

دلالات الرمز في تصميمات الهوية البصرية للمؤسسات التعليمية تصميم الشعار أنموذجاً

م. أحمد مراد

جامعة عمان الأهلية- كلية العمارة والتصميم

a.murad@ammanu.edu.jo

د. كريم أحمد فاضل

جامعة عمان الأهلية- كلية العمارة والتصميم

k.alfaraji@ammanu.edu.jo

ملخص:

يستكشف البحث، الشعار بوصفه أحد عناصر تشكيل الهوية البصرية في المؤسسات التعليمية، من خلال التعرف على فاعلية عناصره التصميمية (الخط، الشكل، اللون) ودلالاتها الصريحة والضمنية، وما تقضي إليه من تأثيرات بصرية، وبيان أبعادها الفلسفية، ومقدرتها على تشكيل خطاب بصري مؤثر. أخذ البحث حالة دراسية تمثلت بكلية العمارة والتصميم في جامعة عمان الأهلية، في محاولة من الباحثين لصياغة مرتكز هويتها البصرية، بالاستناد لابتكار شعارها، وتوظيفه في وسائل الاتصال البصري لها. إذ عدّ الباحثان الشعار المنطلق الأساس لتشكيل الهوية البصرية للمؤسسة قيد الدراسة، فالتمكن من أدوات بنائه وإنتاجه بأسلوب دال ومعبر، يواكب متطلبات التصميم البصري المعاصر وما تشهده هذه المتطلبات من تحولات جذرية في أساليب التصميم وطرائقه وأدواته، يصبح بالإمكان بناء باقي المقومات ذات الصلة بتشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة. فعصرنا الراهن هو عصر الصورة بامتياز، فقد هيمنت على الاتصال المؤسسي بشكل لافت، وأضحت حتمية الصورة حقيقة ماثلة، فهي فلسفة ورسالة تراهن عليها المؤسسة بُغية تحقيق الانتماء والشهرة.

الكلمات المفتاحية: الرمز، الهوية البصرية، الدلالة، الشعار، التداولية

Symbol indications in visual identity designs for educational institutions: Logo design as an example

Abstract

The research explores the logo as one of the elements that form a visual identity of educational institutions. This calls for identifying the effectiveness of the elements of the logo design including line, shape, color and their explicit and implicit connotations, visual effects, philosophical dimensions, and ability to form an effective visual message.

The researchers take as their example the logo of the Faculty of Architecture and Design at Al-Ahliyya Amman University. They sought to identify the visual identity of the Faculty through the design of its logo and how the latter is utilized in the visual communication activities of the Faculty.

The researchers started by assuming that the logo reflects the visual identity of the institution under study. They then explored how the meaning of the logo is reproduced in ways that expressively fulfill the requirements of contemporary visual design and main changes in design methods, styles and tools. The researchers argue that once the above requirements are explored, it becomes possible to identify the rest of the elements that help in shaping the mental image of the institution. The present era is the era of the image *par excellence*. The pictorial image has influenced the institutional communication method remarkably. The image now plays a remarkable role in shaping our reality. The philosophy behind this image has become an identifying marker of the institution as pertaining to its reputation, identity, and affiliation.

Key words: symbol, visual identity, significance, logo, deliberative

المبحث الأول: الإطار المنهجي:

مشكلة البحث:

يرتكز التصميم البصري على التوافق الدقيق بين الشكل والمضمون، وأي اختلال في ذلك التوافق من شأنه أن يجعل ناتج العملية التصميمية وسيطاً سلبياً لا يمتلك المقدرة على التعبير، وينعكس ذلك على خطاب الاتصال ويحد من تأثيره. والتفضيل أو الاختيار يخضع في غالب الأحيان لتقييم المتلقي للرموز التي توظف في الرسالة بالشكل الذي يجعل منها وسيطاً يحمل الميزات المتفردة للمؤسسة أو المنتج أو العلامة التجارية. وفي هذه الميزة التواصلية المتفردة ترتسم الهوية البصرية للمؤسسة، حيث تنقل الفرد من خلال خطابها الرمزي من الرسالة الإدراكية إلى مرحلة الاقتناع والفعل والتفضيل. فهي تعكس بصرياً القيم والخصائص الجوهرية للمؤسسة.

إن جذر المشكلة يمتد إلى اعتبار التصميم البصري لغة خاصة تصاغ خلالها العناصر التصميمية بلاغياً لتحقيق أبعاد جمالية ووظيفية في ذات الوقت.

تأسس على ذلك، تتمحور مشكلة البحث في السؤال الآتي: ما هي دلالات الرمز في تصميمات الهوية البصرية للمؤسسات التعليمية؟، وما هو أثر تصميم الشعار (logo) في تأكيدها؟ وكيف يمكن للمصمم الاشتغال عليه في الحقل التصميمي؟

أهداف البحث:

يتوخى البحث دراسة الآليات اللازمة لتصميم الهوية البصرية لكلية العمارة والتصميم في جامعة عمان الأهلية بوصفها المؤسسة التعليمية المعنية بالتصميم وفنونه، ولكونها ذات طبيعة خاصة تنبثق من كونها تجمع بنيات تصميمية متعددة من حيث الغايات وأدوات التعبير والإقناع، وذات أنشطة إبلاغية محددة، يجمع تخصصاتها التواصل البصري والتداولية إقناعاً وتعبيراً.

تساؤلات البحث:

1. ما الكيفية التي يتم من خلالها تشكيل الهوية البصرية للمؤسسات التعليمية: مترجمة إلى علامات ورموز يتم نقلها للمتلقي في شكل رمزي ملائم؟.

2. ما التحديات التي يواجهها المصمم أثناء قيامه ببناء التصميم، وكيف له الموائمة بين البعدين الجمالي والوظيفي؟.

3. ما هي آليات الاشتغال التي يعتمدها المصمم في توظيف حضور بلاغي يمنح المتلقي فرصته الكافية للمشاركة في علميات التأويل والتفسير؟.

مجتمع البحث والعينة: عمد الباحثان إلى اختيار جامعة عمان الأهلية مجتمعاً بحثياً، وتم اختيار حالة دراسية تمثلت بكلية العمارة والتصميم، وذلك لطبيعة موضوع البحث وصلته العميقة بهذه المؤسسة التعليمية، وفقاً لتخصصاتها وبرامجها التعليمية المعنية بالتصميم وفروعه، وذلك كمرحلة أولية حيث بالامكان تعميم التجربة على كليات الجامعة كافة.

منهج البحث: اعتمد البحث المنهج الوصفي، الذي يتوخى دراسة ووصف خصائص وأبعاد الظاهرة قيد البحث، من خلاله جمع البيانات وتصنيفها ومعالجتها واستخراج المعلومات اللازمة عن الظاهرة وصولاً لاستخلاص النتائج. واعتمد الباحثان أثناء تطبيق هذا المنهج على تحليل نماذج عالمية تم اختيارها بعناية واستنباط دلالاتها تحليلاً وتأويلاً، والتركيز على العلامات التشكيلية البصرية، والانتهاء بالمستوى التداولي الذي يهتم بدراسة المقاصد المباشرة وغير المباشرة للتصميم.

تحديد المصطلحات: وردت في هذا البحث مجموعة من المصطلحات، عمد الباحثان إلى تحديدها وتعريفها على النحو الآتي:

الرمز: في اللغة: الرَّمْزُ إشارة وإيماء، والرَّمْزُ في اللغة كل ما أُشْرِتَ إليه، وَرَمَزَ يَرْمِزُ وَيَرْمِزُ رَمْزًا. (ابن منظور، 1991).

والرمز كذلك نوع محدد من الإشارة .. الرمز هو الإشارة "نتيجة لعادة (Habit) (الذي استعمل مصطلحه كمصطلح يتضمن ترتيباً طبيعياً). (كولي، بول، دليل راوتليدج لعلم السيمياء واللغويات، ص520).

إصطلاحاً: الرمز: "طريقة مخصوصة في تنظيم العلامات بصفة استراتيجية حتى تنفصل عن مدلولاتها المسننة وتصبح قادرة على نقل سداءم جديدة من المضامين". (إيكو، 2005، ص373)

الهوية: في اللغة: وأهوى، وسوقهُ أهوى، ودارة أهوى: موضع أو مواضع، والهاء حرف هجاء، وهي مذكورة في موضعها من باب الألف اللينة. (ابن منظور، 1991)

إصطلاحاً: هي الملامح والخصائص التي تحمل الخصوصية والتفرد لشيء ما، وهي مجموعة العلاقات المتبادلة بين شيء ما والأشياء الأخرى المتفاعلة معه، ومدى علاقتها بعضها ببعض. وتعرف الهوية المؤسسية بأنها طبيعة عمل المؤسسة، أدائها، استراتيجياتها، تاريخها. (عجوة، كريمان، 2008)

الهوية البصرية: هي نظام العلامات المرئية التي يتم تصميمها ويتضمن الأشكال البصرية والألوان والنص المكتوب وتطبيقاتها المختلفة، وجميع الجوانب المتعلقة بالمؤسسة والتي تتعامل بشكل مباشر مع حواس المتلقي. (Adeeb,2016)

ويتفق الباحثان مع هذا التعريف كونه الأقرب إلى إجراءات هذا البحث.

التصميم البصري:

هو أسلوب التعبير عن الأفكار بواسطة وسائل تعتمد عملية تلقيها على المهارات البصرية. وهو عملية الابتكار، التي تُنتج قيماً ودلالات تفضي إلى معاني. ويعتمد هذا النوع من الاتصال مكونات اللغة البصرية بما فيها من رموز وعلامات وأيقونات. (محمد،)

إجرائياً: نقصد بمصطلح التصميم البصري، آليات تحويل الأفكار والرؤى الفنية إلى تكوين تتطافر فيه مجموعة من العناصر لتكوين رسالة اتصالية تستحوذ على حاسة البصر مقوماتها عبارة عن أشكال بلاغية تخدم عملية الاتصال البصري.

البنية: في اللغة: البناء: المَبْنِي، والجمع أَبْنِيَّةٌ، وَأَبْنِيَّاتٌ جمعُ الجمع، واستعمل أبو حنيفة البناءَ في السُّفُنِ فقال يصف لوحاً يجعله أصحاب المراكب في بناء السُّفُنِ: وإنه أصلُ البناءِ فيما لا ينمي كالحجر والطين ونحوه. والبنَاءُ: مُدَبَّرُ البُنْيَانِ وصانعه، والبِنْيَةُ والبُنْيَةُ: ما بَنَيْتُهُ، وهو البِنْيُ والبُنْيُ؛ وأنشد الفارسي عن أبي الحسن: أولئك قومٌ، إن بنوا أحسنوا البنى، وإن عقّدوا شدّوا.

إصطلاحاً: تعني "ترتيب الأجزاء المختلفة التي يتألف منها الشيء ولها معنى، وتطلق على الكل المؤلف من الظواهر المتضامنة، بحيث تكون كل ظاهرة منها تابعة للظواهر الأخرى ومتعلقة بها". (صليبا، 1982، ص217)

وتعرف أيضاً بأنها: "العلاقات الباطنة الثابتة التي تقدم الكل على أجزائه، بحيث لا يفهم هذا الجزء بصورة مستقلة خارج الوضع الذي يشغله داخل المنظومة الكلية". (صليبا، 1982، ص217)

أما "روجيه غارودي" فعدها: "منظومة من علاقات وقواعد تركيب ومبادلة تربط بين مختلف حدود المجموعة الواحدة بحيث تعين هذه القواعد معنى كل عنصر من العناصر". (غارودي، 1982، ص17)

وعدّ رولان بارت البنية بأنها: "ليست مدرسة، أو حركة أو مفردات، بل نشاط يمضي إلى ما وراء الفلسفة، ويتألف من سلسلة متوالية من العمليات العقلية التي تحاول إعادة بناء الموضوع لتكشف عن القواعد التي تحكم وظيفته". (كيرزويل، 1985، ص243)

إجرائياً: البنية هي النظر إلى التصميم بكونه منظومة علاقات مجردة من دون النظر إلى أجزائها التي تمثلها وتتولد عن هذه المنظومة أشكال ذات طابع بلاغي.

الشكل: في اللغة: الشَّكْل، بالكسر: الدَّلُّ، وبالفتح: المِثْل والمَذْهَب. وهذا طَرِيقٌ ذو شَوَاكِلِ أي تَشَعَّبَ منه طُرُقٌ جماعةً. وشَكَّلَ الشيء: صورته المحسوسة والمُتَوَهِّمة، والجمع كالجمع. وتَشَكَّلَ الشيء: تَصَوَّرَ، وشَكَّلَهُ: صَوَّرَهُ. (ابن منظور، 1991)

ويرى (جُيروم ستولنيتز) أن هناك أكثر من معنى للشكل وأهمها: (ستولنيتز، 2015)

- تنظيم عناصر الوسيط المادي التي يتضمنها العمل، وتحقيق الارتباط المتبادل بينها، والطريقة التي تتخذ بها هذه العناصر موضعها في العمل؛ كلٌّ بالنسبة إلى الآخر.

- تنظيم الدلالة التعبيرية، إذ إن تنظيم التعبير لا يؤدي فقط إلى زيادة الدلالة الفكرية للعمل، بل يضيف على العمل وحدة أيضاً.

إجرائياً: الشكل هو المظهر المرئي لسطح التصميم الذي ينطوي على محتوى بصري.

البلاغة: هي فن استخدام اللغة أو استخدام عناصر اللغة مثل العبارات المجازية (الصور البيانية أو البديعية) بشكل فعال أو مقنع، ولذلك فهي دراسة كيفية التأثير على أفكار، أو عواطف، أو سلوك الآخرين من خلال استخدام اللغة. (كولي، بول، 2016، ص476).

الدلالة: في اللغة: جاءت الدلالة في اللغة على إنها "دال: يدل، إذ أهدى، ودل على الشيء، دالاً ودلالة، هداه إليه". (ابن منظور، 1991)

كما وردت الدلالة عند (الرازي) بأنها: "الدليل أي ما يستدل به، والدليل الدال، وقد دل على الطريق أي يدلّه". (الرازي، 1986، ص209)

اصطلاحاً: ووردت الدلالة في (دليل راوتليدج لعلم السيمياء واللغويات 2016) بأنها المغزى أو القيمة وحدد جانبيين مختلفين للمعنى (Meaning) الأول: المعنى الدلالي (Semantic) والثاني: المعنى الأكسيولوجي القيمي.

والدلالة لا بد أن ترتبط بالمتلقي الذي يستخدم الإشارات في لحظة معينة، وبشكل حاسم، وإن استخدم الإشارة ليس موجوداً خارج الخطاب الاتصالي، ولا يستخدمها بطريقة يتحكم بها بشكل كامل، لدرجة يكون فيها في الواقع نتاجاً لذلك الخطاب. (كولي، بول، 2016، ص456).

كما تعرّف الدلالة بأنها: "مبدأ شديد الأهمية في تنسيق وحدات المعنى والشكل داخل الحقل الدلالي، حيث تأتلف الأجزاء فيما بينها مكونة وحدة الكل... وغاية الدلالة كشف أسرار العمل الفني، والخيارات التي اتخذها المصمم في تركيب الأجزاء على نحو متناغم منسجم". (مجموعة مو، 2012، ص566).

إجرائياً: هي المعنى المستنبط من الشكل والحرف واللون في الفضاء التصميمي.

المبحث الثاني: آليات تشكيل خطاب الاتصال البصري المعاصر:

الاتصال ضرورة إنسانية، يتفاعل خلالها الفرد ويتأقلم مع قوانين المجتمع ومقتضياته، فهو أساس التوازن والاندماج الاجتماعي للفرد. ويركز الاتصال اللفظي إلى المكون اللساني، في حين يبدو المستوى الثاني منه إيمائياً، تتحول داخله الطقوس والعادات وردود الفعل الجماعية إلى حالات تواصلية نشي بالعمق الثقافي للمجتمع، ويتخذ الاتصال محتواه كذلك من العمران وتنظيم الفضاءات بهدف خلق التفاعل بين الفرد وبيئته.

وتخضع عملية الاتصال لتحولات مستمرة في التذوق والتفضيل المجتمعي، وهذا التغيير ناتج عن التطور المستمر في أدوات الاتصال وآلياته وما ينبثق عن المدارس الفكرية من تحولات متسارعة تتناول الكيفية التي ينبغي أن تقدم بها المعلومات. (أمبروز، هاريس، 2016)

الاتصال البصري، هو أحد أشكال الاتصال يعتمد صناعة الصورة ويتخذ منها سبيلاً للوصول للمتلقي، وهذه هي فلسفة التصميم في هذا الحقل العلمي بالغ الأهمية.

المؤسسات أيا كان مجالها تصنع خطابها الاتصالي بأساليب متعددة بُغية تشكيل صورتها الذهنية، ليصبح هذا الخطاب صوتها وصورتها ومسئوليتها في أذهان جمهورها. ووفق هذا المبدأ تقع على عاتق المصمم مسؤولية صياغة هذا الخطاب البصري الذي يتطلب بناء محكما ليعبر عن صورة المؤسسة ومجالها وتخصصها وذهنيات العاملين فيها وحتى أحاسيسهم.

التحديات التي تواجه المصمم عديدة في ظل المجتمع الاستهلاكي وحالات المنافسة بين المؤسسات، وفي هذا يبحث المصمم عن مصادر للإلهام انطلاقاً من البيئة وما فيها من عناصر مرجعية محفزة تستمد من الحياة المعاصرة، فالإلهام يعد مدخلاً لتوليد أفكار التصميم المثيرة.

ويأتي ذلك كله لمنح التصميم البصري هويته بتضمينه أساليب بلاغية تعتمد الإيحاء ومخاطبة اللاوعي بوصفه خزان الصور الذهنية عند المتلقي. فالرموز والعلامات تشكل القيمة المضافة التي يأتي بها الإبداع، والمصمم معني بتضمينها في الحقل التصميمي، شرط أن يكون هذا التضمين حاملاً لدلالات ترفع من مقدرة الرسالة على خلق التفاعل. وكل إرسالية تنتقي جمهورها، وتبعاً لذلك تنتقي أدوات إقناعها، ومن أجل التسلل إلى وجدان المتلقي يتم اعتماد تقنيات تواصلية متنوعة تستمد أسسها من الفلسفة ومن شتى العلوم الأخرى.

بُنية خطاب الاتصال في تصميم الشعار:

الرموز التي يتشكل منها الاتصال، بمثابة أنساق تواصلية يتم اختيارها لقدرتها على نقل الدلالات، يسمها الباحثان بالرموز اللفظية والرموز التعبيرية. تلك المنظومة من الرموز التي تمنح الحياة لخطاب الاتصال، فالتواصل الفعال يبحث في الكلمات عن جرسها وسهولتها في النطق والتداول، ويبحث كذلك في العناصر التعبيرية الأخرى، فهو لا يتوفر إلا على ثوان معدودات يحرص على عدم تبذيرها في رموز لا تصل، وينتقي المصمم من الألوان أقدرها في التعبير وأكثرها تمكناً في التسلل إلى عين المتلقي، ومن الأشكال أكثرها تعبيراً عن الحالات الانفعالية، ومن النص أقله وأقدره في التعبير.

فالتصميم له حضور فيزيائي أو مثولاً مادي، فهو ألوانٌ وأشكال ونص، هذه الوسائط الحسّية هي خامة المصمم الأولية التي يبني بها عمله، وهي لغته التي يُخاطب بها جمهوره، إنها مادة تنتمي إلى عالم الطبيعة

وتخضع لقوانينها؛ ومن ثم فهي تُملي على المصمم شروطها، وتتحكّم في تعبيراته، وعلى المصمم أن يرضخ لقوانين المادة ويفي بمتطلباتها، ويتخذ منها سبيلاً لبلوغ الإبداع. (مصطفى، 2017)

تبنى الرموز البصرية بناء عضويًا، يحمل في طياته مضامينًا جمالية ووظيفية، تنطوي على رموز ودلالات تقضي إلى معانٍ، وينطلق المصمم في هذا البناء بعيداً عن تقليد أو محاكاة الواقع المرئي، فهو ينظر إلى الواقع من زاوية خاصة تختلف عن رؤى الآخرين، ويستعين في تعامله معها بأسس التنظيم والتناسب، وتحقيق التوافق والانسجام بين المتناقضات في سبيل تحقيق الوحدة، وذلك بترسيخ علاقة عناصر التصميم بعضها ببعض، وعلاقة كل جزء منها بالكل لتنشأ الوحدة نتيجة الاتساق بين عناصر التصميم، ويحقق المصمم ذلك بالأداء التجريبي، لإتاحة الفرصة لبدائل الحلول، ويقوم في النهاية باختيار أنسبها.

والتصميم البصري يُصيغ المفاهيم والأفكار ويعرضها في هيئة بصرية، ويعمل على فرض نظام وبنية للمحتوى بهدف تسهيل التواصل، ويتحقق ذلك بالتوظيف الواعي لـ: (النص، والشكل، واللون). (أمبروز، هاريس، 2016)

وفي ضوء ما تقدم يعرض الباحثان تصميمات متنوعة صيغت لمؤسسات تعددت وظائفها، نجح مصمميها إلى حد بعيد في توظيف عناصر التصميم، أكّأ هذا التوظيف على النص، واللون، والشكل. نستعرضها على النحو الآتي:

النص: إن خطاب الاتصال البصري بوصفه أحد أنماط الاتصال بينية المكون اللساني (النص المكتوب)، ويشكل أحد أهم أركانه فيتم توظيفه في الحقل التصميمي ليكون معباً بالدلالات. حيث يقوم المصمم بعمليات العزل والاقتطاع القصدي بُغية التعبير عن معنى محدد، فالتحريف هنا تفرضه الضرورة التصميمية في سبيل بناء الرموز التي تقضي لصياغة الدلالة.

وإذا ما انطلقنا من حُسن اللغة العربية وأشكالها البلاغية، فمجاز الحذف والاضمار هو أحد أشكالها البلاغية، ويعني: "الاستغناء أو إضمار عنصر من عناصر الجملة.. ويتحقق ذلك عبر تقديم بسيط للتصميم كما لو أن حضوره فحسب يغني عن أي تعليق". (بارت، 1994)

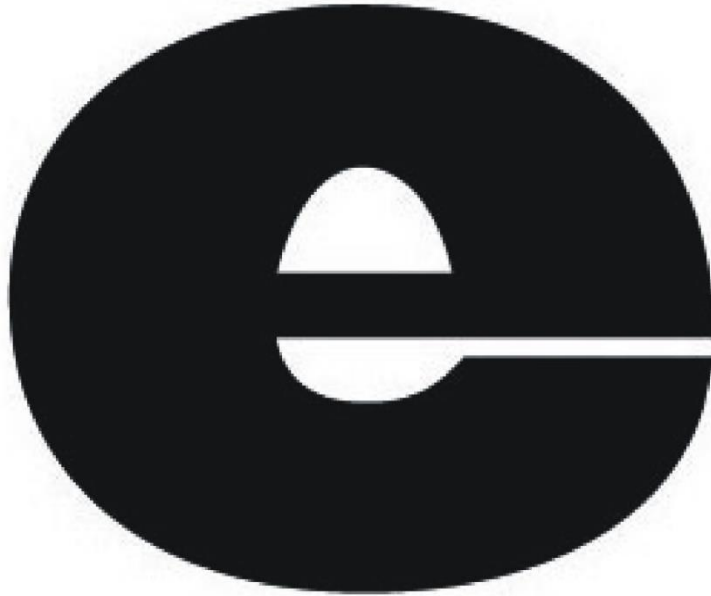
Mouse

الشكل رقم (1)

يبين مجاز الحذف في تصميم الشعار

نلاحظ في الشكل رقم (1)، وهو شعار لمؤسسة (ماوس) ومعناها فأر، كتب الشعار باللفظ نفسه "Mouse" وأسس على نظرية "جستالت Gestalt"، وقانونها، الإغلاق للشكل والخلفية، حيث حذفت بعض أجزاء الحروف وأضمرت بشكل انسيابي ليظهر لنا من خلال ذلك الحذف، شكل الفأر.

فتلك العمليات البلاغية التي ينتهجها المصمم لا تتم اعتباراً بعملية الحذف تلك كانت مقصودة. ويؤكد الباحثان أن التصميم حمل هنا بلاغات مرئية فكرية من خلال ما ينتجه المصمم بإظهار الشكل البلاغي من المعنى وليس الألوان والتعقيد والخطوط والتكثيف، بل عمد المصمم إلى الإضمار والحذف واستخدام التباين بين الأسود والأبيض فعبّر عن المؤسسة من خلال تبادل الشكل الأيقوني بدلالة أيقونية بصرية، وهي عملية لا تتم إلا من خلال بلاغة مجاز الحذف.



الشكل رقم (2)

يبين مجاز الإيجاز في تصميم الشعار

كما نلاحظ في الشكل رقم (2) وهو شعار لشركة "egg and spoon" وهي شركة التغذية التي تعني البيضة والملقعة. تم تمثيل الشركة بالحرف "e" وهو اختصار للكلمة الأولى للبيضة "egg" وهو ما تتمثل به أغلب الشركات والمؤسسات من خلال وضعها الحرف الأول كشركة "كوداك" و "هونداي" و "تويوتا" وغيرها من الشركات المعروفة، إلا أن هذه الشركة اختارت الحرف وضمنته شكل البيضة والملقعة باستخدام نظرية "جستالت" Gestalt التي تربط بالإغلاق بين الشكل والخلفية التي كانت بالأبيض وحملت شكل الملعقة والبيضة. إن عملية الاختزال اللغوي وإظهار الشكل من خلال ذلك الاختزال، هي بالأحرى عملية مزج بين الحرف والصورة لإنتاج معانٍ كثيرة بأشكال قليلة.

اللون: للألوان دلالاتها التي تختلف من ثقافة بصرية إلى أخرى، والتصميم يفرض وجوده باكتمال عناصره، فاللون كمكون أساس في بناء التصميم يمتلك طاقة تعبيرية هائلة، يستثمرها المصمم لتأكيد التواصل والتداولية، فاللون يعد أداة لإثارة الانتباه والإيحاء بعوالم قد لا تستطيع الكلمات الكشف عنها أبداً، وإن نجاح الرسالة أو فشلها مرتبط باختيار اللون المناسب للمضمون الذي يصوغه المصمم.



Harvard University Logo



Harvard Business School



Harvard-Yale football rivalry



Harvard Extension School.

الشكل (3)

يبين استخدام اللون في تصميم الشعار

في الشكل رقم (3) وهو شعار "جامعة هارفرد" انبثقت عنه شعارات لمؤسسات فرعية تابعة للجامعة، نلاحظ استخداماً موفقاً للون كأحد العناصر التصميمية لبناء التكوين، حيث تبدو الألوان الأساسية للشعار الرئيس للجامعة باللونين

القرمزي والأبيض، والتي تم تكرارها في بناء تكوينات الشعارات المنبثقة عنه، وتم دعم هذه الألوان بالأسود، والرمادي، والأزرق، وذلك للحصول على تجربة بصرية مثالية تنثير الانتباه، من خلال تقديم درجات لامعة ولهجات جريئة تجعل العمل التقليدي والحديث يندمجان معاً. وقد تعمد المصمم أن يجعل الألوان الأساسية مشرقة لجذب الانتباه إلى مجالات ذات أهمية وفائدة، وأيضاً تؤثر على سلوك المتلقي، وغالباً ما ترتبط هذه الألوان بما يتم توجيهه نحو فئات محددة من المتلقين. وبحسب الموقع الإلكتروني للجامعة فقد تم تأسيس الألوان وتدرجاتها بصورة متناغمة مع الألوان الأساسية كي تخلق بعداً جمالياً إضافياً إلى توفير مجالاً للتعبير الإبداعي.

الشكل: وما يصدق على اللون يصدق كذلك على الشكل، فتحقيق الانسجام بين القيم اللونية وما يناسبها من أشكال مدخل رئيس يمنح التصميم مقدرة على إحداث التأثير. والشكل هو العنصر الآخر الذي يطرحه المصمم في الحقل التصميمي، بالطريقة التي تجعل منه أداة تعبيرية.

يدل الشكل على مكون ما له وجود قائم، ينبوع عنه، فهو وسيلة من وسائل التعبير غير المباشر، ويؤدي دوره من خلال مقدرته على توليد المعاني والايحاء بالأفكار والافصاح عنها. (مسامح، 2018)

يشير "كلايف بل" إلى: "أن الشكل الدال "Significant Form" في الفنون البصرية هو تلك التوليفات والتضافرات من الخطوط والألوان، أو تلك الحبكة من الخطوط، التي من شأنها أن تنثير في المشاهد انفعالاً حركياً. ويتسع مفهوم الشكل الدال ليشمل الفنون جميعاً، فالشكل الدال لعمل من أعمال الفن هو ذلك التنظيم الخاص الذي يتخذه الوسيط الحسي لذلك العمل والذي من شأنه أن يثير في المتلقي - الذي يتمتع بالحساسية الفنية - انفعالا حركياً. (مصطفى، 2017، ص11).

وتتخذ الأشكال الهندسية دلالاتها الرمزية عندما يحيلها المصمم إلى الفضاء التصميمي لتكوّن عنصراً يمتاز بمقدرته على الأداء والتعبير، والحتمية الموضوعية تفرض أن يكون خطاب التصميم حالة من حالات التواصل البصري الفعال، عليه يكون عنصر الشكل هو الأكثر استخداماً في تصميم الشعار. وتبدو الأشكال بهيئات متباينة، منها الهندسي المنتظم، كالدائرة، والمربع، والمستطيل، والمثلث، ومنها الأشكال غير المنتظمة، إلى غيرها من الأشكال التجريدية، ويعمد المصممون إلى استخدامها وفقاً للمفهوم التصميمي الذي يعتمدونه مدخلاً للفكرة التصميمية.

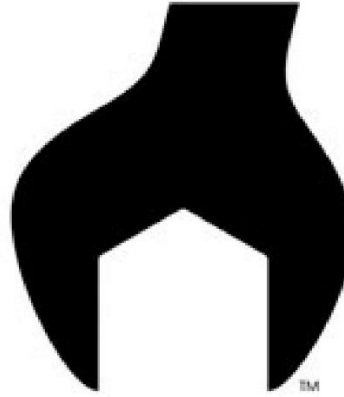
وللأشكال تعبيراتها الفنية، ودلالاتها المرتبطة بذهن المتلقي، فالدوائر مرتبطة بالحركة والطبيعة وتوحي باللانهاية واللامحدودية، بينما يتم النظر إلى المربعات على أنها تصاميم أساسية هيكلية، والمثلث يوحي بالقوة والصلابة وهو شكل محكم ومغلق يدفع إلى الانتقال داخله من نقطة إلى أخرى، والشكل الحلزوني يوحي بالدوران، ومن خلال ترابط الأشكال مع عناصر التكوين الأخرى تنتج تفسيراً يفظي إلى معنى للتكوين. كما إن الأشكال ذات البعد الواحد توحي بالأناقة والاصطناع، في حين إن الشكل المتعدد الأبعاد يعبر عن الدفء والغنى. والتغييرات التي يجريها المصمم

على الشكل سواء بتحريفه، أو تغيير نمطه، والتنوع في خاماته يفضي إلى تغييرات كلية في الإدراك الحسي عند المتلقي. وهذا ما قام عليه الباحثان أثناء محاكاتهم للشكل بوصفه أحد العناصر المستخدمة في صياغة شعار المؤسسة قيد الدراسة. فقد تم ربط تلك الأشكال بعلاقات قوية - ذات طابع وظيفي وجمالي في ذات الوقت- مع عناصر التكوين الأخرى ليصبح من السهل جدا معرفة هذه الأشكال، إلا إن تفسير دلالاتها رهين بآلية توظيفها في الحقل التصميمي، وكان الرهان على وعي المتلقي ومهاراته في التفسير وقراءة الدلالة الصريحة والضمنية فيها.

وبالكيفية التي استخدم فيها المصمم المجاز في اللغة وأحاله إلى الحقل التصميمي، ففي إطار الشكل واستخداماته في تصميم الشعار، يحيل المصمم "التشبيه" بوصفه شكلا بلاغيا ويستخدمه في التصميم.

ويشير (جاك دوران) إلى أن التشبيه هو: "مجموع العناصر التي يحمل البعض منها تشابها بينما يشهر الآخر اختلافاً". (بارت، ، ص30-31)

ويعرفه البلاغيون بأنه "يقع بين شيئين بينهما اشتراك في معانٍ تعمهما وتوصفان بها". (مطلوب، 1986، ص23) فالمصمم يستفيد من علاقات التشابه الفكرية واللغوية التي تقع في صفات المنتجات وغيرها للدلالة على الأشياء والذهاب بالمتلقي من الطرق الجمالية والحوارات تلك التي ينشئها معه إلى المرجعيات. وهذا ما يظهر جليا في التصميم التالي:



الشكل رقم (4)

يبين مجاز التشبيه في تصميم الشعار

نلاحظ في الشكل رقم (4) وهو شعار لمؤسسة "Martin-Newcombe" الانجليزية تخصص في صيانة العقارات "property maintenance"، لم تحضر اللغة اللفظية في الشعار، ولكن حضر جزء من آلة المفتاح الانجليزي، وهو دلالة على مرجعية المؤسسة، سواءً على الصعيد المكاني أو الموضوعي، حيث إن الصيانة دللت عليها تلك الآلة إضافة إلى مكان الشركة من خلال أن تلك الآلة اخترعت في ذلك المكان، غير أن هذا الشعار لا يتضمن إشارة إلى العقارات والبناء حين ننظر إلى الشكل دون خلفيته

الذي نفذ وفق نظرية "جستالت Gestalt" ، لذا اتخذ المصمم من فتحة تلك الآلة هيئة البيت فإذا نظرنا للشعار ككل سوف نقرأ النص التصميمي حينما نرى تلك الآلة وهي تحتضن البيوت حيث تمت ترجمة الصيانة وتشبيهاها بالمفتاح الإنكليزي وهي تقوم بفك وتثبيت البناءات والعقارات.

الإيجاز: تؤدي الاختزالات الشكلية في التصميم دوراً مهماً من خلال ما تتضمنه الرسالة والمفاهيم وأقل جهد ووقت، وفي اللغة يعرف الإيجاز بأنه "التعبير عن المعنى بألفاظ قليلة تدل دلالة واضحة". (مطلوب، 347)

تضع البلاغة برمتها المصمم تحت ضغطين، هما ضغط المعنى وضغط الشكل، أما شق الإيجاز فيكون عاملاً آخر بالضغط على المصمم من خلال إجباره على إعطاء معنى صحيح، باختزال كبير، "فالجمل في البساطة والاختزال الذي يحقق أعلى وظيفة، والبساطة هنا ليست التي ترتبط بالسذاجة والسهولة وإنما البساطة التي ترتبط بقيمتها البلاغية التي توصلنا إلى ما نسميه في الأدب بالسهل الممتع". (المطلبي، 1986، ص42)

كما لا ننسى بأن الاختزال الشكلي يكون من أهم خصائص فروع التصميم كما في تصميم الشعارات، في حين نجد تصميم العملة يهتم بالتفصيلات والتكرارات لأسباب تقنية ورمزية.

عليه فلا حدود في العمل التصميمي بين الإغراء والبرهنة والحجاج والتظليل والتعبير، إن هذه الأدوات صالحة جميعها من أجل الوصول إلى الغاية النهائية، وهي التداولية. (بنكراد، 2007)

إن ارتكاز التدليل على شبكة مركبة من العلامات معناه أن ما يحدد هويته ليس مادة أصلية مكتفية بذاتها، وليس عناصر معزولة عن بعضها البعض، بل مفهوم العلاقة ذاته. فالدال يحيل على المدلول وفق علاقة عرفية، وتقوم هذه العلاقة بإنتاج المعاني وتداولها وفق قواعد خاصة. (Eliseo Veron, 1978)

المبحث الثالث: الملامح التصميمية للشعار المعاصر:

يتطلب تصميم الشعار لمؤسسة ما، البحث عن مفهوم تصميمي يتناغم مع هوية المؤسسة وصياغته بالطريقة التي تقضي إلى تأكيد هوية بصرية لها، فضلاً عن إن التصميم الجيد يراعي الأسس الفنية فتتضافر العناصر التصميمية تبعاً لتلك الأسس لتأكيد البنية وأسلوب صياغة الشعار. وقد أصبح التصميم البصري لغة عالمية مفهومة ويقراها الجميع، والابتكار أحد شروطها، ولكي يتحقق هذا الشرط لابد من مراعاة البعد الفلسفي الذي يقف وراءه، وفي هذا الصدد يشير "ريان عبد الله" إلى أن: "التصميم ليس عملية تكوّن فقط، بل هو علم وفكر ونظرة مستقبلية، مهمتها الأولى حل مشكلة الزبون والمنتج والمؤسسة". (عبدالله، 2018)

وعلى ضوء ذلك فالنتائج التصميمية سيقدم صورة متكاملة الملامح، وسيكون من شأن هذه الصورة صياغة علاقة تواصل فريدة بينها وبين المتلقي، وتوضح هذه العلاقة جلاء المقاربة الإدراكية المعرفية، كما يتوجب الأخذ بعين الاعتبار أن المتلقي واع، وعلينا أن نفترضه شريكاً فاعلاً في تحليل تلك الصورة واستنباط دلالاتها. (أمون، 2013 ص119-120)

ويعتقد الباحثان أن ذلك سيشكل تحدياً أمام المصمم يدفعه باتجاه تقديم العمل الفني بأسلوب يتفادى المباشرة في صياغة الفكرة التصميمية وعرضها مبتعداً عن السطحية، وأن يأخذ المصمم بعين الاعتبار كذلك، توفير مساحة للمتلقى تدفع به باتجاه التفسير والتأويل للمنجز التصميمي، ما يخلق حالة من التفاعل بينه وبين العمل الفني، وتلك الركيزة الأساسية في التواصل والتداولية.

وإذا ما دققنا النظر في عناصر تصميم الشعار سنكتشف أنها تتضافر معاً كي تنتج تكويناً ذا قيمة تعبيرية. ويستند المصمم على مناهج تمكنه في التعامل مع مشكلة التصميم، فضلاً عن خبرته وتفضيلاته، تقضي في نهاية الأمر إلى تقديم وسائل تعبيرية غير متوقعة تتسلل إلى الفضاء التصميمي. (أمبروز، هاريس، 2015، ص82)

وعلى العموم فهناك عناصر محددة يشتغل عليها المصمم، أولها النقطة التي عادة ما تكون "سيّدة البداية، ولها وجود أكثر من غيرها، فإن تكاثرت كوّنت الخطّ بأشكاله، وإن تجانس الخطّ كوّن المساحة، ومنها إلى الجسم الذي يعطينا شيئاً جديداً هو الفراغ. فالمساحة والفراغ هما في تعاشق جميل. وهذه الأشياء يظهر جمالها بالنور ويختفي بالظلام؛ فاللون الأسود سيّد الألوان، لأنه في الجانب الآخر من النور، وإن انعدم اللون زاد الملمس، فلغة اللمس من أجمل لغات التصميم، لأن كلّ منتج له ملمسه في مخيلتنا وإن لم يكن معنا" (عبدالله، 2018).

وفي السياق ذاته ينتهج المصمم التفكير الجانبي (Lateral Thinking) (*) الذي يعتمد تغيير المفاهيم والمناظير التي يستخدمها بغيّة إبتكار الحلول التصميمية للمشكلة، ولتخطي النماذج المؤسسة التي تحد من إيجاد الحلول القابلة للتطبيق، وينطوي هذا المنهج على التوجه من المتوقع إلى غير المتوقع. (أمبروز، هاريس، 2015، ص83)

يشرع المصمم بعد ذلك في تطبيق أسس التصميم، فهي القواعد التي نستعمل بها أدواته، تُصاغ لتضع أدوات التصميم لخدمة المنتج؛ أهمها النسبة والتناسب، والتي تتمثل ميزة جمالية للتصميم عند كل قارئ جيّد.

أمّا الإيقاع، فيحدّد علاقة الأجزاء ببعضها، بينما تُحدّد الوحدة علاقة الجزء بالكل. والسيادة هي ليست السيطرة إنما وجود أصغر خلية تصميمية لتعطي أكبر مردود بصري؛ فالقليل هو الكثير في التصميم والكثير يمنح القليل. والميزان في الوسط، فأصغر وحدة تصميمية لها أهدافها وقيمها واتجاهاتها، لأنها تنظّم كل هذه الأمور في داخلها وحولها. التصميم الجيّد هو الميزان بين عناصر التصميم وأسسه. وبالنتيجة هو الميزان بين المشكلة المراد حلها والأمل المنتظر، فهناك عوامل كثيرة تؤثر في التصميم؛ أهمها المتلقي ومستواه وثقافته ونظريته وتقبله للتصميم، إذ يختلف ذلك من فرد إلى آخر، فالمحيط هو المكان الحي الذي يتقبل العمل التصميمي أو يرفضه، يطوره أو يُعده، يخلق منه شكلاً جديداً أو يتركه يموت ببطء. وظيفة التصميم تأتي قبل جماليته، فالقدرة على التفاعل معه تعطيه ليس فقط الوظيفة، إنما الفائدة أيضاً.

وبكل ذلك يرتبط تصميم الشعار الذي يُعد أداة مهمة لنقل مضامين محددة للمتلقى، يمكن من خلالها تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة، فللشعار المقدرة على شد انتباه المتلقي، وله كذلك فاعليته التذكيرية.

ولا بد من تحديد الملامح أو الخصائص التي تتم مراعاتها في تصميم شعار المؤسسات، على النحو الآتي:

(*) Lateral Thinking : مصطلح ابتكره العالم النفسي Edward de Bono

1- **النسبة الذهبية:** تنتج النسبة الذهبية جمالا في التصميم واتزاناً بصريا وهي عبارة عن ثلاثة أطراف لمعادلة رياضية ينتج عنها قيمة (1.618) وتشكل هذه النسبة معياراً لقياس صحة الأطول ذات الصلة بالأشكال التي تستخدم النسبة الذهبية في بناء التكوين، وهي كذلك تحاكي البعد الجمالي الذي أوجده الله سبحانه وتعالى في الطبيعة، وعمد المصممون في حقل الفنون الجميلة والفنون التطبيقية إلى توظيفها في مجمل أعمالهم الفنية.

ومن بين أكثر الطرق شيوعاً في تطبيق النسبة الذهبية هي متتالية فيبوناتشي (Fibonacci) (1170-1250) وهي عبارة متتالية من الأرقام: 0,1,1,2,3,5,8,13,21,34,55,89,144,....، فكل رقم يتلو الآخر يمثل ناتج جمع الرقمين السابقين له، وناتج يسمة كل رقم على الذي قبله هو: 1.618 تدريجياً. كما موضح في الشكل الآتي:

2- **بساطة الأسلوب:** الضرورة التصميمية تفرض عادة أن يكون التكوين بسيطاً ولا يجنح صوب التعقيد، فالتكوين المعقد يبعث تأثيراً محيراً ومربكا عند المتلقي، ولا يعنى هذا بالطبع أن يكون التكوين سطحياً، ولكن يقصد الباحثان بالبساطة هنا، بوصفها أسلوباً يُعد أحد أبرز المقومات التي يرتبط بها تصميم الشعار المعاصر، شريطة أن تفضي البساطة إلى القوة والوضوح والفهم بعيداً عن الغموض والالتباس، وترتبط البساطة هنا بالعناصر البنائية للشعار سواء كانت شكلاً، أم نصاً، أم لوناً.

3- **الفردة والتميز:** هي أحد أهم عناصر الفكرة الإبداعية، والفردة والتميز هي من يصنع الخصوصية التامة ولا تسمح لأي تداخل أو تشابه مع تصميمات أخرى. وذلك يعني أيضاً الابتعاد عن النمطية والتقليدية، والركون إلى حداثة الفكرة والأسلوب.

4- **البُنية:** إن البناء الشكلي للتصميم هو أحد السمات المميزة له وأحد أهم الملامح التي تقود المتلقي لعمليات التفسير والتأويل واستنباط الدلالات الضمنية، وهذا الأمر ينحو بالتصميم صوب التبسيط والتلخيص والإيجاز في البناء الشكلي للشعار.

5- **الدلالة:** ترتبط هذه الخاصية بقدرة المصمم على اختيار واستخدام الرموز وتوظيفها في فضاء التصميم لصنع الدلالات، وبذلك ترتبط فعالية الشعار بوصفه انتاج دلالي لعلامات ورموز سميائية قادرة وفاعلة لنقل الدلالة.

6- **التداولية:** إن اللغة البصرية التي يبنني بواسطتها الشعار يجب ألا تكون مباشرة إلى الحد الذي يفضي إلى السطحية ولا تكون معقدة إلى الحد الذي تكون فيه عصية الفهم على المتلقي، والمصمم الناجح هو من يمتلك آليات إحلال الموازنة بين الحالتين.

7- **إمكانية التطبيق والاستخدام:** يراعي المصمم الجوانب التطبيقية للشعار وإمكانية توظيفه واستخدامه وفق متطلبات تشكيل الهوية البصرية للمؤسسة، وترتبط قضية التطبيق هنا بطبيعة الاستخدام وإمكانية تصغيره وتكبيره إلى الحد يحافظ فيه التصميم على المقروئية والتداول، بحيث لا يطرأ عليه أي تشويش أثناء الاستخدام.

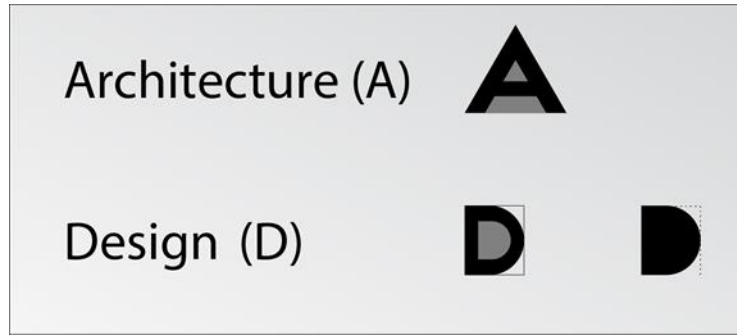
والباحثان اهتمتا بتطبيق ذلك في تصميم شعار المؤسسة قيد البحث، لغايات تحقيق البعد الجمالي والوظيفي في الحقل التصميمي.

المبحث الرابع: الإطار التطبيقي:

أولاً: صياغة بنية الشعار:

عمد الباحثان إلى تناول مقومات الهوية البصرية للمؤسسة قيد البحث، فتمت دراسة الجانب الفلسفي لها من خلال تحليل رؤيتها ورسالتها وقيمها الجوهرية، واستنباط الدلالات ذات الصلة ببرامجها الأكاديمية المطروحة، إضافة إلى تحليل الهوية البصرية للجامعة. والبدء بالاشتغال على العناصر التصميمية للشعار، وعلى النحو الآتي:

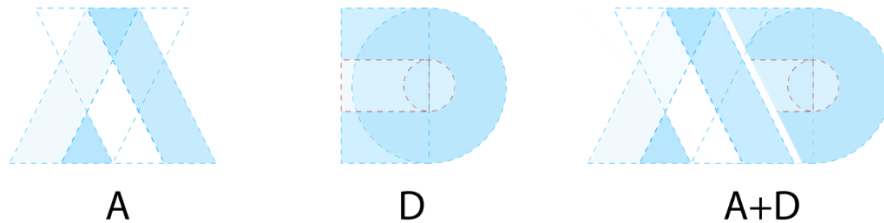
1. الشكل:



شكل رقم (5)

يبين إجراءات اقتباس الحروف الأولى من اسم الكلية وتجريدها إلى أشكال هندسية

عمد الباحثان إلى اقتباس الحروف الأولى من اسم المؤسسة قيد الدراسة، وقاما بتجريدتهما إلى أشكال هندسية لحل مشكلة الشكل في تصميم الشعار، إضافة إلى إعطاء دلالة شبه صريحة على نظام يمتاز بالكفاءة والفاعلية حيث أن الأشكال الهندسية تميل إلى التناظر مما يشير إلى الترتيب.



شكل رقم (6)

رسم توضيحي يبين تداخلات الخطوط والأشكال المكونة لشكل الشعار

قد يبدو للوهلة الأولى أن المربع والمستطيل هما الشكلان الهندسيان الأكثر حضوراً في فنون البناء المعماري، إلا أن المثلث حاضراً بقوة في هذا المجال، ولطالما لعب دوراً عجزت عنه الأشكال الهندسية الأخرى، فظهر في فن العمارة قبل الكثير من الأشكال الهندسية الشائعة مثل القوس والقبة والأسطوانة. ومعظم المثلثات في البناء تكون إما متساوية الأضلاع أو متساوية الضلعين، فالتصميم ذو قاعدة ثقيلة والقمة في الأعلى قادرة على التعامل مع الوزن بسبب آلية توزيع الثقل بالتساوي في المثلث، ذلك لأن تناسقها يساعد على توزيع عادل لثقل المبنى على القاعدة العريضة.

وهنا قام الباحثان باختيار المثلث ليمثل الهوية المعمارية للكلية، عبر تجريد الحرف الأول من كلمة العمارة باللغة الإنجليزية (Architecture) وتكوين الحرف A من خلال المثلث، لما له من دلالة صريحة ترجع إلى هندسة العمارة، إضافةً إلى دلالاته كمثلث وهي الثبات والدقة والتناسق.⁽¹⁾

وبما أن الدراسة قائمة على كلية العمارة والتصميم، نجد أن جانب العمارة يميل في طابعه العام إلى الترتيب والعقلانية والدقة، أما جانب التصميم فهو يجمع ما بين الاتزان والترتيب والوحدة والانسجام والحركة والتنوع، ويشتهر أسلوب "جستالت" (Gestalt) بمبادئه الستة الأساسية بأنه يجعل التصاميم أكثر تناسقاً واندماجاً، حيث أن هذه المبادئ تتلخص في التشابه، التواصل، الانغلاق، التقارب، الشكل والخلفية، والتناظر والنظام، ومن خلالها يجمع المتلقي الأشكال المجزئة على أنها جزء واحد حينما تكون هذه الأشكال مترابطة بنمط معين.

فبأخذ الحرف الأول من كلمة التصميم (Design) وهو حرف D نجد في تحليله أنه مكون من استخدام تقاطع المستطيل مع الدائرة مرتين، واحدة من الداخل بشكل عرضي والأخرى من الخارج بشكل طولي، وقد فضل الباحثان استخدام المستطيل في التقاطع الحاصل من الخارج عوضاً عن المربع لتجنب النفور الحاصل من المطابقة والتماثل والاستقرار، والذي قد يؤدي إلى الملل حيث أن كمال وحدة المستطيل يتجلى في تنوعه، كما موضح في الشكل رقم (6) أن تصميم الحرفين (A, D) بُني على مبدأ من مبادئ "جستالت" وهو الانغلاق، حيث أن عين المتلقي تميل لرؤية الأشكال المنغلقة، وبهذا يدرك المتلقي تصميم الشعار كاملاً من خلال تصوره الشخصي لل فراغات.

أيضاً تم التركيز على استخدام مبدأ آخر من مبادئ "جستالت"، وهو التقارب حيث أن هناك قاسم مشترك وُجد ما بين الحرفين عن طريق الفراغ ما بينهما مع ميلان قطع الحرف D بنفس زاوية الميل الطبيعي لحرف A، وهذا قد جعلها تبدو كعنصر واحد.

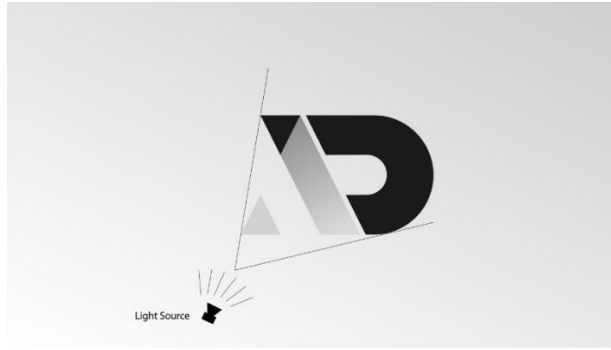
وفي النهاية، فإن التداخلات والتقاطعات الحاصلة ما بين تجريد الحرفين، والمسافة بينهما حقق مبادئ الوحدة، والانسجام، والتناغم ما بين عناصر الشعار.

(1)

https://www.researchgate.net/publication/275338052_The_impact_of_using_triangular_shapes_on_the_Nubian_and_Najdi_architectural_composition

2. الضوء والظل:

قبل الدخول لمرحلة اختيار اللون الخاص بالشعار، اقترح الباحثان وضع أساس متين في كيفية ظهور عناصر بُنية الشعار بتدرجات لونية، يتحقق من خلالها الارتباط الوثيق بهوية كلية العمارة والتصميم، وعلى أساس ذلك تم الاشتغال على عنصر الضوء والظل، الذي لا غنى عنه في البرامج العلمية للكلية، مما مكّن الباحثان من عرض الشعار بألية تحقق التباين في عناصره حسب درجة تأثرها بالضوء، حيث تم وضع مصدر إضاءة وهمي على الجهة اليسرى أسفل الشعار، وبالتالي ظهر العنصر القريب من مصدر الإضاءة بسطوع عالي، بينما العنصر البعيد بسطوع أقل.



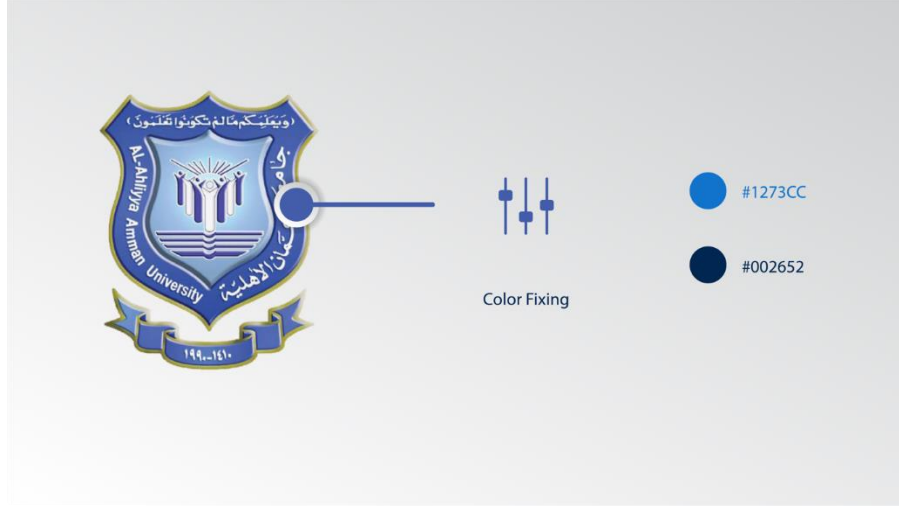
شكل رقم (7)

بين مصدر الإضاءة الوهمية وتأثيرها على الشعار قبل استخدام عنصر اللون

3. اللون: اعتمد الباحثان اللون الأزرق لتشكيل الهوية اللونية للشعار، لتحقيق البعدين، الوظيفي والجمالي في التكوين. حيث يوضح نيد هيرمان (Ned Hermann) في نظريته "السيادة الدماغية"^(*)، أن اللون الأزرق يدل على الحكمة والعلم..، ويشير كذلك إلى الهدوء والاطمئنان والألفة والحكمة والخلود، وهو أيضا رمز الصبر والثقة والاحترام، غير أنه من الألوان التي تعبر عن الانفعالات الساكنة والمستقرة والهادئة والمسيطر عليها بشكل جيد. كما يحمل هذا اللون في طياته معنى بالاحترافية، والنزاهة، ويرتبط بالجدية والنجاح⁽¹⁾. إضافة لكل تلك الدلالات فهو اللون المستخدم في شعار جامعة عمان الأهلية. لذلك كله ارتأى الباحثان استخدامه في شعار الكلية قيد الدراسة، مع الأخذ بعين الاعتبار تأثيرات الإضاءة المقترحة.

^(*) نظرية السيادة الدماغية: "قسم فيها (Ned Hermann) الدماغ إلى أربعة أقسام ولكل قسم سمات وخصائص تميزه عن الأقسام الأخرى، وكل لون خاص به له دلالة.

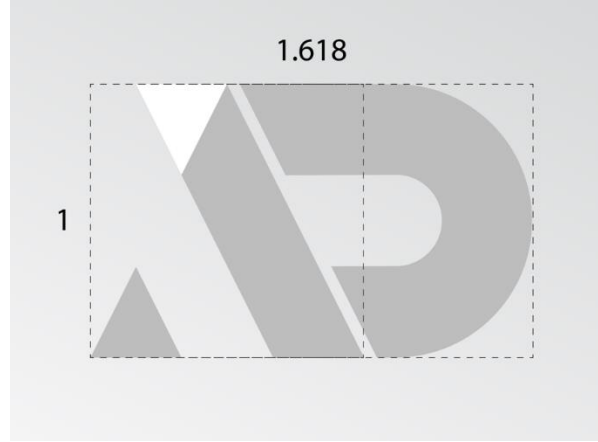
(1) <https://books.google.jo/books?id=SypHDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ar#v=onepage&q&f=false>



شكل رقم (8)

بين مصدر اللون الأزرق المعتمد في شعار الجامعة، مع التدخل بدرجاته اللونية

وفي الشكل رقم (9) عمد الباحثان إلى تحقيق مبدأ التناسب في التصميم باستخدام النسبة الذهبية، بُغية تحقيق اتزان بصري مريح في التكوين العام.

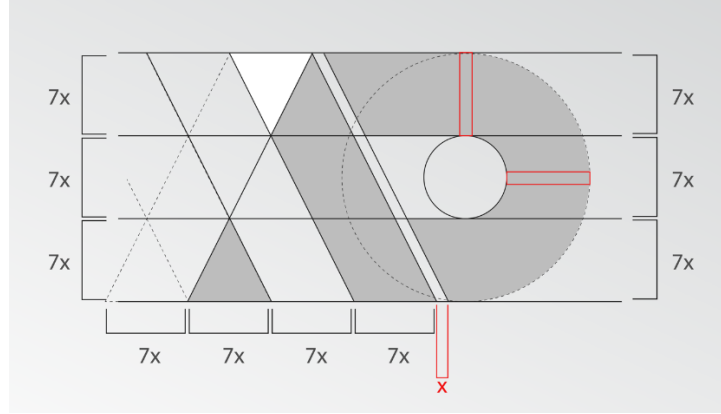


شكل رقم (9)

بين توظيف النسبة الذهبية في تصميم الشعار

بالاعتماد على معطيات النسبة الذهبية، تمكن الباحثان من صياغة النظام الشبكي (Grid System) في توزيع العناصر التصميمية في الفضاء التصميمي، لكون التصميم البصري يعتمد مبدأ التقطيس والنسب، حيث تم جعل الفراغ بين الحرفين (A, D) وباقي التكوينات بما نسبته 1:1.618 لتأكيد مفهوم النسبة الذهبية بشكل صارم في فضاء التكوين.

4. الخط:



شكل رقم (10)

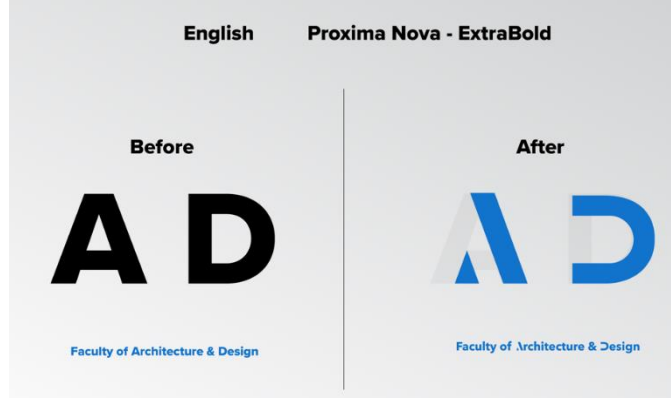
بين النظام الشبكي (Grid System)

نلاحظ في الشكل رقم (10) أن الشعار يجمع بين الحدة والانسيابية، وبناء على هذا الأساس تم اختيار جنس الحرف العربي واللاتيني، فكان النمط "Khalid Art Bold" هو النمط المستخدم في كتابة اسم الكلية باللغة العربية، ليتناسب كذلك مع نمط الخط المعتمد من قبل الجامعة، أما الخط اللاتيني، فقد تم اختيار نمط " Proxima Nova - ExtraBold" لنفس الغاية، وذلك كما هو واضح في الشكل رقم (11)، وأجريت عمليات تحريف الحروف الأولى من كلمتي (Architecture, Design) لتأخذا شكلهما في الشعار، شكل رقم (...)



شكل رقم (11)

يبين أنماط الحروف في الشعار



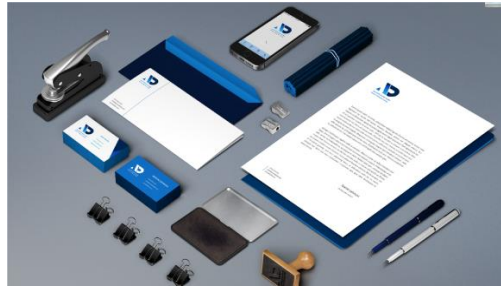
شكل رقم (12)
بين إجراءات تحريف الحروف

ثانياً: تطبيقات الشعار:

بعد أن فرغ الباحثان من تصميم الشعار، جرت عمليات تطبيقه على عناصر الهوية البصرية للمؤسسة قيد الدراسة، وذلك على النحو الآتي:



شكل رقم (13)
بين تطبيق الشعار على لافتة الكلية



شكل رقم (14)
بين تطبيق الشعار على وسائل الترويج



شكل رقم (14)

بين تطبيق الشعار على الملصق الإعلاني (Poster)



شكل رقم (16)

بين تطبيق الشعار على المطبوعات (Roll-up)



شكل رقم (17)

بين تطبيق الشعار على المطبوعات (Brochure)

نتائج البحث:

من خلال ما تم عرضه، توصل الباحثان إلى النتائج الآتية:

1. إن نجاح رسالة الاتصال البصري يعود إلى التناسب بين عناصرها (الحرف، والشكل، واللون)، ومن ثم يمكن التأكيد على أن كل منتج تصميمي يستدعي حضور العناصر المناسبة له.
2. تشكل الهوية البصرية للمؤسسات عاملاً ذا أهمية قصوى في تأكيد صورتها الذهنية لدى جمهورها.
3. التصميم البصري بحاجة إلى عملية ترميز واعية من شأنها أن تتيح إمكانية نقل الدلالات اللازمة لموضوعه.
4. تقع على المصمم مسؤولية فسح المجال للمتلقي للمشاركة في عمليات التفسير والتأويل للرموز في الحقل التصميمي.
5. إن القوى الإقناعية في التصميم البصري تكمن في خلق تناغم بين عوالم المنتج التصميمي ورغبات المتلقي الواعية واللاواعية، فرغبة المتلقي ملتبسة، ويكمن هذا الالتباس في التراكيب بين بعد تسويقي وآخر رمزي، وما ينتج عن ذلك من تبديل لروابط فعلية مع الواقع، بروابط من طبيعة رمزية.
6. تقع على المصمم مسؤولية الدراية الكافية بطبيعة عمل الجهة المعنية بالتصميم سواء فيما يختص بمجال عملها، أو طبيعة السلعة أو الخدمة التي تقدمها، فضلاً عن رؤيتها ورسالتها وقيمها الجوهرية.
7. يشكل الشعار أحد أهم ملامح تشكيل الهوية البصرية للمؤسسات التعليمية، وعلى المصمم مراعاة البساطة والوضوح والتميز والفرادة، والمقدرة على توظيف الرموز القادرة على نقل الدلالة للمتلقي.

8. يستعين المصمم بالفلسفة واللغة وما فيهما من أشكال بلاغية، ويحيل العلامات والرموز إلى الحقل التصميمي لصناعة خطاب بصري فيه من الرمزية ما يتيح الفرصة الكافية للمتلقي للتفاعل واستنباط الدلالات.
9. لا بد من التأكيد على وحدة التصميم من خلال مبدأ السيادة أو السيطرة، وذلك من خلال التأكيد على صيغة بصرية معينة، ليمثل بؤرة اهتمام التصميم، وذلك لتحقيق ما يسمى بالصدمة التي تجذب انتباه المتلقي بصرياً.
10. مراعاة تعددية الاستخدام، فالشعار الجيد يجب أن يتمتع بالمرونة وقابلية التكبير والتصغير دون أن تختفي معالمه، حيث تستطيع رؤيته على بطاقة أعمال صغيرة ولوحة إعلانات ضخمة بنفس الدقة والوضوح.

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب العربية:

1. ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين بن مكرم، (1999)، لسان العرب (الجزء الأول)، بيروت، لبنان: دار إحياء التراث العربي.
2. الرازي، محمد أبي بكر، (2009)، مختار الصحاح، بيروت، لبنان: مكتبة لبنان.
3. صليبا، جميل، (1982)، المعجم الفلسفي (الجزء الأول)، بيروت، لبنان: دار الكتاب اللبناني.
4. بنكراد، سعيد، (2007)، الصورة الاشهارية (الطبعة الأولى)، الرباط، المغرب: المركز الثقافي العربية المغربي.
5. عجوة، على، فريد، كريم، (2008)، إدارة العلاقات العامة بين إدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، القاهرة، مصر: عالم الكتب.
6. مطلوب، أحمد، (1986)، معجم المصطلحات البلاغية وتطورها (الجزء الثاني)، بغداد، العراق: مطبعة المجمع العلمي العراقي.
7. المطليبي، مالك، (1986)، الزمن واللغة، القاهرة، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
8. مصطفى، عادل، (2017)، دلالة الشكل - دراسة في الإستيقا الشكلية وقراءة في كتاب الفن، المملكة المتحدة: مؤسسة هنداوي سي أي سي.

ثانياً: الكتب المترجمة:

1. أمون، جاك، (2013)، الصورة، ترجمة: ريتا الخوري، بيروت، لبنان: المنظمة العربية للترجمة.
2. إيكو، أمبرتو، (2005)، السيميائية وفلسفة اللغة، ترجمة: أحمد الصمعي، بيروت، لبنان: المنظمة العربية للترجمة.
3. بارت، رولان، (1994)، بلاغة الصورة، في قراءة جديدة للبلاغة القديمة، ترجمة: عمر أوكان، الرباط، المغرب: إفريقيا الشرق.

4. أمبروز، غافن، هاريس، بول ، (2016)، القاموس المصور للتصميم الجرافيكي، ترجمة: فرح محفوظ، عمان، الأردن: جبل عمان ناشرون.
5. غارودي، روجيه، (1982)، البنيوية فلسفة موت الإنسان، ترجمة: جورج طرابيشي، بيروت، لبنان: دار الطليعة.
6. كيرزويل، أديث، (1985)، عصر البنيوية من ليفي شتراوس إلى فوكو، ترجمة: جابر عصفور، بغداد، العراق: دار آفاق عربية للصحافة والنشر.
7. كويلي، بول، (2016)، دليل راوتليدج لعلم السيمياء واللغويات (الطبعة الأولى)، بيروت لبنان: المنظمة العربية للترجمة.
8. ستولنيتز، جبروم، (2015)، النقد الفني (دراسة جمالية)، ترجمة فؤاد زكريا، بيروت، لبنان: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
9. مجموعة مو، (2012)، بحث في العلامة المرئية - من أجل بلاغة الصورة، ترجمة: سمر محمد سعد، بيروت، لبنان: المنظمة العربية للترجمة.

ثالثاً: الكتب الأجنبية:

1. Eliseo Veron, (1978), **Sémiosis de l'idéologie et du pouvoir** , in **Communications P**: 28.

رابعاً: الرسائل الجامعية:

1. مسامح، وائل نعيم، (2018)، دور الفكرة التصميمية في تعزيز الهوية البصرية لشعارات البنوك في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

خامساً: البحوث المنشورة:

1. Adeeb, Mansour Soha (2016), **"The effect of visual corporate identity elements in achieving corporate design and exhibition stands design mental association"**, International Design Journal, Volume 6, Issue 3, p244,249.
 2. Gharib, Nader. (2014). The impact of using triangular shapes on the Nubian and Najdi architectural composition.
 3. محمد، مشيرة مطاوع، الاتصال البصري كمدخل لتحديد الأبعاد المتعددة لمهن الفنون البصرية، مؤتمر الفنون الجميلة في مصر "100 عام من الإبداع" كلية الفنون الجميلة، جامعة حلوان، مصر.
- سادساً: المراجع الإلكترونية:

1. The impact of using triangular shapes on the Nubian and Najdi architectural composition ، نادر، غاريب: https://www.researchgate.net/publication/275338052_The_impact_of_using_triangular_shapes_on_the_Nubian_and_Najdi_architectural_composition/2014/9
2. ركن المصمم، عبدالله، ريان، تم استرجاع الصفحة من: <https://www.alaraby.co.uk/culture/2018/9/25>