المعالجات الفنية للصورة الضوئية ودورها في التصميم الكرافيكي

أ.د. مها اسماعيل الشيخلي رؤى جعفر سعيد ياسين
الجامعة المستنصرية/ كلية التربية الأساسية

الملخص:

تناول البحث الحالي موضوع المعالجات الفنية للصورة الضوئية ودورها في التصميم الكرافيكي، نظراً لما تؤديه الصورة من دور فعال في اغلفة المجلات وكيفية معالجتها بالطريقة الافضل لجذب انتباه المتلقين. وتكمن مشكلة البحث في تواجد قصور واضح في معالجة الصورة المستخدمة في تصاميم اغلفة المجلات العراقية مقارنة بالاجنبية للارتقاء بالواقع التصميمي في العراق، وان هناك ضعف في معلومات المصمم عن المعالجات الفنية للصورة ومن هنا طرح التساؤل الاتي في مشكلة البحث: ما هي المعالجات الفنية للصورة الضوئية ودورها في التصميم الكرافيكي؟ واجراءات البحث التي تضمنت منهج البحث ومجتمع البحث وهو تصاميم لاغلفة مجلة معرفية ثقافية تصدر في الولايات المتحدة الامريكية من 2010 الى 2013 بسبب التطور الذي شهدته المجلة في هذه السنين، وتم اختيار خمسة اغلفة مجلة كونها تتفق مع متطلبات وطبيعة البحث، اما اداة البحث فتمثلت باستمارة التحليل التي تضمنت عدة محاور وتم عرضها على الخبراء والمحكمين وعلى اساسها تم تحليل نماذج العينة. وتوصلت الدراسة الى ستة نتائج مجملها انها حققت اغراض عملية في خدمة المصمم وابراز اسم المجلة لانه يشكل بداية الغلاف وتحقيق الجانب الوظيفي والجمالي، اضافة الى الاستنتاجات والتوصيات والمقترحات.

الفصل الاول

1-1 مشكلة البحث:

ان التطور العلمي والتكنولوجي الذي يشهده العالم له الاثر على التنوع الاخراجي للتصاميم، وان التصوير الضوئي photography هو عملية انتاج صور بواسطة تاثيرات ضوئية والتصوير الرقمي digital photography هو شكل من اشكال التصوير الضوئي التي تستخدم التكنولوجيا الرقمية لمعالجة الصور دون المعالجة الكيميائية. والصور

الرقمية يمكن معالجتها، تخزينها، مشاركتها، كما يمكن طباعتها. لذلك المعالجات الفنية التقنية تعد امكانية مهمة في تصميم المطبوعات ومنها تصميم اغلفة المجلات، حيث ان انتشار التكنولوجيا وظهور برامج الحاسوب المختصة في هذا الشأن ساعدت المصمم في كثير من الاشياء التي تعجز عليها المعالجات الكيميائية للصور والمكائن اليدوية في انتاج المنجز الطباعي النهائي، حيث ساعدت التقنيات الحديثة في حل الكثير من المشاكل منها ضبط الالوان وضبط قياس المنجز المطبوع النهائي، اضافة الى المعالجات الفنية للصور الضوئية، ولكن يبقى المصمم هو صاحب الفكرة والموهبة.

ومن خلال الاطلاع والبحث الميداني الذي قامت به الباحثة وتفحص البعض من المجلات العراقية والأجنبية المتواجدة داخل القطر وجدت الباحثة بأنه هناك قصور واضح في معالجة الصورة المستخدمة في تصاميم أغلفة المجلات العراقية مقارنة بالأجنبية ومن هنا ارتأت الباحثة بان تنال هذه المشكلة في موضوع بحثها وذلك للارتقاء بالواقع التصميمي في العراق. ومن هنا يتبادر الى الباحثة التساؤل الاتي:

ما هي المعالجات الفنية للصورة الضوئية ودورها في التصميم الكرافيكي؟

1-2 اهمية البحث:

للاهمية الكبرى التي تمثلها الصورة الضوئية في العالم والتي تساهم في تطوير البعد الوظيفي والجمالي عن طريق المعالجات الفنية والتقنية التي تطرأ عليها ودورها في تصميم اغلفة المجلات العراقية فان اهمية البحث الحالي تكمن في امكانية:

1) اسهامهِ في تنمية الوعي المفاهيمي لدى العاملين في مجال التصميم الكرافيكي.
2) اسهامهِ في تطوير المهارات الفنية لدى العاملين في مجال تصميم اغلفة المجلات العراقية.

1-3 هدف البحث:

التعرف على المعالجات الفنية للصورة الضوئية ودورها في التصميم الكرافيكي.

1-4 حدود البحث:

1) **الحد المكاني:** المجلة الصادرة في الولايات المتحدة الامريكية ((ناشينال جيوكرافيك National Geographic)
2) **الحد الزماني:** (2010-2013) بسبب التطور الذي شهدته المجلة في هذه السنين.

3) **الحد الموضوعي:** دراسة المعالجات الفنية للصورة الضوئية ودورها في التصميم الكرافيكي.

1-5 تحديد المصطلحات:

1-5-1 المعالجات الفنية:

المعالجة لغةً: عالج، معالجة، علاجاً: زاولهُ ومارسهُ ومنهُ " انا صاحب ظهر اعالجهُ " اي امارسه، والمريض داواه، تعالج: تعاطى العلاج، المعالجة: يقال عالجهُ فعلجهُ اي غالبهُ في المعالجة فغلبهُ.[1]

المعالجة اصطلاحاً (treatment): جملة وسائل العناية والمحافظة او المساعدة [2]. الاجراءات الفنية والتقنية التي يقوم بها المصمم من اجل الوصول الى ناتج طباعي يحقق هدفه الوظيفي.

الفنية لغةً: الفن : فَنَّا الشيءَّ: زينهُ، وتفنن: تنوعت فنونه، الفنان، صاحب فن من الفنون أي المبدع في فنه.[3]

الفنية اصطلاحاً: الفن هو دلالة على المهارات المستخدمة لإنتاج أشياء تحمل قيمة جمالية على تعريفة فمن ضمن التعريفات أن الفن مهارة – حرفة – خبرة – إبداع – حدس – محاكاة.[4]

ويعرف على انهُ تنظيم للالوان بطريقة معينة على سطح مستو او على انهُ فن تمثيل الشكل باللون والخط على سطح ذي بعدين من خلال الصور البصرية، او باعتباره الفن المتكون من تنظيم الافكار وفقاً لامكانات الخط واللون على سطح ذي بعدين، هذا الفن يتضمن نشاطاً ابداعياً مركباً يتعلق بالتحولات التي تحدث للوحة الفنية.[5]

المعالجة الفنية: ويقصد بها الحلول التي يضعها الفنان في مخيلته واثناء انتاجه للعمل الفني لغرض صياغته وتشكيل العناصر الفنية الموجودة فيه من خطوط والوان وملامس وغيرها في علاقات شكلية جمالية ومعبرة في نفس الوقت عن الموضوع او الفكرة التي يهدف الى توصيلها لجمهور المشاهدين.[6] وتبنت الباحثة هذا التعريف لها كونه يتلائم مع عنوان بحثها.

2-5-1 الصورة الضوئية photograph :

الصورة لغةً: الشكل، كل ما يصور، الصورة: الصفة، النوع، وجعل له صورة وشكلاً ورسمهُ ونقشهُ.[7]

الصورة: تعود كلمة الصورة الى جذورها الكلمة اليونانية القديمة إيقونة (Icon) التي تشير الى التشابه والمحاكاة، التي ترجمت الى اللغة الانكليزية (Image).[8]

والصورة تمثيل بصري لموضوع ما، وتعد المعارضة بين الصورة و المفهوم عند بارشلار اساسية، "لأنها تسمح بفهم تنظيم الانعكاس، عبر وجهين، فالصورة إنتاج للخيال المحض، وهي بذلك تبدع اللغة وتعارض المجاز، الذي لا يخرج اللغة عن دورها الاستعمالي".[9]

الفصل الثاني

المبحث الاول

2-1 الصورة الضوئية:

تشكل الصور احدى المرئيات التي تضفي على حياة الناس مزيداً من الايضاح والاقناع والمتعة البصرية، لما تؤديه من دور بارز في تسجيل الاحداث الواقعية بمنتهى الدقة التي ينعكس توظيفها في الوسائل الاتصالية، اذ تعد الصورة الضوئية من اهم عناصر التصميم التيبوغرافية لانها تحقق قيمة وظيفية وجمالية، لما تملكه من مميزات فعالة للتاثير في المدركات الحسية لدى المتلقي، حيث لها اثر كبير في جذب الانتباه نحوها، ولابد ان يكون مضمون الصورة مرتبطاً بطريقة مباشرة مع الفكرة العامة للمنجز التصميمي لتحقيق الهدف المطلوب.

حيث تعطي الصورة تأويلات عديدة كثيرة المعاني، فهي (لغة لا تحتاج الى كلمات نظرية كونها هي تعطي الكلمة المطبوعة دعماً وتنقل الفكرة للمشاهد اكثر من المادة المكتوبة فضلا عما يمكن ان تحمله الصورة من اضافات وقيم تعبيرية يضيفها المصمم عليها وخاصة من خلال بعض المعالجات التقنية التي تطورت كثيراً بفعل التقدم العلمي والتكنولوجي كالحاسوب وبرمجياته المتعددة يومياً)[10].

وتعد الصورة الضوئية photograph لغة تعبيرية يستخدمها المصمم لينقل للاخرين احاسيسه من خلال العمل الفني او الفكرة المراد ايصالها وذلك لما تمتلكه من امكانات تشكيلية وتعبيرية واسعة.

ان وظيفة الصورة الاساسية هي اخراج المادة باشكال ومعاني كثيرة ومعبرة فالمصمم الطباعي مهتم باخراج الصورة بطريقة معبرة وكيفية معالجتها بطريقة تتلائم مع

ما يعلن عنه او يصممه سواء كان لغلاف او بوستر، لان " التعبير وجه من اوجه دلالة الصورة لان صباها الصامت هو ما يشكل كامل قوتها".[11]

والعناصر لم تعد تمتلك خواصا مشتركة فقد استطاعت الصورة ان تقوم بتجريد معالم الشيء الاساسي فيها، وان هذا التجريد ادى الى تميز الوعي الذي يحيطها، فالصورة في التصميم هي اعادة تركيب للمظاهر وتنظيمها لتصبح كلاً على تعدد المعاني، لذا يمكن القول ان الصورة رغم مطابقتها وحدودها الواقعية الا انها في التصميم تصبح مركبا من رؤى وافكار ومرجعيات ومعالجات فنية يتحكم بها المصمم المبدع بما يناسب عمله الفني وجذب انتباه المتلقي وارشاد نظره وتركيزه لاطول مدة ممكنة على العناصر والتركيز عليها عن طريق "حجم العنصر واستخدام المساحات اللونية والمساحات البيضاء وعلى المصمم ان يراعي درجة التناسب بين المساحة المخصصة للعناصر والمساحة البيضاء التي تتخلل هذه العناصر"[12]، والاتجاه الذي يحرك نظر المتلقي للعنصر الاكثر اهمية في الاعلان، واللون الذي هو عنصر اساسي في اظهار ملامح الشكل، اضافة الى القيمة الضوئية التي تعد عنصراً مهماً يتعلق بدرجة الاضاءة والظلمة في العمل الفني.

والصورة الواقعية هي محاولة تصوير الاشياء بشكل موضوعي يتطابق مع الشكل المراد تصويرهُ، ونتيجه لذلك يبدو العمل انعكاساً للواقع وليس نسيج مصنع حول الواقع وهذا ما يعطي انطباع بانهُ امر حقيقي كالواقع تماماً، وليس شيء خيالي.

وتستخدم هذا النوع من الصور الضوئية بكثرة في اغلفة المجلات لما لها من اهمية وتاثير كبيرة في الاعلان. ومثال على ذلك بعض اغلفة مجلة (TIME) الاميركية. كما في شكل (1).

شكل (1) يمثل الصورة الواقعية

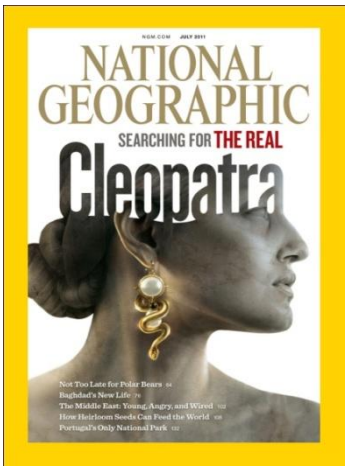
والصورة الذهنية غير المباشرة التي ترتبط بالذهن لا بالحقيقة المباشرة وهي كل ما يدل على شيء غائب عبر الايحاء الى وجوده، وذلك يعتمد على المصمم وكيفية توصيل هذه المعلومات والافكار الى جمهور المتلقين بوصف صيغة للتعبير عن الموضوع او الفكرة بعيداً عن الطريقة المباشرة، ثم تشفيرها بما يتلائم وطبيعة الموضوع ومنحه امكانية فكرية علمية يمكن ان تغني العمل جمالياً، وهي نتاج ذاتي للمصمم من خلال اعادة تركيب الاشياء الواقعية الى اشياء خيالية، انها عملية دمج وتركيب واعادة تركيب، وكذلك الصور التي يجري تشكيلها وتكوينها في تركيبات جديدة، (انها تمثيل مادي لشيء خارجي مدرك بحاسة البصر، كارتسام خيال الشيء او تمثيلهُ في خطوط بيانية، واما ان تكون تمثيلاً ذهنياً لشيء مدرك بحاسة البصر)[13]، فالمصمم يستمد عناصره من الوجود ويركبها تركيب جديد، لان العالم يحتوي على الكثير من الصور التي تحتاج الى من يكتشفها ويظهرها الى الوجود من قبل خيال المصمم "فالتخيل هو تاليف صور ذهنية تحاكي ظواهر الطبيعة ان لم تعبر عن شيء حقيقي موجود"[14]. كما في شكل (2)

شكل (2) يمثل الصورة الذهنية

2-2-2 ومن المعالجات الفنية للصورة الضوئية:

2-2-2-1 الحذف والاضافة: ان هذه العملية هي احداث تحوير للشكل التنظيمي للتصميم والحصول على انماط مختلفة من التحويرات لتحقيق احتياجات بصرية كتأكيد الهيمنة لمفردة معينة عن طريق قطع او حذف الاجزاء الاخرى والتركيز على جزء واحد، او حركية لتاكيد استمرارية ارتباط المفردات مع بعضها وتواصلها بشكل ديناميكي، او قد تكون احتياجات وظيفية تتمثل بكيفية اشغال الفضاء بشكل متناسب للحصول على

اعلى قيمة جمالية لبنية تصميم المطبوعات، فأن المعالجات الفنية التي يتخذها المصمم من الحذف والإضافة في العلاقات الشكلية لزيادة وضوح الفكرة وإبراز أهم مقاصدها، وهنا يمكن عزل الفكرة عما يجاورها وما قد يشابهها من أفكار ورؤى، حيث نقوم بحذف شئ ما يثقل الفكرة ويسهل عملية تسلمها وفاعليتها لمدركات المتلقي، (فالفكرة ليست قوة عشوائية مستقلة تماماً وإنما تتوقف على النشاط الواعي الخاضع لسيطرة الفنان)[15]، أي أن الفكرة تكون موجهة ولسبب محدد وخاضعة لتصرف المصمم حيث يؤكد فيها هدف فكرته والتي تتحقق إلى واقع تنفيذي من خلال تقنيات التنفيذ المختلفة.



وتتم عملية الحذف والاضافة عن طريق تحقيق السيادة في العمل الفني حيث يجب ان يتحقق العامل الوظيفي والجمالي بشكل مدروس يجذب انتباه المتلقي الى الجزء المراد التركيز عليه. كما في شكل (3) يبين عملية الحذف والاضافة في بعض التصاميم.

شكل (3)

2-2-2-2 المبالغة الشكلية:

" هي ظاهرة اختلاف الحجم في الصورة، لا كتعبير على الفراغ، بل لإظهار مكانة الأشياء او أهميتها، ولاحظ استخدام هذه الوسيلة يعبر عن العمق من غير الإخلال باستواء مسطح الصورة"[16] ، أي هو التكبير والتصغير العام للصورة والمبالغة في حجم الأشكال بحيث تبرز وتتميز عن غيرها من العناصر الداخلة في العمل التصميمي، وتعد المبالغة الشكلية من المعالجات الفنية المهمة في جذب الانتباه اذ (من المعلوم أن اختلاف الشيء عن سائر الاشياء المحيطه يشد الانتباه اليه دون سواه وبالتالي يكون جاذب للانتباه أكثر)[17].

والتباين اللوني مع الفضاء التصميمي يحقق السياده للمبالغه الشكليه في التصميم ويجذب النظر نحو الرساله الاعلانيه والهدف المراد منها لذلك فأن للون أهميه لأبراز الهيئات او الاشكال المهمه في المطبوعات حيث انه يحقق أنطباعا قويا وسريعا عند المتلقي يثير أهتمامه بالمضمون الفكري، (فبعض الصور تستلزم لتذوقها الفني من يدمن التباين الشديد الذي ينشأ من مساحات قاتمه واخرى شديده التألق تثير في النفس معنى القوه والعنف او

الحيويه كما يناسب الصور التي تتميز بطابع درامي قوي) [18]، فسيادة المبالغة الشكلية هو بروز احد العناصر التصميمية عن غيره من العناصر في اغلفة المجلات اذ (تتطلب وحدة الشكل في أي تصميم مطبوع ان يسود جزء معين من العناصر على بقية الأجزاء حيث يكون مركزاً لجذب الانظار مع احتفاظه بوحدة العمل المصمم، حيث ينال جزء من ذلك التصميم أولويه لفة النظر اليه عما سواه).[19] وتتحقق المبالغة الشكلية في بعض التصاميم كما في شكل (4).

شكل (4) يبين المبالغة الشكلية

2-2-2-3 التراكب الصوري:

وهو من المعالجات الفنية التي يقوم بها المصمم لجمع المفردات وتنظيمها، ويتمثل باخفاء جزء من مفردة معينة بواسطة مفردة اخرى تقع فوقها، وبما ان الاشكال التي تحجب اجزاءاً من اشكال اخرى تظهر وكأنها متقدمة عليها من حيث الموقع فتبدو اكثر قرباً منها، وهذا من شأنه ان يثير الاحساس بالعمق الفضائي لتصميم المطبوعات، وهو اسلوب يحقق اظهاراً لهيئة الصورة الضوئية من خلال اخفاء جزء من عنصر اخر او فضاء التصميم المطبوع، " فالاشياء التي تقع بعيدة عنا بمسافات مختلفة لابد ان تتراكب اثناء اسقاطها على شبكية اعيننا، فاذا ستر احد الاشياء جزءاً من شيء اخر، فاننا نعرف

بالخبرة ان ذلك الشيء لابد ان يكون امام الاخر. ومن ثم يكون على الارجح اكثر قرباً منه".[20] والعمق في هذه الحالة لا يكون اساسيا في التاويل وانه يمكن ان يكون ذو دلالة فضائية قوية اذا كان للشكل دلالات اخرى تدل على الاحساس بالعمق كأن يكون مصحوباً بالتباين والتدرج في الحجم، ونعني به تراكب أكثر من صورتين بشكل جزئي أو كلي، وتستخدمه بعض المجلات لغرض إظهار العلاقات الموضوعية بين الصورة المتراكبة جزئيا، وتكون كل صورة من تلك الصور المركبة هي المقدمة أو السبب، والنتيجة في آن واحد، تعبر عن الترتيب الزمني لمشاهد عدة، إما التراكب الكلي، فيتم بين صورتين فقط، وتستخدمه بعض المجلات لتحقيق نوعاً من العلاقات الموضوعية، كأن تكون الصورة الصغرى المركبة فوق الكبرى، وأن تكون الصورة الصغرى التي تسببت في الحدث الذي تقدمه الصورة الكبرى[21]، (الشكل الكامل يظهر على انه الأقرب من الشكل المحجوب)[22] . كما في الشكل (5).

شكل (5) يبين التراكب الصوري

2-2-2-4 الشفافية:

"هناك نوع اخر هام من التراكب الدال على الفراغ وهو تاثير الشفافية، ومن اهم مميزات هذه الطريقة هو الطبيعة المزدوجة للمساحة المتراكبة، فدرجة التالق التي تتوافر فيها خصائص شفافية لكلا المسطحين تكون ثنائية التكافؤ".[23]

وتحقيق الشفافية ما بين الكتلة والفراغ التي تكشف الحركة المكانية وطاقة الظل والضوء، وان الشفافية ان كانت مساحات لونية أو صور طباعية أو غيرها، تحمل صفة التكافؤ مع المساحة الأخرى الشفافة فتظهر المساحتين في ان واحد و لكن بتباين يظهر المرتدة و المتقدمة ومن خلال تلك العملية يكون الإيحاء بالفضاء واضحاً حيث التفاوت بالعمق.

حيث نجد إن الشفافية هي امتداد لمفهوم التراكب إذ يمكننا رؤية الأجزاء المتراكبة كافة ومن خلالها نستطيع أدراك الفضاء، ومن خلال رؤية العناصر المتداخلة فقد تتراكب مستويات عديدة على التوالي، أو قد تبدو بعض المستويات شفافة بحيث إن وهم الرؤيا من خلال المستوى الأمامي إلى الخلف يعزز الإحساس بالفضاء الثلاثي الأبعاد.

وهي مفهوم آخر للتراكب حيث يمكن رؤية كافة الأجزاء المتراكبة[24]. كما في شكل (6)

شكل (6) يبين الشفافية في الاعلانات

2-2 المبحث الثاني

تصميم اغلفة المجلات

2-2-1 تصميم الجرافيك:

تصميم الجرافيك (فن الاتصالات البصرية) هو نهج ابداعي يقوم به مصمم او مجموعة من المصممين بناء على طلب العميل ويتعاون على تنفيذ معطياته المادية مجموعة من المنتجين (عمال طباعة، مبرمجين، مخرجين، الخ) من اجل ارسال رسالة معينة للجمهور المستهدف، ويشير مصطلح تصميم الجرافيك الى عدد من التخصصات الفنية والمهنية التي تركز على الاتصالات المرئية وطرق عرضها، حيث تستخدم اساليب متنوعة لانشاء او الجمع بين الرموز والصور او الكلمات لخلق تمثيل مرئي للافكار، وتشمل تصميم المجلات والاعلانات وومنتجات التعبئة والتغليف او اي عمل فني اخر، ويعتبر التكوين او التجميع هو واحد من اهم سمات التصميم الجرافيك.[25]

واخذ التصميم الكرافيكي اهميته الكبرى من خلال ارتباطه المرئي بفعل الادراك الحسي للموجودات والاشياء عن طريق حاسة البصر وتطور هذا بمفهومه من الرسوم البدائية الى الشكل الكرافيكي في وقتنا الحاضر وبلغ مراحل ودرجات متقدمة ، وبرز هذا التقدم من خلال ما وصلت اليه العملية التصميمية الحديثة والتي كان لها الامتداد بالجذور الاولية لبدايات تجسيد الانسان لرسوماته الكهفية التي كانت اما هواجس لحظوية او ردود

فعل لمخاوف محيطة به في البيئة وتطور اللغة المكتوبة لديه ايضا. حيث ان الطبيعة هي المصدر الاساسي للمصمم لانها تحتوي على عناصر متنوعة من عناصر التصميم المختلفة وهذه العناصر تتسم بالتغير الدائم في مظهرها المرئي وفقاً لما يحدث في الطبيعة من متغيرات، ولكن لا تزال هذه العناصر تحكمها قانون الطبيعة بشكل متوازن يعكس نظاماً مرئياً متكاملاً، وان دور المصمم يأتي في استخلاص مايشاء من ذلك النظام المرئي ليحقق مايريد التعبير عنه برؤيته الخاصة، وبوسائله الادائية المختلفة، اذ ان العين المبدعة تستطيع ان ترى في الطبيعة تصميمات متنوعة وعلى درجة كبيرة من النظام والدقة، "وكان اول من اطلق تسمية (graphic designer) هو المصمم وليام اديسون دويغنز عام 1922 الذي عرف مصطلح (المصمم الكرافيكي) بانه ذلك الشخص الذي يجمع بين العناصر المختلفة (كلمات، صور، الوان...) في صفحة واحدة بشكل يجذب النظر" [26].

2-3-2 دور الصورة في تصميم اغلفة المجلات:

المجلة هي واحدة من التخصصات الفنية والمهنية التي تركز على الاتصالات المرئية وطرق عرضها التي يوظفها المصمم لتقارب الاراء والتواصل مع المجتمعات الاخرى، "وهي من الوسائل الاعلانية المطبوعة والتي تحظى بجمهور معين من القراء يختلف باختلاف نوع المجلة ومحتوياتها والفئة الموجهة اليها وعادة تحتوي المجلات على العديد من الموضوعات المصورة والتحقيقات"[27].

ومن اهم عناصر نجاح المجلة هي الصورة الضوئية وتوضيفها بشكل صحيح من خلال المعالجات الفنية والتقنية التي يقوم بها المصمم بما يتلائم مع فكرة الغلاف، فاصبحت اهمية الصورة تتعاظم لانها تشكل عنصر الجذب الاول، ولا يمكن تخيل غلاف مجلة دون صورة وهي" لغة عالمية يفهمها جميع الناس بسهولة وبدرجات من التفاوت، لان حاسة البصر ذات اهمية كبيرة بالنسبة لشعور الانسان ودرجة فهمه، وقد استخدمت الصور والرسوم كمؤشر عام ورئيس للتعبير الانساني ، حتى بدا من الطبيعي ان يتكون لدى الناس ما يمكن ان نطلق عليه العقلية البصرية"[28]، حيث تعد الصور ذات جاذبية وقدرة تسويقية عالية، وتشكل نسبة عالية من قرارات شراء المجلة.

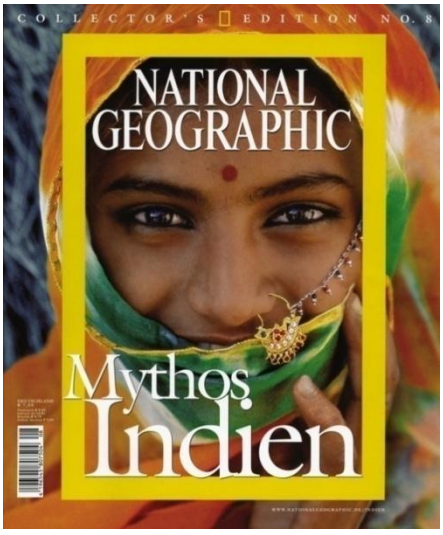
واصبحت الصورة الضوئية الان من المواد الاساسية لغلاف المجلة ولم تعد عنصراً جمالياً فقط بل ايضاً عنصر وظيفي اعلامي. وهي تعبر عن الافكار والاراء كما تعبر عن الاخبار والاحداث فالصور بانواعها المختلفة تساعد في اعطاء الاخبار الكثير

من المصداقية، وتيسر على القراء فهم المضمون الذي يصعب فهمه وتوضح المعالم التي يصعب وصفها بالكلمات، وهي من الناحية الاخراجية تضفي على غلاف المجلة ككل شكلا اجمل وتبايناً وتوازناً.[29]

وللصور الضوئية وظائف عديدة ومن اهم هذه الوظائف في اغلفة المجلات هي[30]:

- للصورة وظيفة اخبارية معلوماتية والتي نافست بها الكلمات في الصحافة.
- اضفاء التوثيق والمصداقية للاحداث والمناسبات الرسمية وغير الرسمية.
- للصورة قدرة كبيرة على تثبيت المعلومات في ذاكرة المتلقين.
- للصورة وظيفة بصرية، لما لها من دور فعال في جذب انتباه والاستحواذ عليه.
- الصورة تؤثر في نفس المتلقي لما تحمله اللقطة الضوئية من قدرات تاثيرية في المتلقي لتحقق النجاح والانتشار.
- للصورة وظيفة سيكولوجية، فهي تحل للانسان بعض المتطلبات النفسية والعقلية.

للصورة وظيفة جمالية، كونها عملاً فنياً يستوقف النظر ويبعث الاهتمام في نفس المتلقي فهي تستطيع ان تجعل الصفحة ذات مظهر مليء بالحيوية والنشاط والتنوع. كما في الشكل (7). (والاختيار المكاني الدقيق لمواقع الصور ومستوى المعالجات الفنية والتقنية التي تطرأ عليها من حيث المبالغة الشكلية بالحجم والمعالجات الاظهارية والاتجاهية في التعدد الصوري والشفافية، فالتقنية العالية والفكرة والتعبير والجمال والايهامية في العمق مكنون انشائي ينبغي ان ينتبه اليه المصمم الطباعي عند الاستخدام)[31].



شكل (7)

ويُعد الوضوح من اهم الصفات الواجب توافرها في الصورة الصحفية لكونها تعين القارئ على فهم الرسالة الاعلامية واستيعابها ، خاصة اذا كانت واضحة في تفصيلاتها ، ذلك ان وضوح الصورة يحقق رؤية تفاصيلها بدقة ، وتمكن العين من الاتجاه اليها بطريقة لا شعورية الى حيث مركز الاهمية فيها.(وحينما يقرر القارئ شراء مجلة وينظر الى الغلاف حيث تلفت نظره الصورة ويركز على النقطة البصرية الاكثر جذباً في الصورة ثم ينتقل نظره الى باقي الاجزاء الاخرى، وبعد ذلك الى المادة المكتوبة او التعليق المصاحب للصورة، وكتابة الشرح على الصورة هو ما يسمى بتحرير الصور في المجلة)[32].

واخراج الصورة في اغلفة المجلات يعتمد على اسلوب العرض وطريقة التقديم ومساحتها وقدرتها على التاثير ويعتمد ذلك على اسلوب المصمم وابداعاته وافكاره لان الصور بالنسبة للمصمم هي التي تعطي الحركة والتنوع وعن طريقها يخرج المصمم بالابتكارات والافكار الجيدة التي ترشد عين القارئ الى الاجزاء المهمة بالتسلسل من الاكثر اهمية الى الاقل، وبالتالي تحقق الهدف النهائي المراد الوصول اليه. (ان على المخرج الفني، ان يكون مدركاً للسياسة التحريرية التي تسير عليها الصحيفة او المجلة ومتفهماً لمنهجها وطريق العمل بها، لانه هو الذي يضع بصماته الاولى والاخيرة على الصفحة، اذ يحدد الشكل، ويقرر المقاسات التي تتماشى مع الوضع العام للصحيفة من حيث المادة الكلامية والعناوين والصور والرسومات ويختتمها بمراجعته الفنية العامة لكل مراحلها للتاكد من سلامة تنفيذ الشكل الذي حدده في بداية العمل).[33]

اذن للصورة دور مهم في عملية تصميم غلاف المجلة، فلها دور وظيفي تستخدم كعنصر ايضاحي للحدث الذي تنقله لنا، ودورها الجمالي الذي يكسر الرتابة والملل والجمود من على الصفحة ولهذا كانت الصورة بؤرة الجذب البصري ومدخل فعال الى التاثير البصري.

يعتبر غلاف المجلة من اهم صفحاتها لانه المدخل الاول الى المجلة والمعبر عن شخصيتها، حيث يجب ان يكون جذاب، وخلاب، وشامل. وتعد الصورة الضوئية من اهم عناصر غلاف المجلة لذلك يجب ان يهتم بها المصمم والتركيز عليها عند التصميم والاخراج الكلي للغلاف لكي يجذب اكبر عدد ممكن من القراء، لان عين الناظر تنجذب الى الصورة والونها ونقاوتها ودقتها قبل ان ينجذب الى العناوين اي المادة المكتوبة. (تقوم

عملية تصميم الغلاف الامامي على مبدأ اساسي مهم هو ضرورة الربط بين كل العناصر ويحقق هذا الارتباط وحدة كلية لتجمع عناصر الغلاف كلها)[34]، حيث وحدة اي عمل فني هي اساس نجاحهُ وفي تصميم غلاف المجلة يجب اتباع نظام لوني معين بحيث تتلائم الوان العناوين مع الوان الصورة في غلاف المجلة لتحقيق انسجام لتريح عين الناظر كما في شكل (8) :

شكل(8) يبين انسجام الالون

الفصل الثالث

إجراءات البحث

منهج البحث:

اتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يعنى برصد الظواهر وتحليلها لغرض الكشف عن حقائق علمية وموضوعية ولأن هذا المنهج يعد من الخطوات العلمية في بناء النظريات بفضل دقته وكونه يتناسب مع طبيعة البحث وأهدافه .

مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث التالي من تصاميم لأغلفة مجلة معرفية ثقافية تصدر في اميركا مجلة (ناشينال جيوكرافيك National Geographic) التي استطاعت الباحثة الحصول عليها من الموقع الرسمي للمجلة* على الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنيت)، وبلغ مجتمع البحث (48) غلاف حصيلة المسح الميداني الذي توافر لدى الباحثة.

عينة البحث:

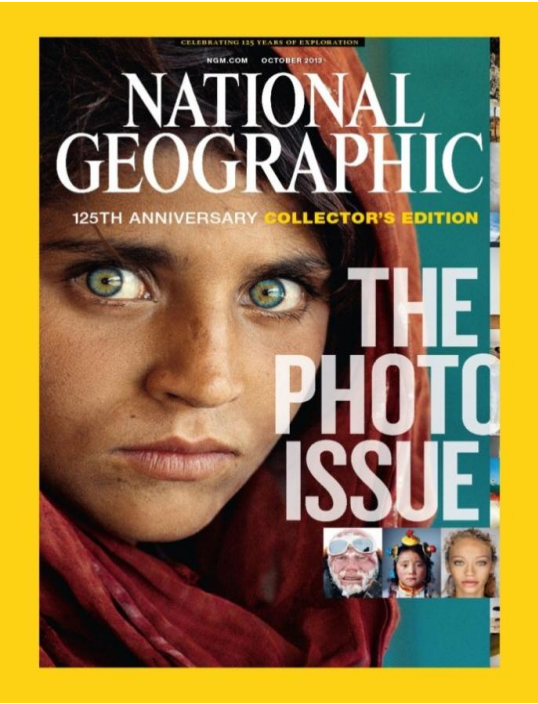
تم اختيار خمس أغلفة مجلات كونها تتفق مع متطلبات البحث وتشكل نسبة (10,4%)، وهذا ما يتفق مع ما جاء به برلسون (Perelson)، حيث اكد ان بالامكان اخذ عينة تتراوح بين (7–10%) من مجموع المجتمع للصحف والمجلات الدورية.

أداة البحث:

للوصول إلى تحقيق أهداف البحث تم اعتماد مؤشرات الإطار النظري في بناء استمارة التحليل للإفادة منها في تحليل العينات، حيث تم عرضها على الخبراء والمحكمين*، واخذت الباحثة بملاحظاتهم وحصلت موافقتهم عليها بالاجماع.

تحليل العينات

عينة رقم (1):



اسم المجلة: National Geographic.

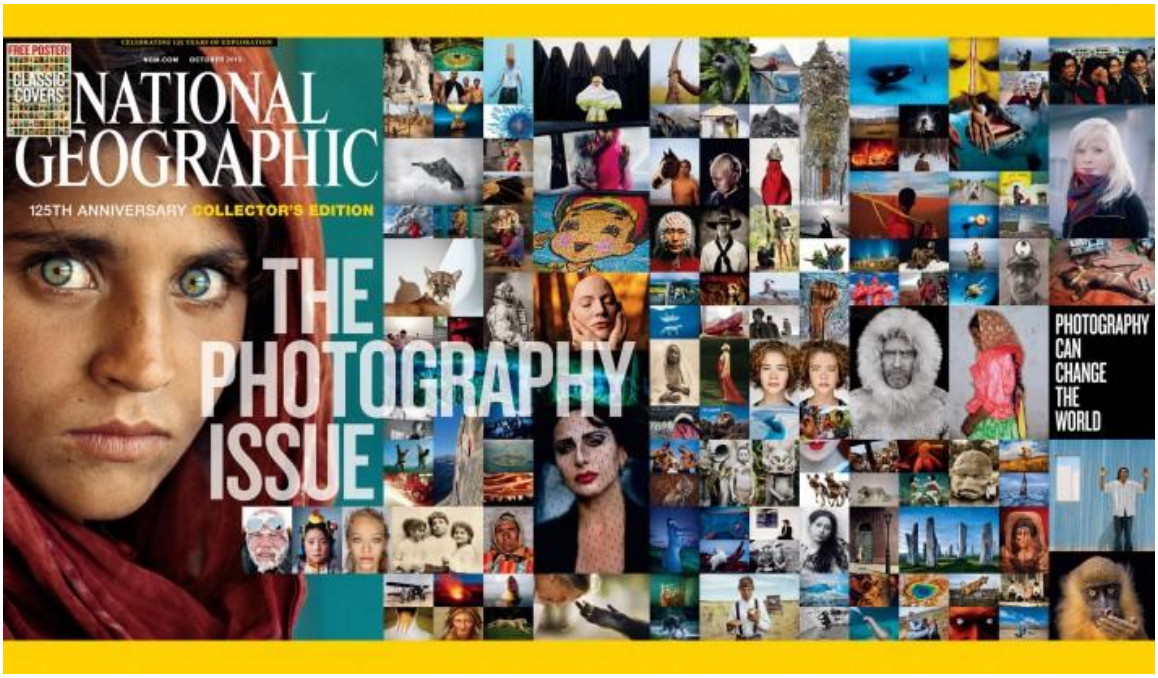
تخصص المجلة: مجلة معرفية تصدر شهرياً.

تاريخ النشر: October 2013.

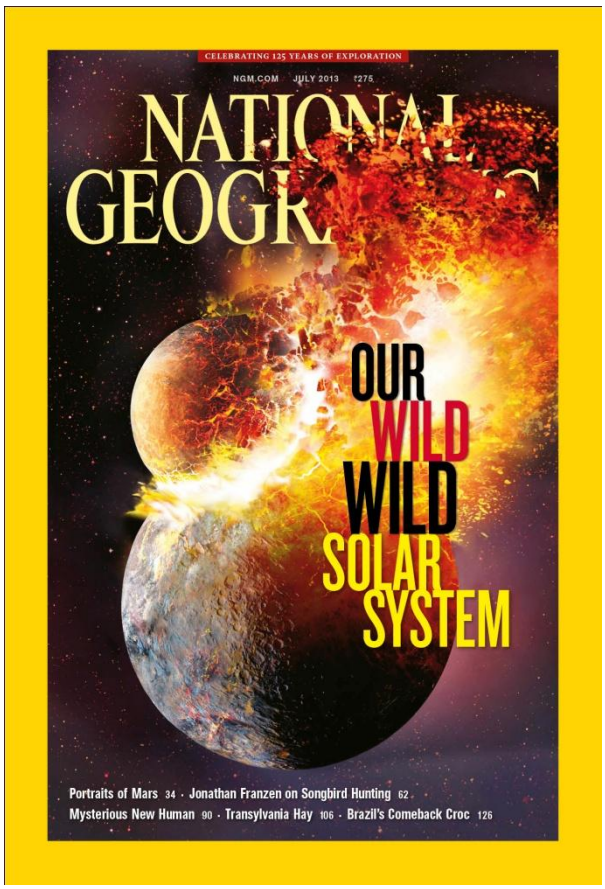
الفكرة العامة للغلاف هي عن مشكلة او قضية الصورة (the photo issue) وهو عنوان الصورة، لان الغلاف حاوي على مجموعة صور متنوعة للمجلة موزعة توزيع جميل في الغلاف الخلفي للمجلة، واعتمد المصمم على تكبير وجه الفتاة لتشمل كامل المجال المرئي للغلاف، ونوعية الصورة المستخدمة هي صورة واقعية تعبر عن الحزن والقوة في ملامح وجه الفتاة ونظرتها الحادة، حيث حذف جزء من الرأس والوجهة واخذت الصورة الجانب الايسر ليكون العنوان الرئيس على الجانب الايمن ليبقى المصمم محافظ على اظهار ملامح الوجه من دون التأثير على الصورة التي مثلت الجانب الوظيفي التي عبرت عن فكرة الغلاف الرئيسية لتشكل علاقة بين الصورة والعنوان، واستخدم المصمم لون ارضية الغلاف من لون عيون الفتاة الازرق المخضر في تضاد مع الوشاح البرتقالي المحمر،

والعناوين باللون الابيض والاصفر لتضيف الحيوية والتنوع والتقليل من الالوان الداكنة للصورة، واسم المجلة في الجانب العلوي من الغلاف وباللون الابيض في تراكب مع صورة الغلاف، وتحقق الجانب الجمالي في الغلاف وذلك من خلال استخدام المصمم للالوان وعلاقتها مع الوان الصورة والوان العناوين لجذب عين المتلقي او القارئ لتصفح ما في داخل المجلة وماتحتويه من مواضيع، وخصوصية المجلة تكمن في الاطار الاصفر الذي ميزها عن باقي المجلات.

وعبارة (125th Anniversary collector's edition) أي الذكرى السنوية 125 لمجموعة النسخ او الطبعات، لذلك اصبح الغلاف الخلفي هو مجموعة صور ملتقطة تابعة للمجلة جمعت بطريقة فنية جميلة، ليكون الغلاف الخلفي تابع لفكرة الغلاف الامامي، وتكملة الكلمة (photo) في الغلاف الامامي، اصبحت (photography) بربطها مع الغلاف الخلفي. كما في الشكل التالي:



عينة رقم (2):



اسم المجلة: National Geographic.

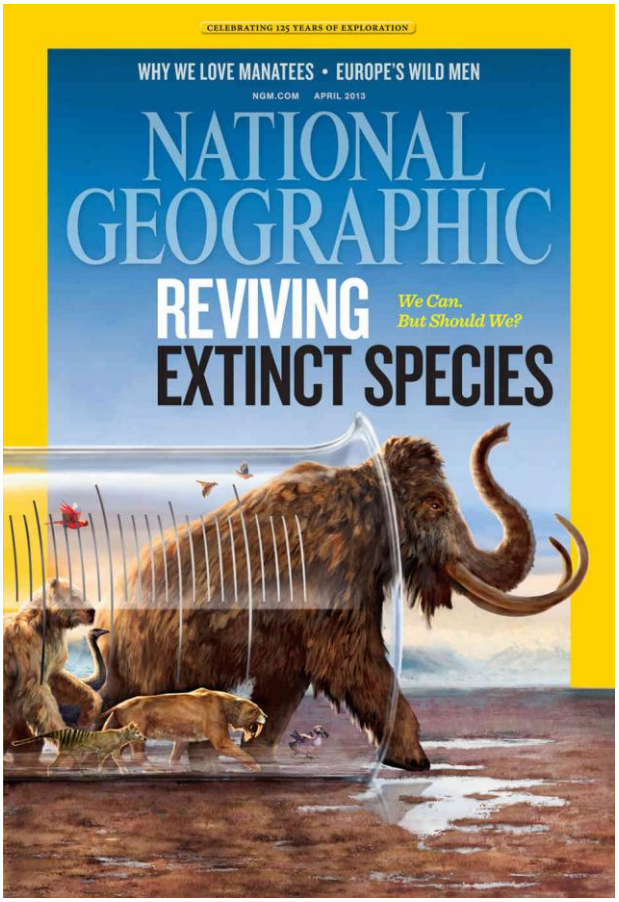
تخصص المجلة: مجلة معرفية تصدر شهرياً.

تاريخ النشر: July 2013.

تمثلت الفكرة العامة للغلاف في اظهار الانفجارات التي تحدث بين كوكبين في النظام الشمسي (our wild wild solar system) وهو عنوان الصورة.

حيث اعتمد مصمم المجلة في هذا الغلاف على تراكب العناصر وتداخلها من حيث اصطدام كوكب باخر وتولد نتيجة ذلك لهيب النار المتصاعد الى الاعلى وسبب اخفاء الجزء الايمن من اسم المجلة، والوان الصورة تمثلت باللون الاصفر الفاتح وتدرجاته الى الاسود في لون الكواكب، ولهيب النار المتصاعد باللون الاصفر والبرتقالي والاحمر وتدرجاتهم واعتمد المصمم على الوان الصورة في اختيار الوان العناوين ليكون اسم الملجة باللون الاصفر والعنوان الرئيسي الذي يصف الصورة بالالوان الاسود والاحمر والاصفر، بعلاقة بين الوان الصورة مع الوان العناوين، ومع اللون الاصفر للاطار الخارجي للغلاف ، وادى ذلك الى تناسق بين الالوان لجذب عين المتلقي الى الاجزاء المهمة بالتسلسل بحيث لا يشعر الناظر بعدم الارتياح لان تناسق وارتباط العناصر بوحدة واحدة وتلائم الالوان وانسجامها وترابطها في نظام واحد يؤدي الى تحقيق الجانب الوظيفي والجمالي في تصميم الغلاف واظهار فكرته الاساسية لشد القارئ الى تصفح المجلة.

عينة رقم(3):



اسم المجلة:National Geographic.

تخصص المجلة: مجلة معرفية تصدر شهرياً.

تاريخ النشر: April 2013.

الفكرة العامة للغلاف هي عن احياء الانواع او الحيوانات المنقرضة (reviving extinct species) وتمثل ذلك في وضع هذه الحيوانات في انبوب التحليل وخروجهم من الانبوب يمثل احيائهم من جديد. واعتمد المصمم في هذا الغلاف على الشفافية في اظهار ما في داخل انبوب التحليل واستخدم ذلك بطريقة جميلة فنية ومعالجة للصور الذهنية في ليظهر الجانب الوظيفي والعنصر الجمالي في جذب عين المتلقي الى صورة الغلاف وغرابة هذه الصورة المعالجة فنياً وتقنياً بواسطة برامجيات الحاسوب، حيث شغلت الصورة الغلاف باكمله في علاقة مع اسم المجلة والعنوان الرئيسي الذي يصف الصورة بطريقة التراكب، التي اصبحت فيها ارضية الغلاف هي سماء الصورة. والجزء الاسفل من الصورة الذي تمثل بالحيوانات من العصر الجليدي مع انبوب التحليل بمعالجة فنية بطريقة التراكب في حذف او اخفاء الاطار الاصفر لغلاف المجلة.

وعلاقة الوان الصورة مع الوان عناوين الغلاف في لون الارض والحيوانات الاصفر الفاتح والغامق وتدرجاتهم الى اللون الجوزي والاسود، ولون السماء الازرق الفاتح الى الغامق، ولون الاطار الاصفر، لذلك اختار المصمم الوان العناوين استمدها من الوان الصورة التي هي بالابيض والاصفر والاسود. واسم المجلة شغل الجزء الاعلى من الغلاف كالعادة.

عينة رقم (4):

اسم المجلة:National Geographic.

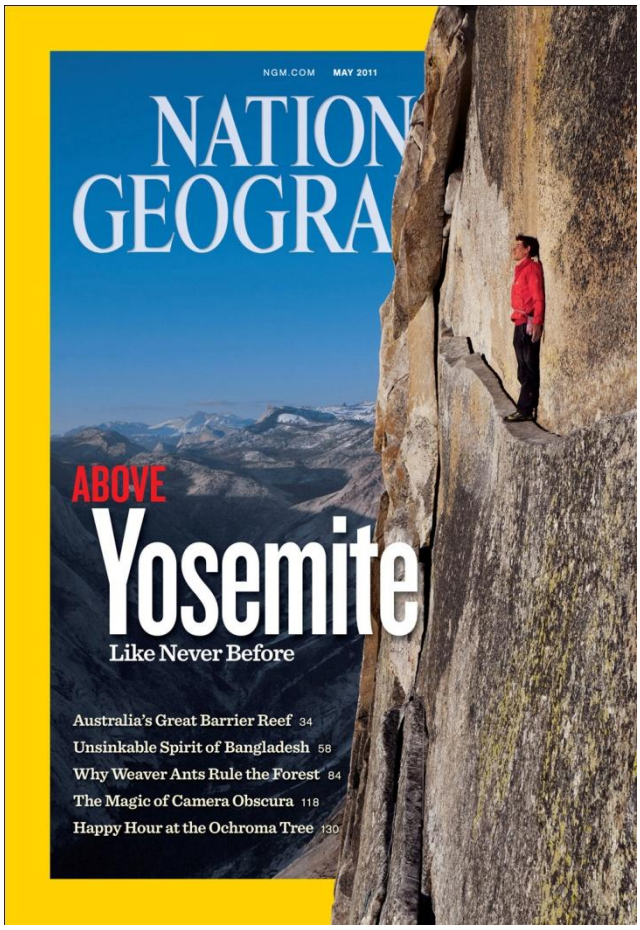
تخصص المجلة: مجلة معرفية تصدر شهرياً.

تاريخ النشر:April 2012.

الفكرة العامة للغلاف هي عن سفينة تايتنك وكيف تحطمت من المنتصف وادى الى غرق السفينة واللحظات الاخيرة للسفينة وماذا حدث فعلا (what really happened)، حيث استخدم المصمم طريقة عرض الصورة الذهنية في الغلاف في اظهار الجزء الاعلى للسفينة خارج مياه المحيط واظهار نجوم السماء في الليل وتحطم السفينة وغرق الجزء الاخر والايحاء بالحركة في سقوطه داخل المحيط، ومعالجة شفافية المياه بين جزء السفينة الغارق والجزء الذي ما زال فوق سطح المحيط، والشفافية في اسم المجلة بعلاقة تربط الصورة مع العناوين، والمعالجة الفنية للصورة في حذف جزء صغير من اعلى السفينة وتراكب هذا الجزء فوق الاطار الاصفر لغلاف المجلة وفوق اخر حرفين من اسم المجلة، وكلمة (TITANIC) ايضا بطريقة التراكب خلف السفينة ليثير الاحساس بالعمق الفضائي في تصميم الغلاف.

وساد اللون الازرق على تصميم الغلاف بسبب وجود المياه لذلك استخدم مصمم المجلة الوان العناوين باللونين الابيض والازرق وتدرجاتهم من الفاتح الى الغامق، مع الاحمر الفاتح والرماديات التي تمثلت في لون السفينة مع لون الاطار الاصفر في نظام لوني اضاف الجمالية والتنوع في الغلاف، حيث نرى في هذا الغلاف كيف ان الوحدة في التصميم تعتبر من الاسس المهمة وكيفية ترابط جميع العناصر بوحدة واحدة لخلق علاقة

بين الصورة والالوان والعناوين لتضيف الجانب الوظيفي في تحقيق فكرة سهلة الايصال للمتلقي.



عينة رقم (5):

اسم المجلة:National Geographic.

تخصص المجلة: مجلة معرفية تصدر شهرياً.

تاريخ النشر:May 2011.

الفكرة العامة للغلاف في اظهار متعة تسلق جبال يوسمايت (Yosemite) وروعة المنظر. واعتمد المصمم في هذا الغلاف على التراكب الصوري في وضع صورة جبل يوسمايت على الجانب الايمن وصورة اخرى خلفها تمثلت بالارضية للايحاء بالعمق الفضائي واخفاء الجانب الايمن من الاطار الاصفر، والصورة الواقعية تعبر عن جمال الطبيعة ومتعة التسلق من خلال وقوف الرجل على حافة الجبل ليظهر هدوئه وخوفه في نفس الوقت.

واخفاء جزء من اسم المجلة خلف الصورة يعتبر من المعالجات التقنية والفنية بطريقة التراكب، واستخدم الوان العناوين الرئيسية والفرعية باللون الابيض والاحمر (نسبة للون قميص الرجل) في علاقة بين الصورة والالوان والعناوين ليضيف الجانب الوظيفي والجمالي لتحقيق التنوع والوحدة والترابط بين جميع عناصر الغلاف وذلك ما يطمح لتحقيقه كل مصمم مبدع في فكرته الاساسية.

الفصل الرابع

النتائج:

من خلال تحليل العينات لغرض تحقيق هدف البحث والاجابة على التساؤل المطروح في المشكلة، توصلت الباحثة الى النتائج العلمية التالية:

1) تتم المعالجات الفنية للصورة عن طريق استخدام برامجيات الحاسوب التقنية التي ساعدت وسهلت عمل المصمم الكرافيكي وان التكنولوجيا هي عملية تطبيق العلم وتوظيفه لتحقيق اغراض عملية حيث ساهمت تحديثات البرامج المستمرة في خدمة المصمم للتعرف على المعالجات الفنية للصورة الضوئية.
2) علاقة الصورة مع العناوين تمثلت في:
   أ) وضع الصورة في الجانب الايسر واسم المجلة بتراكب فوق الصورة ليخفي جزءاً قليلاً منها والعنوان الرئيس بالجانب الايمن.
   ب)وضع الصورة بشكل مستقل بحيث لا تؤثر المادة المكتوبة عليها.
   ت)وضع الصورة فوق اسم المجلة ليخفي جزء منها بعملية التراكب او يظهر الجزء المخفي عن طريق المعالجة الفنية بعملية الشفافية.
3) استخدام الالون مثل الازرق والاصفر والاحمر بشكل مكثف في تصميم الاغلفة.
4) اعتمد المصمم المبالغة الشكلية في تكبير حجم الصورة لجذب الانتباه في بعض الاغلفة.
5) ابراز اسم المجلة بشكل كبير ووضعه بالجانب الاعلى لان العنوان هو بداية الغلاف.
6) تحقق الجانب الوظيفي والجمالي للصورة الضوئية حيث كان دورها في تصميم اغلفة المجلات فعالا وجاذباً للانتباه.

الاستنتاجات:

1) تشكل المعالجات الفنية للصورة الضوئية اهمية كبرى في تصميم اغلفة المجلات ويتوجب على المصممين والعاملين في المجال معرفتها وتطبيقها.
2) تأتي اهمية الصورة الضوئية في كونها العنصر الاساسي المهم والاول في عملية التصميم لدورها الوظيفي والجمالي في جذب انتباه المتلقي اكثر من المادة المكتوبة.
3) شغل تصميم الغلاف اهمية كبرى لانه يقود القارئ الى تصفح داخل المجلة وبالتالي شراؤها.

4) ان برامجيات الحاسوب التقنية وتحديثاتها ساعدت في التعرف على المعالجة الفنية للصورة الضوئية.

التوصيات:

1) اعتماد المعالجات الفنية للصورة الضوئية في تصميم واخراج اغلفة المجلات.
2) ضرورة الاهتمام بانتقاء صور جيدة من ناحية الدقة وبما يتناسب مع تصميم الغلاف.
3) تطوير المهارات والقابليات الفنية لدى العاملين في مجال تصميم اغلفة المجلات.

المقترحات:

1) التنوع في توظيف الصورة الضوئية في التصميم الكرافيكي.

الهوامش :

(1) معلوف، لويس، المنجد في اللغة، الطبعة الخامسة والثلاثون، المطبعة الكاثوليكية، بيروت، 1960، ص525.
(2) يوسف خياط، معجم مصطلحات العلمية والفنية، دار لسان العرب، بيروت، 1976، ص458.
(3) معلوف، لويس، المنجد في اللغة، المطبعة الكاثوليكية، الطبعة الخامسة والثلاثون، بيروت، 1960، ص596.
(4) ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، فلسفة الفن.
(5) شاكر عبد الحميد، الفنون البصرية وعبقرية الادراك، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2008، ص54.
(6) نسرين عبد السلام هرمس، المعالجة التشكيلية للحركة التقديرية في التصميمات الزخرفية، رسالة ماجستير، مقدمة الى كلية التربية النوعية، جامعة القاهرة، 2001، ص 9.
(7) معلوف، لويس، المنجد في اللغة والادب والعلوم، المطبعة الكاثوليكية، بيروت، بدون سنة نشر، ص472.
(8) شاكر عبد الحميد، عصر الصورة، عالم المعرفة، الكويت، 2005، ص17 .
(9) سعيد علوش، معجم المصطلحات الادبية المعاصرة، منشورات المكتبة الجامعية، الدار البيضاء، ص78،79.
(10) الاشقر، ادور، **واقع استخدام الصورة الضوئية في تصميم الاعلانات التجارية المطبوعة في العراق،** اطروحة مقدمة الى مجلس كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد ، 2002، ص29.
(11) جيسي دوبري، **موت الصورة**، ترجمة: فريد زاهي، دار المامون، بغداد، 2007، ص60.
(12) سمير محمد حسين، **مدخل الاعلان**، الطبعة الاولى، القاهرة، 1973، ص16.
(13) جميل صليبا، **المعجم الفلسفي**، الجزء الاول، دار الكتاب اللبناني، مكتبة المدرسة، بيروت، 1982، ص546.
(14) جميل صليبا، **المعجم الفلسفي**، مصدر سابق، ص262.
(15) ستولنتز ، جيروم : **النقد الفني – دراسة جمالية فلسفية** ، ترجمة : فؤاد زكريا ، مطبعة عين شمس ، القاهرة ، 1981، ص139.
(16) روبرت سكوت، **اسس التصميم**، ترجمة: محمد محمود وعبد الباقي، دار نهضة مصر للطبع والنشر، القاهرة، 1950،ص125-126.
(17) الغانمي، عبدالجبار منديل، **الأعلان بين النظرية والتطبيق**، دار اليازوري، عمان– الأردن، 1998، ص172.
(18) أبو هنطش، محمود، **مبادئ التصميم**، دار البركة للنشر والتوزيع، ط3،عمان، 2000، ص101.
(19) عبدالفتاح رياض، **التكوين في الفنون التشكيلية**، دار النهضة العربية، ط1، القاهرة، 1974، ص187.
(20) روبرت سكوت، **اسس التصميم**، ترجمة: محمد محمود وعبد الباقي، دار نهضة مصر للطبع والنشر، القاهرة، 1950،ص126.
(21) اشرف صالح: **الطباعة، وتيبوغرافية الصحف**، العربي للنشر والتوزيع،القاهرة، 1984، ص180.
(22) إسماعيل شوقي : **الفن و التصميم** ،كلية التربية ، جامعة حلوان ، 1990، ص106.
(23) روبرت سكوت، مصدر سابق، ص127.

(24) ناثان نوبلر، **حوار الرؤية مدخل الى عالم تذوق الفن والتجربة الجمالية**، ترجمة: فخري خليل، ط1، دار المأمون للترجمة والنشر، 1987، ص 141.
(25) ويكيبيديا، الموسوعة الحرة.
(26) ويكيبيديا، الموسوعة الحرة.
(27) سمير العبدلي، **وسائل الترويج التجاري**، الطبعة الاولى، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2011، ص103.
(28) Sandage C.H.and Fryburger.V.**Advertising *Theory and Practice* 6th**,ed. Homwood: Richard D.Irwin, Ine.1963, p64.
(29) حسنين شفيق، **الاسس العلمية في تصميم المجلات**، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، عابدين القاهرة، 2004، ص 131.
(30) ينظر: سعيد الغريب النجار، **التصوير الصحفي (الفيلمي والرقمي)**، الطبعة الاولى، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2008، ص41-44.
(31) نصيف جاسم محمد، **مدخل في التصميم الاعلاني**، بغداد، وزارة الاعلام، 2001، ص66.
(32) حسنين شفيق، مصدر سابق، ص139.
(33) الصويعي، عبد العزيز سعيد، **المخرج الصحفي**، ط1، الشركة العامة للنشر و التوزيع والاعلان، القاهرة: 1979، ص23.
(34) حسنين شفيق، مصدر سابق، ص167.

* http://ngm.nationalgeographic.com/archives

* د. ادوار الاشقر، مدرس، قسم التصميم/ فرع الطباعي، كلية الفنون الجميلة.
د. حكمت رشيد فخري، استاذ مساعد، قسم التصميم/ فرع الطباعي، كلية الفنون الجميلة.
د. راقي صباح نجم الدين، مدرس، قسم التصميم/ فرع الطباعي، كلية الفنون الجميلة.

المصادر:

1) أبو هنطش، محمود، مبادئ التصميم، دار البركة للنشر والتوزيع، ط3، عمان، 2000.
2) ادوار الاشقر، واقع استخدام الصورة الضوئية في تصميم الاعلانات التجارية المطبوعة في العراق، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد ، 2002، ص29.
3) إسماعيل شوقي : الفن و التصميم ،كلية التربية ، جامعة حلوان ، 1990.
4) اشرف صالح: الطباعة، وتيبوغرافية الصحف، العربي للنشر والتوزيع،القاهرة، 1984.
5) جميل صليبا، المعجم الفلسفي،ج1، دار الكتاب اللبناني، مكتبة المدرسة، بيروت، 1982.
6) جيسي دوبري، موت الصورة، ترجمة: فريد زاهي، دار المامون، بغداد، 2007.
7) حسنين شفيق، الاسس العلمية في تصميم المجلات، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، عابدين القاهرة، 2004.
8) روبرت سكوت، اسس التصميم، ترجمة: محمد محمود وعبد الباقي، دار نهضة مصر للطبع والنشر، القاهرة،1950.
9) ستولنتز ، جيروم : النقد الفني – دراسة جمالية فلسفية ، ترجمة : فؤاد زكريا ، مطبعة عين شمس ، القاهرة ، 1981.

10) سعيد عبد الله، كتاب التكامل بين التقنية واللغة، القاهرة، عالم الكتب، الطبعة الاولى، 2000.
11) سعيد علوش، معجم المصطلحات الادبية المعاصرة، منشورات المكتبة الجامعية، الدار البيضاء.
12) سعيد الغريب النجار، التصوير الصحفي (الفيلمي والرقمي)، الطبعة الاولى، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2008.
13) سمير العبدلي، وسائل الترويج التجاري، الطبعة الاولى، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2011.
14) سمير محمد حسين، مدخل الاعلان، الطبعة الاولى، القاهرة، 1973.
15) شاكر عبد الحميد، عصر الصورة، عالم المعرفة ، الكويت، 2005.
16) شاكر عبد الحميد، الفنون البصرية وعبقرية الادراك، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2008.
17) الصويعي، عبد العزيز سعيد، المخرج الصحفي، ط1، الشركة العامة للنشر و التوزيع والاعلان، القاهرة: 1979.
18) عبد الفتاح رياض، التكوين في الفنون التشكيلية، دار النهضة العربية، ط1، القاهرة، 1974.
19) الغانمي، عبدالجبار منديل، الأعلان بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري، عمان– الأردن، 1998.
20) معلوف، لويس، المنجد في اللغة، المطبعة الكاثوليكية، الطبعة الخامسة والثلاثون، بيروت، 1960.
21) معلوف، لويس، المنجد في اللغة والادب والعلوم، المطبعة الكاثوليكية، بيروت، بدون سنة نشر.
22) ناثان نوبار، حوار الرؤية مدخل الى عالم تذوق الفن والتجربة الجمالية، ترجمة: فخري خليل،ط1،دار المأمون للترجمة والنشر، 1987.
23) نسرين عبد السلام هرمس، المعالجة التشكيلية للحركة التقديرية في التصميمات الزخرفية، رسالة ماجستير، مقدمة الى كلية التربية النوعية، جامعة القاهرة، 2001.
24) نصيف جاسم محمد، مدخل في التصميم الاعلاني، بغداد، وزارة الاعلام، 2001.
25) يوسف خياط، معجم مصطلحات العلمية والفنية، دار لسان العرب، بيروت، 1976.
26) Sandage C.H.and Fryburger.V.Advertising Theory and Practice 6th,ed. Homwood: Richard D.Irwin, Ine.1963.
27) http://en.wikipedia.org/wiki/digital-painting.

ملحق رقم (1)
بسم الله الرحمن الرحيم

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة بغداد / كلية الفنون الجميلة
قسم التصميم/ فرع الطباعي
الدراسات العليا / الماجستير

م / اِستمارة محاور التحليل

حضرة الأستاذ ..... المحترم

تحية طيبة ...

نظراً لما تراهُ الباحثة في جنابكم من خبرة ودور علمي سديد في مجال التخصص، تعرض بين ايديكم اِستمارة محاور التحليل الخاصة ببحثها الموسوم (**المعالجات الفنية للصورة الضوئية ودورها في التصميم الكرافيكي**)، والمرفقه طياً آمِلاً الاطلاع على محتوياتها وإبداء ما ترونه مناسباً لتقويمها بالحذف اوالإضافة للأخذ بها تحقيقاً للغرض العلمي. عِلماً أن هدف البحث يكمن في: **التعرف على المعالجات الفنية للصورة الضوئية ودورها في التصميم الكرافيكي.**

مع الشكر والتقدير.

التوقيع: الباحثة
الاسم: رؤى جعفر سعيد
تاريخ التسليم: التصميم الكرافيكي
تاريخ الاستلام:
المرتبة العلمية:
الاختصاص:

ملحق رقم (2)
استمارة محاور التحليل

	المحاور			متحقق	غير متحقق	متحقق نوعا ما
1)	نوعية الصور المستخدمة	صورة واقعية				
		صورة ذهنية				
2)	المعالجة الفنية	الحذف				
		الاضافة				
		المبالغة الشكلية	التكبير			
			التصغير			
		التراكب				
		الشفافية				
3)	دور الصور في تصميم اغلفة المجلات	عنصر وظيفي				
		عنصر جمالي				
		علاقة الصورة مع العناوين				
		علاقة الصورة مع الالوان				