

يهدف البحث إلى دراسة الأسس و المعايير الخاصة بالإعلانات و اللافتات و علاقة الإنسان بالبيئة العمرانية و كذا أنواع الفراغات التي يتعامل معها الإنسان، مفهوم الإعلان المجسم و الخصائص الإعلانية للإعلان المجسم في الفراغ العمراني، مفهوم التكامل بين الشكل و الفراغ و المفاهيم الحديثة و أثرها على تطور تناول الفراغ في العمل المجسم، سمات فنون ما بعد الحداثة و تطور العلامات إلى ما بعد الحداثة وتأثير العمارة بفنون ما بعد الحداثة. وتتكون الرسالة من خطة البحث وبها المقدمة، وأربعة فصول، تناول الفصل الأول: الإعلان كوسيلة إتصال بصرى و علاقته بالبيئة و المتلقى، الفصل الثاني: التكامل بين الشكل و الفراغ في الأشكال الجرافيكية المجسمة، الفصل الثالث: فنون ما بعد الحداثة و علاقته بتطوير و إدراك الأشكال الجرافيكية المجسمة في البيئة العمرانية، الفصل الرابع: الدراسة التحليلية، ثم النتائج والتوصيات والمراجع والملخص.