

## الإبداع في تصميم المطبوعات ذات القيمة كعنصر لإحياء الهوية والتراث

### في المملكة العربية السعودية

د. عبد المجيد محمود صباغ

عميد كلية التصاميم – جامعة ام القرى

الاستاذ المساعد بقسم التصميم الداخلي شعبة التصميمات المطبوعة

كلية التصاميم – جامعة ام القرى – المملكة العربية السعودية

#### ملخص البحث :

تعد المطبوعات ذات القيمة من النوعيات المتميزة في الإنتاج الطباعي ، فهي تعتبر موجودات مالية بحسب قيمتها ، ومن ثم فهي من أنواع المطبوعات التي يجب تأمينها ضد التزييف أيضا مثل العملات الورقية وطوابع البريد والصكوك والشيكات المصرفية وغيرها فهي بما تحمله من رسومات وتصميمات تمثل واجهة دعائية وسياحية للبلد الذي أنتجها وتعتبر تعبيراً عن الهوية والتراث ، ومن ثم يجب أن يتميز إنتاجها بالجودة الفائقة ابتداء من عملية التصميم ، وحتى عملية الانتاج وما بينهما من عمليات متسلسلة ، لكل هذه الأسباب فإن عملية تصميم وانتاج المطبوعات ذات القيمة من اهم التقنيات الواجب دراستها من قبل المصممين ، والتي تبدأ من مرحلة التصميم للمطابع بحيث يخرج التصميم للإنتاج وبه جميع العناصر الأمنية والجمالية التي تكفل نجاحها في أداء وظائفها سواء على المستوى الاقتصادي أم الإعلامي ولا بد ان تخضع عملية التصميم والانتاج الي الرقابة على الجودة ، و التحكم في المنتج النهائي للمطبوعة من خلال معايير وأنماط معينة وضعها على هذا الإنتاج تبعاً لأهميته ووظائفه ، ويتم ذلك عادة عن طريق وضع مواصفات قياسية لمستوى الجودة المطلوب تحقيقه ، سواء خلال كل عملية من العمليات التي يحويها مسار ( خط الإنتاج ) أم للمنتج النهائي ذاته ( مطبوعات ذات القيمة ) ، ويتم التأكد من تحقق تلك المواصفات القياسية من خلال اتباع أساليب التفتيش التي تتلاءم مع طبيعة الإنتاج ، ومن هنا تأتي أهمية البحث في القاء الضوء علي مفاهيم المطبوعات ذات القيمة ومراحل انتاجها ابتداءً بالتصميم وحتى الطباعه .

وترجع أهمية البحث الي دراسة اساليب تصميم المطبوعات ذات القيمة ومراحل انتاجها التي تتوفر فيها قدر كبير من الضمان والسرية ، لأنها تمثل قيمة مالية للبلد الذي أصدرها ، لذا يجب ألا تكون قابلة للتزييف أو التزوير ، ولتحقيق ذلك يجب أن تظل محتفظة بخصائصها الطباعية ثابتة المستوى مهما طال بها الزمن ، كما أن عمليات تصميمها وتأمينها وطباعتها وتصميمها وتخريمها يجب أن تتم كلها بعناية فائقة .

**الكلمات المفتاحية :** تصميم المطبوعات ذات القيمة

## الفصل الأول

### الإطار المنهجي للبحث

#### المقدمة

إن للمطبوعات ذات القيمة أهمية كبرى ، وذلك لوظيفتها الإنسانية والاجتماعية ، خاصة من وجهة نظر علوم الاتصال المرئية الحديثة . فهي تعتبر سجلاً حضارياً لكل إنجازات العصر داخلياً وخارجياً ومسجلاً للتاريخ ، كما أنها تقوم علي إحياء الفترات الزمنية والتاريخية التي يمر بها المجتمع السعودي ، ومن هنا نجد أنها خرجت عن كونها وسيلة لتحصيل الأموال ، وأصبحت عنصر جمالياً حيث أن الرسالة التي تنقلها إلينا أعمق من أن تكون مجرد متعة جمالية زائلة ، بل أنها تعمل على أحاطتنا علماً بشيء من المعرفة .

وتتمثل المطبوعات ذات القيمة في العديد من امورنا الحياتية مثل الاوراق المالية ( النقود ) وطوابع البريد والصكوك المئمنه وغيرها ... كما أن المطبوعات ذات القيمة تحقق قناة اتصالية ، وهي علاقة تقوم بين المبدع والمتذوق لتواصل حقيقي ولأن المصمم الجرافيكي للمطبوعات ذات القيمة يعطينا دراساً عملياً في التواصل ، حيث أنه هو الذي يخرجنا من قوقعتنا الذاتية لكي ينقلنا إلي العالم بأكمله ، فيجدد من أفكارنا ، ويوقظ فينا ملكة الخلق والابتكار . كما أن المصمم يقوم بنقل المعلومات من خلال عناصر وأسس التصميم ، وكيفية تأثيرها بها على المتلقي.

وتتوقف الفكرة التصميمية أساساً على اتجاه ونوع المجال الفني الذي سوف يتم من خلاله إنتاج المطبوعات ذات القيمة ، وبما أنها تعد بمثابة حامل للمعلومة من خلال التصميم الجرافيكي ، فإن بناء الشكل الذي يتم تحديده تبعاً لمجموعة من العناصر التي ترتبط بعضها ببعض لإنتاج تصميم متكامل ، فكما يتضح لنا أن جماليات التصميم تعتمد أساساً على عناصره ، ووحداته والحدود التقنية لتكوين الشكل وهي العلاقة التي ترتبط بالإدراك وكما يساهم أيضاً كل من اللون والرسوم الجرافيكية والصور الفوتوغرافية والعلامات والرموز ... الخ في نقل هذه المعلومة سريعاً ، وذلك لأن الرموز تبسط طريقة الفهم والإدراك للمعلومات التي يريد المصمم أن

يوصلها إلي الناس عامة ويبين إمكانياتهم الإدراكية المختلفة لذلك نجد أن معظم طوابع البريد مثلا تعتمد على الرمز في توصيل المفاهيم العامة إلي الناس .

أن تراثنا العربي ملئ بثروة قيمة ومتنوعة تعد من أعلي الكنوز والحضارات العالمية وكلما تعمقنا في دراسته ووقفنا على أسراره وخفاياه وجدنا فيه كل جديد ، وتبين لنا في روعة واضحة إلي أي مدي وصلت حضارتنا العربية القديمة ، وتزداد قيمه تراثنا على مر الأيام كلما أزداد عمراً، إذاً فهو تراث خصب أمتد إلي كثير من نواحي الحياة الإنسانية وساعد بنصيب كبير في تنظيم الحياة وجعلها سهلة ميسرة ، كما أنه غني بعمق الأفكار ، حافل بالجهود التي يجب أن نتأملها بعمق حتى ندركها ونحللها تحليلاً شاملاً ولا بد من ذلك لنبدأ من حيث أنتهي السابقون ، والتراث العربي يشكل ثروة ضخمة حرص وما زالوا يحرصون عليها علماء الغرب حتى يومنا هذا على الاستفادة منها وجمع شتاتها من مختلف مكتبات العالم وتصويرها وتبويبها وتحقيق ما يمكنهم تحقيقه منها .<sup>(1)</sup> ودليل على ذلك أن ( السائح ) يسارع من شتي أنحاء العالم على شراء طوابع البريد والاحتفاظ بالعملات لأنها تحمل تاريخ الوطن الأصيل وحضارته الطيبة وأصالتها العريقة ، فالثروة التاريخية تتجسد من خلال المطبوعات ذات القيمة ، حيث أنها تجوب أنحاء العالم ، فهي تتحدث دون مترجم ، وتعبر عن ذوق وحضارة المملكة العربية السعودية ، وتعد المطبوعات ذات القيمة وسيلة من أوائل وسائل الاتصال التي لجأت إليها المجتمعات المنظمة ، فهي من السمات المميزة للدول كما ذكرنا من قبل ، لذا يجب الاهتمام بتصميمها لأنها تمثل واجهة حضارية وسياحية للبلد الذي أنتجها ومن ثم يجب أن يتميز إنتاجها بالجودة الفائقة ابتداءً من عملية التصميم وحتى عملية الطباعة وما بينهما من عمليات إنتاجية متسلسلة .

ويتميز العصر الحديث بنمو هائل في المعارف وبتطبيقات اتسع نطاقها في شتي مجالات الحياة والذي أصبح يواجه تحديات وتغيرات سريعة طرأت على مختلف مجالات الحياة من اجتماعية واقتصادية وثقافية .. الخ ، وقد استطاع الإنسان عن طريق التقدم العلمي والتكنولوجي في مختلف هذه المجالات من التغلب على هذه التحديات والمشكلات ، فقد ساعدت العلوم وتطبيقاتها التكنولوجية على حل الكثير من المشاكل المقترنة بالتنمية ونشر المعرفة بالظواهر الطبيعية وتسخيرها لتلبية احتياجات الإنسان .

#### مشكلة البحث :

تتحدد مشكلة البحث في محاولة تحديد هوية فنية في تصميم المطبوعات ذات القيمة في المملكة العربية السعودية الأمر الذي يعكس أثره على التنمية الاجتماعية والاقتصادية بما تتميز

به من صفة الانتشار في الزمان والمكان وبما يصاحبها من التوسع في أكثر من مجال خاصة مجال الدعاية السياحية للمملكة .

#### أهداف البحث :

- ١- الوقوف على المصادر الأولى للمطبوعات ذات القيمة تاريخياً وفنياً .
- ٢- إلقاء الضوء على التأثيرات الحضارية ( ثقافية كانت أم اجتماعية) .
- ٣- التصميم كتعبير عن الهوية الوطنية .
- ٤- الدراسة التفصيلية لمراحل تصميم وتنفيذ المطبوعات ذات القيمة .

#### أهمية البحث :

- لم تحظ المطبوعات ذات القيمة في المملكة العربية السعودية بالاهتمام المطلوب مما ترتب عليه افتقار المكتبة العربية لمثل هذه البحوث التي تعني تقديم وعرض المطبوعات ذات القيمة في أسلوب منهجي ودراسة تفصيلية لأسس تصميمها .
- يعد هذا البحث محاولة لتوضيح الدور الفعال للمطبوعات ذات القيمة خاصة في مجال الدعاية والسياحة وما يترتب على ذلك من زيادة للدخل القومي .

#### المسلمات والفروض :

- ١- الخبرات والتجارب السابقة لأهم لها من السمات والظروف المشابهة للمملكة العربية السعودية .
- ٢- أثر التقنيات المستحدثة في صناعة المطبوعات ذات القيمة.
- ٣- التحديات التي تواجه الهوية في ظل العولمة .
- ٤- مدي ارتباط تصميم المطبوعات ذات القيمة بالمناسبات الدولية والإقليمية .
- ٥- الأهداف القصيرة والطويلة الأجل للمطبوعات ذات القيمة.

## الفصل الثاني

### الإطار النظري للبحث

#### المبحث الأول ( المطبوعات ذات القيمة وعملية الاتصال )

كانت الثورة الصناعية الأولى - في نهاية القرن التاسع عشر - قد زودت الإنسان بإمكانيات وقدرات عضلية كبيره جدا ( مثل الروافع والماكينات ) وعرف العالم الثورة الصناعية الثانية - في أوائل القرن العشرين - والتي أعفت الإنسان من القيام بالأعمال الروتينية ، كما

أتاحت له استخدام مصادر جديدة للطاقة .. فقد أفضت المتغيرات العلمية وهو ما أدى إلي ظهور الحاسبات الإلكترونية بتطبيقاتها واستخداماتها المتعددة ، كما أدى الربط بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال إلي إنشاء شبكات معقدة لمعالجة ونقل المعلومات، مما ضاعف من قدرات الإنسان الحسية . فاستطاع أن يمد بصرة ليشاهد نزول مركبة الفضاء على كوكب المريخ مثلاً ، ويتوغل في أعماق المحيطات وباطن الأرض ، كما زادت هذه التكنولوجيا من قدراته السمعية فاستطاع أن يتصنت على ما يحدث على بعد آلاف الأميال ، وضاعفت من قدرته الذهنية فجعلته يستطيع أن يقوم بعمليات تحليلية معقدة ، وأن يتوصل إلي الحل الأمثل بين آلاف التبادلات والتوافقات والاحتمالات المختلفة للعناصر التي تتحكم في أي موضوع ، لذلك أصبح من الضروري للمؤسسات المختلفة ( تعليمية - صناعية .. وغيرها ) وأن تتفهم هذه الحاسبات وأن تتعرف على إمكانياتها وحدودها وتأثيرها حتى تستطيع أن تحقق منه أكبر فائدة ممكنة . (٢)

وشهدت الأعوام العشرين السابقة بدايات ثورة في مجال الاتصالات المرئية والتي تعد نتاج تقارب العديد من أوجه التكنولوجيا في مجال الأجهزة الإلكترونية ، وخاصة في مجال الحاسب الإلكتروني ، الذي أنتج عنه مدي جديد وواسع في مجال أبتكار الصور والأجهزة اليدوية المتاحة الآن لمصمم الجرافيك ، وفي سياق هذا المضمون يستحسن تحديد هوية بصرية خاصة للمطبوعات ذات القيمة الحديثة لتقوم بأداء عملية الاتصال وتكون قادرة على التعبير عن المجتمع ، ومن هنا فإنه يجب وضع برنامج خاص بتصميم المطبوعات ذات القيمة وذلك من خلال :

أولاً : تحقق أكبر قدر من التميز البصري للطابع.

ثانياً : سهولة التعرف على هوية المطبوعات ذات القيمة.

ثالثاً : جعل الكلمات مقروءة بطريقة واضحة ومريحة تماماً مهما كان حجم طابع البريد مثلاً صغيراً .

رابعاً : جعل الصور والرسوم ذات تعبير مناسب بقدر ما يتطلبه الموضوع من تأثير وذلك أيضا مهما كان شكل وحجم المطبوعات ذات القيمة .

خامساً: التنظيم البصري الجيد للمادة الموضوعية على المطبوعات ذات القيمة ( البيانات الإخبارية ، من قيمة - الكتابات الخاصة بالموضوع - البلد الذي أصدرها ، أو من خلال

الأسلوب والعناصر المستخدمة من الصور أو الرسوم - اللون .. الخ في تكوين فني برؤية تصميمية واضحة ) .

سادسا: دراسة سيكولوجية اللون كأحد العناصر الهامة في التأثير البصري على المتلقي وذلك من خلال الوسائل المتبعة لإنتاج الدرجات اللونية بالطرق التقليدية وعمليات فصل الألوان باستخدام التقنيات المتقدمة .

سابعا: دراسة أساليب الطباعة من خلال مراحل الإنتاج ومطابقة الأصل - التصميم - مع الطباعات النهائية .

ثامنا: مقارنة نماذج تحتوي على جوانب سلبية وأخرى تحتوي على جوانب إيجابية وإيجاد الحلول التشكيلية لمعالجة الجوانب السلبية والافتداء بالجوانب الإيجابية .

ومن هنا نجد أنه على المصمم في بداية عمله أن يبذل اهتماما كافيا سواء بنظام وأسلوب التعبير عن الأفكار وبالهئية التي ستصاغ فيها هذه الأفكار حتى يحصل على الشكل النهائي<sup>(٣)</sup> للمطبوعات ذات القيمة الذي يتم إنتاجه على هيئة نسخ مطبوعة بأسلوب كمي .

ويعتبر الرسم والتصميم للمطبوعات ذات القيمة هو الذي يجذب النظر إليها . . وقد يكون الرسم منظراً لإحدى المدن أو صورة فوتوغرافية أو علامة شهيرة أو لمخترع فذ أو لعلم دولة من الدول ، أو منظراً تاريخياً . . . الخ ، ومهما كان نوع الرسم يجب أن يتساءل الإنسان عن سر وجودة على الطابع أو من الذي يقوم بتحضير هذا الرسم . شكل ( ١ )

فلاحظ أن الفنانون يقومون بعمل رسوم مكبرة للمطبوعات ذات القيمة ، مع تقديم رسوم للتصميم نفسه بالمقاس الأصلي لها ، وذلك لإعطاء فكرة عما قد تحويه من حيث نسب الرموز أو الكتابة والصور أو الرسوم . . . الخ إلي مساحة التصميم أو أبعاده الحقيقية ، وكثيراً ما تدخل تعديلات على هذه التصميمات، وعند الموافقة النهائية على التصميم يقوم المصمم بأعدادها للتنفيذ والطباعة .<sup>(٤)</sup>

وجدير بالذكر أن الرسوم كلها لم تكن دائماً من عمل الفنان إذ قد يكون في حالات كثيرة مأخوذة من إحدى اللوحات الفنية لأحد الفنانين المشهورين أو لصورة فوتوغرافية لشخصية عظيمة أو لإحدى التماثيل الشهيرة أو لغير ذلك من الرسوم أو الصور التي تصلح أساساً بأن تكون ضمن تصميم المطبوعات ذات القيمة الذي صممه الفنان المختص.<sup>(٥)</sup>

الهوية البصرية للمطبوعات ذات قيمه :

إن الهوية هي المفهوم البصري للأشكال المرئية ، والمعبرة عن سلوك ووجدان المجتمع من النواحي الثقافية والحضارية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية . الخ ، وهي تعد تعبيراً عن هدف وإتجاه ، وتفاعل هذا المجتمع في وحدة واحدة ، بمعنى أنها تعمل على تقديم مفهوم موحد للمجتمع يشمل كافة اتجاهاته وعناصره ، والهوية الشخصية هي الطريق الذي يمكن من خلاله الوصول إلي فلسفة المجتمع وتحديد شخصيته ، حيث تعتبر شخصية المجتمع هي مركز وأساس الهوية .<sup>(٦)</sup>

ويعتبر طابع البريد مثلاً جزء فعال ومهم للمجتمع الذي يصدر فيه ، حيث يجب أن تتبع شخصيته من هوية وفلسفة هذا المجتمع ، وبالتالي يجب أن يحمل تصميم هذا الطابع شخصية المجتمع الذي ينتجه ، كما يعكس طبيعة حضارة المكان الذي يصدر فيه . شكل ( ٢ )

وفي الواقع فإن شخصية المجتمع السعودي شخصية قوية تكونت عبر آلاف السنين، وذلك بماضيها الضارب في أعماق التاريخ ، وبثراء قيمها ، التي إستمرت في حياتنا رغم اختلاف مظهرها عبر العصور<sup>(٧)</sup> ، فهي مهد الدين الاسلامي ، كما تنوعت فيها القيم التشكيلية من قديم الازل، وحتى العصر الحديث كما ذكرنا من قبل إلي جانب ما تمتلكه من الفنون الشعبية والفنون التشكيلية المختلفة.<sup>(٨)</sup> وكل هذه الحضارات والقيم تعتبر منبع قوي وغني للمصمم الجرافيكي ليحدد الشخصية والهوية العربية على طوابع البريد السعودية .

ومن هنا يتضح لنا أهمية ملائمة تصميم المطبوعات ذات القيمة ، لظروف طبيعة مجتمعنا السعودي والعربي .

### المبحث الثاني (مفهوم تصميم المطبوعات ذات القيمة)

أخذت عملية التصميم في العصر الحديث مركزاً مرموقاً ، وأصبح من المتعذر الشروع في طبع أي مطبوع دون أي يكون لهما التوجيه الفني بطريقة إخراجة من خلال رؤية المصمم. وكما هو معروف أن للتصميم مجموعة من الأساليب الفنية والتكنولوجية والهندسية التي تتبع لترجمة الأحتياجات ، وإخراجها في شكل مناسب وبالتالي يمكن تنفيذها عملياً ، واستخدامها في أحسن وأنسب صورة ،<sup>(٩)</sup> إذا فالتصميم هو عملية التخطيط البنائي لشكل ما لشيء ما وإنشائه بطريقة معينة من الناحية الوظيفية والنفسية ، وفي الوقت ذاته يعطي أتراناً معيناً ، مما يؤدي إلي إشباع حاجات الإنسان نفعياً وجمالياً في آنأ واحد .<sup>(١٠)</sup> ولكي يحقق التصميم غرضه وبصيب هدفه لا بد أن يضيف الجديد على الجانب الشكلي حتى يؤدي وظيفته بنجاح .

والملاحظ هنا أن عملية التصميم كثيراً ما تأتي مشروطة بالعوامل الحضارية التي تنتشر في البيئة المحيطة بالمصمم ، وهي ظاهرة فردية تخضع لعملية سيكولوجية بحثية حيث يقوم المصمم<sup>(١١)</sup> بعملية التخطيط والتفكير في اختيار وترتيب مجموعة من العناصر والمفردات بهدف استخدامها كوسيلة اتصال مرئي عن طريق تصميم المطبوعات ذات القيمة.<sup>(١٢)</sup> كما عرف العملية التصميمية بأنها العمل الخلاق الذي يحقق أغراضه وأهدافه ، حيث يقول أن التصميم هو العمل الأساسي للإنسان بصفة عامة وللإنسان بصفة خاصة ، فنحن عندما نؤدي شيئاً لغرض معين فإننا في الواقع نصممه .<sup>(١٣)</sup>

#### مساحة التصميم لطابع البريد وأشكاله الهندسة :

يعتبر طابع البريد لوحة فنية صغيرة تجمع في حيزها الكثير من المميزات التي تجعله يحقق من خلالها الكثير من الأهداف ، كما أن الطابع الجيد في تصميمه دائماً ما يكون معبراً عن معان كثيرة يصعب تحقيقها إن لم يكن قد أتقنت صناعته من الناحية الفنية والإبداعية لجذب الانتباه.<sup>(١٤)</sup>

#### جدول الأبعاد الخاصة لإنتاج بعض الطوابع<sup>(١٥)</sup>

نوع الطوابع	الأبعاد	الحد الأقصى للأبعاد بالمليمتر						عدد اللفات على ماكينة التكرار	عدد الطوابع
		الرسم على التصميم الأصلي		الرسم على السلبية أو الإيجابية		الرسم على الطابع الذي تم إنتاجه			
		بدون مسافة تخريم	بمسافة تخريم	بدون مسافة تخريم	بمسافة تخريم	بدون مسافة تخريم	بمسافة تخريم		
فئات	طول	٨٣.٧٢	٧٣.٧٢	٢٩.٩٠	٢٦.٣٣	٢٠.٩٣	١٨.٤٣	١٠	
صغيرة	عرض	١٠٠.٦	٩٠.٥٨	٣٧.٧	٣٢.٣٦	٢٥.١٥	٢٢.٦٥	١٠٠=١٠	
فئات	طول	٩٩.٥٦	٨٩.١٧	٣٥.٥٦	٣١.٨٥	٢٤.٨٩	٢٢.٢٩	١٠	
كبيرة	عرض	١٢٠.٩٢	١١٠.٥	٤٣.٣٢	٣٩.٤٧	٣٠.٢٣	٢٧.٦٣	١٠٠=١٠	
فئات	طول	١٦٩.٠	١٥٨.٦٨	٦٠.١٣	٥٦.٦٧	٤٢.٢٧	٣٩.٦٧	١٠	
خاصة	عرض	١٠١.٦	٩١.٢٠	٢٦.٣٥	٣٢.٥٧	٢٥.٤٠	٢٢.٨٠	٥٠=٥	

وعادة ما يكون شكل الطابع مربعاً أو مستطيلاً ، لكن بعض الدول تقوم بين الفترة والأخرى بإصدار طوابع ذات أشكال هندسية مختلفة منها المثلث والسداسي والثماني وحتى المستدير ( شكل رقم ٣ ) ، وكانت هذه الأشكال في الماضي تستخدم لتمييز الطوابع ذات الاستخدام الخاص كطوابع الخاصة بالتلغراف أو بالبريد المستحق أو بالبريد المستعجل .

كما أن أحجام الطوابع تختلف عن بعضها البعض ، ويعتبر أصغر طابع في العالم الذي صدر عام ١٨٥٦م في مقاطعة "مكلنبورغ - شويرين " الواقعة في ألمانيا الشرقية سابقاً ، وكان ذلك الطابع مربعاً وقياس أضلعه ١٠ مليمتراً . أما أكبر الطوابع حجماً فهو الذي صدر في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٨٦٥ م والخاص بتخليص أجرة توصيل الجرائد وكان حجم ذلك الطابع ٥٢ مليمتراً×٩٥مليمتراً ومن الغريب في إصدارات الطوابع أن بعض الدول قامت بإصدار طوابع مطبوعة على مواد غير الورق كصفائح الألومنيوم الرقيقة مثلاً Aluminium وبعض المواد الأخرى ، وكانت أول دولة تقوم بذلك هي هنغاريا " المجر " عام ١٩٥٥ م عندما أصدرت مجموعة طوابع من ورق الألومنيوم الرقيق بمناسبة مرور عشرين عاماً على إدخال صناعة الألومنيوم فيها ، كما أن جمهورية " الجابون " الأفريقية وبعض المستعمرات الفرنسية السابقة قامت في فترات مختلفة بإصدار طوابع من نفس المادة بينما أصدرت دولة قطر عام ١٩٦٦ م طوابع من ورق الفضة والذهب الرقيق ، أما مملكة " بوتان " فقد أصدرت مجموعة من الطوابع من ورق معدني رقيق جداً بمناسبة إنجاز مشاريع الحديد والصلب فيها ، وكذلك قامت بعض الدول من بينها مملكة " بوتان " و " جرينادا " بإصدار طوابع من الحرير لتخليد بعض المناسبات الوطنية الخاصة بها، وكانت مملكة "بوتان" قد أصدرت أيضاً طوابع من البلاستيك،<sup>(١٦)</sup> ومن الواضح أن معظم تلك الدول التي أصدرت هذا النوع من الطوابع كانت تقصد من ذلك إشهار هذه الإصدارات وزيادة أهتمام هواة الطوابع بإصداراتها لأسباب اقتصادية ، وعندما نتناول وجهة نظر الوظيفة الاجتماعية لتصميم المطبوعات ذات القيمة كعمل فني فأننا نجد أن للفن واقع إيجابي له أهمية في صميم الحياة الاجتماعية ، والدليل على صحة ما نقول هو أن المجتمع نفسه في كل زمان ومكان قد اعتبر الفن وظيفة اجتماعية . وخاصة أن النظرة الجمالية يجب أن تعمل على تكوين وحدة إنسانية شاملة كما أنه يخاطب كل من العقل والإحساس ويدفعهما إلي اتخاذ مواقف وقرارات إيجابية .<sup>(١٧)</sup> وتصميم العملات مثلاً عمل فني يحوي بداخلة دلالة اجتماعية وتاريخية وأيدلوجية لأننا نستطيع دائماً أن نتعرف من خلاله على معلومات قد تكون تاريخية أو جغرافية أو ثقافية أو فكرية .. الخ ( شكل ٤ ) فلا بد للفنان أن

يوضح قضايا عصره ومشكلات مجتمعة من خلاله أو قد يدل على الحضارة أو العصر الذي أنشأ فيه .

أن الجهد الذي يقوم به الفنان كثيراً ما يتخذ طابعاً فكرياً وكأنما هو يقوم بنشاط ذهني من أجل التعبير بلغة الألوان والأشكال عن ذلك المعنى الذي يريد أن ينقله إلي المتلقي ، وأن حياة الفنان لا تتطوي على انتقاله من مستوي الأحداث إلي مستوي التعبير الفني وكأنه ينقلنا من عالم إلي عالم آخر بعكس المصمم .<sup>(١٨)</sup> لذلك نجد أن المصمم يبلور في نشاطه الفني كل ما دار في حياته من أحداث جسيمة أو مخاطر شخصية أو أحداث تاريخية أو ثقافية أو فنية أو جغرافية، حيث يبدو العمل الفني مجرد أجابه واستجابة لكل المعطيات .<sup>(١٩)</sup> وبما أن التصميم هنا خاص بالمطبوعات ذات القيمة بصفة عامة ، فنلاحظ أن للتصميم عدة جوانب أهمها :

١. الجانب المرئي : يكون من الرسوم والزخارف والنقوش والصور الفوتوغرافية والخط ... الخ
٢. الجانب المادي : يحتوي على الخامات ، الأحبار ... الخ .
٣. الجانب التكنولوجي: يحتوي على أساليب الطباعة - طرق تأمين الطابع والاوراق المالية بوسائل الضمان اللازمة .. الخ .

ولتعميق هذه المفاهيم لا بد أن نتحدث عن مفردات التصميم بشئ من التفصيل وهي ما يلي :

- الخامة: أن كل عمل فني يحتاج إلي خامات تدعمه والخامة في العمل الفني ليست للتدعيم فقط بل هي جزء من العمل الفني .
- الشكل : لا بد للمصمم من مقدرة على فهم قوانين الطبيعة إلي جانب فهمة لشخصية الناس والتاريخ والحضارة بالإضافة إلي أفكاره وتخيالاته . فيقول " ديفيد باي David Bye " : أن هناك ستة متطلبات للتصميم الجيد للعملات ، فلا بد من معرفة المبادئ الرئيسية للموضوع حتى تتم دراسته وتكييفه لأنجاز أهم النتائج المطلوبة في تصميم العملات ، وقد حددها كالاتي :

- ١- لا بد أن يتضمن الأساسيات الرئيسية للموضوع .
- ٢- يجب ان يشتمل التصميم على العلاقات الهندسية من حيث المساحة والموقع بين كل جزء من أجزاء الموضوع .
- ٣- يجب أن تكون عناصره مركزة تماماً لنقل التكاليف حتى تحقق النتائج المرغوبة .
- ٤- الاقتراب بين مكونات الموضوع لا بد أن يكون متوفراً .
- ٥- المظهر الخارجي للتصميم يجب أن يكون مقبولاً .<sup>(٢٠)</sup>

### المبحث الثالث (مقومات تصميم المطبوعات ذات القيمة)

هناك قواعد للتصميم الجيد يجب مراعاتها في تصميم طابع البريد ، حيث أنها تعد من المطبوعات ذات القيمة.

#### أ - التباين في تصميم المطبوعات ذات القيمة:

يعتمد التباين في التصميم على أحاساتنا البصرية من حيث المظهر المرئي للطابع . ونستشهد لذلك بما يضيفه كل من " جوزيف ثورب Joseph Thorp " و " بيرك Chas. L. Burdick " بأن التباين معناه ابتكار علاقات في المجال المرئي ، تمكن الرائي من استيعاب هيئة التصميم بسهولة وجاذبية دون ملل التكرار سواء كانت هذه العلاقات أو الاختلافات في المساحة أو اللون المستخدم بالتصميم.<sup>(٢١)</sup> أما " سكوت " فيؤكد أن التباين بين الشكل والأرضية يعتبر ضرورياً لرؤية هينات الأشكال ، ويدرك الشكل غالباً فوق أو أمام الأرضية كما يمكن إدراك الأرضية على أنها مسطح أو فراغ ، ويمكن للمصمم الذي يقوم بتصميم الاوراق المالية أن يستفيد من عنصر التباين وأبرزه عن طريق إيجاد الاختلاف الواضح بين الشكل والأرضية لسبب براعة لتأمين سلامة المطبوع ، ويمكن أيضاً أن يلجأ المصمم لتوظيف الأرضية لشكل معين باستخدام إغلاق المسطح الذي يعمل فيه تصميمه ، بحيث يترك للعين القيام باستكمال الشكل أو يحصل على الإغلاق اللازم في التصميم باستخدام حواف ومساحات ملونة تحدد الأرضية .

#### ب- تنظيم الشكل في تصميم المطبوعات ذات القيمة:

أنا نري هيئة وشكل العملات بناءً على الأساس الشكلي الفعلي للمثير المرئي ، وعلى أساس قوتي التنظيم الجوهري وهي الشد الفراغي والتشابه في عناصر تصميم المطبوعات ذات القيمة بواسطة عاملي الجاذبية وقيمة الانتباه المستمد من الإدراك العام ، ونستطيع الاستفادة من هذا العنصر أثناء العملية التصميمية لطابع البريد مثلا وذلك بالاستعانة بهذه القوي ، وهي الشد الفراغي والتشابه في عمل تشكيل لتكوين مترابط تتوافر فيه صفة الكيان العضوي ، وان يكون كاملاً متكاملًا في ذاته حيث تساعد علاقة القوتين على تطوير الوحدة في تصميم الطابع ، بالإضافة إلي عامل التنوع الناتج عن التباين ، أو الشد الفراغي . وكذلك التنوع التام وهو الذي يتباين تبايناً كاملاً مع النظام العام للعلاقات وهذا ما يتمثل في خط الجمال "لهوجارت"<sup>(٢٢)</sup> والذي يؤكد أن الخط له وحدة وتنوع مطلق.

### ج - الحركة والاتزان في تصميم المطبوعات ذات القيمة :

- هناك أربعة خصائص مميزة للوحدة المرئية ( الطابع ) تعبر عنها وهي :
- ١- أسلوب الحركة المغلقة .
  - ٢- الاتزان .
  - ٣- العلاقات النسبية بين الحجم ، والعدد ، والدرجة .
  - ٤- التنعيم .

أما من الناحية العملية نجد أن الاتجاهات الأفقية ، والرأسية في الفراغ تمثل الدلالات المرئية المعادلة التي نحكم بها على مدي الاتزان بل أنها تمثل الأبعاد الإنشائية للفراغ ، (٢٣) والحركة في التصميم تعني التغيير ، والتغيير هنا يأتي ذهنياً في عملية الإدراك وما يهمننا هنا هو ما تقدمه الحركة الذهنية حيث أن لها أهمية كبيرة في التصميمات ذات الأوضاع الساكنة. ومشكلاتنا هنا هي تنظيم الحركات الإدراكية بحيث تؤدي إلي خلق دائرة متكاملة مغلقة، وتعتمد هذه المسائل على طبيعة التكوين إذ أن لكل من الشكل واللون قيم تختلف تماماً في المجالات المختلفة ، ولكي نستطيع أن نتحكم في أشكال الحركة الذهنية لا بد أن نتحقق القيم الديناميكية سواء كانت سلباً أو إيجاباً لكل عنصر من عناصر التكوين في تصميم الطابع البريدي ، وهنا نجد أنه بالاستفادة بالقيم الديناميكية في المجال المرئي لتصميم الطابع نستطيع تحقيق تصميماً ناجحاً ، حيث تستمد عناصر التصميم قيمتها الحركية من حدودها الخطية الخارجية أو من محاورها الرئيسية : وجدير بالذكر هنا أن ننوه إلي الجهد الذي قام به علماء النفس في قياس كمية الطاقة العصبية التي تتطلبها رؤية الأشكال ، حيث وجدوا أن بعض الأشكال كالدائرة مثلاً يسهل رؤيتها أكثر من غيرها ويليهما بعض الأشكال الهندسية البسيطة المشابهة . وان دل ذلك علي شيء فإنما يدل على أن الأشكال الجيدة هي الأشكال التي يمكن إدراكها بسهولة ، والتي لها قوة ديناميكية في خطوطها وأوضاعها حيث تتوفر فيها قوة جذب أكبر من الأشكال " الاستاتيكية " لذلك يجب على المصمم أن يراعي ذلك في تصميم الطابع باستخدام الأشكال الجيدة سهلة الإدراك . وخصوصاً وأن المتداولين للطابعات وقطاعات مختلفة من البشر من الناحية الحضارية والثقافية والاجتماعية. (٢٤)

### د - التناسب والتنعيم في تصميم المطبوعات ذات القيمة:

قد عرف قاموس " ديستريكتوليجيت " التناسب بأنه " العلاقة بين كل من الحجم أو الكم أو الدرجة ، أو بين شيء وشئ آخر. " وعرف التنعيم بأنه " حركة واضحة في تكرار منتظم ، أو دوري " (٢٥) أما النسب فتعتبر دلالات رياضية ترتبط بالحجم والعدد والفئة ، وكما هو معروف في العملية التصميمية أن النسبة والتنعيم لا يستكملان معناهما إلا عندما يعبران عن ضرورات وظيفية، وحيث أن عملية التصميم معقدة وغامضة لذا كان لا بد من التفكير فيها من جهتين

الأولي تتصل بالناحية الإنشائية والوظيفية للطابع والثانية تتصل بالناحية التعبيرية للطابع البريدي على أن يكملان بعضهما ، وهذا ما يحقق أقوال " لويس سليفان " حيث قال " أن الهيئة تتبع الوظيفة " .

#### هـ - اللون في تصميم المطبوعات ذات القيمة :

عندما نتكلم عن اللون فأننا لا بد أن نتناول مادته وكيفية التحكم في درجة تألقه ، وكما هو معروف بأن مادة اللون وتألقه هما أساس أدراك الشكل وما يهمننا هو طريقة الأداء للتحكم في درجة تألق اللون . وأن الوسيلة لذلك تأتي بطريقتين إحداهما اختيار المواد الصبغية وفقاً للتألق الذاتي لألوانها<sup>(٢٦)</sup>، ثم مزجها بعضها ببعض ، أو باستخدام مواد لونية في شكل صبغة ، أو غير ذلك بطريقة توصلنا إلي التأثير الذي نريده - ومن أجل ذلك فإن المادة اللونية تعتبر أساسية بالنسبة للتصميم - ومن هنا نجد أنه من الضروري عند عمل تصميم للطابع البريدي أن نراعي في إنتاجه المادة اللونية من حيث اختيار الحبر وفهم طبيعته فهماً جيداً إلي جانب قيمته اللونية أثناء عملية خلق وابتكار التصميم هذا بالإضافة إلي أن عملية بناء اللون على سطح الورقة تشترك فيه عدة عوامل إلي جانب مواد اللون ذاتها بالإضافة إلي العوامل الميكانيكية لإنتاج التصميم طباعياً . وأن قدرتنا على التحكم في درجة التألق اللوني تأتي عن طريق تحقيق قيمة معينة للتدرج حيث أن لكل مادة لونية معامل انعكاس ذاتي ، وهو ما يعرف بالقيمة<sup>(٢٧)</sup>، وأننا إذا مزجنا مواد لونية مختلفة في قيمة تدرجها فإن درجة تألق اللون الذي ينشأ عن هذا المزج يكون موجود في مكان ما من هذه القيم ، وبهذا تكون هناك أربع إمكانيات لمزج مواد اللون وكلها تتصل بالتحكم في قيمة تدرجه تألقه وهي:

- ١- إضافة الأبيض ترفع القيمة .
- ٢- إضافة الأسود وتخفيض القيمة .
- ٣- إضافة رمادي متباين ترفع أو تخفض القيمة .
- ٤- إضافة مادة لونية لها قيمة مختلفة من التدرج ، ترفع أو تخفض القيمة .<sup>(٢٨)</sup>

وبالتالي نجد أنه ليس من السهل إعطاء تعريف علمي صحيح عن طبيعة اللون ، ولكن من الممكن أن نفسره بأنه إحساس ناتج من تأثير أشعة موجهة معينة على الخلايا الحساسة داخل العين والتي توصلها بالتالي إلي مراكز الإحساس بالمخ ، وأن كلمة لون التي يطلقها المشتغلين بالفن مقصود بها المواد التي يستعملونها لإنتاج التلوين، أما علماء الطبيعة فيقصدون بكلمة اللون تحليل الطيف (الشمس أو الضوء) وفي الحقيقة أنه يوجد كل من " المادة الملونة" ويقصد

بها المادة الصباغية و" الشعاع الملون" ويقصد به الضوء الملون . فاللون إذاً هو ذلك التأثير الفسيولوجي الحاصل على شبكية العين ، سواء كان ذلك ناتجاً عن :  
أ - المادة الصباغية الملونة .

ب- الضوء الملون .

إذاً هو إحساس وليس له أى وجود خارج الجهاز العصبي .<sup>(٢٩)</sup>

### الحيز أو الفراغ في تصميم المطبوعات ذات القيمة :

ويقصد بها المساحات بين الخطوط التي تتخذ اتجاهات مختلفة ، وهي أما أن تكون منتظمة أو غير منتظمة . كما تأثرت الأفكار الحديثة حول الحيز والفراغ بمظاهر التكنولوجيا الحديثة من أجل التأكيد على بعض الدلالات الرمزية والتجريدية في التصميم بمفاهيم جديدة لا ترتبط بقواعد محددة ، ولكنها مرتبطة بشكل أساسي بالقيم البصرية والفنية للتصميم ، ومن هذا المنطلق نجد أن الإيهام البصري لبعض العناصر في التصميم لا يعتمد بالضرورة على الأبعاد المنظورية .. بقدر اعتماده على العلاقات اللونية والقيم الضوئية البصرية داخل الحيز الفراغي وعلاقاته بالكتل والأشكال المراد التأكيد على دورها في التصميم.<sup>(٣٠)</sup>

ومما سبق يتضح لنا أهم العناصر في التصميم ، كما هو موضح في حيث أن لكل عنصر من العناصر السابقة له مذاق مختلف في التصميم الفني للمطبوعات ذات القيمة ، وبالتالي تم عرض بعض النماذج لطوابع بريد تحتوي على ما سبق ذكره ( شكل رقم ٦ )

### الكتابات ( الخطية) في تصميم المطبوعات ذات القيمة :

الحروف الطباعية تسمى ( بالتيبوغرافية ) وهو مصطلح يوناني ينقسم إلي مقطعين: المقطع الأول " تيبو " ويعني حرف ، والمقطع الثاني "غرافية" وتعني كتابة ، وينتج عن هذين الكلمتين الحروف التي تعد وسيلة للكتابة ، حيث أن هذه الحروف هي التي تنتج الكلمات والجمل التي من خلالها ينتج التواصل ونقل المعاني والفهم وتوضيح الرؤية . وبالتالي تمثل دوراً هاماً في وصول الرسالة المعنية لتحقيق الاتصال .

وتعتبر الجمل والكتابات على الطوابع عنصراً للمعلومات، ولكنها تعطي أنطباع جمالي فالكلمة تؤكد المعني المحسوس الذي يقدمه التصميم وبناءً على ذلك فإن الدمج بين الكلمة وعناصر التصميم المختلفة لا بد وأن يتواءم في منهجية خاصة لإنتاج عمل فني متكامل ، وبالتالي تؤدي الكتابات في النهاية إلي إنتاج حركة فنية وإيقاعية للفن التشكيلي والفن الجرافيكي

الذي يؤدي وظيفة عامة من خلال طابع البريد التي تعد وسيلة من وسائل الاتصال بين أكثر من مجتمع وأكثر من ثقافة.<sup>(٣١)</sup>

كما نري أن المصمم عند البدء في تصميم الكلمات فإنه في الواقع يتعامل مع أشكال مجردة تقوم بتوصيل الرسائل . وتتيح له التواصل مع بعضها البعض إذا تم تجميع هذه الأشكال معاً . ومن خلال إبداع المصممين أصبحت كثير من هذه الأشكال أشكالاً جميلة ومرتنة ويمكن أن تعطي صوراً أكثر جرأة وتعقيداً أو قد تكون حل لمشكلة جرافيكية أو إبداع عمل فني راق.<sup>(٣٢)</sup> ومن هنا يتضح لنا أهمية دراسة الكلمات والجمل المكونة للمعلومات المدونة على الطابع (مناسبة - فئة - شخصية - دولة - مدينة .. الخ) ، ويجب على المصمم أن يضع أسس للتصميم الخاص بالمطابع مثل تحقيق التباين والتناسق عن طريق استخدام أحجام مختلفة وأنواع متعددة من الخطوط تبعاً للموضوع الذي يقوم بتصميمه في شكل جذاب للإنتباه.<sup>(٣٣)</sup>

والمصمم الجرافيكي الناجح هو الذي يقوم في معظم الأحيان بابتكار وتصميم الكثير من الخطوط الكتابية التي تساعده في تصميم الطابع البريدي ، فكل مصمم له شخصية خاصة في انتقاء كتابته التي تساعده على إتمام صياغة عناصر التصميم بشكل متميز ، وأهم العوامل التي تساعده على تحقيق ذلك .

- البساطة
- الوضوح وسهولة رؤيته .
- التوازن بين الفراغات في الكتابات الموجودة على الطابع .
- مقاس الخط .
- أن يكون نوع الخط والكتابات ملائم للأشكال والعناصر التصميمية المكونة للطابع .

(شكل رقم ٧)

ولقد أجري بعض التجارب في هذا المجال ، أثبتت أن الكتابة القائمة على خلفية باللون الفاتح أسهل قراءة من الكتابة بلون فاتح على خلفية بلون قاتم ، وهذا يؤثر في درجة وضوح الكتابة وسهولة قراءتها .<sup>(٣٤)</sup>

ويتم اختيار البنية للمساحة المتاحة للبيانات ومركز الاهتمام بالنسبة لها ، ويتطلب الطابع بصفة خاصة استخدام أبناط صغيرة تبعاً للمساحة المهيأة ، وقد يتطلب تكوين المتن استخدام أكثر من مقاس للحرف تبعاً لأهمية عرض المعلومة أو العنوان الفرعي ، كما يرتبط طول السطر بمساحة الطابع ، وهي ضرورية لإحداث نوع من التنظيم والترتيب في تكوين أسطر المتن في تجانس ، وتحقيق علاقة الفراغ مع الكتابة ، ويقع اختيار مساحة المتن المناسبة تبعاً لعلاقة الإتران على مساحة الطابع ، وتتكون الكلمات من الحروف ، وتتكون الجمل من الكلمات ، وقد تكون الكلمة

علامة أو عنواناً أساسياً أو فرعياً في بيانات الطابع ، وبإختلاف مقاس البنط يمكن أن يتحقق نوعاً من التركيز على الكلمة

### الفصل الثالث

#### الصور والرسوم في تصميم المطبوعات ذات القيمة (

سبق أن ذكر في البحث أهمية الجوانب النفسية والسلوكية والفنية في مجال التصميم وأن العمل الفني Art Work يرتكز أساساً على الصورة ، أو الرسوم أو مجموعة من الصور والرسوم المتضمنة في الطابع البريدي وتعد العنصر الرئيسي في جذب الانتباه ، وآثاره الاهتمام بموضوع المطبوعات ذات القيمة ،<sup>(٣٥)</sup> وتعتبر الصور والرسوم على هذا الأساس أكبر العناصر الإعلانية جذباً لانتباه المتلقي (المستقبل) إلي الطابع البريدي<sup>(٣٦)</sup>، وأن كانت الكتابات تحقق أيضاً جزءاً كبيراً من هذه الوظيفة ، ومن هنا يتضح أن جذب الانتباه ، يتحقق بأسلوب أفضل ما يمكن عندما تكون الصور والرسوم والكتابات مرتبطة وموحدة في تصميم واضح ليعمل كل منهما على تقوية الآخر. على أساس خلق ارتباط أساسي في التصميم بين الكتابات والصور أو الكتابات أو الرسوم وفي جذب الانتباه بدرجة أعلى سواء لكل عنصر منهما على حدة لكليهما معاً ، ولتصميم الطابع البريدي كوحدة فنية متكاملة.

ف نجد إن المصمم لطابع البريد مثلاً يضع أفكاره في شكل مرئي ( محقق ) يشمل مجموعة من الصور والرسوم التي تتفق مع أفكاره في عدد من التصميمات الأولية ، ومن خلال رؤيته إلي التصميمات الأولية يجد أن هناك بعض الصور والرسوم تجذب الانتباه أكثر فيتوقف قليلاً ويثار اهتمامه تدريجياً أمام جاذبية الصور والرسوم التي تسهم في توضيح الفكرة الخاصة بتصميم الطابع وبالتالي يقوم المصمم بالعمل على تطوير الفكرة الإنشائية لبناء تصميم الطابع ، ويلاحظ أن الاستخدام النافع والفعال للصور أو الرسوم في التعبير عن الأفكار يتطلب البساطة في اختيار تلك الصور والرسوم دون أفتعال أو مبالغة لأن ذلك يؤثر بطريقة مباشرة على التصميم، كما يراعي ضرورة التخطيط الجيد عند أنتقاء الصور أو الرسوم تبعاً للظروف الاجتماعية والدينية والثقافية . كما أن الصور والرسوم تؤدي دوراً وظيفياً ونفسياً هادفاً من خلال توظيفها في المواضيع المختلفة لتصميم الطابع .

#### أهم وظائف الصور والرسوم في تصميم المطبوعات ذات القيمة :

- ١- جذب انتباه المستقبلين للمطبوعة .
- ٢- التعبير عن الأفكار التصميمية للمطبوعات ذات القيمة بكفاءة عالية .

- ٣- إثارة اهتمام المتلقي للمطبوعات ذات القيمة بما تحتويه من معاني .
  - ٤- إضفاء الواقعية والصدق على المطبوعات ذات القيمة.
  - ٥- رسم وتوضيح الفكرة الأساسية لموضوع المطبوعات ذات القيمة .
- إذا لا بد من اختيار الصور والرسوم الجرافيكية المتميزة لما لها من أثر فعال على نجاح عملية التصميم الجرافيكي لطابع البريد والعملات النقدية (٣٧)

وعلى كل حال هناك تغيير مستمر في التقنية يقود كذلك إلى تغيرات في المهام والحلول فأجهزة الحاسوب العالية القدرة والبرامج الواسعة الوظائف سوف تحدث ثورة في هذا المجال ، وسوف تحتل مركز الصدارة لكل من الألواح الثابتة كقياس والبرامج المريحة الاستعمال وطابعات الليزر الأرخص سعرا ، ففي الحقيقة أن الجيل الحديث من أجهزة الحاسوب بأستطاعته حاليا إنجاز أعمال عديدة مثل تنظيم الصفحات وإدخال الرسومات في النص وتغيير أشكال الحروف وإدخال الألوان في المطبوعات وغيرها من الوظائف الكثيرة . (٣٨)

#### تنوع أشكال الصور في تصميم المطبوعات ذات القيمة:

الصورة الأبيض والأسود :

وهي التي يتم طبعتها باللون الأسود على أرضية الصفحة البيضاء ، وتكون ذات درجات مستمرة ، أو تكون متدرجة من القاتم والفاتح كالصور الشبكية .

#### الصور الملونة :

وهي التي يستخدم في طبعتها لون أو أكثر غير الأسود ، وتكون ذات مساحة لونية أو تدرج لوني ، وهي التي يتم تصويرها بأستخدام شبكات الفصل اللوني .

#### الصور ذات الخلفية المفرغة :

وتتميز هذه الصور بأنها لا تظهر خلفيتها المصورة مما يزيد التباين بينها وبين الأرضية .

#### الفوتومونتاج :

والمقصود هنا أنه يتم دمج صورتين أو أكثر في تصميم متكامل يظهر وكأنه صورة واحدة ويظهر ذلك في عدة أشكال .

١- صورة يتداخل معها الحروف : وقد تكون الحروف عنواناً أو تعليقاً مصاحباً للطابع أو متنا ، فنجدها مفرغة في الصورة أو مطبوعة فوقها مع مراعاة التباين إذا كانت الصورة ذات درجة تباين أقل فتصبح كأرضية تمثل مظهراً جالياً لا يوجد به الكثير من التفاصيل.

٢- صورة بها تفرغ لوضع صورة أخرى من خلال التصميم الذي يضعه المصمم وهنا يتضح له أن الصورة سواء كانت مفردة أو مع صور أخرى إلى جانب العناصر التيبوغرافية تؤدي

غرض معين في إطلاق السياق العام في موضوع تصميم الطابع فيتم اختيار وضع معين هذه الصورة مع باقي عناصر التصميم المختلفة . (٣٩)

### الإطار :

هو عنصر من عناصر التحديد ، ويستخدم كعنصر تبيوغرافي مع العناصر الأخرى ، ويكون كامل الإحاطة بالشكل أو العناصر وقد يستخدم كزوايا للعمل فقط ، وإلي جانب وظيفته في تحديد الموضوعات فإنه عمل هام لتحديد اتجاه خطوط الإنشاء للشكل الراسية والأفقية والمائلة . ويمكن للمصمم من خلال الحاسب الآلي أن يحدد برؤيته للأشكال من خلال الإطارات المختلفة لنفس الصورة ويختار أفضلهم للتصميم وتحقيق أكبر قدر من التناسق بين العناصر المكونة للمطبوعات ذات القيمة.

### وتشمل أهم وظائفه :

- تحديد الشكل الخارجي للصور ، فيأخذ الشكل المستطيل أو الدائري أو البيضاوي .
- فصل الصورة عن المتن ، بإحاطة الصورة ، أو إحاطة المتن .
- تجسيم الصورة ، باستخدام خطوط مختلفة السمك يمكن إثارة نوع من الخداع الإدراكي مما يوحي بان الصورة مجسمة.
- إتاحة فراغ أبيض حول الصورة ، يحقق هذا نوعاً من التوازن بين المساحات الرمادية والبيضاء في الصفحة وراحة للعين أثناء الرؤية .
- تحديد طبيعة الموضوع ، يضيف علي الإطار شخصية للموضوع مثل استخدام إطار زخرفي أو جاد

### وهناك ثلاث مستويات لفهم الصورة ، وهي :

أ ( العدد .. يري الفرد الصورة فيبدأ في عد محتوياتها أو مكوناتها هذا كرسي مثلا .. وهذا .. وهذا .

ب) الوصف .. يصف العناصر ويتبين ملامحها التي قد تشابه مع صفات عناصر مماثلة رآها من قبل .

ج) التفسير .. يري هذه العناصر كوحدة فيحكم على الصورة بعد إدراك أعق عناصرها.

### الغرض من الصورة :

تستخدم في الطابع كنوع من التجميل والتزيين أو لشرح وتوضيح المادة أو للتعبير عن موضوع لا يمكن التعبير عنه بالكلمة أو لتحقيق الجاذبية والانتباه للمادة المقررة ، وفي كل الأحوال تؤدي رسالة اتصالية معينة . وبالتالي نري أن المصمم يضع الصورة في إطار السياق العام لشرح الموضوع الخاص بالطابع .

ولكي تتحقق الجاذبية والانتباه للصور ، وذلك من خلال ثلاث خصائص هي :

أولاً : التباين : في الشكل أو اللون أو كليهما معا .

ثانياً : المساحة : حيث أنه يمكن أن تتفوق المساحات الكبيرة في جاذبيتها ، وقد نجد لأسباب

أخرى أن المساحة الصغيرة تتفوق في الجاذبية عند إضافة لون مثلا.

ثالثاً: التكوين : موقع العنصر بالنسبة للمركز الهندسي أو المركز البصري للطابع فكل هذه

الأوضاع تؤثر في إدراك المستقبل للطابع .

**حيز الصورة على المطبوعات ذات القيمة :**

أوضحت التجارب التي تمت على الصور أن الصورة المستطيلة الشكل هي المفضلة بدرجة كبيرة

يليهها الصورة المربعة الشكل درجة أقل ، أما الصورة الدائرية فقد حصلت على درجة قبول ضعيفة

جداً لا تسمح باستخدامها مقابل الصورة المستطيلة والمربعة ، والجديد بالذكر أن الشكل

المستطيل من الأشكال المفضلة حيث يحقق اتزان الخطوط الأفقية ويعطي ميزتين لا تتوافران

للمربع وهما إعطاء الوضع الرأسي ، والأفقي معاً .<sup>(٤٠)</sup>

**وضع الصورة :**

إن وضع الصورة معتدلة مع الموضوع الخاص بالطابع هو المفضل بدرجة كبيرة جداً ، عن

وضع الصورة مائلة في التصميم . وهنا لابد من الإشارة إلي أن وضع الصورة والرسوم بالنسبة

لباقى عناصر التصميم بطريقة جيدة يحقق جاذبية خاصة للطابع.<sup>(٤١)</sup>

**طبيعة الصورة :**

من حيث درجات التباين ، ومقاس الصورة ، ومدى التعبير فيها فيعطي زيادة التباين في

الصور نوعاً من الجاذبية فلا يتطلب في هذه الحالة تكبيرها أو وضعها في مركز من المركز

البصري للطابع والتباين الأقل قد يجعل المصمم يستخدمها كأرضية للمتن أو يمكن أن يضعها

في مقاسا كبيرا حتى يمكن إدراك تفاصيلها ، أو يضعها بالقرب من مركز الإدراك البصري

للتابع ، كما أن التعبير بالصورة وخاصة صور الأشخاص يؤثر في وضع الصورة في الطابع

فلا بد من مراعاة اتجاه الرؤية في الصورة مع اتجاه استمرارية المادة المقروءة في الطابع .

**توظيف الصورة :**

قد يقوم المصمم بوضع الصورة مفردة أو مع صور أخرى إلي جانب العناصر التيبوغرافية

لتؤدي غرضها معينا في نطاق السياق العام لموضوع الطابع .

**أختيار وإعداد الصور :**

تستخدم الصورة عادة في تحقيق جذب الانتباه ، أو شرح وتوضيح بعض المعاني ، ولا

يتحقق هذا الغرض الوظيفي إلا عند الاختيار الجيد . فلا بد أن تتلاءم الصور المختارة مع

الموضوع وأسلوب الإخراج ، ومن ثم يبدأ المصمم في توظيف الصورة كجزء من تكوين الطابع فيستخدمها كما هي ، أو يقوم بإضافة بعض التأثيرات الجرافيكية حسب خبرته الفنية بهدف إبراز بعض الجوانب الجمالية في إطار رؤية الفنية .، وهذا يتطلب بالطبع خبرة تشكيلية إلى جانب خبرته الفنية.

**يجب أن يراعي المصمم عند اختيار الصور ما يلي : (٤٢)**

١- أن تكون متصلة بموضوع الطابع مباشرة ، وعند استخدام أكثر من صورة تقسم إلى مجموعات تحمل كل مجموعة معني مترابلاً ، وفي حالة الجمع بين المتناقضات يكون المقصود إبراز معني معيناً .

٢- أن تكون جيدة التصوير ، تحقق الجوانب الفنية والجمالية من ناحية اختيار زاوية التصوير ، وتوازن التشكيل واستغلال الخلفية وتوزيع مناطق الظل والنور ودرجة التباين .

٣- أن تلائم عمليات الإنتاج من ناحية المساحة ، والجودة ، ملونة أو غير ملونة ، ويفضل تجنب استخدام أصل مطبوع بالطريقة الشبكية وإجراء عمليات فصل لوني عليه مرة أخرى .

**تحديد مقاسات الصور :**

تستخدم الصورة بالمقاس نفسه في الأصل أو يتم تصغيرها أو تكبيرها بنسب مختلفة ، ويختار المصمم ما يتناسب مع البناء الشكلي الذي يحدده ويقوم بوضع المقاس الذي ستكون عليه الصورة في التنفيذ كلها أو لقطع فيها ويراعي عند اختياره عدة اعتبارات منها الشرشرة والتثقيب لفصل الطابع عن بعضها البعض أو مقاس الطابع وشكل الطابع الذي يحتوي على التصميم وأهمية الصورة ووضعها في الطابع من حيث قربها أو بعدها عن المركز البصري ، وكذلك علاقتها بالعناصر التيبوغرافية الأخرى كمساحة التصميم ، والصور الأخرى ، واللون .. الخ .

**ويستخدم المصمم عدة طرق لتحديد المقاس من بينها :**

١- استخدام مسطرة القياس : يدون المصمم على الصورة المقاس المطلوب ويفضل أن يكون ذلك على ظهر الصورة .

٢- الطريقة الحسابية باستخدام القانون عرض الأصل ÷ ارتفاع الأصل = العرض المطلوب ÷ الارتفاع المطلوب .

٣- استخدام دائرة النسب : وهي مسطرة قياس على شكل دائرة نعكس تحديد مقاس الأصل ، ونسبة التصغير والتكبير وتحديد المقاس المطلوب عليها ، وهذه الطريقة مناسبة لماكينات التصوير المزودة بالكمبيوتر ، حيث يكون المطلوب تحديد النسبة المئوية للتصغير أو التكبير .

٤- الطريقة الهندسية : باعتبار قطر الصورة المستطيلة دليل يحدد عليه العرض المطلوب فينتج الطول المطلوب .

٥- باستخدام جهاز التقسيم ( البانتوجراف ) : ويستخدم في حالة تكبير .

٦- باستخدام الآلة الحاسبة .

#### تحديد قطع الصورة :

يهدف المصمم عند تحديد قطع معين في الصورة إلي :

- استبعاد بعض العناصر أو الأجزاء ذات التأثير السلبي في الإنتاج والتركيز على بعض الأجزاء ذات التأثير الإيجابي على الشكل النهائي ، أو زيادة التباين بين الصورة والأرضية عند إلغاء الخلفية مثلا، أو إيجاد قطع ذو شكل معين يسهم مع العناصر التبيوغرافية الأخرى في انتشار تكوين وعلاقات جيدة .<sup>(٤٣)</sup> عند اختيار قطع الصورة من الأفضل تجنب أمالتها بدون داع ، أو قطعها بطريقة تماثلية إلي جزئين أو عدة أجزاء ، كما يجب الاهتمام بشكل الحافة الخارجية للصورة أو الإطار المحيط.

#### حواف الصورة :

أوضحت النتائج أن الصورة ذات الحواف المقوسة هي المفضلة بدرجة كبيرة جداً ، وهذا يؤكد أن الخطوط المنحنية مريحة للعين وان تقويس حواف الصورة كسر لرتابة الصور ذات الزوايا الحادة التي لا تريح العين ، أما الصورة ذات الحواف الحادة فكانت أقل قبولاً .

#### أستخدام الإطار مع الصورة :

أوضحت النتائج ان أستخدم إطار مع الصورة ( على حدود الصورة أو يبعد عنها قليلا) هو المفضل بدرجة كبيرة ، حيث ان الإطار يحدد الصورة بجميع درجاتها الفاتحة والداكنة فلا يجعل المناطق الفاتحة اللون في حدود الصورة تضيق مع لون الورق الفاتح ، وبخاصة عندما لا توجد نقط شبكية في هذه المناطق الفاتحة ، وتحديد الصورة يحافظ على شكلها ، فالعين في هذه الحالة لا تجمع بين المناطق الفاتحة وما حولها من لون الورق الأبيض ، ومما لا شك فيه ان أستخدم الإطار على حدود الصورة هو الأفضل ، حيث أنه يحكم إغلاق حدود الصورة ، مع المحافظة على المناطق الفاتحة في حدودها ، ومما يؤكد ذلك ان أستخدم إطار يبعد عن الصورة لا يحقق الهدف المرجو منه إذا بعد أكثر من اللازم لأنه في هذه الحالة لا يعمل على تحديد الصورة لأن العين سوف تجمع بين المناطق الفاتحة في حدود الصورة والمساحة البيضاء بين الصورة والإطار أو تؤدي زيادة المسافة بين الصورة والإطار إلي فصل الصورة عن الموضوع أو الحيز الخاص بها . ١

ومما سبق فإن دراسة اساليب تصميم المطبوعات ذات القيمة التي تتوفر فيها قدر كبير من الضمان والسرية ، يمثل قيمة مالية للبلد الذي أصدرها ، لذا يجب ألا تكون قابلة للتزييف أو التزوير ، ولتحقيق ذلك يجب أن تظل محتفظة بخصائصها الطباعية ثابتة المستوى مهما طال بها الزمن ، كما أن عمليات تصميمها وتأمينها وطباعتها وتصميمها وتخريمها يجب أن تتم كلها بعناية فائقة .

## الفصل الرابع

### النتائج والتوصيات

١. التأكيد على الشخصية السعودية في تصميم المطبوعات ذات القيمة في المملكة .
٢. الاعتماد على المناظر الطبيعية والسياحية والآثار للحضارات المختلفة التي مرت بها المملكة .
٣. التقليل من الكتابات وذلك باستخدام الرمز في التصميم للدلالة على الفكرة المراد إيضاها .
٤. إبراز أهم الوسائل المستحدثة في تأمين وإخراج المطبوعات ذات القيمة .
٥. يجب أن تكون المطبوعات ذات القيمة بسيطة وسهلة وخالية من التعقيد والتشويش .
٦. يجب إنشاء مكتبة كاملة لجميع الآثار الموجودة في المملكة ليتمكن المصمم من الرجوع إليها عند تصميم المطبوعات ذات القيمة، وعدم تكرار نفس الآثار التي مرت قبل ذلك.
٧. يجدر بنا أن نترك العنان لآفاق الفنان لإبداع وأبتكار أروع التصميمات المتنوعة المطبوعات ذات القيمة.
٨. دراسة لأهم التقنيات الحديثة في إخراج التصميم الجرافيكي لطابع البريد المصري .
٩. التعرف على أحدث الوسائل الطباعية والتأمينية المستخدمة في تنفيذ وإخراج المطبوعات ذات القيمة.
١٠. استخدام عنصر أو أكثر من العناصر التالية ، وذلك في العملية التصميمية من حيث تداخلهم معاً لتكوين شكل جمالي للمطبوعات ذات القيمة .
  - الرمز .
  - الرسوم الجرافيكية .
  - الصور الفوتوغرافية
  - الكتابات .





شكل ( ٤ ) عملات نقدية تبدو انها لوحات فنية



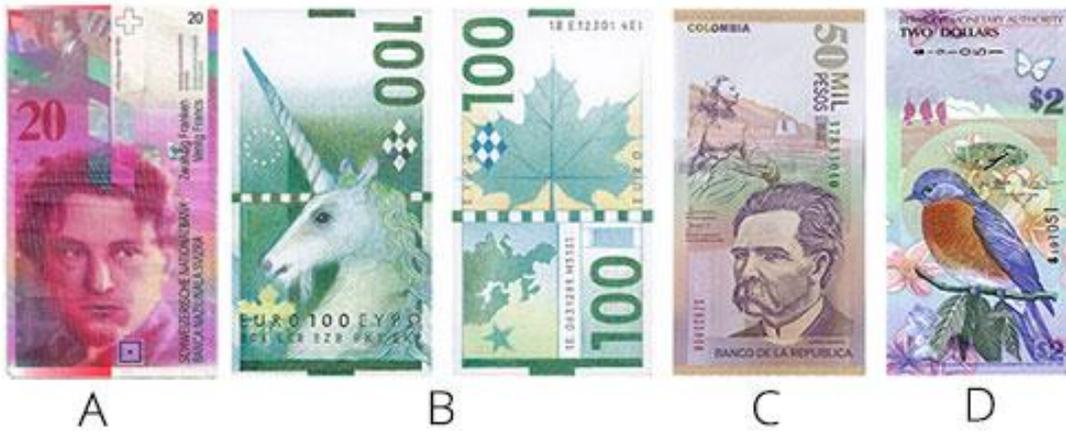
شكل ( ٥ ) عملات نقدية تعتمد علي التباين في التصميم



شكل ( ٦ ) تصميم لطوابع بريد باستخدام العناصر المتنوعة للتصميم



شكل ( ٧ ) تصميم لطوابع بريد باستخدام الخطوط والكتابات



شكل ( ٨ ) يوضح أهمية استخدام الصور والرسوم في تصميم المطبوعات ذات القيمة

## الهوامش

١. سعيد عبد الفتاح عاشور - "دراسة التاريخ عند العرب وأثرها في الغرب الأوروبي" التراث العربي - جمعية الأدباء - مطبوعات الجمعية - ص. ١٥١ .
٢. أ.د. محمود يسري ، " دور الكمبيوتر في العصر الحديث - قراءات متقدمة في الإنتاج الطباعي " ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، ١٩٩٦ ، ص ١٠
٣. أحمد حافظ رشوان ، فتح الباب عبد الحليم " التصميم في الفن التشكيلي " دار المعارف ، ١٩٧٠ ، ص. ٩
4. Crafts Design By Spencer Moseley, Pauline Johnson Hasel Koenig , Words Worthy Publishing Company, INC. Belmontcatironia 1962, p. 18
٥. مهندس / إبراهيم ماهر الجندي "هواية طابع البريد - تصميم طوابع البريد - ص. ٣٩ ، ٤٠ .
6. Bob , Cotton, " The New Guild to Graphic Design " Phaidon Press Limited , London , 1990, p. 172, P. 172
٧. حامد سعيد ، " الفكرة المصرية في الفن " ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٩٦ ، ص ١٢٣
٨. د. نعمات أحمد فؤاد ، " شخصية مصر " ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٢ ، ص ١٠٣
9. Read Herbert, " The Meaning of Art" Faber and Faber, I 939 , p. 939.
١٠. دكتور / محمود حلمي حجازي " مذكرات في التصميم والبيئة " كلية الفنون الجميلة ، جامعة حلوان ، ١٩٩٨ ، ص. ٢ .
١١. دكتور / محمود حلمي حجازي ، مرجع سابق ، ص. ٢
١٢. إيمان محمد السكري " الكمبيوتر كأداة للارتقاء بالناحية الابتكارية في فن الجرافيك " كلية الفنون الجميلة، جامعة حلوان / ١٩٩٥ ، ص. ٧ .
١٣. د. محمود يسري " الحفر الفوتوغرافي الغائر ودوره في تطوير فنون الطباعة " رسالة ماجستير ، ١٩٧٢ . ص. ٣٩ .
14. Otto Kelpney " Advertisig " 7 ed New Jersy Pretice half INC 1979, procedure, p. 357.
١٥. مجلة عالم الطباعة - مرجع سابق ، ص. ٢٠ - ٢١ .
16. Stamps and Stamp Collecting , Ibid., p. 5٩
١٧. سيدني فلنكشتين " الواقعية في الفن " ترجمة - مجاهد عبد المنعم مجاهد - الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر - ١٩٧١ - ص. ٣٨
١٨. هريز ريد " الفن اليوم " دار المعارف ، القاهرة ، الطبعة الثانية ، ص. ص. ١٢ ، ١٣
19. Merlean - Ponty, Signes Gallimard, 1960, p. 87
20. David Pye " The Nature of Design " Studio Vista, Landon, 1964, p. 27
٢١. شاكر عبد الحميد " التفضيل الجمالي " عالم المعرفة ، ٢٠٠١ ، ص. ١٠
٢٢. روبرت جيلام سكوت " أسس التصميم " مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر - ١٩٦٨ - ص. ٥٧
٢٣. إسماعيل شوقي " التصميم " الطبعة الأولى ، ٢٠٠٠ ، ص. ٢٩

24. Hamdi Abou El-Maati “ Gyptische Identieat Graphic Design in Kulturelle Kontext Wup Pental – Germany , 1988, p. 16, 17
٢٥. روبرت جيلام سكوت " أسس التصميم " مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر - ١٩٦٨ - ص. ٥٩
٢٦. عبد الفتاح رياض " التصوير الملون " مكتبة الأنجلو المصرية - ١٩٦٥ - ص. ٤
27. L. K Peterson, “ Cheryl Dangel Cullen”, Global Graphic Color “ Lockport Publishers”, INC 2000, p. Bage 7
٢٨. سعيد الوتيري ، سلوي الغريب " أسس التصميم " الجزء الأول - ١٩٨٨ - ص. ١٨ ، ١٩
٢٩. سعيد حافظ حداية " أثر اللون في العمل الفني المطبوع " كلية الفنون الجميلة ، وزارة التعليم العالي ، ١٩٧٣ ، ص. ٧٢ ،
٣٠. دكتور/ إسماعيل شوقي ، المرجع السابق ، ص. ١٦
٣١. غادة عبد السلام عبد الحفيظ " تحليل استخدام الصورة في الإخراج التيبوغرافي كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، ١٩٩٥ ، ص. ٣ ، ٤ ، ٥ ، ( بتصرف )
32. Michael Beaumnot “ Type and Coutur” Phaeton Oxfoord, 1987., p. 14
33. Bernoard Berlosn and Gary Steiner Chuan Behavior , New York Haycourt Brace World INC 1964, p. 529 .
٣٤. د. حنان السروي ، الموائمة الوظيفية بين العناصر المختلفة لصناعة وتغليف العبوات الغذائية في مصر ، مجلة عالم التغليف والبلاستيك ، العدد الخامس ، ص ٩
٣٥. د. خليل صابات " الإعلان ، تاريخه ، أسسه وقواعده ، فنون ، أخلاقياته " القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٦٦ ، ص. ٢٣١ .
36. Emily schrubbl “ potts Designing Brands, Lockport Publishers. INC, 2000, U.S.A p. 32.
٣٧. د. إبراهيم دمخلي - مرجع سابق - ص. ٨٨ : ٩٥ ( بتصرف )
٣٨. أ.د. محمود يسري ، " قراءات متقدمة في الإنتاج الطباعي " مرجع سابق ، ص ٢٣
٣٩. غادة عبد الحفيظ " تحليل استخدام الصورة في الإخراج التيبوغرافي " كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، ١٩٩٥ ، ص. ٣ ، ٤
40. Great Production by Design, Constancy J. Sidles ( North Light Books – Cincinnati, ohio, 1999) p. 43
41. Eimily Schrubbe, Potts, Designing Brands Lock Port Publishers, Inc, 2000, U.S.A, p. 32
٤٢. غادة عبد الحفيظ " المرجع السابق ، ص. ٤ ، ٥
43. Gibbons Stamp Monthly, March 2004, p. 37.

## المصادر والمراجع

١. سعيد عبد الفتاح عاشور - " دراسة التاريخ عند العرب وأثرها في الغرب الأوروبي " التراث العربي - جمعية الأدباء - مطبوعات الجمعية .
٢. أ.د. محمود يسري ، " دور الكمبيوتر في العصر الحديث - قراءات متقدمة في الإنتاج الطباعي " ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، ١٩٩٦ ،
٣. أحمد حافظ رشوان ، فتح الباب عبد الحلیم " التصميم في الفن التشكيلي " دار المعارف ، ١٩٧٠ ،
٤. مهندس / إبراهيم ماهر الجندي "هواية طابع البريد - تصميم طوابع البريد
٥. حامد سعيد ، " الفكرة المصرية في الفن " ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٩٦
٦. د. نعمات أحمد فؤاد ، " شخصية مصر " ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٢
٧. دكتور / محمود حلمي حجازي " مذكرات في التصميم والبيئة " كلية الفنون الجميلة ، جامعة حلوان ، ١٩٩٨ .
٨. إيمان محمد السكري " الكمبيوتر كأداة للارتقاء بالناحية الابتكارية في فن الجرافيك " كلية الفنون الجميلة، جامعة حلوان / ١٩٩٥ ،
٩. د. محمود يسري" الحفر الفوتوغرافي الغائر ودوره في تطوير فنون الطباعة " رسالة ماجستير ، ١٩٧٢ .
١٠. سيدني فلنكشتين " الواقعية في الفن " ترجمة - مجاهد عبد المنعم مجاهد - الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر - ١٩٧١
١١. هرير ريد " الفن اليوم " دار المعارف ، القاهرة ، الطبعة الثانية
١٢. شاكر عبد الحميد " التفضيل الجمالي " عالم المعرفة ، ٢٠٠١
١٣. روبرت جيلام سكوت " أسس التصميم " مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر - ١٩٦٨
١٤. إسماعيل شوقي " التصميم " الطبعة الأولى ، ٢٠٠٠
١٥. عبد الفتاح رياض " التصوير الملون " مكتبة الأنجلو المصرية - ١٩٦٥
١٦. سعيد الوتيري ، سلوي الغريب " أسس التصميم " الجزء الأول ١٩٨٨
١٧. سعيد حافظ حداية " أثر اللون في العمل الفني المطبوع " كلية الفنون الجميلة ، وزارة التعليم العالي ، ١٩٧٣
١٨. غادة عبد السلام عبد الحفيظ " تحليل استخدام الصورة في الإخراج التيبوغرافي كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، ١٩٩٥

١٩. د. حنان السروي ، الموائمة الوظيفية بين العناصر المختلفة لصناعة وتغليف العبوات الغذائية في مصر ، مجلة عالم التغليف والبلاستيك ، العدد الخامس
٢٠. د. خليل صابات " الإعلان ، تاريخه ، أسسه وقواعده ، فنون ، أخلاقياته " القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٦٦
٢١. سمير محمد حسين " فن الإعلان " القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٧
٢٢. غادة عبد الحفيظ " تحليل استخدام الصورة في الإخراج التيبوغرافي " كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، ١٩٩٥
23. Crafts Design By Spencer Moseley, Pauline Johnson Hasel Koenig , Words Worthy Publishing Company, INC. Belmontcatironia 1962
24. Bob , Cotton, “ **The New Guild to Graphic Design** “ Phaidon Press Limited , London , 1990
25. Read Herbert, “ The Meaning of Art” Faber and Faber, 1 939
26. Otto Kelppney “ Advertisig “ 7 ed New Jersey Pretice half INC 1979, procedure,
27. Merlean – Ponty, Signes Gallimard, 1960
28. David Pye “ The Nature of Design “ Studio Vista, Landon, 1964
29. Hamdi Abou El-Maati “ Gyptische Identieat Graphic Design in Kulturelle Kontext Wup Pental – Germany , 1988
30. L. K Peterson, “ Cheryl Dangel Cullen”, Global Graphic Color “ Lockport Publishers”, INC 2000
31. Michael Beaumnot “ Type and Coutur” Phaeton Oxfoord, 1987
32. Bernoard Berlosn and Gary Steiner Chuan Behavior , New York Haycourt Brace World INC 1964
33. Eimily Schrubbe, Potts, Designing Brands Lock Port Publishers, Inc, 2000, U.S.A
34. Great Production by Design, Constasy J. Sidles ( North Light Books – Cincinnati, ohio, 1999) .