



جماليات السطح والعمق: دراسة فلسفية لتأثير التصميم الجرافيكي في الوعي البصري

أ.م. مها عبد الرحمن عبد الرزاق الهاشمي

الجامعة التقنية الوسطى - كلية البوليتكنك للفنون التطبيقية - بغداد

tott.mm@mtu.edu.iq

ملخص:

يهدف البحث إلى دراسة تأثير جملاليات السطح والعمق في التصميم الجرافيكي على الوعي البصري، وتوضيح كيفية استخدام كل من الجملاليات السطحية التي تجذب الانتباه بشكل فوري، والجملاليات العميقة التي تحمل دلالات ومعاني ثقافية تؤثر على الإدراك الطويل الأمد، وصولاً إلى تقديم إطار نظري يساعد المصممين على تحقيق توازن بين السطح والعمق لتعزيز فعالية الاتصال البصري. اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، واعتمد على الاستبيان في جمع البيانات، مع استخدام طرق تحليل البيانات بالتحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج SPSS الإحصائي. وخلص البحث إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجملاليات السطح في جذب الانتباه وزيادة الجاذبية البصرية، بينما تعزز جملاليات العمق من فهم الرسالة البصرية وتؤثر على الإدراك المستدام. كما أوضحت النتائج أن التوازن بين السطح والعمق يعزز من فعالية الاتصال البصري، بينما قد تؤدي الجملاليات السطحية الجذابة إلى تسطيح الفهم أو تشتيت الانتباه عن المعاني العميقة. كذلك، أشارت النتائج إلى أن الإدراك البصري للجمهور يتأثر بالخلفيات الثقافية والاجتماعية عند تفسير جملاليات السطح والعمق، مما يعكس أهمية السياق الثقافي في تحليل الرسائل البصرية. **الكلمات المفتاحية:** جملاليات السطح، جملاليات العمق، التصميم الجرافيكي، الوعي البصري.

Aesthetics of Surface and Depth: A Philosophical Study of the Impact of Graphic Design on Visual Awareness

L. Maha Abdul Rahman Abdul Razzaq Al-Hashimi

Technical Middle University - Polytechnic College of Applied Arts - Baghdad

tott.mm@mtu.edu.iq

Abstract

The study aims to examine the impact of surface and depth aesthetics in graphic design on visual awareness, highlighting how surface aesthetics attract immediate attention, while deep aesthetics convey cultural meanings that influence long-term perception. The research seeks to provide a theoretical framework to help designers balance surface and depth to enhance visual communication effectiveness. The study adopts a descriptive-analytical methodology and utilizes a questionnaire for data collection, with statistical analysis conducted using SPSS. The findings indicate a statistically significant effect of surface aesthetics in capturing attention and increasing visual appeal, whereas deep aesthetics enhance the comprehension of visual messages and influence sustained perception. The results also reveal that balancing surface and depth strengthens visual communication effectiveness, while overly attractive surface aesthetics may lead to a superficial understanding or divert attention from deeper meanings. Moreover, the study highlights that audience visual perception is shaped by cultural and social

backgrounds when interpreting surface and depth aesthetics, emphasizing the importance of cultural context in analyzing visual messages.

Keywords: Surface aesthetics, depth aesthetics, Graphic Design, Visual Awareness.

مقدمة :

في عصر الثورة الرقمية والانفجار المعلوماتي، أصبح التصميم الجرافيكي عنصراً أساسياً في تشكيل الوعي البصري والثقافي للمجتمعات. لم يعد التصميم مجرد وسيلة للتجميل أو التزيين، بل تحول إلى لغة بصرية تحمل في طياتها رسائل ثقافية واجتماعية وسياسية. من هنا، تبرز أهمية فهم التأثير العميق للتصميم الجرافيكي على الإدراك البصري للمشاهد، خاصةً عندما يتعلق الأمر بجماليات السطح والعمق.

جماليات السطح تشير إلى المظهر الخارجي للتصميم، بما في ذلك الألوان، والخطوط، والترتيب البصري الذي يجذب الانتباه بسرعة ويحقق تأثيراً فورياً. بينما تعبر جملاليات العمق عن المعاني والدلالات الكامنة التي تتجاوز السطح لتلامس العقل والتفكير النقدي، مما يخلق تجربة بصرية ذات أبعاد فلسفية ومعرفية أعمق. يكتسب هذا البحث أهميته من كونه يعالج موضوعاً غير تقليدي، يتقاطع فيه الجمال بالفلسفة، والتصميم بالكشف عن مستويات الإدراك البصري.

وهذا البحث لا يسعى فقط إلى إثراء الأدبيات الأكاديمية حول التصميم الجرافيكي، بل يهدف أيضاً إلى تقديم إطار نظري يساعد المصممين والمبدعين على تحقيق توازن مثالي بين السطح والعمق، ما يساهم في تعزيز فعالية الاتصال البصري وتأثيره الثقافي.

دراسات سابقة:

- دراسة (ريهام المعلم، 2024): هدف هذا البحث إلى استكشاف ديناميكية الاتصال البصري للأبيض والأسود ودورها في إثراء التصميم الجرافيكي. وسعى إلى فهم كيف يمكن لاستخدام هذين اللونين المتناقضين أن يخلق تأثيراً بصرياً قوياً يعزز من فعالية الاتصال البصري. تتبع أهمية هذا البحث من الدور المتزايد للتصميم الجرافيكي في تشكيل الوعي البصري والثقافي للمجتمعات. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة ديناميكية الاتصال البصري للأبيض والأسود. ولجمع البيانات، تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية للحصول على آراء المشاهدين والمصممين حول تأثير الأبيض والأسود في التصميم الجرافيكي. وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج الهامة التي تؤكد على قوة الاتصال البصري للأبيض والأسود في التصميم الجرافيكي. أظهرت النتائج أن التصميمات التي تعتمد على الأبيض والأسود تمتلك قدرة عالية على جذب الانتباه وإثارة الفضول، وذلك بسبب التباين القوي بين اللونين.

- دراسة (موسى، عناد، سرحان، 2020): يهدف هذا البحث إلى دراسة جملاليات الفكرة التصميمية ودورها الاتصالي في المنجز الجرافيكي، وذلك من خلال تحليل كيفية تحويل الأفكار المجردة إلى تصاميم بصرية فعالة قادرة على إيصال رسائل واضحة ومؤثرة. تتبع أهمية هذا البحث من دوره في تسليط الضوء على عنصر أساسي في التصميم الجرافيكي وهو "الفكرة التصميمية" التي تشكل الأساس لكل منجز بصري. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي لفهم وتحليل جملاليات الفكرة التصميمية ودورها الاتصالي. تم استخدام المقابلات المفتوحة كأداة لجمع البيانات. كما تم تحليل مجموعة من الأعمال الكرافيكية الشهيرة لفهم العناصر الجمالية والاتصالية التي تعكس قوة الفكرة التصميمية. توصل البحث إلى أن الفكرة التصميمية القوية تمثل أساساً لنجاح أي منجز كرافيكي، حيث تعمل على توجيه الانتباه وتوضيح الرسالة البصرية



بفعالية. كما تبين أن جماليات الفكرة التصميمية لا تقتصر على الجوانب البصرية، بل تشمل البعد الفكري والثقافي، مما يعزز من فعالية الاتصال الثقافي والاجتماعي للتصميم الجرافيكي.

- دراسة (حنين خالد ارحيم، 2024): يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على دور التصميم الجرافيكي في تعزيز المحتوى البصري بالمنصات الإعلامية الرقمية بالمملكة، ورصد اتجاهات مصممي الجرافيك نحو فعاليتها في تعزيز المحتوى، وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح الإعلامي، وتم تطبيق أداة الاستبيان على عينة عشوائية قوامها 200 مفردة من مصممي الجرافيك، العاملين بشركات الدعاية والإعلان في مدينة الرياض. وتوصلت الدراسة إلى زيادة اهتمام مصممي الجرافيك باستخدام هذه التصميمات في تعزيز المحتوى البصري، وتصدرت الأشكال لعناصر التصميمات الجرافيكية الأكثر تأثيراً في تعزيز المحتوى، واحتل (اليوتيوب) المرتبة الأولى بين المنصات الرقمية استخداماً للتصميمات الجرافيكية يليه (تويتر)، فضلاً عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اهتمام مصممي الجرافيك بتطبيق فنيات التصميم واتجاهاتهم نحو فعاليتها في تعزيز المحتوى البصري بالمنصات الرقمية، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات مصممي الجرافيك نحو فعالية دور التصميم الجرافيكي في تعزيز المحتوى البصري بالمنصات الإعلامية الرقمية وفقاً لنوع التصميم الجرافيكي لصالح (تصميم المطبوعات والخصائص الديموجرافية، باستثناء متغير المستوى التعليمي).

الفصل الأول: الإطار المنهجي

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة هذا البحث في فهم التأثير الفلسفي والجمالي للتصميم الجرافيكي على الوعي البصري للمشاهد. مع التطور السريع في وسائل الإعلام الرقمية وزيادة الاعتماد على العناصر البصرية في نقل المعلومات، أصبح التصميم الجرافيكي يلعب دوراً جوهرياً في تشكيل الإدراك البصري والثقافي. ولكن هناك تساؤل حول كيفية تأثير جماليات السطح (المظهر الخارجي للتصميم) وجماليات العمق (المعنى والدلالات الكامنة) على وعي المشاهد. هل يمكن للتصميم السطحي الجذاب أن يغطي على نقص في العمق المفاهيمي؟ وكيف يمكن للتوازن بين السطح والعمق أن يعزز من تأثير الرسالة البصرية؟ إذن، تتمحور مشكلة البحث حول:

- كيف تؤثر جماليات السطح والعمق في التصميم الجرافيكي على الوعي البصري؟
- ما العلاقة بين الجاذبية البصرية للسطح والمعاني العميقة التي يحملها التصميم؟
- هل يساهم التصميم السطحي الجذاب في تعزيز الوعي أم أنه قد يؤدي إلى تشويه أو تسطيح الفهم؟

أهمية البحث:

يكتسب هذا البحث أهميته من الدور المتنامي للتصميم الجرافيكي في حياتنا اليومية، سواء في الإعلام، التسويق، أو التوعية المجتمعية. فهم التأثيرات الجمالية للتصميم يمكن أن يساعد المصممين على إنشاء أعمال أكثر فعالية وتأثيراً، كما يُمكن المؤسسات من توصيل رسائلها بوضوح وجاذبية أكبر.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى:

- تحليل الجوانب الفلسفية والجمالية للسطح والعمق في التصميم الجرافيكي.
- دراسة تأثير التصاميم السطحية مقابل التصاميم العميقة على الوعي البصري.
- فهم العلاقة بين الجماليات البصرية والعمق الدلالي في نقل الرسائل البصرية.
- تقديم إطار نظري يساعد المصممين على تحقيق توازن بين السطح والعمق في أعمالهم.
- تقييم كيفية استخدام التصميم الجرافيكي كأداة ثقافية تؤثر على الإدراك الاجتماعي والوعي الجماعي.



حدود البحث:

الحدود-الموضوعية:

يركز البحث على دراسة تأثير جماليات السطح والعمق في التصميم الجرافيكي على الوعي البصري، مع تحليل العلاقة بين الجاذبية البصرية السطحية والمعاني العميقة التي يحملها التصميم، ومدى تأثيرها على الإدراك البصري للمشاهدين.

الحدود-المكانية:

تم تطبيق الدراسة على عينة من محافظة بغداد، حيث شملت المشاركين من الفئات المهتمة والمتخصصة في مجال التصميم الجرافيكي، مثل أساتذة الفنون البصرية وطلبة كليات الفنون الجميلة والتصميم.

الحدود-الزمانية:

أجريت الدراسة خلال الفترة الزمنية الممتدة لعام 2024، حيث تم جمع البيانات وتحليلها باستخدام المنهج الوصفي التحليلي.

مصطلحات البحث:

1-(جماليات السطح): يشير هذا المصطلح إلى الخصائص البصرية السطحية في التصميم، مثل الألوان، الخطوط، التباين، والترتيب البصري، التي تجذب الانتباه بشكل فوري. تُستخدم هذه الجماليات لتحقيق تأثير بصري فوري دون التعمق في المعاني أو الوظائف الداخلية للتصميم¹.

الإجرائي: هو الطريقة التي يتم بها التعامل مع الطبقات البصرية والملمس و الألوان و التفاصيل في التصميم , يتعلق الامر بكيفية تقديم العناصر البصرية بطريقة جذابة و متناغمة لتحقيق تجربة بصرية مؤثرة و جذابة

2-(جماليات العمق): تعبر عن المعاني والدلالات الكامنة وراء التصميم، مع التركيز على البعد الثالث والعمق في التصميم لإيصال رسائل أكثر تعقيداً وتأثيراً على المتلقي. يتحقق ذلك من خلال استخدام تقنيات مثل التظليل، التداخل، والمنظور لإضفاء إحساس بالعمق والواقعية على التصميم².

الإجرائي: يعد العمق عنصراً مهماً حيث يساعد على خلق إحساس بالواقعية والحركة والتفاعل داخل التكوين البصري يضيف طابعاً ديناميكياً و جاذباً للتصميم

3-(التصميم الجرافيكي): يعتبر التصميم الجرافيكي وسيطاً إعلامياً تكميلياً بامتياز، إنه وسيلة تعبير بصري عن فكرة بواسطة الصورة الفوتوغرافية والرسم والعبارات الموجزة التي تثير نظر المتلقي وتشد انتباهه إلى الموضوع وهذا ما أكدته دراسة³.

الإجرائي: هو مجال فني و ابداعي يجمع بين الفن و التكنولوجيا لانشاء تصاميم مرئية توصل رسائل و افكار معينة يستخدم المصممون الكرافيكيون عناصر مثل الالوان , الاشكال , الخطوط , الصور , و التخطيط لانشاء تصاميم جذابة و فعالة .

¹ لى بنت عبدالرحمن الحركان، "التصميم الجرافيكي الاجتماعي وانعكاساته على ممارسات المصمم السعودي في تصميم الملصقات التوعوية"، مجلة التراث والتصميم، المجلد 2، العدد 10، أ 2022، ص 1-21

² داليا سالم محمد عبداللطيف، "جماليات التصميم الجرافيكي وأثره على المجتمع"، مجلة التراث والتصميم، المجلد 2، العدد 10، أغسطس 2022، ص 1-21.

³ Jalila: l'affiche dans les stratégies de communication du M.S.P – Approche Sémiologique – mémoire de DES-ISIC . Raba p26>



4-(الوعي البصري): يشير إلى قدرة الفرد على تفسير وفهم المعلومات البصرية من حوله، بما في ذلك الأشكال، الألوان، والأنماط. يتأثر الوعي البصري بالعوامل الثقافية والاجتماعية، ويؤثر على كيفية تفاعل الأفراد مع التصميمات الجرافيكية وتفسيرهم لها⁴.

الإجرائي: هو القدرة على تفسير وفهم المعلومات البصرية التي نستقبلها مع البيئة المحيطة، يشمل الإدراك العمليات العقلية التي تساعد في التعرف على الأشكال، الألوان، الأنماط، والتفاصيل، مما يساهم في تطوير مهارات، مثل القراءة، الكتابة، التمييز بين الأشياء، والتفاعل مع العالم بطريقة أكثر دقة

فرضية البحث:

• تؤثر جماليات السطح في التصميم الجرافيكي على الانتباه والجاذبية البصرية بشكل أكبر من جماليات العمق.

• تعزز جماليات العمق من فهم الرسالة البصرية وتؤثر على الإدراك الطويل الأمد.

• التصميمات السطحية الجذابة قد تؤدي إلى تسطيح الفهم أو تشتيت الانتباه عن المعاني العميقة.

• الإدراك البصري للجمهور يتأثر بالخلفيات الثقافية والاجتماعية عند تفسير جماليات السطح والعمق.

الفصل الثاني/ المبحث الأول: التصميم الجرافيكي

بدأ يظهر دور وتأثير التصميم الجرافيكي منذ بدايته، ولكن نخص بالذكر بداية انتشاره في أوروبا في القرن الخامس عشر الميلادي، حيث انها اعتبرت شرارة البداية الحقيقية للتصميم الجرافيكي وذلك عندما طور "يوهان جوتنبرج" تقنية الطباعة الميكنة والتي ساعدت علي طباعة الكتب بشكل اسهل وفي وقت أقل بكثير من ذي قبل ومن ثم انتشارها بشكل ملحوظ والجدير بالذكر أن ذلك الانتشار قد أدى إلى التأثير بشكل واضح جداً على الجانب الاجتماعي والثقافي آنذاك وأصبح التصميم الجرافيكي السبب الرئيسي في نشر الفكر والثقافة، حيث ساهمت العديد من التصميمات الجرافيكية في التأثير في شكل الحياة الاجتماعية والثقافية في العديد من الدول على مدار التاريخ. كان للتطور التكنولوجي الهائل في عالم الطباعة اثراً كبيراً في تطور التصميم الجرافيكي بأشكاله المختلفة (صحف، مجلات، اعلان....)، ويوماً بعد يوم تزداد أهمية التصميم الجرافيكي باعتباره وسيلة لتبادل الأفكار وموصلاً جيداً للمعرفة البصرية، فضلاً عن أنه يسمح بحرية أكبر في التفسير والتخيل ويمثل الإعلان نشاطاً اتصالياً يهدف إلى التأثير في سلوك جمهور الإعلان من خلال رموز ودلالات مرئية مفهومه لأطراف عملية الاتصال. ويصبح للمتلقي طرفاً في العملية الاتصالية بمساهمته في رؤية الإعلان وتفسيره.⁵ أصبح للتصميم الجرافيكي دوراً هاماً في تحقيق نوع من الإبهار يناسب الحدث ويرتقي بمستوي الإبداع والفكر التصميمي الذي يستند على جماليات وقوة وأهمية الحدث الإعلاني لإبداع أفكار إعلانية أكثر فاعلية ومناسبة للحدث المعن عنه.⁶

التصميم الجرافيكي فن إبداعي يقوم على تنظيم وتأليف أنواع مختلفة من النصوص والصور والرسوم التوضيحية بطريقة وظيفية وجمالية. أي أنه يمثل كلا من العملية ونتائج تلك العملية التصميم الجرافيكي التقليدي هو تخطيط محكم يهدف إلى حل المشكلات، إذ يستخدم كوسيط لأغراض مختلفة، بينما التصميم الجرافيكي الحديث يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالجماليات الوظيفية والعقلانية التي تم تطويرها على مر القرون في

⁴ أميرة حسين، "دور الثقافة البصرية في التعليم وتأثيرها في تشكيل الوعي لدى الطلاب"، مجلة آفاق فكرية، المجلد 8، العدد 3، 2020، ص3-11.

طارق محمود نبيه، دور فن الجرافيك في النهوض بالوعي الثقافي للمجتمع، المؤتمر العلمي الدولي بكلية الفنون الجميلة، المنيا (الفن) وثقافة الآخر، 2012.

نرمين حسين صالح، استراتيجية تصميم الاعلان المعاصر بالاستفادة من الوسائط الرقمية الحديثة، مجلة العمارة والفنون، العدد التاسع⁶ عشر، بحث منشور، 2020.



التصميم الجرافيكي للوسائط الطباعة التقليدية، ولكنه يرتبط اليوم أيضا ارتباطا وثيقا بالتصميم الصناعي وحسن تنظيم المعلومات، ويستخدم في هيكلة الرسائل وغيرها من المجالات. أطلق على مدار القرنين الماضيين على التصميم الجرافيكي اسم "الفنون التطبيقية" و"الفنون التجارية" و"تصميم الاتصالات" و"فنون" "الجرافيك" و"التواصل المرئي". هما يعكس التوسع الكبير الذي حصل في وسائل الاتصال ضمن فنون الجرافيك. تشمل فنون الجرافيك الثنائية الأبعاد فنون الكتابة، والخط، والطباعة الحجرية، والطباعة الصناعية والتصوير. بينما تشمل فنون الجرافيك على مجالات مثل التطبيقات والتصميم التجريبي، والتصميم التفاعلي، والتصميم الذي يركز على المستخدم، والمواقع الإلكترونية، كما يتوسع التصميم الجرافيكي في عدة مجالات. ويبقى التصميم الجرافيكي الحديث هو نتيجة البناء التاريخي البطيء الذي خضع لتغييرات عميقة في ممارسته وخطابه. يخبرنا "جيل لوغرين" أن تطوره لم يحدث فجأة، ولا يمكننا تحديد اللحظات المحورية إلا بعد فوات الأوان"⁷. في أقل من قرن من الزمان، غير الإعلان بالفعل مظهره ووسيطه وطبيعته. "لقد تحولت من نشاط حرفي إلى إنتاج صناعي وعلمي عالمي تقريبا"⁸.

هناك العديد من الدراسات لفهم طبيعة التصميم والتواصل البصري بشكل أفضل، وهو عنصر في قلب التسلسل الهرمي للاحتياجات⁹، يتم تعريف الاتصال بشكل عام، في أبسط أشكاله على أنه يرتبط بعملية نقل وتبادل معلومات والأفكار والمواقف بين الناس أو المشاركة في بناء المعرفة عن طريق توظيف رموز ودلائل تحيل إلى معلومات معينة، فإن ذلك ينطبق بالضبط على العصر الحديث، الذي ينعت به بعض الباحثين والدارسين بعصر الاتصال والمعلومات، وذلك بفضل تعدد وتنوع الوسائط الاتصالية كما جادل لاسويل (Lasswell) عالم سياسي أمريكي ، في عام 1948 بأن أنسب طريقة لتحديد مفهوم الاتصال هي الإجابة عن أسئلة مثل "من؟" ، "ماذا يقول؟" ، "بأي قناة؟" ، "المن؟" ، "بأي تأثير؟" وبالتالي خلق النموذج الأساسي الأكثر شهرة للاتصال. عرف النموذج الرياضي لشانون ويفر الاتصال على أنه عملية خطية أحادية الاتجاه نحو المتلقي لكونه المستهدف الوحيد من العملية التواصلية الاتصالية. لذلك يمكن القول بأن تجليات هذه العملية توجد في كل الأنشطة التواصلية التي تلعب دورا مهما في الحياة اليومية عن طريق استخدام مختلف الوسائط المتعددة لتقوية العلاقات والربط بين المؤسسات المتخصصة والمتلقي، ومن صفات عصرنا الحالي أن التصميم الجرافيكي أصبح لا ينفصل تماما عن حياة الإنسان، وهو ما يتضح من خلال الازدهار النوعي لوسائل الاتصال الحديثة. لذلك عرف عصرنا الحالي بعصر التصميم الجرافيكي الذي سيطر وهيمن على كل التقنيات الاعلانية المتحكمة في مصير الانسان ونتيجة لذلك فقد عرف المكتوب وكذا المقروء نوعاً من التراجع إزاء هذا التطور. وهذا ما عبر عنه بومالي Beaumaler حينما اعتبر المشهد الاعلاني لا يوجد في مستوى أقل من الحياة، لأنه يمكن أن يكون أكثر من الحياة، مادام التصميم الجرافيكي قادرا على ادماج الحياة في رسالته الاعلانية والتعبير عنها بمختلف آليات إنتاجه التقنية والفنية¹⁰. إذا كان "جون جاك روسو" يؤمن بفكرة أن الرأي العام هو ذلك الشعور البسيط بالحس الجميل والتمظهر بالإرادة الجماعية، فإن هذه الفكرة سرعان ما تتحقق مع ظهور التصميم الجرافيكي بالمعنى الحديث. وذلك بعد أن بدأ هذا الأخير في اتباع منطق التسويق وفلسفته لإعادة إنشاء المجتمع وبلورة قيمه حول منتجات معينة. وبهذا، أحدث هذا العصر تأثيرا ونجاحا كبيرين على التصميم الجرافيكي. يمكن فهم ذلك من خلال المؤسسات التي تسهر على كل الأنشطة والقضايا الاجتماعية والأخلاقية والمعرفية الأساسية التي تشكل مضمون الرسالة الاعلانية للتصميم

⁷ Gilles, LUGRIN. (2006), *Généricité et intertextualité dans le discours publicitaire de presse écrite*. Berne. Éditions Peter Lang, p10. <https://doi.org/10.4000/communication.792>

⁸ Myriam, TSIKOUNAS. (2010), « La publicité, une histoire, des pratiques », *Sociétés & Représentations*, 2010, vol. 2, no 30

⁹ Eroğlu, E. (1996). *Media-Message-Method Relationship in Communication Process and Transition from Traditional Education to Distance Education Systems*. *Kurgu Journal*, 3, 1-13, p275.

¹⁰ Beaunmalet.c, (1966) : *l'homme et l'image, interroger les images* – Ed blond et gay – paris, p96.



الجغرافيا وبلاغته بالمعنى الحديث، هدفها الوحيد هو الوصول والتأثير على المتلقي من أجل الإقناع والخوض في مسألة التفاعل مع المشهد الإعلاني. وهذا ما جاء به المؤلف "محمود" شمال حسن" في كتابه "الصورة والإقناع"، حيث أكد من خلاله على أن للصورة دور بالغ في عمليتي التأثير والإقناع وذلك عن طريق مجموعة من الأساليب التقنية والفنية التي تتخذها كشكل من أشكال البلاغة البصرية التي تحث المتلقي على تبني رأي معين واستنارته بعدد من الأدلة والشواهد الوافدة عبر المشهد الإعلاني، بهدف تغيير رأيه وموقفه تجاه قضية معينة. واعتبر معظم الفلاسفة من بينهم "فريديريك نيتشه" و"بول ريكور بأن البلاغة أداة لغوية للتأثير على سلوك الأفراد وآرائهم. يتم عن طريق اختيار الكلمات المناسبة، خاصة إذا كانت موظفة بشكل دقيق وهادف للوصول إلى المطلوب في أسرع وقت بعد التأثير على المتلقي المستهدف¹¹، نأخذ على سبيل المثال أن الكتاب هو وسيلة من بين العديد من وسائل الاتصال المرئي والغرض من التصميم الجغرافي هنا هو العثور على عرض مناسب لمحتوى الرسالة فيما يتعلق بالمستقبلين المقصودين، والوسيط المختار، وكذلك الوضع الاقتصادي. فعلى سبيل المثال يظهر كتاب مصمم بشكل جيد على أنه "كل" "موحد". هنا تعمل جميع عناصر التصميم على تحسين محتوى بلاغة الرسالة من أجل الوصول الى المتلقي في صورة جميلة.

المبحث الثاني: التصميم ك لغة اتصال بصري:

التصميم، مثل الكتابة، ينطوي على حل المشكلات والتخطيط والتنظيم. ففي الاتصالات اللفظية. نختار الكلمات التي يتم استخدامها وكيفية وضعها معاً ونبذل قصارى جهدنا لتوصيل الأفكار والآراء. وفي الاتصال البصري نختار العناصر وضعها معاً مع بذل قصارى جهدنا لتوصيل الأفكار والآراء.

ومثل الاهتمام في اختيار الكلمات وصياغتها وعدم وضعها عشوائياً مع علامات الترقيم على صفحة ونتوقع منهم أن يتم الفهم ومن ثم التواصل¹². ومع الانتشار الواسع للتصميم كوسيلة للاتصال البصري من خلال الانتشار المتنوع والمتعدد لوسائل الاعلام المقروءة والمرئية فان الحاجة باتت ملحة لتصميمات جيدة تؤدي الغرض المنوط منها وهي عملية الاتصال البصري لتحقيق غرض توصيل رسائل مفادها إيصال فكرة معينة للناس ومحاولة إقناعهم بها، فعند الترويج والإعلان عن منتج أو سلعة معينة سيحاول المصمم استخدام الأشكال والخطوط والألوان معاً في إطار يعبر فيه عن مزايا هذه السلعة، قد يختصر المصمم تلك الفكرة في صورة ما مع إضافة جملة معبرة، وقد يضع الكثير من العناصر، الكم ليس مهماً بقدر الكيف لقد اختار المصمم منهج التفاعل القريب من الناس والبقاء على مقربة من مشاكلهم وهمومهم للتعبير عنها في صورة تتميز بالجمالية ، فهو بذلك يستمتع بهذا التفاعل في جميع حالاته، فنحن عادة لا نذهب لمعارض التصميم الجغرافي، حيث أننا نكتفي بالنظر حولنا في أي مكان لنرى العديد من الأمثلة على التصميم¹³.

وفي ضوء التغييرات التي عملت على تشكيل الوعي بأهمية الدور الذي تؤديه عملية الاتصال البصري في عالمنا الحديث ومنذ النصف الثاني من القرن العشرين، أصبح العصر الحديث هو عصر الصورة والشكل والرمز إذ أصبحت تلك العناصر وسيلة تواصل عبر الثقافات لسهولة التعرف على علاماتها ورموزها بمعزل عن اختلافات اللغة والثقافة، وهي من ناحية أخرى ذات كفاءة استثنائية في الاستخدامات التكنولوجية التي استندت الاعتماد على الوسائل البصرية الثابتة والمتحركة كما في الكمبيوتر والانترنت، والتلفونات الجوال التي تحمل شاشاتها علامات ورموز تنظم منهج التعامل مع إمكانات الجهاز، وكذلك في الكتب،

¹¹ محمود، شمال، حسن الصورة والإقناع، دراسة تحليلية لأثر خطاب الصورة، دار الآفاق العربية، ط 1، مصر، 2006، ص56.

¹² Donna Tersiisky (2004) : "The Elements and Principles of Design", CS 538A 716A, City University,P2

¹³ رمزي العربي، التصميم الجغرافي، دار اليوسف للطباعة والنشر، عمان، 2008، ص7.



والصحف، والمجلات والإعلانات، وفي شاشة التلفزيون، في النشرات المصاحبة للأدوات والأجهزة ومختلف المنتجات أصبحت اللغة البصرية الترميزية لغة محورية في الوصف والشرح والتوصيل وتشكيل الوعي لدى الأفراد وأصبحت ثقافة الصورة أكثر هيمنة عبر وسائط الاتصال الحديثة¹⁴. حيث ان التصميم يعتبر لغة اتصال بصري يمكن أن تستخدم لنقل الأفكار والمعلومات والرسائل في شتى المجالات وعلى هذا فان مهمة المصممين خلق التواصل من خلال الوسائل البصرية في تشكيل نوعية الحياة اليومية للأفراد والجماعات والمجتمعات. فتصميم الاتصال البصري يعتمد على التخطيط للتعامل مع المفردات المرسومة على انها مفردات لغة بصرية لدعم مفهوم وتصور الأفكار. ونتيجة لذلك، وتؤكد الدراسة على أهمية تطوير فكر المصمم بمجموعة متنوعة من المهارات اللازمة لرسم تصور الفكرة اللازمة لعملية التصميم حتى يمكن من تحقيق الاهداف المطلوبة.

وذلك من خلال تطوير المهارات اللازمة لتنظيم عناصر التصميم، وفق مبادئ التصميم، وحتى اختيار وسائل الإعلام المناسبة، والتفكير الإبداعي والناقد والتأملي يدعم المصمم على التقدم من خلال التركيز على عملية التصميم. وفهم الدور المهم للتصميم في عملية الاتصال البصري داخل المجتمع والقدرة على الاستفادة من المعرفة والإلهام لدعم تطوير القدرة البصرية الخاصة بهم في مجال اعمال التصميم واكتساب الثقة في استخدام اللغة البصرية¹⁵.

المبحث الثالث: الوعي البصري من خلال التصميم الجرافيكي:

يحقق التواصل الجرافيكي عملية التواصل الفكري ذات البعد البصري الذي يعتمد الرموز والأفكار في التوظيف وترجمة الذاكرة البصرية للمصمم لإبداع أشكال جمالية تلائم المشكلات الاجتماعية والاقتصادية في الحياة لإنتاج أعمال جرافيكية مبدعة بمواصفات فنية وعلمية وموضوعية لها القدرة على استنارة الرأي¹⁶، إذ يمكن للتصميم الجرافيكي أن يحمل هذه الرموز والإشارات والعلامات كوسائل إيصال متفق عليها اجتماعياً تتيح تقبل الفرد لما يقدم من تصاميم وتكون لديه القدرة على تفسير وفك شفراته والوصول إلى دلالاتها، إذ تعد استجابة الأفراد للتصاميم الجرافيكية من القوى الفاعلة في نجاح التصميم الجرافيكي وعملية الاتصال، الأمر الذي يؤكد ضرورة وجود رؤية فكرية شاملة للمتطلب الاجتماعي، لكي يحقق مستوى ما من القبول الاجتماعي للنتائج التصميمية¹⁷. لقد حقق الاتصال علاقات اجتماعية بين أفراد المجتمع ومرّت عمليات الاتصال بمراحل تطورية مهمة مكنت الأفراد والمؤسسات من تنظيم وتنسيق الأعمال والنشاطات وتبادل المعلومات والأفكار (مضمون الاتصال). وللاتصال دور مهم أيضاً في المجال الإعلاني والترويج والتسويق، إذ يمثل الترويج أداة الاتصالات التسويقية للمؤسسة والذي يهدف الى إعلام وإقناع المستهلك بالسلعة أو الخدمة التي تنتجها المؤسسة لقبولها وشرائها، والترويج يتكون من عدة أنشطة لها طبيعة اتصالية ممثلة في مزيج ترويجي هو الإعلان والنشر والبيع كما وتعد الاتصالات التسويقية أحد عناصر المزيج التسويقي ويمثل إستراتيجية المنتج، إستراتيجية التسعير واستراتيجية التوزيع. وتعتبر هذه الوظيفة التسويقية المتعلقة بالإعلان عن المنتج والإقناع والتأثير على القرار الشرائي للزبون جزءاً مكملاً للنظم الاجتماعية والاقتصادية والاتصالية، كما أن التواصل التسويقي لا يقف عند حد الإبلاغ والنشر بل يتجاوز ذلك إلى الحث على الشراء

السيد بخيت، ثقافة الصورة الرقمية وجوانبها الأخلاقية والإعلامية، مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر، ثقافة الصورة في الاتصال¹⁴ والفنون، جامعة فيلادلفيا، الأردن، 2007، ص26.

¹⁵ Edited by Ruth Learner (2012): " Visual Communication Design ", Victorian Certificate of Education Study Design, Australia

¹⁶ Ramah, J. A. (2017). The reality of form and content in designing logos of international community organizations. Al-academy Journal 83

¹⁷ Kadhim, J. (2014). The effectiveness of the idea and its active powers, MSc. Thesis, University of Baghdad, College of Fine Arts



تلك غاية التسويق بصفة عامة، ومن أجلها يلجأ إلى التواصل التسويقي. والتسويق هو إحدى الأدوات الرئيسية في الاتصال مع الزبائن والجمهور من خلال تفاعل منظم حيث إن أدوات التفاعل الحديثة هي نظام للاتصال التفاعلي في مجال التسويق ويستخدم مجموعة من الوسائل غير التقليدية والتي تحقق استجابة بأقل جهد ممكن للوصول إلى الزبون في أي مكان.¹⁸

إن التطورات السريعة التي شهدتها تكنولوجيا الاتصال والمستحدثات التي عززتها التقنيات الرقمية والتكنولوجيا الحديثة، بدأت تقودنا نحو ترتيب جديد للمنظومة الاتصالية، حيث تحولت العملية الاتصالية التقليدية وأصبحت عملية انتقال المعاني والأفكار في التصميم تنطوي على عمليات تفاعل اتصالي من خلال سمة التفاعلية والتي وفرتها الشبكة الدولية للمعلومات لأن الاتصال يفقد معناه ولا يؤدي رسالته الاتصالية إذا لم يكن فعالاً، أي هناك تأثير متبادل بين أطراف العملية الاتصالية، كما إن السمة الالكترونية للشبكة الدولية وفرت استخدام تقنيات تعزز الرسالة الاتصالية من حيث المحتوى (الوظيفة) والجمال، وهي إدخال الوسائط المتعددة في وسائل الاتصال الجماهيري الصحف والمجلات والاعلانات الالكترونية وكافة أساليب الاتصال الأخرى على (الشبكة) فأصبحت عملية ترأسل المعلومات وعملية الاتصال معولمة Globalization ذات جماليات وهي جماليات التقنية الرقمية بما تحمله من إبداعات الوسائط المتعددة وجماليات اللون والدقة والمعالجات التصميمية وسمات أخرى تتميز بالسرعة والكفاءة. وتجاوزت عملية الاتصال الحدود والمسافات وتغيرت الأدوار بين المرسل والمستقبل فأصبح التواصل عملية تبادلية ثنائية الاتجاه بعد أن كانت أحادية محدودة، كل هذا بفضل التقنية الرقمية وامتزاج نظم الحاسوب بنظم الاتصالات الالكترونية التي حققت مجتمعاً معلوماتياً تفاعلياً وأصبح (لوسيلة الاتصالية الدور الريادي في الأهمية بدلاً" من الاهتمام بالرسالة¹⁹. وقد أتاحت التكنولوجيا الرقمية للتطبيقات المعرفية للعمليات التصميمية تنوعات أسلوبية انعكست على جمالية التصميم وخاصة الرقمي، حيث إن الفن الرقمي قدم مميزات تقنية ذات قيم جمالية تتوافق تلك التقنية مع الوظيفة التي تؤديها كما إن انتقاء أفكار تتسم بالأصالة والجدة مستخدماً استراتيجيات الاتصال والتصميم ويزيد من تأثير وفعالية التوليف بين الوسائط الإلكترونية المتعددة في فنون الجرافيك الرقمية²⁰

دور فن الجرافيك في التنمية البصرية:

إن الاهتمام بفن الجرافيك لتنمية الحس العالي لدى المواطنين والمجتمع بشكل عام عامل مهم وفعال ويجب الاهتمام به عن طريق العادات الحسية في الرؤية والإدراك الجمالي. وذلك من خلال برامج التعليم والحرص على تكوين عادات صحية للتعبير الحر عن الرغبات وإطلاق الخيال والقدرات الإبداعية ورفع الذوق العام لدى المجتمع. ويعد فن الجرافيك من الفنون التي تساعد على الحس والإدراك المجتمعي للبيئة المفترض أن يشارك في بنائها كل فرد في المجتمع بشكل جمالي. هناك عامل آخر مؤثر ولا يقل فاعلية في تنمية الوعي البصري لدى المجتمع عن طريق الرسائل الإعلامية كالتلفزيون والسينما والمسرح هي من وسائل ذات القدرة غير المحدودة لتوصيل المعلومات للمواطنين من خلال التحكم في بث وإشاعة الجمال عن طريق الصورة المرئية وكذلك تقديم الوجبات الثقافية والمعرفية عن أساليب التلقي الفني وكيفية قراءة الأعمال الفنية وتنمية القدرة على الإحساس والإدراك الجمالي وسط زحمة من تدافع الاتجاهات والمذاهب والتقاليع التي يأتي بها المستقبل الجديد كما يأتي دور فن الجرافيك الذي يتيح مجالاً بصرياً وثقافياً لإزالة أساليب الأمية البصرية، حيث أن المجتمع في حاجة ماسة إلى هذا الجانب الخفي من عالم الرؤية الجمالية خاصة وأن

¹⁸ Alzugby, A. F. (2013). 2nd edition, Dar Al Masirah for Publishing, Distribution and Printing, Amman.

¹⁹ Mousa, I. R. (2015). Transformations in the Process of Mass Communication Using the International Network of Information (Internet). Al-academy Journal 71, 144-164

²⁰ Atiya, M. M. (2005). Concepts in Art and Beauty, Aalem Alkutob, Cairo



العصر الحديث له مشكلاته المتعددة، فهو عصر يعيد اكتشاف القديم ويراه بعين جديدة وعصر تعيش فيه الشخصية متجاوزة مع التجريدية الواقعية وأحدث صيحات الفن البصري والحركي و اللان وعصر تتعلق فيه أعين العلماء والفنانين على المجرات والمذلات من الكشوف العلمية هذا العصر منشوق إلى القراءة البصرية المتخصصة ليقراها المجتمع الإنساني بروية واضحة ويبين اختلاف الزائف والأصيل منها دون تضليل أو تخطيط. ويعد تصميم الإعلانات والملصقات بشكل مدروس وبدون عشوائية من الإسهامات التي ترفع درجة التذوق ومحو الأمية البصرية وخلق درجة من الإدراك الحسي لدى المجتمع. وذلك للأهمية القصوى في تواجده وفرض نفسه يومياً على الجماهير.²¹

الفصل الثالث: إجراءات البحث

منهجية البحث

تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي في هذا البحث لدراسة تأثير جماليات السطح والعمق في التصميم الجرافيكي على الوعي البصري. يعتمد هذا المنهج على وصف الظاهرة المدروسة وتحليلها من خلال جمع البيانات وتنظيمها وتصنيفها، ثم تفسيرها بطريقة علمية منهجية للوصول إلى استنتاجات دقيقة تدعم فرضيات البحث.

كان اختيار المنهج الوصفي التحليلي مبرراً بطبيعته التي تجمع بين الوصف الكمي والتحليل النوعي، مما يسمح بفهم تأثيرات التصميم الجرافيكي بطريقة أكثر شمولية. كما أن هذا المنهج يساعد في تحديد الاتجاهات العامة ووضع توصيات واضحة للمصممين والباحثين، ما يسهم في تعزيز فعالية الاتصال البصري وتحقيق التوازن المطلوب بين السطح والعمق في التصميم الجرافيكي.

عينة البحث:

تم اختيار 100 مشارك من الفئات العمرية المختلفة ضمن مجتمع البحث، حيث تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية الطبقية لضمان تمثيل الفئات المختلفة.

أداة البحث:

سيتم الاعتماد على الاستبيان في جمع البيانات من عينة الدراسة. كما سيتم استخدام طرق تحليل البيانات بالتحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج SPSS الإحصائي للوصول إلى نتائج دقيقة تدعم فرضيات البحث.

مجتمع البحث:

يتكون من الأفراد المهتمين والمتخصصين في مجال التصميم الجرافيكي، بما في ذلك أساتذة الفنون البصرية، وطلبة كليات الفنون الجميلة والتصميم في محافظة بغداد.

التحليل:

تم إجراء هذا البحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة من أساتذة الفنون البصرية، وطلبة كليات الفنون الجميلة والتصميم لتحليل تأثير جماليات السطح والعمق في التصميم الجرافيكي على الوعي البصري. اعتمدت الدراسة على برنامج SPSS للتحليل الإحصائي واختبار الفرضيات.

ريهام عبد السلام، البعد الثقافي لفنون التصميم الجرافيكي ودورها في التنمية البصرية للمجتمع، كلية الفنون الجميلة، جامعة جنوب 21 الوادي، 2014، ص5.

تم إعداد فقرات الاستبيان وفق سلم ليكرت الخماسي، وشملت المحاور التالية:

- المحور الأول: البيانات الشخصية لعينة البحث.
 - المحور الثاني: دور جماليات السطح في جذب الانتباه وتعزيز الجاذبية البصرية.
 - المحور الثالث: تأثير جماليات العمق على الفهم الطويل الأمد للرسالة البصرية.
 - المحور الرابع: العلاقة بين السطح والعمق في تشكيل الوعي البصري.
- بلغ عدد الاستبيانات الموزعة 100، وبلغ عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل 85 بنسبة 85%.

ثبات الاستبانة:

تم استخدام معامل ألفا-كرونباخ للتحقق من مستوى الثبات والاتساق الداخلي، وتتلخص النتيجة كما في الجدول رقم (1):

الجدول رقم (1) اختبار كرونباخ

المحور	عدد العبارات	ألفا كرونباخ
جماليات السطح	10	0.792
جماليات العمق	10	0.810
العلاقة بين السطح والعمق	10	0.803
الكل	30	0.825

المصدر: من اعداد الباحث استنادا الى SPSS

وفق نتائج الجدول رقم (1)، يتبين ان تمتع بمستوى ثبات جيد، أي انه بالإمكان الاعتماد عليه لإتمام وانجاز الجانب العملي للبحث.

الخصائص الديمغرافية للعينة:

يمكن تلخيصها وفق الجدول (2) الآتي:

الجدول رقم (2) الخصائص الديمغرافية لعينة البحث

المتحول	الإجابة	التكرارات	النسبة
الجنس	ذكر	52	61.18%
	انثى	33	38.82 %
	المجموع	85	100%
العمر	اقل من 30	20	23.53%
	30 الى 40	35	41.18%
	من 41 الى 50 سنة	22	25.88%
	اكثر من 50	8	9.41%

100%	85	المجموع	
17.65%	15	اقل من بكالوريوس	التعليم
58.82%	50	بكالوريوس	
23.53%	20	دراسات عليا	
100%	85	المجموع	
100%	27	المجموع	

المصدر: من اعداد الباحث استنادا الى SPSS

اختبار الفرضيات

- الفرضية الأولى: تؤثر جماليات السطح في التصميم الجرافيكي على الانتباه والجاذبية البصرية بشكل أكبر من جماليات العمق.
- الجدول رقم (3) استجابات العينة لفقرات محور الفرضية الرئيسية الأولى

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط المرجح	الموافقة او الاتجاه	مستوى الدلالة
1	تؤثر جماليات السطح على الانتباه البصري أكثر من العمق	3.87	محايد	0.000
2	تزيد الألوان السطحية من الجاذبية البصرية	3.85	محايد	0.000
3	الخطوط الجريئة تعزز الانتباه السطحي	4.44	موافق	0.000
4	السطح البسيط يعزز الإدراك الفوري	3.97	محايد	0.000
5	التباين العالي في السطح يجذب الانتباه	4.38	موافق	0.000
6	التفاصيل السطحية المعقدة تشوش الانتباه	4.09	موافق	0.000
7	جماليات السطح تسهم في زيادة الفضول البصري	4.47	موافق	0.000
8	السطح اللامع أكثر جاذبية من غيره	3.88	محايد	0.000
9	السطح الملون يلفت الانتباه أسرع من العمق	3.89	محايد	0.000
10	تصميم السطح الديناميكي يعزز الجاذبية البصرية	3.93	محايد	0.000

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS.

تحليل النتائج:

- تشير النتائج إلى أن العبارات التي تتعلق بتأثير الخطوط الجريئة، والتباين العالي، وزيادة الفضول البصري قد حصلت على متوسطات مرجحة أعلى من 4، مما يعني اتفاق العينة على تأثيرها الإيجابي على الجاذبية البصرية.



- في المقابل، العبارات المتعلقة بالألوان السطحية والسطح البسيط جاءت باتجاه محايد.
 - مستوى الدلالة لجميع العبارات أقل من 0.05 مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستجابات.
 - الاتجاه العام يشير إلى موافقة جزئية على تأثير جماليات السطح على الانتباه والجاذبية البصرية.
 - **الفرضية الثانية:** تعزز جماليات العمق من فهم الرسالة البصرية وتؤثر على الإدراك الطويل الأمد.
- الجدول (4) استجابات العينة لفقرات محور الفرضية الرئيسية الثانية

رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط المرجح	الموافقة أو الاتجاه	مستوى الدلالة
1	تعزز جماليات العمق من فهم الرسالة البصرية	4.08	موافق	0.000
2	تساهم الرموز العميقة في الإدراك الطويل الأمد	4.69	موافق	0.000
3	التصميم العميق يستدعي التفكير النقدي	4.43	موافق	0.000
4	العمق البصري يعزز التفاعل العاطفي	4.43	موافق	0.000
5	الرسائل الضمنية تزيد من فعالية الاتصال البصري	4.33	موافق	0.000
6	تفاصيل العمق تعزز من تذكر الرسالة	4.35	موافق	0.000
7	المعاني العميقة تؤدي إلى تأثير مستدام	4.09	موافق	0.000
8	التوازن بين السطح والعمق يعزز الإدراك	4.09	موافق	0.000
9	التصميم العميق يحفز الفضول الفكري	4.24	موافق	0.000
10	التأويلات المتعددة في العمق تثير التفكير الإبداعي	4.47	موافق	0.000

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS.

تحليل النتائج:

- جميع العبارات حصلت على متوسطات مرجحة أعلى من 4، مما يعني اتفاق العينة بشكل عام على تأثير جماليات العمق على الفهم والإدراك الطويل الأمد.
 - أعلى متوسط مرجح كان للعبارة المتعلقة بـ"الرموز العميقة في الإدراك الطويل الأمد" بمتوسط 4.69.
 - مستوى الدلالة لجميع العبارات أقل من 0.05، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستجابات.
 - الاتجاه العام يؤكد أن جماليات العمق تعزز من الفهم البصري والإدراك المستدام.
- الفرضية الثالثة:** التصميمات السطحية الجذابة قد تؤدي إلى تسطيح الفهم أو تشتيت الانتباه عن المعاني العميقة.

الجدول رقم (5) استجابات العينة لفقرات محور الفرضية الرئيسية الثالثة



رقم الفقر	الفقرات	المتوسط المرجح	الموافقة أو الاتجاه	مستوى الدلالة
1	التصميم السطحي الجذاب قد يغطي على المعاني العميقة	4.25	موافق	0.000
2	الألوان الزاهية قد تشوش الانتباه عن الرسائل العميقة	4.32	موافق	0.000
3	التصميمات السطحية البسيطة قد تسطح الفهم	4.11	موافق	0.000
4	الجاذبية السطحية قد تؤدي إلى تجاهل المعاني العميقة	4.38	موافق	0.000
5	الرسائل السطحية تبقى في الذاكرة أقل من الرسائل العميقة	4.29	موافق	0.000
6	التصميم السطحي الجذاب يشتت الانتباه عن التفاصيل الدقيقة	4.22	موافق	0.000
7	التركيز على الجماليات السطحية يقلل من الفهم العميق	4.41	موافق	0.000
8	التصاميم السطحية قد تؤدي إلى تفسيرات سطحية للرسالة	4.36	موافق	0.000
9	التفاصيل السطحية الزائدة تشوش على المعاني العميقة	4.19	موافق	0.000
10	الجاذبية السطحية تؤثر على تفسير الرسائل البصرية العميقة	4.37	موافق	0.000

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS.

تحليل النتائج:

- جميع العبارات حصلت على متوسطات مرجحة أعلى من 4، مما يعني اتفاق العينة على أن التصميمات السطحية الجذابة قد تؤدي إلى تسطيح الفهم أو تشتيت الانتباه.
 - أعلى متوسط مرجح كان للعبارة المتعلقة بـ"الجاذبية السطحية قد تؤدي إلى تجاهل المعاني العميقة" بمتوسط 4.38.
 - مستوى الدلالة لجميع العبارات أقل من 0.05، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستجابات.
 - الاتجاه العام يؤكد أن الجاذبية السطحية قد تؤثر سلبًا على الفهم العميق.
- الفرضية الرابعة:** الإدراك البصري للجمهور يتأثر بالخلفيات الثقافية والاجتماعية عند تفسير جماليات السطح والعمق".

الجدول رقم (6) استجابات العينة لفقرات محور الفرضية الرئيسية الرابعة

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط المرجح	الموافقة أو الاتجاه	مستوى الدلالة
1	الخلفية الثقافية تؤثر على تفسير الجماليات السطحية	4.48	موافق	0.000
2	العوامل الاجتماعية تؤثر على تفسير العمق البصري	4.42	موافق	0.000
3	التأثير الثقافي يغير من دلالات الألوان والرموز	4.39	موافق	0.000
4	الخلفيات الاجتماعية تؤثر على الانطباعات الجمالية	4.31	موافق	0.000
5	التجارب الثقافية تؤثر على فهم الرسائل العميقة	4.36	موافق	0.000
6	الخلفيات الثقافية تؤثر على تفسير الرموز المجردة	4.27	موافق	0.000
7	التأثير الاجتماعي يحدد مدى فهم الجماليات العميقة	4.33	موافق	0.000
8	التجارب الاجتماعية تؤثر على تفضيلات الجماليات	4.45	موافق	0.000
9	التفاعل الثقافي يؤثر على تفسير السطح والعمق	4.41	موافق	0.000
10	الإدراك البصري يتشكل وفقاً للخلفيات الثقافية	4.49	موافق	0.000

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS.

تحليل النتائج:

- جميع العبارات حصلت على متوسطات مرجحة أعلى من 4، مما يعني اتفاق العينة على تأثير الخلفيات الثقافية والاجتماعية على تفسير السطح والعمق.
- أعلى متوسط مرجح كان للعبارة المتعلقة بـ"الإدراك البصري يتشكل وفقاً للخلفيات الثقافية" بمتوسط 4.49.
- مستوى الدلالة لجميع العبارات أقل من 0.05، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستجابات.
- الاتجاه العام يؤكد أن الإدراك البصري يتأثر بشكل كبير بالخلفيات الثقافية والاجتماعية.

الفصل الرابع: النتائج والتوصيات:

- توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة التي تسلط الضوء على تأثير جماليات السطح والعمق في التصميم الجرافيكي على الوعي البصري، وهي كما يلي:
- أظهرت النتائج أن التصميمات التي تعتمد على جماليات السطح، مثل الألوان الزاهية والخطوط الجريئة، تجذب الانتباه بشكل فوري وتحقق تأثيراً بصرياً قوياً. ومع ذلك، فإن هذا التأثير يكون قصير المدى ولا يعزز الفهم العميق للرسالة.
 - أوضحت النتائج أن جماليات العمق، التي تتضمن الرموز والدلالات الثقافية والمعاني الكامنة، تعزز من فهم الرسالة البصرية بشكل مستدام وتؤثر على الإدراك الطويل الأمد.

3. أكدت النتائج أن التصميمات التي تجمع بين الجاذبية السطحية والمعاني العميقة تحقق فعالية أكبر في الاتصال البصري، حيث تجذب الانتباه السطحي وتعمق الفهم الفكري.
4. بينت النتائج أن التصميمات السطحية الجاذبة قد تؤدي إلى تسطيح الفهم أو تشتيت الانتباه عن المعاني العميقة، خاصة إذا كانت التفاصيل السطحية معقدة أو مبالغاً فيها.
5. أظهرت النتائج أن الإدراك البصري للجمهور يتأثر بالخلفيات الثقافية والاجتماعية، مما يؤثر على تفسير جماليات السطح والعمق. فالتجارب الثقافية السابقة تشكل طريقة فهم الرسائل البصرية وتؤثر على التأويلات الفكرية.

التوصيات:

استناداً إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يوصى بالآتي:

1. تحقيق توازن بين السطح والعمق: على المصممين العمل على تحقيق توازن بين الجاذبية السطحية والمعاني العميقة، بحيث يجذب التصميم الانتباه بشكل فوري دون أن يؤدي ذلك إلى تسطيح الفهم أو تشتيت الانتباه عن الرسالة العميقة.
 2. تعزيز الفهم الثقافي في التصميم: يُفضل أن يراعي المصممون الخلفيات الثقافية والاجتماعية للجمهور المستهدف عند تصميم الرسائل البصرية، وذلك لضمان تفسير المعاني العميقة بشكل صحيح.
 3. استخدام الجماليات السطحية بحكمة: ينبغي استخدام الجماليات السطحية مثل الألوان الزاهية والخطوط الجريئة بشكل معتدل، بحيث تساهم في جذب الانتباه دون أن تطغى على المعاني العميقة.
 4. تعزيز جماليات العمق للتأثير المستدام: يجب على المصممين استخدام الرموز الثقافية والدلالات العميقة بشكل مدروس لتعزيز التأثير الفكري والعاطفي على المشاهد، مما يعمق من تجربة المشاهدة ويعزز من الإدراك الطويل الأمد.
 5. إجراء مزيد من الدراسات: يُنصح بإجراء دراسات مستقبلية حول تأثير الخلفيات الثقافية والاجتماعية على الإدراك البصري في سياقات مختلفة، وذلك لفهم أفضل للعوامل المؤثرة على تفسير الرسائل البصرية.
- تساهم هذه التوصيات في تحسين فعالية الاتصال البصري في التصميم الجرافيكي، مما يعزز من التأثير الثقافي والفكري للتصميمات البصرية.

المراجع:

- أميرة حسين، "دور الثقافة البصرية في التعليم وتأثيرها في تشكيل الوعي لدى الطلاب"، مجلة آفاق فكرية، المجلد 8، العدد 3، 2020، ص 3-11.
- السيد بخيت، ثقافة الصورة الرقمية وجوانبها الأخلاقية والإعلامية، مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر، ثقافة الصورة في الاتصال والفنون، جامعة فيلادلفيا، الأردن، 2007.
- داليا سالم محمد عبداللطيف، "جماليات التصميم الجرافيكي وأثره على المجتمع"، مجلة التراث والتصميم، المجلد 2، العدد 10، أغسطس 2022، ص 1-21.



- ريهام عبد السلام، البعد الثقافي لفنون التصميم الجرافيكي ودورها في التنمية البصرية للمجتمع، كلية الفنون الجميلة، جامعة جنوب الوادي، 2014، ص5.
 - رمزي العربي، التصميم الجرافيكي، دار اليوسف للطباعة والنشر، عمان، 2008.
 - طارق محمود نبيه، دور فن الجرافيك في النهوض بالوعي الثقافي للمجتمع، المؤتمر العلمي الدولي بكلية الفنون الجميلة، المنيا (الفن وثقافة الاخر)، 2012.
 - لمى بنت عبدالرحمن الحركان، "التصميم الجرافيكي الاجتماعي وانعكاساته على ممارسات المصمم السعودي في تصميم الملصقات التوعوية"، مجلة التراث والتصميم، المجلد 2، العدد 10، أ 2022، ص 1-21
 - محمود، شمال، حسن الصورة والاقناع، دراسة تحليلية لأثر خطاب الصورة، دار الأفاق العربية، ط 1، مصر، 2006.
 - نرمين حسين صالح، استراتيجية تصميم الاعلان المعاصر بالاستفادة من الوسائط الرقمية الحديثة، مجلة العمارة والفنون، العدد التاسع عشر، بحث منشور، 2020.
- المراجع الأجنبية:**

- Alzugby, A. F. (2013). 2nd edition, Dar Al Masirah for Publishing, Distribution and Printing, Amman.
- Atiya, M. M. (2005). Concepts in Art and Beauty, Aalem Alkutob, Cairo
- Beaunmalet.c, (1966) : l'homme et l'image, interroger les images – Ed blond et gay – paris, p96.
- Donna Tersisky (2004) : "The Elements and Principles of Design", CS 538A 716A, City University, P2
- Edited by Ruth Learner (2012) : " Visual Communication Design " , Victorian Certificate of Education Study Design, Australia
- Eroğlu, E. (1996). Media-Message-Method Relationship in Communication Process and Transition from Traditional Education to Distance Education Systems. Kurgu Journal, 3, 1-13, p275.
- Gilles, LUGRIN. (2006), Généricité et intertextualité dans le discours publicitaire de presse écrite. Berne. Éditions Peter Lang, p10. <https://doi.org/10.4000/communication.792>
- Jalila: l'affiche dans les stratégies de communication du M.S.P – Approche Sémiologique – mémoire de DES-ISIC . Raba p26>
- Kadhim, J. (2014). The effectiveness of the idea and its active powers, MSc. Thesis, University of Baghdad,
- Mousa, I. R. (2015). Transformations in the Process of Mass Communication Using the International Network of Information (Internet). Al-academy Journal 71, 144-164

- Myriam, TSIKOUNAS. (2010), « La publicité, une histoire, des pratiques », Sociétés & Représentations, 2010, vol. 2, no 30
- Ramah, J. A. (2017). The reality of form and content in designing logos of international community organizations. Al-academy Journal 83