



**مجله**

## **الفنون التشكيلية والتربية الفنية**

(مجلة علمية محكمة تصدر نصف سنوية)



**تصدر عن**

**كلية التربية الفنية / جامعة المنيا**

**المجلد الثالث - العدد الاول - يناير 2019م**



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## **المراسلات**

**توجه المراسلات بأسم : أ.د /امل محمد محمود ابو زيد**

**رئيس تحرير مجلة الفنون والتربية الفنية**

**العنوان : كلية التربية الفنية / جامعة المنيا**

**جمهورية مصر العربية – مدينة المنيا**

**مكتب بريد جامعة المنيا**

**تليفون: 002/086/2317087**

**002/٠١٠٩٧٠١٢٥٨٨**

**E-mail : [amalzeed@yahoo.com](mailto:amalzeed@yahoo.com)**



**المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت**

**البارز فى اثرء الملصق الإعلانى لدى طلاب كلية**

**التربية الفنية**

**إعداد**

**د/ أحمد محمد عزمى أحمد**

**(المدرس بقسم التصميمات الزخرفية – كلية التربية الفنية – جامعة المنيا )**

**د/ محمود محمد محمد فرج**

**(المدرس بقسم التعبير المجسم – كلية التربية الفنية – جامعة المنيا )**

## **مقدمة**

لم يعد هناك فواصل بين مجالات الفن المختلفة من تصوير ونحت وتصميم..... إلخ ولم تعد هناك خامات قاصرة على مجال فني دون الآخر، بل أن التقنيات ذاتها لم تعد تستخدم في مجال منفرد، فقد تغيرت النظرة لتناول العمل الفني سواء من خلال الممارسة أو التلقي، فالعمل الفني في النهاية هو مدرك بصري يعكس أحاسيس الفنان وأفكاره ومشاعره ويخاطبها في المتلقي، ويسعى إلى ذلك الفنان بكل ما لديه من إمكانيات ومهارات موظفاً للخامات التي بين يديه بما تحمله من خصائص شكلية وسمات تشكيلية.

ولقد ظهرت اتجاهات فنية حديثة تدعو إلى تغيير القواعد الفنية التقليدية المتعارف عليها واسقاط الحواجز والفروق بين مجالات الفنون التشكيلية المختلفة ، ومن ثم تتداخل بعضها البعض وتتكامل، هذا التكامل هو من أهم أهداف التربية الفنية و في بناء معلم التربية الفنية في عصرنا الحديث

من هذا المنطلق وهو التكامل بين مجالات الفن التشكيلي يسعى هذا البحث الى التكامل بين فن التصميم وفن النحت البارز في محاولة للاستفادة من جماليات التصميم ثنائي الابعاد و جماليات النحت البارز في إثراء الملصق الاعلاني الذي يعد من أهم مجالات التربية الفنية التي تؤثر في المجتمع ، ويستخدم أسلوبا تصميميا يحقق التوازن بين التعليم الادراكي الذي يستخدم اللغة اللفظية وبين التعليم البصري الذي يتعامل مع قيم بصرية ،فقد

## **المزاوجة بين التصميم ثنائى الأبعاد وجماليات النحت البارز فى إثراء الملصق الاعلانى**

### **لدى طلاب كلية التربية الفنية**

أصبح الملصق الاعلانى جزء هام من الحياة البصرية المعاصرة للانسان واصبح يساعد فى تشكيل وجدانه وفكره وتوجهاته سواء كان مقصده اعلانيا او تجاريا او ثقافيا او علميا ..... ولا شك ان النمطية فى عرض وتصميم الملصق الاعلانى يفقده أهم مميزاته وهو جذب المشاهدين إليه ، لتصل إليهم الرسائل الاعلانية المراد إيصالها لهم ، خاصة مع الزيادة الرهيبية فى اعداد الملصقات الاعلانية فى شتى المجالات.

مما سبق يتضح أهمية البحث وهو السعي إلى المزاوجة بين مجالين من مجالات الفنون، بين النحت البارز والتصميم ثنائى الابعاد، بحثاً عن الخروج عن الشكل النمطي لتصميم وانتاج الملصق الاعلانى بشكل أكثر جاذبية وغير نمطي.

### **مشكلة البحث**

تتحدد مشكلة البحث فى السؤال التالى:

كيف يمكن الاستفادة من المزاوجة بين التصميم ثنائى الابعاد وجماليات النحت البارز

فى إثراء الملصق الاعلانى ؟

### **أهداف البحث**

١ . الاستفادة من المزاوجة بين أسس بناء التصميم ثنائى الابعاد والنحت

البارز فى إثراء الملصق الاعلانى .

٢ . كسر النمطية فى بناء وتصميم وإخراج الملصق الاعلانى .



## **المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في إثراء الملصق الاعلاني**

### **لدى طلاب كلية التربية الفنية**

٣. الاستفادة من جماليات النحت البارز في إثراء مجال التصميم .

### **أهمية البحث**

١. الاستفادة من التكامل بين مجالات الفن التشكيلي المختلفة في بناء شخصية

معلم التربية الفنية .

٢. البحث عن مداخل جديدة لإثراء الملصق الاعلاني .

٣. الافادة من اتجاهات النحت المعاصر في إثراء مجالات الفن المختلفة .

### **فرض البحث**

يمكن إثراء الملصق الاعلاني من خلال المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد

وجماليات النحت البارز.

### **حدود البحث**

- يقتصر البحث على عينة من طلاب الفرقة الرابعة بكلية التربية الفنية – جامعة المنيا للعام الجامعي 2017 / 2018م وعددهم 16 طالب .
- فترة التطبيق استغرقت خمسة لقاءات بواقع اربع ساعات لكل لقاء اسبوعيا .

### **منهج البحث**

## **المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الاعلانى**

### **لدى طلاب كلية التربية الفنية**

يتبع البحث المنهج الوصفى التحليلى وذلك فى دراسة فن الملصق الاعلانى واسس

تصميمه وفن النحت البارز وجمالياته

يتبع المنهج شبه التجريبي لاجراء الجانب التطبيقي .

### **مصطلحات البحث**

#### **• الملصق الاعلانى poster**

"صورة من صور الاتصال ، فكلمة ملصق مشتقة من اللغة الانجليزية poster ، أما

فى اللغة الانجليزية فيسمى affiche ، وبصورة عامة فمفهوم الملصق يعنى أنه إعلان على

الجدران أو وثيقة أو بيان معلق فى مكان عام " (http15)

"هو وسيلة لتوصيل فكرة محددة أو مفهوم معين بإستخدام وسائط عديدة منها الصورة

والكتابة والرسوم " (1-51)

"دافع مرئى يدعو المتلقى للمحاولة والتفكير والاستجابة من خلال الفكرة التى يعرضها"

(4-13)

هو واحد من الاشكال التعبيرية الناتج عن طريق عملية تنظيم للواقع أو تكثيف القدرة

على التراكم الجمالى والثقافى من خلال دمجه وتحقيقه لهذه العناصر المشتركة بهدف إستكمال

وجوده الحقيقى فى رصده لمظاهر حياتنا اليومية بأحداثها المتلاحقة (2-11)

#### **• التعريف الاجرائى**

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

وسيلة للإعلان تجمع فى عناصرها بين عناصر ثنائية الهمء و ,وعناصر بارزة من خلال تقنيات النحت البارز من أجل جذب إنتباه أكبر عءء من المشاهءءن وترك رسالة أقوى وأكثر اقناعا عن المنتج او الفكرة المعلن عنها .

### • النحت البارز relief

ويعرف بينون "Beneon" النحت البارز بأنه "بروز الأشكال على الأرضية وقد يكون البروز عالياً أو منخفضاً، وعلى أى حال فإن هذا أو ذاك يشكل جزء من الأرضية لا ينفصل " (14- 128)

وهناك من يعرفه " أن النحت هو النحت السطحى حيث يتم التشكيل بنحت سطح المادة ، فيأخذ حيوية نتيجة انعكاس الضوء " (3- 6) ويقول برنارد مايز عن النحت البارز "أنه نحت بارز أو مرتفع عن المساحة التى يمكن رؤية البروز عليها " (4-131)

### الاطار النظرى

#### أسس بناء التصميم ثنائى الابعاء والملصق الاعلانى

إن أسس التصميم هي مجموعة المبادئ الفنية العامة التى تساعد المصمم على التحكم الدقيق والفعال بكل مكونات التصميم ، وبمقتضى الإلمام بهذه الأسس والمبادئ يستطيع طالب الفن والمصمم أن يمزج بين تلك المكونات فى تصميم ملصق إعلانى ناجح وإخراجه

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثراء الملصق الاعلاني

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

بشكل جيد ، والملصق الاعلاني كغيره من مجالات الفن الأخرى ، حيث تؤثر أسس التصميم في كل قرار يتخذه المصمم عندما يقوم بعملية تصميمه ، كقراره بالمكان المفضل لوضع كلا من النص والصورة وكيفية الوصول إلى علاقة ناجحة بينهما في ضوء الإستفادة من أسس التصميم بهدف إخراج ملصق إعلاني جذاب وموصل جيد للرسالة الإعلانية التي يعكسها الملصق ، وتشمل أساسيات تصميم الملصق الاعلاني كلا من :

الإنتران . Balance الوحدة . unity

التناسب . Proportion البساطة . Simplicity

التتابع . Sequence التباين . Contrast

التأكيد . Emphasis التردد . Rhythm

### "أولا : الإنتران Balance :

هو توزيع العناصر الإعلانية على جانبي المركز البصري للملصق بطريقة تجعل كلا منها تحصل على نفس القدر من إهتمام المشاهد ، وهناك نوعان من المراكز هما ، المركز الهندسي : وهو النقطة التي تتوسط مساحة الملصق الإعلاني ، والمركز البصري : وهو نقطة أعلى قليلا من المركز الهندسي ، وهي النقطة التي تقع عليها عين المشاهد مباشرة عند النظر للملصق ، وهي النقطة المركزية التي ينطلق منها الإعلان ، وهناك نوعان من التوازن يمكن تحقيقهما في الملصق وهما :

1- التوازن المتماثل Symmetrical Balance :

## **المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلانى**

### **لدى طلاب كلية التربية الفنية**

وهذا النوع يعتمد على المركز البصري ويجعل جانبي الإعلان متماثلين تماما ، فإذا كان هناك صورة على الجانب الأيمن فلا بد أن تكون هناك صورة أخرى على الجانب الأيسر وكذلك الألوان ، وهذا النوع من التوازن المتماثل يتميز بالبساطة والأناقة الكلاسيكية .

#### **٢- التوازن غير المتماثل Asymmetrical Balance :**

وهذا النوع يتميز بالحركة والحيوية ويستخدم عناصر مختلفة على جانبي مركز الملصق الإعلانى ، فإذا كان هناك صورة كبيرة من الأبيض والأسود بأحد جوانب التصميم فيمكن إيجاد التوازن على الجانب الآخر من خلال استخدام كتلة من السطور الملونة أو صورة ملونة صغيرة .

#### **ثانيا : التناسب Proportion :**

هو استخدام علاقات تصميمية تعطي إحساسا بالمتعة البصرية مثل العلاقة بين الطول والعرض والعلاقة بين الإتساع والعمق ، والعلاقة بين المساحات البيضاء الفاصلة بين العناصر الإعلانية والعلاقة بين كمية الضوء والظل ومساحة الألوان إلى بعضها ومساحة الأجزاء الملونة إلى غير الملونة .

#### **ثالثا : التتابع sequence :**

التتابع هو ابتكار مسار للعين أو هو محاولة إبتكار طريق تتبعه العين لرؤية عناصر الملصق الإعلانى وفق لحركتها الطبيعية ، فالملصق باللغة الإنجليزية يقرأه الجمهور من اليسار إلى اليمين على شكل حرف ( Z ) ، وفي الملصق العربي يقرأ من اليمين إلى اليسار

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

وعلى شكل حرف ( S ) ، كما أن جمهور المشاهدين يقرأون الملصق من أعلى إلى أسفل ، وقد أظهرت البحوث أن حركة العين تتحرك في 6 مسارات لابد أن يراعيها مصمم الإعلان وهي:

تتحرك العين من العناصر الكبيرة إلى العناصر الصغيرة .

تتحرك العين من العناصر الملونة إلى غير الملونة .

تتحرك العين من العناصر الأكثر تقلا في اللون إلى الأقل تقلا .

تتحرك العين من العناصر غير المعتادة إلى العناصر المألوفة .

تتحرك العين من العناصر المتحركة إلى العناصر الساكنة .

ويجب على المصمم الإستفادة من ذلك عند تصميم ملصقه الإعلانى حتى يستطيع

إخراجه في صورة أكثر تأثيرا وقدرة على جذب الإنتباه .

### **رابعا : التأكيد Emphasis :**

على مصمم الإعلان إتخاذ قرار مبدئي بتحديد أي العناصر أكثر أهمية للتصميم

وبالتالى التركيز عليه بإعتباره محور الرسالة الاعلانية، وأول عنصر يجب أن يقع عليه عين

المتلقي وذلك وفقا لمتغيرات الإعلان ، ويتم تأكيده عن طريق اللون أو الحجم أو الموقع من

أجل السيطرة على باقي عناصر الإعلان التي تتحول بمجرد إتخاذ قرار الأولوية إلى عناصر

داعمة تتفاعل معه من أجل إبرازه بصورة واضحة وذات ثقل في مسطح التصميم .

### **خامسا : الوحدة Unity :**

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلاني

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

يقصد بالوحدة وجود علاقة ترابط بين عناصر الإعلان المختلفة بحيث تصبح شيئاً واحداً بما يؤدي في النهاية إلى الشعور بأن العمل الإعلاني وحدة متكاملة بكل عناصرها .

#### **سادسا : البساطة Simplicity :**

البساطة هي أساس تصميم الملصق الإعلاني بصفة عامة ، حيث أن كثرة العناصر وتزاحمها داخل المسطح التصميمي تؤدي إلى تجزئة التصميم ، وكلما قلت العناصر زاد تأثير المحتوى ، فقاعدة الإستغناء هي القاعدة الأساسية لتحقيق البساطة ، فأى عنصر لا يضيف إلى التصميم الإعلاني يجب حذفه حتى يقتصر تصميم الملصق الإعلاني على العناصر الأساسية القادرة على تحقيق الهدف الرئيسي دون تشتيت المتلقي.

#### **سابعا : التباين Contrast :**

يقصد بالتباين الاختلاف في عرض عناصر التصميم بما يحقق هدف جذب الإنتباه مع الوضع في الاعتبار قاعدة تقول ( إستخدام الاختلاف بهدف ) ، ومن أشكال التباين التي تساعد على ذلك : إختلاف المساحات والدرجات اللونية ونسب الإضاءة والإظلام وأن يكون مثل الإعلان بالأبيض والأسود في وسط إعلاني ملون أو العكس، وكذلك إستخدام الرسوم وسط إعلانات مصورة ، ويلجأ المصمم إلى التباين ليس لجذب الإنتباه فقط ولكن يجب أن تكون هناك وظيفة محددة له المراد منها لفت الإنتباه أكثر من الإعلانات المنافسة له .

#### **ثامنا : التريد :**

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلاني

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

هو البحث عن دقات منتظمة ،فإذا جعل المصمم في إعلانه دقات منتظمة تتردد عبر

التصميم يحدث الإيقاع Rhythm فالإيقاع أو التردد نوع من الحركة التي تستهدف إيجاد ارتباط خاص من بين العناصر الإعلانية والقاعدتين في الإيقاع هم قاعدتي ( التكرار والتغيير ) فالتكرار يحدث في التصميم عندما يتكرر أحد العناصر المرئية بشكل كلي أو جزئي . أما التغيير فيحدث عن طريق تغيير عدد من العناصر مثل اللون أو الحجم أو الشكل أو المسافة أو الفراغ أو الموقع بحيث يؤدي إلى درجة من درجات الاختلاف التي تكسر حاجز الرتابة وتوجد نوعا من الارتباط بين عناصر التصميم. "(5-7).

### **تاسعا : التناغم:**

بدون التناغم Harmony يبدو الإعلان مريكا فالتصميم المتناغم والجيد يبيع الإعلان للمستهلك قبل أن يبيع المنتج والقاعدة الأساسية لتحقيق التناغم هي قاعدة ( الملائمة ) فكل جزء في الإعلان يجب أن يكون ملائما لكل فإذا كان الإعلان عن محلات للأثاث المنزلي الكلاسيكي فيجب ان تكون الحروف والكلمات والاضاءة و الصورة والألوان كلاسيكية وتوحي بالثراء وكذلك إعلانات شاحنات النقل من الخطأ نستخدم في الإعلان عنها حروفا رقيقة أو ألوان شبابية أو هادئة لا توحي بالصلابة أو القوة

### عناصر تصميم الملصق الإعلاني :

١. الخط : يعد الخط من أهم العناصر البنائية في التصميم الإعلاني لتحقيق

التنظيمات الجمالية ، وأثره في توجيه حركة العين البشرية للأشكال البصرية، فقد يكون الخط



## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

محيطة لمساحة أو شكلا ، أو لتقسيم الفراغ الإعلانى ، أو أداة لتحديد إتجاه الحركة ولجذب الإنتباه .

٢. الشكل Shape : يعد الشكل من العناصر البنائية المهمة في تصميم الإعلان

فهو لغة عالمية مفهومة وواضحة من خلاله يتم إرسال الفكرة التصميمية ، وأول ما يدركه المتلقي يكون الشكل الكلي ثم ينطلق للتفاصيل فالإدراك لا يكون للجزئيات بل يكون للكل الذي من خلاله تبدأ الأجزاء بالوضوح . (6-24)

أنواع الأشكال في الملصق الإعلانى قد يكون :

- "طبيعية ( تمتاز بانسيابها وعدم انتظامها كأشكال الإنسان والحيوان والنباتات والبحار والجبال ) ، وهي مصدر هام في الملصقات التي تؤدي إلى إبراز مضمونه .
  - هندسي ( المثلث - المربع - الدائرة - المستطيل ) ويمكن إبتكار أشكال مستوحاة من تلك الأشكال الهندسية. ويمكن توظيف الأشكال الطبيعية في صورة أشكال هندسية .
  - تجريدي ( وهي أشكال مبسطة للأشكال الطبيعية ومجردة من التفاصيل ) "
- (7-49)

ولكي يتحقق الأثر الجيد للشكل في الملصق الإعلانى لا بد من مراعاة :

## **المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلاني**

### **لدى طلاب كلية التربية الفنية**

- "وضع الشكل في الملصق الإعلاني: أكدت العديد من المراجع والدراسات علي أن مركز التصميم هو أنسب المواقع الإدراك الشكل الرئيسي ثم الموضع أعلي اليسار ، كما أنه لا بد من إستخدام الأشكال والحروف والجمال الخطية في وضع أفقي كلما أمكن ذلك ، إلا إذا كان المصمم يريد لفت نظر المشاهد إلى شكل معين أو كلمة فيه عن طريق إنحرافها إلى أي جهة ، مع مراعاة ثقل الشكل لكي يتزن في الملصق من خلال جعل الأشكال أكثر عرضة في أسفلها عن أعلاها لتحقيق الاتزان فيها .

- مساحة الشكل في الملصق الإعلاني : مساحة الأشكال في الملصق يجب أن تكون مناسبة بالدرجة التي تكفي لرؤيتها جيدة ، فالأشكال الواضحة تقوي تأثير الملصق ، ولا يقصد أن المساحات الكبيرة لها قوة جذب أكبر من المساحات الصغيرة ، فالجاذبية التي تكون لمساحة معينة في الملصق تتوقف علي صفات معينة في هذه المساحة مثل درجة تألق لونها وشكلها ووضعها داخل التصميم الكلي مع مراعاة النسبة بين مساحة الأشكال في الملصق ومساحة الهيئة الكلية له .

- لون الشكل في الملصق الإعلاني : تدرك الأشكال في الملصق الإعلاني من خلال التباين اللوني بين الأشكال وأرضية الملصق لأن هذا التباين يعمل علي رفع قيمة انتباه المشاهد للملصق مما يدفعه إلى تأمله ومحاولة فهم ما يحتويه بعمل تباين في تألق ألوانه بالنسبة للأشكال الأخرى ، كما يكسب اللون الشكل الرئيسي في الملصق بروز وسيادة لعنصر معين مما يؤدي إلى التركيز علي فكرة محددة وتوجيه نظر المتلقي نحوها .

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

مما سبق يمكن القول أن للشكل في الملصق الإعلانى له صفات من حيث ( وضعه وحجمه ولونه ) لا بد من مراعاتها لكي ينجح الملصق الإعلانى ويكون له تأثيره .

٣. اللون Color : يعد اللون من العناصر التشكيلية اللازمة لتحقيق جاذبية الإنتباه

للملصق الإعلانى ، ولإعطاء تأثيرات وأبعاد متعددة في الأعمال الفنية بصفة عامة ، والملصقات الإعلانى بصفة خاصة ( كإبراز الشكل والكتابات من خلال تباين في الالوان والإحساس الحركي من خلال التدرج اللوني الذي يعطي إيهام بالحركة يحقق جذب بصري

"(6-8).

### الملصق الاعلانى و جذب الانتباه

"بداية إذا أردنا أن نقنع المشاهد بشئ معين فعلىنا أن نجذب انتباهه ، ويعني جذب الانتباه إحداث فعل معين يؤدي إلى تركيز شعور الفرد على إعلان المنشأة أو الأفكار المعروضة في الرسالة الإعلانى ، ويمكن النظر إلى عملية خلق الانتباه باعتبار أنها العملية التي تتحكم في حجم وطبيعة المعلومات التي يمكن أن يستقبلها أي فرد ، أن الفرد لا يستطيع أن يستوعب كل ما تنشره أدوات نشر الإعلانات من معلومات ومن مزيج إعلانى ، ولكن الأكثر ثباتا في ذهنه هو الذي يجذب انتباهه ويجبره على معرفة كل شئ بل ويقنعه على التحرك الفوري .

وقد أثبتت الدراسات العلمية أن مجموعة الملصقات الاعلانية التي يلم بها الشخص خلال يوم معين لا ترجع إلى الصدفة المحضة ، بل إن انتباهه يرتبط بمجموعة من العوامل

مجلة الفنون التشكيلية والتربية الفنية – المجلد الثالث – العدد الأول- يناير 2019 م

## **المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلانى**

### **لدى طلاب كلية التربية الفنية**

السلوكية والأسس الفنية والهندسية في بناء الإعلان ، ومن أهم هذه العوامل مدى إثارة الفكرة الإعلانى لقضاياها ومنافعه ومصالحه ومدى تمشيها مع عاداته وتقاليده ونمط حياته ، ولهذا توصل العلماء إلى نتيجة هامة أنه بدون وجود ما يلفت النظر فلا يوجد اتصال فعال ، وفيما يلي بعض العوامل التي تساعد في جذب الانتباه :

#### **١- حجم ومساحة الاعلان :**

أثبتت الدراسات العلمية أنه كلما كبر حجم الإعلان كلما كان أكثر لفتا للنظر ، واجتذابا للاهتمام عن الإعلانات صغيرة الحجم إذ أن الفكرة في الإعلان الكبير غالبا ما تكون أكثر وضوحا ، كما أن كبر حجم الإعلان يزيد من نسبة الذين يلاحظون الاعلان .

#### **٢- التباين والخروج عن المألوف :**

أشد ما يلفت نظر الإنسان وجود أشياء تختلف عما اعتاد عليه ان يراه أو يسمعه . كأن يجد قزما بجوار عملاق أو أبيض بجوار أسود ، ويعني ذلك أن يجد الانسان فيض من التساؤلات عن سر هذا التباين ، كما أن الخروج عن المألوف لدى الناس يؤدي الى استتارة الناس والاستتارة تعد بالنصيب الأكبر من اهتمامهم ، ومن أمثلة ذلك الاستخدام النوعي للون استخداما لا يتوقعه المشاهدون فيثير التساؤلات في نفوسهم لما يرمز إليه الإعلان ، كما أن هناك الكثير من الإعلانات المنشورة التي تخرج عن المألوف في مقدمتها الكتابة البيضاء على أرضية سوداء أو ما تقوم به دور الأزياء البريطانية بالإعلان عن ملابس الصيف في الشوارع في أوج الشتاء ، أو الإعلان عن فيلم معين يترك المساحة كلها بيضاء ثم الكتابة بحروف

## **المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلاني**

### **لدى طلاب كلية التربية الفنية**

صغيرة (أن هذه المساحة كانت مخصصة للإعلان عن فيلم كذا ولكن نظرا للإقبال الشديد على الفيلم فإنه أصبح لا حاجة له للإعلان ) وقد يكون الخروج عن المألوف في شكل فكرة مبتكرة للإعلان لم تستخدم من قبل مثلما فعل سكوت بليك من قبل بالاستخدام النوعي للونين الأبيض والأسود للباركود وتحويله إلى لوحة إعلانية فنية وكأنهم أشخاص يخرجون من القضبان الطولية المتمثلة في خطوط الباركود .

**٣- الحركة والحياة :** كلما دبت الحياة في الملصق الاعلاني ، وتميز بالحركة المثيرة والسريعة كلما كان أكثر قوة في جذب الاهتمام به ، إذ أن الصورة الطبيعية أفضل من الصورة المرسومة ، كما أن الحركة الطبيعية ترتبط في ذهن الإنسان بحاجاته ورغباته ، وقد ساعد استخدام التليفزيون والسينما على تقديم إعلانات قوية تجذب الانتباه باستخدام كافة المؤثرات الصوتية والتمثيلية ، وليس معنى هذا أن الإعلان المكتوب لا يكون به حركة أو حياة ، ولكن يمكن التعبير عن طريق الصورة في الإعلان المكتوب أو التعبير عن الحركة من خلال الخطوط والألوان لكي يتعاش المشاهد داخل أجواء الاعلان .

**4- البروز :** ويقصد بالبروز هو وجود الإعلان في موقع معين أو بشكل معين بالنسبة لعين المتلقي مما يؤدي إلى سرعة تعلقه بالذاكرة ويمكن تحقيق أيضا بروز إيهامي في الإعلان عن طريق تحويل الأشكال والرسوم إلى رسوم ثلاثية الأبعاد مثلما بدأ أن يحدث في الإعلانات الخارجية الحديثة ثم استخدام الألوان بطريقة توحى بالتجسيم والبروز وكأن الأشكال تخرج من السطح الإعلاني رغم أنها في الواقع مسطحة .

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

5-المباغثة: الإعلان الجيد هو الإعلان الذي يستخدم عامل ينبه إحدى الحواس وخاصة حاستي السمع والبصر مباغتا الشعور الإنسان ويدفعه إلى الاهتمام بما ورد فيه " (9-6).

### تطورات الصياغة التشكيلية للنحت البارز فى القرن العشرين

"ارتبطت الحركات الفنية فى القرن العشرين بالتقدم العلمى و إنتشار الأفكار والفلسفات و الأيدولوجيات المثالية ، وأصبح التيار الفكرى لهذه المرحلة مؤمناً بفكرتى التقدم و التجديد و فى تمرد دائم و مغامرة مستمرة ، ومع مناهضة للإنتاج الفنى فى الماضى القريب و متجاوزاً له سعياً إلى تحقيق قواعد خاصة به ، ومن أهم الصياغات التشكيلية للنحت فى هذه المرحلة الإتجاهات الآتية :

**الوحشية (1904-1907 ) فرنسا :** تميز هذا الإتجاه بخشونة الشكل والشراسة و

البدائية فنظهر شكل لوحة النحت البارز كما لو كانت صياغة اولية للعمل (عمل تحضيرى) ، و مع ذلك فهى ليست أقل إكتمالا من غيرها لأنها بهذه الصورة تصل إلى هدفها فى الإحتفاظ بالتعبير المباشر فى حالته الأولى.

**التكعيبية ( 1907-1912 ) فرنسا :** وكان نوعاً من التحليلات و التشكيلات

الهندسية ، ووجد الفنان التكعيبى أن عليه أن يكسر القاعدة الأساسية المتوارثة وهى منظور الأبعاد الثلاثية من نقطة رؤيا محدودة حتى يتحقق الرؤية الشاملة.

## **المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلاني**

### **لدى طلاب كلية التربية الفنية**

**المستقبلية (1910) إيطاليا :** كما استعانت الحركة المستقبلية في أعمال النحت

البارز بكل أنواع الخامات من زجاج وخشب وفراء ... إلى إمكانية لبناء بالمولدات الكهربائية والمغناطيسية لإعطاء النحت البارز الحركة الفعلية .

**التعبيرية (1914) إيطاليا :** رفعت التعبيرية شعار الثورة ضد كل ما هو قائم و

مقبول في مجال الفن أو السياسة أو المجتمع ، و وجدت الفرد و أمنت بقوة الروح فوق المادة و حملت على عاتقها مبدأ التعبير عن مشاعر الفنان وصراعاته الداخلية ، فالتعبيرية نوع من الخضوع لكلام الإنفعالات الصورية المحسوسة.

**البنائية(1914) روسيا:** اعتمد اتجاه النحت البارز البنائي علي الخطوط الرأسية و

الافقية و الاشكال الهندسية مثل المستطيل والمربع والدائرة .... الخ ، فكل ظاهرة في الكون يمكن كشف قاعدتها الهندسية .

**النقائية (1915) روسيا:** اعتمدت النقائية في انتاج اعمال النحت البارز منذ بدايته

علي استخدام الادوات الهندسية من مسطرة ،و مثلث و فرجار و كان لكل فنان في هذه المدرسة مدخاه الهندسي في التجريد ، احيانا بتأكيد الملامس و احيانا بتأكيد الالوان وفي ثالثه بالتجريد الهندسي الخالص .

**الدادية (1924) فرنسا :** تمردت الحركة الدادية في نحتها البارزة علي النحت

المتعارف عليه وهدفت الي تحطيم القواعد المعروفة والعقل والتفكير ، و ارتبطت الحركة الدادية بالجدار كنوع من التغير في شكل النحت المتعارف عليه .

## **المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثراء الملصق الإعلاني**

### **لدى طلاب كلية التربية الفنية**

السيرالية ( 1924 ) فرنسا : وتناول السيراليون في نحتهم البارزة مجسمات

بأسلوب التجميع والتي يستطيع المشاهد أن يدرك في اجزاء العمل اكثر مما يظهره الفنان ،

فيري في اعمال النحت البارز رموز اللاشعور الغير منطقية و هي لا تعكس شكلا مألوفا

لدي المشاهد لأن اللاشعور قد لا يعتمد عل الاشكال المتعارف عليها.

الفن الحركى ( 1945 ) امريكا : وقد وظف نحاتوا الفن الحركى فى أعمالهم البارزة

قوى الطبيعة مع الطاقة الكهربائية ، وذلك للتواصل مع المشاهد وجعله جزء متفاعلا مع العمل

الفنى وذلك للقفز بديناميكية العمل والمشاهد

التجريدة التعبيرية ( 1945 ) امريكا : اختار هؤلاء الفنانون ترك الخامات المعتادة ،

حيث اخذوا فى اعتبارهم ما وراء الجمال ، مع الإتجاه إلى الأنواع الجديدة من المعدن ذات

الأسطح غير النقية ،فى علاقة جديدة مع المدنية والصناعة الحديثة فسيطرت فكرة تجميع

الخردة وحطام السيارات على أعمال النحاتين

فن البوب ( 1955 ) امريكا : استمدت النحت البارزة للبوب أرت موضوعاتها و

خاماتها من الحياة اليومية لتمثيل الثقافة الشعبية و كان البوب أرت هو بداية الفن الذى صنع

عن عمد كى لا يدوم ، فكانت غالبية أعمال النحت البارزفى هذا الإتجاه ذات تكوينات مؤقتة

، وكان من السهل استخدام مجموعة جديدة من مواد التشكيل لا تخضع للقيم التشكيلية

التقليدية ، أو التصنيفات الترتيبية للشكل ، و هكذا استخدم الفنانون كما يشير الان كابرو فى



## **المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلانى**

### **لدى طلاب كلية التربية الفنية**

اعمالهم المخلفات الصناعية و حطام الأشياء و المباني ، والمهملات والمنتجات سريعة التلف والمواد الإستهلاكية .

**فن المينيمال (1965) امريكا :** تغير فى هذا الإتجاه العمل الفنى من فكرة وتعبير

ورمز إلى مفهوم يجمع معنى و يصدر عن العقل مباشرة ، ونبذ فنان المينيمال فى النحوت البارزة الموضوع ، و جرده إلى أقصى درجة ، فالعمل لا يحمل رمزاً إلا ما هو عليه ، و وتحاشى تحديداً كل الرموز الوظيفية و أصبح له حضور مادي فقط ، فهو خالى من اى مضمون تعبيري ، لقد اتسمت الأعمال البارزة التى أنتجها فنانوا مذهب المينيمال برفضها الواضح ليس فقط للمحاكاة و التصوير وإحالة المرجعية والرمز بل أيضاً لفكرة الترابط الداخلى بين جزئيات العمل الفنى ، لقد كانت هذه النحوت البارزة تتكون من اشكال هندسية بسيطة وقائمة بذاتها مثل المستطيلات والمكعبات التى تقف وحدها أو فى مجموعات متتالية" (10- 969) .

من خلال ما سبق نجد ان النحت البارز قد شهد فى القرن العشرين قد شهد متغيرات كثيرة ، أدت تلك المتغيرات إلى تطور النحت البارز فى صياغته التشكيلية ، "وتحول فيها النحات إلى الأشكال المجردة والتعبير عن المفاهيم والمضامين دون الموضوع ، ونتيجة للتطور العلمى و التقدم الصناعى ظهرت تجارب متنوعة للفنان مع الخامات والتقنيات المستحدثة والتي وجد فيها قيم جمالية ، فأصبح متاح للنحات العمل بخامات تشكيلية غريبة على النحت البارز كمستهلكات البيئة المختلفة و الخامات جاهزة الصنع كالحديد و مخلفات الصناعة و غيرها ، و يعد التجريب فى الخامات بإستخدام تقنيات متعددة - من المداخل المهمة لخلق

## **المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثراء الملصق الإعلاني**

### **لدى طلاب كلية التربية الفنية**

نوع من العلاقات نتيجة التوليف بينها ،مما يحقق فكرة التصميم ،و للمواد الوسيطة سمات تسهم في العملية التشكيلية إذا ما ارتبطت بتجربة جمالية تأتي من عقلية المصمم المتطورة ، و التي يتخذها وسيطاً لمعالجة الأسطح و التوليف بين خامات مختلفة بهدف إخضاع هذه الخامات حسب قوانينها للتجرب ، للوصول إلي تشكيل مبتكر و مرتبط بخصائص العمل ، ومن هذه السمات الملمسية :الحدة واللينة ، والشفافية و الخشونة والنعومة ، وتقارب الألوان ، وتوافق الأحجام مما يمهّد لإستخدامها على علم مسبق بخواصها و إمكانياتها التشكيلية ، والتنوع في الخامات أدى إلى تنوع رؤية الفنان في صياغة تلك الخامات فتعددت أساليب التشكيل كالتجميع و التركيب ، معتمداً على توظيف التقنيات الحديثة ..... و لقد أصبح التجريب و الاندماج بين الخامات عمليتين مرتبطتين إلى حد كبير، فلقد ظهر في مجال التجريب بالخامات كثير من المصطلحات المرتبطة بعملية التوليف بين الخامات ، ومنها الكولاج " Collage " ، ثم تلاه التجميع و التركيب "Assemblage" مع ظهور المدرسة الدادية .

ويستطيع المصمم توظيف الخامات المتنوعة حتى تتوافق فيما بينها لتؤكد إمكانية توظيفها في حيز التصميم، وتتحول متخطية استخدامها التقليدي إلى وظيفة أخرى ، وهي الوظيفة التعبيرية الرمزية ، مما يجعل المشاهد يبحث عن المبرر الفكري والفني وراء اختيار تلك الخامة ، وعلاقتها بباقي أجزاء التصميم ، وجهد الفنان لا يقتصر على دراسته للخامة فقط في طبيعتها الأولية بل هو يبحث عن تألفها مع غيرها من المواد الأخرى ومدى نجاحها في إيجاد

## **المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الاعلانى**

### **لدى طلاب كلية التربية الفنية**

علاقات صحيحة مع بعضها البعض . مما يفتح له مجالاً أوسع ، وإمكانيات أكبر و بدائل تمكنه من التحرك و التعبير بحرية تامة و شاملة ، وبما يتفق مع رغباته و إتجاهاته الفنية .

أن تتعدد الصياغات التشكيلية للنحت البارز فى الفن الحديث يعد مصدراً للخبرات والمفاهيم التشكيلية كما يمكن أن يستفيد منها الدارس للنحت لتنمية قدراته الأدائية ، حيث أنها تعد إضافة لمفاهيم جديدة لممارسة النحت البارز" (11-2) .

### **التجربة الطلابية**

تمت التجربة على عينة من طلاب الفرقة الرابعة - مقرر التوظيف الجمالى للكتابات و النحت بخامات مختلفة - كلية التربية الفنية - جامعة المنيا 2018/2017م وعددهم 16 طالب ، لديهم بعض الخبرات السابقة المناسبة فى مجالى تصميم الملصق الاعلانى والنحت البارز على خامات مختلفة لتطبيق التجربة واستغرقت فترة التطبيق ستة لقاءات بواقع 4 ساعات لكل لقاء اسبوعيا .

### **اللقاء الاول :**

- تم فيه شرح فكرة التجربة وهى تصميم ملصق إعلانى يجمع بين التصميم ثنائى الابعاد واجزاء منه مجسمة من خلال نحتها وبراها من خلال تقنيات النحت البارز ، ومناقشتهم فى أهمية التكامل بين مجالات الفنون التشكيلية المختلفة .
- ثم يبدأ الطلاب فى التفكير فى الموضوع المراد التعبير عنه من خلال الملصق الاعلانى .

## **المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الاعلانى**

### **لدى طلاب كلية التربية الفنية**

- يطلب من الطالب تحضير إسكتشات وأفكار معبرة عن الملصق الاعلانى الذى قرر أن يقوم بتصميمه .

#### **اللقاء الثانى :**

مناقشة الطلاب فى أفكارهم وإسكتشاتهم للوصول الى أفضل سبل تصميم وإخراج الملصق الاعلانى .

#### **اللقاء الثالث :**

البدء فى تلوين الملصق الاعلانى ، وتحديد اى الاشكال والعناصر التى سيتم تجسيمها من خلال عمليات النحت البارز ، واى الخامات الانسب لتكوين تلك الاشكال .

#### **اللقاء الرابع :**

البدء فى نحت الجزء البارز والذى سبق إختياره وتجهيز خاماته ومقاساته .

#### **اللقاء الخامس :**

تركيب الاجزاء المنحوتة فى مواضعها فى الملصق الاعلانى وإخراج الملصق الاعلانى .

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الاعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

أعمال التجربة الطلابية

#### العمل الاول



شكل رقم (1)

ملصق إعلاني يعبر عن قضية (تحكم الآباء في شخصية الأبناء)  
الشكل الذي يمثل الدمية هو الشكل البارز في الملصق الاعلانى ويمثل المزاوجة بين التصميم ثنائى  
الابعاد والنحت البارز

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الاعلاني

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### العمل الثاني



شكل رقم (2)

ملصق إعلاني يعبر عن قضية (الغزير الفكري للفتنات الفضائية)  
الشكل الذي يمثل العقل البشري هو الشكل البارز في الملصق الاعلاني ويمثل المزاوجة بين التصميم  
ثنائي الابعاد والنحت البارز

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الاعلاني

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### العمل الثالث



شكل رقم (3)

ملصق إعلاني يعبر عن قضية (سيطرة وسائل التواصل الاجتماعي على الافراد)  
الشكل الذي يمثل الوجه واليدين هو الشكل البارز في الملصق الاعلاني ويمثل المزاوجة بين التصميم  
ثنائي الابعاد والنحت البارز

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الاعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### العمل الرابع



شكل رقم (4)

ملصق إعلاني يعبر عن قضية (مكافحة الفساد)

الشكل الذي يمثل الافعى والسيف هو الشكل البارز فى الملصق الاعلانى ويمثل المزاوجة بين التصميم ثنائى الابعاد والنحت البارز



## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الاعلاني

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### العمل الخامس



شكل رقم (5)

ملصق إعلاني يعبر عن قضية (التلوث الهوائي)

الشكل الذي يمثل رأس إنسان هو الشكل البارز في الملصق الاعلاني ويمثل المزاوجة بين التصميم ثنائي الابعاد والنحت البارز

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الاعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### العمل السادس



شكل رقم (6)

ملصق إعلاني يعبر عن (مستشفى 57357)

الشكل الذى يمثل شعار المستشفى هو الشكل البارز فى الملصق الاعلانى ويمثل المزاوجة بين التصميم ثنائى الابعاد والنحت البارز

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### العمل السابع



شكل رقم (7)

ملصق إعلانى يعبر عن (التحرش البصرى )

شكل جسد الفتاة وكلمة stop هو الشكل البارز فى الملصق الاعلانى ويمثل المزاوجة بين التصميم

ثنائى الابعاد والنحت البارز

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الاعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### العمل الثامن



شكل رقم (8)

ملصق اعلانى يعبر عن قضية (الفقر والاحتياج من أجل الطعام)

شكل الخبز ممثل فى هيئة رجل ثرى هو الشكل البارز فى الملصق الاعلانى ويمثل المزاوجة بين

التصميم ثنائى الابعاد والنحت البارز

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الاعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### العمل التاسع



شكل رقم ( 9 )

ملصق إعلاني يعبر عن قضية (التلوث ومعاناة الكرة الارضية)

شكل الكرة الارضية هو الشكل البارز فى الملصق الاعلانى ويمثل المزاوجة بين التصميم ثنائى الابعاد والنحت البارز



## المزاوجة بين التصميم ثنائى الأبعاد وجماليات النحت البارز فى اثرء الملصق الإعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### العمل العاشر



شكل رقم ( 10 )

ملصق إعلانى يعبر عن قضية (الديكتاتورية )

شكل الملك فى الشطرنج هو الشكل البارز فى الملصق الاعلانى ويمثل المزاوجة بين التصميم ثنائى الابعاد والنحت البارز

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الاعلاني

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### العمل الحادى العشر



شكل رقم ( 11 )

ملصق إعلاني يعبر عن قضية (ضياغ الاخلاقيات فى المجتمع )  
شكل سلة المهملات وقدمين الانسان هو الشكل البارز فى الملصق الاعلاني ويمثل المزاوجة بين  
التصميم ثنائى الابعاد والنحت البارز

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الاعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### العمل الثانى عشر



شكل رقم ( 12 )

ملصق إعلاني يعبر عن قضية (القدس)

شكل العصاة الطبية والقدم المجبسة هو الشكل البارز فى الملصق الاعلانى ويمثل المزاوجة بين التصميم ثنائى الابعاد والنحت البارز



## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الاعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### العمل الثالث عشر



شكل رقم ( 13 )

ملصق إعلاني يعبر عن قضية (الخلاقات الزوجية وتأثيرها على الأبناء )  
شكل المسدس وماعليه من شخصيات هو الشكل البارز فى الملصق الاعلانى ويمثل المزاوجة بين  
التصميم ثنائى الابعاد والنحت البارز

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### العمل الرابع عشر



شكر رقم ( 14 )

ملصق إعلانى يعبر عن (القضية الفلسطينية )

شكل اليد الممدودة والسلاح هو الشكل البارز فى الملصق الاعلانى ويمثل المزاوجة بين التصميم ثنائى الابعاد والنحت البارز

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### العمل الخامس عشر



شكر رقم ( 15 )

ملصق إعلانى يعبر عن قضية (الادمان)

شكل اليد والشخص الرياضى هو الشكل البارز فى الملصق الاعلانى ويمثل المزاوجة بين التصميم ثنائى الابعاد والنحت البارز

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### العمل السادس عشر



شكل رقم ( 16 )

ملصق إعلانى يعبر عن قضية (الهجرة غير الشرعية )  
جزء من السفينة هو الشكل البارز فى الملصق الاعلانى ويمثل المزاوجة بين التصميم ثنائى الابعاد والنحت البارز

### **المعالجة الاحصائية**

للتحقق من صحة الفرض: قام الباحث بتصميم استمارة لتحكيم البنود الخاصة بتجربة

البحث، حيث اشتملت الاستمارة على خمسة بنود أساسية، ومن ثم قام الباحث بعرض بنود

الاستمارة على لجنة من الأساتذة المتخصصين بهدف التحقق من صدق تلك البنود ، حيث

قامت اللجنة بإجراء بعض التعديلات في صياغات بعض العبارات الواردة في بنود الاستمارة

لتأتي في صورتها النهائية ملحق (1).

وعليه استخدم الباحث الاستمارة في تحكيم الاعمال الفنية الخاصة بتجربة البحث

من خلال لجنة من المحكمين من أساتذة التخصص(\*)

وقد قام الباحث - وبناء على نتائج تحكيم الاعمال الفنية - بمعالجة النتائج تمهيدا لحسابها

إحصائيا :

1- حساب تكرارات استجابات عينة الدراسة تحت درجات ( مقبول ، جيد ، جيد جداً ،

ممتاز ) .

---

(\*) اللجنة تحكيم نتائج التجربة البحثية

١.١.١ د/ حنا حبيب رمله (أستاذ التصميمات الزخرفية - كلية التربية الفنية - جامعة المنيا)  
١.١.٢ د/ صالح احمد الشريف (أستاذ التصميمات الزخرفية - كلية التربية الفنية - جامعة المنيا)  
١.١.٣ م.د / محمد كامل الحيدى (استاذ النحت المساعد - كلية التربية الفنية - جامعة المنيا )

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

١ - أعطيت أوزان نسبية لكل بديل من البدائل الأربع السابقة وكانت (1 . 2 . 3 . 4) على

التوالي .

٢ - يتم حساب الوزن النسبى (12-155) وذلك بالمعادلة التالية :

$$\text{الوزن النسبى} = 1 \times 1 + 2 \times 2 + 3 \times 3 + 4 \times 4$$

٣ - يتم حساب النسبة المئوية وذلك بالمعادلة التالية :

$$\text{النسبة المئوية} = \frac{\text{الوزن النسبى}}{\text{عدد أفراد العينة} \times (4) \text{ أعلى درجة وزنيه}}$$

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلاني

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

جدول رقم (1)

حساب الوزن النسبي والمتوسط الحسابي والنسبة المئوية للعمل الفني الاول

النسبة المئوية %	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	تقدير المحكم				البندود
			ممتاز	جيد جداً	جيد	مقبول	
			4	3	2	1	
75.00 %	3.00	9		3			1
83.33 %	3.33	10	2		1		2
91.67 %	3.67	11	2	1			3
91.67 %	3.67	11	2	1			4
100.00 %	4.00	12	3				5
	17.67	53					الدرجة الكلية للعمل الأول
88.33 %	3.53	10.6					الدرجة الكلية للعمل مقسومة على عدد البندود (متوسط)

وتم استخدام المعالجة الاحصائية كما في جدول رقم (1) للأعمال الفنية (الستة عشر) كل على

حدي، فكانت النتائج كما في جدول رقم (2) المجمع لكل النتائج ، حيث تراوحت المتوسطات

الحسابية للأعمال الفنية ما بين ( 3.93 : 2.93 ) ، كما تراوحت النسب المئوية للأعمال

الفنية ما بين ( 73.33 % : 98.33 %) بما يفيد وجود دلالة ايجابية تشير إلي قدرة الطالب

**مجلة الفنون التشكيلية والتربية الفنية – المجلد الثالث – العدد الأول- يناير 2019 م**

## **المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلانى**

### **لدى طلاب كلية التربية الفنية**

علي إثرء الملصق الاعلانى من خلال المزاوجة بين التصميم ثنائى الأبعاد وجماليات النحت البارز، وهو ما يثبت صحة الفرض، وبما أن المتوسط الحقيقى لدرجة كل محكم على حدى أكبر من المتوسط الافتراضى و التى قيمتها (2,5) إذا يمكننا القول بأنه قد تحققت جميع بنود البطاقة في كل عمل علي حدى مما يدل على تحقق فرضية البحث فى نجاح واتقان الطلاب لموضوع البحث وهو المزاوجة بين التصميم ثنائى الأبعاد وجماليات النحت البارز لاثراء الملصق الإعلانى لدى طلاب كلية التربية الفنية.



## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثراء الملصق الاعلاني

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

جدول رقم (2)

جدول مجمع لحساب الوزن النسبي والمتوسط الحقيقي والنسبة المئوية لكل الاعمال الفنية نتاج التجربة

البحثية

العمل الفني	الوزن النسبي لكل عمل فني	المتوسط الحقيقي لكل عمل فني	النسبة المئوية
1	10.6	3.53	88.33%
2	8.8	2.93	73.33%
3	11.8	3.93	98.33%
4	11.2	3.73	93.33%
5	10.2	3.40	85.00%
6	11.2	3.73	93.33%
7	8.80	2.93	73.33%
8	8.80	2.93	73.33%
9	9.00	3.00	75.00%
10	9.20	3.07	76.67%
11	9.40	3.13	78.33%
12	11.80	3.93	98.33%
13	9.00	3.00	75.00%
14	9.80	3.27	81.67%
15	10.60	3.53	88.33%
16	10.80	3.60	90.00%

## **نتائج البحث**

١. المزاوجة بين عناصر التصميم ثنائى الابعاد والعناصر ثلاثية الابعاد ( التمثل النحت البارز ) تثرى الملصق الاعلانى بشكل عام .
٢. إستخدام عناصر بارزة (ثلاثية الابعاد) كأحد عناصر الملصق الاعلانى يعتبر أداة جذب وشد إنتباه للمشاهد .
٣. دقة إختيار العناصر التى تم تجسيما ونحتها بثرى المعنى والهدف والرسالة من الملصق الاعلانى نفسه.
٤. مزاجية الطالب لخبراته وتقنياته الفنية فى عدة مجالات فنية مختلفة تثرى شخصيته وتفتح مجالات إبداعية جديدة له .

## **التوصيات**

١. التأكيد على أهمية البحث عن مصادر التكامل بين مجالات الفن التشكلى المختلفة دعما لشخصية معلم التربية الفنية .
٢. البحث عن مداخل جديدة لإثراء فن الملصق الاعلانى كأحد مجالات التربية الفنية الهامة والمؤثرة فى المجتمع .
٣. البحث عن مداخل جديدة للاستفادة من جماليات فن النحت البارز فى إثراء مجالات الفن المختلفة .

## المراجع

أولاً : المراجع العربية

- 1 ثناء سعد على شلبى دور الملصق الارشادى فى تغيير ثقافة الفرد محو تقبل الاخر ، مجلة بحوث فى التربية الفنية والفنون – كلية التربية الفنية – جامعة، حلوان يناير ،2012.
- 2 إياد حسين عبد الله الحسينى التكوين الفنى للخط العربى وفق أسس التصميم ، بغداد ، دار الشؤون الثقافية العامة ، 2002.
- 3 أمل إبراهيم ناصر النويصر النحت البارز المعاصر واتجاهاته التشكيلية والتقنية المستمدة من العمارة الاسلامية السعودية ، رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية التربية الفنية ، جامعة حلوان 2008.
- 4 برنارد مايز الفنون التشكيلية وكيف نتذوقها ، ترجمة : سعد المنصورى ، مكتبة النهضة المصرية ، القاهرة ، 1966.
- 5 محمد فتحى القاضى الثبات الفعلى للصورة الذهنية ودوره فى تصميم الملصق الاعلانى التنافسى ، المؤتمر الدولى السادس لكلية التربية الفنية – جامعة حلوان ، بعنوان: (تعليم الفنون ومتطلبات التغيير)، 2016.
- 6 روبرت سكوت أسس التصميم ، ترجمة: عبد الباقي محمد إبراهيم ، محمد

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في إثراء الملصق الإعلاني

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

محمود يوسف ، القاهرة ، دارنهضة مصر للطباعة والنشر

والتوزيع ، ١٩٨٠.

7 صالح أبو إصبع

عمليات الاتصال : من الاتصال الذاتي إلى الاتصال

الجماهيري ، مجلة كلية الآداب - كلية الآداب - جامعة

الإمارات العربية المتحدة ، عدد السابع ، ١٩٨٧.

8 • فاطمة الزهراء كمال

فاعلية برنامج مقترح في التصميم لتنمية بعض مهارات الملصق

الاعلاني والوعي البيئي لدى طلاب التربية الفنية ، مجلة

بحوث في التربية الفنية والفنون - كلية التربية الفنية - جامعة،

• شعبان حسن على

حلوان سبتمبر، 2015 .

9 يسرا حسنى أبو النصر

الجانب النفسى للأستخدام النوعى للون فى تحقيق الاهداف

الاتصالية بوسيلة الاعلانات الخارجية ، المؤتمر الدولى

السادس لكلية التربية الفنية - جامعة حلوان ، بعنوان: (تعليم

الفنون ومتطلبات التغيير) ، 2016.

10 • حسين محمد حجاج

إرتباط النحت البارز بالهوية القومية ومدى الاستفاد منها فى

إثراء التنوع الفنى ، المؤتمر العربى السابع والدولى الرابع لكلية

التربية النوعية - جامعة المنصورة ، بعنوان (إدارة المعرفة وإدارة

• أبراهيم أحمد أحمد

راس المال الفكرى فى مؤسسات التعليم العالى بمصر والوطن

• مایسة أحمد الفار

العربى ) ، 2012.

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في اثرء الملصق الإعلانى

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

- 11 عمرو عبد القادر محمود تنمية القدرة الادائية لطلاب التربية الفنية فى مجال النحت  
محمد البارز من خلال التوليف بالخامات (دراسة تجريبية) ، المؤتمر  
الدولى السادس لكلية التربية الفنية – جامعة حلوان ، بعنوان:  
(تعليم الفنون ومتطلبات التغيير) ، 2016.
- 12 زكريا الشريينى الاحصاء وتصميم التجارب فى البحوث النفسية والاجتماعية  
والتربوية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، 1995.

ثانيا : المراجع الاجنبية

- 13 Horn, Georgef Contemporary posters:design and  
1976 techniques,USA,Davis Publication.
- 14 Beneon1968 Encyclopedia Britannica, Chicago,  
London.

ثالثا : المواقع الالكترونية

- 15 <https://www.merriam-webster.com/>

## المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في إثراء الملصق الاعلاني

### لدى طلاب كلية التربية الفنية

#### الملاحق

بطاقة تحكيم الملصق الاعلاني لطلاب التجربة البحثية

	بنود التحكيم	1	2	3	4	.	.	.	.	.
1	مدى تحقق اسس التصميم فى الملصق الاعلانى									
2	مدى تضمن العمل للقيم الفنية التشكيلية									
3	مدى الاستفادة من جماليات النحت البارز فى إثراء الملصق الاعلانى									
4	مدى نجاح العمل فى جذب الانتباه من حيث بناء وتصميم الملصق الاعلانى									
5	مدى النجاح فى تحقيق التآلف بين عناصر التصميم ثنائية البعد وعناصر النحت ثلاثية البعد فى الملصق الاعلانى									

الدرجة	مقبول	جيد	جيد جدا	ممتاز
	1	2	3	4

## **المزاوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في إثراء الملصق**

### **الإعلاني لدى طلاب كلية التربية الفنية**

لم يعد هناك فواصل بين مجالات الفن المختلفة من تصوير ونحت وتصميم..... إلخ ولم تعد هناك خامات قاصرة على مجال فني دون الآخر، بل أن التقنيات ذاتها لم تعد تستخدم في مجال منفرد، فقد تغيرت النظرة لتناول العمل الفني سواء من خلال الممارسة أو التلقي، فالعمل الفني في النهاية هو مدرك بصري يعكس أحاسيس الفنان وأفكاره ومشاعره .

ولقد ظهرت اتجاهات فنية حديثة تدعو إلى تغيير القواعد الفنية التقليدية المتعارف عليها واسقاط الحواجز والفروق بين مجالات الفنون التشكيلية المختلفة ، ومن ثم تتداخل بعضها البعض وتتكامل، هذا التكامل هو من أهم أهداف التربية الفنية و في بناء معلم التربية الفنية في عصرنا الحديث

من هذا المنطلق وهو التكامل بين مجالات الفن التشكيلي يسعى هذا البحث الى التكامل بين فن التصميم وفن النحت البارز في محاولة للاستفادة من جماليات التصميم ثنائي الأبعاد و جماليات النحت البارز في إثراء الملصق الاعلاني الذي يعد من أهم مجالات التربية الفنية التي تؤثر في المجتمع ، ويستخدم أسلوبا تصميميا يحقق التوازن بين التعليم الادراكي الذي يستخدم اللغة اللفظية وبين التعليم البصري الذي يتعامل مع قيم بصرية ،فقد أصبح الملصق

## **المزاوجة بين التصميم ثنائى الأبعاد وجماليات النحت البارز فى إثراء الملصق الاعلانى**

### **لدى طلاب كلية التربية الفنية**

الاعلانى جزء هام من الحياة البصرية المعاصرة للانسان واصبح يساعد فى تشكيل وجدانه وفكره وتوجهاته سواء كان مقصده اعلانيا او تجاريا او ثقافيا او علميا .....

مما سبق يتضح أهمية البحث وهو السعي إلى المزاوجة بين مجالين من مجالات الفنون، بين النحت البارز والتصميم ثنائى الابعاد، بحثاً عن الخروج عن الشكل النمطي لتصميم وانتاج الملصق الاعلانى بشكل أكثر جاذبية وغير .

### **وتتحدد مشكلة البحث فى السؤال التالى: كيف يمكن الاستفادة من المزاوجة بين**

التصميم ثنائى الابعاد وجماليات النحت البارز فى إثراء الملصق الاعلانى ؟

**ومن أهم أهداف البحث** الاستفادة من المزاوجة بين أسس بناء التصميم ثنائى الابعاد والنحت البارز فى إثراء الملصق الاعلانى ، و كسر النمطية فى بناء وتصميم وإخراج الملصق الاعلانى ، والاستفادة من جماليات النحت البارز فى إثراء مجال التصميم .

**ومن أهم نتائج البحث :** ان المزاوجة بين عناصر التصميم ثنائى الابعاد والعناصر ثلاثية الابعاد ( التمثل النحت البارز ) تثرى الملصق الاعلانى بشكل عام ، وان إستخدام عناصر بارزة (ثلاثية الابعاد) كأحد عناصر الملصق الاعلانى يعتبر أداة جذب وشد إنتباه للمشاهد ، وان دقة إختيار العناصر التى تم تجسيما ونحتها يثرى المعنى والهدف والرسالة من الملصق الاعلانى نفسه ، مزاوجة الطالب لخبراته وتقنياته الفنية فى عدة مجالات فنية مختلفة تثرى شخصيته وتفتح مجالات إبداعية جديدة له .



## **Two-dimensional design combination and relief aesthetics in enriching the poster to students of Art Education**

### **Faculty**

There are no longer separations between different art fields of photography sculpture and design.... etc. There is no longer any fields that are limited to a technical field without the other, and that the same techniques are no longer used in a single field, the outlook has changed for the art work, either through practice or receive .The artistic work in the end is a visual perception that reflects the artist's feelings, thoughts and addresses them in the recipient as well as seeks to that artist with all his abilities and skills of the raw materials in his hands, including the formality characteristics and form features. Recent technical trends have emerged to change traditional technical norms and drop barriers, differences between the various areas of plastic arts, then overlap each other and integrated, this integration is one of the most important objectives of art education and in improving the art education teacher in modern times .from this view point, the integration of plastic arts fields, this research seeks to integrate the design art and sculpture art in an attempt to benefit from two-dimensional design combination and relief aesthetics in enriching the poster which is one of the most important fields of art education that affect in society It uses a design style that balances the Perceptual learning that uses verbal language and visual education that deals with visual values ,the poster has become an important part of contemporary human lifeand helps to form his

conscience ,thought and orientations, whether its purpose is advertising, commercial, cultural or scientific.

**The research problem is determined by the following question:** How can we make use of the combination of two-dimensional design and relief aesthetics to enrich the poster?

**The research importance:** it seeks to combine two fields of arts, between relief and two-dimensional design, looking for a way out of the stereotype of the design and production of advertising poster more attractively

**The main research objectives:** the combination of the construction of the two-dimensional design and the **relief** in enriching the advertising poster, and breaking the stereotypes in the construction, design and output of advertising poster, and take advantage of the aesthetics of prominent sculpture in enriching the field of design.

**Most important results of the research:**The combination of two-dimensional design elements and three-dimensional elements (the representation of a **relief**) has enriched the poster in general, and the use of **relief** elements (three-dimensional) as one of the elements of the poster is a tool to attract the viewer attention, and the accuracy of the elements selection, The meaning, purpose and mission of the poster itself, matching the student with his / her expertise and technical techniques in various artistic fields, enhancing his personality and opening up new creative fields.