

التكوين الشكلي وإسقاطاته الدلالية في تصميم الفضاءات الداخلية لمباني الصحف اليومية

أراء عبد الكريم حسين¹

مجلة الأكاديمي-العدد 98-السنة 2020 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029
تاريخ استلام البحث 2020/10/11 ، تاريخ قبول النشر 2020/11/22 ، تاريخ النشر 2020/12/15



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

ملخص البحث:

يتناول البحث موضوعة (التكوين الشكلي وإسقاطاته الدلالية في تصميم الفضاءات الداخلية لمباني الصحف اليومية)، متضمناً مشكلة البحث التي تلخصت بالتساؤل الآتي: (هل يؤدي التكوين الشكلي دوراً دلالياً في تصميم الفضاءات الداخلية؟)، وقد تجلّى هدف البحث في الكشف عن مواطن القوة والضعف في التكوينات الشكلية وإسقاطاتها الدلالية في تصميم الفضاءات الداخلية لمباني الصحف اليومية، والتوصل إلى أفضل المراكز التصميمية لها، والقاء الضوء على أهمية البحث العلمية والمعرفية، والحدود الموضوعية والمكانية والزمانية وتحديد المصطلحات، فيما تضمن الإطار النظري على مبحثين:-

1- المبحث الأول: التكوين الشكلي.. المفهوم والدلالة.

2- المبحث الثاني: المتطلبات التصميمية للفضاءات الداخلية.

وقد اعتمدت اجراءات البحث ومنهجيته، على المنهج العلمي الوصفي في التحليل، وتم الاختيار القصدي للعينه من مجتمع البحث، وتمثلت اداة البحث في اعتماد استمارة محاور التحليل، لغرض وصف وتحليل العينه القصدية، للتوصل الى النتائج والاستنتاجات التي تحقق هدف البحث، فضلاً عن المراكز التصميمية والمقترحات العامة والتوصيات.

الكلمات المفتاحية: التكوين – الشكل- الدلالة.

(1-1) مشكلة البحث: نظراً للأهمية التي تحظى بها المؤسسات الثقافية بجميع محافلها، ومنها الصحف اليومية في مخاطبة الفكر الانساني، والارتقاء بمستويات الثقافة والفن والمعرفة للمجتمعات والشعوب، فضلاً عن وصفها وسيلة من الوسائل الاعلامية والاعلانية التي تقف على كل ما هو جديد في الحياة الانسانية، كان لابد من النهوض بواقع عمل الفضاءات الداخلية لهذه المؤسسات ومنها فضاء الاعلانات الذي يحظى باهمية واهتمام كبير من ادارة المؤسسة، لأن من أحد مقاييس نجاح واستمرار المؤسسة الصحفية ما يجسده المردود المادي للاعلان في تمويلها، فهو قائم على تبادل المنفعة المادية والاشهارية

¹ كلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد، Araa.abdalkarem@gmail.com

للصحيفة والمعلن، وعبر الاستطلاع الميداني لفضاء الاعلانات في مباني الصحف اليومية، لوحظ ضعف دور التكوينات الشكلية الدالة على وظيفة الفضاء الاعلانية، ومن ثم افتقر الفضاء وظيفته في الترويج عن نفسه؛ مما ولد عائقاً في فهم وادراك الفضاء بصرياً من قبل المعلن، وبذلك تبلورت مشكلة البحث بالتساؤل الاتي (هل يؤدي التكوين الشكلي دورا دلاليا في تصميم الفضاءات الداخلية؟).

(2-1) أهمية البحث: يسهم البحث بتعميق الجانب الوظيفي في تصميم الفضاءات الداخلية لمباني الصحف اليومية، والذي تبلور اهميته وقيمه النفعية والتداولية كلما تحققت القيمة الادراكية والتبادلية بين الصحيفة والمعلن، وترجمة ذلك على المستوى التطبيقي والممارسة المهنية للمختصين والمصممين في مجال التصميم الداخلي.

(3-1) هدف البحث: الكشف عن مواطن القوة والضعف في التكوينات الشكلية واسقاطاتها الدلالية في تصميم الفضاءات الداخلية لمباني الصحف اليومية، والتوصل الى افضل المرتكزات التصميمية لها.

(4-1) حدود البحث:

1-الحدود الموضوعية: يتحدد بدراسة موضوعة التكوين الشكلي واسقاطاته الدلالية التي تتجه الى التأثير البصري، لإشاعة الاعجاب والاقناع وادراك الفضاء المعني.

2-الحدود المكانية: الفضاء الداخلي للاعلانات لمباني الصحف اليومية في مدينة بغداد - جانب الرصافة، (1- صحيفة الصباح، 2- صحيفة المدى).

3-الحدود الزمانية: من 2011م - 2019م.

(5-1) تحديد المصطلحات:-

1- التكوين (Composition):

- لغة: كلمة مشتقة من الفعل ناقص: (كان، يكون، كوناً، وكياناً)، وكيونة الشيء: حدث وصار، وكون تكويناً الشيء: احدثه واولده، والتكوين: الصورة او الهيئة (Maalouf,1975,p.704).

- اصطلاحاً: (وضع عدة اشياء معاً لتكون شيئاً واحداً، وان ايأ من هذه العناصر يسهم بشكل فاعل في تحقيق العمل النهائي، ويؤدي الدور المطلوب عبر علاقته بالمكونات الاخرى)(Ruskin,1971,p.161).

2- الشكل (Form):

- لغة: (الشكل) بالفتح والجمع (اشكال)، صورة الشيء المحسوسة، المثل او النظر، المذهب او القصد، وما كان من الهيئات، يلاحظ اوضاع الجسم كالاستدارة والاستقامة (Maalouf,1975,p.398).

- اصطلاحاً: (لفظ يدل على الطريقة التي تتخذ بها عناصر الوسيط المادي موضعها في العمل ككل بالنسبة الى الاخر، والطريقة التي يؤثر بها كل منهما في الاخر)(Stolents,1974,p.34).

- التكوين الشكلي اجرائياً: مجموعة العلاقات التي تنظم شكل العناصر المادية للفضاء عبر تعبيرات ادائية وجمالية، تقودها محصلة دلالية واضحة المعان، ترتقي الى مستوى الادراك البصري لتحقيق الجذب والاقناع للفضاء الداخلي.

3- الدلالة (Semantic):-

-لغة: (التدليل على شيء، أي انها من اصل الفعل "دلل" والدليل ما يستدل به، والاسم دلالة) (Al-
Razi,1957,p.209).

- (اصطلاحاً): مفهوم قصدي تتحقق بالشكل الذي لابد ان يدل على شيء ويشير الى شيء ويقول شيء، لان الشكل الدال هو وحده يقوى على احداث الانفعال الاستيطقي وغيره لا يحدث الا انفعالات الحياة (Mustafa,2001,p.61).

- (التعريف الاجرائي): وسيلة لتأكيد المعنى والتعبير عن طريق التكوين الشكلي، بوصفه يفسح عن معنى الدلالة.

الفصل الثاني: (1-2) المبحث الاول: (التكوين الشكلي .. المفهوم والدلالة).

(1-1-2) التكوين الشكلي:

يمثل التكوين (COMPOSITION) جمع عناصر عدة تختلف ابعاداً ولوناً وشكلاً وملمساً واتجاهاً، على ان لا تتعارض مع الإبقاء على وحدة الشكل، فالتنوع في العلاقات بين كل منها يجعل هذه العناصر هينات مستوحاة من الخيال، يعبر عنها المصمم في تصميمه لغرض إثارة احاسيس ومشاعر معينة لدى المتلقي، لذا فإن ترتيب وتنظيم عناصر الشكل يدعى (التكوين)، وان التفسير اللغوي لكلمة التكوين (composition) بوصفها تتكون من مقطعين اولهما (com) ويعني معاً، والثاني (position) ويعني الموضع، ودراسة ال (composition) تعني بذلك أسس وضع الاجزاء معا ليكون منهما كلا بهدف إنشاء وحدة مفاهيمية (Riad,1973,p.6)، ومفهوم التكوين في التصميم الداخلي يتمثل بمعالم النظام الكلي شاملاً الشكل والفضاء بالنسبة لأي تصميم، فالهينات الفريدة التي يبتكرها، المصمم، ويحدد قوانينها الأساس، بحسب طبيعة المجال الوظيفي الذي يعطي فهماً واضحاً لذلك التكوين (Scott,1994,p.25).

ويعد الشكل (Form) أول عناصر التكوين الاساس واكثرها أهمية، وللشكل مفاهيم عدة تنوعت بحسب الدراسات والتخصصات التي تناولته فقد جاء (الشكل) بمعان مختلفة، استعملت لتعبر عن (الهيئة او البنية او النسق)، كما استعملت لتعبر عن نظام العلاقات (Fahad,2009,p.22)، وغالبا ما يستعمل في التصميم الداخلي ليشير الى العناصر وأسلوب ربطها، وعلاقتها فيما بينها، فهو يُعد جوهر التكوين البصري والتعبيري بجميع مستوياته التي تثير حواس المتلقي لادراك الفضاء الداخلي، بوصفه واسطة لنقل المعان القصدية التي يحملها الناتج النهائي للتصميم وفق رؤية المصمم، وعنصر تنفيذي في الوقت نفسه (Kadhun,2016,p.187). فالشكل في الفضاء الداخلي يعد إستجابة وانعكاس لعوامل معقدة ومتعددة كالعوامل (الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية، وغيرها)، وهنا يتعامل المصمم مع الشكل عبر الفضاء الداخلي والذي يستنبطه من الواقع الحياتي المحيط بذلك الفضاء، اما الاشكال التصميمية الموظفة في تشكيل وتفعيل الفضاء الداخلي للأعلانات، فما هي الا تعبير عن القيم الوظيفية والجمالية، وإيصالها عن طريق تحميل الاشكال معان ودلالات رمزية تحقق إتصلاً ما بين المتلقي وهذه القيم، وبذلك ينظر الى التكوين الشكلي من جانب ذاتي: يشمل كل ما يتعلق بالوجود غير المادي للشكل، بكل ما يحمل من

أفكار ودلالات تخص المضمون او المحتوى، وجانب موضوعي: يشمل كل ما يتعلق بالوجود المادي للشكل، أي التأكيد على هيئته والتعامل معه كظاهرة فيزيائية (Raisan,1996,p.37).

وقد يتباين هذان الجانبان، وفق متغيرات ظرفية (زمانية ومكانية) لتكون في النهاية شيئاً واحداً، أي تألف وتعاون كل العناصر التكوينية في نمط متماسك، من أجل تكوين وحدة لها قيمة أكبر من مجرد تجميع لهذه العناصر، فضلاً عن ان التكوين الشكلي في الفضاء الداخلي للاعلانات، لا يقتصر على الجانب المادي فقط، بل يشمل اسقاط الجانب الفكري، للتعبير عن المعنى الدلالي للشكل، وتميزه عن باقي الاشكال، وعليه فأن التكوين الشكلي يعني وضع أشياء عديدة معاً.

(2-1-2) الدلالة (Semantic):

للدلالة حضور قصدي يتبلور عن طريق الشكل الذي لا بد ان يدل على معنى هادف، لأن الشكل وما يحمل من دلالة يثير انفعالا لدى المتلقي، بما يستمده من مادة تصاغ بها الفكرة التي تعبر عنها تلك الدلالة، لأن كلا من (الدال) هو الشكل المادي للمدلول، و(المدلول) يتمثل في الفكرة او التصور، وكلاهما طرف وعلاقة يرتبطان بالمعنى التعبيري الذي يمتلك دلالات عدة تبعاً لاهداف وغايات محددة في نفس الوقت (Barthes,w.h,p.76)، وعليه فأن تحميل التكوين الشكلي معان دلالية يمنح الفضاء هويته وخصوصيته الدالة على وظيفته، بوصفها ترمز الى غرض وظيفي معين، والعملية التصميمية برمتها ذات غرض وظيفي دال على مظهر خارجي في نسق من العلاقات تتمثل بالشكل التصميمي (Sami,1966,p.39) وعليه يمكن تحديد مسارين لمفهوم الدلالة الوظيفية للتكوينات الشكلية في الفضاء الداخلي للاعلانات، اذ يتجسد الاول عبر التكوين الظاهر لفضاء الاعلانات، بما يحمل من عناصر جمالية جديدة، تكون وسيلة لتحقيق الإستجابة البصرية، ويتجسد الثاني عبر التكوين الكامن لفضاء الاعلانات، وما تحمله الاشكال من معان ودلالات معدة لغرض وظيفي قادر على انتاج تعبيرات جديدة، فهي تصل بنا الى الشكل الاكثر عمقاً ومباشرة في التكوين (Abdel-Hamid,1987,p.138)، وهذان المساران لا بد ان يتوافقان، لتحقيق دلالة وظيفية هادفة تؤدي نشاطاً مهماً في تأسيس المعنى الذي يوحد بين العناصر المنتقاة في الفضاء الداخلي للاعلانات، اما الدلالة الجمالية، فتقوم على العلاقة بين الشكل ومحتواه، اذ تصنع الدلالة اسقاطاتها الجمالية عبر العلاقة بين عدة اطراف متمثلة بالالوان والسطوح، وادوات التعبير عن المحتوى (Fadl,1997,p.6-7)، ومن ثم فالتكوينات الشكلية ذات الدلالة الجمالية لا تكمن في ذاتها، بل تكمن في امكانية اسقاط هذه التكوينات في علاقات تحمل قوة تعبيرية تخاطب المتلقي بصرياً، عن طريق التفرد في التصميم والابداع فيه، لاستحصال استجابة معينة، بيد ان الافتقار الى القدر الكافي من الاثارة والتحفيز يفقد فضاء الاعلان اهميته ووظيفته في جذب واثارة المتلقي، ويمكن ان تتحقق الاثارة وبلوغ الاحساس الجمالي للتكوين الشكلي عبر الاسس الاتية:- (Al-Imam,2014,p.74-76).

1-التنوع: ضرورة لا غنى عنها لتحقيق الجذب الصري، اذ يتميز الادراك الحسي للانسان في استجابته للمؤثرات والافكار الجديدة، بشكل افضل من استجابته للمؤثرات الرتيبة التي تبعث على الملل، على ان تبقى هذه المتغيرات ضمن حدود الاستيعاب المنطقي للتصميم، كما موضح في الشكل (1).

- 2- الغرابة والغموض: يتحققان بالابتعاد عن ما هو مألوف وتقليدي في ذهن المتلقي، وتفرد التصميم بأشكال جديدة ذات دلالات رمزية وتعبيرات تولد حالة من التساؤل، كما موضح في الشكل (2).
- 3- التناقض والتضاد: ان اهميتهما تكمن في بقاء الذهن نشيطا وفعالا، فالتناقض يعني عدم توافق مظهرية الشكل مع ما متوقع للمحتوى الداخلي، اما التضاد فيولد الصراع والحيوية، واكتشاف مستويات عدة للمعنى، تختلف في محتواها باختلاف ذهنية المتلقي واختلاف العامل الزمني.
- 4-التعقيد: يقاس مستوى تعقيد العناصر عبر (الغرابة، المفاجأة، مستوى التنظيم، المعان الرمزية)، كما موضح في الشكل (3).



شكل (3)



شكل (2)



شكل (1)

اشكال توضح الدلالات الجمالية في تصميم الفضاءات الداخلي- المصدر /شبكة الانترنت

ومما سبق يتبين دور الدلالة ووظيفتها، عبر العلاقة بين التكوينات وعملية تنظيمها بشكل يعكس دلالات عدة، تسهم في شد انتباه المتلقي الى تكوين هادف وغاية مقصودة تحقق خصوصية فضاء الاعلانات، ومن ثم فإن كل من الشكل والمادة والموضوع ما هي الا وسائل لبلوغ الاسقاطات الدلالية في تصميم الفضاء الداخلي للاعلانات.

(2-2) المبحث الثاني: المتطلبات التصميمية في الفضاءات الداخلية.

(1-2-2) الفضاءات الداخلية لمباني للصحف اليومية:

تعد الفضاءات الداخلية لمباني الصحف اليومية من الفضاءات العامة التي تمتاز بكثرة تداولها وشموليتها على استقبال مختلف الأفراد من مختلف الشرائح ولجميع المستعملين، وهذا ما يمنحها صفة العموم، فهي ترتبط بمجموع المتلقين ونشاطاتهم في توجيه النشاط والسلوك الانساني من جهة، وما تحمله هذه الفضاءات من تكوينات شكلية تتخذ أشكالاً مختلفة، وتمتلك صفات دلالية تؤدي الى تعريف طبيعة عمل الفضاء لجمهور المتلقين، فضلاً عن طبيعة الفعاليات الحاصلة فيه (Asaad,2002,p.3). ومن ثم تقودنا هذه المفاهيم إلى تحديد أدق لمعنى الفضاءات الداخلية، وما تحمله من خصوصية وظيفية اعتماداً على طبيعة النشاط الإنساني المتحقق فيها، فضلاً عن الخصائص الوظيفية التي تحقق هوية الفضاء الداخلي للإعلانات الذي تظهره التكوينات الشكلية لعناصر الفضاء الداخلي بصيغة دلالات تعبيرية يستقبلها المتلقي، لتمييز هذا الفضاء عن الفضاءات الداخلية الإدارية الأخرى، عن طريق أغناء المشاهد البصرية لديهم، ومحاولة شد انتباههم وجذب أنظارهم واقناعهم تحقيقاً للمنفعة المادية والإعلامية للصحفية.

وعلى ضوء ذلك فقد خصصت معظم الصحف قسماً خاصاً من أدارتها لفضاء إعلانات، ومحاولة الهوض بواقع عمل هذا الفضاء، الذي يعمل على استقطاب المعلنين، إذ أصبحت الإعلانات في معظم صحف العالم تشكل فرعاً مستقلاً بذاته؛ بوصفه يعد أهم مورد مالي للصحيفة تعتمد عليه بالدرجة الأولى ومن ثم المبيعات لتغطية معظم نفقاتها، إذا عرفت الصحيفة أن تؤسس لنفسها مكانة محترمة في نفوس القراء، والجدير بالذكر أن قوة الصحيفة التحريرية هي التي تخلق لها مكانتها وتزيد من عدد قرائها، ومن ثم تؤدي إلى إقبال المعلنين على الإعلان فيها، لذا يشكل الفضاء الداخلي للإعلانات اهتماماً كبيراً من إدارة الصحيفة (Marwa,1961,p.47-48)، وبذلك تعمل اعتبارات التصميم الداخلي لفضاء الإعلانات على تعزيز المميزات التعريفية والتعبيرية، عبر تحقيقها لوظيفة الفضاء الداخلي أولاً، ومن ثم إيجاد دلالات ورموز وتوظيفها لعكس معان قصدية واضحة، وقد أكد (ching) على إنها تتحقق عبر التحسين الجمالي والتعزيز النفسي، وتوظيفهما بشكل يتوافق مع الحاجات الإنسانية (Fahad,2009,p.11).

ومن ثم فإن تحقيق الموازنة بين الجانب الوظيفي والتأثير البصري يحمل فضاء الإعلانات إثارة بصرية تجذب المعلن، وتشجعه عبر الدلالات الجذابة والمبتكرة التي تحقق الإمتاع البصري، وبذلك فإن الاعتبارات التصميمية تجعل الجانب الوظيفي سمة دلالية تؤثر إسقاطاته على أظهار القيم الجمالية لفضاء الإعلانات، وتعزز الانطباعات التي تثيرها لدى المتلقي.

(2-2-2) المتطلبات التصميمية للفضاء الداخلي للإعلانات:

يستلزم أن يحدد فضاء الاعلانات بحدود واضحة متضاداً مع محيطه من الفضاءات الإدارية الأخرى، التي يغلب على تصميمها الطابع الأدائي، ومنسجماً معها في نفس الوقت، بوصف إن الفضاء المعني يتطلب قيم جمالية وتعبيرية تعزز وظيفته الأدائية، فالتكوينات الشكلية ذات الدلالة غالباً ما تجذب الانتباه وتعمل على شد النظر إليها، كما إنها تمنح المصمم حرية اختيار الشكل المكمل للفضاء الذي يساهم بالتحكم والتنوع في مستوياتها واللوانه، فضلاً عن المواد وتقنياتها في الإظهار والتكميلات الأخرى، وبواسطة هذه التكوينات يعمل المصمم على تحقيق العديد من الغايات والأهداف التعبيرية لفضاء الإعلانات عن طريق التنوع البصري المتوازن الذي يبعث على المتعة البصرية، مما يولد عنصر الجذب والافئاع، فالواقع التكوينات الشكلية في فضاء الاعلانات اثرا كبيرا في عملية الادراك والتلقي، إذ يجري توزيعها على وفق مجاميع وظيفية، يحقق موقعها دلالة واضحة ومؤشرا للاتجاه نحو هدف الحركة، وبموجب متطلبات سلوكية (Al-Khalidi,2000,p.56)، فمحددات فضاء الاعلانات لا بد ان تمتلك دلالات تعبيرية أقرب إلى الوظيفة الخاصة بالفضاء، فهي لا تخطط لتستري الانتباه إليها فحسب، بل لتحقيق حالة متجانسة وفقاً لضرورات وظيفية وجمالية، إذ تتولد لدى المصمم الداخلي بدائل عدة، ومتنوعة وتقنيات عالية في الإظهار عن طريق الأشكال والألوان والملامس، إذ لكل عنصر من هذه العناصر طاقة تعبيرية متفاوتة فيما بينها، والعنصر الرابط بينها هو طبيعة العلاقات التصميمية التي تؤثر في الإدراك البصري لمتلقي الفضاء، وهو ما يضيف طابعاً اعلانياً غير مباشر، يكون فضاء الإعلانات فيه هو الوسيط الحامل للخطاب البصري بين (المصمم- المتلقي)، عبر التكوين الشكلي الذي يساهم في إضفاء صفة التعبير والدلالة، كتوظيف تشكيلات عرض جدارية مختلفة المشاهد البصرية، لإطلاع المعلنين على نماذج من الإعلانات، لتعريفهم وزيادة الخبرة

لديهم وترغيبهم بنفس الوقت، فيما تعد العناصر التأثيثية من أكثر العناصر التي يتم بواسطتها أغناء الفضاء وظيفياً وتزيينه جمالياً، بما يوفره من قيم تعبيرية ذات مشاهد حسية عالية، إذ يرتبط الأثاث بالتكوين البصري للفضاء الداخلي ويؤدي عبر شكله ونوعه ومقياسه وألوانه وترتيبه دوراً هاماً في إعطاء الصفات والخواص التعريفية لفضاء الإعلانات والأرتقاء به ذوقياً كما موضح في الشكل (4) (Qasim,2012,p.83-85)، كما يكون لدور مكملات الفضاء حافزاً في تكويناتها الشكلية المختلفة، فمهما التزينية الجمالية والرمزية التي توحى بأرتباطها الزماني والمكاني بالفضاء، حين تعكس أبعاد فكرية تحوي معان تعبر عن هوية الفضاء مثل المنحوتات او لوحات ومطبوعات ورسومات، او تعبر عن أغراض ثانوية تربط المواد بتكوينات وأشكال وسطوح مثل الستائر (Al-Asadi,1999,p.20)، او نفعية كوحداث الإنارة التي تعد من أهم العناصر البصرية التصميمية لتشكيل الفضاء، بوصفها ظاهرة فيزيائية تعتمد الإدراك المتربط بالجانب السلوكي لموقع المتلقي نسبةً لموقع التكوين الشكلي (Rasmussen,1993,p.1841)، فضلاً عن ذلك يؤدي اللون الدور الأساس في تصميم فضاء الإعلانات، إذ يعد أحد أهم العناصر البصرية التي تمتلك طاقة ذات تأثير على ادراكنا والذي بواسطته نكون إنطباعاتنا حول جمالية التكوينات الشكلية، وللون تقنيات وأساليب أظهار متنوعة تكمن فيها قوة تأثير اللون في أظهار الأفكار والمعان بوصفه عنصر متغير بحسب القصد والمعالجة التصميمية، بما يدعم ويقوي القيم الجمالية التي تجذب إنتباه المعلن وإعجابه بصرياً (Abbou,1982,p.108)، كما موضح في الشكل(5).



شكل (5) يوضح التنوع اللوني

شكل (4) يوضح التكوين الشكلي للأثاث

(المصدر: شبكة الانترنت)

وبذلك فأن لطريقة توزيع هذه العناصر وتنظيمها مجتمعة بين الفضاء والمتلقي، يحقق إسقاط دلالي معبر، يسهم في تعريف هوية وخصوصية الفضاء الإعلانية، لضمان تصميم متجانس يظفي الكثير من المشاهد الحسية والبصرية ذات التأثيرات المتنوعة والمتميزة، التي تنقل إنطباعات فكرية جمالية وتعبيرية ترتبط بعلاقات تكوين الشكل النهائي لفضاء الاعلانات، الذي لا بد ان يتخذ موقعه الخاص ضمن الموقع العام، باعتماد الدلالات التي يتم تتبعها بصرياً من قبل المتلقي وصولاً الى موقع الفعلية.

مؤشرات الاطار النظري:-

1-التكوين الشكلي يمتلك جانبين ذاتي وموضوعي، هما محصلة الاجزاء البنائية ذات العلاقة المحددة بالتعبير والدلالة.

2-الادراك الشكلي عملية عقلية يدركها المتلقي، بما يحمله الشكل من رموز ومعان ودلالات.

3-تظهر التكوينات الشكلية، الجانب الوظيفي والدلالي الذي تؤثر إسقاطاته على اظهار القيم التعريفية والجمالية والتعبيرية.

4-المحددات الفضائية تعمل كهيئة خصبة لاحتواء التكوينات الشكلية واسقاطاتها الدلالية، وعرضها كعناصر معرفة لفضاء الاعلانات وتأكيد خصوصيته الوظيفية.

5-تمتلك العناصر البصرية تقنيات اظهار أكثر فاعلية في التأثير النفسي على المتلقي، بأبعادها الجمالية والدلالية والتعبيرية المخاطبة للمتلقي.

6-تمنح العناصر التأثيثية فضاء الاعلانات هويته وخصوصيته، بوصفها ضرورية بحضورها الشكلي المعبر والوظيفي، وتنظيمها الشكلي المتنوع وغير المألوف.

7-تعطي التكوينات الشكلية لمكلمات تصميم الفضاء الداخلي المعبرة والدالة الحيوية والتنوع، لاسيما غير المألوفة منها، لتعمل على اثارة المتلقي لفكرة التصميم.

الفصل الثالث / اجراءات البحث:-

(1-3) منهجية البحث: تم اعتماد المنهج الوصفي (تحليل المحتوى)، فهو يشخص الظاهرة المبحوثة تشخيصاً دقيقاً لتحليل المعلومات بغية تحقيق هدف البحث.

(2-3) مجتمع البحث: ضم مجتمع البحث الحالي الفضاء الداخلي للاعلانات لمباني الصحف اليومية في مدينة بغداد لجانب الرصافة، والذي تمثل بـ (10) عشرة فضاءات داخلية.

(3-3) عينة البحث: تم اعتماد الاسلوب الانتقائي القصدي للعينة من مجتمع البحث، لإختيار النماذج التي تخدم هدف البحث والاقرب الى تحقيقه، والبالغ عددها (2) اثنتين من المجتمع الكلي المبحوث، أي بنسبة (40%) من مجتمع البحث، وفقاً للأسباب الآتية:

1- بوصف ان هذه الصحف تصدر من قبل مؤسسات معتمدة، كشبكة الاعلام العراقي، ومؤسسة المدى الاعلامية.

2- امكانية الحصول على كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بميدان البحث، وهذه الفضاءات هي:-

● فضاء الاعلانات لمبنى صحيفة الصباح اليومية- الويزرية، تقاطع القضاة.

● فضاء الاعلانات لمبنى صحيفة المدى اليومية، شارع ابو نؤاس.

وقد تم استبعاد فضاء الاعلانات لمباني الصحف اليومية الاخرى وفقاً للمبررات الآتية:

1-بعض الصحف لم تخصص فضاء داخلي للأعلان في مبناها.

2-لم تتمكن الباحثة من الحصول على البيانات المتعلقة بميدان البحث، وهذه الصحف هي:

1- صحيفة البينة الجديدة اليومية – الكرادة. 5- صحيفة المشرق اليومية – السعدون.

2- صحيفة البرلمان اليومية – الويزرية. 6- صحيفة الدستور اليومية – ساحة الاندلس.

3- صحيفة الدعوة اليومية – الكرادة. 7- صحيفة المنتدى اليومية – الكرادة.

4- صحيفة العالم اليومية – الويزرية. 8-صحيفة الصباح الجديد اليومية – الويزرية.

(4-3) اداة البحث:

لتحقيق هدف البحث تم استعمال الادوات الاتية:

- 1-الاستطلاع والزيارة الميدانية للفضاءات الداخلية للاعلانات في مباني الصحف اليومية.
- 2-اعداد استمارة محاور التحليل على ضوء المؤشرات المستخلصة من الاطار النظري، وهي كالآتي:-

التحقق		الدلالة الوظيفية			التكوين الشكلي		
		متحقق	تعبير	جمال			
غير متحقق	متحقق نسبياً					1-الانتخابات التصميمية للتكوينات الشكلية على مستوى العناصر التعريفية للفضاء الداخلي	
						الارضية	المحددات التعريفية
						العناصر التأسيسية	
						مكامل التصميم	
						تجزئية	
						ثأورية	

								عناصر الانظر الداخلي	2- المتطلبات التصميمية للتكوينات الشكلية على مستوى العناصر المعمورة للفضاء الداخلي.
								عجوة	
								لون	
									طمس

(5-3) صدق الاداة وثباتها:

تم التأكد من صدق اداة التحليل بعد عرضها على مجموعة من الخبراء⁽¹⁾ والمختصين، وقد تم الاجماع على صلاحية مفرداتها، بعد اجراء التعديلات الموصى بها، وبذلك اكتسبت صدقها، ولغرض ثبات الاداة تم اللجوء الى اسلوب (الاتساق عبر الزمن) أي إتساق المحلل مع نفسه عبر الزمن، وهو احد الاساليب المنهجية المتبعة في البحث العلمي، عن طريق التحليل بحقب زمنية مختلفة (وذلك للتوصل إلى نتائج متشابهة في تحليل العينة نفسها)، وعليه تم تحليل عينة البحث، وبعد فاصل زمني يقدر بـ (30) يوم، تم تحليلها مرة اخرى باعتماد الاسلوب نفسه، فكانت نسبة الثبات بين التحليل الأول والثاني (90%)، مما أكد ثبات التحليل.

(6-3) الوصف والتحليل:

(1-6-3) وصف الانموذج الاول: الفضاء الداخلي للاعلانات في مبنى صحيفة الصباح اليومية.

ت	العناصر	القياس	المادة الموظفة	اللون
1	الارضية	cm4.30*cm10.30	بلاط الكاشي	ابيض+ اصفر
2	السقف انشائي	55.2cm	البورك+ طلاء	ابيض
3	الجدران	-	الطلاء الدهني	ابيض +رصاصي
4	باب المدخل	5910*9cm	زجاج +	بني

(2) الخبراء من ذوي الاختصاص الدقيق:-

أ.د. بدرنا محمد حسن - تخصص تصميم داخلي.

أ.م.د. حارث اسعد عبد الرزاق - تخصص تصميم داخلي

م.د.صفا محمود ناجي- تخصص تصميم داخلي.

5	باب القاطع	95*190cm	الامنيوم فورميكا+ الامنيوم	ايبيض
6	القاطع الداخلي	2.55*4.30	فورميكا+ الامنيوم	ايبيض
7	النوافذ	cm1.27*200	زجاج + حديد	-
8	وحدة جلوس	37*53*53	جلد	اسود
9	مكتبة	cm 35*80*178	خشب+ زجاج	بني
10	وحدات مكتبية	cm76*60*120	الخشب	بني غامق
11	وحدات جلوس	Cm45*45*48	جلد+حديد	اسود+ازرق
12	وحدات الاضاءة	-	النيون	فلورسنت ايبيض
13	منضدة حاسبة	cm74*64*74	خشب	بني
14	وحدات خزن	cm125*50*300	حديد	رصاصي

جدول رقم (1) وصف الانموذج الاول(الفضاء الداخلي للاعلانات في مبنى جريد الصباح اليومية)-
اعداد الباحثة

(1-1-6-3) تحليل الانموذج الاول: الفضاء الداخلي للاعلانات لمبنى صحيفة الصباح اليومية:



أولاً: المتطلبات التصميمية للتكوينات الشكلية على مستوى العناصر التعريفية للفضاء الداخلي: تُجسد التكوينات الشكلية المنتخبة في تصميم الانموذج الحالي عن امتداد المفهوم الادائي لنظام استمدته المصمم من واقع التنظيمات المتبعة في الفضاءات الادارية المألوفة التنظيم، من حيث التأكيد على الجانب الادائي، مبتعداً عن كل ما يجسد الدلالة الجمالية والتعبيرية في محددات الفضاء، اذ امتلكت مساحة تؤهلها لتوظيف التقنيات والتنوعات الشكلية التي تساهم في اغناء الفضاء بتكوينات ذات دلالة تعريفية لوظيفته وتكسيبه صفة الخصوصية والتفرد من خلال تكوينات مغايرة للفضاءات الادارية تشد انتباه المتلقي وتثير ادراكه البصري، لم يستثمرها المصمم على مستوى المعالجات الناجحة، اما وحدات الاثاث والمكملات فقد افتقرت لمعطيات كفوءة ترمز لوظيفة الفضاء على المستوى الشكلي، فضلاً عن ضعف دلالتها في تحديد انتمائه المكاني وتعريف هويته، ومن ثم ابتعد التكوين الشكلي العام عن التفرد وغير المألوفية، وظهر الحضور المتناظر التنظيم المتكرر والمخزون في الذهن الذي اعتادت مدركات المتلقي الحسية والبصرية على تلقيها كما في الشكل (2،1)، وبذلك لم تحقق التكوينات الشكلية دورها الوظيفي في الدلالة المطلوبة التي بدت غير متكاملة المعان في اظهارها لقيم غير مقترنة بمعنى او قصد تصميمي في الانموذج الحالي.

ثانياً- المتطلبات التصميمية للتكوينات الشكلية على مستوى العناصر البصرية للفضاء الداخلي: يُبنى التكوين الشكلي في الفضاءات الداخلية، بفعل العلاقات المترابطة بين عناصره، اذ ظهر الانموذج ضمن وحدة لونية منسجمة ارتبطت فيها محددات الفضاء الافقية والعمودية مع عناصره التأثيثية والتكميلية بعلاقة متبادلة مع انظمة الاضاءة الموظفة لظهار القيم اللونية لسطوح هذه العناصر التي تراوحت بين توظيف اللون (الابيض والرصاصي والبيني) كما في الشكل (3)، الا ان الالوان الباردة عكست مشهداً فضائياً رتيباً يبعث على الملل، ومن ثم فأن توظيف علاقات متناظرة ومتكررة ومنسجمة في فضاء الاعلانات على مستوى الاجزاء التي ترتبط بعلاقتها على مستوى الكل، يضعف من اظهار القيم الجمالية وتأثيراتها الحسية على مدركات المتلقي، وعليه بدا الضعف في العناصر البصرية والشكلية للتكوينات المطلوب تحقيقها مع المتلقي في الانموذج الحالي.

(2-6-3) وصف الانموذج الثاني: الفضاء الداخلي للاعلانات لمبنى صحيفة المدى اليومية.

ت	العناصر	القياس	المادة الموظفة	اللون
1	الارضية	cm4.55*cm5.0	مرمر	بيجي
2	السقف انشائي	Cm3.25	البورك+ طلاء	اصفر
3	الجدران	-	البورك+ طلاء	بيجي
4	باب مدخل الفضاء	cm90*200	خشب	بيني
5	باب	cm90*200	الامينيوم+	ابيض

البايقون	الزجاج			
6	مكتبة	Cm40*50*180	خشب+زجاج	بني
7	الذوافذ	Cm2.50*1.25	زجاج + حديد	-
8	وحدات جلوس	Cm50*50*50	جلد+ستيل	اسود
9	وحدات مكتبية	cm76*70*140	الخشب	بني
10	ستائر مكتبية	-	نسيج	اصفر
11	منضدة	Cm50*30*50	خشب	بني
12	وحدات الاضاءة	-	النيون	ابيض

(جدول رقم (2) وصف الانموذج الثاني (الفضاء الداخلي للاعلانات لمبنى صحيفة المدى اليومية) اعداد الباحثة.

(3-6-1-2) تحليل الانموذج الثاني: (الفضاء الداخلي للاعلانات لمبنى صحيفة المدى اليومية).



شكل (3)

شكل (2)

شكل (1)

شكل (3-6-1-2) الانموذج الثاني الفضاء الداخلي للاعلانات في مبنى صحيفة

المدى- تصوير الباحثة

اولا: المتطلبات التصميمية للتكوينات الشكلية على مستوى العناصر التعريفية للفضاء الداخلي.

ظهر كل عنصر من العناصر المحددة للانموذج الحالي، منسجما مع العناصر الاخرى من حيث الشكل والظهار والتنظيم، اذ اتسم بالرحابة والانفتاح الفضائي والراحة البصرية، فضلا عن تحقيقه لعلاقات جمالية متبادلة الادوار مع العناصر التاثيثية والمكملات النفعية والتزيينية التي ساهمت باضفاء حركة متنوعة كوّنت وحدة مرئية متناسقة كما في الشكل (1،2،3)، الا ان هذه المعالجات لم تكن كافية على المستوى الشكلي لتحديد خصوصية وظيفة فضاء الاعلانات وتحقيق الدلالة المطلوبة، اذ لم تحمل هذه العلاقة مؤشراً ايجابياً يحمل التفرد عن الفضاءات الادارية الاخرى في مبنى الصحيفة، بسبب افتقار الانموذج في تكوينه الى التعبير الشكلي عن مضمون الرسالة الاعلانية الواجب توجيهها الى المتلقي، ومن ثم

لم يسهم في ايجاد المشاهد البصرية ذات القيم الوظيفية المطلوبة، وعلية نجد ضعف تحقق الدلالة المطلوبة على مستوى التكوينات الشكلية.

ثانيا- المتطلبات التصميمية للتكوينات الشكلية على مستوى العناصر البصرية للفضاء الداخلي.

تجسدت العناصر البصرية عبر نظام تتوحد فيه الاجزاء ضمن مجموعة تنظيمات متفاعلة بصريا، مع طبيعة تصميم الفضاء الذي لم يتعد كثيراً عن اسلوب تنظيم الفضاءات الادارية المألوفة لدى المتلقي، الا ان اختيار اللون البيج للمحددات حقق دوراً في انفتاحه واتسامه بالرحابة، وهي معالجة ناجحة لفضاء يستقطب اعداد كبيرة من المعلمين، فضلا عن ارتباطه بعلاقات لونية منسجمة ومهيمنة بنفس الوقت، اذ وظف المصمم اللون الاصفر ذو الشدة العالية للستائر، والذي ساهم بدور ايجابي مهيمن الحضور عبر ما اضافه من ابعاد جمالية حملت طاقة بصرية وإثارة حسية، حققت عنصر جذب يشد انتباه المتلقي ويحفزه على ادراكها، ومن ثم افتقرت العناصر التأثيثية في اعطاء معطيات بصرية كفوءة على مستوى توظيف اللون البني، وهو ما يتعلق بضعف قدرة الخصائص التعبيرية للون الداكن في الدلالة عن افكار وتصاميم فضاء الاعلانات، التي تميل للانفتاح البصري وهمينة الالوان الجاذبة، فضلا عن ان هذه المعالجات حملت قيم جمالية غير مرتبطة بمعنى قصدي وتعبيري معين ذو تأثير على المتلقي، كما في الشكل (3،2)، وهذا ما جعل النموذج يفتقر الى القدر المطلوب من التمايز بالافكار الاكثر اهمية على المستوى الشكلي.

الفصل الرابع/ النتائج والاستنتاجات:

(1-4) نتائج البحث ومناقشتها:-

1-ضعف تحقق التكوينات الشكلية للعناصر التعريفية لمحددات الفضاء في النموذجين (1، 2)، عبر افتقارها الى دلالات تعبيرية، لم تسهم باعطاء صفة الخصوصية الوظيفية لفضاء الاعلانات.

2-تميزت العناصر البصرية بتحققها النسبي للنموذج (2) بإظهار قيم بصرية، عبر علاقتها المنسجمة مع محددات الفضاء وعناصره التأثيثية ومكملاته، بينما نجد ضعف تحققها في النموذج (1)، مما ادى الى تفكك الروابط فيما بينها كوحدة فضائية متماسكة نظرا لتوظيف الالوان الباردة التي اضفت الرتابة البصرية.

3-ضعف تحقق نظام شكلي واضح في توزيع الانارة وتلائمها مع الحاجة الوظيفية لفضاء الاعلانات كماً ونوعاً في النموذجين (1،2)، ضمن طرق توزيع استمدتها المصمم من واقع التنظيمات المتبعة في الفضاءات الادارية مألوفة التنظيم، اذ جرى التأكيد على الجانب الادائي مبتعداً عن كل ما يجسد القيم التعبيرية والتقنية لفضاء الاعلانات.

4- غياب دور المكملات النغمية والتزيينية في النموذج (1) وضعف اظهارها لقيم جمالية ووظيفية مقصودة، في حين بدت متحققة نسبيا في النموذج (2) ضمن علاقاتها مع العناصر الاخرى.

5-ضعف ملائمة التكوين الشكلي لوحداث الأثاث في الدلالة التعبيرية عن خصوصية فضاء الاعلانات وتعريف هويته الاعلانية، فضلا عن افتقاد التنوع في اللون والطرز واسلوب التوزيع في العينات (1، 2) مما اظهر مشهد متكرر الشكل والتنظيم كما في فضاءات ادارية اخرى ضمن مبنى الصحيفة.

(2-4) الاستنتاجات:-

- 1- اتباع نظام متكرر في تصميم الفضاء الداخلي للإعلانات يؤسس مشهداً بصرياً رتيباً على مستوى الكل، او يبعد المصمم عن امكانيات واسعة للابتكار والابداع وازضافة الجديد والمتنوع على مستوى الاجزاء.
 - 2- ارتباط مكونات الفضاء على وفق غايات شكلية، يدعو لتجاوز كافة الانماط السائدة التي تحمل قيم غير مقترنة بتعبير معين لم يكن القصد التصميمي منها اضافة دلالات ذات معان تتوافق مع الخصوصية الوظيفية لفضاء الاعلانات.
 - 3- توظيف تقنيات الازياء الحديثة في اظهار التكوين الشكلي لفضاء الاعلانات، يحقق الإثارة والتحفيز البصري لمكونات الفضاء، ويزيد الرغبة في التطلع وعدم الشعور بالملل ويولد الاحساس بالانهار ومن ثم الاقناع والاعجاب.
 - 4- التنوع اللوني في التكوين الشكلي يثير اجواء من الحيوية والنشاط النفسي والذهني، ويؤسس لعلاقات بصرية تحقق الجذب للقيم الجمالية لفضاء الاعلانات.
- #### (3-4) المرتكزات التصميمية:

- أكدت نتائج البحث افتقار التكوين الشكلي للانموذجين الى اسقاطات دلالية تتوافق مع المتطلبات التصميمية لفضاء الاعلانات، وتحقيقاً لهدف البحث في وضع افضل المرتكزات التصميمية، عبر:
- 1- توظيف اكثر من تقنية اظهار للعناصر البصرية التي تحملها التكوينات الشكلية، بما يؤدي الى توافق وانسجام مستوى فاعليتها، وتكوين حالة من التشويق للمتلقي.
 - 2- استثمار العلاقات التصميمية (الهيمنة -التباين -التنوع، وغيرها) في العلاقات الشكلية واللونية لمحددات الفضاء وعناصره التأثيثية والتكميلية، لتحقيق التحفيز، وعدم الشعور بالملل والرتابة لعموم المشهد البصري.
 - 3- إنتقاء عناصر تأثيثية ذات تكوينات غير مألوفة ترتبط بعلاقة متبادلة مع مكوناتها المادية وعناصرها المظهرية وبطرق توزيع متنوعة، تحمل اسقاطات دلالية وتعبيرية اكثر فاعلية من الناحية البصرية، تسهم في تعريف الفضاء وتحقيق هويته.
 - 4- توظيف المحدد العمودي كخلفية حيادية، في عرض تكوينات شكلية تحمل معان وافكار ودلالات اعلانية تحمل تأويلات وتفسيرات ذهنية متنوعة ذات علاقة بوظيفة الفضاء.
- #### (4-4) المقترحات العامة:

- 1- التوسع ضمن اطار البحث الحالي، عبر اجراء دراسة مقارنة بين الفضاءات الداخلية للإعلانات العالمية، للحصول على نتائج ذات أبعاد اوسع، تسهم في تطوير التكوينات الشكلية في تصاميم الفضاءات الداخلية المحلية.
- 2- اجراء دراسة حول اظهار دور التكوينات الشكلية في الفضاءات الداخلية للمؤسسات الحكومية المختلفة، كلاً بحسب خصوصية الفضاء الوظيفية التي تسهم بتعريف هويته.

(5-4) التوصيات:-

- 1- الاستفادة من التصاميم العالمية لمباني المؤسسات الصحفية، لاسيما الفضاءات الداخلية الخاصة بالاعلانات، وتوظيفها ضمن التصاميم الداخلية المحلية، عبر اختيار المعالجات التي تتناسب مع طبيعة عمل مؤسساتنا الصحفية.
- 2- ترجمة نتائج البحث ومركزاته التصميمية في المجال التطبيقي والممارسة المهنية في تصميم الفضاءات الداخلية للاعلانات

Referenes:

- 1- Abbou, F. N. (1982). *The Science of the Elements of Art*, Italy-Milan, 1st Edition, Dolphin Publishing House.
- 2- Abdel-Hamid, Sh. (1987). *The Creative Process in the Art of Photography*, Kuwait, The World of Knowledge.
- 3- Asaad, H. (2002). *Utilization of Optical Fibers in Public Indoor Spaces*, Master Thesis, College of Fine Arts, University of Baghdad.
- 4- Al-Asadi, F. A. (1999). *The Relationship of Color to the Interior Design of Hospitals for People with Heart Diseases in the City of Baghdad*, Master Thesis, College of Fine Arts, University of Baghdad.
- 5- Barthes, R. (without history). *Principles of Semantics*, Baghdad, translated by: Muhammad al-Bakri, 2nd Edition, House of General Cultural Affairs, Arab Horizons.
- 6- Fadl, S. (1997). *Reading the Image and Reading the Image*, Cairo, 1st Edition, Dar Al-Shorouk Publishing.
- 7- Fahad, Z. (2009). *The Formal Aspects in Designing The Internal Spaces and Its Relationship with the Surround Environment an Apolitical Study for Baghdadi Traditional Houses*, master Thesis, College of Fine Arts, University of Baghdad.
- 8- Al-Imam, A. K. (2014). *The Structure of the Aesthetic Form in Interior Design*, Ammaan, 1st Edition, Majdalawi Publishing House.
- 9- Kadhum, A. N. (2016,Fbrayr1). Lighting and formal processors for spaces of shops selling mobile phones. *Al-Academy Journal of The College of Fine arts, University of Baghdad* (75), p.187.
- 10-Al-Khalidi, A. S. R. (2000). *The Architecture of Interior Design in the Great Halls*, PhD thesis, College of Fine arts, University of Baghdad.
- 11-Maalouf, L. (1975). *Al-Munajjid in Language and Media*, Beirut, Dar Al-Mashriq Publishing.

- 12-Marwa, A. (1961). *The Arab Journalism, Its Origin and Development*, Beirut, 1st Edition, Dar Al Hayat Library Publications.
- 13-Mustafa, A. (2001). *The Significance of Form - A Study of Formal Occultism and a Reading in Writing Art*, , Beirut, Dar Al-Nahda Al-Arabiyy Publishing.
- 14-Qasim, N. (2012). *Rules and Concepts in Interior Design*, Central Press, University of Diyala.
- 15-Raisan, K. 1996. *The World Class and Its Impact on Modern Architecture in Iraq*, Master Thesis, College of Engineering, University of Baghdad.
- 16-Rasmussen, S. A. (1993). *The Sense of Architecture*, Beirut, The Arab Foundation for Studies and Publishing.
- 17-Al-Razi, M. b. A. B. (1957). *Mukhtar As-Sahah*, Beirut, Publishing: Trendy Library.
- 18-Riad, A. F. (1973). *Training in Plastic Arts*, Cairo, 1st Edition, Dar Al-Nahda Al-Arabiyya Publishing.
- 19-Sami, I. (1966). *The Theory of Function in Architecture*, Cairo, 2nd Edition, Dar Al Ma'arif Publishing .
- 20-Scott, R. G. (1994). *Foundations of Design*, Cairo, Egypt, translated by: Abdel-Baqi Mohamed and Mohamed Mahmoud, Dar Al-Nahda for Printing and Publishing.
- 21-Stolentz, J. (1974). *Art Criticism - An Aesthetic and Philosophical Study*, Translated by: Fouad Zakaria, Ain Shams University.
- 22-Ruskin, J. (1971). *The Elements of Drawing*, New York, Dover.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts98/325-342>

Formal Formation and its Semantic Projections in the Design Interior Spaces of the Daily newspapers Buildings

Araa Abdalkarem Husaen¹

Al-academy Journal Issue 98 - year 2020

Date of receipt: 11/10/2020.....Date of acceptance: 22/11/2020.....Date of publication: 15/12/2020



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

Abstract

The research deals with the topic of (formal formation and its semantic projections in the design interior spaces of daily newspapers buildings) including the research problem summarized by the following question: (does the formal formation do a semantic role in the design of the interior spaces?). The research objective has been evident in discovering strong and weak points in the formal formations and their semantic projections in the design of the interior spaces for the daily newspapers buildings, reaching at the best design foundations, and shedding light on the cognitive and scientific importance of the research, and the objective, temporal and spatial limits in addition to identifying the terms. The theoretical framework includes two sections:

- 1- The first section: the formal formation- the concept and the connotation
- 2- The second section: the design requirements for the interior spaces.

The research procedures and methodology adopted the descriptive scientific method in the analysis. The intentional sample has been chosen from the research community. The research tool is represented by adopting the analysis axes form for the sake of describing and analyzing the intentional sample, in order to reach at the results and conclusions that achieve the research objective, let alone the design foundations and general suggestions and recommendations.

Keywords: formation- form – connotation

¹ College of Fine Arts / University of Baghdad, Araa.abdalkarem@gmail.com.