



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -
كلية الأدب العربي والفنون
قسم الفنون



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

شعبة الفنون البصرية
مذكرة التخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي
تخصص تصميم غرافيكي والموسومة بـ:

**الهوية البصرية للمعرض الفني الجزائري بين التواصل والابداع
- دراسة تطبيقية على تصميم هوية بصرية لمعرض فردي -**

تحت إشراف الأستاذ:

د. بوعزة مختار

من إعداد الطالبة:

عبدو صفية



أعضاء لجنة المناقشة

اللقب والإسم	مؤسسة الانتماء	الصفة
د. منصر شعبان	جامعة مستغانم	رئيسا
د. بوعزة مختار	جامعة مستغانم	مشرفا ومقررا
أ. دبلاحي سعيد	جامعة مستغانم	مناقشا

السنة الجامعية: 2025 - 2026



السنة الجامعية: 2026/2025

قسم الفنون

استمارة إيداع لمذكرة الماستر (قسم الفنون)

تخصص: التصميم الجرافيكي

إطار خاص بالطالب (ة)

الاسم: صفية

اللقب: عبدو

تاريخ ومكان الميلاد: 2001/03/07 — وادي الفضة بولاية الشلف

رقم الهاتف: 06-96-31-22-79

البريد الإلكتروني: abdousafia35@gmail.com

عنوان المذكرة: الهوية البصرية للمعرض الفني الجزائري بين التواصل
والإبداع - دراسة تطبيقية على تصميم هوية بصرية لمعرض فردي -

إطار خاص بالأستاذ (ة) المشرف على المذكرة

اسم ولقب الأستاذ (ة) المشرف (ة): بوعزة مختار

رتبة الأستاذ (ة) المشرف (ة): أستاذ محاضر أ-

إمضاء الأستاذ (ة) المشرف (ة):



إمضاء رئيس قسم الفنون
د. بومسعود خنيفة
رئيسة قسم الفنون
بالمستغانم

نموذج التصريح الشرفي

الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

(ملحق القرار رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها)

أنا الممضي(ة) أسفله الطالب(ة)،

Nom et Prenom Abbdou Safia

الاسم واللقب: عبود صفية،

المولود(ة) بتاريخ: 2001/03/07 في: واد الفضة، ولاية: الشلف.

رقم التسجيل: 212132003529 رقم بطاقة التعريف الوطنية: 411965754

الصادرة عن: بلدية واد الفضة/ ولاية الشلف. بتاريخ: 2024/06/19.

المسجل(ة) بقسم: الفنون ضمن كلية الأدب العربي والفنون خلال السنة الجامعية: 2025-2026 بالسنة الثانية ماستر تخصص: التصميم الجرافيكي. والمكلف(ة) في إطار التخرج لنيل شهادة الماستر الأكاديمي بإنجاز مذكرة التخرج بعنوان: الهوية البصرية للمعرض الفني الجزائري بين التواصل والابداع - دراسة تطبيقية على تصميم هوية بصرية لمعرض فردي -

أصريح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

حرر في مستغانم بتاريخ: 2026/10/06.

توقيع المعني(ة)



شعبة الفنون البصرية
مذكرة التخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي
تخصص تصميم غرافيكي والموسومة بـ:

**الهوية البصرية للمعرض الفني الجزائري بين التواصل والابداع
- دراسة تطبيقية على تصميم هوية بصرية لمعرض فردي -**

تحت إشراف الأستاذ:

د. بوعزة مختار

من إعداد الطالبة:

عبدو صفية

أعضاء لجنة المناقشة

اللقب والإسم	مؤسسة الانتماء	الصفة
	جامعة مستغانم	رئيسا
د. بوعزة مختار	جامعة مستغانم	مشرفا ومقررا
	جامعة مستغانم	مناقشا

السنة الجامعية: 2025 - 2026

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

إلى من لا تكفيه الكلمات ولا توفيه العبارات، إلى من بيده وحده مقاليد التوفيق والنجاح، أحسب علمي وجهدي عند الله عز وجل الذي أبار درتي حس أظلم، وأعانتى حس ضعفت، وكان معي في كل لحظة صمت وكل لحظة إصرار، وصدق الله العظيم إذ يقول: ﴿إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا﴾ (اليسر: 6)

وإلى نتي الرحمة وسيد البيرية محمد صلى الله عليه وسلم، الذي علمنا أن العلم نور والجهل ظلام، القائل: "إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه"، فكان هذا القول دافعي نحو الإتقان في كل خطوة.

إلى من زرعنا بذرة الحلم وسقيها بالحب والتضحية، إلى من أتعب نفسه ليربحنا وما شكا يوماً، أتي الغالي. وإلى من كان دعاؤها جناحاً يحملانتي في كل مرة أكاد أسقط، أمتي الحبيبة فلما متى كل حرف

كتب وكل لحظة أبجرت فما كان لهذا الحلم أن يكتمل لولاها

وإلى نفسي التي عرفت وحدها حجم ما مرت به، كم من ليل طالت وكم من لحظة كاد فيها الأمل يجتثي، لكبها أبت إلا أن تكمل إلى تلك الروح المجهدة التي حملت ثقل المسيرة الدراسية بكل ما فيها من تعب وضغط ويحدايات، وخرجت منها أقوى مما دخلت هذا العمل لك أنت صافية، يرة صبرك وإصرارك وإيمانك بنفسك.

وإلى عادة، أختي الغالية وقطعة من قلتي، التي كان حضورها وحده يكفي لتبديد كل تعب وإعادة البسمة إلى وجهي، إليك أنت بالذات يا من لا يحتاج معك الكلام إلى كثير.

وإلى أستاذي الميرف بوعزة مجتار، الذي لم يكن مجرد موجه أكاديمي بل كان سند وأخ لنا ويدا ممدودة ونورا في كل مفيرق طريق، بهدي له هذا العمل وفاءً واعيرافاً بما قدم وما علم.

وإلى كل من وقف بجانبنا بكلمة طيبة أو دعاء صادق أو ابتسامة في وقها، إلى كل شخص أسهم من قريب أو بعيد في بجاحتنا ووصولنا إلى هذه اللحظة، بهدي هذا العمل المتواضع راجيس أن يكون في مستوى ثقتكم وتشجيعكم.

الطالبة: عبدو صافية

شكر وعرفان:

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله الذي وفقني وأعانتني على إتمام هذا العمل، ومنحتني القوة والصبر في كل مرحله من مراحلها،
وصدق الله العظيم إذ يقول: [وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا] (طه: 114)

والصلاة والسلام على سيد الخلق وإمام المرسلين، القائل: «من سلك طريقاً يلتمس فيه علماً سهل الله له به طريقاً إلى الجنة»، (رواه مسلم عن أبي هريرة)، الذي جعل طلب العلم فريضة وسيرف أهله
يم لا يسعني إلا أن أتوقف طويلاً أمام كلمة الشكر لأهديها أولاً إلى والدي الكريمين، إلى أمتي التي علمتني
معنى الصبر والإصرار، وغرس في حب المعرفة منذ الصغر، وإلى أمتي التي لم تبخل يوماً بدعائها وحنانها
وتشجيعها، فكانت الملاذ الذي أعود إليه كلما تعب الطريق. فلا يكفهما شكرهما قلة، ولا توفهما كلمات
مهما كبرت، فهذا العمل ما كان ليرى النور لولا دعمهما وتضحيتهما.

وأتوقف أيضاً لاشكر نفسي على كل لحظة صبر وإصرار، وعلى كل مرة رفضت فيها الاستسلام حين كان الطريق
صعباً. فهذا العمل ليس فقط مذكرة يخرج، بل هو ثمرة جهد حقيقي وتعب حقيقي وحب حقيقي لما أفعل.
كما أتوجه بأجل كلمات الشكر والمحبة إلى إخوتي وأختي الذن كانوا بجانبني في كل لحظة، يشاركونني فرحة
الإجازة ويحفظون عني أعباء الضغط، فوجودهم كان دائماً مصدر قوة وطمأنينة لا يعوض.
وأخص بالشكر الجزيل والتقدير أستاذي الميرف {بوعزة مختار}، الذي لم يبخل بوقته ولا بتوجيهاته القيمة،
فكان نعم المرشد ونعم الموجه طوال مسيرة إجازة هذا العمل. فلم يكن مجرد أستاذ يتابع مذكرة، بل كان
سنداً أكاديمياً حقيقياً أسهم في صياغة هذا العمل بشكله النهائي.

وأقدم كذلك بجالص الاحرام والتقدير إلى الأساتذة المناقشيين الكرام على تفضلهم بقراءة هذا العمل
وتقييمه، وإلى كامل طاقم أساتذة قسم الفنون الذن رافقوني طوال مسيرتي الدراسية وأسهموا في تكويني
الأكاديمي والفني.

وفي الختام، أهدي شكري إلى كل من مد لي يد العون من قريب أو بعيد، إلى كل من سيجب وقف بجانبني
وسيجعنتي، وإلى كل من آمن بي حين شككت في نفسي بهذا العمل ثمرة جهد جماعي قبل أن يكون إجازة
فردية.

الملخصات

الملخص باللغة العربية:

تتناول هذه الدراسة موضوع تصميم هوية بصرية للمعرض الفني الجزائري بين التواصل والإبداع، وذلك من خلال تجربة تطبيقية تمثلت في تصميم هوية بصرية متكاملة لمعرض فني فردي بعنوان "الراحة في الأزرق"، مستوحى من الأسلوب البصري للفنان فان خوخ. وقد انطلقت الدراسة من إشكالية محورية تتمحور حول كيفية تجسيد هوية بصرية متكاملة تعكس الرؤية الإبداعية لمعرض فني فردي وتحقق في الوقت ذاته التواصل الفعال مع الجمهور.

اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة بوصفه الأنسب لطبيعة هذا العمل، كما وظّفت تحليل الوثائق البصرية والسيميولوجيا أداتين رئيسيتين لجمع البيانات وتحليلها. وقد تضمنت الدراسة جانباً نظرياً تناول ماهية الهوية البصرية وعناصرها ووظائفها، والتصميم الجرافيكي بين التواصل البصري والوظيفة الإبداعية، والعلاقة بين الهوية البصرية والمعرض الفني. فيما تجسّد الجانب التطبيقي في تصميم ثلاث دعائم اتصالية متكاملة هي الملصق وبطاقة الدعوة والمطوية.

وقد خلصت الدراسة إلى أن الهوية البصرية أداة تواصل حقيقية لا غنى عنها في تقديم المعرض الفني، وأن الجمع بين الإبداع الفني والتصميم الجرافيكي يمنح كلاهما قيمة مضاعفة.

الكلمات المفتاحية: الهوية البصرية، المعرض الفني، الإبداع، التواصل، فان خوخ

abstract

This study explores how to create a visual identity for an art exhibition in Algeria, focusing on the blend of communication and creativity. Using a case study method, we developed a full visual identity for an exhibition called "Comfort in Blue," which draws inspiration from Vincent van Gogh's artistic style. The main question this study addresses is how to design a unified visual identity that captures the artistic vision of an exhibition while also effectively reaching out to the audience.

The methodology combined visual document analysis and semiotic analysis as the main tools for gathering and interpreting data. The research includes a theoretical framework that discusses the concept, elements, and functions of visual identity, the importance of graphic design in visual communication, and how visual identity relates to art exhibitions. For the practical part, we created three connected communication materials: a poster, an invitation card, and a brochure.

The results show that visual identity is a vital tool for communicating about art exhibitions. By merging artistic creativity with graphic design principles, we can improve both the beauty and the effectiveness of the exhibition's message.

Keywords: Visual identity, Art exhibition, Graphic design, Visual communication, Vincent van Gogh

Resume

Cette étude porte sur la conception d'une identité visuelle pour l'exposition artistique algérienne entre communication et créativité, à travers une expérience pratique consistant en la conception d'une identité visuelle complète pour une exposition artistique individuelle intitulée "Le Confort dans le Bleu", inspirée du style visuel de l'artiste Van Gogh. L'étude est partie d'une question centrale sur la manière de concrétiser une identité visuelle complète qui reflète la vision créative d'une exposition artistique individuelle tout en assurant une communication efficace avec le public.

L'étude a adopté la méthode d'étude de cas comme la plus appropriée à la nature de ce travail, et a utilisé l'analyse de documents visuels et la sémiologie comme deux outils principaux de collecte et d'analyse des données. L'étude comprenait une partie théorique couvrant la nature de l'identité visuelle, ses éléments et fonctions, le design graphique entre communication visuelle et fonction créative, et la relation entre l'identité visuelle et l'exposition artistique. La partie pratique s'est concrétisée dans la conception de trois outils de communication complémentaires : l'affiche, le carton d'invitation et le dépliant.

L'étude a conclu que l'identité visuelle est un véritable outil de communication indispensable pour présenter une exposition artistique, et que la combinaison de la créativité artistique et du design graphique donne à chacun une valeur ajoutée.

Mots-clés: Identité visuelle, Exposition artistique, Créativité, Communication, Van Gogh

مَقْلَدِي

عَلَمِي

مقدمة عامة

يعد الفن من أقدم وسائل التعبير التي عرفها الإنسان، إذ لجأ إليه منذ القدم للتعبير عن مشاعره وأفكاره وتجاربه. وقد بدأت بوارده الأولى على جدران الكهوف حين رسم الإنسان البدائي ما يراه ويحس به، ثم تطور شيئاً فشيئاً عبر الحضارات المتعاقبة حتى أصبح اليوم لغة إنسانية مشتركة تتجاوز الحدود والثقافات. وعلى مر العصور تعددت أشكال الفن وتتنوع مدارس وأساليه، وفي كل مرحلة كان يعكس روح زمانه ويترجم أحاسيس أهله، ليبقى في النهاية أصدق تعبير عن الإنسان وأعمق وسيلة للتواصل بين البشر.

ولكي يصل هذا الفن إلى جمهوره ويجد مكانه في الحياة الثقافية، كان لا بد من فضاء يجمع الفنان بالناس، وهنا يبرز دور المعرض الفني الذي لا يقتصر على عرض الأعمال على الجدران بل هو امتداد طبيعي لمسيرة الفن نفسها، تماماً كما تطور الفن عبر الأزمنة وبحث دائماً عن وسيلة للتواصل مع الآخر، تطور معه فضاء العرض وتوسعت آفاقه. فالمعرض الفني تجربة تواصلية حقيقية تفتح باب الحوار بين العمل الفني والمتلقي، وتمنح الفنان فرصة تقديم رؤيته للعالم بشكل مباشر وحي، وقد تنوعت أشكال المعارض الفنية عبر الزمن، من المعارض الفردية التي تمنح الفنان مساحة للتعبير عن تجربته الخاصة وبصمته المميزة، إلى المعارض الجماعية التي تجمع أصواتاً فنية متعددة في فضاء واحد، حتى أصبحت اليوم جزءاً لا يتجزأ من الحياة الثقافية في مختلف أنحاء العالم.

ومع تطور المعارض الفنية وتوسع انتشارها، ظهرت حاجة حقيقية لتمييز كل معرض عن غيره وإيصال رسالته للجمهور بطريقة واضحة ومؤثرة، وهنا تبرز أهمية الهوية البصرية التي أصبحت اليوم عنصراً أساسياً في تقديم أي فعالية فنية أو ثقافية، فالهوية البصرية هي مجموعة العناصر المرئية من شعار وألوان وخطوط ومطبوعات، تعمل معاً لتعكس شخصية المعرض وروحه وتجعله حاضراً في ذهن الجمهور قبل أن يزوره وبعد أن يغادره. وانطلاقاً من هذا التصور جاء هذا العمل الذي يسعى إلى تصميم هوية بصرية متكاملة لمعرض فني فردي

مقدمة عامة

مستوحى من أسلوب الفنان فان خوخ، في محاولة للجمع بين الإبداع الفني والتواصل البصري الفعال.

ومن هذا المنطلق نطرح التساؤل التالي: كيف يمكن لتصميم هوية بصرية متكاملة أن تجسّد الرؤية الإبداعية لمعرض فني فردي مستوحى من أسلوب فان خوخ، ويُحقق في الآن ذاته التواصل الفعّال مع الجمهور الجزائري؟

وللإجابة عن هذا التساؤل الرئيسي نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي المقومات الأساسية التي تبني عليها الهوية البصرية لتكون أداةً للتواصل والإبداع في آنٍ واحد؟
- كيف يمكن تصميم هوية بصرية لمعرض فني وماهي خطواتها؟
- ماهي استراتيجية الهوية البصرية التي تجمع بين التواصل البصري والابداع الفني؟

كان اختياري لهذا الموضوع نابعاً في المقام الأول من إعجابي الشخصي بأسلوب الفنان فان خوخ، فألوانه وطريقته في الرسم كانت دائماً تشدني وتلامس إحساسي كطالبة تتعلم وتكتشف عالم الفن. وقد رأيت في هذا العمل فرصة حقيقية لأجمع بين شيئين أقوم بهما لأول مرة، وهما تصميم هوية بصرية كاملة وإعداد معرض فني فردي، وهذا ما جعل الموضوع أكثر أهمية وأكثر تحدياً بالنسبة لي.

من الناحية الموضوعية، يرتبط هذا الموضوع ارتباطاً مباشراً بتخصص تصميم الجرافيك، إذ تعتبر الهوية البصرية من أهم مجالاته وأكثرها حضوراً في سوق العمل. كما أن هذا العمل يجمع بين التصميم والفن في آنٍ واحد، وهو ما يجعله تجربة مختلفة ومميزة تخدم التخصص وتثريه.

مقدمة عامة

حيث تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

- ✓ تسليط الضوء على أهمية الهوية البصرية كأداة فعالة للتواصل بين المعرض الفني وجمهوره.
- ✓ فهم العلاقة التي تربط جودة التصميم البصري بالإقبال الجماهيري على المعارض الفنية.
- ✓ بناء هوية بصرية متكاملة لمعرض فني فردي مستوحى من أسلوب فان خوخ، كتجربة حقيقية تجمع بين التعلم والإبداع والتطبيق.

ومن هنا تكتسب هذه الدراسة أهميتها من عدة جوانب.

- ❖ توظيف الهوية البصرية في تقديم إطار عمل للمصممين ومنظمي المعارض الفنية لإنشاء هوية بصرية مميزة وفعالة تتناسب مع المعارض الفنية الجزائرية.
- ❖ تحديد العناصر الأساسية للهوية البصرية الناجحة التي تخدم المعرض الفني وتعزز حضوره.
- ❖ إبراز أهمية الهوية البصرية في تعزيز الحضور الثقافي للمعارض الفنية الجزائرية ومساعدتها على الوصول إلى جمهور أوسع.
- ❖ إثبات أن تصميم الجرافيك يمكن أن يكون في خدمة الفن والثقافة وليس فقط في المجال التجاري.

من أجل معالجة موضوع هذه الدراسة بشكل علمي دقيق، كان لا بد من اختيار منهج يتناسب مع طبيعتها وأهدافها. إذ يُعدّ المنهج الركيزة الأساسية لأي بحث، ويُعرّف بأنه الطريقة التي يصل بها الإنسان إلى حقيقة أو معرفة ما. وتتعدد المناهج العلمية وتتنوع بحسب طبيعة كل دراسة.

وبالنظر إلى طبيعة هذه الدراسة ذات الطابع الكيفي التي تقوم على التحليل والفهم العميق، فقد اعتمدنا على منهج دراسة الحالة الذي يعرفه بلقاسم سلاطينه وحسان الجيلاني بأنه: "المنهج

مقدمة عامة

الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بكيان وحده سواء كان فرداً أو مؤسسة أو نظاماً اجتماعياً أو مجتمعاً محلياً أو مجتمعاً عاماً، وهو يقوم على أساس التعمق في دراسة حالة معينة من تاريخ الوحدة أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها، وذلك بقصد الوصول إلى تعميمات علمية متعلقة بالوحدة المدروسة وبغيرها من الوحدات المتشابهة لها.¹

وقد وجدنا هذا المنهج الأنسب لدراستنا، كون موضوعها يتمحور حول تحليل أسلوب الفنان فان خوخ وتوظيفه في بناء هوية بصرية لمعرض فني فردي، مما يستوجب التعمق في هذه الحالة الفنية وتحليلها من جميع جوانبها للوصول إلى نتائج واضحة وموضوعية.

أذ اعتمدنا في هذه الدراسة على تحليل الوثائق البصرية كأداة رئيسية لجمع البيانات، وتمثلت هذه الوثائق في لوحات الفنان فان خوخ والمراجع المتعلقة بأسلوبه، إضافة إلى نماذج من هويات بصرية لمعارض فنية أخرى. وقد أتاح لنا هذا التحليل فهم الخصائص البصرية التي تميز أسلوب فان خوخ من ألوان وخطوط وأشكال، واستخلاص العناصر الأساسية التي يمكن توظيفها في بناء هوية بصرية متكاملة تعكس روحه الإبداعية وتنقلها إلى المعرض الفني الفردي.

ومن هذا المنطلق تستدعي هذه الدراسة تحديد المفاهيم الاجرائية التالية:

{الهوية البصرية، المعرض الفني، الابداع الفني، التواصل البصري}.

1. الهوية البصرية:

يُراد بالهوية البصرية في هذه الدراسة، منظومة العناصر المرئية المتكاملة التي صممتها الباحثة لمعرضها الفني الفردي، وتشمل مختلف عناصر الهوية البصرية من بينها الملصق والمطوية وغيرها، وكلها مستوحاة من أسلوب الفنان فان خوخ لا سيما من حيث الألوان، بهدف تقديم هوية بصرية متماسكة تعكس روح المعرض وتوصل رسالته للجمهور.

¹ بلقاسم سلاطينه وحسان الجيلاني، المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، دار النشر والتوزيع، بسكرة، 2012، ص148.

مقدمة عامة

2. المعرض الفني:

يُراد بالمعرض الفني في هذه الدراسة، ذلك الفضاء الثقافي الذي تعرض فيه الباحثة مجموعة من اللوحات التشكيلية المنجزة في إطار معرض فني فردي، تستلهم فيها أسلوب الفنان فان خوخ لا سيما من حيث الألوان وضربات الفرشاة، بهدف تحقيق تواصل بصري حقيقي مع الجمهور وإيصال رسالة فنية وإبداعية واضحة.

3. الإبداع الفني:

يُراد بالإبداع الفني في هذه الدراسة، توظيف الأسلوب البصري للفنان فان خوخ بطريقة شخصية وأصيلة في إنجاز لوحات تشكيلية، تتجاوز مجرد المحاكاة إلى التعبير عن رؤية إبداعية خاصة تتجلى في اختيار الألوان وطريقة التعامل مع الفضاء البصري.

4. التواصل البصري:

يُقصد بالتواصل البصري في هذه الدراسة، الطريقة التي تصل بها الهوية البصرية للمعرض إلى الجمهور وتوصل له رسالته الفنية، من خلال عناصر مرئية كالألوان والأشكال والخطوط تشد انتباهه وتدفعه للإقبال على المعرض.

هيكل البحث:

تنقسم هذه الدراسة إلى جانبين رئيسيين، يبدآن بمقدمة عامة تتضمن الإطار المنهجي للبحث، ثم يأتي الجانب النظري الذي يحتوي على ثلاثة محاور أساسية، يتناول الأول ماهية الهوية البصرية ومفاهيمها الأساسية، فيما يتطرق الثاني إلى التصميم الجرافيك بين التواصل البصري والوظيفة الإبداعية، أما الثالث فيعالج العلاقة القائمة بين الهوية البصرية والمعرض الفني. ويليه الجانب التطبيقي الذي يجسد هوية بصرية متكاملة لمعرض فني فردي. وتُختتم الدراسة بخاتمة تتضمن أبرز النتائج والتوصيات، تليها قائمة المراجع والمصادر.

الجانف

النظري

تمهيد

في عالم يتزاحم فيه كل شيء للفت الانتباه، أصبح تصميم الجرافيك أكثر من مجرد أداة جمالية، بل صار لغة بصرية حقيقية تحمل رسائل وتبني هويات وتصنع تجارب لا تُنسى. ولفهم هذه اللغة وإتقانها، لا بد من الوقوف عند مفاهيمها الأساسية وأسسها النظرية التي تشكل الركيزة التي يقوم عليها كل عمل تصميمي ناجح.

ومن هذا المنطلق يسعى هذا الجانب النظري إلى بناء إطار معرفي متكامل يخدم العمل التطبيقي ويضع له الأسس اللازمة، وذلك من خلال ثلاثة محاور رئيسية متكاملة. يتناول المحور الأول ماهية الهوية البصرية من حيث مفهومها وعناصرها ووظائفها وعلاقتها بالترويج الفني، باعتبارها الركيزة الأساسية لأي تصميم يسعى إلى التميز والتأثير. ثم ينتقل المحور الثاني إلى التصميم الجرافيك ليكشف عن أسسه ومبادئه ووظيفته في التواصل البصري وبعده الجمالي والإبداعي. وأخيراً يتوقف المحور الثالث عند العلاقة العضوية التي تجمع بين الهوية البصرية والمعرض الفني، إذ تجمع هذه الدراسة بين تصميم هوية بصرية متكاملة وإقامة معرض فني فردي في آن واحد، مما يجعل هذا المحور الجسر الحقيقي بين النظري والتطبيقي.

1. ماهية الهوية البصرية :

1.1 تعريف الهوية البصرية وعلاقتها بالترويج الفني:

تُعَدّ الهوية البصرية من أبرز المفاهيم التي برزت في مجال تصميم الجرافيك، إذ أصبحت اليوم أداة أساسية لا يمكن الاستغناء عنها في تقديم أي كيان سواء كان تجارياً أو ثقافياً أو فنياً. فمن خلالها يستطيع الجمهور التعرف على هوية ما يراه وتكوين انطباع واضح عنه من أول وهلة.

ويعرفها أحمد قاسم في كتابه أساسيات التصميم بقوله: "الهوية البصرية هي مجموعة العناصر البصرية التي تعبر عن العلامة التجارية أو الشركة وتتيح لها التميز عن غيرها، وتمثل الانطباع الأول الذي يتلقاه الجمهور وتعكس شخصيتها وقيمها، وتشمل كل ما يتعلق بالمظهر البصري من شعار وألوان وخطوط وأنماط وتصميم المواد الدعائية، بهدف إنشاء تجربة مرئية متناسقة تساعد الجمهور على التعرف على العلامة التجارية بسهولة وبناء علاقة قوية معها".¹ وفي سياق أوسع يرى كل من د. هشام مغربي ود. ريا أبو حسنة أن "الهوية البصرية هي منظومة العلامات المرئية المصممة التي تتضمن الأشكال البصرية والألوان والنصوص وتطبيقاتها المختلفة، وكل من الجوانب المتعلقة بالمؤسسة والتي تتعامل مباشرة مع الحواس البصرية والصوتية والحسية للمتلقي، إلى جانب جميع ما يتعلق بالبيئة التسويقية أو خدمة العملاء، وموقع المؤسسة بمبانيها وديكوراتها وأثاثها وحتى الزي المخصص للعاملين بها".² وإذا كانت الهوية البصرية قد ارتبطت في البداية بعالم الشركات، فإن دورها أصبح اليوم لا يقل أهمية في الترويج الفني الذي بات يعتمد بشكل كبير على العناصر البصرية لإيصال رسالته وجذب جمهوره، إذ أثبتت الهوية البصرية قدرتها على تحويل أي فعالية فنية أو ثقافية إلى تجربة بصرية متكاملة تبقى في ذهن المتلقي وتشجعه على التفاعل معها.

¹ أحمد ال قاسم، أساسيات التصميم الجرافيكي، 2025، ص 184، <https://online.fliphtml5.com/avbhq/xcqy/#p=14>

² هشام مغربي ود. ريا أبو حسنة، دراسات تحليلية لعناصر الهوية البصرية في تصميم اجنحة العرض الاعلانية، مجلة ام القرى، العدد 18، يناير 2021، ص4.

2.1 عناصر الهوية البصرية:

تتكون الهوية البصرية من مجموعة من العناصر الأساسية التي تعمل معاً في انسجام تام لتشكيل صورة متكاملة ومميزة تعكس شخصية الكيان الذي تمثله. وتعتمد هذه الدراسة في جانبها التطبيقي على أربعة عناصر محورية هي الشعار والألوان والخطوط والشكل، إذ شكّلت هذه العناصر الركيزة الأساسية في بناء هوية معرض "الراحة في الأزرق".

1 الشعار:

يُعدّ الشعار الوجه الأول الذي يراه الجمهور ويحفظه في ذاكرته، فهو الرمز البصري الذي يختزل هوية كاملة في شكل واحد بسيط وعميق في آنٍ واحد. والشعار ليس مجرد رسمة أو كلمة، بل هو تجسيد بصري لشخصية الكيان الذي يمثله، يعمل على التمييز الفوري وترسيخ الهوية في ذهن المتلقي قبل أن يقرأ أي كلمة أو يرى أي تفصيل آخر.

وتتنوع أنواع الشعارات بين الشعار الكلامي الذي يعتمد على النص فقط، والشعار الرمزي الذي يعتمد على الصورة أو الرمز، والشعار المركب الذي يجمع بين الاثنين معاً. وفي كل الأحوال يبقى الشعار الناجح هو الذي يحقق ثلاثة شروط أساسية: البساطة التي تجعله سهل التذكر، والتفرد الذي يميزه عن غيره، والمرونة التي تجعله قابلاً للاستخدام في مختلف الأحجام والوسائط. ويعرفه أحمد قاسم بقوله: "يمثل الشعار العنصر الأساسي للهوية البصرية، وهو الرمز أو التصميم الذي يعبر عن العلامة التجارية بشكل مباشر، ويجب أن يكون بسيطاً فريداً وسهل التذكر."¹

2 الألوان:

لا تقتصر الألوان على كونها عنصراً جمالياً فحسب، بل هي لغة بصرية صامتة تنقل المشاعر والقيم قبل أن تُقرأ كلمة واحدة. فاللون الأول الذي يراه الجمهور هو ما يبقى في ذاكرته ويشكل

¹ أحمد ال قاسم، أساسيات التصميم الجرافيكي، 2025، ص 188، <https://online.fliphtml5.com/avbhq/xcq/#p=14>

انطباعه الأول عن الهوية البصرية. وقد أثبتت الدراسات أن الإنسان يتخذ حكمه الأول على أي هوية بصرية في أقل من ثوانٍ، وأن اللون هو العامل الأكثر تأثيراً في هذا الحكم. والألوان في التصميم ليست اختياراً عشوائياً، بل هي قرار استراتيجي يأخذ بعين الاعتبار الدلالات النفسية لكل لون وأثره على المتلقي. فاللون الأزرق يوحي بالهدوء والثقة والعمق، واللون الأحمر يوحي بالقوة والطاقة، واللون الأخضر يوحي بالطبيعة والانسجام. ولهذا فإن اختيار منظومة لونية متوافقة ومعبرة هو من أهم القرارات التصميمية في بناء الهوية البصرية. ويوضح أحمد قاسم دورها بقوله: "الألوان تلعب دوراً مهماً في نقل مشاعر وقيم العلامة التجارية، وتستخدم عادةً لوحة ألوان تتكون من ألوان أساسية وثنائية تعبر عن شخصية العلامة".¹

3 الخطوط:

يبدو للوهلة الأولى أن الخطوط مجرد أداة لكتابة النصوص، غير أنها في الحقيقة تحمل شخصية الهوية البصرية وتعكس روحها بشكل عميق. فالخط العصري يوحي بالحدثاء والابتكار، والخط الكلاسيكي يوحي بالأصالة والرسوخ، والخط الإبداعي يوحي بالحرية والتميز. ولهذا فإن اختيار الخط المناسب ليس قراراً بسيطاً بل هو جزء أساسي من بناء الهوية البصرية ومن أكثر العناصر تأثيراً في المتلقي.

وتتقسم الخطوط إلى عدة تصنيفات رئيسية، منها الخطوط المزخرفة التي تضيف طابعاً فنياً وإبداعياً، والخطوط الهندسية البسيطة التي تعطي طابعاً عصرياً وواضحاً، والخطوط المكتوبة باليد التي تضيف طابعاً شخصياً ودافئاً. ويشترط في الخطوط المستخدمة في الهوية البصرية أن تكون متناسقة مع بعضها وسهلة القراءة في مختلف الأحجام والألوان. ويشير أحمد قاسم

¹ أحمد ال قاسم، أساسيات التصميم الجرافيكي، 2025، ص 188، <https://online.fliphtml5.com/avbhq/xcqv/#p=14>

إلى أهميتها بقوله: "اختيار الخطوط المناسبة يعكس أسلوب العلامة التجارية سواء كان عصرياً أو تقليدياً أو إبداعياً، ويجب أن تكون الخطوط متناسقة وسهلة القراءة".¹

4 الأشكال:

يُعدّ الشكل من العناصر البصرية الأساسية في التصميم الجرافيكي، إذ يمنح التصميم هيكله ويحدد علاقة العناصر ببعضها داخل الفضاء البصري. والشكل ليس مجرد حدود هندسية، بل هو عنصر حيوي يخلق التوازن والحركة والتأثير في التصميم، ويساعد المتلقي على استيعاب الرسالة البصرية بشكل أسرع وأعمق.

وتتنوع الأشكال في التصميم بين الهندسية كالـمربع والدائرة والمثلث، والعضوية المستوحاة من الطبيعة، والتجريدية التي لا ترتبط بشكل محدد. ولكل نوع دلالاته ووظائفه، فالأشكال الهندسية توحى بالنظام والدقة، والأشكال العضوية توحى بالدفء والحيوية، والأشكال التجريدية توحى بالإبداع والتميز. ويُعرّف الشكل بأنه "مصطلح يشير إلى الجانب من الشكل الفني الذي يُرى على أنه مسطح أو ثنائي الأبعاد أو ثلاثي الأبعاد، وتصبح هذه الأشكال مرئية عندما تقوم الخطوط بالإحاطة والاشتمال على منطقة معينة، أو عندما يحدث تغيير واضح في اللون، أو عندما يعمل الملمس على جعل منطقة ما تبتعد أو تتمايز عن الجوانب المحيطة بها".²

¹ احمد ال قاسم، اساسيات التصميم الجرافيكي، 2025، ص 188، <https://online.fliphtml5.com/avbhq/xcqy/#p=14>

² دينا محمد عناد، النظام الكامن في فعل التصميم الإعلانات التجارية، دار الكتب والوثائق، بغداد، 2016، ص 46.

2. تصميم الجرافيك بين التواصل البصري والوظيفة الفنية:

1.2 أسس ومبادئ التصميم الجرافيكي:

يُعدّ التصميم الجرافيكي من أبرز المجالات الإبداعية في عصرنا، وللوقوف على مفهومه لا بد من العودة إلى أصل التسمية، إذ يشير رمزي العربي إلى أن "التصميم الجرافيكي مشتق من كلمة جراف وهي تعني رسم بياني، أما كلمة جرافيك فهي تعني تصويري مرسوم مطبوع، وأصل هذه الكلمة لاتيني من كلمة جرافوس Graphus وتعني خط مكتوب أو مرسوم أو منسوخ، ثم أصبح اسماً عالمياً لهذا الفن وجاء في اللغة الفرنسية هكذا "Gravure".¹

حيث يقوم التصميم الجرافيكي على جملة من الأسس والمبادئ التي تضمن نجاح أي عمل تصميمي وتجعله مؤثراً وواضحاً في آنٍ واحد، ومن أبرز هذه المبادئ:

أولاً: التوازن

يُعدّ التوازن من أهم المبادئ التي يركز عليها أي تصميم ناجح، إذ يمنحه الاستقرار البصري ويجعله مريحاً للعين. ويعرفه أحمد الشعراوي وسامر سيف الدين بأنه "طريقة توزيع عناصر التصميم في الصفحة، وإذا كان التوازن جيداً يمكن تحقيق المتانة".² وبهذا يصبح التوازن الأداة التي تضمن انسجام العناصر مع بعضها وتجعل المتلقي يشعر بالراحة البصرية دون أن يدرك السبب.

ثانياً: التباين

يمنح التباين التصميم حيوية وتأثيراً، وهو ما يجعل بعض العناصر تبرز على حساب أخرى وتشد انتباه المتلقي بشكل تلقائي. ويعرفه أحمد قاسم بأنه "الاختلاف الناتج عن تغيير عنصر ما في لونه أو شكله أو ترتيبه".³ وبهذا يصبح التباين الأداة التي توجه عين المتلقي نحو العناصر الأساسية في التصميم وتجعله أكثر جاذبية وتأثيراً.

¹ رمزي العربي، تصميم الجرافيك، عمان، 2012، ص56

² أحمد الشعراوي، سامر سيف الدين، التصميم الجرافيكي، الجامعة الافتراضية السورية 2020، ص40.

³ أحمد ال قاسم، أساسيات التصميم الجرافيكي، 2025، ص 100، <https://online.fliphtml5.com/avbhq/xqcv/#p=14>

ثالثاً: المحاذاة

تُعَدّ المحاذاة من المبادئ التي تضيف على التصميم نظاماً وانسجاماً، إذ تضمن اصطفاً العناصر بطريقة منظمة تسهل على المتلقي قراءة التصميم وفهمه. ويعرفها أحمد قاسم بأنها "الطريقة التي تصطف بها عناصر التصميم داخل التصميم".¹ وبهذا تصبح المحاذاة الخيط الخفي الذي يربط عناصر التصميم ببعضها ويجعلها تبدو متماسكة ومتراصة.

رابعاً: التقارب

يضيف التقارب على التصميم وضوحاً وتنظيماً، إذ يساعد المتلقي على فهم العلاقة بين العناصر بنظرة واحدة دون عناء. ويعرفه أحمد قاسم بأنه "تجميع عناصر التصميم، بحيث المترابطة تكون قريبة وتشكل كتلة، وغير المترابطة تكون بعيدة ولا تشكل كتلة".² وبهذا يصبح التقارب الأداة التي تنظم العلاقات البصرية بين العناصر وتوجه عين المتلقي بشكل طبيعي وسلس.

خامساً: الإيقاع

يُعَدّ الإيقاع من الأسس الهامة في التصميم الجرافيكي، وهو عنصر مشترك بين الفنون المرئية والمسموعة على حد سواء. فالإيقاع في التصميم يمنحه حيوية وحركة تجعل العين تنتقل بين عناصره بشكل طبيعي ومنسجم، وبدونه يبدو التصميم جامداً وثقيلاً. ويرتكز الإيقاع أساساً على مبدأ التكرار، إذ يقول عبد الغني البيضي: "الإيقاع أحد الأسس الهامة التي تعتمد على التكرار في عملية التصميم المرئي، فتكرار العناصر المتماثلة أو على الأقل متشابهة في تصميم معين يبعد الملل عن التصميم ويوحى بالإيقاع، وهذا العنصر له تداخل قوي مع عنصر آخر لا يقل أهمية وهو عنصر الحركة".³

¹ أحمد ال قاسم، أساسيات التصميم الجرافيكي، 2025، ص 110، <https://online.fliphtml5.com/avbhq/xqcv/#p=14>

² أحمد ال قاسم، أساسيات التصميم الجرافيكي، 2025، ص 114، <https://online.fliphtml5.com/avbhq/xqcv/#p=14>

³ عبد الغني البيضي، التصميم الجرافيكي والإدراك البصري والجمالي لدى الطفل، مجلة المعرفة، العدد الثالث عشر، فبراير 2024، ص 518.

سادساً: الانسجام والتناسق

يُعدّ الانسجام والتناسق من العناصر المحورية في بناء أي تصميم متكامل، إذ يعكس مدى وحدة العمل التصميمي وتماسكه. فالتصميم المنسجم هو الذي تشعر حين تنظر إليه بأن كل عنصر فيه في مكانه الصحيح وألا شيء زائداً أو ناقصاً. وفي هذا السياق يقول عبد الغني البيضي: "الانسجام أو التناسق باعتباره أحد العناصر المهمة في التصميم الجرافيكي، ونعني به وحدة العمل من حيث الصياغة والأسلوب، فالمصمم أو الفنان مطالب بمراعاة مدلول الفراغ، ومدى انسجامه مع العناصر المرسومة إضافة إلى ما يحدد طبيعة العمل الفني تماشياً مع حدود إطار الصورة"¹.

سابعاً: السيادة والتسلسل الهرمي

يُعدّ مبدأ السيادة من المبادئ التي تمنح التصميم تركيزاً بصرياً واضحاً، إذ يجعل عين المتلقي تتجه فوراً نحو العنصر الأهم في التصميم قبل أن تنتقل إلى بقية العناصر. ويرتبط بهذا المبدأ مفهوم التسلسل الهرمي الذي يعني ترتيب عناصر التصميم حسب درجة أهميتها من الأكثر أهمية إلى الأقل، مما يساعد المتلقي على استيعاب الرسالة البصرية بشكل تدريجي ومنظم. والتصميم الذي يفتقر إلى السيادة والتسلسل الهرمي يبدو متشتتاً ومربكاً لأن العين لا تعرف من أين تبدأ. ويعرفه عبد الغني البيضي بقوله: "تعتمد رغبتنا في توافر عنصر السيادة في العمل الفني وفي التصميمات الفنية التي تتطلب وحدة الشكل، أن تسود خطوط ذات طبيعة معينة أو اتجاه معين، أو مساحات ذات شكل خاص، أو ملمس معين، أو حجم معين أو لون معين، وأن يكون في التصميم الفني جزء ينال أولوية لفت النظر إليه عما سواه من المكونات الأخرى."²

¹ عبد الغني البيضي، التصميم الجرافيكي والإدراك البصري والجمالي لدى الطفل، مجلة المعرفة، العدد الثالث عشر، فبراير 2024، ص518.
² عبد الغني البيضي، التصميم الجرافيكي والإدراك البصري والجمالي لدى الطفل، مجلة المعرفة، العدد الثالث عشر، فبراير 2024، ص518.

2.2 وظيفة التواصل البصري:

لا يقتصر التصميم الجرافيكي على كونه فناً جمالياً فحسب، بل هو في جوهره أداة تواصل حقيقية تهدف إلى إيصال رسالة واضحة إلى المتلقي وإحداث أثر في سلوكه وتفكيره. فالتصميم الجيد هو الذي يجمع بين الجمال والوظيفة في آنٍ واحد، ويجعل الرسالة تصل إلى الجمهور بأسرع وقت وأعمق أثر.

وفي هذا الإطار يُعدّ التصميم الجرافيكي بمثابة حلقة الوصل بين المرسل والمتلقي، إذ يوصل رسالة معينة بطريقة جذابة ومثيرة للاهتمام تميز صاحبها عن غيره وتسهّل عملية الإقناع، كما يستهدف التأثير على الجمهور وإحداث تغيير في سلوكهم واتجاهاتهم.¹

وتتجلى وظيفة التواصل البصري في عدة جوانب أساسية، أبرزها جذب انتباه المتلقي وتوجيه نظره نحو العناصر الأهم في التصميم، ثم توضيح الرسالة وإيصالها بسهولة دون تعقيد أو غموض. كما يعمل التواصل البصري على توجيه مسار القراءة من خلال التسلسل البصري الذي يحدد ترتيب مشاهدة العناصر داخل التصميم، مما يجعل المتلقي يتلقى الرسالة بشكل تدريجي ومنظم. فضلاً عن ذلك، تساهم هذه الوظيفة في ترسيخ الهوية البصرية من خلال توحيد الأسلوب البصري وجعل التصميم متماسكاً ومعبراً، مما يخلق في ذهن الجمهور صورة واضحة وراسخة لا تُنسى.

وبهذا يصبح التواصل البصري أداة أساسية تحوّل الفكرة إلى نظام بصري قابل للفهم والتفاعل، ورافعاً حقيقياً لجودة الاتصال بين المصمم والمتلقي، بما يحقق هدف التصميم في الإقناع والتوجيه والتأثير.

¹ مجلة الفنون التشكيلية والتربية الفنية، ديناميكية الاتصال البصري للأبيض والأسود وأثره في إثراء التصميم الجرافيكي، المجلد الثامن، العدد الأول، يناير 2024، ص35.

3.2 البعد الجمالي والابداعي في التصميم الجرافيكي:

لا يقتصر التصميم الجرافيكي على كونه أداة تواصل فحسب، بل يحمل في طياته بعداً جمالياً وإبداعياً لا يقل أهمية عن وظيفته التواصلية. فالمصمم الجرافيكي ليس مجرد ناقل رسالة، بل هو فنان يوظف عناصر التصميم لخلق تجربة بصرية تؤثر في المتلقي وتثير مشاعره وتبقى في ذاكرته طويلاً.

ويتجلى البعد الجمالي في التصميم من خلال الانسجام بين العناصر البصرية وحسن اختيار الألوان والخطوط والأشكال، بما يخلق تناغماً بصرياً يُريح العين ويشدها في آنٍ واحد. فالجمال في التصميم ليس مجرد زخرفة، بل هو نتيجة طبيعية لقرارات تصميمية مدروسة تراعي التوازن والتناسب والانسجام بين كل عنصر وآخر.

أما البعد الإبداعي فيتجلى في قدرة المصمم على تجاوز المألوف والخروج من الأطر التقليدية، إذ يسعى إلى إيجاد حلول بصرية مبتكرة تعبر عن الفكرة بطريقة أصيلة ومميزة لم يسبق إليها أحد. والإبداع في التصميم لا يعني الخروج عن القواعد والمبادئ الأساسية، بل يعني توظيفها بذكاء وبطريقة غير متوقعة تفاجئ المتلقي وتأسره.

وفي سياق الهوية البصرية للمعرض الفني تحديداً، يصبح هذان البعدان ضرورة لا خياراً، إذ لا يمكن تصميم هوية تعكس روح الفن وتنتقل إبداع الفنان دون ذوق جمالي رفيع وإبداع حقيقي يجعل الهوية البصرية امتداداً طبيعياً للأعمال الفنية التي تمثلها.

3 العلاقة بين الهوية البصرية والمعرض الفني:

يُعدّ المعرض الفني الفضاء الذي تجد فيه الأعمال الفنية صداها الحقيقي، وتلتقي فيه رؤية الفنان بعين المتلقي. غير أن هذا الفضاء لا يكفي بعرض الأعمال فحسب، بل يحتاج إلى هوية بصرية واضحة تُعرّفه وتُميّزه وتشوّق الجمهور لزيارته. ومن هذا المنطلق جاء هذا المحور ليتناول مفهوم المعرض الفني وطبيعته، قبل أن ينتقل إلى معرض "الراحة في الأزرق" كتجربة فعلية تجسّد العلاقة الحقيقية بين الهوية البصرية والمعرض الفني.

1.3 ماهية المعرض الفني:

المعرض الفني فضاء إنساني بامتياز، وُجد منذ أن أراد الإنسان أن يشارك ما يبدعه مع الآخرين. وقد تطور هذا الفضاء عبر التاريخ وتنوعت أشكاله، لكنه بقي دائماً المكان الذي يلتقي فيه الفنان بجمهوره وتجد فيه الأعمال الفنية صداها الحقيقي. وتعرّفه ويكيبيديا بأنه "قاعة أو مجموعة من القاعات يعرض فيها الفنانون إنتاجهم، وترقى فكرة المعارض الفنية إلى أيام اليونان القدامى الذين كان من دأبهم أن يقيموا معارض لمختلف الروائع الفنية في مناسبات مختلفة، واليوم تعتبر إقامة المعارض الفنية سبيل الشهرة الأوحى بالنسبة إلى الفنانين الطالعين، ومن هنا حرص هؤلاء الفنانون على تقديم إنتاجهم للجمهور في معارض فنية يستهدفون منها التعريف بهذا الإنتاج وبيعه من قادري الأعمال الفنية وهواتها".¹

¹المعرض الفني https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B9%D8%B1%D8%B6_%D9%81%D9%86%D9%8A

تعريف معرض الراحة في الأزرق:

يُعدّ معرض "الراحة في الأزرق" تجربةً فنيةً فرديةً أولى، تجمع بين شغف الرسم وتخصص التصميم الجرافيكي في مسعى واحد. يضم المعرض اثنتي عشرة لوحة تشكيلية منجزة بتقنية الألوان الأكريليكية، مستوحاة من الأسلوب البصري للفنان فنسنت فان خوخ لا سيما من حيث الألوان وضربات الفرشاة التعبيرية، غير أنها لا تقتصر على المحاكاة بل تتجاوزها إلى التعبير عن رؤية شخصية وإبداعية أصيلة تمزج بين الموروث الفني العالمي والخصوصية الثقافية الجزائرية.

ينطلق المعرض من فكرة بسيطة وعميقة في آنٍ واحد، وهي أن الأزرق ليس مجرد لون بل هو إحساس. فمن خلال لوحاته الاثنتي عشرة يدعو الزائر للتوقف لحظة والغوص في عالم من الهدوء والصفاء، حيث تحكي كل لوحة قصتها الخاصة بلغة الألوان والأشكال. وقد أقيم المعرض في رواق الفن بخروبة مستغانم بتاريخ 22 يونيو 2026، في إطار متطلبات مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص التصميم الجرافيكي بجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم.

البطاقة التقنية للمعرض الفني الفردي:

الأزرق ليس لوناً فقط، بل حالة من الهدوء الذي لا يخلو من حركة. في هذا المعرض، اثنتا عشرة لوحة ترسم حواراً بين روح فان خوخ التعبيرية وذاكرة الأرض الجزائرية. بين سماء لا تنام، وحقول زيتون تحتفظ بأسرارها، وبابونج بسيط يقول ما لم تقله الكلمات.

هنا، الفوضى هادئة. والخط ليس مجرد حد، بل روح تتنفس. والظهر الذي لا يُرى يحمل براءة لا توصف. إنها رحلة إلى أماكن لا تغلق أبوابها: غرفة تعرف الجدران فيها كل شيء، ومقهى لا ينام، ودرب في القصبة لم يتغير رغم الزمن.

اسم الفنانة	اسم المعرض	الاسلوب	الخامة	عدد لوحات	مكان المعرض	وقت وتاريخ الافتتاح	مقياس الأغلبية
عبدو صفية	الراحة في الازرق	من أسلوب فنسيت فان خوخ	الاكريليك	12 لوحة	رواق الفن خروبة مستغانم	10 صباحا 22 جوان 2026	50/40 cm

شرح بسيط للوحات الفنية:

- 1 لوحة تحت سماء لا تنام | 40×50 سم.
سماء لا تهدأ ولا تنام، تحمل في طياتها دوامات اللون وتقلبات الروح. استلهمت هذه اللوحة من عالم فان خوخ البصري، غير أنها تحمل في ألوانها وتفاصيلها ملامح السماء الجزائرية التي نعرفها ونحبها.
- 2 لوحة حين يحلم الذكاء | 60×50 سم
على حدود الفن الإنساني والذكاء الاصطناعي تقف هذه اللوحة تتساءل: من يرسم النجوم حقاً؟ الإنسان بفرشاته أم الآلة بخوارزمياتها؟ ليلة نجوم تجمع بين عالمين لم يلتقيا من قبل.
- 3 لوحة ما لم تقله الزهرة | 40×50 سم
بدلاً من عباد الشمس اخترت البابونج، تلك الزهرة الجزائرية البسيطة التي تحمل في بتلاتها البيضاء ما لم تستطع الكلمات البوح به. فالجمال لا يحتاج دائماً إلى ضخامة ليترك أثراً.
- 4 لوحة أرض تتذكر | 40×50 سم
حقل زيتون جزائري أصيل يحتضن النحل عوضاً عن الغربان. أرض تحمل ذاكرة عميقة وتاريخاً راسخاً يتجلى في كل ضربة فرشاة، فبين أشجار الزيتون تكمن هوية لا تُنسى.
- 5 لوحة بيني وبين الجدران | 40×50 سم
عرفتي أنا بأسلوب فان خوخ، مستوحاة من لوحته الشهيرة غير أنها تحمل تفاصيلي وحدي. مساحة شخصية جداً تحكي ما تعرفه الجدران وتخترنه الأركان من لحظات صمت وتأمل.

- 6 لوحة وجه لم أره | 40×50 سم
شخصية بأسلوب فان خوخ التعبيري القوي، وجهٌ يحمل في تفاصيله ما لا تستطيع العين رؤيته. فأحياناً أكثر ما في الإنسان عمقاً هو ما يخفيه لا ما يُظهره.
- 7 لوحة خط يعرفني | 50×50 سم
خطٌ يمتد ويلتوي ويتكرر كأنه يحكي قصة لا تنتهي. توظيف الخط كعنصر تعبيري أساسي يعكس الأسلوب الحركي لفان خوخ، حيث لا يكون الخط مجرد حدود بل روحاً تتنفس.
- 8 لوحة فوضى هادئة | 40×30 سم
مزيجٌ من العناصر والألوان يبدو للوهلة الأولى مربكاً، غير أن المتأمل يجد في هذه الفوضى هدوءاً عميقاً وانسجاماً خفياً. فالفوضى الحقيقية أحياناً هي أكثر الأشياء سكينَةً.
- 9 لوحة درب لم يتغير | 50×50 سم
من أحياء القصبة العتيقة في مستغانم، درب يقاوم الزمن ويحتفظ بذاكرته. بأسلوب فان خوخ تحوّلت الأحجار والأرقة إلى لوحة تحكي هوية مكان لا يُنسى.
- 10 لوحة ظهر لا يُرى | 40×50 سم
طفلةٌ صغيرة من الخلف، غموضٌ وبراءة في آنٍ واحد. ما لا نراه أحياناً يقول أكثر مما نرى، وما يخفيه الظهر يحمله القلب.
- 11 لوحة أستاذي في أسلوب آخر | 60×50 سم
تكريماً فني للأستاذ من خلال إعادة رسم لوحته بأسلوب فان خوخ. حوار بصري بين جيلين وأسلوبين، تعبيرٌ عن الامتتان بلغة الألوان لا بلغة الكلمات.
- 12 لوحة مقهى لا يغلق | 40×50 سم
مقهىٌ من الخيال بأسلوب فان خوخ، مستوحى من مقهى الليل الشهير غير أنه يحمل روحاً جزائرية خالصة. مكانٌ للراحة والتأمل لا يعرف النهاية ولا يُغلق أبواباً.

2.3 دور الهوية البصرية في التسويق للمعارض الفنية:

لم يعد المعرض الفني اليوم يكتفي بعرض الأعمال وانتظار الجمهور، بل أصبح يحتاج إلى استراتيجية تسويقية واضحة تُعرِّفه وتُميزه وتجذب إليه أكبر شريحة ممكنة من الجمهور. وفي هذا السياق تبرز الهوية البصرية كأداة تسويقية فعّالة لا غنى عنها، إذ تؤدي دوراً محورياً في الترويج للمعرض الفني وإيصاله إلى جمهوره.

ويتجلى هذا الدور في عدة مستويات، فعلى مستوى الجذب تعمل الهوية البصرية على لفت انتباه الجمهور وإثارة فضوله قبل حتى أن يعرف تفاصيل المعرض، وذلك من خلال الملصق الذي يصل إلى الفضاء العام ويحمل رسالة المعرض بشكل مرئي مباشر. وعلى مستوى الإقناع تعمل بطاقة الدعوة والمطوية على تقديم المعرض بشكل مفصل ومقنع يدفع الجمهور إلى اتخاذ قرار الزيارة. أما على مستوى الاستمرارية فتضمن الهوية البصرية بقاء المعرض في ذهن الجمهور حتى بعد انتهائه، مما يُرسِّخ اسم الفنان ويبني له حضوراً في المشهد الثقافي. وهكذا تصبح الهوية البصرية ليست مجرد أداة جمالية بل هي الصوت المرئي للمعرض الفني، الذي يتكلم قبل أن تُفتح أبوابه ويبقى بعد أن تُغلق.

3.3 مميزات الهوية البصرية للمعارض الفنية:

تتميز الهوية البصرية الناجحة للمعرض الفني بجملة من الخصائص التي تجعلها متوازنة ومتناسقة في نظر الجمهور، وقد حرصت في هوية معرض "الراحة في الأزرق" على تجسيد هذه المميزات كاملة:

- الاتساق اللوني: حرصت على توظيف نفس الألوان في جميع عناصر الهوية البصرية من ملصق وبطاقة دعوة ومطوية، إذ تمحورت المنظومة اللونية كلها حول اللون الأزرق الذي يعكس مباشرة عنوان المعرض وروحه. وهذا الاتساق اللوني يجعل الجمهور يتعرف على المعرض فوراً أينما رأى هذه الألوان.

- توحيد الخطوط: وظّفت نفس الخط في جميع عناصر الهوية البصرية، مما يمنحها تناسقاً وانسجاماً واضحاً يجعل كل القطع تبدو وكأنها تنتمي إلى عالم بصري واحد. فالخط ليس مجرد أداة كتابة بل هو جزء من شخصية الهوية البصرية.
- تكرار الأشكال البصرية: اعتمدت على نفس الأشكال والعناصر البصرية في كل القطع، وكان أبرزها توظيف لوحة فان خوخ كعنصر بصري مشترك يربط جميع عناصر الهوية ببعضها. هذا التكرار خلق وحدة بصرية واضحة تجعل الهوية متماسكة في ذهن المتلقي.
- الارتباط بروح الفنان: لم تكن الهوية البصرية مستقلة عن الأعمال المعروضة، بل كانت امتداداً طبيعياً لها. فكما استلهمت لوحاتي من أسلوب فان خوخ، استلهمت الهوية البصرية من نفس الأسلوب، مما جعل كل شيء يحكي قصة واحدة ويعكس رؤية واحدة. وهذا بالضبط ما يميز الهوية البصرية للمعرض الفني عن أي هوية أخرى، فهي ليست مجرد تصميم بل هي روح الفنان في شكل مرئي.

خاتمة

من خلال ما تناولناه في هذا الجانب النظري، تبين لنا أن الهوية البصرية ليست مجرد عناصر تصميمية منفصلة، بل هي منظومة متكاملة تعمل وفق أسس ومبادئ محددة لتحقيق هدف واحد، وهو إيصال رسالة واضحة ومؤثرة إلى المتلقي. كما تبين أن التصميم الجرافيكي يجمع في جوهره بين وظيفتين لا تنفصلان، وظيفة التواصل البصري التي تضمن وصول الرسالة، والبعد الجمالي والإبداعي الذي يجعل هذا الوصول مؤثراً وراسخاً في الذاكرة. وقد كشف هذا الجانب النظري كذلك عن العلاقة العضوية التي تربط الهوية البصرية بالمعرض الفني، إذ لا يمكن لأي معرض أن يؤدي دوره التواصلية والثقافية دون هوية بصرية واضحة تُعرّفه وتُميزه وتُشوّق الجمهور لزيارته. وانطلاقاً من هذه المعطيات النظرية، جاء الجانب التطبيقي ليُجسّد كل ما تناولناه في هوية بصرية حقيقية لمعرض "الراحة في الأزرق".

الجانف

التطبيقة

تمهيد:

بعد أن أرسى الجانب النظري الأسس المفاهيمية لهذه الدراسة، جاء هذا الجانب التطبيقي ليُجسّد تلك المفاهيم على أرض الواقع ويمنحها معنىً حقيقياً. فالنظري وحده لا يكتمل دون تطبيق، والتطبيق دون أسس نظرية يبقى عملاً عشوائياً بلا عمق. ومن هذا التكامل بين الجانبين وُلدت فكرة هذا العمل الذي يجمع بين تصميم هوية بصرية متكاملة وإقامة معرض فني فردي في آنٍ واحد، وهي تجربة أولى تحمل في طياتها تحدياً حقيقياً وإضافة نوعية في مسيرة تخصص التصميم الجرافيكي.

وقد تمحور هذا العمل التطبيقي حول تصميم هوية بصرية لمعرض فني فردي بعنوان "الراحة في الأزرق"، مستوحى من الأسلوب البصري للفنان فان خوخ خاصة من حيث الألوان وطريقة التعبير. وتسعى هذه التجربة إلى إثبات أن الهوية البصرية ليست مجرد عناصر جمالية معزولة، بل هي منظومة متكاملة تخدم العمل الفني وتوصل رسالته إلى الجمهور قبل أن يرى لوحة واحدة.

وقد تجسّدت هذه الهوية في ثلاث دعائم اتصالية متكاملة، بطاقة الدعوة التي تمثل أول لقاء بصري بين المعرض والجمهور، والملصق الإعلاني الذي يحمل رسالة المعرض في الفضاء العام ويشوّق الجمهور لزيارته، والمطوية التعريفية التي تعرّف بالمعرض وفكرته وأهدافه بشكل مفصل. وقد اعتمد تصميم كل عنصر على مراحل متتالية ومدرسة، بدءاً من الإسكيز بالقلم الرصاص الذي يُجسّد الفكرة الأولى، مروراً بمراحل التطوير الرقمي ببرنامج Adobe Illustrator، وصولاً إلى التصميم النهائي الجاهز للطباعة والتوزيع.

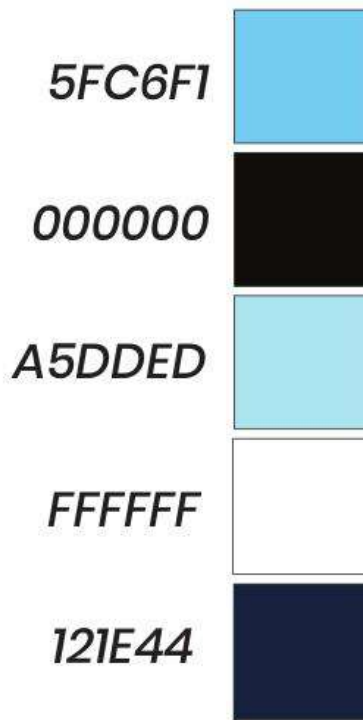
° حيث سيتم في هذا الجانب توثيق وتحليل كل عنصر على حدة، من خلال عرض:
الصور النهائية للعنصر.

. الرسومات الأولية بالقلم الرصاص ثم المراحل التصميمية التي تم اتباعها لكل عنصر.
. تحليل وصفي مختصر لكل عنصر يبرز خصائصه الجمالية والوظيفية.

تصميم الهوية البصرية للمعرض الفني الفردي: قد احتاج الى عدة عناصر واخترت منها ثلاث عناصر أساسية وهي الملصق والمطوية وبطاقة دعوة وكل عنصر يمر بعدة مراحل سأطرق لها فيما يلي:

اسم المعرض: الراحة في الازق كان اختياري لهذا العنوان نسبة الى اللون الأساسي من لوحات الفنان فان خوخ والرمزية الفيسيولوجية للون لازرق "فهو يعطي شعورا بالهدوء والاسترخاء ويقلل ضغط الدم ومعدل التنفس، يرمز الى الثقة والاحترافية"¹.

الألوان المستعملة:



لوحة الالوان من موقع
ADOBE COLOR

¹ احمد ال قاسم، اساسيات التصميم الجرافيك، 2025، ص140 <https://online.fliphtml5.com/avbhq/xcqy/#p=14>

الخط المستعمل: اردت ان استعمل خط يتماشى مع أسلوب الفنان

SAFIA GOGH

→ Segoe Print

معرض الراحة في
الازرق

← Cairo

اكواد واسماء الخطوط المستعملة

شرح بسيط بالنسبة للخطوط المستعملة في الهوية البصرية:

. اعتمدت في تصميم هوية معرض "الراحة في الأزرق" على خطين رئيسيين متكاملين:

. خط — Segoe Print لاسمي SAFIA GOGH

اخترت هذا الخط لاسمي لأنه يحمل طابعاً يدوياً وحرّاً يوحي بضربات الفرشاة وأسلوب الكتابة الفني، مما يجعله منسجماً مع روح فان خوخ وأسلوبه التعبيري الحر. فالخط المكتوب باليد يضيف على التصميم طابعاً شخصياً وأصيلاً يعكس هويتي كفنانة ومصممة في آنٍ واحد.

. خط — Cairo لاسم المعرض "الراحة في الأزرق"

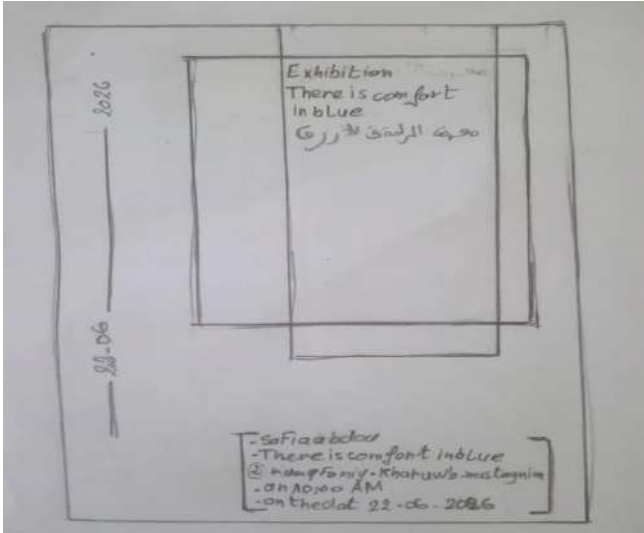
اخترت خط Cairo للنص العربي لأنه خط عصري وواضح وسهل القراءة، ويحافظ في نفس الوقت على الطابع الأنيق والمتوازن الذي تحتاجه الهوية البصرية. كما أن انسجامه مع خط Segoe Print يخلق تناغماً بصرياً بين اللغتين العربية والإنجليزية في التصميم.

1 الملصق: (Affiche)

يُعدّ الملصق العنصر الأول الذي يلتقي به الجمهور قبل أن يدخل المعرض، وهو ما يجعله أكثر عناصر الهوية البصرية مسؤولية وتأثيراً. ويعرفه رمزي لعربي بأنه " أداة إعلانية وإعلامية في الغالب، ويمكن استخدامها في الديكور والتزيين في بعض الأحيان، وهو متعدد الأحجام والأهداف، ويعتبر أسرع مادة إعلانية مطبوعة لنقل الأفكار إلى الجمهور.¹ لذلك حرصت على أن يكون الملصق معبراً عن روح المعرض ومشوقاً للجمهور في آنٍ واحد وقد صمم الملصق بمقياس A2 أي (42/59,4) cm ليحقق حضوراً بصرياً قوياً في الفضاء العام. ومن خلال مراحل تصميمية متتالية بدأت بالقلم الرصاص ولم تنته إلا حين وجدت التوازن المطلوب بين الجمال والوظيفة.

1.1 مرحلة التخطيط واختيار الملصق المناسب للمعرض

بعد عدة محاولات اخترت هذا الشكل، بدأت بالإسكيز كما تبدأ كل فكرة، بالقلم والورقة قسّمت

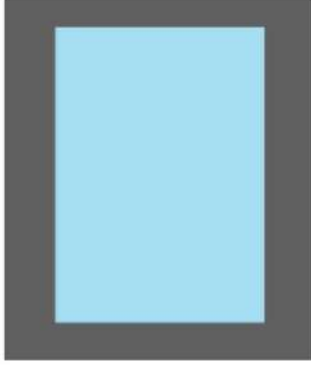


الملصق إلى منطقتين متداخلتين بشكل مقصود لخلق إيهام بالعمق البصري وجعل العين تنتقل بين العناصر بشكل طبيعي. خصصت الجزء العلوي لاسم المعرض بثلاث لغات لأنني أردت أن يكون المعرض في متناول أكبر شريحة من الجمهور، والجزء الأيسر للتاريخ ليكون أول ما يلتفت النظر، والجزء السفلي لمعلومات المكان والتوقيت.

1- صورة توضح الرسم الأولي للملصق بالقلم الرصاص

¹ رمزي العربي، التصميم الجرافيكي، عمان 2012، صفحة 146 <https://faculty.ksu.edu.sa/sites/default/files/graphicbook.pdf>

2.1 البناء الأولي في Adobe Illustrator



مرحلة من مراحل انجاز ملصق باستخدام برنامج
ADOBE ILLUSTRATOR

انتقلت إلى برنامج Adobe Illustrator لتحويل الفكرة إلى تصميم رقمي. اخترت اللون الأزرق الفاتح كخلفية رئيسية لأنه اللون المحوري في هوية المعرض ويعكس مباشرةً عنوانه "في الأزرق راحة". وأدرجت لوحة "الليلة المرصعة بالنجوم" لفان خوخ كعنصر بصري مركزي، لأنها من أكثر أعماله تعبيراً عن عالمه اللوني وأقربها لأسلوبه في هذا المعرض.

3.1 مرحلة التطوير والإضافات



مرحلة من مراحل انجاز ملصق باستخدام برنامج
ADOBE ILLUSTRATOR

في هذه المرحلة بدأت أضيف التفاصيل التي تجعل الملصق مكتملاً. أضفت اسمي Abbedou SAFIA في أعلى الملصق واسم SAFIA GOGH في الجزء الأسفل من الصورة كتوقيع فني. وأدرجت المعلومات التفصيلية باللغتين العربية والإنجليزية، لأن الملصق لا يكتفي بأن يكون جميلاً بل يجب أن يكون مفيداً ويجيب على كل أسئلة الجمهور من أين ومتى وكيف.



مرحلة من مراحل انجاز ملصق باستخدام برنامج
ADOBE ILLUSTRATOR

4.1 مرحلة التصميم النهائي راجعت كل العناصر وتأكدت من أن التوازن البصري محقق بين الصورة والنص والمساحات الفارغة. أقيمت على نفس الهوية اللونية الزرقاء لضمان الاتساق مع باقي عناصر الهوية البصرية كبطاقة الدعوة والمطوية. وشعرت أن لوحة فان خوخ في المنتصف تؤدي دورها كاملاً كنقطة جذب بصرية تشد عين المتلقي وتجعله يريد أن يعرف أكثر عن هذا المعرض.



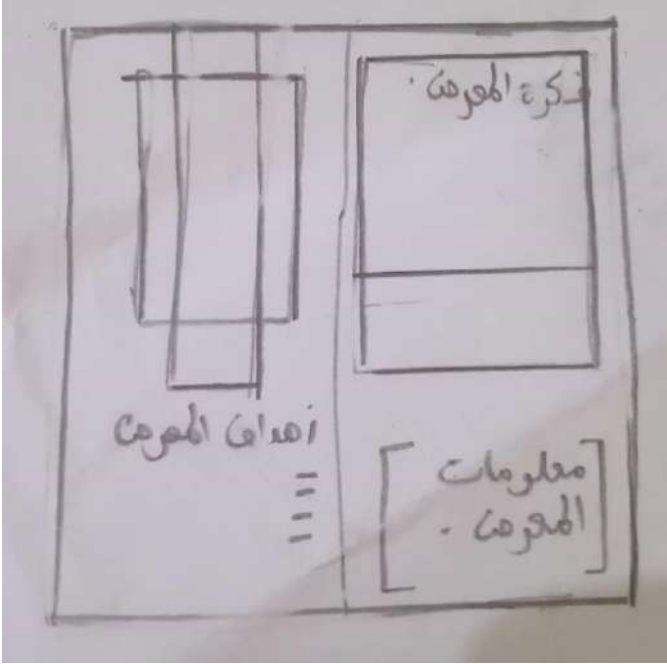
صورة توضح الصيغة النهائية للملصق

2. المطوية (Dépliant)

المطوية في نظري هي الجانب الأكثر تفصيلاً في الهوية البصرية للمعرض، فهي تمنح الزائر فرصة التعرف على المعرض بعمق أكبر من خلال فكرته وأهدافه ومعلوماته. ويعرفها رمزي العربي في كتابه تصميم الجرافيك بأنها " عبارة عن نشرة إعلانية تتكون من طوي صفحة التصميم إلى عدة طويات بهدف عرض أكبر كمية من المعلومات، وقد يحتوي على شرح مفصل بالإضافة إلى استخدام الصور والأشكال المختلفة.¹ كما اخترت لها مقياس A4 (21 / 29,7) cm لتتيح مساحة كافية لعرض محتواها. لذلك حرصت على أن تكون مكتملة للملصق وبطاقة الدعوة وتحمل نفس الهوية البصرية.

1.2 مرحلة إسكيز الواجهة الداخلية

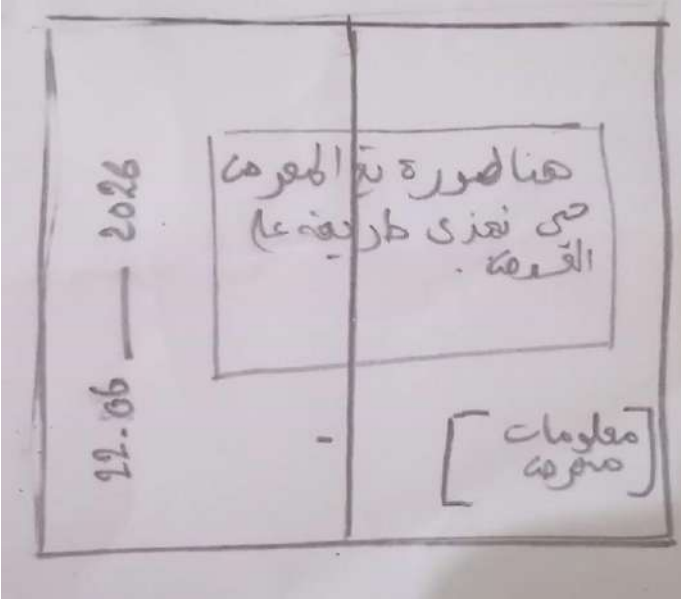
بعد ما أنجزت عدة محاولات اخترت هذه المطوية لتكون عنصر من عناصر الهوية البصرية للمعرض الخاص بي والتي تكون ب مقياس A4. قسّمت المساحة إلى أربعة أجزاء، الجزء الأيسر العلوي لفكرة المعرض، والأيسر السفلي لأهداف المعرض، والأيمن العلوي للصورة، والأيمن السفلي لمعلومات المعرض. هذا التقسيم يجعل القارئ يتنقل بين المحتوى بشكل طبيعي ومنظم.



¹ رمزي العربي، التصميم الجرافيكي، عمان 2012، صفحة 153 <https://faculty.ksu.edu.sa/sites/default/files/graphicbook.pdf>

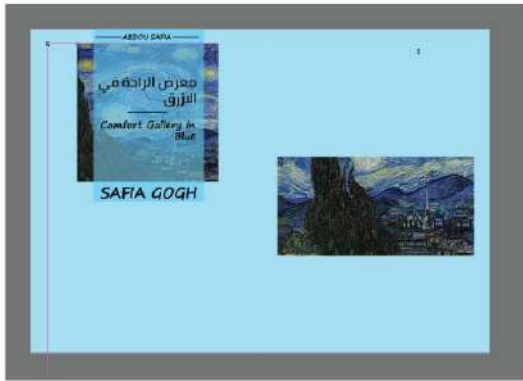
إسكيز الواجهة الخارجية

بدأت بالقلم والورقة لتخطيط الواجهة الخارجية للمطوية. قسّمت المساحة إلى جزئين، جزء أيسر للتاريخ 06/22 — 2026 على الجانب، وجزء أيمن لصورة المعرض ومعلوماته الأساسية. أردت أن يكون التوزيع بسيطاً وواضحاً يشد العين مباشرةً.



2.2 البناء الأولي في Adobe Illustrator

انتقلت إلى برنامج Adobe Illustrator وبدأت ببناء الهيكل الأساسي للمطوية. اخترت اللون الأزرق الفاتح كخلفية رئيسية للحفاظ على الاتساق مع باقي عناصر الهوية البصرية، وأضفت لوحة فان خوخ كعنصر بصري.



مرحلة من مراحل انجاز مطوية باستخدام برنامج
ADOBE ILLUSTRATOR

3.2 إضافة المحتوى الداخلي

في هذه المرحلة بدأت بإضافة المحتوى الداخلي للمطوية، من فكرة المعرض وأهدافه في الجزء الأيسر، ومعلومات المكان والتوقيت باللغتين العربية والإنجليزية في الجزء الأيمن. حرصت على أن يكون النص واضحاً ومقروءاً ومتناسقاً مع الصورة



4.2 التطوير والتعديلات

طورت التصميم بإضافة اسمي Abdou Safia في أعلى الواجهة الخارجية واسم SAFIA GOGH تحت الصورة مباشرةً. كما ضبطت حجم الخطوط وأماكن العناصر لتحقيق التوازن البصري المطلوب بين الجزء الأيسر والأيمن.



مرحلة من مراحل انجاز مطوية باستخدام برنامج ADOBE ILLUSTRATOR

شرح بسيط لمحتوي المطوية كونه لا يرى بالعين نظراً لصغر حجم الكتابة:

وتجدر الإشارة إلى أن المحتوى النصي الداخلي للمطوية من فكرة وأهداف ومعلومات قد جاء بخط صغير الحجم في الصور المرفقة، وذلك لأن المطوية صُممت للطباعة الفعلية حيث يكون النص واضحاً ومقروءاً بشكل كافٍ. وفيما يلي توضيح لمحتوى الواجهة الداخلية:

فكرة المعرض:

انطلقت فكرة المعرض من تساؤل بسيط وعميق في آنٍ واحد: ماذا لو كان للون روح؟ وماذا لو كان الأزرق وحده كافياً ليمنحك لحظة من الهدوء في عالم لا يتوقف عن الضجيج؟ من

هذا التساؤل وُلدت فكرة معرض "الراحة في الأزرق" الذي يدعو الزائر للتوقف لحظة والغوص في عالم من اللوحات التشكيلية المستوحاة من أسلوب فان خوخ.

أهداف المعرض:

- منح الزائر تجربة بصرية فريدة تأخذه بعيداً عن ضجيج الحياة اليومية وتمنحه لحظة من الصفاء والراحة
- إثبات أن اللون وحده قادر على أن يحكي قصة ويوصل مشاعر عميقة بدون كلمات
- تقديم تجربة فنية جزائرية أصيلة مستوحاة من إرث فني عالمي تجمع بين الموروث العالمي والهوية المحلية



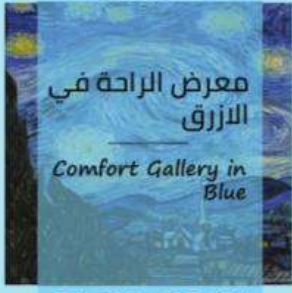
تصميم الواجهة الامامية لمطوية باستخدام برنامج
ADOBE ILLUSTRATOR

تصميم الواجهة الخلفية لمطوية باستخدام برنامج
ADOBE ILLUSTRATOR

5.2 التصميم النهائي

جاء التصميم النهائي ليجمع كل ما عملت عليه في صورة متكاملة ومنسجمة. وكان أبرز قرار اتخذته في هذه المرحلة هو استخدام صورة حقيقية لرواق الفن بخروبة مستغانم في الواجهة الخارجية للمطوية بدلاً من لوحة فان خوخ، لأن الواجهة الخارجية وظيفتها إعطاء الزائر فكرة عن المكان الفعلي للمعرض. فيما أبقى على لوحة فان خوخ في الواجهة الداخلية لتعكس روح المعرض وأسلوبه الفني. وقد حافظت على نفس الهوية اللونية الزرقاء مع التاريخ والمعلومات

باللغتين العربية والإنجليزية، فجاءت المطوية في نهاية المطاف عملاً متماسكاً يجمع بين الواقعي والفني في آنٍ واحد.



ABDOU SAFIA

معرض الراحة في الأزرق

Comfort Gallery in Blue

SAFIA GOGH

الهدف المعرض :

- 1 ملج الأثر تجربة بصرية فريدة تأخذ بعيداً عن ضجيج اليومي وللمساحة لحظة من الصفاء والراحة.
- 2 إبراز أن اللون وحده قادر على أن يتحدث قصة ويوصل مشاعر بدون كلمات.
- 3 تقديم تجربة فنية جازلية أصيلة مستوحاة من إرث فني عالم لتجسيد العلاقة بين الهوية البصرية والعمل الفني في إطار تطبيقي حقيقي.

فكرة المعرض :

ماذا لو كان اللون روح؟ وماذا لو كان الأزرق وحده كامباً ليمتدك لحظة من الهدوء في عالم لا يتوقف عن الضجيج؟ من هذا التساؤل ولدت فكرة هذا المعرض، الذي يدعوك للتوقف لحظة والفokus في عالم من اللوحات التشكيلية المستوحاة من أسلوب الفنان فان جوج. لكنكشف أن في الأزرق راحة لم تكن تعرف أنك تبحث عنها.



موقع : رواق الفن خروبة مستغانم

توقيت : 10 صباحاً

افتتاح : 2026/ 06/ 22

Location: Art Gallery, Kharouba, Mostaganem

Time: 10 AM

Opening: 22/06/2026

22/06 ——— 2026

صورة توضح عنصر المطوية من الجهة الامامية



2026

22/06

Location: Art Gallery, Kharouba, Mostaganem

Time: 10 AM

Opening: 22/06/2026

موقع : رواق الفن خروبة مستغانم

توقيت : 10 صباحاً

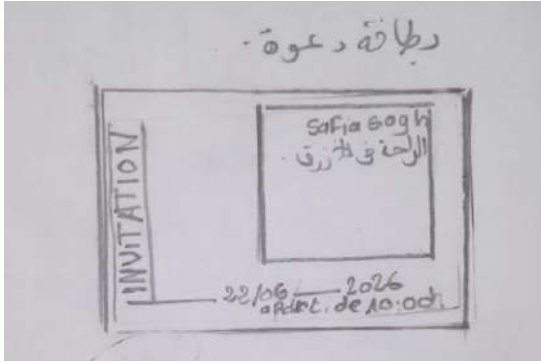
افتتاح : 2026/ 06/ 22

صورة توضح عنصر المطوية من الجهة الخلفية

3 بطاقة دعوة Carte d'invitation

بطاقة الدعوة في نظري ليست مجرد ورقة تحمل معلومات، بل هي أول لمسة حقيقية بين المعرض والشخص المدعو ويعرفها رمزي العربي انها "البساطة هي أساس تصميم بطاقات الدعوة بكافة أشكالها، حتى مع تنوع الأشكال والألوان في بعض أنواع البطاقات تبقى البساطة هي العامل الرئيس في جعل بطاقات الدعوة ناجحة في تصميمها.¹ لهذا اخترت لها مقياس A5 أي (14,8/21) cm وأردتها أن تكون مميزة وتحمل نفس روح المعرض منذ اللحظة الأولى التي يمسكها فيها الشخص بيده.

1.3 مرحلة الإسكيز (Esquisse)



بدأت كعادتي بالقلم والورقة. قسّمت البطاقة إلى جزئين رئيسيين، جزء أيسر خصصته لكلمة INVITATION بشكل عمودي لأنها أول ما يجب أن تقع عليه العين، وجزء أيمن خصصته لاسم المعرض واسمي مع مساحة للصورة. وفي الجزء السفلي وضعت التاريخ والتوقيت لأنهما المعلوماتان اللتان يبحث عنهما أي شخص بعد قراءة الاسم مباشرة.

2.3 مرحلة البناء الأولي في Adobe Illustrator



مرحلة من مراحل انجاز بطاقة دعوة باستخدام برنامج ADOBE ILLUSTRATOR

انتقلت إلى برنامج Adobe Illustrator وبدأت بالهيكل الأساسي. اخترت اللون الأزرق الفاتح كخلفية لأنه اللون المحوري في هوية المعرض، وأضفت كلمة INVITATION عمودياً في الجزء الأيسر. في هذه المرحلة أردت أن أرى كيف تبدو الفكرة رقمياً قبل أن أضيف التفاصيل.

¹ رمزي العربي، التصميم الجرافيكي، عمان 2012، صفحة 161 <https://faculty.ksu.edu.sa/sites/default/files/graphicbook.pdf>

3.3 مرحلة إضافة الصورة والنصوص



أضفت في هذه المرحلة لوحة "الليلة المرصعة بالنجوم" لفان خوخ في الجزء الأيمن العلوي، واسم المعرض باللغتين العربية والإنجليزية واسمي SAFIA GOGH. اخترت هذه اللوحة تحديداً لأنها تعكس أكثر ما يلهمني في أسلوب فان خوخ، ألوانها وحركتها وعمقها.

4.3 مرحلة إضافة الزخارف والتفاصيل



مرحلة من مراحل انجاز بطاقة دعوة باستخدام برنامج ADOBE ILLUSTRATOR

جربت في هذه المرحلة تغيير خلفية الجزء الأيسر إلى اللون الرمادي الداكن وأضفت زخارف زرقاء حول كلمة INVITATION. كما أضفت التاريخ 06/22 — 2026 في الجزء السفلي. غير أنني لاحظت أن اللون الرمادي يكسر انسجام الهوية البصرية، فقررت التراجع عنه في المرحلة الأخيرة.

5.3 مرحلة التصميم النهائي



تصميم بطاقة دعوة باستخدام برنامج ADOBE ILLUSTRATOR

عدت إلى اللون الأزرق الفاتح كخلفية موحدة للبطاقة كاملة، وهو القرار الذي جعل كل شيء ينسجم. أضفت الزخارف الزرقاء في الأعلى والأسفل لتعطي البطاقة طابعاً فنياً راقياً، وأدرجت المعلومات الكاملة باللغتين العربية والإنجليزية. وحين نظرت إلى النتيجة النهائية شعرت أنها تعكس فعلاً روح المعرض وتستحق أن تُسلم لشخص مدعو.



صورة توضح عنصر بطاقة الدعوة بصيغته النهائية

العلاقة بين الجانب النظري والتطبيقي :

جاء في كتاب النظام الكامن في فعل التصميم أن "جوهر عملية الاتصال هو المشاركة في الأفكار والمعاني والمعلومات عن طريق انتقالها من شخص إلى آخر باستعمال رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين".¹

وهذا بالضبط ما سعت إليه هوية معرض "الراحة في الأزرق"، إذ عملت كل عناصرها من ملصق وبطاقة دعوة ومطوية على توحيد الرموز البصرية وتكرارها لتصل إلى الجمهور برسالة واحدة واضحة ومفهومة.

¹ عناد، دينا محمد. (2016). النظام الكامن في فعل التصميم الإعلانات التجارية. دار الكتب والوثائق، بغداد، المكتبة الوطنية، الفهرسة أثناء النشر صفحة 20.

كما تؤكد عناد أن "لغة الشكل الفني في التصميم تحمل قيمة اتصالية عالية خاصة إذا تلازمت مع الفكرة الإبداعية في التصميم، إذ يحمل الشكل رموزه المعبرة ويعلن عن طرزه وأساليبه عبر تلك الكتل والفضاءات التي يعالجها بصورة تجذب النظر وتدعوه إلى الراحة والإعجاب، فهي دعوة جمالية ووظيفية في نفس الوقت".¹

وهذا ما جسّدته بشكل حقيقي في هويتي البصرية، إذ لم يكن اختيار اللون الأزرق ولوحة فان خوخ مجرد قرارات جمالية، بل كانت رموزاً بصرية تحمل دلالات عميقة تعكس روح المعرض وتوصل رسالته للجمهور قبل أن يقرأ كلمة واحدة. وهكذا تجسّد في هذا العمل التكامل الحقيقي بين الجانب النظري الذي أرسى الأسس والمفاهيم، والجانب التطبيقي الذي جسّدها في هوية بصرية حية ومؤثرة.

خاتمة

من خلال ما تناولناه في هذا الجانب التطبيقي، تبين أن تصميم هوية بصرية لمعرض فني فردي ليس مجرد عمل تقني، بل هو تجربة إبداعية حقيقية تستدعي التفكير العميق في كل قرار تصميمي. فكل لون اخترته وكل شكل وظفته وكل خط استعملته كان يخدم هدفاً واحداً، وهو إيصال روح المعرض إلى الجمهور بطريقة بصرية مؤثرة وراسخة في الذاكرة. وقد أثبت هذا العمل التطبيقي أن الهوية البصرية المتماسكة تُولد من تكامل عناصرها لا من جمال كل عنصر على حدة، فالمصق وبطاقة الدعوة والمطوية لم تكن ثلاثة أعمال منفصلة بل كانت صوتاً بصرياً واحداً يحكي قصة "الراحة في الأزرق" من زوايا مختلفة. وهكذا تجسّد في هذا العمل المعنى الحقيقي للهوية البصرية، أن تكون الهوية امتداداً طبيعياً للعمل الفني لا إضافة مصطنعة عليه.

¹ عناد، دينا محمد. (2016). النظام الكامن في فعل التصميم الإعلانات التجارية. دار الكتب والوثائق، بغداد، المكتبة الوطنية، الفهرسة أثناء النشر صفحة 21

خاتمة

عامة

خاتمة عامة:

في ختام هذه الدراسة التي جمعت بين النظري والتطبيقي في تجربة أولى من نوعها، أستطيع القول أن الهوية البصرية ليست مجرد شعار أو ألوان، بل هي منظومة متكاملة تعكس روح الكيان الذي تمثله وتوصل رسالته إلى الجمهور بطريقة بصرية مؤثرة. وقد أدركت من خلال هذا العمل أن توظيف الهوية البصرية في خدمة المعرض الفني ليس ترفاً بل ضرورة حقيقية، وأن الجمع بين التصميم الجرافيكي والفن التشكيلي في تجربة واحدة يمنح كلاهما عمقاً وقيمة لا يمكن تحقيقها بمعزل عن الآخر.

وقد تعلمت من هذه التجربة أن الهوية البصرية للمعرض الفني لا تتحقق بعنصر واحد مهما كان جميلاً، بل تتشكل من خلال تكامل عناصر متعددة تعمل معاً في انسجام تام. فالملصق يجذب الجمهور، وبطاقة الدعوة تمنحه شعوراً بالخصوصية، والمطوية تعرّفه بالمعرض وتشوّقه لزيارته. وهذا التكامل هو ما يجعل الهوية البصرية أداة تواصل حقيقية وليس مجرد زخرفة بصرية.

كما أثبتت لي التجربة التطبيقية أن استلھام أسلوب فنان عالمي كفان خوخ لا يعني المحاكاة أو النسخ، بل يعني فهم روحه وتوظيف ما يلهمك منه في خلق شيء جديد وأصيل يحمل بصمتك أنت. فألوانه وضرباته وعالمه البصري الفريد كانت منطلقاً لا وجهة، وهذا ما جعل هوية معرض "في الأزرق راحة" مميزة ومختلفة.

وعلى المستوى الشخصي، كانت هذه التجربة من أكثر التجارب ثراءً وعمقاً في مسيرتي الدراسية، إذ جمعت بين شغفين في آن واحد، شغف الرسم وشغف التصميم، وأثبتت لي أن الجمع بينهما ممكن ومثمر وجدير بالاستمرار. فتصميم هوية بصرية لمعرض فني فردي ليس مجرد مهمة أكاديمية، بل هو تجربة إنسانية وإبداعية حقيقية أنصح كل طالب في تخصص التصميم الجرافيكي بخوضها، لأنها تمنحه فرصة نادرة للتعبير عن نفسه وإثبات

قدرته على توظيف ما تعلمه في خدمة الفن والثقافة. وما أجمل أن تنتهي مسيرتك الدراسية بعمل يحمل اسمك وروحك وشغفك في آنٍ واحد.

وفي ضوء ما توصلت إليه، أقدم جملة من التوصيات أبرزها:
ضرورة الاهتمام بالهوية البصرية للمعارض الفنية الجزائرية باعتبارها أداة تواصل لا غنى عنها.

تشجيع طلبة التصميم الجرافيكي على الجمع بين التصميم والفن في أعمالهم التطبيقية.
الاستثمار في تطوير الهوية البصرية للفعاليات الثقافية الجزائرية لتعزيز حضورها محلياً ودولياً.

تبني هذا النوع من المشاريع التطبيقية في مناهج تخصص التصميم الجرافيكي لما تقدمه من قيمة أكاديمية وإبداعية حقيقية.

توجيه الطلبة نحو استلهام الأساليب الفنية العالمية وتوظيفها بطريقة أصيلة تعكس هويتهم الثقافية الجزائرية.

وتبقى هذه التجربة خطوة أولى في مسار طويل أتمنى أن أكمله، وتفتح الباب أمام أبحاث مستقبلية تتناول علاقة التصميم الجرافيكي بالفضاء الثقافي الجزائري من زوايا أعمق وأشمل. وأدعو كل من يقرأ هذه الصفحات إلى خوض تجربة مماثلة بلا تردد، لأن الفن والتصميم معاً قادران على صنع شيء يستحق أن يُرى ويُحس به، وأن يبقى في الذاكرة طويلاً بعد أن تُغلق أبواب المعرض.

قائمة

المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب

- البيضي، عبد الغني. (2024). التصميم الجرافيكي والإدراك البصري والجمالي لدى الطفل. مجلة المعرفة، العدد 13، فبراير 2024.
- الشعراوي، أحمد وسيف الدين، سامر. (2020). التصميم الجرافيكي. الجامعة الافتراضية للجمهورية السورية.
- العربي، رمزي. (2012). تصميم الجرافيك. عمان.
- سلاطينه، بلقاسم والجيلاني، حسان. (2012). المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية. دار النشر والتوزيع، بسكرة.
- عناد، دينا محمد. (2016). النظام الكامن في فعل التصميم الإعلانات التجارية. دار الكتب والوثائق، بغداد.
- قاسم، أحمد. (2025). أساسيات التصميم الجرافيكي.

ثانياً: المجلات والدوريات

- مغربي، هشام وأبو حسنة، ريا. (2021). دراسات تحليلية لعناصر الهوية البصرية في تصميم أجنحة العرض الإعلانية. مجلة أم القرى، العدد 18، يناير 2021.
- مجلة الفنون التشكيلية والتربية الفنية. (2024). ديناميكية الاتصال البصري للأبيض والأسود وأثره في إثراء التصميم الجرافيكي. المجلد الثامن، العدد الأول، يناير 2024.

ثالثاً: المذكرات الأكاديمية

- بن سنوني، فريال. (2024/2023). الترويج للمنتجات الغذائية المنزلية عبر الهوية البصرية، تصميم ملصقات لبهار الفلفل الأحمر صناعة منزلية. إشراف: بلبشير أمين. جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.
- عبد اللاش، عائدة وبكاكشة، فاطمة الزهراء. (2022/2021). المعارض الفنية في الجزائر، مركز الياسمين أنموذج. إشراف: دبلاحي سعيد. جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.

فهرس المحتويات

الترقيم	عناصر مذكرة التخرج	الصفحات
	الإهداء	3
	كلمة شكر وتقدير	4
	الملخصات	5
	مقدمة عامة	أ
	الفصل الأول: الجانب النظري للدراسة	13
	تمهيد	14
1	ماهية الهوية البصرية	15
1_1	تعريف الهوية البصرية وعلاقتها بالترويج الفني	15
2_1	عناصر الهوية البصرية {الشعار، اللون، الخط، الشكل}	16
2	التصميم الجرافيكي بين التواصل والوظيفة الإبداعية	19
1_2	أسس ومبادئ التصميم الجرافيكي	19
2_2	وظيفة التواصل البصري	22
3_2	البعد الجمالي والابداعي في التصميم الجرافيكي	23
3	العلاقة بين الهوية البصرية والمعرض الفني	24
1_3	ماهية المعرض الفني التشكيلي {البطاقة التقنية للمعرض}	24
2_3	دور الهوية البصرية في التسويق للمعارض الفنية	28
3_3	مميزات الهوية البصرية للمعارض الفنية	28
	خاتمة	29
	الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة	30
	تمهيد	31
	خطوات تصميم ملصق المعرض الفني	34
	خطوات تصميم المطوية للمعرض الفني	37
	خطوات تصميم بطاقة الدعوة للمعرض الفني	42
	خاتمة	45
	خاتمة عامة	46
	قائمة المراجع	49
	فهرس المحتويات	51