

توظيف جماليات الحروف العربية في البنية الفنية للإعلان التجاري

م.م. أسماء عباس لفته

الجامعة التقنية الوسطى / معهد الفنون التطبيقية

قسم تقنيات التصميم الطباعي

asmaaxmaher@mtu.edu.iq

07812202658

مستخلص البحث:

تناول البحث جماليات الحروف العربية وتوظيفها في الاعلان التجاري بوصف الحروف العربية عنصراً متغيراً في المظهر، الشكل، اللون والاتجاه، ودلالات تلك المتغيرات في تشكيل أو تصميم أو تكييف الاعلان المطبوع. تضمن البحث أربعة فصول، الفصل الأول (الاطار المنهجي)، مشكلة البحث والتي طرحت التساؤل التالي: هل بالإمكان توظيف جماليات الحروف العربية في البنية الفنية للإعلان التجاري؟ ثم أهمية البحث، أهداف البحث وحدود البحث وبعدها تم تحديد أهم المصطلحات والمفاهيم الواردة. أما الفصل الثاني (الاطار النظري والدراسات السابقة) فقد قسمته الباحثة إلى مبحثين كان الأول متخصصاً بدراسة مفهوم الجمال العام، الجمال في الخط العربي، الاستخدامات الفنية الجمالية للخط العربي بشكل نصي، أما المبحث الثاني فقد تخصص بدراسة استخدامات الحروف العربية في الاعلان التجاري الحديث، تراكيب السطر الكتابي، الاسس الجمالية للإعلان، فخرجت الباحثة بمجموعة من المؤشرات الناتجة من الاطار النظري والتي اعتمدها كأدوات لتحليل عينة البحث 0 وتجدر الإشارة إلى عدم وجود دراسة سابقة موسعة وقرابية من هذا العنوان، حيث كانت هي الدراسة الأولى التي تنظر إلى التعريف بالحروف العربية وجماليتها واستخدامها كعنصر من عناصر التصميم الاعلاني: أما الفصل الثالث فقد تضمن (اجراءات البحث) ومنها تحديد المجتمع الذي انتقيت منه العينات بواقع اعلانين من اصل ثمانية اعلانات فقد وجدت ان هنالك اعلانات تكاد تكون قليلة جداً ولا سيما تلك التي تتعامل مع الحروف العربية كوحدة بنائية مهمة في تصميم الاعلان، لذلك تم انتقاء اثنان من العينات لتوفير المقترضات الفنية والنظرية والجمالية متطابقة مع ادبيات الاطار النظري للبحث كعينات تحليلية نموذجية. أما الفصل الرابع فقد تضمن النتائج ومنها: - وظفت عناصر تصميمية برز فيها استخدام الخط العربي بتكويناته المختلفة كأن يكون نصاً مقروءاً أو نصوص غير مقروءة وانطلاقاً من النتائج تم وضع الاستنتاجات ومنها: - يعد الاعلان اكثر الوسائل جذاباً للأبصار بما يحمله من عناصر تحمل الصفة الجمالية محققة ايضاً للفكرة التصميمية بشكل مباشر للمتلقي. ثم تأتي

التوصيات ومنها: - الاهتمام بالتوظيف اللوني لما تحمله من قوة جذب للمتلقي واخيراً تم وضع المقترحات وختم البحث بقائمة الملاحق والمصادر.

الكلمات المفتاحية: توظيف جماليات الحروف العربية في البنية الفنية للإعلان التجاري.

الفصل الأول

مشكلة البحث

اكتسبت الحروف العربية بأنواعها المختلفة مظهراً جمالياً لم يختلف عليه اثنان ، فقد تأصل هذا المظهر من خلال جهود امتدت لفترات زمنية طويلة ، واتسعت هذه الجهود لتشمل شعوباً إسلامية حتى تلك التي لم تكن ناطقة او عارفة باللغة العربية . وان عدم الاختلاف في الحكم الجمالي لأنواع الخط العربي انما يتبع من كون تلك البنية الشكلية الجمالية تستجيب لكل مظاهر التقويم الفني ، ومع ان الحكم الجمالي المطلق امراً غير وارد في الفن ، الا ان الحكم النسبي يؤيد الهوية الجمالية للخط العربي كونه يندرج مستجيباً لمفاهيم الفن في ذلك الحكم (كالانسجام والتوازن والتناغم والايقاع والوحدة والتنوع) وما الى ذلك من مفاهيم يمكن من خلالها الوقوف على جماليات الشكل في الفن .

ومن هذا المنطلق استخدمت الحروف في مجالات شتى ليس من خلال بنيتها اللغوية ، بل من خلال ما يكمن فيها من جمال الشكل ومرونة الحركة وقابليتها على اضافة الاثارة البصرية ، فضلاً عن ما تمثله من دلالة رمزية كونها هوية عربية اسلامية تمتلك التميز بكل معنى وشكل ، واينما ظهرت الحروف العربية اضفت طابعاً جمالياً وحركياً مثيراً ، داعية الى التساؤل ما اذا كان هناك نصا يقبع خلف هذه الحروف ام انها مجرد تكوينات خطية ، حيث وظفت التكوينات الخطية على مختلف النتائج التصميمية مثل الطائرات التجارية وفي العمارة والازياء ، واعمال الخزف والسيراميك و الزجاج اضافة الى اعمال الصب والمعادن ، كذلك دورها في الاعلانات سواء اكانت بشكل نصي او غير نصي .

واينما حلت تلك الحروف وجدت لدى المتلقي قبولاً كبيراً حتى اذا كان شخصاً لا يجيد اللغة العربية فهو يتذوقها لا لكونها لغة بل شكلاً جمالياً عذباً .

ولما لم يتسع استخدام جماليات الحروف العربية في مجالات الاعلان التجاري ، ولقدرة تلك الحروف على الاسهام في تمثيل الفكرة الاعلانية وتحقيق اهدافها ، وجدت الباحثة ان هناك جدوى علمية من البحث التطبيقي في هذا المجال الابداعي، وبذلك تركز مشكلة البحث في جانبه التطبيقي بالتساؤل التالي :-

-هل بالإمكان توظيف جماليات الحروف العربية في البنية الفنية للإعلان التجاري ؟

اهمية البحث والحاجة اليه

تتجلى اهمية البحث من خلال ابراز جماليات الخط العربي من منطلق استخداماته في البنية الفنية الاعلانية من خلال إسهامه في :-

- 1) يسهم معرفياً في استثمار الحروف العربية كإثارة بصرية للمتلقي .
- 2) رفد مكاتب المؤسسات التعليمية بمصدر يسلط الضوء على أهمية الخط العربي كعنصر جمالي ووظيفي وتعبيري اساسي ضمن المكون التصميمي .

أهداف البحث

يتحدد هدف البحث بالآتي :-

- الكشف عن جماليات الحروف العربية وإمكانية توظيفها في البنية الفنية للإعلان التجاري
- تطبيق مفردات البحث بتصميم مقترحات .

حدود البحث:

- 1- الحد الموضوعي :- توظيف جماليات الحروف العربية في البنية الفنية للإعلان التجاري
- 2- الحد المكاني :- المملكة العربية السعودية ، لإقامتها العديد من المهرجانات والمعارض التي تؤكد على توظيف الخط العربي .
- 3- الحد الزمني :- 2018 تعد التصميم المنجزة بهذه السنة ذات تكثيف بصري جمالي بما يخص توظيف الخط العربي .

تحديد المصطلحات

اولاً :- التوظيف : Recruitment

- الوظيفة Function اصطلاحاً :-

- في التصميم تعرف إنها الغرض من ابتكار الاشكال التي على الاخيرة تحقيقه⁽¹⁾ .

ثانياً :- الجمالية : Aesthetic

- الجمال Beauty اصطلاحاً :

- عرفه " ريد " بأنه وحدة العلاقات الشكلية بين الاشياء التي تدركها حواسنا"⁽²⁾ .

ثالثاً :- البنية : Structure

- البنية Structure اصطلاحاً :

- للبنية معنى خاص وهو اطلاقها على الكل المؤلف من الظواهر المتضامنة بحيث تكون كل ظاهرة منها تابعة للظواهر الاخرى ، ومتعلقة بها⁽³⁾ .

رابعاً :- الفنية : Artistic

- التعريف الشامل للفن هو ابداع وابتكار انماط واشكال جديدة يعبر من خلاله الانسان الفنان عن نفسه ومشاعره وعن مواقف تجاه الكون الذي يعيش فيه وهو وليد الانفعال السابق والحس المرهف والذكاء الايجابي⁽⁴⁾ .

خامساً :- الاعلان : Advertising

- الاعلان Advertising اصطلاحاً :-

- ويعرفه عبد العزيز سعيد الصويعي في كتابه فن صناعة الصحافة بأنه جملة من المعلومات توحدت فيها عناصر فنية تقدم بشكل موحد - اي علناً - شأن الخبر والموضوع الصحفي ، مكوناته عبارة عن خطط وبعض الصور والكلمات داخل اطار مميز ... ويقدم المعلن من خلاله الى القراء بعض المعلومات عن السلعة المعلن عنها بطريقة التركيب ، وكيفية الاستعمال ، والعناوين للحصول عليها⁽⁵⁾ .

سادساً : الاعلان التجاري : Commercial advertisement

وهو نوع من انواع الاعلان الذي يقوم به التجار في الغالب ، ويشاركهم المنتجون في تحمل جزء من تكاليفه . إذ يساهم هذا النوع من الاعلان في تسهيل عمليات البيع المتعددة (1).

الفصل الثاني : الاطار النظري

المبحث الاول

مفهوم الجمال العام

علم الجمال ويسمى أيضاً (الأستاتيقا) (Aesthetics) ، إذ صرح ان الفن قد صاحب الانسان منذ وجوده على الارض ألا ان فلسفة الفن والجمال لم توجد الا مع نشأة الفلسفة مع اعلامها قدماء اليونان ، ففلسفة الجمال لا تنفصل عن الفلسفة إذ تستمد أصولها من مذاهب الفلاسفة أو تنعكس على هذه المذاهب فتضئ جوانبها . وقد ارتبطت فلسفة الجمال قديماً بنظريات الكون والإلهيات ، الا أنها على مدى التاريخ اقتربت من نظريات المعرفة والأخلاق ، وان مفاهيم الجمال وفلسفة الجمال فرعاً من أهم فروع التخصص الفلسفي فإنها تتصل اتصالاً وثيقاً بنقد الفن وتاريخه ، وبهذا المعنى يعد علم الجمال علماً قديماً وحديثاً في وقت واحد . لم تكن لدى اليونانيين معرفة في ذاته ولذاته ولكن اهتموا بالفن من حيث علاقته بالخير أو دلالته على الحقيقة ، لذا يقال ان مجال الاستاتيقا هو كلمة مرادفة لمفهوم الفن والجمال (2). وترى الباحثة ان لفظ (الاستاتيقا) يشير الى العديد من الموضوعات المختلفة فهو لا يتوقف على الفن فحسب بل ايضاً هناك العديد من الموضوعات في الطبيعة ، مثلاً نهراً جارياً وما حوله او منظر لجبال عالية مغطاة بالثلوج وغيرها ، اي انه يدل على الادراك الحسي بالنسبة للأشياء الجميلة والأشياء التي لها قيمة ما .

الجمال في الخط العربي:

الخط العربي ليس مجرد رسم او كتابة فقط وانما هو فن وعلم في آن معا وعادة ما يتوصل الخطاط إلى ذروة الإتقان والكمال الفني عن طريق معرفته العالية ببنية اللغة العربية ومدلولها الحرفي ، ولهذا السبب احتل كبار الخطاطين مكانة كبيرة في المجتمع الاسلامي وذاع سيتهم ليس فقط كخطاطين وإنما أيضاً كفنانيين وعلماء جديرين بالاحترام ، لقد ساعدت بنية الخط العربي ، وما يتمتع به من مرونة وطواعية وقابلية للمدّ والرجع والاستدارة والتزوية والتشابك والتداخل والتركيب على ارتقاء الخط العربي إلى فن جميل ، يُعنى فيه بالجماليات الزخرفية للحروف والكلمات . والخط العربي يعتمد فناً وجمالاً على قواعد خاصة تنطلق من التناسب بين الخط والنقطة والدائرة ، وتستخدم في أدائه فنياً العناصر نفسها التي نراها في الفنون التشكيلية الاخرى (3). وترى الباحثة ان تميز بعض الناس وتمكنهم من الخط للحروف العربية قد ساعد كثيراً في ابراز جماليات الحروف العربية في الاعمال الفنية المختلفة . لقد برز أناس قديرون كشفوا كنوز جمالية الخط العربي الفنية وأوضحوا مقاييسه ونسبه ، فكثر بذلك الخطاطون الذين مارسوا هذا الفن.

إن البدايات الأولى للاهتمام بالخط العربي كان مبعثها المعرفة والتعلم ثم بعد ذلك وضعت له القوانين والأسس الموضوعية والعلمية واخترعت له الطرق والأساليب الابتكارية التي أضافت جمالية جديدة إليه، وللتعرف على الأساسيات التي تدخل في صميم هذه الجمالية وخاصة تلك التي هي من طبيعة الخطوط العربية أو ناتجة عن عقلية الخطاط المسلم والعربي أو نابعة من وجدان وروح البيئة التي عاشها، ومعرفة هذه الأساسيات توضح لنا الجوانب الجمالية في هذا الفن وأهمها :-

التنوع والوحدة

التوازن والانسجام

التكرار والإيقاع

وترى الباحثة أن بلاد وادي الرافدين قد تميزت كثيراً في استخدام العلاقات الخطية لإيجاد التعبير اللازم كضرورة حياتية والتي كانت تستخدم فيها الأسس التصميمية لإبراز جمالية العناصر الخطية .

كما أن هناك جمالاً معنوياً مضافاً يدركه المرء ببصيرته قبل البصر وهذا الجمال المعنوي هو فوق القواعد الخطية وهو أيضاً غير تناسب الحروف والكلمات ، تلك هي روح الجمال أو بعبارة أخرى عبقرية الجمال ولا يدرك هذا الجمال المعنوي ولا يفهم جاذبيته إلا من علا حسه المعنوي وذوقه الفني . لقد أدرك الفنان المسلم ما للجمال من وقع في النفوس فسخر أقلامه لتزيين الآيات الكريمة فأطرب العيون بروعة إبداعاته التي استلها من جمال روحه ورقة عاطفته⁽¹⁾ .

الاستخدامات الفنية والجمالية للخط العربي بشكل نصي

ويعتمد الخط العربي جمالياً على قواعد خاصة تنطلق من التناسب بين الخط والنقطة والدائرة ، وتستخدم في أدائه فنياً العناصر نفسها التي تعتمدها الفنون التشكيلية الأخرى ، كالخط والكتلة ليس بمعناها المتحرك مادياً فحسب ؛ بل وبمعناها الجمالي الذي ينتج حركة ذاتية تجعل الخط يتهدى في رونق جمالي مستقل عن مضامينه ومرتبطة معها في أن واحد⁽²⁾ . وترى الباحثة أن الحرف العربي يكون متحرك ضمن نقاط مختلفة منظورة ، ويمنح داخل اللوحة إيقاعاً يحقق مع العناصر الأخرى رؤياً خاصة . ولذلك يعتبر مجال الخط العربي من المجالات التي تستحق الدراسة والبحث ، وهناك العديد من الدراسات والبحوث التي تناولته ، فهناك دراسات تناولت ((الخط العربي كعنصر من عناصر تصميم المصنوعات)) ، و ((كعنصر تشكيلي في الفن العربي المعاصر)) ، كما تناولت دراسات ثنائية ((جماليات الكتابة العربية في العمارة الإسلامية كمدخل لتجميل واجهات المباني)) ، وأخرى تناولت دوره في ((تصميم شعارات جمالية مستحدثة)) ، وغيرها من الدراسات والبحوث⁽³⁾ . هناك العديد من الأمثلة للصياغات المجسمة للخط العربي في هيئات متعددة منها البارز والغائر ، ومنها المصمتة والمفرغة ، بالإضافة إلى تعدد الأساليب والتقنيات والخامات ، الحفر في الرخام ، والأحجار ، والأخشاب ، والخزفيات ، واستخدمت لتزيين سطوح المحاريب ، وشواهد القبور ، والأبواب ، والتشكيلات الجصية ، والتحف المعدنية

والزجاجية وغيرها ، وقد استلهم العديد من فناني العصر الحديث معطيات الخط العربي المسطح منها والمجسم ، في أعمال فنية ذات رؤية مستحدثة ، تؤكد إمكانية التداول المعاصر للخط العربي ، وإمكانية بلوغ إبداعات منفردة ومتميزة من خلال توظيفه في العمل الفني ، وقدم بعض الفنانين حلولاً مجسمة للخط العربي تميزت بطابع خاص بسبب وجودها الحقيقي في الفراغ وعلاقتها بالأضواء والظلال ، والخامات التي نفذت منها ، وتتحقق القيم الجمالية للصياغات المجسمة للكتابات العربية من خلال العلاقات التشكيلية المختلفة التي تحدد أساليب تجميع الحروف والكلمات بالصورة الجمالية المناسبة ، وبمساعدة الخصائص التشكيلية للحروف العربية ، وما بها من طواعية في التشكيل⁽¹⁾.

وترى الباحثة أن الحرف بمفرده هو تجريد ولهذا استخدمه الفنانون كرمز أو شكل فني مجرد ، أما استخدام الحروف مجتمعة فهي تكون كلمات ذات معاني مختلفة وهي مقيدة فنياً ، وبرغم ذلك فهذه الكلمات تعطي دلالات وتوصل أفكار وتحقق أهداف .

المبحث الثاني

استخدامات الحروف العربية في الإعلان التجاري الحديث

" تعد الحروف من منابع الكتابات العربية القديمة وخطوطها ، ويمكن العودة بها الى اصولها المكتشفة وروافدها الأساسية هي الكتابات النبطية ، التي تعد اقدم الكتابات تاريخياً وحضارة ، (تناول الخط العربي منذ ولادته من رحم الحرف النبطي اتجاهاً هماً الهندسي: الخط القاسي ، والثاني المنحني الطباشير : الخط اللين) ورافد اخر من روافد الفن العربي الإسلامي ، والتي بدورها تم توظيف حروف الخط العربي واستلهاها في الفن العربي المعاصر " (2) . (ان التيار التشكيلي الذي اعتمد مفردات الحروف التراثية والأسطورية والإسلامية ينتمي بمعظمه الى تيار الحداثة . وان العودة الى الماضي من اجل العيش في اجوائه الساحرة الملهمه يجب ان توضع بشكل واع على انها رحلة التزود بمفردات وحكايات ورموز من اجل ان تعاد صياغتها برؤية رمزية جديدة تشكل حدثاً أو صورة تمثل حالة ذهنية أو حالة شعور) (3) . " ان نسبة كبيرة من الفنانين التشكيليين العرب المعاصرين وقفوا ضد تيار الحروف ، معتبرين اياه بدعة تراثية فارغة اطلقها وتبناها الغرب ، كما يلاحظ ان عدداً من الفنانين وقد اعتمد التكوين الحروفي في لوحاتهم الفنية ، فوجد علاقات حروفية فيما بينها من خلال تقاطعات خطوطها وحركتها بالاتجاهات العمودية والأفقية والمائلة وباستخدام الالوان المختلفة بتدرجاتها وانسجامها وتضادها قد أنتج اشكالاً متعددة شكلية وتشكيلية ، تعطي قراءات لغوية وتشكيلية برسومها الممتلئة لهذه التكوينات مع سيادة الوانها وحركاتها وحجمها وموقعها في مساحة اللوحة " (4)

تراكيب السطر الكتابي وهي على الأنواع التالية

1- نظام السطر المرسل (المستوى الواحد) : وهو أبسط أنواع التراكيب الخطية ، إذ يتم فيه تنظيم الكلمات والحروف على مستوى واحد ، تتابع فيه الكلمات والحروف بشكل غير مباشر أي تتراكم الحروف بنقطة لا تؤثر في الحرف .

2- نظام السطر المزدوج (ثنائي المستوى) : وفيه تنظيم الكلمات على شكل سطر مزدوج يتكون بالأساس من سطرين متداخلين حيث يبدو السطر الأعلى مركباً على السطر الأسفل بصورة من التداخل والتشابك وتكون قراءة العبارة المكتوبة واضحة رغم تركيبها (1)

3- نظام السطر المتعدد (تراكيب السطر الثلاثي) : وهو شكل متطور عن السطر المزدوج في احتواء التراكيب الأفقي على ثلاثة أسطر متداخلة ومتشابكة لتظهر في النتيجة كسطر واحد منسجم الحروف .

التكوينات الخطية وتشتمل على :

أ- تكوينات الهيئات الهندسية :

وهي أكثر التكوينات الفنية التي يجتهد بها الخطاطون من أجل إبراز مهارتهم وامكاناتهم ، وتعد هذه التكوينات قمة ما وصل إليه الخط العربي في انجاز اللوحة الخطية بخصائصها الفنية (2)

ب- التكوينات التشخيصية (الايقونية) (3) :

وهي تكوينات تتخذ هيئات وأشكال (ادمية ، حيوانية ، نباتية) او اشكال تعتمد دلالات ومضامين النصوص في تكوين تركيبها يتسم بالأبداع والابتكار وهو ما يعتمد على خيال الخطاط وقدرته الفنية والابداعية .

ج - التكوينات المتقابلة (المرأة) :

وتتألف هذه التكوينات من اشكال هندسية وغير هندسية وتكون متقابلة في جميع مفرداتها من الكلمات والحروف والحركات ما يفضي الى التطابق التام بين النصف الاول على اليمين مع النصف الثاني على اليسار (المعكوس) متمثلة لمبدأ (التماثل والتقابل) (4) .

وترى الباحثة ان دور النظام في تصميم الاعلان هو ابراز التنوعات المختلفة الشكلية المختلفة كونه الاساس في توزيع هذه المفردات الشكلية في البناء التصميمي لإيجاد فكرة معبرة تشير الى تناسق وتجانس أجزاء العمل ككل وذلك لإيصال المعنى او بلوغ الهدف من الفكرة الاعلانية .

الأسس الجمالية للإعلان

" ترسخت فكرة الجمال في الإعلان عبر العديد من المناهج والنظريات والآراء وعلى مدى زمن طويل ، وكان لكل من تلك الرؤى وشائج قوية بحركة الحياة والمجتمع في كل زمان ومكان ، والتي أدت بالتالي الى تغير مفهوم الجمال ومعناه تبعها تغيير أهداف الفن ووسائله ، ورغم التحولات الكبيرة التي خلقت احياناً فهما متناقضاً للفن ومعناه ، الا ان

المحتوى الانساني للتجربة الجمالية ، هو الخط المضيء الذي ربط فن الكهوف بفنون ما بعد الحداثة ، رغم تغير الاتجاهات والاساليب واختلاف التأويل والتفسير ، ولم يكن على متذوقي الجمال إلا أن يقدسوا ذلك الإرث الانساني الذي كتب أولى ابجديات الجمال وأسس تلك الذاكرة الحية التي سوغت للإنسان سبب وجوده وشقائه "(1).

لذا فقد وجدت الباحثة ان الفنان المصمم لا يختلف عن غيره في تذوق وطريقة احساسه بالجمال ، هذا الاحساس يأتي بالتزامن مع عوامل اخرى لا تقل أهمية تكون الدافع للإنتاج الفني ، وإبراز التوظيفات الشكلية ومنها التكوينات الخطية " ان الوظيفة التشكيلية للخط ذات أهمية بالغة ، وان المعنى الذي تحمله هذه الكتابة هو معنى كامن فيها بغض النظر عن قراءتها الاولى ، حيث لعبت النصوص والتكوينات الخطية دوراً تشكيمياً اساسياً على مواد مختلفة منها الرخام والجص والمعادن والزجاج والنسيج والخزف "(2).

الفصل الثالث

منهج البحث

اعتمد البحث الحالي المنهج الوصفي لغرض التحليل وذلك لاتساع مضمونه ، والذي يتوافق مع عنوان الدراسة واهدافها .

مجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث من مجموعة من الاعلانات المنشورة في شبكة الانترنت لمنتجات استهلاكية بواقع (8) اعلانات .

اختيار العينة

تم اختيار نماذج عينة البحث باتباع الطريقة القصدية بواقع اعلانين وبنسبة 25% وذلك لتوافق بنائها التصميمي مع موضوع البحث

اداة البحث

لغرض الوصول الى الهدف من البحث قامت الباحثة بتحديد محاور التحليل و المذكورة ادناه وعلى اساسها تم بناء استمارة التحليل كأداة بحثية لتحليل عينة البحث .

محاور التحليل

- 1-جمالية الحروف العربية من خلال التكوينات الخطية .
- 2-العناصر التصميمية المستخدمة في التصميم الاعلاني .
- 3-اسس التصميم المستخدمة في ابراز جمالية العناصر التصميمية

تحليل نماذج عينة البحث نموذج (1)



المنتج : اعلان عن منتجات عطور

نوع الاعلان : اعلان الكتروني .

المصمم : احمد الصادق .

الوصف العام :

اعلان عن محلات لبيع العطور شغل اسم هذه المحلات مجمل الفضاء التصميمي ، حيث استقر في وسط فضاء

الاعلان بقيمة لونية سوداء مع تكوين زخرفي لشكل مبخرة هي العلامة الابرز في استخدام السلعة المعلن عنها (العطور) ، كذلك استقر اسفل هذه العناصر عبارة نصية بنفس القيمة اللونية السوداء لبقية العناصر المكونة للإعلان ، شغلت جميع هذه العناصر فضاء بقيمة لونية تدرجت من الابيض في وسط الفضاء الى قيمة ذهبية باهتة حتى اطراف الفضاء التصميمي

التحليل :

1-جمالية الحروف العربية من خلال التكوينات الخطية :

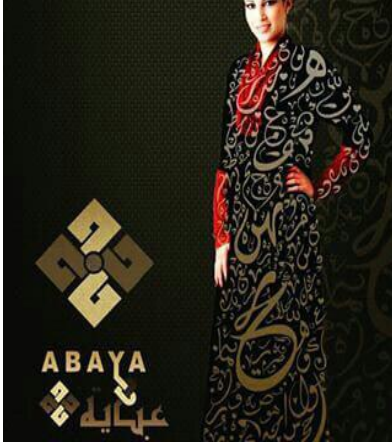
انتظمت العناصر التصميمية من خلال النظام البؤري متخذة من وسط الفضاء التصميمي لفظة لتجميع العناصر الموظفة في تكوين التصميم الاعلاني و ذلك لإبراز التكوينات الخطية وتأكيدها ساعد على ذلك توظيف اشكال من الحروف العربية بتكوينات أيقونية تستند الى مغذيات من الموروث الثقافي العربي هي شكل المبخرة التي تعد من اساسيات البيئة العربية ومورثها .

2-العناصر التصميمية المستخدمة في التصميم الاعلاني :

استخدم المصمم عناصر اعتمد فيها على الحروف العربية وما تحمله من جمالية كان ابرزها تكوين تراكيب سطرية ثلاثية وأيقونية من حروف استقرت في اعلى شكل المبخرة والتي اتخذت جانباً من عبارة نصية هي اسم المحل المعلن عنه .
وظف المصمم قيم لونية محددة اقتصر فيها على اللون الاسود الذي اتخذته جميع العناصر التصميمية مستقرة في فضاء ذو قيم ضوئية متدرجة من الابيض الى الذهبي وذلك لإبراز التضاد بينها وبين العناصر .

3-اسس التصميم المستخدمة في ابراز جمالية العناصر التصميمية :

بالرغم من قلة التنوع في العناصر الموظفة في الفضاء الاعلاني الا انه امتاز بوحدها وذلك للتأكيد على ما تحمله من جمالية ، ساعد على ذلك الانسجام اللوني بما تحمله العناصر من قيمة لونية ، والقيمة اللونية للفضاء محققة توازناً بصارياً جاذباً اعطى التصميم بعداً جمالياً .



نموذج (2)

المنتج : اعلان عن ملابس نسائية

نوع الاعلان : اعلان الكتروني

المصمم : احمد الصادق

الوصف العام :

يمثل الاعلان في مجمل فضائه التصميمي تكوينات شكلية استقرت على جانبي الفضاء ، تمثل الجانب الايمن من شكل الفتاة كانت الحروف العربية الاشكال الابرز في مجمل هيئتها والتي امتدت لإشغال بقية الجانب الايمن من الفضاء .

اما الجانب الايسر فقد استقر في الوسط من فضاءه تكوين زخرفي على شكل معين احتل الجزء السفل منه اسم المؤسسة المعلن عنها (عباية) باللغتين العربية والانكليزية ، استخدم المصمم قيم لونية هي الاحمر والذهبي والبرونزي وشغلت القيمة اللونية السوداء فضاء التصميم بشكل عام .

التحليل :

1- جمالية الحروف العربية من خلال التكوينات الخطية :

انتظمت العناصر التصميمية على جانبي فضاء التصميم بشكل تركيب سطري معطية للتكوينات الشكلية من الحروف العربية قيمة جمالية ، ساعد على ذلك توظيف تقنيات تصميمية باستخدام برامج الحاسوب والتي ادت الى ابراز جمالية التصميم .

2- العناصر التصميمية المستخدمة في التصميم الاعلاني :

وظيف المصمم عدة عناصر متخذة اشكال وتكوينات يعد الحرف العربي الابرز في تشكيلها ، فقد كان شكل الفتاة وما يحمله من قيم جمالية مضافاً اليه ملابسها وما يحمله من الحروف العربية والتمثلة باللونين الاحمر والذهبي و الذي كان يشكل مبالغ فيه ، الا انها تعتبر ابرز العناصر واهمها في التصميم الاعلاني ، وقد وظف المصمم هذه القيم اللونية لتتناسب مع ما تقدمه دار الازياء والسلعة المعلن عنها .

فالقيمة اللونية الابرز وهي (السوداء) تعد اللون الاساسي الذي تعتمد عليه بعض دور الازياء في تصميم العباة ، كذلك القيم اللونية الذهبي والبرونزي كما اعطى المصمم القيم الضوئية المتدرجة ، الموظفة في تشكيلات الحروف ملابس متعددة اضفت جمالية معينة الى هذه التكوينات الحروفية .

3- أسس التصميم المستخدمة في ابراز جمالية العناصر التصميمية : تحقق التوازن من خلال الايقاع المنتظم لتوزيع الحروف للعباءة على الجانبين كذلك التكرار الحرفي للشكل المعيني في جانب الاعلان الايمن والاتجاهات القصيرة لشكل الحروف اعطى جمالية لذلك التكوين محققاً وحدة في هذه العناصر بالرغم من تعدد وتنوع تلك العناصر .

الفصل الرابع

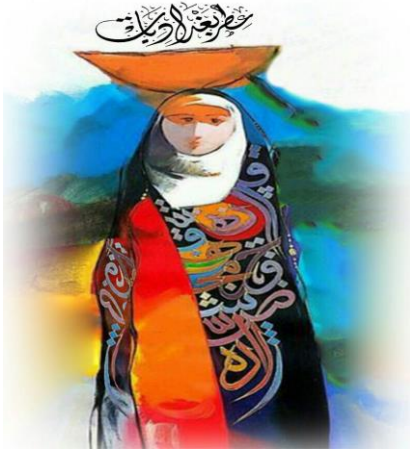
نتائج البحث

- 1- تشكلت بنية التصميم في الإعلانات من فضاءات وظفت فيها تنظيمات وتكوينات تصميمية كما في نموذج رقم (1) (النظام البؤري) والنموذج رقم (2) التركيب السطري والتي ساعدت على ابراز التكوينات الخطية وما تحمله من جماليات في عناصرها الموظفة .
- 2- وظفت عناصر تصميمية برز فيها استخدام الخط العربي وتكويناته المختلفة كأن يكون نص مقروء كما في النموذج رقم (1) او نصوص غير مقروءة او أيقونات كما في النموذج رقم (2) .
- 3- كان للتقنيات الحديثة وتكنولوجيا الحاسبات الرقمية دوراً في تحقيق معالجات للعناصر الموظفة في الاعلان لأحداث جمالية في تكويناتها ذات جذب للمتلقي كما في النموذج رقم (2) .
- 4- اقتصرت العناصر الشكلية على تكوينات مبسطة من حرف واحد كما في النموذج رقم (1) .
- 5- استخدام الاعلان صورة فوتوغرافية مع اشكال وتكوينات من الحروف العربية لإعطاء الشكل المتكون جمالية معينة الا انها جاءت بشكل مبالغ فيه كما في النموذج رقم (2) .
- 6- اقتقرت الاعلانات للتوظيف اللوني المتعدد فقد اقتصرت على لونين فقط كما في النموذج رقم (1) .
- 7- تحقق انسجاماً شكلياً ووحدة للعناصر الموظفة في الفضاء التصميمي مع الفكرة التصميمية المطروحة كما في النموذج رقم (1) كما ظهر انسجام لوني محققاً توازناً في جميع العناصر كما في النموذج رقم (2) وما تبعه من جذب بصري وجمالي .
- 8- تحقق اساس التوازن بشكل واضح في نموذج رقم (2) .

الاستنتاجات :

- 1- يعد الاعلان من اكثر الوسائل جذباً للأبصار بما يحمله من عناصر تحمل الصفة الجمالية محققة اصال للفكرة التصميمية بشكل مباشر للمتلقي .
- 2- تعد العناصر التصميمية الشكلية واللونية احد اهم المقومات البصرية لما تحمله من جذب وقيم جمالية ووظيفية حسب الرؤية التصميمية وايصالها الفكرة .
- 3- اغلب التصاميم الاعلانية المحلية تحتاج الى التركيز على التوظيف للتكوينات الشكلية للحروف العربية لما تحمله من إرث حضاري وقيم جمالية عالية ولكن بصورة غير مفرطة او مبالغ فيها حتى لا تفقد جماليتها وقوة جذبها .

تحليل نماذج تصاميم مقترحة من قبل الباحثة
نموذج (1)



المنتج : اعلان عن منتج اسهات تهاكي (عطر)
نوع الاعلان اعلان مطبوع ويصلح ان يكون اعلان الكتروني
المصمم : الباحثة

الوصف العام :

تصميم مغلف عطر، توزع التصميم على جانبه حيث استقرت أبرز وأهم عناصره على الجانب الايسر والذي يعد الوجهة الامامية للمغلف . وتتكون من رسم تخطيطي لشكل امرأة وظف فيه مساحات من تكوينات شكلية للحروف العربية ، اما الجانب الايمن فعبارة عن مساحات ذات قيم لونية مشابهة للقيم اللونية التي وظفت في التكوينات الشكلية للجانب الايسر كذلك ضم الجانب الايمن عبارات نصية تعريفية عن المنتج

التحليل :

1_جمالية الحروف العربية من خلال التكوينات الخطية شغلت العناصر التصميمية بمجملها الجزء الايسر من الفضاء التصميمي ، حيث وظف التنظيم البؤري في ترتيب تكويناتها التخطيطية والشكلية والخطية مما ساعد على ابراز جمالية الشكل وما يحمله من تكوينات حروفية ، زادهما ما تحمله من قيم لونية متناسقة واشكال ايقونية مستمدة من الموروث الثقافي الشعبي للبيئة العراقية واستخدام المصمم لتقنيات إظهاريه بمساعدة برامج الحاسوب ، كما وظفت لإبراز الفكرة التصميمية بشكل مباشر دل على ذلك ترابط العناصر معها وتغذيتها للجانب الجمالي والوظيفي فيها .

2_العناصر التصميمية المستخدمة في التصميم الاعلاني.

يعد الشكل التخطيطي من العناصر البارزة التي وظفت في الفضاء التصميمي ، وقد تمثل بشكل لأمرائه تدل هيئتها على استلهاها من الموروث الثقافي البغدادي ، وذلك لإعطاء بعداً مترابطاً ودلالياً مع اسم المنتج (عطر بغداديات) ، حمل شكل المرأة تكوينات شكلية من حروف عربية زاد من جمالية هيئة المرأة وساعد على ابرازها للقيم اللونية المتضادة ، والتي شغلت جانبي الفضاء التصميمي بشكل متناسق .

3_اسس التصميم المستخدمة في ابراز جمالية العناصر التصميمية.

الانسجام الشكلي لهيئة المرأة وما تحمله من تكوينات خطية للحروف العربية ابرز جمالية

تلك الهيئة اضافة الى ما تحمله من قيم لونية بمجملها توازناً شكلياً ولونياً على جانبي الفضاء التصميمي وان هذا التنوع في العناصر على اختلافها الشكلي واللوني حقق بتنوعه وحدة أبرزت قيمته الجمالية .

نموذج (2)

المنتج : اعلان عن منتج غذائي (البن)

نوع الاعلان : اعلان مطبوع ويصلح ان يكون اعلان الكتروني .

المصمم : الباحثة

الوصف العام :

اعلان عن منتج استهلاكي غذائي ، شغل فضاءه تكوين من مساحات لونية وخطية للحروف العربية تشكلت على هيئة فنجان قهوة للدلالة على ماهية المنتج المعلن عنه (قهوة) ،

استقر في مركز الفضاء التصميمي ، وفي الاسفل منه استقرت عبارة نصية مقروءة تمثل اسم المنتج المعلن عنه ، جميع العناصر الشكلية والخطية حملت قيم لونية متدرجة من اللون البني .

التحليل :

1- جمالية الحروف العربية من خلال التكوينات الخطية .

وظف المصمم التنظيم البؤري في توزيع عناصره خلال الفضاء التصميمي وذلك لإبراز جمالية التكوين من الحروف العربية والذي امتاز بالبساطة في عرضه وجمالية تنسيقه بالرغم من استخدام حرفي فقط في تكوينه ، والذي شكل باندماجه مع تكوين شكل الفنجان تناسباً شكلياً ولونياً حقق ايصالاً للفكرة التصميمية .

2-العناصر التصميمية المستخدمة في التصميم الاعلاني .

وظف المصمم عناصر تصميمية عبارة عن تكوينات من امتداد خطوط بتشكيلات مكونة هيئة شكل فنجان ، اندمج معه تكوين حروفي زاد من جمالية التكوين والتدرج اللوني الموظف من اللون البني والذي أعطى مصداقية أكبر نتيجة ارتباطه بالقيمة اللونية التي يحملها المنتج المعلن عنه ، وقد أعطى التضاد اللوني بين القيم اللونية البنية للعناصر الشكلية مع القيمة اللونية البيضاء جمالية ساعدت على ابراز الفكرة التصميمية 3-أسس التصميم المستخدمة في ابراز جمالية العناصر التصميمية .

أبرز الانسجام اللوني والشكلي بين عناصر التصميم متمثلة بالخطوط وامتدادها كذلك التدرج القيمي للون البني ساعد على ابراز جمالية تلك العناصر واعطاء وحدة وتناسق بينها ، كذلك انسجام في مجمل الفضاء الذي شغلته تلك العناصر ، كما امتاز التكوين الحروفي (حرفي الباء والقاف) بإعطاء إيهام بصري باتجاه التكوين نحو الاعلى اعطى إيهاً بمشابهته لشكل البخار المتصاعد من فنجان القهوة مما زاد في جمالية وجاذبية التكوين الحروفي التي حققت مع بنية العناصر وتنوعاتها وحدة في الفضاء التصميمي .

التوصيات

- 1- التأكيد على توظيف الحروف العربية بتكوينات معينة تخدم الفكرة التصميمية وبشكل يتوازن مع بقية العناصر الموظفة ، لما تحمله الحروف العربية من جمالية تؤثر في المتلقي بغض النظر عن هويته .
- 2- الاهتمام بالتوظيف اللوني لما يحمله من قوة جذب للمتلقي .
- 3- التأكيد على التوظيف الأمثل للأنظمة التصميمية والتراكيب الخطية بما يحقق توازن في توزيع العناصر الموظفة في البناء التصميمي .

المقترحات

لاستكمال الفائدة من البحث تقترح الباحثة اجراء الدراسات المكملة الآتية :

- 1- استخدام التكوينات الخطية المجسمة في الاعلان التجاري .
- 2- توظيف جماليات الزخرفة الاسلامية في الاعلان السياحي .

الهوامش

- (١) يونس ، يوسف حنفي ، أسس التصميم الداخلي وهندسة الديكور ، عمان ، مطبعة الشرق الاوسط ، 1983 ، ص 111 .
- (٢) ريد، هربرت ، ت : سامي خشبة ،مراجعة : مصطفى حبيب ، معنى الفن ، بغداد ، دار الشؤون الثقافية العامة ، 1986 ، ص 371 .
- (٣) جليبا ، جميل ، المعجم الفلسفي ، جزأين ، بيروت ، دار الكتاب اللبناني ، 1982 ، ص 218 .
- (٤) Mawdoo3.com مصدر من النت .
- (٥) الصويغي ، عبد العزيز سعيد ، فن صناعة الصحافة ، طرابلس ، المنشأة العامة للتوزيع والنشر والاعلان ، 1982 ، ص 75 .
- (٦) العلامة ، بشير ، الابداع والابتكارية في الاعلان مدخل تطبيقي ، عمان ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، 2010 ، ص 26 – 27 .
- (٧) برتليمي ، جان ، : ، ترجمة : انوار عبد العزيز ، بحث في علم الجمال ، القاهرة ، دار النهضة ، 1970 ، ص 64 .
- (٨) بهنسي عفيف ، الخط العربي : أصوله ، نهضته ، أنتشاره ، دمشق ، دار الفكر ، ط 1 ، 2007 ، ص 105 .
- (٩) وهيب يحيى ، الخط والكتابة في الحضارة العربية ، بيروت ، دار الغرب الاسلامي ، ص 76 .
- (١٠) الزهاوي ، خليل ، تشكيلات الخط العربي ، مطبعة اوفسيت سعيد ، بغداد ، 1986 ، ص 136 .
- (١١) الزهاوي ، خليل ، المصدر نفسه ، ص 138 .
- (١٢) الزهاوي ، خليل ، المصدر نفسه ، ص 139 .
- (١٣) كاتلوك ، منير شعرائي ، القاهرة ، المطبعة الدولية ، 2004 ، ص 7 .
- (١٤) بيتر ، مونز ، تر : صبار سعدون صبار ، حين ينكسر الغصن الذهبي ، بنيوية أم طوبولوجيا ، ، العراق ، سلسلة المائة كتاب ، بغداد دار الشؤون الثقافية ، 1986م ، ص 95 .

(١٥) القره غولي ، محمد علي علوان : جماليات التصميم في رسوم ما بعد الحداثة ، أطروحة دكتوراه ، غير منشورة ، كلية الفنون الجميلة ، بابل ، 2006 .
(١٦) الحسيني ، اياد حسين عبد الله ، التكوين الفني للخط العربي وفق أسس التصميم في العصر الاسلامي ، اطروحة دكتوراه ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 1996 ، ص 60 – 61 .

(١٧) المصدر نفسه ، ص 62 .
(١٨) داود عبد الرضا بهية ، بناء قواعد لدلالات المضمنون في التكوينات الخطية ، اطروحة دكتوراه ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 1997 ، ص 127 .
(١٩) فرمان عدي ناظم ، الخصائص الفنية لخط الثلث في المدرسة البغدادية الخطاط هاشم البغدادي انموذجاً ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 2004 ، ص 48 .

(٢٠) محمود شاهين ، ، المنصوص والمبصور بين الكتابة المصورة والصور المكتوبة ، ط 1 ، الشارقة ، دار الامارات العربية المتحدة ، المركز العربي للفنون ، دائرة الثقافة والاعلام ، ، 2008 ، ص 23 .

(٢١) الحيدري ، بلند ، تأثير الحرف العربي في الفن المعاصر ، مجلة الفن العربي ، العدد 4، العراق ، تصدر عن الاتحاد العام للفنانين التشكيليين العرب ، دبت، ص 22 .

المصادر والمراجع

القرآن الكريم .

1- الحسيني ، اياد حسين عبد الله ، التكوين الفني للخط العربي وفق أسس التصميم في العصر الاسلامي ، اطروحة دكتوراه ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 1996 .

2- الحسيني ، اياد حسين عبد الله ، فن التصميم الفلسفة - النظرية - التطبيقية ، الجزء الثالث ، دائرة الثقافة والاعلام ، الشارقة ، 2008 .

3- الحيدري ، بلند ، تأثير الحرف العربي في الفن المعاصر ، مجلة الفن العربي ، العدد 4، العراق ، تصدر عن الاتحاد العام للفنانين التشكيليين العرب .

4- الزهاوي ، خليل تشكيلات الخط العربي ، مطبعة اوفسيت سعيد ، بغداد ، 1986 .

5- الصويغي ، عبد العزيز سعيد ، فن صناعة الصحافة ، المنشأة العامة للتوزيع والنشر والاعلان ، طرابلس ، 1982 ، .

6- العلامة ، بشير ، الابداع والابتكارية في الاعلان مدخل تطبيقي ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2010

7- القرهغولي ، محمد علي علوان : جماليات التصميم في رسوم ما بعد الحداثة ، أطروحة دكتوراه ، غير منشورة ، كلية الفنون الجميلة ، بابل ، 2006 .

8- بهية ، داود عبد الرضا ، بناء قواعد لدلالات المضمنون في التكوينات الخطية ، اطروحة دكتوراه ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 1997 .

9- بيتر ، مونز ، حين ينكسر الغصن الذهبي ، نبوية أم طوبولوجيا ، ترجمة صبار سعدون صبار ، العراق ، سلسلة المائة كتاب ، بغداد دار الشؤون الثقافية ، 1986م ، .

- 10-جان ، برتليمي ، بحث في علم الجمال ، ترجمة : انوار عبد العزيز ، دار النهضة ، القاهرة ، 1970 .
- 11-جميل ، جليبا ، المعجم الفلسفي ، جزأين ، دار الكتاب اللبناني ، بيروت ، 1982 .
- 12-عفيف بهنسي ، الخط العربي : أصوله ، نهضته ، أنتشاره ، دار الفكر ، دمشق ، ط1 ، 2007
- 13-فرمان ، عدي ناظم ، الخصائص الفنية لخط الثلث في المدرسة البغدادية الخطاط هاشم البغدادي نموذجا ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 2004 .
- 14- . كاتلوك ، منير شعراني ، المطبعة الدولية ، القاهرة ، 2004 .
- 15-محمود شاهين ، المنصوص والمبصر بين الكتابة المصورة والصور المكتوبة ، ط1 ، دار الامارات العربية المتحدة ، المركز العربي للفنون ، دائرة الثقافة والاعلام ، حكومة الشارقة ، 2008 .
- 16-هربرت ، ريد ، معنى الفن ، ت: سامي خشبة ، مراجعة : مصطفى حبيب ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، 1986 .
- 17-يحيى وهيب ، الخط والكتابة في الحضارة العربية ، دار الغرب الاسلامي ، بيروت ، 76 .
- 18-يونس يوسف حنفي ، أسس التصميم الداخلي وهندسة الديكور ، مطبعة الشرق الاوسط ، عمان ، 1983 .
- 19-Mawdoo3.com

Sources and references

The Holy Quran .

- 1 Al-Husseini, Iyad Hussein Abdullah, the artistic formation of Arabic calligraphy according to the foundations of design in the Islamic era, doctoral thesis, College of Fine Arts, University of Baghdad, 1996 .
- 2 Al-Husseini, Iyad Hussein Abdullah, Art of Design, Philosophy - Theory - Applied, Part Three, Department of Culture and Information, Sharjah, 2008 .
- 3 Al-Haidari, Bland, The Impact of the Arabic Letter on Contemporary Art, Arab Art Magazine, Issue No. 4, Iraq, issued by the General Union of Arab Plastic Artists .
- 4 Al-Zahawi, Khalil, Formations of Arabic Calligraphy, Saeed Offset Press, Baghdad, 1986 .
- 5 Al-Suwayi, Abdul Aziz Saeed, The Art of Press Making, General Establishment for Distribution, Publishing and Advertising, Tripoli, 1982 .

- 6 Al-Allama, Bashir, Creativity and Innovation in Advertising, an Applied Introduction, Al-Yazouri Scientific Publishing and Distribution House, Amman, 2010 .
- 7 Al-Qarhagholi, Muhammad Ali Alwan: Design aesthetics in postmodern drawings, doctoral thesis, unpublished, College of Fine Arts, Babylon, 2006 .
- 8 Bahia, Daoud Abd al-Rida, Building Rules for Content Semantics in Linear Forms, PhD thesis, College of Fine Arts, University of Baghdad, 1997 .
- 9 Peter, Moons, When the Golden Branch Breaks, Structuralism or Topology, translated by Sabbar Saadoun Sabbar, Iraq, The Hundred Books Series, Baghdad House of Cultural Affairs, 1986 AD .
- 10 Jean, Barthelemy, Research in Aesthetics, Translated by: Anwar Abdel Aziz, Dar Al-Nahda, Cairo, 1970 .
- 11 Jamil, Jaliba, The Philosophical Dictionary, two parts, Dar Al-Kitab Al-Lubnabi, Beirut, 1982 .
- 12 Afif Bahnasi, Arabic Calligraphy: Its Origins, Renaissance, and Spread, Dar Al-Fikr, Damascus, 1st edition, 2007 .
- 13 Farman, Uday Nazim, the artistic characteristics of the Thuluth calligraphy in the Baghdadi school, calligrapher Hashim al-Baghdadi as an example, unpublished master's thesis, College of Fine Arts, University of Baghdad, 2004 .
- 14 Catlock, Mounir Shaarani, International Press, Cairo, 2004 .
- 15 Mahmoud Shaheen, Al-Mansoo wa Al-Mubasir between Illustrated Writing and
- 15 Written Images, 1st edition, United Arab Emirates House, Arab Center for the Arts, Department of Culture and Information, Government of Sharjah, 2008 .
- 16 Herbert, Reed, The Meaning of Art, edited by: Sami Khashaba, reviewed by: Mustafa Habib, House of General Cultural Affairs, Baghdad, 1986 .
- 17 Yahya Wahib, Calligraphy and Writing in Arab Civilization, Dar Al-Gharb Al-Islami, Beirut, 76 .
- 18 Younis Youssef Hanafi, Foundations of Interior Design and Interior Design, Middle East Press, Amman, 1983 .
- 19 Mawdoo3.com

Employing the aesthetics of Arabic letters in the artistic structure of commercial advertising

Asmaa Abbas Lafta

Central Technical University / Institute of Applied Arts

Department of Printing Design Techniques

asmaaxmaher@mtu.edu.iq

07812202658

Abstract:

search Arabic characters and aesthetics in the commercial as a variable component of Arabic characters in appearance, shape, color and direction, and the semantics of those variables in form or design or configure the printed Declaration.

The search included four chapters, the first chapter (methodological framework), the problem of searching and raised the following question: is it possible to recruit Arabic letters in technical architecture aesthetics for commercial? Then the importance of research, research objectives and limits the search and then select the most important terms and concepts. Chapter II (previous studies theoretical framework) was divided into two sections was the first researcher to study specialized beauty general concept of beauty in calligraphy, aesthetic uses of calligraphy in Arabic script, character uses in modern commercial advertising and finally structures The Biblical line, second topic which is devoted to study design systems used in the commercial and aesthetic underpinnings of the Declaration, the researcher out of a set of indicators arising from the conceptual framework adopted as tools to analyze a sample search 0 being worth mentioning

Keyword: Employing the aesthetics of Arabic letters in the artistic structure of commercial advertising