

# الخطاب الجمالي في دلالة تصاميم الإعلان التجاري

سند فؤاد محمد<sup>1</sup>

جامعة بغداد-كلية الفنون الجميلة-المؤتمر العلمي 19

ISSN(Online) 2523-2029/ ISSN(Print) 1819-5229

Al-Academy Journal

Date of receipt: 8/4/2023

Date of acceptance: 27/4/2023

Date of publication: 15/8/2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

## ملخص البحث:

يعنى البحث الحالي بدراسة (الخطاب الجمالي في دلالة تصاميم الاعلان التجاري) ، على وفق بناء معرفي محدد بالوظيفة والابداع، والهدف الاساس في تفسير حقيقة الاشكال ومصادرها المتنوعة وجوهرها وما تحمله من معان وعلاقات شكلية وافكار تصميمية تحقيقا للهدف الازهاري كمنجز طباعي فالخطاب الجمالي يتضمن بمعناه العام فكرة تنشأ من خلال الحدس العقلي الداخلي للمصمم لينتج اشكالا انطلقا من مشاعر ذاتية تحيل تصورات المسبقة عن تلك الاشكال مع مشاعره الى تكوينات ابداعية فينتج الخطاب الجمالي من العقل اعتمادا على الوظائف المتنوعة الرمزية والنفسية والاجتماعية وطرائق الانتاج والاعراف والتقاليد، لذا تمثل الخطاب الجمالي انعكاسا لهذا الواقع الاجتماعي والاقتصادي .

وتعد هذه الدراسة علامة قادرة على اثراء الخطاب الجمالي بالكثير من المعطيات التي تثير حاسة التدوق لدى المتلقي عبر خصوصيتها في تعدد الرموز والدلالات واستيعابها لاهميتها الفاعلة التي تجمع المصمم بوصفه مبدعا للخطاب الجمالي وبين المجتمع الذي يحفظ على ذاكرته العديد من الانماط الخطابية والجمالية ، ومهما تعددت نظريات الخطاب واساليبها واخراجها فقد يقترن الخطاب بالوظيفة والمحتوى الابداعي، كما يقترن لغة الخطاب باللغة البصرية لتحليل الخطاب الجمالي فيه الى ثقافة بصرية والى عمليات الفهم والتفسير والاقناع، وايضا تناول الاعلانات وكيفية ترتيب وتنسيق العناصر والاسس من قبل المصمم الطباعي لعمل اعلان تجاري متكامل ذات معايير جمالية تؤثر في عين المتلقي كما اكدت الدراسة الحالية على اهمية الشكل واللون في الاعلانات التجارية وهل العنصر الجمالي يساهم في زيادة الاقناع للجمهور بمصادقية الاعلان .

حيث تناول الخطاب الجمالي كمؤشر يقود المصمم نحو احداث علاقات بنائية وجمالية للوصول الى هدف محدد يتوافق مع تطلعات المتلقي من خلال اداة المصمم في توجيه وتوظيف هذه العلاقات والاسس ضمن وحدة بصرية تكمن في الشكل الذي ينصهر في المحتوى مع بقية العناصر المكونة لها .  
كلمات مفتاحية: الخطاب، الجمال، الاعلان.

<sup>1</sup> جامعة بابل / كلية الفنون الجميلة [cz37ae@gmail.com](mailto:cz37ae@gmail.com)

## الفصل الاول / الإطار المنهجي

## مشكلة البحث:

يعد الاعلان اداه مهمه ومؤثره في العمليات التجاريه المختلفه فهو يشكل وسيله اتصال تعتمد على التأثير في فرد او اكثر عن طريق استخدام احدى وسائل الترويج المتاحه لبناء اتصال بين المستهلكين والمنتجات كما يمثل الاعلان الاسلوب المستخدم من التاجر للتأثير في المشتري وذلك بالاعتماد على تطبيق مجموعه من وسائل وطرق الاتصالات غير الشخصيه من اجل نقل الأفكار والترويج للمنتجات والخدمات حيث يشكل الاعلان وسيله اساسيه من الوسائل الاعلاميه التي تستخدمها المنشآت المتنوعه للتواصل مع الجمهور والعملاء والمستهدفين من اعمالها يحتاج الاعلان للانتشار بين الناس وتحقيقه لاهداف المنشاه بشكل فعال الى مجموعه وسائل كالصحف والمجلات والتلفزيون والانترنت وقد استخدم الاعلان قديما وحديثا ومازال حتى يومنا هذا ، والاعلان نوع من انواع الاتصال الاقناعي الذي يهدف الى تأثير على اراء الجمهور من اجل اتخاذ قرار تجاه شيء ما .

ومما تقدم هناك تساؤل لمشكله البحث وهو :

هل العنصر الجمالي يساهم في زياده الاقناع للجمهور بمصداقيه الاعلان ؟

## هدف البحث:

يهدف البحث الحاجه الى :

التعرف على الخطاب الجمالي في دلالة تصاميم الاعلان التجاري .

## اهمية البحث:

تتجلى اهمية البحث بالنقاط الاتيه :

- 1- تسهم الدراسه الحاليه في تحفيز الجانب المعرفي للخطاب الجمالي في دلالة تصاميم الاعلان التجاري .
- 2- يسلط الضوء على ماهية الخطاب الجمالي ومصادر تكوينه .
- 3- فسح المجال للتعرف على التطورات الذهنيه والمنطقيه لتحليل الخطاب الجمالي من خلال المتلقي .

## حدود البحث:

حدود موضوعية: يتضمن البحث الخطاب الجمالي في دلالة تصاميم الاعلان التجاري .

حدود مكانيه: المملكة الاردنيه الهاشمية .

حدود زمنيّه: يكون البحث على الاعلانات التجاريه الصادره عام 2015 .

## مصطلحات البحث :

ورد في عنوان البحث المصطلحات الاتيه :

اولا: الخطاب .

ثانيا: الجمالي .

ثالثا: دلالة .

رابعا: الاعلان .

**مفهوم الخطاب لغة :**

الخطاب الخطاب في اللُّغة من الفعل الثَّلَاثِي حَطَبَ أي تكلّم وتحدّث للملأ أي لمجموعةٍ من النَّاس عن أمرٍ ما، أو ألقى كلاماً (Karumi, 1994, p. 18)

**أما تعريف الخطاب اصطلاحاً :**

فهناك الكثير من التعريفات المتعارف عليها للدلالة على الخطاب ومنها أنّ الخطاب مجموعةٌ متناسقة من الجمل، أو النصوص والأقوال، أو إنّ الخطاب هو منهج في البحث في المواد المُشكّلة من عناصر متميّزة ومترابطة سواء أكانت لغة أم شيئاً شبيهاً باللغة، ومشمتمل على أكثر من جملة أولية، أو أيّ منطوق أو فعل كلامي يفترض وجود راوٍ ومستمع وفي نية الراوي التأثير على المتلقي، أو نص محكوم بوحدة كلية واضحة يتألف من صيغ تعبيرية متوالية تصدر عن متحدث فرد يبلغ رسالة ما. (Nilms, 1961, pp. 171-173)

**مفهوم الجمالي لغة :**

مُتَّصِلٌ بِالْجَمَالِ وَمُخْتَصِّصٌ بِهِ. (Ibn Manzoor(d. 711 AH: 1311 CE), p. 2/77)

"جِسُّ جَمَالِيٍّ"

**مفهوم الجمالي اصطلاحاً :**

الجماليات هي فرع من الفلسفة التي تستكشف طبيعة الفن والجمال والذوق ، مع خلق وتقدير الجمال. في منظورها المعرفي التقني ، يتم تعريفها على أنها دراسة للقيم الذاتية والعاطفية ، وتسمى أحياناً أحكام المشاعر والذوق. يدرس علم الجمال كيف يتخيل الفنانون الأعمال الفنية وينشئونها وينفذونها. (Basem Al-Aasam, 2010, p. 39)

**مفهوم الدلالة لغةً :**

قال ابن فارس: الدال واللام أصلان: أحدهما: إبانة الشيء بأمانةٍ تتعلمها، والآخر :اضطرابٌ في الشيء. فالأوّل قولهم: دلّلتُ فلاناً على الطريق. والدليل: الأمانة في الشيء. وهو بين الدلالة والدلالة. ويقول الجوهري: الدلالة في اللغة مصدر دلّ على الطريق دلالةً ودلالةً ودلولةً، في معنى أرشده (Ibn Faris 1399AH-1979AD, p. 2/259)

**تعريف الدلالة اصطلاحاً :**

أن كلمة (دلالة) مثلثة الفاء، أو أنها مفتوحة الفاء ومكسورتها فهي من المثنيات. أن المعنى المحوري الذي تدور حوله مادة (دلل) هو الإرشاد والإبانة والتسديد بالأمانة أو بأي علامة أخرى لفظية أو غير لفظية (Ibn Manzoor (d.711AH: 1311CE), 1427AH-2006AD, p. 1/399).

**مفهوم الاعلان لغة :**

اولاً: إعلّان : ما يُنْشَر في الصُّحف أو الإذاعة ونحوهما في منشورات خاصّة ممّا يهَمُّ المُعلِّن أن يطلّع النَّاس عليه. (Ibn Manzoor(d. 711 AH: 1311 CE), p. 15/?)

ثانياً: أعلّن ، يعلن ومصدرها علانية وإعلان بمعنى الإظهار والإشهار والجهر بالشيء (Ibn Manzoor(d. 711 AH: 1311 CE), p. 3/122)

## مفهوم الاعلان اصطلاحاً :

واصطلاحاً هو وسيلة مدفوعة لإيجاد حالة من الرضى والقبول النفسي في الجماهير لغرض المساعدة على بيع سلعة أو خدمة أو بموافقة الجمهور على قبول فكرة أو توجيه جهة بذاتها. أو كما يقول Graw Walter على أنه فن إغراء الأفراد على سلوك بطريقة معينة (Nadia Aref, 1991, p. 199).

والاعلان هو أحد الأنشطة الإعلامية التي لا غنى عنها للأنشطة الإقتصادية من صناعة وتجارة وغيرها من الأنشطة الاقتصادية وكذلك بالنسبة للمؤسسات والمنظمات الخيرية الغير ربحية والتي بدون الاعلان عن مجهوداتها فلن تحصل على الدعم المجتمعي والتمويل المادي اللازم لاستمرارها في عملها وأدائها لرسالتها.

## التعريف الاجرائي :

الخطاب الجمالي كما عرفته أ. م. د ساهره عبد الواحد حسن هو ابراز مكامن الجمال من خلال شواهد الخطاب البصري للأعلان التجاري متمثلة بالدقه في التعبير وهي اواصر الارتباط بالمتلقي والتأثير به وضبط الافكار عن طريق خلق تراكيب قوية ومتناسكه والمحققه للمعنى الدلالي في الأعلان التجاري .

## الفصل الثاني / الاطار النظري

## المبحث الاول / الشكل والجمال :

اولاً : أنواع الجمال : الجمال المادي هو الجمال الحسي المدرك بحواس الإنسان من جمال في الطبيعة أو البشر أو الأشياء الأخرى التي يمكن رؤيتها والتحقق منها مادياً، وفي تناسق الأشياء وتنظيمها كما يعدها بعض الفلاسفة من أشكال الجمال المادي. كما يعد البعض أن الجمال المادي نسبي، "فما يراه البعض جميلاً قد يراه البعض الآخر قبيحاً وهكذا، لذلك لا يعد الجمال المادي مطلقاً، كما يمكن أن يفنى مع تقادم الزمن، لكنه أحياناً قد يرتبط مع الجمال المعنوي". (Al-Najjar, 2006, p. 43)

الجمال المعنوي يعد الجمال المعنوي ذا معنى أعمق وأشمل من الجمال المادي وتعدده أكبر فهو يحمل في معانيه معان سامية مثل الأخلاق والقيم والصدق وكثير من الأشياء الأخرى وديمومته أكبر من الجمال المادي البحث، "كما يعد الجمال المعنوي مطلقاً حيث لا يمكن إنكاره بما يتوافق مع الفطرة الإنسانية الحميدة ولكن رؤيته من زوايا أخرى يجعله يدخل في نطاق النسبية والآراء طبقاً للأفكار". (Al-Bazzaz, 2001, p. 56)



صورة (1) اعلان شركة ماكدونالدز الغذائية

## الفلسفة الجمالية:

ناقش الاغريق العضوية كفكرة فلسفية حول مواضيع الكائنات الحية والطبيعة ومصنوعات الانسان والجمال.. الخ، ثم أعاد كثير من مفكري العصر الحديث اهتمامهم المشاكل النمو العضوي وقوانين تشكيله، "ونجد العضوية تبحث عن فلسفة الجمال في نتاجات الإنسان من خلال الصفات المشتركة مع صفاتها ومبادئها أو ما يناظرها." (Khalil, 1995, p. 76)

فالجمال حاضرة ليس فقط في الكائنات الحية ولكن في نتاجاتها ايضا، وتعد أساس في كل الفنون، وتسعى العضوية إلى تحقيق الجمال من خلال الشكل الطبيعي الذي يتميز بالانتفاعية والاستمرارية الشكلية، "ويعني ذلك تكامل الاعضاء في تأدية مهامها العضوية، وذلك أسلوب يتفق مع الطبيعة ذات الخطوط اللينة والبسيطة والتي تعبر عن الجمال المطلق أو الجمال النسبي" (Al-Badri, 2006, p. 55)

## انواع الاشكال في الاعلانات :

الاشكال التجريدية: يعرف نمط التجريد بأنه تعرية الطبيعة من حالتها العضوية والحوية كي تكشف عن أسرارها الغامضة وباطنها ومعانها الكامنة، واستخلاص الجوهر من خلال الاختزال من عناصر الطبيعة وعرضه بشكل جديد، فتتلور من خلال علامات هندسية تحمل قوانين شكلية .



صوره (2) اعلان لاحدى شركات الشحن العالمية

ويعاد صياغتها برؤية جديدة يكون حس المصمم حاضرة في اتساق عناصر التصميم بمعونه الحركة والخيال وعلى اساس الخبرة في طرحها للمتلقي، ويقسم هذا النمط الى قسمين: (Ahmed Dadoush, p. 238)

1- نمط التشكيل البسيط: "يصاغ فيه الاشكال بأسلوب صريح وحر على المستوى الهندسي بعد تبسيط اشكال مثل المثلث والمربع والمخروط وغيرها من الاشكال الهندسية، مما يميل الشكل إلى التناسق والتماثل بين الشكل والاتزان"، وتحقيق التناسق بين الاجزاء (Ahmed Dadoush, p. 238)

2- نمط التشكيل المتراكب والمندمج: أن الوحدة التصميمية فيها تمتلك فعالية التراكب غير المستقر والتي تمتاز بتنظيم الفضاء وتحقيق الاتزان من الداخل كما في تراكب الأشكال والتي تمتاز بنوعين الأولى: الهندسية المجردة، والثانية: التراكب من الطبيعة. ومن أمثلة التشكيل المتراكب والمندمج نشاهد في تصميم متحف جوجنهايم في نيويورك للمصمم فرانك لويد رايت ويظهر فيه الاندماج بين النوعين في التصميم (Al-Bazzaz, 2001, p. 56)



صوره (3) اعلان لشركة بيبسي

### النظرية العضوية والعلاقة بين الشكل والوظيفة:

إن النظرية العضوية تميل إلى اعتماد بعض الأشكال عن طريق الاستعارة الصريحة أو المجردة التي يستخدمها المصمم الطباعي في نتاجه، وتتلخص العلاقة بين الشكل والوظيفة في النظرية العضوية في عدم تبعية أحدهما للآخر فهما وحدة واحدة (Abd al-Amir & Rashid, 2007).

وترتبط بالفائدة لأن شرط الفائدة هو الدافع الأصلي لوجود التصميم، وبناء على توجه النظرية العضوية في اختيار الأشكال المستوحاة من الطبيعة التي خلقها الله سبحانه وتعالى والتي تظهر الابداع في جميع اشكال الطبيعة واستغلال مكامن قوتها ليتحقق فيها الأداء الوظيفي الناجح اذا ما تم توظيفها بالشكل الصحيح، "فأشكال الحيوانات والنباتات وتركيبها تستدعي التأمل لما تحويه من أسرار تحمي الكائن الحي من الظروف الجوية المحيطة به واليه التكيف مع الطبيعة والدفاع عن النفس عند المخاطر" (Mallens, 1993, p. 11)

### الارتباطات الجمالية:

إن تعبيرية الفكرة التصميمية للمصمم كانت جديدة وقد ارتبطت جماليات مع فكرة المبنى القائم والانسجام معها من خلال الحبكة والمهارة في طرح جماليات أشكال وتكوينات الصخور العضوية وتعبيراتها الشكلية (Taman, 2004)، حيث عمد المصمم إلى تحقيق التوازن لتبدو انها منبثقة من الكتلة الصخرية المحيطة، اما فيما يخص تصميم الازياء وجمالياتها فقد استخدم المصمم الازياء الطبيعية من خلال فتحات السقف والتي تتنوع وظائفها وجمالياتها، "مما يؤدي إلى توسيع ادراك المشاهد ووعيه للأبعاد الحسية والفيزيائية والنفسية والروحية لهذا الفضاء والذي حقق توظيف هذه الازياء على زيادة الراحة النفسية التي تسهم في الادراك والخبرة الجمالية، إذ يعمل الضوء على التجسيم للفضاء وخلق الاجواء المريحة والرؤية الواضحة، فضلا عن استخدام" (Ali Thuwaini, 2010, p. 28) الازياء الاصطناعية ليلا والموزعة بفضل وحدات الانارة السقفية، أما جماليات مفردات على مستوى عناصره وعلاقاته جاءت مدروسة تصميمي من حيث تحقيقها لمبدأ الارتقاء بالمستوى الوظيفي والجمالي، أن العلاقة بين المتلقي والاحساس، فيتفاعل الانسان مع مكونات الفضاء عبر اجهزته الحسية المختلفة، "إذ يقوم المتلقي بتحليل الفضاء عن طريق تفسير المثبرات الحسية التي تحددها مستوى الادراك وكذلك الخبرة الجمالية لدى المتلقي، وقد تحققت السمات الجمالية في التصميم من خلال ذاتية جوهره وهويته الشخصية المتكونة من

بيئة التصميم وذوبانه مع محيطه الطبيعي، وما تعبر به من شعور وتفكير". (Saad Muhammad bin Nami, 1436 , p. 6/24)

### العمل التصميمي وجماليه الموضوع :

أكد علماء الجمال عدم خروج مكونات العمل الفني عن نطاق (المادة، الشكل والموضوع والتعبير). أي أن العمل الفني يتكون من مادة، هي اللون أو الصوت، أو اللفظ، أو الحجر، ومن صورة تحتوى هذه المادة، وتجعلها تأخذ شكلاً معيناً بناءً على ترتيب وتنظيم المادة، ثم هناك المحتوى أو المضمون في العمل الفني والذي يتضافر مع التعبير ليقدم الانفعال الجمالي والمعاني والأفكار الفنية العميقة. والجدير بالذكر أن "المادة والشكل والتعبير.. يعتمد كل منهم على الآخر. فليس لواحد منهم وجود بمعزل عن الآخر. والمضمون التعبيري لأي عمل لا يكون على ما هو عليه إلا بسبب العناصر المادية، والتنظيم الشكلي، والموضوع، وهي العناصر التي يؤدي تجمعها إلى تكوين العمل الفني (Saad Muhammad bin Nami, 1436 , p. 6/24)

### مكونات العمل الفني :

أولاً: المادة: إن لكل فن مادته فهي إما لفظ أو صوت أو حركة أو حجارة... ، هذه المادة لا تصبح عملاً فنياً إلا بعد تدخل يد الإنسان وجعلها عملاً فنياً "والفن الذي يستشعر فيه الفنان مقاومة المادة أكثر مما يستشعرها فهي أي فن آخر إنما هو فن العمارة. من هذه المقولة نعرف مدى الصلة بين المادة وعملية خلق العمل الفني حيث يختلف" (Al-Husseini, 2002, p. 147) دور المادة وسطوتها من فن إلى آخر، فنجدها في فن العمارة والنحت مادة كثيفة تعلن عن نفسها، ويتعامل معها الفنان وهو يحاول قهر جمودها وصلابتها، بينما نجدها في فنون أخرى كالموسيقى والتصوير تكون أقل سطوة وحضورها - في العمل النهائي - ليس بنفس الدرجة الموجودة في النحت والعمارة. وعلى ضوء هذه العلاقة جعل (هيغل) فن العمارة في آخر سلم تقسيمه للفنون، مما تحمله من صلابة وعدم طواعية لكون (هيغل) يؤمن بضرورة تطوع المادة وتحويلها من المادية إلى الروحية. ومن هنا يتضح أن المادة لا بد أن تبدي كل ثراءها الحسي على يد الفنان، إذ إن المادة ليست شيء صنع منها العمل الفني فحسب، بل هي تعين الفنان على الوصول إلى غايته (إن المادة هي غاية في ذاتها بوصفها ذات كفيات حسية خاصة من شأنها أن تعين على تكوين الموضوع الجمالي) (Muhammad, 2011, p. 109) ولهذا فإن جمال العمل الفني لا ينحصر بالضرورة في جمال الموضوع الذي يمثله، بل هو يتجلى أولاً بالذات في صميم مظهره الحسي فالمادة إذن تعطي لنا شكلاً فنياً وهاتان الثنائيتان تتبادلان العلاقة الجدلية فيما بينهما وهما :



صوره (4) لاعلان عن خوذة الكرة القدم الامريكية

عنصران لا ينفصلان " ويكلمان أحدهما الأخرى ، ولا يمكن أن تعيش أحدهما في عزلة عن الأخرى فلا مادة بدون صورة ولا صورة بلا مادة " يقول أرسطو أن " المادة والصورة شيان لا ينفصلان فحسب ، بل كل منهما يعتمد على الآخر ، فالعلاقة بينهما كالعلاقة بين الروح والجسد فلن تغدو مادة ما على شكل ما دون صورة ، ولن تغدو صورة ما لم يكن هناك مادة بشكل ما." (Al-Hamdani, 2012, p. 21)

فالمادة لها حضورها ومقاومتها، كما أن إدراك الفنان لنوع المادة يجعله قادراً على استنفاد جميع امكانياتها وعدم الوقوع في خطأ عدم الملاءمة بين المادة والموضوع والغرض المطلوب منه. فعمل تمثال يقام في ميدان أو في العراء يختلف عن عمل آخر صغير محدود يمكن عرضه في صالة عرض . ذلك أنه على الفنان أن يدرس المواد المستخدمة، وخواصها، ومقاومتها للظواهر الطبيعية، وصلابتها.. وغير ذلك من خواص." (Rachid Hamelil, 2007, p. 45) والجدير بالذكر أن "صفات العمل الفني تتوقف إلى حد كبير على نوع المواد المستخدمة. فاستخدام مادة في غير مكانها يعنى ظهور عمل فني غير المتوقع ظهوره أو فشل في الوصول إلى إبداع حقيقي.

فالمواد قد ترفض التشكيل على نحو معين، وتقبله على نحو آخر، ويبدو ذلك في المواد الكثيفة وذات المقاومة العالية كالرخام في النحت - على سبيل المثال." (Etienne, P.T, p. 21) وإذا كانت كلمة "مادة" لا تعبر عن الأجسام المادية فحسب بل عن كل ما يدخل في صنع شئ ما، ولكن لكي تكون عملاً فنياً يجب أن يتم تنظيمها وتشذيبها وتهذيبها حتى يكون بالوسع إدراك العمل الفني، ويتم ذلك وفق نماذج وصور معروفة - ومحددة تختلف من عصر إلى عصر ومن مجتمع إلى آخر، ويكون الدور الجوهرى للفنان المبدع بالإضافة إلى قهر المادة، هو خلق نماذج وصور جديدة تتخذها هذه المادة، وهذا ينطبق على سائر الفنون. وقد رأى "هيجل" - في معرض حديثه عن الفن الرمزي - أن "المادة (التجسيد) تطغى على الروح (أو المحتوى). والمحتوى الروحي يكافح هنا لكي يعثر على تعبيره الكامل، ولكنه يفشل في الوصول إليه.. ويعطينا ذلك نوعاً من الفن هو الفن الرمزي.



## الوظائف الجمالية للمادة:

- 1- أن تكون قابلة للتطويع .
  - 2- أن يكون لها قدرة على جذب الحواس اليها.
- ثانياً: الشكل : يتمثل شكل العمل الفني باللوحة أو "القصيدة أو السلم الموسيقي... وهو ما يشير إلى أي موضوع من الموضوعات. وهذا هو المعنى العام للشكل ولكن هناك معنى أكثر تحديداً للشكل " (Nassif Jassim Muhammad)
- الشكل: هو تنظيم المادة وتحقيق الترابط المتبادل بينها فمثلاً مادة الأدب هي الكلمة من الممكن أن نحدد الشكل بتحديد أي شكل أدبي سأصيغ فيه كلماتي (شعر – نثر – مسرحية...) هذا هو الشكل ككل بمعنى الشاه العام.
- والشكل لا يرتبط بالمادة فقط بل يرتبط بالتعبير "فهناك أيضاً تنظيم للتعبير هل سأبدأ بالذروة وأحدث صدمة شعورية للمشاهد أو سيتضمن الشكل تصاعد درامي متوتر إلى أن أصل إلى ذروة الحدث ومعه ذروة الانفعال... الخ (Nassif Jassim Muhammad) ."
- يذكر الكاتب الانكليزي هيربرت ريد أن الجمال هو أن تكون عناصر اللوحة في انسجام وتنظيم مما يعطي صورة ممتعة وبذلك يبلغ العمل الفني الحس الجمالي .

## الوظائف الجمالية للشكل:

- 1- تنظيم الشكل في حد ذاته قيمة جمالية وحجم الشكل لا بد ان لا يكون ضخماً أكثر من اللازم ليعطى شكلاً جمالياً وهو ما أكدته ارسطو خلال حديثه حول حجم المسرحية التراجيدية حيث قال: (لها حجم معين) (Al-Taweel, 2005, p. 16)
- 2- الوحدة في التنوع لازمة للشكل أي أن الشكل حتى وان احتوى على مواد وموضوعات متنوعة لا بد وان تجمعها وحدة واحدة (فكرة واحدة) وقد طالب ارسطو بوحدة الموضوع كشرط للمسرحية التراجيدية ولكننا في المسرح الحديث نجد تعدد الحكايات في المسرحية الواحدة ومع ذلك لا تفقد المسرحية جمالها مثال مسرحيات شكسبير ومنها "الملك لير" ومسرحيات بريخت وهو ما يسمى بالوحدة العضوية.
- 3- التوازن يتحقق في معظم الأحيان بالتقابل بوضع عناصر غير متشابهة كل مقابل الآخر بحيث تكون هذه العناصر مع ذلك منسجمة كل مع الآخر فمثلاً اللون الحار مقابل اللون البارد وفي مسرحية الملك لير نجد توازناً بين علاقة لير بيناته وجلوستر بابنيه (Badr, 1995, p. 255).
- 4- الحركة والتطور ومثاله في الأدب تطور عقدة المسرحية وفي الرقص تعاقب الحركات الجسمية وفي الرسم الترتيب المكاني للمساحات اللونية.

مكونات التصميم الفني: (Badr, 1995, p. 255)

- 1- الوحدة .
- 2- الاتزان أو التوازن .
- 3- الإيقاع .

4- الحركة .

5- الانسجام .

6- مركز السيادة .

ثالثاً: التعبير: إنَّ مسألة التعبير التي توجي بالردود الانفعالية الوجدانية إزاء العمل الفني تأتي من العلاقة الثنائية بين الفنان وما يتمخض عنه العمل الفني من تعبير ومعنى الذي سوف يستوحيه المتلقي إنَّ حقيقة العمل الفني لا تكمن فيما يروى لنا من وقائع وإنما تكمن في الطريقة التي تروى لنا بها تلك الوقائع من خلال شعور الفنان بأن لا يمكن أن يكون للواقع معنى ما لم ينظم في نطاق ما. إذ يقع على الفنان مهمة اكتشاف ذلك العالم من خلال وسائل استطبيقية وفي مقدمتها وسيلة التعبير . " إنَّ التعبير الذي ينطوي عليه العمل الفني قد يكون أفسر عناصره قابليته للتحليل ، فإن ما يبوح به العمل الفني ليس بالمعنى العقلي الذي يمكن فهمه وتأويله ، وإنما هو دلالة وجدانية تدرك بطريقة حدسية مباشرة فهذه اللوحة لا تحمل عنواناً وتلك قطعة موسيقية لا تحمل موضوع ، ولكنها تعبر عما في الوجود من طابع-اI) . " (Najjar S. , 2010, p. 120) عندما يظهر العمل الفني إلى الوجود فإن المتلقى يتعامل معه ككل، دون تأمل لعناصره الأولية المكونة له، ذلك أن جميع عناصر العمل الفني تتضافر لتقدم الانطباع أو اللذة التي يتلقاها المتأمل للعمل ككل. فهي تعمل في حركة جدلية معاً لتقدم - في النهاية - ما يمكن أن يتلقاه المتأمل وفقاً لثقافته وبيئته وتكوينه العام ورؤيته وحالته النفسية...الخ. (Hamid Halloum, p. 123)

### المبحث الثاني / المكونات البصرية للعمل التصميمي

بما يضفي عليها صبغة لما تحيل اليه وفق الية واستراتيجية المعنى المراد والشكل بطبيعته يمثل ما هو راقي ومحسوس ، بما يجعله يواجه الادراك الحسي ، وفقاً لعناصره المحسوسة ، التي تولد هنا اثاراً للدراك الحسي ، وبالتالي يبني على ذلك تصور ما ، يقود الى معنى ما ، ومن ثم فهي صبغة تنسيق تشكل المعنى وتحيل اليه، " وقد عنى افلاطون بكلمته الشكل النسبي ، الشكل الذي كانت نسبته او جماله موروثاً في طبيعة الاشياء الحية ، وفي طبيعة الصور المقلدة للاشياء الحية ، كما عنى بكلمة الشكل المطلق ، الصورة او التجريد الذي يتكون من الخطوط المستقيمة والمنحنيات والسطور والاشكال الصلبة والهندسية (Shawky, 2006, p. 38)

لا يمكن اغفال الآراء الجمالية عند السفسطائيين الذين فهموا الطبيعة فهماً مادياً حيث اعتمدوا الأدراك الحسي اساساً لكل معرفة . "وبما ان الأدراك الحسي صفة انسانية فإن كل حقيقة نسبية في قيمتها من هذا الأدراك وعليه فإن كل معرفة ومنها ( الفن ) مرتبطة ارتباطاً وثيقاً في مستوى هذا ( الإدراك الحسي) ". اذن المعرفة هي نسبية ترجع الى الإنسان . وان هذا الإنسان هو مقياس كل شيء . كما اكدوا على عدم وجود (مثال) يقاس عليه أي فعل انساني ومنها الفنون . فما هو جميل لك هو الجميل الحقيقي " (Attia Abboud, 1985)

وبناء على ماتقدم فإن عملية الانفعال بالاشياء تتم من خلال ادراك الشكل المرئي وتأمله لأبراز قيمته الجمالية وصولاً الى تحقيق ذات الفنان المدرك للشكل المرئي كما يبدو له وكما يعبر عنه خيالنا لحظة انفعالنا به وهكذا فأً العملية الجمالية تكون من خلال صياغة كافة العناصر البصرية لكي يكون الشكل المرئي ضمن رؤية جمالية تتسم بالقيمة الجمالية في تشكيل منجز فني عند ادراك الشكل مبنياً على الاحساس، وذلك من خلال الرؤية البصرية التي تكون متفاوتة في طريقة رؤيتها للعمل الفني وهنا يحدث الخطأ في الادراك الحسي (الايهام البصري) في تكوين الرؤية البصرية للشكل المرئي.

والصورة المتخيلة ترتبط بالتمني وترتبط بالتوقع وترتبط بتصوير الاحساس الانفعالية في صور بعيدة عن واقعها بحيث تولد مخيلات لتنفرها النفس او ترتاح اليها اعجاباً وشوقاً أو تسعى لتحقيقها كرجية ، اضافة الى تداخل العقل في تفسير تلك المعطيات الحسية وهذا التداخل في العمليات الحسية والدماعية تحدث من خلاله ظاهرة الايهام البصري" (Smith, 1995) .

الملاحظات البصرية وعلاقة التصميم بها :

ان الملاحظة البصرية لنظام التحول في هذا العمل يظهر من خلال الحركة الهندسية التي اسهمت في ايجاد هيئة الشكل وفق طريقة أحدثها الفنان للدلالة على الابعاد الجمالية التي تحققت من خلال سحب الأنتباه نحوها , "كما ان الشكل المتقدم الى الامام جاء بقيمة ضوئية مغايرة للقيمة الضوئية للخلفية مما انتج احساساً لونياً سمح ببصر المتلقي ادراك الابعاد الجمالية للشكل الهندسي من خلال الانتقال من حركة الى اخرى بطريقة تتابعية محققاً التباين اللوني في الحقل المرئي وبذات الوقت اسست السيادة اللونية بعداً جمالياً محققاً بذلك بعداً جمالياً متعدداً مع الكل التصميمي للعمل الفني". (Al-

Yassin, 1985)

الشكل هنا قد تحدد عن طريق الخط وهو احد العناصر الأساسية في هذا العمل حيث استخدمه الفنان للإيحاء بالشكل وهذا شكل تحولا اخر. "ان وضوح الخط وعلاقته بهذه الأشكال واستقامته العارمة دون أي انحناء كان هدفاً أساسياً في هذا العمل .. وان تفاعل الالوان السوداء والبيضاء والصفراء وما يتركه استخدام مثل هذه التقنية المبسطة من وقع في عين المشاهد اكسبت اللوحة تنوعها وتناقضها وعلاقاتها الداخلية كما ان اللوحة اعتمدت على تكرار الأشكال الهندسية المنتظمة والتي اعطت انطباعاً بالتجسيم الذي يوهم بالعمق. وهذا بدوره حقق بعداً جمالياً مضافاً". (Ernst, 1988)



صورة (5)

## الانتباه والإدراك الحسي :

الانتباه والإدراك : يعد الانتباه والإدراك الحسي "الخطوة الأولى في اتصال الفرد ببيئته وتكيفه لها، بل انها الأساس الذي تقوم عليه سائر العمليات الأخرى إذ بدون الانتباه والإدراك الحسي لا يستطيع الفرد ان يعي شيئاً فلكي تتعلم شيء او تفكر فلا بد من ان ننتبه اليه ومن ثم ندركه" (Wajih Mahjoub, 2001, p. 188).

أهمية الانتباه والإدراك : (Thomas Tatlo, 1992, p. 91)

- 1- هما أساس تفاعل الإنسان مع بيئته وتكيفه معها .
  - 2- هما أساس جميع العمليات الأخرى .
  - 3- السلوك يتوقف على الإدراك ، فنحن نستجيب للبيئة كما ندركها لا كما هي في الواقع.
  - 4- الانتباه والإدراك لهما ارتباط وثيق بشخصية الفرد وتوافقته الاجتماعي ، فالانتباه والإدراك لمشاعر الآخرين هاما في التفاعل الاجتماعي السليم .
  - 5- اضطراب الانتباه والإدراك عرض مشترك في جميع الاضطرابات العقلية .
- علاقة الانتباه بالإدراك :

الانتباه : "عملية ليست محددة بمستوى واحد يحصل فيها الانتباه او لا يحصل بل هو عملية على مستويات تذبذب بين نهايتين دنيا يكون فيها العقل في اقل حالة من التركيز ، وقصوى يتركز العقل في الشيء الذي ينتبه اليه تركيزاً شديداً" . (Muhammad al-Arabi Shamoun, 1987, p. 23)

إذا الانتباه عملية اختيار وتركيز :

بؤرة الشعور : هو ما يركز الفرد انتباهه عليه .

هامش الشعور : هو ما يكون حول الفرد ولا يشعر به إلا شعور غامضاً .

الإدراك الحسي : الإدراك : "عملية عقلية معرفية تربط الانسان ببيئته والإدراك هو الوسيلة التي تساعد على اشباع حاجاته الأساسية والثانوية وعن طريق الإدراك وبواسطته يتجنب الاخطار التي قد تؤدي بحياته أو تقلل من فرض نموه واستقراره" . (Faiza Ahmed Helmy Sadeq, 2012)

يتألف العمل الفني من مجموعة عناصر ترتبط سوياً لتسهم في القيمة الجمالية المتميزة لهذا العمل .

وسميت بعناصر التصميم نسبة إلى إمكاناتها المرنة في اتخاذ أى هيئة مرنة وقابليتها للاندماج والتوحد بعضها مع بعض لتكوّن شكلاً للعمل الفني المصمم .

ويعتبر الميلاذ الحقيقي للفوتوغرافيا هو تاريخ نجاح الباحثين في الحصول على صور فوتوغرافية لها صفة الثبات والدوام . "وكلمة فوتوغرافيا ذات أصل إغريقي وهى مكونة من كلمتين فوتوس ومعناها الضوء و جرافوس ومعناها الكتابة أى الكتابة بالضوء ، ومعنى ذلك أن الصورة الفوتوغرافية هي تسجيل ضوئي للواقع على سطح حساس الفيلم" (Afifi, 1970)



صورة (6)

صورة توضيحية للفرق بين الادراك الحسي والعقلي :

الصورة لغة عالمية يفهمها الجميع والصورة عموما تكمل الروايات الخبرية وتستخدم في تصوير جوانبها ، ولذلك فإن الصورة أصبحت عنصر مهم جدا في التصميمات المختلفة وأصبحت تعبر عن الافكار والآراء كما تعبر عن الاخبار والاحداث.

"تستخدم الصورة في مجالات مختلفة في أبحاث الفضاء وفي مجال الفلك وفي الأبحاث الطبية وفي مجال العلم بجميع مجالاته وتستخدم أيضا في تطوير الصناعة و للإعلان عن المنتجات وفي مجال الصحافة وصناعة الكتب والتصميمات المختلفة." (Abd al-Khaleq, p. 12)

"ورغم أن الصورة المتحركة أكثر تميزا من الصورة الثابتة ، وذلك لاستخدامها عنصرا جديدا وهو الحركة التي تقرّبها من الواقع وتكسيها حيوية يضيف إليها خصائص جديدة تجعلها أكثر وسائل الاتصال تأثيرا وفعالية فإن الصورة الفوتوغرافية الثابتة لها أهميتها القصوى كمفرد أساسي من مفردات التعبير المرئي و كعنصر أولي مكون للصور المتحركة ، كما أنه لا يمكن لأي فنان أن ينتج صورا متحركة مبدعة دون تمكنه أولا من إنتاج صورة ثابتة مبدعة." (A group of researchers, 1959)

والدراسات التي أجراها خبراء الإعلان عن الصورة وأهميتها تؤكد أنها العامل الاساسي في جذب الانتباه ، "وذلك أن حساسية البصر ذات أهمية كبرى بالنسبة لشعور الإنسان ودرجة فهمه فقد استخدمت الصورة كمؤشر عام ورئيسي للتعبير الإنساني" (Al-Ghamdi, 1999) . "حتى بدا من الطبيعي أن يتكون لدى الناس ما يمكن أن نطلق عليه العقلية البصرية لدرجة أن الكلمات التي تستخدم للتعبير عن فكرة معينة لا بد لضمنا نجاحها أن تخلق لدى القارئ أو المستمع صورة عقلية لهذه الفكرة وأن استخدام الصور مع الكلمات سوف يلعب دورا كبيرا في توضيح هذه الفكر .

الخبره الجماليه :

الجمال خاصية نمنحها للأشياء التي تستطيع ان تأخذ منا كل مأخذ بعد ادراكها عبر منظومة احساساتنا . فالوجود بأسره ومنه الطبيعة يزخر بمظاهر الجمال بدءاً بما تقع عليه حواسنا من عناصر الطبيعة من انسان وحيوان ونبات وجمال .

الخبرة الجمالية : عرفها جون ديوي: إن الخبرة الجمالية "هي التي تضيف على الأفعال والأحاسيس والأفكار المبعثرة الوحيدة والاتساق، لأنه في كل خبرة عقلية أو عمل من الأعمال التي يقوم بها الإنسان، جانب جمالي يرجع إلى الإنسان نفسه والنظام الذي يسير عليه" (Matti, 1966)

والخبرة الجمالية : تعني موقفا من المواقف يعيشه الفرد مع آخرين، فيتأثر به ويؤثر فيه، وهو يتعلم نتائج هذا الموقف، حيث تصبح هذه النتائج جزءا من سلوكه سواء أكانت معلومات أو مهارات أو اتجاهات ويتفق الباحث مع تعريف جون ديوي لملائمته هدف البحث واجراءاته .

التذوق الفني :ويشير البسيوني بأن التذوق معناه الاستجابة الوجدانية لمؤثرات الجمال الخارجية وهو ان اهتزاز الشعور في المواقف التي تتوفر فيها العلاقات الجميلة والتي تجعل الإنسان يحس بالمتعة والارتياح فيحس بالقبح ويحاول رفضه ويتحرك نحوه ليحيله إلى جمال يتمتع به الإنسان "بأن التذوق حالة من الاستمتاع تحث الشعور الذي يغلب عليه الطابع الوجداني ، وبذلك يتم التفاعل الضمني بين الشيء الجميل والفرد المستمتع به " (Rab, 2001)

"ان من اهم تلك الابعاد الجمالية في بنية الشكل هي عملية الإيهام والتشظي الحاصل في المركز والتأثيرات الحركية والبصرية هي التي كونت العامل الأساس والمُعبر الجوهري لكل أفكار وبنائات الفنان وهذا النهج الذي اختطه لنفسه يعد جامعاً لتأثيرات التشكيل التقليدي الذي يعتمد الهندسة والتصميم والمنظور بأنواعه إلى جانب تحقيق الحركة والذي يبتغيه الفن البصري" (Abu Rayan, 1985)

تصبح الأشياء والظواهر والوعي جهداً موجهاً لوصف الظاهرة كما تبدو لنا في خبرتنا ووعينا بها. ويتركز الموضوع المتمثل في بنية اللوحة المتشكلة على (اللون والخط والشكل) وهو ذروة اتمام وجود اللوحة كبنية جمالية، وهي بمثابة النظر الموضوعي الملازم لعملية التعيين، التي فيها ومن خلالها يتحقق الإدراك الجمالي، يصعد الخيال فيها إلى أقصاه في تحقيق الشكل المدرك جمالياً وفنياً. وقد أراد "فكتور بهذا أن يؤسس رداً جمالياً تصميمياً صورياً على صعيد اللوحة من خلال اختزاله القصدي لبنية الشكل الممكنة التحول، عبر الزمان المتصل، بوصفه حقيقة مطلقة، إذ تقوم ذات الفنان بنفي مستمر لمفاهيمها عن العالم ورسد مفاهيم جديدة تتأسس من خلال الطاقة الرمزية للشكل واللون وتحولتهما". (Abu Rayan, 1985)

### مفهوم الخبرة الجمالية :

ان الخبرة التي تنسجم مع حياة الإنسان ليست نهائية، وإنما كل خبرة جمالية جديدة يكتسبها الإنسان من محيطه يفترض أن تُعدل الخبرات السابقة لها، وبالتالي فإن هدف التربية الجمالية يتبلور في تمكين التلاميذ من إعادة تنظيم أحاسيسهم ومشاعرهم ومعارفهم واتجاهاتهم نحو خاصية الجمال في الوجود، وذلك في سياق الخبرات التي يعيشونها داخل المؤسسة المدرسية وخارجها، شرط أن يقوم هذا التنظيم على حقيقة مفادها أن الخبرة الجمالية ليست ثابتة بل متحولة نتيجة لتغير طبيعة العلاقات والعناصر التي تشكلها، مما يتطلب من الإنسان أن يعرف كيف يتعلم إدراك العلاقات الجديدة وتجدر الإشارة إلى أنه في سياق هذا الاستمرار تتكون الرؤى الجمالية في أنماط سلوكية ذات طابع جمالي يمارسها الإنسان في مواقف حياته المتجددة، وفي الوقت نفسه يعمل على تعديلها وتقويمها، "وإن تطلب الموقف

تغييرها , كما أن الخبرة تتطلب استجابة متكاملة من المتعلم ، أي معايشة المتعلم للخبرة من جوانبه كافة (الحسية والجسمية والعقلية والنفسية...)" (Nobler, 1992) ، بل الخبرة الجمالية هي ما يصبح جمالا خلال العمل الفني ومن أجل معرفة الأبعاد التربوية للخبرة الجمالية، لابد من مناقشة دور التربية الجمالية في تنمية البعد الجمالي لبعض جوانب الشخصية الإنسانية". (Ismail, 1986)



صورة (7)

دور التربية الجمالية في تنمية القدرة على التذوق الفني:

يرى «ريد فيرين» Red Fren أن الخبرة الجمالية تعمل على إثارة موضوع التذوق الفني فيكل ما يعد قيمة جمالية، من زاوية ما تحمله القيمة الجمالية من رهافة وصدق، فالجمال قد يتكشف لنا كرهبة أو ميل، كما يتجلى لنا من خلال الوجدان الذي نلتمس لديه المبدأ المعياري الذي يعادل تقديرنا وحبنا للفن والمستقرئ لفلسفة «ديوي» التربوية يجد أن التربية الجمالية عنده تهدف إلى فهم الفنون وتذوقها والاستمتاع بها، فضلا عن أنها تعمل من أجل اكتشاف ميول الفرد واهتماماته ومهاراته الفنية وتنميتها عن طريق العملية التربوية. ويمكن القول: إن «ديوي» بإعطائه أهمية خاصة لتربية الذوق الفني أراد أن يلقي الضوء على أهمية الوعي الجمالي، حيث يسوق مثالا لذلك انتشار الثقافة الفنية لدى المجتمع، سواء بازدياد عدد الفنانين المتخصصين الذين يقع على عاتقهم بناء التراث الحضاري الإنساني، أو بارتفاع مستوى الذوق الفني لدى أكبر عدد من أفراد المجتمع، غير أن ذلك (Nour, 1994)

ومن هذا المنطلق فإن الحكم الجمالي على الأشياء الجميلة يتطلب من التربية الجمالية أن تبلور وعيا جماليا لدى التلاميذ يستطيعون من خلاله إدراك الشيء الجميل ذاته وتذوقه، فالوعي الجمالي للذات المدركة يكون ممثلا في خبرتها الجمالية، والتي فيما يرى زكريا إبراهيم – تؤهلنا في كثير من الأحيان للقيام بألوان جديدة من الإدراك ومن ثم فإنه لكي تستقيم أحكامنا الجمالية وتقوم بدورها في إبراز الجوانب الجمالية ينبغي توافر ثلاثة أمور هامة هي: (Badawi, 1969)

أ- الصفات الجمالية التي تحدد وجود الجمال في موضوع ما.

ب- الذات المدركة (المتأمل - المتذوقة).

ج- المعايير والقيم الاجتماعية التي يفرضها المجتمع على الإنسان.

## أساليب تنمية التذوق الفني:

بعد التعرف على الأهمية التربوية للتذوق في المجال التربوي يبقى السؤال حول أساليب تنمية التذوق الفني في المجال التربوي؟ وقد أشار إلى مجموعة من الأساليب يمكن إيجازها فيما يأتي: التعمق في دراسة مكونات الطبيعة- الزيارات الميدانية للمعارض والمتاحف والأماكن التراثية - إنشاء أكاديميات للتراث والفنون والنقد الفني - التخطيط الجيد إعلامياً وثقافياً لتنمية التذوق لدى الأفراد - الاهتمام بدراسة الفن وإنتاجه كونها تهدف إلى تنمية القدرة على التذوق والابتكار لدى المتعلمين- ممارسة الطلاب للأنشطة المختلفة والتي تستهدف ارتقاء تذوقهم (Khazin, P.T)

1- تنمية الثقافة الفنية: وذلك عن طريق شرح مجموعة من المعلومات التاريخية (تاريخ الفن) وتبسيط تلك المعلومات على أن يتم سردها في قالب قصصي يثير اهتمام الطالب يتناسب مع المرحلة العمرية له وكذلك تدريب الطلاب على رؤية الأعمال الفنية من ناحية جمالية إلى جانب المعرفة التاريخية للأعمال السابقة

2- تنمية الثقافة البصرية: أن الثقافة البصرية تولد منذ تعرف الطالب إلى ما يحيط به من الأشياء وتنمو معه على مر الزمن وهي تتفاوت في سرعة نموها من شخص لآخر حسب البيئة التعليمية والاجتماعية والاقتصادية وهي تكتسب وتزداد بتوجيه حاسة البصر لدى الطالب إلى رؤية القيم الجمالية والفنية فيما يحيط به ، ولا شك بأن البيئة التعليمية إذا توفرت فيها الشروط المثالية سوف تساعد في عملية التذوق الفني (Yusuf, 1975)

3- الخبرة الجمالية العملية: "وتتم عن طريق الممارسة الفعلية للعمل الفني من خلال التعامل البصري والسمعي والحسي وباستخدام الخامات الفنية المختلفة، فمن خلال حاسة البصر فان الطالب يمكنه مشاهد العديد من النماذج الفنية المختلفة، ومن خلال حاسة السمع فهو يتلقى المعارف الفنية المختلفة ، إما من خلال حاسة اللمس فهو يتعامل مع الأدوات والعدد والخامات تعامل مباشر يطبق من خلالها ما شاهده وسمعه." (Yusuf, 1975)

والاختلاف والتباين حيال موضوعات الجمال ، انما يرجع الى امرين اثنين: الأول: عدم وجود معيار دقيق علمي للجمال يربط الأذواق جميعاً.... الأمر الثاني: اختلاف الملكات العقلية والخيال لدى الأفراد، فقد يستوعب المتذوق زخم العمل الفني استيعاباً شاملاً. يقصر دونه متذوق آخر حيال موضوع واحد .

"ان الجمال لا شأن له بالهيئة الظاهرة انما هو ما وراء ذلك . بمعنى انه جمال علوي مطلق . وتطلع الى عالم آخر هو عالم المثل . اما عالمنا الحسي فهو تقليد ومحاكاة لذلك العالم .ومن اجلها وجد الشيء . فهو مغاير لأفلاطون وعنده الجمال ليس في عالم ما فوق الحس ، انما نستدل عليه فيما هو لنا .... أي انه جعل الجمال متصلاً بالعالم الحسي " (Khayyat)

ان تذوق الجمال يقرره عاملان حسب رأي التوحيد الأول: اعتدال مزاج المتذوق والثاني: تناسب اعضاء الشيء بعضها الى بعض في الشكل واللون وسائر الهيئات.. "كما اكد بأن ليس بإمكان الوهم ان يجمع هذه



الشروط التي تعجز الطبيعة عن جمعها ، لذلك فأن ادراك الجمال ادراكاً كاملاً هو من الأمور الصعبة وان الوهم تابع للحس ، والحس تابع للمزاج والمزاج تابع اثر من آثار الطبيعة". (Gibran, BT, BT)



صورة (8)

### الفصل الثالث / اجراءات البحث

اولاً: منهجية البحث :

اتباع البحث المنهج الوصفي(\*)

وتحليل المحتوى(\*\*) والتي تعني (برصد الظواهر وتحليلها بقصد الكشف عن حقائق موضوعيه وعلميه)(خليل,1999...ص5) وبوسائل النقد التحليلي الموضوعي لكل عينه وتحقيق الاهداف .

ثانياً:مجتمع البحث :

يتضمن البحث الحالي خمسة عشر اعلاناً تجارياً ويعود اختيار هذه الاعلانات التجاربه كمجتمع

للبحث الحالي للأسباب الآتية :

1-تميزها بأفكار ابداعيه مؤثره معبره جماليا .

2-تنوع اساليب اخراجها .

3-توافق عناصر البناء الشكلي ورسائنها .

4-احتواءها دلالات تعبيريه وابعاد وظيفيه وجماليه .

5-استخدامها احداث التقنيات التصميميه والصناعيه .

ثالثاً:عينه البحث :

اعتمد الباحث طريقه القصديه(\*\*\*) في اختيار عينات البحث وبنسبه 25% من مجتمع البحث , وبذلك بلغ

عدد النماذج (3) أنموذجاً(\*\*\*) لأغراض التحليل لتغطي هدف البحث وفقاً للمصوغات الآتية :-

(\*) المنهج الوصفي: هو أسلوب لجمع المعلومات والحقائق عن ظاهرة أو موقف معين وتفسير هذه الحقائق تفسيراً علمياً ( خليل , 1999 , ص36)

(\*\*) تحليل المحتوى : أسلوب بحث لعمل استنتاجات عن طريق تشخيص خصائص معينة ضمن المحتوى بطريقة موضوعية ومنهجية (سمير , 1983 , ص22)

1-امتلاكها افكار ابداعيه ذات الخطاب الجمالي من خلال خصائص مميزه لمحتوى المثير الفني وصفاته المظهرية .

2-احتواءها على بنيات ايقاعيه معبره جماليا .

3-توافر الاسباب الموضوعيه في كل انموذج وعلاقته باهداف وعنوان البحث الحالي من خلال طروحاتها الفكرية الهادفه .

رابعا: اداة البحث :

تحقيقا لاهداف البحث تم تصميم استماره التحليل ملحق(1) ماورد بلاطار النظري بالمؤشرات فضلا للادبيات المتعلقة بموضوع البحث .

خامسا:صدق الاداه :

تم عرض اداة (الاستماره لتحليل المحتوى) على عدد الخبراء(\*\*\*\*\*) من ذو الاختصاص الدقيق قبل تطبيقها وتم الاجماع على صلاحيه مفرداتها بعد اجراء التعديلات عليها وبذلك اكتسبت صدقها الظاهري من الناحية البحثية .

سادسا: ثبات الاداة :

الثبات يؤدي الى نوع من التوافق في تحليل المحتوى، ويعني (الحصول على نتائج متقاربه في الظروف نفسها حينما يقوم بالتحليل اكثر من باحث في وقت واحد للانموذج المحدد في اوقات مختلفه ) (فان،1985...ص61)

لذا اعتمد الباحث اتخاذ الاجراءات الاتيه لزياده ثبات التحليل:

قام الباحث بتحليل انموذج من عينات البحث بالاعتماد على معادلة كوبر في حساب معامل الثبات والتي تنص على:

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

وكانت نسبة الثبات 85%

ولذلك تعد الاداة صادقه وثابته ويمكن استخدامها لتحليل وتم تحديد محاور محدده للتحليل كالآتي :

**تحليل العينات**

(\*\*\*) الطريقة القصديه : هو افضل الخيارات اذ نحدد الدراسة واهدافها ومتطلباتها ( المحتوى موضوع التحليل ) ويضمن بالتالي وحدة

اساس المقارنة ( محمد , 2010 , ص107 )

(\*\*\*\*) تمت مناقشة النماذج المنشورة وحسب ماهو متوفر لدى الباحث .

(\*\*\*\*\*) إ.د. نصيف جاسم محمد تصميم طباعي / جامعة بغداد / كلية الفنون الجميلة .

أ.د. سحر سرحان تصميم طباعي / جامعة بغداد / كلية الفنون الجميلة .

أ.م.د. اكرم جرجيس تصميم طباعي / جامعة بغداد / كلية الفنون الجميلة .

## أ نموذج (1)



المواصفات

المطبوع: اعلان تجاري

الموضوع: زاهي العملاق

الدولة: المملكة الاردنيه الهاشميه

القياس: 40\*40

الالوان: اربعة الوان

الطباعة: اوفسيت

\*الشكل التصميمي: الاعلان يمثل توليفه بصريه كتكوين يضم عناصر الوحدات الاساسيه للعمل و هي الوحده الفكرية والوحده البصريه, والتي من خلالها نستطيع ان نصل الى تحقيق الوظيفة المناطه للتوليفه البصريه من خلال علاقتهما المرثيه والمكانيه والبنائيه مع باقي الوحدات داخل بنييه العمل التصميمي. وقسمت مساحة الاعلان الى قسمين القسم الأعلى اتخذ جزء الاعلان يتضمن رسم شعار صغير يمثل شعار المنتج من خلال مفردات واضحه في الشكل حيث يمثل هذا الشعار هويه المنتج كما يتضمن ايقونه تمثل علامه الجوده حيث اعطت دلالة رمزيه بصريه تمثل شكل الشعار ليكون دلالة واضحه للمنتج ، اما القسم الاسفل من الاعلان اتخذ شكل المنتج وكتبت عليه العبارة ( العملاق (ALEMLAQ).

ان ضروره وجود هذا العنصر يعتبر من العلاقات الضرورية لأنشاء الهويه البصريه التي يميز التصميم عن غيره واعطائه الهويه التي تمثله. وهنا تقف مهاره المصمم الطباعي في استغلال وتوضيف وتوزيع العناصر والرموز والاشكال داخل الحيز البصري بشكل مدروس ومتوازن كما تؤدي العلاقات دورا مهما في ابراز وهيمنه بعض العناصر بحسب درجه الاهميه والموضوعيه او القراءه البصريه الصحيحه التي ترتبط بحركه العين .

\*محتوى الشكل التصميمي : ان اي تصميم يجب ان يعطي وضوحا لفهم الفكره التي جاء من اجلها للتعبير عن مضمون ومن خلال الصفات المظهرية والغير مظهرية للشكل العام في التصميم فضلا عن استخدامه وطريقه ترتيب اجزاءه الشكلي .

ان ادراك الشكل من خلال صفاته المظهرية والغير مظهرية يتضمن في الاطار المعرفي للمتلقى من خلال ادراك المحسوس والمستوعب بالعقل او كشرط للمعرفه وخضع المصمم الى الكثير من المؤثرات التي تحيط به اجتماعيا وبيئيا حيث يختلف بين مصمم ومصمم اخر حيث تدخل ضمن مؤثرات فرعيه لها اثر واضح في الاساليب التصميميه التي يتبعها المصمم في العمليه التصميميه . فالشكل في هذا العمل عبر عن دلالات ومعاني على وفق معايير تصميميه شكلت تناسق العمليه الغير اظهاريه بصوره دقيقه فهذا العمل يمثل وسيله اتصاليه بصريه تتضمن مجموعه من العناصر التيبوغرافيه التي تعطي الدلاله الواضحه من ناحيه التنسيق والتأثير على المتلقى .

\*المكونات الفنية (الشكل الاسلوبي): يشكل الشكل البصري في هذا الاعلان من العناصر الكرافيكية كأساس جمالي يقتصر على الأسلوب التعبيري المنطقي في ابراز المدلولات الفنية والموضوعية, التعبيرية لرساله الفكرية فهو يحدد القصد في اطار موضوعي ليجد القبول المتوقع من الجمهور فالاشكال او الصور العبيرية تشير في المجتمع حيث تضيفها يكون مؤثرا لدى المتلقي لتحريك دوافعه مع الاخذ بنظر الحسبان اختلاف الفئات المتلقيه للفكره لذلك كان التعبير عنها بأفضل العناصر والاسس خدمه لفكره الاعلان واوصلها للمتلقي .

\*دلالات جماليه: من حيث المبدأ لا ينبغي ننظر الى التصميم الشكلي لهذا الاعلان على انه مجرد ترتيب للاشكال بل المعنى يتعدى ذلك الشيء الى شيء مهم الا وهو فاعليه العمليه التصميميه اي ان التصميم هو التنظيم للاشكال وصفاتها , فالشكل يجمع عناصر متعدده وتنظم وتراكب على وفق الفكره التصميميه ولا تتوقف طبيعه التصميم على الاشكال وهيئاتها , مضمون العمل التصميمي هو حوارا فكريا تناغميا يتساوى مع المشتركات الحسيه الجماليه عن طريق رؤيه المنتج وفائدته للمجتمع .  
لقد اراد المصمم ان يؤدي رساله ذات دلالة فكرية وجمالية ترضي المتلقي بعد اجراء عمليه التنظيم والتنسيق والترتيب بين العناصر والاسس الرابطة بينهما على وفق مخيلة المصمم.



## أنموذج (2)

المواصفات

المطبوع: اعلان تجاري

الموضوع: زاهي العملاق

الدولة: المملكة الاردنيه الهاشميه

القياس: 40\*40

الالوان: خمسة الوان

الطباعة: اوفسيت

\*الشكل التصميمي: ان الاعلان التجاري يمثل واجهه اساسه يؤثر في المتلقي من خلال مهاره المصمم الطباعي في تصميم الاعلان الجاري حيث يجب مراعاة الوحدات الاساسيه والفكرية للعمل الصممي والتي من خلالها نستطيع الوصول الى الهدف من الاعلان التجاري مع مراعاة وجود العناصر والوحدات داخل العمل التصميمي . حيث اخذت مساحه الاعلان قسما واحدا اتخذ شكل المنتج وكتب عليه عباره (العملاق AL EMLAQ) التي تمثل الموضوع للاعلان ليكون ذات دلالة واضحه للمنتج وان ضروره وجوده العنصر لانشاء تكوين تعريفي للعمل التصميمي ليميزه عن غيره ويكون ذات هويه معروفه وهنا يكون نشاط المصمم الطباعي في تكوين الاعلان من خلال توزيع العناصر والرموز والاشكال داخل العمل التصميمي بشكل متوازن وذلك لابرز بعض العناصر حيث وجودها واهميتها الموضوعيه والفكرية والقراءه البصريه .

\*محتوى الشكل التصميمي: ان تصميم اي شكل ان يكون ذات معاني واضحه من اجل سهوله وادراك المتلقي للمنتج وذلك ليعبر عن مضمون المنتج من خلال الاعلان التجاري من خلال صفات مرئيه او غير

مرئيه يختلف التصميم من مصمم الى اخر حسب العناصر والمؤثرات التي يخضع لها ، وبذلك يضم الاعلان فضاء يحيط بالمنتج التجاري لاعطاء جماليه فنيه حيث كان الشكل ياخذ الجزء الوسطي من الاعلان وبذلك وجود خمسة الوان لاعطاء جماليه الشكل التصميمي لدى المتلقي وبذلك وجود اهميه الخط في الشكل التصميمي لاعطاء اهميه المنتج لما يمثل الخط العنوان الرئيسي في الاعلان عن المنتج فأن الشكل يعبر عن دلالات ومعاني تحت اسس تصميميه شكلت تناسق العمليه التصميميه للتأثر على المتلقي.

المكونات الفنيه (الشكل الاسلوبي): يعتبر الشكل في الاعلان التجاري ذات اهميه كبيره لاعطاء اسس جماليه من خلال تعبير الاسلوب التعبيري وابرار التكوينات الفنيه والمدلولات الموضوعيه للتعبير عن الاعلان ووصول الرساله الفكرية للمتلقى حيث اخذ شكل المنتج الاساسي الشكل العمودي لاعطاء الشعور بالوحده لدى المتلقي وبذلك اخذ عنوان المنتج عبارته (العماق) الشكل المائل حيث ان توضيف هذه الاشكال ليكون مؤثر لدى الشخص المتلقي وذلك باستخدام العناصر والاسس التصميميه من اجل ايصال الفكره الى المتلقي .

\*دلالات جماليه : ان العمل التصميمي للاعلان التجاري هو ليس فقط ترتيب العناصر التيبوغرافيه انما هو يتعدى حدود ذلك وانما هو فاعليه العمليه التصميميه اي ان التصميم هو تنظيم الاشكال وطرحها على المتلقي من خلال وصف الاعلان عن طريق ترتيب الاشكال والالوان والخطوط لتكون ذات تعابير جماليه وظيفيه تحقق الهدف المطلوب من العمل التصميمي

#### الفصل الرابع

##### اولا: نتائج البحث:

1\_ ان تأثير الالوان الطباعية في الاعلانات التجاربه على المتلقي تأثير مباشر كاللون الاحمر في أنموذج (1).  
2\_ اهمية المصمم الطباعي ومايقوم به من مهارات وتنسيق بين عناصر واسس التصميم لأنتاج عمل تصميمي متكامل .

3\_ يشكل الاعلان التجاري وسيله اتصال مهمه بين المنتج والمتلقي .  
4\_ اهمية الشكل في الاعلان التجاري حيث لا يوجد اعلان بدون شكل .

##### ثانيا: الاستنتاجات :

1\_ يؤثر اللون تأثير مباشر حيث ان اللون الاحمر يشد من انتباه المتلقي بصوره مباشره .  
2\_ اهميه ترتيب الاسس والعناصر ترتيبا تنظيما حيث ان التصميم هو التنظيم .  
3\_ اهميه الاعلان التجاري وما يؤثر في الفرد .  
4\_ التأكيد على وجود الجمال في الاعلانات التجاربه حيث يكون جمال ماديا او معنويا .  
5\_ ان تصميم الاعلان التجاري يؤدي أكثر من دلالة منها الوصفيه او التعبيره او الوظيفيه .

##### ثالثا: التوصيات :

1\_ اضافته كتب منهجيه تدرس طريقه انشاء الاعلانات التجاربه بطريقه مدروسه وتأثيرها على المتلقي .

2\_ توفير كتب منهجية تدرس مدارس التصميم وتحدث عن المصممين العالميين والعرب المختصين بالتصميم الطبايعي .

3\_ ابتكار افكار تصميميه تثير الجذب عند المتلقي وتنفذ بأساليب بسيطه وتحقق رساله الاتصاليه التي يهدف لها المصمم الطبايعي .

رابعاً: المقترحات :

1\_ البعد الجمالي في تصاميم الاعلان التجاري.

2\_ الشكل وتأثيره في الاعلان التجاري .

3\_ تأثير الاعلان التجاري على المجتمعات العربيه .

4\_ تأثير اللون في دلالة تصميم الاعلان التجاري .

#### References:

1. A group of researchers .(1959) .*The Easy Arabic Encyclopedia* .s. b. Ghorbal, Ed (. Cairo: Dar Al-Shaab and the Franklin Institute for Printing and Publishing.
2. Abd al-Amir, S. L & .Rashid, S. H .(2007) .The Expressive and Semantic Dimensions of Composition Elements and Their Relationship in Al-Wasiti Miniatures .*Babylon University Journal, Human Sciences ,Issue 2*)Volume 14.(
3. Abd al-Khaleq, A. M) .n.d .(*Basic Dimensions of Personality*) Vol. 2nd edition) .(p. b. Eysenk, Ed (.Beirut: University House for Printing and Publishing.
4. Abu Rayan, M. A .(1985) .*History of Philosophical Thought from Thales to Plato* . Beirut: University Knowledge House.
5. Afifi, M. a.-H .(1970) .*in The Fundamentals of Education* .Cairo: Anglo-Egyptian Bookshop.
6. Ahmed Dadoush) .n.d .(Contemporary Propaganda Methods..The End Justifies the Means .*Al-Bayan Magazine* .238 ,
7. Al-Badri, R. M .(2006) .Media and Modernizing Arab Societies .*Proceedings of the Twelfth Scientific Conference* .League of Arab States.
8. Al-Bazzaz, A. a .(2001) .*Foundations of Artistic Design* .Baghdad: University of Baghdad.
9. Al-Ghamdi, A. M .(1999) .*The role of criticism and artistic appreciation in the development of artistic culture within art education lessons in public education schools* . College of Education, Umm Al-Qura University.
10. Al-Hamdani, H. M .(2012) .*Propaganda between the Past and the Present* .Amman: Dar Osama.
11. Al-Husseini, I. H .(2002) .*Artistic Formation of Arabic Calligraphy According to Design Principles* .Baghdad: General Cultural Affairs House.
12. Ali Thuwaini .(2010) .*Principles of Architectural Design* .Beirut: Dar Qabes.
13. Al-Najjar, S .(2010) .*The Aesthetic of Syntactic Relations in the Artistic Text* .Beirut: Al-Tanweer for Printing and Publishing.
14. Al-Najjar, S. M.-G .(2006) .Media and the Modernization of Arab Societies . *Proceedings of the Twelfth Scientific Conference* .League of Arab States.
15. Al-Taweel, H. A.-M ,2005) .April .(The Digital Revolution and its Impact on the Development of Architectural Education .*Architectural & planning journal* ,pp.82-67 .
16. Al-Yassin, J .(1985) .*Al-Farabi in his Borders and Drawings* .Beirut: World of Books.
17. Attia Abboud .(1985) .*A Tour in the World of Art* .Beirut: Arab School for Studies.

18. Badawi, A. a.-R .(1969) .*The Autumn of Greek Thought* Vol. 1st edition .(Cairo: The Egyptian Renaissance Bookshop.
19. Badr, M. T .(1995) .*The Perceived and the Mysterious (Science, Philosophy, Religion, and Art)* .Cairo: The Egyptian General Book Organization.
20. Basem Al-Aasam .(2010) .*Approaches to Dramatic Discourse* Vol. 1st Edition .(Damascus: Dar Al-Yanabe.
21. Ernst, C .(1988) .The Philosophy of Symbolic Forms .*Journal of Arabs and Global Thought*.
22. Etienne, J) .P.T .(*Design and Form*) .S. M. Abdel-Ghani, Trans (.Sharjah: Sharjah Center for Intellectual Creativity.
23. Faiza Ahmed Helmy Sadeq .(2012) .*The Impact of a Training Program Based on Information Processing on Changing Negative Thought among a Sample of University Students* .Faculty of Education, Tanta University.
24. Gibran, M) .BT, BT .(*Pioneer of Students* .Beirut: House of Knowledge for Millions.
25. Hamid Halloum) .n.d .(*Advertising Culture* .Cairo: Al Trasad Bookshop.
26. Ibn Faris(1399) .AH-1979AD .(*Language Standards*) .e. b. Haroun, Ed .(Dar Al-Fikr.
27. Ibn Manzoor (d.711AH: 1311CE), A. a.-F.-D.-A1427) .AH-2006AD .(*Lisan al-Arab* . Dar al-Hadith.
28. Ibn Manzoor(d. 711 AH: 1311 CE), A. a.-F.-D.-A) .n.d .(*Lisan al-Arab* .Beirut: Dar Sader.
29. Ismail, E .(1986) .Quranic texts on the human soul .*Arab Horizons Magazine* ,Issue 2.
30. Karumi .(1994) .) ,movement is the language of the actor .*Theatrical Life Magazine* .40 ,
31. Khalil, K. A .(1995) .*A Dictionary of Philosophical Terms* .Beirut: Dar Al-Fikr Al-Lebanese.
32. Khayyat, Y) .n.d .(*A Dictionary of Scientific and Technical Terms* .Beirut: Dar Lisan Al Arab.
33. Khazin, I) .P.T .(*Opinions of the People of the Virtuous City - Abu Nasr Al-Farabin* . Beirut: Dar Al-Qamous Al-Hadith Publications.
34. Mallens, F .(1993) .*How do we taste painting? Elements of Composition*) .r. b. Al-Wasiti, Ed & ,H. Al-Taie, Trans (.Baghdad: House of General Cultural Affairs.
35. Matti, K .(1966) .*Greek Philosophy in Its Early Ages* .Baghdad: Al-Irshad Press, Baghdad University helped to publish it.
36. Muhammad al-Arabi Shamoun .(1987) .*The Olympic Journal* .Cairo: The Egyptian Olympic Committee.
37. Muhammad, N. J .(2011) .*In the Space of Typographic Design* .Damascus: House of Springs.
38. Nadia Aref .(1991) .*Commercial Advertising* .Anglo Egyptian Bookshop.
39. Nassif Jassim Muhammad) .n.d .(*Graphic Design* .Design Department, College of Fine Arts / University of Baghdad.
40. Nilms .(1961) .) ,*Theatrical Direction*) .A. Salama, Trans (.Cairo: The Anglo Egyptian Bookshop.
41. Nobler, N .( 1992) .*Dialogue of Vision, An Introduction to Art Tasting and Aesthetic Experience*) .F. Khalil, Trans (.Jordan: Arab Institute for Studies and Publishing.
42. Nour, M. A .(1994) .*A proposed program to discover and nurture talented people in the visual arts in Egypt* .Helwan University - Faculty of Art Education, Department of Education Sciences.
43. Rab, Y. K .( 2001) .*Introduction to Appreciation and Artistic Criticism* .Riyadh: Osama House.
44. Rachid Hamelil .(2007) .*War, Public Opinion and Propaganda* .Algeria: Ministry of Culture.

45. Saad Muhammad bin Nami .(1436) .*Political Propaganda and Translation* . Translation Forum and its Role in Promoting Cultural Communication, College of Languages and Translation, Naif Arab University for Security Sciences.
46. Shawky, I .(2006) .*Design Its Elements and Foundations in Plastic Art* .Egypt.
47. Smith, E .(1995) .Visual Art and Kinetic Art . *Arab Horizons Magazine ,Issue.(8 ,7)*
48. Taman, M .(2004) .*Digital Art as One of the Trends of Postmodern Art and its Application in the Field of Contemporary Photography* .Cairo: Helwan University.
49. ThomasTatlo .(1992) .*Sport psyching* .Printed: U.S.A.
50. Wajih Mahjoub .(2001) .*Learning and Scheduling Exercise* Vol. 1st Edition .(Amman: Dar Wael.
51. Yusuf, I ,1975) .October .(The Concept of Aesthetic Experience among Philosophers and Aesthetic Scientists (its classification and its relationship to the individual) . *Education Journal, the twenty-sixth year.*



## ملحق (1) أستمارة التحليل

|                                    |                        |
|------------------------------------|------------------------|
| الوظيفة التصميمية                  | جماليه نفعيه           |
| 1. الشكل التصميمي                  | أ.السياده              |
|                                    | ب.التدرج               |
|                                    | ج.الانسجام             |
|                                    | د.النسيه               |
|                                    | هـ.التكرار             |
|                                    | و.الوحده               |
|                                    | 2.محتوى الشكل التصميمي |
| 3.المكونات الفنيه (الشكل الاسلوبي) | ب.الشكل                |
|                                    | ج.اللون                |
|                                    | د.الخط                 |
|                                    | هـ.النقطه              |
|                                    | أ.أفقي                 |
| 4.دلالات جماليه                    | ب.شاقولي               |
|                                    | ج.عامودي               |
|                                    | د.ماثل                 |
|                                    | هـ.منحني               |
|                                    | أ.الوصفيه              |
|                                    | ب.التعبيريه            |
|                                    | ج.الوظيفيه             |

# **Aesthetic discourse in the significance of commercial advertisement designs**

**Sanad Fouad Mohammed**

## **Abstract:**

The current research is concerned with the study of (aesthetic discourse in the significance of commercial advertisement designs), according to a knowledge structure defined by function and creativity, and the main goal is to interpret the reality of forms, their various sources, their essence, meanings, formal relationships, and design ideas in order to achieve the visual goal as a typographic achievement. It arises through the designer's internal mental intuition to produce shapes based on subjective feelings that refer his preconceptions about those shapes with his feelings to creative formations. Aesthetic discourse is produced from the mind depending on the various symbolic, psychological and social functions, production methods, customs and traditions, so the aesthetic discourse is a reflection of this social and economic reality. .

This study is a sign capable of enriching the aesthetic discourse with many data that stimulates the sense of taste in the recipient through its specificity in the multiplicity of symbols and connotations and its absorption of its effective importance that brings together the designer as a creator of the aesthetic discourse and the society that preserves in his memory many rhetorical and aesthetic patterns, and no matter how many theories of discourse The discourse is associated with the function and the creative content, just as the language of the discourse is associated with the visual language to analyze the aesthetic discourse in it into a visual culture and to the processes of understanding, interpretation and persuasion.

Where he dealt with the aesthetic discourse as an indicator that leads the designer towards creating constructive and aesthetic relationships to reach a specific goal that is compatible with the aspirations of the recipient through the designer's tool in directing and employing these relationships and foundations within a visual unit that lies in the form that melts into the content with the rest of its constituent elements.

**Keywords:** Discourse, beauty, advertising.