

الشخصية والمكان في ملصق إعلان الأفلام المصرية بين الوظيفة والتجريب لتصميم طباعة المنسوجات

Function and Experimentation of Textile Printing Design using Character and Place in Egyptian Movie Poster

أ.م. د/ دينا احمد نفادى

أستاذ مشارك، كلية الهندسة المعمارية والتصميم الرقمي جامعة دار العلوم، المملكة العربية السعودية
أستاذ مساعد المعهد العالي للفنون التطبيقية، السادس من أكتوبر، جمهورية مصر العربية

Associ. Prof. Dr. Dina Ahmed Nafady

Associate Professor, College of Architecture and Digital Design, Dar Al Uloom
University Kingdom of Saudi Arabia

dnafadi@dau.edu.sa

أ.م. د/ نيفين فاروق حسين

أستاذ مساعد بقسم طباعة المنسوجات والصباعة والتجهيز كلية الفنون التطبيقية جامعة بنها

Assist. Prof. Dr. Neven Farouq Hussein

Assistant Professor, Department of Textile Printing, Dyeing and Finishing, College of
Applied Arts, Benha University

neven.farouk@fapa.bu.edu.eg

ملخص البحث:

الملصق الإعلاني للفيلم " الأفيش " هو البوابة التي يمر من خلالها المشاهد إلى عالم الأفلام، فهو محاولة تعبير مختزلة عن مضمون العمل الفني، أو استعراض لشخص أبطال ونجوم العمل السينمائي، ويعد واحداً من أهم الوسائل الترويجية للعمل الفني لاسيما في مرحلة ما قبل (التريلر) الذي يجمع أكثر لقطات العمل إثارة وتشويقاً بما يحتويه من فن التصميم ونقل حيوي لرسالة الفيلم وتحقيق للغرض الأساسي منه في جذب المشاهد لرؤيته. وهو فن خالص يستحق المتابعة والتقدير ويتناسب مع ما صار للملصق الإعلاني من محبين ومدمني جمع النوادر منها، وعادة ما يُعَلَّق في واجهة دور العرض أو في الشوارع بهدف التعريف البصري بالفيلم. ويكون إما سبباً في نجاح لعمل ما، أو عنصراً رئيسياً في إخفاق آخر، فهو يملك القدرة على التعبير عن العصر الذي ظهر فيه بكل متغيراته، ويبرهن على نجومية الفنانين علي اختلاف مدارسهم توجهاتهم الفنية ولا شك أن الملصق الاعلاني شأنه شأن نظيره في السينما العالمية مر بمراحل منذ ظهوره تتسق مع احتياجات ومتطلبات المجتمع كما يحمل من المكونات التي تتداخل فيها صور الشخصيات مع الجمل التوضيحية بغرض الترويج للفيلم السينمائي.

ومن هنا اهتم البحث بكيفية الاستفادة من الشخصية والمكان في ملصق إعلان الأفلام المصرية وذلك من خلال الوظيفة والتجريب لاستحداث حلولاً تصميمية مبتكرة لتصميم ملابس الأطفال من سن (6-12) سنة وكذلك تصميمات طباعة أقمشة مكملات أثاث حبرات الأطفال وتوظيفها بمقترحات توظيفية بجانب عمل دراسة وصفية تجريبية وكذلك دراسة إحصائية لقياس صحة الفروض لإثراء مجالي تصميم طباعة اقمشة ملابس الأطفال وتصميم طباعة اقمشة مكملات أثاث حبرات الأطفال بصفة خاصة ومجال تصميم طباعة المنسوجات بصفة عامة من خلال التصميمات المبتكرة من الدراسة.

الكلمات المفتاحية:

الشخصية ، ملصق إعلان ، الأفلام المصرية ، التجريب ، تصميم طباعة المنسوجات.

Abstract:

Movie poster is the gateway through which the movie scenes pass to the movies' world, as it is an attempt to a reduced form of the artwork content, or a presentation of star's characters in the cinematic work. It is one of the most important promotional means for the artistic work, especially in the pre-trailer stage, which brings together the most exciting shots in design and transmission of the movie message, achieving its primary purpose of attracting the viewers.

It is a pure art that deserves to be followed up and appreciated, it is usually hung in front of cinemas, in the streets aiming to visualize the movie. It expresses the era in which the movie appears with all its variables, it proves the stardom of the artists, regardless of their artistic schools, Undoubtedly the world cinema, has gone through developments since its appearance, consistent with the needs and requirements of society, it also carries components which portraits of characters and explanatory sentences are to promote the movie.

Hence, the research problem is concerned with function and experimentation of textile printing design using character and place in Egyptian movie poster to create innovative designs solutions for children's clothes aged (6-12). It suggests designs for printed fabrics that complement furniture in children's rooms with employment proposals, also an experimental descriptive study is followed by a statistical study measuring the validity of hypotheses to enrich both fields of designing printed children's clothing fabrics and designing printed complementary fabrics for children's rooms furniture.

Keywords:

Movie Poster, Egyptian Movie, Experimentation, Textile Printing Design

خلفية البحث:

يُعد ملصق إعلان الأفلام هو العلاقة الأولى بين المشاهد والعمل السينمائي، فمن خلاله يستطيع أن يتعرف إلى جميع أجواء العمل، وأبطاله، ويمكنه أن يستوحي طبيعته، رومانسية، اجتماعية، حركية، شبابية، قديمة، أم حديثة، وغيرها من التفاصيل التي يتفنن مبدعو الأفيشات في تضمينها تصاميمهم للعمل، ولذلك فهو إحدى المقومات الأساسية التي تُحدد نجاح أو فشل أفلام السينما، كما يمكن من خلال أولويات ظهور النجوم، وأحجامهم وترتيب أسمائهم على الملصق الإعلاني (الأفيش) أن تتعرف إلى ترتيب البطولة، وأهمية الأدوار، إلى غير ذلك من المعايير التي تتحكم في مسيرة العمل، فيلخصها الملصق الإعلاني (الأفيش) في نظرة واحدة (8). ومنذ بداية السينما صنعت الأفيشات من الشوارع معرضاً تشكيليًا مفتوحاً متجدداً كل فترة سواء عربيًا أم عالميًا بعد أن تحوّل إلى سلعة تجارية وظيفتها جذب أكبر عدد من الناس لمشاهدة الفيلم، بشرط أن يجمع هذا المنتج بين التجارة والفن، وظلت أفيشات السينما عبر السنوات بمثابة الكيان المدلل لعشق الناس للفن السابع خاصة سواء كان سينما أم مسرحاً أم تليفزيوناً. ومع مرور الزمن أصبح الأفيش صناعة مهمة تبحث عن التجديد بتطور صناعة التصوير والألوان وصولاً إلى استخدام تقنيات متنوعة مثل الجرافيك والكمبيوتر، ورغم هذا التطور والسهولة في تنفيذ الأفيش ما زالت أفيشات أفلام الزمن الجميل محتفظة بقيمتها وجمالها، وأصبحت تُعامل مثل اللوحات الفنية النادرة، ويعرض معظمها في معارض للمقتنيات الأثرية مثل أفيشات أفلام أنور وجدي وجورج أبيض وغيرها (22).

ويُعد الفنان إسماعيل يس من الشخصيات التي لا تتكرر في تاريخ الفن المصري والعربي، فهو حالة فنية كوميدية نادرة، ويُعد ملك الكوميديا وملك المونولوج، الكوميديان الذي لم ولن يتكرر لما لديه من موهبة وكاريزما عالية الحضور والجذب للجمهور العربي، وحتى أيامنا هذه مازالت أفلامه تشد المشاهدين، فله (17) فيلماً سينمائياً حملت اسمه الحقيقي باختلاف الشخصية والمكان في الأفلام وبدأت من فيلم مغامرات إسماعيل يس في عام 1954 انتهاءً بفيلم إسماعيل يس في السجن

في عام 1960(13)، ومن هنا ظهرت أهمية البحث في الاستفادة من الشخصية والمكان في ملصق إعلان أفلام إسماعيل يس وذلك من خلال الوظيفة والتجريب لاستحداث حلولاً تصميمية مبتكرة لتصميم ملابس الأطفال من سن (6-12) سنة وتصميمات طباعة أقمشة مكملات أثاث حجرات الأطفال.

مشكلة البحث: الاستفادة من الشخصية والمكان في ملصق إعلان الأفلام المصرية وذلك من خلال الوظيفة والتجريب لاستحداث حلولاً تصميمية مبتكرة لتصميم ملابس الأطفال من سن (6-12) سنة وتصميمات طباعة أقمشة مكملات أثاث حجرات الأطفال.

هدف البحث: يهدف البحث الى استحداث حلولاً تصميمية مبتكرة تحقق القيم الجمالية والأسس البنائية في مجالي تصميم طباعة اقمشة ملابس الأطفال من سن (6-12) سنة وتصميمات طباعة أقمشة مكملات أثاث حجرات الأطفال وذلك من خلال الوظيفة والتجريب لنماذج من ملصق إعلان الأفلام المصرية.

فروض البحث: يفترض البحث

- 1- أن الشخصية والمكان في ملصق إعلان الأفلام المصرية تثري مجال تصميم طباعة أقمشة ملابس الأطفال من سن (6-12) سنة وكذلك تصميمات طباعة أقمشة مكملات أثاث حجرات الأطفال.
- 2- أن التوظيف والتجريب يثري مجال طباعة المنسوجات من خلال النماذج التصميمية المبتكرة وكذلك المقترحات التوظيفية.

حدود البحث: ينقسم البحث إلى **حدود زمانية:** تقتصر على دراسة بعض نماذج من أعمال ملصقات إعلان الأفلام للفنان إسماعيل يس في الفترة من 1954-1960 وكذلك تصميمات ملابس أقمشة الأطفال في الفترة من سن 6 إلى 12 سنة، **حدود موضوعية:** تشمل الدراسة الفنية والتي تقتصر على دراسة الشخصية والمكان من خلال نماذج من أعمال ملصقات إعلان الأفلام للفنان إسماعيل يس وكذلك دراسة تجريبية من خلال توظيف التصميمات المبتكرة من الدراسة والاستفادة من القيم الجمالية والأسس البنائية الموجودة بملصقات اعلانات الأفلام للفنان اسماعيل يس، **حدود مكانية:** تتحدد في جمهورية مصر العربية.

أهمية البحث:

- 1- ابراز أهمية الشخصية والمكان الشخصية والمكان في ملصق اعلان الأفلام المصرية.
- 2- طرح رؤية جديدة لإيجاد حلول تصميمية لأقمشة ملابس الأطفال وكذلك تصميمات طباعة أقمشة مكملات أثاث حجرات الأطفال.
- 3- فتح آفاق جديدة للتجريب سعياً للوصول إلى حلول إبداعية جديدة لإثراء مجال تصميم أقمشة ملابس الأطفال وكذلك تصميمات طباعة أقمشة مكملات أثاث حجرات الأطفال وتوظيفها بمقترحات توظيفية.

منهج البحث: يتبع البحث المنهج الوصفي والتجريبي والاحصائي من خلال:

- 1- وصف وتحليل لمختارات من ملصق إعلان أفلام الفنان إسماعيل يس.
- 2- تجارب فنية تصميمية ومقترحات توظيفية في مجالي تصميم طباعة أقمشة ملابس الأطفال وكذلك تصميمات طباعة أقمشة مكملات أثاث حجرات الأطفال.
- 3- دراسة احصائية لقياس صحة الفروض.

مصطلحات البحث:

الشخصية Character: اسم مؤنث منسوب إلى شَخَص وتعني مجموعة الصفات التي تميّز الشَّخص عن غيره (10).

ملصق إعلان Movie Poster: صفحة مطبوعة من الورق أو الورق المقوى الذي يتم عرضه في الأماكن العامة، وتنقل رسالة بسيطة تجمع بين الكلمات والرسوم أو الصور، وقد تعلن الملصقات عن أحداث معينة من المسرحيات أو الأفلام أو المعارض الفنية كما يمكن أن تعلن عن منتجات تجارية، أو تبليغ رسائل سياسية (6).

الأفلام المصرية Egyptian Movie: شريط تصويري أو تسجيلي لمجموعة من الصور المتحركة تشكل مشهداً مرئياً لفترة معينة في مصر (6).

التجريب Experimentation: الكلمة مشتقة من الاسم (تجربة)، والتجربة في العلم هي (اختيار منظم لظاهرة أو ظواهر يراد ملاحظتها ملاحظة دقيقة ومنهجية للكشف عن نتيجة ما أو تحقيق غرض معين، وما يتم عمله لتلافي النقص في شيء وإصلاحه وتأتي كمصطلح شمولي لمجموع التجارب التي يقوم بها أفراد في مجال ما (21).

تصميم طباعة المنسوجات Textile Printing Design: تصميم طباعة المنسوجات هي كل تصميم يصلح لطباعته على خامات يمكن استخدامها في غرض يتناسب مع مفردات ألوان وأشكال الطرق البنائية لاعداد هذه التصميمات (21).

الإطار النظري للبحث

أولاً: تاريخ تطور الملصقات الإعلانية

الملصق لفظ يقابله في اللغة الإنجليزية Poster وفي اللغة الفرنسية Afiche ، يُطلق على الإعلان الكبير الذي يوضع أو يلصق أو يعلق على الحوائط، في الطرقات العامة والبيادين وفي الأماكن المختلفة و تعد الملصقات بمفهومها الحالي صورة توضيحية كبيرة تعرض فكرة أو رسالة إعلانية موضحة بالكتابة عليها تُعلق على الجدران أو على جوانب الطرق ومدخل المدن والمواقع الجماهيرية والمعارض والمتاحف، وتعتمد في مشاهدتها على ضوء الشمس أو على الضوء الصناعي ويتضمن الملصق فكرة يعبر عنها بالرسم والكتابة بطريقة بسيطة وفعالة ومركزة تجذب الانتباه وتثير الاهتمام وتدفع المشاهد إلى الانفعال أو أداء عمل معين (6). يصمم الملصق من أجل أن يُفهم من نظرة سريعة، فالملصق تعبير عن فكرة تتسم ببساطة تكويناتها ، يجمع مؤثرات ذهنية بصرية مختصرة ولكنها ذات تأثير مباشر وقادره على اجتذاب النظر والانتباه، ولكي يكون كذلك ينبغي أن يحتفظ الملصق بالوضوح والتميز. وتُعد الملصقات الإعلانية من أقدم وسائل الإعلان، إذ يرجع استخدامها إلى 3000 سنة قبل الميلاد وقدماء المصريون هم أول من استخدموها هذا ولا يوجد شكل محدد أو مثالي للملصقات الاعلانية والتي تختلف أشكالها ومحتواها وفقاً لطبيعة المنتج المعلن عنه ويرتبط ظهور فن الملصقات الحديث بلحظة التحول الحادث في دور الصورة والكلمة والذي ظهر في النصف الثاني من القرن 19 بداية الثورة الصناعية في أوروبا والذي أدى إلى خلق جو اقتصادي استهلاكي وأصبح دور الملصق هو العمل على الإقناع وترويج البيع (9). تتعد أنواع الملصقات حسب الوظيفة والهدف المرجو فمنها ملصقات سياسية وثقافية وتعليمية وتوعوية، كما أن هناك العديد من التسميات والتقسيمات للملصق، حيث أن هدف الملصق الأساسي يحدد نوع الملصقات الاعلانية وهي الأكثر شيوعاً وتستخدم لترويج منتجات معينة، الملصقات الدعائية تروج لفكر أو توجه أيديولوجي معين وتندرج ضمنها الملصقات السياسية (1). الملصقات الموضوعية: وهي تتناول موضوعاً معيناً مثل ملصقات الأفلام والمهرجانات والمسرحيات، الملصقات التربوية: تندرج ضمنها الملصقات الاكاديمية وتستخدم للأغراض العلمية مثل عرض أبحاث داخل المؤتمرات والندوات العلمية، الملصقات التحفيزية: وهي التي تسعى لإصال رسالة ملهمة وتحمل طابعاً تحفيزياً، الملصقات الصحية: وهي التي تسعى لنشر الوعي والوقاية الصحية. الملصقات التعليمية: وهي تأخذ طابعاً معلوماتياً وثنائياً وتندرج تحتها الملصقات التوعوية والارشادية والتذكيرية (8). لقد عرف فن الملصقات في المسرح، قبل ظهوره في السينما بسنوات طويلة، على يد المخرج المسرحي برودواني، الذي قام بلصق صورة بالحجم الكبير على مدخل المسرح، وسرعان ما قلد أصحاب المسارح الأخرى

فكرته التي لاقت رواجًا كبيرًا. وقد عرفت السينما العربية، فن الملصق مبكرًا وكانت البداية بالإسكندرية على يد مجموعة من الرسامين اليونانيين اللذين اتسموا بمهارة كبيرة في فن الرسم، الأمر الذي مكنهم من إجادته وإتقان هذا الفن وامتلاك كل مقوماته فظهر الملصق اليدوي الذي اتسم بسهولة اللصق على أي مساحة جدارية ومع نهضة الحركة السينمائية انتشر هذا الفن وامتحن الكثيرين هذه المهنة وقد اعتمد الملصق السينمائي حتى السبعينات من القرن الماضي على التصميم ورسم اليد، وكذلك على مهارة الخطاطين (9)، وترجع أهمية ملصقات الأفلام الى قدرتها على التعبير عن العصر الذي ظهرت فيه كما تعد عاملا أساسيا ومؤثرا في اختيار المشاهدين للأفلام، فهي بمثابة مدخلا رئيسيا لعالم الفيلم يُشار فيه إلى عنوانه وموضوعه من خلال كلمات وصور تختصر بشكل ذكي موضوع الفيلم فتجذب الأشخاص، أو تكون عادية فتترك الشخص في حيرة من أمره ومتريدا لأن موضوع الفيلم لم يتضح له، وقد يكون الملصق سيئا فلا يتردد الشخص في عدم اختيار الفيلم، وهذا في بعض الأحيان قد يظلم العمل الذي قد يكون بدوره جميلا ولا بد من مشاهدته. وتتعد أشكال ملصقات الأفلام الي ملصقات النجم الواحد و الرومانسي و التي تجمع بين شخصين أو أكثر وملصقات اللوحة الفنية (1).



شكل (1) ملصق النجم الواحد (12)

- ملصقات أفلام النجم الواحد:

هناك نجوم انفردوا بالأفيس، وقد حدث هذا مرارا فقط لأعداد محدودة من النجوم، خصوصا في مجال الغناء والكوميديا، ساعد على تفرد النجم وحده بالأفيس قوة اسمه وملامح الممثل نفسه وشعبيته، ولعل أسماء محمد عبد الوهاب، فريد الأطرش، عبد الحليم حافظ، إسماعيل يس وفريد شوقي كانت بمثابة بطاقة الأمان المضمونة، حيث توضع صورة النجم وحدها على الأفيس، وقد بدأ في أفيشات أفلام: يوم سعيد، شاطئ الحب، فتى أحلامي، ليالي الحب (12)، كما يتضح في شكل (1).



شكل (2) ملصق الفيلم الرومانسي (17)

- ملصق الأفلام الرومانسي:

يتضمن اثنين من النجوم، يظهرهما بالقوة نفسها في مشهد عاطفي، كما يتضح في شكل (2) مثلما نرى في أفيشات أفلام: الوسادة الخالية، معبودة الجماهير، رسالة من امرأة مجهولة، امرأة للحب، وتمضي الأحزان، أه يا ليل يا زمن، سونيا والمجنون، عذراء ولكن، الاعتراف الأخير، (17) وغيرها من أفيشات الأفلام الرومانسية على امتداد تاريخ السينما المصرية.



شكل (3) ملصق أفلام تجمع بين شخصين (15)

- ملصقات أفلام تجمع بين شخصين وأكثر:

هي تجمع بين نجمين لكل طرف منهما أهميته مثل وجهي شادية وفاتن حمامة المتواجهتين بفيلم المعجزة، ووجهي محمود عبدالعزيز وحسين فهمي على ملصق وجهاً لوجه، وتندرج هذه الملصقات فدى بعضها وقد ضم ثلاثة من أبطال العمل الرئيسيين، مما يوحي أن جاذبية الفيلم تنحصر في هذا الثالوث (15).

- ملصقات اللوحة الفنية

شكل (4) ملصقات اللوحة الفنية (18)

هي على شكل لوحات مرسومة، قام بتصميمها فنان تشكيلي، تخصص غالباً في عمل هذا النوع من الرسوم، وهو ماهر في رسم الوجوه (فن البورتريه) الخاص بالفنانين. وهناك ثلاثة أنواع من هذه الملصقات: رسوم توضيحية، رسوم كاريكاتيرية، وصور. وقد برز في هذا اللون من الملصقات فنانون بعينهم، في مقدمتهم حسن جسور الذي برع في تصميم ملصقات أفلام بين القصرين والسكرية وقصر الشوق، المأخوذة عن ثلاثية نجيب محفوظ. وقد دخل أيضاً هذا المجال رسامو كاريكاتير بارزون على رأسهم مصطفى حسين الذي صمم أفيشات عديدة، من أهمها أفيش فيلم إلى المأدون يا حبيبي، وسوبرماركت، حيث بدا فيهما الجو الساخر لرسام الكاريكاتير، وخصوصاً في فيلم سوبرماركت، حيث وضع بطل الفيلم ممدوح عبد العليم، في عربة صغيرة تحمل المشتريات في السوبرماركت وهناك أفيشات عديدة، اعتمدت على الكاريكاتير، من أبرزها: أفيش فيلم (4 2 4) إخراج أحمد فؤاد، شيلني وأشيكل لعل بدرخان، وإسكندرية ليه ليوسف شاهين. وهناك أفيشات أخرى عملت على المزج بين الرسم والصورة. وفي أحيان أخرى تتم الاستعانة بالصور بشكل مباشر، كما في أفيشات أفلام: مفيش تفاهم، مذاكرات تلميذة، غصن الزيتون، صراع الجبابرة، خلخال حبيبي، عنبر الموت، عودي يا أمي (18).

- ملصق ساخر:

شكل (5) ملصق ساخر (19)

في السنوات الأخيرة ونظراً لاستخدام تقنية الفوتوشوب، وبرامج الكمبيوتر، تمت الاستفادة من الصور الفوتوغرافية، لعمل مزيج جديد بالغ التعقيد، وإن كانت لم توقع هذه الأفيشات باسم مصمميها، مثلما رأينا على ملصقات أفلام: عايز حقي، ميدو مشاكل، زكي شان، اللي بالي بالك، عوكل. وفي الأونة الأخيرة تراجع الرسم اليدوي للملصقات في السينما العربية وأصبح الاعتماد على العناصر الإلكترونية والذي أدى إلى خلق حالة من التشابه والتكرار في ملصقات الأفلام تحول على إثرها الفن الريادي إلى نمط ثابت يخلو من الجماليات. ويتم تصميم معظم ملصقات الأفلام السينمائية بأسلوبين احدهما يعتمد على مجموعة من الصور الفوتوغرافية من الفيلم يجري تقطيعها وتوزيعها في مساحة الملصق، أو تحديد صورة واحدة أو اثنتين تعبران عن مضمون العمل، مع استخدام لمسات فنية تقنية إليهما لإبرازهما من خلال الأجهزة الفنية الحديثة التي ظهرت في السنوات الأخيرة، والأسلوب الثاني هو رسم صور بشكل واقعي لوجوه الممثلين الرئيسيين وهو الأسلوب المألوف في معظم ملصقات الأفلام الأجنبية والمصرية قديماً، وفي محاوله للخروج عن النمط المألوف في تصميم هذه الملصقات يتم اللجوء إلى أسلوب الرسوم الكاريكاتيرية خاصة في الأفلام الكوميديية في دلالة على أنها ضاحكة وفكاهية وخفيفة (19).

ثانياً: العلاقة بين الشخصية و المكان

وردت كلمة المكان بمعنى الموضع، أما اصطلاحاً فقد اختلفت الآراء حول مفهومها فهو مسرح الأحداث والإطار العام الذي تتحرك فيه الشخصيات وتتفاعل معه حيث تتجاوز ثقافة المكان في العمل الإبداعي حدود المكان الجغرافي إلى الزمني المتغير. (4) يمثل المكان في الرواية عنصرًا مهمًا من عناصر السرد الروائي، لأن المكان في كل أبعاده الواقعية والمتخيلة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالنص وبكل ما يحويه من شخصيات وأزمنة وحوادث، وبما أن المكان عنصر يتميز بخصوصيته

وبوظائفه المتعددة التي تتحكم في تكوين إطار الحدث كما تساعد القارئ على التخيل وتصور الأمكنة التي يعرضها الروائي سواء كانت أمكنة مغلقة أم منفتحة أو أمكنة ذات أبعاد سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو فلسفية (5) فوظيفة المكان هي وظيفة جمالية في صنع الإبداع الفني للمكان علاقة تفاعلية تبادلية عميقة مع الشخصية، إذ يعد عنصرًا أساسيًا في تشكيل بنية الشخصيات فهو لا يتشكل إلا من خلال اختراق هذه الشخصيات له وظهورها فيه بمميزاتها والأحداث التي تقوم بها فيه وذلك فإن المكان يكشف عن شخصية الإنسان وإنما تتشكل الأمكنة من خلال الأحداث التي يقوم بها الأبطال ومن المميزات التي تخصهم وهي في الوقت ذاته علاقة تكمل بعضها بعضًا فمن الاستحالة بناء الحدث والشخصية في مكان لا ملامح له فالشخصية تتغير وتتبدل بتغيير المكان وتفرض لنفسها طابعًا خاصًا (4).

ثالثًا: دراسة وصفية لبعض المصطلحات الإعلانية لأفلام إسماعيل ياسين

مثل إسماعيل يس مع الكثير من الممثلين والمطربين فقد قضى مدة طويلة في دور الرجل الثاني أو مساند البطل حتى وافته المنية فأصبح بطلاً وقد شاركه أصدقاء عمره (رياض القصبجي، زينات صدقي، حسن فايق، عبد الفتاح القصري، عبد السلام النابلسي). وبداية من عام 1955 كَوّن هو وتوأمة الفني أبو السعود الإبياري والمخرج فطين عبد الوهاب ثلاثيًا من أهم الثلاثيات في تاريخ السينما المصرية وتاريخ إسماعيل ياسين وأبو السعود الإبياري أيضًا فقد عملوا معًا في أفلام عديدة (13)، ويذكر أن 30% من الأفلام التي قدمها نجم الكوميديا كان وراءها المخرج فطين عبد الوهاب، وكانت تحمل أغلبها اسم إسماعيل ياسين، حيث انتجت له الأفلام باسمه بعد ليلى مراد، ومن هذه الأفلام إسماعيل ياسين في متحف الشمع، إسماعيل ياسين يقابل ريا وسكينة، إسماعيل ياسين في الجيش، إسماعيل ياسين في البوليس، إسماعيل ياسين في الطيران، إسماعيل ياسين في البحرية، إسماعيل ياسين في مستشفى المجانين، إسماعيل ياسين طرزان، إسماعيل ياسين للبيج، كان معظمها من تأليف أبو السعود الإبياري ولازمه فيها الممثل رياض القصبجي الشهير بالشاويش عطية، حيث كانت مشاهدهما محطة هامة في تاريخ الكوميديا والتي يستمتع بها الجمهور حتى الآن بسبب المفارقات والمواقف الطبيعية والمقالب التي يدبرها لبعضهما البعض كما شاركهما التمثيل في بعض هذه الأفلام عبد السلام النابلسي (14).

تتسم أفلامه بالنجاح حيث حققت أعلى الإيرادات في تاريخ السينما العربية حتى اليوم وذلك نسبة لعدد السكان في وقته وعدد دور العرض ولا زالت أفلامه العديدة القديمة "أبيض وأسود" هي المادة المفضلة لدى قطاع عريض من الجمهور في مصر والعالم العربي لأنه استطاع أن يرسم البسمة على شفاه الجماهير بفضل ملكاته ومواهبه المنفردة. وساهم إسماعيل ياسين في صياغة تاريخ المسرح الكوميدي المصري وكَوّن فرقة تحمل اسمه وظلت هذه الفرقة تعمل على مدي 12 عاما من عام 1954 حتى عام 1966 قَدّم خلالها ما يزيد على خمسين مسرحية بشكل شبه يومي (22).

وفيما يلي جدول ببعض افيشات أفلام إسماعيل يس التي تحمل اسمه.



شكل (6): إسماعيل يس في البوليس فيلم مصري تاريخ الصدور 16 يوليو 1956 ، بطولة إسماعيل ياسين وزهرة العلا ومن إخراج فطين عبد الوهاب، مدة العرض 110 دقيقة ، المنتج أفلام الاتحاد (عباس حلمي) (20).

	<p>شكل (7): عفريته اسماعيل ياسين فيلم مصري تاريخ الصدور 31 مايو 1954 بطولة إسماعيل ياسين وكيوتي، من تأليف أبو السعود الإبياري، ومن إخراج حسن الصيفي. مدة العرض 100 العرض أبيض المنتج أفلام مصر الجديدة (وحيد فريد) (23).</p>
	<p>شكل (8): مغامرات إسماعيل يس و فيلم مصري تاريخ الصدور 15 فبراير 1954 إخراج يوسف معلوف وبطولة إسماعيل يس و كمال الشناوي و شادية مدة العرض 100 دقيقة العرض أبيض وأسود المنتج أفلام نجمة الشرق (20).</p>
	<p>شكل (9): إسماعيل يس بوليس للبيع فيلم مصري عرض عام 1958، فيلم مصري تم إنتاجه عام 1958، من إخراج حسام الدين مصطفى و بطولة إسماعيل يس و فيروز و سعاد مكاوي المنتج أحمد كامل حفناوي (23).</p>
	<p>شكل (10): فيلم مصري كوميدي إنتاج عام 1955 بطولة إسماعيل يس وعبد الفتاح القصري وسناء جميل وكيوتي ولولا صدقي من اخراج المخرج عباس كرامة (20).</p>
	<p>شكل (11): اسماعيل يس في السجن فيلم مصري تم إنتاجه عام 1960، من إخراج حسن الصيفي و بطولة إسماعيل يس و مها صبري و هدى شمس الدين (23).</p>

رابعاً: التصميمات الطباعية لأقمشة ملابس ومكملات أثاث حجرات الأطفال:

إن الطفل في المرحلة العمرية (6-12) التي يطلق عليها العلماء مسمى الطفولة المتأخره يتسم باتساع عالمه، حيث يبدأ في اكتساب العديد من المهارات في جميع النواحي المعرفية والحركية والفنية، وتبدأ حياته الاجتماعية، حيث يرتبط بصداقات مع زملائه خارج نطاق الأسرة، ويحاول دائماً التأكيد علي استقلاله وقدرته علي التكيف مع المجتمع. وفي خلال هذه المرحلة ينتقل الطفل من مرحلة الطفولة إلى مرحلة البلوغ (7)، وخلال هذه المرحلة يتعلم الطفل المهارات الحياتية التي تفيده في مستقبله، ويكتسب بعض المهارات السلوكية التي تتحكم في تصرفاته في الكبر ويطلق البعض على هذه المرحلة مصطلح

قبيل المراهقة وتُعد فترة النضج، حيث تتطور اهتمامات جديدة لدى الطفل ويتطور في النمو البدني والعقلي، ويستطيع في هذه المرحلة التفسير بدرجة أفضل من ذي قبل، ويستطيع التقييم وملاحظة الفروق الفردية وتزداد القدرة على تعلم ونمو المفاهيم، ويزداد تعقدها وتمايزها، ويزداد لديه حب الاستطلاع، ويتحمس لمعرفة الكثير من البيئة المباشرة عن بلده، وعن العالم من حوله، والبحث عن الخبرات الجديدة وفحص واستكشاف المثيرات لمعرفة المزيد عنها و يظهر الفهم و الإستماع الفني والتفوق الأدبي وتعد هذه المرحلة مرحلة الاستقرار والثبات الانفعالي ولذلك يطلق بعض الباحثين على هذه المرحلة اسم " مرحلة الطفولة الهادفة " (3) حيث ينمو الذكاء الانفعالي الذي يتضمن مجموعة من المهارات منها: ضبط الذات والحماس، المثابرة والدافعية الذاتية. يتضح الميل للمرح، ويفهم الطفل النكتة ويطرب لها و يزداد احتكاك الطفل بالكبار واكتسابه معاييرهم واتجاهاتهم وقيمهم، وفي هذه المرحلة يستطيع الطفل أن يستخدم جميع وسائل التعبير التخيلي وخلال تلك المرحلة تنمو المفردات اللغوية بسرعة فائقة لديه، كما أن تفكيره يكون أكثر مرونة وتتكون ملامح شخصية الأبناء سواء كانت في حالة إيجابية أو سلبية، منسحبة أو عدوانية علي أساس الخبرات التي يمرون بها وفي نهاية المرحلة يكون الطفل قد وصل إلي مرحلة البحث عن نجم، أو البحث عن بطل يحبه ويقلده (16). هذا وتعد مكملات الأثاث من أحد العناصر الهامة في التصميم لما لها من أثر كبير في إثراء وتكامل الفراغ الداخلي من الناحية الوظيفية والجمالية، كما تعرف على أنها أي عنصر يمكن أن يستخدم في تجميل الحجرة من صور أو مطبوعات أو المعلقة الحائطية ووحدات الإضاءة بأنواعها ويمكن تعريفها أيضاً بالأجزاء والأشياء التي تجمع بين الوظيفة والفن لتحقيق المنفعة والجمال وتثري المكان مادياً ومعنوياً من أجل تحقيق بيئة مناسبة. ويُمكن تقسيمها إلى مكملات الأساسية ونعني بها الأشياء الثابتة أو المتحركة اللازمة لأداء وظائف معينة ولها أهميتها في تكامل عناصر الفراغ مثل (الساعة، المرايا، مفاتيح الكهرباء، وأجهزة الخدمات كالمقابض). ومكملات تكاملية وهي القطع اللازمة لتحقيق النواحي الفنية للحصول على الجانب الجمالي ومن أمثلتها (أقمشة الستائر المعلقة، الوسائد، السجاد، أغطية وحدات الإضاءة) وهناك بعض المعايير التي يجب أن يجب أن تراعى في تصميم واختيار مكملات حجرات الطفل حيث يعد تحديد الفئة العمرية الخاصة بالطفل أحد المعايير التي تساعد بشكل كبير علي ابتكار تصميمات المطبوعة لمكملات أثاث حجرة الطفل وتحديد الشكل واللون والحركة من العوامل التي تؤثر بشكل كبير عند اختيار الوحدات الفنية المناسبة فضلاً على أن دراسة الخصائص النفسية والسلوكية للأطفال يؤثر بشكل كبير علي تحديد العلاقة بين الوحدات المستخدمة والألوان المختارة مما يؤثر علي إدراك الطفل واستيعابه للتصميم المبتكر (3).

الدراسة التجريبية:

بعد التعرف على بعض الملصقات الإعلانية لأفلام اسماعيل وسمات المرحلة العمرية محل الدراسة، يتم عرض مجموعة من الأفكار التصميمية المستوحاه منها لابتكار تصميمات ملابس الأطفال و كذلك مكملات الأثاث لحجرات الأطفال وكذلك عرض بعض التجارب الوظيفية المقترحة لتلك التصميمات. وفيما يلي سيتم عرض الأفكار التصميمية المستوحاه منها متبوعاً بالنموذج الوظيفي للأفكار التصميمية لملابس الأطفال ويلي ذلك النموذج الوظيفي للتصميم كمكملات أثاث لحجرات الأطفال.

الأفكار التصميمية
التصميم رقم (1):



الفكرة التصميمية رقم (1)



ملصق اعلان فيلم (1): اسماعيل يس في الاسطول (20)



مقترح توظيفي لمكملات الأثاث رقم (1)



مقترح توظيفي لملابس الأطفال رقم (1)

التحليل الفني:

تم الاعتماد في بناء هذا التصميم على اختيار ملصق إعلان فيلم (إسماعيل يس في الأسطول) فظهرت الشخصية والمكان من خلال ظهور إسماعيل يس وكذلك الأسطول والبحر والأمواج، واستخدم التباين في تكرار وجه إسماعيل يس بصورة شبه متتالية مما اعطى إحساساً بالعمق داخل التصميم، وظهرت إمكانات الحاسب الآلي بظهور الظلال الرمادية لوجه الفنان إسماعيل يس بخلفية التصميم وكذلك استخدام التدرج اللوني وتأثير الشبكية الهندسية من خلال المربعات الشبه متقاطعة التي ظهرت بأرضية التصميم مع الاحتفاظ بالمجموعة اللونية المتميزة فقد استخدمت مجموعة لونية من الأخضر، الفوشيا، البنفسجي، الرمادي، والأسود وذلك في الوحدات والأرضية، وتم عمل مقترح توظيفي لملابس الأطفال وكذلك مقترح توظيفي لحجرات الأطفال.

التصميم رقم (2):



الفكرة التصميمية رقم (2)



ملصق اعلان فيلم (2): إسماعيل يس في الجيش (23).



مقترح توظيفي لمكملات الأثاث رقم (2)



مقترح توظيفي لملابس الأطفال رقم (2)

التحليل الفني:

تم الاعتماد في بناء هذا التصميم على إختيار بعض أسماء ملصق إعلان فيلم (إسماعيل يس في الجيش) فظهرت الشخصية والمكان من خلال ظهور إسماعيل يس وكذلك استخدمت البندقية واستخدم التماثل العكسي الذي يشبه المرآة في التصميم من خلال وجه إسماعيل يس وهو يحمل البندقية، وظهرت إمكانات الحاسب الآلي بخلفية التصميم التي تكونت من اللونين الأبيض و الأسود وتأثير ضربات فرشاه الألوان الزيتية في شبه أمواج دائرية ممتدة بخلفية التصميم مع زيادة كثافتها في الجزء الأيمن من التصميم إلى جانب الدمج بين العناصر والمفردات مع الخطوط المموجة الممتدة بقطر التصميم مع التجسيم لشخصية إسماعيل يس وهو يحمل البندقية، وقد استخدمت مجموعة لونية من الأخضر، الأحمر، الرمادي، والأسود وذلك في الوحدات والأرضية، وتم عمل مقترح توظيفي لملابس الأطفال وكذلك مقترح توظيفي لحجرات الأطفال.

التصميم رقم (3):



الفكرة التصميمية رقم (3)



ملصق اعلان فيلم (3): إسماعيل يس في الطيران (20)



مقترح توظيفي لمكملات الأثاث رقم (3)



مقترح توظيفي لملابس الأطفال رقم (3)

التحليل الفني:

تم الاعتماد في بناء هذا التصميم على اختيار ملصق إعلان فيلم (إسماعيل يس في الطيران) فظهرت الشخصية والمكان من خلال ظهور إسماعيل يس وكذلك المنطاد والطائرات، إلى جانب تمركز عناصر التصميم بمنتصفه للتأكيد على أهمية الفكرة، وظهرت إمكانات الحاسب الآلي بظهور التدرج اللوني، وكذلك التأثيرات التنقيطية التي تشبه حبات الرمال الممتدة أفقياً كشرائط بخلفية التصميم، وتم اختيار خلفية تتواءم وروح البهجة المميزة في التصميم، فقد استخدمت مجموعة لونية تشبه ألوان قوس قزح حين يمتد في أعلى السماء، من الأخضر، الأحمر، الأزرق، الأصفر، والأسود بدرجاتهم بالتصميم ككل، وتم عمل مقترح توظيفي لملابس الأطفال وكذلك مقترح توظيفي لحجرات الأطفال.

التصميم رقم (4):



الفكرة التصميمية رقم (4)



ملصق إعلانات أفلام (4): إسماعيل يس في الطيران، في دمشق
إسماعيل يس طرزان، بوليس حربي (20)·(23).



مقترح توظيفي لمكملات الأثاث رقم (4)



مقترح توظيفي لملابس الأطفال رقم (4)

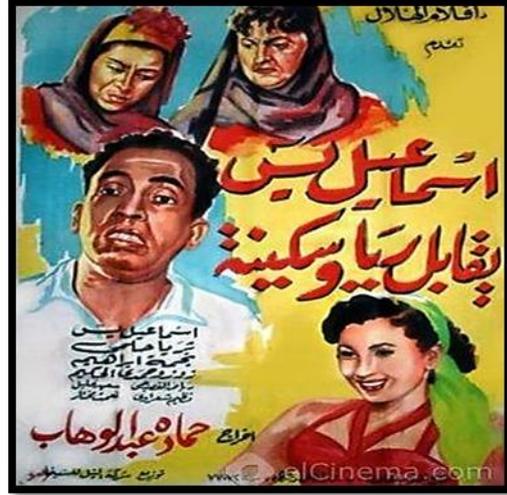
التحليل الفني:

تم الاعتماد في بناء هذا التصميم على اختيار بعض أسماء ملصق إعلانات أفلام إسماعيل يس من خلال أربعة ملصقات مختلفة (إسماعيل يس في الطيران، في دمشق، إسماعيل يس طرزان، بوليس حربي) وتم عمل نوع من الدمج بينهم عن طريق إعادة ترتيب الأسماء وتراكبها بطرق مختلفة وذلك باستخدام إمكانات الحاسب الآلي والذي ظهر دوره جلياً في خلفية التصميم ذات التأثيرات المختلفة، وكذلك اختيار المجموعة اللونية والتي ساعدت على تجسيم بعض الحروف والكلمات وظهور مناطق إضاءة مختلفة بالتصميم فجاء اختيار المجموعة اللونية من اللون البرتقالي، الأصفر، الأخضر، الأزرق، والأسود بدرجاتهم ولقد أدى ذلك لنجاح الفكرة التصميمية والامتزاج التام بين الشكل والأرضية في انسيابية ملحوظة، وتم عمل مقترح توظيفي لملابس الأطفال وكذلك مقترح توظيفي لحجرات الأطفال.

التصميم رقم (5):



الفكرة التصميمية رقم (1)



ملصق اعلان فيلم (5): إسماعيل يس يقابل ريا وسكينة (20).



مقترح توظيفى لمكملات الأثاث رقم (5)

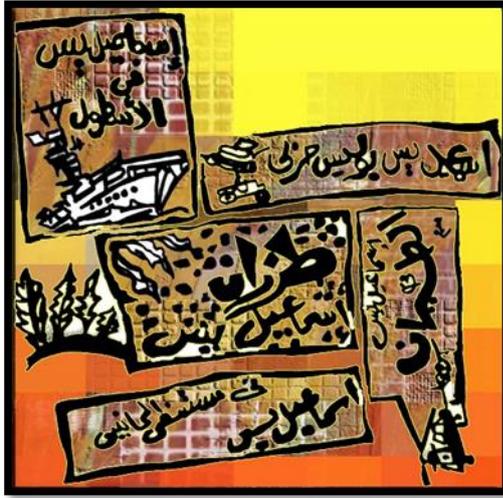


مقترح توظيفى لملابس الأطفال رقم (5)

التحليل الفني:

تم الاعتماد في بناء هذا التصميم على اختيار ملصق إعلان فيلم (إسماعيل يس يقابل ريا وسكينة) واستخدم البعد المنظوري في التصميم من خلال وجوه الشخصيات المختلفة الذي اعطى إحساسا بالعمق داخل التصميم حيث يركز بناء ذلك التصميم على الشخصيات وتكرار الوجوه بمنتصف التصميم، وظهرت إمكانات الحاسب الآلى بخلفية التصميم والدمج بين العناصر والمفردات مع الخطوط الطولية الممتدة بطول التصميم مع اجتماع تلك الخطوط الرأسية بمركز التصميم وانعكاس تلك الخطوط افقيا بصورة تشبه المرآة، وقد استخدمت مجموعة لونية من الأخضر، الفوشيا، البنفسجى، الرمادى، الأصفر والأسود وذلك في الوحدات والأرضية، وتم عمل مقترح توظيفى لملابس الأطفال وكذلك مقترح توظيفى لحجرات الأطفال.

التصميم رقم (6):



الفكرة التصميمية رقم (6)



ملصق إعلانات أفلام (6): إسماعيل يس في الاسطول، مستشفى المجانيين
إسماعيل يس طرزان، بوليس حربي (20)، (23).



مقترح توظيفي لمكاملات الأثاث رقم (6)



مقترح توظيفي لملابس الأطفال رقم (6)

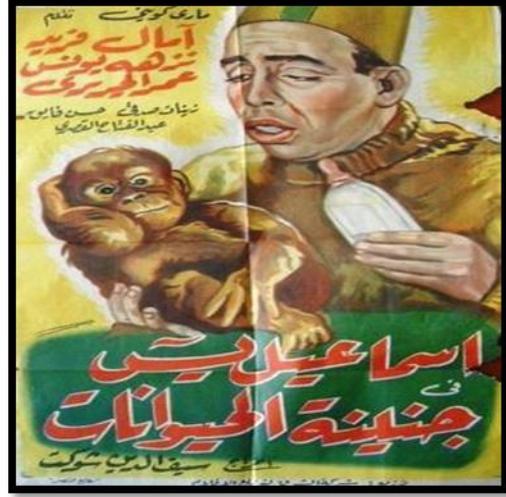
التحليل الفني:

تم الاعتماد في بناء هذا التصميم على اختيار بعض أسماء ملصق إعلانات أفلام إسماعيل يس من خلال أربعة ملصقات مختلفة (إسماعيل يس في الاسطول، مستشفى المجانيين، إسماعيل يس طرزان، بوليس حربي) واستخدام احجام متفاوتة من الشرائط الأفقية لأسماء الملصقات الإعلانية المختلفة مع عمل نوع من الدمج بينهم وبين خلفية التصميم المبهجة، وذلك باستخدام إمكانات الحاسب الآلى والذي ظهر دوره جلياً في خلفية التصميم ذات التأثيرات المختلفة واختيار مجموعة لونية من الألوان الساخنة من اللون الأصفر، البرتقالي، البنّي والأسود بدرجاتهم لأحداث نوع من الحيوية بالتصميم للتأكيد على الجانب الطفولي وقد تم تجسيم بعض الحروف والكلمات وظهور مناطق إضاءات مختلفة بالتصميم الذى نتج عن إمكانات وتم عمل مقترح توظيفي لملابس الأطفال وكذلك مقترح توظيفي لحجرات الأطفال.

التصميم رقم (7):



الفكرة التصميمية رقم (7)



ملصق اعلان فيلم (7): إسماعيل يس في جنينة الحيوانات (20).



مقترح توظيفي لمكملات الأثاث رقم (7)



مقترح توظيفي لملابس الأطفال رقم (7)

التحليل الفني:

تم الاعتماد في بناء هذا التصميم على اختيار ملصق إعلان فيلم (إسماعيل يس في جنينة الحيوانات) فظهرت الشخصية والمكان من خلال ظهور إسماعيل يس وكذلك الحيوانات المختلفة من القرد، الفيل، الزرافة والنخل، إلى جانب تمركز عناصر التصميم بمنصفه للتأكيد على أهمية الفكرة، وظهرت إمكانات الحاسب الآلي بالتأكيد على الجانب الطفولي في بناء التصميم والمجموعة اللونية المستخدمة، وكذلك بظهور الظلال اللونية في أرضية التصميم مع ظهور مربعات بالأرضية أعطت إحساساً بالحركة وتحديد عناصر التصميم باللون الأسود ليحدث تباين بجانب قيم الاحتفاظ بعناصر التصميم، فقد استخدمت مجموعة من الأحمر، الأزرق، الرمادي، الأخضر، الأصفر، البني، والأسود بدرجاتهم بالتصميم ككل، وتم عمل مقترح توظيفي لملابس الأطفال وكذلك مقترح توظيفي لحجرات الأطفال.

التصميم رقم (8):



الفكرة التصميمية رقم (8)



ملصق اعلان فيلم (8): إسماعيل يس في الفانوس السحري،
الأسطول، الطيران، إسماعيل يس يقابل ريا وسكينة (20)،(23).



مقترح توظيفي لمكملات الأثاث رقم (8)



مقترح توظيفي لملابس الأطفال رقم (8)

التحليل الفني:

اعتمد بناء هذا التصميم على اختيار ملصقى إعلان فيلمي (إسماعيل يس في الفانوس السحري، وفي الاسطول) فظهرت الشخصية والمكان من خلال ظهور إسماعيل يس وكذلك المنطاد والطائرات والشريط السينمائي، إلى جانب تمركز عناصر التصميم بمننصفه للتأكيد على أهمية الفكرة، وظهرت إمكانات الحاسب الألى بظهور التدرج اللوني، وكذلك التأثرت التنقيطية التي تشبه حبات الرمال الممتدة أفقياً كشرائط بخلفية التصميم، وتم اختيار خلفية تتواءم وروح البهجة المميزة من صور الحيوانات في التصميم، فقد استخدمت مجموعة لونية من البنفسجي، الأحمر، الأزرق، الزيتي، والأسود بدرجاتهم بالتصميم ككل، وتم عمل مقترح توظيفي لملابس الأطفال وكذلك مقترح توظيفي لحجرات الأطفال.

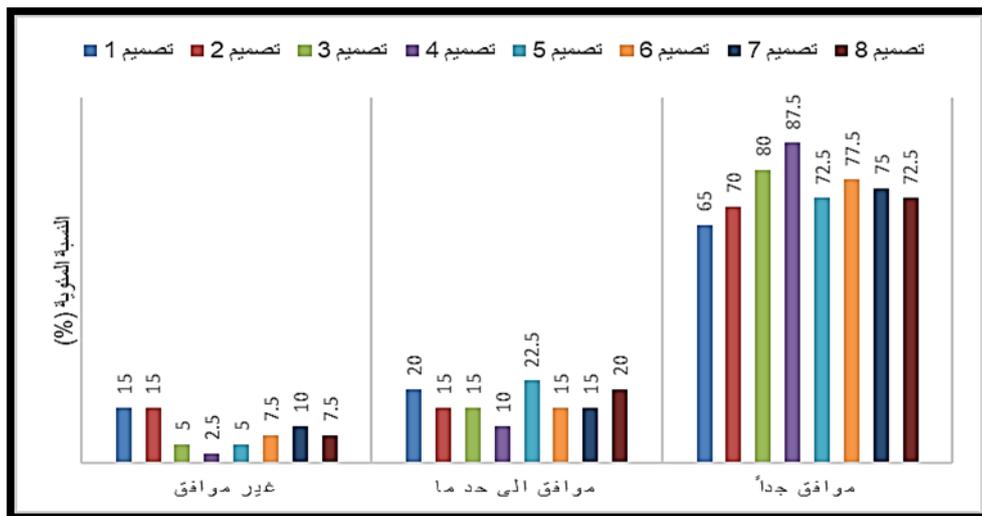
النتائج والمناقشة: اختبار صدق محتوى الاستبانة:

للتحقق من صدق محتوى الاستبانة تم عرضها في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين المتخصصين من اساتذة الجامعات بكلية الفنون التطبيقية وكلية الهندسة المعمارية والتصميم الرقمي بجامعة دار العلوم لاستطلاع رأيهم في مدى مناسبة البنود والمحاور، وتم إعادة صياغتها بعد عمل التعديلات اللازمة وفقاً لآراء السادة المحكمين لتصبح في صورتها النهائية (ملحق 1)، ثم عرض التصميمات التي تم تنفيذها على مجتمع الدراسة من المتخصصين وبلغ حجم العينة (20) عضو هيئة تدريس، طالبات، ارباب العمل، واشتملت الاستبانة على عدد (10) عبارة موزعة تقيس الجانب التصميمي والجمالي والوظيفي للتصميمات المقترحة لملابس الأطفال والتصميمات المقترحة لأقمشة مكملات أثاث حجرات الأطفال والاجابة على فقرات الاستبانة باختيار أحد البدائل الثلاثة طبقاً لمقياس ليكرث الثلاثي وهي موافق جداً (3 درجات)، موافق إلى حد ما (2 درجة)، غير موافق (1 درجة)، وتم تحليل البيانات إحصائياً باستخدام برنامج Excel.

تحليل نتائج الدراسة: وفيما يلي نتائج استطلاع آراء المحكمين للاستبانة الشخصية والمكان في ملصق إعلان الأفلام المصرية بين الوظيفة و التجريب لتصميم طباعة المنسوجات.

كما يوضحها جدول (1)

رقم التصميم															الاستجابة	
8		7		6		5		4		3		2		1		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
72.5%	145	75%	150	77.5%	15	72.5%	145	87.5%	175	80%	160	70%	140	65%	130	3
20%	40	15%	30	15%	30	22.5%	45	10%	20	15%	30	15%	30	20%	40	2
7.5%	15	10%	20	7.5%	15	5%	10	2.5%	5	5%	10	15%	30	15%	30	1



شكل (12) نتيجة استطلاع آراء المحكمين حول الجانب التصميمي، الجمالي والوظيفي للتصميمات المنفذة

يتضح من جدول (1)، وشكل (12) نتيجة استطلاع المحكمين حول الجانب التصميمي والجمالي والوظيفي للتصميمات المنفذة كما يلي:

1- 75 % من المحكمين موافقين تمامًا على أن جميع تصميمات البحث المنفذة حققت معايير الجانب التصميمي والجمالي والوظيفي.

2- 16.5 % من المحكمين موافقين إلى حد ما على أن جميع تصميمات البحث المنفذة حققت معايير الجانب التصميمي والجمالي والوظيفي.

3- 8.5 % من المحكمين غير موافقين على أن جميع تصميمات البحث المنفذة حققت معايير الجانب التصميمي والجمالي والوظيفي.

النتائج:

من خلال الإطار النظري والعملي وبعد تطبيق الاستبانة بصيغتها النهائية على عينة البحث، وبالإضافة إلى تحليل النتائج ومعالجتها إحصائياً تبين مايلي :

1- أمكن تطويع العناصر والمفردات المميزه لمصقات إعلان الأفلام المصرية بحيث تكون مصدرًا لاستلهام أفكارًا تصميمية تتميز بالمعاصرة في مجال تصميم ملابس الأطفال و مكملات أثاث حجرات الأطفال.

2- اتضح من خلال الدراسة الإحصائية أن هناك دلالة إيجابية لصالح التجارب التصميمية التي تم الحكم عليها مما يدل على صحة الفرض الأول و الثاني.

التوصيات:

1- إجراء المزيد من الدراسات في مجال التراث اللامرئي لتحقيق الهوية المصرية و الوصول إلى العالمية.

2 - تشجيع استخدام التجريب في التصميم لفتح آفاق جديدة في مجال طباعة المنسوجات.

ملحق (1) محاور الاستبانة: استمارة استبيان للمتخصصين

يهدف الاستبيان إلى القياس الموضوعي لمستوى الأفكار التصميمية لبحث " الشخصية والمكان في ملصق اعلان الأفلام المصرية بين الوظيفة و التجريب لتصميم طباعة المنسوجات" وذلك لجمع البيانات الخاصة بالجانب التطبيقي و المرجو من سيادتكم التفضل بقراءته و إبداء الرأي بوضع علامة (√) أمام ما تراه مناسب من وجهة نظر سيادتكم علما بأن الدرجة (1) أقل الدرجات و الدرجة (5) أعلى الدرجات.

و تتقدم الباحثتان بالشكر و التقدير لسيادتكم على حسن تعاونكم في إتمام البحث العلمي .

أولاً- الاسئلة العامة :

1- الإسم : 2- المهنة : 3- التخصص: 4- الجنس : □ ذكر □ أنثى

الأفكار التصميمية																								أسئلة الأستبيان
8			7			6			5			4			3			2			1			
الدرجة			الدرجة			الدرجة			الدرجة			الدرجة			الدرجة			الدرجة						
3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	
																								1- مناسبة العناصر التشكيلية المستخدمة للفكرة التصميمية.

