوصول إلى النتائج المرجوة من خلال اهدف البحث وهي :

1- التعرف على دور القيم الجمالية لتفعيل اداء الملصق الطباعي .

2- تحديد الاساليب التصميمية المتبعة في إظهار القيم الجمالية في الملصق الطباعي .

ولغرض الوصول إلى أهداف البحث الحالي حدد الباحث محاور أساسية تضمنها الفصل الثاني الإطار النظري بـــثلاثة مباحث وهي المبحث الأول : مفهوم الجمال والمبحث الثاني : القيم الجمالية والمبحث الثالث : اليات تفعيل القيم الجمالية في تصميم المطبوع وقد دعم ما تمخض عنه الإطار النظري من مؤشرات أساسية . وقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج من اهمها :

1- ان الشكل في التصميم على وجه الخصوص تتميز فيه القيم الشكلية بوحدة متكاملة تعبر عن وحدته المادية التي تجعله مجسداً في موضوع حسي متماسك ومنسجم في مادته، كما ينطوي على دلالة باطنية تعبر من جهة اخرى عن حقيقة روحية يشعر بها المتلقي وفق خزين الذاكرة والمعرفة وقدراته خارج واقعه الملموس (الخيال) من خلال العلاقة الارتباطية.

2- أن مصادر الشكل التصميمي تبنى المجال الثاني الذي يؤكد أن مصدر الشكل التصميمي كامن في عقل المصمم اي مكنونه كأشكال لمنتجات تصميمية خارجة عماهو مألوف في الطبيعة ، حيث اظهرت اعتماد التصميم على النظرية الثانية والتي مفادها ، أن الشكل يتولد عن فكرة تنشأ من خلال الحدوس العقلية الداخلية للمصمم ، وهذا الأخير يرسم أشكاله انطلاقاً من مشاعر ذاتية، تحيل تصوراته المسبقة عن تلك الأشكال مع مشاعره، إلى تكوينات إبداعيه لم يسبق لها مثيل.

مشكلة البحث:

أن قيم الجمال تبقى ضمن موضوعها الادراكي متباينة من مجتمع الى اخر عبر نظريتي الزمان والمكان، فما يراه البعض جميلا قد نراه نحن قبيحا ومانراه نحن جميلا ربما نراه قبيحا بعد حين من الزمن ، فالملصق انجاز جمالي له ضوابط تفرضها تنوعاته تبعا للمضمون الذي يطرحه والقضية التي تحتويها هيكليته التنفيذية، في خضم تلك المعطيات باتت القيم الجمالية من الصعوبة بمكان تحديد عناصرها ونظامها ومنظوماتها الشكلية بأسلوب يكون مقنعا للجميع ولايلاقي رفضا من احد ، فالحدث يفترض الية تنفيذ تشتمل رموزاً واشكالاً يقتضيها المضمون فضلا عن المفردة الكتابية التي يوائمها الفنان استكمالا للمضمون ، ومن هنا وجدت المذاهب الفكرية الحديثة صفات ترتبط بالجانب النفسي وتؤكد قيما جمالية فاعلة منها مايرتبط بالفنون التشكيلية او التطبيقية او العلمية البحته، وفي مجال التخصص الدقيق في التصميم الطباعي، ولان الملصق موضوعة متجددة، وبوصفه عمل تصميمي جمالي فهو خاضع لتقنيات واتجاهات مختلفة يفرزها الفنان ، ويتطور وفقا لتطور الزمن وتطور المجتمع بكل جوانبه وعلى وفق ذلك يطرح الباحث تساؤلاته في تحديد مشكلة البحث وهي:

1- ماهي التنوعات والتباينات النظرية التي تعنى بقيم الجمال للملصق ؟

2- ماهي اليات تفعيل القيم الجمالية في الملصق والارتقاء به ؟

3- ماهي المعايير والاشتراطات اللازمة التي تسهم في اثراء المعنى الجمالي للشكل المصمم ؟

من خلال بحثه الموسوم : ((فاعلية القيم الجمالية في التصميم الطباعي)).

أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في أنه :-

1- يسهم في الاطلاع المعرفي على الاساليب والاتجاهات النظرية الموظفة في تفعيل القيم الجمالية في مجال التصميم الطباعي .

2- يسهم هذا البحث في طرح أشكال تطبيقية عملية من خلال البحث والتحليل ، لتحقيق الوعي الفكري في ابتكار أشكال تصميمية معاصرة.

هدف البحث

تكمن أهدف البحث في :

1- التعرف على دور القيم الجمالية لتفعيل اداء الملصق الطباعي .

2- تحديد الاساليب التصميمية المتبعة في إظهار القيم الجمالية في الملصق الطباعي .

حدود البحث

يتحدد البحث بالحدود الآتية :

- **الحد الموضوعي** : دراسة فاعلية القيم الجمالية في التصميم الطباعي .

- **الحد الزماني** : الملصقات الطباعية (السينمائية الخاصة بجوائز الاوسكار) مختارة قصدياً بما يتماشى مع متطلبات البحث، لعام 2012 .

تحديد المصطلحات

فاعِلِيَّة : لغة : قدرة ، تأثير- مصدر صناعيّ من فاعِل : مقدرة الشيء على التأثير.

" **فاعلية" :** وسيلة / دواء / حل ، (النحووالصرف) كَوْن الاسم فاعلاً " اسم مرفوع على الفاعليَّة " . (1ص517)

الفَاعِلِيَّة : وصَف في كل ما هو فاعل . أن الفاعليّة تعني (كَوْنَ الشّيءِ يُؤدّي إلى نتائجَ، التّأثيرُ، صفةُ ما يُحدِثُ الأثرَ المُنتظرَ) ، كما أشار المنجد إلى أنَّ كلمة فَعَّال تُعني: (النّافِذَ، المُؤثِّرَ، الّذي يُؤدِّي إلى نتائجَ)

فاعِلِيَّة : اصطلاحا : في أصلها تشير إلى ما يحدث الأثر الإيجابي المنتظر ، أي صفة ما يحقق الهدف المرسوم . فمدلول الفاعِلِيَّة يشير إلى أداء الأشياء الصحيحة (لكونها تتصل بالأهداف) .

القيمة : لغة : تشتق كلمة القيمة في اللغة العربية من القيام، وهو نقيض الجلوس، والقيام بمعنى آخر هو العزم، جمع قِيَم الثمن الذي يُعادل المتاع . القيمي ، نسبة إلى القيمة على لفظها . القَيِّم : كل ذي قيمة.(2 ص664). القيمة : اصطلاحا :هي نزعتي أو عاطفتي . إنها ظاهرة أولية تتيح لنا الكلام عن قيمة الشيء الذي تتطلع إليه هذه النزعة أو العاطفة . كما تدل كلمة القيمة على الثمن الذي يقاوم المتاع، أي يقوم مقامه،وهي مايقدر به الشيء للتثمي والتمييز، وجمعها قيمُ، وقيمة الشيء في الدور الذي يقوم به ، مثل قوله تعالى (فِيهَا كُتُبٌ قَيِّمَة) وهنا دلالة على القيمة المرتفعة (3 ص195). الجمال : لغوياً : الحسن جَمــُلَ . جمالاً حَسُنَ خَلقاً وخُلقاً فهو جميل (4 ص102). الجمال : اصطلاحا : ليس سوى الصفة التي يخلعها الإنسان على الموجودات التي يحكم عليها بالجمال (5ص28) .

الفصل الثاني

الاطار النظري

المبحث الاول / مفهوم الجمال

أصبح علم الجمال في منتصف القرن الثامن عشر جـ ز ءً من الفلسفة ، ثم اعترف به بعد مئة عام من ذلك التاريخ كعلم مستقل له أصوله وقواعده مع الاحتفاظ بالعلاقة المشتركة لهاذا العلم معالفلسفة وعلم الأدب وعلوم الفن الأخرى". (6 ص111)

إن الفلسفة نقدية بالمعنى الأوسع ، و لما كان علم الجمال أوفلسفة الفن كما يسمى أحيانا فرعا من الفلسفة، فإن ما قلناه عن الفلسفة عامة يصدق على علم الجمال بدوره، فعلم الجمال يأخذ على عاتقه القيام باختبار نقدي، لاعتقاداتنا بأمور مثلا، ما طبيعة الفن الجميل؟، ويختلف علم الجمال عن الفن، فعلم الجمال تحديدا يعني فلسفة الفن (الحساسية) بمدلولها المعرفة الحسية (الإدراك) والوجه الحسي لتأثرنا، ان تعريف بول فاليري "علم الجمال بأنه علم الحساسية، وهي تطلق على كل تفكير فلسفي في الفن ، إذا فعلم الجمال إنما يبحث في شروط الجمال ومقاييسه ونظرياته وفي التذوق الفني " (6 ص٢١).

وتجدر الاشارة "ما يسمي بعلم جمالي متعالي (TRANSCENDENTAL AESTHETICS) كما هو عند كانط ، ويبحث في الصور القبلية للمعرفة الحسية، وهي

صورتان: الأولى صورة المكان ،وهي صور قبلية للمعرفة بالعالم الخارجي، والثانية صورة الزمان وهى صورة قبلية للمعرفة" (7 ص٥٥٤) .

إن أهم سمتان للصورة الفنية والفنون عامة هي سمتا المحاكاة والتعبير. فمن الفلاسفة من زعم أن ماهية الفن هي محاكاة الطبيعة فقط كأفلاطون . وعلى الرغم من خطأ هذا الزعم فإن التقدير الكبير الذي يحضى به كثير من الأعمال الفنية يرجع في جنب منه الى نجاحها في تمثيل الواقع . كما أننا بالتأكيد لانجد أي سبب يمنعنا أن نعجب بالفنانين القادرين على المحاكاة الناجحة. وتشكل الأعمال الفنية فئة ضخمة من المفردات شديدة التنوع والتباين . ونحن حين ننظر الى هذا التنوع الهائل نأخذ بعين الاعتبار استبعاد أي وصف أحادي يتناول كيفية عمل الفن ومعيار النجاح الفني ، فيرد كل شي الى عامل واحد مفرد. فليس كل عمل فني يروق لشخص يتعين أن يروق لغيره. فإذا كانت أذواق الناس مختلفة فهل يترتب على ذلك أن بعضهم مخطئ بالضرورة ؟ هذه واحدة من أصعب المشكلات في علم الجمال ولم ينعقد لسوء الحظ ، أي اتفاق بين علماء الجمال حول الطريقة التي يتناولون بها هذه المشكلة فيعمدون إلى حلها.

لقد ورثنا تاريخ الفن من خلال المتحف وتاريخ كل الخطابات التشكيلية المتداخلة مع تاريخ الخطابات النقدية كما تتضح فكرة الجمال (*) عبر ذلك النسق في كل من الأعمال الفنية الخالدة وتاريخ الفن والنقد اللذان لا ينفصلان عن المجتمع ومراحل تطوره . "وقد أنجز ذلك النسق في إطار اشكاليته الحضارية منظومات مصطلحية جسد تلك الأنساق المفاهيمية في تلك المجتمعات وأصبح من الصعب تكوين ذلك النسق بعيدا عن أسئلة العصر الذي كانت تحيا فيه وبكل منجزاته" .(32 ص153)

وأمام تقاطع الأنساق المعرفية في القرن العشرين والقرن الحادي والعشرين وتداخل منظوماتها المصطلحية . غدا من الطبيعي والضروري تعديل ذلك المخطط الذي يحتل النسق المصطلحي للجمال والفن وتحقيق شروطه الذاتية وإجراءاته المنهجية التي تعيش عصرا يشهد كل التحولات . من هذا المنطلق لم تعد فكرة الجمال في الفنون الحديثة وفي مقدمتها فن التصميم ، تشكل نسقا مفاهيميا أو مصطلحيا مع هذه التحولات . ولم يكن الحكم على قوة تحولات فن التصميم ناتج عن قيمته الجمالية التي تدخل في صميم الحياة

*- إن كلمة الجمال أو علم الجمال Aesthetic جاءت من الكلمة اليونانية aesthesis والتي تعني الإحساس أو المعرفة الحسية. وفي القرن الثامن عشر قام الفيلسوف " Baumgartner"باختيار هذا المصطلح وغيـر معناه إلى "إشباع الحواس أو الرضا الحسي". للاستزادة انظر : Goldman, A. The Aesthetic. In B. Gaut and D. McIver Lopes (Eds.), The Routledge companion to aesthetics. London: Routledge. 2001, pp. 181-192.

اليومية للإنسان ، وإنما لارتباط فن التصميم بشكل حاسم وجوهري بتلك العلوم والمعارف المجاورة وعلى رأسها العملية الصناعية والإنتاجية والاستهلاكية ورأس المال ودورها في حياة الفرد والمجتمع ." فالجمال هو أحد الأساليب التى بها تحدث الحقيقة بوصفها لا تحجباً "(39 ص56).

ولكن إذا كان من الضرورى النظر للعمل الفنى على أنه يقول لنا شيئاً ما له صلة وثيقة بالوجود والحياة ، فإن هذا لا يعنى فى نفس الوقت إغفال البعد الجمالى فى الفن ، والنظر للجمال على أنه أحد الأساليب التى بها تحدث الحقيقة فى العمل الفنى . "فلا يمكن إغفال القيم الشكلية للعمل الفنى باعتبارها قيماً جمالية ، كما لا يمكننا اختزال ماهية الفن فى كونه تعبيراً حقيقة الوجود والحياة فحسب ، إذا أن قدراً عظيماً من قيمة الفن يمكن فى الأساليب التعبيرية ومتطلبات التشكيل الجمالى أيضاً". (29 ص75)

فان هيدجر بهذا المعنى نقل الفن من مجال المعنى التقليدى له ، أى الاهتمام بالجميل فى الفن ، إلى مجال أونطولوجيا الفن ، أى اهتمام الفن بالكشف عن معنى الوجود العام .

المبحث الثاني / القيم الجمالية

يقدم دوفرين تحليلا متميزا لبنية الموضوع الجمالي " بوصفه النظير الملازم للادراك , اذ يحلله على ثلاث مراحل هرمية للادراك ، تبدأ بالمحسوس (القيمة الحسية) ثم الموضوع (القيمة الشكلية) ثم التعبير(القيمة الارتباطية) ". (33 ص101) ، ولاشك ان تلك العناصر يكون لها وجود مستقل عن الادراك ، لانها متأصلة في بنية العمل الفني نفسه, ولذلك يمكن دراستها بصورة منفصلة بمنأى عن الادراك . ولكن ما يهمنا ان ننظر الى تلك العناصر بانها مدركة جماليا ، أي النحو الذي ستبدو عليه عندما تصبح موضوعا للادراك .

اولا : القيمة الحسية :

وتشمل القيم التي تؤدي إلى بعث الشعور باللذة والتي تكون حواس الإنسان الخمس هي مصدرها التي تتكون تلك القيم عن طريقه. لقد ساد فى الفكر الغربى السابق على هيدجر ثلاث تفسيرات للطابع الشيئ للشئ : التفسير الأول يرى الشئ بوصفه جوهراً substance حاملاً لمجموعة من الخصائص المميزة له ، فقطعة الجرانيت – عل سبيل المثال – كشئ محض أو خالص تعد صلبة ، ثقيلة ، خشنة ، معتمة إلى حد ما ، ومضيئة إلى حد ما ، فإننا يمكن أن نلاحظ كل هذه الخصائص على قطعة الجرانيت ،

ولكن هذه الخصائص ما زالت تشير إلى الشئ وليست هى الشئ ذاته ، وعلى هذا الاساس يرى هذا التفسير الشئ وفقاً لمظهره الخارجى فحسب بحيث لا يميز الشئ المحض عن سائر الاشياء الأخرى ، طالما أنه لا ينفتح على جوهر العنصر الشيئ للشئ بطابعه المطلق والمستقل بذاته (39 ص22-24) .

أن القيمة الحسية المرتبطة بالإحساس الجمالي ، هي التي تتميز عن القيم الجمالية الموضوعية التي يضيفها الفرد للأشياء لأسباب موضوعية، وتتسم هذه القيم بعدم ثبوتها وتفاوتها من حيث عملية التلقي"إن الإحساس الجمالي عند النظر إلى لوحة فنية معينة ظاهرة غير مستقرة ولاسيما في عملية الانجذاب وآلية استغلالها فهي ذات مجال واسع وترتبط بمحددات بحسب وجهة نظر المتلقي . مثل ، الوزن ، الملمس ، اللون ، لذا فأن الحس الجمالي بحاجة إلى التدريب ليتمكن المتلقي من التقاط الجمال بشكل مباشر من العمل الفني الذي يراها وتتطور عنده ملكة التذوق الجمالي" . (28 ص98)

وعلى ذلك فإننا إذا كنا بصدد تقييم سليم للقيم الحسية فإنه يمكن القول: بأننا مع اعترافنا بعجز الحواس ومحدوديتها وعيوبها وفرديتها إلا أنها تقوم بدور في المعرفة مع العقل، فهي أبواب المعرفة العقلية المنفتحة ، والتي لولاها لما استطاع العقل أن يقدم حكما على هذا العالم المحسوس، ولكنها مع ذلك ليست مصدراً وحيداً للمعرفة كما أنها ليست مصدرا مستقلا. وإذا كانت القيم الحسية أو المعرفة العلمية _التجريبية _ بابا للمعرفة العقلية، فإن المعرفة العقلية أعم في دورها من العمل مع التجربة.

ثانيا :القيمة الشكلية :

لقد تطرق الكثير من الفلاسفة والمفكرين إلى مفهوم الجمال, وأوجدوا له الكثير من التعاريف وهناك من يؤكد إن القيم الجمالية ما هي في الواقع إلا " دراسة التأثيرات الفيزيائية الشكلية على الإحساس البشري". (42 ص8) ، وبتطبيق التعريف على التصميم يكون التعريف بأن الجمال هو: " دراسة تأثيرات القيم الشكلية للتصميم على الإحساس البشري .

ان قيم الجمال الشكلي للتصميم يتعلق "بالمتعة التي يستشفها المتلقي من خلال رؤيته للشكل بغض النظر عن الخدمة او الوظيفة التي يقدمها"(36 ص104-108). إذ للمتلقي ان يقيّم الشكل التصميمي فقط من خلال المظهرية الذاتية له. ان العمل الفني "رسالة مرئية تحمل فكرة (دلالة) وتؤدي إلى معنى يستقبله المتلقي على شكل إما علامة

(أيقونة) أو إشارة رمزية والفكرة أو الدلالة هي مضمون العمل الفني الرسالة البصرية" (8 ص173) .

والشكل عبارة عن كل ما يحيط بالإنسان من ظواهر وموجودات محسوسة بحيث يشكل الصورة البصرية لهذه الموجودات من خلال انعكاس الصورة في الوعي البصري والشكل من المثيرات وعملية الاستجابة هي عملية إدراك الشكل، والشكل نوعان الأول طبيعي موجود في الطبيعة (من صنع الخالق) وهو كل ما يحيط بنا من ظواهر وطبيعة وغيرها، وان أنماط الأشكال تتعدد وتتنوع في الطبيعة من حيث كونها هندسية أو حرة ، "والاشكال الهندسية تتعدد وتتنوع أيضا من حيث طبيعة التناسب بين أبعادها وخصائصها". (8 ص175) وقد ميز الفلاسفة الاختلاف في أنواع الاشكال ومدلولاتها من حيث البناء الشكلي لها حيث أكد سقراط " أن جمال الاشكال الهندسية الناتجة عن حركة الخطوط وبمختلف أنواعها تمتلك صفة الجمال الدائم وليس الجمال النسبي المحكوم زمنياً وفقاً لأهداف وجوده" (27 ص286) ، حيث أن الاشكال الغير هندسية والتي هي من صنع الإنسان حسب اعتقاده فهي محكومة بجمال نسبي محدد بالهدف الذي وجدت من اجله .

ثالثا : القيمة الارتباطية :

لعملية الانتباه الدور الكبير في حياة الإنسان لمساهمته في التعرف على البيئة وتكيفه واتصاله بها ويعد من الأسس التي تقوم عليها معظم العمليات العقلية فعملية الانتباه تساعدنا في معرفة الأشياء وسرعة فهمها واستنتاجها فالإنسان يتعرض يومياً إلى الكثير من المثيرات الحسية من خلال الحواس الخمسة ولا تسمح له طاقاته الجسمية والعقلية أن يتعامل مع كل هذه المثيرات كأن يستمع إلى شخصين أو يدرك صورتين متباعدتين في الوقت نفسه وبالتالي فإن الانتباه يساعد الفرد على أن ينتقي المثيرات التي يريدها ويعزل المثيرات الأخرى وكأنها غير موجودة .

إذاً فالانتباه هو "العملية العقلية والنفسية التي تقوم باختيار عدد من المثيرات المتواردة على الغدد والتركيز عليها وتجاهل المثيرات الأخرى" (9 ص95). أو "هو القدرة على التعامل مع كميات محددة من المعلومات منتقاة من كم هائل من المعلومات التي تزودنا بها الحواس أو الذاكرة" (43 ص55) .

مظاهر الانتباه: تتميز عملية الانتباه بمظاهر عديدة وهي كما يلي (10 ص328):

أولاً : شدة الانتباه : وهي أكبر طاقة عصبية يمكن فقدها أثناء النشاط الذي تشترك فيه العمليات النفسية التي تحدث بدقة ووضوح وسرعة .

ثانياً : تركيز الانتباه : وهو العمليات أو النشاط النفسي (الانتباه) الموجه نحو الشيء أو نشاط واحد فقط .

ثالثاً : تحويل الانتباه : وهو " القدرة على سرعة توجيه الانتباه من نشاط إلى نشاط آخر وبنفس الشدة" (11 ص63) .

رابعاً : توزيع الانتباه : "إنها العمليات والنشاط النفسي (الانتباه) الموجه نحو عدة أشياء أو أنشطة في وقت واحد" (26 ص 368).

خامساً : ثبات الانتباه :"القدرة على الاحتفاظ بالانتباه الحاد لأطول فترة ممكنة"(10ص287).

مفهوم التصور العقلي :

هو "وسيلة عقلية يمكن من خلالها تكوين تصورات الخبرات السابقة أو تصورات جديدة لم تحدث من قبل بغرض الإعداد العقلي"(12ص117) ، إن التصور العقلي لا يعتمد فقط على حاسة البصر ، ولكن يجب أن يشمل أكبر قدر من الحواس مجتمعة حتى يمكن تحقيق التكامل في التصور لأنها على جانب كبير من الأهمية .... وهذا يعني "إن التصور العقلي أكثر من مجرد الرؤية فهو خبرة في عيون العقل .... وان حاسة البصر تمثل جانباً أساسياً في عملية التصور ، إلا انه يمكن أن يتضمن أحد أو مجموعة من الحواس الأخرى مثل اللمس أو السمع أو تركيبات منها ، ويفضل استخدام جميع الحواس كلما أمكن ذلك " (13 ص50) . إضافة إلى استعمال الحواس المختلفة أثناء استحضار الصورة العقلية فإنه من الأهمية أن تشمل " خبرة انفعالاته ومشاعره مثل الشعور بالقلق والغضب والمتعة حيث إن ذلك يساعد في السيطرة على هذه الحالات والانفعالات" (12 ص316).

إن التصور العقلي هو "لصورة التي يتخذها المتعلم عن طريق النظر والشرح والتوضيح للحركة وتنطبع بالدماغ وتكون أساس لتأدية المتعلم للحركة" (14 ص49) .

وبالرغم من ظهور تعريفات مختلفة لكثير من العلماء إلا إن تعريف ريتشارد سون **(Richardson)** مازال شائع الاستعمال وهو "جميع أنواع الخبرات شبه الحسية التي نشعر بها في العقل الواعي في حال غياب المثيرات الشرطية التي تستدعي ظهور مظاهرها الحسية والإدراكية الحقيقية" (13 ص221) .

أنواع التصور العقلي : يقسم التصور العقلي إلى نوعين أساسيين هما :

أولاً : التصور العقلي الخارجي :-

وتعتمد فكرة هذا التصور على إن اللاعب "يستحضر الصورة العقلية لأداء شخص آخر لاعب متميز أو بطل رياضي فكأن اللاعب وهو يستحضر الصورة العقلية يقوم بمشاهدة شريط سينمائي أو تلفزيوني"(12 ص217). والطالب أو اللاعب في هذا النوع من التصور "يسترجع جميع الجوانب المرتبطة بالأداء في محاولة لإيجاد العلاقات لتوظيفها في طريقة الأداء المناسب والتعرف على الأخطاء أو وضع الخطط للتنافس في المستقبل" (13 ص227) .

ثانياً : التصور العقلي الداخلي :

تعتمد فكرة التصور العقلي الداخلي على إن اللاعب أو الطالب يستحضر الصورة العقلية لأداء مهارات أو أحداث معينة سبق اكتسابها أو مشاهدتها أو تعلمها فهي عادة نابعة من داخله وليس كنتيجة لمشاهدته لأشياء خارجية وفي هذا النوع من التصور العقلي ينتقي الشخص الرياضي ما يريد مشاهدته عند تنفيذ المهارة المعينة (15 ص119) .

رابعا : القيم الجمالية وعلاقتها بالادراك :

أن الحاجة لإدراك القيم الجمالية في التصاميم الطباعية تمثل ركناً مهماً في الدعم الحسي الموجه نحو المتلقي، لإدراك فكرة التصميم و بما تفرضه من تميز بين هذه المثيرات المرئية إذ يعد الاحساس بالقيم الجمالية أو إدراك المثير المرئي ، وما ينتج عنه من ردود أفعال ممتعه يمر بها المتلقي، لترتبط هذه المثيرات المرئية مع استحضاراته الإدراكية نحو ملصق معين ، وعلاقته مع هذه العناصر المتراكبة امامه، ليدرك الشكل الذي أدى إلى تحفيز أنفعالاته الحسية وما يتولد عنها من احساس بالمتعة والمسرة البصرية لمدى توافقها مع خزينه المعرفي لهذا الملصق.

فالإدراك هو عملية تفاعل بين نظامين هما: نظام الموضوع المُدرَك، ونظام الفرد المُدرِك، وأن نتاج هذا التفاعل هو الصورة الإدراكية أو المعرفة الحسية الإدراكية. (16 ص75) وان أهم العوامل الذاتية هي :

1- الخبرة السابقة : إذا كانت الخبرة السابقة تؤثر في أدراك الفرد وتحدد التأثير الدال من الاستجابة الإدراكية، فان "خبرة الفرد تمده بمعاني الأشياء التي يدركها، فعندما يدرك المواقف والأشياء، أنما هو يعتمد ذلك على خبرته السابقة"(40 ص271)،وهكذا فأن

تأثير الخبرة السابقة في الإدراك يكمن في أن "الأشياء التي يدركها الفرد في لحظة معينة وشروط محددة لا تقتصر في إدراكه لها على خصائصها وصفاتها الماثلة أمامه فحسب، بل لابد أن يخلع عليها كثيراً من الصفات التي لا تتمتع بها في الواقع مما يغير كثيراً في إدراكه فيما بعد"(40 ص273) .

2- الثقافة: تؤثر الثقافة في شخصية الفرد وسلوكه، فالثقافة "تزود الفرد بالقيم والمعايير الاجتماعية وتكوّن اتجاهاته وميوله، ومن خلال ثقافة الفرد يتمكن من تحديد معايير الصواب والخطأ، وتحدد المعززات والمكافآت، وتكون العادات والتقاليد والأعراف الخاصة بكل ثقافة من الثقافات جزءاً من ثقافة الأفراد، وهي تؤثر في مدركاتهم" (17 ص85) .

3- الحالات المزاجية والانفعالات: تؤثر الحالة الانفعالية والمزاجية للفرد في إدراكه، وان أدراك الشئ (المادة) الذي يثير الانفعال يتأثر بطريقة أو بأخرى بحيث يسهل أو يضيق في بعض الأحيان عملية الإدراك. (فالفرد يعرف من خبرته السابقة عن حالات الانفعال الشديد سواء كانت فرحاً أم حزناً أم خوفاً أم غضباً، إذ إنها جميعاً تؤدي إلى تشويه إدراكه (17 ص84) .

4- أثر الشخصية: تشير الدراسات العلمية (18 ص109) إلى أن أدراكات الفرد ترتبط بشخصيته، وأن الكثير من الأفراد لا يتحملون الغموض، وان الكبت اللاشعوري له دور وأثر في الإدراك.

5- الدوافع والحاجات: أن العلاقة بين الدوافع والحاجات وبين الإدراك تتضح من خلال: أن لكل فرد حاجة لأدراك هذا العالم الذي يعيش فيه، ولأدراك حالاته الداخلية أو إدراكه لذاته. وقد بينت الكثير من الدراسات العلمية أهمية الدوافع وتأثيرها في الإدراك (19 ص699) .

المبحث الثالث: آليات تفعيل القيم الجمالية في تصميم المطبوع:

اولا : الفكرة والتعبير

إن القيم الجمالية تتحول بتطور احتياجات الطبقات ، بحيث " إن كل طبقة تختلف باحتياجاتها عن الطبقة الأخرى . وهذا ما يجعل عملية إصدار أحكام جمالية مرتبطة بخصائص هذه الطبقة وبالنتيجة تشرع كل طبقة في إصدار أحكام جمالية بطريقتها الخاصة . وهذا ما يجعل الفن مرتبط بشكل لا ينفصل عن الحياة ويجب أن يأخذ مكانه في صراع الطبقات " (20ص127) .

تميز الأفكار المبتكرة صفات رئيسية كل صفة من هذه الصفات تختلط اختلاطا كليا بالصفات الأخرى وان كان كل منها متميزا بذاته وهذه الصفات هي : (21 ص15-16) .

1- **الميزة النسبية:** وهي تعني تفوق الفكرة المستحدثة على غيرها من الأفكار السابقة لها والمقصود بالتفوق النسبي هو مدى الفائدة والتي يمكن قياسها .

2- **انسجام الفكرة مع القيم السائدة:** الانسجام هو درجة اتفاق الفكرة المبتكرة مع القيم السائدة لدى المتبنيين لها ومع تجاربهم السابقة والفكرة التي لاتنسجم مع المعايير الثقافية للتنظيم الاجتماعي لاتلقي انتشارا سريعا ، والفكرة المبتكرة قد تكون منسجمة ليس فقط مع القيم الثقافية ولكن مع الافكار التي سبق أن تبناها أفراد المجتمع ، وانسجام الفكرة المبتكرة مع أفكار قديمة سبق أن رفضها المجتمع يعرقل تبنيها من أفراد هذا المجتمع .ويمكن القول أن الانسجام قد يساعد أو يعطل انتشار الفكرة .والأفكار القديمة هي الادوات الأساسية التي تستخدم في تحديد القيمة الاتية للأفكار الجديدة .

3- **التعقد والتشابك مع الأفكار الأخرى:** يعني الدرجة التي تكون عليها الفكرة المبتكرة ومدى صعوبتها في مجال الفهم والاستعمال .ويمكن تصنيف الأفكار المبتكرة طبقا لذلك ، وبالرغم من عدم التيقن من هذا العامل الا أنه يمكن القول أن تعقد الفكرة المستحدثة وتشابكها مع غيرها من الأفكار كما يتخيلها المستهدفين يؤثر على درجة انتشارها .

4- **القابلية للتقسيم:** وهي مدى مايمكن للفكرة المبتكرة أن تجرب على أساس محدود والأفكار المبتكرة التي يمكن تجربة كل جزء منها على حدة يعتقد أنها تنتشر بسرعة

أكبر من الافكار التي لا تقبل التقسيم وبعض الأفكار التي لايمكن تقسيمها بغرض تجربتها على نطاق ضيق نحاول أن نجربها على مدى زمني طويل . ويعتقد أيضا أن قابلية الفكرة المبتكرة للتقسيم وفقا لما يراه الأفراد المستهدفين تؤثر على مدى انتشارها .

5- **القابلية للانتقال:** ويقصد بها قدرة الفكرة المبتكرة على الذيوع والانتقال فبعض الافكار المبتكرة تنتقل في سهولة ويسر الى الاخرين في حين أن البعض الاخر يصعب فهمها وبالتالي انتقالها . وهذه القابلية للانتقال كما يتخيلها المجتمع تؤثر على معدل السرعة الذي تنتشر بمقتضاه .

يمكن أعطاء مفهوماً عاماً للتعبير بانه تقديم خطاب يسلط الضوء على اسرار ومكنونات اي موضوع يدور في خلد الانسان وقد يراد لهذا الخطاب ان يكون مؤثرا ، .. وقد يمتلك التعبير دلالات عديدة يكون من بينها انه " الدلالة الجمالية في العمل الفني وهو الذي يفصح عن العلاقة بين الفنان والموضوع، وهو مظهر من مظاهر تحكم الفنان بوسائطه ان يتعامل وجدانيا مع الموضوع , وهو الرابطة الحية بين الفنان وبين انتاجه وهو مركز اشعاع وعملية الابداع الفني , او هو لغة اهلته لتحمل نسقا فريدا لا يحاكي ابعاد الواقع الملموس بل يكشف لنا عن بعده الوجداني بنسق جمالي محدد يفسر العملية الابداعية من خلال معايشة التجربة الابداعية . يبدأ الفن بالحافز الجمالي وثمرة هذا الحافز هو التعبير الفني" .(22 ص123)

ثانيا : النظام والتنظيم

يتجسد النظام والتنظيم في كيفية التعبير عن المفاهيم والافكار الكثيرة من خلال التنظيم الشكلي للمفردات المختلفة ضمن العمل على وفق خصائص محددة تعكس فكرة معينة مرتبطة بخصوصية مدة أو منطقة أو طابع معين.وتكون الخصائص الشكلية لناتج العلاقات التنظيمية في التصميم عاكسة لانماط تنظيمية تعبر عن بيئتها وتكون ناتج حضاري يميز الحضارات من بعضها.ويأتي هذا الاختلاف في طابع الصياغة لهذه التنظيمات من أثر تداخل عدة عوامل مختلفة " ثقافية،أجتماعية،دينية،وظيفية،حضارية..". (30 ص 146) ونستخلص مما سبق عددا من المفاهيم التي نستدل من خلالها على تأكيد وجود النظام ووحدته وفاعليته في التصميم :

1- الوضوح :

هو" ضرورة وحاجة يسعى المتلقي الى ايجادها لفهم معنى العمل" (28ص60)، ان المصمم عندما يعبر عن خصائص فكرية معينة فأنه يطرحها من خلال طبيعة النظام ويحقق الوضوح في أستخدام العلاقات الشكلية التي تبرز معاني معروفة ومألوفة بين الناس ، تعبر عن فترتها وتفردها . وهي أحدى الخصائص التي ترتبط بالتعبير عن وجود النظام ويتحقق ذلك عندما يبرز التصميم عن أهداف واضحة ومحددة فالوضوح في التصميم يعني " تضمنه المعاني الواضحه,السهلة الفهم والتعريف " (34ص60).

2- الهيكلية:

وتكون عناصر التكوين المرئي مرتبطة بعلاقات متوافقة ومنسجمة تعبر طبيعة محتواها عن هيكلية وأحساس بالنظام ,سواء كان مباشرا" أو غير مباشر، وتصف هذه الخاصيّة طبيعة الناتج التصميمي الخاضع الى " ترتيب وترتيب معين الذي يبرز من خلال الاحساس به ضمن التصميم "(37 ص24).

3- التدرج والتكامل:

يمكن ان يكون للتدرج اهمية ودورا في تحديد النظام وتأكيد وجوده من خلال ذلك,على سبيل المثال هيمنة حجم بعض الاشكال والفضاءات ضمن التكوين أو استخدام أشكال متفردة للمكونات التصميمية مما يوفر للاجزاء" ابراز غاياتها بتتابع منطقي داخل بيئة النشاط" (35 ص351) ،اي هيمنة الاختلاف الشكلي لبعض العناصر المهمة ضمن التكوين أو اختيار موقع محدد للاشكال والفضاءات المهمة في اجزاء معينة من التكوين لجلب الانتباه اليها .

ثالثا : التنوع الشكلي :

القيمة الفنية والمتعة الجمالية تكمنان في التنوع الشكلي الذي ينصهر في المحتوى مع بقية العناصر المكونة له في السياق الواحد، وهذا ما تؤكده نظرية الجشطالت* على أهمية تحقق الكل في إدراك الصورة المرئية، حيث يتم الخضوع لهذا الكل نتيجة عدة مبادئ للتحليل الجشطالت والتي تستخدم في تحليل الشكل وعلاقاته داخل العمل التصميمي: (31 ص65)

*- تعني الكلمة الألمانية، جشطالت، نمطـاً أو صيغة أو شكلاً للسلوكية، بوصفه رد فعل لمدرسة البنيوية.

1- مبدأ الشكل الجيد: هو الهيكل أو الهيئة التي تبدو كجزء بارز عن الأرضية وتبدو كسطح متجانس دون عائق، حيث ينظر إلى هذه الهيئة على انها كل مسيطر مرتبط بمستوى واتجاه النظر ومقياسه وبنسبة هذه الهيئة إلى محيطها المجاور، وهو ما يسمى بالشكل المسيطر. حيث يتم استيعاب هذا الشكل لكونه مهيمنا من بين جميع الأشكال الأخرى ويجعلها تابعة له.

2- مبدأ التشاكل أو التقارب الشكلي :

يخضع الشكل لقوانين وفقا لهذه النظرية وهي (23ص46-48):

-التقارب: إن عناصر الشكل مثل النقاط والخطوط والسطوح المتقاربة تميل لتكوين هيئة متكاملة مع بعضها. حيث تتجمع معا بصريا، وترى كمجموعة واحدة.

-التشابه: العناصر المتشابهة لحقل النظر تميل لتكوين مجموعة. خصوصا التي تمتلك نوعيات أساسية متشابهة في خصائصها البصرية (حجم ، لون ، ملمس). وان عامل التشابه يتغلب على عامل التقارب.

-الاحتواء أو الانغلاق:هو الميل إلى إكمال الأشكال الناقصة بهدف إعادة توازنها والقضاء على التوتر الناتج من وجود النقص.فالمساحات المغلقة تميل لتكوين هيئة متكاملة ، حتى إذا كانت مقطوعة في بعض أجزائها.

رابعا: العلاقات الشكلية:

ان خصائص الشكل الناتجة من علاقاته مع الأشكال والعناصر الأخرى وخضوع الشكل لنظام ترابط بصري ، حيث يخضع الشكل لنظام بأجزاء ذات خصائص بصرية وعلاقات واحدة (تكرار ،تناسب ،تشابه ،...) (23ص45) ، وبخضوع الشكل للنظام الكلي يتم تأويل إدراك الشكل وفقا لهذا النظام الكلي بفعل العلاقات الشكلية وهي :

1- خاصية التناسب : يعرف التناسب بالعودة إلى مفهوم النسبة التي تعبر عن المقارنة الكمية بين شيئين متشابهين، وان خاصية التناسب تعبر عن مجموع هذه النسب المتضمنة في الشكل المحدد (24ص48) ،والإنسان غير قادر على إدراك كل من هذه التناسبات بشكل مباشر .

2- المقياس الإنساني : وهي خاصية نسبية مرتبطة بخاصية التناسب للأبعاد الهندسية للأشكال من جهة، والأبعاد الإنسانية من جهة أخرى. فان تناسب الأشكال يشير إلى

للعلاقات التناسبية بين أبعاد الشكل وحده، وان هذه العناصر الشكلية لا تشير بذاتها إلى قيم.

3- خاصية التجميع والتنظيم : وفقا لعدد من انماط التجميع نذكر منها :

- التجميع المحوري : و يتضمن بشكل اساس سلسلة من المساحات أو الفضاءات ، تلك المساحات ممكن ان ترتبط واحدة بالاخرى اتجاهيا، أو تربط من قبل فضاء محورى مفصول و مختلف (38 ص198).

- التجميع المركزي : و هو تكوين أو تشكيل مستقر ومكثف، يشتمل على مساحات ثانوية مجتمعة حول مساحة أو فضاء كبير، مهيمن، ومركزي كشكل موحد مثل مركزية شاشة التلفاز (38 ص190)

- التجميع الشبكي : و يشتمل على أشكال وفضاءات، التي مواقعها في الفضاء، وعلاقتها بالاخرى، منظمة من قبل نمط أو حقل شبكة ثلاثية الابعاد مثل لوحة مفاتيح الحاسوب (38 ص220) .

خامسا : العلاقات اللونية :

ان نواتج العلاقات داخل العمل الفني بفعل اللون فاننا نعني بذلك العلاقات اللونية والعناصر الاخرى وما ينشأ عنها من خلال علاقة اللون نفسه او ما يجاوره من الالوان الاخرى، ذلك ان هناك عدة تشكيلات للعلاقات اللونية تنطلق من خلال عجلة اللون"(25ص15). ففي الوقت الذي تتغير فيه صفات اللون الفيزيائية فانها تتغير تشكيلياً ومن ثم يكون هناك معناً وتأثيراً للون وفقاً للصورة التي يكون فيها.. فاستخدام اللون الاحمر بتدرجاته يختلف عن استخدامه مع لون اخر.

فالمصمم الطباعي حينما ينظم ويركب الاشكال وفقاً لعلاقات لونية مناسبة، انما يصوغ معاني وتعابير ذات حيوية وحركة مضفياً بهذا نوعا من الديناميكية الفاعلة في الحقل المرئي "ذلك ان التنوع في قيمة اللون من حالة التدرج او التباين من شأنه اظهار ايهام الحركة كما ان الانتقال من الداكن الى الناصع ومن قيمة لونية الى اخرى، اذ ان للالوان فعلها عندما تكون مترابطة بعلاقات متبادلة على نحو منظم"(26ص84).

الفصل الثالث

اجراءات البحث

1- منهجية البحث :

تم إتباع منهج (تحليل المحتوى) * للوصول إلى أهداف البحث ونتائجه المرجوة من خلال تحليل نماذج مختارة عن مجتمع البحث.

2- مجتمع البحث :

تضمن مجتمع البحث الحالي ملصقات الافلام السينمائية الخاصة بجوائز الاوسكار لعدد من المصممين لعام 2012 .

3-عينة البحث:

وتم اختيار نماذج البحث بطريقة قصديه (عشوائية) ، وبلغ عدد الملصقات خمسة و تم اختيارعينتين كنماذج منتخبة لأغراض التحليل. وذلك للمعاييرالتالية :-

1- استخدام أحدث التقنيات الطباعية والتصميمية في التنظيم والاخراج.

2- توافر الأسباب الموضوعية في كل ومطبوع، التي تخص موضوع البحث وأهدافه.

3- تنوع موضوعاتها وتنوع هدفها ووظيفتها.

وقد تم تحليل النماذج المختارة وفق مرتكزات أساسية استنبطت من إطاره النظري هي:

1- مراحل الادراك الجمالي

2- مصادر الشكل التصميمي

3- العوامل الذاتية للمعرفة الحسية الإدراكية

4- المعايير الجمالية

5- النظام والتنظيم

6- خصائص الشكل

4- نقد وتحليل :

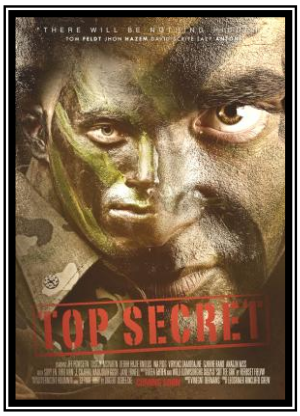
ان عملية النقد تبدا باتباع إجراءات أو خطوات محددة تؤدي إلى إصدار حكم على جودة الأعمال الفنية. وتمكن هذه الخطوات من جعل حكم الناقد مبرراً، على أن محاولة الناقد في نقد الأعمال الفنية يجب أن لا تخلو من أربعة خطوات رئيسية سوف تمثل

*- تحليل المحتوى وهو البحث عن المعلومات الموجودة داخل وعاء ما،والتفسير الدقيق للمفهوم أو المفاهيم التي جاءت في النص أو الحديث أو الصورة,والتعبير عنها بوضوح وموضوعية وشمولية ودقة. انظر: الهبائلي ، حسن ، تحليل المحتوى ، المجلة العربية للمعلومات ،تونس ، ع2 ، مجلد 10 ، 1989، ص54

المبررات التي يبني عليها الناقد حكمه وهي كما لخصها فيلدمان(Feldman): الوصف، والتحليل الشكلي، والتأويل، والحكم. ويبني الناقد على هذه الخطوات ما سيقوله أو سيحكم به على العمل الفني.(**)

ولغرض الوصول إلى نتائج البحث واهدافة ، قام الباحث بتحليل النماذج المختـــارة وفقـــاً للمرتكزات الستة التي استخلصتها من الإطار النظري ومؤشراته :

نموذج (1)



أسم الملصق: سري للغاية (TOP SECRET)

نوع الملصق : ملصق فلم سينمائي

اسم المصمم :Galip Aksular

تم توظيف الصورة الفوتوغرافية الواقعية والتي شغلت غالبية المساحة التصميمية للملصق ادى الى خلق حالة من الاهتمام وجذب أنظار المتلقي من خلال المفردات الشكلية والتي تمثلت بالتراكب الشكلي بين نصفي الوجهين ، ان القيمة الحسية للعمل اعطت الانطباع بان هناك مهمة قتالية تنتظر المقاتل الذي يستعد لتنفيذ المهمة من خلال تاكيد القيمة الشكلية والمتمثلة بوجه المقاتل ثم التعبيرعن القيمة الارتباطية بين وجة المقاتل والعنوان المتمثل بسري للغاية ، ان مصادر الشكل التصميمي نتج عن توالد الشكل بخيال إبداعي نتيجة تراكب نصفي الوجه وبتقدم احد الوجهين قدم تعبيرا ووصفا للانفعال والتهيئ للقتال ، وان أهم العوامل الذاتية للمعرفة الحسية الإدراكية في هذا العمل هو الخبرة السابقة للمتلقي من مشاهداته اليومية لملابس الجيش وبشكل وانفعال الجندي عندما يتهيئ للقتال من خلال السينما والتلفزيون .

إن المعايير الجمالية في هذا العمل الفني المنجز والمتحقق فعلياً وواقعياً والمعبر عن (الفكرة) جاء بانسجام الفكرة مع القيم السائدة للمجتمع ، حيث تجسد النظام والتنظيم من خلال التدرج والتكامل بين العناصر الشكلية الممثلة للملصق ، وان خصائص الشكل

** Feldman, Allan M. (1987). "equity," *The New Palgrave: A Dictionary of Economics*, v. 2, pp. 4.5

الناتجة من علاقاته مع الأشكال والعناصر جاء من خلال خاصية خاصية التجميع والتنظيم .

إن العناصر الشكلية والأنظمة التصميمية هي طاقات فاعلة تظهر آثار فاعليتها فيما يتحقق من جماليات في إنشائية النظام التصميمي وفيما يمكن أن يؤدي إليه من تأثير على الجوانب الحسية والعقلية والوجدانية, وتوظيف هذه الطاقات بطريقة يتوفر فيها عنصر القصد والوعي بملاءمة ما يوظف منها للأهداف الجمالية والوظيفية المراد تحقيقها والوعي بكيفيات تأثيرها في المشاهد. وضرورة إلمام المصمم بالهوية الثقافية للمجتمع الذي يقدم له التصميم وربط المعنى الإدراكي الفكري والفلسفي للمفردات الشكلية بحيث يكون هناك عقل وإحساس للعمل من خلال وضع عدد من الصياغات لمفردات الكتابة والصور والرسوم والرموز والشعار والعلامة وعلاقتها بالألوان ومساحات التحكم في هذه الألوان ووضع الحلول والاحتمالات التصميمية باستخدام برامج الحاسب الآلي للرسم والتصميم .

نموذج (2)

أسم الملصق: للبندق وظيفة (The Nut Job)
نوع الملصق : ملصق فلم سينمائي
اسم المصمم :K Design Studio

تمثل الملصق باستخدام الرسوم التخطيطية و العنوان الرئيسي والعناوين الثانوية الشارحة التي تسهل من عملية فهم واستيعاب مضمون الفكرة التصميمية ان القيمة الحسية للعمل مثلت حالة الدهشة والقلق المتمثلة بالسنجاب المحب للبندق ولكنه ابدى القلق من هذا البندق الوضوع فوق الكمائن حيث اعطت الانطباع بان هناك خطر محدق به من خلال القيم الشكلية المتمثلة بمجموعة الكمائن اذ عبرت عن القيمة الارتباطية من حركة اليد والكمين الذي فيه البندق وهي ذات دلالة تعبيرية واضحة وحققت إدراكا شكليا، فضلا عن توظيف قيمة لونية بيضاء على كامل فضاء الملصق إذ يُعد اللون احد أهم الصفات الإدراكية المرتبطة بتلازم فاعل مع بقية العناصر الأخرى في تكوين الشكل وهو بهذا يُضفي انطباعاً مرئياً مدركاً لأي من الأشكال سواء التي تحمل لونا أو لا تحمله من خلال

التباين المدرك للون المحدد للشكل مع الفضاء. ان مصادر الشكل التصميمي نتج عن توالد الشكل بخيال إبداعي نتيجة توزيع اشكال الكمائن باسلوب دائري وبكل الاتجاهات اذ اعطى الانطباع بعدم امكانية الهروب او الافلات ، وان أهم العوامل الذاتية للمعرفة الحسية الإدراكية في هذا العمل هو الخبرة السابقة و الدوافع والحاجات ، إن المعايير الجمالية في هذا العمل الفني المنجز والمتحقق فعلياً وواقعياً والمعبر عن (الفكرة) جاء بانسجام الفكرة مع القيم السائدة للمجتمع و الميزة النسبية و القابلية للانتقال، كما تجسد النظام والتنظيم من خلال الوضوح ، الهيكلية ، التدرج والتكامل بين العناصر الشكلية الممثلة للملصق ، وان خصائص الشكل الناتجة من علاقاته مع الأشكال والعناصر جاء من خلال خاصية خاصية التناسب والتجميع والتنظيم .

أن بعض التصاميم تفتقد المفردات الشكلية فيها للوعي الفكري والفلسفي لمفاهيم عديدة في التصميم الفني ومنها : ما يتعلق بدلالات الكتابة والرسوم والصور والرموز والعلامات ومضامينها التي تلعب دورا هاما في التصميم ووصول الرسالة للمتلقي، ومنها ما يتعلق بالتبادل بين الشكل والأرضية ودوره على رؤية العين وحركتها، ودور الأحجام والظل والنور والألوان ككتابة العنوان الرئيسي بالنسبة إلى حجم كتابة اسم المؤلف ودور اختيار ووضع الصور والشعار والمواءمة بينها وبين المضمون وتوزيعها في كل فضاء الملصق بنظم تصميمية .

الفصل الرابع

نتائج البحث

من خلال إجراءات البحث على النماذج توصل الباحث إلى النتائج التالية والتـــي تخص هدف البحث :

1- ان الشكل في التصميم على وجه الخصوص تتميز فيه القيم الشكلية بوحدة متكاملة تعبر عن وحدته المادية التي تجعله مجسداً في موضوع حسي متماسك ومنسجم في مادته، كما ينطوي على دلالة باطنية تعبر من جهة اخرى عن حقيقة روحية يشعر بها المتلقي وفق خزين الذاكرة والمعرفة وقدراته خارج واقعه الملموس (الخيال) من خلال العلاقة الارتباطية ، كما في النماذج (1،2).

2- أن مصادر الشكل التصميمي تبنى المجال الثاني الذي يؤكد أن مصدر الشكل التصميمي كامن في عقل المصمم اي مكنونه كأشكال لمنتجات تصميمية خارجة

عماهو مألوف في الطبيعة ، حيث اظهرت اعتماد التصميم على النظرية الثانية والتي مفادها ، أن الشكل يتولد عن فكرة تنشأ من خلال الحدوس العقلية الداخلية للمصمم ، وهذا الأخير يرسم أشكاله انطلاقاً من مشاعر ذاتية، تحيل تصوراته المسبقة عن تلك الأشكال مع مشاعره، إلى تكوينات إبداعيه لم يسبق لها مثيل، كما في النماذج (1،2).

3- ان أهم العوامل الذاتية لعملية الادراك اعتمدت على الخبرة السابقة وهي الأشياء التي يدركها الفرد في لحظة معينة وشروط محددة لا تقتصر في إدراكه لها على خصائصها وصفاتها الماثلة أمامه فحسب، بل لابد أن يخلع عليها كثيراً من الصفات التي لا تتمتع بها في الواقع مما يغير كثيراً في إدراكه فيما بعد كما في النماذج (1،2)، كذلك الدوافع والحاجات والتي تمثل العلاقة بين الدافع والحاجة وبين الإدراك كما في النموذج (2).

الاستنتاجات

1- إن العناصر الشكلية والأنظمة التصميمية هي طاقات فاعلة تظهر آثار فاعليتها فيما يتحقق من جماليات في إنشائية النظام التصميمي وفيما يمكن أن يؤدي إليه من تأثير على الجوانب الحسية والعقلية والوجدانية, وتوظيف هذه الطاقات بطريقة يتوفر فيها عنصر القصد والوعي بملاءمة ما يوظف منها للأهداف الجمالية والوظيفية المراد تحقيقها والوعي بكيفيات تأثيرها في المشاهد.

2- ضرورة إلمام المصمم بالهوية الثقافية للمجتمع الذي يقدم له التصميم وربط المعنى الإدراكي الفكري والفلسفي للمفردات الشكلية بحيث يكون هناك عقل وإحساس للعمل من خلال وضع عدد من الصياغات لمفردات الكتابة والصور والرسوم والرموز والشعار والعلامة وعلاقتها بالألوان ومساحات التحكم في هذه الألوان ووضع الحلول والاحتمالات التصميمية باستخدام برامج الحاسب الآلي للرسم والتصميم .

3- أن بعض التصاميم تفتقد المفردات الشكلية فيها للوعي الفكري والفلسفي لمفاهيم عديدة في التصميم الفني ومنها : ما يتعلق بدلالات الكتابة والرسوم والصور والرموز والعلامات ومضامينها التي تلعب دورا هاما في التصميم.

4- ليس هناك حواجز او موانع تقنية او تعبيرية بين العلاقات الشكلية الا بما يقتضيه المنطق الفكري للملصق، ولكن هناك منظومة من القيم الجمالية مختلفة ومتنوعة تنشط على شكل مجموعات في كل جنس ابداعي وقد تشترك بعض هذه القيم في الفنون المتقاربة ولكنها ابدا لا تتطابق.

توصيات البحث

في ضوء نتائج البحث واستنتاجاته يوصي الباحث بما يأتي:

1- يوصي الباحث بالاطلاع على اثر القيم الجمالية في بداية القرن العشرين على اعمال الفنانين الفرنسيين لما لهم من اثر كبير على تطور فن الملصق الطباعي العالمي .

2- الاطلاع على اخر المستجدات العالمية في مجال التصميم الرقمي وماهي الاساليب التعبيرية التي تم استخدامها وكيف هو اثرها على ابراز القيم الجمالية للملصق.

مقترحات البحث

يقترح الباحث دراسة فاعلية القيم الجمالية بين الواقعية والمثالية في اعمال الفنـــان هنري لوترك تولوز.

المصادر العربية

1. أحمد، حيدر ، الجمالية و الميتافيزيقيا، دار الحوار، سوريا، دمشق، ٢٠٠٤.
2. أسامة كامل راتب : تدريب المهارات النفسية تطبيقات في المجال الرياضي ، ط1 ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 2000 .
3. أسامة كامل راتب : علم نفس الرياضة ، المفاهيم – التطبيقات ، ط 3، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 2000
4. اوفر ستريت،بوناري : العقل المنطلق ، بيروت ، دار الثقافة للنشر ، 1960.
5. ج ، ويلنسكي : دراسة الفن، ترجمة : يوسف داود عبد القادر، بغداد، دار الحريـــة للطباعة، 1982.
6. رشيد، عدنان، دراسات في علم الجمال، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت ، لبنان ، ١٩٨٥.
7. الحنفي، عبد المنعم،معجم المصطلحات الفلسفية، مكتبة مدبولي، القاهرة ، مصر العربية،٢٠٠٠.
8. يوسف ، مراد : مبادئ علم النفس العام ، دار المعارف ، القاهرة ، ط 5 ، 1966 .
9. فتحي الزيات : الأسس البايلوجية والنفسية للنشاط العقلي المعرفي (سلسلة علم النفس المعرفي) ، المنصورة ، دار الوفاء ، 1998 .
10. عبد الحميد أحمد : الملاكمة ، ط2 ، القاهرة ، دار النشر للجماعات المصرية ، 1976 .
11. عدنان يوسف العتوم : علم النفس المعرفي (النظرية والتطبيق) ، ط2 ، عمان ، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة ، 2010 .
12. أسامة كامل راتب : تدريب المهارات النفسية تطبيقات في المجال الرياضي ، ط1 ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 2000 .
13. محمد العربي شمعون : التدريب العقلي في التنس ، ط1 ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 1996 .

14.وجيه محجوب : نظريات التعلم والتطور الحركي ، عمان ، دار وائل للطباعة والنشر ، 2002 .
15.أسامة كامل راتب : علم نفس الرياضة ، المفاهيم – التطبيقات ، ط 3، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 2000
16.علي منصور وأمل الأحمد، سيكولوجية الإدراك، منشورات جامعة دمشق، دمشق,1996.
17.كولز.أ.م المدخل في علم النفس، ترجمة عبد الغفار عبد الحكيم وآخرون، دار النهضة العربية القاهرة, 1970 .
18.لوسوف .غ، (vemon,1961) ، سيكولوجية الإدراك أكاديمية العلوم، 1989 ، موسكو،
19.سعد جلال، المرجع في علم النفس، دار المعارف القاهرة,1974 .
20.بوخنسكي . تاريخ الفلسفة المعاصرة في أوربا ، ت. عبد الكريم الواني ، ليبيا، طرابلس، مكتبة الفرجاني ، 1975 .
21.السرور ,ناديا هايل ,تعليم التفكير في المنهج المدرسي ,الاردن ,دار وائل للنشر ،2005 .
22.ابو طالب محمد سعيد ،علم النفس الفني، جامعة بغداد،ط1 ،1990.
23.الجبوري ، بديعة علي محمد ، " اثر التغير التركيبي في الشكل المعماري على المتلقي مستقبلا "، رسالة ماجستير ، القسم المعماري ، الجامعة التكنولوجية ،1998.
24.جلبي، شوان عبد الخالق، "الشكل والجمال"، رسالة ماجستير، قسم الهندسة المعمارية، الجامعة التكنولوجية ، 1998.
25.الجبوري، ستار حمادي : العلاقات اللونية وتأثيرها على حركة السطوح المطبوعة في الفضاء التصميمي للمطبوع العراقي، اطروحة دكتوراه، غير منشورة، تصميم طباعي، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 1997 .
26.الربيعي، عباس جاسم : الشكل والحركة والعلاقات الناتجة في العمليات التصميمية ثنائية الأبعاد، أطروحة دكتوراه، تصميم طباعي، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 1999.
27.جورج فلانجان : حول الفن ، ترجمة وتقديم كمال الملاخ ، مراجعة صلاح طاهر ، دار المعارف ، القاهرة ، 1962 .

المصادر الاجنبية

28. ALLSOPP, BRUCE: Amodern theory of Architecture, Routled Ge, London, 1977
29. B.J.Baelem, Existential Thinking (New York: Herder),1971,p.72
30. Bohm , Darid : Science, order and Andcreativity, London 1989.
31. Broadbent,Geoffery,"Design in Architecture" – Architecture and the Human Sciences , David Fulton Publishevs , London ,1988 .
32. Croce, Bemdetto: The Essence of Aesthetic, Tsanslated by Douglas Ainslir, The Aden Library , London, 1978 .
33. dufrene - mikel, phenomenology de l'experinence esthétique, Paris, presses yniversitaires de France, 1976, tomel.

34. Baker,Geoffrey: Design strategies in Architecture / an approach to analysis of form, published by E&N-London , 1989.
35. Francis D.K, Ching: Interior design,Form, Space & order, van, Nostrand Reinhold com, New York,1979.
36. Holbrook, Morris B. Some Preliminary Notes on Research in Consumer Esthetics. In: Advances in Consumer Research. Jerry C.Olson (ed.). Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, 1980 .
37. Hosfsladter, Albert: Philosophies of Art and Beauty, The University of Chicago press, Chicago, USA, 1976.
38. Ching, Francis P.P k.; "Architecture: From, Space and Order"; 2nd ed.; Van Nostravd Rein hold; 1996
39. Ibid, M.A.k. Halliday,"An Introduction to Functional Grammar", P.56
40. Postman .L. & Schneider N.1951.Personal Values. Visual recognition and recall, Psychological Review.Vol.58.No.4.
41. Rune , "Design for Product Understanding", Liber, in Jan Walter Parr, Aesthetic Intentions in Product Mon Design,Market driven or alternative form, Department of Product Design,Norwegian University of Science and Technology,1997.
42. Sternberg , R. (2003) . Cognitive Psychology . 3rd Edition . Thomson – Wadsworth , Australia .

The effectiveness of the Aesthetical Values in Graphic Design

Nabeel Ahmed Fouad

Abstract

Poster accomplish Jamali has controls imposed by its diversity, depending on the substance posed by the case, which contained structure of the executive, in the midst of these data are aesthetic values difficult to determine its elements and its structure and its systems formal manner be convincing to all but Aalaqa rejection of one, and because the label placed renewed, and as the work of my design esthetic it is subject to the techniques and different directions secreted by the artist, and evolve according to the evolution of time and the evolution of society in all its aspects and accordingly poses a researcher his questions in defining the research problem, namely: 1 -What are the variations and variations theory dealing with the values of the beauty of the poster? 2 -What are the mechanisms of activation of aesthetic values in the label and upgrading it? Where the researcher found justification logical addresses that problem the study and scrutiny through his research, which is marked: ((effective aesthetic values in graphic design)). It Has been reached on a set of results from the most important: 1- that the figure in the design, in particular, is characterized by the values of the formal unity of the integrated express the unity of material. 2- sources shape design built the second area, which confirms that the source of the shape design is inherent in the mind of the designer of any Hidden as forms for products design beyond Amaho uncommon in nature, where showed the adoption of the design on the second theory to the effect.