

الدور التوجيهي للملصق السياسي خلال الحربين العالميتين وأثره على المتلقي "دراسة تحليلية"

**The guiding role of the political poster during the two world wars
and its impact on the recipient**

ولاء حسني عبد الغني حسين¹، هناء حسن عامر²

باحثة¹، استاذة² - كلية الفنون الجميلة - جامعة المنيا

Email address: kalamalah4@gmail.com

To cite this article:

Walaa Hosni, *Journal of Arts & Humanities*.

Vol. 13, 2024, pp.374 -384. Doi: 8.24394/ JAH.2024 MJAS-2402-1207

Received: 14, 02, 2024; **Accepted:** 08, 06, 2024; **published:** June 2024

المخلص:

لفن الملصق دور توجيهي يؤثر بشكل مباشر في الحياة العامة للبشر، كما أنه عنصر دفع لتوسيع المعارف الاجتماعية التي تتعلق بحياة الإنسان في المجتمعات مثل علوم الاقتصاد، والاجتماع، والسياسة وغيرها، مما يجعل من الصعب مقاومته، ولا يمكن إغفال أو عدم تقدير أهميته في التأثير على الجماهير أو الفرد سلوكيًا ومعنويًا، فهو أكثر من كونه ورق ملون أو إنفعال فني مرئي، وبالتالي فإنه وسيلة هامة لتشكيل الوعي والتوجيه دعائيًا وإعلاميًا إلى جانب قيمته الثقافية والفنية. والملصق السياسي هو الأكثر تداولًا خلال فترة الحرب العالمية الأولى والثانية وتأثيرًا في النفس لما يحتويه من مكونات وعناصر في بنيته الفنية تساهم بدورها في تسليط الضوء على قضية سياسية تثير الجدل، حيث كانت الحربين العالميتين لهما تأثير على شتى نواحي الحياة، ولم يكن التأثير في المجال العسكري والحربي فقط، وإنما كان التأثير إقتصاديًا واجتماعيًا وثقافيًا، واستخدامه كدور توجيهي في الحرب ليقدم مصالح الدول والشعوب، كما استخدمت هذه الملصقات عددًا من الموضوعات لتشجيع الدعم للحرب بما في ذلك الحماية والإنتاج والتجنيد والجهود المنزلية وتعزيز دور المرأة في المجتمع.

الكلمات الدالة:

الدور التوجيهي – الملصق السياسي – الدور التوجيهي للملصق السياسي.

المقدمة:

والتأثير عليه ويعد البعد الفكري للدور التوجيهي للملصق بشكل عام هو الخلفية التي تنطلق منها الأفكار والتصورات لقضايا محددة من الحياة، للوصول لمرحلة اقناع الجمهور وتوجيه سلوكه ليكون قادرًا على فهم واستيعاب أمور الحياة وقضاياها المركبة والمتعددة الأبعاد بشكل واع، فمن الأهمية إدراك المصمم الجرافيكي للبعد الفكري السياسي والاجتماعي والإقتصادي والفني - وبذلك يكون هو المؤثر التوجيهي الحقيقي لتكوين فكرة الملصق الإعلاني لتحقيق التأثير الفعال الموجه من الرسالة. والبعد الفكري هو إبداع العقل البشري لأفكار وحلول

يعتبر الملصق تعبير فني عن معايير إنسانية وإقتصادية وسياسية، وفي كثير من الأحيان يمس مراكز الإحساس الصوري والذهني بأدق التفاصيل الإنسانية، كما أنه من إحدى الوسائل الأكثر فعالية في مجال الإعلام والاتصال تعتمد على رؤية الصور والأشكال والألوان وقراءة العبارات الموضحة للأفكار، وذلك من خلال الجمع بين هذه العناصر بشكل فني جمالي وملفت ومتوازن، وذلك لإيصال رسائل معينة للمتلقي، وعليه أصبح للملصق دور هام في جذب المتلقي وتوجيهه

أهداف البحث

- التعريف بمفهوم التوجيه والارشاد في مجال الإعلام وبالأخص في الملصق السياسي.
- توضيح الدور التوجيهي للملصق السياسي وتأثيره في فترة الحرب العالمية الأولى والثانية والفترة التي بينهما.
- دراسة وصفية وتحليلية لنماذج تمثل الدور التوجيهي للملصق السياسي في جميع مجالات المجتمع - ومدى تأثير دوره الإرشادي أو المضلل في فترة الحرب العالمية الأولى والثانية والفترة التي بينهما.

أهمية البحث

- دراسة الدور التوجيهي لفن الملصق السياسي في مجالات الحياة التي تمس المجتمع "خاصةً خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية"، وكيفية استخدامه في ذلك الوقت كأداة حرب فعالة بين الدول المتنازعة.
- التركيز على دراسة الدور التوجيهي للملصق السياسي سلبيًا وإيجابيًا سواء في خلق صورة سلبية واضحة للعدو، وحشد صفوف المواطنين، وإثارة المشاعر اللازمة للحرب كالغضب والكرهية، وفي نفس الوقت توجيه مشاعر حب للوطن المهتد، ورفع معنويات الجيش وإنتاجية العمل.

حدود البحث

- حدود زمنية: القرن العشرين، منذ عام (1900م) حتى عام (1950م).
- حدود مكانية: أوروبا وأمريكا.

فروض البحث

تفترض الباحثة أن:

- للملصق السياسي دور حقيقي في تغيير الخريطة السياسية في الحرب العالمية الأولى والثانية.
- قد تم تجنيد الملصقات السياسية كأسلحة حرب نفسية قوية ومؤثرة في توجيه الشعوب لأغراض وأهداف سياسية محددة من قبل الحكام والقادة.

منهج البحث:

تستخدم الباحثة المنهج الوصفي "التحليلي".

تمهيد:

الرأي العام للجمهور المتلقى يلعب دورًا خطيرًا في التحكم في العملية الإعلامية من حيث شكلها ومضمونها، وحتى يتمكن من معرفة علاقة الرأي العام بشكل العملية الإعلامية وتوجيهها، لا بد

تؤثر في سلوك الإنسان توجهاته، والرسالة الإعلانية هي "عملية تواصلية إنسانية قائمة على الإقناع، وتستدعي لذلك مختلف وسائل الإتصال الإنساني من كلمة وصورة ورموز... وغيرها من وسائل الاتصال" - وهي تأتي غالبًا وفق أساليب إقناع مصاحبة لأساليب إمتناع، فتكون إذ ذاك أقدر على التأثير في اعتقاد المخاطب، وتوجيه سلوكه لما يهبها هذا الإمتناع من قوة في استحضار الأشياء كأنه رآها رأي العين، وقد ارتكز مفهوم الرسالة الإعلانية بوصفها وسيلة لنشر الثقافة، تفتح على عوالم إنسانية مختلفة، فقد تكون ثقافية (دينية - فنية - علمية أو اجتماعية - سياسية - اقتصادية)، وهي متنوعة الأهداف والوظائف والصور، فقد توجه إلى فرد معين أو إلى فئة من الناس، أو دولة وأمة بعينها. لذلك كان لفن الملصق السياسي أثر كبير في توجيه الشعوب خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية. وتبرز أهمية الملصق السياسي في التأثير النفسي للمتلقى واستخدام جميع الوسائل المشروعة وغير المشروعة لإحداث هذا التأثير، وابتكار ما يمكن أن يثير رغباته، لذلك فإنه يعد خطابًا سياسيًا ووسيلة توصيل الأفكار القسرية أحيانًا دون إعطاء فرصة للتأويل العقلي أو الحسي للمتلقى. ومن خلال الدراسة في هذا البحث تهتم الباحثة بتعريف مفهوم السياسة والدور التوجيهي للملصق السياسي وأثره على المتلقى، وهو الأكثر تأثيرًا في أيدولوجية المصمم الجرافيكى في هذه الفترة التاريخية "1900: 1950" وعلى جميع أيدولوجيات ملصقات المجالات الأخرى "الاجتماعية، الإقتصادية،العسكرية".

ومما سبق تكمن مشكلة البحث في معرفة الدور التوجيهي للملصق السياسي خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية، وما مدى تأثير البعد الفكرى للملصق السياسي على المتلقى والنتائج المترتبة علي ذلك، وكيف تم استخدام الدلالات التشكيلية لتصميم الملصق السياسي للتعبير عن الإرشاد أو التضليل في هذه الفترة. وقد صاغت الباحثة مشكلة البحث في عدة تساؤلات وهي:

مشكلة البحث

- ما هو الدور التوجيهي للملصق السياسي خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية؟
- ما مدى تأثير البعد الفكرى للملصق السياسي على المتلقى والنتائج المترتبة علي ذلك؟
- كيف تم استخدام الدلالات التشكيلية لتصميم الملصق السياسي للتعبير عن إرشاد أو التضليل في هذه الفترة؟

هو ذلك الدور أو الرسائل التي توجه المتلقي إلى مسار محدد أو إلى أهداف محددة من خلال الملصق إما لإرشادهم أو للتضليلهم.

• مفهوم الدور The definition Role

- لغةً: "دور جَمْعُهُ أدوار ويقصد به المهمة والوظيفة فعلى سبيل المثال يقال قام بدور رئيسي في المعركة وهو النمط الثقافي المحدد لسلوك الفرد الذي يشغل مكانة معينة".

- إصطلاحًا: الدور وظيفة الفرد، أو وظائفه داخل التنظيم الاجتماعي أو هو الموقف الاجتماعي، أو ذلك السلوك الذي يحدثه الفرد في الجماعة. ويتجسد الدور في الحقوق والواجبات المرتبطة بمكانة معينة في الهرم التسلسلي للبناء التنظيمي، وإن الارتباط والتناغم والإنسجام بين الأدوار يقلل من عوامل التوتر. أو هو نمط للسلوك المتوقع من الفرد في موقف معين يتحدد بما يجب أن يؤديه من نشاط في ضوء الثقافة السائدة في الكيان الاجتماعي.

- التعريف الإجرائي: مفهوم الدور في هذه الدراسة هي تلك الوظيفة (الرسائل) التي تؤديها الملصقات بهدف الإرشاد أو التضليل أثناء الحرب العالمية الأولى والثانية.

• التوجيه Guidance

- لغةً: توجه إليه بمعنى أقبل وقصد، وإتجه إليه بمعنى أقبل عليه، وأصل الكلمة توجيه: هي وجه وتعني: دل، أرشد وتوجه، وتعني إرشاد إلى جهة من الجهات الأربع الأصلية.

ونقول وجّه الشيء أي أداره إلى الجهة الأخرى أو مكان آخر، والموجّه هو القائم بعملية التوجيه، أما الموجّه هو الشخص الذي تقع عليه عملية التوجيه والموضوع نحو الهدف الذي يسعى إليه الموجّه.

- إصطلاحًا: يشير التوجيه ببساطة إلى المساعدة أو المشورة المقدمة للأفراد، من خبير أو شخص متفوق في المجال المعني، فهي عملية توجيه أو الإشراف أو توجيه فرد لمسار عمل معين، يهدف التوجيه إلى توعية الأفراد بتأثير اختياراتهم وأهمية قراراتهم التي تؤثر على مستقبلهم، وهي خدمة تساعد الفرد في اختيار مسار العمل الأنسب لاكتشاف وتطوير قدراته وطموحاته، ويساعد التوجيه الفرد على التخطيط لحاضره ومستقبله بحكمة، مما يؤدي إلى تطوير الذات.

- التعريف الإجرائي "الدور التوجيهي": تعني في هذه الدراسة، هو ذلك التوجيه المشار إليه الذي يرسل من خلال الملصقات

أن نعرض علاقته اولا بشكل العملية الاتصالية، فالمعروف أن الاتصال هو الأوسع والأكثر عمومية من الإعلام، فما الإعلام إلا شكل من أشكال الاتصال أو إحدى عملياته؛ لأن الاتصال مفهوم أكثر إتساعًا، حيث يبدأ بالاتصال الذاتي وهو عملية الإدراك والفهم وصياغة الأفكار، وتعتبر هذه بداية وأساس كل عملية اتصالية إعلامية أو غير إعلامية، فمعرفة الرأي العام السائد إزاء أي قضية من القضايا يؤدي إلى تحديد المضمون الإعلامي الذي يصوغه المرسل وفقًا لذلك، وإلى تحديد الوسيلة الملائمة والمناسبة للرسالة، ويؤدي إلى معرفة الجمهور ورأيه الإيجابي أو السلبي أو الثائر أو الساخط حول قضية أو موضوع ما، وهذا يحدد شكل الرسالة وشكل الوسيلة المناسبين للرأي العام السائد بين الجمهور، والمناسبتين أيضا لبعضهما (الرسالة والوسيلة) للجمهور في الوقت ذاته، وهذا بدوره يؤدي إلى نجاح عملية الاتصال الإعلامي.

وهناك علاقة متبادلة في الدور التوجيهي لوسائل التأثير على السلطات والرأي العام، وهذا الرأي لا يُثار إلا من خلال وسائل ومؤثرات تستخدمها الجهات المعنية بذلك، وهذه قد تكون من خلال وسائل الاتصال الجماهيري المُعَبَّر عنه بواسطة الراديو والتلفزيون، والسينما، والصحف، والملصقات.

إن الملصقات بدورها التوجيهي ليست وليدة اليوم فقد كانت في أول جذورها تستخدم لإعلام الرعية بقرارات الحاكم والأحداث التي تهم الجماعة، حيث يتم إلصاقها في أماكن عامة كالقرى والمدن، يكتب عليها معلومات ذات طابع رسمي كالبيانات الرسمية، وقد مرت الملصقات بدورها التوجيهي بمراحل مختلفة، سواء في مجال التوظيف الدعائي وفي مجال التصميم والطباعة واستخدام المواد الأولية، فضلاً عن التطور الصناعي والزمني والمكاني إلى أن وصلت على ما هو عليه في الوقت الحاضر.

من خلال المحتوى التالي للبحث تُعرّف الباحثة مفاهيم مصطلحات البحث كتعريف الدور التوجيهي والدور التوجيهي للملصق السياسي وأثره على المتلقي خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية.

تعريف مصطلحات البحث

• الدور التوجيهي The guiding role

التواصل، فالمعالجات التصميمية تمثل الجهد الفني (الإبداعي) للمصمم وعن طريقها يستطيع إحداث التأثيرات والتعبير وتغيير القناعات للمتلقين وتوجيهها.

وتعكس الملصقات السياسية المستوى الثقافي والاجتماعي والإقتصادي لأي شعب، وتهدف إلى تعميق الشعور بالتفاعل مع القضايا، وتمد الجماهير بذخيرة إنفعالية لا تنضب مصادرها، ويعد الدور التوجيهي للملصق في الحربين العالميتين من أقوى المؤثرات التي خدمت القضايا السياسية في هذه الفترة التاريخية الفاصلة في تحول العالم، حيث سقطت دول وتطورت دول أخرى، وكانت بداية النهضة العلمية والصناعية في أوروبا.

• الحرب العالمية الأولى First world War

الحرب العالمية الأولى، وعُرفت حينئذٍ بالحرب العظمى، هي حرب عالمية نشبت بدايةً في أوروبا من 28 يوليو 1914 م وانتهت في 11 نوفمبر 1918 م، وُصفت وقت حدوثها "بالحرب التي ستنتهي كل الحروب"، جُمع لها أكثر من سبعين مليون فرد عسكري، 60 مليون منهم أوروبيين، للمشاركة في واحدة من أكبر الحروب في التاريخ.

وخاضتها معظم دول أوروبا، روسيا، والولايات المتحدة، والشرق الأوسط، ومناطق أخرى، حيث تم فيها تقسيم دول العالم إلى طرفين متنازعين هما دول المحور (الدول المركزية) التي ضمت ألمانيا، والنمسا، والمجر، وتركيا، ودول الحلفاء التي تكوّنت من فرنسا، وبريطانيا العظمى، وروسيا، وإيطاليا، واليابان، والولايات المتحدة التي انضمت إليهم في عام 1917م، وقد انتهت هذه الحرب بهزيمة دول المحور عام 1918م.

ونتناج هذه الحرب أن انتصرت دول الحلفاء بموجب الهدنة التي وُقعت بين دول الحلفاء ودول المحور، حيث أعادت ألمانيا إقليم الألزاس - ولورين • إلى فرنسا، وتخلت عن جميع الأراضي التي احتلتها منذ عام 1914م، كما نتج عن هذه الحرب توقيع معاهدات بين دول المحور ودول الحلفاء، إذ تم توقيع معاهدة فرساي •• في باريس مع ألمانيا في 28 يونيو 1919م، ومعاهدة سان جيرمان ••• مع النمسا في 10 سبتمبر، ومعاهدة نيوبلي مع بلغاريا في 27 نوفمبر، إضافةً إلى سقوط أربع إمبراطوريات كبيرة في ألمانيا، وروسيا، والنمسا، والمجر، الدولة العثمانية "تركيًا"، ونشوء الثورة البلشفية ••• في روسيا، وترزع استقرار المجتمع الأوروبي، ويذكر أن الحرب العالمية الأولى هي حجر الأساس للحرب العالمية الثانية.

الفنية كوسيلة إتصال فعالة للتأثير على المتلقى لتحقيق أهداف إما للإرشاد أو التضليل.

• الملصق السياسي Political poster

الملصق السياسي هو أحد أكثر أنواع الاتصال تأثيرًا على الشعوب والمجتمعات، فهو أحد أشكال فن الملصق، وهو وسيلة بصرية فعالة تستخدم للتأثير على المتلقى واستمالاته إلى فكرة أو عقيدة معينة أو إتجاه معين، بحيث تكون عناصر الملصق السياسي كلها من أشكال وألوان وكتابات تعبر عن فكرة الملصق.

وهو وسيلة من وسائل الاتصال لنقل وتبادل الأفكار والمعاني عن طريق الأشكال البصرية، مهما كان محتواه السياسي، أو الاجتماعي، أو الإعلامي أو التعليمي أو الثقافي، كما أنه يستخدم في حالات الحروب، وضد الاستعمار، وشحن الهمم وتجسد روح الفداء في قضايا الحرية والنضال، فضلًا عن أنه يستخدم في توعية الجماهير وتوجيهها نحو البناء والنظام والعمل، وقد كان لهذا الفن أثر بالغ في نقل العلوم والأفكار والاتصال الثقافي. ويمكن تعريفه أيضًا بأنه عمل فني ذو غاية اتصالية بصرية يتفاعل من خلالها المرسل والمتلقى من خلال مجموعة من العناصر والأسس التصميمية المكونة له، والتي تحمل مضامين سياسية أو ثقافية أو اجتماعية.

• الدور التوجيهي للملصق السياسي

تعد الملصقات السياسية أداة تحفيز قوية ورسالة جذب بصرية وذهنية عميقة للفرد والجمهور، وظاهرة ذات طابع اجتماعي ونفسي، وتعتبر من أدوات الدعاية المؤثرة في كل الأوقات، في الحرب والسلام.

والملصق السياسي بصورة عامة يتكون من مجموعة من العناصر المختلفة التي يتم اختيارها بما يناسب وظيفة وهدف الملصق والتي تكون بديلاً من الكلمة المنطوقة، وهذه العناصر ليست تلقائية العرض في الملصق، وإنما تبنى على وفق مجموعة من المعالجات التصميمية الواعية لها، وحسب ما تقتضيها من ضرورة الفعل الذهني والتطبيقي الذي يُميّز بها التصميم عن غيره، فتلك المعالجات لها دورًا واضحًا في زيادة تماسك الفكرة، وذلك ليتم الوصول للهدف المحدد للتصميم، وهو التأثير على الفرد وتثبيت اختياره على المعروض أمامه، على نحو يوفق بين الأداء الجمالي والوظيفي لها، وعلى حسب الحاجات والأغراض التصميمية المطلوبة من أجل تحقيق

دلالات الدور التوجيهي في الملصق السياسي خلال الحربين العالميتين:

كانت الحرب العالمية الأولى هي الحرب الأولى التي لعبت فيها وسائل الإعلام والبروباغندا دورًا مهمًا في نشر الأخبار من الجبهة المقاتلة إلى المواطنين أثناء الحرب، وكانت أيضًا الحرب الأولى التي تستهدف الدعاية الحكومية كوسيلة إعلامية لعامة الناس بهدف شحنهم وتوجيههم سياسيًا عن طريق تعزيز الشعور القومي والحس الوطني لهم كما يوضح شكل (1)، وكانت الدعاية الخارجية لدول العالم جزءًا لا يتجزأ من هذه البروباغندا في الحرب لحشد الدعم والتأييد لقضايا الدول وتقويض دعم العدو، وتحقيقًا لهذه الغاية، لعبت الملصقات دورًا محوريًا مهمًا في هذه الحرب. كما يوضح شكل (2).



شكل (1)، ملصق أمريكي للفنان ألفريد إيفريت أور، بعنوان: من أجل البيت والوطن، ويُظهر جنديًا يحمل طفلًا (طفله) ويعانق امرأة (زوجته)، ويهدف إلى استمالة عواطف الناس وتعزيز الحس الوطني لهم، عام: 1919م.



شكل (2)، ملصق ألماني للفنان: هربرت أجريكولا بعنوان: بلشفية بلا قناع، وهو ملصق دعائي مناهض للبلشفية يُظهر شخصية ملطخة بالدماء، ويمسك بالسوط ويضرب مجموعة من الناس بينما ت حترق مدينة من بعيد، عام: 1937م.

ومن المعروف أن بداية الملصق السياسي كان مع الحرب العالمية الأولى وأصبح وسيلة دعائية استخدمت في التشجيع "للتجنيد"، وللدخول في القوات المسلحة لغرض القتال عن طريق إثارة مشاعرهم الوطنية والكبرياء.

• الحرب العالمية الثانية Second world War

مهّدت الحرب العالمية الأولى التي استمرت خلال الفترة 1914-1918م إلى نزاع دولي آخر وهو الحرب العالمية الثانية التي نشبت بعد نحو عقدين من الزمن. وحدث هذا الصراع من عام 1939م إلى 1945م، وشارك فيه كل جزء من العالم تقريبًا، وكانت أجزاء الصراع تتكون من الحلفاء وهي الدول: فرنسا، وبريطانيا، والاتحاد السوفيتي، والولايات المتحدة، وقوى المحور وهي الدول: ألمانيا، واليابان، وإيطاليا، مع مشاركة الصين أيضًا، نتج عنها وفاة ما يقارب أكثر من 50 مليون شخص أغلبهم من المدنيين، مما يجعلها أكثر الصراعات دموية في التاريخ.

أدت الحرب العالمية الثانية إلى بداية حقبة جديدة، وهي ظهور قوتين عظميتين، وهي الولايات المتحدة الأمريكية والإتحاد السوفيتي، وأصبحت الساحة العالمية ثنائية القطبية، مما أدى إلى ظهور الحرب الباردة، وسميت بهذا الاسم لأنها تركزت على التخريب السياسي والتجسس دون الحرب المفتوحة، وبعدها تم تقسيم أوروبا إلى كتلة شرقية بقيادة الإتحاد السوفيتي وكتلة غربية بقيادة الولايات المتحدة، وحاولت بعض الدول البقاء خارج الحرب من خلال حركة عدم الإنحياز، وكانت القوتين تمتلكان سلاح نووي، مما منع تطور الحرب الباردة إلى ساخنة بسبب امتلاكها رادع ضد بعضها، وإلى جانب آخر من النتائج التي ظهرت بعد الحرب العالمية الثانية، إنهاء الإستعمار من القوى العظمى، ومنح أندونيسيا استقلالها من هولندا، واستقلال الهند من التاج البريطاني والفلبين من الولايات المتحدة وبعض الدول العربية من بريطانيا وفرنسا، وخروج الشيوعيين الصينيين منتصرين من الحرب الأهلية الصينية، وصعود جمهورية الصين الشعبية في عام 1949.

وفيما يلي قراءة تحليلية لأهم الملصقات الفنية التي كان لها تأثير واضح في خلال الحربين العالميتين، ولقد قسمتها الباحثة على أساس الموضوعات المتنوعة للملصق السياسي.

وتعد الحرب النفسية من أخطر الحروب التي يستخدم فيها العنف، كما حدث أثناء الحرب العالمية الثانية، وقد أوضح تلك النقطة نابليون بونابرت حين أكد أن حرب العقل أقوى من حروب الأسلحة، وتبلورت أهميتها ودورها في الحرب العالمية الأولى وفترة ما بين الحربين وفي الحرب العالمية الثانية. وتم تعريفها لغويًا بأنها حرب معنوية أو سيكولوجية، وقد اختلف المتخصصون في مبنائها اللغوي؛ فمنهم من يطلق عليها حرب العصابات، والحرب الباردة، ومنهم من يطلق عليها حرب الأفكار، والحرب الدعائية، ولكنهم جميعًا اتفقوا على معناها القائل بأنها شكل من أشكال الصراع الذي يهدف إلى التأثير على الخصم وإضعاف معنوياته وتوجيه فكره وعقيدته وآرائه، لإحلال أفكار أخرى مكانها تكون في خدمة الطرف الذي يشن الحرب النفسية، كما يوضح شكل (3)، شكل (4). أما تعريفها إصطلاحًا فهي استخدام الوسائل التي تسبب مشاعر محددة يهدف إثارها الرسالة الموجهة كالخوف والقلق مثلًا لدى الأشخاص الذين تريد التأثير عليهم دون الإضرار بهم جسديًا.

الدلالات التوجيهية للملصقات في الحرب العالمية الأولى:

غالبًا ما يُنظر إلى وسائل الإعلام على أنها لاعب أساسي في السياسة الخارجية بما في ذلك عمليات صنع القرار التي تؤدي إلى الصراع العسكري، فما هو دور الملصق السياسي في الحرب العالمية الأولى؟ وكيف استطاع المصمم الجرافيكي توصيل رسائل محددة من الساسة والقادة إلى شعوبهم لتحقيق أهداف تدعم صناعات القرار وتنتشر مفاهيم وتوعية بالحرب وحل مشاكل المجتمع في حالة الحرب من أمور عسكرية كالتجنيد وإقتصادية واجتماعية واسرية.... وفيما يلي توضيح ذلك من خلال بعض نماذج الملصقات:

• التوجه العام للملصقات في تلك الفترة: التجنيد والانضمام للجيش. خلال الحرب العالمية الأولى، كان تأثير الملصق كوسيلة للتواصل أكبر من أي وقت آخر عبر التاريخ باعتبارها مصدرًا بحثيًا تاريخيًا قيمًا، توفر الملصقات وجهات نظر متعددة لفهم هذا الصراع العالمي، باعتبارها أعمالاً فنية، وكان الملصق أداة رئيسية لتوجيه ونشر المعلومات على نطاق واسع أثناء الحرب.

وقامت البلدان على جانبي الصراع بتوزيع الملصقات على نطاق واسع لحشد الدعم والحث على العمل ورفع الروح المعنوية، طلبت العديد من الملصقات من الرجال القيام بواجبهم والانضمام

وأصبحت الملصقات بمثابة أسلحة حرب نفسية حيث إنه تم نشر وتوزيع عدد هائل من الأعمال المطبوعة، كانت لها عظيم الأثر على الرأي العام في أوروبا والتي أُنِيحت لعدد كبير من الجماهير. فقد تم استنساخ ونشر بعض الأعمال لتكون ملصقات لكي تصل لأكبر عدد من الناس وكل ذلك كان بقصد إثارة الرأي العام والحشد الجماهيري للضغط السياسي.

وفي بداية فترة الحرب العالمية الأولى، حوّل الفنانين حماسهم الشديد إلى الجماهير بعمل عدد هائل من الملصقات المطبوعة لتشجيع دعم الحرب وحث المجتمع للتبرع للمجهود الحربي وزيادة الإنتاج على الجبهة الداخلية وتأجيج كراهية الناس للعدو، بل أيضًا استخدمته الحكومات من أجل عمل الدعاية للحرب، وعملت على شحن الجماهير من أجل دعم قرارات زعمائهم وحكوماتهم نحو الحرب، وبالفعل أثرت الحملات الدعائية بشكل كبير ونجحت تلك الملصقات في أن يكون لها دورًا هائلًا في شحذ الهمم وجمع الأموال من أجل الجيوش.



شكل (3)، ملصق أمريكي للفنان: هنري كورنر بعنوان: متحدون نحن أقوىاء، متحدون يمكننا الفوز، وهو ملصق من الحرب العالمية الثانية يُظهر مدافع، كل منها يحمل علم إحدى الدول المتحالفة وهي تنطلق في السماء، عام: 1943م.



شكل (4)، ملصق أمريكي للفنان: رونالد ميكلود بعنوان: سنلحقهم - فقط أعطنا المعدات!، يُظهر جندي مبتم، وفي يده ضمادة ملطخة بالدماء دلالة على الإصابة في الحرب، يحمل بندقية في يد وعلم ياباتي ممزق في اليد الأخرى. عام: 1943م.

واضحة في التصميم لكل واحد من الشعب حيث يقف يحمل علم بريطانيا على صدره ممثلًا للقيادة والسلطة، بينما يقف ورائه الجنود الذين تقدموا بالفعل إلى التجنيد في صفوف جديدة والتزام.

ثالثًا: اللون في الملصق: أهتم المصمم بتأكيد فكرة التجنيد بإضفاء اللون البني في الكتابات والإطار الذي يرمز للزى العسكري، وقد ارتداه الجنود في الخلف بينما ميز الشخصية الرمزية جون بل بألوان العلم البريطاني دلالة على تمثيل السلطة والدور القيادي.

وجاءت الدلالات التشكيلية التي تضمنها الملصق موجهة لتحفيز الشعب على أداء الواجب الوطني "التجنيد".

الملصق الثاني: (لا يزال هناك مكان لك في الصف. هل

ستملأه؟) **There is still a place in the line for you.**

?Will you fill it



شكل (61) - ملصق "تجنيد" نشرته لجنة التوظيف البرلمانية - طباعة ليثوغرافية ملونة على ورق - 75 سم × 51 سم - عام: 1915 - بريطانيا قراءة دلالية للملصق

الملصق يتضمن دلالات تشكيلية لها مدلولات تعبيرية وهي: أولاً: الدلالة التعبيرية في الكتابات: الدلالة التعبيرية في عنوان الملصق **There is still a place in the line for you** (لا يزال هناك مكان لك في الصف) لا يزال هي للإستمرار في النداء بأن هناك مكان لك بالتجنيد وهو نوع من التحفيز والتشجيع لأداء الواجب الوطني -ويخصك أنت بالنداء (YOU)، وينتهي

إلى القوات العسكرية، في السنوات الأولى من الحرب، أصدرت بريطانيا العظمى عددًا كبيرًا من ملصقات التجنيد، قبل شهر مايو من عام 1916، عندما تم تقديم التجنيد الإجباري، كان الجيش البريطاني كله من المتطوعين. وتوضح الدراسة التحليلية التالية الدلالات التشكيلية الموجهة في الملصقات ومدلولاتها التعبيرية:

الملصق الأول: (من الغائب؟ هل أنت؟) **WHO'S ABSENT? Is it you**



شكل (5) - ملصق "تجنيد" نشرته لجنة التوظيف البريطانية - طباعة ليثوغرافية ملونة على ورق - 74 سم × 50 سم - عام: 1915 - بريطانيا قراءة دلالية للملصق

الملصق يتضمن دلالات تشكيلية لها مدلولات تعبيرية وهي: أولاً: الدلالة التعبيرية في الكتابات: الدلالة التعبيرية في عنوان الملصق **WHO'S ABSENT?** (من الغائب؟) هو نوع من اللوم والتحذير من التقصير في عدم أداء الواجب الوطني (فالغائب هو البعيد الغير حاضر حيث يكون الحضور واجبًا)، وينتهي الملصق بجملة **Is it you?** (هل أنت؟) أي هل أنت غير موجود ولم تحضر لتلبية الواجب الوطني!.

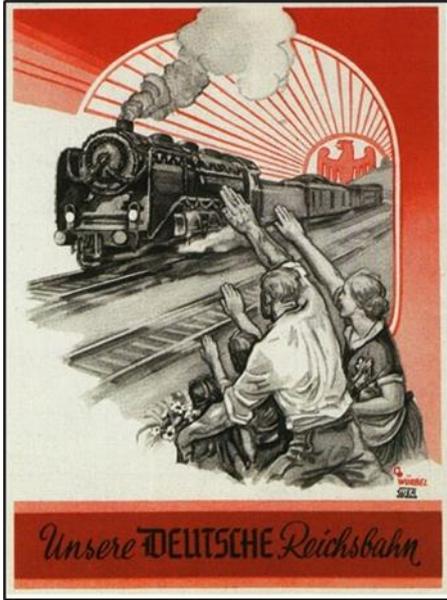
ثانيًا: رسوم تصميم الملصق: من خلال رسوم تصميم الملصق هناك سيادة لشخصية جون بل John Bull، وهو تجسيد ورمز وطني للمملكة المتحدة بصفة عامة وإنجلترا بصفة خاصة، وخصوصا في الرسوم السياسية، وهو في هذا الملصق يمثل السلطة في بريطانيا من خلال ملابسه التي تحمل علم بريطانيا، ويؤكد أهمية التحذير من عدم الحضور لأداء الواجب الوطني (التجنيد)، حيث وقفت الشخصية الرمزية "جون بول" في إشارة

بالمعنى المادي، إلا أن هذه الملصقات الدعائية النازية تذكرنا بأن الحركات الأكثر خبثًا غالبًا ما تخفي قبحها في الجمال. وبينما دعت الملصقات الأمريكية المدنيين إلى القيام بدورهم والحط من شأن العدو، اختلفت الملصقات النازية بشكل كبير. وبدلاً من ذلك ركزوا على القوة الألمانية وتفوق الشعب الألماني، ففي القرن العشرين، أظهر النازيون للعالم مدى خطورة الدعاية التي يمكن أن تكون في أيدي الخبراء، واستخدم دعاة هتلر استراتيجيات اتصالات جماهيرية متطورة وأحدث التقنيات المتاحة لشن حملات سياسية خادعة في دولة ديمقراطية ولتحقيق أهدافهم المتطرفة.

• الدلالات التشكيلية الموجهة في الملصقات

الملصق الأول: (سكك حديد ألمانيا النازية لدينا) **Unsere**

DEUTSCHE Reichsbahn



شكل (7) - ملصق "الدعاية النازية" للفنان: ج. كاستيلون - طباعة

ليثوغرافية ملونة على ورق - 76 سم × 50 سم - عام: 1930 - ألمانيا.
قراءة دلالية للملصق

الملصق يتضمن دلالات تشكيلية لها مدلولات تعبيرية وهي:
أولاً: الدلالة التعبيرية في الكتابات: الدلالة التعبيرية في عنوان الملصق **Unsere DEUTSCHE Reichsbahn** (سكك حديد ألمانيا النازية لدينا) هذا يشير إلى الفخر الوطني والهوية الوطنية وهي وسيلة إنتقال الجنود وتوديع أسرهم لهم كنوع من الدعم والرضى العام للشعب عن الحرب.

ثانياً: رسوم تصميم الملصق: من خلال رسوم تصميم الملصق يعبر القطار البخاري المتحرك على القضبان كوسيلة موصلات للجنود ورمز للقوة والسرعة والتقدم لألمانيا، بينما عائلات

الملصق بجملة **Will you fill it** (هل ستملأه أنت؟) للإستفهام، وهو أسلوب في الكلام يأتي للسؤال عما هو مجهول، وذلك لطلب معرفته والعلم به، أي هل ستأتي وتملأ هذا المكان؟ بينما يكتب على اللافتة التي توجد في المكان الفارغ بين الجنود والذي ينتظرك انت "مكانًا محجورًا للرجل اللائق" أو للرجل المناسب.

ثانياً: رسوم تصميم الملصق: فإن الرسالة الموجهة من خلال الملصق يوضحها الرسم والكتابات معاً، للتحفيز على التجنيد بالجيش، ويوضح الرسم مجموعة من الجنود يقفون في صفوف بجدية والتزام محتشدين مما يزيد من الإحساس بالكثرة والقوة والصلابة، مع وجود مساحة فارغة في المنتصف تمثل "مكانًا محجورًا للرجل اللائق به"، إشارة إلى أن هناك مكان لك بين هؤلاء الرجال، والتكرار اللانهائي في أعداد الجنود توحى بأن مكانك في التجنيد لن يتوقف عنده الزمن فما زال هناك وقت للإلتحاق.

ثالثاً: اللون في الملصق: أهتم المصمم بتأكيد فكرة التجنيد باستخدام اللون الكاكي أو الأخضر الذي يميل إلى البني لزي الجنود والخلفية الخضراء الداكنة التي تعكس الجو العسكري في الملصق، واستخدم اللون الأحمر للنص **this space is reserved for a fit man** (هذه المساحة مخصصة لرجل لائق) وكلمة **(YOU)** لجذب الإنتباه والخصوصية، والكتابات الأخرى باللون الأبيض على خلفية قاتمة لتوصيل الرسالة الموجهة بوضوح - التباين بين الكتابات الفاتحة والخلفية القاتمة.

ملصقات ما بين الحربين:

• التوجه العام للملصقات في تلك الفترة: الدعاية النازية. الدعاية هي نشر الأفكار لتعزيز قضية ما أو الإضرار بقضية معارضة، ورسالة تهدف إلى محاولة التأثير على آراء الأشخاص أو سلوكياتهم بشكل فعال. "من أجل السيطرة على السكان، يجب عليك أولاً السيطرة على عقولهم". كان أدولف هتلر يعرف ذلك جيداً، وكان يعلم أن الدعاية كانت أداة سياسية مناسبة لفرض معاداة السامية على الشعب الألماني. وكما كتب في كفاحي، "تعمل الدعاية على عامة الناس من وجهة نظر فكرة وتجعلهم مستعدين لانتصار هذه الفكرة".

استخدم الحزب النازي ملصقات فنية للغاية للترويج لأفكار الكراهية والخوف من الآخر، والسماح لها "بالنضج" في أذهان المجندين الشباب في الجيش والمدنيين. على الرغم من أنها قديمة

التغيير أو النهضة الوطنية للتحرر من القيود، والكتابات تظهر بالخط Fraktur أو القوطي الألماني القديم، وهو نوع من الخطوط التي كانت شائعة في ألمانيا في تلك الفترة ويعطي الكتابات مظهرًا رسميًا ذات نزعة قتالية وإضفاء العمق التاريخي.

ثانيًا: رسوم تصميم الملصق: من خلال رسوم تصميم الملصق كانت السيادة لعنصر النسر وهو رمز ألمانيا خلال الرايخ الألماني الموحد، مع أجنحة متسارعة ومخالب قوية، يظهر وكأنه قد تحرر من أغلاله، والجبال قد تمثل العقبات أو التحديات التي يجب التغلب عليها، ويعتبر النسر في النازية رمزًا للقوة والحرية وتمثيلًا للقوة الوطنية، وأجنحته القوية ووضعه المهيب يرمز إلى القوة والهيبة، وتظهر الشمس بخطوطها المشعة وكأنها تلقي الضوء على رمز النازية داخل دائرة مركزية ليؤثر التصميم - كذئير لفجر جديد، حيث تبرز من خلال أشعتها المتدفقة إحساسًا بفجر جديد.

ثالثًا: اللون في الملصق: استخدم المصمم اللون البرتقالي المحمر مع الأسود والأبيض، ليؤكد اللون البرتقالي رمز العلم الألماني داخل دائرة وحولها أشعة الشمس لجذب الانتباه لتوصيل الرسالة الموجهة بوضوح، بينما استخدم درجات الأسود ليميز العناصر الأخرى في التصميم ليوضح جوانب الرسالة الموجهة بالكامل، بينما جاءت الخلفية بالأبيض لتأكيد التباين مع الرسوم ولا يبرزها وتكون الرسالة واضحة ومباشرة.

ملصقات الحرب العالمية الثانية

• التوجه العام للملصقات في هذه الفترة: دور المرأة في المجتمع. أبرز توجه في هذه الفترة كان في التوعية بدور المرأة لخدمة القوات المسلحة في حالة الحرب، ويُعرف المجهود الحربي بأنه توجيه (عسكرة) معظم الموارد البشرية والإقتصادية للدولة بأكملها، بما في ذلك استخدام المرأة كعنصر مهم من عناصر هذا الإجراء، كالتزام وطني مثله مثل دور الرجل في المعركة، مثل المجهود المدني الحربي والذي يختص بالعمل في الموارد الإقتصادية داخل الدولة، والمجهود الحربي العسكري، ويختص بالمشاركات في ساحات الحرب بالقتال، سواء على حدود الدولة أو خارجها، وقد لعبت المرأة دورًا كبيرًا في هذه العسكرة، بل يمكن القول بأن المجهود الحربي قام عليها

الجنود يرفعوا أيديهم نحو القطار في تحية ودعم دلالة على الإعتزاز والفخر والإحترام، ويوجد شعار في الخلفية على هيئة نسر مشع بالخطوط اللانهائية دلالة على الوحدة في الشكل والوحدة في المضمون التعبيري المحدد كوحدة الشعب وهذا الرمز وطني مرتبط بالحزب النازي، يشير إلى الهوية الوطنية والأيديولوجية النازية.

ثالثًا: اللون في الملصق: يتميز الملصق بالدرجات الرمادية المحايدة واللون الأحمر، ومن خلالهما تحقق التباين في التصميم بين رسم العناصر الرئيسية بدرجات الرمادي في منتصف التصميم لتكون لها السيادة -بينما يحدها اللون الأحمر من أغلب الجوانب لتؤكد العناصر الرئيسية وتبرزها وتكون لها السيادة، وتساهم في خلق رسوم قوية ومؤثرة، اللون الأحمر يرمز للعلم النازي، والأسود ليميز العناصر الرئيسية، وجاءت الخلفية بالأبيض لجعل النصوص والرسوم تبرز وتكون الرسالة واضحة ومباشرة.

الملصق الثاني: (تطهير ألمانيا) Deutschlands Bereinigung



شكل (8) - ملصق "الدعاية النازية" للفنان: ملصق الانتخابات النازية -

طباعة ليثوغرافية ملونة على ورق

- 71 سم × 51 سم - عام: 1933 - ألمانيا.

قراءة دلالية للملصق

الملصق يتضمن دلالات تشكيلية لها مدلولات تعبيرية وهي: أولاً: الدلالة التعبيرية في الكتابات: الدلالة التعبيرية في عنوان الملصق Deutschlands Bereinigung (تطهير ألمانيا) يشير إلى عملية إزالة العناصر غير المرغوب فيها وهي فترة من

نجد أن هذا الملصق يعكس الروح الوطنية والجهود الجماعية ويعكس أيضًا الدور الهام الذي لعبته النساء في وقت الحروب. ثالثًا: اللون في الملصق: استخدم المصمم اللون الأحمر والأزرق والأبيض وهي الألوان التي تمثل العلم الأمريكي ما يعكس الجو العام للإنتماء والوطنية، واستخدام اللون الأزرق في الخلفية لإثارة الخيال والأحمر خلف الكتابات لجذب الإنتباه ولتكون الكتابات بالأبيض واضحة.

الملصق الثاني: (جنود بلا أسلحة) Soldiers without guns



شكل (10) - ملصق "دور المرأة في المجتمع" للفنان: أدولف تريدلر - طباعة ليثوغرافية ملونة على ورق - 75 سم × 54 سم - عام: 1944 - الولايات المتحدة.

قراءة دلالية للملصق

الملصق يتضمن دلالات تشكيلية لها مدلولات تعبيرية وهي: أولاً: الدلالة التعبيرية في الكتابات: الدلالة التعبيرية في عنوان الملصق Soldiers without guns (جنود بلا أسلحة) يشير إلى التركيز على الأدوار غير القتالية داخل الجيش، وهذا يمكن أن يعكس الرغبة في تغيير الصورة النمطية للجندي كمجرد شخص يحمل سلاحًا، وإظهار أن هناك العديد من الأدوار الهامة داخل الجيش التي لا تتطلب استخدام الأسلحة القتالية، والإشارة إلى الدور الهام التي لعبته النساء خلال الحرب حيث كانوا بمثابة الجنود وفي نفس المكانة.

ثانيًا: رسوم تصميم الملصق: من خلال رسوم تصميم الملصق هناك سيادة لثلاث نساء يعملن في المجهود الحربي: عاملة مكتب، ولحامة، وعاملة مصنع، ويوجه الملصق رسالة أنه ربما

من خلال عملها بالمصانع ومشاركتها بالقتال والتمريض. والنماذج التالية موضحة لذلك.

• الدلالات التشكيلية الموجهة في الملصقات

الملصق الأول: (الفتاة التي تركها خلفه لا تزال خلفه. إنها مبهرة) "The girl he left behind" is still behind him-She's a WOW



شكل (9) - ملصق "دور المرأة في المجتمع" للفنان: أدولف تريدلر - طباعة ليثوغرافية ملونة على ورق - 123 سم × 73.5 سم - عام: 1943 - الولايات المتحدة.

قراءة دلالية للملصق

الملصق يتضمن دلالات تشكيلية لها مدلولات تعبيرية من خلال: أولاً: الدلالة التعبيرية في الكتابات: الدلالة التعبيرية في عنوان الملصق "The girl he left behind" is still behind him (الفتاة التي تركها خلفه لا تزال خلفه) يشير إلى أن النساء يستمررن في العمل والحياة حتى بعد أن يغادر الرجال للقتال، وهذا تعبيرًا عن القوة والمثابرة وتحمل المسؤولية، وينتهي الملصق بجملة She's a WOW (إنها مبهرة) هذا يشير إلى الفخر والإنبهار بمجهودات النساء في الحرب ودورهم في الجهود الحربية، حيث كانت النساء يعملن في المصانع لدعم الجبهة الداخلية.

ثانيًا: رسوم تصميم الملصق: من خلال رسوم تصميم الملصق هناك سيادة لشخصية امرأة تعمل على آلة في جد والإتزام، ورغم أنها في مقدمة التصميم إلا أنها في نفس الوقت تقف في ظهر الرجال الذين يحاربون على الجبهة لتسد احتياجات المجتمع للعمل بدلًا منهم خلال الحرب، ومن خلال الدلالات التشكيلية

- (6) رشا محمود السيد، 2011 الملصق السياسي بين الماضي والحاضر: دراسة مقارنة للشكل والمضمون بين الملصق السياسي قديماً وحديثاً، مجلة علوم وفنون، مجلد 23، عدد 2، جامعة حلوان.
- (7) خليف محمود خليف الجابوري، 2009، الأهداف النفسية في تصميم الملصق السياسي العالمي، مجلة نابو للبحوث والدراسات، عدد 207.
- (8) روان فاضل مراد، 2020 إيمان طه ياسين، المعالجات التصميمية لعناصر تصميم الملصق السياسي المعاصر، مجلة الآداب/ ملحق 1، العدد 135، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد.
- (9) المعالجات البصرية في أعمال فناني الجرافيك إبان الحرب العالمية الأولى، المؤتمر الدولي الرابع، "الفنون التشكيلية وخدمة المجتمع" كلية الفنون الجميلة بالأقصر، جامعة جنوب الوادي، 2018.
- (10) محمد جوارنة، 2019 مقال منشور شبكة موضوع، يونيو.

Abstract:

The art of the poster plays a guiding role that directly affects the public life of humans. It is also a driving element for expanding social knowledge related to human life in societies such as economics, sociology, politics, and others, which makes it difficult to resist. It cannot be ignored or underestimated its importance in influencing the masses or the individual behaviorally and morally. It is more than being colored paper or a visible artistic emotion, and therefore it is an important means of shaping awareness and guiding advertising and media, in addition to its cultural and artistic value.

The political poster is the most circulated during the period of the first and second world wars and has an impact on the psyche for what it contains of components and elements in its artistic structure that contribute in turn to shedding light on a controversial political issue. The two world wars had an impact on various aspects of life, and the impact was not only in the military and war field, but the impact was economic, social, and cultural. It was used as a guiding role in the war to serve the interests of countries and peoples. These posters used a number of topics to encourage support for the war, including protection, production, recruitment, home efforts, and enhancing the role of women in society.

لا تمتلك هؤلاء السيدات أسلحة قتالية، إلى أن أدوارهن لا تقل أهمية عن الجنود الذين يقاتلون في الحرب.

ثالثاً: اللون في الملصق: استخدم المصمم الألوان الأزرق والأحمر مع الأسود والأبيض في ملابس السيدات ليرمز إلى طبيعة عملهن، وجاءت الخلفية بالأبيض لجعل الرسوم أكثر تبايناً ووضوحاً، لتساعد على توصيل الرسالة المستهدفة، وجاءت الكتابات بالأسود على مساحة باللون الأصفر لتكون واضحة ولسهولة قرائتها بالإضافة إلى جذب الإنتباه للرسالة الموجهة.

النتائج:

1- يعتبر الملصق السياسي إحدى الوسائل الأكثر فعالية في مجال الإعلام والاتصال التي تعتمد على رؤية الصور والأشكال والألوان وقراءة العبارات الموضحة للأفكار لإيصال رسائل معينة للمتلقي، وعليه أصبح للملصق دور هام في جذب المتلقي وتوجيهه والتأثير عليه.

2- إن لفن الملصق السياسي تأثير واضح في مجالات الحياة التي تمس المجتمع "خاصةً خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية".

التوصيات:

توصي الباحثة بالتوجيه بإضافة دراسة تاريخ التصميم الجرافيكي في فترتي الحربين العالميتين لما تحتويه من زخم يفيد الدارسين من تلك الفترة.

المراجع

المراجع العربية:

- (1) أحمد زكي بدوي، 2000: معجم المصطلحات والعلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، دط، لبنان، ص 395.
- (2) أحمد مختار عمر، 2008: معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتاب، القاهرة، مصر، ص 784.
- (3) أحمد ريان باريان، 2004: دور وسائل الإعلام في التنقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، السنة الجامعية ص 38.
- (4) حنان بن صالح الغماز، 2008: الإمكانيات التقنية للحاسب الآلي في إثراء التصميم الاعلاني، مذكرة مقدمة لاستكمال ل درجة الماجستير في التربية الفنية، جامعة الملك سعود، جدة.
- (5) سعد رزوق، 2010، موسوعة علم النفس، المؤسسة العربية للدراسات العربية والنشر، بيروت، ط2، ص46.