

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونبندر قسنطينة 3



قسم الفنون البصرية وفنون العرض

كلية الفنون والثقافة

توظيف الزخرفة كقيمة جمالية في الملصق الاشهاري

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي في شعبة الفنون البصرية
تخصص فن الإشهار

تحت إشراف الأستاذ:

د. أحمد شريكي

من إعداد الطالبة:

بوشامة إيناس

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا
مشرفا ومقررا
مناقشا

جامعة قسنطينة 3
جامعة قسنطينة 3
جامعة قسنطينة 3

د. يطغان جمال
د. أحمد شريكي
د. سعسع خالد

السنة الجامعية

2022/2021

فهرس الموضوعات

شكر وعرفان	1
إهداء	1
فهرس الموضوعات..... أ	1
قائمة الأشكال	ج
مقدمة	و
تمهيد:	1
1- مفهوم الملصق:	1
2- نشأة وتطور الملصق الاشهاري:	1
3- أسس وقواعد التصميم:	4
1-3 التوازن (Balance):	5
2-3 التباين (Contraste):	8
3-3 الوحدة (Unité):	9
4-3 الإيقاع (Rythme):	10
5_3_ التناسب (Proportionality):	13
6-3_ السيادة (Sovereignty):	13
7_3_ المحاذاة (Alignement):	14
4- عناصر بناء الملصق الاشهاري:	15
1-4_ النص (الرسالة اللسانية):	15
3_4_ الصورة او الرسم (الرسالة البصرية):	17
4-أ- الوظيفة الجمالية:	18
4-ب- الوظيفة التوجيهية:	18
4-ج- الوظيفة التمثيلية:	18
4-د- الوظيفة الإيحائية:	18
تمهيد:	20
1- مفهوم الزخرفة:	21

- 2- نشأة الزخرفة: 21
- 2-أ- الزخرفة المصرية القديمة: 21
- 2-ب- الزخرفة اليونانية (الاعريقية): 22
- 2-ج- الزخرفة العربية الإسلامية: 23
- 3- أنواع الزخرفة: 24
- 3-أ- الزخرفة النباتية: 24
- 3-ب- الزخرفة الحيوانية: 26
- 3-ج- الزخرفة الكتابية: 27
- 3-د- الزخرفة الهندسية: 28
- 4- رمزية الزخرفة (العقائدية- الاجتماعية- النفسية): 29
- 4-أ- الرمزية العقائدية في الحضارة الإسلامية: 29
- 4-ب- الرمزية العقائدية في الحضارات الأخرى: 29
- 4-ج- الرمزية النفسية في الزخرفة: 31
- 5- التوظيف الفني للزخرفة : 33
- 5-أ- التوظيف الدلالي في الحضارة المصرية: 33
- 5-ب- التوظيف الدلالي في الحضارة الاغريقية: 36
- 5-ج- التوظيف الدلالي في الحضارة الإسلامية: 37
- 5-د- الألوان في الحضارة الإسلامية: 39
- 5-ي- التوظيف الجمالي لـزخرفة: 40
- تحليل ملصق إشهاري رقم 01: (إفطار رمضان جماعي)..... 43
- تحليل ملصق اشهاري رقم 02: (التعاليم الإسلامية) 54
- تحليل ملصق اشهاري رقم 03: (دواء عسر الهضم ومضاد التوتتر) 57
- تحليل ملصق اشهاري رقم 04: (إعلان Coca Cola) 60
- خاتمة..... 64
- قائمة المصادر والمراجع..... 67

قائمة الأشكال

- الشكل رقم 1 : نموذج لملصقات إشهارية من طرف جول تشيريت (المصدر: Meisterdrucke) 4...
الشكل رقم 2 : صورة العذراء والطفل لجيوفاني بيليني، ق 15 (المصدر: روبرت سكوت) 6.....
الشكل رقم 3 : نموذج للتوازن الإشعاعي (المصدر: روبرت سكوت) 7.....
الشكل رقم 4 : نموذج عن التوازن الوهمي (المصدر: موقع أسس التصميم) 8.....
الشكل رقم 5 : نموذج عن الوحدة (المصدر: مدونة مبادئ التصميم) 9.....
الشكل رقم 6 : نموذج عن الإيقاع (المصدر: موقع أسس التصميم) 11.....
الشكل رقم 7 : نموذج عن التدرج (المصدر: الفضلي، 2010) 12.....
الشكل رقم 8 : نموذج التناسب (المصدر: موقع أسس التصميم) 13.....
الشكل رقم 9 : نموذج للزخرفة النباتية (المصدر: الجبوري، 2019) 25.....
الشكل رقم 10 : نموذج للزخرفة النباتية داخل الأشكال الهندسية (المصدر: الجبوري، 2019) 25 ...
الشكل رقم 11 : الزخرفة الحيوانية (المصدر: كتاب كلية ودمنة) 26.....
الشكل رقم 12 : الزخرفة الحيوانية (المصدر: صلاح مهدي، 2014) 26.....
الشكل رقم 13 : الزخرفة الكتابية بالخط الكوفي (المصدر: موقع اسكاتشات) 27.....
الشكل رقم 14 : نموذج للزخرفة الكتابية (المصدر: موقع الرسائل) 28.....
الشكل رقم 15 : نموذج الزخرفة الهندسية (المصدر: ج. بورجوين) 28.....
الشكل رقم 16 : إعلان الملصق الإشهاري (IFTAR-PARTY) 43.....
الشكل رقم 17 : إعلان الملصق الإشهاري (Islamic Teachings) 54.....
الشكل رقم 18 : إعلان الملصق الإشهاري (دواء عسر الهضم ومضاد التوتر) 57.....
الشكل رقم 19 : إعلان الملصق الإشهاري (Coca Cola) 60.....

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر القيمة الجمالية للزخرفة على الملصق الإشهاري إلى جانب القيمة الوظيفية في التصميم، ومن أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة تم تطبيق المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تحليل مجموعة من الملصقات التي وظفت الزخرفة، ما مكن من استنتاج دور الجانب الجمالي للزخرفة فيه وتوظيفها في الملصقات الجديدة بطريقة مبتكرة. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الزخرفة لها أثر ووقع على نفسية المتلقي مما يؤدي إلى إقناعه واستمالة رغباته وأن نجاح الملصق الإشهاري مرهون بالاستخدام الأمثل للألوان والأشكال ودلالاتها ومدى خدمتها للمضمون بطريقة إبداعية.

الكلمات المفتاحية : ألوان . أشكال . تصميم - دلالات . صور

Résumé

Cette étude vise à identifier l'effet de la valeur esthétique de la décoration sur l'affiche publicitaire ainsi que la valeur fonctionnelle dans le design. Elle est utilisée dans les nouvelles affiches de manière innovante. Les résultats de l'étude ont montré que la décoration a un impact et un impact sur le psychisme du destinataire, ce qui conduit à le persuader ainsi que ses envies, et que le succès de l'affiche publicitaire dépend de l'utilisation optimale des couleurs et des formes et de leurs connotations. et l'étendue de leur service au contenu de manière créative.

Mots clés : couleurs, formes, design, sémantique, images

Abstract

This study aims to identify the effect of the aesthetic value of decoration on the advertising poster as well as the functional value in the design. It is used in new posters in an innovative way. The results of the study showed that the decoration has an impact and impact on the psyche of the recipient, which leads to persuading him and his desires, and that the success of the advertising poster depends on the optimal use of colors and shapes and their connotations and the extent of their service to the content in a creative way.

Keywords: colors, shapes, design, semantics, images