

القيم الجمالية للتصميم الجرافيكي البيئي الرقمي

دينا محمد عناد، قسم النشاطات الطلابية، جامعة بغداد، بغداد، العراق.

تاريخ القبول: 2017/8/13

تاريخ الاستلام: 2017/7/4

Aesthetic Values of the Graphic Design Digital Environmental

Dina Mohammed Inad, Department of Student Activities, University of Baghdad, Baghdad, Iraq.

Abstract

This paper is intended to treat subject in four sections chapters. The first section deals with the problem of research and its need. The problem is identified as follows: (What are the aesthetic values of digital environmental graphic design)?

The objective of the study was to identify the aesthetic values of digital environmental graphic design and to propose a redesign of a poster that includes environmental aesthetic values. The paper highlights the importance of the study and provides and its limit definition of terms. The second section focuses on the digital design and its relation to the environment and man, and the third deals with aesthetics of digital graphic design. In The third section of the research procedures were determined. The researcher followed the descriptive approach and the method of content analysis. The analysis of the sample was based on the review of literature on the theoretical framework of research subject. The fourth section of this study included the most important findings and conclusions. The researcher included the recommendations and presented a proposal to redesign a poster containing environmental aesthetic values.

Keywords: Graphic Design, Digital Environmental Graphic Design.

الملخص

جاءت هذه الدراسة لتوضّح الموضوع بأربعة فصول، تتضمن مشكلة البحث والحاجة اليه، وقد كانت المشكلة تتمثل بالسؤال الآتي (ماهي القيم الجمالية للتصميم الجرافيكي البيئي الرقمي)؟ أما هدف الدراسة فكان تقديم دراسة علمية للتعرف على القيم الجمالية للتصميم الجرافيكي البيئي الرقمي، وتقديم مقترح إعادة تصميم ملصق يتضمن قيماً جمالية بيئية. كما ضم أهمية البحث وحدود البحث فضلاً عن تحديد المصطلحات. والإطار النظري، مكون من ثلاثة مباحث ركز المبحث الأول على (مفهوم القيم الجمالية) والمبحث الثاني على (التصميم الرقمي وعلاقته بالبيئة والإنسان) وتضمن المبحث الثالث (جماليات التصميم الجرافيكي البيئي الرقمي). وفي تحليل العينات اتبعت الباحثة المنهج الوصفي وطريقة تحليل المحتوى، ولغرض تحليل العينة تم الاعتماد على ما تمخض عنه الإطار النظري من أدبيات متعلقة بموضوع البحث لتسهم في تحقيق هدف البحث. وبنّي التحليل على أساسها. ثم أتبعته بأهم الاستنتاجات.

الكلمات المفتاحية: التصميم، التصميم الجرافيكي البيئي الرقمي.

مشكلة البحث:

بالرغم من أن جميع التصاميم الجرافيكية الرقمية التي أُبدعت لتوصيل رسالة إلى الجمهور تعتمد على قيم جمالية وتصميمية، إلا أن البحوث والدراسات العلمية لم تتناولها بشكل يتناسب مع أهميتها ودورها في إيصال الرسالة بشكل متكامل. ومن هنا حددت المشكلة السؤال الآتي: ما هي القيم الجمالية للتصميم الجرافيكي البيئي الرقمي؟

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في:

- 1- يساهم في إيجاد تبادلية تفاعلية بين البيئة والتصميم.
- 2- يحقق بيئة إرشادية وتوجيهية مهمة تدفع المتلقي إلى العمل بها وتسهيل معرفة الغامض منها.
- 3- يساهم في التعرف على القيم الجمالية للتصميم البيئي الرقمي.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى:

تقديم دراسة علمية للتعرف على القيم الجمالية للتصميم الجرافيكي البيئي الرقمي.
تقديم مقترح إعادة تصميم ملصق يتضمن قيما جمالية بيئية.

منهج البحث:

اتبعت الباحثة المنهج الوصفي وطريقة تحليل المحتوى للنماذج بوسائل التحليل النقدي الموضوعي لكل أنموذج، للوصول إلى نتائج دقيقة.

مجتمع البحث:

تتضمن مجتمع البحث (13) ملصقا إعلانيا إرشاديا منشورا على الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت) تتضمن تصاميم عن البيئة الرقمية.

عينة البحث:

اعتمدت الباحثة الطريقة (غير احتمالية قصدية) في اختيار نماذج البحث، وقد بلغ عدد نماذج البحث (3) إعلانات إرشادية بيئية رقمية منتخبة من أصل (13) أنموذجا لأغراض التحليل من مجتمع البحث الكلي ونسبة (23%) من مجتمع البحث الكلي. وتعود أسباب اختيار هذه الملصقات إلى تميزها بالآتي:

1. رصانة البناء التصميمي للفكرة المقدمة.
2. استعمال مفردات وأشكال بيئية في التنظيم التصميمي.
3. استعمال أحدث التقانات في إخراج وتنظيم التصاميم.
4. تنوع الاسلوب وطريقة عرض الموضوعات.

أداة البحث:

ارتكز تحليل العينة على ما تمخض عنه الإطار النظري من أدبيات البحث لتسهم في تحقيق هدف البحث.

حدود البحث:

الحد الموضوعي: القيم الجمالية للتصميم الجرافيكي البيئي الرقمي

الحدود المكانية: ملصقات عالمية إعلانية رقمية إرشادية تتضمن الحفاظ على البيئة، المنشورة على الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت). وذلك لأعتمادها على التقانات الحديثة في معالجة التصميم واستعمال عناصر بيئية طبيعية.

تحديد المصطلحات:

القيمة: يعرف ابن منظور القيمة أنها "ثمن الشيء بالتقويم. تقول تَقَاوَمُوهُ فيما بينهم". (ابن منظور، 1955، ص225)

الجمال: يعرفه جيروم ستولنتز بأنه "ظاهرة ديناميكية دائمة التغير والتطوير، وهي حقيقة موضوعية متناسقة توجد في بيئة محيطة، وتدرك في ظروف نفسية خاصة، وتثير شعوراً بالرضا والبهجة". (ستولنتز، 1974، ص35)

ويعرفه عطية بأنه "تنظيمات لأحكام عقلية وانفعالية مُعمَّمة نحو الأشخاص أو الأشياء أو المعاني سواء أكان التفصيل الناشئ عن هذه التقديرات متفاوتة صريحاً أو ضمناً". (عطية محمود، ص602)

التعريف الاجرائي:

القيم الجمالية: هي ابتكار أفكار جديدة وأساليب متجددة ووسائل تقانية مستحدثة وتطبيقات في شتى مجالات الحياة غير مألوفة، يُشترط فيها نقلة نوعية أحسن وأفضل مما هو كائن من أجل إسعاد الإنسان وتيسير سبل الحياة أمامه.

التصميم الجرافيكي **Graphic Design**: "هو اتصال بصري، ونشاط تنظيمي عن طريق الإشارات والعلامات والرموز أو الكلمات والصور، بدلاً من الكلمة المنطوقة، لتحقيق التواصل والتبادل مع العالم المعاصر". (Jeremy Aynsley, 2004, p.6)

التصميم الجرافيكي: "هو وضع الصياغات البصرية للأفكار المُعدة للإظهار بطرق الطباعة المختلفة أو للعرض على الشاشات، ويتمثل الجهد الفني (الإبداعي) فيه بعملية تنظيم العلاقات الشكلية بين العناصر والمفردات التصميمية على نحو يوفق بين الأداء الجمالي والوظيفي لتلك العناصر والمفردات حسب الحاجات والأغراض التصميمية المطلوب تحقيقها". (الراوي، 2011، ص97)

التعريف الإجرائي:

التصميم الجرافيكي: هو نشاط اتصالي مرئي يتحقق عبر خبرة المصمّم في التعبير والقدرة على التصور والتخيل والابتكار عن طريق المهارة في التعبير عن الأفكار والرؤى المختلفة.

البيئة: "إن علم البيئة هو العلم الذي يدرس العلاقة بين الكائن الحي وما يحيط به من مكونات وأحياء أخرى، ويرجع الأصل اللغوي لكلمة (بيئة) في اللغة العربية إلى الفعل (بوأ) فيقال تبوأ فلان منزلاً أي نزل فيه ومنه: "والذين تبوءوا الدار والإيمان"، و (الباءة) و(المباءة) و(البيئة) تعني المنزل، كما تأتي لفظة البيئة بمعنى الحال". (أحمد عوض، 2002، ص5-6)

وقد ترجمت كلمة (Ecology) إلى اللغة العربية بعبارة (علم البيئة) التي وضعها العالم الألماني أرنست هيجل عام (1866م) بعد دمج الكلمتين اليونانيتين هما (Oikes) ومعناها مسكن و(Logos) ومعناها علم، وعرفها أنها "العلم الذي يدرس علاقة الكائنات الحية بالوسط الذي تعيش فيه، ويهتم هذا العلم بالكائنات الحية وتغذيتها، وطرائق معيشتها وتواجدها في مجتمعات أو تجمعات سكنية أو شعوب". (الغبان، 2015، ص155)

والبيئة تعني "جميع العوامل الحيوية وغير الحيوية التي تؤثر في الكائن الحي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ضمن أية فترة في تاريخ حياته". (أحمد عوض، 2002، ص6)

التعريف الإجرائي

البيئة: هي كل ما يحيط بنا في الطبيعة وما نراه من حولنا من هواء وماء وتراب وكائنات حية. وتتعدد مجالاتها، مثل البيئة الطبيعية، والبيئة الاصطناعية، والبيئة الاقتصادية، والبيئة الاجتماعية، والبيئة الصحية، والبيئة الجمالية. فهي تختلف في صفاتها وطبيعتها وتنظيمها حسب ثقافة ومكان تواجد الإنسان وحضاراته.

الرقمي (Digital): "هو إيجاد طريقة لنقل البيانات التي تسمح بإيجاد مستوى مميز من الأداء إلى الحاسوب، إذ تتحول فيها الرموز الرقمية (الثنائية) التي تمثل لغة الحاسوب (Binary Numbers) بواسطة محول رقمي يدعى (Digital Converter)". (Johanna, 2009 , P347)

الرقمي: "هو مصطلح يتعلق بأي شيء مؤلف من نظام تشفير بوحدة ثنائية، وعادة يشير إلى نظم الشيفرة الثنائية الكامنة في الحاسوب، أو تمثيل قواعد البيانات في شيفرات ثنائية". (Gordan, 2005, P215)

الإطار النظري:

مفهوم القيم الجمالية:

تختلف مفاهيم القيم الجمالية في التعبير من فكر إلى آخر ومن فلسفة إلى أخرى حسب ما يصحبها من عوامل فيسيولوجية، وهي تعتمد على قدرة المصمم في اختيار الأفكار والموضوعات الفنية التي تتضمن بناء هذه القيم الجمالية التنظيمية عن طريق "استعمال الأسس التصميمية كالتوازن والوحدة، والإيقاع، والتكرار، والانسجام والتناسب. وكذلك الحركة التي تدخل في صلب عملية تحقيق القيمة الجمالية في النتاج التصميمي. واستعمال العناصر التصميمية الأساس كالخط والنقطة والملمس والفضاء واللون والشكل، وهي تعد بذلك من السمات التي تحقق المعادلة المطلوبة في نجاح العمل التصميمي وبناء قيم جمالية. كذلك يمكن تحقيق القيم الجمالية عن طريق الشكل ومقوماته وتموضعاته عن طريق علاقة هذا الشكل بالفضاء الذي يحتويه وعلاقته بالعناصر الأخرى لإظهار تكوينات شكلية جديدة. وهكذا، فالقيم الجمالية أخذت صبغاً جديدة ومتعددة في عنصر الشكل والفضاء". (العبيدي، 2013، ص 260 - 263) وهكذا الحال مع بقية عناصر التصميم إذ ظهرت سمات جديدة حلت محل السمات الجمالية التقليدية في التصميم الجرافيكي المعاصر كاستعمال البرامج التطبيقية في الحاسوب وتداخل الأشكال وتراكبها وحركتها مما أعطى قيماً جمالية أبداعية. ومنها ما كان للأعلان الإرشادي البيئي من دور ظاهر لتحقيق هدف يعبر عن مضمون الرسالة الإعلانية الموجهة للجمهور المستهدف في البيئة. فالبيئة هي المصدر الخصب للأفكار الإعلانية، والبيئة الطبيعية بكامل معطياتها مصدر للعناصر المختلفة التي تحمل معاني ورموزاً ودلالات ومفاهيم راسخة ثابتة في الأذهان نتيجة الخبرات السابقة للإنسان، إذ يمكن لمصمم الإعلان البيئي أن يستعين بها ويصوغها بأسلوب رمزي تعبيرية يتضمن إطاراً دلالياً لترجمة الإعلان وتوضيح مضمون الرسالة الإعلانية عن طريق العناصر الكتابية بما يحقق جذب الانتباه وإثارة الاهتمام لدى المتلقي لإعطاء صدق ووضوح الرسالة الإعلانية مما يؤدي إلى زيادة فعالية الإعلان بالنسبة لدوره في عملية الاتصال، وهذا يبني وفق قيم جمالية يعتمد عليها المصمم في بناء عمله التصميمي؛ لأن القيم الجمالية ما هي في الواقع إلا "دراسة التأثيرات الفيزيائية الشكلية على الإحساس البشري". (Mono, 1997, p.8) ومن جانب آخر فإن قاموس أوكسفورد يعرف الجماليات بـ "المعرفة المستمدة من الحواس". (شاكور عبد الحميد، 2001، ص 18)

ولابد لفن التصميم الجرافيكي البيئي "بوصفه تعريفاً جمالياً لغرض الوصول إلى الحقيقة بقدر الطاقة البشرية، أن ينطوي على عنصرين أو شرطين أحدهما وسيلة والآخر غاية، وهما شرطا فن التصميم أو شرط التخاطب وشرط الجمال أو القيمة التي تتمثل فيها الحقيقة". (حامد سرمك، 2009، ص 411) لأن فن

التصميم الجرافيكي فن يخاطب الجمهور، فلا بد له أن يختار الوسيلة الجيدة والملائمة لعرض الموضوع والتي يمكن أن تصل إلى أكبر قدر ممكن من المتلقين بطريقة سهلة وبسيطة وأن يحقق الغاية والهدف من التصميم وهو استجابة المتلقي لتلك الرسالة. حينها يكون قد حقق النجاح في اختيار مفرداته والتعبير عن مضمون العمل.

ونتيجة لزيادة القلق بشأن البيئة ومدى تأثرها بمخلفات الصناعات الثقيلة عموماً ومخلفات الصناعات البترولية على وجه التحديد، "دعت العديد من المنظمات الدولية لتبني مفهوم (الأسلوب الأخضر) (Green Style) والترويج له عبر حملات توعية جماهيرية، وقد تبنت العديد من وكالات التصميم الجرافيكي نتيجة لتفاعلها مع تلك الدعوات ما عرف بمبدأ التصميم الجرافيكي الأخضر (Green Graphic Design)، إذ يمكن للمصمم أن يكون حافزاً إيجابياً للتغيير بصفته مفكراً قيادياً للمجتمعات من حيث قدرة أعماله على التأثير في مختلف الشرائح، وقدرته على إيصال الرسائل البصرية ودعم إمكانات الإقناع لديهم، وبالتالي نشر وعي بيئي أخلاقي تجاه البيئة المحيطة. إذا اهتم المصممون بصياغة الأفكار الإعلانية وتنفيذها بطريقة تعتمد الإبداع والتركيز لدعم مفهوم حماية البيئة. وكنوع من الرمزية في هذا المجال يدعو المصممون إلى زيادة نسبة اللون الاخضر في حياتنا، مما دفع العديد من الشركات العالمية الكبرى لتبني هُويّات بصرية تخضع لهذا النمط التصميمي الجديد الأكثر معاصرة في محاولة منها لتحقيق انفتاح أكبر على الجماهير". (الراوي، 2011، ص143)

كما تقدم ترى الباحثة إن التصميم الجرافيكي البيئي يُبنى وفق قيم جمالية بيئية يعتمد عليها المصمم في بناء عمله التصميمي وهذه القيم تعتمد على الأسس والعناصر والعلاقات والحركة في بناء الشكل التصميمي وعلى الفكرة وكيفية معالجتها وطرحها بطريقة جديدة وأسلوب إبداعي متميز يحقق الجذب والوظيفة التي صُمم من أجلها.

التصميم الرقمي وعلاقته بالبيئة والإنسان:

لقد تعددت وتنوعت التعريفات والتفسيرات التي تناولت معنى ومفهوم البيئة إذ إن "البيئة تشتمل على مجموعة العوامل البيولوجية والكيميائية والطبيعية والجغرافية والمناخية المحيطة بالإنسان والمحيطه بالمساحة التي يقطنها والتي تحدد نشاط الإنسان واتجاهاته وتؤثر في سلوكه ونظام حياته". (أحمد عوض، 2002، ص6) فالتصميم البيئي هو "أي شكل من أشكال التصميم التي تحدّ من التأثيرات المدمرة للبيئة عن طريق دمجها في عمليات الحياة". (Sim Van der Ryn, 1996, p.18)

لذا ترى الباحثة أن التصميم البيئي يعتمد على الثقافات المحلية ويستجيب وفقاً لذلك المصمم، إذ غالباً ما "يستوحي رموزه من البيئة المحيطة ويبدأ التصميم عندما تتحول الفوضى إلى نسق ونظام (أي يكون التصميم مرتباً وغير عشوائي). والتصميم كلمة تدل على فعل العقل الإنساني ونشاطه التخيلي، وعلى مدى الحقائق التي يدركها الإنسان ويستخلصها تدريجياً من الفوضى، وكلما زادت معارفه وثقافته ساعده ذلك على تنظيم التصميم، فيحل محل الفوضى النسق والنظام"، (<http://www.golden-frame>) لتحقيق تصميم يتسم بالإبداع.

أما التصميم الرقمي البيئي فيتضمن حقولاً متنوعة ومختلفة سواءً في البيئة المغلقة أو المفتوحة، وفي كلتا الحالتين يكون له دور ظاهر ورئيس هو (الإعلام). إذ نقصد من البيئة المغلقة، المساحات الداخلية المتمثلة في كل من المكاتب والمباني التجارية التي توضع داخلها شاشات ولافتات رقمية إلكترونية إرشادية، وقطار الأنفاق (المترو) وأيضاً المعارض والمتاجر إذ يقدم المعلومات المطلوبة للزوار عبر الأشكال والحروف وكافة أنواع اللوحات الإرشادية الإلكترونية. وفي المساحات المفتوحة كالمنتزهات، والشوارع والطرق وعموماً كل المساحات المفتوحة في المدن والبيئة البشرية التي تشمل تصاميم رقمية نحو: علامات

ونصائح الكترونية مثل التحذير في الحدائق، والعلامات واللوحات الالكترونية المعلقة في مداخل المتاجر، وتصميم واجهة المحلات الإلكترونية التجارية وإشارات المرور، وأسماء الشوارع والأزقة الإلكترونية، وغيرها، كلها تقع في خانة التصميم الجرافيكي البيئي الرقمي.

لذا ترى الباحثة أن التصميم البيئي الرقمي هو تركيب تنظيمي إلكتروني يتم العمل به عبر برامج منظمة يتم التحكم بها، تؤدي إلى تكوين علائم وإشارات مؤثرة في المتلقي، وتؤكد على الصلة بين الإنسان والبيئة المصححة إذ يظهر فيها الإيجابيات وتهمل السلبيات، اعتماداً على تبسيط العلاقات وتكميل جمالية البيئة العامة.

إن "التصميم الرقمي مصطلح يطلق على التصميم المنتج عن طريق استعمال الحواسيب ذات القدرة العالية التي تتوفر لها عبر برمجياتها المتمكنة من إنتاج وتلقي تصميم (فائق) بطريقة مختلفة عن السابق والمعهود من التصاميم الورقية، إذ تبنى هذه الطريقة على إمكانية التشكيل والتكوين بين البنى الداخلية للتصميم نفسه، فضلاً عن إمكانية التوليف مع بنى أخرى تقع خارج هذا التصميم، وهي بالتالي تستطيع أن تهئ له قدرة الاشتراك (التفاعل) معها في عملية البناء الكلي عن طريق التعلق بين الأشكال والنصوص (المتراطة) أولاً، سواء كانت هذه البنى من جنس النص نفسه أو من جنس شكل آخر، كما قد تستطيع بنى هذا الشكل المنتج أن تتشابه مع بنى من فنون أخرى سمعية أو بصرية أو إشارية عن طريق التضافر الدلالي بين البنيتين ثانياً". (علي محمد ياسين، أزي القعدة 1432، العدد 41)

وكان من أهم البرامج التي أحدثت ثورة في مجال تحرير الصور الفوتوغرافية الرقمية والرسوم النقطية وعالم الطباعة الإلكتروني أو الرقمي هو "برنامج أو نظام أدوبي (Adobe System) الذي أنتجه عام 1982- جون وارنوك (John Warnock)، الذي كان له دور فاعل في مجال الإعلان والتصميم الجرافيكي". (بلاسم محمد، 2013، ص186) ويعتقد بعض الخبراء "أن عام 1991 يشكل نقطة تحول في تاريخ الفن الجرافيكي الرقمي، إضافة إلى مجموعة برامج متميزة تحوي أدوات معالجة جديدة للصور، مثل برامج شركة (Adobe Photoshop)، وكذلك برامج الرسوم الاتجاهية (Vector Graphics) وهي نوع من الرسوم التي يتم إنشاؤها وفق معادلات رياضية، أي أنها مبنية على نقاط لها إحداثيات أو معادلات خوارزمية، خاصة بلغة البرامج المنتجة لهذه الصور أو الرسوم، وتتميز بدقتها ووضوحها، وقابلية التحكم بأي جزء من أجزائها بسهولة عن طريق إحداثياتها، ومنها التي تشكل على بعدين مثل برنامج (Coral Draw) الذي أنتجته شركة كوريل عام 1989، ومنها ما يبني بثلاثة أبعاد مثل برنامج (3D Studio Max) المنتج عام 1995 من قبل مجموعة (Yost) وشركة (Autodesk)، وتستخدم في أغراض كثيرة منها مجالات الرسم الهندسي والفني، والتصميم، والتحرير الطباعي، والإعلام، والإعلان، والسينما بمزجها مع الوسائط المتعددة، بما يسمى اليوم الرسوم المتحركة (Animation Graphics)". (حسين شفيق، 2008، ص95-100)

مما تقدم ترى الباحثة أن هذا التطور في برامج التصميم الجرافيكي أدى إلى سهولة استعمال الأشكال والصور وتركيبها مع أشكال وصور أخرى، حيث يُظهر المصمم فيها ابداعاً شكلياً جديداً، وهو يعتمد على قدرة المصمم الابتكارية في تقديم رسالته المرئية، وتوجيه أنظار المتلقي نحو الفكرة الأساس في التصميم، بما يضيفه من أبعاد تعبيرية وجمالية موافقة للدعم الفكري والأدائي لمفردات العمل التصميمي، وتحديد مستوى أدائه، إذ إن التركيب أو التوليف الشكلي له دور كبير في تحقيق الجانب التعبيري الذي يولد القدرة على الإثارة، سواء كان ذلك بالأسلوب أم بطريقة التنفيذ التقني، أم أسلوب توظيف الفكرة التصميمية. وإن جمالية العمل الفني التصميمي لا تكمن في جمال الموضوع فحسب بل في أسلوب التعبير عنه.

كما أن التطور التكنولوجي والتقني الذي حصل أدى إلى استعمال اللوحات الإعلانية الرقمية العملاقة في المساحات الواسعة والمفتوحة مثل الطرق السريعة. كما أن شاشات عرض الإعلانات العملاقة قد انتشرت بشكل كبير وواسع لتحقيق انتشار أكبر قدر من الوعي والإرشاد للمتلقي. إذ أصبح التصميم الجرافيكي البيئي

علماً وفناً قائماً على تحقيق المؤثرات الإبداعية، منطلقاً من دراسة منطقية يحمل بين طياته التكنيك وكيفية العمل. ونتيجةً، هذا التركيب والامتزاج يؤدي إلى تكوين علائم وإشارات مؤثرة في الناس. يسعى عن طريقها إلى الاعتماد على التجارب الإبداعية الفنية المناسبة لحياة البشر العصرية. وذلك عن طريق التأكيد على الصلة بين الإنسان والبيئة المصححة، إن يتجاهل السلبيات ويظهر الإيجابيات. كما يتم التركيز على البعد الإعلامي والتبسيط في التصميم؛ لدعم سرعة الفهم عند المتلقي والتواصل، لتحقيق جماليات بيئية رقمية حديثة ومناسبة للعصر.

لقد "تأثر التصميم الجرافيكي بالاتجاهات الفنية المعاصرة وخاصة في فترة ما بعد الحداثة، عن طريق تنوع التقانات الجرافيكية وأسلوب التفكير، واستعمال الحاسوب في التصميم فضلاً عن برامج التصميم الحديثة المتاحة التي أضحت منتشرة وكثيرة في متناول الجميع، وسهولة إمكاناتها، وهي تعتمد أساساً على براعة المصمم في الاداء والتنفيذ وبناء الفكرة واستخدام آلات طباعة حديثة في التنفيذ، لأن طابع أي عمل فني وفرديته ينبعان من المشاعر الخاصة بالفنان المصمم الذي أنشأ العمل وهو يعبر عن هذه المشاعر ب (اللون وقيمتها، والقيم السطحية* والمساحات، والأشكال، وموضوع التصميم) ويتطلب ذلك اختيار الخامات والوسائل الأدائية التي تساعد على التعبير وتنميته وكذلك الرؤية البصرية المتذوقة للفن، فضلاً عن مهارة المصمم. وتعتمد العملية التصميمية ولاسيما التصميم المطبوع على عوامل عدة أهمها:

1. قدرة المصمم على الابتكار وتصميم فكرة جديدة تعتمد على الأصالة والمعاصرة في طرح الأفكار.
 2. تمتع المصمم بالثقافة العالية بكل ما هو جديد، ومواكبة التطور الحاصل في الثقافة العالمية، ومدى التأثير الحاصل بين ثقافات العالم وتماسها وحوار الحضارات.
 3. مهارة المصمم في استعمال التقانات التنفيذية الحديثة المتطورة، كاستعمال تقانات الحاسوب في إخراج المطبوع المعاصر وملائمة الذوق العام والخاص.
 4. أن يهدف التصميم للغرض الذي صمم لأجله وأن يؤدي وظيفته الجمالية والنفعية في آن واحد".
- (<http://www.uobabylon.edu.iq>)

"يميل الإنسان المعاصر إلى استعمال التقانات الجديدة وتصميم ما بعد الحداثة من أجل تحقيق الشهرة والرواج السريع للتصميم المطبوع بمختلف نواحيه ودلالاته الفنية والنفسية والتطبيقية. إذ إن استعمال التقانات المعاصرة في التصميم قد تجاوز القواعد المتعارف عليها، لاسيما في القيود التي تفرضها البيئة الاجتماعية، إذ إن عملية التحول التقني لم تكن بالعملية اليسيرة على المتلقي وإشباع رغباته وشده انتباهه إلى التصميم، إذ ظهرت العديد من التقانات المعاصرة في زمن العولمة التي عدت أساليب إبداعية، وأصبحت المادة بمختلف تكويناتها الشكلية قابلة للتصميم والتكوين الإبداعي كاستعمال تقانات الورق والفلكس أو المواد البسيطة كقشرة البيض أو استعمال العلب الملونة أو تصميم الحدايق وغيرها من التقانات الفنية التي تعد مهارات وإبداعات جمالية تحقق الوظيفة في الجذب وشده الانتباه والإحساس بالجمال والمتعة، وهي من أهداف التصميم المبتكر والمتقدم". (معتز عناد غزوان، 2010 / 7 / 18)

مما تقدم يمكن القول إن تقانات التصميم الجرافيكي البيئي اعتمد المصمم فيها على أساليب عدة، وخاصة الحديثة لتحقيق علاقة ترابطية بين التصميم والبيئة عن طريق استعمال الأشكال والألوان والخطوط المستوحاة من الطبيعة للأحساس باللمس وخاصة في التصميم ذي البعدين (الطول والعرض) وإظهار

* القيم السطحية هي ملمس السطح كما تحسه اليد، ولمس السطح كما يحسها العقل في التصميم الجرافيكي لأن في العقل ميلاً لوصف السطح المرئية على أنها خشنة أو ناعمة كما أن العقل يربط هذه الصفات المرئية بالحركة.

درجات الظل والضوء لتحقيق العمق، وإن التصميم الناجح هو الذي يعتمد على الأفكار الجديدة في بناء العمل التصميمي ليحقق أسلوباً إبداعياً يتسم بالغرابة لشد انتباه المتلقي نحوه.

جماليات التصميم الجرافيكي البيئي الرقمي:

"أدت التحولات التكنولوجية في تاريخ الإنسان إلى فتح المجال لتوفير فرص لا حصر لها في الفنون البصرية، ومنها فن التصميم الرقمي فكانت نتيجة حتمية رافقت ظهور شبكة الانترنت في تسعينات القرن العشرين. ويعتمد هذا الفن على معالجة الأشكال والصور والرسوم باستخدام برمجيات الحاسب الآلي. وظهر نتيجة لملاحظة وتعزيز التفاعل بين التصميم وبين التطورات المتسارعة لتكنولوجيا المعلومات، وللتحفيز على تطوير أنماط التفكير". (بلاسم محمد، 2015، ص152)

لقد أضافت التكنولوجيا الرقمية أكثر من أسلوب وتحول، ذلك الذي يحدثه تغير أساسي في مهام ومعرفة المصممين، ويشتمل تصميم الرسومات البيئية الآن على هيكلية بيانات للاستعمال بدلاً من مجرد ابتكار عروض فعالة، وتقع مسؤولية الآثار العميقة في تشكيل المعلومات على دور التصميم البيئي في تنمية الثقافة المجتمعية.

فالمصمم هو أكثر من يحتاج البيانات والمعلومات كي يستطيع أن يقود العملية التصميمية التي تستند إلى ذلك المعطى البياني، كما أن تنوع البرمجة الرقمية ساهم هو الآخر في تطويع العمل ورفد المصمم بقدرة إضافية في تصور المستقبل واستقرانه، ووفرت البيئة الافتراضية مناخاً مناسباً لتحقيق ذلك، ويمكن تعريف الواقع الافتراضي بأنه نفس التجسيد للواقع، لكنه ليس حقيقياً. ولن يمضي وقت طويل قبل أن يصبح فصله عن الواقع الحقيقي في حياتنا اليومية عسيراً. إن الواقع الافتراضي عالم يصنعه الحاسب الآلي، بحيث يمكن للإنسان التفاعل معه آنياً، بنفس الأسلوب الذي يتفاعل به مع العالم الحقيقي.

إن التدوق الشكلي والجمالي للأشكال البيئية يرجع إلى كونه عملية حسية إدراكية ودماغية تتضمن تحليل وتنظيم وإعطاء معنى داخل الدماغ للإحساسات التي جرى استلامها من التنبه البيئي عبر أعضاء الحس. ويمكن اعتباره عملية تحديث مستمرة للأنموذج الذي نحمله في داخلنا عن البيئة التي نعيش فيها.

ولأن البيئة غنية بالهيايات ذات الدلالات والاستعمالات المتنوعة وما تحتويه من كتل ومجسمات تشكل هيايات تختلف في نسب حجومها مع أختلاف نوعية الخامة المشكلة منها، "فالمصمم يستطيع عن طريق استعمال هذه الأشكال والعناصر تكوين هيايات تصميمية جديدة تغير نظامها الحقيقي أو العام وبناء نظام آخر بعلاقات جديدة ضمن بيئتها. إذ إن جميع الأعمال ثنائية الأبعاد تشكل أعمالاً ثلاثية الأبعاد إذا أستعمل المصمم لمسات فنية مدروسة موهماً بوجود بعد ثالث عن طريق الإيحاءات المتنوعة التي تجسدها القيمة الضوئية واللونية والتراكب والتداخل للأشكال والملمس". (شيماء عبد الجبار، 2015 / 3 / 3) كما في الشكل (1) الذي يظهر الأشكال ثلاثية الأبعاد بينما هي ثنائية.



شكل (1)

"تمثل الجماليات البيئية أو علم الجمال البيئي (Environmental Aesthetics) حالة من التفاعل العلمي الخاص المتميز بين مجالين من مجالات البحث هما: الجماليات التجريبية، وعلم النفس البيئي، إذ يستعمل هذان المجالان مناهج البحث العلمية المناسبة للمساعدة في تفسير العلاقة بين المثيرات الطبيعية والاستجابات الإنسانية. إذ تهتم (الجماليات التجريبية) بالفنون وبكيفية حدوث الاستجابات الجمالية المختلفة لها، وأيضاً بقياس الخصائص المتعلقة بالمثيرات الجمالية المختلفة، من أجل الوصول إلى صياغات، أو مبادئ عامة تحكم تفضيل الإنسان للمثيرات الجمالية عامة وفي الفنون بشكل خاص. أما علم النفس البيئي فهو مجال تطبيقي يهتم بدراسة وتحسين أحوال الناس المرتبطة بالمكان أو البيئة بشكل خاص". (شاكور عبد الحميد، 2001، ص394 - 395)

فاسلوب المصمم وتجربته الفنية التي تستقي صيغها من الأشكال الطبيعية أو عن طريق المدركات الحسية من البيئة المحيطة به، تؤسس أشكاله الفنية الجديدة التي تمثل ذلك المحيط؛ لأن استحصال التجربة عند المصمم يتوقف على تفاعله مع بيئته وتحويل ذلك الخطاب إلى ذات المصمم لفحصه وتحليله ومن ثم تأسيس موقف عليه عن طريق ذلك الناتج ودلالاته. وإزاء هذا نستطيع القول أن محاكاة الطبيعة أو عدمها يستند إلى مفاهيم بعد تطور الأفكار واتساع الافق والمفاهيم الفكرية والفلسفية في الحياة الإنسانية وظهرت النظريات الجمالية التي تعنى بدراسة الأعمال الفنية أو النتائج الفني التصميمي، فقد ظهرت هناك دعوى إلى محاكاة الطبيعة والنقل الحرفي عنها، وكانت هذه النظرية ترى "أن قيمة الموضوع الفني تتوقف على درجة مشابهة النموذج"، (ستولنتز، 1974، ص157) أي كلما كان النقل أميناً من البيئة أتقن المصمم حرفته الفنية على أساس أن البيئة "أو الطبيعة أم الإنسان وموطنه الأصلي". (ديوي، 1963، ص50) "لكن لا يعني هذا أن الفن صورة طبق الأصل عن الموضوعات وأن يعكس الانفعالات المرتبطة بالأنظمة الرئيسة للحياة" (ديوي، 1963، ص17) لذا نرى أن ديوي قرر "أن الفن ليس هو الطبيعة وإنما هو الطبيعة معدلة بفعل اندماجها في علاقات جديدة تتولد عنها استجابة انفعالية جديدة". (زكريا ابراهيم، 1972، ص129).

إن اهتمام المصمم بالجماليات البيئية يتمثل في "الاهتمام الأساس على محاولات فهم التأثيرات الخاصة بالبيئة كالتفكير والوجدان والسلوك ثم ترجمة النتائج الخاصة بهذا الفهم إلى تصميمات بيئية جديدة يحكم عليها الناس بأنها مفضلة أو محببة جماليا بالنسبة لهم. برغم أن الجماليات هي مجرد عامل واحد من مجموعة العوامل التي توضع في الاعتبار خلال عمليات التصميم البيئي". (شاكور عبد الحميد، 2001، ص395)

مما تقدم ترى الباحثة أن المصمم الجرافيكي البيئي يستقي مفرداته من البيئة المحيطة ولكن يظهرها بطريقة جديدة يعكسها بفعل علاقات جديدة تتمظهر نتيجة مشكلات بيئية تحتاج إلى حل وإرشاد للمتلقي. وأن نجاح المصمم في عمله متوقف على عالمية مداركه وإمكانات فهم الطبيعة والقدرة على التعبير عنها، وأن مصطلح البيئة لا يتوقف على البيئة الطبيعية وحدها وإنما هناك البيئة الاجتماعية والفكرية والسياسية ومن ثم البيئة الصناعية وغيرها التي يحيا فيها المصمم. فمصطلح البيئة -بوصفه مفهوماً عاماً- يعني المحيط الذي يحيا فيه المصمم، وقد أدت الظروف الاجتماعية والفكرية إلى تحديد اتجاه المصمم حسب التحول المسالوق له في صياغة نتاجه التصميمي الفني وطرحه لأسلوبه الفني. لأنه يبحث عن نمط تصميمي يعبر عن فكرته التصميمية تجاه التخطيط الاقليمي، وهنا يتدخل الإبداع والبلاغة في اختيار التصميم المناسب وغير المتداول.

وقد ميز (بورتوس) بين الجماليات في صورها الحسية والشكلية والرمزية، إذ تهتم الجماليات الحسية بتلك المتع التي يجنيها المرء عند تلقيه بعض الاحساسات الخاصة من البيئة: "إنها تهتم بالأصوات والألوان والملابس والروائح... الخ. أما الجماليات الشكلية فتعنى أكثر بتذوق الأشكال، والإيقاعات والكتل والفضاءات والتركيبات، أو التتابعات الخاصة بأحداث معينة مستمدة من العالم البصري. وتتعلق الجماليات الرمزية

بالمعاني الموجودة في البيئة، والتي تمنح الأفراد بعض المسرات أو المتع الخاصة. (شاكِر عبد الحميد، 2001، ص397-398)

"ومن العوامل المؤثرة في التفضيل الجمالي للبيئات": (شاكِر عبد الحميد، ص400)

1- الاستتارة البيئية المثالية، وتعتمد على مقدار التبني العقلي أو العصبي الذي نكون عليه في لحظة قيامنا بإدراك مثير بيئي معين.

2- الذكريات المتجددة.

3- الاندماج وإضفاء المعنى، أي جعل المكان الذي يقيم فيه أفضل حالا وأكثر متعة للناظرين.

4- العوامل الشخصية في التفضيل الجمالي للبيئات.

وترى الباحثة أن الهدف الأساس لأي عمل تصميمي بيئي هو التهيئة المناسبة للإنسان بنظام بيئي يوفر له الاحتياجات المادية والمتعة الفنية والفكرية الحالية والمستقبلية والتكوين المعماري وتصميم المنتج سواء أكان شعبياً أو رسمياً، وهو عملية تشكيل المادة لتكوين علاقات فضائية انتفاعية تتيح للإنسان استيفاء احتياجاته اليومية في السكن والعمل والترفيه والعبادة وغيرها براحة فسيولوجية وتوافق اجتماعي ومتعة فنية وفكرية. والهدف من الإبداع في تصميم المنتجات هو تشكيل المادة والحيز في منظومات تشكيلية ترقى بالحياة الإنسانية فوق الاحتياجات المادية لتشبع المتع النفسية والاجتماعية والفنية والفكرية.

تحليل نماذج البحث:

أنموذج رقم (1): (<http://www.fotosearch.ae/CSP099/k25231824>)

ملصق السياحة الخضراء



أنموذج رقم (1)

الفكرة الرئيسة لهذا الملصق هو إعلان عن منتج سياحي ترفيهي، تميز هذا الملصق بخلفيته اللونية الخضراء لتحقيق الربط بين الفكرة الرئيسة التي هي السياحة الخضراء، ومضمون الملصق لتحقيق قيمة فنية وفكرة ابداعية تدعم الوظيفة التصميمية لإيصال الفكرة إلى المتلقي مباشرة، تحقيقاً لمفهوم شمولي بإنتقاء المصمم للتقانة والأسلوب المتمثل في استعمال البرامج التصميمية والمعالجات كالفوتوشوب والكوريل في تراكب وتوليف الأشكال التي تعينه في إخراج فكرته.

لقد اختار المصمم مفردات شكلية بيئية، لكنه استعمل فيها أسلوب التجريد، لتحقيق البساطة الشكلية. فاختار مفردات شكلية بيئية كالجبال والأشجار والسماء والطيور والسحب وشخصاً يركب الدراجة، ونهراً يجري بين البيوت لتحقيق الوظيفة التصميمية.

وقد وضعها داخل شكل بهيئة شخص أو فتاة تنظر إلى الأمام، فهي تنظر إلى الطبيعة وتتطلع إلى المستقبل. وقد أظهر الراحة والاستجمام والتأمل والأمان في هذا الملصق. واستعمل القيمة اللونية (البنفسجي) لأنه يدل على الروحانيات والخيال، فحقق انسجاماً لونياً إتسم بخصائص شكلية طبيعية في تصميم هذا الملصق، كذلك اتسمت خصائصه بالكلية أي متماسكة داخلياً عن طريق علاقة التراكب والتقاطع التي تعد وسيلة تفاعلية لتكامل المعنى الوظيفي. وتم تنظيمه بطريقة دالة مباشرة لتحقيق المستوى القصدي ضمن مستويات البنية التصميمية كوحدة بنائية فاعلة. تميزت الفكرة التصميمية بالابداع، عن طريق التوزيع الدينامي للأشكال وعلاقات التراكب والتقاطع، لتحقيق علاقة الجزء بالجزء، وعلاقة الجزء بالكل، ظهرت عن طريق إعطاء العناصر الكتابية قيمة (الأبيض) لتتباين مع الخلفية الخضراء وتوضح المعنى للملصق.

لقد عبر المصمم بذلك في رموز بسيطه مترابطة ومنسجمة في تكوين جميل فعال حقق معنى دلالياً وإتصالياً وقويا ومؤثراً، عن طريق تقاطع وتراكب الأشكال، لأن عملية التركيب هنا هي عملية بناء لتحقيق الوحدة المدركة للعلاقات بين عدة عناصر مرئية يدرك كل منها على حدة، إذ يختلف الإحساس والوعي بعملية التركيب البنائي لها، فضلاً عن ناتجها التعبيري المتنوع، في تجانسها ومثولها أمام الحواس، بما يحقق الترابط العضوي المؤدي لوحدها المرئية. فالبساطة تعد إحدى القواعد التنظيمية في التصميم ثنائية الابعاد، والتي تعتمد على قدرة المصمم الإبداعية في عملية الاختزال والتجريد في تنظيم البناء الموحد لعلاقات ربط الأجزاء للناتج التصميمي. فهو بذلك حقق تصميماً فعالاً ومؤثراً ومؤدياً للوظيفة التصميمية والجمالية.

أنموذج رقم (2): (<http://lthscomputerart2.weebly.com/environmental-poster.html>)

ملصق بعنوان بقعة لون



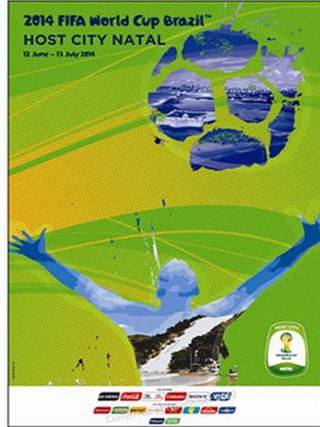
أنموذج رقم (2)

إن الفكرة الرئيسة للإعلان هي إعطاء الأهمية للون الأخضر الذي يرمز إلى البيئة بدلاً من الضوء. جعل المصمم خلفية التصميم بقيمة الأسود وذلك للتعبير عن أهمية النبات الأخضر بدلاً من الضوء، بمعنى إن المصمم أراد أن يوصل أهمية زراعة النباتات بإستغنائها عن الضوء، ووضع جزءاً من الماء والنباتة داخل زجاجة المصباح، لتكون هي بمثابة الضوء. وقد وضع المصمم تعليقا تحته هو أغلق الضوء وافتح الأخضر، للتأكيد على أن زراعة النباتات مهمة أكثر من الضوء. لذا تعد هذه الفكرة التصميمية عملية إثراء للعمل الفني بالمعاني، عن طريق استعمال الخطاب البصري والعناصر التي تستطيع اختصار الكلمات والتعبير عن الكامن فيها، فهي أداة للتعبير الدقيق عن المعنى القائم على التوليف الشكلي، لتحقيق ثقافة بصرية ينبع منها الابداع التصميمي كوحدة دينامية متفاعلة مع البيئة المحيطة. إذ حقق المصمم نجاحاً في التعبير واختيار

المفردات البسيطة والمؤدية إلى جذب المتلقي، والتي تعتمد على قدرة المصمم الإبداعية في عملية الاختزال اللوني والشكلي والتجريد في التنظيم الشكلي والبناء الموحد لعلاقات ربط الاجزاء في الناتج التصميمي بين الظاهر المتمثل في الشكل والكامن المتمثل بالبنية العميقة (المعنى). فهو بذلك حقق تصميماً فعالاً ومؤثراً ومؤدياً للوظيفة التصميمية والجمالية.

أ نموذج رقم (3): (<http://www.ra2ed.com>)

ملصق بعنوان بطولة كأس العالم في البرازيل



أ نموذج رقم (3)

الفكرة الرئيسة في الإعلان هي بطولة كأس العالم في البرازيل. لقد استغل المصمم البيئة الطبيعية في هذا التصميم ليكون منها تكوينات شكلية ذات معانٍ تعبيرية لتحقيق الوظيفة التصميمية، واستعان بالتقانات التصميمية المتمثلة في استعمال برامج التصميم كالكوريل درو والفوتوشوب لتحقيق رؤيا فنية جديدة تتسم بالابداع. إن أختار الارضية بقيمة الأخضر ليرمز إلى الحياة والديمومة والأرض التي تتم عليها المباراة. واستعان بصورة شخص ينتابه الفرح، ففتح يديه لتلقي كرة كونها المصمم بطريقة شكلية تتسم بالغرابة مستعملاً فيها الاستعارة الشكلية لصور بيئية وتداخلها بهيئة الشكل. أما الشخص الذي يفتح يديه لتلقي الكرة فقد عالجه بطريقة تقانية عبر البرامج التصميمية ليظهر داخله صورة منظر طبيعي لبيئة برازيلية. وقد وضع على الجانب الأيمن من الشخص شعاراً للدورة أو البطولة العالمية. وفي أسفل الملصق اقتطع جزءاً منه اتخذه بقيمة الأبيض، ووضع داخله شعارات تميزت بها الدول المشاركة، أما الجزء الأيسر الأعلى فوضع اسم وموضوع الملصق والتاريخ لتأكيد المضمون والفكرة.

مما تقدم ترى الباحثة أن هذا الملصق تميز بالبساطة في الفكرة، ولكنه جاء بفكرة جديدة ومبتكرة لتمثيل الواقع الموضوعي في توظيف العناصر الشكلية وتركيبها، ونظمت تنظيمياً عمودياً، إن إن المصمم أراد التعبير بفكرة جديدة مبتكرة تحمل قيمة جمالية وتعبيرية عن طريق الحركة، وكذلك الاتجاهية التي حققت عمقاً فنياً وجمالياً للخطوط في خلفية الملصق أعطت إحياءً بإنطلاق الكرة محاولاً تركيبها بطريقة مغايرة للواقع لإحداث الجذب البصري.

نتائج البحث ومناقشتها:

- أثمرت عمليات التحليل وأدبيات البحث عن جملة من النتائج وهي:
- 1- حقق المصمم قيماً جمالية شكلية عن طريق الاستعارة الشكلية البيئية، التي تحمل نسقاً تنظيمياً رمزياً يعبر عن الوظيفة التصميمية، إلى حوار فكري تناغمي مع المدركات الحسية والجمالية لدى المتلقي، بطريقة جديدة، كما في الأنموذج (3).
 - 2- عمد المصمم إلى استعمال التركيب الشكلي غير المألوف والمبتكر لإظهار الفكرة عن طريق الذهاب إلى الخيال للإثارة البصرية، مما أظهر رسالة قوية وواضحة للمتلقي تحقيقاً للهدف التصميمي، الذي تميز بالإبداع والإبتكار في الفكرة التصميمية، والذي ظهر في الأنموذج (3).
 - 3- إن البساطة والتجريد للتكوينات التصميمية أدت إلى استخلاص الجوهر من الشكل وبراعة الأسلوب في تحقيق مفاهيم جديدة عن طريق التراكب في الشكل والصورة في جمالية متناغمة. كما الأنموذج (1)، (2).
 - 4- أدى استعمال البرامج التصميمية إلى تحقيق تصميم فعال ومؤثر ومؤدٍ للوظيفة التصميمية والجمالية.
 - 5- إن إستعمال الخطاب البصري والعناصر التي تستطيع اختصار الكلمات والتعبير عن الكامن فيها، أداة للتعبير الدقيق عن المعنى القائم على التوليف الشكلي، لتحقيق ثقافة بصرية ينبع منها الإبداع التصميمي كوحدة دينامية متفاعلة مع البيئة المحيطة، كما في الأنموذج (2).

أستنتاجات البحث:

- في ضوء ما تمخض عنه الإطار النظري والنتائج المستخلصة، لتحقيق هدف البحث ظهرت الاستنتاجات الآتية:
- 1- إن التصميم البيئي الرقمي يُبنى وفق قيم جمالية بيئية يعتمد عليها المصمم في بناء عمله التصميمي وهذه القيم تعتمد على استعمال الأسس والعناصر والعلاقات والحركة في بناء الشكل التصميمي وعلى صياغة الفكرة وكيفية معالجتها وطرحها بطريقة جديدة وبأسلوب إبداعي متميز يحقق الجذب والوظيفة التي أدّى من أجلها.
 - 2- إن توظيف الاستعارة الشكلية والمبالغة الشكلية في التصميم الجرافيكي البيئي الرقمي أدى لتحقيق توليفة قائمة على الخطاب البصري، تحمل أبعاداً فكرية وجمالية تسهم في فهم بنية التصميم البيئي الكامنة وتحقيق قيم جمالية فنية بيئية.
 - 3- للاتجاه والحركة فعالية اتصالية وتعبيرية للتصميم الجرافيكي البيئي لإعطائه قوة تنظيمية وجمالية وتعزيزاً لقدرته الاتصالية.
 - 4- يعزز استعمال التقانات الرقمية الحديثة الاشتغال الوظيفي الجمالي وذلك لتحقيق الاشتراط التعبيري المتعلق بالأفكار المطروحة..
 - 5- إن البساطة والتجريد الشكلي، تعد أحد أهم القواعد التنظيمية في التصاميم البيئية الرقمية المعاصرة، والتي تعتمد على قدرة المصمم الإبداعية في عملية الاختزال والتجريد في تنظيم البناء الموحد لعلاقات ربط الأجزاء في الناتج التصميمي.
 - 6- أدت ثقافة المصمم وإلمامه الواسع بالتقانات الحديثة وكيفية توظيفها بما يخدم الفكرة والمضمون لنجاح العمل التصميمي، إلى إبداع فني وتقني متميز أعطى تمثيلاً مرئياً رائعاً وغريباً في توظيف الأشكال والمعاني وحبكة الموضوع. مستعملاً لغة الصورة الرمزية، لإثارة المتلقي والكشف عن المعاني الكامنة.
 - 7- إن إستعمال الخطاب البصري والعناصر التي تستطيع اختصار الكلمات والتعبير عن الكامن فيها، لتحقيق ثقافة بصرية ينبع منها الإبداع التصميمي كوحدة دينامية متفاعلة مع البيئة المحيطة.

توصيات البحث:

- في ضوء نتائج البحث واستنتاجاته توصي الباحثة بما يأتي:
- 1- يجب على المصمم دراسة واستخدام التقانات الحديثة والمختلفة لتحقيق تصميم جرافيكي يتسم بالقيم الجمالية والابداع والحدائق.
 - 2- ضرورة الاعتماد على استخدام العناصر البيئية الشكلية ذات الدلالات الرمزية المتوافقة مع مضمون الفكرة التصميمية، تحقيقاً لرؤية جديدة تعتمد على ثقافة المتلقي وارتباطها بإدراكه ومخزونه المعرفي.

مقترح إعادة تصميم ملصق:



k14128523 www.fotosearch.es

أرتأت الباحثة اختيار تصميم ملصق بيئي سيء في رأي الباحثة، ووضعت تصميمًا بديلاً له يتضمن قيماً جمالية. تضمن هذا الملصق تصميمًا بيئيًا لشاطئ، لكن المصمم حاول اختيار الشكل والمبالغة في حجم وشكل فردة (الخف) ليحقق معنى "صفراء زاهيه متأرجحة مع الاصداف البحرية" (<http://www.fotosearch.es/CSP992/k14128523>) هذا ما تم التعبير عنه في الاعلان. في رأي الباحثة لم تجد قيماً جمالية أو ابتكاراً أو إبداعاً يمكن أن يجذب المتلقي، فضلاً عما يعكسه التصميم من قيم غير لائقة للبلد أو للمكان السياحي الساحلي الذي وضع من أجله، فهو لا يصلح لإعلان سياحي بيئي كظاهرة حضارية.

لذا قامت الباحثة بوضع تصميم بديل ذي دلالات رمزية متوافقة مع مضمون الفكرة التصميمية مستعملة لغة الصورة الرمزية، لإثارة المتلقي والكشف عن المعاني الكامنة معتمدة على البساطة والتجريد والاختزال الشكلي، التي تعد أحد أهم القواعد التنظيمية في التصميم البيئية الرقمية المعاصرة لتحقيق ثقافة بصرية ينبع منها الإبداع التصميمي كوحدة دينامية متفاعلة مع البيئة المحيطة.



المراجع:

المراجع العربية:

- 1- أبن منظور، لسان العرب، تقديم: الشيخ عبد الله العلايلي، أعداد وتصنيف: يوسف الخياط، دار لسان العرب، لبنان، بيروت، 1955.
- 2- أحمد عوض، دراسات بيئية، طبع بدار نوبار للطباعة، 2002.
- 3- بلاسم محمد، سلام جبار، الفن المعاصر اساليبه وأتجاهاته، بغداد مكتب الفتح للطباعة والاستنساخ والتحضير الطباعي، 2015.
- 4- بلاسم محمد، عدي فاضل، الجرافيك: جمالية التجنيس الرقمي، دارالكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2013.
- 5- جون ديوي، الفن خبرة، ترجمة: زكريا ابراهيم، دار النهضة العربية، مصر، 1963.
- 6- جيروم ستولنتز، النقد الفني دراسة جمالية وفلسفية، ترجمة: فؤاد زكريا، جامعة عين شمس، 1974.
- 7- حامد سرمك، فلسفة الفن والجمال، الابداع والمعرفة الجمالية، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، ط1، 2009.
- 8- حسنين شفيق، التصميم الكرافيكي في الوسائط المتعددة، دار فكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2008.
- 9- الراوي، نزار عبد الكريم، مبادئ التصميم الكرافيكي، دار اوثر هاوس للنشر والتوزيع، طبع في الولايات المتحدة الامريكية، 2011.
- 10- زكريا ابراهيم، فلسفة الفن في الفكر المعاصر، دار مصر للطباعة، مصر، 1972.
- 11- شاكر عبد الحميد، التفضيل الجمالي دراسة في سايكولوجية التذوق الفني، سلسلة عالم المعرفة، تصدر عن المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب - الكويت، العدد 267، 2001.
- 12- شيماء عبد الجبار، الفاعلية بين عناصر التصميم والبيئة، الفنون الجميلة، 3/ 3 / 2015.
- 13- العبيدي، جبار محمود، القيمة والمعيار الجمالي في التشكيل المعاصر، دار ضفاف للطباعة والنشر والتوزيع، العراق - بغداد، ط1، 2013.
- 14- عطية محمود هنا، دراسات حضارية مفارئة في القيم، الهيئة العامة للتأليف والنشر، مصر، القاهرة، دت.
- 15- علي محمد ياسين، النص التفاعلي الرقمي ورهانات المستقبل، الروضة الحسينية، مجلة شهرية تعنى بالثقافة الحسينية والثقافة العامة، تصدر عن العتبة الحسينية المقدسة، العدد 41، أزي القعدة 1432 (2011).
- 16- الغبان، باسم قاسم، مفاهيم عامة في فلسفة التصميم، مكتب الفتح للطباعة والاستنساخ والتحضير الطباعي، 2015.
- 17- معتز عناد غزوان، تصميم ما بعد الحداثة بين التقنية والغرائبية، مدونة كتابات، 18 / 7 / 2010.

المراجع الأجنبية:

- 18- Jeremy Aynsley. **Pioneers of Modern Graphic Design A Complete History**. copyright C. 2004 Octopus Publishing Group Ltd. Great Britain.
- 19- Look at: Gordan, Bob & Maggie Gordan, **The Complete Guide To (Digital Graphic Design)**, UK, Published by: Thames & Hudson, 2005.
- 20- Look at: Johanna, Drucker & Emily Mc Varish, **(Graphic Design History)**, New Jersey, Pearson prentice hall , 2009.
- 21- Mono , Rune , “**Design for Product Understanding**”, Liber, in Jan Walter Parr, **Aesthetic Intentions in Product Design, Market driven or alternative form**, Department of Product Design ,Norwegian University of Science and Technology,1997.
- 22- Sim Van der Ryn, **Stuart Cowan ,Ecological Design** ,(1996).. Island Press.

المواقع الإلكترونية:

- 23 - <http://www.fotosearch.ae/CSP099/k25231824/>
تأريخ الدخول إلى الموقع 2017 /8/1 ساعة 35 :9 ص
- 24 – <http://www.fotosearch.es/CSP992/k14128523/>
تأريخ الدخول 2017 / 8 /1 ساعة 95 :9
- 25-<http://www.golden-frame.com/index.php/design-articles/74-2013-01-11-21-24-11>
تأريخ الدخول إلى الموقع 2017 /6/15 ساعة 35:10 ص
- 26-<http://www.ra2ed.com/%D8%B5%D9%88%D8%B1/23238/%D9%83%D8%A7%D8%B3-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85/%D9%85%D9%84%D8%B5%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B5%D9%8A%D9%84-%D8%B9%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AF%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%B6%D9%8A%D9%81%D8%A9-%D9%84%D9%83%D8%A3%D8%B3-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85>
تأريخ الدخول إلى الموقع 2017 /8 /1 ساعة 13:10 ص
- 27 - <http://lthscomputerart2.weebly.com/environmental-poster.html>
تأريخ الدخول إلى الموقع / ساعة 40:9 ص
- 28 - <http://www.uobabylon.edu.iq/uobColeges/lecture.aspx?fid=13&lcid=38918>
تأريخ الدخول إلى الموقع 2017 /6 /14 ساعة 15 :11 ص