

التيبوغرافيا التعبيرية من الكلمة الى الصورة فى التصميم المعاصر

أ.م. د/ نسرين عزت جمال الدين محمود

استاذ التصميم المساعد بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - ج. حلوان

Nesrine_ezzat@hotmail.com

ملخص البحث

بعد الحرف العربى أساس الأبجدية العربية بما تمثله من وحدات و رموز شكلية تؤدى دورها المحدد فى تحقيق الانقراض فى نسق تدوينى ذو طبيعه انسيابية مرسله تتصل ببعضها مع بعض فى كلمة واحده فتشكل جملة أو معنى و على الرغم من دورها كأبجديه قرائيه الا أن الحروف العربيه بما يميزها من خصائص فنيه و طواعيه استطاعت أن تخلق ايقاعا حركيا ديناميكيا و بذلك يتم تحويل مسار الكتابه من الواقع التدوينى إلى الواقع التصميمى الذى يعطى الحروف خصائصها و ثراء بنائها الفنى .

والصورة هى جوهر الفنون البصرية وقد شهدت الصورة عدة تحولات فنية فى العصر الحديث وكان لها تأثيرات كبيرة فى خلق مفاهيم جديدة و لذلك تحتل العلامة الأيقونية مكانه مهمه فى التصنيف السيميوطيقى للعلامات فى هذا العصر و يشير المصطلح الألماني schrifftbid لدمج التيبوغرافيا بالصورة أو الأشكال (التيبوغرافيا + الصورة) ويعنى قدرة المستهلك على تجنب الوظيفة اللغويه للتيبوغرافيا و التركيز على الشكل الأيقونى لها , و يؤدى ذلك الى الابتعاد عن فهم التيبوغرافيا ككتابه و النظر اليها على انها تكوين تصميمى و تشترك كل التكوينات التيبوغرافيه فى احتوائها على مفاهيم ضمنيه , إلا أن بعضها يستخدم فى إنتاج تكوينات تحقق كونها أيقونه بصريه أكثر من البعض الأخر.

و يهدف البحث الى استثمار الكتابه العربيه كعنصر اتصالى لبيان قيمتها الحقيقية التى تظهر فى قدره الكلمه المكتوبه كعنصر مرئى من عناصر التصميم على التعبير عن مدلولات متعدده للقيم الإنسانية و العاطفية من خلال استخدام المنهج الاستقرائى و المنهج التجريبي فى دراسة مفهوم التيبوغرافيا التعبيرية فى التصميم المعاصرو العناصر الجرافيكيه الملائمه للتيبوغرافيا كأيقونه بصرية لخلق قدره على التذكر لدى المتلقى و كيفيه خلق حاله من التعاطف الرمزي أو التقمص الوجدانى بين المتلقى و الكتابه المكتوبه .

وقد توصل البحث الى أن الكتابه العربيه تتعدى الدور المعرفى فى نقل المعلومات إلى الدور العاطفى او الدور التعبيري خاصه فى الكلمه المطبوعه اذ تختلف الكلمه المطبوعه عن الكلمه المكتوبه والمسموعه فى افتقادها عنصرى الصوت و الحركة بالنسبة للوسائل الأخرى .

الكلمات المفتاحية

(التيبوغرافيا التعبيرية – الكلمه المصورة - نظرية الجشطالت - الإعلان المعاصر)