

## إحكام الصياغة التشكيلية من خلال التصميم الجرافيكي وأثره على التسويق حديثاً Fine drafting provisions through graphic design Newly influenced by marketing

م.د/ نهى سعيد مفتي رضوان

مدرس بقسم الجرافيك- كلية الفنون الجميلة - جامعة أسيوط

**Dr. Noha Saeed Mofti Radwan**

Lecturer Graphic Department - Faculty of Fine Arts - Assiut University

[nohamufti@farts.aun.edu.eg](mailto:nohamufti@farts.aun.edu.eg)

### المستخلص:

إحكام الصياغة التشكيلية من خلال التصميم الجرافيكي وأثره على التسويق حديثاً يحوي البحث بنقاطه الأساسية استشراف تسترشد بها الباحثة محاور البحث ..... لينضح في مجموعه النماذج التطبيقية للبحث السياق الفكري للسرد والتزامه بالنهج الأكاديمي من خلال منهجه التاليه

١- وصف التصميم وارتباطه بالمنتج كطبيعته مادته وخصوصيته اللويه

٢- قراءه تحليليه للقيم الجماليه وارتباطها بالجانب الوظيفي للتصميم وعلاقتها بالمتلقي

٣- قد سبق قبل الوصف والتحليل استخدام المنهج التجريبي على مفردات كل تصميم على حده واقتراح بدائل متنوعه لكل رؤية في كل تصميم.

مع مراعاة وحده الرؤيه الفنيه وارتباطها بالهويه البصريه لجامعة اسيوط التي تم تحديدها في علاقات لويه محده.

### الكلمات المفتاحية:

ملصق؛ تغليف؛ هويه بصريه؛ تسويق؛ تصميم جرافيكي؛ تصميم لبيول

### ABSTRACT:

The provisions of fine formulation through graphic design and its impact on marketing recently. The research contains its main points, an introduction that guides the researcher, the course of the research, and then exposure to the basic scientific research axes. The research is descriptive, analytical and experimental in the following points 1- Description of the design and its connection to the product, such as the nature of its material and its color characteristics 2- An analytical reading of the aesthetic values and their connection to the functional aspect of the design and its relationship to the recipient 3- Before the description and analysis, the experimental method was used on the components of each design separately, and various alternatives were proposed for each vision in each design.

Taking into account the unity of artistic vision and its connection with the visual identity of Assiut University, which was identified in specific color relationships.

### key words:

Fine drafting referees, graphic design, marketing

## أسلوب التحليل..

بعد إطلاع الباحثة على أساليب التحليل المتعددة وجدت أن هناك أسلوباً يناسب دراستها للوصول إلى أهدافها وهو إذ تجريبي - وصفي - تحليلي يقوم على تقويم العملية التصميمية وقامت الباحثة بترتيب خطوات هذا الأسلوب بما يناسب النموذج المختار ووضعها ضمن التسلسل المنطقي لها وجاءت وفق الآتي: -

الوصف العام: - الملاحظة البصرية وذلك للتعرف على عناصر تكوين الشكل الرئيس والأشكال الثانوية.  
المناقشة والتحليل: - وقد تضمنت: -

تجزئة الفضاء السلبي والفضاء الايجابي. لعدد ٢٠ نموذج من أصل ٤٠٠ تصميم

دراسة الفكرة والمضمون في ضوء العناصر البصرية والعمليات الإنشائية وأسلوب المعالجة

ج - تحليل العناصر البصرية للمصق وعلاقتها بداخل الفضاء. ء - دراسة الأسس الإنشائية لمصق التغليف

هـ - تحديد المعالجات الوظيفية ودورها في إيصال الفكرة

## الإطار النظري للبحث:

### مقدمة:

بحكم التخصص في فنون فن الكتاب لا يفصل المنتج الابداعي في

استقراءه للغة الشكل والقدرة علي احكام التصميم من واقع الحياة اليومية فافنون الكتاب مردود في الواقع المرئي المحاكي حيث اعتمد تسويق المنتجات حديثا اعتمادا كليا علي لغة الشكل من حيث التغليف و التصميم المعبر عن المنتج و جودته. كما ارتبط التصميم حديثا بالمستهلك ومدى اقباله علي المنتج و من ثم. تعرضت الباحثة لربط فنون التغليف من خلال للتصميم الجرافيكي بالهويه البصريه لجامعة اسيوط للتاكيد علي تفرد منتجاتها في الاسواق والبحث في دور التصميم و الرؤية البصرية في الاحساس بجودة المنتج و ارتباط المتلقي لبعض المنتجات بالاحساس بالقيمة الجمالية للتصميم الفني. وبعد ذلك احد كسر عزلة الفنان بما يؤدي الي الارتقاء بالقيمة الجمالية و البصرية للتعامل مع لغة الشكل من المنتج الي حالة العرض الفني و التجارب الفنية مع الاعمال الفنية القائمة علي مضمون العمل بالاضافة الي العينة الجمالية دون النظر للجانب الوظيفي للتصميم و تتضمن تجربة المعرض مجموعة متنوعة من المنتجات المختلفة في طبيعتها و التي صيغت بلغة تشكيلية مبسطة تستهدف جماليات اللغة الحدائة التشكيلية مع التعبير عن جودة المنتج في رونق اختيار العلاقات اللونية المرتبطة بصيغة كل منتج علي حده فلا يوجد فاصل في الاستمتاع بالمنتج ماديا فلا يوجد فاصل بين ما هو مادي كالمنتج ذاته و ما هو معنوي كالجماليات التصميم في التعليق حتي ان يكون الاخراج الفني يشارك المنتج في المذاق.

كما اثبتت بعض الدراسات صور توزيع المنتج او رواجه بناء علي علاقة المستهلك بالقيمة اللونية و لا بتقسيم بعض المنتجات يتاثر توزيعها بالتصميم او التاثيرات اللونية او الصياغة التشكيلية وفقا للخلفية الثقافية للبيئة و الدلالات اللونية من واقع ثقافتها.

## أهمية التصميم الجرافيكي:

يعتبر التصميم في عصرنا الحالي نظام إنساني أساسي، وأحد الأسس الفنية لحياتنا المعاصرة؛ فالتصميم هو أحد مجالات النشاط الفني التي لا يمكن الاستغناء عنها؛ إذ أنه يستحيل لأي عمل الظهور دون تصميم 'وعلى المصمم أن يسعى دائماً للبحث والتطوير ليستطيع التعبير عن موهبته الشخصية كمصمم، فجودة التصميم هي الأساس، إذ تزودنا بالخبرة الفنية الغنية التي نحس بها في أي تصميم، فنجد بأن طابع أي تصميم وفرديته ينبعان من

المشاعر الخاصة بالمصمم الفنان، وهو يعبر عن تلك المشاعر باللون وقيمتها، وبالخط والقيم السطحية والمساحات والأشكال، وموضوع التصميم<sup>٢</sup>

التصميم وعلاقته بالطبيعة والحياة: يستوحى المصمم رموزه وعناصره في الغالب من الطبيعة، ويبدأ التصميم عندما تتحول الفوضى إلى نسق ونظام (أي يكون التصميم مرتب ولا يحتوى على العشوائية). والتصميم كلمة تدل على حدود العقل الإنساني، وعلى مدى الحقائق التي يدركها الإنسان ويستخلصها تدريجياً من الفوضى، وكلما زادت معارفه وثقافته ساعده ذلك على تنظيم التصميم، فيحل محل الفوضى النسق والنظام. ولذلك فمن المتوقع أن تكون لدى الفنان حساسية زائدة عن الآخرين

من حيث إدراك الأشكال وما تتضمنه من معاني. فالمصمم يمر بعمليتين خلال استلهام الطبيعة وما بها • : داخلية: متصلة بقدراته الإدراكية فيها من ثقافة ومزاج وقدرات فسيولوجية وبيولوجية، خارجية: تتمثل في العلاقة بالطبيعة، حيث تعتمد عملية التصميم على التنظيم البصري، وعلى كيفية رؤية الطبيعة والتنوع فيها. ويختلف مفهوم الطبيعة لدى المصمم تبعاً للمواقف البيئية المختلفة، كذلك توجد نماذج أخرى في البيئة تعكس النظام والتصميم في الطبيعة، وكلما كانت البيئة جذابة أحس الإنسان بحاجته لأن يعكس جمالها بطريقة تلقائية. وقد أصبح مفهوم الطبيعة يعنى القوة المسيطرة على نظم ونسق الكون والوجود في نموه وتطوره، ومن الطبيعي في أن النظم الهندسية أو الرياضية كلمة تدل على الطبيعة سواء كانت عضوية أو غير عضوية، يتحكم فيها العوامل التالية •: التنوع •. التوازن •. التناسب •. التماثل. وهناك علاقة بين التصميم والقانون الطبيعي للنمو، وأيضاً هناك علاقة بين التصميم والحياة، حيث يلاحظ توافر عناصر أسس التصميم في الطبيعة (الوحدة، التناسب، الإيقاع، الاتزان، السيادة ويجده بدوي بأنه ((وسيلة بصرية تعبر عن فكرة معينة بالصور والرسوم والكلمات: وهي وسيلة فعالة للاتصال بالجمهور والتأثير فيهم))

## التصميم Design

جاء تعريفه بأنه ((جهد منظم لخطة هادفة، ووظائف محددة، يستهدف تجميع العناصر التي تخدم الهدف النهائي من وحدة كلية متكاملة))<sup>١</sup>

وعرّفه الشال بأنه "عملية تنظيم العناصر المرئية للهيئة الفنية ويرتبط بعلاقات مع وسائل التنظيم بحيث تتلائم كلها لتحقيق جوانب فنية منجز مبني على التنظيم وبناء العلاقات البصرية معتمداً على الشكل وصفاته المظهرية"<sup>٢</sup>

الملصق: - لبيول

عرّفه الربيعي بأنه ((تعبير عن فكرة يصبح من خلالها فاعل التأثير ويتم بمقتضاها جذب انتباه المتلقي وإثارة اهتمامه)) وجاء تعريف الملصق بأنه ((وسيلة اتصال بصرية يتم من خلالها نقل الأفكار والمعلومات بين المصمم والمتلقي))<sup>٣</sup> ويجده بدوي بأنه ((وسيلة بصرية تعبر عن فكرة معينة بالصور والرسوم والكلمات: وهي وسيلة فعالة للاتصال بالجمهور والتأثير فيهم))<sup>٤</sup>

## العناصر البنائية لتصميم للتلصيم (ليبول - Label):

إن كلمة الفنون تعني (فنون العمارة والتصوير بأنواعه والنحت والموسيقى) هذا ما كان سائداً حتى نهاية القرن التاسع عشر وقد تطور هذا المفهوم حتى أصبحت الفنون بجانب ذلك النشاط الذهني والروحي للإنسان تشمل جميع العناصر الأخرى التي تصاحب حياته الحديثة من ملابس وحلي وأثاث وكتب ومطبوعات وحتى أدوات الأكل والشرب والسيارات

وهنا باستطاعتنا أن نعرف الفن إذا فهمناه بأنه ظاهرة تتضمن فعاليات كل من الفنان والشخص الذي يدركه وقد لا يكون الفن مجرد حصيلة من الأعمال الفنية التي تشكل القاعدة المادية لهذا الاستيعاب لكن من الأمور المقبولة على نطاق واسع تعريف الوظيفة لأكثر أهمية للفن كونه انعكاساً للحياة ((قبالطبع نحن لا نتحدث عن الانعكاس الحرفي ولكن عن الفن على أنه خُلِقَ بكلمات أخرى نحن لا نضعها في أذهاننا<sup>٦</sup> وعلى ضوء ذلك يمكن أن نفهم لماذا تكون تلك الوظيفة ضرورية أيضاً))؟

((في الواقع أن الاستيعاب الحدسي المتكامل لفكرة ما يستلزم "كما تم توكيده في الغالب تعبئة تركيبة للترابطات من ناحية التجربة الحياتية والقدرات الفكرية للشخص المدرك))<sup>٧</sup>

وبذلك فإن الاستيعاب الفكرة لا يكون مقنعاً إلا إذا خاطب الفن الفكرة في الملصق وأفاد منها وبذا يستطيع المرء أن يفهم ضرورة الوظيفة الاتصالية. وهنا يتركز اهتمامنا في الفنون المرئية التشكيلية، والشروط المعينة التي تتضمنها، وهكذا سنستعرض بعض الفنون المختلفة التي لها علاقة بموضوع البحث الحالي مثل التصوير والتي من ضمنها الملصق. ويوظف في تصميم الملصق عدة أنواع من التوازنات فهناك: -

أ- التوازن المتماثل.

ب - التوازن غير المتماثل.

ت - التوازن الشعاعي.

ث - التوازن الوهمي.

ج - التوازن المحوري<sup>٨</sup>.

وكلاً من التوازن الوهمي والمحوري غير مرئيين أي أنهما تفسيريان، ففي النوع الأول من التوازن وهو المتماثل تظهر الجاذبيات المتعارضة على جانبي المحور وهو أبسط التوازنات وأكثرها وضوحاً ويقوم هذا النوع على قاعدة التشابه في التجميع حيث تتوزع العناصر المرئية على جانبي المحور بأسلوب متماثل.

أما التوازن غير المتماثل ففيه يتم توزيع الجاذبيات المتعارضة على جانبي المحور وفيه تعوض العناصر المرئية بعضاً ببعض عند التوازن فيقابل العنصر بما يعادله في الثقل دون التقيد بما يماثله في النوع وهذا بدوره يؤدي إلى الملل.

وفي التوازن الشعاعي يتم توزيع العناصر المرئية على شكل دائري والعنصر الذي يقع عند نقطة المركز يرتبط من خلال الشد الفضائي بكل عنصر من العناصر الأخرى المكونة للدائرة.

أما التوازن الوهمي وهو التحكم في الجاذبيات المتعارضة عن طريق الإحساس بالمساواة في أجزاء الحقل المرئي وقد يكون أهم أنواع الاتزان لأنه أكثر صعوبة وحيوية في التصميم وخصوصاً للملصق وبرأي الباحثة على اعتبار إنه غير مرئي أي تفسيري فيكون صعباً لدى المتلقي ومختلفاً من واحد إلى آخر.

((واحد من الأسس المهمة التي يعتمد عليها في تصميم العمل الفني ويعرف في التصميم بأنه الفواصل الزمنية التي تحتاجها العين للانتقال من شكل إلى آخر))<sup>٩</sup>

وهذا التكرار دوري ومنظم ينشأ من وحدات قد تكون متماثلة تماماً أو مختلفة - متقاربة أو متباعدة، ويقع بين كل واحدة وأخرى مسافات تعرف باسم الفترات

وهكذا نجد للإيقاع عنصرين يتبادلان أحدهما مع الآخر على دفعات وهما: -

الوحدات: وهي العنصر الايجابي.

الفترات: وهي العنصر السلبي<sup>١٠</sup>.

ومن دونهما لا تتخيل إيقاعاً سواء أكان في الفنون البصرية (مثل الرسم ام التصوير ام التصميم) أم فراغية مثل (العمارة والنحت والخزف) ام في الفنون الزمنية مثل الموسيقى والرقص والباليه فعلى سبيل المثال:

الوحدات أو العنصر الايجابي هو الصوت

الفترات أو العنصر السلبي هو السكون

((والإيقاع يعد أحد نواتج التكرار فإنه وسيلة مهمة في العمليات التصميمية ثنائية الأبعاد - الملصق مثلاً - ويضفي جمالية

وذوقاً على تناسق العلاقات التصميمية ويبدو حركة ذهنية واضحة في المجال المرئي تكرر بانتظام)) ١١

بل أن الإيقاع هو مظهر من مظاهر التكرار ويعد ناتجاً الحتمي ويتنوع الإيقاع بتنوع التكرار الذي يعني من الناحية الواقعية وجود وحدات متعددة ومتكررة.

الخط:

عَدَّ يونغ الخط ((عنصراً مفاهيمياً غير مرئي وغير موجود فعلياً ولكن نستشعر بوجوده من خلال تحديده لشيء ما وبذلك

فهو نقطة تتحرك بمسار يصبح خطأ ما والخط له طول لكن ليس له عرض، له موقع واتجاه وهو يشكل لحدود للمستوى)) ١٢

الشكل shape: - هو نقطة الارتباط بين بصر المتلقي والعملية التصميمية وهو عنصر فاعل يسهم في تكوين المساحات

والسطوح والألوان وبإمكان الأشكال أن تتلاقى أحداها بالأخرى بالتلامس أو الاختراق أو التقاطع أو التنافر

التركيب السطحي texicher: -

الحجم Size: -

القيمة Value: -

الاتجاه Direction: -

اللون Color: -

ج - الشدة: ويقصد بها كمية اللون وقوته في الصبغة (التشبع) فكلما كان اللون مشبعاً اقترب من صفته التامة وكلما قل

تشبعه ابتعد من تلك الصفة.

سايكولوجيا اللون..

ثانياً: - أسس التصميم..

١ - التباين Contrast.

٢ - التناسب Proportion..

٣ - التوازن Balance..

٤ - التكرار (الإيقاع) Repetition..

الموسيقى

ويمكن للباحثة القول بأنه يمكن استخدام التكرار لتأسيس علاقة تصميمية أكثر تماسكاً ولها صلة بالفكرة المصممة وبكل

جوانبها. بدأت عملية الاتصال منذ وجود الإنسان على هذه الطبيعة وذلك باستخدامه الإشارات والحركات ودقات الطبول

والرقص كلغة مشتركة للتفاهم بين الناس ((وكانت الشائعات أول وسيلة الاتصال وكانت تلبي حاجات متعددة لدى الإنسان

وكان يستعين منذ العصور القديمة للتعبير عن نفسه بوسائل متعددة)) ١٣

مشكلة البحث..

تتركز أشكالية البحث في كيفية الصياغة التشكيلية وارتباطها بهوية المنتج وبيئة المستهلك.

**أهداف البحث:**

يهدف البحث الحالي الى :-

١- محاولة تطبيق نظريات الجشططت في التصميم الجرافيكي على منتجات الجامعة وتثبيت الهوية ابصرية لجامعة أسيوط وكذلك الارتقاء بطابع المنتج علي المتلقي

٢-الكشف عن جماليات العلاقة الرابطة بين عناصر وأسس فن التغليف وتأثر المستهلك بالأخراج الفني لها

**سؤال البحث:**

ما هي مدي الاستفادة من مقومات لغة الشكل على التسويق وجعل لكل منتج طابعا جماليا يشكل إضافة علي المنتج للمستهلك؟

**أهمية البحث:**

ارتباط اللغة التشكيلية ومهارات التقييم و جماليات العلاقات اللونية لطبيعة المنتج و اثره في التعريف بالمنتج و رواجه حيث ترتبط هناك في الشكل بواقع العينات اليومية مما يعد تمهيدا لتعريف المتلقي بأهمية لغة الشكل و الوعي بها. فالتعليق في تجربة تفاعلية يتأثر بها الجمهور تلقائيا.

**فروض البحث:**

يمثل التقييم التصميم الفني في التعليق دور هام في رواج المنتج اوكسادة يرتبط التصميم الفني في التعليق بالواقع الاجتماعي والثقافي في فن ارتباط التصميم لطبيعة كل منتج علي حده

**منهجية البحث..**

تستخدم الباحثة المناهج البحثية الاتيه

تجريبي - وصفي - تحليلي

**حدود البحث..**

الحدود المكانية جمهورية مصر العربية و بعض دول العالم

الحدود الزمنية الوقت الحالي المعاصر

**الإطار العملي للبحث:**

تصميم (١) لبيول عبه زبادي

ابعاد الملصق.....

طريقة الطباعة: الاوفسيت

سنة الاصدار: - ٢٠٢٢

المناسبة: - معرض شخصي



## الوصف العام:

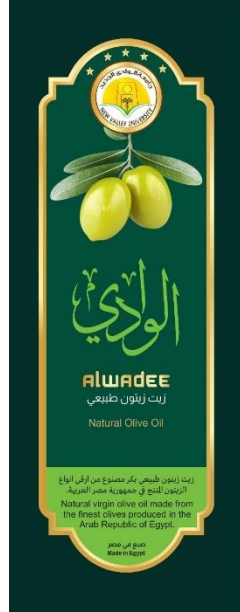
تصميم الليبول عبوه لبيول منتج زبادي مستوحى من وصف المساحات اللونية بالأبيض والأسود من وحي فصيله ابقار الفيرزيا احد انواع الابقار المدره والمنتجة للألبان

## التحليل والمناقشة:-

اعتمد التصميم علي صياغه التشكيليله المبسطه مع التركيز علي ارتباط هيئه التصميم ومفرداته بالمنتج حيث استخدم في اسفل التصميم مجموعه من المساحات التلقائيه باللون الاسود موزعه بشكل افقي اسفل التصميم تلك المساحات ذات الخطوط المنحنيه المرنه ليتداخل معاها اللون الاسود واللون الابيض في خطوط منحنيه ايضا وهذه المعالجه مستوحاه من العلاقات البصريه لجسم ابقار الفيرزيا في طبيعهه والتي تمثل تداخل مساحات متنوعه ما بين الابيض والاسود وتشكل هذه المساحه في التصميم جزء بسيط من المساحه ليتأكد معها تزان التصميم كما استخدم في مساحه ارضيه التصميم ككل اللون الابيض الذي يتوافق وطبيعهه،المكان المناسب حيث يظهر ابعاد التصميم في الحوار الذهني السائد من الابيض والاسود حيث نقله البنائيه تتضح في مسميات كثيره اكثرها لا يتجاوز الدقه والشفافيه واتضح من بعض التفاصيل الدقيقه ان النظرية للبرلمائيه كانت تتجه لاسباب كبيره وموضحه في الشأن المصري.

## مقترحات اخري للتصميم:-





## ملصق لبيول منتج زيت الزيتون تصميم (٢)

ابعاد الملصق: ٦٠×٣٥  
 طريقة الطباعة: الاوفسيت  
 سنة الاصدار: ٢٠٢٢  
 المناسبة: معرض شخصي

## الوصف العام:

ضمت فكرة الملصق الأساسية تكويناً جاء من شكلاً طبيعياً تمثل بثمرة الزيتون وشكلاً أساسياً تمثل باللون الاخضر الزيتوني المصفر.

## التحليل والمناقشة:-

إن وعي الإنسان بفوائد زيت الزيتون لا يتم إلا بالهوية ووضوحها وفعاليتها وإن رموز الثمرة التي رسمت بألوانها الزاهية خير دليل لتضمينها الدلالات التعبيرية المتعددة فثمرة الزيتون تعني فوائد عديدة تعني الوقاية من الامراض في حين أن مضمون فكرة الملصق التي احتوت شكلاً معبراً عن زجاجه زيت الزيتون المستخلص من ثمرة الزيتون الطبيعية التي جاءت في مقدمة الملصق لبيول

ثم أن الأشكال التي احتلت الموقع الفضائي الأعلى للملصق والتي تمثلت بمجموعة من ثمرتين زيتون داخل قطره زيت فهي الأخرى لها رمزيتها التي تؤسس ناتجاً بارتباطها وعلاقتها بالمنتج حيث عدت رمزاً أساسياً له بل أن شكل الثمرة بحد ذاته كان رمزاً واضحاً عن نوع المنتج. وهي من العلاقات التصميمية التي تحقق ناتجاً جالياً هو ذلك الإيهام بالعمق الفضائي (البعد الثالث) الذي أضفى شيئاً من الواقعية وبالتالي إثارة الاهتمام فعمليات التراكب الحاصلة بين الأشكال التي يتم اعتمادها من قبل الفنان (المصمم) والتي أسست ناتجاً بالتفاوت المسافي محققة إيهاماً بذلك العمق أما الألوان التي جاءت متنوعة أضافت شيئاً من التنوع الجمالي ولتسحب البصر نحوها مؤسسة سيادة لونية وشكلية هيمنت على باقي المواقع الفضائية للملصق.

ثم أن الانسجام والتوافق التام بين الأشكال المعتمدة والتي جاءت بشكل مترابط ومتسلسل لتؤسس فكرته الأساسية التي ضمت موضوعاً يحقق بحد ذاته قيمةً جالية ودلالية ورمزية في ذات الوقت.

كذلك فإن التباين اللوني والشكلي بل التضاد اللوني والشكلي قد أسس هو الآخر قيمةً جالية ساهمت إلى حد بعيد في جذب البصر باتجاهها ولتحقق علاقة مترابطة مع أجزاء بنائية الملصق فضلاً عن أن التوازن الذي ظهر واضحاً داخل فضاءه سواء أكان باللون أو بالشكل أو بالاتجاه فقد أسهم هو الآخر في تحقيق الاستقرار لبصر المتلقي وبالتالي تحقيق وحدة جالية



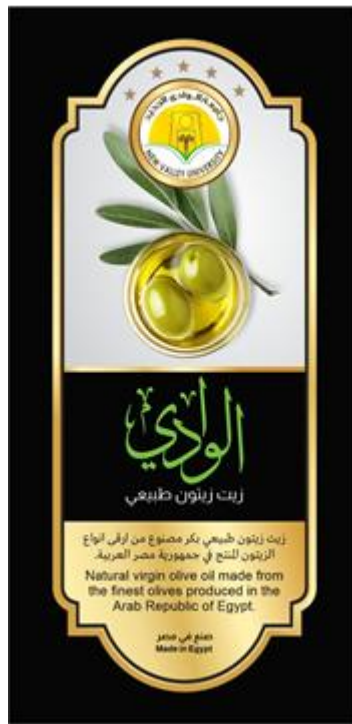
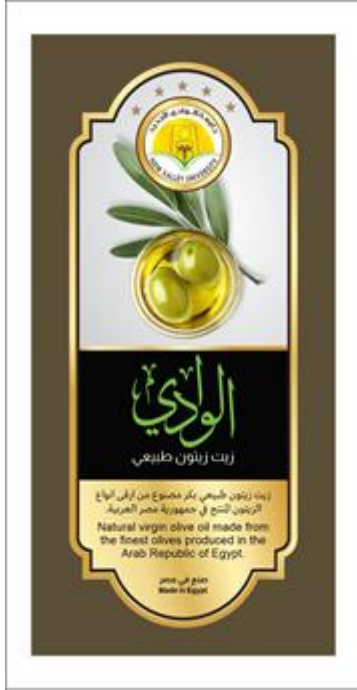
سبتمبر ٢٠٢٤

مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية - المجلد التاسع - العدد السابع والاربعون

مبتغاة كذلك فإن التصاغر الحجمي الذي جاء واضحاً من خلال مجموعة النخيل قد أعطى إبهاماً هو الآخر بالعمق ليضفي جواً من التشويق داخل فضاء الملصق وليؤسس ناتجاً جمالياً.

أما الإيقاع المتمثل بالتكرار المنتظم لشكل الثمرة قد حقق هو الآخر تناغماً مشوقاً لبصر المتلقي ليضفي جواً من البهجة والجمال معززة الاتصال بينها وبين المواقع الفضائية المتعددة. والتكرار المنتظم الذي جاء من خلال الثمرتين قد عزز الاتصال وترابطية كل وحدات البناء لفكرة الملصق (عينة البحث).

مقترحات اخري للتصميم:







تصميم (٣) لبيول كيس سكر

ابعاد الملصق: ---٥\*٨--طريقة الطباعة: الاوفسيت

سنة الطبع: ٢٠٢٢

المناسبة: معرض شخصي

**الوصف العام:**

تكوّن الملصق من شكل أساسي تمثل برمز الشعار احتل موقعاً فضائياً واسعاً وضم مجموعة ألوان وشكل النخلة لتأكيد الهوية البصرية وجاء على فضائية الملصق الذي جاء تشكيلة ليمثل شعار الجامعة. بألوانه وأشكاله ذات الألوان (الابيض للفضاء الواسع والاسود للرموز والكتابات والرموز).

**التحليل والمناقشة:-**

إن أولى الملاحظات التي تثير الانتباه نحوه والتي تمثلت بالشكل الأساس (الشعار) لتحمل رمزاً يعبر عن الجامعة ومن الملاحظات الأخرى التي تثير الانتباه هو العلاقة المترابطة الوشيعة بين الشكلين الذين تكونت منهما فكرة الليبول التي تحمل بين ثناياها فكرة أساسية عن المنتج. ومن الوسائل التصميمية التي تؤسس ناتجاً جمالياً داخل فضاء الملصق فقد تمثلت بالشفافية التي جاءت في خلفيته والمتمثلة بالشعار وبالخطوط التي أحاطت النخل فقد أضافت لهما جواً من التشويق وارتياح البصر. وإن أشياء الحياة وظواهرها، تدرك في شعور المرء في سياق شامل يضم أطراف الوجود كله من حيث المبدأ أو الغاية فالنظام اللوني الذي اعتمد التباين والتضاد للألوان المتجاورة داخل فضاء الملصق قد أسست ناتجاً جمالياً ساهمت في تعزيز الاتصال نحوها نظام السيادة لشكل الشعار الذي أعطى قيمةً تصميمية حققت أهدافها الوظيفية والجمالية على حد سواء. ومن وسائل التنظيم الأخرى التي حققت الجمال هي تلك الاتجاهية والحركة التي جاءت واضحة من خلال الخطوط التي أحاطت بشكل الشعار لتضفي إبهاماً بحركتها المتنوعة.. ثم اتجاهية الشعار التي جاءت بصورة قوسية باتجاه لليبول. ثم أن عنصر القيمة الضوئية التي تباينت بتدرجاتها اللونية والضوئية قد حققت هي الأخرى قيمةً جمالية ساعدت في إدراكها أسلوب التكرار لفروع سودا اللون التي أسست هي الأخرى إيقاعاً منتظماً أسهم في تحقيق التناغم الذي يضيف هو الآخر الجمال في الفن على وجه العموم. ومن مثيرات الاهتمام في الليبول هو الترابط بين أجزائه لتحقيق وحدة تصميمية مترابطة تحقق التماسك والتآلف ومن ثم الجمال الذي يكون السبب في نجاح العمل التصميمي المتمثل بالعبوه.

**مقترحات أخرى للتصميم**



تصميم (٤) لبيول منتج علبة قشطة

ابعاد الملصق: ٣٠x٥٠

طريقة الطباعة: الاوفسيت

سنة الاصدار: ٢٠٢٢----

المناسبة: معرض شخصي

**الوصف العام:**

تكوّن الملصق من ثلاث أشكال رمزية هي شكل الشعار والخلفية والجمل التعبيرية باللغة الاجنبية واللغة العربية وضمت جميعها اللون النيلي (الأزرق) والابيض إلى جانبها رمزاً للشعار تمثل برمز الشمس ذات اللون الذهبي وجاء فضاء الملصق ليحمل هو الآخر قيمة بيضاء من الاسفل وزرقاء من اعلى.

**التحليل والمناقشة: -**

اعتمد الفنان (المصمم) في تكوين فكرة البيول على الرمزية التي تتضمن معانٍ عديدة للأشكال الثلاث المعتمدة وقد جاء ترتيبها طولياً حيث احتل الجزء الأعلى منها شكلاً يمثل رمزاً لون أزرق تعبر عن السماء وعليها جمل باللغة العربية باللون الابيض و أيضاً جاء اللون الابيض الذي يعبر عن القشطة والتي احتلت الموقع الأسفل للأشكال الثلاث في حين جاء شكل (الشعار) ذات رمز الشمس الذهبية وجملة اعلانية تعبر عن جامعة اسيوط ليضع مكانها في وسط الشكلين. هذه الرمزية لا شك ستؤول حسب ثقافة المتلقي ويمكن الاتفاق لمعناها فالشكل الأول المتمثل بالفضاء الأزرق فإنه يمثل الخير والنقاء أما الشكل الثاني المتمثل باللون الابيض فقد أعطى معنى رمزا للخير والقشطة كاملة الدسم. في حين أن الشكل الثالث المتمثل بالشعار فيمكن أن يدركه المتلقي بأكثر من تفسير لأنه يضم أكثر من معنى وفي كل الأحوال فهو يعد رمزاً للجامعة وتراث محافظه اسيوط، والذي نجد فيه سيادتنا بل ونستلهم من الشكل ماضيها وحاضرنا ومستقبلنا وبكل ألوانها واتجاهاتها، وجاءت الجمل التعبيرية على شكل نصوص شكلت جماليات الملصق بشكل متفرد لتطفي جمالا بطريقة الخط المرسوم.

إن من وسائل التنظيم التي حققت ناتجاً جمالياً فقد تمثلت أولاً بتوافق أشكال الفكرة الأساسية للبيول والمتضمنة الأشكال الثلاثة الرمزية التي احتلت الجانب الاعلى من فضاءه والشكل الواقعي الذي مثل جزءاً من احساس القشطة حيث جاءت مترابطة ويكمل بعضها البعض.. وأن أول الأسس التصميمية التي حققت قيماً جمالية تمثلت بالتجسيم الذي بدأ واضحاً لجميع الأشكال التي اعتمدها الفنان لتضفي شيئاً من الواقعية ولتوهم البصر بالبعد الثالث والذي عزز الاعتقاد به تلك الظلال التي رافقت حدودية الأشكال ذاتها ومن وسائل التنظيم الأخرى التي حققت الجمال فقد تمثلت بالتضاد اللوني الحاصل ما بين الأشكال ذاتها وفضاء البيول والتي عززت الاتصال وتحقيق الجمال ومن عناصر البناء الأخرى التي حققت ناتجاً جمالياً هو الاتجاهية العمودية المدركة (غير المرئية) التي تمثلت بالأشكال الثلاثة والتي يمكن أن يستلهمها المتلقي من الأسفل إلى الأعلى لتضيف نوعاً من حركتها نحو خارج حدود البيول المقرر ولتضفي شيئاً من الجمال يسهم هو الآخر في تعزيز الاتصال نحوها فضلاً

سبتمبر ٢٠٢٤

مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية - المجلد التاسع - العدد السابع والأربعون

عن علاقة التقارب والتتابع الحاصلة بين الأشكال ذاتها. فظهرت وكان لأشكال الثلاثة وكأنها تتابع أحداها للأخرى مشكلة وسيلة للتقارب تثير انتباه المتلقي وتؤسس ناتجاً تصميمياً يؤدي إلى وحدة الملمصق وبالتالي نجاحه

### مقترحات أخرى للتصميم



تصميم (٥) لبيول منتج عسل من مناحل الجنوبية

ابعاد الملمصق: ٤٠ x ٣٠

طريقة الطباعة: الاوفسيت

سنة الاصدار: ٢٠٢٢

المناسبة: معرض شخصي

الوصف العام:

تكوّن الملمصق من شكل سائد تمثل بشكل النحلة واشكالا متكرره على الجانبين خلايا النحل "شمع عسل" من على الجانبين وضم كل منها ألوان طبيعية تمثلت باللونين (الاسود والذهبي) نسبة الهوية البصرية. فضلاً عن عنوانه الذي ضم عبارة مناحل جنوبية.

**التحليل والمناقشة:-**

إن أولى الملاحظات المرئية التي تؤسس ناتجاً غير مرئياً فقد جاءت من خلال عنوان الليبول المتمثلة بعبارته (مناحل جنوبية) فقد شملت الثبات والحركة في ذات الوقت فالثبات تمثل بشكل النحلة الواقف في حين أن الاستمرارية والحركة قد تضمنت بالأشكال المتكررة لرمز الخلية وضمت اتجاهات متضاداً أيضاً فشكل الخلايا يحمل اتجاهات نحو بصر المتلقي في حين أن الاتجاهية التي يدركها المتلقي لأشكال الخلايا قد جاءت بالاتجاه المعاكس أي نحو العمق وهذا الاتجاه بحد ذاته يشكل ناتجاً جمالياً من خلال فكرة الليبول الأساسية أولاً ومن خلال النظام الذي اعتمده الفنان (المصمم) على نظرية الجيشتالت قانون التقارب ويعتمد القانون على تقارب مجموعه من العناصر لخلط تقارب بينهما وتكون العناصر الأساسية المكونة للشكل في التصميم متشابهة فيما بينهم فمن الممكن ان ينظر اليها كشكل واحد بالرغم من كونها مجموعة عناصر.

بيكون هناك تقارب بينهم في حين ان المجموعه التي على اليمين متلاصقه لدرجه انها تبدو انها عنصر واحد كما موضح في شكل الليبول للأشكال المتكررة على شكل تدرج حجمي ليوحى بالعمق الفضائي وبالإيقاع المنتظم في ذات الوقت، وهي وسائل تنظيم تحقق الجمال في العمل التصميمي والذي من ضمنه فن الملصق

ومن وسائل التصميم التي تحقق ناتجاً جمالياً هو الأسلوب الذي اعتمده المصمم في تأسيس ناتج طبيعي والذي تمثل بخط الأفق الذي جاء حاجزاً بين ما يمثل الخلايا وما تمثل الفضاء السلبى وكلاهما حمل لوناً طبيعياً لهما وكذلك أسلوب السيادة (الهيمنة) الذي يمثل بشكل النحلة وقد سحب البصر نحوه ليتتابع البصر بالانتقال نحو المواقع الفضائية وحسب أهمية كل منها لتحقيق هي الأخرى قيماً وظيفية وتعبيرية وجمالية في ذات الوقت وكذلك التباين اللوني والشكلي بل التضاد الذي أسهم في تحقيق الاتصال وتعزيزه خاصة بعد أن احتوت الأشكال ألواناً طبيعية أضافت الواقعية نحوها لتريح البصر. أما فكرة لليبول التي تمثلت بعنوانه الذي حمل (مناحل جنوبية) وتعبير عن الهوية البصرية تعبيرات متعددة يمكن أن يدركها المتلقي من خلال تفسيراتها وتأويلاتها لهذه المنتج.

ولا شك أن لموضوعه الزمن والحركة قد تمثلتا في فضاء الملصق بصورة جلية بالرغم من عدم رؤيتهما لكن يمكن للمتلقي إدراكهما واستلامهما وتحديدهما ليؤكدنا ثنائية المرئي واللامرئي في العمل التصميمي.

ومن وسائل التنظيم الأخرى التي تحقق ناتجاً جمالياً فقد تمثلت بالتوازن الذي ظهر وهمياً باللون والشكل والاتجاه والحجم، وقد أضف الاستقرار للمتلقي وراحته فضلاً عن التناسب الذي ظهر هو الآخر واضحاً بالحجوم التي اعتمدها المصمم، وقد أسهمت مع كل تلك الوسائل التنظيمية الأخرى إلى تأسيس ناتج علاقتي مترابط ومتماسك بين أجزاء الفكرة الأساسية لمضمونه ولتحقق الجمال داخل فضاء الملصق (عينة الدراسة)

**مقترح اخر للتصميم:**



تصميم (٦) عيوه لمنتج تمر حمزة امامي

أبعاد الملصق: ٤٠x٣٠

طريقة الطباعة: الاوفسيت

اسم المصمم:

سنة الإصدار: ٢٠٢٢

**الوصف العام:**

ملصق اعتمد مكوناته الأساسية من تكتيف شكلي و لوني تمثل بالأشكال المعتمدة والتي تمثلت بـ (التمر، جريد النخل، شعار المنتج) فضلاً عن الصوصالاه التي تحمل التمر الذي احتل الموقع الأسفل من فضاء الملصق، وضمت كل منها ألوان ذات طابع رمزي طبيعي.

**التحليل والمناقشة:-**

إن من الملاحظات التي توشّر ناتجاً غير مرئياً للأشكال المعتمدة فقد تمثلت برمزيتها هذه الرمزية التي تحمل تفسيرات وتأويلات؟ لا شك تحمل في ثناياها معاني متعددة. فهو يمثل رمز هوية بصرية، أما الشكل الثالث الذي يكمل فكرة الملصق (عينة الدراسة) والمتمثل صوصلة التمر وهي الأخرى تحمل دلالات رمزية وفكرية فقد جاءت في الملصق على أنها تمثل إحدى أهم القوائم التي تعبر عن هوية بصرية.

وإن من وسائل التنظيم التي تحقق الجمال في الملصق فقد تمثلت أولاً بحالات التراكب المتعددة (الكلية والجزئية) الحاصلة بين الأشكال التي اعتمدها المصمم والتي جعلت منها إبهاماً بالبعد الثالث من خلال تقدم بعضها نحو بصر المتلقي وارتداد البعض الآخر وابتعاده عن بصر المتلقي لتشكل ناتجاً جمالياً مضافاً إلى توافق وانسجام وترابط الأشكال فيما بينها وقد أسهمت الألوان التي ضمتها تلك الأشكال من خلال شفافيتها وتباينها وتضادها إلى إضفاء نوع من التنوع الذي يسهم هو الآخر في تحقيق الجمال داخل فضاءه. ومن عناصر البناء التي حققت انتباهاً وجذباً بصرياً هي تلك الخطوط المستقيمة ذي القيمة الحمراء التي تشكلت منها خلفية معبرة، وتوزعت على موقعين فضائيين مهمين ليؤسس في ذات الوقت ناتجاً اتجاهياً ضم محاوره الثلاث (الأفقي، والعمودي، والمائل بينهما)

أما الانسجام والتوازن وهما من وسائل التنظيم التي تحقق ناتجاً جمالياً فقد تمثلت بالتوافق اللوني والشكلي بين وحدات بناء الملصق المتعددة فضلاً عن التوازن الوهمي الذي اعتمده الفنان ليعزز من خلالهما ناتجاً ترابطياً مع أجزاءه كافة لتؤسس وحدة تصميمية متماسكة ولتحقق ناتجاً جمالياً ووظيفياً وتعبيرياً على حد سواء.

مقترح اخر للتصميم:



عينة (٧) عبوه لمنتج تمر حمزة امامي

أبعاد الملصق: ٢٥x٣٠

طريقة الطباعة: الاوفسيت

سنة الإصدار: ٢٠٢٢

المناسبة: معرض شخصي

الوصف العام:

اعتمد الملصق في تكوينه الشكلي على شكلاً واحداً سائداً تمثل بشكل يمثل صوصله تمر. فضلاً على فضاء الملصق الذي احتوى شكلاً مكبراً للتمر

وجاء الملصق ليحمل ألواناً انحصرت ما بين (الأسود والذهبي).

التحليل والمناقشة: -

جاءت الهوية البصرية لرمز وعلم من اعلام الصعيد وهو رمز ثمره البلح او التمر لتؤكد على اهمية التمر وفوائدها. والتمر له رمزيه متعددة فهو ثمرة اشجار نخيل التمر وتتميز بقيمتها الغذائية العالية. إن أولى وسائل التنظيم التي حققت سحباً بصرياً هو وسيلة السيادة (الهيمنة) التي تمثلت بشكل التمر التي جاءت لتحمل فكرة الملصق الأساسية وأن التجسيم الواضح في شكلها قد أضاف شيئاً من الواقعية لتوهم بالعمق (البعد الثالث) الذي يعد من وسائل التنظيم التي تحقق قيمةً جماليةً كذلك فإن التفاوت المسافي الذي ظهر واضحاً ما بين الشكل السائد وخلفية الملصق قد



جعلت من المتلقي مستلماً إيهاماً بالعمق ثم أن التباين الحاصل في الألوان التي اعتمدها المصمم قد أسست هي الأخرى ناتجاً بإثارة الانتباه نحوها لتؤسس جانباً جمالياً.

ومن وسائل التصميم الأخرى التي حققت قيمةً جماليةً فقد جاءت من خلال التوازن الوهمي للأشكال والألوان المعتمدة في الملصق لتعزز الاتصال نحوها.

ومن الحالات التي تحقق جذباً بصرياً داخل فضاء الملصق فقد تحققت من خلال الصلصال التي تحمل التمور.

ثم أن التوافق الحاصل ما بين الشكل السائد وما يقابله من شكل مكبراً أمامها لتوحي بفكرة الملصق التي يمكن أن يفسرها

المتلقي من خلال رمزية الأشكال والألوان التي اعتمدها الفنان (مصمم الملصق) موحية بذات الوقت تقدم بعض الألوان نحو

بصر المتلقي وتأخر الألوان الأخرى لتخلق جواً من التداخل والتنوع ما بين وحدات بناءه لتشكل وحدة تصميمية مترابطة

تسهم هي الأخرى بتحقيق الجمال داخل فضاءه.

#### مقترح اخر للتصميم:





تصميم (٨) لبيول لمنتج قهوة نوى البلح الجنوبية

ابعاد الملصق: ٥٠x٣٠

طريقة الطباعة: الاوفسيت

اسم المصمم: -----

سنة الاصدار: ٢٠٢٢

المناسبة: معرض شخصي

الوصف العام:

تكوّن الملصق من شكلين أساسيين:

الشكل الأول (السائد) يمثل شكلاً لفنجان القهوة على خلفية الملصق الذي

ضم الشكل الأساسي الثاني المتمثل بنواة البلح بألوانه المعروفة وقد احتل النصف الاسفل من خلفية الملصق في حين ضم النصف الأعلى اللون البني وعليه عبارة باللغة العربية تمثل فكره الملصق.

**التحليل والمناقشة: -**

إن أولى الملاحظات غير المرئية والمرئية والتي يمكن أن يستشفها المتلقي تمثلت بفكرة الملصق الذي حمل مضموناً واضحاً وقد تمثل بموضوعة القهوة بالنوى والتي حملت أوجهاً ايجابية ومثلت في الوقت نفسه اختباراً حقيقياً لمحبي القهوة بالنوى. ويمكن أن يستلم المتلقي توافقاً مترابطاً ومتسلسلاً ما بين الأشكال التي اعتمدها الفنان (المصمم) لبناء فكرته الأساسية التي تجلت بموضوعة.

ومن عناصر البناء التي ظهرت للعيان بصورة مرئية فقد تمثلت بعنصر الشكل الذي يعد الأكثر أهمية في بناء العملية التصميمية والتي من ضمنها الملصق وتمثل هذا الشكل المرئي بشكل الفنجان، والنتاج اللامرئي لتفسيره يكمن بالنوى التي مثلت الجانب الأكثر أهمية في مضمون فكرة الملصق الأساسية ولا يخفى على أحد ما ان القهوة بنكهة البلح لها مذاق خاص. ومن عناصر البناء المرئية الأخرى يأتي اللون في مقدمتها حيث ظهرت للعيان الألوان الرمزية للقهوة ونوى البلح وهي (البيج، الأبيض، البني الغامق، الأسود) ويمكن أن تؤسس هذه الألوان تعبيرات لا مرئية حيث تسهم رمزيتها في بعض التفسيرات والتأويلات التي تحمل جوانب فكرية وروحية ارتبطت بمعتقداتنا وحضارتنا وماضينا حتى أصبحت رمزاً وهوية بصرية ولكل من هذه الألوان رموز تعبيرية تمثل المشاعر.

ومن عناصر البناء المرئية الأخرى الاتجاهية فقد ظهرت من خلال اتجاهية الفنجان وما يحتويه من قهوة وهناك وسائل تنظيم يمكن أن يستلم من خلالها المتلقي تأويلاً لامرئياً تمثل بالانسجام أولاً في الفكرة المقررة للملصق إبهاماً بحركة ظهرت من خلال نظام تصميم الفنجان مع النوى التي توهم البصر من خلال تموجات الأجزاء اللونية ذات المساحات المحددة وهناك وسيلة تنظيم حققت الشفافية لخلفية الملصق وفكرته في آن واحد.

وهذه الشفافية باتت مرئية وغير لامرئية على حد سواء، أما وحدته التصميمية فيمكن أن تجدها الباحثة بأنها متماسكة ومترابطة إلى حد يجعل منها تتابعاً بصرياً نحو الفضاء المقرر للملصق (عينة البحث) محققة قيماً جمالية متعددة.

مقترح اخر للتصميم:



تصميم (٩) لليبول لمنتج لبن اسيوط

ابعاد الملصق: ٦٠x٣٠

طريقة الطباعة: الاوفسيت

سنة الاصدار: ٢٠٢٢

المناسبة: معرض شخصي

الوصف العام:

ملصق جاء متكونه الأساسي من جزأين أساسيين تضمن الجزء الأول خلفية سوداء وعليها جملة اعلانية بعنوان لبن اسيوط بلون ابيض لكلمة لبن تعبيرا عن اللون الطبيعي ولون ذهبي لكلمة اسيوط.. فضلاً عن الجزء الأساسي الثاني الذي اعتمد على خلفية توحى باللبن بلون ابيض صريح وعليها جملة اعلانية لبن اسيوط باللغة الاجنبية وكانت فكرته تحمل تعبيراً مباشراً وواضحاً.

**التحليل والمناقشة:-**

إن أولى الملاحظات المرئية داخل فضاء الملصق تمثلت بشكل (الفضاء الايجابي المستوحى من الاحساس باللبن ) حيث اعتمدها الفنان (المصمم) لتعود عليه قناعاته وبصورة واسعة بضرورة نشر الاحساس بنوع المنتج.وقد اختار الفنان المصمم مجموعة من الرموز يؤكد على وحدته من خلال هذا التباين في اللون والشكل مؤكداً على ضرورة وأهمية المنتج المعين عنه... وتعتقد الباحثة أن المصممة قد نجحت إلى حد بعيد في تحقيق الهدف الأساس لملصقها حيث ظهرت الفكرة الأساسية للمنتج وهو اللبن..وهن يحطن بجوانب من الشكل الأساس السائد الذي ترتبط به فكرة الملصق وهو اللبن الغني بالفيتامينات الأساسية وهذه الإحاطة لأجل التأكيد عليه وإظهاره بالمظهر اللائق ويمكن أن تستشف الباحثة من هذه العلاقة الرابطة من الأشكال التي تكون منها الملصق للتركيز على تأويل مفاده أن الواقع قد أثبت بأن اللبن هو الهدف المنشود لفكرة الملصق الأساسية.

من عناصر البناء التي أسست تأويلاً للامرئي الألوان التي جاءت منظورة كما هي (الابيض، الاسود، الذهبي) ولكن مما لا يخفى علينا أن لتلك الألوان رموزاً ودلالات تعبيرية متعددة تسهم في خلق شعور اعتمدت الألوان ذاتها في سائل التنظيم المرئية هو الاحساس باللون (المنتظم وغير المنتظم) ولرمز الشعار الاساسي لجامعة اسيوط يمكن أن يدركه المتلقي محدثاً ناتجاً جاذباً للمواقع الفضائية التي احتلتها. وهناك توازن وهمي غير مرئي في الشكل واللون محققاً من خلاله المصمم ناتجاً جمالياً يسهم إلى حد بعيد في إثارة الانتباه نحو مواقعها ومن الأشكال المرئية داخل فضاء الملصق هي الالوان التي تمثلت بالشعار والخلفية والجمل الاعلانية لكل منها يمكن أن تفسر بأن المصممة أرادت من خلال تباينها أن يؤسس ناتجاً يوحي بالفكرة الأساسية والاعلان عنها.ثم يمكن للباحثة أن تستدل أن العلاقة الرابطة بين الشكلين الأساسيين المكونان لفكرة الملصق تكاد تكون متماسكة ومتشابهة إلى حد التبادل في المواقع في الأهمية إلى الحد الذي يمكن القول من خلاله (اللبن من انتاج جامعة اسيوط العريقة).. هو عنوان الملصق الذي جاء بالمنتصف ليعزز اتصالاً بين المتلقي والملصق وفكرته الأساسية وقد ساهم بذلك الانسجام غير المرئي والمرئي في الأشكال والألوان التي اعتمدها مصمم الملصق.

**مقترح اخر للتصميم:**



عينة (١٠) ملصق لبيول لعبة زيادي اسيوط

ابعاد الملصق: ٦٠×٣٠

طريقة الطباعة: الاوفسيت

اسم المصمم: -----

سنة الاصدار: ٢٠٢٢

المناسبة: معرض شخصي

#### الوصف العام:

مثل الملصق مضمون فكرته، وقد تأسس تكوينه العام من موقعين فضائيين تبادلاً المواقع في الأهمية، وقد جاء متكونه للموقع الأول برمز رأس البقرة في شكل دائري لتوحي بالاستمرارية واحتفظت بألوانها وأشكالها المعروفة، في حين أن المتكون الآخر

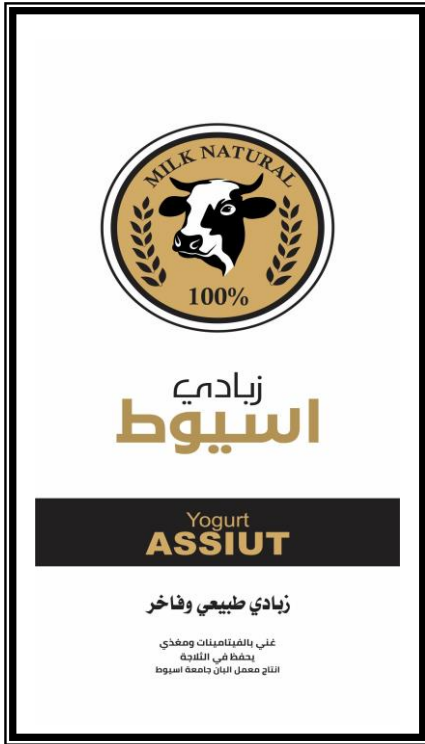
قد جمع بين الألوان الطبيعية وأحتل الجانب الاسفل من الفضاء المقرر للملصق جملة اعلانية زيادي اسيوط باللغة الاجنبية. التحليل والمناقشة: - مضمون فكرة الملصق غير المرئية ومرئية في ذات الوقت إن أول ما يثير انتباه المتلقي من وسائل التنظيم المعتمدة في الملصق والتي تمثلت بالحركة التي يتوهم بها بصر المتلقي وبصورة مستمرة و متموجة مما أثار الاهتمام لتحقيق قيمة جمالية مبتغاة وتؤسس ناتجاً زمنياً محدداً.

ومن وسائل التنظيم التي حققت الجمال داخل فضاء الملصق فقد تمثلت بحالات التلامس بين الأشكال والتي أعطت إحاءً بفكره الملصق لما تتضمنه هذه العبارة من معان ودلالات فكرية وروحية وهي حالات يمكن أن يستقبلها المتلقي من خلال تفسيره وتأويله للأشكال والألوان المعروفة للرموز المستخدمة والتي يتضمن كل منها دلالات رمزية تخلق جمالاً فنياً عززه الانسجام والتوافق بينهما ولتضفي شيئاً من الواقعية التي هي الأخرى تريح بصر المتلقي مؤسسة جذاباً بصرياً يحقق هو الآخر ناتجاً جمالياً عززه موقعه الفضائي الذي أحتل المحيطية السفلى لفضائه لتحقيق ناتجاً بالثبات ومن ثم التقدم بالاتجاهية التي تحقق التطور.

أما الموقع الفضائي الذي مثل مكونه الأساس الاول والذي تمثل بشكل راس البقرة فقد أحتل الجانب الأعلى من فضائه المقرر وليحقق المصمم من خلالهما التقارب والترابط ما بين جزئي فكرة الملصق.... والجانب المرئي له فقد تمثل بشكل هندسي (دائري) وخطوط موجه تعبر عن الاحساس باللبن.

وإن من وسائل التنظيم التي حققت نسباً جمالية في الموقع الفضائي هذا فقد تمثل بإيهام البعد الثالث (التجسيم) ليضفي المصمم من خلاله شيئاً من الواقعية التي تثير ارتياحاً لبصر المتلقي وقد عزز ذلك الاتصال بالشكل الذي مثل راس البقرة وقد رسمت على أحد سطوح الشكل الهندسي (الدائري). فضلاً عن أن شكل (راس البقرة) التي حملت إichاءات تؤكد أهميتها في توصيل الفكرة ولتعكس هذا الرمز تمثلاً نوعياً لوضوح الفكرة.

ومن وسائل التنظيم التي حققت ناتجاً جمالياً تمثل بالترابط والتماسك بين وحدات الملصق البنائية التي حققت انسجاماً وتوافقاً مؤسسة في الوقت ذاته وحدة تصميمية فاعلة..



تصميم (١١) لبيبول استيكر تمر حمزة

ابعاد الملصق: ١٠x٥

طريقة الطباعة: الاوفسيت

سنة الاصدار: ٢٠٢٢

المناسبة: معرض شخصي

الوصف العام:

تكون الملصق بوجه عام من شكل سائد تمثل يرمز البلح ليضم داخله

أشكالاً متكررة.

التحليل والمناقشة: -

تمثل فكرة الملصق مضموناً يؤكد المشاركة على نشر فكره التمور وأهميتها. وأن الجانب المرئي منه تمثل بشكل التمرة إلى

جانب أشكال التمور الأخرى أما الجانب اللامرئي فقد تمثل بتفسيرية الجانب المرئي ذاته وتأويليته. فالفكرة تكمن في نشر

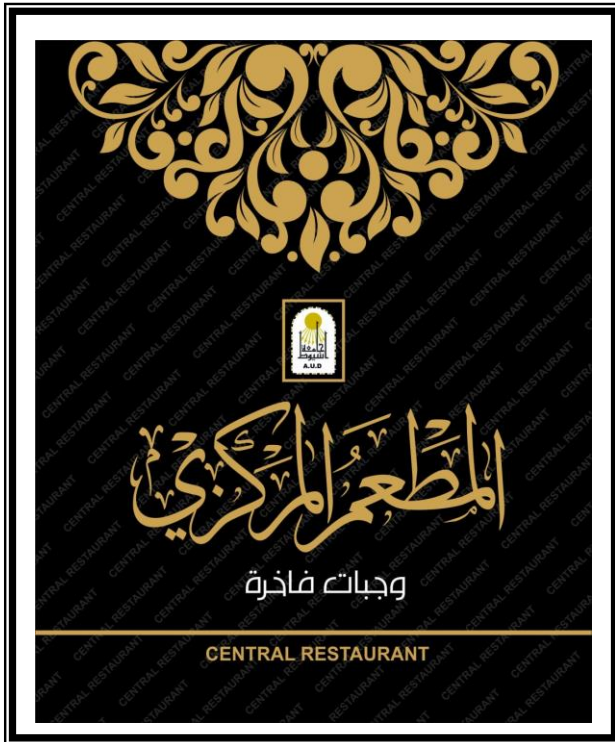
فكره التمور بأنواعها وجودتها. ويعد الرموز من أساسيات التكوين الذاتي فهو الرابط المجسد للأشياء.

يعد التكرار (المرئي) لشكل التمور هي أولى الوسائل التنظيمية التي تحقق جانباً جمالياً من خلال إضفاء الإيقاع الذي يؤسس ناتجاً متنوعاً يعزز الاتصال داخل فضاء الملصق وإن (اللامرئي) قد يكمن في أن التمور رمز النخيل الصعيدي. ومن العلاقات التصميمية التي تثير انتباهاً لبصر المتلقي فقد تمثلت بالتدرج الحجمي الحاصل بين الأشكال. وقد أعطى إيهاماً بالبعد الثالث من خلال تقدم الشكل الذي في الوسط وابتعاد الآخرين مما يشكل فارقاً مسافياً بينهما وبصر المتلقي مضيفة جوانب جمالية ثم أن أسلوب القطع المتمثل بالتمور قد أعطى هو الآخر جوانب جمالية ساهم في تعزيزها الانسجام بينهما والسيادة لشكل التمرة التي أعطت هيمنة لها فسحبت البصر نحوها ومن ثم تتابعها إلى المواقع الفضائية الأخرى وحسب أهمية كل منها

وحالة التناسب التي تعد من وسائل التنظيم التي تعزز الجوانب الجمالية فقد تمثلت بالأشكال المتكررة موحية بأن هنالك نسبة في أحجامها تثير ارتياح البصر وتحقق الجمال داخل فضاء الملصق (عينة الدراسة) ومن ثم فعناصر الشكل واللون والقيمة الضوئية والحجم (المرئية) كلها تسهم في تعزيز الوحدة التصميمية من خلال علاقاتها الرابطة مع وسائل التصميم (اللامرئية) مؤسسة وحدة مترابطة الأجزاء ومحقة الجمال.



مقترح اخر للتصميم



تصميم (١٢) ملصق للمطعم المركزي

ابعاد الملصق: ٣٠×٢٠

طريقة الطباعة: الاوفسيت

سنة الاصدار: ٢٠٢٢

المناسبة: معرض شخصي

الوصف العام:

اعتمد الملصق في تكوينه العام على صورة ضمت تشكيلين أساسيين الأول الشعار والشكل الثاني الجملة باللغة العربية فضلاً عن شكل رمز باللون الذهبي الذي احتل الموقع الأعلى من فضاء الملصق وبألوانه المعروفة (الذهبي والابيض والأسود).

**التحليل والمناقشة:-**

لا شك أن موضوعة المصق الأساسية ضمت فكرته غير المرئية والتي يمكن أن يستلمها المتلقي بكل وضوح وتمثلت بالجانب الامان ودور المطعم المركزي في خدمة تقديم وجبات متكاملة ويقيناً أن مضمون المصق سيثير اهتمام المتلقي لما له من علاقة رابطة معه

إن التباين الواضح في الصيغة الكتابية والشعار قد يحمل في ثناياه استفساراً وتأويلاً للحالة التي يمتلكها كل منهما قد توقف من بصر المتلقي محققة جذباً بصرياً لموقعيهما ومؤسسة في الوقت ذاته قيماً جمالية عززتها الشفافية اللونية التي امتلاكها الشكلان الأساسيان حيث امتلك كل منهما رمزاً يمثل جوانب مهمة لها دورها الفاعل والمؤثر في توصيل فكره المصق.

إن من وسائل التنظيم التي عززت اتصالاً بصرياً واضحاً هو ذلك الإيهام بالبعد الثالث الذي بدأ واضحاً من خلال ارتباط الشعار بالجملة الاعلانية، وهذا الاختلاف المسافي أضاف شيئاً من الواقعية وبالتالي أضاف نسباً أخرى من الجمال.. ليؤكد في الوقت ذاته الجانب المشرق والمضيء لما يقدمه المطعم من خدمات هامة

إن اعتماد الفنان (المصمم) على أشكاله المقررة والتي تمثلت (بالشعار والرموز والجمال الاعلانية).. ولكل منهما دور فاعل في ذلك.

إن من وسائل التنظيم التي اعتمدها المصمم والتي حققت جانباً جمالياً والتي يمكن أن يستلمها المتلقي هي التوافق التام والترابط المتسلسل بين العناصر الثلاث.

ومن العمليات التصميمية التي تحقق الجمال داخل فضاء المصق (عينة البحث) هو أسلوب التكرار المتمثل في الرموز التي تحتل الاعلى في الفضاء الذي أسس إيقاعاً متناعماً وتنوعاً في اللون والشكل والقيمة والاتجاه والحجم في الوقت ذاته. ومن الوسائل التنظيمية الأخرى التي حققت جذباً بصرياً فقد تمثلت بالموقع الفضائي الأكثر أهمية والذي أحتله الجملة الاعلانية الذي تصدر منتصف فضاء المصق ليجذب الاهتمام ويعزز الاتصال فضلاً عن تحقيقه إيهاماً بالحركة والاستمرارية التي حققت هي الأخرى جانباً جمالياً مضافاً.. وقد أسهم في ذلك الرمزية التي يمتلكها الشعار الذي يمثل الجامعة.

ثم أن التوازن الشكلي والحجمي الحاصل داخل فضاء المصق حقق استقراراً بصرياً يضيف ارتياحاً للمتلقي وبالتالي قيماً جمالية أخرى والتي أسهم في تعزيزها ذلك الترابط والتماسك الحاصل بين أجزاء المصق التي كونت وحدة تصميمية فاعلة ساهمت هي الأخرى بتحقيق إثارة الانتباه نحوها مؤسسة نسباً جمالية ساهمت في نجاح المصق وفكرته الأساسية.

**مقترحات اخري للتصميم:**





تصميم (١٣) لبيول قشطة اسيوط

ابعاد الملصق: ١٢x٥

طريقة الطباعة: الاوفسيت

سنة الاصدار: ٢٠٢٢

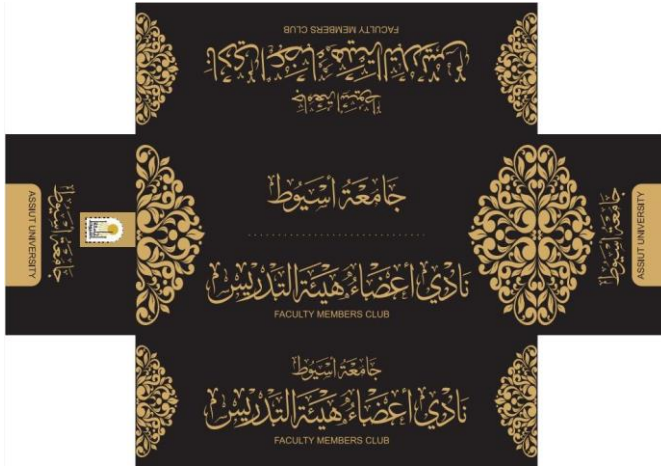
#### الوصف العام:

تكون اللبيول الذي اعتمد نظاماً عرضياً في تصميمه على الشعار في النصف باللون الابيض برمز الشمس الذهبية مع جملة "جامعة اسيوط" ورمز الجامعة باللغة الانجليزية، والخلفية المنقسمة الى نصفين يحتل اللون البيج الفاتح أعلى فضاء اللبيول مع جمل تعبيرية " قشطة اسيوط " باللغة العربية من يمين فضاءه وباللغة الانجليزية من اليسار، اما الجانب الاسفل والذي احتل اللون الاحمر الصريح مع الجمل التعبيرية باللغة العربية "قشطة طبيعي وفاخر" من اليمين وتوضيحات غذائية من اليسار.

#### التحليل والمناقشة:-

لا شك أن الشيء المرئي في فضاء الملصق ( عينة الدراسة) تمثل فكرته التي تضمنت وعبرت عن المنتج وذلك من خلال استخدام عناصر تعبر عن منتج القشطة بل يُعدُّ صورته واضحة عن المنتج وخطوة في المسار الصحيح لإظهار شكل اللبيول إن أولى الجوانب الجمالية التي تحققت داخل فضاء الملصق قد تمثلت بمضمون فكرته التي تمثلت في استخدام الطبيعه مع اللون الاحمر الساخن والفضاء الايجابي الذي تمثل بالشعار (المرئية) التي تقاربت وقد اعتمد المصمم أسلوباً تقنياً بارعاً في جعل الصور والكتابة التي تمثل احدى العناصر الاساسية باللبيول إذ يستطيع المتلقي عن طريق استدعاء هذه المضامين التعبيرية ليستلم ناتجاً بأن اللبن القشطه منتج أصلي من مزارع الجامعة.

ومن أسس التصميم التي ساهمت في تحقيق الترابط بين وحدات البناء الذي تكون منها اللبيول فقد تمثلت بالتوافق والتواتج الحاصل بين الرمز الممثلين باللونين البيج والاحمر والكلمات الابجدية ومما لهذه الرمزية من دلالات ومعاني فكرية وما يحمله الشكلان من علاقة التقارب والترابط التي جاءت واضحة وعززها شكل الشعار الجامعي الذي يجمع بين طرفي المعادلة التي مثلت من نقاء القشطة



نصميم (١٤) عبوه علبه مناديل للمطعم المركزي

ابعاد الملصق: ٣٠×٢٠

طريقة الطباعة: الاوفسيت

سنة الاصدار: ٢٠٢٢

المناسبة: معرض شخصي

**الوصف العام:**

اعتمد الملصق في تكوينه العام على الرموز الاسلامية والخط العربي المميز

**التحليل والمناقشة:-**

لا شك أن موضوع الملصق الأساسية ضمت فكرته غير المرئية والتي يمكن أن يستلمها المتلقي بكل وضوح وتمثلت بالجانب الامان، وراحة العملاء في خدمة تقديم الخدمات المتكاملة وبقينا أن مضمون الملصق سيثير اهتمام المتلقي لما له من علاقة رابطة معه.

إن التباين الواضح في الصيغة الكتابية والشعار قد يحمل في ثناياه استفساراً وتأويلاً للحالة التي يمتلكها كل منهما قد توقف من بصر المتلقي محققة جذباً بصرياً لموقعيهما ومؤسسة في الوقت ذاته قيماً جمالية عززتها الشفافية اللونية التي امتلكها الشكلان الأساسيان حيث امتلك كل منهما رمزاً يمثل جوانب مهمة لها دورها الفاعل والمؤثر في توصيل فكره الملصق.

إن من وسائل التنظيم التي عززت اتصالاً بصرياً واضحاً هو ذلك الإيهام بالبعد الثالث الذي بدأ واضحاً من خلال ارتباط الشعار بالجملة الاعلانية وتعزيز الخط العربي، وهذا الاختلاف المسافي أضاف شيئاً من الواقعية وبالتالي أضاف نسباً أخرى من الجمال.. ليؤكد في الوقت ذاته الجانب المشرق والمضيء لما يقدمه من خدمات هامة

إن اعتماد الفنان (المصمم) على أشكاله المقررة والتي تمثلت (بالشعار والرموز والجمال الاعلانية باللغة الام وهي اللغة العربية).. ولكل منهما دور فاعل في ذلك.

إن من وسائل التنظيم التي اعتمدها المصمم والتي حققت جانباً جمالياً والتي يمكن أن يستلمها المتلقي هي التوافق التام والترابط المتسلسل بين العناصر الثلاث.

ومن العمليات التصميمية التي تحقق الجمال داخل فضاء الملصق (عينة البحث) هو أسلوب التكرار المتمثل في الرموز التي تحتل الاعلى في الفضاء الذي أسس إيقاعاً متناعماً وتنوعاً في اللون والشكل والقيمة والاتجاه والحجم في الوقت ذاته. ومن الوسائل التنظيمية الأخرى التي حققت جذباً بصرياً فقد تمثلت بالموقع الفضائي الأكثر أهمية والذي أحتله الجملة الاعلانية الذي تصدر منتصف فضاء الملصق ليجذب الاهتمام ويعزز الاتصال فضلاً عن تحقيقه إيهاماً بالحركة والاستمرارية التي حققت هي الأخرى جانباً جمالياً مضافاً.. وقد أسهم في ذلك الرمزية التي يمتلكها الشعار الذي يمثل الجامعة.

ثم أن التوازن الشكلي والحجمي الحاصل داخل فضاء الملصق حقق استقراراً بصرياً يضيف ارتياحاً للمتلقي وبالتالي قيماً جمالية أخرى والتي أسهم في تعزيزها ذلك الترابط والتماسك الحاصل بين أجزاء الملصق التي كونت وحدة تصميمية فاعلة ساهمت هي الأخرى بتحقيق إثارة الانتباه نحوها مؤسسة نسباً جمالية ساهمت في نجاح الملصق وفكرته الأساسية.

#### مقترحات اخري للتصميم:



#### دراسه تخيليه مقارنه لنموذج جيد وغير جيد لتوضيح الفكره:

التعريف بالمنتج من خلال بعض الجمل يتم ذلك سواء كان صيغ تشكيليًا من خلال التصميم الجرافيكي المتقن او بمجرد وضع كتابات تعرف المتلقي خصائص المنتج.وإذا نظرنا الي لبيول منتج علبه الزبادي الغير مدروسه تشكيليًا سنجد خطوط والوان تمت بأختيار عشوائي ووزعت بعلاقات لونية لا تحمل من القيم الجمالية ما يتم دراسته في العلاقات اللونية بالنسبه للمتخصص وكذلك توضع الكتابات علي خلفية الخامة دون النظر الي علاقتها باللون الأساسي للعلبه.ولكن هناك فارق جوهري بين منتج صيغٌ دون مرعاه أسس التصميم والجماليات اللويه وبين منتج صيغ تغليفه بصريا بشكل مدروس بما يحقق للمنتج قدره فائقه علي جذب أنتباه العميل وكذلك تصنيف التصميمات بجمال خطوطها وعلاقتها اللونية قادره للمنتج

علي التسويق الذاتي بما تحمل من قيم جماليه وأضافه نوع من الفخامه علي المنتج فما قد صيغ بصريا ورعيت فيه جميع الجوانب الجماليه بالتصميم. للحد الذي يجعل من التصميم علامة لجودة المنتج.

### دراسه تحليليه مقارنه لأحد النماذج..

منتج الباحثه المقترح لهوية لجامعة اسيوط	المنتج المستخدم حاليا بمزارع الانتاج بجامعة اسيوط
	
اوجهه المقارنه للشكل رقم ١	اوجهه المقارنه للشكل لارقم ٢
<p>1- الكتابات التي وضعت علي العبوه المستخدمة في المطابع التجاريه تؤدي غرض ارسال رساله للمتلقي</p> <p>2- تم اختيار الخطوط بشكل يتواءم وطبيعة التصميم ككل وأخضاع الوانه لجماليات توزيع اللون داخل التصميم</p> <p>3- وضعت الألوان والكتابات والرسوم على مساحات تحقق معها جماليات توزيع العناصر مع الخلفية مع مراعاة الهوية البصرية لجامعة اسيوط</p> <p>4- يعد التصميم علي العبوه مانحا للمنتج قيم بصريه وجماليه تساهم في احساس المتلقي بفخامة المنتج وجودته</p> <p>5- يساهم التصميم الجيد في حرص المتلقي علي المداومه علي المنتج فالتصميم الجيد يعد أحد علامات التسويق في المفاهيم الحديثه</p>	<p>1- الكتابات التي وضعت علي العبوه المستخدمة في المطابع التجاريه تؤدي غرض ارسال رساله للمتلقي</p> <p>2- تم اختيار نوع الخطوط والالوان بشكل لا يخضع الي جماليات التصميم من حيث اختيار نوع الخط والمساحات والألوان</p> <p>3- وضعت الكتابات دون النظر للخلفية وهيا لون العبوه وما يترتب عليه بصريا</p> <p>4- لا يترك التصميم الغير مدروس طابعا خاصا للمتلقي بل يؤكد الأختيار العشوائي لنوع الخط والعلاقات اللونيه</p> <p>5- لا يترك أثر في المتلقي على استخدام المنتج</p>

### النتائج..

الاستفادة من طبيعة كل منتج في الصياغات اللونية والعناصر المرسومة في التعبير عن كل منتج علي حده. مراعاة الارتقاء بالجوانب الجمالية للتصميم لاعلاء دوره في عملية التغليف. دراسة الواقع الثقافي والبيئي للمستهلك قبل الشروع في عمل التصميمات ومعالجتها الفنيه. ربط الاخراج الفني لتصميمات السلع المنتجه في جامعه اسيوط بالهويه البصريه للجامعه ككيان مؤسسي مستقل وبيت خبره يساهم بالمشاركات التطبيقيه للعملية التعليميه ودورها في الارتقاء بالبيئه والمجتمع.

**التوصيات..**

- ١- تطبيق كافة التصميمات ببدائل ومقترحتها في تغليف المنتجات. التي جائت بالبحث واختيار الاكثر رواجاً منها.
- ٢- اختيار مقترحات كل تصميم ودراسة اثره علي المستهلك ثم اختيار الاكثرهما و رواجاً وتطبيقه.
- ٣- الاهتمام بالتغليف لدورة في عملية رواج السلع في الابحاث القادمة.
- ٤- الحفاظ علي التصميمات التي اثبتت فعاليتها في رواج كل منتج و الحفاظ عليها كطابع دائم له.
- ٥- ارتباط التصميم الفني لكل مؤسسه انتاجيه او خدميه او تعليميه بهويه بصريه مستقلة لها تتفرد بها في واقع الحياه العمليه.

**المراجع / العربية والاجنبية..**

- ١ - إسماعيل شوقي: الفن والتصميم، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، القاهرة، ١٩٩٩، ص٧.
- 1- 'iismaeil shawqi: alfani waltasmimu, kuliyyat altarbiyat alfaniyati, jamieat hulwan, alqahirati, 1999, s 7.
- ٢- الربيعي، عباس جاسم: الشكل والحركة والعلاقات الناتجة في العمليات التصميمية أطروحة دكتوراه مقدمة إلى جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، ١٩٩٩، ص٨٤.
- 2- alrabiei, eabaas jasimi: alshakl walharakat walealaqatalnaatijat fi aleamaliaat altasmimiati, risalat dukturah muqadimatan 'iilaa jamieat baghdad, kuliyyat alfunun aljamilati, 1999, s 84.
- ٣- الشال، عبد الغني: مصطلحات في الفن والتربية الفنية، عمادة شؤون المكتبات، الرياض، ١٩٨٤، ص٤٦.
- 3- alshaal, eabd alghani: almustalahat fi alfani waltarbiyat alfaniyati, eimadat shuuwn almagtabati, alrayad, 1984, s 46.
- ٤- نصيف جاسم محمد، وآخرون: أسس التصميم الفني، جامعة بغداد، ب ت.
- 4 nasif jasim muhamad, wakhrun: 'asas altasmim alfaniy, jamieat baghdad, b t.
- ٥ - أبو هنطش، محمود: مبادئ التصميم، دار البركة للنشر والتوزيع، بغداد، ٢٠٠٣، ص٣.
- 5 - 'abu hantash, mahmud: mabadi' altasmimi, dar albarakat llnashr waltawzie, baghdad, ta3, 2003
- ٦- جيروم، ستولينتز: النقد الفني، دراسة جمالية وفلسفية، ترجمة: فؤاد زكريا مطبعة جامعة عين شمس، القاهرة، ١٩٧٤.
- 6- jirum, stulintzi: alnaqd alfani, dirasat jamaliat wafalsafiatun, tarjamatu: fuad zakariaa matbaeat jamieat eayn shams, alqahirata, 1974.
- ٧-سانتيانا، جورج: الإحساس بالجمال (تخطيط النظرية في علم الجمال) ترجمة: محمد مصطفى بدوي، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ب ت.
- 7- santiana, jurj: al'iihsas bialjamal (takhtit al'asas fi eilm aljamali) tarjamatu: muhamad mustafaa badwi, maktabat alainjlu almisriati, alqahirat, b t.
- ٨-سمير محمد حسين: مدخل الإعلان، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٧٣.
- 8- samir muhamad husayn: madkhal al'iielani, ealam alkutub, alqahirat, 1973.
- ٩- الربيعي، عباس جاسم: توظيف البعد الثالث لتحقيق الجمال في العمليات التصميمية ثنائية الأبعاد، بحث مقدم إلى جامعة بابل، كلية التربية الفنية، ٢٠٠٣.
- 9- alrabiei, eabaas jasimi: tawzif aldiblumasiat althaalithat lijuhud aljamal fi aleamaliaat altasmimiati thunayiyi al'abeadi, bahath muqadam 'iilaa jamieat babli, kuliyyat altarbiyat alfaniyati, 2003
- ١٠- مدحت مرعي، التجارة الالكترونية، انترنت بدوي، أحمد زكي: معجم مصطلحات الأعلام، دار الطباعة الحديثة، القاهرة، ب ت، ص ١٨٠.
- 10- midhat mareibi, altijarat al'iiliktruniat, aintirnit bidui, 'ahmad zaki: muejam mustalahat al'aelami, dar altibaeati, alqahirati, b ta, s 180.

## الرسائل العلمية..

١١- محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط١، القاهرة، مصر، ٢٠٠٣.

11- mahmud hasan 'iismaeil: mubadi' eilm alaitisal walaitisaliaat almutakhasisati, aldaar alealamiat lilnashr waltawziei, ta1, alqahirat, masr, 2003.

## المصادر الأجنبية

[http://www.mohamoon.com/montada/messagedetails.asp?p\\_messageid=1423](http://www.mohamoon.com/montada/messagedetails.asp?p_messageid=1423)

Alan , pipes: prodaction for graphic Desijn King cooyright , Manchester , U.K. 1992 , P.10.  
Glaser , Mitlor: Graphic Desing. pup. Martin socker of warburg , Ltd. England , 1973.

## ومن الدراسات المرتبطة علي سبيل المثال لا الحصر:

١- أحمد عبيد كاظم: الأسس الفنية في تصاميم المجلات العراقية من عام ١٩٨٥ ولغاية عام ١٩٩٠، رسالة ماجستير، أكاديمية الفنون الجميلة، بغداد، ١٩٩٠.

1- 'ahmad eubayd kazim: al'usus alfaniyat fi tasamim almajalaat aljazayiriat min eam 1985 walighayat eam 1990, risalat majistir, 'akadimiat alfunun aljamilati, baghdadu, 1990

٢- خليل إبراهيم حسن: المضامين الفكرية وعناصر التصميم الفني للملصقات في العراق خلال فترة الحرب العراقية الإيرانية من عام ١٩٨٠ ولغاية عام ١٩٨٦، بغداد، ١٩٨٦.

2- khalil 'iibrahim hasan: almadamin aikhtirae waeanasir altasmim alfaniyi lilmulsaqat fi aleiraq khilal fatrat alharb aleiraqiat aljadidat min eam 1980 walighayat eam 1986, baghdad, 1986.

## مرفقات:

إفادة جامعة أسيوط بسيوط بتصميم واعتماد الهوية البصريه للجامعة



- <sup>١</sup> إسماعيل شوقي: الفن والتصميم، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، القاهرة، ١٩٩٩، ص٧.
- <sup>٢</sup> Alan , pipes: production for graphic Desijn King cooyright , Manchester , U.K. 1992 , P.10.
- <sup>٣</sup> الربيعي، عباس جاسم: الشكل والحركة والعلاقات الناتجة في العمليات التصميمية أطروحة دكتوراه مقدمة إلى جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، ١٩٩٩، ص٨٤.
- <sup>٤</sup> الشال، عبد الغني: مصطلحات في الفن والتربية الفنية، عمادة شؤون المكتبات، الرياض، ١٩٨٤، ص٤٦.
- <sup>٥</sup> بدوي، أحمد زكي: معجم مصطلحات الأعلام، دار الطباعة الحديثة، القاهرة، ب ت، ص ١٨٠.
- <sup>٦</sup> مجلة الثقافة الأجنبية، وزارة الثقافة والإعلام . بغداد . السنة الثانية العدد . ٢ . ١٩٨٨ . ص٤٢.
- <sup>٧</sup> المصدر السابق نفسه، ص٤٤.
- <sup>٨</sup> المصدر نفسه، ص٩٥.
- <sup>٩</sup> صباح صبري، بان: الأنظمة والعلاقات التصميمية في مطبوعات الخطوط الجوية العراقية، رسالة ماجستير، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، ٢٠٠١، ص٣١.
- <sup>١</sup> عبيد كاظم، أحمد وآخرون: مصدر سابق، ص١٠٥.
- <sup>١</sup> حمود، عباس جاسم: مصدر سابق، ص٧١.
- <sup>٣</sup> Wong , Wucins: Principks , Two dimensional , van Nostrand Reinhold , New york , 1977 , P 7.
- <sup>١</sup> خليل، صايات: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، ١٩٨٧، ص٧.