

دلالات الرمز في بنية التصميم الكرافيكي المعاصر

Symbol symbolism in contemporary graphic design architecture

د. اكرم جرجيس نعمة

جامعة بغداد / كلية الفنون الجميلة / قسم التصميم

ملخص البحث :

تعد العلامة التجارية اداة اتصالية ذات اهمية بالغة لما تؤديه من ايصال للرسالة الموجهة الى مختلف شرائح المجتمع ، اذ تستخدمها الشركات لتمييز منتجاتها اذ تجسد هذه العلامة سمعة المشروع أو الشركة ومكانتها لترسيخها في اذهان المستهلكين ، لذلك تعد لغة بصرية بليغة وتحدياً لمهارات المصمم الطباعي من خلال اظهار الأشكال والرموز والتي تنقل المفردات التصميمية الى تركيبة جديدة ترمز لمضمون بعيد عن الأصل الذي استحدث منه والذي يعطي دلالات شكلية أو لونية أو كلاهما ، لذا فان البحث الحالي سيسهم في دراسة بنية الرموز ودلالاتها في تصميم العلامات الرياضية ، وقد تحددت مشكلة البحث وفق التساؤل التالي : ماهي دلالات الرموز في تصميم العلامات الرياضية ؟

ويهدف البحث الى التعرف على بنية الرمز ودلالاته في تصميم تلك العلامات،وقد تضمن البحث خمسة فصول تناول الاول مشكلة البحث واهميته والهدف منه وحدوده وتحديد بعض مصطلحاته اما الثاني فقد تضمن الاطار النظري والذي تكون من مبحثين يعنى الاول بالعلامة التجارية واقسامها وتنوعاتها الشكلية اما الثاني فقد تناول الرمز ووضعيته التأويلية كما اشتمل على الرمز والعلامة مبينا الفرق بينهما كذلك الفرق بين الرمز والاشارة وقد تطرق الباحث الى تنظيمات الرموز بنوعها الصريح وغير الصريح كذلك اليات اشتغال الرمز في التصميم ودلالاته في الاشكال التصميمية.

وقد تناول الفصل الثالث اجراءات البحث والتي تضمنت منهج البحث والذي اتسم بالمنهج الوصفي التحليلي، ومجتمع البحث الذي تمثل بالعلامات الرياضية اما عينة البحث فقد تم اختيارها بأسلوب العينة القصدية غير الاحتمالية حيث تم اختيار خمس عينات من مجموع مجتمع البحث حيث مثلت نسبة ٥٠% من المجتمع الكلي وفقا لما يخدم متطلبات البحث الحالي.

اما الفصل الرابع فقد تم فيه تحليل العينات وقد تضمن الفصل الخامس نتائج البحث وكان اهمها :

١. تحققت الدلالات اللونية الرمزية والتعبيرية في مجمل العينات المبحوثة .
٢. حصل الترابط بين العناصر بشكل واضح من خلال علاقة الجزء بالجزء ، كما في العينة (٤) .

كذلك كانت اهم الاستنتاجات :

١. يسهم البعد العلامي في تعزيز الجانب البصري والاتصالي ومرجعه الى البنية الشكلية والانفتاح اللوني .
٢. تؤدي البساطة البنائية في التكوين الى تعزيز القوة التعبيرية والاتصالية وبالتالي التلقي المباشر.

وكانت اهم التوصيات :

١. التأكيد على دلالات الرموز وتوظيفها في تصاميم العلامات الرياضية كونها تمثل صميم المنجز التصميمي .
٢. اعتماد تقنية الاختزال الشكلي واللوني في تصميم العلامات التجارية الرياضية بغية ائصال المعنى بشكل مباشر وابقاءه في ذكرة المتلقي لئلا يضيع .

كذلك كانت أهم المقترحات :

١. اجراء دراسة متخصصة للتنوع الرمزي في الاظهارات التصميمية المتحققة في تصميم العلامات الرياضية .
٢. اجراء دراسة متخصصة عن رمزية اللون ودوره في تحقيق الجذب في تصميم العلامة الرياضية .

Abstract

The brand is a communication tool that is very important for delivering the message to different segments of society. Companies use it to distinguish its products. This brand embodies the reputation of the project or the company and its place to establish it in the minds of consumers. It is an eloquent visual language and a challenge to the skills of the designer by showing Shapes and symbols that convey the design vocabulary to a new composition that symbolizes a content far from the origin from which it is created, which gives formative, color or both meanings. Therefore, the current research will contribute to the study of the structure of symbols and their implications in the design of mathematical signs, The problem of research according to the following question: What are the symbols of symbols in the design of sports tags?

The research aims to identify the structure of the symbol and its implications in the design of those signs. The research included five chapters dealing with the first problem of research and its importance and its purpose and limits and the definition of some of its terms. The second one included the theoretical framework, which consists of two sections, the first concerned with the brand and its sections and variations, The symbol and its spelling status also included the symbol and the sign, indicating the difference between them. The difference between the symbol and the sign. The researcher also dealt with the organization of the symbols, both explicit and explicit, as well as the mechanisms of using the code in the design and its implications in the design forms.

The third chapter deals with the research procedures which included the research methodology, which was characterized by analytical descriptive method, and the research society represented by

mathematical tags. The sample of the research was chosen in the non-probabilistic random sample method. Five samples were selected from the total research community. According to the current research requirements.

The fourth chapter has been analyzed samples and the fifth chapter included the results of the research and the most important:

1. Symbolic and expressive color indications were achieved in all samples studied.
2. the correlation between the elements is clearly through the relationship of the part to the part, as in the sample (4).

The most important conclusions were:

1. The scientific dimension contributes to enhancing the visual and communicative aspect and its reference to the formal structure and the color opening.
2. The structural simplicity of the composition enhances the expressive and communication power and thus the direct reception.

The most important recommendations were:

1. Emphasizing the symbols' symbols and their use in the design of mathematical marks as they represent the core of the design achievement.
2. Adopting the technique of formal and color reduction in the design of sports brands in order to convey the meaning directly and keep it in the recipient's memory for a longer time.

The most important proposals were:

1. Conducting a specialized study of the symbolic diversity in the design drawings achieved in the design of sports marks.
2. Conducting a specialized study on color symbolism and its role in achieving the attraction in the design of the sports mark.

الفصل الأول

الاطار المنهجي للبحث

مشكلة البحث

في عالم تصميمي تتنوع فيه البنى واشتغالاتها ودخولها في ميادين الحياة كافة.. يظل الولوج الى عالم المفاهيم من اهم اساسيات عمل المصمم الطباعي بغية الوصول الى مقاربات تؤدي الغرض المتوخى من العمليات التصميمية. ويظل الحديث عن الصورة الرمزية وبنائها الاكثر شمولاً وتفصيلاً من واقع الفرضيات التالية:

اولاً: ان التكوين البنائي للمجتمعات والشعوب التي تتداول الرموز والعلامات تداولاً اتصالياً يومياً منذ بدء اولى تباشير الحضارة مع اختلاف الرؤى والاهداف والانساق التي تقع ضمن باب الخصوصيات المرجعية والعقائدية والتي اسبغت على كل رمز محمول او محمولات دلالية منها ما هو مباشر ومنها عكس ذلك والتي ادت بالتالي الى صياغة ارث فكري تنوعي هو حصيله تراكمية نهائية لسنين طويلة من التجارب والخبرات انعكست على التلقي والتأويل.

ثانياً: ولدت هذه التراكمية صياغات عديدة في الرمز الواحد تفرع الى اجناس متنوعة ذات محمولات اخر. ومع تلك التعددية البنائية التي تكاثرت وصارت كما اللغة التعاقدية المحلية والعالمية التي تفهم من قبيل الافراد والمجتمعات وصنفت وفق تقسيماتها وابعادها البلاغية. فهناك ما وضع تحت باب علامات المطارات وهناك ما خص المستشفيات وهناك ما خص شؤون الحياة الاخرى ومنها علامات المرور التي يتلقاها ويفهمها الافراد على اختلاف تنوعاتهم الفكرية منطلقين من فهم بصري مباشر لا معوق فيه وهذه الاخيرة اسبغت كثير من الخصائص على محمولاتها الدلالية كونها تتمتع بالايجاز والابلاغ المباشر وبناء على ما تقدم تكون علامات المرور انموذجاً يهدف الكشف في الفرضيات المذكورة. وذلك بالانطلاق السؤال التالي:

ما هي دلالات الرموز في تصاميم العلامات المرورية؟

هدف البحث

يهدف البحث الحالي الى تعرف البنية الرمزية ودلالاتها في تصاميم علامات الرياضية.

حدود البحث:

يتحدد البحث الحالي ضمن الحدود التالية:

- ١- الحد الموضوعي: البنية الرمزية في محمولاتها الدلالية في التصميم الكرافيكي المعاصر (العلامات الرياضية الدولية) انموذجاً.
- ٢- الحد المكاني: العلامات الرياضية الدولية .
- ٣- الحد الزمني: يتحدد البحث الحالي لعام ٢٠١٧ م

تحديد المصطلحات

استكمالاً لمتطلبات البحث الحالي يقوم الباحث بتحديد بعض المصطلحات التي وردت وفقاً لما يتطلبه منهج البحث العلمي:

الدلالة: في اللغة

(دل) - (الدليل) ما يستدل به والدليل ايضاً وقد دله على الطريق يد له بالضم والفتح اعلى^(١).

وفي معجم المصطلحات يعرف الدال: (هو عنصر من عناصر الاشارة اللغوية وهو ذلك العنصر المقابل للدراك في الاشارة اللغوية)^(٢).

اما الدلالة فتعرف (على انها العلم الذي يبحث ويعني بتنظيم لغة التفاهم بين البشر، كما انه يبحث كيف يستخدم الناس اللغة وكيف يؤثرون بها ومدلولاتها على الاخرين)^(٣).

وان كلمة دلالة (Semantique) قد اشتقت من الكلمة اليونانية (semaino) أي دل وعنى، وهي نفسها مشتقة من (sema) أي دلل.^(٤)

وفي ضوء توجهات البحث الحالي يمكن ان يحدد مصطلح الدلالة على انه الاشارة الدالة لإيصال المعنى المرتبط بالصورة المعبرة عن المدلول.

الرمز : (Symbol)

ودلالاته في اللغة (شارة او ايماء) ^(٥).

ويعرف الرمز الاشارة او الايماء بالشفيتين والحاجب وبابه ضرب ونصر. ^(٦)

اما المعجم الفلسفي فيعرف الرمز على انه (شيء يهتدى اليه بعد اتفاق، وتقبله جميع الاطراف باعتباره يحقق مقصدا معينا بطريقة صحيحة). ^(٧)

والرمز ما هو الا ابداع فني يرمي الى عرض ذاته في خصوصيته للتعبير عن مدلول عام ليس هو مدلول الموضوع وحده وان كان يرتبط به بحيث ان تلك الوجوه والاشكال تنتصب كاحجيات مطلوب حلها من خلال البحث عن المضمون الحقيقي للموضوع ومدلوله الدقيق والخصوصي) ^(٨).

والرمز هو علامة يتفق عليها تاخذ ابعاد متعددة تتجاوز من خلالها المعنى الصوري المألوف والمدرک شكلياً الى المعنى الرمزي غير المألوف، حيث تتخذ مضاميناً متنوعة قد تكون سياسية، ايدولوجية، تربوية، او ثقافية وبانماط متعددة. ^(٩)

ونظرا لما وجده الباحث من تقارب في المفهوم الاخير للرمز فانه يتفق معه تماشياً مع متطلبات بحثه الحالي.

الفصل الثاني

الاطار النظري والدراسات السابقة

الرمز symbol

يعد الرمز بمثابة علامة تدل على شيء ما له وجود قائم بذاته فتمثله وتحل محله^(١٠) وله اهمية كبيرة حيث يمثل اداة تعبر عما في العقل من صور وافكار انسانية، وقد عرف هيجل الرمز بانه (شيء خارجي لمعط مباشرة يخاطب حدسنا مباشرة، بيد ان هذا الشيء لا يؤخذ كما هو موجود فعلا أي لذاته وانما بمعنى اوسع واعم بكثير)^(١١).

كما انه ميز بين الرمز والمعنى الذي يتمثل بموضوع ما مهما اختلف موضوعه والتعبير الذي يعني الوجود الحسي او العياني، فالرمز في واقعه دلالة من حيث ما يلي:^(١٢)

١. ان الصورة في الفن الرمزي مثلا لا تمثل ذاتها اذ قد ترمز الصورة لمضمون ما قد يكون غريبا عنها، فمثلا قد توظف صورة معينة في ملصق سياسي ترمز الى معنى قد يبتعد بدلالته عن مضمون شكله كان يوظف البيت للتعبير عن الامن والسلام.
 ٢. يفترض بالرموز الموظفة في الملصق ان تستحضر فيها الصفة العامة المشتركة بينهما وما تعبران عنه وليس ذاتهما الخاصة فالاسد يستحضر فينا رمز الشجاعة والميزان يستحضر معنى العدل حيث يفترض ان ترمز لافكار الشجاعة والعدل ولا تعبر عن ذاتهما الخاصة.
 ٣. قد لا يتطابق الرمز مع ما يمثله من دلالاته حيث بالامكان استخدام عدة تعيينات اخرى للتعبير عن الحق والعدل كالسيف الذي يستخدم في مسميات رمزية عديدة كالشجاعة والبراعة والقوة.
- رغم الاختلافات بين الانثروبولوجيين في تحديد ماهية الرمز الا ان هناك اتفاق شبه عام على ان مدلول رمزي يعني: ادراك ان شيئا ما يقف بديلا عن شيء اخر او يحل محله او يمثله بحيث تكون العلاقة بين الاثنتين هي علاقة الخاص بالعام او المحسوس بالعياني بالمجرد وذلك على اعتبار الرمز شيئا له وجود حقيقي مشخص الا انه يرمز الى فكرة او معنى محدد.

فالحمامة ترمز للسلام والصليب المعقوف للنازية كذلك تستخدم بعض الحركات والاشارات كرموز
فرع الذراعين رمز الاستسلام بينما رفع قبضة اليد يرمز للتهديد.

تحتل الرموز بدورها مكانة هامة في الفن التشكيلي وكثيراً من الفنانين يلجأ الى الرمز
لتوصيل فكرة او معنى ما لكن هذا الرمز قد يخفى معناه عن الكثيرين مما يفقد المتذوق للعمل
الفني بشكل عام جزء كبير من المتعة والاثراء.

مدخل الى الرموزية:

تعد اللغة اداة للتواصل بين الناس في مجتمعاتهم ومرآة لافكارهم ولا توجد جماعة بدون
لغة ورموز لغوية فالتواصل اللغوي ليس ولد اكتشاف او اختراع اني انما هو حصيلة تاريخ تتراكم
فيه الخبرات الانسانية والمعتقدات وشيفرات الاتصال وكل اسلوب كلامي يزخر بموروثات
وخبرات ورموز يفترض ان يعرفها المتكلم والمخاطب والرمز الذي يطرحه الباحث هنا كوحدة
تصميمية يمكن تحديدها. بخاصة قضية دلالاته ومعناه ودوره في تصميم العلامة التجارية.

الرمز: لفظه منحدره من السريانية (رمزو) ومعناها اشارة علامة دلالة (ويكيبيديا) والفعل
رماز بمعنى اثار، اوماً، دل وفي الفرنسية (symbole) وفي اللاتينية (symblus) وهي
منحدره من اليونانية (simvallon) أي ما جمع معا او ما كان صورة عن الشيء.

وقد عرف معجم لاروس المو الرمز على انه علامة تصويرية، كائن حي او شيء
يمثل مفهوما يكون صورة عنه او صفة له او شعارا، وهو كل اشارة توافقية اختصارية متعلقة
بالشيء الذي نريد ان نبعث فكرته.

ورد في لسان العرب:^(١٣) الرمز لغة تصويت خفي باللسان كالهمس وقيل: الرمز اشارة
وايماء بالعينين والحاجبين والشفتين والقم والرمز في اللغة كل ما اشرت اليه مما يبان بلفظ باي
شيء اشرت اليه بيد او بعين، ويعتقد الباحثون ان قدامة بن جعفر هو من تكلم على الرمز
بالمعنى الاصطلاحي في كتابه نقد النثر اذ افرد له باباً وفسره تفسيراً لغوياً فقال: "هو ما اخفي
من الكلام" ثم اتجه به اتجاها وصفيا فقال: "وانما يستعمل المتكلم الرمز في كلامه فيما يريد طيه
عن كافة الناس والافضاء به الى بعضهم فيجعل للكلمة او الحرف اسماً من اسماء الطير او

الوحش او سائر الاجناس او حرفا من حروف المعجم ويطلع على ذلك الموضوع من يريد افهامه فيكون ذلك قولا مفهوما بينهما مرموزا عند غيرهما.

ولكي نحدد مصطلح الرمز الذي نعتمده في البحث الحالي علينا ان نميزه عن الصور الرمزية الاخرى التي غالبا ما يختلط بها وهذا ما يستدعي تعيين بعض الرموز بايجاز بطريقة نظرية علمية:

١. الشعار (emblem): وهو شكل مرئي يعتمد بطريقة اصطلاحية ليمثل فكرة او كائنا او امرا معينا فالغار شعار الانتصار.
٢. المعين: والذي يستخدم كعلامة مميزة لشخص او مجموعة او مؤسسة، الاجنحة علامة شركة الطيران، الميزان علامة العدل.
٣. الايقونة (icon): وهي تشبه الشيء الذي تمثله كالصورة الفوتوغرافية التي تحيل الى موضوع وفق مبدأ التشابه.
٤. المثل (parable): وهو قول يتضمن معنى بذاته او حدث يروى ليوحي بمغزى ويوضح حقيقة او يعلم درسا اخلاقيا او دينيا او غيره كالمثل الذي ذكر في الانجيل عن حبات القمح التي تقع في اراض مختلفة.
٥. المثل الخرافي (apologue): وهو قصة متخيلة تتوسل الحيوان او النبات او الجماد لتعلم الانسان درسا. كما في مثل النسر والقبرة ال لجبران خليل جبران او الحمامة المطوقة (كليية ودمنة) لعبد الله بن المقفع.
٦. التماثل او التشابه (analogia): وهو العلاقة بين كائنات او معطيات مختلفة في جوهرها، انما هي متشابهة في بعض مظاهرها فغضب الله مثلا ليس فيه الا علاقة مشابهة مع غضب الانسان (قال ابن الاثير وجدت علماء البيان قد فرقوا بين التشبيه والتماثل وهما شيء واحد لا فرق بينهما في اصل الواقع).
٧. الكناية (allegorie): في علم البيان ان تتكلم بشيء وتريد غيره وهو محنة تصويرية فيها تمثيل وتعبير عن وضع او صفة كقولهم فلان باب مفتوح للجميع. وفلان لسانه طويل، يقول هنري كوربان محددنا هذا الفرق الاساسي بين الكناية والرمز حيث ان الكناية هي تمثيل على

مستوى الوعي عينه الذي يمكن ان يكون معروفا بطريقة اخرى اما الرمز فله مخطط ادراكي مختلف عن الوضوح العقلي انه رقم سر والطريقة الوحيدة لقول ما لا يدرك بطريقة اخرى وهو لا يشرح مرة واحدة واخيرا بل يجب دائما ان نحلله من جديد كأنه قراءة اولى لقطعة موسيقيك لا تفك رموزها مرة واحدة بل تتطلب دائما تنفيذاً جديداً.

٨. الاستعارة (metaphore): لغة طلب الشيء عارية ونقله من حيازة الى حيازة يقول الجرجاني اعلن ان الاستعارة في الجملة ان يكون للفظ اصل في الوضع اللغوي معروف تدل الشواهد على انه اختص به حين وضع ثم يستعمله الشاعر او عند الشاعر في غير ذلك الاصل وينقله اليه نقلا غير لازم، فيكون هناك كالعارية فالاستعارة ان يستعمل اللفظ في غير ما وضع له اصلا في التركيب لقريظة ما، مع ارادة التشبيه، لان العلامة وثيقة بين التشبيه والاستعارة. كقولنا ابتسم الفجر فقط استعير الابتسام للفجر من خلال فعل ابتسم للتشبيه بالانسان او ما ورد في الاية (كتاب انزلناه اليك لتخرج الناس من الظلمات الى النور) فقد استعيرت لفظة الظلمات للضلالة ولفظة النور للهداية. جميع هذه الاشكال التصويرية التعبيرية لا تعدو كونها ابحاث يمكن ان تخدم الرمز ووسائل تواصل على مستوى المعرفة والنشاط الذهني وهي تقوم بدور المرآة ولا تتعدى اطرافها التنفيذي. واما الرمز الذي يفترض متجانسا بين الدال والمدلول بالمعنى الديناميكي المنظم فيمتاز منها ومنه العلامة اللغوية الاصطلاحية الاعتبارية التي تجعل الدال (signification) غريبا عن المدلول (signifie) وفي هذا المجال يشدد (جيلبير دوران) على بنية القدرة المبدعة لهذه الدينامية المنظمة عينها مستندا الى اعمال يونغ وبياجيه ويشير الدكتور منير معلوف في كتابة معجم الرموز الى ان السيميائية تلتقي بالرموزية في انها علم الرموز بعامة او الرموز التي تختص بشعب او ثقافة او دين كرموزية التوراة او الانجيل او القران وحيث الرمز يوحي بفكرة او ايدولوجية او حقيقية عميقة من دون ان يحصرها ويحددها ويوضح (لاكان) ان الرموزية تتمايز في حقل التحليل النفسي بصفاتها انظمة كلامية ويرى (لوفي شتراوس) انه يمكن اعتبار كل ثقافة كمجموعة نظم رمزية في طليعتها الكلام والعقود الزوجية والعلاقات الاقتصادية والفن والعلم والدين.

الوضعية التأويلية للرمز:

الذاتي-الموضوعي-الكلي-الجزئي في نشاط تاويل الرمز ليس التأويل في التطبيق العملي هو ضبط شيء ما كمعطى قبلي من اجل تلخيص خيوط وضعية خاصة، فلا ينبغي ان يحاول المؤول بحضور "نص بصري رمزاً" تطبيق معيار عام لحالة خاصة وانما ينصب اهتمامه على الكشف عن دلالة اصيلة متوارية خلف "نص بصري" الذي هو تحت معالجة المؤول فبين الوعي او "المدرک" والمعرفة الواقعية للغايات هو الذي نستعين به لتحليل مضامين الرمز، يتعين تحديد بنية الفهم واقعياً والتي يناسس عليها فن التأويل، وهنا يتعلق الامر تحديد الدلالة المفترضة بفضل الكل المستوعب من طرف اجزائه ولكن على ضوء الكل تتخذ الاجزاء وظيفتها والتي لا تفرض تخيلاً وحدها، بل تامين مبحثها العلمي بين كل الرمز واجزائه، وتتعلق المسألة بادراك القيمة الضمنية للبراهين المقدمة والكاملة نسبياً، لنجد انفسنا في دائرة القصد المفهوم في حد ذاته.

الاهم في الرمز الكشف عن معجزة الفهم او المشاركة في القصد الجمعي، ويهدف التأويل الى ارجاع واحلال الاتفاق وتسديد النقائص.

وينبغي لكل رمز تأويلاً حقيقي يحترز اساساً من اعتبارية الافكار التوهمية التي تلوح في خاطر ابتداءً من الحدود المنحدرة من بعض ومن مشاعر المقموعة في وعينا التي تأتي كرديف مع التفكير.

الرمز والعلامة:

يرى هربرت ريد ان هناك فرقا بين الرمز والعلامة اذ يرى من شان الرمز ان يجعلنا نتصور موضوعة في حين ان كل ما ترمي اليه العلامة هو ان تجعلنا نتعامل مع ما تشير اليه او تدل عليه فاذا كان للعلم لغته القائمة على العلامات فان للفن لغته القائمة على الرمز ومثل هذه اللغة الرمزية (symbolic language) لا بد ان يكون لها نسقها الخاص من القواعد^(١٤) وبهذا المعنى يمكن القول بان لغة الفن هي لغة نوعية تقوم على الرموز لا على العلامات.

اما سوزان لانجر فقد عدت الرمز اداة ذهنية او مظهرا من مظاهر فاعلية العقل البشري في حين ان العلامة ما هي الا شيء نعمل بمقتضاه او وسيلة لخدمة العقل البشري^(١٥).

الرمز والاشارة:

هناك فرق بين الرمز (symbol) والاشارة (signal) فالاشارة دلالة على الاشياء الموصولة بها اما الرمز فيمثل اكثر من معناه الواضح المباشر هذا علاوة على ان الرموز نواتج طبيعية وعفوية^(١٦).

طبقا لما تقرره البنيوية فان الاشارة (signal) هي اداة اتصالية هدفها نقل رسالة (massage) وتستننتج فقط الشيء الذي يدل عليه، بمعنى اقامة علامة اجتماعية لوجود اخبار او استفهام او امر فالمرسل يقوم بعمل اشارة ذات معنى لاجبار المتلقي بمحتوى الرسالة او بالاشارة المرسله ومثال ذلك سهم منحني نحو اليمين مما يعني ان هناك انعطافاً في الطريق نحو اليمين وعلى السائق ان يتبع الرسالة أي بمعنى ان الشرطة قد ارسلت رسالة على السائق الذي تلقاها بوساطة (قناة) هي اشارة المرور الموجودة في الشارع^(١٧).

تنظيمات الرموز:

يتشكل الرمز في انظمة ذات معاني مختلفة لكنها متممة لبعضها فيظهر من خلالها على نوعين كالآتي^(١٨):

اولا: التنظيم الصريح للرمز: وهو ما يعبر عنه بوضوح لما يحمله من احساس مادي من خلال العناصر الضامنة له حيث تدل على الشيء نفسه، او له صورة مادية بحيث يكون هنالك تشابه ملحوظ ما بين الرمز والمرموز له كان يوظف في ملصق صورة الشمس () او الهلال () وهذا يشمل الرمز في حالة التطابق او التشابه في صورة المعنى.

ثانيا: التنظيم غير الصريح (الضمني) وهو الذي لا يتطابق بالمعنى أي عدم وجود تشابه ملحوظ ما بين الرمز والمرموز حيث ان صورته المادية له لا تعطي المعنى الصريح فالجبل مثلا صورة حقيقية وواقعية لما موجود في الطبيعة لكن المعنى الرمزي له هو الموت واحيانا القوة.

ويمكن القول بان الرمز البسيط كما هو في التنظيم الصريح لا يعدو كونه محاولة تحضيرية اولى باتجاه الترميز اما في التنظيم غير الصريح فهو تحويل او تركيب لعناصر مستقلة او متفاوتة طبيعيا ويستطيع ان يعمل بكفاءة على شكل الرموز.

الرمز في التصميم:

يتضمن التصميم اشكالا ذات مضامين معبرة عن الفكرة التصميمية تمثل رموزا ناطقة توظف لتلبي احتياجات الفكرة فالأحداث السياسية المقترنة بدلالات رمزية بليغة تكون ذات قدرة على التعبير عن المعنى والغاية الفلسفية حيث لا يوجد شيء ليس له معنى معين فالأشياء التي ليست دلالة لا مكان لها في العمل التصميمي^(١٩). وفي تصميم العلامة التجارية فان الرمز يخضع لمجمل عمليات التصميم حيث بالإمكان استلال الحروف والارقام والاشكال الانسانية والنباتية والهندسية سواء صمم ذلك مفردا او مزدوجاً ام مندمجا مع اشكال ورموز اخرى على وفق انظمة ومعادلات تتعلق بكافة المرئيات لان نتاج تصميمي فالعلامة التجارية تتحقق بفعل انساني عن استجابة لضرورة محددة وهو تعبير عن وجود حاجة يمكن اظهارها من خلال تنظيم العلاقات البنائية واختيار اسلوب تجميع وترتيب وتنسيق اشكالها ورموزها وحروفها، لذا فالافكار والخيارات التصميمية كثيرة ومتنوعة ولا حصر لها فضلا عن الجوانب التي تمس تصميم العلامة التجارية ودلالاتها الرمزية ومضامينها واسلوب التعبير عنها للوصول الى ابعاد علامية مختلفة تتمثل بما يأتي:^(٢٠)

١. البعد العلامي الشكلي: يظهر من خلال البناء الشكلي للهيئة الكلية للمنجز التصميمي.
٢. البعد العلامي الدلالي: يتصل بدلالات الفكرة والمضمون.
٣. البعد العلامي الجمالي: يكتسب مقوماته من جماليات عناصره المساهمة للبناء الشكلي الكلية للمنجز التصميمي.

ومن خلال ذلك تولد العلامة التجارية كمنجز تصميمي وعبر مجموعة توليفية من العناصر التي تظهر كقوى بانية ومعززة الكلية للمنجز التصميمي والتي تحتكم الى علاقات انسانية وجمالية يرمجها المصمم لكي تلبى اهداف التصميم بأفضل صيغ التعبير.

دلالات الرموز للاشكال التصميمية:

يعد الشكل هو الاساس في التصميم وهو اداة التعبير عن اية فكرة تصميمية كما يعد (المحفز الاساس لتحقيق الغاية الاتصالية حيث يستقى منه المضمون)^(٢١).

وفي تصميم العلامة التجارية فان اشكال الرموز غالبا ما تتسم بالوضوح كالايقونة والاشارة فالتعبير عن السلام يرمز برسم الحمامة وغصن الزيتون... الخ هذا يعني بانها اشارات تحدد العلاقة القائمة بين التشخيص والرؤية الطبيعية للاشياء من خلال رموز تحمل رسائل بصرية تصل الى مرسل الرسالة ومستقبلها (حيث يمثل الرمز حقيقة خاصة تعني بما كان يمكن ان يفعل وما كان يمكن ان يحس بتمثله شكلا جديدا يحمل طاقة ذات تاثير ديناميكي قادر على الاقناع والتاثير من خلال البديل الذي يكون رمزاً)^(٢٢).

وهكذا بالنسبة الى العلامات الرياضية فهي محملة بالرموز المختزلة والتي ترمز الى ما تمثله من خلال الاشكال او الاسماء او المضامين وفي هذه الحالة تحمل الاشكال دلالات مزدوجة من خلال تصميم فكرة لموضوع واحد يربط المصمم اشكاله بعلاقات ذات احياءات مزدوجة لمعنيين معاً وعليه فايضا وجدت المادة لابد من تمظهرها بشكل يميزها بالعناصر المحسوسة للعمل تنظم دائما على نحو ما وعلى العكس فالشكل دائما يتعلق بمادة ما وما فيها^(٢٣).

ويتجسد ذلك في تصميم العلامة التجارية التي يظهر فيها توظيف الرمز على وفق مدى اوسع لياخذ صفات عالمية تستمد من تاريخ المجتمع وتراثه التي تنتمي اليه فمثلا النخلة السومرية ترمز لحضارة سومر حيث تحمل مدلول رمزي واسع على فكرة ومعنى اعمق مرتبط بتاريخ حضارة سومر، كذلك اعلام الدول فهي ترمز الى هوية ما ترمز اليه كالمنجل والمطرقة في علم الاتحاد السوفيتي فضلا عن استخدام الرمز الحروفي في علم المملكة العربية السعودية وايران والعراق فضلا عن الرموز الموظفة على الاوسمة والانواط والعملات الورقية والمعدنية والطابع والملصقات وكل النواتج الملتنصقة بعالم الانسان المرئي.

الفصل الثالث

إجراءات البحث:

١. منهج البحث:

اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي للكشف عن السمات العامة للموضوع محل الدراسة للوصول الى اهداف البحث ويعد الوصف من الخطوات العلمية المهمة في بناء النظريات بفضل دقته واتساع مضمونه^(٢٤).

٢. مجتمع البحث:

يتحدد مجتمع البحث بدراسة العلامات التجارية الرياضية الدولية وكان سبب اختيار هذه العلامات لمبررات موضوعية تتعلق بسعة انتشار تلك العلامات دولياً ومحلياً وذات اتصال واسع بشرائح مختلفة من المجتمع. وقد تالف مجتمع البحث من (١٢) عينة.

٣. أداة البحث:

نظرا لعدم توفر اداة جاهزة لتحليل العلامات فقد اعتمد الباحث على معطيات الاطار النظري وعلى ملاحظاته الشخصية في هذا المجال.

٤. عينة البحث:

العينة هي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته ممثلة بنسب مئوية يتم حسابها طبقاً للمعايير الاحصائية^(٢٥).

وقد اعتمد الباحث اسلوب العينة القصدية غير الاحتمالية حيث تم اختيار (١٢) اثنا عشرة علامة وهو جزء من المجتمع الكلي المبحوث ويمثل نسبة مئوية يتم حسابها على وفق معايير احصائية مما يساعد الباحث في معرفة سمات ومزايا مجتمع البحث الكبير دون دراسة كامل وحداته^(٢٦). أي بنسبة ٥٠% من مجموع مجتمع البحث وقد جاء اختيارها تبعاً لما يخدم اهداف البحث الحالي.

٥- صدق الأداة

تم التأكد من صدق اداة التحليل بعد عرضها على عدد من الخبراء والمختصين^(*) في مجال التصميم الطباعي والبحث العلمي قبل تطبيقها وقد تم الاجماع على صلاحية مفرداتها بذلك اكتسبت صدقها الظاهري من الناحية البحثية.

٦- ثبات الأداة:

تم تحقيق ثبات الاداة من خلال وصول المحللين المختلفين الى نفس النتائج باتباع قواعد التحليل نفسها عن طريق الاتساق مع المحللين المختلفين^(**) للوصول الى النتائج نفسها. وقد كانت نسبة الاتفاق مع المحللين الخارجيين بنسبة ٩٥% حسب معادلة كوبر^(***) وقد ظهرت تغيرات طفيفة دون ان تؤدي الى ظهور اتجاه جديد او غياب اتجاه موجود.



العينة (١)

الوصف العام

تمثل العلامة بمستويين شكليين الاول يخص التنظيم (دلالي) والثاني لاسم الشركة (adidas).

اقسام العلامة: يقع هذا الخط من تصاميم العلامات الرياضية ضمن الاتجاه الذي يجمع البعد الابتكاري بجدية الشكل الهندسي واسم الشركة فالناظر الى الشكل الهندسي لا يجد غير مساحات ثلاثي تعطي انطباعاً بشكل مثلث وهي استعارة شكلية مهمة لها ارتباط بالادوات الهندسية لكل مصمم احدث قطعاً في مقدمة الشكل كمحاولة لاحداث مغايرة بصرية الا ان الامتداد الاتجاهي للشكل الهندسي يعد تنوعاً في الشكل ذاته، ثم بعد ذلك اسم الشركة الذي جاء متوافقاً مع ذلك الامتداد البصري محدثاً لموائمة بصرية بين مستويين يشكلان اقسام العلامة.

نوع العلامة: تقع هذه العلامة ضمن الانواع الايحائية والذي يقع قوتها في الشكل الهندسي والذي اخذ بعدا سيادياً واضحاً خاصة وان المصمم ابعده البنية العلامية عند التفصيلات وركز على المساحات دون غيرها فهي من جانب ملائمة للمحتوى العام الذي خرجت به الشركة ومن جانب اخر تلبي الحاجة الاتصالية وهي كذلك تتمتع بالنفرد والمعاصرة والاستجابة للاستعمال المرن خاصة عندما توظف وتطبع على سطوح متنوعة مثل القماش او الجلد وغيره والسبب يعود كما اشرنا الى خلوها من التفصيلات والتعقيدات الشكلية.

تصنيف الرمز: تصنف العلامة ضمن التجاري والدلالي الرمزي فهي من جانب ذات مدلولات تجارية كونها تخص شركة تجهيزات رياضية ومن جانب اخر تضمنت البعد الدلالي الرمزي من خلال الموائمة بين الشكل الهندسي واسم الشركة وكلا التصنيفين مهمين وبحسبان لقوة العلامة وقوتها في السوق العالمية.

محتوى الرمز: انبنت محتويات العلامة وفق النمط الهندسي قبل أي شيء فالمستوى الهندسي (المثلث المقطوع) يجاوره اسم الشركة الهندسي يعد تكراراً لتشكيلة من الدوائر والذي يشكل البنية الكتابية للاسم والموائمة واضحة بين الشكل المثلث واسم الشركة لكونها يقعان ضمن الانماط الهندسية ويؤدي هذا النوع من المحتويات دوراً في التعبير عن رؤى المؤسسة والشركة التي تقدم خدمة لفئات متعددة من الجمهور المستهدف.

التنوع الشكلي: ان البنية الرمزية لعلامة اديداس تتمتع بقوة تعبيرية واتصالية واضحة لبساطته النباتية وتلقيه المباشر فهو يشكل فضاءاً ليس فيه من المعوقات الابصارية ويتمتع بخصوصية بصرية ذات محمول دلالي واضح للمتلقي.

البعد العلامي: يقع هذا النوع من العلامات ضمن البنيات الدلالية التي تتمتع بهندسة تجريدية عالية تحاول ان تجد لها مكاناً بين علامات دولية معروفة خاصة وان الشركة تحاول ان تجد لها مكاناً بين علامات دولية معروفة خاصة وان الشركة تحاول ان تظهر العلامة بلونها الاسود احياناً وبالابيض في احيان اخرى وهي مغامرة محسوبة من قبل الشركة

خاصة وان منتجاتها تتمتع بقيم لونية متعددة. ان البعد العلامي ساهم في التعزيز البصري والاتصالي ومرجعه الى البنية الشكلية والانفتاح اللوني وثنائية المستوى



العينة ٢

الوصف العام

تمثل العلامة بمستويين شكليين الاول يحقق التنظيم الشكلي (دلالي) والثاني لاسم الشركة (nike).

اقسام العلامة: صممت هذه العلامة وفق الاتجاه ذو البعد الابتكاري الشكلي فضلا عن الاتجاه الحروفي (اسم الشركة) وهنا فان المتلقي يرى شكلا هندسيا حرا وهو استعارة شكلية مهمة لها ارتباط بمعنى الجودة وان الامتداد الاتجائي للشكل جاء ليضيف طابع الحركة عليه وجاء اسم الشركة (nike) اسفل الشكل وبشكل مستقيم بشكل توافقي مع الامتداد البصري محدثا موافقة بصرية بين مستويين يشكلان اقسام العلامة.

نوع العلامة: تأتي هذه العلامة ضمن العلامات الايجابية حيث يمثل الشكل مركز قوتها البصرية من خلال ترسيخ مبدأ السيادة الواضح حيث تم اختزال التفاصيل الزائدة وتكثيف الفكرة التصميمية من خلال التركيز على الشكل الملائم للمحتوى والملبي للحاجة الاتصالية التي ترومها الشركة فضلاً عن التفرد الذي تتمتع به هذه العلامة فضلا عن استجابتها للتطبيقات المختلفة والتي توظف للاغراض الطباعية المتعددة وعلى سطوح متعددة ومتنوعة وذلك لبساطة تكوينها وخلوها من التفاصيل الشكلية المتشعبة.

تصنيف الرمز: تصنف العلامة ضمن التجاري والدلالي الرمزي فقد صممت هذه العلامة لشركة متخصصة بالتجهيزات الرياضية ومن جانب اخر فانها تميزت بالبعد الدلالي الرمزي من

خلال الموائمة بين الشكل واسم الشركة الامر الذي جعل منها علامة ذات اهمية تصميمية بالغة في السوق العالمية.

محتوى الرمز: تشكلت محتويات العلامة من النمط الهندسي الحر والذي تمثل والمجاور لاسم الشركة (Nike) والذي تكون من بنية كتابية حيث ترى الانسجام واضحاً مع الشكل (√) (حيث ادى الى اضاء الجانب التعبيري على هذه العلامة والذي يقوم خدمة وفيرة لجمهور واسع من المستهلكين.

التنوع الشكلي: تتمتع هذه العلامة ببنية رمزية ذات قوة تعبيرية واتصالية واضحة وذلك لبساطة تكوينها حيث تتم عملية الاتصال والتلقي بشكل يسير ومباشر بفعل الفضاء الخالي من المعوقات الابصارية والذي حقق محمولاً دلالياً واضحاً للمتلقى.

البعد العلامي: حاول المصمم لهذه العلامة ان يضعها بين العلامات الدولية المهمة من خلال الاهتمام بهندسية الشكل المجرد والذي تظهر باللون الاسود والابيض والذي اسهم في تعزيز الجانب البصري والاتصالي.

العينة (٣)



الوصف العام

تمثل العلامة بمستويين شكليين الاول يخص التنظيم الشكلي (دلالي) والثاني لاسم الشركة (puma).

اقسام العلامة: صممت هذه العلامة وفق اتجاهين الاول ابتكاري من خلال الصورة المعبرة عن الحيوان (الوشق) والثاني اتجاه حروفي تمثل في اسم الشركة (puma) حيث تكون الشكل العام للعلامة ليعطي انطباعاً عن القوة والسرعة الناتج عن تجسيد الصورة المستخدمة في العلامة حيث جاء الامتداد الاتجاهي للشكل لاضفاء طابع الحركة وقد

وضع المصمم اسم الشركة اسفل الصورة بشكل متوافق مع الرؤية البصرية العامة للعلامة والتي شكلت اقسام العلامة.

نوع العلامة: اعتمد المصمم في هذه العلامة على مبدا السيادة لخلق مركز قوة بصرية وذلك من خلال تبسيط الشكل واختزال تفصيلاته والتركيز على صورة (الوشق) والذي يلائم المحتوى الملبي للحاجة الدعائية والاتصالية الامر الذي جعل العلامة من العلامات المميزة ضمن العلامات التجارية العالمية الاخرى فضلا عن امكانية التعامل معها لاغراض التطبيق كالطباعة على الجلود والقماش وباحجام مختلفة دون الاخلال بشكلها العام.

تصنيف الرمز: صممت هذه العلامة للغرض التجاري التسويقي وتصنف ضمن الدلالي الرمزي من خلال التوافق بين الشكل واسم الشركة حيث كانت لهذه العلامة مكانتها المهمة بين العلامات التجارية العالمية المميزة.

محتوى الرمز: تشكلت العلامة من النمط الصوري الرسومي والتمثل بصورة الوشق والمجاور للنمط الحروفي المتمثل باسم الشركة (puma) حيث بدى التوافق والانسجام واضحاً في كلا النمطين الامر الذي عزز الجانب التعبيري لهذه العلامة والذي يجعلها تؤدي وظيفتها النفعية والاتصالية بشكل حقيقي يقدم خدمة واسعة للمستهلكين.

التنوع الشكلي: ان البنية الرمزية الايقونية لهذه العلامة جاءت بشكل يتمتع بقوة تعبيرية واضحة تؤدي وظيفتها الاتصالية بشكل مباشر لبساطة تكوينها وانسجام عناصرها التصميمية الشكلية مع الفضاء الحاوي لها والذي حقق محمولاً دلاليّاً واضحاً للمتلقي.

البعد العلامي: ان البنية الرمزية الدلالية لهذه العلامة تتمتع بقوة تعبيرية عالية من خلال استخدام الاتجاهين الايقوني والكتابي الامر الذي جعل منها علامة تجارية تاخذ مكانتها بين العلامات الرياضية الدولية الاخرى من خلال تعزيز الجانب البصري والاتصالي.

العينة (٤)



الوصف العام

تمثل العلامة بمستويين شكليين الاول هو التنظيم الشكلي الدلالي والثاني لاسم الشركة (Reebok).

اقسام العلامة: صممت هذه العلامة باتجاهين يمثل الاول الاتجاه الابتكاري من خلال الشكل الهندسي والمنكون من مثلثين متقاطعين وهي استعارة شكلية تعطي انطباعا بالحركة وقام المصمم باحداث قطع في المثلث الابيض لاحداث الشد البصري وان امتداد الشكل الهندسي اخذ اتجاهين مختلفين وقد جاء اسم الشركة في اعلى العلامة بشكل متوافق مع الشكل الهندسي لاحداث الموائمة البصرية بين مستويين يشكلان اقسام العلامة.

نوع العلامة: تصنف هذه العلامة ضمن العلامات الايحائية حيث جاء الشكل الهندسي ليمثل مركز القوة فيها خاصة وانه خال من التفاصيل والتشعبات وبالتالي فان المصمم ركز على المساحة اللونية تلبية للحاجة الاتصالية، وتتمتع هذه العلامة بالتفرد والاصالة وكذلك ادت مرونة التصميم الى ان تكون هذه العلامة من العلامات التي يسهل تنفيذها على مختلف الخامات الطباعية كالجلود والاقمشة.

تصنيف الرمز: لقد حققت هذه العلامة الدلالة الرمزية والطبيعية الذاتية كون مفرداتها جاءت مباشرة في استخداماتها المعبرة عن محتوى الشركة فضلاً عن استخدام العنصر الكتابي (Reebok) كدلالة على اسم الشركة وبذلك وضعت لتخاطب فئات عديدة من المتلقين ورغم الالوان القليلة المستخدمة في العلامة والمتمثلة بالقيم الزرقاء والبيضاء الا انها جاءت معبرة حيث ظهرت كدلالة رمزية تعبيرية فاللون الاحمر هو تكثيف اظهاري معنوي لفكرة المتوخاة من تصميم العلامة حيث اسهم في جذب انتباه المتلقي وهذا ما يحسب لقوة العلاقة في السوق العالمية.

محتوى الرمز: استخدم المصمم الشكل الهندسي (المتلث) كعنصر اساس وظف للايحاء بفكرة الموضوع فضلا عن استخدام البنية الكتابية والمتكونة من اسم الشركة (Reebok) حيث اسهم هذا الاستخدام في ايجاد موائمة بصرية بين الشكل والكتابة حيث ادت هذه الموائمة الى ترسيخ الجانب التعبيري عند رؤية الشركة التي تقدم خدماتها الى جمهور واسع من المستهلكين.

التنوع الشكلي: تتمتع علامة (Reebok) بتنوع شكلي ساهم في ايجاد قوة تعبيرية عززت الجانب الاتصالي وذلك لبساطة التكوين وبخصوصية بصرية ذات محمول دلالي واضح للمتلقي.

البعد العلامي: وظف المصمم الشكل الهندسي بشكل مدروس مما ادى الى وجود بنية رمزية ذات قوة تعبيرية عالية متوافقة مع البنية الكتابية مما ادى الى خصوصية هذه العلامة كونها من العلامات الرياضية المهمة والتي تؤدي دوراً وظيفياً واتصالياً ناجحاً.

الفصل الرابع

نتائج البحث ومناقشتها :

من خلال تحليل عينات البحث الحالي توصل الباحث الى جملة من النتائج وهي كما يلي :

- ١- تحققت الدلالات اللونية الرمزية والتعبيرية في مجمل العينات المبحوثة .
- ٢- حصل الترابط بين العناصر بشكل واضح من خلال علاقة الجزء بالجزء ، كما في العينة (٤) .
- ٣- تحقق التنوع الشكلي في كافة العلامات والذي اسهم في تعزيز الجانب التعبيري معززا بدوره الجانب الاتصالي .
- ٤- وظفت الأشكال الهندسية لتحقيق البنية الرمزية كما في العينات (١،٤) وذلك من خلال الموائمة بين الشكل الهندسي واسم الشركة .

- ٥- تحقق الاستخدام الصوري الرسومي بشكل يتوافق مع النمط الحروفي والذي تمثل بأسماء الشركات والذي حقق انسجاما وتوافقا واضحا كما في العينة (٣).
- ٦- ادى استخدام الأشكال الحرة الى تعزيز الجانب الحركي في التصميم كما في العينات (٢،٣).
- ٧- تحقق الجانب التعبيري بشكل واضح في العينة (٣) من خلال استخدام الإتجاه الأيقوني والإتجاه الكتابي .
- ٨- ظهر استخدام التباين اللوني في اغلب العينات بهدف احداث التنوع الشكلي من خلال استخدام الاسود والابيض كما في العينة (١).
- ٩- تنوع العلاقات التصميمية والتي تحققت من خلال احجام الاشكال لتأكيد فاعلية الترابط بين تلك العناصر كما في العينات (٣،٤) .
- ١٠- تحققت الموائمة البصرية بين الشكل والكتابة في العينات (٢،٣،٤) حيث ادت الى ترسيخ الجانب التعبيري المتوخى من العلامة التجارية .

الإستنتاجات :

- وفي ظل ما تقدم من نتائج افرزها البحث الحالي فقد توصل الباحث الى الإستنتاجات التالية :
- ١- يسهم البعد العلامي في تعزيز الجانب البصري والإتصالي ومرجعه الى البنية الشكلية والانفتاح اللوني .
 - ٢- تؤدي البساطة البنائية في التكوين الى تعزيز القوة التعبيرية والاتصالية وبالتالي التلقي المباشر .
 - ٣- ان استخدام العناصر التصميمية المباشرة تحقق الدلالة الرمزية والطبيعية للعلامة التجارية .
 - ٤- يحقق الإختزال الشكلي واللوني فهما واضحا في تصميم العلامة الرياضية ورسوخها في ذاكرة المتلقي فضلا عن تحقيق الاتصال التعبيري والجمالي.

٥- ان استخدام الموائمة البصرية بين الشكل والعناصر الكتابية يؤدي الى تعزيز الجانب التعبيري فضلاً عن الجانب البصري والإتصالي .

التوصيات :

في ضوء ما تقدم من نتائج واستنتاجات اسفر عنها البحث الحالي ،فان الباحث يوصي بما يلي :

- ١- التأكيد على دلالات الرموز وتوظيفها في تصاميم العلامات الرياضية كونها تمثل صميم المنجز التصميمي .
- ٢- اعتماد تقنية الاختزال الشكلي واللوني في تصميم العلامات التجارية الرياضية بغية اىصال المعنى بشكل مباشر وابقاءه في ذكرة المتلقي لزمن اكبر .
- ٣- ترسيخ مبدأ الوحدة التصميمية في تصميم العلامات الرياضية من خلال ايلاء علاقة الجزء بالجزء والجزء بالكل اهتماما اكبر نظرا لما له من اهمية قصوى في تجسيد الواقع التصميمي .
- ٤- ضرورة تفعيل مبدأ التوازن الوهمي في تصميم العلامات الرياضية كونه اكثر حيوية واكثر جمالاً.
- ٥- الإهتمام بالتنظيم العلاقتي بين عناصر التصميم لما له من اهمية في المنجز التصميمي .

المقترحات :

توصل الباحث الى جملة من المقترحات التي يراها مهمة في العمل التصميمي سيما في تصميم العلامات الرياضية وهي كما يلي :

- ١- توسيع استخدام الرموز ودلالاتها من خلال اختيار احد الانظمة التصميمية عند استخدامها ويتم اختيار النظام وفقا لطبيعة الموضوع وفكرته التصميمية.
- ٢- اجراء دراسة متخصصة للتنوع الرموزي في الاظهارات التصميمية المتحققة في تصميم العلامات الرياضية .

٣- اجراء دراسة متخصصة عن رمزية اللون ودوره في تحقيق الجذب في تصميم العلامة الرياضية .

الهوامش

١. الرازي، محمد بن ابي بكر عبد القادر: مختار الصحاح، الكويت، دار الرسالة، ١٩٨٣، ص ٢٠٩.
٢. علية عياد عزت: معجم المصطلحات، كلية الاداب، جامعة القاهرة، ١٩٨٢، ص ١٧.
٣. نفس المصدر، ص ١٨.
٤.: علم الدلالة، ترجمة: د. منذر عياش، دمشق، دار طلاس للدراسات والترجمة والنشر، ١٩٩٢م.
٥. لويس معلوف: المنجد في الادب والعلوم، بيروت، المطبعة الكاثوليكية، ص ٢٧٩.
٦. المعجم الفلسفي: مجمع اللغة العربية المصرية، القاهرة، الهيئة العامة لشؤون المطابع الاميرية، ١٩٧٩، ص ٢٥٩.
٧. نفس المصدر، ص ٢٤٨.
٨. هيكل: الفن الرمزي، ت: جورج طرابيشي، ط١، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ١٩٧٨، ص ١١.
٩. رغد منذر احمد: دلالات الرموز في تصميم الملصق السياسي في العراق، رسالة ماجستير، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، ٢٠٠٢م.
١٠. الموسوعة الفلسفية، ترجمة كرم سمير، بيروت، ١٩٨١، ص ٤٨٨.
١١. هيكل: الفن الرمزي، ت: جورج طرابيشي، ط١، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ١٩٧٨، ص ١١.
١٢. رغد: ص ٣٩. منذر احمد، دلالات الرموز في تصميم الملصق السياسي في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، ٢٠٠٢م.
13. Kuwayama, yasaburo, Trade marks & symbols, new york, van nostrand Reinhold company, 1973, pp. 9-10.
١٤. زكريا ابراهيم: فلسفة الفن في الفكر المعاصر، دار مصر للطباعة، ١٩٦٦م، ص ٣١٥.
١٥. المصدر نفسه، ص ٣١٥.
١٦. يونغ: كارل غوستاف، الانسان ورموزه، ترجمة سمير علي، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، ١٩٨٤م، ص ٦٥.
١٧. عز الدين شموط، لغة الفن التشكيلي (علم الاشارات البصرية)، ط١، جامعة البنات الاردنية، الاردن، ١٩٩٣م، ص ١٧٣-١٧٤.
١٨. دائرة المعارف الكتابية، ج٤، ط٢، دار الثقافة، القاهرة، ١٩٩٦م، ص ٧٣.

١٩. ارنهايم، رودلف: فن السينما، ت: د. العزيز فهمي، صلاح التهامي، المؤسسة المصرية للتأليف، ب.ت، ص ٥٥.

٢٠. عبد الرضا، بهية داود، بناء قواعد لدلالات المضمون في التكوينات الخطية، اطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، ١٩٩٧، ص ١٠٢.

٢١. دلالات الرموز في تصميم الملصق السياسي في العراق، رعد منذ احمد، رسالة ماجستير، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، ٢٠٠٢، ص ٥٩.

٢٢. عز الدين شموط: لغة الفن التشكيلي (علم الاشارات البصرية)، ط ١، جامعة البنات الاردنية، الاردن، ١٩٩٣م، ص ١١٦.

٢٣. ستوليننز، جيروم، النقد الفني، دراسة جمالية وفلسفية، ترجمة د. فؤاد زكريا، القاهرة، مطبعة عين شمس، مصر، ١٩٨١، ص ٣٧٥.

٢٤. الهيتي، هادي نعمان: اسس وقواعد البحث العلمي، دراسة غير منشورة لطلبة الدراسات العليا، مطبوعة بالرونيو، ١٩٨٧، ص ٥.

٢٥. عبد الحميد، محمد: تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، ط ١، (دار الشروق)، ج ٢، المملكة العربية السعودية، ١٩٨٣، ص ٩١.

٢٦. احسان محمد حسن: الاسس العلمية لمناهج البحث العلمي، ط ١، بيروت، دار الطليعة للطباعة والنشر، ١٩٨٢، ص ٥٦.

* الخبراء: ١- أ. د. نصيف جاسم محمد عباس

٢. م.م. فؤاد احمد شلال

** المحللين الخارجيين:

١. أ.د. نصيف جاسم محمد

٢. م.م. فؤاد احمد شلال

٣. م.م. شيماء كامل الوائلي

$$\text{معادلة كوبر} = \frac{\text{عدد تكرارات الاتفاق}}{\text{عدد تكرارات عدم الاتفاق}} \times 100$$

المصادر والمراجع

المصادر العربية

الكتب

١. احسان محمد حسن: الاسس العلمية لمناهج البحث العلمي، ط١، بيروت، دار الطليعة للطباعة والنشر، ١٩٨٢.
٢. الهيتي، هادي نعمان: اسس وقواعد البحث العلمي، دراسة غير منشورة لطلبة الدراسات العليا، مطبوعة بالرونيو، ١٩٨٧.
٣. عبد الحميد، محمد: تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، ط١، (دار الشروق)، ج٢، المملكة العربية السعودية، ١٩٨٣.
٤. عز الدين شموط: لغة الفن التشكيلي (علم الاشارات البصرية)، ط١، جامعة البنات الاردنية، الاردن، ١٩٩٣م.
٥. ستولينز، جيروم، النقد الفني، دراسة جمالية وفلسفية، ترجمة د. فؤاد زكريا، القاهرة، مطبعة عين شمس، مصر، ١٩٨١.
٦. الرازي، محمد بن ابي بكر عبد القادر: مختار الصحاح، الكويت، دار الرسالة، ١٩٨٣.
٧. علية عياد عزت: معجم المصطلحات، كلية الاداب، جامعة القاهرة، ١٩٨٢.
٨.: علم الدلالة، ترجمة: د. منذر عياش، دمشق، دار طلاس للدراسات والترجمة والنشر، ١٩٩٢م
٩. لويس معلوف: المنجد في الادب والعلوم، بيروت، المطبعة الكاثوليكية.
١٠. المعجم الفلسفي: مجمع اللغة العربية المصرية، القاهرة، الهيئة العامة لشؤون المطابع الاميرية، ١٩٧٩.
١١. هيكل: الفن الرمزي، ت: جورج طرابيشي، ط١، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ١٩٧٨.
١٢. لويس معلوف: المنجد في الادب والعلوم، بيروت، المطبعة الكاثوليكية.

١٣. المعجم الفلسفي: مجمع اللغة العربية المصرية، القاهرة، الهيئة العامة لشؤون المطابع الاميرية، ١٩٧٩.
١٤. هيكل: الفن الرمزي، ت: جورج طرابيشي، ط١، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ١٩٧٨.
١٥. ارنهايم، رودلف: فن السينما، ت: د. العزيز فهمي، صلاح التهامي، المؤسسة المصرية للتأليف، ب.ت.

الرسائل والأطاريح

١٦. رعد منذر احمد: دلالات الرموز في تصميم الملصق السياسي في العراق، رسالة ماجستير، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، ٢٠٠٢م.
١٧. عبد الرضا، بهية داود، بناء قواعد لدلالات المضمون في التكوينات الخطية، اطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، ١٩٩٧.

المجلات والدوريات

١٨. عبد الرضا، بهية داود: دور المعالجة الادراكية في اختزال البنية التصميمية للعلامة التجارية، بحث منشور، مجلة الاكاديمي، ٢٠٠١/١٢/٢٨.

المصادر الأجنبية

19. Kuwayama, yasaburo, Trade marks & symbols, new york, van nostrand Reinhold company, 1973.