

# واقع تصميم مطبوعات السياحة الدينية وسبل تطويرها

## العتبة العلوية أنموذجاً

صادق هاشم حسن الموسوي

### ملخص البحث:

تعد السياحة واحدة من اهم موارد الدخل الاقتصادي الرئيسة للبلدان في العالم بحيث تشكل واردات السياحة لبعض البلدان مصدر دخل لا يستهان به من اجمالي مدخولات الدول. مما يجعل تلك البلدان ، وتلك الدول مقصداً للزائرين ، ومن هنا ينبغي الاهتمام بهذه الثروة والأثر الحضاري الذي يميز البلدان الاسلامية بصورة عامة ، والعراق بصورة خاصة فيجب ان توضع الدراسات التخصصية وفي جميع المجالات لتطوير هذا المجال من السياحة، وبالخصوص السياحة الدينية ليتحقق المرجو والمبتغى من تلك البحوث.

ومن اهم سبل تطوير السياحة بصورة عامة والسياحة الدينية بصورة خاصة هو المطبوعات الاعلانية ، والمهم بالنسبة لنا في هذا البحث هو الاعلان والمطبوع المتضمن موضوع البحث ( واقع تصميم مطبوعات السياحة الدينية وسبل تطويرها ). فحدد الباحث مشكلة بحثه بالتسائل التالي.

هل صممت مطبوعات السياحة الدينية في العتبة العلوية على وفق اسس وقواعد التصميم ؟ .  
ثم تناول الباحث اهمية البحث من خلال ايجاد حالة الارتباط بين الاعلان والسياحة ، فلإعلان تأثيرات فاعلة من خلال آليات خطابه أو ما تسمى بالوسائل التعبيرية المختلفة التي تقوم بتمرير رسالة للمتلقي "الإعلان والمطبوعات لها دور كبير يطمح من خلاله تعريف الجمهور على موضوع معين يهتم به المصمم بناء على طلب من قبل مؤسسة ما او قد يكون المصمم هو من اوجد هذا البحث لاحساسه بان البحث يمكن ان يشكل البحث إطاراً معرفياً يعزز ويقوم الاعلان والمنشور الطباعي المستخدم في السياحة الدينية . وقد يسלט الضوء على الكثير من المتغيرات الداخلية والخارجية وما تشكله من تأثيرات في بنية تصميم الاعلان والمنشور الطباعي السياحي الديني.

ويهدف البحث الحالي إلى :

1. تعريف واقع تصميم مطبوعات السياحة الدينية الصادرة عن العتبة العلوية المطهرة.

2. تقديم مقترحات نظرية لاغراض تطوير واقع تصميم مطبوعات السياحة الدينية.

اما حدود البحث فقد حددها الباحث بما يأتي :

أ. الحد الموضوعي : تناول موضوع تصميم مطبوعات السياحة الدينية المستخدمة في العتبة العلوية المطهرة .

ب. الحد المكاني: الروضة العلوية المقدسة . مدينة النجف الاشرف.

ج. الحد الزماني :السنة الميلادية من 1 / 1 / 2011 الى 1 / 1 / 2012 .

و تناول الباحث في الفصل الثاني في ضوء الاطار النظري والدراسات السابقة جملة من المحاور ، و حدد في الفصل الثالث أجرأت البحث فقد اختار المنهج الوصفي في مجال البحث العلمي والعينة القصدية من خلال اختيار استارة تحليل البحث (اداة الاختبار) ، ثم تم تحليل العينات التي في صدد البحث وخرج الباحث منه بجملة من النتائج التي طرح من خلالها مجموعه من التوصيات والمقترحات تالية الذكر.

## التوصيات والمقترحات :

### التوصيات .

1. الاستفادة من الأساليب الفنية التي تقدمها الفنون البصرية وتوظيفها في تطوير اساليب وواقع مطبوعات السياحة الدينية لخدمة وتطوير السياحة الدينية .
- 2-الاهتمام بالمعالجات الفنية التي تجري على المطبوعات والاعلانات فيما يخص عناصر واسس التصميم والطرق البنائية التي تستخدم ضمن تقنيات التصميم الطباعي .
- 3-الاهتمام بالمفردات والوحدات التيبوغرافية التي تدخل في فضاء تصميم المطبوعات والاعلانات الخاصة بالسياحة الدينية.

### المقترحات .

- 1.اقتراح قيام دراسات وبحوث معمقة تعمل على دراسة وتطوير واقع السياحة بصوره عامه والسياحة الدينية بصورة خاصة لما له من اثر ايجابي يخدم المجتمع من خلال تطوير سبل تصميم المطبوعات والاعلانات .
- 2.وضع دراسات تخصصية تناول التغيرات التي يمكن ان تأثر على تصميم المطبوع وخاصة ضمن المؤسسة الدينية التابعة لجميع العتبات المقدسة لا سيما العتبة العلوية.

## الفصل الاول

### مشكلة البحث :

تعد السياحة واحدة من اهم موارد الدخل الاقتصادي الرئيس لكثير من البلدان في العالم أذ تشكل تلك الواردات مصدر دخل لا يستهان به من اجمالي واردات الدولة العام خاصة اذا لم توجد لتلك الدول واردات اخرى ، و بما ان السياحة في معناها العام تعني السفر و الزيارة و التنقل من مكان الى اخر سوى كان المكان طبيعي او تأريخي او ديني ، والذي يهمننا في هذا البحث السياحة الدينية التي تتكون في دول و بلدان تحتوي على الكثير من العتبات والاماكن المقدسة أذ تكون تلك الدول قبلة للوافدين والزائرين . فيجب الاهتمام بهذه الثروة والأرث الحضاري الذي يميز البلدان الاسلامية بصورة عامة ، والعراق بصورة خاصة من خلال وضع الدراسات التخصصية وفي جميع المجالات لتطوير هذا القطاع المهم من السياحة ، ومن اهم سبل تطوير السياحة بصورة عامة و السياحة الدينية بصورة خاصة هو المطبوعات على اختلاف انواعها وتنوعها وشموليتها كونها تسهم و بشكل كبير في نشر الوعي الصحي و الارشادي كذلك العناية بأمور الزائرين بصور عامة، والافصاح عن الامور التاريخية والجغرافية لتلك الاماكن والعتبات المطهرة بصورة خاصة . و من خلال اطلاع الباحث على واقع تلك المؤسسات والدوائر المعنية والمهتمة بأصدار تلك المطبوعات والاعلانات وجد الباحث ان واقع تلك المطبوعات و الاعلانات يعاني مجموعة من الاربك في تنظيم المادة الاعلانية بأنواعها كافة . فاراد الباحث ان يشير الى مشكلة بحثه بالتسائل الأتي .

هل صممت مطبوعات السياحة الدينية في العتبة العلوية وفق أسس وقواعد التصميم؟

### أهمية البحث والحاجة إليه :

- يمكن ان يشير الباحث الى اهمية البحث بالنقاط الاتية:
- يمكن ان يشكل البحث إطاراً معرفياً يعزز ويقوم الاعلان والمنشور الطباعي المستخدم من قبل المؤسسات التابعة للعتبة العلوية المقدسة .
  - يمكن ان يسלט البحث الضوء على الكثير من المتغيرات الداخلية والخارجية والتي تأثر في بنية تصميم الاعلان والمنشور الطباعي المستخدم في السياحة الدينية .

### اهداف البحث :

يهدف البحث الحالي إلى :  
1.تعريف واقع تصميم مطبوعات السياحة الدينية الصادرة عن العتبة العلوية المطهرة.

### حدود البحث :

- للبحث حدود شملت الاتي :
- الحد الموضوعي : تناول موضوع تصميم مطبوعات السياحة الدينية المستخدمة في العتبة العلوية المطهرة .
- الحد المكاني: الروضة العلوية المقدسة . مدينة النجف الاشرف .
- الحد الزماني : السنة الميلادية من 1 / 1 / 2011 الى 1 / 1 / 2012 .

### تحديد المصطلحات :

#### لغة :

فالسياحة أتية من كلمة " ساح " وهو الماء الجاري على وجه الارض و بابه باع.  
السيح: ايضا الماء الجاري .  
ساح : في الارض يسبح ، سيحا و سيوحا و سياحة و سيحانا ، بفتح الياء اى ذهب. وفي الحديث لا سياحة في الاسلام .  
العتبة : " عتب " العتبة : أسكفة الباب التي توطأ وقيل : العتبة العليا . والخشبة التي فوق الاعلى : الحاجب ، والاسكفة : السفلى والعارضتان : العضادتان ، والجمع عتب وعتبات . والعتب : الدرج .  
عتب عتبة : اتخذها . وعتب الدرج : مراقبها اذا كانت من الحشب وكل مرفاة منها عتبة. و في حديث ابن النحام قال كعب ابن مرة ، وهو يحدث بدرجات المجاهد : ما لدرجة ؟ فقال : اما انها ليست كعتبة أمك ، أي انها ليست بالدرجة التي تعرفها في بيت أمك فقد روى أن ما بين الدرجتين ، كما بين السماء والارض .

#### اصطلاحاً :

سبل تطوير : مجمل عمليات تأتي بعد عملية البحث والتحليل للوقوف على المشاكل والملاحظات وتهيئة المستلزمات لحل تلك المشاكل .

الاعلان الديني : هو مطبوع يتضمن رسالة اعلامية او دعائية عن خدمة يراد من خلالها تعريف الجمهور واستمالتهم عبر فكرة تصميمية قوامها هيئات صورية متعددة ذات اداء وظيفي وتعبيري وجمالي .

**التعريف الاجرائي ( السياحة الدينية ) :** هي الاماكن المقدسة ذات التأثير الروحي الذي تبعث بالمتلقي ( الزائر ) قوى اتصالية عقائدية وارتباط روحاني بين النفس البشرية والقوى الالهية .

## الفصل الثاني و الاطار النظري

### المبحث الاول :

#### اولاً.التصميم :

ان الدراسات التصميمية تشكل رافداً حياً من روافد الحياة ، و ذلك عن طريق محكات تلك الروافد للدراسات التي توضع ضمن حضارات و ثقافات و قيم نابعة منها ، وذلك عن طريق ابراز الدور الكبير الذي يؤديه الاعلان والمطبوع في ترويجه لتلك الروافد التي تتضح من خلالها القيم الحضارية و الثقافية والاخلاقية من خلال عمل المصمم البارح على ايجاد منظومة عمل تصميميه متكاملة يوضح من خلالها المراد من التصميم بكل وضوح ، فالتصميم اذن عمل اساسي للانسان ينتهي الى اضافة شيء جديد وعملية الابتكار هي التي تضيف هذه الزيادة . وعليه يمكن تعريف التصميم بأنه الذي يحقق غرضه ، في عملية اسمها العملية التصميمية . وهي " عملية ابتكارية القصد منه تحقيق شيء جديد " ، وعملية الابتكار لا توجد من فراغ بل هي جزء من السلوك الانساني فردي كان او جماعي ، فالعملية التصميمية خاضعة الى امرين هما الحاجة والضغط من جانب والحاجة الانسانية الى عملية التصميم من جانب اخر .كونها تمثل الواقع وترسم ابعاد المستقبل من اجل تثبيت نوازع الانسان في مختلف ميادين الحياة التي يطرق ابوابها التصميم بصورة عامة والمطبوع و الاعلان بصورة خاصة وفي كافة المجالات وخاصة في مجال السياحة الدينية . فالنصميم **design** كلمة ذات مدلول واسع وغير محدد ويعد اصل كل الفنون وتطبيقاً لكافة النشاطات الانسانية الهادفة الى تنظيم الوحدات وتكوينها . كما يعد التصميم محصلة للكثير من العمليات النظرية والتطبيقية التي تتسم بعنصرين مهمين هم الذكاء والقدرة الفنية على الابتكار ، فهو " تلك العملية الكاملة لتخطيط شكل شيء ما ونشأته بطريقة ليست مرضية من الناحية الوظيفية او النفعية فحسب ولكنها تجلب السرور والفرحة الى النفس ايضاً " ، ويقصد من التصميم في الفنون التشكيلية هو ابتكار او ابداع اشياء جميلة وممتعة ونافعة للانسان . اذن يمكن القول ان الابتكار في العملية التصميمية تمثل العنصر الاساس للتصميم " خلق شيء جديد نسبياً " بنمو ليعبر عما بداخل الفرد من ناحية وعن الاحداث والناس والظروف المحيطة من ناحية اخرى كونه يخضع لمجموعه من الاجراءات تسمى بالعملية الابتكارية ، وهي " عملية لا تولد من الفراغ بل هي جزء من مجموع السلوكيات البشرية التي تهدف الى تحقيق احتياجات لها دائماً جانب وظيفي واخر تعبيرى " . ولا بد للابتكار والعملية الابتكارية من قدرة ابتكارية تتوافر في المصمم الذي يقوم بتوظيف افكاره ووضع افكاره الجديدة تخرج عن الاطار المعرفي المعلوم سواء المعلومات الفرد او للمعلومات المحيطة والشخص المبتكر هو " الذي لديه القدرة الابتكارية على استخراج أكبر عدد ممكن من الافكار المتنوعة من فكره واحدة " وتتضمن العملية الابتكارية جوانب عديدة منها.

1.درجات عالية من الطلاقة التعبيرية والفكرية .

2.درجات عالية من الاحساس بالمشكلة .

اذن التصميم يعد اساساً لكل انسان فالرغبة في النظام تعد سمة اساسية لكل تصميم يمكن ان يطلق عليه تصميم جيد فهو " الشكل المبتكر الذي يحقق الغرض منه " . ولا بد من ان يكون خاضعاً الى عملية تصميمية يقصد من خلالها ايجاد الحلول لكل ما هو عالق او مشكل ، اذ ينبغي الحصول من خلالها على منتج تصميمي جيد يستدعي تواجد

عملية اجرائية منظمة تتكون من خطوط محدده تؤدي الى ايجاد هذا المنتج ، ومن هنا يمكن القول بان " العملية التصميمية " هي " المسلك التصميمي او مجموعه الخطوات الاجرائية التي تم اتخاذها نحو ايجاد حل لمشكله تصميميه معينه " .

وتتأثر العملية التصميمية بعوامل كثيرة هي :

#### 1.الخامات والادوات والمهارات الفردية :

وتأثر طبيعة الخامات وطريقة استخدامها في بناء العملية التصميمية وتأثر كذلك على امكانية المصمم وقدرته على الابتكار ، فكلما اتسعت معرفته بامكانيات الخامات وطرق تصنيعها الى زيادة افكاره التخيلية وقدرته على الابداع لان لكل خامه حدودها وامكانياتها.

#### 2.الوظيفة :

ونعني بالوظيفة الغرض المرجو من التصميم ، فلكل تصميم وظيفة يقوم بها ، وهي الشكل المبتكر الذي يجب ان يحقق الغرض منه ، واداء الوظيفة هي النواة التي تبدء منها عملية التصميم وباختلاف الوظيفة تختلف الخامة.

#### 3.الموضوع :

ويعد الموضوع هو عنصر مؤثر على العمل الفني تأثيراً مباشراً وله علاقة مباشرة بالمصمم نفسه واحساسه وانفعالاته واحياناً قناعاته الدينية ، ويستخدم المصمم للتعبير عن الموضوع الخطوط والالوان والاشكال ويكون التصميم جيداً اذا كان المصمم منفجلاً بالموضوع الذي يصممه.

#### 4.الشكل والارضية :

الموضوع هو العنصر الاساس للتصميم ، وهو مكون من الشكل والخلفية التي تساعد على وضوح التصميم ، والشكل هو الجزء الهام الذي يختلف في صفاته عن الارضية ، وعند اكتمال تصميم الاشكال يجب ان تراعي الارضيات والمساحات و ذلك لتقييمها الكبيرة في التصميم .

ان المصطلح العلمي للتصميم ، في كل العلوم احد أهم المفاتيح الأساسية في الكشف عن طبيعة المعرفة وذلك من خلال فتح جميع الابواب المغلقة وكشف اسرارها ، فنون التصميم قائمة على الية تفكير الانسانية بنظامها التأويلي والتجريبي الذي يسير بخطين متوازنين .

وارتبط فن التصميم ليس بالعلوم والفنون المتجاورة وانما بنظام الحياة والبيئة في اوسع صورها ويبرز ذلك من خلال هدف وجوده كفن تطبيقي يؤدي الى اربع مهام اساسيه هي:

#### 1.الوظيفة .

#### 2.النفعية.

#### 3.ادائية .

#### 4.استعمالية.

وجميع هذه المهام وان اختلفت فيما بينها الا انها تعمل جميعاً تحت مظلة الجمال .

والجمال هذا ينبنى من فكرة او مجموعة افكار يقوم عليه التصميم على اختلاف انواعه ، اذا يمكن القول ان الفكرة " هي رؤية شخصية واضحة المعالم دقيقة الوضوح لها القابلية على التطبيق وتشارك مباشرة مع العمل لاجل انتاج نشاط انساني " و الفكرة لا وجود لها قبل مواجهة الانسان ومشكله ما تستدعي فضوله او تدخله بغية حلها او تقويمها

والوصول بالتالي الى حقيقتها ، مما يجعله يستحضر كل خبراته السابقة ويستحدث علاقة جديدة بينها لاجل الوصول الى مفاتيح لتلك المشكلة .

وللفكرة مجموعة من المغذيات والمحفزات :

1. محفزات معرفية ، وتشمل الدراسة والبحوث والمتابعة المستمرة للدوريات والاصدارات في مجال الاختصاص .
2. محفزات تقنية ، وتشمل المعرفة بتفاصيل المواد الخام والاساليب والطرق والرسائل التي تحوي الفكرة والمعرفة النظرية الى الواقع الملموس .
3. محفزات مهارية ، مازالت الحرف واتقانها هي التي تظهر قيمة السلعة .

4. محفزات تقييمية ، وتمثل بمقدرة المصمم ومرونة تفكيره من خلال البحث عن بدائل تمنح المصمم قدره على تقويم فكرته . وللتصميم عناصر و مبادئ تمثل المفردات المادية هي التي تترجم فكرة التصميم وتطلق عليها وحدات البناء التصميمي ، وهي " اصغر مكونات العملية التصميمية عموماً ووحداتها الاولية " ، وكلما احسن المصمم استخدام هذه الوحدات او العناصر كلما كان بناء العملية التصميمية صحيحة ، وعناصر التصميم هي ( النقطة والخط والاتجاه والملمس والشكل و الفضاء والقبة واللون ) . وترتبط جميع هذه العناصر بمجموعه من العلاقات تسمى بمبادئ التصميم وهي ( التوافق ، الوحدة ، التكرار ، التباين ، التوازن ، السيادة ، التدرج ) . وترتبط جميع هذه الاسس و العناصر بعمليات وعلاقات تخضع لمنطق الاشياء وقوانينها وليس لرؤية ذاتيه محددة .

#### ثانياً. الاعلان :

الاعلان هو " لغة اظهار الامر والمجاهره به من خلال وسائل عديدة تستخدم " في عملية الاعلان كالملصق والمنشور ، وفي الاصطلاح هو " ابراز مزايا منتج او نشاط ما والترويج له ويرتبط الاعلان بالدعاية في مختلف مجالات الثقافة والسياسة والفنون " ، فقد عرف كروفورد الاعلان بأنه " عبارة عن فن اغراء الافراد على السلوك بطريقة معينة " ، ولكن هذا التعريف لا يميز الاعلان عن الدعاية الاعلامية والاعلام و وسائل الترويج الاخرى ، بينما عرفه اوكتفيلد " بأنه عبارة عن عملية اتصال تهدف الى التأثير من البائع على المشتري على اساس غير شخصي حيث يفصح المعلن عن شخصيته ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة " . وعرفه الاعلان جمعية التسوق الامريكية " بأنه عبارة عن وسيلة غير شخصية لتقديم الافكار او السلع او الخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل اجر مدفوع " . الا ان التعريف الاخير هو الاكثر اعتماداً من باقي التعاريف بين اهل الاختصاص كالمصممين والمشتغلين في مجال الاعلان ، اذ يعد الاعلان في هذا التعريف هو احد عناصر المرح الترويجي الرئيسية .

ويقسم الاعلان الى عدة انواع هي:

اولاً. بحسب الوظيفة التي يؤديها الاعلان .

ثانياً. بحسب الجمهور المستهدف من الاعلان .

**وللاعلان اهداف :** والهدف الرئيس هو تغير ميول واتجاهات وسلوك الزائرين او المتلقين وذلك من خلال جعلهم اكثر قبولاً لكل ما يعرض في الاعلان والمطبوع المستخدم في السياحة الديني سوى كان الاعلان او المطبوع وظيفي او ارشادي او توضيحي لكي يحقق النتائج المطلوبة والمرجوة منه . اذن تصميم الاعلان والمطبوع يهدف الى نقل المعلومات المراد الترويج لها عن طريقه بحيث تقع السائح او الزائر بمضمون تلك الرسائل الموجودة في الاعلان والمطبوع .

## المبحث الثاني :

### الاهداف الوظيفية والنفسية لتصميم الاعلان والمطبوعات .

الفكرة الاعلانية بشكل عام ينبغي ان تمتلك القدرة على تحقيق اهداف الاعلان ومن اهم اهدافها تحقيق جذب الانتباه ، لانها يعد مرحلة تصميم الاعلان واخراجها الركيزة الاساسية في تحقيق النجاح المستهدف لاي حملة اعلانية باستخدام الاسس النفسية والفنية مما يؤدي الى قيام الاعلان بوظائفه المختلفة بدءاً بجذب الانتباه ومروراً باثارة الاهتمام واستثارة الرغبات وانتهاءً باحداث الاقتناع لدى المتلقي بمضمون الاعلان وتحقيق الاستجابة المطلوبة " . و يتوقف ذلك على مدى قابلية المصمم في ابتكار الصيغ الاعلانية المطروحة من خلال الفكرة الناجحة المستحدثة اولاً وما يشتمل عليه الاعلان والمطبوع بعد ذلك منذ البدء بتنفيذ الاعلان وحتى الاخراج النهائي ثانياً . أي ان الاعلان الناجح يعتمد اساساً على ابداع فكرة اعلانية تصاغ في اطار الاهداف الوظيفية للاعلان لان " قيمة الاعلان تكمن في قوة فكرته ووضوحها ويكون متوازناً بين قيمته الفنية والوظيفية " . إذ ان الاعلان بقدر ما يكون عمل تصميمي ناجح ومدروس دراسة جيدة من حيث العلاقات البنائية فهو فكرة هادفة بنيت على اساس حاجة الهدف التصميمي لتحقيق عملية الاتصال . ولا يقتصر هدف الاعلان على هذا فقط وانما " الهدف من الاعلان متعدد الاغراض فقد يكون الهدف هو توفير المعلومات والتاثير فيها بطريقة غير مباشرة او قد يكون الهدف هو اقناع واغراء المستهلك على اقتناء السلعة وتفضيلها على السلع الاخرى " وهو في الوقت نفسه عملية فنية ابداعية إذ يتفق الكثير على ان الاعلان هو " عبارة عن لوحة فنية ذات وظيفة تسويقية محددة تمتلك الوظيفة اهمية كبيرة في تحديد ماهية الاشياء او دورها والشيء الذي لا يمكننا تحديد وظيفته يبدو غامضاً وهي نواة العملية التصميمية ومنها يبدأ المصمم بدراسة " ، متطلبات الوظيفة للشيء المطلوب ليضمن التصميم الناجح وليختار الخامة التي تفي بالهدف منها . فيقوم فريق العمل بتنفيذ الاعلان بعد تحديد الاهداف ورسم الخط الاعلاني الاساسي وتحديد نقاط الجذب في الاعلان إذ يشترك في اعداد الاعلان عدد كبير من الخبراء والمختصين والفنانين الذين يمتلكون الخبرة في اصول تصميم الاعلان واخراجه ويدركون الاعتبارات الفنية و السايكولوجية في الكلمات المنشورة في اطار الاعلان او الاشكال او الالوان . اذ ان رؤية المتلقي للاعلان هي عملية نفسية (في الغالب) لان معظم المتلقين يتولد لديهم حب الاستطلاع والاهتمام بالأعلان الذي يعبر عن اهتمامهم واحتياجاتهم الشخصية ، لذلك على المصمم تحديد الاهداف النفسية التي يحققها من اخراج الاعلان ومنها

1. تقديم الاعلان للمتلقي بشكل يؤدي الى جذب الانتباه اليه واثارة الاهتمام به.
  2. التركيز على بعض الاجزاء المهمة في الاعلان بطريقة تسهل ابرازها للمتلقي وتؤدي الى توصيل الفكرة الرئيسة المطلوب التركيز عليها.
  3. التحكم في توجيه حركة النظر للمتلقي بحيث تسير في اتجاهات معينة يتم ترتيب اجزاء الاعلان على اساسها من حيث اولويتها واهميتها.
- وهذه الاخيرة تتحقق من خلال :
- أ. عدم وضع عنصر مفاجيء بين العناصر الاساسية للاعلان مما يؤدي الى حدوث توقف في حركة العين.
  - ب. ارتباط تصميم النص الاعلاني وبقية عناصر التصميم مع نقطة الجذب الاولى.

من ذلك نستطيع القول بان الجانب النفسي في وظيفة الاعلان التجاري هي جذب انتباه المتلقي اولاً التي تبدأ من نقطة معينة ثم تتحرك تبعاً وبحسب الاهمية لباقي العناصر المكونة للاعلان ، وهنا يختلف تلقي الاعلان بين افراد المجتمع الواحد "فان الانماط المختلفة من البشر يختلفون في اختياراتهم وادراكهم وتفسيرهم لرسائل الاتصال الاعلاني مما يعني ان العوامل النفسية يمكن ان تلعب دوراً مهماً في توجيه بصر المتلقي نحو الاعلان المحدد.

### المبحث الثالث:

#### الاعلان و المطبوع كوسيلة اتصال .

ان كل عملية اتصال ماهي الا رسالة موجهة ضمن منظومة مدروسة يهدف من خلالها التأثير على المتلقي على اختلاف خلفياته و اعتقاداته الامر الذي يندرج تحت عنوان استمالة الى تلك الرسائل الاعلانية التي يتضمنها الاعلان او المطبوع الصادر من مؤسسة معينة . اذ تمثل اجهزة الاتصال الجماهيري في الصحف والمجلات ودور النشر والاذاعة والتلفزة و الفضائيات و وكالات الانباء ومؤسساتها والاعلان وغيرها ، والمهم ضمن حدود البحث هو الاعلان والمطبوعات اذ تطورت في العقود الاخيرة وسائل الاتصال و بالخصوص الاعلان والمطبوعات ، حيث ازداد دورهما بشكل كبير نتيجة للتقدم التكنولوجي والتقني الهائل الذي يشهده هذا القطاع ، كون الاعلان او المطبوع حاملاً لرسالة معينة تحمل تفسيرات للكثير من الامور الحياتية اذ يعد المنبر الحقيقي لتعريف الناس بموضوع عن طريق رسائل قصيرة مرئية . ويمكن الاشارة ضمن هذا الموضوع الى ان الاعلان " هو نشاط اتصالي يهدف الى الاعلان عن سلعة او فكرة او خدمة والترويج لها عبر وسائل الاتصال " . كالصحافة والاذاعة والتلفزيون والاعلان والمطبوع ، ويتراوح حجم الاعلان من سطر الى سطرين في صحيفة وقد يأخذ عدة صفحات .

#### • الاعلان بحسب الجمهور :

1.الاعلان الاستهلاكي : وهو الاعلان الموجه الى الجمهور العام ويهدف الى ترويج بضاعة او سلعة متعددة سريعة او بطيئة الاستهلاك .

2.الاعلان التصديري : ويهدف هذا النوع من الاعلان الى جذب التجار الكبار والصغار وترغيبهم في اتياع منتجات محددة لشركات محددة ، وللصحف والمجلات دور مهم في جذب اولئك التجار .

#### • الاعلان المؤسسي :

وهو الاعلان الذي تقوم به المؤسسات الانتاجية الكبيرة على مستوى الدولة او الدول ، ويحمل في طياته الدعاية الى المؤسسة ، الانتاجية وعن دقتها ومهارتها وغزرات انتاجها . والمهم في هذا الموضوع الفقرة الثانية والفرقة الثالثة ، لانه تتعلق باصل البحث واساليب استخدامه في ( الاعلان والمطبوع السياحي .

وهناك نوعين من الاتصال هما :

1.الاتصال اللفظي : وهو الاتصال الذي يتم من خلال الاستخدام للغة المنطوقة او الشفوية في توصيل الرسالة او المعلومة الى المستقبل ويكون اللفظ هو الوسيلة التي تمكن المرسل من نقل رسالته الى المستقبل .

#### 2.الاتصال غير اللفظي :

ويتكون من الرموز والاشارات والتعبيرات المنظمة تشير الى تفاصيل من المعاني يقوم الانسان باستخدامها مثل . الشيفرة الحسية او التعبير الحسي ، والتعبير بالرموز الفسيولوجية مثل الاصفرار التي تحدث في الوجه او التعبيرات

الحركية والاشارات وغيرها . ومن خلال ما تقدم ، فان الوظيفة الاعلانية هي احدى وسائل الاتصال الجماهيري التي تأتي منسجمة مع ما يحدث من خلال توجه عام يتصاعد بتصاعد استخدام تقنيات الاتصال الحديثة والتي ترتبط بجميع وسائل الاتصال الحديثة وبضمنها الاعلان والمطبوعات .

### مؤشرات الاطار النظري :

1. ان الدراسات التصميمية تشكل رافداً حياً من روافد الحياة .
2. التصميم اذن عمل اساس للانسان ينتهي الى اضافة شيء جديد وعملية الابتكار هي التي تضيف هذه الزيادة .
3. يقصد بالتصميم في الفنون التشكيلية هو ابتكار او ابداع اشياء جميلة وممتعة ونافعة للانسان .
4. الابتكار في العملية التصميمية تمثل العنصر الاساس للتصميم بنحو ليعبر عما بداخل الفرد .
5. العملية الابتكارية تتوفر في المصمم الذي يقوم بتوظيف افكاره ووضع افكاره الجديدة بشكل تخرج عن اطاره المعرفي .
6. الشخص المبتكر هو الذي لديه قدرة ابتكارية على استخراج اكبر عدد ممكن من الافكار المتنوعة من فكره واحدة .
7. الاعلان هو لغة اظهار الامر والمجاهرة به من خلال وسائل عديدة ومختلفة .
8. الهدف الرئيس للاعلان هو تغير ميول واتجاهات وسلوك الزائرين او المتلقين وذلك من خلال جعلهم أكثر قبولاً لكل ما يعرض في الاعلان والمطبوع المستخدم في السياحة الديني سوى كان الاعلان او المطبوع وظيفي او ارشادي او توضيحي .
9. الاعلان فكرة هادفة بنيت على اساس حاجة الهدف التصميمي لتحقيق عملية الاتصال .
9. الجانب النفسي في وظيفة الاعلان هي جذب انتباه المتلقي اولاً التي تبدأ من نقطة معينة ثم تتحرك تبعاً وحسب الاهمية لباقي العناصر المكونة للاعلان .
10. ان كل عملية اتصال ماهي الا رسالة موجهة ضمن منظومة مدروسة يهدف من خلالها التأثير على المتلقي على اختلاف خلفياته و اعتقاداته الامر الذي يندرج تحت عنوان استمالة الى تلك الرسالة الاعلانية .

### الفصل الثالث

#### أجراءات البحث

##### 1.منهج البحث :

اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحليل عينات المطبوعات والاعلانات الصادرة عن العتبة العلوية المقدسة للوصول الى الحقائق والمعلومات ثم مقارنتها وتحليلها وتفسيرها للحصول على تعميمات مقبولة تخدم الهدف من البحث وتظهر النتائج الممكنة .

## 2. مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث الحالي من تصاميم لمطبوعات واعلانات ومجموعه من المنشورات والملصقات والفولدرات الصادرة عن العتبة العلوية المقدسة تناولت مجموعته من نشاطات تلك العتبة المقدسة خلال سنة واحدة امتدت من بداية 2011 م الى بديية 2012 م .

## 3. عينة البحث :

قام الباحث باختيار عينات بحثة بشكل قصدي ، وتمثلت باختيار 4 عينات من مجتمع البحث الاصلي وتم الاختيار على وفق الاعتبارات الاتية :

1. استبعاد تصاميم الاعلانات والمطبوعات الغير واضحة .
2. استبعاد تصاميم المطبوعات والاعلانات المتكررة .
3. تم اختيار العينات التي تميزت بأساليب اخراجية متنوعة .

## 4. أداة البحث :

صممت استمارة (محاور التحليل) كأداة للبحث ، تضمنت المحاور الأساسية لما أسفر عنه الإطار النظري اذ اعتمدت مؤشرات تمثل خلاصة للأدبيات ذات العراقة بالتخصص وشملت تفاصيل كثيرة تفي متطلبات البحث وتسهم في تحقيق أهدافه.

## محاور البحث :

### ● الطاقة الفكرية والتعبيرية للاعلان والمطبوعات .

التفكير نشاط ظاهر يمكن التعرف عليه من خلال ردود الفعل الذي يقوم به الانسان ازاء حالة معينة او مشكلة ، وهو النتاج الاعلى للعقل لان عن طريق هذه الافكار تتكون الصور التي تتولد في الذهن وعن طريق تلك الصور يتم التوصل للفكرة . الفكرة هي مجموعة افكار يقوم عليه أي شيء يمكن تصوره ظاهر من واقع الحياة التي نعيشه ومنه التصميم على اختلاف انواعها ، وهي رؤية شخصية واضحة المعالم دقيقة الوضوح لها القابلية على التطبيق وتشارك مباشرة مع العمل لاجل انتاج نشاط انساني واقعي غير خيالي يتم القيام به عن طريق مجموعته من الوسائل والادوات ، والفكرة لا وجود لها قبل مواجهة الانسان ومشكله ما تستدعي فضوله او تدخله بغية حلها او تقويمها والوصول بالتالي الى حقيقتها ، مما يجعله يستحضر كل خبراته السابقة ويستحدث علاقة جديدة بينها لاجل الوصول الى مفاتيح وحلول لتلك المشاكل والحالات التي تواجه الانسان . ولا بد ان تتميز الافكار بقوة ابتكارية والعملية الابتكارية هي مجموعته من القدرات التي تتوفر في المصمم الذي يقوم بتوظيف افكاره ووضعها ضمن اطار معرفي جديد ومعلوم ، والشخص المبتكر هو الذي لديه القدرة على التجديد والابتكارية على استخراج أكبر عدد ممكن من الافكار المتنوعة من فكره واحدة . اذن التصميم عمل اساسي للانسان ينتهي الى اضافة شيء جديد وعملية الابتكار هي نتاج مجموعته من الافكار التي تضيف هذه الزيادة . ومن خلال الفكرة والابتكار تتوصل الى (التعبير) وهي قدرة الافصاح عن الاشياء ، من خلال امور كثيرة يقوم به الانسان كالنطق والحركة والاشارة وغيرها حيث يتم الافصح به عن قضيه وجدانيه يتم التصريح بها عن طريق تلك الامور ، اما في مجال التصميم فيتم عن طريق وضع الافكار ضمن ، عملية تصميميه ابتكارية ، ينتهي الحصول من خلالها على أي منتج تصميمي جيد يستدعي تواجد عملية اجرائية منظمة

تتكون من خطوط محدده تؤدي الى التعبير بشكل واضح عن أي شيء يتم الاعلان عنه في الاعلانات والمطبوعات كالمصقات والمنشورات والفولدرات.

### ● العناصر والاسس البنائية في التصميم .

تعد العناصر او المفردات المادية داخل أي عمل تصميمي هي المادة المكونه لها حيث تترجم فكرة التصميم من خلال النظام التصميمي وذلك عن طريق مجموعه من العناصر تسمى عناصر التصميم وكذلك نطلق عليها ايضاً وحدات البناء التصميمي ، وهي اصغر مكونات العملية التصميمية عموماً ووحداتها الاولية . وكلما احسن المصمم استخدام هذه الوحدات او العناصر كلما كان بناء العملية التصميمية صحيحة ، وعناصر التصميم هي ( النقطة والخط والاتجاه والملمس والشكل و الفضاء والقيمة واللون )، وترتبط جميع هذه العناصر بمجموعه من العلاقات تسمى بمبادئ التصميم وهي ( التوافق ، الوحدة ، التكرار ، التباين ، التوازن ، السيادة ، التدرج ) . وترتبط جميع هذه الاسس و العناصر بعمليات وعلاقات تخضع لمنطق الاشياء وقوانينها وليس لرؤية ذاتيه محدده يتم من خلال هذه العمليات تجميع تلك العناصر من خلال مجموع العلاقات فيتم الحصول بالنتيجه الى عمل تصميمي ناجح .

### ● البعد الجمالي والوظيفي في تصميم الاعلانات والمطبوعات .

الفكرة الاعلانية بشكل عام يجب ان تمتلك القدرة على تحقيق اهداف الاعلان ومن اهم اهدافها تحقيق جذب الانتباه من خلال الجانب الجمالي والجانب الوظيفي وهذا يتوقف على مدى قابلية المصمم في ابتكار الصيغ الاعلانية المطروحة من خلال الفكرة الناجحة المستحدثة أولاً وما يشتمل عليه الاعلان والمطبوع بعد ذلك منذ البدء بتنفيذ الاعلان وحتى الاخراج النهائي . ان اي اعلان ناجح يعتمد اساساً على ابداع فكرة اعلانية تصاغ في اطار الاهداف الوظيفية والجمالي للاعلان لان قيمة الاعلان تكون من قيمته الفنية والوظيفية والجمالية ، إذ ان الاعلان بقدر ما يكون عمل تصميمي ناجح ومدروس دراسة جيدة من حيث العلاقات البنائية فهو فكرة هادفة بنيت على اساس حاجة اليه . وتمتلك الوظيفة اهمية كبيرة في تحديد ماهية الاشياء او دورها والشئ الذي لا يمكننا تحديد وظيفته يدو غامضاً. والوظيفة نواة العملية التصميمية ومنها يبدأ المصمم بدراسة "متطلبات الوظيفة للشئ المطلوب تصميمه ليضمن التصميم الناجح .

### ● البعد الاتصالي للاعلان والمطبوع .

الاعلان والمطبوعات احد وسائل الاتصال حيث يفهم من خلاله المضامين العديدة التي تبين اهمية الاعلان من خلال هذا المنظور . ان كل عملية اتصال ماهي الا رسالة موجهة ضمن منظومة مدروسة يهدف من خلالها التأثير على المتلقي على اختلاف خلفياته واعتقاداته الامر الذي يندرج تحت عنون استمالتة الى تلك الرسائل الاعلانية التي يتضمنها الاعلان او المطبوع الصادر من مؤسسة معينة . ويعد الاعلانات والمطبوعات احد وسائل الاتصال الجماهيري في ، العقود الاخيرة وبالخصوص الاعلان الذي يعتبر من اهم تلك الوسائل ، حتى اصبح للاعلان تأثيرات ايجابية في اغلب الاحيان ، حيث ازداد دوره بشكل كبير وخاصة في الآونة الاخيرة وذلك نتيجة للتقدم التكنولوجي والتقني الهائل الذي يشهد هذا القطاع من مفاصل الحياة ، لكون الاعلان او المطبوع حامل لرسالة معينة تحمل تفاسير للكثير من الامور الحياتية والسياسية والاقتصادية والثقافية حيث يعد المنبر الحقيقي لتعريف الناس بموضوع عن طريق رسائل قصيرة مرئية .

## تحليل عينات البحث :

أنموذج ( 1 ) .

اسم الأنموذج : كتاب ( الاحنف بن قيس )

جهة الاصدار : العتبة العلوية المقدسة

القياس : 24 سم × 17 سم .

الوصف العام :

كتاب يحتوي على مجموعه من الكتابات الموزعة في الاعلى وفي الاسفل وفي الوسط ثبت العنوان بشكل بارز ليشكل نقطة جذب تعبر عن فكرة المصمم في ابراز عنوان الكتاب .استخدم المصمم في تصميم غلاف هذا الكتاب اللون البني وتدرجاته معتمدن على استخدامه اللون الاحمر لجذب الانتباه في نقاط العناوين كما انه استخدم ارضية منسجمة مع الالوان البنية معتمد هذه الارضية على اظهار نوع من الزخارف والكتابات بخط الثلث الفكرة التي استخدمت في تصميم غلاف لم توفق في التعبير عنه .ظهر الكتاب بصورة متوازنة مما ادى الى حصول نوعاً من الوحدة الا ان التصميم يفتقر الى الوضوح ، كما وقد حقق المصمم البعد الوظيفي في تصميمه الا انه لم يوقف في ابراز البعد الجمالي ، كذا ان المصمم استطاع ان يوظف جميع مضامين هذا التصميم للحصول على جذب انتباه المتلقين لكي ينجح في البعد الاتصالي للكتاب .

أنموذج ( 2 ) .

اسم الأنموذج : كتاب ( أويس القرني )

جهة الاصدر : العتبة العلوية المقدسة

القياس : 24 سم × 17 سم .

وصف عام :

كتاب يحتوي على مجموعه من الكتابات الموزعة في الاعلى وفي الاسفل وفي الوسط ثبت العنوان بشكل بارز ليشكل نقطة جذب تعبر عن فكرة المصمم في ابراز عنوان الكتاب . استخدم المصمم في تصميم غلاف هذا الكتاب الافكر التي ادت الى التعبير عن غلاف الكتاب من خلال التدرجات اللون للبرتقالي في الاطار الخارجي لغلاف الكتاب كما انه استخدم بصورة لطيفة حاشية داخلية من الزخرفة النباتية ، وارضية بلون سائي ، ونيجة لعملية الانسجام اللوني المستخدم بين الاطار الخارجي والحاشية الزخرفية ظهر للكتاب عمق فضائي نتيجة لاستخدام الارضية السائبة التي تحقق من استخدامها نظام لوني متضاد ادى الى ظهور الكتاب بصورة متوازنة و موحدة ، كما وقد حقق المصمم البعد الوظيفي والجمالي في تصميمه ، من خلال عملية ادراكية خاصة عن طريق عملية الاتصال التي تحدث بين المطبوع والمتلقي .

### أ نموذج (3) .

اسم النموذج : فولدر

جهة الاصدار : العتبة العلوية المقدسة

القياس : 21 سم × 9.5 سم .

وصف عام :

فولدر المطبوع دعائي يحتوي على مجموعه من التفاصيل حيث نجد السمه البارزة في تفاصيل هذه الفولدر هي الكتابة حيث نرى توزيع هذه الكتابات بنسق متالف ، كما نرى ان المصمم مال الى استخدام التدرج في توضيح الاشكال الدائرية او الكروية حيث بين من خلال الاشكال الكروية هيئة كهينة الاقمار المتدرجه من الشخصية الاعلى في الرتبة الى الادنى هذا من جانب ، كما انه استخدم مجموعه من الاغصان متصله بهذه الكرات الدائرية وكأئنا ان هذا الغصن قد تفرع عنه زهرة على شكل كرة ، وكل الوصفين صحيح ، فقد ابدع المصمم من جانب الفكرة والتعبير والتنفيذ ، كما انه اعتمد في تنفيذ هذا العمل التصميمي على منظومة لونية مكونه من لونين هما تدرجات اللون الابيض واللون الازرق حيث عبر عن ولادة الائمة الاطهار الذي بين فيه الخروج من الظلمة الى النور متمثلاً في هذا الوصف ابصار الوليد النور بعد الولادة كما يرادف هذا الموضوع روعي وديني في عمل هؤلاء الائمة في اخراج الناس من الظلام الى النور ، لقد حقق المصمم ببراعه البعد الوظيفي من خلال اثار عواطف المتلقي من خلال استخدامه للتفاصيل التي ذكرت انفاً ، ولقد احسن المصمم في اظهار البعد الجمالي من خلال اتقان المصمم وسيطرته على جميع تفاصيل التصميم حيث ظهر بشكل متوازن وموحد محققاً بذلك اعلى جوانب البعد الاتصالي .

### أ نموذج (4) .

اسم النموذج : تقويم منضدي

جهة الاصدار : العتبة العلوية المقدسة

القياس : 24 سم × 19.5 سم .

وصف عام :

تقويم يحتوي 13 صفحة كل صفحة تتضمن مجموعه من العناصر التيبوغرافية كالخطوط والكلمات والارقام والصور ، قدم المصمم في هذا التصميم نموذج مبتكر استغل من خلالها المساحة الاعلانية الذي نظمت من مجموعه معبرة من الافكار ، حيث قسم فضاء التصميم الى قسمين تميز الاول بوجود الكتابات والارقام ووازن التصميم بقسمة الثاني عن طريق صوره ابداع بها المصمم في ايجاد العلاقة التداخلية بينها من خلال اختياره لكلمة جامعته لمضمون جانبي التصميم حيث تميزت بجالية خطها وزخرفتها ، وجميع بقايا التقويم تتخذ نفس الاسلوب الاعلاني على الرغم من اختلاف التقويمات والصور الموجودة ضمن هذا التقويم الواحد ، ابداع المصمم في ايجاد الفكرة المعبرة في هذا التصميم من خلال ايجاد العلاقات البنائية التي تربط عناصر التصميم مع بعضها ببعض حيث وفق في استخدامه للالون المستخدمة ضمن هذا التصميم حيث عمد استخدام اللون الاخضر وتدرجاته على ارضيه بيضاء ، كما حقق عملية الادراك وجذب الانتباه من خلال حركة العين التي تبدء بالصورة ثم تتجه الى الرقم الذي يميز سنة التقويم محققاً قمة الوضوح والتوازن والوحدة في مضمون وموضوع التصميم لهذا التقويم ، كما انه المصمم وفق في ابراز الجانب الوظيفي من خلال تحقيق انتقال حركة العين حول المنبة الذي جذب الانتباه ، اي انه حقق البعد الاتصالي للمطبوع من خلال

حالات الادراك والجذب البصري الذي حققه التصميم ، ومن تحقيق هذه الابعاد تكون المحصلة الحصول على تصميم ناجح يتميز بالتكامل والانساق محققا من خلال ذلك كله البعد الجمالي.

### نتائج التحليل :

من خلال ما تم الحصول عليه من نتائج لتحليل عينات البحث وجد الباحث ان جميع هذه العينات تشترك بخصلة واحدة على اختلافها وتنوعها ، وهذا المشترك هو مخاطبتها لفئة معينة من الناس وهذه الفئة هي فئة الزائرين للعبوات المقدسة ، حيث تتميز جميع هذه المطبوعات بطابع ديني وروحي بامتياز. على الرغم من المهم في جميع هذه المطبوعات لدينا هو الجانب التصميمي فقد تمخض من نتائج تحليل العينات ماياتي :

1. لقد تحقق البعد الفكري والتعبيري في المطبوعات و وجدت جلوية في جميع العينات .
2. لقد تحققت الاسس البنائية في تصميم مطبوعات السياحة الدينية في جميع العينات .
3. لقد تحقق البعد الوظيفي والجمالي في تصميم الاعلانات والمطبوعات في جميع العينات .
4. لقد تحقق البعد الاتصالي في مطبوعات السياحة الدينية الصادرة عن العتبة العلوية في جميع العينات.

### الفصل الرابع

#### الاستنتاجات :

1. تعد واردات السياحة الدينية من اهم المدخولات عند بعض البلدان .
2. ضرورة وضع بحوث متخصصة تفيد السياحة بصورة عامة والسياحة الدينية بصورة خاصة .
3. اعتماد وسائل الايضاح التي تعكس متبنيات المؤسسات المسؤولة عن اصدار تلك الاعلانات والمطبوعات .
4. الاعلان والمطبوعات تعد من اهم وسائل الاتصال المؤثر في المتلقين .
5. الاهتمام بالوحدات البنائية الاخلة في عملية تصميم المطبوعات والاعلانات .
6. ضرورة الاهتمام بالعناصر التيبوغرافية المكونة والداخلية في تصميم المطبوعات والاعلانات .

#### التوصيات :

1. الاستفادة من الأساليب الفنية التي تقدمها الفنون البصريه وتوظيفة في تطوير اساليب وواقع مطبوعات السياحة الدينية لخدمة وتطوير هذا الجانب المهم من السياحة .
- 2- الاهتمام بالمعالجات الفنية التي تجري على المطبوعات والاعلانات فيما يخص عناصر واسس التصميم والطرق البنائية التي تستخدم ضمن تقنيات التصميم الطباعي .
- 3- الاهتمام بالمفردات والوحدات التيبوغرافية التي تدخل في فضاء تصميم المطبوعات والاعلانات الخاصة بالسياحة الدينية.
4. تعزيز القيمة الجمالية والوظيفية للنظام التصميمي التي تشكل لتكوين تصاميم اعلانية ذات وقع مؤثر على جذب الانتباه عن طريق الادراك البصري.

#### المقترحات .

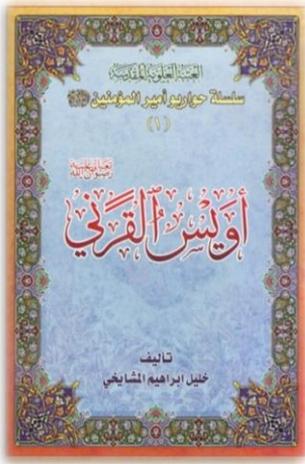
بعد استكمال اجراءات البحث يتقدم الباحث بمقترحات تصلح ان تكون دراسات لاحقة.

- اقترح قيام دراسات وبحوث معمقة تعمل على دراسة وتطوير واقع السياحة بصورة عامه والسياحة الدينية بصورة خاصة لما له من اثر ايجابي يخدم المجتمع من خلال تطوير سبل تصميم المطبوعات والاعلانات .
- وضع دراسات تخصصية تناول التغيرات التي يمكن ان تاجر على تصميم المطبوع والاعلان .
- يمكن وضع دراسة استقرائيه لتطوير الوحدات البنائية التي تدخل في تصميم الاعلان والمطبوعات.

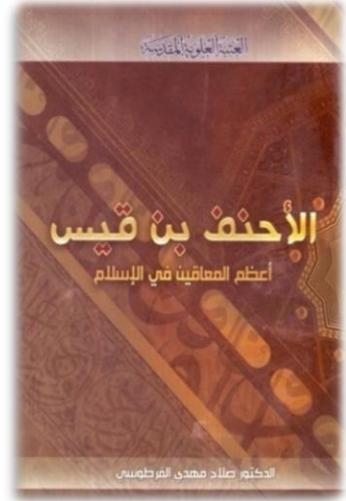
#### المصادر :

1. ابن منظور . لسان العرب . محمد بن ابي بكر الرازي . مختار الصحاح .
2. انعام حمدان محمود . المتغيرات المؤثرة في بنية تصميم الاعلان التجاري . رسالة ماجستير غير منشورة .
3. أ. د . انتصار رسمي موسى ، أ. د . خليل ابراهيم الواسطي . التصميم الرقمي و تقنية الاتصال الحديثة . دار الكتب والوثائق ببغداد 2090 . 2011 م .
4. أ . فداء حسين ابو ديبسه ، خلود بدر غيث . تصميم الاعلان والترويج الالكتروني . مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع . عمان . الاردن . 2008 م .
5. أ. فداء حسين ابو دبسة ، خلود بدر غيث . التصميم أسس و مبادئ . دار الاعصار العلمي . عمان . 2009 م .
6. أ . فداء حسين ابو دبسة ، خلود بدر غيث ، احمد محمد الصادي . مبادئ التصميم الفني . مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع . عمان . الاردن . 2008 م .
8. العراق دليلي السياحي . المؤسسة العامه للسياحة . المنشأة العامة للسفر والخدمات السياحية . بغداد . العراق . 1982 م .
9. خليف محمود خليف الجبوري . العلاقة بين التعدد الصوري والتنظيم المكاني في تصميم الاعلان التجاري .. رسالة ماجستير غير منشورة .
10. خلود بدر غيث . مدخل الى تاريخ التصميم الكرافيكي . عمان . دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع . 2010 م .
11. د. اسماعيل شوقي . الفن و التصميم . كلية التربية . جامعة حلوان . القاهرة . 1999 م .
12. د. اياد الحسيني . فن التصميم . الجزء الاول . الشارقة . دائرة الثقافة و الاعلام . 2008 م .
13. د . اياد الحسيني . فن التصميم . الجزء الثالث . الشارقة . دائرة الثقافة و الاعلام . 2008 م .
14. د . اياد الصقر . اساسيات التصميم ومناهجه . دار اسامة للنشر والتوزيع . عمان . الاردن . 2009 م .
15. د . شاكر عبد الحميد . الفنون البصرية وعبقورية الادراك . الهيئة المصرية العامة للكتب . القاهرة 2008 م .
16. د. علاء هاشم مناف . فلسفة الاعلام والاتصال دراسة تحليليه في حفريات الانساق الاعلامية .
17. د . جبار عودة العبيدي ، د. فلاح كاظم المحنة . وسائل الاتصال الجماهيري . كتاب منهجي للمرحلة الاولى في قسم الفنون السمعية والمرئية .
18. د. نعيم عباس الغراوي . النظام التصميمي وعلاقته بعمليات التوليف والترابط لبرامج الحاسوب في المطبوعات العراقية . اطروحة دكتوراة غير منشورة . 2004 م .

19. روبرت جيلام سكوت . اسس التصميم . ترجمة محمد محمود يوسف ،د. عبد الباقي محمد ابراهيم .الجمعية المصرية لنشر المعارف والثقافة العالمية .القاهرة 1968 م - 1980 م .
20. رمزي العربي . التصميم الكرافيكي .دار اليوسف للطباعة والنشر والتوزيع بيروت . لبنان .
21. فتح الباب عبد الحليم . وسائل التعليم والاعلام . سلسلة عالم الكتب .القاهرة . 1968 م .
22. سمير محمد حسين . فن الاعلان . القاهرة . 1977 م .
23. سوزان يوسف احمد . الاتصال وسائله و نظرياته . دار النهضة العربية . القاهرة . 1995 م .
24. ضياء العزاوي . فن الملصقات في العراق . وزارة الثقافة والاعلان . بغداد 1974 م .
25. معتمص عزمي الكرابليه ، خلود بدر غيث. مبادئ التصميم الفني .مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع .2008 م
26. مروه محمد كمال الدين . مستقبل طباعة الصحف العربية رقمياً .الدار المصرية اللبنانية . القاهرة 2007 م .
27. مجلة الاكاديمي . العدد 56 . لسنة 2010 م .
28. مجلة الاكاديمي العدد.58 . 2011 م .
29. نور الدين النادي . الطباعة الملونة. مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع .عمان 2006 م .
30. هيئة السياحة . دليل السياحة الدينية في العراق .1992 م .



نموذج ( 2 )



نموذج ( 1 )



نموذج ( 4 )



نموذج ( 3 )

### محاوير التحليل وتتضمن :

- الطاقة الفكرية و التعبيرية في تصميم الاعلان والمطبوعات.
- العناصر والاسس البنائية في التصميم.
- البعد الوظيفي والجمالي في تصميم الاعلانات والمطبوعات.
- البعد الاتصالي للمطبوع.

## The reality of religious tourism publications design and ways of developing The upper threshold model

Sadiq Hashim Hassan al-Musawi

### Abstract:

Tourism is one of the most important sources of income of economic key countries in the world so are imports of tourism for some countries a source of income is not significant of the total revenues of States. Making those countries, and those countries a destination for visitors, and here should be interest in the Wealth and cultural heritage that distinguishes Islamic countries in general, and Iraq in particular, must be placed specialist studies in all areas for the development of this area of tourism, especially religious tourism to achieve a desired and desired of such research.

It is the most important ways to develop tourism in general and religious tourism is of particular publications, advertising, and is important for us in this research is the announcement and the publication containing the subject of research (and the reality of design prints of religious tourism and ways of development). Researcher select the problem purely by asking the following

Is designed publications of religious tourism in the upper threshold according to the foundations and rules of design.

He then discussed the researcher the importance of his research by finding the link state between the announcement and tourism, Vllaalan effects active through the mechanisms of speech, or so-called means of expression different that pass a message to the recipient of "The Declaration and publications play a big role aspires through the definition of the public on a particular subject cares about designer building the request by the institution or may be the

designer is from Find this search to his sense that the search can be a research framework for cognitive strengthens and the advertising and publication layout is used in religious tourism. has shed light on a lot of internal and external variables and the pose of the impacts on the structure design advertising and printing the publication of religious tourism

The current research aims to

1. Definition and design of the reality of religious tourism publications issued by the upper threshold disinfected
2. Submit proposals for the purposes of theory development and design of the reality of religious tourism publications

The limits set by the research scholar with the following

- A. Reduction objective: the theme of religious tourism publications design used in the upper threshold cleansed
- B. Reducing the spatial: the upper kindergarten holy. Holy city of Najaf
- C. Temporal limitation: the calendar year from 01.01.2011 to 01.01.2012

The researcher dealt with in the second quarter in light of the theoretical framework and previous studies to a number of themes are

First research: Design and print advertising

The second topic: the aesthetic and functional dimension

Publications and advertisements of religious and tourist

The third topic: advertising and printed means of communication

Section IV: History of the upper threshold cleansed and history publications, including travelers

Identified in Chapter III through fares purely on that he chose a descriptive approach in the field of scientific research and the sample intentionality through the selection of form analysis research (testing tool), and then was resolved the samples in the process of research and came out a researcher from the set of results that put through a total of recommendations and proposals of the next above