

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ

صدق الله العظيم

سورة هود آية : ٨٨

شكر وتقدير

أشكر الله سبحانه وتعالى بعدد خلقه ، ومداد كلماته ، وزنة عرشه ، ونور وجهه الكريم .

وأتوجه بالشكر ، والدعاء لكل من ساهم بجهد في هذه الرسالة ، وكل من قدم لي يد العون .

وأقدم الشكر الجزيل ، والاعتراف بالجميل إلى أستاذي الجليل أ.د. أشرف صالح ، فقد امتلأت فخرا ، وشرفا بعد إشرافه على رسالتي الماجستير ، والدكتوراه ، فدائما كان يشجعني على إنهاء رسالتي ، ويحثني على المضي قدما ، فهو لم يبخل علي قط بعلمه الغزير ، ونصائحه الغالية .

كما أتوجه بالشكر إلى مشرفتي ، وأستاذتي الجميلة د.سلوى التي دائما أشعر بحرصها عليّ ؛ ولذا أتوجه لها بأسمى معاني الشكر ، والعرفان ، وكل الحب ، فقد أضافت لي الكثير من شخصيتها الجميلة ، فخالص التحية ، والتقدير ، والاحترام .

كل الشكر والتقدير إلى أساتذة لجنة المناقشة لتكرمهم بمناقشة تلك الرسالة : أ.د. محمود يسري ، أستاذ متفرغ بقسم الطباعة والنشر والتفريغ بكلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، فمناقشته لي تزيد الرسالة ثراءً بعلمه الغزير ، فدعائي لسيادته بدوام الصحة ، والعافية .

أ.د . هبة شاهين ، أستاذ ورئيس قسم علوم الاتصال والإعلام بكلية الآداب جامعة عين شمس ، أستاذتي الجميلة د.هبة أقدم لك كل مشاعر الحب ، والتقدير ، فقد بثت بنا معاني الحب والأخوة في قسمنا العزيز ، وجعلت هذا القسم يعود شامخا من جديد في سماء جامعة عين شمس .

وأحب أن أتوجه بخالص شكري ، وتقديري لزملائي ، وأصدقائي ، وأخوتي وأستاذتي بقسم علوم الاتصال والإعلام ، وأخص بالشكر أستاذتي القديرة أ.د. سوزان القليني التي تتلمذت على يديها ، وأرست بي حب الإعلام ، كما أخص أختي ، وصديقتي الأستاذة شيماء عز الدين ، والأستاذة رالا .

أشكر الأساتذة محمود مكاوي سكرتير تحرير بمؤسسة الأهرام ، الأستاذ محمد صلاح نائب رئيس تحرير مجلة الشباب والمشرّف الفني ، وأستاذي القدير د. عصام فرج ، وأ. نبيل السجيني ، أ. محي الدين عبد الغفار ، أ. ابتسام طه ، ود. بسام عبد الستار ، د. محمد السيد لمراجعته الرسالة لغويا .
أشكر جميع أفراد عائلتي وأسرتي وأخص بالشكر والديّ .
أمي الحبيبة أتقدم لها بالدعاء بدوام الصحة ، وطول العمر ، فدائما تدعمني بدعواتها المستجابة ، ووقفت جانبي منذ طفولتي وحتى أنهيت رسالة الدكتوراه .
أنهي الشكر لجميع السادة الحضور ، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين .



كلية الآداب
قسم علوم الاتصال والإعلام

العوامل المؤثرة في تصميم الإعلانات بالمجلات النسائية المطبوعة
المصرية والأجنبية وعلاقته بتفضيلات الجمهور
(دراسة مقارنة)
مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه

إعداد

شيرين محمد أحمد أحمد عمر
مدرس مساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام

إشراف

د. سلوى سليمان
مدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام
بكلية الآداب - جامعة عين شمس

أ.د. : أشرف صالح
أستاذ الإخراج الصحفي
بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

٢٠١٤م



Ain Shams University
The Faculty Of Arts
Mass Communication Department

Thesis entitled :

**Factors influencing the design of women's printed
magazines ads Egyptian and Foreign
Comparative Study**

Prepared by :

Shereen Mohamed Ahmed Ahmed Omer

An assistant instructor in Department Of Mass Communication

Supervision By

Ashraf Saleh

Prof. of Press layout
At the faculty of Mass
Communication In Cairo University

Salwa Sliman

Teacher at the faculty of Arts
Department Of Mass Communication
Ain Shams University

2014

المقدمة :

تعد الإعلانات من الأنشطة التي لها دور بارز في التعريف بالشركات ، وتاريخها وعرض منتجاتها ، وتتعدد الوسائل الإعلانية ما بين الصحف والمجلات والسينما والراديو والتلفزيون وإعلانات الطرق والإنترنت إلخ ؛ ولذا يجب على المعلن اختيار الوسيلة المناسبة بما يتوافق مع الجمهور المستهدف ، وطبيعة الرسالة الإعلانية ، والإعلانات المطبوعة أكثر فاعلية في سرد التفاصيل التي تحتاج الجهة المعلنه إلى توصيلها للقارئ ، وتتميز بإمكانية التعامل معها في أي مكان وزمان .

إن تحرير وتصميم الإعلانات عملية معقدة ؛ لأن الشكل يرتبط بالمضمون ارتباطا وثيقا ، ففي حالة تحرير الإعلانات ، وتصميمها بشكل غير جذاب للقارئ لا تؤدي الغرض منها ، والعكس صحيح ؛ ولذا يجب الاهتمام بشكل ومضمون الإعلانات اهتماما بالغا ؛ لأنها تعكس مكانة الشركة، وتؤثر على صورتها الذهنية . وتصميم الإعلانات عملية إبداعية تستند إلى مبادئ فنية ونفسية هدفها إنتاج إعلانات جذابة للانتباه ، ومؤثرة في سلوك المتلقي ، و يختص فن تصميم الإعلانات بتقديمها على نحو مناسب للقارئ من ناحية ، وكونها ملائمة للإمكانيات المادية للشركة من ناحية أخرى ؛ ولذا فمن الضروري أن يكون لدى مصمم الإعلانات حس جمالي مرهف ، وثقافة فنية عالية حتى يمكنه توصيل رسالة إعلانية للقارئ بشكل جذاب وجميل ومفهوم في وقت واحد .

وتتعدد العناصر المكونة للإعلان الصحفي ما بين عناصر تيبوغرافية ، والتي تضم العناوين والنصوص الإعلانية والشعارات اللفظية ، والعناصر الجرافيكية والتي تشمل الصور والألوان والعلامات التجارية ؛ ولذا فمن الضروري دراسة تلك العناصر بشكل دقيق ومعرفة تفضيلات الجمهور لها ، وهذا ما تحاول الدراسة الحالية القيام به .

وتبدأ هذه الدراسة بالفصل المنهجي الذي يوضح الخطوات المنهجية لها، ويتناول الفصل الثاني أسس وأساليب تصميم الإعلانات ، ثم الفصل الثالث يركز على العناصر الجرافيكية بها ، ويهتم الفصل الرابع بدراسة العناصر التيبوغرافية في

إعلانات المجالات المدروسة ، والفصل الخامس يعرض النتائج العامة للدراسة الميدانية واختبارات الفروض ، ثم مناقشة نتائج الدراسة في الفصل السادس .

فهرس الموضوعات

الموضوع	رقم الصفحة
الفصل الأول : الإطار المنهجي	١
الدراسات السابقة	٢
المشكلة البحثية	٣٨
أهمية الدراسة	٣٩
أهداف الدراسة	٤٠
الفروض والتساؤلات	٤٠
الإجراءات المنهجية	٤٢
الفصل الثاني : تصميم الإعلانات	٥٥
المبحث الأول : أسس التصميم في الإعلانات	٥٦
المبحث الثاني : أساليب تصميم الإعلانات	٨٢
الفصل الثالث : العناصر التيبوغرافية	١٣٢
المبحث الأول : العناوين في الإعلانات الصحفية	١٣٣
المبحث الثاني : النص في الإعلانات الصحفية	١٦٢
المبحث الثالث : الشعار اللفظي في الإعلانات Slogan	٢٠٧
الفصل الرابع : العناصر الجرافيكية	٢٢٦
المبحث الأول : الصور في الإعلانات الصحفية	٢٢٧
المبحث الثاني : اللون في الإعلانات الصحفية	٢٧٣
المبحث الثالث : العلامة التجارية في الإعلانات الصحفية Logo	٣٠١
الفصل الخامس : نتائج الدراسة الميدانية	٣٣٠
المبحث الأول : النتائج العامة للدراسة الميدانية	٣٣١
المبحث الثاني : نتائج اختبارات الفروض	٣٤٩
الفصل السادس : مناقشة نتائج الدراسة	٤٥٣
المراجع	٤٨٢
الملاحق	٤٩٦

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوانه	رقم الشكل
٥٨	إعلان من مجلة نصف الدنيا استخدم فيه المصمم الفراغ ليجعل من الإعلان كتلة واحدة	١
٥٩	إعلان من مجلة زهرة الخليج استخدم فيه المصمم الفراغ ليجعل من الإعلان كتلة واحدة	٢
٦٠	إعلان من مجلة ماري فرانس استخدم فيه المصمم البياض ليجعل من الإعلان كتلة واحدة	٣
٦٢	مسار حركة عين القارئ الغربي	٤
٦٣	اتجاه حركة الصورة الخاطئ بمجلة نصف الدنيا	٥
٦٣	اتجاه حركة الصورة الخاطئ بمجلة زهرة الخليج	٦
٦٧	التوازن الشكلي في أحد الإعلانات بمجلة نصف الدنيا	٧
٦٨	التوازن الشكلي في أحد الإعلانات بمجلة زهرة الخليج	٨
٦٨	التوازن الشكلي في أحد الإعلانات بمجلة إن إستانيل	٩
٦٩	التوازن غير المتمثل في أحد الإعلانات بمجلة إن إستانيل	١٠
٧٢	التباين من خلال استخدام درجات لونية في إعلان بمجلة حواء	١١
٧٤	أساس البساطة في إعلان بمجلة زهرة الخليج	١٢
٧٤	أساس البساطة بأحد إعلانات مجلة إن إستانيل	١٣
٧٥	أحد الإعلانات بمجلة نصف الدنيا التي لا تتسم بالبساطة	١٤
٧٥	أحد الإعلانات بمجلة حواء التي لا تتسم بالبساطة في تصميمها	١٥
٧٧	أحد الإعلانات بمجلة حواء استخدم فيها المصمم تكرار دوائر لتحقيق الإيقاع	١٦
٧٨	الإيقاع غير الرتيب بأحد الإعلانات بمجلة نصف الدنيا	١٧
٧٨	إعلان بمجلة زهرة الخليج به تكرار دوائر لتحقيق الإيقاع الرتيب	١٨
٧٩	إعلان به الإيقاع التبادلي بمجلة جلامور	١٩
٨٠	أحد الإعلانات بمجلة ماري فرانس به إيقاع غير الرتيب	٢٠

٢١	أحد الإعلانات بمجلة إن إستانيل به إيفاع غير رتيب	٨٠
٢٢	تصميم نافذة الصورة في أحد الإعلانات بمجلة حواء	٨٥
٢٣	تصميم نافذة الصورة في أحد الإعلانات بمجلة نصف الدنيا	٨٦
٢٤	تصميم نافذة الصورة في أحد الإعلانات بمجلة زهرة الخليج	٨٦
٢٥	تصميم موندريان في أحد الإعلانات بمجلة نصف الدنيا	٨٩
٢٦	تصميم موندريان مبتكر في أحد الإعلانات بمجلة زهرة الخليج	٨٩
٢٧	تصميم موندريان في أحد الإعلانات بمجلة إن إستانيل	٩٠
٢٨	كيفية استخدام البياض في أحد الإعلانات المصممة بأسلوب الصورة المجسمة بمجلة إن إستانيل	٩٢
٢٩	تصميم الصورة المجسمة في أحد الإعلانات بمجلة زهرة الخليج	٩٣
٣٠	تصميم الصورة المجسمة في أحد الإعلانات بمجلة جلامور	٩٣
٣١	تصميم الصورة المجسمة في أحد الإعلانات بمجلة إن إستانيل	٩٤
٣٢	تصميم الإطار في أحد الإعلانات بمجلة نصف الدنيا ، ولكنه إطار غير كامل الأضلاع	٩٦
٣٣	تصميم الإطار في أحد الإعلانات بمجلة زهرة الخليج ، ولكنه إطار مكتمل	٩٧
٣٤	تصميم الإطار في أحد الإعلانات بمجلة سيدتي	٩٨
٣٥	تصميم الإطار في أحد الإعلانات بمجلة إن إستانيل	٩٨
٣٦	تصميم الوحدات المتعددة في أحد الإعلانات بمجلة زهرة الخليج	١٠٠
٣٧	تصميم الوحدات المتعددة في أحد الإعلانات بمجلة سيدتي	١٠١
٣٨	تصميم الوحدات المتعددة في أحد الإعلانات بمجلة جلامور	١٠٢
٣٩	أحد الإعلانات بمجلة إن إستانيل التي تستخدم أسلوب الوحدات المتعددة	١٠٣
٤٠	إعلان يعتمد المصمم في تصميمه على أسلوب النص الثقيل بمجلة حواء	١٠٥
٤١	إعلان يعتمد المصمم في تصميمه على أسلوب النص الثقيل بمجلة نصف الدنيا	١٠٦
٤٢	إعلان يعتمد المصمم في تصميمه على أسلوب النص الثقيل بمجلة جلامور	١٠٦
٤٣	إعلان يعتمد المصمم في تصميمه على أسلوب النص الثقيل بمجلة إن	١٠٧

	إستاييل	
١٠٨	إعلان يعتمد المصمم في تصميمه على أسلوب شخصية الحرف بمجلة سيدتي	٤٤
١٠٩	إعلانا بمجلة جلامور يعتمد المصمم في تصميمه على أسلوب شخصية الحرف	٤٥
١١٠	إعلان بمجلة حواء يعتمد المصمم في تصميمه على أسلوب السيرك	٤٦
١١٠	إعلان بمجلة سيدتي يعتمد المصمم في تصميمه على أسلوب السيرك	٤٧
١١١	إعلان بمجلة إن إستاييل يعتمد المصمم في تصميمه على أسلوب السيرك	٤٨
١١٢	إعلان استخدم فيه المصمم أسلوب اللغز بمجلة إن إستاييل	٤٩
١١٣	إعلان استخدم المصمم تصميم الحروف الأبجدية بمجلة زهرة الخليج	٥٠
١١٤	إعلان بمجلة ماري فرانس يعتمد المصمم في تصميمه على الحروف الابدئية	٥١
١١٥	إعلان بمجلة إن إستاييل يعتمد المصمم في تصميمه على تصميم الحروف الأبجدية	٥٢
١١٦	إعلان يستخدم أسلوب الإطار وأسلوب نافذة الصورة وأسلوب الصورة المجسمة بمجلة إن إستاييل	٥٣
١١٦	بمجلة سيدتي يستخدم أسلوب نافذة الصورة وأسلوب الصورة المجسمة	٥٤
١١٧	إعلانا بمجلة نصف الدنيا يجمع بين أسلوب نافذة الصورة وأسلوب موندريان	٥٥
١١٧	إعلانا في مجلة إن إستاييل يجمع بين أسلوب الحروف الأبجدية وأسلوب نافذة الصورة	٥٦
١١٨	أحد الإعلانات بمجلة إن إستاييل يجمع بين أسلوب موندريان ونافذة الصورة	٥٧
١٢٣	أحد الإعلانات بمجلة جلامور عن ملابس يستخدم أسلوب نافذة الصورة	٥٨
١٢٣	أحد الإعلانات بمجلة زهرة الخليج عن مجوهرات يستخدم أسلوب الصورة المجسمة	٥٩
١٢٤	إعلان يجمع بين نافذة الصورة والصورة المجسمة بمجلة إن إستاييل	٦٠
١٢٤	إعلان عن خدمة بنكية به تصميم نافذة الصورة في مجلة نصف الدنيا	٦١

٦٢	عنوان على اتساع ٢٥% من مساحة الإعلان في مجلة جلامور	١٤١
٦٣	عنوان على اتساع ٥٠% في مجلة سيدتي	١٤٢
٦٤	عنوان اتساعه ٧٥% في مجلة حواء	١٤٢
٦٥	عنوان اتساعه ٧٥% في مجلة جلامور	١٤٢
٦٦	عنوان اتساعه بعرض صفحة الإعلان كاملة في مجلة نصف الدنيا	١٤٢
٦٧	عنوان اتساعه بعرض صفحة الإعلان كاملة في مجلة زهرة الخليج	١٤٣
٦٨	عناوين رأسية يتم نشرها على اتساع ضيق في مجلة زهرة الخليج	١٤٣
٦٩	شكل العنوان الرأسي في الإعلان في مجلة إن إستانيل	١٤٤
٧٠	العنوان المائل في مجلة نصف الدنيا	١٤٥
٧١	الطراز المنطلق من اليمين في مجلة زهرة الخليج	١٤٦
٧٢	الطراز المنطلق من اليسار في مجلة سيدتي	١٤٦
٧٣	الطراز المتوسط في مجلة ماري فرانس	١٤٧
٧٤	الطراز الهرمي المقلوب في مجلة حواء	١٤٧
٧٥	الطراز الهرمي المعتدل في مجلة حواء	١٤٧
٧٦	الطراز المتدرج في مجلة ماري فرانس	١٤٧
٧٧	خط بيروت في مجلة حواء	١٤٩
٧٨	خط Hopo STD في مجلة حواء	١٤٩
٧٩	خط ديواني في مجلة حواء	١٤٩
٨٠	خط Helvetica CY في مجلة حواء	١٤٩
٨١	خط إيهاب في مجلة حواء	١٥٠
٨٢	خط Stencial STD في مجلة نصف الدنيا	١٥٠
٨٣	خط النقطة في مجلة نصف الدنيا	١٥٠
٨٤	خط GE Gareda في مجلة نصف الدنيا	١٥٠
٨٥	خط AXT مشطور في مجلة نصف الدنيا	١٥٠
٨٦	خط Gess two في مجلة سيدتي	١٥١
٨٧	خط Gess في مجلة سيدتي	١٥١
٨٨	خط Gess three في مجلة سيدتي	١٥١
٨٩	خط Ext Nawal في مجلة سيدتي	١٥١

٩٠	خط Ge dinar two في مجلة سيدتي	١٥٢
٩١	خط Ge elegant في مجلة سيدتي	١٥٢
٩٢	خط Ge Khalil في مجلة زهرة الخليج	١٥٢
٩٣	خط Gs Hill في كلمة منزل وباقي العنوان بخط Gess في مجلة زهرة الخليج	١٥٢
٩٤	خط اليد وهو مكتوب من خلال برنامج ال Photoshop في مجلة زهرة الخليج	١٥٣
٩٥	خط فاطمي في مجلة زهرة الخليج	١٥٣
٩٦	خط Ge dinar two في مجلة زهرة الخليج	١٥٣
٩٧	خط Ge Dinar one في مجلة زهرة الخليج	١٥٣
٩٨	الحروف غير المسننة في مجلة إن إستايل	١٥٥
٩٩	الحروف المسننة في مجلة ماري فرانس	١٥٥
١٠٠	عنوان حجم حروفه كبيرة في مجلة زهرة الخليج	١٥٦
١٠١	عنوان حجم حروفه متوسطة في مجلة سيدتي	١٥٦
١٠٢	عنوان حجم حروفه صغيرة في مجلة حواء	١٥٦
١٠٣	عنوان في مجلة نصف الدنيا تنوعت فيه أحجام كلماته	١٥٧
١٠٤	عنوان بمجلة زهرة الخليج تنوعت أحجام كلماته وكثافتها في آن واحد	١٥٧
١٠٥	إعلان بمجلة زهرة الخليج استخدم اللونين الأصفر والأبيض في نفس العنوان	١٥٨
١٠٦	إعلان به كلمة ملونة واحدة من سطور العنوان لإبرازها في مجلة جلامور	١٥٨
١٠٧	عنوان باللون الأخضر وهو أحد ألوان العلامة التجارية للشركة في مجلة نصف الدنيا	١٥٩
١٠٨	عنوان باللون الأخضر وهو أحد ألوان السلعة ولون العلامة التجارية في آن واحد في مجلة جلامور	١٦٠
١٠٩	إعلان في مجلة ماري فرانس لم يستخدم فيه المصمم نصا إعلانيا .	١٦٧
١١٠	إعلان في مجلة إن إستايل لم يستخدم المصمم فيه سوى الصورة والعلامة التجارية فقط	١٦٧
١١١	خط إيهاب في نص أحد الإعلانات بمجلة نصف الدنيا	١٧٦

١١٢	خط إيمان في نص أحد الإعلانات بمجلة حواء	١٧٦
١١٣	خط رياض بمجلة حواء	١٧٦
١١٤	خط Hacan Saydi في نص أحد الإعلانات بمجلة نصف الدنيا	١٧٧
١١٥	خط Hacan Tahrar في مجلة نصف الدنيا	١٧٧
١١٦	خط Apple licothic في مجلة نصف الدنيا	١٧٧
١١٧	الخط Hacan casblenca في مجلة نصف الدنيا	١٧٧
١١٨	شكل خط Gess three في مجلة سيدتي	١٧٨
١١٩	خط Thonpuri في مجلة سيدتي	١٧٨
١٢٠	خط Adop font في مجلة سيدتي	١٧٨
١٢١	خط Gp18030pit map في مجلة سيدتي	١٧٩
١٢٢	خط light Khaill في مجلة زهرة الخليج	١٧٩
١٢٣	شكل خط Gess في مجلة زهرة الخليج	١٧٩
١٢٤	شكل خط GE Dinar one في مجلة زهرة الخليج	١٧٩
١٢٥	الحروف غير مسننة في مجلة ماري فرانس	١٨٠
١٢٦	الحروف المسننة في مجلة جلامور	١٨٠
١٢٧	حجم الحروف صغيرة للنص الإعلان في مجلة نصف الدنيا	١٨١
١٢٨	حجم الحروف صغيرة للنص الإعلان في مجلة جلامور	١٨٢
١٢٩	حجم الحروف متوسطة للنص الإعلان في مجلة نصف الدنيا	١٨٢
١٣٠	حجم الحروف متوسطة ، ولكنه قام باستخدام كثافة سوداء لبعض الكلمات لإبرازها	١٨٢
١٣١	اتساع النص الإعلان بمجلة سيدتي	١٨٤
١٣٢	اتساع النص في مجلة حواء ، وقد ترك المصمم بياضا كافيا بين سطور النص الإعلان ليسهل قراءته ويريح عين القارئ أثناء قراءته	١٨٤
١٣٣	نص في أحد إعلانات مجلة زهرة الخليج على اتساع كبير مع صغر حجم الخط	١٨٥
١٣٤	نص في أحد إعلانات مجلة جلامور على اتساع كبير مع صغر حجم الخط	١٨٥
١٣٥	نص في أحد إعلانات مجلة ماري فرانس على اتساع كبير مع صغر	١٨٥

	حجم الخط	
١٨٥	إعلان به أحد عيوب الاتساع نتيجة لصغر حجم النص ، بالإضافة إلى الأرضية ، فقد وضع المصمم النص على صورة بمجلة ماري فرانس	١٣٦
١٨٦	مساحة النص الضئيلة في أحد الإعلانات بمجلة سيدتي	١٣٧
١٨٧	مساحة النص الضئيلة في أحد الإعلانات بمجلة ماري فرانس	١٣٨
١٨٧	ويوضح الشكل التالي مساحة النص الصغيرة في أحد الإعلانات بمجلة زهرة الخليج	١٣٩
١٨٧	مساحة النص الصغيرة في أحد الإعلانات بمجلة جلامور	١٤٠
١٨٨	مساحة النص المتوسطة في أحد الإعلانات بمجلة زهرة الخليج	١٤١
١٨٨	مساحة النص المتوسطة في أحد الإعلانات بمجلة إن إستايل	١٤٢
١٨٩	مساحة النص الصغيرة في أحد الإعلانات بمجلة نصف الدنيا	١٤٣
١٨٩	مساحة النص المتوسطة في أحد الإعلانات بمجلة حواء	١٤٤
١٩٠	مساحة النص الكبيرة في أحد الإعلانات بمجلة حواء	١٤٥
١٩١	مساحة النص الكبيرة في مجلة نصف الدنيا	١٤٦
١٩٤	النص الإعلان على أرضية ملونة في أحد الإعلانات بمجلة نصف الدنيا	١٤٧
١٩٤	النص الإعلان على أرضية ملونة في أحد الإعلانات بمجلة سيدتي ، ولكنه استخدم لونين الأصفر والأحمر	١٤٨
١٩٤	النص الإعلان على أرضية ملونة في أحد الإعلانات بمجلة جلامور	١٤٩
١٩٥	نص إعلان أرضيته عبارة عن صورة في أحد الإعلانات بمجلة حواء	١٥٠
١٩٦	نصوص أرضيتها صورة في أحد الإعلانات بمجلة زهرة الخليج	١٥١
١٩٧	أحد الإعلانات بمجلة جلامور وضع النص الإعلان على جزء من الصورة به تفاصيل	١٥٢
١٩٨	نص به تدرج لوني في أرضية النص الإعلان بأحد الإعلانات بمجلة زهرة الخليج	١٥٣
١٩٨	التدرج اللوني في لون النص نفسه بمجلة ماري فرانس	١٥٤
١٩٩	لتدرج اللوني في أرضية النص بمجلة إن إستايل	١٥٥
١٩٩	نص به كلمات ملونة بلون برتقالي وباقي كلمات النص باللون الأبيض	١٥٦