باب العلوم الفنية:

1-الفكرة التصميمية واشتغالاتها التعبيرية الجمالية في ملصقات اليونسيف الطفولية

الاستاذة الدكتورة. مها اسماعيل الشيخلي

الجامعة المستنصرية. كلية التربية الاساسية

mahadrs07@gmail.com

Research Summary :

The constructivist idea in contemporary design processes is one of the most important fundamental pillars of visual interest and communication pride within the UNICEF poster spaces designed by the children's designers to show the representations of the aesthetic idea.

The study consisted of four chapters. The first chapter consisted of identifying the problem through the following question: What is the design idea and what is its aesthetic work in UNICEF child posters. The objective of the study is to answer the question of uncovering and identifying the expressive and aesthetic expressions that were established by the design idea in the design of posters that are implemented by children. The second chapter only included (theoretical framework) three main topics. The first concerned the study of the structural idea and its role in enhancing the economic reality in the technical processes in general and the design processes, including the art of the contemporary world poster in particular. And the third part focused on studying the art of the poster, which includes the labels of UNICEF Childhood ... The second chapter concludes with paragraphs of theoretical frame indicators that contribute to the steps of analyzing sample models.

The third chapter (the research procedures) included. study community that included all the posters that were carried out by the children's rights organization (UNICEF), which were implemented by the children designers within the boundaries of the thematic, spatial and temporal study. And based on appropriate research rationale and are analyzed by the methodology of description and content analysis, which is. methodology adapted to this study.

The results of the study will show the findings of the study from the relevant results group for the title of the study and its goal, which included the

idea of designing in the labels of UNICEF as an aesthetic expression of interest and then recommendations and suggestions that may be subsequent studies for other researchers. The study concluded with the list of Arab and foreign sources. .

Keywords: design idea, aesthetic expression, poster art, UNICEF.

الفصل الأول: (منهجية البحث)

أولاً: مشكلة البحث

على مر الزمان ومع الدور الذي أداه ويؤديه العقل البشري وتطور النتاجات بنيت كثير من التصورات النظرية والمواقف والآراء التي مثلت الحجر الأساس في التشكيل المفاهيمي، وكان الإنسان في كثير منها محاوراً ومستثمراً رؤاه في ميدان تتداول فيه الأفكار وتنشط فيه التجربة الحياتية المختلفة.

والعمليات التصميمية التي من ضمنها فنون الملصق تنظيم جمالي يحمل فكرة يجسدها المصمم باستخدام تقنيات أدائية منتقاة بهدف تحقيق المديات التعبيرية والوظيفية والجمالية له، كونها أي (الملصقات) تعُد من الوسائل الفعالة في التواصل لتنقل رسالة واضحة المعالم وبسيطة تتضمن تعبيراً عن فكرة ما أو موضوع معين بين المرسل (المصمم) والمستقبل (المتلقي).

والملصق بوجه الخصوص يعتمد في نجاحاته بشكل أو بآخر على فاعلية ونمط الفكرة التي تجعل من العلاقات التصميمية محققة فعلهُ النهائي والقدرة على إثارة تصورات ذهنية متعددة تجسدها الفكرة التي يعتمدها المصمم.

«ولهذا تعتبر اشتغالات الفكرة من السمات المهمة التي اكتسبتها تصاميم الملصقات التي أنجزتها منظمة الطفولة العالمية والمسماة اختصاراً بـ(اليونيسيف) من خلال توافر شروطها المتمثلة بإظهار المزايا والفوائد التي تقنع المتلقي بالفكرة التصميمية لملصقاتها من خلال تحقيقها جواً من التأييد الجماهيري». (7, ص27-26)

وعلى وفق ذلك استنتجت الباحثة أن الفكرة التصميمية في العمليات الفنية بوجه عام وعمليات التصميم التي من ضمنها فن الملصق بوجه خاص تعمل على مستوى يتسم بالظهور والوضوح وتتصف بالتميز والحداثة والتعبير عن الأحاسيس والمدركات داخل فضاءه المقرر، وفق نسق تصميمي مبتكر يحقق أهدافه الوظيفية والجمالية... وإزاء ذلك تحدد مشكلة البحث بالتساؤل الآتي:

ما هي الفكرة التصميمية وما هي اشتغالاتها الجمالية في ملصقات اليونيسيف الطفولية.

ثانياً: أهمية البحث

تكمن أهمية الدراسة بالفقرات الآتية:

1 - إسهامه في تطوير الأفكار الفاعلة في اشتغال العمليات التصميمية التي يأتي في مقدمتها فن الملصق.

2 - إسهامه في إثراء الجانب المعرفي بموضوعة التعبيرية الجمالية للفكرة التصميمية لملصقات اليونيسيف بوجه الخصوص.

ثالثاً: هدف الدراسة:

تهدف الدراسة الى الكشف والتعرف على الاشتغالات التعبيرية والجمالية التي تأسسها الفكرة في ملصقات التي يتم تنفيذها من قبل الأطفال .

رابعاً: حدود البحث

أ- الحدود الموضوعية: دراسة الفكرة التصميمية في الملصقات التي أصدرتها منظمة الطفولة العالمية (اليونيسيف).

ب- الحدود المكانية: الدول التي أصدرت ملصقات اليونيسيف.

ت- الحدود الزمانية من عام 2014-2012.

خامساً: تحديد المصطلحات

1 - الفكرة (Adia) إجرائيا هي الدور الأساس والفاعل الذي تبنى عليه العمليات التصميمية المتمثلة بالملصقات وتتضمن الإثارة البصرية والتعزيز الاتصالي.

2 - التعبيرية الجمالية وهي التعبير عن الجمال والمشاعر والعواطف والحالات الذهنية التي تثيرها الأح2داث والأشياء في نفس المصمم مع القدرة على استنطاق الذات بحيث تتيح للفنان التعبير عن نفسه ومكنوناته من خلال فكرة التصميم .

3 - الملصق (Poster) إجرائيا: وسيلة اتصالية بصرية تؤدي هدفاً فكرياً واجتماعياً فضلاً عن التوجيه والإرشاد التي تطور النشاطات الإنسانية ويعدّ الملصق إحدى أهم فقراتها.

4 - منظمة الطفولة العالمية (اليونيسيف) (unicef): «إحدى منظمات الأمم المتحدة المكرسة لرعاية الطفولة على وجه الحصر وتأسست في عام 1946 ومقرها مدينة واشنطن في الولايات المتحدة الأمريكية واليونيسيف اختصاراً لمنظمة الأمم المتحدة لرعاية الطفولة، وتمول بالكامل من تبرعات التنظيمات غير الحكومية في (158) بلداً يمارس فيها نشاطاتها». (20, p.11)

الفصل الثاني: (الإطار النظري)

المبحث الأول: الفكرة البنائية وتمثلاتها الجمالية

يرتبط التفكير بجميع العمليات العقلية والمعرفية وحصيلة هذا التفكير هي نتاج تفاعل العمليات كالإدراك والذاكرة وقدرة كل منهما على تزويد مركز التفكير بالمعلومات القادرة على صناعة الفكرة في فعل العمليات التصميمية التي يأتي في مقدمته فن الملصق.

فالفكرة في الملصق رؤية شخصية واضحة المعالم دقيقة الوضوح لها القابلية على التطور والفاعلية وتشترك مباشرة مع العمل الفني لغرض إنتاج نشاط إنساني، ولا وجود للفكرة قبل مواجهة الإنسان مشكلة ما تستدعي فضوله وتدخله بغية حلها أو تقويمها أو الوصول إلى حقيقتها «مما يدفعه لاستحضار كل خبراته السابقة واستحداث علاقات جديدة للوصول إلى شفرات تلك المشكلة، كون الملصق بلا شك فناً ذا تماس مع الإنسان منذ الأزل وكل منهما يعبر عن الآخر فعندما يصمم الفنان يبدأ ببلورة أفكاره للتعبير عن ذاته». (5, ص53)

وعلى وفق ذلك يمكن القول إن الفكرة في العمليات التصميمية والتي من ضمنها فن الملصق هي أحد أهم المحاور الأساسية التي تحمل قدراً من التعبير عن المعاني والأفكار ذات التنوع الجمالي.

«وتقاس الفكرة في العمليات التصميمية من خلال قدرتها على التغلب على المشكلة الفنية وتبديد الشك والحيرة التي تنتاب الإنسان المفكر في إثناء عملية التفكير». (1, ص20–19)

ولهذا ترتبط الفكرة بوجود حاجة معينة والبحث عن حلول جمالية ملائمة ووظيفة هذه الحلول في جوهرها صورة ذهنية تتحول إلى واقعها المادي (المرئي) وفق المؤثرات الموضوعية التي ترتبط بالفكرة لتمد الفنان (المصمم) بالموضوع وتحثه على اختيار تراكيب متجانسة ومتناسقة لتؤلف وحدات بصرية تحمل الصفات الوظيفية والجمالية إذ تعدان الأساس في فاعلية الملصق بوجه الخصوص، ويعتمد الملصق في الأساس على الفكرة الذكية والواضحة والمبسطة التي تقترب من فكر واستيعاب المستوى الثقافي والفني للمتلقي.

وبهذا الصدد تضيف الباحثة أن الملصق المتميز في الوضوحية يتضمن الاشتغالية الجمالية التي تعدّ من السمات المهمة التي اكتسبها تصميم الملصق وجوهر العملية الاتصالية بين المتلقي والتصميم.

وهذه الجمالية بلا شك تعد القوة المتدفقة في العمليات التصميمية والتي لها القدرة المؤثرة للاشتغال الابتكاري الذي يستند من خلاله المصمم إلى معرفة طبيعته التي تحقق التفاعل الإيجابي بينه وبين المتلقي للوصول إلى الإبداع.

الشكل (1)

«إن الجمالية في تصميم الملصقات تمثل القوى ذات التأثير في قدرات المصمم بشكل عام في تنفيذ أفكار ملصقاته بشكل خاص وفي بلاغة المعنى وإيصال الفكرة عبر منظومات فكرية لآلية تصميم تلك الملصقات».(9, ص211)

ولهذا ينبغي أن يحتفظ الملصق بالوضوح والتميز ليتم من خلاله تحقيق المفاهيم الفكرية والتعبيرية المبتكرة. فضلاً عن توافق أجزائه البنائية، «وهذا ما يدفع المصمم بالتركيز على تحقيق الإبداع المتمثلة بالإيضاح القوي والإرضاء الجمالي فضلاً عن إثارة التشويقات التي تعد الجانب المشرق في تصميم الملصق». (15, ص66)

وهذا يعني أنه عندما تكون الفكرة واضحة وبسيطة فإنها تؤدي إلى فاعلية الملصق وجذب اهتمامه وتحقيق الأهداف الوظيفية والجمالية التي تعد الجانب الإيجابي في نجاحه وهذا ما يستدعي المصمم

إلى ضرورة تميز رسوماته وأشكاله وتكويناته الكتابية من خلال توافقها مع فكرة الملصق الذي يعد تمثيلاً لواقع الحياة المستمدة منها ومن خلال العلاقات المتحققة بين أجزائه.

ولهذه العلاقات فاعليتها وأهميتها في تصميم الملصق كونها تقوم بتنظيم عناصر البناء لتعمل منفردة وتعطي وظيفة منفصلة وتتداخل هذه العلاقات بعضها مع البعض الآخر لتكون وحدته التصميمية بين الشكل وصفاته المظهرية، إلى جانب وسائل التنظيم التي تعزز الجوانب الجمالية المعززة للاتصال والإثارة البصرية والتي يمكن أن تؤسس فاعلية الملصق ذاته.

وبهذا الصدد تضيف الباحثة ينبغي أن تظهر الفكرة الواضحة في المحتوى التصميمي للملصقات بوجه عام وملصقات اليونيسيف بوجه الخصوص، كون معظم تصميماتها تعتمد على الفئات العمرية الطفولية. (الشكل 2)

الشكل (2)

«ولكي يحقق الملصق هدفه بوصفه وسيلة اتصال بصرية تنطوي على هدف أساسي وأهداف أخرى فرعية كان لا بد من وجود بعض العناصر التي ترتبط ببنائه الفني والتي تسهم في جعل الملصق عاملاً وله قدرة التأثير وبالتالي زيادة فرصة نجاحه وفاعليته». (18. P.2).

واهم هذه العناصر هي:

أولاً: الفكرة: تمثل الفكرة الأساس الذي يبنى عليه العمل الفني بوجه عام والملصق بوجه خاص ومن خلالها يمكن أن يتوصل المصمم إلى هدفه في إيصال رسالته وهدفها، لدرجة يمكن اعتبارها الشرارة التي تحول عناصره إلى تكوين فني تصميمي خلاق، لأن فاعليته تكمن بالفكرة المبتكرة التي تلعب دوراً فاعلاً ومؤثراً في إيصال مضمونه إلى المتلقي وجذب اهتمامه ورغبته في استيعاب مضمونه.

ثانياً: البساطة: فالملصق المتضمن لمفردات واضحة ومختزلة وواقعية وذات تكثيف دلالي يكون أكثر وضوحاً وإدراكاً من قبل المتلقي.

ثالثاً: الدهشة: عند إيصال الرسالة بطريقة تخلق الدهشة في نفس المتلقي وتجعل من الملصق وسيلة أكثر تأثيرا وفاعلية على المتلقي.

رابعاً: التقنيات الإظهارية: إن قوة وتأثير فاعلية الملصق ونجاحه تكمن في عملية الإظهار وإخراجها بالمستوى المطلوب.

«إن لإبداع المصمم دوراً فاعلاً في بلورة فكرة التكوين التصميمي للملصقات وأهمية وعيهُ لدور الوسائل والإمكانات التقنية المتاحة في تنفيذ المحتوى البصري لتلك الفكرة بما يتوافق وهدفها الأساس». (17, ص17)

إن الملصق عبارة عن نسق من العلامات التي تعبر عن أفكاره بالاعتماد على مضمونه الذي يعبر عن فكرته وأن يكون هناك اتساق واتفاق بينهما ليكمل ويدعم كل منهما الآخر، وينبغي التركيز على الفكرة لكي يكون أكثر فاعلية ولتحقيق الجوانب الوظيفية والجمالية والتعبيرية على حد سواء.

الشكل (3)

ولهذا فالعمليات التصميمية والتي من ضمنها الملصقات لا تكشف بطبعها عن فكرتها الفنية بسهولة ويتحول النسق التنظيمي إلى دلالات ورؤى لا متناهية ويحمل غموضاً وإشكاليات متعددة، مما يستنفذ التفسيرات والتحليلات التقليدية له ويتطلب تحليله وفهم رسالته الوظيفية والجمالية، هذا من جانب ومن جانب آخر فإن من الأمور الضرورية في تصميم الملصق هو أن يكون الشكل ذاته معبراً عن المضمون بحيث يتمكن المتلقي إدراك الفكرة من خلال الشكل ذاته ومن ثم يستوعب التكوينات الإنسانية داخل فضائه وهذا ما وجدته الباحثة في تصميم ملصقات اليونيسيف .(. , ص9.

وعلى وفق ما تقدم يمكن للباحثة استنتاج أن المصمم هو الوحيد الذي يمتلك القدرة على التوزيع وتحقيق العلاقات المبنية على تداخل المعطيات الفكرية والأسلوبية والجمالية التي تظهر واضحة على هيئة تشكيل خاضع للشروط التصميمية بالفعل الوظيفي والجمالي.

فالبعد الوظيفي في العمليات التصميمية بوجه عام والملصق بوجه خاص هو إيصال (الرسالة) والغرض من المادة المصممة بما يلبي حاجة العملية الفنية لها من قبل المتلقي أو يخدم غرضه، أما

الجمالي فيهدف إلى جذب الانتباه في حين أن التعبيري يؤدي إلى تنظيم عناصره التي يؤدي كل منها دوره المطلوب لغرض الاستماع الجمالي والإثارة والاهتمام وكلها حالات تؤدي الفاعلية داخل فضاء الملصق.

ولتحقيق التعبيرية الجمالية في تصميم الملصقات ينبغي أن تتوفر الشروط الآتية. (6, ص40-38)

1 – «الغرابة والنسبية كوسيلة لجذب الانتباه كونه أصبح فناً لإثارة الدهشة لدى المتلقي على قدر هذه الغرابة بوصفه جاذباً لانتباه المتلقي وإحداث التفاعل معه».

2 – الخروج عن المألوف الذي يعد من سمات الفكرة التصميمية الناجحة فيكوّن الأثر الأكبر في جذب البصر وإثارة الانتباه والاهتمام والتأكيد على الفكرة وترسيخها في الأذهان.

3 – تحريك الإدراك البصري من خلال تأثير التجارب العاطفية للمتلقي الذي يعد من العوامل والمؤثرة في إحداث الانتباه البصري تجاه الملصق.

4 – تكوين صورة ذهنية تعمل على استدعاء الذاكرة.

5 – تأكيد الهوية البصرية مع الشخصية الاعتبارية المميزة للتصميم.

6 – المرونة من خلال القدرة بإعادة بناء فكرته التصميمية وصياغتها في أكثر من نظام تصميمي.

وعلى وفق ما تقدم يمكن القول إن الفكرة التصميمية الفاعلة هي «التي تعمل على مستوى يتسم بالظهور والوضوح وتتصف بالتميز والحداثة والتعبير عن الأحاسيس والمدركات والوصول للجوانب المرتبطة بكيفية ترتيب وتنظيم وحداته البنائية داخل فضاء ملصقات اليونسيف التي تعتمد في نجاحها من عدمها على الفكرة وكلما كانت سريعة الوصول إلى المتلقي زاد ذلك من فاعليتها.

الشكل (4)

والملصقات التي تشترك فيها منظمات اليونيسيف تكون بناءاتها التصميمية بناءات مستقلة لها عالمها الخاص وتكويناتها المميزة بوصفها فناً منتظماً في نسق من التراكيب الشكلية واللونية فضلاً عن كونها وسائل للتواصل والمعرفة بين حضارات الشعوب المختلفة لنقل أفكارها ومفاهيمها، وهذا يعني أن نجاح جميع العمليات الفنية يعتمد أساساً على الفكرة التصميمية والتي تعد السمة الفاعلة

داخل فضاءاتها ومن خلالها يتم تحقيق أغراضها الوظيفية والجمالية والتعبيرية والدلالية على حد سواء.

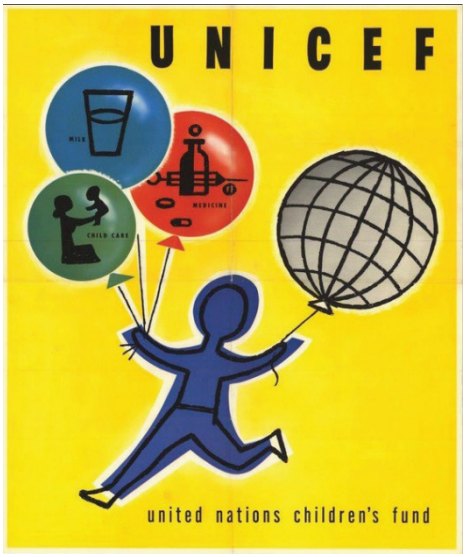
المبحث الثاني

فن الملصق (Poster)

تمهيد:

لا يمكن لأحد اليوم أن ينكر الأهمية والمكانة التي وصلت إليها وسائل الاتصال في مجتمعاتنا، إذ إن اعتمادها أصبح من مستلزمات الحياة اليومية كونها تمثل أداة فاعلة وقادرة على تعريف المجتمعات بالقضايا المطروحة، وتأتي العمليات التصميمية في مقدمة فن الملصق الذي يعتبر من أغنى وسائل الاتصال الجماهيرية كونه يمثل التعبير الأمثل عن المعايير الإنسانية والاقتصادية والسياسية.

والعمليات التصميمية المتمثلة بفن الملصق تعتمد بشكل أو بآخر على فاعلية ونمط العلاقات التصميمية الشكلية وصفاتها المظهرية المتمثلة بعلاقات التجاور والتراكب والتماس والتداخل وما إلى ذلك من العلاقات التي تتفاعل لإظهار المحتوى التصميمي وتحقيق فعله على إثارة التصورات الذهنية التي تتجسد في الفكرة التي تعد الأساس في تحقيق الجوانب الوظيفية والتعبيرية والجمالية والفكرية على حد سواء. (الشكل 5)



الشكل (5)

وهذا يعني أن العمليات التصميمية برمتها تبدأ بالعلاقات وتنتهي بها وعلى وفق التنوع الأسلوبي وتكون ضمن أنساق مفترضة ومحكومة بصفة الترابط والتماسك لتؤسس فاعليتها التي تعد الجانب الجمالي المشرق لإثارة بصر المتلقي، وهذا في الأساس يعتمد على الفكرة وما تحمل من مضامين تعبيرية متعددة.

«فالفكرة في التصميم الذي من ضمنه الملصق هي بمثابة الباعث الذهني والفكري الذي يستند إليه المصمم لتكوين منجزاته الطباعية». (11, ص174)

ويعتمد الفنان (المصمم) في تنفيذ منجزاته الطباعية على الخطوط والألوان والأشكال والتقنيات الإظهارية ضمن سلسلة من العمليات التي تخضع لها الفكرة بغية الوصول إلى الناتج الوظيفي والجمالي «حيث أن للتقنيات الإظهارية قيما جمالية ذات علاقة مباشرة بالمادة (الخامة) وطريقة معالجتها أو صياغتها، وقيم الجمال هذه توافق تلك التقنية مع الوظيفة التي يؤديها ذلك التصميم». (1, ص198)

والملصق يعد وفق ذلك من الوسائل الفعالة للتواصل من خلال نقله رسالة ما تتضمن تعبيراً عن فكرة ما أو موضوع معين بين المصمم والمتلقي وإيصالها بنظرة سريعة، «فضلاً عن كونه يمثل التعبير الفني عن المعايير الإنسانية ليصوغها من خلال رموز شكلية ولونية وكتابية وصورية محتفظاً بالوضوح والتميز والبساطة في تكويناته متضمناً عنصراً ذهنياً عميقاً». (16, ص52)

وبهذا الصدد تؤكد الباحثة أن فن الملصق يعد من وسائل التعبير عن فكرة معينة ومن خلالها يصبح فاعل التأثير، ويتم بمقتضاها جذب انتباه المتلقي وإثارة اهتمامه وهذا ما يدعو المصمم إلى أن ينصب جّل اهتمامه على تحقيق الفاعلية من خلال الإيضاح القوي والإرضاء الجمالي وإثارة التشويقات التي تؤسس الجانبين الجمالي والوظيفي داخل فضائه المقرر.

«والملصق الناجح ليس مجموعة من الرسوم والصور والنصوص الكتابية التي يمكن تنسيقها وإخراجها بشكل مناسب وإنما هو فكرة مبتكرة مبنية على دراسة احتياجات وخصائص الوسيلة التصميمية». (9, ص211)

وهذا يعني أن الملصق الناجح أيضاً هو الذي يعتمد أساساً على الفكرة الفاعلة الواضحة المعالم والبسيطة التي تقترب من فكر واستيعاب المستوى الثقافي للمتلقي فضلاً عن تحقيقه السمات الجمالية والوظيفية في إخراج تلك الفكرة.

وليكون ناجحاً كذلك ينبغي أن يحتفظ بالتميز والإبداع والبساطة فهو بسيط في تكويناته ولكنه مكثف في كل جزء منه وهذا ما يدفع بالمصمم إلى تحقيق فكرته الذكية عبر التغلب على المشكلات التي تظهر وينقل من خلال تلك المفاهيم الفكرية والتعبيرية المبتكرة إلى المتلقي من «خلال بنيته التي تعد المظهر الحسي الذي يتجلى في الموضوع الجمالي المعبر عن الحركة الباطنية التي تعد هي الأخرى أهم مظاهر التوجه لفهم العلاقات القائمة في الملصق». (15, ص54)

تتضمن الملصقات عنصرين أساسيين هما الشكل والمضمون وقد شكلت هذه العلاقة تأثيراً واضحاً وأساساً جمالياً في فن الملصق، «فالشكل يخدم الأفكار الكامنة فيه ومجسداً ومعبراً لإيصال توظيف فني مفيد من حيث أن المضمون يحدد ماهية الشكل الذي يخدم الأفكار الكامنة فيه».(14, ص51)

وعلى وفق ما تقدم يمكن أن تعطي الباحثة رأياً مفاده أن الشكل الذي يقع عليه الاختيار في فن الملصق لا يصل منفرداً بقدر ما يجب أن يكون متجسداً أو تعبيراً وارداً لإيصال أبعاد وظيفية نافعة وفنية جمالية متعددة.

إن الملصق وسيلة اتصالية بصرية مهمة يتم من خلالها نقل الأفكار والمعاني من المرسل إلى المستقبل من خلال الاستعانة بفنون ووسائل وأساليب عديدة لتحقيق فاعلية الاتصال «والتي تعتبر من السمات المهمة التي اكتسبها تصميم الملصق بتأثير التقنيات المستخدمة لتحقيق بعد وظيفي لا متناه وهذا ما يميز الملصقات الفاعلة عن غير الفاعلة وهي جوهر العملية الاتصالية بين المتلقي وتصميماته». (13, ص78)

ومن العوامل التي تؤدي إلى فاعلية الملصق العنوان والرسومات والصور والنصوص الكتابية وهي عناصرها التيبوغرافية ولكل منها دور فاعل ومؤثر في تجسيد البوابة الرئيسية لموضوع الملصق واهتمام المتلقي للمضمون الفكري للرسالة التي يحملها في إحداث التأثير الوظيفي والجمالي.

وهكذا فإن فن الملصق بالنتيجة هو أحد فنون التصميم التي تخضع إلى مجموعة من الأنظمة الشكلية المعبرة عن مضمونه وفكرته ويؤدي غرضاً وظيفياً وجمالياً. (19, p.82)

والأنظمة التصميمية من العمليات الأساسية في تصميم الملصق والتي يعتمد عليها (المصمم) لتحقيق أهدافه المتنوعة فضلاً عن كونها تحقق الترابط والتجانس من خلال فاعلية التنظيم التي تحقق وحدته الجمالية، وضمن هذا المفهوم يمكن توضيح الأنظمة الفاعلة في مجال الملصقات وهي:

1 – النظام المركزي: «ويمثل هذا النوع التنظيمات المتمركزة حول ذاتها والمتآلفة من أشكال وألوان وعناصر بناء أخرى متمركزة حول الأشكال السائدة والتي يختلف بعضها عن البعض الآخر في الشكل واللون والحجم تبعاً للمتطلبات الوظيفية والجمالية». (10, ص47)

2 – النظام الخطي: «وتتوزع فيه العناصر البنائية على هيئة خطوط مستقيمة أو مائلة، متقطعة أو مستمرة ترتبط مع بعضها ارتباطاً مباشراً أو بأشكال أخرى غير مباشرة». (4, ص24)

3 – النظام الشعاعي: «ويعتمد هذا النظام على التحكم بالجاذبيات المتعارضة من خلال الدوران حول نقطة مركزية». (8, ص55)

النظام التجميعي: «وتتجمع فيه الأشكال بصورة مترابطة ومتناسقة أو محورية ولكنه توزيع غير هندسي وتجميعها يتم بسمة جزئية مشتركة وتدرك على شكل مكون في التصميم». (12, ص11)

4 – النظام الشبكي: «ويتمتع هذا النوع من الأنظمة بالقدرة على توزيع الأشكال وفق تنظيم خطي متقاطع أشبه بنظام الشبكة ويحتوي على مؤثرات داخل مجالها المرئي». (10, ص50)

وهذه الأنظمة عندما يتم اختيارها الملائم مع فكرة الملصق الأساسية فإنها بلا شك ستحقق الجذب البصري والإثارة الجمالية وهذا ما يعزز التفاعلية البصرية للمتلقي.

وللبناء التصميمي لفن الملصق اتجاهان يتواصل بهما المصمم مع المتلقي: (18, p.133)

«**أولاً: الاتجاه الصوري:** الذي يقف في مقاربة للمفردات البنائية داخل فضاء الملصق وترتبط بينهما علاقة تركيبية دلالية رمزية متعددة.

ثانياً: الاتجاه الوظيفي: الذي يحاول فيه المصمم وصف البنية الشكلية للمفردات الرمزية بربطها بما تؤديه من وظائف فاعلة في المجتمعات البشرية وكونها أدوات تُسخر لتحقيق التواصل المتفاعل ومن ثم التعبير عن الفكرة والأحاسيس والمعتقدات والتأثير في المتلقي». (3, ص36–35)

وهذا يتطلب من المصمم اعتماد أساليب إخراجية مبتكرة تحقق العلاقات الشكلية وصفاتها المظهرية من جراء الترابط بطريقة ابتكاريه إبداعية لغرض تحقيق الفاعلية الجاذبية لبصر المتلقي نحو الملصقات.

وهذا يعتمد بلا شك آلية عمل وتنظيم وتركيب يؤديها المصمم حصيلة قوة تعبيرية فكرية نتيجة خبراته المتحصلة لتحقيق منجز طباعي مرضي وظيفي جمالي على حد سواء.

«وقد شهد فن الملصق مراحل تطورية متعددة وانتشار واسعاً نتيجة للتطورات التي رافقت مجالات الحياة الأخرى منذ الجذور الأولى التي بدأت عندما اخترع الألماني جوتينبرغ (Gutenberg) أول آلة

خشبية للطبع ذات حروف متحركة ومنفصلة تستخدم باليد»، (20, p. 6) حتى الوصول إلى القرن العشرين نتيجة لتبلور العديد من الحركات الفنية التي أسهمت في إغناء وتصميم الملصقات بطريقة جديدة باعتماد تكنولوجيا التصوير الفوتوغرافي، تعدّ مساهمة فاعلة في جعل الملصق أسرع وأكثر دقة ووضوح، ومن ثم استمر في تطوره حتى حدوث ثورة المعلومات الرقمية التي أتاحت لفن الملصق عملية التصميم والتنفيذ بدقة متناهية فضلاً عن اختصارية الزمن والجهد في عمل عدد من العمليات التقنية التي يحتاجها المصمم في تنفيذ فكرته، فالملصق ما هو إلا محتوى فكري ونفسي واجتماعي وعلى هذا الأساس تستخلص الباحثة عدة صفات امتاز بها الملصق منذ نشأته الأولى حتى يومنا هذا الذي شهد تطوراً رقمياً واسع النطاق.

وهذه التكنولوجيا الرقمية بمثابة إحدى تلك الوسائل المتقدمة التي ظهرت وانتشرت كملمح من ملامح العصر وأصبح حضورها واضحا في تطور الكثير من مجالات الحياة وأبواب العلم وحاجات البشر التي يأتي في مقدمتها مجالات الفنون التي من ضمنها العمليات التصميمي والمتمثلة بفن الملصق الذي يحتاج إلى تصميمات إبداعية تحقق الأغراض الوظيفية والجمالية والتعبيرية الدلالية والفكرية على حد سواء.

الفصل الثالث

(إجراءات البحث)

أولاً: منهجية البحث

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي وتحليل محتوى نماذج العينة كونه أسلوباً تحليلياً يتوافق مع دراستهما وهدفهما.

ثانياً: مجتمع البحث

تضمن مجتمع البحث الملصقات التي أصدرتها منظمة الأمم المتحدة والمتمثلة بمنظمة الطفولة العالمية والتي استطاعت الباحثة من الحصول عليها وتحددت بـ(21) واحدٍ وعشرين أنموذجاً من دول العالم المختلفة.

ثالثاً: عينة البحث

اختارت الباحثة عينة دراستها وفق الطريقة القصدية غير الاحتمالية وتحددت بـ(5) نماذج مشكلة نسبة 25% من المجتمع الأصلي وتم اختيارها وفق المسوغات الآتية:

1- توافر الأسباب الموضوعية في كل نماذج العينة.

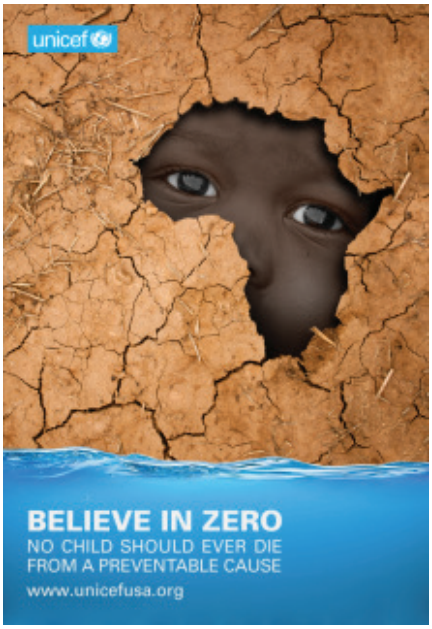
2- التنوع التصميمي الوظيفي والجمالي لها.

3- توافر أفكارها التصميمية الجمالية التي اعتمدها المصممين.

رابعاً: تحليل العينة

أنموذج (1)

الوصف العام: نموذج جاء متكونه الأساسي من شكل سائد يمثل وجه الطفل الذي ينظر من خلال فتحة من الجدار معتمداً المصمم على الفكرة التي اتسمت بالظهور والوضوح.



أنموذج (1)

المناقشة والتحليل

عدت الفكرة التي اعتمدها مصمم الملصق بمثابة الشرارة التي ألزمت بصر المتلقي بالتوجه نحوها من خلال الصورة الفوتوغرافية التي تمثل شكلاً طفولياً سائداً في الموقع الفضائي للملصق.

والفكرة هنا تكمن بالنظرة التي تحمل تساؤلات متعددة وكلها تتضمن مبادئ الحزن والقهر والاستفسار وما إلى ذلك من أفكار، والتي أبدع فيها المصمم عندما أظهر جزءاً مهماً من وجه الطفل الذي يعني الكثير في تفسيراته التي يأتي في مقدمتها التفاؤل والأمل بالرغم مما يحيط به من مشاعر حزنه التي أظهرتها نظرة الطفل. أحاط المصمم هذا الوجه بجدار من الطين وأظهر في سطحهِ شقوقاً أسست التكاملية في فكرتها مع الفكرة الأساسية التي مثلها وجه الطفل الذي احتل أكثر من نصف مساحة الملصق وفي الجانب الأعلى منه في حين أن الجزء الآخر الباقي احتل الجانب الأسفل المقابل له وضم اللون الأزرق ذا المعاني الدلالية المتعددة كخلفية للتكوينات الكتابية باللون الأبيض لتأسيس الناتجين الوظيفي والجمالي داخل فضاء الملصق الذي احتل جزءاً صغيراً منه شعار للمنظمة العالمية المعروفة باليونيسيف يحمل الألوان ذاتها (الأزرق والأبيض).

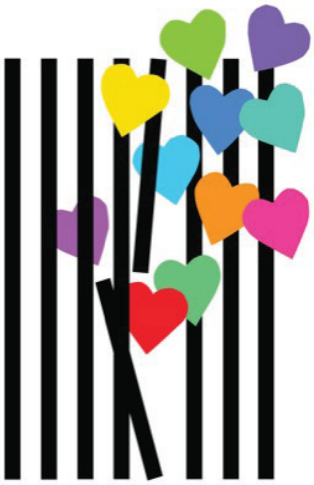
ولا شك في أن فكرة الملصق حققت جواً من الإثارة البصرية للمتلقي وألزمته بمتابعة تفاصيل علاقاته البنائية التي أظهرت التصورات الذهنية والفنية التي حققت القدرة على التعزيز الاتصالي الجمالي الذي أسهم فيه عنصر الملمس المتعدد الذي ظهر واضحاً في الجدار الذي أحاط بوجه الطفل ليؤسس من خلال ذلك تكاملاً فكرياً ما بين نظرة الطفل وما يحيط به من تمثلات كحالات الفقر التي أحاطت بالدول التي يمثلها الطفل ذاته (أسود البشرة).

فضلاً عن ذلك، بأن المعايير الإنسانية المرتبطة بالطفولة التي يمكن أن يستلمها المتلقي بوضوح وبساطة جعلت من فكرته أن تحدث العلاقات المؤسسة لفعله النهائي والقدرة على إثارة التصورات

الجمالية والتعبيرية التي جاءت واضحة المعالم ومباشرة ولتحقق في ذات الوقت فاعلية تصميمية يمكن أن تسحب بصر المتلقي إلى متابعة جوانبه التنظيمية المتمثلة بالعلاقات الرابطة ما بين عناصر بنائه ووسائل تنظيمه التي تمثل الأساس في إنجاز الملصق.

أنموذج (2)

الوصف العام: اعتمد المصمم فكرة نموذجه هذا على مجموعة من الخطوط السوداء المتوازية عمودياً وتوزع على أجزائها عدد من الأشكال التي ترمز للمحبة وحملت مجموعة من الألوان الزاهية.



أنموذج (2)

المناقشة والتحليل

جاءت الفكرة متحققة على مستوى يتسم بالوضوح والظهور وتتصف بالتميز والحداثة ومعبرة تعبيراً مباشراً عن مضمونها الجمالي مشكلة فاعلية بصرية لاستيعاب هذا المضمون الذي بلا شك سيعزز التفاعل بين بصر المتلقي ونموذجه التصميمي الذي اعتمد في فكرته على مجموعة من الخطوط العمودية المتوازية والقيمة اللونية السوداء فضلاً عن التكرارات في الأشكال التي احتلت الألوان الزاهية محققة فضاءً لونياً في المعنى الدلالي لكل منها لإيصال فكرته التي تمثلت بأن الغلبة دائماً في النهاية للرموز التي تعكس جوانب الصدق والعدل والمحبة والمتمثلة بالأشكال التي تمثلها الألوان الزاهية، وهي تتجاوز أحد الخطوط المتوازية سوداء اللون والتي تمثل رمزاً للسجن، بل إن حالة كسر أحد هذه الخطوط المتوازية وتغيير نظامه البنائي واختلافه عن الأنظمة البنائية الأخرى، ليمثل الفاعلية التصميمية التي أظهرتها الفكرة المشيدة لها.

ومن المفيد أن تذكر الباحثة أن السمات الجمالية والوظيفية قد مثلها النظام التصميمي للملصق من خلال الانسجام اللوني والشكلي والاتجاهي لوحداته المؤلفة منها وجاءت على فضاء الملصق بالقيمة اللونية البيضاء لإعطاء معنىً دلالياً متفقا عليه كون هذا اللون يمثل الطهارة والوداعة، إلى جانب

وسائل التنظيم المتمثلة بالتكرارات المحققة للتناغم الإيقاعي الذي أسسته الأشكال الملونة والخطوط السوداء على حد سواء ومن ثم التوازن الوهمي الذي أظهره النموذج لإضفاء الاستقرارية للمتلقي، وفي ما يتضمن العناصر البنائية الفاعلة فقد تمثلت بكل الوضوح باتجاهية الخطوط العمودية التي أسهمت إيهاماً بالحركة.

أنموذج (3)

الوصف العام: اعتمد النموذج على التكثيف الشكلي واللوني المتمثل بأشكال الأطفال التي أحاطت بالشكل السائد الذي مثل العالم الطبيعي وقد حمل كل منها ألواناً حملت معانيَ تعبيرية وجمالية متعددة.

أنموذج (3)

المناقشة والتحليل

تمثلت الفكرة في النموذج بالاعتماد أساساً على السيادة الشكلية واللونية التي احتلت الجزء الأكبر من فضاء الملصق وجاءت بالشكل الدائري ذي اللونين الأزرق كأرضية لأشكال خارطة كل من القارات التي يحتويها العالم وجاءت باللون الأخضر لينقل من خلال هذه الألوان الرمزية الطبيعية قارات العالم المحيطة بها من كل جوانبها البحار والمحيطات.

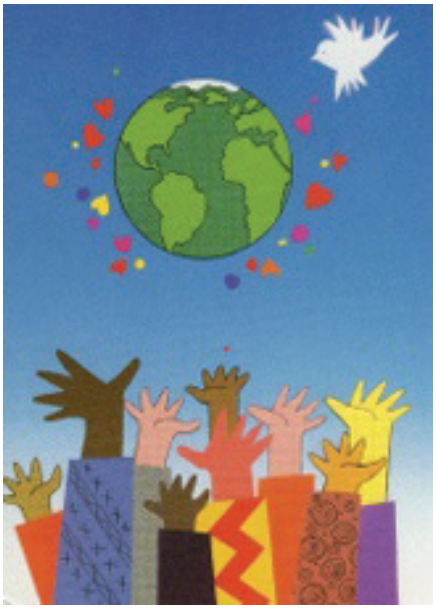
ومن الأفكار المؤثرة التي يمكن أن يستلمها المتلقي الاتجاهية الدورانية التي أحدثتها الأشكال التي مثلت مجموعة متنوعة من الأطفال وهم يحيطون بالشكل الهندسي الدائري السائد لإعطاء إيهام بالحركة باتجاه عقارب الساعة. وهذا ما يمكن تفسيره بالفاعلية التي تميزت لها فكرة الملصق التي أدت غرضها التعبيري والوظيفي والجمالي على السواء وقد زاد من إيضاح هذه الأبعاد الترابط المتماسك بين أشكال الأطفال التي أحاطت بالشكل الدائري السائد فضلاً عن الانسجام اللوني وتواشجه والتي أظهرتها الشفافية اللونية التي اعتمدها المصمم كنظام لوني فاعل محققاً من خلاله تأييداً وتشويقاً من قبل المتلقي.

أما وسيلة التنظيم المتمثلة بالتكرار الشكلي واللوني فقد اعتمده المصمم كوسيلة حولت النسق التصميمي إلى دلالات ورؤى متعددة ساهمت بإحداث الفاعلية الإيقاعية التي أسست التناغم الحاصل من هذه التكرارات المتحركة.

وقد لعبت الملاحظات دوراً فاعلاً في استلامها من قبل المتلقي بقدرتها على التغلب على مشكلة الملصق الأساسية وتبديد الملل والرتابة وإبدالها بالتشويق الجمالي الفاعل والذي زاد من إيضاح فاعلية الترابط المتماسك بين أجزائه البنائية وتأسيس وحدة جمالية فاعلة.

أنموذج (4)

الوصف العام: يتكون النموذج بوجه عام من جزأين أساسيين مشكلاً فكرة الملصق داخل كل منهما ومبينا موقعاً فضائياً مهماً وألواناً تباينت وتضادت في مجملها.



أنموذج (4)

المناقشة والتحليل

كشف الملصق فكرته التصميمية في النموذج بسهولة ووضوح، وتحول النسق التنظيمي الذي تمثل به إلى دلالات ورؤى فنية متعددة ساهمت في إحداث الفاعلية لفكرته المعتمدة كنشاط إنساني يتدفق عبر توظيف المفردات التصميمية التي باتت تتسارع في ما بينها للتوافق والتماسك لتأسيس وحدة تصميمية تحتفظ بالوضوح والتميز، ومن ثم تحقيق التفاعل الإيجابي ما بين فكرة الملصق ومتلقيه، والتي أظهرت المزايا والفوائد بإرشاد المجتمعات المختلفة المتمثلة بالأيادي ذات الاتجاهية الرأسية للأعلى وهي تمثل معاني دلالية لهذه الأشكال التي عكست الفعل الواقعي المثير للتصورات الجمالية والتعبيرية التي جاءت واضحة المعالم.

أما الجزء الآخر السائد فقد احتل الموقع الفضائي الأعلى للملصق ومثل شكلاً هندسياً دائرياً رسمت عليه خرائط القارات التي تكون الكون وأحيط بها من جوانبه المختلفة مجموعة من الأشكال التي ترمز

للمحبة وحملت ألواناً زاهية متعددة، والى جانب الشكل الدائري والأشكال الصغيرة الأخرى احتل أعلى الجانب الأيمن شكلاً يمثل رمزاً للسلام شكلاً ولوناً تمثل بطائر السلام أبيض اللون ليكمل المصمم من خلاله العلاقات التكاملية التي احتاجتها فكرة الملصق التي تمتعت بالبساطة والوضوحية والاستمتاع الجمالي عبر المعايير الإنسانية المرتبطة بالطفولة التي تحمل دلالات ومعاني متعددة.

أما السمات الوظيفية والجمالية التي أحدثها فكرة النموذج فقد توضحت من خلال التراكب الذي أحدثته الأشكال المتكررة للأيادي المرتفعة باتجاه الموقع الفضائي الأعلى والتي أثارت العديد من التصورات الذهنية والتصميمية من خلال الأشكال المعتمدة وصفاتها المظهرية المتمثلة بالألوان والاتجاهات والقيم الضوئية التي ظهرت متدرجة في فضاءه المقرر باللون الأزرق الفاتح المتدرج.

أنموذج (5)

الوصف العام: اعتمد النموذج في فكرته الأساسية على التكرارات الشكلية واللونية والتي أحدثت إيقاعاً متناغماً من خلالها وتوزع الملصق فضائياً إلى جزأين أساسيين يكمل أحدهما الآخر.

أنموذج (5)

المناقشة والتحليل

إن التنظيم الجمالي الذي حملته فكرة الملصق جسدها المصمم من خلال المدى التعبيري الجاذب لبصر المتلقي إلى الأشكال والألوان والتكوينات الكتابية التي عدت بمثابة عناصر تيبوغرافية بنائية فاعلة والتي جاءت بصورة متناسقة مع فكرة الملصق التي حققت الإثارة البصرية الجاذبة والتي تلزم بصر المتلقي بمتابعة علاقات عناصره البنائية مع وسائل التنظيم الجمالية.

إن التميز والإبداع في التنظيم الجمالي اعتمده المصمم في نموذجه من خلال فكرته التي رافقتها

التشويقات للتأويلات والتفسيرات المتعددة الأشكال والألوان والاتجاهات والتنوعات الملمسية والتي جاءت متوافقة مع وسائل التنظيم التي أظهرتها الفاعلية التصميمية ما بين أشكال الأشخاص ذات البيئات المختلفة كونها تمثل مجتمعات القارات المتعددة، هذا إلى جانب الشكل السائد المتمثل بلعبة الطائرة الورقية التي تبعها مجموعة من الأشكال الهندسية متعاقبة لتجيء بمثابة ذنب لشكل الطائرة وكتب على هذه الأشكال كلمة يونيسيف باللغة الإنكليزية لتشكل ترابطاً تكاملياً لإتمام فكرة الملصق الفاعلة التأثير، من خلال التقنيات الإظهارية التي أضافت السمات الإبداعية وباتت فكرة الملصق وكأنها منهج للمعرفة المعرفية وصياغة المبدأ الجمالي والوظيفي الذي أحدثته الصياغة التنظيمية التي جاءت وفق النظام التصميمي الفاعل.

إن التتابع الشكلي جاء متكونا من تجاوز الأشكال الهندسية التي مثلت ذنب لعبة الطائرة وحملت بالاتجاهية المائلة باتجاه اليمين نحو الأعلى لترتبط بالشكل المعني للطائرة وحملت كلها ألواناً تباينت في مكان وتضادت في آخر، وذلك من خلال الألوان البيضاء والحمراء إلى جانب الأزرق.

وقد استطاع المصمم في نموذجه هذا نقل المفاهيم الفكرية والتعبيرية التي مثلتها الأشكال الآدمية مختلفة البيئات والتي تقف على النصف الأعلى للشكل الدائري الذي يمثل خارطة العالم من خلال خطوطه المنحنية التي تحمل رمزية واضحة ويمكن أن يستلمها المتلقي بسهولة فضلاً عن تأسيسها الناتجين الوظيفي والجمالي على السواء.

الفصل الرابع

أولاً: نتائج الدراسة

بعد أن أنجزت الباحثة تحليلات نماذج عينة دراستها توصلت إلى مجموعة من النتائج وجاءت كما يأتي:

1 – إن تنسيق الصور والرسومات والتكوينات الكتابية التي يعتمدها المصمم في إنجاز ملصقاته وإخراجها بشكل ملائم يمكن أن يؤسس فكرة مبدعة ومبتكرة لتأسيس الفاعلية المتدفقة.

2 – إن الإيضاح القوي والإرضاء الجمالي وإثارة التشويقات تعد في فن الملصق تمثيلات للفاعلية الجاذبية من خلال الفكرة الذكية.

3 – إن التنظيم الجمالي المتمثل بالسيادة سواء أكانت شكلية أم لونية أم غير ذلك لا شك ستسهم في تحقيق الجانب الجمالي الذي تظهره فكرة ملصقات اليونيسيف.

4 – تتحقق الفكرة من خلال علاقات الترابط ما بين عناصر الملصق فيما بينها من جهة وفيما بين العناصر وأسس التصميم من جهة وكلما كانت علاقات الترابط هذه ساحبة لبصر المتلقي حققت فاعليتها.

5 – تعد الفكرة التصميمية في ملصقات اليونيسيف بمثابة الشرارة التي حولت عناصره إلى تكوين فني خلاق وفاعل لإيصاله إلى الملتقي وتحقيق أغراضه الوظيفية والجمالية.

6 – تلعب العناصر التيبوغرافية المتمثلة بالعنوان الرئيسي للملصق وعناوينه الفرعية ورسوماته وشعاراته دوراً فاعلاً وأساسياً في إيصال الفكرة إلى المتلقي بكل سهولة.

7 – تقاس الفكرة الفاعلة في ملصقات اليونيسيف بقدرتها على إظهار التفاعل لاستدعاء فضول المتلقي أثناء متابعة علاقات الوحدات البنائية لها.

8 – عدت التكاملية التي تتحقق من خلال علاقات الترابط ما بين الأشكال وصفاتها المظهرية مع فضاءاتها المقررة لدرجة عدم استغناء أحدهما عن الآخر وكلما كانت هذه العلاقة محققة للإثارة البصرية جاءت فاعليتها مثيرة للانتباه.

9 – أظهرت ملصقات اليونيسيف تمثيلاً مقارباً لواقع الحياة المستمدة أساساً من فكرتها الجاذبة للانتباه والمعززة للاتصال وتعد من المزايا التي تؤسس للفكرة التصميمية التي اعتمدها الفنان (المصمم).

10 – تعد الفكرة التصميمية في ملصقات اليونيسيف بمثابة النشاط الذي يتدفق عبر الخطوط والأشكال والعناصر الأخرى التي تتنافس فيما بينها لتعزيز الاتصال وإظهار فاعليتها الجمالية والتعبيرية.

11 – ارتباط الجانبين الوظيفي والجمالي في فكرة الملصقات لدرجة التفاعل على الحس العام للتصميم وحث المتلقي لمتابعة انسجاماتها وتناغمها وتجانساتها إلى حد الارتباط المتناغم ما بين المتلقي وأفكارها.

12 – مثلت التعبيرات المباشرة والواضحة لملصقات اليونيسيف الجوانب الوجدانية والإنسانية المرتبطة بالطفولة التي تعد الأساس في تطور المجتمعات والشعوب المتعددة.

13 – اعتماد الفكرة الذكية واضحة المعالم والتي يمكن استلامها بسهولة من قبل المتلقي لاقترابها من فكره واستيعابه لها بلا شك سيحقق فاعليتها كونها تؤكد على دراسة الاحتياجات الجمالية للعناصر والأسس.

14 – إسهام التنوع الوظيفي والجمالي والتعبيري والدلالي في إظهار الفاعلية المؤثرة لملصقات اليونيسيف التي اعتمدت على الفكرة التصميمية لها.

ثانياً: التوصيات

حددت الباحثة جملة من التوصيات وهي:

1 – توجيه العاملين في المؤسسات ذات العلاقة للأخذ بعين الاعتبار اعتماد الفكرة ذات التأثيرات المباشرة والواضحة التي تؤسسها فكرة المنجزات الطباعية.

2 – التركيز على اعتماد دراسات تتضمن الجوانب التطبيقية في منجزاتهم الطباعية المتعددة.

3 – إعداد طلبة الدراسات الأولية والعليا في الجامعات العراقية والعربية وتنمية رؤاهم الذهنية في ما يتعلق بالإثارة البصرية المتحققة من فنون الملصقات.

4 – ضرورة مواكبة التطورات التقنية في عالم البرامجيات بتنفيذ المنجزات الطباعية المتعددة.

5 – تطور الأساليب البنائية للفكرة المعتمدة في المنجزات الطباعية كالإعلانات التجارية أو أغلفة الكتب والمجلات.

ثالثاً: المقترحات

استكمالاً لمتطلبات الدراسة اقترحت الباحثة الدراسات الآتية:

1 – فاعلية الفكرة في الملصقات الإعلانية الرقمية.

2 – فاعلية توظيف الحرف العربي في الملصقات العراقية والعربية.

3 – دور الملصق في تحقيق الجوانب التربوية والإرشادية في الملصق العراقي.

4 – التوظيف الجمالي للأساليب الأدائية للمنجزات الطباعية.

قائمة المصادر

1 – إياد حسين عبد الله: فن التصميم الفلسفة, النظرية, التطبيق, ج2, 3, دائرة الثقافة والإعلام, الشارقة, 2008.
2 – بشرى محسن ياسر: الفاعلية التداولية في التصميم الإعلاني المطبوع, رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة بغداد, كلية الفنون الجميلة, 2014.
3 – حافظ إسماعيل عليوي, وأخر: أسئلة اللغة أسئلة اللسانيات, ط1, دار الأمان, الرباط, 2009.
4 – الخفاجي, ساهرة عبد الواحد: تقييم واقع الدليل الإعلامي في العراق, رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة بغداد, كلية الفنون الجميلة, 2005.
5 – دينا محمد عناد: ماهية النظام الكامن في فعل التصميم للإعلانات التجارية, رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة بغداد, كلية الفنون الجميلة, 2010.
6 – رانيا ممدوح صادق: الإعلان التلفزيوني (التصميم والإنتاج), ط1, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, 2012.
7 – رستم ابو رستم، ومحمد جمعة: الدعاية والإعلان، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
8 – سكوت, روبرت جيلام: أسس التصميم, ترجمة محمد محمود يوسف, دار نهضة مصر للطبع والنشر, القاهرة, 1980.
9 – الطائي, نضال مهذول: دلالة النظم الشكلية في تصاميم الخطوط الجوية العربية, رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة بغداد, كلية الفنون الجميلة, 2005.
10 – العزاوي, نادية خليل: الوحدة والتنوع في الأنظمة التصميمية للإعلان المطبوع, رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة بغداد, كلية الفنون الجميلة, 2002.
11 – عبد الرحمن بدوي: امانونيل كانط، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1985.
12 – غصون نمير محمد حسن, مؤثرات التقنية الرقمية في تصميم العناصر التيبوغرافية, رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة بغداد, كلية الفنون الجميلة, 2012.
13 – فؤاد احمد شلال: فاعلية بنية النص البصري في التصميم الرقمي. أطروحة دكتوراه مقدمة إلى جامعة بغداد, كلية الفنون الجميلة, 2014.
14 – كمال عيد: جماليات الفنون (الموسوعة الصغيرة)، منشورات دار الجاحظ للنشر، بغداد، 1980.
15 – فيشر, ارنست: ضرورة الفن, ترجمة: اسعد حليم, القاهرة, 1971.
16 – منذر عياشي: العلاماتية وعلم النفس, المركز الثقافي العربي, الدار البيضاء, 2004.
17 – Biegel, eisen: Design and print your own poster, London, 1976. P.13.
18 – Barbara Baer capitman: American Trade mark, Design, New York, 1976.
19 – Max Gallo: poster in history, New York, 1974.
20 – Walter, Herdeg: Graphics posters, New York, 1980.