

الأنساق الشكلية التداولية في التصميم الكرافيكي المعاصر

مها عبد الرحمن عبد الرزاق الهاشمي

الجامعة التقنية الوسطى - معهد الفنون التطبيقية - قسم تقنيات التصميم الطباعي

tott.mm@mtu.edu.iq

07807039813

ملخص البحث :

تعد الأنساق الشكلية نشاط فني يمارسه المصمم على مستوى الأفكار والمعالجات التقنية والرقمية ، وايضاً التنوع الحاصل في وسائل الأخراج والأظهار التي تؤثر على بنية الشكل ومظهره الحقيقي وبالتالي يؤدي الى جذب المتلقي بفعل الترتيب المنظم للعناصر المرتبط بعلاقات تصميمية يحاول المصمم أن يؤلفها داخل العمل الفني من أجل إيصال فكرته وايضاً تسهيل وتيسر عملة التفاعل الأدائي والوظيفي والجمالي لذا تتلخص مشكلة البحث الحالي بالتساؤل الآتي : ماهي الأنساق الشكلية التداولية في التصميم الكرافيكي المعاصر؟ وتحديد هدف البحث في بيان الأنساق الشكلية التداولية في التصميم الكرافيكي المعاصر، أذ تضمن ثلاث مباحث (مفهوم الأنساق ، الأنساق الشكلية في التصميم ، التداولية في التصميم الكرافيكي) فاعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي نماذج العينة البالغ عددها (4) أربع نماذج لملصقات أفلام سينمائية منشورة على شبكة الانترنت لسنة 2022 لمجتمع البحث البالغ (42) إنموذجاً أي بنسبة 10% أذ اعتمدت الباحثة على تصميم على تصميم استمارة المحاور التحليل بموجب بعد أخذ آراء المختصين والخبراء تم التوصل الى مجموعة من النتائج والاستنتاجات أهمها :-

1- لتنوع الأنساق الشكلية بين استخدام الصور الرقمية الواقعية والمادة الكتابية دوراً في إبراز الشكل عن طريق التنوع بالقيم اللونية والضوئية في الملصق.

2- برز مضمون النسق في الملصق الإعلاني واقعي عن طريق الاشكال والصور ، وتجسيد مضمون واقعي بأسلوب افتراضي ناتج من الدمج والتركيب في بناءه من أجل تكوين عمل أبداعى جديد ومميز

كلمات مفتاحية : نسق ، شكل ، اعلان ، تصميم

Deliberative formal systems In contemporary graphic design

Maha Abdul Rahman Abdul Razzaq Al Hashemi

Middle Technical University- Institute of Applied Arts-Department of Graphic Design Techniques

Research Summary :

Formal arrangements are an artistic activity practiced by the designer at the level of ideas and technical and digital treatments, as well as the diversity in the means of production and display that affect the structure of the shape and its real appearance and thus lead to attracting the recipient due to the organized arrangement of elements linked to design relationships that the designer tries to compose within the artwork in order to convey His idea is also to facilitate and facilitate the process of performative, functional and aesthetic interaction. Therefore, the problem of the current research is summarized in the following question: What are the formal, deliberative systems in contemporary graphic design? The goal of the research was to explain pragmatic formal patterns in contemporary graphic design. It included three topics (the concept of pattern, formal patterns in design, and pragmatics in graphic design). The researcher relied on the descriptive and analytical method to sample (4) four models of published cinematic film posters. On the Internet for the year 2022 for the research community of (42) models, that is, 10%, as the researcher relied on a design based on the design of the axes' form for the analysis, according to after taking the opinions of specialists and experts, a set of results and conclusions were reached, the most important of which are: - 1- For the diversity of formal patterns between the use of images Realistic digital and written material play a role in highlighting the form through the diversity of color and light values in the poster.

2- The content of the layout in the advertising poster appeared realistic through shapes and images, and the realistic content was embodied in a virtual style resulting from merging and synthesis in its construction in order to form a new and distinctive creative work.

Keywords: layout, form, advertising, design

مشكلة البحث :-

أدت التطورات التي شهدها العالم بتطور هائل في التكنولوجيا وبتدفق سريع في المعلومات وإمكانية تداولها بصورة مستمرة من حيث الاتجاهات والمضمون الكامن في تداول الإعلانات ومكوناتها بين المصمم ومتلقي الرسالة الاعلانية ضمن سياق تواصل معين ، وهذا ما عزز من توظيف التنوع الأنساق الشكلية في الإعلان واعتبره نشاط فني يمارسه المصمم على مستوى الأفكار والمعالجات التقنية والرقمية ، وايضاً التنوع الحاصل في وسائل الأخراج والأظهار التي تؤثر على بنية الشكل ومظهره الحقيقي وبالتالي يؤدي الى جذب المتلقي بفعل الترتيب المنظم للعناصر المرتبطة بعلاقات تصميمية يحاول المصمم أن يولفها داخل العمل الفني من أجل إيصال فكرته ومن ثم تسهيل وتيسر عملة التفاعل الأدائي والوظيفي والجمالي وبفعل امتلاكه القدرة العالية للرؤية الإبداعية والخيال الخصب المدعم بأكبر قدر من المعلومات ليتم إنتاج تصميم أبداعي مميز محققاً تفاعل العملية التصميمية عن طريق النسق الشكلي ومستوى التلقي لدى المتلقي وتفاعله معه ومن هنا تتلخص مشكلة البحث الحالي بالتساؤل التالي:

- ماهي الأنساق الشكلية التداولية في التصميم الكرافيكي المعاصر؟

- أهمية البحث :

تكمن أهمية البحث عن طريق ابراز الأنساق الشكلية التداولية في تصميم الكرافيك المعاصر والتي تعمل على جذب أنتباه المتلقي بفعل استخدام المصمم مفردات ومضامين تحقق الغرض الأساس من الإعلان وكذلك تسهم في تقديم بعد معرفي تطبيقي للعاملين الدارسين في مجال تصميم الإعلان عن طريق مفهوم الأنساق الشكلية في تصميم الكرافيكي وايضا في ردد المكتبات بمصادر متخصصة بالأنساق الشكلية والتي تهتم الباحثين والعاملين في مجال تصميم الكرافيكي .

- هدف البحث :

- بيان الأنساق الشكلية التداولية في التصميم الكرافيكي المعاصر.

- حدود البحث :

- الموضوعية : دراسة الأنساق الشكلية التداولية في التصميم الكرافيكي المعاصر.

- المكانية : ملصقات أفلام سينمائية منشورة على الانترنت .

- الزمانية : 2022.

- تحديد المصطلحات:

1- الأنساق الشكلية : وهي عملية تنظيم العناصر وفق انساق بنائية محققة الارتباط المتبادل بينهما داخل العمل التصميمي والتي تعمل على أحداث التأثير المباشر على المتلقي .

2- التداولية : هي رؤية فنية معاصرة لمظاهر التواصل والتفاعل بين المصمم والمتلقي وضمن سياقات معينة .

3- التصميم الكرافيكي : وهو منجز أبداعي يقوم به المصممين من اختيار وترتيب مجموعة من العناصر البصرية حسب طبيعة الفكرة الاعلانية والتي تعطي أنطباعات تجعل المتلقي ينجذب للإعلان بسهولة فالغرض الأساس توصيل رساله معينة الى فئة محددة.

الفصل الثاني / الاطار النظري

مبحث الأول / مفهوم الأنساق

يعتبر مفهوم الأنساق من المفاهيم الأساسية التي يستند عليها المفكرين والفلاسفة أذ ركزوا على دراسة النسق في مجالات متعددة وبطريقة تفصيلية، وبذلك ترسخت فكرة الأنساق في الاتجاهات النقدية منها البنيوية ، السيميائية ، الاسلوبية ، والبلاغية ف بالرغم من اختلاف المذاهب والنظريات من حيث الجوانب ونوعيته الا أنها أثرت بالنقد الثقافي تأثيراً كبيراً ، فتعد الأنساق نظام ينطوي على (استقلال ذاتي بشكل كلاً موحداً وتقرن كليته بانيه علاقته التي لا قيمة للأجزاء خارجها ولكل أثر أبداعي نسق يميزه عن أثر

أبداعي آخر) (عواد، 1996، ص186) وهذا يتيح بناء عمل متكامل النسق صورياً ووظيفياً فالوحدات تكون (متماسكة ومتألّفة يحقق المعنى وكثيراً ما يكون النسق عقلائياً) (عمر، 2000، ص66) له مكوناته المتبادلة والتأثير المباشر الذي يشغل مجموعة أنساق لغرض الوصول الى الأهداف المعينة واي تغيير يحدث على أي مكون سوف يؤدي الى تغيير النسق بأكمله ، لذا يشكل النسق جزءاً مهماً في أعمال دي سوسير وبري إن (العناصر التي تكتسب قيمتها بعلاقاتها فيما بينهما البعض) (عبد العزيز، 1977، ص184) وتكون العلاقة الرابطة بينهما وفق أنساق معينة لها فاعلية مؤثرة في العمل الفني منها النسق في المفهوم العلمي الذي يعتبر (نظام متكامل ومتربط مع الأبنية النظرية التي يكونها الفكر حول موضوع ما) (حمداوي، 2006، ص9) وهذا يعني أن يكون النسق مبني وفق أنظمة قواعد ومبادئ لتكون بنية كلية شاملة ، أما النسق في المفهوم الفلسفي بناء مركب من وحدات معرفية يعمل على تجميع الأفكار والمحاور التي تدور حول (فكرة أو أطروحة فلسفية محورية عامة متناسقة فكرياً وذهنياً ونظرياً) (الطاهر 1990، ص27) ويأتي النسق في مفهوم النقد الثقافي بوصفه مفهوماً مركزياً يدرس الأدب الفني والجمالي كونه (ظاهرة ثقافية مضمرة أي ربط الادب بسياقه الثقافي غير المعلن أذ لا يتعامل مع النصوص والخطابات الجمالية والفنية على أنها رموز جمالية ومجازات شكلية موحية) (الغذامي، 2000، ص312) بل يتعامل معها على أنها أنساق ثقافية داخلية بمعنى أنه يهتم بالنص ليس وصفه مادة جمالية بل على أنه نسق ثقافي يؤدي وظيفته نسقية مركزاً على مصادر ها ومراجعها فيعمل المصمم على ابرازها بطريقة واضحة تسهل للمتلقي فهمها وأدراكها وبذلك يتم تحديد النسق عبر (وظيفة ليس عبر وجوده المجرد والوظيفة النسقية لا تحدد الا بوضع محدد مقيد وهذا يكون حينها يتعارض نسقان أو أنظمة من أنظمة النسق أحدهما ظاهر والآخر مضمر ويكون المضمر ناقضاً وناسخاً للظاهر) (الغذامي، 2005، ص76) ومن هنا نستنتج أن العمل الفني يضم معنى بارز والآخر مخفي فالبارز يكمن في الشكل والصورة المدركة في ذهن المتلقي والذي يمثل الخصائص الشكلية والبصرية للعناصر وهذه ضرورية لتذوق مكونات العمل وتفسيرها ، أما المخفي الكشف عن الكثير من المضامين التي يحتويها العمل ولا يعلن عنها بشكل مباشر باعتبارها نظام خفي من علاقات تركيبية وجزئية يعمل على تكوين بنية مرئية ، وبذلك يتم تحديد مواصفات الوظيفة النسقية وفق شروط معينة لابد توفرها من أجل تحقيقها : (1- وجود نسقين يحدثان في آن واحد وهما البارز والمخفي. 2- لابد أن يكون موضوع العمل الفني يمتلك قيمة جمالية معبرة. 3- لابد أن يكون القبول جماهيري ويحض بالمقرونية) (الغذامي، 2004، ص32)

المبحث الثاني / الأنساق الشكلية في التصميم

تعد الأنساق الشكلية الصياغة الأساسية في بناء التصميم الكرافيكي باعتباره عملية فكرية مادية وأبداعية ناتجة من تكوين أشكالاً جديدة قابلة للأدراك الحسي وإمكانية العقل البشري التعامل معها عن طريق مجموعة من العناصر المكونة للتصميم كالأشكال ، الألوان والفضاء .. الخ وهذا يعتمد على المصمم في توظيف الفكرة المرتبطة بالوجدان وفق آليات منظمة تسهم في إنجاز الشكل التصميمي الذي (لا بد من أن يكون معبر عن الوجدان البشري ، وهذه الاشكال ليست حسية وإنما قابلة للأدراك الحسي) (راضي، 1987، ص138) وحسب طبيعة الفكرة في التصميم الإعلاني التي تتميز بوحدة متكاملة مجسدة موضوع مبني على أسس وعناصر متماسكة ومنسجمة مع مادته الأساسية معتمدة على النسبة والتناسب التي تحكم أدراكنا البصري بما يحدثه التصميم من انسجام وتنوع بين أجزاء مكونات العمل الفني ، فضلاً عن تناغم وتناسق أشكال متنوعة ضمن (قياسات وأحجام وقيم لونية مختلفة تنتج توليفة شكلية تناسبية بين أجزاء الوحدة الأساسية لتحقيق بالنتيجة أيقاعاً في التوزيع النسبي للفضاء) (شاكر، 1987، ص144) والتنظيم بطريقة تبادلية مترابطة وفق نسق متكامل فالشكل لا يحدث الا عن طريق المصمم بتشكيل (المادة والموضوع والانفعال والخيال في عمل منظم مكثف بذاته له أهمية كاملة فضلاً عن التأثير المكاني والزمني على الاشكال الجمالية) (أبراهيم ، 1990، ص135) التي تثير اهتمام المتلقي كونه يستلم (شكلاً يدركه ثم ينطلق الى بقية التفاصيل ، فالأدراك لا يكون للجزئيات أو عناصر مجتمعة فقط وإنما يكون للكل الذي من خلاله تبدأ الأجزاء بوضوح) (قاسم ،

1981، ص22) مع اظهار القيمة الجمالية للتصميم فالشكل يؤدي وظائف جمالية مترابطة فيما بينها تعمل على الشد البصري وجذب الانتباه وادراك مجموعة متكاملة مبنية وفق مبادئ واسس تصميمية محققة الوحدة داخل البنية التصميمية ، فتعد وظيفة الشكل بضبط أدراك (المتلقي ويرشده ويوجه أنتباهه نحو اتجاه معين بحيث يكون العمل واضحاً ومفهوماً وكذلك يعمل على ترتيب عناصر العمل الفني نحو ابراز قيمتها الحسية والتعبيرية) (نوبلر ، 1987، ص33) والجمالية في التصميم والنتيجة من مصدرين أساسيين أولهما جمال الشكل الذي ينتج النمط الجديد عن طريق (تأكيداً على ملامحه التي تبعث اللذة في ذاتها ، أما المصدر الثاني فهو جمال النسق الذي يأتي لأثارة الحواس والخيال عن طريق اللون وكثرة التفاصيل أو دقتها) (برتليمي ، 1964، ص40) يعمل على أنتاج شكلاً مميزاً ومتكاملاً مكتفي بذاته لأنه عملية تصور مابداخلنا وتعبيراً عن مشاعرنا وهذا ما يحقق المتعة والحيوية للشئ المعلن عنه.

فالانساق الشكلية لها الدور الفعال في العملية التصميمية والنتيجة من التنظيم البنائي للأجزاء والعلاقات وربطها مع بعضها مكوناً بذلك دلالة شكلية معبرة عن فكرة معينة لان النسق يعمل على (تقويم الشكل بكشف العلاقة الحقيقية بين المصمم والبيئة المحيطة به فهذه المرحلة تمنح تكوين الشكل وتفرض عليه مضمون العمل الفني) (ديوي ، 1963، ص 62) فالمصمم له القدرة على انتقاء مفردته وعناصره من المحيط الخارجي بشكل يتلائم وفق طبيعة الفكرة فيعمل على تنظيم وبناء مجموعة من الأجزاء الحسية المكونة للشكل والتي تثير حالات النفسية للمتلقى ، فالنسق الشكلي يقع ضمن العمليات المركبة (لأشكال جزئية منفردة او متراكمة فتكون العمليات قصدية انتقائية منظمة لعلاقات تؤسس نسيجاً ليحقق الوعي) (سكوت ، 1968، ص 75) الذي ينظم وفق دلالات تعبيرية ونفسية يسهم كل عنصر في تأدية وظيفة معينة بفعل الفكرة عن طريق جمع كل أجزاء وعناصر العمل الفني وربطها بعلاقات من أجل أدراك الشكل المرئي وفق انساق تنظيمية ، فالمصمم يعمل على توزيع وترتيب الاشكال بطريقة متناسقة تحقق قيمة جمالية ووظيفية وايضاً إيصال الرسالة الاعلانية يتم عن طريق (جذب المتلقي وتفكيره وازداده عنصر الإيحاء والخيال في التصميم والاستمتاع به كرسالة مرئية تحمل فكرة مما ينطوي عليه علاقة بين الشكل والمضمون في التصميم) (جيمس ، 2010، ص88) فجاح العملية التصميمية تهدف الى تحقيق قيمة حسية مرتبطة بإحساس المصمم ومخيلته ذات نسق تصميمي منظم يعمل على أنجاز عمل فني عن طريق أدراكه في جذب الانتباه والتفاعل مع ما هو معلن عنه له مضامين ومعاني كثيرة مرتبطة بالشكل والمضمون محققاً بذلك الهدف من الاعلان والتأثير السيكولوجي لدى المتلقين ، كما (يلجأ المصمم الى استخدام الأنساق الشكلية في التصميم من أجل أضفاء المتعة والحيوية الجاذبة محقق لفت الانتباه) (Ibrahim، 2011، ص11) ويحدث مضمون النسق المتكون للشكل عن طريق التقنية المستخدمة والأسلوب والفكرة الموظفة في التصميم سواء كانت واقعية ام افتراضية ، فضلاً عن الانسجام المشوق البسيط ، الذي بدوره يعتمد على (ثقافة واطلاع المصمم الاعلاني ، الا ان الفرق بيت التنوع في الأنساق الشكلية والابداعية هو الخروج عن المألوف وهذا يمثل ناتج التفكير الإبداعي باعتماد على المرونة والأصالة) (نادية ، 2022، ص460) ناتج هذا من التفكير والابتكار تصاميم جديدة ذات نسق متنوع ومتجدد بطريقة مميزة تعمل على الاثارة والتشويق التي تغير سلوك المتلقي لتحديث ذلك الرغبة في الحصول على المنتج واقتناؤه .

أذ أن عملية النسق تحدث بين مكونات التصميمية منظمة والتي تشكل القلب التصميمي الذي يحدد الشكل النهائي والتي تعتبر مصدراً للابتكار التصميمي الذي يسهم في الحصول على تأثيرات مظهرية متناسقة ومتوازنة محافظاً على وحدة التشكيل داخل البنية التصميمية وهذا يتم عن طريق الأنساق الشكلية المنظمة والمعتمدة على تكوين تناسق بين العناصر البصرية المتنوعة ومن هذه الأنساق 1- النسق الهندسي : ويعتبر هذا النسق بمثابة أحد (الطرق الأساسية لتحقيق الوحدة من خلال استخدام مفردات عدة مثل الألوان ، الاشكال ، والابتعاد عن التكرار و الاهتمام بالترتيب والتنظيم) (شذى ، 2018 ، 275) ويتم عن طريق توظيف العناصر وتبسيطها من أجل تحقيق الهدف والغرض من الإعلان .

2- النسق المتناغم : وهو النسق الذي يعتمد على أكبر عدد من (المفردات المتنوعة في تكرار الوحدات والعناصر وايضاً النسق وعلاقاته كالتناسب والايقاع والاستمرارية) (سوزان ، 2010، ص8) وهذه بدورة يحقق التناغم والانسجام للوحدة البصرية ومبدأ الوحدة داخل العمل التصميمي وبالتالي أوصول الرسالة لأأكبر عدد من الجمهور المستهدف .

3- النسق الخطي : ويعتمد هذا النسق على أنساق مسارات بصرية خطية سواء كانت عمودية أو أفقية تعمل على (تنظيم وتآلف العناصر المرئية كالنصوص والأشكال بهدف تكوين وحدة ذات تعبير فني) (اياد ، 2002، ص 11) وفق قيمة جمالية وتعبيرية.

4- النسق التركيبي : وهو نسق يعتمد على (تراكب بين شكلين أو أكثر ليصبح بنية شكلية تراكبية ذات سمة مميزة) (السهباني ، 2013، ص 83) والتي تشغل الفضاء الكلي في التصميم . وترى الباحثة أن الأنساق الشكلية ترتبط بعلاقة دينامية متجددة لعناصر تبنى وفق نسق منظم يحمل صفات الاثارة والمتعة وجذب المتلقي فضلاً عن مظاهر الأنساق التي تعتمد على التوازن والانسجام الكلي وبالتالي تحقيق منجز مرئي جديد ومبتكر .

مبحث الثالث / التداولية في التصميم الكرافيكي

تعد التداولية من الموضوعات الأساسية في العصر الحديث التي أصبحت اهتمام الكثير من الباحثين والدارسين في مختلف التخصصات بفعل مآحققتها من تحولات فكرية وجمالية في المجتمع عن طريق مآقدماته من منهج مادي مرتبط بالمنفعة محققاً بذلك حافزاً رئيسياً في التطور الاقتصادي والعوامل التي أأحدثها التغير الثقافي والتحول المعرفي في جميع ميادين الحياة ، وهذا سرعان مآنعكست على الآداب والفنون بشكل عام والتصميم بشكل خاص وبذلك اشتقت التداولية من الصفة اليونانية التي تتعلق بالعمل أبندأ من القرن السابع عشر وهذه الفترة تكون فيها البحث والاكتشافات كونها (علم تواصلي معاصر يعالج ظواهر مختلفة ويفسرهما ويساهم في حل المشكلات التواصلية ومعوقاتهما) (لهويل ، 2011 ، ص 107) لانها المجال يرتبط مع عدد من الفروع المختلفة والمتعددة كعلم الاجتماع ، اللسانيات ، الاتصال والفلسفة التحليلية والتي تستند على أكتسابها المعرفة الإنسانية بطرق متنوعة وهذا ما أضفى عليها طابع التوسع والثراء، كما أدت جهود الفلاسفة في مواصلة البحث السيميائي الذي اسهم في تأسيس التداولية والتي ظهرت في تقسيمة يعلم الرموز (العلامات) الى ثلاثة فروع هي : (1- علم التراكيب : يعني بدراسة العلاقات الشكلية بين العلامات مع بعضها البعض . 2- علم الدلالة : الذي يدرس علاقات العلامات بالاشياء التي تدل عليها او تحيل عليها . 3- التداولية : وتهتم بدراسة العلامات ومفسيورها) (نحلة ، 2011 ، ص9) وهذا مآجعل التداولية تقوم على السيميائية وتدرس العلاقة بين الرموز والعلاقة مع بعضها فهو علم يهتم بالجانب التواصللي لانها (ملتقى الأفكار والتأملات المختلفة والتي تتداخل مع علوم أخرى مما يجعلها واسعة ومفهوما وذات تأثير مباشر) (خليفة ، 2012، ص20) والفعال بين (صانعي الحوار الذي يشمل الدراسات الوصفية للعلاقات القائمة بين العناصر ومدلولاتها) (آن روبيل ، 2013 ، ص61) المعبرة على وفق قيم وظيفية وجمالية ، فالتداولية ليست مجرد وسية للوصف والنقل فقط وانما (أداة لبناء العالم والتأثير فيه فضلاً عن موضوع البحث الذي يتمحور بالأساس حول ما نفعله من تعابير ينطبق عليها) (العياشي ، 2011 ، ص77) وهذا من شأنه يقرب التواصل والتفاعل بين المتلقي والمصمم كونها تبحث وفق نظام منسق وفي جميع مجالات الاجتماعية ، الثقافية ، والتاريخية أذ يساعد المصمم من اكتساب خبرات معرفية ومهارات تقنية من أجل الوصول الى المعنى الموجود في ذهن المتلقي وصناعة معنى متداول يبرز المعنى الكامن في التصميم فتكمن التداولية في الإعلان عبر وظيفتين هما (النفاغلية والتي تعني دراسة ردود الفعل حول مضامين محددة أثناء التواصل ، والوظيفة التواصلية تعني الحالة التي تحققها موضوع الفكرة للمشاركين) (قياس ، 2017، ص139) والذي يهدف الى أأثرة المتلقي في التفكير والتأمل في الإعلان من أجل أن يصل الى مرحلة التلقي ثم الى الاقناع عن طريق الأفكار نحو أأجاه واحد لتحقيق أنساق جديدة تعتمد على بنائها على تجديد الأفكار بطريقة مستمرة بفعل (تشكيل العناصر المكونة للعمل الفني أأحائية تداولية تعكس

قيمتها الإبداعية بعوامل عدة كالمتعة ، التخيل ، الثقافة ، الخبرة ، والمعرفة دورها المهم في تشكيل الخاص لعملية التدفق الفني والحمالي لدى المتلقين (Abd Himid ، 2007 ، p501) عبر منجز تفاعلي متكامل يحمل دلالات ومعنى ، فالتفاعل القائم بين العناصر المرئية ينتج عن طريقها وجود الشكل والوظيفة لبناء فكرة الإعلان التي تحتوي على مفردات تحقق التطابق بين الوظيفة والمعنى الذي يؤديه الشكل ولايجوز فصلها عن فعلها التأثيري لعملية التواصل والتداول فهناك وسائل ساعدت على نهضة التداولية لتصاميم لكرافيكية بطريقة سريعة في (تحسين وسائل الاتصال الاعلانية ، فضلاً عن التطورات التقنية التي ساهمت للوصول التصميم الى المتلقي بأسرع وقت ممكن) (Engeseth ، 2009 ، p62) وصولاً الى الاشباع نتيجة تداول الإعلانات بكثرة ، وان فاعلية الفكرة في الإعلان الكرافيكي تتم عن طريق توظيف مكونات تصميمية وفق عملية التنظيم الشكلي وانعكاسه لفكرة التصميم وبذلك يتم تقسيم تصميم الإعلان بحسب الفكرة الاعلانية الى ثلاثة أنواع هي : (1- أفكار تصميمية لإعلانات تهدف الى ترويج السلع معينة موجهة الى المتلقي . 2- أفكار تصميمية لإعلانات تصدر عن مؤسسات أعلانية كبرى تهدف الى تسويق اسم المؤسسة وأنشطتها والتأثير على المتلقي .

3- أفكار تصميمية لإعلانات موجهة للاقناع التجاري والموزعين والباعة بمنتج جديد معين) (ربحي ، 2003 ، ص158) وتكون وفق قواعد ومبادئ تصميمية ذات أنساق شكلية تسهم في إنتاج عمل مرئي منجز مطابق للفكرة ، وان عملية أنجاح الفكرة يتم بميزات عدة منها (الغرابة والخروج عن المألوف التي تعد وسيلة لجذب وأثارة المتلقي وأحداث التفاعل الممكن في الإعلان وترسيخها في أذهانهم) (رانيا ، 2012 ، ص39-40) فالصورة الذهنية تعمل على استدعاء الذاكرة ليتم أدراكها وتكون ناتجة من التأثير والتجاوب العاطفي للمتلقي وهذه عوامل مهمة تحدث الانتباه والاثارة نحو التصميم وبالتالي سوف تحقق استجابة مطلوبة .

وعليه من هنا يتضح أن عملية تحديد أنواع التداولية بشقيها الاخباري والتواصلية يكون وفق مفاهيم ووسائل أبداعية في تكوين النسق الشكلي وأيضاً تعميق وتقريب المعنى المقصود ومن بين تلك الأنواع تكون (التداولية العامة التي تشمل مواضيع (اجتماعية ، دينية ، ثقافية ، علمية) وتداولية خاصة هي تداولية خبرية ، نصية ، وشكلية صورية تكوينية ترابطية) (أدريس ، 2014 ، ص212) . وترى الباحثة أن التداولية تعتمد على معنى ما يتناقله الناس ويدور بينهم فمفهوم النقل يستعمل ضمن نطاق التجربة المحسوسة ويكون جامع بين التواصل والتفاعل لان الأفكار تبنى وتتداخل فيها وفق المقومات الحسية والعقلية لينتج تصوراً جديداً متكاملأ وبأسلوب أبداعى مميز .

مؤشرات الاطار النظري : في ضل ما تقدم في متن الاطار النظري تعرض الباحثة أهم مؤشرات التي توصلت اليها الباحثة وهي كالآتي :-

1- يشكل النسق جزءاً مهماً في تكوين علاقة رابطة بين العناصر لما له من فاعلية مؤثرة في العمل التصميمي.

2- للتحديد الوظيفة النسقية وفق شروط يتم تحقيقها عن طريق وجود نسقين هما البارز الذي يكمن في الشكل والصور المدركة في ذهن المتلقي والمتمثل في الخصائص الشكلية ، وخفي يتكون من علاقات تركيبية وجزئية .

3- جاء مضمون النسق في التصميم واقعي وافتراضي مبني على أسس وعناصر متماسكة ومنسجمة مع طبيعة الفكرة الاعلانية ووفق آلية منظمة تسهم في أنجاز الشكل التصميمي .

4- اعتماد التنوع النسق الشكلي الـ (خطي ، هندسي ، متناغم وتراكبي) في التصميم الاعلاني الذي يؤثر بشكل كبير في بنية الشكل ومظهره الحقيقي ، وهذا يؤدي الى جذب المتلقي بفعل الترتيب المنظم .

5- أن فاعلية الفكرة في الإعلان الكرافيكي يتم عن طريق توظيف مكونات تصميمية وفق عملية التنظيم الشكلي وانعكاسه بفكرة التصميم .

6- يعتمد التنوع التداولية العامة والتي تشمل (اجتماعية ، دينية ، ثقافية) وخاصة تشمل (نصية ، صورية ، خبرية) بشقيها الاخباري والتواصلي يسهم بتكوين نسق شكلي يكمن بتعميق وتقريب المعنى لينتج تصوراً جديداً متكاملأ وبأسلوب أبداعي مميز.

الفصل الثالث / إجراءات البحث

- **منهجية البحث :** من أجل الوصول الى الأهداف المحددة أتبعته الباحثة المنهج الوصفي * (ويتضمن وصف الظاهرة الراهنة وتركيبها وعملياته وظروفه السائدة وتسجيل ذلك وتحليله وتفسيره) لملائمة الدراسة الحالية وهو أسلوب منهجي للوصول الى طريقة تشخيص خصائص معينة بطريقة موضوعية مبنية على التحليل والمناقشة. **مجتمع البحث- :** تضمن مجتمع البحث الحالي على تصاميم ملصقات أفلام سينمائية لسنة 2022 والتي نشرت على شبكة الإنترنت العالمية وبالنظر لسعة مجتمع البحث البالغة عددها (42) إنموذجاً من مجتمع البحث الكلي ما استطاعت الباحثة احصاؤه .

- **عينة البحث :** تم اختيار عينة البحث بطريقة قصدية وباللغة عددها (4) من نماذج البحث أي بنسبة 10% من مجتمع البحث الكلي بعد أن استبعدت الباحثة كلاً من:

- 1- التصاميم ذات البناء المتشابه.
 - 2- التصاميم التي تحتوي على رسوم الأطفال .
 - 3- التصاميم التي تخل بالأعراف والتقاليد لإعلانات التي لا تحتوي على الأنساق الشكلية .
 - 4- التصاميم التي لا توفر شروط الأنساق الشكلية.
- **إداة البحث :** تحقيقاً للوصول الى أهداف البحث فقد تم أستعمال ما يأتي : إعداد أستمارة**تحديد المحاور تضمن محاور ماتناوله الأطار النظري ماتمخض عنه من مؤشرات أساسية تمثل خلاصة الأدبيات والملاحظة الذاتية في جميع المعلومات وفق محاور تفي متطلبات البحث وتحقيق أهدافه

- 1- أنواع الأنساق الشكلية .
- 2- مضمون النسق في الملصق .
- 3- أنواع التداولية في التصميم الكرافيكي.

*محمد سعيد أبو طالب ، علم مناهج البحث ، العراق ، بغداد - دار الحكمة للطباعة والنشر ، الجزء الأول 1990 ، ص94.

**أستمارة رقم (1)

الجانب التطبيقي / تحليل نماذج العينة



أنموذج رقم (1)

اسم الملصق / BEAST الوحش
نوعه / ملصق سينمائي .
تاريخه / 2022.

الوصف العام :

تكون الشكل العام للملصق من صورة رقمية أحتلت الفضاء الكلي للتصميم ، أذ برز من جهة اليمين جزء من (رأس وقدم الأسد) ومن جهة اليسار الممثل يحمل خنجر بطريقة مماثلة لجانب الآخر ، أما أسم الملصق ظهر في المنتصف BEAST بشكل عمودي من أعلى وأسفل الملصق وتمثلت نصوص كتابية من جهة اليمين FIGHT FOR FAMILY باللون الأصفر على الفضاء الأساس .

التحليل :

1- أنواع الأنساق الشكلية : أستخدم المصمم النسق الخطي بشكل عمودي لأسم الملصق BEAST بمعنى الملصق وحرف الـ A برزت عليه مخالب الأسد باللون الأصفر ، مما أعطى السيادة المركزية من حيث (اللون ، الشكل ، الحجم) لتكوين وسيلة إيضاح وأبرازة من ناحية جمالية وفنية وسحب أتباهي من أعلى الملصق الى الاسفل وهذا يتيح التتابع البصري فضلاً عن المادة الكتابية وأسم الملصق جاء بنسق متراكب على الفضاء الكلي بقصد الاثارة وجذب الانتباه .

2- مضمون النسق في الملصق : جاء مضمون النسق واقعي بأستخدام صورة رقمية وتمثل من جهة اليمين (رأس الأسد وقدمه) والملاح التي ظهرت عليه وكأنه المهاجم على فريسته وتفصلها أسم الملصق ومن جهة اليسار للممثل يحمل الخنجر المدافع عن نفسه ، وأستعمل المصمم خبراته وأسلوبه الخيالي في هذا البناء ، أذ أعتد اسم الملصق الفاصل بينهما مما حقق التوازن والاستقرار في التصميم ، لتأتي الوحدة والتنوع والشدة البصري نحو القيم اللونية وبتدرجات مختلفة من الغامق الى الفاتح المنسجم مع المكونات الشكلية مما أضاف قيمة جمالية للملصق.

3- أنواع التداولية في التصميم الكرافيكي : برز نوع التداولية أجتماعية في الملصق (الكفاح من أجل الاسرة) بطريقة واضحة أذ عمد المصمم من وضع (الأسد والممثل وهو الاب المدافع) في مواجهة الاسد مسلحاً بخنجر ومكافحاً من أجل عائلته ، وهذه دلالة على توطيد العلاقة الاسرية ، وتأتي تداولية خاصة صورية عن طريق صورة رقمية ونصية من أستعمال أسم الملصق فضلاً عن المادة الكتابية التي وضحت مضمون الفكرة الاعلانية وفق أشتغالات دلالية وتعبيرية لتصميم ملصق بشكل متكامل .

أنموذج رقم (2)

اسم الملصق / MRS. HARRIS GOES TO PARIS

نوعة / ملصق سينمائي .

تاريخه / 2022.

الوصف العام:

تضمنت البنية التصميمية للملصق من الفضاء الأساس باللون الوردي الفاتح وأسم الملصق MRS HARRIS GOES TO PARIS. توزعت بشكل مدروس وبطريقة متدرجة متجاورة مع بعضها بالقيمة اللونية السوداء على الفضاء بالقيمة اللونية البيضاء وتمركزت في داخله صورة رقمية للممثلة مرتدية قبعة تحمل حقيبة مع أبرز ملامح البطلة بأبتسامتها ونظرتها ومشيتها ، ومن جهة اليمين تمثلت عدد من الممثلين وأسفل الملصق نصوص كتابية FALLON YOUR DREAM أتبع حلمك وأسماء الممثلين المشاركين في الفيلم بالقيمة اللونية السوداء .

التحليل:

1- أنواع الأنساق الشكلية : وظف المصمم النسق التراكبي للصورة رقمية للممثلة على الفضاء الأساس ، وايضاً تراكب اسم الملصق على قطع الورق بالقيمة اللونية البيضاء على الفضاء ، أذ أستعمل المصمم في التصميم تقنية الكولاج من لصق ودمج وتراكب وهذا ناتج من أسلوبه وقدرته المعرفية و المهارية في الإخراج الفني للملصق ، كما ظهر التضاد اللوني بين القيمة اللونية السوداء والبيضاء في المادة الكتابية وأسم الملصق ، وايضاً برج آيفل الذي تمثل على الفضاء يشكل رسم على الفضاء الوردي مما أعطى أظهرات بالتنوع اللوني المنسجمة مع المكونات الشكلية .

2- مضمون النسق في الملصق : أستعمل المصمم مضمون النسق واقعي بأسلوب أفتراضي تم تجسيده عن طريق الصورة للممثلة هارس التي أبرز ملامحها مشيتها ونظرتها بأنها ذاهبة لسفر الى باريس أذ تم توظيف برج الايفل وأسم الملصق جاء لغرض تعزيز الفكرة الأساس والتراكب الذي أحدث نقلة بطريقة تجعل المتلقي يغير مساره للانتقال الى الأخرى لان عملية توزيع العناصر بطريقة مكثفة أدت الى تشتيت البصر وارباك المتلقي .

3- أنواع التداولية في التصميم الكرافيكي : أستخدم المصمم نوع التداولية عامة ثقافية لموضوع يدور حول (عالم الأزياء والموضة) عن طريق صورة رقمية للممثلة والتي مثلت سيادة شكلية وقياس متناسب داخل الفضاء وطريقة التي تمشي بها البطلة والابتسامة التي برزت على وجهها تدل بالسفر الى باريس من أجل شراء فستان وهذا ناتج من تبادل الثقافات بين الدول وايضاً التعرف على عالم الأزياء المتنوع وتداولية خاصة (صورية ونصية) لسيدة متفائلة في عمر الخمسينات باحثة عن الموضة أراد المصمم التأكيد على الحلم والطموح ليس مرهونة بسن معينة زرع الثقة والامل في نفوس والتمسك بالحلم بشدة وقناعة تامة مما أدى الى تكوين أيقاع رتيب وتتابع بصري وفقاً للمحتوى الوظيفي الذي يضيف عليها طابع جديد للتعبير .



أنموذج رقم (3)

اسم الملصق / JURASSIC WORLD

نوعة / ملصق سينمائي .

تاريخه / 2022.

الوصف العام :

تضمنت البنية التصميمية للملصق من صورة رقمية ووضع أبطال الفيلم بشكل متجاور تحيطها دائرة باللون الأصفر المتدرج يتوسطها هيكل الديناصور بالقيمة اللونية السوداء وفي أعلى الملصق تمثلت مادة كتابية (THE EPIC CONCLUSION OF THE JURASSIC ERA) وتعني ميدان الخاتمة الملحمة للعصر الجواراسي بالقيم اللونية البيضاء وفي أسفل الملصق JURASSIC WORLD باللون الأصفر وينتهي بتدرجاته الى اللون البرتقالي على الفضاء الأساس بالقيمة اللونية السوداء .

التحليل :

1- أنواع الأنساق الشكلية : وظف المصمم نوع النسق هندسي وتراكيبي في الملصق عن طريق شكل الدائرة التي أحاطت مجموعة من الابطال الفيلم وبترتيب منظم ضمن قياسات متناسبة وقيم لونية تم تجريدتها من لونها الواقعي وتراكب هيكل الديناصور في المنتصف وأعطاه قيمة لونية سوداء والعين برزت بفعل الإضاءة الساقطة ليعمل المتلقي أدراكها بصريا وفق دلالات تعبيرية ونفسية يسهم على فهم مضمون الإعلان وتحقيق الغرض منه .

2- مضمون النسق في الملصق : جاء مضمون النسق في الملصق واقعي بأسلوب أفتراضي لواقع غير حقيقي باستخدام صورة رقمية لمجموعة من الابطال أذ عمد المصمم وضعهم داخل الدائرة متمركزة في المنتصف وصور الابطال متجاورة وبشكل متناسب يتيح للمتلقي التتابع لكل جزء من الإعلان وهذا ما يجعله يتكيف مع ما يقدمه المصمم من أفكار ومعلومات تثير انتباهه، وبرز أسم الإعلان في أسفل الملصق JURASSIC WORLD وتعني السيطرة على العالم وبترجات لونية مائلة للون البرتقالي وتراكبها على الفضاء الأساس بالقيمة اللونية السوداء .

3- أنواع التداولية في التصميم الكرافيكي : تحققت التداولية عامة اجتماعية وخاصة (خبرية ، نصية ، صورية) عن طريق توظيف صور الابطال ، الديناصورات ، اسم الإعلان (في أسفل الملصق السيطرة على العالم أذ أراد المصمم أن يوضح أن مستقبل البشرية في خطر ويتم مطاردة الديناصورات من قبل مجموعة من الابطال ليتم القضاء عليها والتي تعتبر أكبر تهديد للبشر والطريقة التي تم توظيفها أحدثت قراءة بصرية مركزية من الصور والشكل والمادة الكتابية الى العنوان يكون وفق نسق معين ناتج من تجمع العناصر وأظهارها على الملصق .



أنموذج رقم (4)
اسم الملصق / AMBLANCE (سيارة إسعاف)
نوعة / ملصق سينمائي .
تاريخه / 2022.

الوصف العام :

تضمنت بنية الملصق من الفضاء الأساس بدخان باللون الأحمر والقيمة اللونية البيضاء وفي المنتصف تمركز رمز الصليب وبرز عليه صور رقمية لثلاثة ممثلين مسلحين وبقيا من جانب اليسار مجموعة من البنايات وجنود مسلحين ، وتمثل أسم الملصق على الصورة بالقيمة اللونية السوداء والبيضاء ، أما أسفل الملصق ظهر مجموعة من السيارات الشرطة وطائرات حربية تطارد سيارة الإسعاف التي احتلت المركز ذات قيم لونية وضوئية متنوعة .

التحليل :

1- أنواع الأنساق الشكلية : تحقق النسق المتناغم عن طريق الصورة الرقمية المعتدة على تكرار مجموعة من سيارات الشرطة والطائرات الحربية التي حققت الإيقاع والانسجام والتوازن الكلي في الملصق وجاء القياس متناسب مع الملصق فضلاً عن التنوعات بالقيم اللونية والضوئية التي أضفت المتعة والحيوية أسهمت في شد أنتمباه المتلقي نحو الإعلان لما حققته أثارة وتشويق .

1- مضمون النسق في الملصق : جاء مضمون النسق واقعي عن طريق توظيف صورة رقمية للممثلين التي تمثلت بوحدة متكاملة مجسدة موضوع مبني على عناصر متماسكة ومنسجمة فوضع اللصوص (الممثلين) على رمز الصليب الخاص بسيارة الإسعاف يوضح بان سيارة تم سرقتها فالمصمم وظفها بطريقة أبداعية وبأسلوب يعمل على أدراك وفهم مضمون الإعلان بطريقة ممية عن طريق توظيف سيارة الإسعاف وخلفها سيارات شرطة تلاحقها ، فضلاً عن اللون الأحمر على الفضاء الذي مثلت الخطر الذي يحيطهم ، فتناغم وتناسق مكونات العمل الفني ضمن توليفة شكلية تناسبية بين أجزاء الوحدة والتصميم بطريقة متبادلة وفق قيمة حسية مرتبطة بأحاساس المصمم بفعل أدراكة لطبيعة الفكرة وأيضاً أدراكة في جذب المتلقي وتفاعله مع الملصق .

2- أنواع التداولية في التصميم الكرافيكي : برز نوع التداولية عامة أجتماعية كونه يعبر عن سرقة تحدث حول اثنين من اللصوص يقومون بسرقة سيارة إسعاف بعد أن تنحرف عملية سرقتهم عن مسارها ويفشلون ، فالمصمم استخدم خبرة المعرفية ومهارات تقنية في عملية التوظيف (صورة الرقمية للصوص ، سيارة إسعاف ، طائرات حربية وجنود مسلحين والعنوان الملصق وأيضاً القيم لونية الحمراء دلالات تعبيرية عن الفكرة وما يحويها من تفاصيل تم توضيحها في الملصق وهذا ناتج من التنظيم البنائي لأجزاء والعلاقات وربطها معاً بدلالات شكلية معبرة .

الفصل الرابع

نتائج البحث ومناقشتها: بعد استكمال أجراء التحليل توصلت الباحثة الى مجموعة من نتائج وهي :

- 1- ظهر نوع النسق الخطي في الملصق باستخدام العنوان وصورة رقمية داخل الإعلان في الإنموذج (1) أي بنسبة 25% ونسق تراكبي وهندسي تراكبي كما في النموذجين (2، 3) أي بنسبة 50% ونسق متناغم كما في إنموذج (4) أي بنسبة 25% من مجموع الكلي.
- 2- جاء مضمون النسق واقعي التي مثلتها الصور والرموز كما في الإنموذجين (1، 4) أي بنسبة 50% وواقعي بأسلوب افتراضي في الإنموذجين (2، 3) أي بنسبة 50% من مجموع إنموذجات العينة .
- 3- برزت أنواع التداولية العامة الاجتماعية والمتمثلة في الإنموذجات (1، 3، 4) أي بنسبة 75% من جميع إنموذجات العينة وثقافية كما في الإنموذج (2) أي بنسبة 25% من المجموع الكلي .
- 4- ظهرت التداولية الخاصة (صورية ، نصية) عن طريق الصور الرقمية والمادة الكتابية كما في الإنموذجات (1، 2، 4) أي بنسبة 75% و(صورية ، خبرية ، نصية) كما في الإنموذج (3) أي بنسبة 25% من مجموع إنموذجات العينة .

الاستنتاجات : - في ضوء نتائج البحث توصلت الباحثة الى مجموع من الاستنتاجات وهي كالآتي:

- 1- لتتنوع الأنساق الشكلية بين استخدام الصور الرقمية الواقعية والمادة الكتابية دوراً في أبراز الشكل عن طريق التنوع بالقيم اللونية والضوئية في الملصق.
 - 2- برز مضمون النسق في الملصق الإعلان واقعي عن طريق الاشكال والصور ، وتجسيد مضمون واقعي بأسلوب افتراضي ناتج من الدمج والتركيب في بناء من أجل تكوين عمل أبداعى جديد ومميز.
 - 3- تجسدت أنواع التداولية بأشكال متنوعة في البنية التصميمية وأظهارها ضمن نسق منظم يتيح للمتلقي التفاعل والتواصل مع الرسالة الاعلانية.
 - 3- يرتبط مضمون النسق بالهدف التعبيري الذي له أثر في أثر في تعزيز المعنى وتكيفه مع الإعلان عن طريق التنوع اللوني محققاً بذلك قيمة جمالية وفنية تثير أهتمام المتلقي.
 - 4- مثلت التداولية في التصميم عملية تفاعلية بين المصمم والمتلقي من خلال الناتج التصميمي وتفاعل عن طريق المكون الذي يضعه المصمم في التصميم الغرض منه إيصال الفكرة التصميمية وتسهيل عملية التفاعل .
- توصيات البحث :** - في ضوء الاستنتاجات التي توصلت اليها البحث توصي الباحثة بما يأتي :
- 1- الاهتمام بدراسة الأنساق الشكلية وإمكانية استغلالها في احداث الاثارة والتشويق في ما يتم عرضه في الملصق الإعلان.
 - 2- الاهتمام بأعداد برامج لتدريب الطلبة ودراسات توضح أهمية الأنساق الشكلية وآلياتها من خلال وسائل الاتصال والتواصل عبر رموز متداولة .
 - 3- التأكيد على دور أهمية العامل التداولي ووضوحه في تقييم العمل التصميمي عن طريق أجراء المزيد من البحوث التي تركز على أساليب الأنساق المختلفة وأثرها في تحقيق قوة تعبيرية ووظيفية ذات بعد أتصالي في التصميم .
 - 4- العمل على تدريب وتطوير العاملين والمصممين في مجال التصميم الكرافيك عن طريق ورش العمل والتدريب الميداني في البرامج المستخدمة .
 - 5- الاهتمام بتوظيف التنوع الشكلي في تصاميم الإعلانات وبيان أثرها في تحقيق التداول.
- المقترحات :** تقترح الباحثة أجراء الدراسات الآتية:

- 1- القيام بدراسة جماليات النسق ووظيفتها في بنية التصميم المعاصر .
- 2- أثر فاعلية الأنساق الشكلية على بناء فكر أتصالي وتداولي لشريحة من المجتمع .
- 3- القيام بدراسة البعد التداولي المؤثر في التصميم الكرافيك .

المصادر والمراجع

المصادر العربية

- 1- أبراهيم زكريا : مشكلة البنية ، دار مصر للطباعة والنشر ، القاهرة ، 1990.
- 2- أبو طالب محمد سعيد : علم مناهج البحث ، العراق ، دار الحكمة للطباعة والنشر ، ج 1 ، 1990.
- 3- آن روبل موشلا : التداولية اليوم عالم علم جديد في التوصل ، تر: سيف الدين دعنوس ، م: محمد السنياني ، المنظمة العربية ، دار الطليعة ، بيروت - لبنان ، ط 1 ، 2013.
- 4- أياد حسين عبدالله : التكوين الفني للخط العربي وفق أسس التصميم ، دار الشؤون الثقافية العلمية ، بغداد 2002 .
- 5- برتليمي : جان : بحث في الجمال، تر : أنوار عبد العزيز ، م: نظمي لوقا ، دار النهضة مصر ، 1964 .
- 6- جيمس ، برج : الاقناع (فن اقناع الآخرين) ، تر: عبد الباقي محمد أبراهيم ومحمد محمود يوسف ، مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر ، القاهرة 2010.
- 7- حمداوي، جميل : نحو نظرية أدبية ونقدية جديدة (نظرية الأنساق المتعددة) ، ط 1 ، مصدر الشاملة الذهبية ، حقوق الطبع محفوظة للمؤلف ، ط 1 ، 2006.
- 8- خليفة بوجادي : اللسانيات التداولية مع محاولة تأصيل في الدرس العربي القديم بين الحكمة العلمية ، الجزائر ، ط 1 ، 2012.
- 9- ديوي جون : الفن خبرة ، تر : زكريا أبراهيم ، مكتبة مصر القاهرة ، 1963.
- 10- راضي حكيم : فلسفة الفن عن سوزان لانجر ، دار الشؤون الثقافية 1987.
- 11- ربحي : مصطفى عليان : وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم ، ط 2 ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان 2003.
- 12- رانيا ممدوح صادق : الإعلان التلفزيوني (التصميم والإنتاج) ط 1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2012.
- 13- سكوت ، روبرت جيلام : أسس التصميم ، تر : عبد الباقي محمد أبراهيم ومحمد محمود يوسف ، مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر ، القاهرة 1968.
- 14- السهباني : محمد عبيد صالح ، عليوي ، الوجه البلاغي وأثره في السياق الشعري الاندلسي (عصر الطوائف والمرابطين) ط 1 ، دار غيداء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2013.
- 15- شاكر عبد الحميد : العملية الإبداعية في فن التصوير ، عالم المعرفة ، الكويت 1987.
- 16- الطاهر وعزيز : المناهج الفلسفية ، المركز الثقافي العربي ، الدار البيضاء - المغرب ، 1990 ، ط 1 .
- 17- عبد العزيز حمودة : المرايا المحدبة من البنيوية الى التفكيكية ، عالم المعرفة المجلس الوطني للثقافة والفنون - الكويت 1977.
- 18- عمر مهيبيل : من النسق الى الذات (قراءات في الفكر العربي المعاصر) منشورات الاختلاف ، ط 1 2000.
- 19- عواد علي : شفرات الجسد (الأردن - عمان) ازمنة للنشر والتوزيع 1996.
- 20- العياشي ، ادراوي : الاستلزام الحوارية في التداولية اللسانية في (وعى الخصومات النوعية الظاهرة الى وضع القوانين الصارمة لها) ، دار الأمان ، الرباط ، ط 1 ، 2011.
- 21- الغدامي ، عبدالله : النقد الثقافي قراءات في الأنساق الثقافية العربية ، المركز الثقافي العربي ، بيروت - لبنان ، ط 1 ، 2000.
- 22- الغدامي ، عبدالله وعبد النبي اصطيف : نقد ثقافي أم نقد أدبي ، دار الفكر دمشق ، ط 1 ، 2004.
- 23- الغدامي ، عبد الله : النقد الثقافي قراءات في الأنساق الثقافية العربية ، المركز الثقافي العربي ، بيروت - لبنان ، ط 3 ، 2005.

- 24- قاسم حسين صالح: الابداع في الفن ، دار الطليعة للطباعة والنشر بيروت ، 1981.
- 25- نحلة ، محمود : افاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر ، مكتب الأوان ، القاهرة 2011.
- 26- نوبلر ، ناثن : حوار الرؤيا (مدخل الى تذوق الفن والتجربة الجمالية) ، تر : فخري خليل ، مراجعة جبرا إبراهيم جبرا ، دار المأمون للترجمة والتوزيع والنشر ، بغداد 1987.
- 27- أدريس ، مقبول : في تداولية القصد ، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) المجلد 28 (5) المغرب 2014.
- 28- سوزان عبد حسن ، سماح عبد العزيز إبراهيم : أثر استخدام مواد التغلف الحركية في تحقيق الوحدة والجذب البصري لأبنية التجارية المجلة العراقية للهندسة المعمارية سنة 2010 ، المجلد 6.
- 29- شذى كريم فرحان : البساطة والتعقيد في النسق البصري لتصاميم اغلفة مجلات الأطفال ، مجلة الاكاديمي – العدد 89 ، 2018.
- 30- قياس لندة : أهمية الدراسة التداولية وواقعها : مجلة جبل الدراسات الأدبية والفكرية ، مركز جبل البحث العلمي – الجزائر 28 ، 2017.
- 31- لهويل ، بادس : التداولية والبلاغة العربية ، مجلة المخبر ، أبحاث في اللغة والاداب الجزائري ، العدد 7- الجزائر ، 2011.
- 32- نادية خليل أسماعيل : تنوع السياق الشكلي والاقناعي للملصق الاعلاني المعتمد على التكنولوجيا الرقمية ، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية المجلد السابع ، العدد 36 ، العدد 36 ، 2022.
- 33- Abdle Hamid ,Shker , visual arts and the Genius of pereption ain publishing house cairo 2007.
- 34- Engeseth , Stefan , The fall of pr and the rise of Advertising ,UK steven Engeseth publishing ,2009.
- 35- Ibrahim wasit Digtial, Design Al Modern. Communication technology. Baghdad AL publishing and Distribution House farahid,pgl,2011.

ملحق رقم (1)

المحاور		
1- أنواع الأنساق الشكلية	نسق خطي	
	نسق هندسي	
	نسق متناغم	
	نسق تراكيبي	
2- مضمون النسق في الملصق	واقعي	
	افتراضي	
3- أنواع التداولية في التصميم الكرافيكي	عامة	أجتماعية
		ثقافية
		دينية
	خاصة	صورية
		نصية
		خبرية