

برامج الكمبيوتر كمنطلق لملصق إعلاني معاصر من خلال طباعة المونوتيب



مقالة بحثية

* عمرو محمود رسمي حسين كمال

* الدارس بمرحلة الماجستير، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.

البريد الإلكتروني: amr.rassmy@gmail.com

تاريخ المقال:

- تاريخ تسليم البحث الكامل للمجلة: 31 مايو 2021
- تاريخ تسليم النسخة المنقحة: 28 يونيو 2021
- تاريخ موافقة هيئة التحرير على النشر: 01 يوليو 2021

الملخص:

مع ظهور الاتجاهات الفنية والتكنولوجيا الحديثة استفاد الفنان كثيرا من التحقيق المادى والتصور الخيالى والفكرى من ذلك بعد أن وضعت تحت تصرفه الكثير من الإمكانيات الجديدة كتركيب وتحليل الصورة، فاكتشاف الكمبيوتر كان عامل مهم بالنسبة للمصمم، فهو يقدم له العديد من المعالجات للأفكار والتصورات لعمل ملصق الإعلانى مؤثرعلى الحياة بكامل جوانبها من خلال تعدد أنواعه ووظائفه من خلال تأثيره الجمالى التى تتشابه بتأثير الأعمال الفنية وذلك من خلال نشر الذوق والوعى العام لما لها من قدرة على مخاطبة خيال الجمهور وإثارة حس الجمال فيهم، وذلك منذ بداية ظهور الملصق حتى الآن. ويعتبر فن الطباعة من أكثر مجالات الفنون التى تعتمد على التجريب وذلك لتنوع الخامات والاسطح الطباعية وكذلك التقنيات والاساليب التى تسمح بالعديد من عمليات التجريب والتوليف "ينتهج فيها الفنان أساليب وتقنيات فى سبيل تحقيق هدف معين أو فكرة ما مستعينا بالخامات والوسائط التى يمكنه من ترجمة أفكاره الى عمل فنى حيث أنه يهيىء العقل والحس للممارسة التشكيلية بحثاً عن حلول متعددة فى اطار مرور الفنان بخبرات فنية سابقة فيقدم طولا جديدة مستحدثة، وبناءاً عليه إتجه فكر الفنانين فى مجال الطباعة إلى البحث الدائم عن وسائط وأساليب جديدة للتعبير عن رؤى فنية فى ضوء معطيات العصر ومتغيراته مما ساعد على ظهور أشكال جديدة للتعبير الفنى وأضفى متغيرات فى الفكر الفلسفى والتقنى، وأساليب الأداء، وشكل ومضمون العمل الفنى الطباعى،

الكلمات المفتاحية: الكمبيوتر ، الملصق ، المونوتيب

مقدمه :

دخول التكنولوجيا على فن الملصقات غير الكثير من المفاهيم إن كان من حيث شكلها ومضامينها، فلم يعد من الضروري لمصمم الملصقات أن يجهد نفسه في توفير الوسائط اللازمة في تنفيذ الملصق ، وأحد أهم أسباب نجاح الملصق هو جذب اهتمام المشاهد في وقت قصير جداً، فيجب أن يتحلى بالبساطة وعصر الجذب في نفس الوقت، كما يجب أن يكون سهل القراءة ويحتوي على شكل قوى ، والملصق المطبوع يصمم من أجل أن يفهم من نظرة سريعة، وهو يجمع مؤثرات بصرية مباشرة بوسائل اتصال مختصرة ذات مقدرة على منافسة المحيط المشوش بصريا ، وقد أصبح قوة مؤثرة في المجتمع، وهو لغة إظهار الأمر والمجاهرة به بشكل معاصر حديث، أي إبراز مزايا منتج أو نشاط، والترويج له بشكل أكثر جاذبية وتشويق .

ويتأثر الملصق بالخبرات الجديدة والعلوم وتطورات الأساليب الفنية المختلفة، فيستخدمها ويعبر عنها، ويستطيع بهذا أن يساير التطورات المتلاحقة وذلك عن طريق أشكال جديدة للتعبير، ويعتبر الملصق مقياس نمو وتقدم للمجتمع، فهو من وسائل الاتصال.

والملصقات نوع من أنواع الإعلان له وظيفة، فيمكن أن يعلن عن إعلان معين أو توعية الجماهير، ويعطينا المعلومات المتصلة بالمواقف سواء كانت سياسية أو لا علاقة بالتعداد السكاني أو الظروف الاجتماعية وتوعية الأفراد البسطاء مما قد يلحق بهم من أخطار وأمراض وكيفية الوقاية منها، أو ترويج السياحة وإلقاء الضوء على الأماكن الجميلة والمناطق السياحية والتاريخية.

مشكلة البحث :

كيفية استخدام برامج الكمبيوتر كمنطلق لمصق إعلاني معاصر من خلال طباعة المونوتيب

فرض البحث :**يفترض البحث انه :**

يمكن استخدام برامج الكمبيوتر كمنطلق لمصق إعلاني معاصر من خلال طباعة المونوتيب

أهداف البحث:

- 1- الدمج بين الأساليب الطباعية وبرامج الكمبيوتر لتحقيق صياغات جديدة للمصق الإعلاني المعاصر.
- 2- إضافة منطلق جديد للإبداع في مجال الطباعة بالجمع بين الأساليب الطباعية والوسائط التكنولوجية –برامج الكمبيوتر- في صياغة ملصق إعلاني معاصر.

أهمية البحث:

- 1- إلقاء الضوء على أهمية تطويع الجانب القصدي والتلقائي في توجيه أحد الأساليب الطباعية تبعاً للمدرك البصري والتصور الذهني المراد تحقيقه.
- 2- توسيع مجال التوظيف التشكيلي لمجال الطباعة من خلال صياغات طباعية معاصرة بالمونوتيب وبرامج الكمبيوتر.

حدود البحث:

- 1- دراسة الحقبة الزمنية للمصق من القرن التاسع عشر حتى الآن
- 2- الطباعة بطريقة المونوتيب بجميع طرقه
- 3- الخامات (الوان بيجمنت – قماش)
- 4- استخدام برامج الفوتوشوب Photoshop، الالستريتور Illustrator.

منهجية البحث:

يتبع البحث المنهج الوصفي التجريبي وذلك في إطارين:

الإطار النظري :**ويشمل الآتي:**

- 1-دراسة لإسلوب المونوتيب ، وإمكاناته التشكيلية والتعبيرية ..
- 2-دراسة للمصق الإعلاني تاريخيا ، وفنياً .
- 3-دراسة المفاهيم والعناصر الهامة التي يمكن مراعاتها في تصميم الملصق الاعلاني.
- 4-دراسة برامج الجرافيك وإمكاناتها الفنية المتعددة .

الملصق الإعلاني:

يعتبر الملصق أكثر الوسائل الإعلانية تأثيراً بالمدارس الفنية ولهذا يمكن اعتباره تصميمه مرادفاً للإبداع الحقيقي ، وهناك صفتان يختص بهما فن تصميم الملصق وهما :

- 1.تزاوج الصورة والكلمة .
 - 2.نسخ الملصق المطلوب لعدد لا نهائي من المرات .
- وقد كان لتطور أجهزة الطباعة وسهولة إمكانية إعادة الإنتاج أثره في إنتعاش فن الملصق وإرتباطه بالعديد من رواد الفن الأوائل أمثال شاريت وتولوز لوتريك حيث أنهم رائدي الملصق في أوروبا.

وقد كانت أغلب الإعلانات تستخدم هذه الوسيلة لبساطتها وسهولة تطبيقها ، طالما وجد الفنان الذي يستطيع أن يعبر تعبيرا صادقا عن السلعة أو الخدمة المراد عنها ، وظلت علي أنتشارها في كثير من الدول حتي مع ظهور الوسائل الإعلانية الاخرى التي أستطاعت أن تجذب أنتباه المعلمين ، وأثبت الملصق فاعليته في توصيل الرسالة الإعلانية إلي أعداد كبيرة من

وخاصة في طباعة الملصقات ، حيث ان بعض الطابعات الديجيتال غالى جداً ويتقيد بمقاس معين، فيلجأ البعض للطباعة بالزنك (أوفست) ومشكلته انه يجب طباعة كمية كبيرة اقل كمية تكون الف ورقة ، لكن بالمقارنة بأسعار الطباعة مع الات الطباعة الديجيتال فهي تعتبر الأرخص، ولاشك ان استخدام الملصقات فى مصر تطور أكثر في الفترة ما بين العام 2000م حتى الان وأصبح قوه مؤثرة بمجتمعنا بعد نجاحه في جذب انتباه المستهلك والاستحواذ على اهتمامه وترغيبه واقناعه بالشىء المعلى عنه بعد استخدام الأشكال الحديثة والمتطورة في الإعلانات وكثيراً ما يكون الإعلان مطبوعاً على خامات حديثة كالفليكس والفينيل والبانر ، وأصبحت إعلانات الأوت دور متطورة سواء بالأضاءة مثل (الشاشة التيليفزيونية) ، أو ثلاثية الحركة (وتكون عبارة عن ثلاثة اوجة تحمل ثلاثة إعلانات وتدور حول نفسها كل فترة زمنية) ، أو مجسمة (شكل مجسم على اللوحة الإعلانية)، وأصبحت إعلانات الطرق فى نفس أهمية إعلانات الميديا ، لما لها من قدرة على جذب الأنتباه ، كما انها مجانية والعرض بها مستمر ليلاً ونهاراً ، حيث أن طبيعة الملصق الإعلانى الذى يتم من خلاله الإعلان عن المعلومات المراد إيصالها للمتلقى، تحتم أن يوضع فى الأماكن المناسبة له والتي تكون مناسبة لجذب انتباه كل فئات المجتمع سواء فى الميادين العامة أو أعلى الكبارى والطرق والمباني وغيرها وقد تطورت الملصقات من بعد أن كانت تقتصر شكل واحد للإعلان أو اغلبها كانت بحجم واحد أصبحت الإعلانات أكثر تنوعاً فى أشكالها واحجامها بالإضافة الى الحيوية والجرأة فى أفكارها، كما ان الإعلانات لم تعد (In Door & Out door) وميديا فقط فالآن فى 2021 أصبحت الإعلانات من خلال السوشيال ميديا كالفيس بوك ، Facebook ، والأنستجرام Instagram ، والتيك توك Tik Tok ، والسناپ شات Snapchat ، و لم تعد الملصقات تقتصر فقط على الملصقات السياحية والثقافية ، ولكن أيضا اصبح هناك ملصقات إرشادية وتسويقية وتجارية وتوعوية وخدمية .. وغيرها.

أنواع الملصقات:

- **الملصق التسويقي** : يعلن عن السلع أو الأفكار أو المنتجات الجديدة التى لم يسبق لها وجود فى السوق من قبل.
- **الملصق الإعلامى** : "يقدم حقائق ومعلومات وأخبار حول الأمور الهامة بهدف تكوين أفكار صحيحة حولها، أو تعديل أفكار قديمة خاطئة عنها، ولخطورة هذا النوع من الملصقات فإنه غالبا ما

الجمهور ، ولا زالت الملصقات الورقية حتى يومنا هذا تحتل موقعا مميذا فى الحملات الإعلانية ، وتوجد فى كثير من الشوارع الرئيسية بالمدن ، ولم تختلف كثيرا عن الشكل التقليدي الذى بدعت به منذ سنوات عديدة.

التطور التاريخى الملصق الإعلانى:

مر الملصق فى مساره التاريخى بالعديد من المراحل الفكرية والتكنولوجية التى كان لها أثر كبير على العناصر الشكلية وهذا التغيير فى شكل الملصق هو تغيير ناتج عن ما قد يسعى إليه المصمم من مواكبة عصره من قضايا واتجاهات وأساليب ، وقد شهدت التسعينات من القرن التاسع عشر بداية اعتبار الملصق وسيطا فعالا فى الترويج التجارى، وفى نفس هذه الفترة تطورت الملصقات مع التطور الهائل فى مجال الثورة الصناعية، والذى صاحبه ظهور مؤسسات إعلانية خاصة، و من أبرز مصممي الملصقات الإعلانية فى القرن التاسع عشر الفنان الفرنسى " هنرى تولوز لوتريك Henri Toulouse Lautec " (1864م-1901م) ، ثم ظهر الفن الجديد (Art Nouveau) وهو أسلوب زخرفى بدأ فى الثمانينات من القرن التاسع عشر وامتد حتى بداية القرن العشرين، ثم أثرت الاتجاهات والمذاهب الفنية فى القرن العشرين فى تصميم الملصق الإعلانى تأثيرا كبيرا، وساهمت فى إمداد الملصق الإعلانى بأشكال ذات طابع رمزى، تجريدى، تكعيبي، وسيربالي ، وظهرت حركات فنية مختلفة مثل الدادية - الباوهاوس - البنائية الروسية ومدرسة ازيج De Stijl ، ومع ظهور الملصق الروسى ابان الثورة البلشفية عام 1917 م ، مروراً بالملصق الإعلانى الزخرفى (Art Deco) 1919 م ، و**ملصق العامة (Pop Art)** فى بداية الستينات ، وفى حلول الثمانينات بدأ استخدام تقنيات متطورة فى التصوير الفوتوغرافى، كما ساهم الكمبيوتر فى تغيير الأساليب والأشكال التقليدية السابقة التى كانت تتبع فى تصميم وتنفيذ الملصق.

الملصق الإعلانى المصرى:

من خلال اهتمام و إطلاع الدارس على نماذج متنوعة من الملصقات الإعلانية فى مجالات مختلفة بالإضافة الى الدراسة الميدانية فى هذا المجال وجد ان الملصقات والإعلانات المرسومة يدويا والإعلانات المضيفة من أقدم الطرق التقليدية التى استخدمها المعلنون فى مصر للإعلان عن الأفلام السينمائية والعروض المسرحية والمهرجانات وذلك لأنخفاض تكلفتها وسهولة تغييرها بعد مدة قصيرة ، ومازال هناك العديد من المعلنين يستخدمون الطرق التقليدية حتى الآن لكن بدرجة اقل

- أن يفهم مصمم الملصق الرسالة وعناصرها بدقة .
- أن تكون الرسالة قابلة للتصديق .

خصائص الملصق الإعلاني:

- يتميز الملصق الإعلاني بأنه يوفر أكبر قدر من المعلومات المتاحة سواء كان إعلاناً تجارياً أو خدمياً.
- أحياناً لا يتم الإعلان عن بعض الخدمات أو المعلومات من خلال وسائل الإعلان الأخرى ، مثال على ذلك المعارض الفنية والعروض الموسيقية والمسرحية ورحلات الطيران والمناطق السياحية المختلفة، كذلك بعض المنتجات أو السلع الجديدة أو الإعلان عن بعض المسابقات أو العروض المجانية فى بعض المحلات الكبرى والأسواق التجارية.

هناك مواصفات فنية مهمة ينبغي أن تتوافر في التصميم الإعلاني لكي يحقق هدفه الأتصالي وهى:

1. جذب الانتباه.
2. تحفيز الرغبة.
3. إحداث الإقناع.
4. الاستجابة والحركة.
5. الذاكرة تنبت الإعلان.

أسس تصميم الملصق الإعلاني:

الملصق الإعلاني مثله كأي عمل فني هناك مجموعة من المبادئ والأسس التي يجب مراعاتها عند تصميمه ، فالمصمم يجب أن يكون جذاباً من ناحية التصميم، ويلتفت الانتباه لفترة تكفى حتى يقوم المشاهد بقراءة النص المصاحب للصورة. من هذه الأسس:

- **التوازن:** يجب توزيع عناصر الملصق بحيث تبدو متوازنة مع بعضها البعض بالنسبة لموقعها داخل الملصق
- **التناسب:** إيجاد علاقة بين المساحة التي يشغلها كل عنصر من عناصر الإعلان، وبقية العناصر عن تحديد المساحة المناسبة لكل عنصر فى الإعلان.
- **التضاد:** التضاد يلفت نظر المشاهد للملصق، ويشجعه على الاستمرار فى متابعته والتركيز على أكثر العناصر أهمية، وقد يكون التضاد فى الحجم أو اللون أو الشكل.
- **الوحدة:** يقصد بها الانسجام والتوافق بين جميع عناصر الملصق، ويكون هناك ارتباط بين معانى الصور المستخدمة، والعنوان الرئيسى، والعناوين الفرعية وترتيب محتويات الملصق بحيث يقود كل منهما إلى الآخر، مما يحقق وحدة التفكير والخيال لدى المشاهد وينقله من عنصر إلى آخر بسهولة.

يخضع لإشراف الحكومات مباشرة وتختص بإصداره بعض الهيئات والحكومات.

• **الملصق الإرشادي :** يرتبط بتوجيه الناس نحو سلوك مهني أو فعل ما مثل الالتزام بإشارات المرور، أو القيام بمهام محددة وقت الغارات والأزمات، أو إتباع تعليمات معينة ترتبط بمقاومة الأمراض والآفات الزراعية، وهو ينتشر داخل المصانع والمدارس والنوادي وداخل الوحدات الصحية والزراعية.

• **الملصق الإعلاني الثقافي :** ويتم من خلاله الإعلان عن الأنشطة الثقافية المختلفة مثل المعارض الفنية والعروض المسرحية والسينمائية والحفلات الموسيقية ، كذلك المهرجانات الثقافية والفنية المختلفة،

وظيفة الملصق الإعلاني : الغرض الأساسي من الملصق هو حث المتلقي على اتخاذ إجراء ما كالذهاب إلى مسرح أو معرض أو اتخاذ موقف سياسي أو اجتماعي أو شراء سلعة ما، فللملصق عدة وظائف: وظيفة ثقافية، وسياسية، ووظيفة جمالية.

الدور الثقافي للملصق الإعلاني : الملصق كوسيلة إعلام يعطى معلومات تتعلق بمستحدثات الثقافة سواء كانت مستحدثات مادية أو معنوية مرتبطة بالعلوم والآداب أو بالفنون والتكنولوجيا وهو فى سبيل تعريف الناس بها يستخدم الحجة والمنطق والصورة والرسوم المعبرة،

الدور السياسي للملصق الإعلاني : يساهم الملصق فى نقل وجهات النظر وأساليب التفكير وإثارة الاهتمام حول المشكلات العالمية، ويعمل على ترويج المبادئ السياسية أو ممارستها. فالمصمم السياسي يردد شعارات معينة متصلة بنظام الحكم بهدف تقوية الصلة بين المواطنين وبين هذا النظام والقائمين عليه، كما يساهم الملصق فى تعميق العلاقة بالجمهور من خلال مخاطبتهم من خلال الملصق.

الدور الجمالي للملصق الإعلاني : الملصق يحتوى على جوانب فنية وجمالية وعناصر تشكيلية ويقدم للناس كعمل فني فيكون تأثيره الجمالي عليهم كتأثير الأعمال الفنية. فللملصقات أثرها فى نشر الذوق والوعي العام لما لها من قدرة على مخاطبة خيال الجمهور وإثارة الحس الجمالي فيهم، وذلك بسبب اعتمادها على الفن التشكيلي واستخدام عناصره وقيمه فى هيئة رسوم وأشكال ورموز وكتابات ملونة، فيمكن اعتبار الملصق عمل فني فى حد ذاته وهو يتبع فى تقسيم فنون الجرافيك.

شروط نجاح الملصق الإعلاني كوسيلة إتصال إقناعية :

- أن يكون الملصق هادفاً ويحمل رساله محددة وواضحة .

إثراء فى التقدم الفكرى والتكنولوجى الذى جعل الفنان ينطلق الى التجربة أكثر وأكثر فى طرق تعبيره ، وبدأ دراساته المنهجية للظواهر الطبيعية التى أدت به الى أن يبدع طرق جديدة من التنظيمات للخطوط والالوان والشفافيات على سطح العمل ، والذى عرف بالفن البصرى الذى كان يهدف الى خلق الخداع بالحركة رغم استاتيكية الأشكال ذاتها عن طريق تنظيم الاشكال بطرق واعية لعمليات الإبصار.

أهمية الحركة الداخلية فى نجاح التصميم :

يوظف المصمم الحركة لتوجيه عين المتلقى بطرق مختلفة ببساطة عبر جزء فى العمل الفنى ثم التوقف فجأه بخط أو لون فى موضع استراتيجى. ويمكن أن تكون الحركة فى الفن بسيطة أو معقدة ، تماماً كما هو الحال فى الحركة والإيقاع فى الموسيقى. كما انه أيضاً فى العمل الفنى أو الصور الفوتوغرافية توحى الاجزاء اللينة مثل (اوراق النبات والأعلام والرايات والدخان) بالفعل الحركى عندما تتمايا وتظهر أثر الرياح عليها ، وبإمكان الفنان الذى يريد أن يوصل الإحساس بالفعل الحركى إستخدام عدد من تلك المعطيات لنقل الرسالة .

الحركة الرأسية :

ليس بالضرورياً ان تكون فقط الصور ذات الحركة الرأسية تتسم بشكل رأسى ، فيمكن أيضاً لتكوينات افقية أن تحتوى حركة رأسية قوية مؤثرة ، ويمكن للتكوينات على خط رأسى مستقيم أن تكون قوية فى حسها الحركى بحيث يمكنها بسهولة ان توجه عين المتابع الى خارج الصورة ، ويمكن للفنان التغلب على هذا بإعتراض تلك الحركة بواسطة مجموعه من الخطوط الافقية التى تساعد على احتواء الحركة الرأسية فى حدود الإطار.

الحركة الافقية :

إذا اراد الفنان إظهار الهدوء والسكينة والراحة ، يمكن اللجوء الى استخدام تكوين يغلب عليه الحركة الافقية، وحيث ان الحركة فى إتجاه افقى تعتبر حركة سريعة ، فمن المستحب وجود عنصر رأسى أو اثنين للعمل على إرساء التكوين والحول دون هروب الحركة خارج حدود الصورة .

الحركة المائلة :

الحركة المائلة تعطى إحساساً بعدم الراحة وتغير الوضع وبالطبع بعض التكوينات المائلة لاتظهر اشخاص أو اشياء فى حركة فعلية.ولكن الترتيبات المائلى لأجزاء الصورة تولد إحساس بعدم الارتياح وعدم الاتزان والحركة المحسوسة ضمناً ،وتساعد الاقطار المتقابله على ترسيخ التكوين وإعادة الإحساس بالإتزان اليه.

• **التكوين:** تركيب العناصر المختلفة داخل الملصق، يفضل أن تشغل الصورة أو الرسم ما لا يقل عن نصف مساحة الملصق، خاصة بالنسبة للملصقات التى تمثل الصورة فيها العنصر الأساسى ، كما يفضل وضع العنوان أعلى الصورة ووضع العناوين الفرعية أسفل الملصق.

• الشكل والخلفيه فى الاعلان

من أهم مكونات الإعلان بشكل عام الشكل والخلفية فهما من أهم العناصر التى تؤثر على مدى قوة الإعلان ولهما دورا كبيرا فى تحقيقه.

وعنصر الشكل هو أحد عناصر التصميم الأساسية والتي تدرك عن طريق الحواس وإذا كان هناك مضمون بدون شكل يبرزه الحس تحولت عملية الإدراك إلى مهمة شاقة ، أما الخلفية فى الإعلان مثلها مثل الموسيقى يجب أن تكمل الحركة وأن تسهم فى العمل كمؤثر ذو قيمة وأن تكون فى خدمة الشخصية وأن تعمل على إبرازها وأن تكون بمثابة البيئة التى تتحرك فيها شخصيات الإعلان .

إن علاقة الشكل والخلفية فى التصميمات المسطحة عامة أو الإعلان خاصة سواء كانت ذات أشكال تمثيلية أو هندسية أو انسيابية مجردة تخضع لعدد من العلاقات.

العلاقة بين الشكل والخلفية:

- يدرك المشاهد غالبا الشكل فوق أو أمام الخلفية (الأرضية).
- الشكل له الأهمية والصدارة.
- الأرضية (الخلفية) غالبا أكثر بساطة من الشكل.
- الأرضية والشكل معا يكملان بعضهما البعض.
- تتنوع العلاقات بين الشكل والأرضية (الخلفية) فتأخذ تنظيمات مختلفة يتبادل كل منهما حسب درجة الأهمية التى يعطيها المصمم مرة للشكل ومرة أخرى للأرضية ومرة ثالثة (الاثنين) معا لدرجة أن تصل إلى انعدام المعالم المميزة لكل منهما ، وهكذا يتصف التصميم بالتكامل.
- وللخلفية دور فى تصميم الإعلان حيث انها:
- 1. تبرز الشكل للمنتج أو السلعة أو الفكرة وتؤكدها.
- 2. تعمل على تفعيل رسالة الملصق.
- 3. تهئية المتلقى لاستقبال أو تلقي الرسالة.
- 4. تسهم فى خلق الجو العام أو المناخ الذى يؤكد المضمون.

مفهوم الحركة التقديرية فى التصميم الإعلاني :

هى تلك الحاسة المعنوية التى تقود عين المتلقى عبر مفردات التصميم ، وأيضاً هى نتاج التأثير الحضارى المعاصر بما يحوى من

ويتم الطبع بالضغط بدون مكبس وهذه الطريقة البسيطة من العمل يندمج فيها الرسم السريع مع طرق الطبع وبذلك يسمح للصور ان تتألف اثناء العمل و هناك مصطلحين متشابهين فى التسمية وهما مصطلح Mono print – أى عمل مطبوع ذو نسخة واحدة -ومصطلح Monotype – أى نمط أو نوع مميز وحيد – ويتحدد ذلك تبعاً للكيفية التى تم بها إبداع العمل الفنى.

جماليات فن المونوتيب:

جماليات متعلقة بالابداع والابتكار الفنى :

من الجماليات التى تميز اسلوب المونوتيب هى انه تقنية يمكن العمل بها بشكل عفوى , حيث تعبر عن احساس مباشر يبدو تلقائياً لحظياً، يعكس مايملكه الفنان من قدرة مباشره علي التخيل والتطبيق، لإنتاج أعمال تتميز بالجدة، الإبتكار، التنوع الهائل والمتباين بين عمل وآخر. وبهذه التقنية يمكن عمل تجارب فى مزج الألوان، إبتكار تكوينات تعبيرية، الخروج بعدد لا يحصى من الإحتمالات اللونية غير المتشابهة. "ويكشف عن مدى مايملك الانسان من مخزون خيال وقدره على الإبداع المباشر، حيث لايستغرق العمل وقتاً طويلاً لذلك تتوافر به حيوية الفكرة وجرأة الأسلوب.

ويرجع هذا الي ان المواد المستخدمة فى تنفيذ أعمال المونوتيب لاتعطى لفنان المونوتيب نفس الفرص التى يتمتع بها المصور للبحث فى التفاصيل الدقيقة للتصميم .

السمات التعبيرية للمونوتيب :

ترجع الأهمية التعبيرية التى ينفرد بها اسلوب المونوتيب الى نتائج العفوية والتلقائية الناتجة عن سرعة التطبيق بحرية التى تدخله عموماً بالتعبيرية حيث يسجل انفعالات لحظية للفنان الممارس فلايمكن إنجاز عملاً للمونوتيب إلا وكان تعبيرياً , ويعتمد كثير من الفنانين على إظهار نتائج أعمالهم كما لو كانت فطرية أو عفوية وتلقائية فى أحيان كثيرة , ويتميز فن (المونوتيب) بأنه :

- أقل تكلفة من أساليب الطباعة الاخرى
- يحتاج الى مساحة صغيرة من المكان وأدوات بسيطة , وخامات متوفرة.
- ينقل احساس و إنفعال الفنان لحظياً، مما يضيف للعمل تعبيرات خاصة وطلاقة مقصودة تبدو عفوية مميزة.
- يمكن توليفه مع تقنيات الطباعة الاخرى , لإضافة قيم لونية وملمسية للإعمال الطباعية .

أشكال الملصق الإعلاني:

اعتمد تصميم الملصقات وإخراجها على ثلاثة عناصر رئيسية وهى:

- الشكل الطبيعي (واقعى وأكثر تفصيلاً).
- الشكل المبسط (خطى أقل تفصيلاً).
- الشكل المجرد (مساحات قليلة).

الأشكال المرسومة - الكتابات - الخطوط - الالوان وعلى الرغم من أن كلا من هذه العناصر تعتبر شيئاً مميزاً عن الآخر من حيث النوع، وأن كلا منها له طريقته ومزاياه فى تقييم الأفكار، العلامة المتبادلة بينهم داخل الملصق تجعلهم جميعاً ذات أهمية متقاربة.

أهمية الفن التشكيلي فى الإعلان وعلاقته بالجانب التجاري:

كثيراً ما كانت هذه الجزئية سبب نقاش وجدال واسع بين العاملين فى الإعلان وغالباً ما ينقسم إلي فريقين فريق يفضل الجزء الجمالي والجانب التشكيلي والفريق الأخر يرى أن هذا الجانب لا يجب أن يكون سوي في المعارض التشكيلية.

إن هناك ترابطاً فكرياً بين العلم والفن يتمثل فى الاستفادة من الرؤية الجديدة التى قدمها الإنتاج العلمى فى المجالات التكنولوجية فى الطبيعية وغيرها، والتى كانت سبباً فى ظهور أنواع جديدة من التشكيل الفنى ذى طبيعة تكنولوجية علمية، فقد ظهرت أعمال تتميز بإحداث تغيير كبير فى أوضاع النماذج، ويختلف الإدراك عن الحقيقة ليدرك المشاهد قيمة الأبعاد دون المنظور، فظهرت أشكال جديدة كما هو واضح فى قوانين الجشتالت. إن طبيعة المصمم الحقيقية هى الإبداع، ولذلك يبدأ الفنان المصمم بالرؤية التأميلية التى هى نفسها عملية إبداعية، تحتاج إلى جهد، ثم يقوم بتحقيق أفكار يمكن اعتبارها مثلاً لبيئته الجديدة ، فيحقق الإنتاج إذا اتحدت الفكرة مع الشيء المرئى. فالفنان مبدع عندما يبتكر أفكاراً تتحقق عن طريق البصر.

مفهوم الطبعة الأحادية:

قد يعتقد البعض أن من اليسير تقرير ماهية فن طباعة النسخة الواحدة ، ولكن الحقيقة ان المسألة أعقد بكثير من مجرد التعريفات البسيطة. وبعد البحث والدراسة حول هذا الفن وجد ان معظمها يدور حول ماهية طباعة النسخة الوحيدة دون الوصول الى تحديد دقيق لمعنى المصطلح ، لذا حاول الباحث التوصل الى معنى دقيق للمصطلح.

ويوصف المونوتيب بأنه عبارة عن طبع منفرد مصمم بالرسم المباشر على لوحة الطبع و ثم يتم عمل التأثيرات الملمسية باليد

لتنفيذ الملصق ، وذلك بأدخال تصميم العمل الفني المطبوع الى الكمبيوتر والقيام بالمعالجات الجرافيكية المتنوعة سواء

إمكانية المعالجة الجرافيكية:

- قدرة تحقيق معالجات جرافيكية متنوعة للصور الطبيعية من حيث تحويلها إلى سلبية أو تنوعات خطية أو تباين عال، أو صبغ الصورة بلون واحد وغيرها من المعالجات.
- مدى متسع من حركات التحريك للشكل بالانضغاط والتمدد أو السحب والانبطاح على مستوى أفقى وفى اتجاه علوى وسفلى وجانبى.

- قدرة الحصول على صورة مجسمة من خلال وحدات للتجسيم.
- قدرة نمو أى عنصر من عناصر التصميم أو صغره وانكماشه.

- إمكانية فصل مكونات الصورة الملونة إلى سلات (Cells) عن طريق الفصل اللوني (Color Separation) أو التجزئى اللوني (Color Digital) واستخدامها فى إنتاج تنوعات جرافيكية من خلال المزج والتحريك، مع استخدام المعالجة اللونية.

- تنفيذ ما يعرف بالتحريك المستمر أبيض وأسود وألوان. ومن هذا المنطلق تتيح برامج الكمبيوتر للفنان إمكانيات لا نهائية للتجريب فى اللوحات الزخرفية من خلال استخدامه للخامات المتنوعة الموجودة فى برامجه المختلفة، مع مساعدته على إيجاد أنسب الطول التى من الممكن أن تجعل التصميم الزخرفى الذى صمم ليوضع فى مكان داخلى يصلح عن طريق تغيير فى خاماته من خلال الكمبيوتر يصلح لموقع خارجى.

ومن البرامج المشهورة فى تصميم الملصقات الإعلانية:

برامج فوتوشوب Adobe Photoshop :

وهو برنامج يستخدم فى الكمبيوتر يساعد فى تصميم الصور والأشكال على الشاشة وإعادة صياغتها، ذلك بالاستعانة بالصور المخزنة سابقا لإنتاج تصميمات جيدة، كما يقوم هذا البرنامج بوظائف أخرى مثل تغيير الأشكال والألوان والأحجام والمساحات، إلى جانب حذف وإضافة العناصر، والكثير من التأثيرات المختلفة على الصورة.

"ويعد برنامج الفوتوشوب من أحد أهم البرامج التطبيقية الفنية، وخاصة المتعلقة بتصميم الملصقات وأغلفة الكتب والمجلات والجرائد والمطبوعات بصفة عامة.

ويعتمد هذا البرنامج فى المقام الأول على معالجة الصور، وذلك من خلال إدخال الصور " عن طريق الماسح الضوئى " على الجهاز والعمل عليها من خلال المتغيرات الفنية والأدوات الموجودة فى

- تفرد التأثير الناتج، بمعنى أن يكون لوحة مطبوعة واحدة ولا يمكن الحصول على نسخة أخرى تحمل كل خصائص النسخة الأولى وتتشابه معها تمام التشابه.

وهذا ما يميز أسلوب المونوتيب حيث يجمع بين حيوية فن التصوير الناتجة عن حرية اختيار الألوان وأسلوب تنفيذها وبين غنى الملامس والسطوح الذى تتصف به الأعمال المطبوعة ، ويختلف عن أساليب الطباعة فى إنتاج نسخة واحدة من العمل الفنى، بالإضافة إلى إمكانية تصميمه مباشرة على كافة الأسطح الطباعية من ورق، قماش أو غيره. وهذا مادفع الناقد الفنى "أوجستو كالابى Augusto Calabi " إلى تعريفه بإن هذا الفن ليس رسما ولا حفرا فلا هو من فنون التصوير ولا من فنون الحفر بل إن له مذاقا مختلفا وهو فى الواقع مزيج من التصوير والحفر له وضعه الخاص كأسلوب متطور من أساليب الفنون التشكيلية ". وهذا نتيجة للاعتقاد التقليدى الراسخ بأن أى عمل فنى طباعى لابد أن يكون قادرا على إعطاء عدد من النسخ المتشابهة وهذا ما لا يحدث فى المونوتيب ، وبالمقارنة بين الأساليب المستخدمة فى مجالات الحفر والطباعة الأخرى فإن المونوتيب يبدو بسيطا مباشرا تظهر نتائجه كما لو كانت فطرية أو تلقائية فى كثير من الأحيان ، كما إن الفنان الممارس لفن المونوتيب شأنه شأن غالب الفنانين يجب أن يكون مجيدا لأصول التصميم، مدركا لقوانين المقدمات والنتائج ، له رصيد كبير من الثقافة الخاصة المكتسبة من الاطلاع والمتابعة والتجربة الشخصية.

ومن هنا يسعى الباحث إلى محاولة الربط بين أحد أساليب الطباعة اليدوية المتفردة وهو أسلوب الطباعة بالمونوتيب وتوظيف إمكانياته التشكيلية والتعبيرية ، والتكنولوجيا الحديثة المتمثلة فى البرامج الجرافيكية ، وتطويرهم لتحقيق ملصق إعلانى ناجح يراعى المبادئ والأسس التصميمية الخاصة بالملصق.

وقد استخدم الباحث المونوتيب تحديداً لطبعتة الوحيدة والفريدة والتي لا يمكن تكرارها وذلك منعاً لسرقة الأفكار أو تقليدها ، وهو ما لا يتواجد فى البرامج الجرافيكية ، حيث يمكن ان تتساوى المهارة بين شخصين فى استخدامهم لبرنامج واحد ، وقد تتشابه الأفكار فى تنفي الملصق ، ويعتمد الباحث فى استخدام تقنيات المونوتيب (الحذف - الأضافة - الجمع بينهم) بكلا الجانبين القصدى والتلقائى ، وتوظيف ذلك بما يتناسب مع الفكرة الإعلانية المراد تنفيذها ، ثم يستكمل الباحث الأجراءات العملية

يتبقى بعد الطبع أى أثر محفور على السطح الطابع ، وهو تتميز بالطلاقة والتلقائية في التعبير بالخط والملمس واللون.

الدراسات المرتبطة :

دراسة بعنوان: الطبعة الواحدة (المونوتيب) كعمل فنى فى القرن العشرين .

تناولت هذه الدراسة التعريف بفن المونوتيب ولمحة تاريخية لهذا الفن والتعرض لتقنياته المتعددة كما تعرضت الدراسة أيضا لأمثلة لفنانين تناولوا هذه النوعية من الفنون. وتفيد هذه الدراسة البحث الحالى فى التعرف على ماهية المونوتيب على المستويين النظرى والعملية وأعمال الفنانين الذين تناولوا المونوتيب .

دراسة بعنوان : تقنين الإعلانات الإرشادية لتصميم الملصق الإرشادى المصرى".

يتناول البحث دراسة الأساليب الفنية للملصق الإرشادى فى المجتمع المصرى وتجريب أشكال تتسم بالابتكارية ، كما تتناول الاسس الفنية والعملية فى الملصقات الارشادية الحالية ، ويمكن إرشاد الجماهير عن طريق الملصق الارشادى ، حيث يتوقف التصميم الناجح على طريقة تنظيم وعرض الصور والكلمات داخل اطار الاعلان بصورة واضحة حتى تبدو متكاملة.

وتفيد هذه الدراسة بمعرفة الاسس الفنية والعمليات فى الملصقات لعمل تصميم ناجح عن طريق تنظيم وعرض الصور والكلمات داخل اطار الإعلان ، كما يفيد البحث فى تناول الأسس الفنية والعملية للملصق الإرشادى

دراسة بعنوان: "أساليب وبرامج الكمبيوتر فى أعمال الجرافيك".

تناولت أثر الكمبيوتر فى أعمال الجرافيك من خلال التعرض للأبجديات الأساسية للعمل الفنى، والتي تخضع لأسس تصميم ذات ضوابط مقننة، تخدمها برامج فنية متعددة، ثم اتجهت الدراسة إلي برامج الكمبيوتر المستخدمة فى فن الجرافيك، وتناولت أيضاً العوامل المؤثرة علي العمل الفنى الجرافيكى من خلال التأثيرات الفنية (اللون - الضوء - التفاصيل)، كما هدفت الدراسة إلي تدعيم المجال الجرافيكى بالإعتماد علي مفهوم النظم والبرامج كعنصر قياس يساعد علي مرونة إستنباط المفردات التشكيلية المرسومة، وبيان خصائصها التركيبية، وسعت الدراسة أيضاً إلي قياس مدى التنوع فى المفردات التشكيلية للرسوم من خلال أكثر من حل للكلمة والفراغ، مما يتيح حرية إبداع الفنان.

البرنامج، والتي يستخدمها المصمم لإنتاج عمل فنى يصلح للطباعة والنشر.

برنامج الأليستريتور Adobe Illustrator :

هو برنامج الرسوم المتجهة المفضل لدى المصممين فى جميع أنحاء العالم ، وهو المفضل لأولئك يريدون إنشاء رسومات وتوضيحات وطباعة رقمية لكل أنواع الوسائط، المطبوعة والمنشورة على الويب والتفاعلية والفيديو والمحمولة ، كما يقوم بتحويل الأشكال والألوان إلى شعارات وأيقونات ، وتصميم طوبوغرافيا والرسم الحر وتتبع الرسومات وإعادة توليها. يستند Illustrator إلى vector ، وبهذا يظل العمل الفنى رائعاً حتى عند تكبيره إلى حجم كبير جداً ، فالرسوم لها شكلان: اما رسوم نقطية bitmap أو رسوم متجهة vector ، والرسوم المتجهة هي إحدى صيغ الرسوم الشائعة فى التصميم.

وتتميز الرسوم المتجهة أنها تحافظ على دقة الوضوح، فعند تغيير الحجم لا تتأثر جودة الحدود لذلك فإن الرسوم المتجهة، كما التي ينتجها برنامج اليستريتور، مفضلة في تصميم الشعارات، خاصة إذا كانت مجهزة للطباعة على لوحة إعلانية كبيرة، والنتيجة تظهر بجودة عالية ودون بكسلة لأنها رسوم متجهة.

مصطلحات البحث :

الملصق الأعلانى: Poster

هو شكل من أشكال الإبداع الفنى ذات البعدين قائم على تنظيم بصري لعناصر ومفردات شكلية يقوم المصمم بإنتقائها وأختبارها بما يلائم أهدافه التوصلية، كما عرف بأنه عمل فنى إبداعي يقوم خلاله او فيه المصمم بتنظيم مفرداته الشكلية فى صياغات معينة تحمل فى طياتها افكار ومضامين ترتبط بهدف الملصق ورسالته ، ويعتمد على جذب انتباه المشاهد إليه من خلال فكرة الإعلان وجاذبية عناصره وخضوعها للتنسيق الجمالي ووضوح وقوة تأثير المعاني الرمزية والتعبيرية، كما أن للملصق قدرة تربوية وتعليمية هادفة حيث له قدرة كبيرة على تغيير أنماط السلوك وتوجيه الأفكار والمفاهيم وتكوين المبادئ والمثل وشحذ الهمم وتعبئة الرأي العام

المونوتيب : Monotype

هو فن ليس رسماً ولاحفرًا وهو مزيج من التصوير والطباعة وهو أسلوب متطور من اساليب الفنون التشكيلية ، وهو شكل من أشكال الطباعة السطحية يطبع بالضغط للأحبار والألوان والأصباغ من سطح صلب غير محفور على سطح قابل للطباعة عليه بحيث لا

2. تظهر القيم التعبيرية والخيال في التصميم من خلال الذاكرة الكامنة داخل وجدان وشعور المصمم وهي متمثلة في الكلاسيكية معبر عنها جهاز الجرامافون وعنصر الخيال لتحويل السى دى على شكل جذع الشجرة وهنا اعتمد الباحث على اسلوب الفانتازيا الحديثة المعتمدة على الواقع والا واقع ، واستخدام برنامج الفوتوشوب في دمج العناصر وتغيير الأحجام والأبعاد ، واستخدام برنامج الأليستريتور في الكتابة .



شكل رقم (3)

ملصق تجارى للإعلان عن كمبوند سكنى

تم رسم تصميمين زخرفيين معاصرين بأسلوب طباعة المونوتيب (ابيض -ازرق) ، وتوضيح القيم التعبيرية من خلال الطبقات اللونية والتداخلات الخطية لتصميمات المونوتيب كما قام الباحث بوضع العناصر (التماثيل الفرعونى) باستخدام برنامج الفوتوشوب ودمجهم بإيقاع يتحقق فيه الأتزان واستخدام الألوان الصارخة والجاذبة لخلق انطباع قوى وسريع لمتلقى الإعلان وجذب الأنتباه الى جزء معين في التصميم وعلى عنصر معين في الصورة أو التكوين العام بها وذلك في فصل الخلفية بلون عن العناصر والأشكال .



التحضير للعمل الفني بالطباعة بالمونوتيب

تفيد هذه الدراسة البحث الحالي في معرفه أثر تناول الكمبيوتر فى أعمال الجرافيك من خلال أبعاديات وأسس تصميم ذات ضوابط مقننة للعمل الفنى ، والإستفادة من العوامل المؤثرة للعمل الفنى الجرافيكى من خلال التأثيرات الفنية (اللون والضوء والتفاصيل)، والتنوع فى المفردات التشكيلية للرسم بأكثر من حل للكثلة والفراغ.

الاطار العملي :

إجراء تجارب ذاتية عن طريق توظيف لجماليات الطباعة بالمونوتيب مع استخدام لبرامج الجرافيك ومعالجتها المتنوعة كأسلوب طباعي أحادى يجمع بين القصد والتلقائية لإنتاج ملصق اعلانى معاصر، كما يتم إجراء ممارسات إستكشافية بإسلوب الطباعة بالمونوتيب للتعرف على طبيعة الاسلوب الخاصة.



شكل رقم (2)

تأثيرات (طبيعية)

تأثيرات مستلهمة من الطبيعة
بطريقة الأضافة



شكل رقم (1)

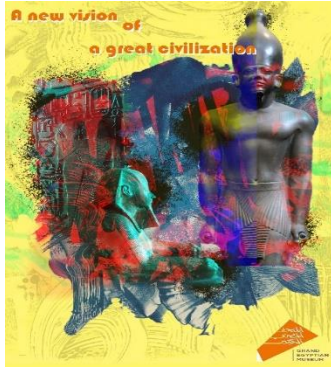
تأثيرات (ديناميكية)

تأثيرات ملمسية متنوعة
باستخدام تقنية الحدف



التحضير للعمل الفني بالطباعة بالمونوتيب

1.تم الرسم والطباعة بأسلوب المونوتيب لسى دى لجهاز الجرامافون على شكل جذع شجرة مع استخدام خط يتميز بالبساطة واستخدام أسلوب التحوير بالخط لأكتساب الرؤية الخيالية المناسبة لفكرة الإعلان.



شكل رقم (5)

ملصق ترويجي للمتحف المصري الكبير



شكل رقم (4)

إعلان ترويجي للعبة فيفا 2021

تم رسم تصميمين زخرفيين معاصرين بأسلوب طباعة المونوتيب (ابيض-أزرق) ، وتوضيح القيم التعبيرية من خلال الطبقات اللونية والتداخلات الخطية لتصميمات المونوتيب كما قام الباحث بوضع العناصر (التماثيل الفرعونى) باستخدام برنامج الفوتوشوب ودمجهم بإيقاع يتحقق فيه الأتزان واستخدام الألوان الصارخة والجاذبة لخلق انطباع قوى وسريع لمتلقى الإعلان وجذب الأنتباه الى جزء معين في التصميم وعلى عنصر معين في الصورة أو التكوين العام بها وذلك في فصل الخلفية بلون عن العناصر والأشكال .

النتائج :

1.أهمية استخدام برامج الكمبيوتر الخاصة بالجرافيك ، كأحد المتطلبات الأساسية التي تفيد المصمم في مجال المطبوعات بكامل أنواعها.

2.التواصل بين العلم والفن وتوظيف التكنولوجيا الحديثة في المجال الطباعي أتاح المزيد من الصيغات والمعالجات التشكيلية لأنتاج ملصق إعلانى بتوظيف جماليات المونوتيب .

3.برامج الكمبيوتر ومعالجاتها الفنية المتعددة تتيح بدائل كثيرة لمفردات العمل الفني من حيث مؤثرات الضوء واللون على اختلاف درجاتها ، مما تسهم في إثراء فكرة الملصق والرسالة المراد توصيلها للمتلقى .

التوصيات :

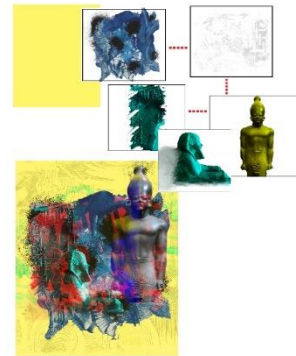
3.توجيه البحوث والدراسات العليا إلى مزيد من الأنطلاق والتجريب في المجالات التشكيلية ، ومنها الطباعة بالمونوتيب.

4.توجيه الفكر الى الاستفادة واستخدام التكنولوجيا الحديثة في المجالات التشكيلية العامة ، ومجال طباعة المونوتيب خاصة .

5.إلتحدر من القيود في ممارسة عملية الطباعة ، وإتاحة المجال للجانب الإبداعى عند ممارسة الأساليب والتقنيات التقليدية.

1.تم رسم خطوط تجريدية بإيقاعات دائرية بأسلوب المونوتيب ، حيث تم استخدام الخطوط دائرية لإعطاء الإحساس بالكورة والحواف للخطوط بشكل شبة تدريجى لأعطاء الأحساس بالسرعة ، واختيار اللاعب المصرى بقميص منتخب بلده حيث انه إعلان موجة للشرق الأوسط والتي به مصر.

2.وتم استخدام برنامج الفوتوشوب في دمج عناصر التصميم التي تم وضعها بطريقة بها ابعاد ويظهر في ظل اللاعب وتقليل الكثافة اللونية للظل ، واستخدام البناء اللونى لإبراز الإيقاع التشكلى ، وأيضا تنوع شكل الخطوط أعطت إحساس باللمس ، وتم استخدام نوع الخط الرسمي للشركة بأستخدام برنامج الأليستريتور .



التحضير للعمل الفني بالطباعة بالمونوتيب مع إضافة لصور أثرية من تصوير الباحث

14. عبير عادل سيد محمد، 1997: التصميم بالمشاركة وأثره فى فاعليات الملصق الإعلاني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان
15. على على محمد المغربى، 2012: جماليات المونوتيب لطباعة قطع صغيرة، رسالة ماجستير، كلية تربية فنية، جامعة حلوان.
16. عمرو محمد سامى عبدالكريم، 2001: رؤية ابتكارية فى التصميمات الإعلانية التجارية، رسالة دكتوراة، كلية الفنون الجميلة، جامعة حلوان.
17. قاسم عيسى، 1975: فن الملصقات وفاعليته التربوية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
18. محمد سعد قردش، 1995: العلاقة بين الحركة التقديرية والمعالجات الجرافيكية فى تصميم الملصق الإعلاني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
19. مصطفى محمد رشاد، 1980: دور الخط العربى كعنصر تصميم الملصقات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
20. مصطفى محمد رشاد، 1980: دور الخط العربى كعنصر من عناصر تصميم الملصقات ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
21. منار حسان مصطفى حسان 2003: دور الخيال كمدخل تجريبى فى تصميم الملصق المعاصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
22. مني صلاح مخلوف محمد، 1999: "أساليب وبرامج الكمبيوتر فى أعمال الجرافيك"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون الجميلة، جامعة حلوان.

المراجع الأجنبية

23. Augusto Calabi: Print Collectors Quarterly (Monotypes), Phaidon , Oxford, U.K., 1958. P30
24. Cathy Abes, 1994: Photoshop F/X, Ventana press, America,.
25. Gatto .Joseph,A: Expoloring Visual Design,1987,
26. Henry Rasmosin: Print marking, Shelton UK, 1967.
27. Max Gallo,1972 : Poster In History.
28. Mike Darton, 1990: Art Deco: An Illustrated Guide to the Decorative style: 1920-1940, Tiger Books International Ltd., London.
29. Mohamed Nour Emam2002: Adobe Photoshop, El Ahram Management & Computer Center, Egypt, p.20.
30. Monotype Class 2000 – www.blackburn Fine Art.com.

المواقع الألكترونية:

31. https://en.wikipedia.org/wiki/Dover_Publications
32. <https://www.eskchat.com/article-11250.htm>,16-3-2019-8 pm

المراجع :

الكتب العربية:

- 1.أحمد محمد المصري، 1992 : الاعلان ، مؤسسة شباب الجامعة للطباعة والنشر والتوزيع ، الاسكندرية.
- 2.إسماعيل شوقى إسماعيل، 2001: التصميم وعناصره وأسسها فى الفن التشكيلي، الطبعة الثانية.
- 3.إياد صقر: فن الجرافيك، 2003:دار مجدلاوى للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 4.سمير محمد حسين، 1993: الإعلان، عالم الكتب، الطبعة الخامسة، القاهرة.
- 5.سمير محمد حسين،2000: بحوث الإعلام والأسس والمبادئ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الطبعة الثالثة.
- 6.طلعت أسعد عبد الحميد، 1992 : اساسيات إدارة الإعلان ، مكتبة عين شمس.
- 7.مونرو ، توماس، 1972 : التطور فى الفنون ، ج3 ، ت : محمد على ، أبو وردة ، الهيئة المصرية للكتاب.
- الرسائل العلمية**
8. ابو الفتوح على أبو شادى ، 1991 : تقنين الاعلانات الارشادية لتصميم الملصق الارشادى المصرى ، رسالة دكتوراه غير منشورة، الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
- 9.أمنية رشاد عبد الحميد، 1985: دراسة عنصر الشكل ودوره فى تصميم الشعار، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
10. خالد عبده مرسى، 2011: تصميم الشكل فى الملصق الإعلاني الموجه لفئة عمال المصانع، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
11. دعاء فاروق الدسوقي، 2001: عوامل تحقيق الإدراك البصرى بين الملصق الإعلاني وملصق الطرق (دراسة تحليلية مقارنة)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
12. سعيد على عبد الحليم، 1989: استخدامات جديدة لفنون الجرافيك وأثرها فى الإعلام، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
13. عبد الصبور عبد القادر محمد ، 1994 : الطبعة الواحدة (المونوتيب) كعمل فنى فى القرن العشرين، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة حلوان.