



دور التصميم الطباعي والوسائط المتعددة في تطوير تصميم شعار القنوات الفضائية

م. مها عبد الرحمن عبد الرزاق الهاشمي

الجامعة التقنية الوسطى - معهد الفنون التطبيقية - قسم تقنيات التصميم الطباعي

ملخص البحث:

يهدف البحث الحالي بشكل رئيسي إلى الكشف عن دور التصميم الطباعي والوسائط المتعددة في تطوير تصميم شعار القنوات الفضائية، ومن أجل تحقيق هذا الهدف اتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي، كونه الأنسب لطبيعة البحث الحالي، وكشفت نتائج البحث عن أنّ عملية تصميم شعار القنوات الفضائية يعتبر بمثابة تصميم هوية بصرية للقناة، وللتصميم الطباعي دور هام في تطوير عملية تصميم شعار القنوات الفضائية فهو يساعد المصمم على إحراز التوافق الشكلي واللوني بين العناصر فيسهم في التنظيم الشكلي لعناصر الشعار الداخلية، كما تلعب الوسائط المتعددة دوراً هاماً أيضاً في عملية تطوير تصميم شعار القنوات الفضائية، فهي تعمل على إضافة عناصر الجمال وال جذب في تصميم الشعار، حيث ترجع أهمية الدور الذي تقوم به الوسائط المتعددة في عملية تصميم شعار القنوات الفضائية إلى الإمكانيات التكنولوجية الكثيرة التي تمتلكها الوسائط المتعددة من خلال استخدام عناصرها الأساسية من نص وصوت وصورة ورسوم وفيديو عند إنتاجها إعلامياً لتكون مؤثرة في المتلقي.

الكلمات المفتاحية: التصميم الطباعي ، الوسائط المتعددة، شعار القنوات الفضائية.

The Role Of Print Design And Multimedia In Developing The Logo Design Of Satellite Channels

L. Maha Abdul Rahman Abdul Razzaq Al Hashemi

Middle Technical University - Institute of Applied Arts - Department of Graphic Design Techniques

Abstract:

The current research aims mainly to reveal the role of typographic design and multimedia in developing the logo design for satellite channels. A visual identity for the channel, and the typographic design has an important role in developing the satellite channel logo design process, as it helps the designer achieve formal and color compatibility between the elements, thus contributing to the formal organization of the internal logo elements. Multimedia also plays an important role in the process of developing the satellite channel logo design, as it works To add aesthetics, attractiveness, skill and interaction in logo design, as the importance of the role played by multimedia in the process of designing the logo of satellite channels is due to the many technological capabilities that multimedia possesses through the use of its basic elements of text, audio, image, graphics and video when produced in the media to be influential in the receiver.

Keywords: typographic design _ multimedia _ satellite channels logo.

الفصل الأول: الإطار المنهجي:

مقدمة

تعد التكنولوجيا الرقمية بوسائلها التقنية التي مثلت مختلف النشاط البشري، الملمح الأبرز من ملامح العصر بحضورها حضوراً مستمراً في مجالات الحياة، وأبواب العلم وحاجات البشر، كونها احتوت على أصعدة المعرفة كلها، فاخترقت وسائلها كل القيم الإنسانية، وأحدثت تأثيراً في المصفوفات القيمية، نحو تحولات جذرية في مناحي الحياة المختلفة، مما أدى إلى إفراز مفاهيم حديثة حول فنون المجتمعات المعاصرة، إذ يعيش العالم اليوم مرحلة جديدة في التطور التقني امتزجت فيه ثلاثة محاور هي (المعلومات، والاتصال، والحاسبات) وأن التكنولوجيا الرقمية أو كما يسميها البعض بثورة المعلومات بكل عجائبها وما جلبته من تغيرات جذرية لهي أمر حتمي جعلت الانسان يمتلك أفكاراً ورؤى تختلف عما كانت رؤيته بالماضي وأثرت على نشاط وسلوك الإنسان، ولم يقتصر تأثيرها على البيئة والعلم المادي، بل تعدت لتشمل مفهوم الإنسان وإدراكه للفضاء وانتمائه فيه حتى أخذت تركز فيها الجهود وتسخر لها الإمكانيات وتعد لها الاستراتيجيات، لما لها من دور فعال في حل المشكلات والمعضلات التي تواجه الانسان في حياته.

إن ظهور الكمبيوتر والوسائط المتعددة والتصميمات الطباعة الحديثة يعد من الإنجازات الفاعلة والمتفاعلة مع القنوات الفضائية، والتي تدفع بمكوناته إلى الأمام، وكل هذا التحديث في التقنيات انعكس على جميع قطاعات الفن والثقافة، الأمر الذي سيجعل من القنوات الفضائية أن تتفاعل مع هذه المتغيرات التقنية من أجل صناعة تصميمات في شعاراتها تستطيع أن تصنع الدهشة البصرية بما يحتاجه المتلقي أو المشاهد (محمد، 2015، 6).

فشعار أي مؤسسة أو شركة بمثابة هوية بصرية لها، وذلك لأن المتلقي يستوعبها من خلال الرؤية في المقام الأول، ومن ثم ومع تكرار ظهورها تتأكد الهوية الذهنية، أما شعار القنوات الفضائية يشكل تضافر الهوية البصرية والهوية السمعية معاً وذلك لما يصاحبها من سماع الأصوات وهي ضرورة حتمية يتحقق من خلالها الهوية الذهنية، ويتم ذلك من خلال الشارة الخاصة بالقناة وغالباً يتم تصميم الشعار الخاص بالقناة الفضائية على هيئة مسطحة تكون ثابتة أعلى الشاشة، ولكن عندما يتم توظيفها وتحريكها ومن ثم تأخذ أبعاد مجسمة واتجاهات متغيرة بمصاحبة خلفيات متحركة وموسيقى أو غناء متميز (محمد، 2017، 2).

يضاف إلى ما سبق أن طريقة تصميم الشعارات تحقق أهداف الشعور بالجمال والوظيفة معاً، لدى المتلقين المختلفين في أوطانهم، ولغاتهم، وأجناسهم، وعاداتهم، وتقاليدهم وثقافتهم، تلك الاختلافات الواجب الأخذ بها في نظر الاعتبار، إذا ما أراد المصمم تحقيق العالمية لمنجزه الفني أي شعاره، وإذا ما أراد أن يحقق غاياته الوطنية والاجتماعية لمتلقي بلده، وكذلك إذا ما أراد أن يحقق أيضاً غايات جمالية تتيح المناخ المناسب للتلقي المناسب لعموم المجتمعات المختلفة (الشديفات، 2019، 45).

1- مشكلة البحث:

على الرغم من الاهتمام الواضح من قبل القنوات الفضائية في تجسيد جميع الملامح الجمالية والوظيفية لهوية وبصمة القناة الفضائية، وما يترتب على ذلك بذل أقصى الجهود في سبيل تصميم شعارات ترويجية للقناة الفضائية من اختيار الحركات والرموز والأشكال والألوان والخطوط.. وغيرها، لكن المتتبع لحال القنوات الفضائية وشعاراتها يلاحظ تواضع في استغلال إمكانات عناصر ومكونات التصميم الطباعي في إثراء الهوية البصرية لقنوات التلفزيون بالشكل الأمثل المؤثر، كما يلاحظ قلة الشعور بتطور فعلي ومؤثر لهوية القنوات

الفضائية العربية البصرية، وعدم الاستفادة القصوى من التطور التقني والمفهومي في تصميم الهوية البصرية، مما أدى إلى عدم تميزها وتفرداها بالشكل الأمثل وعدم قدرتها على المنافسة عالمياً.

من هنا تبرز الحاجة الماسة إلى التصميم الطباعي والوسائط المتعددة في تصميم شعار القنوات الفضائية وخلق الهوية البصرية التي تميز القناة عن غيرها، وبالتالي يمكن أن تتلخص مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي: ما دور التصميم الطباعي والوسائط المتعددة في تطوير تصميم شعار القنوات الفضائية؟

2- أسئلة البحث:

يتفرع عن السؤال الرئيسي السابق الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مفهوم شعار القنوات الفضائية من حيث (تعريف الشعار ومكوناته ودلالات تصميمه وأنواع التنظيمات في تصميم الشعار المعاصر)؟
- ما مفهوم التصميم الطباعي من حيث (أهميته وأهدافه ودوره في تصميم شعار القنوات الفضائية)؟
- ما مفهوم الوسائط المتعددة من حيث (أهميتها ودورها في تصميم شعار القنوات الفضائية)؟

3_ أهمية البحث

تتجلى أهمية البحث فيما يلي:

- كونه يحاول إلقاء الضوء على تصميم الشعارات الخاصة بالقنوات الفضائية التي تعتبر الهوية البصرية التي تجذب المشاهد بالدرجة الأولى أثناء مشاهدته للقناة.
- دراسته لموضوع التصميم الطباعي الذي له الأثر الكبير في تصميم شعار القنوات الفضائية مرتكز في ذلك على أسس تشكيلية وكذلك استراتيجية إخراجية للشعار.
- تطرقه إلى دور الوسائط المتعددة في تصميم شعار القنوات الفضائية، حيث تحقق الوسائط المتعددة ذلك المزيج الصوتي الصوري اللوني الذي يضيف على تصميم الشعار جمالية وجاذبية ومهارة وتفاعلية.
- يعتبر البحث الحالي من أحدث المواضيع على المستوى المحلي، حيث لم يتم العثور على أي بحث يحاول الكشف عن دور التصميم الطباعي ودور الوسائط المتعددة في تطوير تصميم شعار القنوات الفضائية.

4_ أهداف البحث

يهدف البحث الحالي بشكل رئيسي إلى الكشف عن دور التصميم الطباعي والوسائط المتعددة في تطوير تصميم شعار القنوات الفضائية، ويتفرع عن هذا الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:

- الكشف عن مفهوم شعار القنوات الفضائية من حيث (تعريف الشعار ومكوناته ودلالات تصميمه وأنواع التنظيمات في تصميم الشعار المعاصر).
- تحديد مفهوم التصميم الطباعي من حيث (أهميته وأهدافه ودوره في تصميم شعار القنوات الفضائية).
- تعرّف مفهوم الوسائط المتعددة من حيث (أهميتها ودورها في تصميم شعار القنوات الفضائية).

5_ حدود البحث:

إن هذا البحث رسمت له حدود موضوعية فقط، وهي التي انبثقت من العنوان في الأصل، إذ أن حدود بحثنا هذا لا يمكن تحديدها بمدة زمنية معينة ومحددة، ولا مكانية، وهي غير مشروطة في الكثير من الأبحاث العلمية، ولكن الحدود الموضوعية هي الأكثر أهمية، فهي ترسم الخطوط العامة للباحث لتحقيق النتائج؛ لأن دراسة البحث انطوت على دراسة ظاهرة متواجدة في مختلف القنوات الفضائية، ومن هنا يمكن القول إن

حدود البحث تهتم بدراسة دور التصميم الطباعي والوسائط المتعددة في تطوير تصميم شعار القنوات الفضائية.

6_ منهج البحث:

اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي القائم على وصف وتحليل الظواهر للوقوف على أسبابها، وتعرف العوامل المتحكمة بها، ومن ثمّ تعميم النتائج بعد استخلاصها (العساف، 2006، 96). وتم الاستناد في اختيار المنهج الوصفي التحليلي على مناسبه لطبيعة هذا البحث، فهو وصفي تحليلي سيقوم بجمع البيانات، وتحليلها واستخلاص دور التصميم الطباعي والوسائط المتعددة في تطوير تصميم شعار القنوات الفضائية.

7_ مصطلحات البحث:

● **التصميم الطباعي:** هو علم وفن تنسيق وتخطيط الفعل التصميمي لتحقيق تصميم مستقبلي فعال يتسم بالإبداع والابتكار، عن طريق ربط الجانب العلمي بالاعتماد على النظريات المعرفية بالجانب العملي والتقني لتحقيق أهداف مستقبلية وحلول للمشاكل (محمد، 2015، 3).
ويمكن تعريفه إجرائياً بأنه: هو نشاط قائم على الإبداع والابتكار من قبل خبراء ومختصين في تصميم شعار القنوات الفضائية.

● **الوسائط المتعددة:** مجموعة متكاملة متداخلة من الوسائط التي قد تكون صوراً أو فيديو هات أو نصوص مكتوبة أو مقروءة تعمل مع بعضها وفق نظام يعتمد على الحاسب الآلي (الزعي، 2020، 3).
ويمكن تعريفها إجرائياً بأنها: هي عملية تجمع بين الصور والأصوات والرسم والكتابة والحركة وغيرها تؤدي من قبل متخصصين من أجل تطوير تصميم شعار القنوات الفضائية.

● **شعار القنوات الفضائية:** هو شكل بسيط وصغير الحجم، تخضع عملية رسمه إلى معايير فنية وإخراجية متعددة، كما أنّ إخراجها يحتاج إلى دقة كبيرة في اختيار الحروف والرسوم والمساحات اللونية والخطوط، ليتم التعبير عن الدلالات التي صُمم الشعار من أجلها (الشديفات، 2019، 42).
ويمكن تعريفه إجرائياً بأنه: التطور الذي يحدثه كل من التصميم الطباعي والوسائط المتعددة في تصميم هوية القنوات الفضائية.

الفصل الثاني: الإطار النظري:

إن الكشف عن دور التصميم الطباعي والوسائط المتعددة في تطوير تصميم شعار القنوات الفضائية يتطلب في بادئ الأمر الوقوف على مفهوم شعار القنوات الفضائية والاطلاع على مكوناتها ودلالاتها، ليتم الانتقال فيما بعد إلى الكشف عن مفهوم التصميم الطباعي وتعريفه وإبراز مدى أهميته في تصميم شعار القنوات الفضائية وأهدافه، ومن ثم الانتقال إلى تعرف مفهوم الوسائط المتعددة ليتم أيضاً الوقوف عند أهميتها وأهدافها ودورها في تصميم شعار القنوات الفضائية.

أولاً: مفهوم شعار القنوات الفضائية:

يعد الشعار عنصراً مهماً من عناصر التعريف بقناة التلفزيون الفضائية، فهو يعطي القناة شخصية مميزة يتم من خلالها التعرف على هوية القناة، وبه نستطيع أن نميز قناة عن أخرى. وفي أغلب الأحيان عندما يحاول المصمم التعبير عن فكرة ما، يلجأ إلى الأشكال المحيطة به المستمدة من الطبيعة على شكل رسومات تخطيطية بسيطة ومتناسقة الألوان، مقربة إلى ذهن المتلقي، ولها علاقة مباشرة بحياة المتلقي. وعادة يوضع الشعار في الجهة العليا اليمنى من شاشة التلفزيون بالنسبة للقنوات العربية، أما بالنسبة للقنوات الأجنبية فيوضع الشعار في الجهة العليا اليسرى من الشاشة.

1_ أنواع الشعارات:

هنالك أنواع كثيرة للشعارات حسب شكل الشعار وتركيبه وهي كما صنفها (رشوان، 2011، 89_90) كالآتي:

- شعارات تأخذ هيأتها من الحرف، إذ تلجأ بعض المؤسسات أو الشركات إلى استعمال الحرف الأول من اسمها رمزاً يمثل الشعار، كما في الشكل (1):



شكل رقم (1) شعار قناة الغدير الفضائية

- شعارات تأخذ حروفها أو علاماتها الكتابية أي يعطى الاسم الكتابي، كما في الشكل (2):



شكل رقم (2) شعار قناة الجديد الفضائية

- الشعارات التي تخلق صورة مشتركة بين شكلين أو أكثر، كما في الشكل (3):



شكل رقم (3) شعار قناة سبيستون الفضائية

- الشعارات التي تتركب من الحروف والأشكال في آن واحد، كما في الشكل (4):



شكل رقم (4) شعار قناة العالم الفضائية

2_ عناصر تصميم الشعار:

تتألف بنية تصميم الشعار عامة من مجموعة مهمة من العناصر الفنية التي باجتماعها مع بعضها، في كل مرة يولد لنا تصميماً جديداً يختلف اختلافاً جذرياً عن بنية التصميم الذي سبقه، وذلك حسب اختلاف موضوعه وفكرة التصميم وهذه العناصر كالآتي:

- الفضاء: ويمكن تعريفه على أنه فضاء العمليات التصميمية ثنائية الإبعاد فضائي ذهني يتحقق بفعل إنساني لأحد العناصر البنائية له وتوزيع الأشكال وفق علاقات رابطة تبدأ بعلاقة العنصر مع العنصر الآخر وعلاقة ذلك العنصر مع بقية العناصر الأخرى التي تمنح الفضاء قوة وتماسك.
- الخط: سلسلة من نقاط متصلة متعاقبة تشكل مساراً أو اتجاهاً لحركة معينة تصنع فوق السطح، ومن خصائصه الطول والاتجاه، وهو على بساطة شكله وسهولة اصطلاحه ذو دلالات كبيرة وعميقة على مستوى البيئة والفن.
- الشكل: يتداخل مفهوم الهيئة مع مفهوم الشكل، إذ يستعمل أحد المفهومين للتعبير عن المعنى الأصلي لكل منها، إلا أنها يمثلان المادة الأساسية في كل التكوينات الأساسية، إن مجموع الأشكال كون الهيئة في (الشعارات) كما يضفي تعدد الأجزاء المكونة للشعار التنوع والحركة على هيئتها.
- اللون: هو تأثير فيزيولوجي موجود على شبكة العين، قد يكون ناتج عن مادة ملونة مصبوغة أو ناتج عن ضوء ملون، وهو بمعنى آخر، ذلك الرداء الجميل الذي يكسو سطوح الكائنات فتبدو لنا بمظهرها الخلاب إذ به يمكننا أن نميز الأنواع المختلفة للموجودات لما تعكسه سطوحها لأعيننا من أصباغها المتنوعة.
- العنوان: هو أحد العناصر المهمة التي تساهم في نجاح أو فشل الرسالة (الاتصالية)، لأنه يعد أحد العوامل الرئيسية القادرة على جذب انتباه (المتلقي)، وإثارة اهتمامه نحو الرسالة (الاتصالية).
- الاتجاه: يعني علاقة الشكل بالاتجاهات الرئيسية للمجال، فتصميم كل شكل يتوقف عليه تحديد اتجاهه، حيث يعطي الاتجاه إحساس بحركة الجسم حول محور معين.
- القيمة: هي درجة اللون الدقيقة، وهي التي تمكننا من تمييز الأحمر الفاتح عن الأحمر الغامق (الشديفات، 2019، 46).

3_ علاقات تنظيم عناصر الشعار

إن اعتماد المصمم على مبدأ توظيف العلاقات التنظيمية في تصاميم شعارات القنوات الفضائية، يعد عاملاً محورياً من العوامل التي ساهمت في تمييز تصاميم شعارات بعض القنوات الفضائية عن غيرها لما كان لها من دوراً فعالاً في تحقيق عملية إيصال الرسالة البصرية إلى المتلقي بكل وضوح ومقروئية. ففعل العلاقات هو وسائلي وناتج من تفاعل أي تنظيم شكلي بآخر وجب أن نجد له أسباباً واتفاقاً، أما الأسباب فهي ترتبط بالكيف التصميمي، الكيف الترابطي وأما الاتفاق فهو لتحديد الأفضل، إذ إن حال التضاد ينفي ذلك، ولكي نوجد فعل الاتفاق فإننا بحاجة إلى وسائل تنظيم، ليس لتثبيت الشكل وصفاته، بل للقوى الفاعلة والساندة ومنها الجذب وحدود المرئي والرؤية، التزمين، فاعلية وناتج الإيهام الحركي، وذلك من خلال توظيفها على اختلاف أنواعها وحسب فكرة الشعار، فضلاً عن اعتماد المصمم على توظيف العلاقات التنظيمية في تصاميم شعارات القنوات الفضائية قد سهل على المتلقي عملية قراءة اسم شعار القناة الفضائية بسهولة ويسر (العاني، 2013، 71)، فالعلاقات التنظيمية في فن التصميم هي: التماس – التراكب – التقاطع، وهي تلك العلاقات التي يستعملها المصمم والتي تعمل على تنظيم عناصر الشكل والوصول على نظام تصميم خاص بطبيعة نوع التصميم (الشديفات، 2019، 49).

- التماس: وهو يعني إذا تلامست عناصر شكلين فيما بينهما، فإنهما يكونان مجموعة مترابطة لشكل مركب واحد.
 - أما معنى التراكب فهو العلاقة التي تتراكب فيها بعض العناصر فوق بعضها، إذ يحجب العنصر الأعلى جزءاً من العنصر الذي تحته، وقد يكون هذا التراكب جزئياً أو كلياً وتؤثر هذه العلاقة لجعل أحد العناصر أكثر أهمية من العنصر الآخر الذي يحتويه التصميم بغية إبرازه وتقديره، وقد يكون العنصر الأسفل أكبر مساحة وأهمية وأكثر إثارة، إلا أن تراكب عنصر آخر فوقه يؤدي إلى الإقلال من أهميته ودوره في التأثير في التصميم ووظيفته.
 - التقاطع: هو العلاقة التي تسهم في تحقيق الربط بين الأجزاء، ويكون على ثلاثة أنواع: تقاطع مخترق، متشابك، مغلق، ويمكن تحقيقه من تقاطع الخطوط الأفقية والعمودية ضمن نظام شكلي.
- 4_ أنواع التنظيمات في تصميم الشعار المعاصر:

لغرض تنظيم عناصر شكل شعار القنوات الفضائية العراقية وبهدف الوصول إلى نظام تصميمي خاص بطبيعة نوع التصميم، يرى (رشوان، 2011، 101) أن التنظيم يمكن أن يكون على أنواع أو أنماط معينة تخدم الموضوع والفكرة ووظيفة ذلك المطبوع، ومن تلك الأنواع التنظيمية:

- التنظيم المركزي: يمثل هذا النوع من الأنظمة بالتنظيمات المتمركزة حول ذاتها والمتألفة من أشكال أخرى متمركزة حول الأشكال الأصلية السائدة.
- التنظيم الخطي: بمعنى أن تظهر العناصر التصميمية مصطفة على شكل خط مستقيم أفقياً وعمودياً، والنظام الخطي يعطي إحياءات تدل على التتابع والاستمرارية والاتجاهية إذ يقوم المصمم بتكرار أحد العناصر مرتين أو ثلاثة أو أكثر.
- التنظيم العنقودي: أو ما يدعى بالنظام التجميعي الذي يشير إلى استعمال مبدأ التقارب لربط العناصر مع بعضها البعض ويتضمن أيضاً مبدأ التكرار، إذ تتجمع فيه الكثير من الأفكار المساهمة في بناء فكرة التصميم الموحدة عن طريق إنشاء مسارات بصرية قد تكون مترابطة أو متقاطعة أحياناً.
- التنظيم الشعاعي: تجتمع في هذا التصميم التشكيلات حول ذاتها مركزياً ويمتد عدد من الأذرع الخطية بطريقة شعاعية فيها ويجمع هذا النمط المركزي والطولي، إذ يضمن شكلاً مهيماً تنتج منه تنظيمات طولية أو خطية تمتد بطريقة شعاعية، ويكون التنظيم الشعاعي عبارة عن تنظيم منبسط نحو الخارج يصل إلى محيطه.

ثانياً: مفهوم التصميم الطباعي:

التصميم الطباعي هو الوسيلة الأكثر فاعلية في عالم الإعلان، حيث يتم الاعتماد عليه كمنهجية رئيسية تعمل على زيادة مبيعات الشركات التجارية، ليس هذا فحسب بل يعتبر التصميم الطباعي من أهم وسائل الترفيه عند الجمهور، فقد بات من السهل معرفة جودة السلعة ومواصفاتها وسعرها من خلال الاطلاع على الكتيب أو الدليل المرافق للسلعة أو على الإعلان الخاص بها (Smith, 2016, 4).

إن معرفة الجوهر الحقيقي للتصميم، يتطلب منا التعرف على جميع الظواهر والمفاهيم الخاصة بالتصميم الطباعي، فيما يلي سيقدم الباحث أهم النقاط والمفاهيم المتعلقة بالتصميم وذلك من خلال الرجوع إلى ما وصلت إليه الأبحاث والأدبيات السابقة:

- التصميم هادف: يعتبر تحقيق المنفعة للناس جوهر التصميم وهدفه الأساسي، فهو يوضح طريقة شراء السلع، وتقديم الخدمات للزبائن والاتصال بهم وإقناعهم، وتصفح مواقع الإنترنت، حيث يعبر التصميم عن الأفكار والمفاهيم ويقدمها لفئات محددة من الجمهور، تختلف باختلاف هدف التصميم وموضوعه.

- **التصميم إعلامي:** كما هو موضح من العنوان أن التصميم يهدف إل إعلام الناس ونقل الأخبار إليهم عن المواضيع كافة التي يبحثون عنها، كحالة الطقس، وأخبار العالم، وما يستجد على المجتمع من تطورات وأحداث.
- **التصميم يستخدم العلاقات البصرية من خلال الأشكال:** فقد يعبر التصميم عن أفكار إيجابية أو سلبية، فيلجأ إلى استخدام الأشكال المتوازنة والمستقرة، أو الأشكال الصاعدة والساقطة، وكل ما يقد يؤثر عل العلاقات البصرية للجمهور المتلقي.
- **التصميم عملية متعاقبة ومتسلسلة:** حيث ينتقل التصميم من العام إلى الخاص، فيبدأ بابتكار أفكار ومعلومات عامة، وينتقل بعدها للغوص في التفاصيل الدقيقة (Robin, 2017, 36). ويرى البحث الحالي أن مجالات الحياة كافة تتطلب الاستعانة بالتصميم الطباعي، وعلى سبيل المثال نجد أن طلبات التوظيف والإعلان لمسابقة أو لحفلة أو مسرحية أو مباراة أو أي منتج صناعي يتطلب تصميم طباعي خاص به، يساعد في جذب الناس وتوضيح الهدف من هذا التصميم لهم.

1_ أهمية التصميم الطباعي:

يعتبر التصميم الطباعي من أهم الأعمال الإنسانية التي لها قواعد وقوانينها الخاصة التي تحكمها، وبالنظر في جملة ما يقوم به الإنسان من أعمال فنجدها تتضمن قدراً وافياً من التصميم.

فالتصميم الطباعي من أبرز أساسات الفن في حياتنا، وهو بمثابة روتين يومي لكل شخص سواء أكان هذا الشخص هو من ابتدع التصميم وأنتجه معبراً من خلاله عن أفكاره ورسالته الخاصة أم كان هذا الشخص هو من اختار هذا التصميم وانتقاه دون غيره، ولعل الأمر المسيطر على التصميم أو اختبار التصميم هو السبب النفسي بالدرجة الأولى (الزواتي، 2020، 16) وهذا ما يعزز رأي الباحث حين ذكر مسبقاً بأنه على المصمم الطباعي ابتكار أفكار جديدة ومختلفة تتسجم مع نظريات علم النفس لتكون شديدة التأثير في الإنسان، لأن الأسباب النفسية هي التي تدفع الإنسان إلى الإبداع أو الاختيار.

لذلك كان على المصمم أن يسعى بشكل دؤوب لتطوير موهبته والبحث دائماً عن كل ما هو جديد في عالم التصميم الطباعي، ذلك على اعتبار أن جودة التصميم هي أساس الحكم عليه والسبب الرئيسي في جذب الناس وإقناعهم أو نفورهم وابتعادهم، فالتصميم وفرديته ينبعان من المشاعر الخاصة بالمصمم الفنان (العربي، 2008، 62).

وبناءً على ما سبق يمكن للبحث الحالي تلخيص أهمية التصميم الطباعي فيما يلي:

- التصميم الطباعي نظام وعمل إنساني عام له العديد من القوانين والأنظمة الخاصة به والتي تعتبر سمة من سمات العصر الحالي.
- التصميم الطباعي ضرورة ملحة لتحقيق الأهداف لأي نشاط إنساني سواء أكان خدمة أم منتج.
- هو وسيلة لتفريغ الطاقات البشرية بأسلوب صحي وسليم من خلال استخدام لألوان والخطوط والأشكال المختلفة

2_ أهداف التصميم الطباعي:

قبل البدء بالحديث عن أهداف التصميم الطباعي، كان لا بدّ من المرور على الغرض الذي يمكن وراء استراتيجية التصميم الطباعي وهو:

- وضع إطار كامل يؤدي إلى اعتماد تصميم مبتكر واضح الأهداف لتحقيق القدرة على التنافس مع التصميم العالمية.
- التفكير بتصميم جيد ووضع السياقات والمبادئ التوجيهية لضمان الوصول الى تنفيذ تصميم فعال يدعم الوصول إلى جميع قطاعات المجتمع (Weinschenk, 2011, 43).
- وبناءً عليه يمكننا القول إن الهدف من عملية التصميم الطباعي هو إعطاء الأولوية دائماً إلى النشاط الذي يقوم على عناصر الابداع والابتكار، أي العملية العقلية أو مراحل التفكير التي يمكن أن تحقق أفكاراً رائعة وعند تطبيقها في الواقع العملي سوف يكون قادراً على توليد طرق جديدة أكثر كفاءة، لأننا نعيش عصراً متسارع القفزات يجعل الإيقاع المعتاد مخالفاً للإيقاع الذي نتعامل به اليوم، ولن يكون هو الإيقاع نفسه القادم بعد سنوات محدودة وهذه الإيقاعات المتسارعة تتطلب منا التفاعل مع معطيات الواقع بالاستجابات الملائمة التي تتطلب المرونة والخبرة بمنهجية إبداعية، لإنتاج تصاميم بصياغات وأفكار جديدة أو أصيلة تكون مقبولة تتميز بالجمال والقيمة الاجتماعية والتقانة، فالمصمم المبدع هو الذي يراقب ما حوله في العالم الخارجي بمنتهى الهدوء والوضوح، لكنه في الوقت نفسه يبتعد كل البعد عن عمليات التقليد ونقل الحرفي أو الصوري، معتمداً بذلك على الإبحار في خياله إلى عوالم الإبداع والاكتشاف مع إبقائه على اتصال مباشر مع الحياة الواقعية المعاصرة، فيحقق بذلك المزيج أسمى مظاهر الحسية والانفعالية بقدر ما يمتلكه من أشكال تصميمية تتم عن الثراء في التعبير، وكذلك قدرته العملية وخبراته المكتسبة بالمران وطاقاته التي تتولد بالعمل الدائب من أجل التطور بأسلوب التعبير تبعاً لمتطلبات كل عملية تصميمية إبداعية (كمال، 2007، 35).

3_ دور التصميم الطباعي في تصميم شعار القنوات الفضائية:

- تتعدد أدوار التصميم الطباعي في مجال تصميم شعار القنوات الفضائية وتتداخل فيما بينها، بطريقة تصعب الفصل فيما بينها، لكن في البحث الحالي سنحاول تحديد دور التصميم الطباعي في مجال تصميم الشعارات عن طريق خطوات متسلسلة ومتداخلة في الوقت نفسه، وهي كالآتي:
- تأسيس الفكرة، يجب أن يبدأ التصميم بفكرة ربما تكون طبيعية أو مبتكرة وإبداعية، المهم أن نتذكر أن بدون فكرة لا يوجد تصميم.
 - ربط العناصر بقوة، أي إن كل نقطة في التصميم وكذلك الخطوط والأشكال والملبس والألوان والصور والمقاسات يجب أن تكون متصلة بالفكرة.
 - التكلم بصوت بصري واحد، أي كل الأجزاء يجب أن تكون مترابطة مع بعض في مستوى بصري واحد.
 - استعمال حرفين طباعيين، استعمال نوعين من الحروف (Font) أو ثلاثة كحد أقصى، لكن مع مراعاة الخصائص الأسلوبية لكل حرف (كمال، 2007، 46).
 - إظهار شيء واحد أولاً، لنجعل الكلام متسلسلاً ... بأن نعطي تشديداً بصرياً لمفردة واحدة لنزرع انتباه المتلقي ثم نوجهه الى حيث نريده ان ينظر، كل ذلك يمكن أن يحدث باستعمال متواليات المقاسات والأوزان ومتغيرات الألوان.
 - انتقاء الألوان بحسب الغايات والأغراض، إن الألوان لها معانٍ مستولدة ثقافياً، والألوان تمتلك علاقات بصرية فيما بينها، وللألوان معاني تقريبية وإيهامات ذهنية ولها تأثيرات نفسية.
 - لتكن بأقل ما يمكن، لكي يكون التصميم اقتصادياً عليه أن يظهر فقط ما هو ضروري، وإذا تمكن المصمم من جعل الضروري خفيفاً فسيكون أفضل.
 - الفضاء السالب سحري لا يصح شغله، يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار عند وضع أي شيء داخله، إذ ربما يكون الفضاء في التصميم خالياً لكنه لن يكون بلا قيمة أو بلا وظيفة.

- الحروف المؤدية، إن لم تكن مقروءة فهي ليست كتابة، ويجب أن نتذكر أن الكتابة وجدت لنقل المعلومات والبيانات.
- الحركة، الصور الثنائية الابعاد تصبح جذابة أكثر بالحركة وتثير الاهتمام أكثر.
- توزيع الاضاءة والعمته، وذلك بوضع مناطق معتمة ومضيئة وأن يوزعها في انحاء التكوين التصميمي.
- الموازنة، موازنة العلاقات الشكلية أمر مهم يجب أن يقوم بها المصمم.
- النظر للتاريخ وعدم تكراره، أنجح التصميم هي تلك التي تستعير ابتكارات الماضي حيث إن كل البشر مولعون بالنجاحات السابقة ومترددون اتجاه المستقبل، واستيعاب اسباب النجاح السابق يجعل المصمم قريباً من الهدف (Wood, 2013, 65_66).
- ظهر ذلك جلياً بتقديم الابداعات الثورية في مجال التصميم الطباعي والبناء بوساطة التقانات الرقمية الحديثة والتي اقترنت بتطور البرامج التصميمية التي مكنت المصمم من تكوين علاقات وبنى شكلية أكثر إثارة. تعتمد بالنتيجة على القدرة الفريدة للعقل الانساني المصمم وارتباطه بالمهارات الاساسية لتحويل العلاقات الشكلية والتقانة واللغة التعبيرية المستعملة فيها الى موضوع متكامل مؤدياً لغرض تصميمي معين.

ثالثاً: مفهوم الوسائط المتعددة:

تعد الوسائط المتعددة من التقنيات الأساسية عند التعامل مع بيانات ومعلومات الإنترنت؛ وذلك لما تتيحه من سهولة في الوصول إلى المعلومات من خلال تقنية الصوت والصورة والنص والرسوم. لذا صنفنا من برمجيات الحاسوب الذي يوفر معلومات بأشكال فيزيائية مختلفة مثل النص والصورة والفيديو والحركة، فالنصوص الفائقة والوسائط المتعددة التي تترجم بها المواقع الإلكترونية الفائقة الذي يفضلها القارئ بمقدار 75 ٪ هي التي تؤكد مفهوم ثراء الوسيلة الإعلامية (الزعبي، 2020، 3)، ويمكن تعريف الوسائط المتعددة بأنها وصف يوحد الأجهزة والبرامج التي تساعد على استخدام كل من الصور الثابتة والمتحركة والنص المكتوب والمقروء ومقاطع الفيديو (ساطور، 2011، 381).

1_ أهمية الوسائط المتعددة:

للسائط المتعددة وضمن استخداماتها في المجال الإعلامي والتلفزيون والانترنت والمجالات الأخرى أهمية كبيرة يمكن تلخيصها بالنقاط التالية:

- مخاطب الحواس: تخاطب الوسائط المتعددة أكثر من حاسة من حواس الإنسان مما يجعل المعلومات تعسل إلينا بشكل جيد، بطريقة تجعلنا أكثر تركيزاً وأكثر فعالية.
- التمثيل البصري للمعرفة إذ أن الإنسان أساساً يتعلم بصرياً في حين تسميح الوسائط المتعددة من إدراك وفهم الأخبار والموضوعات من خلال الفيديو والصور المتحركة.
- إيصال المعلومات: إلى كافة المستخدمين ومهما كانت مستوياتهم (الزعبي، 2020، 68).
- ومن هنا فإن الوسائط المتعددة في ظل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية في شبكة الإنترنت ووسائل الاتصال والإعلام بكافة تصنيفاته التقليدية والجديدة، لا يمكن الاستغناء عنها في كثير من الخدمات الإعلامية والتربوية والتعليمية والإرشادية والطبية وغيرها من الخدمات الأخرى، والأمر مسحوب إلى تصميم شعار القنوات الفضائية، حيث تعمل الوسائط المتعددة على إضافة جمالية وجاذبية ومهارة وتفاعلية في تصميم الشعار، إنها فعلاً تمارج نصي وصوري وصوتي بأفاق متعددة الاستخدامات التي يحتاجها المستخدم.

2_ دور الوسائط المتعددة في تصميم شعار القنوات الفضائية:

ترجع أهمية الدور الذي تقوم به الوسائط المتعددة في عملية تصميم شعار القنوات الفضائية إلى الإمكانيات التكنولوجية الكثير التي تمتلكها الوسائط المتعددة من خلال استخدام عناصرها الأساسية من نص وصوت وصورة ورسوم وفيديو عند إنتاجها إعلامياً لتكون مؤثرة في المتلقي، ومن هذه الأدوار ما يلي:

- التحوير: هو تقنية من تقنيات الإبهار يتم استخدامها في الفيديوهات عن طريق خلق خاصيات جديدة بين مشهدين، كالمزج أو إذابة مشهد داخل مشهد مما يشكل مشهد جديد كلياً.
 - المحاكاة: تساعد المحاكاة في عملية التدريب حيث أنها تعمل على خلق بيئة مشابهة للواقع من خلال استخدام صوراً وأصواتاً تمثل مواقع وأحداث مشابهة جداً للواقع.
 - الواقع الوهمي: الوسائط المتعددة تصنع واقعاً افتراضياً (وهمياً) يشعر من خلاله الإنسان بأنه في بيئة حقيقية تماماً.
 - النمذجة: وفيها يتم العمل بواسطة الرسوم المتحركة من أجل عرض مشاهد باستخدام البعد الثالث من خلال سلسلة الإطارات وأنماطها المختلفة التي خلق طيف لتصميم العروض.
 - التحول: هو تنويع للتحوير حيث يتم إحداث بعض التغيرات في صورة واحدة مع مرور الوقت ويتم التحويل من خلال التأثير على بعض النقاط الأساسية في الصورة نفسها، أو الضغط لبعض هذه العناصر لينتج عنها شكل جديد ومختلف تماماً لنفس الصورة وتستخدم في عرض التغيرات التي قد تحدث على شيء ما في فترة زمنية طويلة للمستخدم في ثوان قليلة من خلال الكمبيوتر ويمكن إعادة الصور لوضعها الطبيعي بنزع التأثيرات أو فك الضغط من عناصر الصورة الأصلية (Savage, 2015, 25).
- الجانب العملي:**

يتضمن هذا الجانب إجراءات التحليل السيميائي لعينة من شعارات القنوات الفضائية العربية لبيان مدى توفر مؤشرات الإطار النظري للبحث الحالي في تصميم هذه الشعارات، وذلك من خلال استمارة تحليل محتوى أعدها الباحث لهذا الغرض.

أسلوب البحث:

يتيح المنهج الوصفي التحليلي العديد من الأساليب التي تساعد الباحث على استكمال إجراءات البحث الميدانية، كالاستبانة والمقابلة والملاحظة المباشرة أو أسلوب تحليل المحتوى، ونظراً لطبيعة البحث الحالي ومن خلال السعي لتحقيق أهدافه تم اعتماد أسلوب تحليل المحتوى من خلال تحليل محتوى عينة من الشعارات الخاصة ببعض القنوات الفضائية العربية.

عينة البحث:

تكونت عينة البحث الحالي من مجموعة من الشعارات الخاصة بالقنوات الفضائية العربية، وتم اختيار عينة من (7) شعارات لقنوات فضائية متنوعة (قناة الغدير الفضائية- قناة سببس تون- قناة العالم الفضائية- قناة السومرية- القناة العراقية العامة- قناة الهدد- قناة الجديد).

أدوات البحث:

تم اعتماد أداة تحليل من تصميم الباحث، حيث تم اختيار الشعار الكامل كوحدة تحليل رئيسية، ثم جرى اختيار فئات التحليل الفرعية (توافق الشكل العام للشعار- نوع الشعار- توزيع نسبة الكتابة إلى العناصر- موقع الكتابة إلى العناصر- المجموعة اللونية للشعار).

تم عرض استمارة التحليل على مجموعة من المحكمين من اختصاص الإعلام والفنون الجميلة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات العراقية للتأكد من مناسبة فئات التحليل لموضوع البحث والتأكد من الصدق الظاهري للاستبانة، وقد تم أخذ ملاحظات المحكمين بعين الاعتبار وتعديل الاستمارة وفقها، ومن خلال عرضها على ذات المحكمين للمرة الثانية تم التأكد من كون الاستمارة تتصف بدرجة صدق ظاهري مقبولة للتطبيق.

كما تم احتساب ثبات الاستبانة من خلال تطبيقها من قبل محلل ثاني بالإضافة إلى الباحث واحتساب معامل الاتفاق بين التطبيقين وقد بينت النتيجة أن معامل الاتفاق بين التطبيقين بلغت (0.71) وهي تعتبر مقبولة إحصائياً للتطبيق.

طريقة البحث:

تم اعتماد التحليل المتعدد من خلال تطبيق استمارة التحليل على مفردات العينة من قبل الباحث ومحللين آخرين، وقام كل محلل بإعطاء نسبة مئوية عن توفر كل فئة من فئات التحليل في الشعارات عينة البحث، واحتساب النسب المئوية لكل فئة من فئات التحليل لكل تطبيق على حدى واحتساب النسبة المئوية المرجحة للتطبيقات الثلاث.

تحليل المعطيات:

يبين الجدول التالي نتائج توافق توزيع العناصر إلى الكتابة للشعارات مفردات العينة بين المحللين

الجدول (1) توافق الشكل العام وفق المحللين

النسبة المرجحة	النسبة المئوية			الشعار
	المحلل الثالث	المحلل الثاني	المحلل الأول	
69.33%	72	75	61	
85%	76	88	91	
86%	88	86	84	
80.33%	76	74	91	
42.66%	44	48	36	

94	92	92	92.66%	
83	94	71	82.66%	

يتضح من الجدول السابق أن شعار قناة سببس تون حاز على أعلى تقدير من حيث توافق الشكل العام للشعار حيث بلغت النسبة المئوية المرجحة له (92.22%)، يليها قناة العراقية، فيما جاء شعار قناة الغدير أخيراً من حيث التوافق العام للشعار.

يبين الجدول التالي نتائج توافق الشكل العام للشعارات مفردات العينة بين المحللين

الجدول (2) توافق توزع العناصر إلى الكتابة وفق المحللين

النسبة المرجحة	النسبة المئوية			الشعار
	المحلل الأول	المحلل الثاني	المحلل الثالث	
86.33%	90	90	79	
64.66%	61	55	78	
46%	38	59	41	
83%	88	81	80	
32.33%	38	18	41	
89.33%	86	91	91	
86%	86	86	86	

يظهر من الجدول ان النسبة المئوية الأضعف لتقديرات المحللين حول توافق وتناسق عناصر الشعار مع الكتابة كانت لشعار قناة الغدير أيضاً، فما جاء شعار سبيس تون بالمرتبة الأولى من حيث إجماع المحللين على التوافق

كما يبين الجدول التالي نتائج توافق النسب اللونية للشعارات مفردات العينة بين المحللين

الجدول (3) توافق النسب اللونية للشعار وفق المحللين

النسبة المرجحة	النسبة المئوية			الشعار
	المحلل الثالث	المحلل الثاني	المحلل الأول	
94%	92	91	99	
77%	71	80	80	
39.66%	46	33	40	
55.66%	71	56	40	
44.33%	44	49	40	
84%	83	88	81	
77.33%	81	74	77	

يظهر من الجدول ان النسبة المئوية الأضعف لتقديرات المحللين حول توافق وتناسق ألوان الشعار كانت لشعار قناة العراقية، فما جاء شعار السومرية بالمرتبة الأولى من حيث إجماع المحللين على التوافق

نوع الشعار:

بالنظر إلى الشكل (5) يتبين أن شعار قناة السومرية من النوع الثنائي الذي يتضمن عناصر رمزية بالإضافة إلى استخدام الكتابة



الشكل رقم (5)

شعار القناة العراقية

ويظهر الشكل (6) أن شعار قناة هدهد اعتمد أيضاً النوع الثنائي الذي يتضمن عناصر رمزية بالإضافة إلى استخدام الكتابة.



الشكل رقم (6)

شعار القناة هدهد

ويظهر الشكل (7) أن شعار قناة السومرية اعتمد أيضاً النوع الثنائي الذي يتضمن عناصر رمزية بالإضافة إلى استخدام الكتابة.

السومرية

الشكل رقم (7)

شعار القناة السومرية

وبالعودة إلى الشكل (1) يتبين أن شعار قناة الغدير اعتمد التصميم الأحادي القائم على الرمز، من خلال اختيار رمز حرف الغين.

ويبين الشكل (2) أن شعار قناة الجديد اعتمد التصميم الأحادي المرتكز على الكتابة فقط دون اللجوء للرمز.

كما يبين الشكل (3) أن شعار قناة سبيس تون اعتمد أيضاً النوع الثنائي الذي يتضمن عناصر رمزية بالإضافة إلى استخدام الكتابة.

ويبين الشكل (4) أن شعار قناة العالم اعتمد التصميم الأحادي المرتكز على الكتابة فقط دون اللجوء للرمز.

موقع الكتابة إلى العناصر:

بالعودة إلى الشكل (1) يتبين أن شعار قناة الغدير لم يعتمد الكتابة الكاملة في عناصر تكوينه، حيث توسط حرف الغين الشعار ولم يتضمن أي عناصر أخرى،

أما شعار قناة الجديد فتوسطت الكتابة فيه الشعار بالشكلين الأفقي والعامودي بصورة متوازنة مع محيد الشعار الكلي الشكل (2).

وجاءت الكتابة في شعار سبيس تون متداخلة مع العناصر الأخرى، بحيث تتوسط العنصر وتتداخل معه لتشكّل كتلة بصرية واحدة الشكل (3).

واعتمد شعار العالم على الكتابة فقط، حيث توسطت كلمة العالم الشعار، واعتماد أسلوب التصميم يجعل الكلمة ذاتها تبدو على هيئة عنصر الشكل (4).

وجاءت الكتابة والعناصر في شعار السومرية متجاورة بطريقة تتراصف فيها إلى محور وهمي أفقي الشكل (7).

واعتمد تصميم شعار قناة هدهد نموذجاً مختلفاً حيث جاءت الكتابة أسفل العناصر الرئيسية للشعار فيما كانت هذه العناصر قائمة بالأساس على كتابة كلمة الهدد بطريقة فنية تجمع بين الرسم والخط العربي الشكل (6).

واعتمد شعار قناة العراقية أسلوب التجاور بين الكتابة والعناصر، وهو بذلك يشبه إلى حد بعيد شعار قناة السومرية،

والخلاصة أن الشعارات التي تم تحليل تصميمها من ناحية موقع الكتابة إلى بقية عناصر الشعار أعطت نتائج متنوعة تدل على اعتماد أكثر من مدرسة فنية في اتخاذ الأساليب التصميمية التي بني هيكل الشعار وفقها.

نظام الألوان المعتمد:

اعتمد شعار قناة الغدير على نظام ألوان ثنائي يجمع لونين فقط هما الأحمر والأبيض، فيما اعتمد شعار قناة الجديد على نظام ألوان ثلاثي قائم على الألوان (الأزرق- الأبيض- الرمادي)، وظهر في شعار قناة سببسون خمسة ألوان رئيسية هي (أصفر- أخضر- برتقالي- أزرق- بنفسجي)، واتباع شعرا قناة السومرية نظام ألوان ثلاثي يعتمد على الألوان (أسود- أحمر- أبيض)، أما شعار قناة العراقية فاعتمد ألوان (أبيض- أسود- ذهبي) وجاء اللون الذهبي في هذا الشعار وفق أكثر من تدرج بصورة توحى بوجود الظلال، وتعطي انطباعاً بصرياً عن اتجاه الإضاءة المسلط عليه، واعتمد شعار قناة هدهد على نظام ألوان خماسي مبني على الألوان (أزرق- أخضر- أصفر- زهري- بنفسجي) مع اعتماد أكثر من تدرج من تدرجات اللون الأصفر.

ويلاحظ من النتائج السابقة أن القنوات الفضائية الموجهة للأطفال اعتمدت نظاماً لونياً قائماً على تنوع الألوان وتعددتها بصورة أكبر، وهذا يرتبط مع وظيفة القناة والخصائص النمائية للفئة العمرية التي توجه لها، فالأطفال ميالون بتكوينهم النفسي إلى الألوان، وتجذبهم الأشياء الأكثر تلويناً، فيما اعتمد القنوات ذات الطابع المنوع على نظام ألوان ثلاثي، والشذوذ الوحيد في هذه القاعدة تمثل في شعار قناة الغدير الفضائية، حيث اعتمد عناصر من لونين فقط

نسبة إشغال مساحة الشعار

ويقصد بنسبة الإشغال المساحة التي تغطيها الكتابة والعناصر من مساحة الشعار بشكل كلي.

والجدول التالي يبين نتائج التحليل لنسبة الإشغال في شعارات المحطات الفضائية عينة البحث الحالي

لجدول (4) نسبة الإشغال وفق المحللين

النسبة المرجحة	النسبة المئوية			الشعار
	المحلل الثالث	المحلل الثاني	المحلل الأول	
58.33%	55	60	60	
36	30	28	50	
50	50	50	50	

62	66	60	60	الجديد
73.33	75	75	70	
%83.33	90	75	80	
%90.66	90	92	90	

يتضح من الجدول السابق ان شعار قناة العالم الفضائية هو الأكثر توظيفاً للمساحات والفراغات بين الشعارات التي شملتها الدراسة التحليلية، حيث بلغت نسبة الإشغال الكلية في الشعار (90.66%) من إجمالي المساحة الافتراضية للشعار، فيما جاء شعار قناة همد في المنزلة الأخيرة من حيث إشغال مساحة الشعار الكلية، حيث بلغت نسبة الإشغال المرجحة لهذا الشعار (36%).

لون خلفية الشعار:

اعتمد شعرا قناة السومرية اللون الأبيض لتعبئة أرضية الشعار، فيما اعتمد شعار الجديد تدرجات اللون الرمادي، كما اعتمد كل من سبيس تون والعالم على اللون الأبيض لتشكل الأرضية الخاصة بالشعار، وجاء شعار العراقية بخلفية من اللون الذهبي، فيما اعتمد شعار قناة همد بخلفية من تدرجات اللون الأزرق.

خاتمة:

في ختام هذا البحث واستناداً إلى مضامينه السابقة يمكننا القول إن طريقة تصميم شعار القنوات الفضائية تحقق أهداف الشعور بالجمال والوظيفة معاً لدى المتلقين المختلفين في أوطانهم ولغاتهم وأجناسهم وعاداتهم وتقاليدهم وثقافتهم، تلك الاختلافات الواجب أخذها بعين الاعتبار، إذما أراد المصمم تحقيق العالمية لمنجزه الفني، وهنا تتجلى أهمية إتقان فن التصميم الطباعي واستخدام الوسائط المتعددة، فالإلمام بعلم التصميم الطباعي يساعد المصمم على إحراز التوافق الشكلي واللوني بين العناصر فيسهم في التنظيم الشكلي لعناصر الشعار الداخلية، أما الوسائط المتعددة فتعمل على إضافة جمالية وجاذبية ومهارة وتفاعلية في تصميم الشعار، حيث ترجع أهمية الدور الذي تقوم به الوسائط المتعددة في عملية تصميم شعار القنوات الفضائية إلى الإمكانيات التكنولوجية الكثيرة التي تمتلكها الوسائط المتعددة من خلال استخدام عناصرها الأساسية من نص وصوت وصورة ورسوم وفيديو عند إنتاجها إعلامياً لتكون مؤثرة في المتلقي.

وبناءً على ما تقدم نلاحظ أن عملية تصميم شعار القنوات الفضائية يعتبر بمثابة تصميم هوية بصرية للقناة، وذلك لأن المتلقي يستوعبها من خلال الرؤية في المقام الأول، ومن ثم ومع تكرار ظهورها تتأكد الهوية الذهنية، حيث يعطي الشعار القناة شخصية مميزة يتم من خلالها التعرف على هوية القناة، وبه نستطيع أن نميز قناة عن أخرى، لذا يحرص القائمين على عملية تصميم الشعار على إتقان كل من علمي التصميم

الطباعي والوسائط المتعددة لما لها من أثر كبير في إضفاء طابع التميز والتفرد والجال على شعار القنوات الفضائية.

الاستنتاجات:

توصل البحث على نتائج عدة يمكن إجمالها في النقاط التالية:

- إن عملية تصميم شعار القنوات الفضائية يعتبر بمثابة تصميم هوية بصرية للقناة، وذلك لأن المتلقي يستوعبها من خلال الرؤية في المقام الأول، ومن ثم ومع تكرار ظهورها تتأكد الهوية الذهنية، حيث يعطي الشعار القناة شخصية مميزة يتم من خلالها التعرف على هوية القناة، وبه نستطيع أن نميز قناة عن أخرى، لذا يحرص القائمين على عملية تصميم الشعار على إتقان كل من علمي التصميم الطباعي والوسائط المتعددة لما لها من أثر كبير في إضفاء طابع التميز والتفرد والجال على شعار القنوات الفضائية.
 - تتعدد أدوار التصميم الطباعي في مجال تصميم شعار القنوات الفضائية وتتداخل فيما بينها، بطريقة تصعب الفصل فيما بينها، فالتصميم الطباعي يساعد المصمم على إحراز التوافق الشكلي واللوني بين العناصر فيسهم في التنظيم الشكلي لعناصر الشعار الداخلية.
 - تعمل الوسائط المتعددة على إضافة جمالية وجاذبية ومهارة وتفاعلية في تصميم الشعار، حيث ترجع أهمية الدور الذي تقوم به الوسائط المتعددة في عملية تصميم شعار القنوات الفضائية إلى الإمكانيات التكنولوجية الكثير التي تمتلكها الوسائط المتعددة من خلال استخدام عناصرها الأساسية من نص وصوت وصورة ورسوم وفيديو عند إنتاجها إعلامياً لتكون مؤثرة في المتلقي.
- التوصيات:**

وفي ضوء النتائج السابقة يوصي البحث الحالي فيما يلي:

- التأكيد على أهمية شعار القنوات الفضائية في صياغة الهوية البصرية للقناة.
 - مراعاة خصائص علمي التصميم الطباعي والوسائط المتعددة عند تصميم شعار القنوات الفضائية.
 - استثمار المقترحات النظرية التصميمية لتحقيق التبادلية التفاعلية بين المتلقي وبين تصميم شعارات القنوات الفضائية.
 - تعزيز لائحة المقررات الدراسية في أقسام التصميم بالكليات والمعاهد الفنية لتدريس برامج التصميم الطباعي في تصميم وإخراج شعارات القنوات الفضائية.
- قائمة المراجع:**

أولاً: المراجع العربية:

- رشوان، فاطمة الزهراء كمال. (2011). **الشعار في الفن التشكيلي**، ط1، القاهرة: عالم الكتب.
- الزعبي، لؤي. (2020). **الوسائط المتعددة**، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية.
- الزواتي، سجي عبد الهادي حافظ. (2020). **درجة فعالية التصميم الجرافيكي بالتسويق والترويج الرقمي للقطاع السياحي الأردني**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم التصميم الجرافيكي، كلية العمارة والتصميم، جامعة الشرق الأوسط، المملكة الأردنية الهاشمية.
- ساطور، محمد مختار. (2011). **الإعلان التفاعلي في عصر الوسائط الرقمية**، مجلة علوم وفنون، مجلد 23، ع2



- الشديفات، براءه. (2019). دور التصميم الجرافيكي في تطوير الهوية البصرية لقناة التلفزيون الأردني من أجل رفع درجة التفضيل لدى المشاهد الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العمارة والتصميم، جامعة الشرق الأوسط.
 - العاني، أسامة بدري محمد. (2013). التصميم الجرافيكي الشعار أنموذجا، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان – الأردن.
 - العربي، رمزي. (2008). التصميم الجرافيكي، الطبعة الثانية، عمان.
 - العساف، صالح حمد. (2006). المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الطبعة الرابعة، العبيكان، الرياض، المملكة العربية السعودية.
 - كمال، فاطمة الزهراء. (2007). فعالية برنامج مقترح باستخدام الرمز كمدخل لتصميم شعار الوحدة العربية في تنمية بعض مهارات الاتصال البصري لدى طلاب شعبة التربية الفنية، أطروحة دكتوراه، كلية التربية، جامعة جنوب الوادي.
 - محمد، ماجد. (2015). تصميم الجرافيك وأثره على المواقع الإلكترونية والوسائط المتعددة، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، المجلد الخامس عشر، العدد الثالث، الأردن: جامعة الزرقاء الخاصة.
 - محمد، ناصر أحمد. (2017). الدور الرقمي في إخراج العالومات التجارية ثلاثية الأبعاد لشارات القنوات الفضائية، مجلة العمارة والفنون، العدد 6
- ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Robin, Landa. (2017). **Advertising, and design - Creating creative ideas in the media**, Book, United Kingdom
- Smith, Elle. (2016). **The Importance of Graphic Design in Social Media**, five Edition, Australia.
- Savage, T. M. & Vogel, K. E. (2015). **An introduction to DIGITAL MULTIMEDIA**, Second Edition –Jones & Bartlett Learning
- Weinschenk, S. (2011). **100 Things Every Designer Needs to Know About People**, (1st Edition). Berkeley: New Riders.
- Wood, D. (2013). **Basics Interactive Design: Interface Design: An introduction to visual communication in UI design**, China: Fairchild Books