



العدد السابع والعشرون - الجزء الاول - يوليو - 2026 - السنة الخامسة مجلة علمية فصلية محكمة

# المجلة الأمريكية الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية

American International Journal of Humanities and Social Sciences

الالكتروني (ISSN) (3085 - 4806) / الورقي (ISSN) (3085 - 4830)

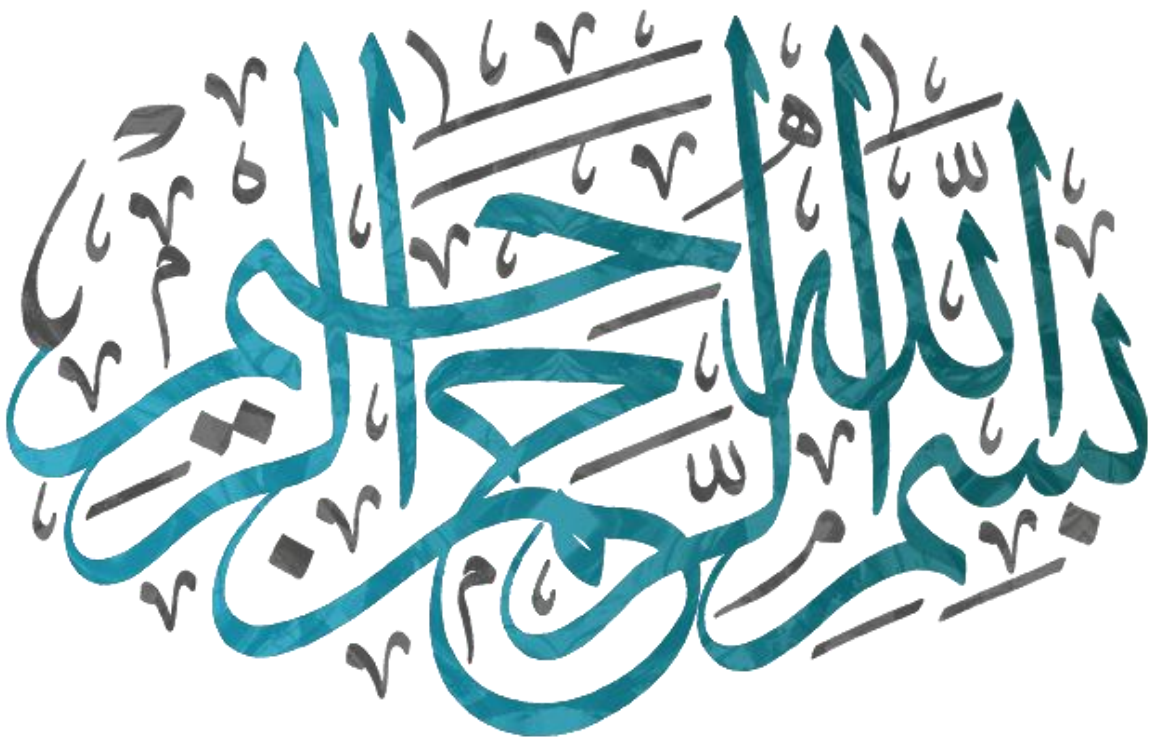
رقم الايداع القانوني في المكتبة الوطنية المغربية (2025 Pe00006)

رقم الايداع القانوني في دار الكتب والوثائق العراقية (2735)

تصدر عن الأكاديمية الأمريكية الدولية  
للتعليم العالي والتدريب

ISSUED BY AMERICAN INTERNATIONAL ACADEMY  
OF HIGHER EDUCATION AND TRAINING







تتألف هيئة تحرير المجلة الأمريكية الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية من نخبة من العلماء والخبراء المتميزين من مختلف المؤسسات الأكاديمية الدولية. وتتولى الهيئة مسؤولية الحفاظ على جودة البحوث المنشورة وتقديم التوجيه الاستراتيجي لتطوير المجلة.

**رئيس التحرير**-أ.د.نزهة إبراهيم الصبري – نائب رئيس الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب- المملكة المغربية

**نائب رئيس التحرير**: أ.د. حاتم جاسم الحسون، رئيس الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب.

**مدير التحرير**- أ.د. هند عباس على الحمادي-أستاذ بقسم اللغة العربية وعلومها-كلية التربية للبنات-جامعة بغداد، جمهورية العراق (مدقق اللغة العربية).

<https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0003-0515-501X>

### سكرتارية التحرير

1. أ.م.د. محمد حسن أبو رحمة . وزارة التربية – فلسطين .
2. أ.سكينة إبراهيم الصبري. الشؤون الإدارية. الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب.

### أعضاء هيئة التحرير

1. أ.د. حسن يوسف – استاذ اللغة العربية آدابها – جامعة قناة السويس – مصر- المدقق العام.
2. أ.د. خالد ستار القيسي ، عميد كلية الإعلام ، الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب.
3. أ. مجدي عبد الله الجايح، كلية اللغات والعلوم الإنسانية، الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب. (مدقق اللغة الإنكليزية)
4. المهندس اسماعيل المساق ، كلية علومالتقنية ، جامعة محمد الخامس ، الرباط، المملكة المغربية.

( التصميم )

5. أ.محمد تايه محمد - بك إدارة أعمال - كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة الكوفة. (التنضيد) .

<https://orcid.org/0009-0003-6945-2806>

## أعضاء الهيئة العلمية

1. Prof. Dr Hanik Mahliatussikah - State University of Malang, Indonesia, Chairman of the Association of Arabic Language Teaching Departments in Indonesia.
2. Prof. Dr. Shamnad N - University College, Thiruvananthapuram, Kerala, India.
3. Prof.Dr.Ali H. ABDUL RASOL - KDG College - Leerexpert -England.
4. Dr.MUSTAPHA ABDUL AZIZ AKANJI - Président-Fondateur des groupes scolaires et Universitaires AKANJI En Côte d'ivoire et Nigeria.
5. Dr.Nada Al-Abidi - Educational Sciences Teaching Curricula, Methods, and E-Learning - Swedenz
6. أ.د. أبكر عبد البنات آدم . مدير جامعة القرآن الكريم وتأسيس العلوم . جمهورية السودان  
https://orcid.org/0009-0009-8298-4464
7. أ.د. رانيا الصاوي عبده عبد القوي – قسم علم نفس تربوي – كلية التربية – جامعة 6 أكتوبر – مصر  
https://orcid.org/0000-0001-7436-2774
8. أ.د. أمال العرياي مهيدي - رئيس قسم التربية المقارنة بكلية التربية مصر  
https://orcid.org/0009-0005-3260-820X
9. أ.د. أمل مهيدي جبر- رئيس قسم العلوم التربوية والنفسية . كلية التربية للبنات . جامعة البصرة، جمهورية العراق  
https://orcid.org/0000-0001-7463-9876
10. أ.د. ناهض فالح سليمان- كلية التربية للعلوم الإنسانية . قسم اللغة الإنجليزية . جامعة ديالى . جمهورية العراق  
https://orcid.org/0009-0009-7896-820X
11. أ.د. نور الدين زين العابدين متولي أحمد - رئيس قسم اللغة العربية وأدائها بكلية العلوم الإنسانية بجامعة بيروت العربية - لبنان  
https://orcid.org/0009-0006-7020-7244
12. أ.د. نصيف جاسم أسود سالم الأحبابي . كلية التربية للعلوم الإنسانية . قسم الجغرافية . جامعة تكريت . جمهورية العراق  
https://orcid.org/0009-0002-6669-4706
13. أ.د. نورة محمد مستغفر . أستاذ التعليم العالي مؤهل، المركز الجهوي لمهن التربية والتكوين، المملكة المغربية  
https://orcid.org/0009-0001-4682-2005
14. أ.د. هاله خالد نجم- رئيس قسم الترجمة . كلية الآداب- جامعة الموصل – جمهورية العراق).  
https://orcid.org/0009-0004-3687-1788).

15. أ.د. محمد خضير عباس الجيلوي - كلية الطوسي الجامعة - النجف الاشرف - العراق .  
<https://orcid.org/0009-0001-9668-9329>
16. أ.د. محمد نهمان ابراهيم رحيم الهيتي - علوم اسلامية - جامعة الانبار - العراق . 0003-0000-6193-4092
17. أ.د. سميرة شمعاوي - استاذة باحثة بمركز التوجيه والتخطيط التربوي بالرباط - المغرب .  
<https://orcid.org/0009-0008-2452-6011>
18. أ.د. برزان ميسر حامد أحمد الحميد . كلية التربية للعلوم الإنسانية. جامعة الموصل . جمهورية العراق .  
<https://orcid.org/0009-0003-7795-3934>
19. أ.د. محمد ازهري - جامعة السلطان مولاي سليمان - كلية الآداب والعلوم الإنسانية. بني ملال. المغرب .
20. أ.د. تارا عمر أحمد- كلية العلوم السياسية . جامعة السليمانية . جمهورية العراق  
<https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0003-9424-6211>
21. أ.د. تحرير علي حسين علوان - كلية الفنون الجميلة - جامعة البصرة - جمهورية العراق .  
<https://orcid.org/0009-0002-0076-0491>
22. محمد لؤي محمد سليم النبي معهد الحضارة للتأهيل والتدريب السياحي والفندقي | دمشق، سوريا.  
 7088-2826-0008-0009
23. أ.د. الشريقي عبد الحليم - كلية الآداب والعلوم الإنسانية - سايس - جامعة - سيدي محمد بن عبد الله - فاس - المملكة المغربية  
<https://orcid.org/0000-0002-6947-5712>
24. أ.د. داود مراد حسين الداودي . دكتوراه العلوم السياسية . مدير وحدة البحوث والدراسات . جامعة القادسية . كلية القانون . جمهورية العراق  
<https://orcid.org/0009-0000-3272-5899>
25. أ.م.د. عزيز عبدالرحمن محمد الاديبي - جامعة تعز - مدير عام بحوث التنمية الادارية والتدريب - ديوان عام محافظة تعز - اليمن  
<https://orcid.org/0009-0005-2702-0495>
26. أ.م.د. علاء الدين محمد حسين عياش - رئيس قسم تكنولوجيا الاعلام - جامعة فلسطين التقنية - فلسطين  
<https://orcid.org/0000-0001-8152-9261>
27. أ.د. سندس عزيز فارس الفارس- خبير تربوي- عميد كلية الدراسات العليا والبحث العلمي في الاكاديمية الأمريكية . جمهورية العراق  
<https://orcid.org/0009-0002-7185-1059>

28. أ.د. عدنان فرحان الجوراني . أستاذ الاقتصاد . جامعة البصرة . جمهورية العراق) .  
<https://orcid.org/0009-0006-6673-5714>
29. د. حلا عدنان نيربي - كلية الاقتصاد - قسم المحاسبة - جامعة حلب - سوريا  
[.https://orcid.org/0009-0006-5511-3266](https://orcid.org/0009-0006-5511-3266)
30. أ.د. ماجدولين محمد النهيبي- كلية علوم التربية . جامعة محمد الخامس . الرباط، المملكة المغربية  
 Orcid id: 0009-0000-1125-8689
31. د. ياسر حسن ناجي الصلوي - جامعة تعز - اليمن-<https://orcid.org/0009-0006-7335-3570>
32. أ.د. ماهر مبدر عبد الكريم العباسي . نائب عميد كلية التربية للعلوم الإنسانية . جامعة ديالى . جمهورية العراق .  
 0009-0006-0681-1033
33. أ.د. حاكم موسى عبد الحسناوي - استاذ طرائق تدريس التاريخ - وزارة التربية - الكلية التربوية المفتوحة - جمهورية العراق  
[.https://orcid.org/0000-0002-3992-672X?lang=ar](https://orcid.org/0000-0002-3992-672X?lang=ar)
34. د. ليلى الادريسي - دكتوراه في القانون والعلوم السياسية - كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية - جامعة محمد الخامس - الرباط - المغرب .  
 0009-0005-8175-7113
35. أ.م.د. آوان عبد الله محمود الفيضي . دكتوراه قانون خاص . كلية الحقوق . جامعة الموصل . جمهورية العراق  
<https://orcid.org/0000-0001-8777-978x>

### أعضاء الهيئة الاستشارية

1. أ.د. هالة مختار الوحش - استاذ اصول التربية الانسانية جامعة الازهر - مصر .  
<https://orcid.org/0009-0008-8680-0194>
2. أ.د. محمد علي عباس - علوم تربوية نفسية - الاكاديمية الامريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب- أمريكا  
<https://orcid.org/0009-0004-2576-8136>
3. أ.د. حسن يوسف - استاذ اللغة العربية آدابها - جامعة قناة السويس - مصر .
4. د. عائشة الهوس - تخصص القانون العام والعلوم السياسية - المعهد المغربي للدراسات الاستراتيجية وإدارة الأزمات - المملكة المغربية  
<https://orcid.org/0009-0000-4666-3086>

5. أ.د. ناهض فالح سلمان - كلية التربية - جامعة ديالى - العراق-0009-0009-<https://orcid.org/0009-0009-7896-820X>
6. أ.د. رائد بني ياسين- عميد كلية الأعمال . قسم نظم المعلومات . الجامعة الأردنية- فرع العقبة . المملكة الأردنية الهاشمية(1788-3687-0004-0009-<https://orcid.org/0009-0004-3687-1788>) .
7. د. نادية فضيل – المركز الجهوي لمهن التربية والتكوين – بني ملال – المغرب.
8. د. هشام الميموني، دكتور في القانون العام، جامعة الحسن الثاني - الدار البيضاء ، كلية الحقوق - المحمدية(المغرب)  
0000-0002-9569-3369
9. أ.م. د. سماح هادي محمد – كلية الحقوق – جامعة النهرين – جمهورية العراق  
<https://orcid.org/0009-0006-9104-6347>
10. أ.م. د. ايمن محمد مصطفى – كلية الدراسات العليا لتكنولوجيا النانو – مدير معمل الطاقة الشمسية – جامعة القاهرة – مصر .  
X575-6465-0001-0000
11. م. د. حامد شمال مصعب - كلية الحكمة الجامعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والذكاء الاصطناعي – العراق  
<https://orcid.org/0000-0002-4382-0872>
12. أ.د. ماهر جاسب حاتم الفهد – تخصص التاريخ الحديث والمعاصر - كلية الإمام الكاظم "ع" قسم التاريخ – العراق  
<https://orcid.org/0000-0001-5708-2527>
13. د. نجلاء حمدان رحمة الله جادين - جامعة جازان / كلية الفنون والعلوم الإنسانية المملكة العربية السعودية  
<https://orcid.org/0009-0008-5146-475X>
14. أ.د. علي سموم الفرطوسي - الجامعة المستنصرية / كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة - أستاذ القياس والتقويم - الإحصاء - كرة السلة - حكم ومراقب في دولي بكرة السلة - العراق.  
ORCID : <https://orcid.org/0000-0002-8598-5149>
15. أ.د. مازن خلف ناصر. كلية القانون . جامعة المستنصرية . جمهورية العراق .  
<https://orcid.org/0000-0003-3754-4266>
16. أ.م. د. محمد عبدالفتاح زهري- رئيس قسم الدراسات الفندقية- كلية السياحة والفنادق – جامعة المنصورة- جمهورية مصر العربية(6552-8533-0002-0000-[ORCID.org/0000-0002-8533-6552](https://orcid.org/0000-0002-8533-6552)) .
17. م. د. محمد مولود امنكور . كلية العلوم الإدارية والمالية والاقتصادية . الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب  
<https://orcid.org/0009-0000-8373-5528>

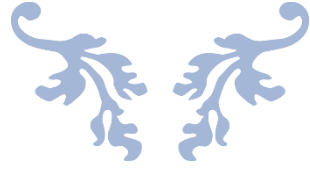
18. أ.م.د. موسى إسماعيل صالح حسين - أستاذ مساعد الأدب والنقد العربي قسم اللغة العربية -

جامعة جرش / الأردن <https://orcid.org/0009-0007-7197-1954>

19. أ.د. جاسم حسن سالم العطوي - طبيب عام - البصرة - العراق. 1975-2819-0001-0009



## كلمة العرو



بسم الله الرحمن الرحيم

يُشرفنا في هيئة تحرير "المجلة الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب" أن نضع بين أيديكم العدد السابع والعشرين (الجزء الأول)، الصادر في سياق متجدد من مساعيها الرامية إلى تعزيز جسور المعرفة الأكاديمية ونشر الرؤى العلمية المبتكرة.

إن هذا الإصدار يأتي ليؤكد على التزام المجلة الراسخ بأن تكون منصة عالمية تجمع النخب الأكاديمية والباحثين من مختلف أقطار العالم، حيث يضم هذا الجزء مجموعة من البحوث الرصينة التي خضعت لمعايير تحكيم دقيقة، تعكس عمق التفكير وتعدد المقاربات في مجالات التعليم العالي والتدريب المهني.

لقد سعينا من خلال هذه البحوث إلى تسليط الضوء على قضايا معاصرة، تدمج بين النظرية والتطبيق، وتستجيب للتحديات الراهنة التي تواجه المؤسسات التعليمية في ظل التحولات العالمية المتسارعة. إن مشاركة باحثين من جنسيات وخلفيات علمية متنوعة في هذا العدد هي شهادة حية على المكانة الدولية التي بلغتها المجلة، وعلى قدرتها على احتضان التنوع الفكري الذي يثري الحقل المعرفي.

ختاماً، نتوجه بخالص الشكر والتقدير لجميع الباحثين الذين ساهموا بنتائجهم الفكري في هذا العدد، ولأعضاء الهيئة العلمية والاستشارية الذين واصلوا جهودهم في مراجعة وتقييم الأعمال بكل تفان. نتمنى أن تجدوا في صفحات هذا الجزء ما يغني معارفكم ويحفز نقاشاتكم الأكاديمية.

مع خالص التحيات،

هيئة تحرير المجلة

2026/07/12 ديلاوير- الولايات المتحدة الأمريكية

الملاحظة القانونية

البحوث المنشورة في المجلة لا تعبر عن وجهة نظر المجلة ، بل عن رأي كاتبها.

|  |          |
|--|----------|
| فهرس الموضوعات   |          |
| التخطيط الاستراتيجي في منجز التصميم الجرافيكي  |          |
| ليث عادل عبود .....  | 12.....  |
| أثر توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في تحسين التحصيل الأكاديمي لدى عينة م في مدارس الناصرة  |          |
| الباحثة / ايناس اسبنيولي صباغ / الباحث / منيب طرية .....   | 31.....  |
| مستوى استخدام معلمات رياض الأطفال للسرد القصصي الرقمي في تنمية المهارات الحياتية لدى طفل الروضة من وجهة نظر المعلمات 45                                |          |
| هيا محمد خطيب / تهاني علي بدران .....  | 56.....  |
| اتجاهات الشباب الفلسطيني نحو الخطاب الإعلامي لدونالد ترامب تجاه القضية الفلسطينية  |          |
| رغد ناظم عبد الله / زينة عماد فهد / د. فريد عبد الفتاح أبوضهير .....   | 99.....  |
| استراتيجية الحصانة المجتمعية: دمج حصة أسبوعية للتوعية والانتماء لمواجهة جذور العنف والجريمة في المدارس العربية فوق الابتدائية (7-12) في فلسطين الداخل. |          |
| الباحث / منيب خالد طرية / الباحثة / ايناس اسبنيولي صباغ .....  | 132..... |
| دور التكنولوجيا التعليمية في تعزيز دافعية التعلم لدى طلبة المرحلة الثانوية في شمالي البلاد   |          |
| جلال يوسف محمود حجازي .....  | 151..... |
| تصورات طلبة الصف الخامس حول إسهام التعلم التعاوني في تحصيلهم الدراسي في منهج العلوم: دراسة نوعية   |          |
| أ. جيهان سعيد صنع الله / د. علياء العسالي .....  | 178..... |
| درجة إسهام برامج التربية الرياضية في تنمية اللياقة البدنية والمهارات الاجتماعية لدى طالبات المرحلة الثانوية في شمال فلسطين من وجهة نظر المعلمات        |          |
| مالكه احمد كامل بدران / رنين عيد رشيد سعده .....   | 201..... |
| درجة امتلاك طلبة المرحلة الإعدادية لمهارات التفكير التصميمي في ضوء مدخل STEAM في هضبة الجولان  |          |
| بلقيس سليمان عماشه .....   | 224..... |

|  |     |
|--|-----|
| دور الإدارة المدرسية في توجيه الطلبة نحو دراسة الرياضيات بتوسّع في المرحلة الثانوية في الجولان: دراسة وصفية تحليلية لأراء المعلمين والمرشدين والمشرفين التربويين |     |
| رجا معين سليم أبو شاهين / جبر ماجد جبر حبوس.....   | 253 |
| درجة توظيف مديري المدارس الثانوية الحكومية للتقنيات الرقمية من وجهة نظر المعلمين   |     |
| مالكة احمد كامل بدران / رنين عيد رشيد سعده.....  | 284 |
| مبدأ الفصل بين السلطات في النظام الدستوري الموريتاني.  |     |
| عيشه منيه.....   | 315 |



التخطيط الاستراتيجي في منجز التصميم الجرافيكي

جامعة بغداد - كلية الفنون الجميلة - العراق

ليث عادل عبود

[Laith Adal2304p@cofarts.uobaghdad.edu.iq](mailto:Laith Adal2304p@cofarts.uobaghdad.edu.iq)

أ.د. نعيم عباس حسن

[naeem.a.hassan@cofarts.uobaghdad.edu.iq](mailto:naeem.a.hassan@cofarts.uobaghdad.edu.iq)

009647700183218 – 009647735950450

#### ملخص البحث:

تعد الإستراتيجية مفتاحاً لكثير من عمليات التفكير الهادف الذي تعمل دوماً على بناء خطوط وصل بين الإشكاليات وطرائق حلها، إذ تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف التخطيط استراتيجي في بناء التصميم الجرافيكي، التي يتم التركيز خلالها على أهمية التخطيط في عملية التصميم الجرافيكي وكيفية تطبيقاته في المنجزات التصميمية، وطرح ما يوضح المفاهيم المتعلقة بالتخطيط وكيفيةها في التصميم الجرافيكي، وتحليل الأمثلة العملية لتطبيق التخطيط استراتيجي في تصاميم الجرافيكي. الكلمات المفتاحية: التخطيط، الاستراتيجي، البناء، التصميم، الجرافيكي.

## **Strategic Planning in Graphic Design Projects**

**University of Baghdad, Faculty of Fine Arts**

**Laith Adel Abboud**

**Prof.dr Naeem Abaas Hassan**

### **Abstract**

Strategy is key to many processes of purposeful thinking that seek to establish links between problems and their solutions. This study aims to explore strategic planning in the context of graphic design, focusing on the importance of planning in the graphic design process and how it is applied in design outputs, presenting concepts related to planning and its methodologies in graphic design, and analysing practical examples of the application of strategic planning in graphic design.

**Keywords:** planning, strategic, process, design, graphic.

## الفصل الأول (الإطار المنهجي)

### 1- مشكلة البحث والحاجة اليه:

أن الحاجة الملحة للبحث عن مخرجات تنسجم مع تطلعات التطور الفكري وما يقابله في التطور التقني لا بد أن يتزامن مع ظروفات الزمان والمكان وعمليات الارتقاء العلمي والثقافي، إذ تتمثل مشكلة البحث في نقص الدراسات التي تتناول التخطيط استراتيجي في مجال بناء التصميم الجرافيكي، فضلاً عنما تم رصده في الجانب الإبداعي الذي يفتقر عديد المصممين الجرافيكين إلى الخبرة في تطبيق التخطيط استراتيجي في مشاريعهم ومنجزاتهم التصميمية. لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة وتقديم إطار عمل شامل للتخطيط الاستراتيجي في بناء التصميم الجرافيكي في المستوى المحلي، ومن هنا يمكن أن نلخص إشكالية البحث عبر التساؤل الآتي:

ما التخطيط الإستراتيجي وكيف تؤثر على بناء التصميم الكرافيكي؟

### 2- أهمية البحث: تأتي أهمية البحث عبر الآتي:

1- الجانب النظري: يساهم البحث في تطوير النظريات والمفاهيم المتعلقة بالتخطيط في التصميم الجرافيكي، ويقدم إطار عمل شامل لاستراتيجية التخطيط في بناء التصميم الجرافيكي.

2- الجانب التطبيقي: يساعد الباحثين والمصممين الجرافيكين على تطبيق التخطيط استراتيجي في مشاريعهم المستقبلية ومنجزاتهم التصميمية، مما يؤدي إلى تحسين جودة التصميم وزيادة فعاليته.

### 3-اهداف البحث: يهدف البحث إلى:

- تعرف التخطيط الإستراتيجي في بناء التصميم الجرافيكي.

- تحليل الأمثلة العملية لتطبيق التخطيط الاستراتيجي في المنجزات التصميمية.

- تقديم إطار عمل شامل للتخطيط لاستراتيجي في بناء التصميم الجرافيكي.

### 4-حدود البحث: يتحدد البحث الحالي عن طريق الآتي:

أ- الحد الموضوعي: يركز البحث على دراسة التخطيط الاستراتيجي في بناء التصميم الجرافيكي.

ب- الحد المكاني: يقتصر البحث على المنجزات التصميمية في مجال التصميم الجرافيكي.

ج- الحد الزمني: يقتصر البحث على المدة الزمنية للعام 2025.

### 5-تحديد المصطلحات:

#### أ- لاستراتيجية:

1- "الاستراتيجية هي خطة عمل شاملة تهدف إلى تحقيق الأهداف والغايات المنشودة، وتحديد المسار الذي يجب اتباعه لتحقيقها." (الهوري، 2005، صفحة 123)

2- تعريف آخر: "الاستراتيجية هي مجموعة من القرارات والإجراءات التي تحدد الاتجاه العام للمؤسسة أو المشروع، وتوجه الموارد لتحقيق الأهداف الاستراتيجية." (محمد، 2010، صفحة 15)

#### ب- التخطيط:

1-تعريف: "التخطيط هو عملية تحديد الأهداف والغايات، وتحليل الوضع الحالي، وتحديد المسار الذي يجب اتباعه لتحقيق الأهداف." (الهوري، 2005، صفحة 25)

2-تعريف آخر: "التخطيط هو عملية وضع خطة عمل شاملة لتحقيق الأهداف والغايات، وتحديد الموارد اللازمة لتحقيقها." (محمد، 2010، صفحة 35)

### ج-البناء:

1-تعريف: "البناء هو عملية إنشاء أو تطوير شيء ما، سواء كان مادياً أو معنوياً." (الهوري، 2005، صفحة 45)

2-تعريف آخر: "البناء هو عملية إنشاء أو تطوير نظام أو هيكل أو منظمة، لتحقيق أهداف محددة." (محمد، 2010، صفحة 55).

### الفصل الثاني (الإطار النظري)

#### المبحث الأول: المفاهيم الفكرية للتخطيط لاستراتيجي:

##### أولاً: مفهوم التخطيط الاستراتيجي:

التخطيط الاستراتيجي في التصميم والتسويق يركز على دعم الرؤية الوطنية، وبناء سياسات واضحة وشاملة من المحاسبة وحتى التسويق مروراً بالتصميم والموارد البشرية، مع رصد وتطوير مستمر للأداء والانجاز لضمان الامتثال التنظيمي والربحية والاستدامة في القطاعات البشرية والتجارية. (البارودي، 2021، صفحة 45)

إذ يمكن القول: بأنّ التخطيط الاستراتيجي هو العمود الفقري لأيّ شركة أو منشأة ناجحة، فهو يُمثل خارطة الطريق التي تُرشد الشركة إلى النجاح، ولا شك في أنّه يتطلب قدراً كبيراً من التفكير والتخطيط من قبل الأقسام المسؤولة في الشركة، إذ لا يكفي الوصول لخطة استراتيجية من المرجح نجاحها فحسب، بل يجب أن تكون خطة يمكن تنفيذها بتكلفة منطقية ومناسبة مع ميزانية الشركة، بحيث تتجنب الشركة أي مخاطر مالية غير ضرورية (David, 2020, p. 112)

##### ثانياً: الفرق بين التخطيط الاستراتيجي والتخطيط التكتيكي:

لا بد أن نقوم بتوضيح المفهوم بشكل أكبر، إذ يجب تفريقه عن مفهوم التخطيط التكتيكي، فهما يختلفان في طول مدى الأهداف المحددة في كل منهما (المغربي، 2019، صفحة 88)

تخطيط الشركات يُميز بين مستوى الشركة الأم، الوحدات التشغيلية، والأداء الوظيفي، بحيث تتحقق استراتيجية كل قسم بما يخدم الرؤية الشاملة وينعكس على الأداء في السوق المحلية.. وبذلك يُمكن القول بأنّ التخطيط التكتيكي هو جزء من الخطة الاستراتيجية (Wheelen, 2018, p. 74)

ثالثاً: أنواع التخطيط الاستراتيجي:

تنوع أساليب التخطيط الاستراتيجي حسب نطاقه وهدفه وتفصيل تنفيذه داخل الشركة. تشمل أنواع التخطيط الاستراتيجي ثلاثة مستويات رئيسية (العلاق، 2022، صفحة 134)

**1-التخطيط الاستراتيجي على مستوى الشركة:** يركز على تحديد الرؤية العامة والأهداف الكبرى التي تسعى الشركة إلى تحقيقها ككل. يغطي هذا النوع من التخطيط الاستراتيجي جميع أنشطة الشركة، ويسعى لتعزيز مكانتها في السوق، وضمان استدامتها على المدى الطويل. على هذا المستوى، تكون القرارات المتعلقة بالاستثمار، وتوسيع السوق، ودخول قطاعات جديدة، وتطوير العلامة التجارية هي المواضيع الرئيسية (Thompson, 2021, p. 95)

**2-التخطيط على مستوى وحدات الأعمال:** هذا النوع يتعامل مع استراتيجيات الوحدات أو الأقسام المختلفة في الشركة. يهدف إلى تخصيص الموارد وتحقيق التميز داخل هذه الوحدات، بما يتماشى مع استراتيجية الشركة الكلية. تتضمن هذه الوحدات الأقسام المتخصصة مثل المبيعات والتسويق، وتطوير المنتجات، والمحاسبة، وإدارة الموارد البشرية، وغيرها. يتيح هذا التخطيط لكل قسم تحقيق أهدافه الخاصة بما يدعم الرؤية الكبرى للشركة (القطامين، 2020، صفحة 162)

**3-التخطيط الوظيفي:** يرتبط بأهداف وظيفية قصيرة ومتوسطة الأجل تتعلق بوظائف محددة مثل التسويق، والإنتاج، والتمويل. يركز على تحسين العمليات الداخلية وزيادة الكفاءة في الأداء اليومي. يتطلب هذا التخطيط تنسيق الجهود من الموظفين لضمان تحقيق الأداء الأمثل للمهام اليومية، ورفع مستوى الإنتاجية وتلبية توقعات العملاء (Best, 2019, p. 208)

يمكن لكل نوع من هذه الأنواع أن يعمل بفعالية عند تطبيقه بشكل متكامل داخل الشركة. فالتخطيط الاستراتيجي الناجح يتطلب تجانساً بين هذه المستويات لتحقيق أقصى استفادة من موارد الشركة واستثماراتها، وتحقيق أهدافها على المدى البعيد (ماهر، 2022، صفحة 215)

رابعاً: أهمية الخطة الاستراتيجية:

تتبع أهمية التخطيط الاستراتيجي في كونها تشمل توافق الرؤية، توحيد فرق العمل، تعزيز الأداء الوطني، وتحقيق سرعة الاستجابة للمتغيرات الحكومية والاقتصادية وهذا الامر يجعلنا أمام خيارات متعددة على وفق نظرة مستقبلية تؤطر النسق العلائقي لعملية التصميم (Porter, 2018, p. 53)، إذ تكمن أهميتها في الآتي

**أ-تحديد رؤية واضحة:** يساعد التخطيط على تحديد رؤية واضحة تركز على مستقبل الشركة، ويعمل على توحيد هذه الرؤية، بحيث يعمل جميع من في الشركة بشكل متناغم على الخطة للوصول للأهداف المحددة (حريم، 2021، صفحة 119)

**ب-صياغة استراتيجيات أفضل:** يعتمد التخطيط على أسلوب منطقي ومنهجي، وهو ما يُعين على صياغة استراتيجيات وخطط أفضل، وقد تكون هذه النقطة هي الأكثر أهمية، إذ تشير بعض الدراسات أن عملية التخطيط بحد ذاتها تساهم بشكل كبير في تحسين الأداء العام في الشركة، بغض النظر عن نجاح الاستراتيجية أو فشلها (Armstrong, 2020, p. 142)

ج- تعزيز التواصل: تتضمن عملية التخطيط مشاركة أصحاب العمل والمديرين والموظفين بالحوار والتحليل والتخطيط، وهو ما يعزز التواصل فيما بينهم. كما يعزز هذا من إحساس الموظفين بالفعالية والأهمية في نجاح الشركة (الغزوي، 2019، صفحة 94)

د- تتبع التقدم المحرز: إن وجود خطة استراتيجية مترجمة على شكل خطط عمل بخطوات واضحة يسهل عملية تتبع وقياس التقدم المحرز نحو الأهداف الموضوعية، وهو ما يساعدك في تقييم الأداء وتحديد ما يجب أن يتم تعديله وتحسينه (Kaplan, 2019, p. 87)

#### خامساً: تحليل البيئة الداخلية والخارجية:

لضمان فاعلية الخطة الاستراتيجية، من الضروري أن تأخذ بعين الاعتبار العوامل المؤثرة على الشركة من داخلها وخارجها. تحليل البيئة الداخلية والخارجية هو عملية تستهدف فهم العناصر التي تؤثر على الشركة وسياساتها (الغالي، 2021، صفحة 176)، وتشمل أدوات تحليل هذه البيئة العديد من المنهجيات؛ وحيث أن "كل دقيقة تقضيها في التخطيط، فأنت توفر عشر دقائق في التنفيذ" بحسب قانون (براين تريسي)، فهذا القول يفسر بشكل مبسط دور التخطيط في الحياة بشكل عام، فبدون وجود تخطيط مدروس ومنظم، يحتمل أن يستغرق العمل ضعف أو حتى أضعاف الوقت، مقارنة بالقيام به بعد التخطيط له، مما يُعد إسرافاً متعمداً وواضحاً للوقت وللجهود (تريسي، 2018، صفحة 63)

إذ يتجلى معنى التخطيط في التفكير بالمستقبل، والنظر إلى المدى البعيد مع الإجابة على عدة أسئلة مثل: (إلى أين سنذهب؟ وكيف سنذهب هناك؟ وما الذي نملكه من موارد يؤهلنا للوصول لما نريد؟) (Mintzberg, 2017, p. 201)، وهناك أربعة أنواع من التخطيط متعارف عليها، وهي: التخطيط التشغيلي، والتخطيط الاستراتيجي، والتخطيط التكتيكي، والتخطيط الاحترازي (أو كما يعرف بالتخطيط للأمور الطارئة) (الدوري، 2020، صفحة 59)

#### المبحث الثاني: أطر التخطيط الاستراتيجي في عملية التصميم الجرافيكي:

##### أولاً: فلسفة الرؤية الاستراتيجية في التصميم الجرافيكي:

لم يعد التصميم الجرافيكي مجرد عملية جمالية أو تزيينية عفوية، بل تحول إلى أداة استراتيجية تسهم في بناء الهوية البصرية وصياغة النسق العلائقي بين المؤسسة وجمهورها. إن المنجز الجرافيكي الناجح ينطلق من رؤية استراتيجية واضحة تترجم أهداف المؤسسة وتطلعاتها إلى دلالات بصرية ومقومات اتصالية ذات أبعاد بعيدة المدى (عبدالحמיד، 2021، صفحة 112)

وتتطلب هذه الرؤية فهماً عميقاً للبيئة المحيطة، حيث يسعى المصمم الاستراتيجي إلى تحويل الأهداف التجارية أو الحكومية الفضفاضة إلى رسائل مرئية وموجهة بدقة، مما يجعل المنجز الجرافيكي قادراً على الصمود والتأثير في ظل التحولات الاقتصادية والمعرفية المتسارعة (Best K. , 2019, p. 85)

### ثانياً: مراحل التخطيط الاستراتيجي للمنجز الجرافيكي

تمر عملية صياغة المنجز الجرافيكي استراتيجياً بمجموعة من المراحل المنظمة والمتراطة التي تضمن كفاءة المخرج النهائي وتوافقه مع الخطط العامة للمنظمة، ويمكن إجمالها في الآتي:

**1-مرحلة الاستكشاف والبحث: (Design Brief)** تبدأ بالجمع المكثف للمعلومات، وتحليل هوية المؤسسة، وفهم الجمهور المستهدف، وتحديد المشكلة التصميمية المراد حلها. هذه المرحلة تشكل القاعدة الأساسية التي تبنى عليها القرارات اللاحقة (الرشيدي، 2022، صفحة 47)

**2-التحليل الموقعي (البيئة الداخلية والخارجية):** يتم هنا إسقاط أدوات التحليل الاستراتيجي) مثل تحليل (SWOT) على العلامة التجارية أو التصميم؛ لرصد نقاط القوة والضعف في الهوية الحالية، ومعرفة الفرص والتهديدات في السوق المستهدفة لضمان التفوق التنافسي (Aaker, 2020, p. 143)

**3-الصياغة المفاهيمية والتطوير البصري:** ترجمة البيانات والتحليلات الاستراتيجية إلى أفكار ومفاهيم تصميمية مبتكرة، واستكشاف الحلول البصرية (كالألوان، والخطوط، والرموز) التي تتوافق مع النسق القيمي والثقافي للمجتمع، وتدعم الرؤية العامة (بهنسي، 2019، صفحة 204)

**4-التنفيذ والامتثال الاستراتيجي:** تحويل المفهوم المختار إلى منتج جرافيكي نهائي قابل للتطبيق عبر مختلف المنصات (مطبوعة، رقمية، إعلانات الطرق)، مع التأكد من مطابقتها التامة لمعايير الاستدامة والخطط المالية للجهة المستفيدة (Landa, 2021, p. 310)

### ثالثاً: التخطيط التكتيكي والتشغيلي داخل أقسام التصميم:

مثلما تمتاز مستويات التخطيط في المنظمات الكبرى، فإنها تنعكس بدقة داخل بيئة العمل التصميمي. فالخطة الاستراتيجية العامة للتصميم تترجم إلى تخطيط تكتيكي يحدد الأهداف متوسطة الأجل لكل مشروع تصميمي أو حملة إعلانية، لضمان مواءمتها مع السوق المحلية والتوجهات البصرية الحديثة (السامرائي، 2020، صفحة 79)، وينبثق عن ذلك التخطيط التشغيلي اليومي، وهو الذي يرتبط بالمهام المباشرة للمصممين (كإدارة الوقت، وتنسيق الجهود، وتوزيع برامج التنفيذ، والتحقق من المواصفات الفنية والتقنية للمنجز). إن هذا التكامل بين المستويات يحقق الاستغلال الأمثل لموارد المنظمة البصرية والمالية ويمنع هدر الوقت الجهد (Phillips, 2018, p. 92)

### رابعاً: معايير قياس نجاح المنجز الجرافيكي استراتيجياً:

إن التخطيط الاستراتيجي الناجح يتطلب القدرة على تتبع الأداء وقياس المخرجات، ولا ينفصل التصميم الجرافيكي عن هذه المنظومة. ويتم تقييم المنجز الجرافيكي وفق معايير استراتيجية محددة تشمل:

أ-مدى الاستجابة والاتصال: قدرة التصميم على إيصال الرسالة الفكرية والمفاهيمية للجمهور المستهدف بدقة وسرعة وبدون تشتت بصري (الفضل، 2021، صفحة 167)

ب-الامتثال والهوية الكلية: مدى تناغم المنجز الجرافيكي الفردي مع الرؤية الشاملة للعلامة التجارية والخطوط العريضة للهوية المؤسسية (Wheeler, 2018, p. 58)

ج- تحقيق العائد على التصميم: قياس الأثر الاقتصادي أو التوعوي للمنجز؛ سواء من خلال زيادة المبيعات في القطاعات التجارية، أو رفع مستوى الوعي المجتمعي في الحملات الإنسانية والوطنية المعاصرة (Lockwood, 2019, p. 221)

مؤشرات الإطار النظري: أسفرت الدراسة الفلسفية والنظرية في المبحثين السابقين عن استخلاص مؤشرات علمية (رئيسة، تمثل القواعد المرجعية والمعايير):

1-الامتثال للرؤية الكلية بوصفها مدى ارتباط المنجز الجرافيكي بالأهداف الكبرى والسياسات العامة للمؤسسة (التخطيط على مستوى الشركة).

2-الوضوح المفهومي عبر ارتكاز التصميم على قاعدة بيانات وبحت استكشافي يحدد المشكلة والجمهور المستهدف بدقة.

3-التكامل التكنيكي والتشغيلي عن طريق تجانس الخطوط البصرية للمشروع مع المتطلبات السوقية والعمليات التنفيذية اليومية داخل قسم التصميم.

4-التوافق البيئي (تحليل SWOT) البصري وقدرة المنجز على استثمار نقاط القوة وفرص البيئة الخارجية، وتلافي التهديدات التنافسية.

5-النسق العلائقي والاتصالي خلال جودة التفاعلية والاتصال البصري وسرعة فك الشفرات الدلالية من قبل المتلقي دون تشتيت.

6-الهوية والاتساق المؤسسي عن طريق الحفاظ على السمات البصرية الثابتة للجهة المستفيدة عبر مختلف المنصات (المطبوعة والرقمية).

7-المرونة والاستجابة الاستراتيجية مع مواكبة التصميم للمتغيرات الاقتصادية، الحكومية، والتكنولوجية المفاجئة (التخطيط الاحترازي).

8-الاستدامة والجدوى المالية في صياغة المنجز الجرافيكي بتكلفة منطقية تتوافق مع ميزانيات المؤسسة وتدعم ديمومتها.

9-التعبير القيمي والثقافي لتوظيف الرموز والعناصر البصرية المحلية بما يعزز الرؤية الوطنية والتواصل المجتمعي الإنساني.

10-الأثر المخرجي عائدية التصميم ، فأن الفعالية الأدائية للمنجز في تحقيق الهدف الذي صُمم من أجله (سواء كان توعوياً أو تجارياً).

الفصل الثالث: (إجراءاته البحث)

أولاً: منهج البحث:

يقوم هذا البحث على دراسة واستقصاء أطر التخطيط الاستراتيجي ومظهراتها في منجز التصميم الجرافيكي. ولتحقيق أهداف البحث، اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي كونه المنهج الأكثر ملاءمة لتفكيك النماذج التصميمية، (ورصد المقومات التخطيطية والبصرية التي شكلت بنية المنجز الجرافيكي، ومن ثم تحليلها في ضوء المعطيات الفكرية والفلسفية التي جاء بها الإطار النظري) (العساف، 2019، صفحة 182).

## ثانياً: مجتمع البحث:

يشمل مجتمع البحث الحالي التناجات والمنجزات الجرافيكية المعاصرة (كالمصنقات التوعوية، الهويات البصرية المؤسسية، والحملات الإعلانية) التي تم تنفيذها وفق رؤى تخطيطية استراتيجية واضحة، والمنشورة في المدة الزمنية المحصورة بين عامي (2020م - 2026م). ونظراً لاتساع هذا المجتمع وتنوعه، (فقد قام البحث بحصر وتصنيف النماذج المتاحة عبر المنصات والمؤسسات الرسمية لتشكيل الإطار العام الذي تُنتخب منه عينة الدراسة) (قنديلجي، 2021، صفحة 145).

## ثالثاً: عينة البحث:

قام الباحث باختيار عينة قصدية (Purposive Sample) ممثلة لمجتمع البحث تتكون من (أربعة نماذج تصميمية)، مع مراعاة عند اختيارها أن تكون شاملة ومتنوعة تعكس مستويات التخطيط الاستراتيجي الثلاثة (على مستوى المؤسسة، وحدات الأعمال، والمستوى الوظيفي والتشغيلي)، فضلاً عن قدرتها على (تجسيد المؤشرات العلمية المتولدة عن الإطار النظري لبناء أداة تحليل موضوعية) (ملحم، 2020، صفحة 210).

## رابعاً: أداة البحث:

بناءً على ما تم اعتماده واستخلاصه في سياق الإطار النظري (المبحث الأول والمبحث الثاني)، ولعدم وجود أداة جاهزة تقيس التخطيط الاستراتيجي في المنجز الجرافيكي، فقد قام الباحث ببناء استمارة تحليل كأداة رئيسة للبحث. تم عرض هذه الاستمارة على مجموعة من الخبراء والمختصين في التصميم الجرافيكي والإدارة الاستراتيجية لتحقيق الصدق الظاهري لها، وتضمنت الاستمارة محاور رئيسة تنسحب على البنية التخطيطية والبصرية للمنجز، (Creswell, 2018, p. 156).

الخبراء هم:

|                          |  |         |
|--------------------------|--|---------|
| أ.د رافي صباح نجم الدين  | جامعة بغداد- كلية الفنون الجميلة-تصميم جرافيكي               | تدريسي  |
| أ.د ساهرة عبد الواحد حسن | جامعة بابل- كلية الفنون الجميلة-تصميم جرافيكي                | تدريسية |
| أ.م. د بشرى محسن كيطان   | الجامعة التقنية الوسطى - كلية الفنون التطبيقية-تصميم جرافيكي | تدريسية |

**خامساً: محاور التحليل:** لإجراء عملية التحليل خطوة بخطوة بطريقة علمية منظمة، قُسمت استمارة التحليل إلى ثلاثة محاور رئيسة يندرج تحتها المؤشرات السابقة:

**أحور الأول: المدخلات الاستراتيجية والتخطيطية:** ويركز على فحص الرؤية الفلسفية للمنجز، والبيانات القبلية، ومدى مطابقة الفكرة التصميمية لسياسة المؤسسة وميزانيتها.

**أحور الثاني: المعالجات التصميمية والبصرية:** ويهتم بالتحليل الإجرائي لعناصر التكوين (الخط، اللون، الشكل، الرموز) والأسس البنائية (الاتزان، الوحدة، التباين) وكيفية توظيفها استراتيجياً لخدمة الرسالة الاتصالية.

**أحور الثالث: المخرجات والأثر والاتصال:** ويعنى بقياس القيمة الاتصالية النهائية للمنجز الجرافيكي، وقدرته على تحقيق الاستدامة، وجذب المتلقي، وترك أثر سلوكي أو فكري يخدم الرؤية الشاملة للمؤسسة.

تحليل النماذج التصميمية ودراستها التطبيقية: تحتوي هذه الدراسة على تحليل إجرائي لثلاث نماذج جرافيكية منتقاة، جرى تفكيكها وفقاً للمحاور الثلاثة (المدخلات، المعالجات، المخرجات) وبالاستناد إلى القاعدة العلمية للإطار النظري والمؤشرات المستخلصة منه:

النموذج الأول: الملصق الجرافيكي التوعوي (مواجهة شح المياه وحماية البيئة)



<https://mostaq1.com/portfolio/2400955->

المحور الأول: المدخلات الاستراتيجية والتخطيطي:

لقد سبقت عملية التنفيذ البصري مرحلة تخطيط ذهني رصينة حددت مسار الخطاب البصري:

لقد انطلق المخطط والمصمم من صياغة هدف استراتيجي بناء الهوية الفكرية للمنجز واضح وموحد وهو "الاستدامة المائية". هذا التحديد المسبق منع تشتت الرسالة البصرية وجعل كل عنصر لاحق يخدم هذه الغاية العليا. كما تم تقسيم المدخلات الاستراتيجية إلى تراتبية منطقية تبدأ من القمة العائد الاستراتيجي (صحة، اقتصاد، بيئة)، مروراً بقلب المشكلة (جدلية التحدي والحل)، وصولاً إلى القاعدة التنفيذية (المحاور الخمسة) على وفق هيكلية المحتوى التخطيطي، هذا الترتيب يثبت وجود مخطط هيكلية (Framework) مدروس سلفاً قبل البدء بالتشكيل البصري. فيما تحدد الجمهور المستهدف وصناعة الدافع إذ ركز التخطيط الاستراتيجي للمنجز على إحداث صدمة واعية لدى المتلقي عن طريق إبراز "التحدي" كمهدد للمستقبل البشري، مما يكون حاجة نفسية ومعرفية تدفع المتلقي لتبني "الحل" المطروح في الشق المقابل.

### المحور الثاني: المعالجات التصميمية والبصرية كأدوات تنفيذية:

يمثل هذا المحور مرحلة تحويل المخططات الاستراتيجية النظرية إلى "منجز كرافيكي" ملموس عبر معالجات بصرية واعية عبر الترجمة البصرية للمفاهيم، إذ تجسد التخطيط الاستراتيجي بأبهى صوره في "المركزية البصرية" للمنجز، كما تم اختزال مفهوم "مسؤولية حماية الأرض" بصرياً في مشهد "اليدنين اللتين تحتضانان قطرة الماء وبداخلها الكوكب". هذا التشكيل السريالي الذكي يختصر استراتيجيات بيئية معقدة في رمز بصري واحد عالي التأثير. وعن طريق إدارة التباين الفكري عبر اللون والكتلة بينما تم استخدام المصمم التباين اللوني الحاد (الشق الأيسر الترابي الجاف مقابل الشق الأيمن الأزرق والأخضر الحيوي) كمعالجة جرافيكية واعية لتجسيد الصراع بين الواقع والمأمول. هنا لا يعمل اللون كقيمة جمالية مجردة، بل كدالة استراتيجية لتقسيم محاور الخطاب البصري.

كما الترميز الرقمي والأنظمة الأيقونية الذي يعكس استخدام الأيقونات الدائرية في الأسفل معالجة جرافيكية تهدف إلى "تيسير القراءة السريعة". تحويل مفاهيم معقدة مثل "إعادة الاستخدام" أو "التحلية المستدامة" إلى رموز بصرية مبسطة يساهم في تسريع الفهم وتقليل الجهد الإدراكي للمتلقين. فيما تم توزيع النصوص والكتل في بناءً التوازن الإخراجي والهاموني النصي على وفق ميزان بصري دقيق يمنح العنوان الرئيسي السيادة، ويجعل حركة عين القارئ تنساب بمرونة من أعلى إلى أسفل ومن المركز إلى الأطراف، مما يعكس تحكماً استراتيجياً في تدفق المعلومات.

### المحور الثالث: المخرجات والأثر والاتصال:

يقيس هذا المحور مدى نجاح المنجز التصميمي الجرافيكي في تحقيق الأهداف والاتصال الفعال كأثر مباشر للتخطيط الاستراتيجي، عبر تحقيق كفاءة الاتصال البصري بوصفه المخرج النهائي للمنجز نجاح في تلخيص "خطة استراتيجية علمية" بكل أبعادها في مساحة بصرية واحدة وثابتة، مما يثبت أن التخطيط الاستراتيجي يرفع من القيمة الوظيفية للتصميم ويجعله قادراً على نقل المعرفة المعقدة بوضوح تام. لقد تحقق الأثر السلوكي وتوجيه الفعل في تشكيل العناصر لم يقف المنجز عند حدود الإخبار أو العرض الجمالي، بل استهدف إحداث أثر مستدام عبر الخاتمة الإستراتيجية في الأسفل "ابتكار اليوم.. استدامة الغد" هذا الربط يحفز المتلقي ويجوله من مجرد مشاهد سلبي إلى شريك مستهدف في عملية التغيير. وبفضل البناء الاستراتيجي الرصين جاءت ديمومة الرسالة الجرافيكية، يمتلك هذا المنجز القدرة على العيش والاستمرار كمرجع بصري توعوي، حيث تظل عناصره صالحة للتأثير في المتلقي لفترات طويلة، وهو الأثر الأسمى الذي يبحث عنه التخطيط الاستراتيجي في بيئة التصميم الجرافيكي المعاصر.

النموذج الثاني: غلاف مجلة (الشبكة) لقناة العراقية.



[/https://www.facebook.com/fbsa.iraq](https://www.facebook.com/fbsa.iraq)

المحور الأول: المدخلات الاستراتيجية والتخطيطية:

يمثل الغلاف المجلة في وثيقة اتصالية خاضعة لتخطيط مسبق من قبل المؤسسة الإعلامية والمصمم لبناء خطاب وطني واقتصادي موجه، ويتضح ذلك عن طريق الاستشراف والتوجيه الزمني، إذ اختيار التخطيط الاستراتيجي هنا لم يكن لتوثيق حدث ماضي، بل لصناعة رؤية مستقبلية مرسومة في العنوان الرئيسي (العراق 2035: مالية عامة متنوعة وأفق اقتصادي جديد) هذا التحديد الزمني (2035) يمثل مدخلاً تخطيطياً يعكس تبني التصميم لأجندة التنمية المستدامة للدولة. مع الاخذ بنظر الاعتبار تكامل المحاور الفرعية مع الرؤية الكلية إذ تم توظيف العناوين (المانشيتات) الثانوية أعلى اليمين (العراق في قلب معادلة أوبك+)، وأفق اقتصادي) لتدعيم الفكرة المركزية المحركة للغلاف. هذا البناء الفكري يعكس وجود سياسة تحريرية وتخطيطية واعية تهدف إلى إبراز ثقل العراق الجيوسياسي والاقتصادي، ومن ناحية التأطير المؤسسي فقد تم وضع الشعار أو الختم الرسمي الأحمر أسفل اليمين يمثل مدخلاً تخطيطياً لإضفاء الصبغة الرسمية والموثوقة على البيانات والرؤى المطروحة في المنجز الجغرافي.

المحور الثاني: المعالجات التصميمية والبصرية كأدوات تنفيذية:

في هذا المحور، تحولت الأهداف التخطيطية النظرية إلى معالجات جرافيكية مركبة ورمزية بالغة الدلالة داخل مساحة الغلاف إذ تم الدمج الطبقي للمفاهيم وفي نجاح المصمم في دمج ثلاثة عناصر بصرية معقدة في فضاء واحد بأسلوب ال (Double Exposure/Overlapping): أما الخريطة الجغرافية والخطوط البيانية، فأن المخططات الرقمية الصاعدة الممتدة فوق مياه الخليج ومضيق هرمز تعكس معالجة ذكية لربط الجغرافيا بالمالية والاقتصاد العالمي. وأن ناقلة النفط/البضائع الضخمة، تمثل الكتلة

الأكبر في أسفل التصميم بحركتها المندفعة نحو الأمام، كرمز بصرية فوري لـ (النمو، والتدفق المالي، وحركة التجارة الصاعدة). كما جاء الترميز المعماري والسيادي المستدام، إذ برزت المعالجة في وضع برج البنك المركزي العراقي (أيقونة المعمارية الراحلة زها حديد) في الشق الأيسر متناعماً مع حركة العلم العراقي المرفرف. هذا الاختيار الجرافيكي لا يمثل مجرد معمار تزييني، بل هو رمز استراتيجي لـ (الاستقرار المالي، والحداثة، والتخطيط الاقتصادي الرصين) للمستقبل.

لقد جاءت الدلالة اللونية الموجهة للتعبير عن هيمنة اللون الأزرق البحري العميق تمنح الغلاف إيحاءً بالثقة، والعمق، والاستقرار المستقبلي. بينما جاء استخدام اللون الأحمر في كلمة (العراق 2035) لإحداث بؤرة جذب بصرية أولى تكسر برودة الأزرق وتلفت انتباه القارئ فوراً للعنوان الاستراتيجي.

لقد حددت التراتبية البصرية بدكاء لتأثير الكواشف الطباعية في اسم المجلة (الشبكة) في الأعلى بهويته الثابتة، يليه العنوان الاقتصادي الاستراتيجي في الأسفل بخط أبيض عريض ومستقر، مما حقق توازناً كتلويماً بين أعلى الغلاف وأسفله.

### المحور الثالث: المخرجات والأثر والاتصال:

يتحدد عبر هذا المحور القيمة الوظيفية والاتصالية للمنجز الجرافيكي بعد خروجه للمتلقي كمنتج نهائي، يمثل صناعة الطمأنينة الاقتصادية والثقة بالدولة، وما يقدمه الأثر الفوري لهذا المخرج الجرافيكي هو إرسال رسائل طمأنينة وإيجابية للمجتمع والنخب الأكاديمية والاستثمارية حول مستقبل البلاد المالي. التصميم بمخرجاته الحداثيّة يتعد عن إبراز الأزمات لينتقل بالمتلقي إلى التفكير الاستراتيجي التنموي. بينما ظهرت فاعلية الكفاءة الاتصالية لغلاف المجلة، إذ نجح المنجز في اختزال ملف اقتصادي معقد وحيوي (المالية المتنوعة، أوبك+)، الرؤية المستقبلية (2035) في توليفة بصرية جذابة تؤدي وظيفتها التسويقية والمعرفية على رفوف العرض أو المنصات الرقمية في ثوانٍ معدودة. كما يمثل هذا المخرج علامة فارقة للصحافة العراقية (الوصول للعدد 500 في عام 2026) في التوثيق التاريخي الرقم، إذ تضافر التخطيط الجرافيكي مع المناسبة الاحتفالية ليخرج المنجز كقطعة توثيقية تعبر عن نضج الخطاب الإعلامي العراقي وقدرته على محاكاة لغة التصميم العالمية المعاصرة.

النموذج الثالث: الهوية والمنجز البصري لـ (مكتب الرقابة والتدقيق المالي الحكومي)



<https://www.facebook.com/fbsa.iraq>

المحور الأول: المدخلات الاستراتيجية والتخطيطية:

يتأسس تصميم هذا الشعار في أعلى محددات استراتيجية واضحة تعكس فلسفة وجود المؤسسة الرقابية وأهدافها العليا كالمرجعية الدستورية والسيادية، إذ يظهر التخطيط المسبق في تأطير الشعار بـ "خريطة العراق"، وهو مدخل استراتيجي لتحديد النطاق الجغرافي والسيادي لسلطة الديوان الرقابية على امتداد الدولة. وأن المرجعية الفلسفية والقيمية تتبني الآية القرآنية الكريمة في الأعلى ((قال اجعلني على خزائن الأرض إني حفيظ عليم)) كقاعدة تخطيطية وتشريعية عليا للخطاب المؤسسي، لتحديد هوية موظف الرقابة (الحفظ والعلم) وبناء أساس قيمي يعزز النزاهة والأمانة. كما أن تحديد الوظيفة الجوهرية للجهة المستفيدة تطلبت المدخلات التخطيطية إبراز المهام الأساسية لديوان الرقابة وهي: (الرقابة، والتدقيق، والعدالة، والمحافظة على المال العام). هذه المفاهيم شكلت حجر الزاوية الذي انبثقت منه المعالجة البصرية لاحقاً.

المحور الثاني: المعالجات التصميمية والبصرية كأدوات تنفيذية:

تمت ترجمة المدخلات الاستراتيجية السابقة في الملف عبر توليفة من الرموز الجغرافية المركبة التي تؤدي وظائف دلالية محددة منها الترميم الرمزي المركب عبر نجاح المصمم في دمج ثلاثة عناصر بصرية دالة في بؤرة مركزية واحدة، فالعين ترمز إلى "الرقابة، البقطة، والتدقيق والمتابعة المستمرة". أما العدسة المكبرة (مع القلم كيد للعدسة) فأشما تمثل بؤرة العين وتؤكد على وظيفة "الفحص الدقيق، التحقيق المالي، والتوثيق والكتابة برصانة". بينما نجد ميزان العدالة يمتد على جانبي العين ليرمز إلى "النزاهة، الموازنة المالية الصحيحة، والعدالة القانونية".

جاء تأطير السيادة الجغرافية والخلفية في وضع خريطة العراق كخلفية خطية خضراء اللون تحتضن العناصر الرقابية، في معالجة جرافيكية تضمن عدم تشويش تفاصيل الخريطة على الرموز الأمامية، مع الحفاظ على دلالة الشمولية الوطنية. وفي مجال التوازن والتماثل البصري اعتمد التصميم على "التماثل التام" حول المحور الرأسي (كفتي الميزان على اليمين واليسار، وتوسط العين والقلم)، وهي معالجة مقصودة لبث شعور بالاستقرار، الرصانة، والاستقامة التي تتطلبها المؤسسات القضائية والرقابية.

لقد تحقق التأنيث الخطي والطباعي عبر ما كتبت الآية الكريمة في الأعلى بخط عربي تراثي منحني يتماشى مع انحناء الإطار الدائري الخارجي للشعار. كما ذكر اسم المؤسسة في الأسفل باللغتين العربية والإنجليزية (جمهورية العراق - ديوان الرقابة المالية الاتحادية) مع ذكر تاريخ التأسيس الهجري والميلادي، ليعكس قاعدة بصرية متينة ومستقرة تدعم الشعار من الأسفل.

### المحور الثالث: المخرجات والأثر والاتصال:

يحدد هذا المحور مدى نجاح الشعار كمنجز جرافيكى نهائي في تحقيق أهدافه الاتصالية داخل وخارج المؤسسة ووفقاً لبناء الهوية البصرية السيادية، إذ يمثل الشعار مخرجاً جرافيكياً ناجحاً يمنح ديوان الرقابة هويته المستقلة والبصمة الرسمية التي تُحتم بها التقارير المالية الحساسة، مما يمنحها سلطة اعتبارية وقانونية فورية بمجرد النظر للشعار. مع الأخذ بنظر الاعتبار دور الاتصال الرمزي السريع، وبفضل وضوح الرموز المستخدمة (العين، الميزان، الخريطة)، يحقق المنجز كفاءة اتصال عالية مع الجمهور؛ إذ يفهم المواطن أو الموظف مباشرة أن هذه الجهة مسؤولة عن حماية ثروات البلاد وتحقيق العدالة المالية دون الحاجة لقراءة نصوص تفسيرية مطولة. وهذا يمثل تعزيز ديمومة الثقة المؤسسية إذ نجد إن دمج البعد الديني (الآية) مع البعد الوطني (الخريطة) والبعد المهني (الميزان والعين) يترك أثراً نفسياً عميقاً لدى المتلقي يعزز من هيبة المؤسسة، ويؤكد على استدامة قيم النزاهة ومكافحة الفساد عبر الأجيال.

### الفصل الرابع

#### نتائج البحث ومناقشتها، الاستنتاجات، والتوصيات

أولاً: نتائج البحث ومناقشتها: بناءً على عملية التحليل الإجمالي والتفكيك البصري للنماذج المختارة، أسفر البحث عن مجموعة من النتائج العلمية النابعة من واقع الدراسة التطبيقية، وجرى مناقشتها كالاتي:

1- تحول المنجز الجرافيكى من القيمة الجمالية إلى الأداة الاستراتيجية، أظهرت نتائج التحليل أن المنجز الجرافيكى الذي يستند إلى تخطيط مسبق يتجاوز الوظيفة التزيينية ليصبح أداة سيادية وتوعوية قادرة على دعم الرؤى الوطنية، وتحقيق الامتثال التنظيمي والربحية والاستدامة عبر شتى القطاعات الحيوية (الحكومية، والتجارية، والتوعوية).

2- فاعلية الاختزال وتوظيف الرموز البيئية والتاريخية تمثل نظرة استراتيجية، أثبتت معالجة النماذج التطبيقية أن استعارة الرموز الموروثة محلياً وبثها بأسلوب "الألوان الصلبة" والتجريد المبسط، يساهم بشكل مباشر في سرعة فك الشفرة الدلالية لدى المتلقي، مما يحقق "النسق العلائقي والاتصالي" المطلوب دون تشتيت بصري ترتقي فيه المفردات الجرافيكية كخطط استراتيجية تعكسها التوازنات البصرية القائمة على نسق الخطاب البصري.

3- أهمية نظريات الإدراك في تحقيق الاستقرار البصري، كشفت مناقشة نماذج العينات أن توظيف مبادئ نظرية الجشتمالت (مثل الشكل والأرضية، والإغلاق) يعزز من قوة الهويات المؤسسية والأكاديمية، ويمنح المنجز ثباتاً واتساقاً يسهل تطبيقه عبر المنصات الرقمية والمطبوعة كخطط استراتيجية، مما يقلل المخاطر التسويقية والتشغيلية بوصفها عملية للتخطيط الاستراتيجي منظم.

4- التأثير المباشر للتنظيم الهرمي على العائد من التصميم، بينت نتائج التحليل (خاصة في التغليف الدوائي والتقارير الرقابية) أن الترتيب المنظم للمادة العلمية والبيانات المالية وبث الطمأنينة عبر الألوان المدروسة يوفر الوقت والجهد في التنفيذ، ويؤدي إلى زيادة كفاءة الأداء العام والربحية التنافسية في السوق المحلية وهو تخطيط مستقبلي استراتيجي.

**ثانياً: الاستنتاجات:** في ضوء النتائج التي أسفرت عنها الدراسة التطبيقية، يخلص الباحث إلى الاستنتاجات الآتية:

1- المنجز الجرافيكي المعاصر لا يمكن أن يحقق ديمومته واستدامته في البيئة الخارجية دون الارتكاز على قاعدة تخطيطية استراتيجية واضحة ومبسطة. (Design Brief)

2- التكامل والتجانس بين مستويات التخطيط ينبع من (المؤسسي الكلي، وتكتيك الأقسام، والتشغيلي اليومي للمصممين) يحمي المنشأة من الهدر المالي ويحقق أقصى استفادة من الموارد البصرية المتاحة.

3- التصميم الجرافيكي استراتيجياً يتوقف نجاحه بين ما يرتبط بقدرته على المرونة والاستجابة السريعة للمتغيرات الحكومية والاقتصادية المفاجئة، ويمدى تحقيقه للأثر السلوكي والفكري المنشود لدى الجمهور المستهدف.

**ثالثاً: التوصيات:** بناءً على ما توصل إليه البحث من نتائج واستنتاجات، يوصي الباحث بالآتي:

1- إلزام الأقسام الأكاديمية المتخصصة في الفنون والتصميم بإدراج أطر التخطيط والإدارة الاستراتيجية كجزء أساسي من المناهج التعليمية لربط المخرج الأكاديمي بمتطلبات السوق.

2- توجيه المؤسسات والهيئات (الحكومية والخاصة) بضرورة إعداد استمارات تحليل وتحليل موقعي (SWOT) بصرية قبل البدء في تصميم أو تعديل هويتها البصرية لضمان مطابقتها لأهدافها بعيدة المدى.

3- حث المصممين على توظيف الرموز الثقافية والتاريخية المحلية وإعادة إنتاجها بقوالب معاصرة لتعزيز التواصل المجتمعي والإنساني وحفظ الهوية الوطنية في التصاميم المعاصرة.

المصادر العربية:

1. البارودي، أ. م. (2021). الإدارة الاستراتيجية الحديثة: منظور متكامل. القاهرة: دار الفكر العربي للنشر والتوزيع.

2. الدوري، ز. (2020). مطلق. الإدارة الاستراتيجية: مفاهيم وحالات تطبيقية. عمان: دار اليازوري العلمية.

3. الرشيد، ز. ح. (2022). التخطيط البصري في التصميم الإعلاني. بيروت: دار الكتب العلمية.

4. السامرائي, م. ص. (2020). إدارة الإنتاج التصميمي والعمليات البصرية .عمان: دار المناهج للنشر.
5. العزاوي, ن. (2019). إدارة الجودة الشاملة والاستراتيجيات الحديثة .عمان: دار اليازوري العلمية.
6. العساف, ص. ب. (2019). المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية .الرياض: دار الزهراء للنشر والتوزيع.
7. العلاق, ب. ع. (2022). استراتيجيات التسويق والتصميم الحديث .عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
8. الغالي, ط. م. (2021). الإدارة الاستراتيجية: منظور منهجي متكامل .عمان: دار وائل للنشر.
9. الفضل, م. و. (2021). الاتصال البصري وفنون الإعلان الحديث .عمان: دار اليازوري العلمية للنشر.
10. القطامين, أ. (2020). الإدارة الاستراتيجية: حالات ونماذج تطبيقية .عمان: دار مجدلاوي للنشر.
11. المغربي, ع. ا. (2019). الإدارة الاستراتيجية لقياس الأداء التنافسي .المنصورة: المكتبة العصرية.
12. الهواري, م. ع. (2005). المعجم الإداري .القاهرة: دار الفكر العربي.
13. بهنسي, ع. (2019). الفلسفة الجمالية في الفنون البصرية .دمشق: دار الفكر للنشر والتوزيع.
14. تريسي, ب. (2018). ارسم مستقبلك بنفسك .الرياض: مكتبة جرير.
15. حرير, ح. (2021). مبادئ الإدارة الحديثة: النظريات والوظائف .عمان: دار الحامد للطباعة والنشر.
16. عبدالحميد, ش. (2021). العملية الإبداعية في التصميم الجرافيكي .عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
17. قنديلجي, ع. إ. (2021). البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات .عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
18. ماهر, أ. (2022). الدليل الاستراتيجي لتخطيط المنظمات .الإسكندرية: الدار الجامعية.
19. محمد, أ. س. (2010). الإدارة الاستراتيجية .القاهرة: دار المعرفة للنشر والتوزيع.
20. ملحم, س. م. (2020). مناهج البحث في التربية وعلم النفس .عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

المصادر الأجنبية:

1. Aaker, D. A. (2020). *Strategic Market Management*. New York: John Wiley & Sons .

2. Armstrong, G. &. (2020). *Philip. Marketing: An Introduction*. London: Pearson Education.
3. Best, K. (2019). *Design Management: Strategy and Practice*. London: Bloomsbury Publishing.
4. Best, R. J. (2019). *Market-Based Management: Strategies for Growing Value*. London: Routledge.
5. Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* . Los Angeles: SAGE Publications.
6. David, F. R. (2020). *Strategic Management: Concepts and Cases*. New York: Pearson Education.
7. Kaplan, R. S. (2019). *The Strategy-Focused Organization*. Boston: Harvard Business School Press.
8. Landa, R. (2021). *Graphic Design Solutions*. Boston: Cengage Learning.
9. Lockwood, T. (2019). *Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value*. . New York: Allworth Press.
10. Mintzberg, H. (2017). *The Rise and Fall of Strategic Planning*. New York: Free Press.
11. Phillips, P. L. (2018). *Creating the Perfect Design Brief: How to Manage Design for Strategic Advantage*. New York: Allworth Press.
12. Porter, M. E. (2018). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors* . New York: The Free Press.

- 13.Thompson, A. A. (2021). *Crafting and Executing Strategy*. Boston: McGraw-Hill.
- 14.Wheelen, T. L. (2018). *Strategic Management and Business Policy*. New Jersey: Prentice Hall.
- 15.Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. New Jersey: John Wiley & Sons.



Issue - 27 - Part 1- July - 2026 - Year 5

Refereed Quarterly Scientific Journal

# American International Journal of Humanities and Social Sciences

ISSUED BY AMERICAN INTERNATIONAL ACADEMY  
FOR HIGHER EDUCATION AND TRAINING

QUARTERLY JOURNAL ON HUMANITARIAN  
AND SOCIAL AFFAIRS

( ISSN ) Electronic ( 4806 - 3085 ) / ( ISSN ) Paper ( 4830 - 3085 )

Legal deposit number in the Moroccan National Library ( 2025PE00006 )

Legal deposit number in the Iraq National Library and Archives ( 2735 )



Journal Website : <https://iajphss.us/>