



The Technological Aesthetics of Graphic Design in Contemporary Architecture

Majid Abdul-Hussein ^a

Moataz Inad Ghazwan ^b

^a Master's Student in Typographic Design, Department of Design, College of Fine Arts, University of Baghdad

^b Professor of Graphic and Typographic Design, Department of Design, College of Fine Arts, University of Baghdad



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

ARTICLE INFO

Article history:

Received 9 November 2025

Received in revised form 1

December 2025

Accepted 3 December 2025

Published 1 October 2026

Keywords:

Technique, Graphic, Space,
Architectural

ABSTRACT

The aesthetics of graphic design techniques, when employed within architectural spaces, contribute to the creation of a visual language that facilitates users' ease of navigation and movement within these environments, as well as enhancing accessibility. Furthermore, they play a role in communicating the identity and function of these spaces through façade signage, while also enriching the overall user experience within them. Therefore, the aim of this research is to explore the aesthetic foundations capable of generating an effective graphic visual language that functions within architecture, offering both functional and aesthetic value. The spatial boundaries of the study are defined within the Republic of Iraq – Baghdad Governorate – specifically in shopping centers, the first half of the year 2025.

الجماليات التقنية للتصميم الكرافيكي في العمارة المعاصرة

ماجد عبد الحسين كاطع¹

معتز عناد غزوان²

الملخص

تؤدي جماليات تقنية التصميم الكرافيكي عند توظيفها في الفضاء المعماري إلى خلق لغة بصرية تساعد المستخدمين في هذه الفضاءات على سهولة التنقل والحركة فيها وسرعة الوصول، وتسهم أيضاً في عملية التعريف بشخصية هذه الفضاءات ووظيفتها عبر لوحات الواجهات، فضلاً عن تعزيز تجربة المستخدم داخل الفضاءات. لذلك يهدف البحث إلى معرفة الكيفية التي يمكن من خلالها يتم تحقيق التكامل مع الفضاء المعماري وظيفياً وجمالياً. وتحددت حدود البحث المكانية في جمهورية العراق – محافظة بغداد – مراكز التسوق، وزمانياً بالنصف الأول من العام ٢٠٢٥.

الكلمات المفتاحية: جماليات، تقنية، الكرافيكي، الفضاء، المعماري. المعاصر

الفصل الأول

١.١- مشكلة البحث:

يُعدّ التصميم الكرافيكي في الفضاء المعماري أداة أساسية في عملية تسهيل حركة المستخدمين داخل هذه الفضاءات عن طريق عملية الإرشاد، وتحديد مسارات التوجيه عبر اللوحات الإرشادية، واستخدام العناصر التيبوكرافيكي للتصميم الكرافيكي التي تُعدّ الوسيلة الأساسية في عملية الإرشاد والتوجيه في الفضاءات بتحديد المسارات داخلها مثل المستشفيات والمطارات ومراكز التسوق. لذلك برزت أهمية الجماليات التقنية للتصميم الكرافيكي في هذه المهمة عن طريق التنبيه وجذب المستخدمين لهذه اللوحات والإشارات، لأنها تُسهم في تعزيز هذه المهمة وجعل التصميم الكرافيكي أداة وظيفية جمالية في الوقت نفسه. لذلك تمثلت مشكلة البحث في السؤال التالي: ما الكيفية التي يمكن من خلالها تحقيق تكاملاً مع الفضاء المعماري وظيفياً وجمالياً؟

١.٢- أهمية البحث:

يمكن للبحث أن يُسهم في:

- الجانب النظري: قد يكون إضافة علمية تثري الدراسات الأكاديمية في مجالي التصميم الكرافيكي وعلاقته بالتصميم المعماري.
- أما الجانب العملي أو التطبيقي: فقد يساعد المشتغلين في مجالي التصميم الكرافيكي والتصميم المعماري على تحقيق تكامل جمالي ووظيفي في الفضاءات المعمارية.

١.٣- هدف البحث:

- التعرف على جماليات التصميم الكرافيكي الموظف في الفضاء المعماري التي يمكن من خلالها تحقيق التكامل بين الجوانب الوظيفية والجوانب التقنية.

١.٤- حدود البحث:

- الحدود الموضوعية: فعل جماليات تقنية التصميم الكرافيكي في العمارة.
- الحدود المكانية: جمهورية العراق، مدينة (بغداد). مول المنصور.
- الحدود الزمانية: عام ٢٠٢٥.

١.٥- تحديد المصطلحات:

الجماليات: «يهتم علم الجمال (كعلم) في الكشف عن ماهية الجمال، وتوضيح مظاهر الجمال وفونيماته في الموضوعات وفروقاتها عند الإنسان وفي الطبيعة وفي بقية مظاهر الحياة» (Eid, 1980, p. 24). التقنية: «هي عبارة عن منظومات (Systems) تتضمن

¹ طالب ماجستير - التصميم الطباعي- قسم التصميم -كلية الفنون الجميلة – جامعة بغداد.

² أستاذ التصميم الكرافيكي التصميم الطباعي- قسم التصميم -كلية الفنون الجميلة – جامعة بغداد.

معارف فنية، ومهارات بشرية، وأدوات، وعمليات، تعمل كلها لتحقيق وظيفة معينة» (Hughes, 2004, p. 17). المعاصر: «حالة من تعدد الأزمنة، وتنوع الممارسات الفنية التي تستجيب لظروف العالم الراهن» (Smith, 2009, p. 3).

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول

تقنيات التصميم الكرافيكي

تمتد التقنية عميقاً في تاريخ التطور البشري لقرون طويلة، وهي ساعدت الإنسان الأول في تلبية احتياجاته وتسهيل حياته اليوم، عبر تطوير أدواته التي ساعدته في بناء الحضارة الإنسانية، بدأ من الأدوات البسيطة المصنوعة من الحجر مثل الفأس والأدوات الحادة إلى ملبسه وكان من جلود الحيوانات، تكشف لنا هذه الأدوات عبقرية العقل الإنساني وإمكاناته على إيجاد الحلول لمشاكله وقدرته على التكيف أيضاً، كانت الحاجة من دفعت إلى تطوير الأدوات التي يستعملها يومياً، وهي القوة التي دفعت المجتمع الإنساني إلى التقدم، وقد مرّ تاريخ تطور التقنية بمراحل عدة، بدءاً من اختراع العجلة إلى العصر الرقمي المعاصر. تلتقي التقنية مع مختلف أنواع الفكر الإنساني، مثل: العلوم والصناعات والفنون، إذ إنّ التقنية غير موجودة لوحدها وإنما ظاهرة تتلازم أو تتكامل مع نوع أو أكثر من العلوم أو الفنون، لذلك "أن تحالف التقنية والفن ولّد التصميم الفني الذي يؤلف الدرجة الأخيرة لهذا الالتقاء وقد لوحظ أولاً في تحالف التقنية والعلم" (Vial, 2018, p. 58)، وبما أن التصميم الكرافيكي أحد فروع الفن البصري، يجمع بين الإبداع أو الجمال والتقنية لإيصال الرسالة الاتصالية عبر عناصره البصرية، لذلك يعتمد المصمم في إنتاجه لأفكاره وتنفيذها على مجموعة متكاملة من التقنيات بدءاً من مرحلة التفكير، ثم تنفيذها بوساطة التقنيات الفنية المتاحة له لإخراج فكرته، وأجهزة ومعدات لتنفيذها، إلى طريقة إظهارها طباعياً، أو رقمياً، إذ يعتمد على مجموعة من التقنيات المترابطة والمتسلسلة.

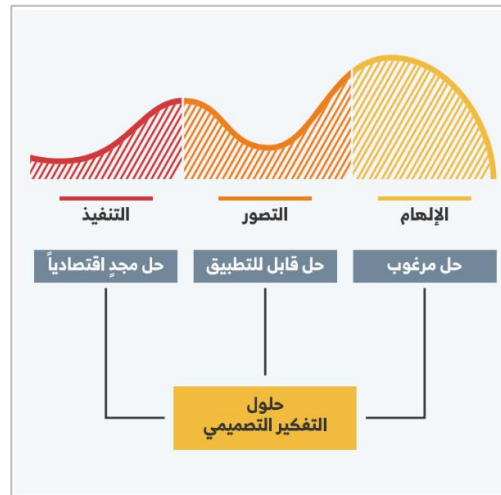
أولاً: تقنيات تصميم الفكرة:

تُعدّ الفكرة عملية عقلية أو ذهنية تتكون من عملية التفكير، وجاء تعريفها في المعجم الوسيط. "الفكرة هي إعمال العقل في المعلوم للوصول إلى معرفة المجهول". وورد تعريفها في موسوعة لالاند الفلسفية "بأنّها تمثل للإدراك حقيقة المدرك. وهي فعل عقلي يتناول الحساسة، لا الحساسة بعينها. فالفكرة بالمعنى القويم للكلمة هي على الدوام عملية إجرائية أو إبداع من الفكر" (Lalande, 1996, pp. 596-598)، إذّا فالإدراك ليس مجرد عملية استيعاب للعالم من حولنا، بل هو يعتمد على استيعاب العقل للمُدركات وتفسيرها، وبالتالي يقوم الإدراك بترجمة الواقع إلى صورة ذهنية أو فكرة.

تنشأ الفكرة في التصميم الكرافيكي من الشعور بمشكلة ما يتحتم إيجاد حلول لها، عبر ترجمتها من المصمم إلى رسالة بصرية تُفهم من الجمهور المُستهدف. إنّ التصميم المبتكر لا ينقل صورة جزئية، لكن يطرح فكرة عامة وبسيطة سهلة الوصول إلى المتلقي، إذ يجب أن تكون الفكرة موجهة لحل مشكلة التصميم بطريقة عملية قابلة للتنفيذ والتطبيق من عدة أبعاد، منها: الوظيفي، والجمالي، والاجتماعي، "عادة ما يلجأ المصممون إلى خبراتهم العملية لحل مشكلة تصميمية معينة، ولكن عندما تكون هذه المشكلة جديدة عليهم، فإنهم يلجأون إلى مصادر أخرى" (Deci & Lasswell, 2016, p. 11). مثلاً: عندما يصمم المصمم الكرافيكي تصميماً سيوظّف في الفضاء المعماري، لذا عليه أن يلجأ إلى المعمار لمعرفة ودراسة الأماكن ومركز الحركة الكثيفة في الفضاء المعماري ودراسة الفضاء الشخصي للمستخدم داخل الفضاء المعماري الذي يحتم على المصمم الكرافيكي أن يعرف كيف يوظّف تصميمه في الفضاء المعماري مع الحفاظ على الفضاء أو المحيط الشخصي للمستخدم وإيصال الرسالة الاتصالية أيضاً لأكبر عدد ممكن من المستخدمين.

وللحصول على أفضل تواصل بصري في الفضاء المعماري تمر مرحلة صناعة الفكرة التصميمية بعدة مراحل أو ما تسمى حلول التفكير التصميمي وهي: مرحلة الخيال أو الإلهام، ومرحلة التصوّر والمرحلة الأخير قابلية التنفيذ كما وموضّح بالرسم التوضيحي

(١)



رسم توضيحي (1)

المصدر: https://innovationhub.social/articles/sit01_06

نرى من الرسم التوضيحي أعلاه أن مساحة الإلهام والخيال مفتوحة نوعاً ما إلى إيجاد حل لمشكلة التصميم يكون مرغوب فيه، وفي مرحلة التصور تكون المساحة أضيق من السابق لكي يكون الحل قابلاً للتطبيق، أما عند الوصول إلى مرحلة الجدوى الاقتصادية فتكون المساحة الممنوحة إلى المصمم محددة بسقف معين لا يمكن تجاوزه، لذلك يقوم المصمم بحصر أفكاره للوصول إلى حلٍ مجدي اقتصادياً.

ويمكن لعملية إنتاج المنجز الكرافيكي أن تمرّ بسبع مراحل، وتقتضي هذه المراحل كلها حضور التفكير التصميمي وهي تعريف لمشكلة التصميم بشكل واضح ودقيق، والبحث في كل ما يتعلق بمشكلة التصميم من متطلبات التنفيذ، وتكوين تصورٍ بعدها وضع النماذج الأولية، من ثمّ اختيار الأفضل من بينها، وبعدها تبدأ عملية التنفيذ، والمرحلة الأخيرة هي التعلم من كل هذه المراحل. ويمكن أن نشرح كل مرحلة كما يلي (Ambrose & Harris, 2020, p. 9):

- ١- التعريف (تحديد المشكلة): وتحديد مشكلة التصميم بشكل دقيق في الفضاء المعماري هو وضع موجز للتصميم.
- ٢- البحث: جمع البيانات الخاصة عن المشروع الكمي والنوعي.
- ٣- تكوين التصور: تكوين تصورٍ عن شكل التصميم وإمكان توظيفها في الفضاء المعماري.
- ٤- وضع النماذج الأولية: هي المرحلة التي يبذل المصمم بوضع أكثر من خيار لأفكاره على الورق أو رقمياً لكي ينقلها من مرحلة التصور الذهني إلى أفكار مرئية.
- ٥- اختيار النموذج المناسب: واختيار النموذج الأفضل والأنسب الذي يلبي مضمون الفكرة الأساسية أو متطلبات المشرع من عدة نواحي الوظيفية والجمالية.
- ٦- التنفيذ: التي تتحول فيها فكرة التصميم من تصورات وأفكار أولية على الورق إلى واقع ملموس.
- ٧- التعليم أو التغذية الراجعة: آراء الجمهور المستهدف وردت فعله مهم جداً للمصمم الكرافيكي لتقييم التصميم وكشف مواطن الضعف فيه ومعرفة هل حقق أهدافه.

ثانياً: تقنيات تنفيذ التصميم الكرافيكي:

تقنيات تنفيذ التصميم الكرافيكي هي الوسائل والأدوات التي استخدمها المصمم لإنشاء رسالة بصرية تحقق أهدافاً وظيفية وجمالية، وتشمل هذه التقنيات الأساليب التقليدية المعروفة مثل الرسم والتخطيط والتلوين اليدوي وصولاً إلى الأجهزة والبرمجيات والتقنيات الرقمية الحديثة، إذ "يزداد على نحو كبير عدد البرامج التي تختص في التصميم الكرافيكي وتنوع الشركات المنتجة لهذه البرمجيات، التي ينبغي للمصمم المحترف التعامل معها وتوظيف إمكاناتها التقنية لتلبية أغراضه التصميمية وتحقيق أقصى المنفعة والفائدة منها" (Al-Rawi, 2011, p. 378)، التي توفر له البيئة الإبداعية لتحقيق ما يروم الوصول إليه، أذاً هي

وسائل إبداعية تساعد على تحويل الأفكار إلى تصميمات واقعية وملموسة في الفضاء المعماري تساعد المستخدم على الإرشاد والتوجيه والحركة بسهولة في هذا الفضاء.

فتحت التقنية الرقمية آفاقاً يسرت على الإنسان التعامل مع الفعل الحضاري على اختلاف الحاجات اليومية، وإن فكرة محاكاة الواقع موجودة تاريخياً من خلال الرسومات التوضيحية البسيطة عبر الحضارات المختلفة. (يبحث الإنسان دوماً عن محاكاة المعرفة غير المحددة الموجودة في الواقع الافتراضي لتنظيم عالم منسجم ومتكامل) (Al-Mekawi & Alamuddin, 2000, p. 29). ولأن التصميم الكرافيكي مجالات أو تخصصات متعددة، فرض هذا الأمر على الشركات المنتجة لهذه البرمجيات أو تخصص لكل مجال في التصميم الكرافيكي برامج التي تتعامل معه بفاعلية، لذلك يمكن لنا أن نقسم البرمجيات بحسب التخصص الذي تعالجه إلى ما يلي:

1. برامج إنتاج وتحرير الرسوم المتجهة (Vector Program): وهي البرامج التي تتعامل مع الرسوم المتجهة (Vector)، وهذه البرامج تعمل على إنتاج تصاميم طباعية ورقمية بدقة عالية، من رسوم وإعلانات وملصقات وشعارات، وأشهر برامج تصميم الرسوم المتجهة هو (Adobe Illustrator)، وبرامج (CorelDRAW).
2. برامج معالجة الصور (Bitmap Program): وهي البرامج مثل (Adobe Photoshop) التي تعتمد النقطة كوحدة أساس في تكوين الصور والتصاميم التي تنفذ بوساطتها، وهي معدة لتحرير وإنتاج الصور المخصصة للتصميمات التي تنفذ في البرنامج نفسه أو في البرامج الأخرى.
3. برامج تحرير النصوص والملفات الطويلة: وهي البرامج التي تتعامل مع النصوص والصفحات والملفات المطبوعة مثل الكتب والمجلات والصحف ومن أشهر هذه البرامج وأكثرها انتشاراً هو برنامج (InDesign).
4. برامج تحرير وتصميم المواقع الإلكترونية وتطبيقات واجهات المستخدم: برنامج (Adobe XD)، (وهو برنامج مخصص بالكامل لتصميم واجهات الاستخدام التفاعلية لكل الصفحات والتطبيقات وبفاعلية عالية، عبر احتوائه لمجموعة كبيرة من الميزات التي تتيح للمصمم الكرافيكي التعامل معه بكل مرونة) (Share, 2020, p. 8)، برامج تحرير الرسوم المتحركة (Motion Graphics): إلى برنامج مخصص لتصميم الرسوم المتحركة التي تُضمّن في الإعلانات وصناعة المحتوى البصري المتحرك، وأكثر برنامج انتشاراً هو برنامج (After Effects).

ثالثاً: تقنيات إظهار التصميم الكرافيكي:

١. الاختزال والتكثيف الشكلي:

يشكل الاختزال والتكثيف الشكلي في إظهار الفكرة التصميمية فعلاً تقنياً لتبسيط الرسالة الاتصالية وتحويل الأفكار التي قد تبدو معقدة للمتلقي إلى رسالة مرئية فاعلة، الاختزال: هو عملية تبسيط العنصر أو الشكل إلى أبسط صوره، أي أن الاختزال "هو تقنية تصميمية توظف باتجاه تهذيب الشكل أو المكون التصميمي من أي زوائد أو إضافات وصولاً إلى بنية بسيطة من دون أن ينتج ذلك خللاً في القيمة التعبيرية والجمالية للمنجز التصميمي" (Jirjis, 2013, p. 22). أما التكثيف فهو عملية دمج عناصر التصميم وتجميعها من أجل إيصال أكبر قدر ممكن من المعلومات للمتلقي بأقل العناصر وبفاعلية أكبر من دون أن تشغل حيزاً كبيراً، وهي تقوم على (أساس دمج بين العناصر التي يلاحظ المصمم وجود قدر كبير من التقارب والتشابه على مستوى التعبير، أو على مستوى السبب والنتيجة التي ستؤديها العناصر في الحيز التصميمي، أو على الاعتماد المشترك في أداء تعبير واحد) (Abdulhamid, 1987, p. 168). أي يمكن دمج العناصر التي قد تؤدي دوراً وظيفياً واحداً من ناحية الشكل أو اللون، وهذا الدمج يجب أن يكون مدروساً من المصمم لكيلا يقع في إرباك الرسالة الاتصالية التي يضمها المنجز التصميمي وبالتالي فشل عملية التلقي.

٢. الحذف والإضافة:

هي عملية تؤدي إلى ترشيح المنجز التصميمي والوصول به إلى التركيز على عنصر يريد المصمم أن يجعل المتلقي يركز عليه أولاً، أو لتحقيق التوازن والبساطة والوضوح، لأن التصميم المبتكر "هو ذلك التصميم الذي يستطيع كسر القواعد السائدة، لأنه يعمل

كعمل إبداعي يتوجه إلى اكتشاف ما هو جديد وليس إلى إعادة ما هو تقليدي" (Abdullah, 2008, p. 104)، أي أن المصمم يجب أن يكون غير متمسك بالقواعد التقليدية للتكوين في العملية التصميمية يمكن له أن يتصرف من خلال هذه التقنية بحرية تامة في عمله مثلاً حذف أرضية معقدة من صورة والتركيز على الشكل الأساس فيها، وبعدها يمكن إضافة عنصر مثل اللون أو التيبوغرافيا أو أي عنصر آخر إلى الصورة المفرغة يحقق الوظيفة المطلوبة من المنجز التصميمي.

٣. التنوع في النظام والتنظيمات الشكلية:

إنَّ استخدام هذه التقنية في إظهار فكرة المنجز التصميمي تحتاج إلى فهم عميق من قبل المصمم لمبادئ التصميم الكرافيكي وخبرة ومهارة منه من أجل تحقيق التنوع في النظام والتنظيمات الشكلية، لأن من دون الفهم والخبرة والمهارة قد يقع في الفوضى، لأن النظام "يؤشر في فن التصميم إلى شكل السياق الذي يتم من خلاله إدراك التصميم والتوصل إلى معناه كلفة دالة في الشكل، وشأنه في ذلك شأن كل الفنون البصرية التي تعتمد العين والإدراك كوسيلة" (Abdullah, 2008, p. 97) في تلقي الرسالة الاتصالية وتحقيق الناحيتين الوظيفية والجمالية. لأنه يعمل على بناء الشكل العام للمنجز داخل الإطار العام للإنشاء على وفق تجربة المصمم. يمكن استخدام التنوع في النظام والتنظيمات الشكلية في المنجز الكرافيكي، فالمصمم يستطيع أن يستخدم في عملية التكوين وإنشائه للمنجز الأنواع التالية من التنظيم: التنظيم المركزي (البؤري)، والتنظيم الخطي، والتنظيم التجميعي (العنقودي)، والتنظيم الشبكي (Al-Bazzaz, 2001, pp. 114–115).

٤. التباين في القيم اللونية المتضادة:

التباين اللوني وقيمته المتضادة في المنجز الكرافيكي يُعدّ أحد تقنيات الإظهار لهذا المنجز عبر استخدام درجات الألوان المتباينة (الفتاح- الداكن) لعمل تأثير بصري قوي لعناصر المنجز الكرافيكي، مثلاً: استخدام الأبيض على أرضية سوداء للحصول على تباين لوني عالي والحصول على درجة وضوح عالية، كذلك " يتحدد إدراك المتلقي للون دوماً بالألوان الأخرى الموجودة بالتصميم، إذ يبدو مثلاً مربع أبيض على خلفية سوداء أكبر مساحة من مربع أسود له المساحة نفسها موضوعاً على خلفية بيضاء" (Shiren, 2023, p. 28). من هذه الخاصية يمكن للمصمم أن يجعل اللوحات الدلالية مثلاً الموظفة في الفضاء المعماري ذات أرضيات سوداء وحمراء والنصوص أو العلامات والرموز باللون الأبيض والأسود لكي تكون أكبر حجماً مما تبدو عليه، وهذا يجعلها ذات درجة وضوح ومقروئية عالية.

٥. التباين والتدرج في المساحات:

إنَّ التباين والتدرج في المساحات يتحدد في عملية توزيع العناصر والكتل في المساحة المحددة للتصميم من أجل إنشاء توازن بصري، "فالتباين يعني التنوع، فهو يعطي نفحة من الحياة في العملية التصميمية ويضفي تأكيدات لعناصر منتخبة بطريقة تجعل المنجز الكرافيكي ملفتاً للنظر، فالتنوع في الحجم والشكل واللون عناصر فنية تخلق التباين" (Al-Bazzaz & Mohammed, 2001, p. 39)، لتمييز العناصر ذات الأهمية الأكبر، وخلق إحساساً بالبعد والحركة من خلال تجاوز مساحات متباينة بالحجم أو اللون. أما التدرج فيتم عبر ترتيب المعلومات أو المساحات بشكل هرمي لكي يتسنى للمتلقى تلقيها بحسب الأهمية، وخلق نظام تتابع في عملية التلقي، إذ كلما زادت أهمية عنصر ما في التصميم برز أكثر، إذ تكون العناصر الأهم أكبر أو بخط أسود غليظ أو بلون مميز أو تحيط به مساحة لونية أكبر أو يكون مزيجاً مما سبق (Krug, 2023, p. 60)، إنَّ التدرج يعطي إحساساً بالتدفق ويجعل التصميم أكثر ديناميكية.

المبحث الثاني

جماليات التصميم الكرافيكي في العمارة

عندما نرى منجزاً تصميمياً يلفت النظر ويجذب المتلقي إليه ويشدّه بقوة فأنتنا نقول عنه هذا عمل جميل أو منجز مبدع، وأن مصممه مبدع وذكي ويفكر بطريقة مغايرة؛ وبالتالي يكون هذا المنجز إبداعياً عندما تكون ثمار العملية الإبداعية ممتعة وذو جمالية جعلت من المتلقي أن يقف ويتأمل هذا المنجز، ويتحقق ذلك عبر القيمة الجمالية التي يتضمنها المنجز.

الجماليات هي فرع من فروع الفلسفة ويرجع "لفظ "الاستطيقا" إلى (بومغارتن)^{*} الذي وضعه أول مرة وهو لفظ مأخوذ من اللفظ اليوناني (Aisthesis) ومعناه الإحساس والعاطفة. بعدها استعمله (كانط)^{**} بمعنى الحساسية. لكنه استعمله فيما بعد في كتابه "نقد مملكة الحكم" بمعنى: الحكم التقديري الخاص بالجمال" (Bahawi, 2017, p. 22).

كانوا الإغريق هم الأوائل الذين وضعوا قواعد للجماليات ودراستها بطريقة علمية وفلسفية، إذ قاموا بوضع معايير إلى فهم ما هو الجمال، وكيف يمكن تطبيقه في العمارة والفن والتصميم بشكل خاص، إذ تبنا قواعد تعتمد على النسب، والتناغم، والتوازن في أعمالهم وكان لهم الفضل في تطور التصميم بعد ذلك، حيث قام الفيلسوف وعالم الرياضيات (فيثاغورس)^{*}، بتفسير الجمال باستخدام المعادلات الرياضية وقد توصل إلى اكتشاف النسبة الذهبية (Golden Ratio) و"تقوم التناسبات فيها على أساس نسبة تقريبية تعادل (١٣ إلى ٨)، وتظهر هذه النسبة في مجالات عدة، منها الفن والتصميم والعمارة، المستطيل الذهبي هو مستطيل تبلغ نسبة طوله إلى عرضه النسبة الذهبية (أي رقم واحد مضافاً إليه الجذر التربيعي للرقم ٥ مقسوماً على ٢) وتساوي (١:١,٦١٨٠٣)". (Pauline, 2023, pp. 20–22). وعليه صارت هنالك علاقة وثيقة بين التصميم وعلم الجمال، وهذه العلاقة في التصميم مكملية للوظيفة، لأن المنجز الكرافيكي يعتمد على مبادئ وأسس لصناعة تجارب أو رسائل بصرية مؤثرة، وهذا التأثير يعتمد بشكل كبير على فهم المصمم للقيم الجمالية التي تجعل منجزه أولاً جذاباً وثانياً مؤثراً في المتلقي، وبالتالي يسعى لخلق العلاقة التكاملية بين القيم الوظيفية والقيم الجمالية، عبر إيجاد علاقة متوازنة بينهما، وهذا جعل من علم الجمال ركناً أساسياً في المنجز التصميم الإبداعي.

أولاً: نظريات علم الجمال

إن علم الجمال يُعدّ أحد ركيزتين أساسيتين في التصميم الكرافيكي، إذ يؤثر في الإدراك البصري وبالتالي في تجربة المستخدم، ولفهم معايير واشتغاله في المنجز التصميمي علينا فهم قواعده وقياسها على هذا المنجز لتقدير القيمة الجمالية فيه. ومن الإلمام بذلك علينا أن نعرف النظريات التي نشأت من أجل تفسير وتقييم المنجزات الإبداعية وهي:

١. نظرية المحاكاة (Mimesis Theory):

تُعدّ واحدة من أقدم النظريات التي نشأت في علم الجمال، تعود للفلسفة اليونانية، ويعدّ افلاطون وأرسطو منظري هذه النظرية. التي مفادها أن الفن هو عملية محاكاة للطبيعة، قيمته الجمالية تحدّد بقدرته على تمثيل هذا الواقع بدقة متناهية. كان افلاطون يرى "أن الرسم وكل فن قائم على المحاكاة بوجه عام يبتعد في عمله عن الحقيقة، وأن الجزء الذي يرتبط به، في طبيعتنا، بعيد بدوره عن الحكمة" (Plato, *The Republic*, 1974, p. 560)، إن الفن نقل غير كامل للواقع وإنما هو تقليد شكلي فقط، لذلك كان

^{*} ألكسندر جوتليب بومغارتن (١٧١٤-١٧٦٢): هو عالم جمال وفيلسوف ألماني، وهو أول من أدخل مصطلح "علم الجمال" ليصف به الدراسات الإنسانية لتعريف الجميل. (المصدر: <https://ar.wikipedia.org/wiki>)

^{**} إمانويل كانط (١٧٢٤-١٨٠٤): يُعدّ أهم فيلسوف أوروبي في العصور الحديثة. ولد وأمضى حياته وقضى نحبه في كونغسبرغ في بروسيا الشرقية. (هندريش، دليل أكسفورد في الفلسفة-ج٢، ٢٠٢١، صفحة ١٢١٤)

^{*} فيثاغورس الساموسي (٥٥٠-٥٠٠ ق.م على وجه التقريب): تنسب للأخير العديد من الإسهامات في مجالات مختلفة كالموسيقى، وعلم الفلك والفلسفة والرياضيات. فضلاً عن نظرية فيثاغورس والتي كانت علاقة أساسية في الهندسة الإقليدية بين أضلاع المثلث قائم الزاوية، تحدّث هذا العالم عن التناغم الموسيقي والمجسمات والنجوم، لاسيّما كوكب الزهرة. (المصدر: <https://www.alarabiya.net/last-page/2018/12/15>)

ينظر إليها نظرة سلبية – محاكاة الفن - لأنها بعيدة عن الجوهر الحقيقي للموجودات، وبعيدة عن المثل العليا التي لا نستطيع أن نلمسها في الواقع.

أما (ارسطو) فكان عكس (افلاطون) إذ يرى أن محاكاة الفن للواقع ليست سطحية، بل هي محاكاة للجوهر وهي عنده "ليست لعالم المثل – الذي لا وجود له- وإنما للطبيعة مباشرة، أن يحاكي أوجه الحياة في عالميتها الشاملة من حيث الشكل والجوهر، والمثال كما تنعكس على صفحة روحه عن طريق ملاحظتها ودراستها" (Aristotle, 1977, pp. 61–62)، هنا (ارسطو) أكد على أن الفن يمكن له أن يحسن الواقع ويقدمه بطريقة معبرة ومثالية.

يمكن لنا أن نرى تطبيقات لنظرية المحاكاة في التصميم الكرافيكي عن طريق الكثير من المنجزات التصميمية ولاسيما الإعلانات الدعائية التي تروج لمنتجات بعينها، إذ ينبغي على المصمم أن يحاكي شكل المنتج حرفياً عن طريق رسمه بشكل واقعي، أو عن طريق التقاط صورة فوتوغرافية لهذا المنتج.

٢. النظرية الشكلية (Formalism Theory):

ترتكز هذه النظرية في الجماليات على الأشكال والعناصر البصرية لفهم ودراسة الجمال الفني، بعيداً عن المضمون والدلالة الرمزية للمنجز، وتُعدّ نقيضاً لنظرية المحاكاة لأنها تُركّز على أهمية التكوين البصري وقيمه فقط بعيداً عن المعاني والتأويلات التي يمكن أن يتضمنها العمل الفني. إن "الشكل المجرد هو القوام الأساس والداعم لصورة غريبة وخيالية للحياة الحيوانية والبشرية" (Fusiyan, 2019, pp. 23–24)، وهو العمود الأساس لأي منجز فني أو تصميمي، والأشكال غير الواقعية أو التمثيلية لا تعبر أو تحاكي الواقع بشكل مباشر، لكنها تعتمد على التبسيط والاختزال، والكل المختزل يُمكن المصمم من التعبير بشكل رمزي لإثارة المتلقي، والصور الغريبة والخيالية يُمكن لها أن تُعبر عن رؤية بعيدة عن محاكاة الواقع وهذا يُمكن المتلقي من تجربة عوالم تتجاوز الإدراك الحسي التقليدي.

وتُعدّ الانطباعية هي المدرسة الفنية التي قادت الانقلاب على محاكاة الواقع بشكله الحرفي وركّزت على الشكل فقط، "فإذا كان ثمة رجل واحد يمكن أن يقال عنه إنه ألهم الحركات الفنية كافة بعد ذلك، فهذا الرجل هو (سيزان)*. وبفضله اتخذ لفظاً "الشكل أو القالب (Form)" مكانة جديدة، وأصبح هو الأصل في تسمية النظرية الشكلية" (Stolnitz, 2006, p. 200). لذلك صار عند الانطباعية تمكّن العمل الفني التنظيم الشكلي للعناصر البصرية، من خط، وشكل، وسطح، ولون. يستخلص الباحث ممّا سبق أنّ النظرية الشكلية تؤدي دوراً أساساً في التصميم الكرافيكي عبر تركيزها على العناصر البصرية وآلية تنظيمها في المنجز الكرافيكي بشكل جمالي يحقق الجذب وإيصال الرسالة الاتصالية إلى المتلقي، ومن تطبيقاتها في المنجزات التصميمية مثل تصميم الشعارات وواجهات المستخدم وفي المطبوعات أيضاً مثل تصميم وإخراج الصحف، إذ تعتمد بشكل أساس على التنظيم الشكلي في إخراجها، وملصقات الباهواوس التي كانت تعتمد على القيم الشكلية.

٣. النظرية الانفعالية (The Emotionalist Theory):

هي إحدى نظريات علم الجمال التي تعتمد على التأثير في المتلقي بطريقة تحفز لديه الاستجابة العاطفية والانفعال الذي يثيره المنجز التصميمي أو العمل الفني بعيداً عن التركيز والتكوين أو البناء الشكلي له، وبحسب هذه النظرية القيم الجمالية ليست مسألة تكوين بصري جذاب فقط، ولكن تتجلى هذه القيم في التأثير النفسي والعاطفي الذي يحدثه المنجز التصميمي في الجمهور المستهدف.

وبحسب (سوزان لانجر)* إن "الاستجابة العاطفية المباشرة التي يولدها الشكل واللون هي نتيجة طبيعية وفعل غريزي يحدث للمتلقى عند مشاهدته هذه الأشكال والألوان في التكوين البصري" (Langer, 1953, p. 33) إذ يمكن للأشكال والألوان وبقية

* بول سيزان (Cézanne Paul) ١٨٣٩ - ١٩٠٦: رسام فرنسي يعد واحداً من رواد المدرسة الانطباعية، ويمكن أن نعد أن سيزان أباً للفن الحديث وذلك لأن أسلوبه الذي كان بمثابة المرحلة الانتقالية لتغيير كبير في تاريخ الفن الحديث إذ انتقل فن التصوير بفضل تجاربه من المدرسة التي نشأت في نهاية القرن التاسع عشر إلى المدرسة التجريدية الحديثة التي تكونت في القرن العشرين.

* سوزان لانجر (Susanne Langer) ١٨٩٥ - ١٩٨٥: فيلسوفة وكاتبة أمريكية، عرفت بنظرياتها حول تأثير الفن على العقل. كانت واحدة من أوائل النساء في التاريخ الأمريكي اللواتي امتحن الفلسفة بشكل أكاديمي.

عناصر التصميم الأخرى أن تثير مجموعة من المشاعر والاستجابات والأحاسيس التي يستثمرها المصمم في منجزه من أجل أولاً: جذب المتلقي، وثانياً: تحقيق الرسالة أو الوظيفة التي يتضمنها منجزه.

(ينتج الفن والتصميم رموزاً بصرية تؤثر بشكل كبير على إدراكنا، عبر تجسيدها والتعبير عن مختلف الأشكال والألوان والأنماط، تُمكن عملية التجسيد والتعبير هذه التصميم من أن يؤدي دوراً مؤثراً في تشكيل العالم، إذ يؤثر على الطريقة التي ندرك بها محيطنا ونفهمه) (Goodman, 1978, pp. 65,105)، فالرموز البصرية تمثل أهمية بالغة عبر قدرتها على إعادة تشكيل التصورات الحسية والإدراكية في الفضاء المعماري، من خلال عناصر التصميم الكرافيكي التي تمنح حضوراً مؤثراً وملموساً في تعزيز الفهم والتفاعل مع البيئة المحيطة - الفضاء المعماري - عبر الرسائل البصرية، وبذلك يصبح التصميم الكرافيكي أداة فاعلة في التأثير على إدراك المستخدم في الفضاء المعماري.

ويرى الباحث بما أن التصميم الكرافيكي، هو ممارسة تجمع بين الجمال والوظيفة في التواصل البصري، لذلك يؤدي دوراً أساسياً ومهماً في تكون تشكيل الثقافة البصرية للجماهير المستهدفة، ويؤثر على كيفية تفاعلهم مع الفضاءات المعمارية الداخلية والخارجية.

٤. نظرية الجمال الفني (Fineness Theory):

تهتم هذه النظرية بتفسير ما يجعل الأعمال الفنية جميلة ومؤثرة، وما الكيفية التي يتفاعل بها المتلقي مع الجمال بصرياً وعاطفياً لأنّ (الإنسان ينجذب لشكل الأشياء التي تقع أمام حواسه وسطحها وكتلتها، كما يحدث تفاعل معين متعلق بسطح وشكل وكتلة الأشياء، وينتج في صورة إحساس بالمتعة، في حين يؤدي الافتقار لمثل هذا التناسق إلى خلق شعور بعدم الارتياح أو اللامبالاة أو حتى عدم الرضا أو النفور. أن الإحساس بالتناسق الممتع هو الإحساس بالجمال) (Read, 1986, p. 20)، إنّ استجابة المتلقي للمؤثرات البصرية لا تعتمد على الإدراك الحسي فقط، لكن تمتد إلى التفاعل العاطفي والنفسي مع الأشكال والسطوح والكتل في المنجز الكرافيكي.

وهذا بالنتيجة يؤكد على أهمية الجمال في المنجز التصميمي، "لأنّ الجمال الفني صفة لا تتمثل في "الفنون الجميلة" وحدها، بل أن كثيراً من الموضوعات والأفعال التي يقصد منها أن تكون مفيدة، فبقدر ما يكون للموضوعات النافعة جاذبية إدراكية، تُعدّ "فنّاً جميلاً" (Stolnitz, 2006, p. 263)، إذاً الجمال الفني أو الفن الجميل ليس مقتصرًا على الفنون الجميلة المخصصة للتذوق الفني مثل الرسم والنحت والموسيقى، ولكن يتعداها إلى الفنون التطبيقية مثل التصميم والعمارة التي تحقق وظيفة أو فائدة عملية، وهذا يقودنا إلى أن هذه النظرية لا تركز على الجانب الجمالي فقط، وإنما يجب أن يتداخل أو يتكامل الجمال الفني مع الوظيفة والنفعية في التصميم الكرافيكي في الفضاء المعماري.

ثانياً: العناصر الجمالية في التصميم الكرافيكي:

تنبع الجماليات في التصميم الكرافيكي من أسس التصميم التي "تساعد في تحديد كيفية استخدام عناصر التصميم، فهي عدد من العلاقات التنظيمية التي تنظم وجود العناصر والمفردات وعلاقتها ببعض، وتعمل الأسس كمبادئ تنظيم شكلية للتصميم لتساعد على الجمع بين العناصر المختلفة" (Al-Rawi, 2011, p. 104) وهي تجعل من التصميم أمراً جذاباً وبسيطاً ومتوازناً، إذ لا تقتصر الجماليات على الشكل فقط وإنما تشمل عملية التفاعل بين العناصر الأخرى في التكوين البنائي للمنجز الكرافيكي مثل اللون، والخط، والشكل، والفرغ، وهذه العملية لا تهدف إلى خلق جانب جمالي فقط، وإنما تُسهم في تعزيز الرسالة التي يحملها المنجز التصميمي، وبالتالي تحقيق الجانب الوظيفي، مما يجعلها تؤدي دوراً أساسياً في التأثير بالمتلقي وإيصال الرسالة التصميمية. وأسس التصميم الكرافيكي هي المبادئ الأساسية التي يعتمدها المصممون لإنجاز تصميمات جميلة وجذابة، وهي تساعد على الانتباه وتوجيه المتلقي بطريقة مدروسة، وكل الأسس مهمة ولا يمكن الإخلال بأي واحد منها على حساب الآخر كلها تعمل في التصميم بكفاءة وفعالية واحدة، والأسس هي:

1- التوازن (Balance):

هو أحد أسس التصميم الكرافيكي، يمثل توزيع عناصر التصميم بطريقة تحقق الاستقرار والتناسق في التكوين، "وهو توزيع الوزن البصري للعناصر في المنجز الكرافيكي. ويشمل الأشكال والبيئات، والملمس، والألوان، والإضاءة. وعلى الرغم من أن العناصر المكوّنة للمنجز الكرافيكي ثنائية الأبعاد لا تمتلك وزناً مادياً لكنها تملك وزناً بصرياً مؤثراً." (Abo, 2022, p. 234)، والإخلال في توازن التوزيع العناصر يؤدي إلى خلل في التلقي ويكون التصميم غير مريح لعين المتلقي وبالتالي يكون غير جذاب ولا يحقق التأثير الجمالي الذي يجعل المتلقي ينجذب للمنجز التصميمي، هنالك عوامل تؤثر في الوزن البصري مثل التناظر قاعدة الأثلاث ومركز التصميم، وهذه العوامل تعمل على تعزيز الانسجام والجمالية. والتوازن يتحقق في التصميم في ثلاثة أنواع هي التوازن التماثلي، والتوازن غير المتماثل، والتوازن الاشعاعي.

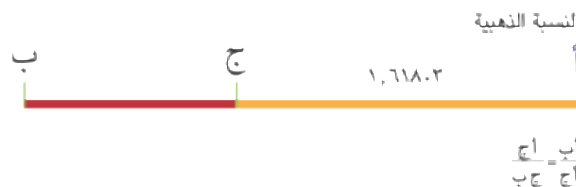
٢- التباين (Contrast):

يُعدّ التباين واحداً من أسس التصميم الكرافيكي الذي يشير إلى الاختلاف الواضح بين عناصر التصميم، ويشير التباين (إلى علاقات محددة بين عناصر التصميم، لأنه يتضمن الاختلافات النوعية بين الأشكال والفراغات المتفاعلة في التكوين العام، وعندما تنشأ حالات متنوعة من التباين في التصميم ينتج عنها توتر بصري، ويُعدّ فهم التباين والتوتر أمراً جوهرياً في التصميم إذ يُسهم كلاهما في إيجاد إحساس بالحركة والتفاعل بين العناصر، مما يجعل التصميم ذو طابعاً ديناميكياً وجذاباً جمالياً) (Samara, 2012, p. 23). يساعد التباين في توجيه المتلقي إلى العنصر الأكثر أهمية في التصميم، ويجعل التكوين حيويّاً غير مسطح أو ممل، ويساعد عن استخدامه في النصوص والعنوانات في الوضوح المقروئية، ويعمل على التدرج البصري لمعلومات التصميم بشكل يُسهل عملية التلقي في استيعاب معلومات الرسالة الاتصالية.

٣- التناسب (Proportion):

التناسب هو العلاقة بين نسب وأبعاد وأحجام عناصر التصميم فيما بينها، و"هو عملية إدراك العلاقات بين الأحجام المختلفة ومراعاة هذه العلاقات في أحجام العناصر التيبوكرافيكية في المنجز التصميمي" (Al-Attar, 2002, p. 373)، فهو يشير إلى كيفية ارتباط العناصر بعضها ببعض من جهة وبمساحة التصميم الكلية من جهة أخرى. التناسب يعطي المنجز التصميمي توازناً بصرياً ويجعل عناصره متناسقة ومتناغمة، وهو يساعد في توجيه المتلقي نحو العناصر التيبوكرافيكية الأكثر أهمية، ويجعل التصميم أكثر تماسكاً ووضوحاً ومريحاً للعين.

ويتحقق التناسب في التصميم الكرافيكي عبر استخدام النسب الرياضية كاستخدام النسبة الذهبية (Golden Ratio) في توزيع عناصر التصميم، والنسبة الذهبية هي "النسبة بين جزأين أو عنصرين من شكل ما بحيث تكون نسبة الجزء (ب ج) الصغير إلى الجزء (أ ج) الكبير تعادل نسبة الجزء الكبير (أ ج) إلى مجموعة الجزئين معاً (أ ب) أو ب ج / أ ج = أ ج / ب ج = ١,٦١٨٠٣" (Pauline, 2023, p.18) كما موضّح في الشكل (٢)



شكل (٢)

الشكل من عمل الباحث - المعلومات (بولين، ٢٠٢٣، صفحة ١٧)

ويمكن أيضاً تحقيق التناسب عبر التأكيد على أهمية العنصر بالنسبة إلى الآخر، مثلاً يجب أن يكون العنوان الرئيس يكون بحجم أكبر بالنسبة إلى العنوان الفرعي، أو المقارنة بين أحجام العناصر المختلفة، مثل نسبة الصور إلى العناوانات.

٤- الإيقاع (Rhythm):

الإيقاع هو عملية توزيع العناصر التيبوكرافيكية بشكل منتظم متكرر أو بشكل متناغم ديناميكياً لخلق إحساس بالتدفق والحركة في مساحة التصميم، هو "تكرار وحدات أو أشكال أو درجات لونية معينة في التصميم بقصد خلق ارتباط قوي بين عناصر التصميم، والإيقاع في الموسيقى عملية الشعور بتتابع الأنغام في أوقات محددة، أما في التصميم الكرافيكي فالحركة والتتابع ذهني" (Al-Bazzaz & Mohammed, p.36).

ويمكن أن يتحقق الإيقاع في المنجز التصميمي عبر تكرار عناصره مثل الأشكال، والألوان، والخطوط، مثل تكرار شكل في خلفية التصميم.

٥- التكرار (Repetition):

التكرار هو عملية استخدام عنصر أو أكثر من عناصر التصميم الكرافيكي بشكل متكرر، تأكيداً "لقيمة العنصر وأهميته ودوره في مجمل التكوين الذي يراد أن يكون ذا طابع معين حتى يمنح التكرار سمة أسلوبية وطرزاً خاصاً" (Abdullah, 2008, p72)، إن التكرار يساعد بتمييز عنصر عن الآخر لأهميته في المنجز التصميمي مثلاً تكرار شكل معين، أو لون معين للتأكيد على هذا الشكل أو اللون، والتكرار يساعد على خلق الحركة والتدفق في عناصر التصميم التي تبدو عبر التكرار مترابطة، والتكرار أيضاً يصنع إيقاعاً معيناً في التصميم كما وضعنا فيما سبق. عند استخدام التكرار في التصميم يجب أن ينتبه المصمم بأن لا يبالغ في التكرار، لأن الإفراط أو الاستخدام غير المدروس للتكرار في التصميم يكون مزعجاً ويخلق ملل في التصميم.

٦- الوحدة (Unity):

يشير مبدأ الوحدة في التصميم الكرافيكي إلى الترابط والتناسق بين عناصر المنجز الكرافيكي وكأنها جزء متكامل، أو الواحد يكمل الآخر من أجل خلق تجانس وتماسك في المنجز، "في التكوين التصميمي هي أكثر المبادئ أهمية على الرغم من ضرورة أن يكون كل عنصر وحدة واحدة بذاته يتنافس للحصول على الأهمية، إلا أن التصميم يجب أن يكون بشكله النهائي وحدة واحدة متماسكة" (Wright & Warner, 1982, p. 141). الوحدة تجعل من التصميم متماسكاً ومتناغماً، ومتجانساً وكأنه عنصر واحد، عبر عمل كل عنصر في التصميم مع بقية العناصر لتحقيق هدف واحد، هو ظهور التصميم بشكل بارز وسهل التلقي لنقل رسالته الاتصالية. والوحدة في التصميم الكرافيكي تمر بمرحلتين أو تقع ضمن محورين هما وحدة الفكرة، ووحدة الأسلوب (Al-Samarrai, 2016, p.94).

٧- السيادة (Dominance):

هي سيادة أو تفوق أو تأثير أكبر لعنصر من عناصر التصميم الكرافيكي على باقي العناصر الأخرى التي تُسهّم مع هذا العنصر المتفوق في المنجز التصميمي لأهميته وقدرته على جذب الانتباه وفرض هيمنته على البقية. إن "إبراز أهمية أحد العناصر ضرورة تقتضيها طبيعة التكوين وعلاقته بالموضوع ذي خصائص معينة، بحيث يكون التعبير الأكثر قدرة على التعبير عن ذلك الموضوع، وهذا يزيح الغموض عن العمل الفني ويجعل المتلقي يدرك الرسالة البصرية الناتجة عن التكوين" (Abdullah, 2008, p76)، ويشير إلى العنصر الأكثر أهمية وبروزاً في تكوين المنجز الكرافيكي، الذي يعمل أكثر من غيره على جذب المتلقي أولاً أو يكون المهمين بصرياً على باقي عناصر التكوين، وهذا يُلحظ على المصمم أن يُرتب عناصر التصميم بحسب الأهمية في تحقيق التوجيه البصري الفاعل.

مؤشرات الإطار النظري:

١- إن كلّ التقنيات وعلى درجات متفاوتة تتعلق إحداها بالأخرى وأنه يجب أن يكون بينها نوع من الترابط؛ ومجموعة الترابطات هذه على مختلف مستويات كلّ البُنْيَات لكل المجموعات ولكل السياقات تُؤلف ما يمكن تسميته بالنظام أو التقني.

٢- أسس التصميم الكرافيكي هي المبادئ الأساسية التي يعتمد عليها المصممون لإنجاز تصميمات جميلة وجذابة، وهي تساعد على التوجيه والانتباه المتلقي بطريقة مدروسة، وكل الأسس مهمة ولا يمكن الإخلال بأي واحد منها على حساب الآخر كلها تعمل في التصميم بكفاءة وفاعلية واحدة.

٣- لا يكون التصميم مجرد شكل جمالي فقط، ولكن وظيفياً ومستداماً قادراً على تلبية احتياجات المستخدمين بشكل فاعل، وهذا يشمل أيضاً توظيف التصميم الكرافيكي في الفضاء المعماري ألا يكون فقط جمالي مكمل للفضاء العام مثل استخدام اللون فيه، ولكن يجب أن يكون وظيفياً في تلبية احتياجات المستخدمين.

الفصل الثالث

إجراءات البحث

٣-١. مجتمع البحث: اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يعني تفتيت البيانات والمعلومات وتنظيمها في عناصر أساسية لغرض الحصول على إجابات للأسئلة التي طرحها الباحث.

٣-٢. مجتمع البحث: اشتمل مجتمع البحث على اختيار مركز تسوق (مول المنصور) في بغداد.

٣-٣. عينة البحث: اعتمد الباحث الطريقة (القصدية) غير الاحتمالية في اختيار نماذج التحليل التي تتوافر فيها شروط الدراسة الحالية وتحتوي على الجمليات التقنية للتصميم الكرافيكي باختيار (٣) نماذج باستبعاد التصاميم الأخرى للتكرار والتشابه في استخدام التقنيات.

الأنموذج (١)



الوصف العام: مشهد لمدخل متجر أحذية داخل مول المنصور توجد ثلاث لوحات ترويجية كبيرة اثنين منها يعرض فيها إعلان "١+١"، والأخير تعرض علامات تجارية لأحذية.

التحليل الفني:

١- جماليات التقنية: تم تحقق تقنيات تصميم الفكرة عبر التركيز على الفكرة الترويجية المباشرة. أما تقنية التنفيذ فقد تحققت من خلال استخدام الطباعة الرقمية عالية الجودة واستخدام ألوان صريحة نوع خط واضح، وكبير يسهل قراءته، بالنسبة لتقنية الإظهار فقد تحققت عبر اعتماد التباين اللوني والاختزال الشكلي لجذب الانتباه في فضاء مزدحم بصرياً.

٢- النظريات الجمالية: تحققت النظرية الشكلية من خلال التركيز على اللون والخط والحجم والتكوين البسيط، وتحقق حضور للنظرية الانفعالية عبر تحفيز على الشراء من خلال عرض "١+١"، بعبارة أخرى انفعال تجاه الشراء لا انفعال جمالي. لم تتحقق نظرية المحاكاة، وكانت نظرية الجمال الفني لها حضوراً ضعيفاً لأن الجمال وظيفي بحت.

الأنموذج (٢)



الوصف العام: مشهد يعرض واجهة متجر (SKECHER) بلافتة كبيرة على كامل مساحة الواجهة بحروف بارزة وإضاءة قوية جداً، مع تنظيم داخلي للبضائع والملصقات الضوئية.

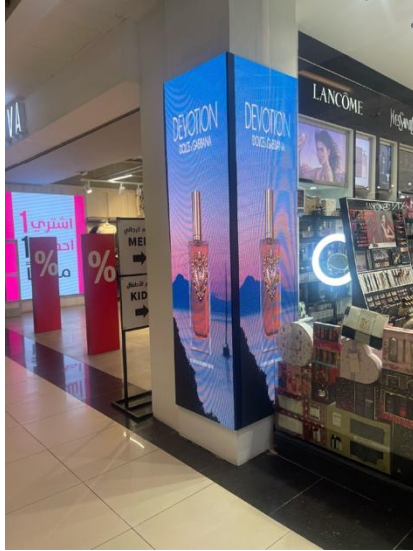
التحليل الفني:

١. جماليات التقنية: تقنيات تصميم الفكرة تحققت عن طريق وضوح الهوية التجارية بطريقة مباشر باستخدام شعار العلامة والإضاءة المحيطة به، وبالنسبة لتقنيات التنفيذ فقد تحققت باستخدام

الحروف البارزة والمضيئة للشعار والشاشات الرقمية وإضاءات (LED) للصور في التصاميم الداخلية، وتحققت تقنيات الإظهار من خلال الاعتماد على التباين اللوني والاختزال في النصوص لتوجيه الانتباه نحو الواجهة أولاً ومن ثم المنتجات، والتنظيم الهندسي.

٢. النظريات الجمالية: تحققت النظرية الشكلية بوضوح بالتركيز على الإضاءة والخط الكبير للشعار والتكوينات الهندسية. أما النظرية الانفعالية تحققت نوعاً ما من خلال الإضاءة القوية والشاشات الرقمية لخلق جاذبية وانفعال بصري. أما بقية النظريات فلم تحقق حضوراً.

الأنموذج (٣):



الوصف العام: مشهد لمُتجر مواد تجميل يظهر في مقدمته عموداً معمارياً تمّ توظيف شاشات رقمية عليه تعرض إعلان لعطر، وسط بيئة مكتظة بالعلامات التجارية ومستحضرات التجميل.

التحليل الفني:

١. جماليات التقنية: تقنيات تصميم الفكرة تحققت عبر فكرة واضحة تركّز على شكل المنتج الحقيقي من دون عناصر مشتتة. أما تقنيات التنفيذ فقد تحققت باستخدام الشاشات الرقمية عالية الدقة، وصورة للمنتج بجودة عالية ومعالجة لونية ناجحة، وتقنيات الإظهار تحققت عن طريق الاعتماد على التباين ما بين الخلفية والمنتج، وكذلك الاختزال الشكلي الذي يعمل على توجيه الانتباه مباشرة نحو صورة المنتج.

٢. النظريات الجمالية: تحققت النظرية الشكلية عبر استخدام التدرج اللوني والتكوين العمودي وجعل صورة المنتج هي المحور عزز القيمة الشكلية، والنظرية الانفعالية تحققت من التضاد ما بين الخلفية الهادئة والمنتج المتوهج وهذا أنتج حالة انفعالية مرتبطة بالجاذبية والشد البصري، أما نظرية المحاكاة فقد تحققت نوعاً ما من خلال مشهد الخلفية (الغروب – الجبال – البحر) المستوحى من الطبيعة. يحتوي التكوين العام للإعلان بعداً جمالياً أكثر من الإعلانات التجارية الأخرى من خلال المشهد الفني له وهذا حقق نوعاً ما حضوراً لنظرية الجمال الفني.

النتائج:

١. ظهر حضور واضح لمبادئ تقنيات التنفيذ والإظهار ولاسيما استخدام الطباعة الرقمية والشاشات الرقمية والحروف البارزة المضئية، إذ شكّل التباين اللوني والاختزال الشكلي العنصر الأهم في جذب الانتباه في النماذج (١، ٢، ٣).

٢. النظرية الشكلية كانت النظرية الأكثر تحققاً في النماذج (١، ٢، ٣)، من خلال التركيز على اللون والخط والإضاءة، بينما كانت النظريات الثلاث الأخرى أقل حضوراً.

٣. حقق البعد الوظيفي حضوراً واضحاً على البعد الجمالي عبر اعتماده على الجانب التسويقي وعلى حساب القيم الجمالية في النماذج (١، ٢)، في حين تحقق البعد الجمالي بشكل جلي عبر المشهد الفني للخلفية في الأنموذج (٣).

الاستنتاجات:

١. تتعزز فاعلية الإعلانات عندما يجري توظيف مبادئ التباين والاختزال بشكل ناجح وفاعل، ويؤدي هذا إلى جذب الانتباه في فضاءات معمارية مزدحمة بصرياً.

٢. التقنية الرقمية أصبحت عنصراً أساساً ومهماً في تحقيق البعد الجمالي في الفضاءات المعمارية.

٣. تحدثت الإعلانات التي تعتمد على التوازن ما بين البعد الوظيفي والجمالي بشكل متوازن تأثيراً وجذب أكبر من التي تميل فيها الكفة للبعد الوظيفي البحت.

Conclusions:

1. The effectiveness of advertisements is enhanced when the principles of contrast and reduction are successfully and efficiently employed, leading to greater attention capture in visually crowded architectural spaces.
2. Digital technology has become a fundamental and significant element in achieving aesthetic dimensions within architectural spaces.
3. Advertisements that strike a balance between functional and aesthetic dimensions tend to create a stronger impact and attract more attention than those that lean solely towards pure functionality.

References:

1. Abbo, Shatha Faraj. (2022). *Elements of Art and Principles of Design*. Baghdad: Sutoor Publishing and Distribution.
2. Abdel-Moneim, Mujahid. (1986). *Studies in Aesthetics (Vol. 2)*. Beirut: Alam Al-Kitab.
3. Abdelhamid, Shaker. (1987). *The Creative Process in Painting Art*. Kuwait: National Council for Culture, Arts, and Literature.
4. Abdullah, Iyad Hussein. (2008). *The Art of Design: Philosophy – Theory – Application, Vol. 3*. Sharjah: Department of Culture and Information.
5. Al-Attar, R. (2002). *Print Advertisement Production*. Cairo: Al-Arabi for Publishing and Distribution.
6. Al-Bazzaz, Azzam, & Mohammed, Nassif Jassim. (2001). *Principles of Art Design*. Baghdad: University of Baghdad.
7. Al-Bazzaz, Azzam. (2001). *Design: Facts and Hypotheses*. Beirut: Arab Foundation for Studies and Publishing.
8. Al-Mikawi, Hassan Imad, & Alam El-Din, Mahmoud Suleiman. (2000). *Information and Communication Technology*. Cairo: Cairo University Center for Open Education Distribution.
9. Al-Rawi, Nizar. (2011). *Graphic Design: Concepts and Applications*. Bloomington: AuthorHouse Publishing and Distribution.
10. Al-Samarrai, Fouad. (2016). *The Structure of the Visual Text in Digital Graphic Design*. Amman: Majdalawi Publishing and Distribution.
11. Ambrose, Gavin, & Harris, Paul. (2020). *Design Thinking*. Amman: Jabal Amman Publishers.
12. Aristotle. (1977). *Aristotle's Poetics*. Cairo: Anglo-Egyptian Library.
13. Bahawi, Mohammed. (2017). *Art and Aesthetics*. Casablanca: Afrique Orient.
14. Bowlin, R. (2023). *The Design Plan: A Practical Guide for Students and Designers*. Amman: Jabal Amman Publishers.
15. Dacey, K., & Laswell, T. (2016). *Human Considerations in Architectural Design*. Riyadh: King Saud University Publishing House.
16. Eid, Kamal. (1980). *Aesthetics of the Arts*. Baghdad: Al-Jahiz Publishing House.
17. Focillon, Henri. (2019). *The Life of Forms: Secrets of the Artwork*. Baghdad: Qanadeel Publishing and Distribution.
18. Goodman, N. (1978). *Ways of Worldmaking*. Hassocks: The Harvester Press.
19. Hughes, T. P. (2004). *Human-Built World: How to Think About Technology and Culture*. Chicago: University of Chicago Press.
20. Jirjis, Akram. (2013). *Reduction in Graphic Design*. Amman: Fadaat Publishing and Distribution.
21. Klee, Paul. (2003). *Theory of Form*. Cairo: Merit Publishing.
22. Krug, Steve. (2023). *Don't Make Me Think*. Amman: Jabal Amman Publishers.
23. Lalande, André. (2001). *Lalande's Philosophical Encyclopedia*. Beirut–Paris: Oweidat Publications.
24. Langer, S. K. (1953). *FEELING AND FORM A THEORY OF ART*. New York: CHARLES SCRIBNER'S SONS NEW YORK.
25. Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). *Graphic design : the new basics*. New York: Princeton Architectural Press.
26. Read, Herbert. (1986). *The Meaning of Art*. Baghdad: Public Cultural Affairs Press.
27. Samara, T. (2012). *Drawing for Graphic Design*. Beverly: Rockport Publishers, Inc.
28. Share. (2020). *XD Classroom in a Book*. Scout Automated Print Code.
29. Sherin, Aaris. (2023). *Color Fundamentals in Design*. Amman: Jabal Amman Publishers.
30. Smith, T. (2009). *What Is Contemporary Art?* Chicago: University of Chicago Press.
31. Stolnitz, Jerome. (2006). *Art Criticism: An Aesthetic Study*. Alexandria: Al-Wafa Publishing and Printing.
32. *The Republic of Plato*. (1974). Cairo: General Egyptian Book Organization.
33. Vial, Stéphane. (2018). *Being and the Screen: How the Digital Changes Perception*. Manama: Bahrain Authority for Culture and Antiquities.
34. Wright, J. S., & Warner, D. S. (1982). *Advertining*. New York: McGraw-Hill.