



## Global analysis of typographical elements in logo design Home Marketing Centers (Malls)

Sanad Fouad Mohammed<sup>1</sup>

<sup>1</sup> College of Fine Arts/University of Babylon

### ARTICLE INFO

Article history:

Received 18 January 2023

Received in revised form 3

February 2024

Accepted 25 March 2024

Published 15 May 2024

Keywords:

tag

typographical elements

logo design

Label analysis

### ABSTRACT

The logos that are designed for specific purposes, such as the design logos of malls, bear typographical elements that represent pictorial symbols designed to express the distinctive feature of a product, company, service or entity in order to benefit in the process of distinguishing this mall from others and giving it an identity to describe the behavioral features of the nature of the mall and the level of services provided to the consumer.

The problem of the current research was established in the mind of the researcher through his observation and observation of the logos designed for malls located in the city of Baghdad, as he deliberated in his mind to search for the components of these designs through a scientific analysis of the typographical elements included in those logos and to stand on the symbols of signs and their relationship to the content of the malls aimed at presenting services to the consumer, so the researcher put the following question:

To what extent are the logos designed for the malls in Baghdad and the signs they bear consistent with typographical elements that give a suggestive indication of the place?

The current research aims to reveal the typographical elements that form the signs in the formation shopping logos (malls.)

Since the current research aims to (discover the typographical elements that form the signs in the formation shopping logos (the malls)), so the researcher adopts the descriptive analytical approach, as it is the most appropriate method to achieve the goal of the research.

The research community consists of the slogans of the home shopping centers (the malls) scattered in the city of Baghdad, which were established after the year (2003) and numbered (22) home shopping centers, and the researcher obtained these slogans through the information network (Net), so he considered it a community for his research, A random sample was selected from the research community, which amounted to (2) samples from the research community.

The most important results are:

-1 The designer of the logo borrowed a symbol of civilization or heritage ... and others, as it represents strength, courage and dominance to give suggestive connotations of control and renewal, and it represents the goal of the shopping mall by bringing up everything new that meets the needs of the consumer.

2- It appears that the logo designer was able to harmonize between the idea, the borrowed form and the writing to operate the typographical elements within the design space, as in the sample (1).

<sup>1</sup>Corresponding author.

E-mail address: [cz37ae@gmail.com](mailto:cz37ae@gmail.com)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

## التحليل العلامي للعناصر التيبوغرافية في تصميم شعارات مراكز التسوق المنزلي (المولات)

أ.م.د. سند فؤاد محمد<sup>1</sup>

الملخص:

ان الشعارات التي تصمم لأغراض معينة كشعارات تصاميم المولات تحمل عناصر تيبوغرافية تمثل رموزاً صورية مصممة لتعبر عن السمة المميزة للمنتج او الشركة او خدمة ما او كياناً ما لكي تفيد في عملية تمييز هذا المول عن غيره واعطاءه هوية لوصف السمات السلوكية لطبيعة المول ومستوى الخدمات المقدمة للمستهلك.

ان مشكلة البحث الحالي تأسست في ذهن الباحث عن طريق مشاهدته ورصده للشعارات المصممة للمولات التي تقع في مدينة بغداد، اذ تداولات في ذهنه البحث عن مكونات هذه التصاميم عن طريق التحليل العلامي للعناصر التيبوغرافية التي تتضمنها تلك الشعارات والوقوف على رموز العلامات وعلاقتها بمحتوى المولات الهادفة الى تقديم الخدمات للمستهلك، لذلك وضع الباحث التساؤل الاتي:

ما مدى تساوق الشعارات المصممة للمولات في بغداد وما تحمله من علامات لعناصر تيبوغرافية تعطي دلالة ايجائية للمكان؟

اذ يهدف البحث الحالي الى الكشف عن العناصر التيبوغرافية المشكلة للعلامات في تكوين التسوق المنزلي (المولات).

بما ان البحث الحالي يهدف الى (الكشف عن العناصر التيبوغرافية المشكلة للعلامات في تكوين التسوق المنزلي (المولات))، لذلك فان الباحث يعتمد المنهج الوصفي التحليلي، كونه اكثر المناهج ملائمة لتحقيق هدف البحث.

يتكون مجتمع البحث من الشعارات الخاصة بمراكز التسوق المنزلي (المولات) المنتشرة في مدينة بغداد التي انشأت بعد عام (2003) والبالغ عددها (22) مركزاً للتسوق المنزلي، وقد حصل الباحث على هذه الشعارات من خلال شبكة المعلومات (نت) لذلك اعتبرها مجتمعاً لبحثه، وقد تم اختيار عينة عشوائية من مجتمع البحث بلغت (2) نماذج من مجتمع البحث.

اما اهم النتائج هي:

1- عمل مصمم الشعار على استعارة رمزاً حضارياً أو موروث ... وغيرها، اذ يمثل القوة والشجاعة والهيمنة لاعطاء دلالات ايجائية للسيطرة والتجديد وهو يمثل هدف مول التسوق باستحضار كل ما هو جديد يلي حاجات المستهلك.

2- يظهر ان مصمم الشعار استطاع ان يكون موائمة بين الفكرة والشكل المستعار والكتابة لتشغيل العناصر التيبوغرافية ضمن فضاء التصميم، كما في العينة (1).

الكلمات المفتاحية: العلامة، العناصر التيبوغرافية، تصميم الشعارات، تحليل العلامي.

<sup>1</sup> كلية الفنون الجميلة/جامعة بابل

## الفصل الاول

### مشكلة البحث:

تعد الاشارات والايقونات والرموز والعلامات وسائل تواصل فعالة، اذ يسهل على المتلقي التعرف عليها وذلك لإمكانية اشكالها على التعبير عن مفاهيم بسيطة او معقدة بأسلوب مبسط، اذ يمكن ان تتضمن الصور او التصميم على اشارات مختلفة كونها تعبر عن معنى بالاعتماد على عمليات قائمة على الادراك والدلالة والرموز.

لذلك فان علم الرموز Semiotics يقدم تفسيراً لكيفية استخلاص المعنى من الكلمات والاصوات والصور والتصاميم... وغيرها، اذ يقترح هذا العلم وجود ثلاث عوامل تصنيف تتمثل بـ (الاشارة والنظام والسياق)، فالاشارة تقدم معلومات بواسطة محتواها (مثل علامة التوقف) اما النظام فهو المجال تعمل ضمنه الاشارة (مثل نظام اعلانات الطرق)، اما السياق فإنه يعبر عن المكان الذي توضع فيه الاشارة (مثل وضع لافتة للإعلان عن المول في واجهته) فالعديد من التصميمات تتضمن دلالات مرجعية رمزية او اشارات او علامات لغرض توصيل مستويات متعددة من المعلومات والبيانات عن الشيء المعلن عنه.

اما ما يتعلق بالدلالة فأنها تعني ان شيئاً ما يعبر عن مظهره بالضبط كأن يكون الاعلان عن مول معين يتضمن مفردات تتعلق بمضمون يتعلق التسوق الاستهلاكي الذي يلبي حاجات ومتطلبات المستهلك، اذ ان ادراك المستهلك لمضمون الاعلان يعني فهم ومعرفة مكوناته ثم استنتاجه وتفسيره لهذه المكونات مبني على المستوى الادراكي لها وكذلك يتعلق بعملية التصميم والعرض الذي يعتمد البساطة.

بناءً على ما تقدم فان الشعارات التي تصمم لأغراض معينة كشعارات تصاميم المولات تحمل عناصر تيبوغرافية تمثل رموزاً صورية مصممة لتعبر عن السمة المميزة للمنتج او الشركة او خدمة ما او كياناً ما لكي تفيد في عملية تمييز هذا المول عن غيره واعطائه هوية لوصف السمات السلوكية لطبيعة المول ومستوى الخدمات المقدمة للمستهلك، فهذا الشعار يحمل علامة تجارية تعبر عن هويته في سوق العمل من اجل خلق ميزة فريدة تعرف عن كيانه خاصة في وجود عملية تنافس بين جميع المولات التي تحمل علامات تجارية مماثلة.

ان مشكلة البحث الحالي تأسست في ذهن الباحث عن طريق مشاهدته ورصده للشعارات المصممة للمولات التي تقع في مدينة بغداد، اذ تداولات في ذهنه البحث عن مكونات هذه التصميمات عن طريق التحليل العلامي للعناصر التيبوغرافية التي تتضمنها تلك الشعارات والوقوف على رموز العلامات وعلاقتها بمحتوى المولات الهادفة الى تقديم الخدمات للمستهلك، لذلك وضع الباحث التساؤل الآتي:

ما مدى تساوق الشعارات المصممة للمولات في بغداد وما تحمله من علامات لعناصر تيبوغرافية تعطي دلالة ايجائية للمكان؟

### اهمية البحث:

1-بناءً على الدراسة المسحية التي اجراها الباحث للكشف عن الشعارات الخاصة بالمولات الكائنة في بغداد وجد ان هذه التصميمات تحمل علامات لعناصر تيبوغرافية مكنت المصمم من التفكير في بناء اتجاهات

- معينة تنطلق من نقطة محددة غالباً ما تكون (تصاميم لمنتجات موجودة او منافسة او لمنظمات او علامات تجارية) لتوليد افكار جديدة من تصاميم موجودة فتمثلت بالشعارات الخاصة بالمولات.
- 2-كونه يسلط الضوء على الشعارات المصممة للمولات الخاصة بالتسوق المنزلي.
- 3-يمكن لنتائج البحث الحالي المتوخاة ان تفيد المؤسسات التعليمية ذات العلاقة معاهد وكليات الفنون الجميلة والمهتمين والباحثين في مجال التصميم من حيث الوظيفة والجمالية باعتبار ان العلامة في التصميم يمكن ان تحمل دلالات تسهم في توليد افكار جديدة التكوين .
- 4-يمكن للمصمم الذي يقوم بتوظيف الرموز والاشكال والعلامات في نتاجه التصميمي من اعطاء معنى ودلالة يمكن ان تثير نوعاً من العلاقات الجمالية والوظيفية في مضمونه.
- 5-تُعد دراسة العلامة او الرمز او الاشارة... وغيرها عملية مُعقدة وذلك بسبب تداخل وتعدد أنظمتها التي تشمل الجمالية والنفسية والفسولوجية فضلاً عن العوامل الرمزية وكل واحدة من هذه الأنظمة تمتلك منهاجاً خاصاً بها.
- 6-تعد العلامة او الرمز او الاشارة أحد أهم العناصر البصرية في بنية النتاج التصميمي لإمتلاكها طاقة ديناميكية يمكن ان تحرك المدركات الحسية للمتلقي وتكوين انطباعات جمالية حول المنتج المعلن عنه لما يحدثه من تفاعل بين الوظيفة والجمالية.

هدف البحث: يهدف البحث الحالي الى:

الكشف عن العناصر التيبوغرافية المشكلة للعلامات في تكوين التسوق المنزلي (المولات).

حدود البحث: يقتصر البحث الحالي على:

الحد المكاني: الشعارات المصممة للمولات الكائنة في مدينة بغداد.

الحد الزمني: بغداد- 2021.

الحد الموضوعي: العناصر التيبوغرافية للعلامة.

تحديد المصطلحات:

1-العلامة: عرفه الباحث اجرائياً:

الإشارة التي تدل على شيء آخر غيرها بالنسبة لمن يستعملها أو يتلقاها، على نحو تنطوي معه العلامة في ذاتها على صلة تؤلف بين دال ومدلول، في علاقة تنتج دلالة ويقدر ما يفهم دي سوسير العلامة بوصفها الكل الذي يتركب منه الدال والمدلول، وبوصفها "تألف المفهوم والصورة الصوتية"، فإنه يؤكد طبيعتها الاعتبارية أو الاختيارية على تعاقب النطق في الزمن.

## 2-العناصر التيبوغرافية: عرفه الباحث اجرائياً:

تشكل العناصر التيبوغرافية والتي تنظم العلاقة المرئية في الفنون البصرية، كما تعمل على دفع تكوين معين، اذ ينجم عنه تنظيم بصري من خلال توافق العناصر مع بعضها لخدمة مضمون الفكرة في العمل التصميمي.

## 3-تصميم الشعارات: عرفه الباحث اجرائياً:

يعد وسيلة اتصالية بصرية يتم من خلالها نقل المعاني من طرف مرسل الى طرف آخر مستقبل، ويستعان بالعملية الاتصالية بفنون وأساليب عديدة، حيث يراد بها الاتصال غالباً ربط بين طرفين مرسل ومستقبل لتأدية وظيفة محددة في إطار النشاط الإنساني.

### الفصل الثاني / الاطار النظري

#### الرمز في التصميم : مفهوماً – اصطلاحاً

تشكل الرموز بمختلف تنوعاتها لغة استعملها الانسان واعطاها قيماً دلالية للتواصل والتمثيل، فالدلالات التي يمكن الكشف عنها داخل هذه الرموز تتمثل بدلالات وليدة تسنين ثقافي وليست جواهر مضمونه موحى لها. لذلك من اجل إدراك وفهم أوليات صورة الرمز يتوجب على (الباحث) في هذا المجال أن ينظر إلى (البنية الادراكية)\* التي تنظم داخل تلك الصورة مجمل الخطاطات المجردة باعتبارها شيئاً سابقاً على الصورة ومتحكماً بها فالتعرف على هذه البنية يشكل المفتاح الذي يجب أن يقودنا إلى تحديد المفهوم الخاص للنموذج الإدراكي الذي يشكل المعرفة الأولية التي تساعد الذات المدركة على فك رموز مجمل الصور البصرية وربطها بالتجربة الواقعية التي نشير إليها "فالصورة رهينة بمعرفة القواعد الخاصة باستعمال الموضوعات فهذه القواعد هي التي تحول الموضوعات الى رموز، فالشكل الدال يعني الشكل الذي يتخذه الوسيط الحسي (تضامن الخطوط والالوان في اظهار ذلك الشكل) والذي يتسبب في اثاره الانفعال الاستطقي". (Mustafa, The Signification of Form, a Study in Formal Aesthetics and Reading in the Book of Art, 2017)

بما ان بعض العمليات العقلية كالأدراك والتذكر يقتضيان استحضار خطاطة سابقة تضم بداخلها مجموع النسخ التي تلتقطها العين من أشكال وصور والوان والأشياء لا تلج إلى الذاكرة على شكل أشياء معزولة لا رابط بينها بل يتسلل إليها عبر نماذج منظمة " أن ما نراه شيء فعلي وو اقعي لا يتسرب منه إلى الذهن سوى فكرة عن الشيء وليس الشيء ذاته".

(Bankrad, Semiotics (Its Concepts and Applications), 2012)

بناءً على ما تقدم فإن كل المحاولات لإدراك وتحديد كُنه ومضمون صورة الرمز تقتضي إلماماً بمعرفة سابقة مفتوحة على عوالم متعددة لان صورة الرمز لا تدل من تلقاء ذاتها فالمعنى داخلها يستدعي

\* البنية الادراكية ويقصد بها (امبرتو ايكو) النموذج السابق في الذهن وهو بمثابة وسيط الزامي . ينظر (بنكراد . سعيد السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها ) 3، دار الحوار للنشر والتوزيع ، سوريا ، 2012، ص42

استحضار التجربة الثقافية للإسماك بمكننات التدليل فالدلالات التي يمكن الكشف عنها داخل الرمز هي دلالات وليدة طبيعة ثقافية.

استنادا إلى ذلك فأن قراءة العمل التصميمي وفهمه يستدعي ثقافة سابقة يتم عبره التأويل والتدليل فأن إنتاج دلالة ما عبر التصميم لا يعود إلى ما تثيره صورة الرمز داخلها من تشابه مع ما تحيل عليه بل يعود الإمر إلى امتلاك ثقافة يتم فيه وعبره توليد كل الدلالات الممكنة. فإذا كانت صورة الرمز تشير إلى وجود تشابه بينها وبين ما تحيل عليه أو ما تمثله فأن هذا التشابه لا علاقة له بإنتاج الدلالة أنه رابط يعود إلى فعل الإدراك الخاص بتحديد شيء ما يوجد خارج الذات المبصرة وهنا أصبح رمز يقوئي لوجود التشابه، إذ يشير (كلايف بل) "أن الأشكال المرموزة تنتظم وتجتمع وفقاً لقوانين معينة مجهولة وغامضة تحرك مشاعرنا فعلاً بطريقة معينة وأن مهمة الفنان هي أن يجمعها وينظمها بحيث تحرك مشاعرنا". (Bell, 2011)

فالمعرفة التي يمتلكها الإنسان يمكن أن "توفرها الخطاطات المجردة تمكنا من الإسماك بينيتين بنية إدراكية متولدة توفره صورة الرمز كتمثيل ذهني وبنية واقعية هي منطلق التمثيل ومادته أي إننا لا ننقل ألبا ودون وسائط من صورة الرمز إلى ما يوجد خارجه بدون وسيط يجعل الرابط بين الطرفين قادر على توليد دلالة للشكل". (Ibrahim, 1987)

اذ نجد هنا "عمل الاستعارة المفاهيمية التي يستخدمها الفنان في عمله والتي تتطلب ان نشرح طبيعة الترابط بين البنيتين فمثلا عند رسم مجموعة من الخطوط التي تشكل في تألفها ما يشبه الإنسان لكنه لا يشبه كائناً بشرياً كما تقدمه التجربة الفعلية لكن عند إدراكه من قبل المتلقي لا يتردد في القول وهو يُشاهد التصميم بأن الأمر يتعلق بإنسان". (Earl, 2005)

أن الأمر في ذلك يعدو إلى أوليات الإدراك ذاته فما يدركه المتلقي ليس جسماً فعلياً بل مجموعة من الخطوط التي تُشكل في تألفها خطاطة عامة (إشارة) سابقة تختصر داخلها المكونات الأساسية للكائن البشري فالمتلقي لم يُنسب الرسم لرجل أو امرأة فتلك العناصر لا علاقة لها بالنسبة الإدراكية ولن تستوعبها الخطاطة كمثيرات أولية في عملية الإدراك إنما يكتفي المتلقي بالتنسيق بين مجموعة من الخطوط لكي يؤكد أن الأمر يتعلق بكائن بشري أن "الشكل الإنساني المحصل عليه من خلال عملية الاستدكار مرتبط بفعل تمثيلي يستمد قواه وقدرته على التجريد التبسيطي لا على استحضار النسخة الفعلية وهو ما يميز فعل الإدراك عن فعل التمثيل".

(Bankrad, Semiotics (Its Concepts and Applications), 3rd, 2012)

أن عملية الانتقال من الرمز إلى ما يحيل عليه يتم "انطلاقاً من عملية قائمة على تكوين بنية مكونة من عناصره حيوية لقاء بين تجربتين مختلفتين واقعية وذهنية أن اشتغال صورة الرمز واستخلاص دلالاته تعود إلى ثقافة المتلقي وإلى السياق الذي استعمل فيه وأن تحول الموضوعات الخارجية إلى رموز هو الذي سيقودنا إلى سيرورة إنتاج الدلالة عبر الصورة". (Eliot, 1994)

لذلك فان صورة الرمز من خلال سياقها الثقافي ومن خلال ربطها بعناصر أخرى ضمن نظام معين تحيلنا إلى دلالة جديدة فرسم الوجه رمز على وجود إنساني إلا أن وجود الوجه ذاته في سياقات متعددة يدل على

قيم دلالية بالغة التنوع أنه "يتحول إلى لغة تستمد دلالاتها من سياقاتها المتنوعة ولهذه اللغة موادها واشكالها وطرقها في التحقق فما نقرأه في رمز الوجه ليس الشكل بل بقيم دلالية تسربت عبر الزمن إلى الوجه وهكذا الامل، التشاؤم، الشجاعة وغيرها كلها مفاهيم مجردة تغادر موقعها لتسكن الخطوط والألوان والأشكال وهنا تحققت صورة رمز اشارية".

(McCurry, 1982)

هنا يجد (الباحث) أن صورة الرمز التي يتم عبرها توليد مجمل الدلالات داخل العمل التصميمي تمثل لغة بالغة التركيب والتنوع وتستند من أجل إنتاج معانها إلى تمثيل بصوري لموجودات طبيعية كالوجوه والأجسام والحيوانات وأشياء من الطبيعة وتستند من جهة ثانية إلى تمثيل تصميمي كالأشكال والخطوط والألوان والتركيب "أن المضامين الدلالية هي نتاج تركيب يجمع بين تمثيل بصوري رمزي مؤدي إلى إنتاج دلالة ما وتمثيل تصميمي كيان حامل الدلالات".

(Bankrad, Semiotics (Its Concepts and Applications), 3rd edition, 2012)

لذلك فإن عملية الكشف عن المعنى في صورة الرمز لا بد ان نستحضر السياق الذي يستعمل فيه الرمز فالمتلقي يكون اهتمامه منصرفاً الى التعلم او الاستدلال او التعرف فان ادراكه لا يقع على العمل التصميمي ككل وانما يقع على موضوعه فقط كونه لا يشاهد (يد انسان) في العمل التصميمي "وإنما يستحضر السياق الذي يستعمل فيه هذه اليد أي الثقافة تحدد لكل عضو سلسلة من السياقات التي تحيل على دلالات مختلفة فقد تكتسي أشاره اليد الدالة على طلب الحضور دلالات متعددة استناداً إلى موقعها وطريقة انجازها في اللوحة فهي قد توحى إلى السرعة أو التمهّل أو الزجر وحسب وضعها في السياق فاليد مُعرضة مع أدنى تغير للسياق لان تكون مرتعاً للاستعارة". (Odnis, 1995)

كما أن كل التأويلات التي يبديها المتلقي في قراءته لمضمون التصميم يجب أن تستند إلى المعرفة ففهم صورة الرمز وقراءتها مرتبطة بقدره المتلقي على التنسيق بين مجمل عناصر العمل الفني المشكّلة لنص التصميم وهو تنسيق لا يستند إلى ما يعطيه التصميم بل يستند إلى معاني صورة الرمز خارج اللوحة وضمن سياق الفعل الإنساني المتنوعة وأن التمثيل التصميمي يكون من وحدات متفاعلة فيما بينها قادرة على نسج علاقات متنوعة وفق قوانين تعود إلى التسنين الثقافي فالأشكال والخطوط والألوان وطرائق تنظيمها على وفق أنظمة التكوين تُشير إلى سلسلة من الدلالات المكتسبة الناتجة من الاستعمال الإنساني فهذه العناصر لا تدل من خلال مادتها ولا من خلال حدود أشكالها ولكنها تدل من خلال موقعها داخل الفعل الانساني " إي تفعل ذلك اعتماداً على المفاهيم التي أودعها الفنان بداخلها ولهذا فان المفاهيم التي تشير إليها صورة الرمز مفاهيم متحولة متبدلة مرتبطة بالثقافة المحلية ومرتبطة بالمفاهيم الخاصة بكل فئات وبالفنان ذاته وخاضعة لقوانين تركيبية تحدد لها نمط ارتباطها فيما بينها في الحضور وفي الغياب". (Porn, 2000)

اذ اشار (عز الدين) أن الرمز يرتبط بمجموعة من المضامين ويتحدد من خلال عناصر تدركها الذات المبصرة وتتفاعل معها فالرمز يأتي إلى العمل التصميمي باعتباره موقعا واتجاهها وحجم وكل بعد من هذه الأبعاد الثلاثة مرتبط بسلسلة من الوحدات التصميمية التي تحيل إلى مضامين فموقع الرمز وأتجاهه

وحجمه عناصر أساسيه في فهم البناء التصميمي للعمل وهي أساسية في تحديد المحاور الدلالية المرتبطة بها " فكل محور له علاقة بعنصر من العناصر فالإقصاء محور دلالي مرتبط بالموقع وهناك محور التوازن يعود إلى الاتجاه وكذلك الهيمنة وهي محور خاص بالحجم وتشير هذه المحاور إلى نمط حضور الرمز والأشكال داخل المساحة التي تمثل لها العمل التصميمي". (Shamout, 2011)

أن الرمز تستوعب مجمل الانفعالات التي يثيرها أي تمثيل بصري بدأ من النقطة ومروراً بالخط وأشكاله وانتهاءً بالأشكال الحرة منها والهندسية "فالرمز يُدرك كشكل إما تحقيقاً وعمق ثقافي فيقدر ما يقترب الرمز من نوع ذي عمق ثقافي بقدر ما يكون التبدليل التصميمي المتولد مرتبط بالرمز الذي اودعته ثقافة هذا النوع أو يكون الرمز يشتغل كأثر يدل على سيرورة يتم اسقاطه على اللوحة من خلال الاستعارة".

(Mustafa, The Significance of Form: A Study in Formal Aesthetics and Reading in the Book of Art, 2017)

تأسيساً على ما سبق يجد (الباحث) ان مجمل الدلالات التي تثيرها صورة الرمز من خلال بعدها الأيقوني أو الإشاري أو الاثني معاً ليست وليدة معاني مثبتة في الأشكال ولا تتغير أنها أبعاد مشتقة من الوجود الإنساني ذاته فهي لذلك ليست سابقة على الممارسة الإنسانية أنها الممارسة الإنسانية وجزء منها أنها مرتبطة بخطاب إنساني يمنح الظواهر الطبيعية ابعاداً دلالية تتجاوز الأبعاد المادية الوظيفية ولهذا فالخطوط والأشكال والألوان تتسرب إلى الفكرة التصميمية محملة بدلالاتها السابقة فاللون الأحمر في العمل التصميمي موجود باعتبار دلالاته السابقة لا باعتبار وجوده المادي كلون من ضمن الألوان الأخرى وكذلك الأشكال الهندسية لها دلالات أخرى غير التشكيل الهندسي لفضاءات مقتطعة من كون لا حد له وهذه الدلالات تُغني صورة الرمز وتنوع دلالاته .

#### الدلالة الفكرية للرمز وألية عمله:

تنوع الرموز الدلالية بتنوع المكان والزمان وكذلك الثقافات اذ يتطور الرمز ودلالاته بتطور المفاهيم ومن ثم ينتج التنوع والاختلاف الدلالي لكل عصر وكل زمان بتعدد الرموز وتغيرها والثقافة هي الإطار المحدد لفهم معاني واستخدامات الرمز كعلامات فلكل مجتمع بشري ثقافته الخاصة ورموزه وعلاقاته المميزة التي تختلف في مجملها عن ثقافة أي مجتمع آخر ولكل رمز دلالاته ضمن السياق البنائي للعمل الفني بوصفه وسيلة اتصال بصري يبتكرها الفنان للتعبير عن مشاعره وأفكاره إذ يلجأ الفنان إلى الرمز لتوصيل مفاهيمه.

فالفنون بتنوعها بشكل عام وفن التصميم بشكل خاص "رسالة مرئية يحمل فكرة سيميولوجية ذات دلالة معرفية اتصاليه يستقبلها المتلقي على شكل إما أيقوني أو إشارة والفكرة هي مضمون العمل الفني والعملية الإدراكية الناتجة من خلال الفكر السيميوطيقي لا تبحث عن دلالات جاهزة أو معاني معطاة بشكل سابق على الممارسة الإنسانية"، (Hakim, 1986) بل هو نشاط معرفي ضروري تستند إليه كل العلوم الإنسانية من أجل فهم أفضل للتراث الإنساني قديماً وحديثاً من خلال حاله وعي فلسفية للمضمون الفكري والرمزي وصياغتها البصرية المتنوعة والتي تحتوى على أسرار الإنسان الثقافية

والاجتماعية والدينية وهي أسرار يجب إدراكها والكشف عنها خلال امتلاك المفاتيح الضرورية للسيرورة التأويلية وبوصف الرمز أبداع فني فهو "يرمي إلى عرض ذاته في خصوصيته وإلى التعبير عن مدلول عام ليس هو مدلول الموضوع وحده إذ يمتلك القدرة على اختزال الكثير من الأفكار التي تحمل مدلولات تساعد على تحقيق فهم أكبر بوصف العلاقة بين الرمز والمدلولات التي يستدعيها علاقة واحد بمتعدد".

(Bell, Art, Trans: Adel Mustafa, 2011)

بناءً على ذلك أكد (راضي) أن الفن عملية أبداع ويعني هذا إضافة شيء جديد لم يكن موجوداً من قبل وما الذي يبدعه الفن. "أنه يبدع أشكال وهي مدركة حسيماً أي قابلة للإدراك الحسي وأدراك هذه الأشكال يكون من خلال الحدس وبمساعدة الخيال وتعبير عن الوجدان البشري وهذه الأشكال لا تكون معبرة إلا من خلال الرمز وعلى هذا الأساس الفن رمز، رمز للوجدان البشري .

" (Hakim, Suzanne Langer's Philosophy of Art, 1986)، هذا الشكل الذي لا يبدع إلا من خلال رمز مبدع لا بد وأن يرتبط بمعنى ويعبر عنه. هذا التعبير لا يبدو إلا من خلال صورة معبرة ولكي يكون معبراً لا بد من أن يكون عضويًا "أن عناصره مثل العناصر الديناميكية في الطبيعة ليس لها وجود بمفردها بعيداً عن المواقف التي تبدو فيها وحيث توجد تأخذ شكلاً من خلال العلاقات".

لذلك يتكون الفن مجموعة من "العناصر المتنوعة التي ترتبط وتتفاعل معاً في إبراز هذا الشكل بحيث يعطى بوضوح وموضوعية ويمكن أدراك هذا التركيب الشكلي بالوحدة والتنوع هذه الوحدة التي تتحقق عندما يكون كل عنصر في العمل الفني ضرورياً بحيث لا يكون العمل متضمن أي عنصر ليس ضرورياً ويكون كل ما هو لازم موجوداً فيه". (Matar, 1976)

لأن الرمز الذي ينبثق من هذه العناصر رمز مبدع وليس تنظيمياً لهذه المواد المعطاة أي "أن العناصر الداخلة في تكوين هذا الرمز ليس بذات شأن إذا ما عزل بمفرده ذلك لأن وظيفته لا تبدو من خلال ارتباطه بالعناصر الأخرى فحسب بل يكون التعبير ذاته عنصراً شكلياً وهذا تأكيد على قول (لانجر) بأن الفن رمزاً والعمل الفني صورة رمز".

(Bankrad, Semiotics (Its Concepts and Applications), 3rd, 2012)

استناداً إلى ما تقدم وجد (الباحث) أن الفنان أو طالب الفن (تخصص التصميم) يسقط أشكال الوجدان في رموز مرئية أي اسقاط لمفهوم في رموز يمكن إدراكها هو وحده من يستطيع التفكير في هذا الوجدان من خلال الرمز المبدع فإن ما يدرك في الفن كصورة معبرة إنما يدرك كرمز والعمل الفني بوصفه صورة معبرة يبدو ككل مُدرك أو متخيل هذه الصورة تعرض العلاقات بين الأجزاء في ارتباطها مع هذا الكل أي أنها تمثل كلاً آخر تكون عناصره متشابهة مع هذا الكل من حيث العلاقات ومن حيث البناء.

فالرسم رمز لأنه يعطينا رمزاً أو أيهاً لشيء ما وأن وظيفة هذا الرمز هو أن يعطي تجسيد جديد في نوعيات خالصة عندما يحررها من تجسيدها العادية في الأشياء الفعلية "في الفن الأشكال تجرد لكي تبدو بوضوح ولكي تصبح حرة من استخداماتها العادية لكي توضع استخدامات جديدة أي لتعمل كرموز بحيث تكون معبرة عن الوجدان".

(Hakim, Suzanne Langer's Philosophy of Art, 1986)

فالمصمم يستخدم الخطوط والألوان لكي يبدع صورة عمله التصميمي، معنى هذا أن مهمة الفن هو أن يجسد الوجدان ويعطيه شكل بحيث يمكن أن تأمله ونفهمه وندرکه لأن العمل الفني يقدم لنا الشكل الخاص بالوجدان مباشرة للحدس المنطقي بحيث تبدو وكأننا ندرك الوجدان نفسه في العمل ولكن العمل الفني بطبيعته لا يحتوي على الوجدان أي أن العمل الفني هو تجريد للأشكال لكي تجذب انتباهنا نحوها. فكل عمل فني يكشف لنا عن تركيبية جديدة عن طريق شحن الرمز بمعان ومشاعر وإيحاءات مضافة إلى معناها الأصلي وذلك عبر العلاقات الخاصة التي يقيمها الفنان في كل عمل فني بشكل جديد ومتغير بحيث يصبح البناء رمزياً مثلاً "الخبز في العمل الفني مرة يُعد رمزاً للرزق أو رمزاً للطعام المقدس ورمزاً للارتباط بالأرض ورمزاً للحرب والسلام والمحبة والكراهية وربما استحال أيضاً إلى رمز للحياة" (Al-Sultan, 2010)، والرمز هنا ضمن مفهوم السياق العام يفرض بنا إلى فهم حقيقة إلى أن الفنان وجد مناخاً يتحرر فيه من محاكاة الطبيعة نتيجة تجاربه النفسية والتحولت الاجتماعية التي مر بها المجتمع والتي لا تنكشف إلا بدراسة مكونات هذا الرمز.

#### آلية عمل الرمز:

أن الرمز يعتمد في ادائه لوظيفته على ما يولده من إيحاءات قادرة على خلق التأويل والنهوض بالمعاني المبتغاة فيجعل منه مرتكز أساسي للمفاهيم ويمكن أن يحملها ويعبر عنها ويوظفها في العمل الفني لما يملكه الرمز من زخم دلالي كبير يستطيع به تحويل الشحنة الانفعالية من المرجح إلى اللوحة ومن اللوحة إلى الواقع العياني " أي أن الرمز يخضع إلى آلية عمل ثنائية التكوين باستحضاره من مرجعياته فيكون لذلك الاستحضار أهمية في فهم الرموز واستثمار وظائفها في الأصل الذي وجدت فيه، مما يعني أن الرمز ينقل بزخمة الدلالي إلى النص فيكون بذلك النص تربه لاستنبات لبذرة الرمز لانضاج ثمرة جديدة " (Ati, 2015)

حينئذ يؤدي وظيفة جديدة ترتبط بالواقع العياني فإذا كانت الرموز شكلتها حاجات الفنان أو طالب الفن فهي تنوع تبعاً لتلك الحاجات ومن بعد تكون مرتبطة بظرفها ووضعها الخاص المرتبط بالوضع العام الذي يؤثر فيه فيكون مدركاً له ومتأثراً به أما إذا استعار الرموز بهدف تحقيق ذاته المكتوبة وتقديم البديل لعالم اليوم المتناقض فهو يحاول بهذه الاستعارة إعادة تشكيل العالم وأن تحديد هذه الرموز يتطلب معرفة آلية عملها ومرجعياتها.

فالرمز يعتمد على ما يمتلك من خواص في الأصل المستل منه (أسطورة، تاريخ، دين، تراث.. وغيرها) ومن شحنته الانفعالية وزخمه الدلالي واستثماره في العمل الفني الجديد أي أن العمل باعتماد الرمز فيه واستحضاره من مرجعياته يخضع لسياقات فكرية وفنية مختلفة وجديدة "فالرموز مهما تكن ضاربة جذورها في التاريخ فإنها لا بد أن تكون مرتبطة بالحاضر فالقيمة كامنة في لحظة التجربة ذاتها وليست راجحة إلى صفة الديمومة لهذه الرموز ولا في قدمها" (Ismail, 1972)، فيكون عمل الرمز في اللوحة يخضع لرؤية الفنان أو طالب الفن المتأثرة في لحظة الرسم وشروطها التاريخية فأن استثمار الزخم الدلالي للرمز ومحاولة استنطاقه في اللوحة بلغة الحاضر يبتغي الواقع المعيش للتعبير عنه والتأثير فيه .

هناك رموز تستمد طاقتها الدلالية من التقاليد والأعراف الاجتماعية والرؤى السائدة في زمن انتاجها وتخلق زخم دلالي في الفكر الإنساني وتحقق شحنة انفعالية وتمتلك قدرة التأثير في المتلقي وأن اختلفت البيئات والثقافات التي ينتمي إليها وتتيح حرية في تشكيل الرموز بما يتوافق مع رؤى وأفكار وأهداف الفنان أو طالب الفن .

فالرمز بوصفه واسطة بين الإنسان وبين الواقع مع ولادة الوعي البشري إذ " غلف نفسه برموز لسانية وفنية وأسطورية وغيرها حتى صار متعذراً عليه أن يرى أي شيء أو يتعرف عليه دون تدخل هذا الوسيط الاصطناعي ". (Daskal, 1987)

ومع تطور الوعي تعقدت دلالات الرموز وخاصة في "النتائج الفنية التي أعطت للرموز دلالات جديدة غير الدلالات المتواضع عليها، كما تنوعت المراجع التي استقوا رموزهم منها فيحولها الفنان او طالب الفن إلى أشكال رامزة عن طريق شحن المفردات التي تمتلك تصوراً مقارباً في مرحلة زمنية معينة بإيحاءات جديدة هي من ابتكاره الشخصي إلى جانب تشكيل صور ذات دلالات رمزية عن طريق تكرارها" (Al-Ammari, 2013)

تنقسم آلية عمل الرمز في العمل الفني تبعاً لمرجعيات الرموز فيتعامل مع الرمز ذهنياً قبل استحضاره في اللوحة الفنية بخواص الاصل سواء كان هذا الاصل بمرجعية حضارية ام تاريخية وغيرها، لكونه لا يأتي إلى اللوحة خلواً من تأثيرات ثقافية وفكرية واجتماعية تدخل في تكوين شخصيته المعرفية التي يحاول اخراجها والتأثير في المتلقيين سواء اتصف ذلك بوضوح الرؤية لو غموضها أذا لا بد أن تتجلى في العمل الفني كونها تشكل القاعدة المعرفية التي تنتج العمل الفني نفسه. لذلك " أن قصيدة استثمار رموز بعينها يمثل الاهتمامات المعرفية لمنهج الخطاب ومن بعد يشكل ملامح شخصيته المعرفية والثقافية " (Ati, The Symbol in Literary Discourse, 1st edition, 2015) .

أن الوعي بخواص الرموز سواء ذلك أتصف بالوضوح أو الغموض أو التركيز على أحد منها أو أكثر يؤدي به إلى استعارة الرمز بخواص الأصل أي مرجعياته وتقوم الإشارات التي يبثها في عمله من إيضاح تلك الخواص في جانبيها الشكلي والوظيفي وتبين طبيعة الرمز المستثمر ومرجعياته في الوقت نفسه. بما يؤدي إلى تكوين وحدات دلالة يقود إلى بناء الرمز بناءً وظيفياً يقوده إلى الكشف عن المعنى وتطلب حضور الرمز لتأديته "فيكون الرمز في هذه الحالة بؤرة تنظيم علاقات الإشارات مع بعضها البعض وتدفع بها للتفاعل لتكوين وحدات دلالة في منحنى الرمز المفرد وهي التي تقود إلى تشكيل الفضاء الرمزي في العمل الفني " .

هنا يجد (الباحث) ان استعارة الرمز في اللوحة الفنية من مرجعياته وتوظيفه يُعد نافذة لنقل ذلك الوعي من حاضنته في فكر الفنان إلى محيط جديد يقوم هو بتشبيده وان جماليات ذلك البناء تعتمد على قدرات الفنان في الجانب الاساس منها .

هناك الية عمل للرمز هي في استعارة الرمز بمتغيرات على الواقع المفترض في اللوحة الفنية، إذ ان طبيعة الرمز الايحائية المشحونة بالدلالات تجعل من حضوره في العمل الفني يمتلك حيوية عالية باختيار دلالات للوصول بها إلى كشف عن المعنى من استحضارها كذلك تعبر عن وعي طالب الفن وتلك

الدلالات لا يمكن تعيينها بالاعتماد على الفضاء الدلالي للرمز وحده بل يتطلب الى خلق الالحاء بدلالات تدفع بالبناء الرمزي للوحة الفنية الى التأويل ويكون معبرا عن وعيه واهتماماته". (Barthes, 1990)

### مؤشرات الاطار النظري

1. تصمم الشعارات لاجراض معينة كشعارات تصاميم المولات تحمل عناصر تيبوغرافية تمثل رموزاً صورية مصممة لتعبر عن السمة المميزة للمنتج او الشركة او خدمة ما او كياناً ما لكي تفيد في عملية تمييز هذا المول.
2. تشكل الرموز بمختلف تنوعاتها لغة استعمالها الانسان واعطاها قيماً دلالية للتواصل والتمثيل، فالدلالات التي يمكن الكشف عنها داخل هذه الرموز تتمثل بدلالات وليدة تسنين ثقافي وليست جواهر مضمونه موحى لها.
3. ان الاشكال المرموزة تنتظم وتجتمع وفقاً لقوانين معينة مجهولة وغامضة تحرك مشاعرنا فعلاً بطريقة معينة وان مهمة الفنان هي ان يجمعها وينظمها بحيث تحرك مشاعرنا.
4. ان صورة الرمز من خلال سياقها الثقافي ومن خلال ربطها بعناصر أخرى ضمن نظام معين تحيلنا إلى دلالة جديدة فرسم الوجه رمز على وجود إنساني الا أن وجود الوجه ذاته في سياقات متعددة يدل على قيم دلالية بالغة التنوع.
5. ان عملية الكشف عن المعنى في صورة الرمز لا بد ان نستحضر السياق الذي يستعمل فيه الرمز فالمتلقي يكون اهتمامه منصرفاً الى التعلم او الاستدلال او التعرف فان ادراكه لا يقع على العمل التصميمي.
6. يرتبط الرمز بمجموعة من المضامين ويتحدد من خلال عناصر تدركها الذات المبصرة وتتفاعل معها فالرمز يأتي إلى العمل التصميمي باعتباره موقعا واتجاهها وحجم وكل بعد من هذه الأبعاد الثلاثة مرتبط بسلسلة من الوحدات التصميمية.
7. تنوع الرموز الدلالية بتنوع المكان والزمان وكذلك الثقافات.
8. أن الرمز يعتمد في ادائه لوظيفته على ما يولده من إحياءات قادرة على خلق التأويل والنهوض بالمعاني المبتغاة فيجعل منه مرتكز أساسي للمفاهيم ويمكن أن يحملها ويعبر عنها ويوظفها في العمل الفني.
9. يعتمد الرمز على ما يمتلك من خواص في الأصل المستل منه (اسطورة، تاريخ، دين، تراث .. وغيرها) ومن شحنته الانفعالية وزخمه الدلالي واستثماره في العمل الفني الجديد أي أن العمل باعتماد الرمز فيه واستحضاره من مرجعيته يخضع لسياقات فكرية وفنية مختلفة وجديدة.
10. تنقسم آلية عمل الرمز في العمل الفني تبعاً لمرجعيات الرموز فيتعامل مع الرمز ذهنياً قبل استحضاره في اللوحة الفنية بخواص الاصل سواء كان هذا الاصل بمرجعية حضارية ام تاريخية وغيرها.

### الفصل الثالث / منهجية البحث واجراءاته

بما ان البحث الحالي يهدف الى (الكشف عن العناصر التيبوغرافية المشكلة للعلامات في تصاميم شعارات التسوق المنزلي (المولات))، لذلك فان الباحث يعتمد المنهج الوصفي التحليلي، كونه اكثر المناهج ملائمة لتحقيق هدف البحث.

#### مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من الشعارات الخاصة بمراكز التسوق المنزلي (المولات) المنتشرة في مدينة بغداد التي انشأت بعد عام (2003) والبالغ عددها (22) مركزاً للتسوق المنزلي، وقد حصل الباحث على هذه الشعارات من خلال شبكة المعلومات (نت) لذلك اعتبرها مجتمعاً لبحثه.

#### عينة البحث:

تم اختيار عينة عشوائية من مجتمع البحث بلغت (2) نماذج وذلك للاسباب الاتية:

1-التنوع في فكرة الشعار.

2-يتضمن محتوى الشعار عناصر تيبوغرافية متنوعة.

3-تعد العينة ملائمة لطبيعة البحث الحالي وتحقيقاً لهدفه.

#### اداة البحث:

قام (الباحث) باعداد استمارة لتحليل نماذج العينة، اعتمد في تصميمها على مؤشرات الاطار النظري والمصادر والادبيات التي تناولت موضوعات حول العلامة والايقونة والاشارة والعناصر التيبوغرافية كون ان البحث الحالي اعتمد المنهج الوصفي التحليلي في تصميم اجراءاته.

لذلك تم تصميم استمارة اداة البحث التي تكونت من محور اساسي (العناصر التيبوغرافية في تصميم الشعار) تفرعت منه (4) محاور ثانوية ثم تفرعت من كل محور محاور فرعية، وبذلك اصبحت الاستمارة تتضمن (17) فقرة فرعية يتم على وفقها تحليل نماذج العينة، كما موضحة في الجدول (3).

### جدول (3) يوضح استمارة تحليل محتوى نماذج العينة من الشعارات

المحور الرئيس	المحور الثانوي	المحور الفرعي	تتحقق بدرجة:		
			كبيرة	الى حد ما	لا تتحقق
العناصر التيبوغرافية في تصميم شعار المولات	الصفات المظهرية للشكل	1- البساطة			
		2- التعقيد			
		3- التركيب			
		4- سهولة التذكر			
	التمثل العلامي للون	1-تناسق اللون			
		2-الجذب والاثارة			
		3- قيمته الحسية			
		4-دلالاته التعبيرية			
		1-الموائمة للفكرة			

			2-التمييز للعناصر	صفات الشعار
			3-القيمة	
			1- الخط	اليات اشتغال العناصر التيوغرافية
			2-الشكل	
			3- اللون	
			4-الاتجاه	
			5-الفضاء	
			6-الصور والرسوم	

بعد ذلك تم عرض هذه الاستمارة على مجموعة من الخبراء لغرض التعرف على صلاحية فقراتها في قياس الهدف الذي وضعت لاجل قياسه، اذ ابدى الخبراء بعض الملاحظات اخذ بها الباحث فقام بتعديل ما اشاروا له وتصحيحه ثم تم اعادتها اليهم مرة اخرى، فابدوا موافقتهم على مكونات الاستمارة باستخدام معادلة (سكوت) لظهار صدق الخبراء وبذلك اصبحت جاهزة للتحليل.

**ثبات الاستمارة:**

لغرض اظهار معامل الثبات لاستمارة التحليل تم تطبيقها على احد نماذج المجتمع من الشعارات الخاصة بمراكز التسوق (المولات) بمساعدة اثنين من المحللين\* لتحليل النموذج وبعد اجراء العملية تم اظهار معاملات الارتباط باستخدام معادلة (بيرسون) كما موضح في الجدول (4).

#### جدول (4) لاستخراج معامل الاتفاق بين المحللين حول الاستمارة

المعدل	المحللين (1) (2)	الباحث مع		نموذج العينة
		م (1)	م (2)	
0,87	0,86	0,88	0,86	

من خلال النظر الى نتائج الجدول (4) يظهر ان معامل الثبات بلغ (0,87) وهو يمثل مؤشراً جيداً لثبات الاستمارة وبذلك اصبحت جاهزة للتحليل.

#### الوسائل الاحصائية:

1-معامل ارتباط بيرسون.

2-معادلة سكوت لظهار معامل الصدق بين المحكمين.

\* استعان الباحث بالاستمارة لتحليل نموذج لعينة من المجتمع لظهار معامل الثبات هما:

1-أ.د. نصيف جاسم محمد – التصميم الطباعي – كلية الفنون الجميلة – جامعة بغداد.

2-أ.م.د. ساهرة عبد الواحد – التصميم الطباعي – كلية الفنون الجميلة – جامعة بابل.



### النموذج (1)

مركز التسوق : مول النخيل

الموقع : بغداد الرصافة /

شارع فلسطين

يتشكل الشعار من مجموعة من الدوائر كبيرة الحجم

واخرى صغيرة توزعت بشكل دائري لتعطي دلالة ايحائية

عن الكواكب والمجرات في السماء، اذ تلونت هذه الدوائر

بتدرجات لونية مشتقة من اللون الاخضر لإعطاء دلالة ايحائية عن القرب والبعد ضمن فضاء الشعار،

كما يتضمن الشعار عنوان مركز التسوق (النخيل مول) باللغة العربية واخر (AL- NAKHEEL MALL)

باللغة الانكليزية.

اعتمد مصمم الشعار فكرته من النجوم التي تتألأ في السماء للدلالة على ان هذا المركز يقدم

للمستهلكين اجود انواع البضائع والسلع التي يحتاجها ضمن متطلباته الحياتية، اذ ان النجوم تعطي دلالة

على انها في حالة حركة دائبة ومستمرة مما يعني ذلك ان هذا المركز يمتلك نشاطاً مستمراً لتلبية حاجات

المستهلك.

عمد مصمم الشعار الى احداث موائمة بين فكرة الشعار واشكال عناصر التيبوغرافية ونوع الكتابة التي

تعطي دلالات بصرية لمركز التسوق، اذ دونها باللغتين العربية والانكليزية ليشكل ذلك حافزاً له في تشغيل

تلك العناصر ضمن فضاء التصميم فتمظهرت هذه العناصر عن طريق شكل الدوائر المستعارة ذات اللون

الاحادي (الاخضر والرصاصي) اللذين تم تنفيذ تلك العناصر، فضلاً عن ان جميع المفردات تعطي دلالة

ايحائية بصرية لزخم المتسوقين لهذا المركز مما يعطي اتجاههاً ايجابياً له.

اعتمد المصمم على فكرة التصميم من رموز هندسية تمثلت بالدوائر مختلفة الاحجام تستند الى فضاء

ذو لون ابيض لغرض ابراز شكل الشعار الذي يوحي بالخير والعطاء بحيث اقتبست الفكرة من اصالة الرمز

الهندي.

اما الدلالة الرمزية التي اتبعها التصميم فانها ترمز للقوة والحيوية والرخاء والعطاء فقدم الشعار

الدلالة الرمزية لمركز التسوق (النخيل مول) الذي يشكل احد ابداعات الانسان العراقي .



## النموذج (2)

مركز التسوق : دريم ستي مول

الموقع : بغداد الرصافة /

شارع الربيعي

يتكون الشعار من جزئين احدهما بلون سمائي فاتح تظهر على سطحه نخلة سومرية مجردة جذعها تشكل من كلمة (نخلة بابل) وسعفها توسم بلونين الاصفر والازرق، اما الجزء الثاني الذي يظهر بلون ازرق غامق الذي يتضمن دائرة غير منتظمة يظهر في وسطها الحرف (D) للإشارة الى

عنوان المول (دريم ستي مول) مع كتابة عبارة (الوجه الحقيقي للابداع والتطور)، كما يظهر في الوسط خط مائل يفصل بين المساحتين ليعطي دلالة رمزية بصرية لجموع المتسوقين الذين يرتادون المول وقد عالج مصمم الشعار بعدة الوان متحركة لتعطي دلالة على حضورهم.

اتباع المصمم الشكل بالطريقة العمودية وشغلت مساحة اعلى الفضاء واستخدم الاسلوب التقليدي، وقد ظهرت بعض امكانيات الحركة والايحاء من خلال مضمون الشكل، كما برز اللون دوره بالبروز فان اللون الذهبي والازرق في الفضاء اعطى عمقاً للعمل التصميمي فان اللون يعطي قوة، اما النص الكتابي استخدم بالطريقة الافقية بحروف العربية والانكليزية البارزة، الفضاء اعطى البروز بالاشكال من خلال تقسيم الفضاء الى خطوط عن طريق التقنية المستخدمة، اعتمد على النظام المركزي للشكل وهذا التصميم يعطي اتزاناً كاملاً فالشكل البصري الذي يكون في النص الاعلى من مساحة التصميم يسطر على العناصر الاخرى.

اعتمد المصمم البرامج الرقمية السائدة في تنفيذ فكرة الشعار، مستخدماً برنامج الفوتوشوب نظراً لما يتمتع به البرنامج من مزايا تحقق التراكب والانسيابية في العمل، فضلاً عن القيم الضوئية التي يحصل عليها التصميم من خلال البرنامج، واعتمد المصمم الاسلوب الواعي الذي يجمع بين المباشرة والاختزال الشكلي في تنفيذ التصميم، الذي يشير الى اسم المول التي عبر عنها بلغتين شائعين الاستعمال والايقونه البصرية التي تكون اعلى التصميم .

اعتمد المصمم على فكرة التصميم من رموز الموروث الشعبي المتمثلة بالنخلة التي تشتهر بالتمور التي لها دلالة بصرية عن الخير والعطاء بحيث اقتبست الفكرة من اصالة الرمز.

اما الدلالة الرمزية التي اتبعها التصميم فانها ترمز للقوة والحيوية والرخاء والعطاء فقدم الشعار الدلالة الرمزية لمركز التسوق (دريم ستي مول) الذي يشكل احد ابداعات الانسان العراقي.

## الفصل الرابع / عرض النتائج ومناقشتها

بناءً على التحليل الذي اجراه الباحث على نماذج العينة لذلك يؤشر النتائج الاتية:

- 1- عمل مصمم الشعار على استعارة رمزاً حضارياً أو موروث ... وغيرها، اذ يمثل القوة والشجاعة والهيمنة لاعطاء دلالات ايحائية للسيطرة والتجديد وهو يمثل هدف مول التسوق باستحضار كل ما هو جديد يلي حاجات المستهلك.
- 2- يظهر ان مصمم الشعار استطاع ان يكون موائمة بين الفكرة والشكل المستعار والكتابة لتشغيل العناصر التيبوغرافية ضمن فضاء التصميم، كما في العينة (1).
- 3- تميز التمثيل العلامي للعناصر التيبوغرافية بالتناسق اللوني لغرض جذب واثارة انتباه المتسوق، كما في العينة (2).
- 4- عمد مصمم الشعار الى تصميم الشكل المستعار (النخلة) بطريقة شاقولية شغلت مساحة الفضاء مما اعطاها ديناميكية لحركة الشكل والايحاء الى مضمون الشكل كما في العينة (2).
- 5- استخدم مصمم الشعار اللون لاعطاء دلالات ايحائية بالعمق والقوة.
- 6- استعان مصمم الشعار بالبرامج الرقمية في تنفيذ فكرة الشعار ليحقق من خلالها مزايا التراكب والانسيابية في العمل كما في العينة (2).

### الاستنتاجات:

بناءً على النتائج التي توصل اليها الباحث يستنتج الاتي:

- 1- يظهر ان مصممي الشعارات الاعلانية لمراكز التسوق قد استعانوا باستعارة رموز حضارية او شعبية او طبيعية لغرض توصيل فكرة الشعار والدلالة على مركز التسوق الذي يحمل الهوية العراقية.
- 2- تميزت العناصر التيبوغرافية للشعارات المصممة لمراكز التسوق بخصائص تمثلت بلغة واضحة وبسيطة وسهولة قراءتها من المتسوق.

### التوصيات:

- 1- العمل على تكوين مراكز التسوق على وفق حاجات ومتطلبات المجتمع الحياتية.
- 2- التأكيد على الهوية الوطنية التي يحملها تكوين مراكز التسوق والتي تستند الى مستوى الوعي والثقافة.

## References:

- 1- Ibrahim, Zakaria, *The Problem of Art*, Misr Library for Printing and Publishing, Cairo: 1987.
- 2- Ismail, Ezz El-Din, *Contemporary Arabic Poetry/its Issues and Artistic and Moral Phenomena*, Dar Al-Awda - House of Culture, Beirut: 1972.
- 3- Odnis, *Sufism and Surrealism*, Dar Al-Saqi for Printing and Publishing, 2nd edition, Beirut: 1995.
- 4- Earle, William James, *Introduction to Philosophy*, Trans.: Adel Mustafa, Supreme Council of Culture, No. 962, Cairo: 2005.
- 5- Barthes, Roland, *Principles of Evidence Science*, translated by Muhammad al-Bakri, Dar al-Hiwar, Lattakia: 1990.
- 6- Bell, Clive, Beirut: 2011, *Art*, Trans.: Adel Mustafa, Dar Al Nahda Al Arabiya.
- 7- Bankrad, Saeed, *Semiotics (Its Concepts and Applications)*, 3rd edition, Dar Al-Hiwar for Publishing and Distribution, Syria, 2012.
- 8- Hakim, Radi, Suzanne Langer's *Philosophy of Art*, Arab Horizons, Baghdad: 1986
- 9- .Daskal, Marcelo, *Contemporary Semiological Trends*, published by: Hamid Al-Hamdani, Muhammad Al-Omari, Casablanca, Morocco: 1987.
- 10- Al-Sultan, Muhammad Fouad, *Historical, Religious, and Mythological Symbols in the Poetry of Mahmoud Darwish*, Al-Aqsa University Journal, Humanities Series, Volume 14, Issue 1, 2010.
- 11- Shamout, Ezz El-Din, *The Relationship between the Visible and the Invisible in the Visual Text*, Arab Diffusion Foundation, Tunisia: 2011.
- 12- Ati, Hassan Karim, *The Symbol in Literary Discourse*, 1st edition, Dar Al-Mutaleq for Publishing and Printing, 2015.
- 13- Al-Ammari, Muhammad, *Image and Language (A Semiotic Approach)*, research in the Journal of Thought and Criticism - Issue 33, Tenth Year - Algeria, 2013.
- 14- McCurry, John, *Existentialism*, see: Imam Abdel Fattah Imam, The World of Knowledge, No. 58, Kuwait: 1982.
- 15- Mustafa, Adel, *The Significance of Form: A Study in Formal Aesthetics and Reading in the Book of Art*, Hindawi Printing and Publishing House, Britain: 2017.
- 16- Matar, Amira Helmy, *Introduction to Aesthetics*, Dar Al Nahda Al Arabiya, Cairo: 1976.
- 17- Eliot, Alexander, *Horizons of Art*, Trans.: Jabra Ibrahim Jabra, 3rd edition, Dar Al-Katib Al-Arabi, Beirut: 1994.
- 18- Harold . Van Porn ,*industrial design and practical guide to product symbols and development* , Mc- Grew . , Hill book company . inc Second edition , New York, 2000, p.40.