

البعد الوظيفي لتصميم الشعارات ثنائية اللغة

فؤاد احمد شلال¹

حاتم كاطع لكن حسن²

مجلة الأكاديمي-العدد 96-السنة 2020 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029

تاريخ استلام البحث 2020/3/3 ، تاريخ قبول النشر 2020/5/17 ، تاريخ النشر 2020/6/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث:

أصبحت الشعارات ثنائية اللغة أمراً حتمياً اليوم في منطقتنا العربية. فمنذ بدء التاريخ تلوّنت مناطق العالم بطيفٍ واسع من اللغات المحلية والعالمية والتي تنافست أحياناً أو تفكّكت أو تكيفت مع اللغات الجديدة التي حلت مكانها. وتُظهر الحقبة المعاصرة أيضاً واجهة لغوية جديدة متأثرة بما مرت به المنطقة في مرحلة ما بعد الاستعمار، والعمولة، ومتطلبات التعلم الجديدة، والتبادل الثقافي المتنامي في عالم اليوم ، لذا أصبحت التصميم ثنائية اللغة واقعا محتوما نتيجة لتلك الظروف التي اصابت العالم ، وما تفرزه من نتائج وابعاد قد تصب في مصلحة الامم التواقفة الى اللحاق بالشعوب التي تزعم الشعوب بما تطرحه من انجازات تمثل وجه نظرها لواقع قد يفضي الى اطراح ممكن تكون عوناً في ايجاد حلول للكثير من المشاكل التي تواجه المتلقي الباحث عن اشارات بصرية للسير وفق اطراح تصميمية، لذا انتظم البحث في فصول عدة، جاء الفصل الأول بتحديد مشكلة البحث التي تجلت بالتساؤل الآتي :

(ما دور التصميم ثنائية في تعزيز الخطاب الاتصالي في تصميم الشعار؟)

فيما حُدد هدف البحث في:(كشف الابعاد الوظيفي لتصاميم الشعارات ثنائية اللغة وما تحققه). واهتم الإطار النظري بثلاثة مباحث، تطرق المبحث الأول إلى: (مفهوم الوظيفة في التصميم)، فيما اهتم المبحث الثاني ب:(تصميم الشعارات ثنائية اللغة)، وتطرق المبحث الثالث إلى: (أنواع الشعارات ثنائية اللغة). ثم جرى وصف ثلاث نماذج بحثية وتحليلهما، مرتكزا إلى فقرات التحليل المستنبطة من الإطار النظري، وما تمخض عنه من مؤشرات. بعد ذلك عرض الباحث النتائج والاستنتاجات التي توصل إليها الباحث، ومن النتائج :

- اشتركت الشعارات الثنائي اللغة في محتواها الشكلي الايقوني لشعار المملكة السعودية ، (السيوفين المتقاطعين تعلوهما نخلة) ، كما في جميع العينات وبنسبة 100 % ، الذي اسهم بدوره في ترسيخ هوية الشعار والثبات في اذهان الجمهور المتلقي. ونظّم الباحث التوصيات التي استشفها في ضوء نتائج بحثه، ومنها:

¹كلية الفنون الجميلة/جامعة بغداد، foadahmed2003@yahoo.com

²وزارة التربية/مديرية تربية الرصافة الثالثة، ali128638@gmail.com

- ضرورة اهتمام المؤسسات والشركات العراقية بتصميم شعارات ثنائية اللغة والشعار بشكل خاص يواكب التطور العلمي في مجال التصميم، عن طريق الاستعانة بمصممين أكاديميين ومتخصصين.
ثم ألحق البحث بقائمة المصادر ذات العلاقة بالبحث .. وملخص البحث باللغة الانكليزية.

● الكلمات المفتاحية:

الشعارات ، تصاميم ، ثنائية ، اللغة .

● المقدمة:

أصبحت شعارات ثنائية اللغة أمرًا حتميًا اليوم في العالم ومنطقتنا العربية على حد سواء. فمنذ القدم تلوّنت مناطق العالم بطيفٍ واسع من اللغات المحلية والعالمية والتي تنافست مرة أو تفكّكت أو تكيفت مع اللغات الجديدة التي حلّت مكانها مرة أخرى. وتُظهر الحقبة المعاصرة أيضًا واجهة لغوية جديدة متأثرة بما مرت به المنطقة في مرحلة ما بعد تأثير العولمة الاستعمار، ومتطلبات التعلم الجديدة، وتنامي التبادل الثقافي في عالم اليوم ، لذا أصبحت الشعارات الثنائية اللغة واقعا محتوما نتيجة لتلك الظروف التي أصابت العالم ، وما أفرزته من ابعاد ونتائج قد تصب في مصلحة الامم التواقة الى اللحاق بالامم التي تتزعم الشعوب بما تطرحه من انجازات تمثل وجه نظرها لواقع قد يفضي الى اطراح ممكن تكون عوناً في إيجاد حلول للكثير من المشاكل التي تواجه الجمهور المتلقي الباحث عن إشارات بصرية للسير وفق أطراح تصميمية إبداعية.، لذلك تركزت مشكلة البحث في التساؤل الآتي :

ما البعد الوظيفي في تصاميم الشعارات ثنائية اللغة؟

وتكمن أهمية البحث الحالي في الآتي:

- 1- يمكن الإسهام في تعزيز الرؤى التصميمية للمصممين، وتطوير قدراتهم المهارية في التصميم الكرافيكي عموما والتصاميم ثنائية اللغة بشكل خاص .
 - 2- ويمكن أن يرفد المكتبة العلمية بدراسة تنفع المهتمين والباحثين والدارسين في مجال التصميم .
- هدف البحث : يكمن هدف البحث الحالي في : (كشف تصاميم الشعارات ثنائية اللغة وما تحققه) وحدوده في:

الحدود موضوعية : دراسة البعد الوظيفي في تصميم الشعارات ثنائية اللغة .

الحدود الزمنية : سنة 2019- 2020 م وهما سنتا كتابة البحث .

والحدود المكانية : شعارات الوزارات للمملكة العربية السعودية التي تحوي الشعارات الثنائية اللغة في تصاميمها ، على وفق المبررات الآتية:

1. يعود إرث وتاريخ المملكة السعودية في الشرق الأوسط إلى أكثر من 80 عامًا كدولة حديثة وجزء من الدول المؤسسة الى الامم المتحدة ، لذا تُعد الدولة الأكثر أهمية في المنطقة .
2. تتفق الشعارات ثنائية اللغة للوزارات المملكة العربية السعودية مع هدف البحث؛ إذ تحوي تصاميم شعاراتها تصاميم ثنائية اللغة .

تحديد المصطلحات :

• البعد (Dimension)

لغة : بُعد يبعُد بعداً وبعدهً وبعد أو الشيء صار بعيداً أو بعد ، أي اتساع المدى أو المسافة .

(Masoud Jibran, a student pioneer, 2001, p. 118)

اصطلاحاً :

- هو ادراك لما يظهر في ادراكنا ، للحقل المرئي ، من تفاوت وتغير وتقارب بالمسافات بين الأشكال .

(Dr. Robert Gillam, Foundations of Design, translated by Mohamed Mahmoud, Dar Al-Nahda, Cairo, 1980, p. 121)

اجرائياً: تحديد الجوانب اللازمة لغرض معين .

(Scott Robert Gillam Foundations of Design translation: Muhammad Mahmoud Youssef, Dar Al-Nahda, Dar Al-Nahda, Cairo 1968, p. 7)

الوظيفي (Function)

لغة :الوظيفة من كل شيء ما يقدر له من كل يوم من رزق أو طعام أو علف أو شراب ، وجمعها الوظائف والوظف ووظف الشيء على نفسه ووظفه توظيفاً ألزماً اياه. (Ibn Manzur, Tongue of the Arabs, 1956, p. 32)

اصطلاحاً: العمل الذي وجد لشيء أو شخص يناسب تماماً استخدام غرض معين . (Webster's new Dictionary of synonyms . U.S.A. .SPRINGFIELD .MASSACHUSETTS.1984.P366)

اجرائياً :الغرض الرئيس من تصميم الشعار والقدرة الاتصالية البصرية لمتلقين من بيئات لغوية متباينة ..
التصميم (Design) :

الشعار

لغة: الشعار (Logo) : لغة:يقول الرازي ((شعار القوم في الحرب علامتهم ليعرف بعضهم بعضاً .(المماكري ، ، 1991. ص699)

اصطلاحاً: رمز أو تصميم بسيط يمثل منظمة ليعرف منتجاتها أو خدماتها. (LogoHilda Design Source, http://www.logodesignsource.com/types.html 2016\12\23, 2005)

اجرائياً: تصميم أو صورة أو عنصر مرئي على وفق تصميم ثنائي اللغة صوري أو شكلي يستعمل للدلالة على سلعة معينة أو لتوضيح فكرة.

ثنائية اللغة :

لغة : شخص نشأ وهو يتحدث لغتين، وقادر على التبديل دون جهد بين اللغتين .

(publication: Oxford Collector Press, author: John Siambison, Edmund Wiener and James Maury, Evil Way: 1989. P 75 .)

اصطلاحاً: توظيف لغتين في تصميم ، كالعربية والانكليزية مثالا .

اجرائيا : التصميم الذي يمكنه محتواه اللغوي الثنائي التواصل مع الجمهور المتلقي .
المبحث الأول

أولاً : مفهوم الوظيفة في التصميم

1-1-2 مفهوم الوظيفة : (Conception of function)

أن عناصر التصميم من صور ورسوم وعناصر تيبوغرافية تُرتب بطريقة تسمح للبعد الوظيفي أو (الهدف) أن يتحقق. لذا فالمعطيات التصميمية تُحقق المدركات الوظيفية عن طريق مردودها النفسي الى المستفيد كون الوظيفة تُعنى بتحقيق الأهداف التي تصنع من اجلها ، وان يكون لها من الأشكال ما ياتي تبعاً لهذه الأغراض أو الوظائف¹(عرفان ، سامي ، نظرية الوظيفة في العمارة ، دار المعارف ، جمهورية مصر العربية ، 1966 ، ص39). فالتوصيف الوظيفي للعملية التصميمية هي مجموعة من الممارسات العملية التي تسترشد بمبادئ وأسس التصميم للوصول الى تحقيق حاجة المتلقي. لذا فالوظيفة لا تسبق الحاجة بل أن الحاجة هي التي تدفعها الى الظهور.

أن البعد الوظيفي يتحقق بشكل تدريجي بالآلية التسلسلية الاتية : (castigliano ,Christine,What's the Purpose of design?, 3 AM, 3/10/2017)

1- تبدأ من لحظة سعي البيانات المرئية الى المتلقي تباعا ابتداء بالرسومات والصور .

2- وبعد ذلك العناوين الكتابية(التيبوغرافية) .

3- فال فقرات النصية (Body Text).

4- ثم يأتي دور المتلقي من الجمهور المستهدف الذي يبدأ بالتحليل إلى أن يصل أخيرا الى الإدراك.

ويجب أن تراعى أهداف العملية الوظيفية حين يتم تقديمها ، اذ ان تحقيقها متوقف على الأتي :

1- تحقيق الأهداف الأساسية للاتصال .

2- توقع الاحتياجات الحقيقية للجمهور .

3- انجاز وتطوير المحتوى المناسب للمنتج كالعناصر التيبوغرافية والصور والخطوط وغيرها التي

من شأنها دعم الهدف الأساسي للمنتج أي (اكتشاف الحلول الإبداعية) .

أذن البعد الوظيفي يحقق أولوية في المنجز التصميمي ويتوقف نجاحه في تحقيق هدفه على ترتيب

العناصر التصميمية وما تحققه ، وهي الخطوة الأهم للمصمم . فالشعارات الثنائية اللغة مثلا ،

صممت أصلا لصنفين من المتلقي ، يرجعا لثقافتين ولغتين متباينة ، فالزج بعناصر تيبوغرافية

مختلفة اللغة ، تسهم تحقق البعد الوظيفي

المبحث الثاني

تصميم الشعارات ثنائية اللغة :

ان الشعار الثنائي اللغة تتميز عن الشعارات الأخرى بشكل عام بالمحتوى اللغوي التعددي ، فالشعار ثنائي اللغة ، إضافة إلى المحتوى المعهود لباقي العناصر ، ينفرد بتعدد لغوي في عناصره التيبوغرافية كما في الشكل رقم (1) .



شكل رقم 1

ويسعى المصممون الذين يعملون في مجال تصميم الشعارات إلى التنبؤ بتوقعات الجمهور والتوافق معهم ، ومحاولة تحقيق ما يرغبوه بأن يكون الشعار أو الخدمة المعينة من الصفات والكفاءة ما يؤهلها ان تكون خاصة أو مميزة بنوعها وبالتالي يكون الشعار الثنائي اللغة واحد من العناصر الأكثر قيمة في موضوع التصميم ، إذ انها

توضح ما يمكن للشركة أو المؤسسة ، من فعل تصميمي بالغ

الأهمية فهو يعتمد بالدرجة الأساس على إمكانية المصمم وقوة الفكرة وتميزها، ويجب ان يمثل بنية الشعار معطيات ومعاني فكرية تستلهم من العناصر وإشكالها ، فضلا عن العناصر التيبوغرافية المتعددة اللغة التي تمثل الجهة المستفيدة منها وتتصف بنية نظام الشعارات بموصفات تجعلها سهلة التذكر والتعلق بالذاكرة وعلى الرغم من صغر حجم فضائها ولكن قوتها تتحدد بالفكرة وأسلوب تنفيذها للفنان (المصمم) الذي يعتمد على خبراته وقدرته وإبداعه، في كيفية التواصل مع الجمهور المتلقي المتعدد اللغة .

وعلى الرغم من الخصوصية التي تمتلكها الشعارات ثنائي اللغة الا انه لا يشذ عن باقي الشعارات الأخرى وهي امتلاكه صفات تثير انتباه المتلقي ، وتشد انتباهه ، مما تعزز القيمة الوظيفية والجمالية له ، وتتصف بنية نظام الشعارات ثنائي اللغة بموصفات تجعلها سهلة التذكر و الثبات بالذاكرة ومن هذه الموصفات هي :

(Bahia Dawood, Abdel-Reda, The Role of Cognitive Treatments in Reducing the Brand's Design)

(Structure, Academy Journal, College of Fine Arts. University of Baghdad, 2001, p. 6

1- ملائمة : إذ يتمتع الشعار الثنائي اللغة بملائمة وانسجام المحتوى التيبوغرافي للتكوين الذي يحوي عناصر تيبوغرافية متعدد اللغات (كالعربية والانكليزية مثلا) .

2- الإبداع : ان يكون الشعار الثنائي اللغة من النوع الإبداعي والواضح المقروء خاصة للعناصر التيبوغرافية وكذلك واضح التفرد و التميز .

3- البساطة : ان يتميز الشعار الثنائي اللغة بالبساطة ، مراعيًا بالخصوص البنية الشكلية لعناصره التيبوغرافية ، لتسهيل زمن التلقي اللحظي .

4- المعاصرة: ان يعكس تصميم الشعار الثنائي اللغة شعورا معاصرا جذابا من حيث الاختيار الدقيق لعناصره التايبوغرافية المنسجمة ذات اللغتين ، ويستجيب للمبادئ الفنية المؤثرة اجتماعيا .

5- الجاذبية: أن يكون جذابا و سهل الاستعمال قدر الإمكان دون ان يفقد جاذبيته .

6- التذكر: إن ترسخ صورة الشعار ثنائي اللغة بقوة الانطباع الدائم في الذهن.

7- النفعية: لها القدرة على الاستعمال المرن و الحيوي والفعال والاستجابة لحاجة الجمهور المتلقي الى لغة مغايرة وغير محلية للتواصل .

8- المحلية: أي تتم معالجة البنية الشكلية للشعار الثنائي بما يُظهر مؤشرات محلية دون ان ينقطع كليا عن التوجهات العالمية ، كالاستعمال الرمز الصورية ذات المضمون والقيم التاريخية كما الشكل رقم (2) .



كذلك نلاحظ أن ايضا أن تصميم الشعارات ثنائية اللغة والشعارات الأخرى ، يجب أن تتصف بالاختزال و الانسجام في محتواها اللوني ، ومن المعروف ان من اكثر الشعارات العالمية شهرة تستخدم لونين أو

ثلاثة ، اذ أن أكثر من ثلاث الالوان في الشعار قد يتسبب في تشتيت ردة الفعل شكل رقم 2

المتلقي ، فعالبا ما يستخدم المصممون لونين مع القيمة السوداء مما يضيفي على الشعار صفة البساطة .كما في الشكل رقم (4) . فالقدرة التواصلية للشعار ثنائي اللغة تكون اكثر فعالية بالاعتماد على بساطة الشكل فضلا عن القدرة الوضوحية العالية للعناصر التايبوغرافية ، فأرهاق ذهن المتلقي في تفكير بالشكل المعقد المتشعب للعناصر الصورية قد يؤثر على سرعة ادراك وتلقي العناصر التايبوغرافية وبالتالي عدم الاتصال .

المبحث الثالث

انواع الشعارات الثنائية اللغة :

يُعد المحتوى التكويني للعناصر التصميمية المكونة للشعارات ثنائية اللغة كالصور تجريدية او الايقونية أو العناصر التايبوغرافية سببا رئيسا لإظهار الشكل الخارجي للشعار وبالتالي السبب الذي يلعب دورا في تحديد نوع الشعار ، ، لذا فقد انبرت الكاتبة والمصممة:كيلي مور (Kelly Morr) في مقالاتها (Type 7 of Logos) الى تحديد أنواع الشعارات الى سبعة انواع رئيسة:(Kelly Morr, the 7 deferent type of logo for small to medium businesses , 25-Mar - 2016-p128) ، أن الشعارات ثنائية اللغة لها خصوصيتها وهو (المحتوى التايبوغرافي المتعدد اللغات) ،لذا أنبرى الباحث إلى إخراج الشعارات التي لا تتفق مع هذا الشرط من تلك الأنواع التي لا تتفق معها (وهو شرط المحتوى التايبوغرافي الثنائي اللغة ، فيمكن ان تصنف بتلك التصنيفات الثلاث بدل السبعة بعد إخراج الأنواع التي لا تلي الشرط ،

التسلسل	الاسم	الاسم	المستوى	نماذج من ثنائية اللغة
1	Word Mark	(الشعارات الكتابية)	تكوين تايوغرافي متعدد اللغة اللغة	ارامكس aramex
2	The Combination Mark	الشعارات المركبة	تكوين جمعي (صورة تجمع بين الصور+عناصر تايوغرافية ثنائية اللغة)	
3	The Emblem	شعارات التنوع	تكوين جمعي لصور+ عناصر تايوغرافية ثنائية اللغة داخل مظهر تقليدي داخل شكل هندسي	

ثنائية اللغة في التواصل البصري:

لطالما كانت اللغة هي الطريقة الوحيدة للتفاهم والتحاور ونقل المعلومات، لذا يمكن القول أن ثنائية اللغة هي الوسيلة الأفضل لإيصال الرسالة المنطوقة أو المكتوبة لمجتمع متعدد اللغات، فالشركات و المؤسسات والأفراد يلجئون إلى التواصل مع المجتمع المتعدد اللغات بالاستعانة باللغات الثنائية (غالبا ما تكون المحلية والعالمية) ، لإبقاء التواصل معهم ، لذا لجأت الشركات او المؤسسات الى التواصل مع جمهورها بتصاميم ثنائية اللغة التي تمتاز بـ " علاقة منسجمة بين العناصر التايوغرافيا بخطوط ثنائية اللغة ، ترجم سمة الرسالة وقيمتها أو سياقها بأفضل طريقة ممكنة " (Mikhael, Dayan, bilingual restores Arabic to its importance in design, 3/2/2018, Al-Rai newspaper, No. 1243) يمكن تأكيد

الجانب الوظيفي للمنجز التصميم الثنائي اللغة عبر النقاط التالية :

1- انسجام للتايوغرافيا (أنسجام لوني وشكلي)

3- توازن شكلي للتايوغرافيا .

4- محتوى تايوغرافي ثنائي اللغة .

نلاحظ ان المبادئ الجمالية كالانسجام اللوني والشكلي فضلا عن التوازن يلعب دور ومطلب وظيفي " اذ ان المدارس الحديثة تؤكد على ضرورة ادخال البعد الجمالي والاهتمام به ، بأعتبره متطلب وظيفي " (شلال ، فؤاد ، الأحد ، 2020/2/23 في ق. ظ. بغداد)

مؤشرات الإطار النظري

1- التوصيف الوظيفي للعملية التصميمية هي مجموعة من الممارسات العملية التي تسترشد بمبادئ وأسس التصميم للوصول الى تحقيق حاجة المتلقي .


2- الشعار الثنائي اللغة تتميز عن الشعارات الأخرى بشكل عام بالمحتوى الثنائي اللغة للتايوغرافيا .

4- تتصف بنية نظام الشعارات ثنائي اللغة بموصفات هي: 1- الملائمة 2- الابداع 3 – البساطة 4 -

المعاصرة 5- الجاذبية 6 – التذكر 7 – النفعية 8- المحلية .

- 5- التصاميم الشعارات ثنائية اللغة يجب أن تتصف بالاختزال في محتواها اللوني فضلا عن انسجام شكلي ولوني للعناصر التيبوغرافية .
- 6- يمكن ان تقسم الشعارات ثنائية اللغة الى أنواع ثلاث هي: 1:الشعارات الكتابية (Word Mark)-
2- الشعارات المركبة (The Combination Mark) 3- شعارات التتويج (The Emblem)
- 7- ان التصاميم ثنائية اللغة هي الوسيلة الأفضل لإيصال المكتوبة لمجتمع متباين مع اللغة المحلية للمجتمع .
- 8- المبادئ جمالية كالانسجام اللوني للتايوغرافية و الانسجام الشكلي لبنيتها التيبوغرافية الشكلية. و التوازن شكلي للتايوغرافية 4- الوضوحية والمقروئية للتايوغرافيا 5- المحتوى الثنائي اللغة. هي متطلبات وظيفية للشعارات الثنائية اللغة .
- إجراءات البحث
- منهجية البحث: أُعتمد المنهج الوصفي لأغراض تحليل المحتوى للوصول إلى أهداف البحث؛ فهو من أنسب المناهج البحثية التي تلائم موضوع البحث بما يتيح من إمكانية إجراء التحليل والاستدلال على البعد الوظيفي في تصميم الشعارات.
- مجتمع البحث: أما مجتمع البحث فتضمن شعارات الوزارة المملكة السعودية ، وبلغت (18) وزارة ، و بعد استبعاد منها التصاميم المتشابه والمكرر والذي لا يتفق مع البحث بلغت عدد الشعارات (10) شعارات وجدها الباحث مستوفية ومتفقة مع هدف البحث .

جدول بالوزارات السعودية (مجتمع البحث)

ت	اسم الوزارة	تأسيس سنة	نوع الشعار	نوع الشعار	صورة الشعار
1.	الإعلام	1921	1980	ثنائي اللغة	
2.	الاسكان	1946	2009	دوري البيسبول الثانوي (Minor League Baseball)	
3.	النقل	1955	1996	ثنائي اللغة	

 وزارة البيئة والمياه والزراعة Ministry of Environment Water & Agriculture المملكة العربية السعودية Kingdom of Saudi Arabia	ثنائية اللغة	1996	1996	البيئة والمياه الزراعية	.4
 وزارة المالية MINISTRY OF FINANCE	ثنائية اللغة	2004	1940	المالية	.5
 وزارة الصحة Ministry of Health	ثنائية اللغة	2006	1977	الصحة	.6
 وزارة الشؤون البلدية والقرى of Municipal & Rural Affairs	ثنائية اللغة	2001	1995	شؤون البلدية والقرية	.7
 وزارة الصناعة والثروة المعدنية Ministry of Industry and Mineral Resources	ثنائية اللغة	2007	1962	الصناعة والثروة المعدنية	.8
 وزارة الدفاع MINISTRY OF DEFENSE	ثنائية اللغة	1976	1885	الدفاع	.9
 وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات MINISTRY OF COMMUNICATIONS AND INFORMATION TECHNOLOGY	ثنائية اللغة	2005	1968	الاتصالات وتقنية المعلومات	1.10

عينة البحث: وبعد الاختيار اتبع الاختيار القصدي غير الاحتمالي من مجتمع البحث بواقع (3) نماذج 30% ، من مجتمع البحث، اعتمدت طبقاً لموضوع الدراسة وطبيعة مشكلته، وارتباطها مع فكرة ثنائية اللغة في الشعار.

أدوات البحث: للوصول إلى أهداف البحث صممت استمارة تحديد محاور التحليل، عرضت على الخبراء (أ. م. د. معتز و أ. م. د. فؤاد أحمد شلال) تضمنت محاور تناولها الإطار النظري، إذ أستند الباحث في تصميمها الى ما تمخض عنه الإطار النظري من مؤشرات تمثل خلاصة لأدبيات التخصص اشتملت محاور عدة ذات تفصيلات تفي بمتطلبات البحث وتسهم في تحقيق أهدافه.


البعد الوظيفي لتصميم الشعارات ثنائية اللغة.....فؤاد احمد شلال -حاتم كاطع لكن حسن

مجلة الأكاديمي-العدد 96-السنة 2020 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029

صدق الأداة: جرى التأكد من صدق أداة التحليل بعد عرضها على عدد من الخبراء والمتخصصين بمناهج البحث العلمي قبل تطبيقها، أجمعوا على صلاحية مفرداتها بعد إجراء التعديلات وبذلك اكتسبت صدقها الظاهري من الناحية البحثية.

الوسائل الإحصائية: احتسبت النسبة المئوية لعدد التكرارات المتحققة في نماذج العينة للوصول إلى النتائج الكمية للبحث.

تحليل النماذج، (نموذج رقم (1) وزارة النقل)

اسم الوزارة	سنة التأسيس	سنة العمل بالشعار الحالي	صورة الشعار
وزارة النقل	1954	2005	


الشعارات الثنائية اللغة وصفاتها الشكلية: جاء هذا الشعار من النوع المركب، الواضح وسهل الإدراك بسبب العنصر الصوري الايقوني السهل الادراك والتلقي الذي يمثل شعار المملكة العربية السعودية (سيفين عربيين منحنيين تعلوهما نخلة) والعنصرين التيبوغرافيين المتجاورين السهلي المقروئية، أي انطلق من الاجواء المحلية بطريقة ابداعية لأختياره الشكل المحلي (النخلة والسيفين). والمصمم اتقن معالجة الصورة الرقمية الايقونية بطريقة مختزلة بسيطة جذابة منسجمة الالوان.

المتطلبات الوظيفية للشعار

سمات الشعارات الثنائية اللغة: الشعار الحالي يحوي عناصر تيبوغرافية متجاورة ذات بنية شكلية منسجمة بسبب التشابه التام لكليهما، فرغم التباين في الحجم لكلا العنصرين (العربي والانكليزي) الا انهما منسجمين شكليا، لبنية الشكلية المتشابهة، أن التكوين الشكلي للشعار، يحمل صفة عامة هي اللوني اذا لم يكن مع بعضه (أي العناصر التيبوغرافية) فهو بشكل عام للشعار، والتوازن كمبدأ تصميمي يبدو واضح لان التكوين الشكلي للشعار بعناصره التيبوغرافية والصورية الايقونية تحمل صفة التناظر الأفقي المتوازن للتكوين الشكلي. من الجهتين الأفقيتين، فالتوازن هنا لا تقتصر على العناصر التيبوغرافية، بل تتعداها لجميع التكوين الشكلي للشعار، مما يضيف على الشعار صفة الجذب الجمالي، المبادئ الجمالية كالانسجام والتوازن اللوني والشكلي بين عناصره حاضرة في هذا الشعار. فضلا عن كل ما مضى فأنا العناصر التيبوغرافية ظهرت بنوع خطي واضح المقروئية لكلا اللغتين (العربية والانكليزية). اذن اسهم التنظيم المتجاور والاختيار الانواع الخطية البسيطة الاشكال والشائعة والحديثة في بروز صفة المقروئية كلا اللغتين المكتوبة هنا الثنائية (العربية والانكليزية).

نموذج (2) وزارة الإعلام


اسم الوزارة	سنة التأسيس	سنة العمل بالشعار الحالي	صورة الشعار

	1996	1955	وزارة الإعلام
---	------	------	------------------

الشعارات الثنائية اللغة وصفاتها الشكلية: الشعار الثنائي اللغة بمحتواه الصوري الايقوني (الشعار الملكي السعودي) وعناصره التايوغرافية الثنائية اللغة هو من النوع المركب فلا يمكن لأي شعار ثنائي اللغة الا ان يكون مركب او كتابي لأشترط وجود العناصر التايوغرافية الثنائية اللغة ضمت محتواه كونه ثنائي اللغة، والصفة العامة للشعارات الثنائية اللغة السعودية هي المحلية لمحتواها بـ 90% من الوزارات على الشعار الملكي (السيفين العربيين المنحنيين تعلوهما نخلة) بل اكثر من ذلك، اذ أن اللون السائد هو الاخضر او تدرجاته وهو لون الشعار الملكي أيضا. ولنفس السبب يظهر عليه صفة التذكر .

المتطلبات الوظيفية للشعار :

سمات الشعارات ثنائية اللغة: الشكل السائد لهذا الشعار الثنائي اللغة هي الشعار الملكي السعودي للنخلة الذي يعلاو السيفيين المتقاطعين، أما باقي العناصر فتأتي منسجمة شكليا ولونيا مع هذا الشعار السائد الذي ينطلق منه الجو العام الشكلي واللوني للشعار فضلا عن العناصر التايوغرافية التي لا تشذ عن هذه القاعدة أي الانسجام الشكلي واللوني كما هو واضح للشعار، وغير مبدأ الانسجام فأن مبدأ التوازن المتناظر الافقي يظهر أيضا على جهتي اليمين واليسار لهذا الشعار. ولجأ المصمم أيضا لأعطاء خصوصية للعناصر التايوغرافية اسهمت في سهولة مقرؤيتها، عن طريق تنظيمها بشكل متجاور غير متداخل، او متراكب ثم احتلالها تنظيميا موقع القاعدة السفلى للشعار. فضلا عن اختيار انواع خطية لهذه سهلة المقرؤية بلغتين (العربي المحلية والانكليزي العالمية) فاسهمت المواقع التنظيمية المهمة للتايوغرافيا والانواع الخطية السهلة القراءة والمبادئ الجمالية كالانسجام اللوني والتوازن في سهولة مقرؤيتها من لحظة (زمن التلقي اللحظي) فضلا عن بروز الجانب الجمالي للشعار، الذي اصبح مطلبا يدعم البعد الوظيفي و سهولة إيصال الرسالة التصميمية الى الجمهور المتباين لغويا عن المجتمع. ويبدو واضحا على حرص المصممين في وجود العناصر التايوغرافية الثنائية اللغة لشعار الوزارات للحرص على إيصال الرسالة التصميمية لشريحة متباين معهم لغويا في البلاد.

	سنة العمل بالشعار الحالي 1932	اسم الوزارة وزارة المالية
---	----------------------------------	------------------------------

الشعارات الثنائية اللغة وصفاتها الشكلية: جاء هذا الشعار الثنائي اللغة بالنوع التقليدي الا وهو (التتويج) الذي هو داخل بشكله التقليدي الهندسي، وهذا النوع من الشعارات الثنائية اللغة يعد تقليديا

كونه شائع ومتداول كثيرا، لذا يمكن ان يُنشأ إحساسا سلبي لدى الجمهور المتلقي، هو بعيد عن المعاصرة والحدثة فيعد مؤشرا عن التصاميم القديمة التقليدية .

المتطلبات الوظيفية للشعار :

سمات الشعارات ثنائية اللغة :

جاء هذا الشعار ثنائي اللغة بالتكوين الدائري محاطا بقطرين مما اثر على الجانب الوضوح للعناصر التيبوغرافية ، التي يقع على عاتقها ارسال الرسالة الثنائية للغة للجمهور المتلقي ، وغالبا ما تؤثر الإشكال الهندسية التي تجاور النوع الخطي او تحيط به ، لأن الجانب القرآني للعناصر التيبوغرافية تضعف او يتعذر رؤيتها بسبب التشويش الذي تسببه الإشكال المحيطة بالعناصر التيبوغرافية ، لذا فالعناصر التيبوغرافية تزداد وضوحا ومقرؤية كلما كان الفضاء الرقعي الابيض الذي يحيط بها ، لأنه ينشأ تباين لوني لتلك العناصر وبالنتيجة تسهم في سهولة مقرؤيته ووضوحه ، عكس ما هو موجود في هذا الشعار ، أن الانسجام اللوني الذي يتمثل بين الشعار من جهة وباقي العناصر للشعار من جهة أخرى ، والتكوين العام للشعار الثنائي للغة يبدو متوازنا بشكل تام تناظري لجهتيه اليمنى واليسرى بالكامل ، ، يمكن القول ان هذا النوع يلحق بالتصاميم التقليدية تخلو عناصره التيبوغرافية الثنائية اللغة من الوضوحية وبالتالي تتسبب بالضعف بالجانب الوظيفي ، علما ان الجانب الجمالي يبدو ضعيف في النوع بسبب النظرة التقليدية الذي يثيرها ، التي تتباين مع النظرة الحديثة المعاصرة التي تميل الى التوافق الى كل ما هو جديد ومبتكر ، وحتى الجانب الضعيف مقيد بالشكل الهندسي الذي يحيط بالعناصر التيبوغرافية ومن ثم يضعف وضوحيتها ومقرؤيتها .

نتائج البحث ومناقشتها:

- 1- حققت الشعار الثنائي اللغة صفة التناظر الافقي في توزيع مكوناتها انسجاما مع المبدأ الجمالي (التناظر) ، في العينات (1،2،3،4،5،6،8) وبنسبة (70%) ، اسهم ، بمنح الشعار الثاني اللغة بعدا جماليا محققا حاجة تدعو لها المدارس التصميم الحديثة كمطلب وظيفي للتصاميم المعاصرة .
- 2- ظهرت الشعارات الثنائية اللغة بتنظيم مكاني متجاور لعناصرها التيبوغرافية و محاطة بفضاء رقعي ابيض ، في جميع العينات وبنسبة 100% ، اسهمت هذه التنظيمات المكانية في جذب النظر لها من قبل جمهور المتلقي ، والتأكيد على مقرؤيتها مما اسهم في ترسيخ البعد القرآني الاتصالي مع الجمهور المتلقي.
- 3- اشتركت الشعارات الثنائي اللغة في محتواها الشكلي الايقوني لشعار المملكة السعودية ، (السيوفين المتقاطعين تلوهما نخلة) ، كما في جميع العينات وبنسبة 100 % ، الذي اسهم بدوره في ترسيخ هوية الشعار والثبات في اذهان الجمهور المتلقي .

المتطلبات الوظيفية للشعار :

سمات الشعارات ثنائية اللغة :

5- اسهم اختيار الانواع الخطية البسيطة للبنية الشكلية والحديثة للعناصر التيبوغرافية ، في بروز سمة المقرؤية لكلا اللغتين المكتوبة(العربية والانكليزية). لكل العينات وبنسبة 100 % . أن اختيار المصمم لأنواع الخطية البسيطة البنية الشكلية تسهم في سرعة تلقيها (التلقي اللحظي) و بروز المبدأ الجمالي (البساطة)

الذي يسهم في انجاذب المتلقي لأشكال رموزها الكتابية ذات القيمة الجمالية الحديثة . مما سبق جاءت المبادئ الجمالية والتنظيمية في ترسيخ الرسالة الاتصالية مع الجمهور المتلقي المتباين مع اللغة المحلية للبلد. 6- اشتركت الشعارات الثنائية اللغة في محتواها الصوري الايقوني وهو الشعار الملكي السعودي (السيوفين المتقاطعين يعلوهما النخلة) كما في جميع العينات وبنسبة 100%، اسهم هذا الشعار السائد في ترسيخ هوية الشعارات الثنائية اللغة للوزارات السعودية ، كما لعب دورا في تقوية الانطباع الدائم في ذهن المتلقين وبالتالي سرعة تلقيه وتحقيق الرسالة التواصلية له كمتطلب وظيفي .

7- حقق المصمم خصوصية تنظيمية مكانية للعناصر التيبوغرافية ، اسهمت في سهولة مقرئتها كما في جميع العينات وبنسبة 100% ، أن تنظيم العناصر التيبوغرافية بشكل متجاورة وبمعزل عن باقي العناصر ، وبأنماط غير المتداخلة أو المتراكبة او متماسة وبنوع خطي بسيط البنية الشكلية و سهل المقرئية يسهم في ترسيخ العملية التواصلية مع الجمهور المتلقي الثنائي اللغة .

8- استغل المصمم وجود العناصر التيبوغرافية الثنائية اللغة ضمن محتوى الشعار الثنائية اللغة للوزارات السعودية كما في جميع العينات وبنسبة 100% ، للحرص على ايصال الرسالة التصميمية لجميع الجمهور (المستهدف) المتباين مع اللغة المحلية المستضيف .

9- جاءت الشعارات الثنائية اللغة بشكل منظم وفق مبادئ جمالية ، هي: التناظر والتوازن والانسجام ، كما في العينات (2، 1، 3) وبنسبة 100% ، أن هذه المبادئ الجمالية تُنشأ جو من الجذب الجمالي للجمهور المستهدف ، مما يسهم في تقديم الشعارات الثنائية اللغة كمنتجات تصميمية معاصرة حديثة كمتطلب وظيفي ، يتوافق مع التوجه الحديث المعاصر ، فضلا عن رفع جودة المنتج . لترسيخ الرسالة التواصلية مع الجمهور .

الاستنتاجات :

بعد عرض النتائج ومناقشتها ، يؤشر الباحث الاستنتاجات التالية :

1- ان وظائفية الشعارات الثنائية اللغة والتي تضمنت صورة ايقونية (الشعار الملكي السعودي) يمكن ان تكون ذات تأثير ايجابي على آلية استقبال الرسالة الموجهة الى المتلقي الذي ترسخ في ذهنه العنصر الصوري الايقوني السريع الإدراك والتذكر في الذهن .

2- ما تحقق من الأبعاد الوظيفية للعناصر التيبوغرافية من التواصل في الوضوحية والمقرئية عبر الاختيار التنظيم المكاني الناجح لها والفضاء الرقمي الابيض الذي يحيطها ، يؤشر مدى تأثير تلك العناصر التيبوغرافية ، في التواصل والقدرة على تحقيق الأهداف التي يخطط اليها المصمم ، وأن يحصل على انشائية الحقل المرئي بتلك العناصر التيبوغرافية والتي تمثل محور ارتكاز ينبغي فرزه والاهتمام به .

3- بسبب توافر مبادئ تنظيمية جمالية متعددة كالانسجام ، والتناظر والتوازن ضمن محتوى الشعارات الثنائية اللغة ، لذا أصبحت الخيارات التنظيمية الجمالية للمحتوى متنوعة ، وبشكل أكثر تأثيرا على الوظائف الاتصالية والتداولية ، فضلا عن خصائصها في جذب الجمهور المتلقي .

4- ان الارتباط الناتج في ترسيخ البعد الاتصالي عبر سيادة الصورة الايقونية (للشعار الملكي) ، يستمد طاقته من خلال أنشاء لون وشكل سائد من وحي الصورة الايقونية والمعطيات التراثية المرتبطة بها والظهور بطريقة تجعل المنجز التصميمي ذات قيمة تذكيرية عالية على مستوى التلقي زمانيا ومكانيا .

5- ما تحقق من الإبعاد الوظيفية من القيمة اللونية السائدة من الإيحاء في تعبير عن النماء والبناء (القيمة الخضراء) ، يؤثر مدى تأثير تلك القيمة اللونية في التعبير والقدرة على تحقيق الاهداف التي يخطط اليها المصمم وأن يحصل على انشائية الحقل المرئي بتلك القيمة والتي تمثل محور ارتكاز ينبغي فرزه والاهتمام به .

6- ان الارتباط الناتج في ترسيخ البعد الاتصالي عبر سيادة العناوين الرئيسية والثانوية للعناصر التايوغرافية (الثنائية اللغة) ، ينسق لكل لغة عنوان منسجم لونها وشكلها ومتباين في الحجم مع العنوان الآخر للغة الأخرى، يستمد طاقته من خلال التنوع والاختلاف من تلك المعطيات والظهور بطريقة تجعل المنجز التصميمي ذات قيمة تذكيرية عالية على مستوى التلقي زمانيا ومكانيا .

التوصيات:

1- ضرورة اهتمام المؤسسات والشركات العراقية بتصميم شعارات ثنائية اللغة التي تواكب التطور العلمي في مجال التصميم .

2- الاستعانة بالمؤلفات والبحوث الاكاديمية للباحثين وللمتخصصين في مجال التصميم كمبادئ وقيم تصميمية استشارية ينطلق منها المصمم في أنجاز أعماله التصميمية للشعارات ثنائية اللغة .

3- التركيز على الأعمال التصميمية ثنائية اللغة لضمان التواصل مع المجتمع العالمي الذي يتواصل بلغات متباينة مع لغتنا العربية .

المقترحات : تواصل مع البحث الحالي ، يقترح الباحث الدراسة الآتية :

- البعد التعبيري في تصميم الشعارات ثنائية اللغة .

References:

- 1- Ibn Manzur, Lisan Al-Arab, Dar Sader and Dar Beirut for Printing and Publishing, Volume (4-5), 1956, p. 32
- 2- Bahia Dawood, Abdul-Ridha, The Role of Cognitive Treatments in Reducing the Brand's Design Structure, Academic Magazine, College of Fine Arts. University of Baghdad, 2001, p. 6
- 3- Scud, Robert Gillam, The Foundations of Design, translated by Mohamed Mahmoud, Dar Al-Nahda, Cairo, 1980, p. 121)
- 4- Abdul-Ridha Bahia Dawood, The Role of Cognitive Treatments in Reducing the Brand's Design Structure, Academic Magazine, College of Fine Arts. University of Baghdad, 2001, p. 6.
- 5- Irfan, Sami, The Theory of Job in Architecture, Dar Al-Maarif, Arab Republic of Egypt, 1966, p. 39
- 6- Irfan, Sami, Theory of Job in Architecture, Dar Al-Maarif, Arab Republic of Egypt, 1966, p. 39
- 7- Al-Makri, 1991. p. 699
- 8- Masoud Jubran, a pioneer for students, a modern linguistic dictionary for students, Dar Al-Alam for Millions, Arab Renaissance, 2001, p. 118 () (On Job Dimensions, p. 2)
- 9- Masoud Jubran, a pioneer of students, a modern linguistic dictionary for students, Dar Al-Alam for Millions, Arab Renaissance, 2001, p. 118.
- 10- LogoHilda Design Source, 2005, 23\12\2016
<http://www.logodesignsource.com/types.html>
- 11- (Castiglione ,Christine, What's the Purpose of design?, 3 AM, 3/10/2017
- 12- Kelly Morr , the 7 deferent type of logo for small to medium businesses , 25-Mar - 2016-p128

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts96/273-288>

The functional dimension of designing bilingual logos

Fouad Ahmed shalal¹

Hattem Katteh Loken²

Al-academy Journal Issue 96 - year 2020

Date of receipt: 3/3/2020.....Date of acceptance: 17/5/2020.....Date of publication: 15/6/2020



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

Bilingual slogans are an imperative today in our Arabic region. Since the beginning of history, the regions of the world have become colorful with a wide range of local and international languages, which have sometimes competed, broken up or adapted to the new languages that have replaced them. The contemporary era also shows a new linguistic interface influenced by what the region experienced in the post-colonial era, globalization, new learning requirements and the growing cultural exchange in today's world

"What is the role of the "replacement in shapes" on reinforcing the connecting speech in logo Therefore, bilingual designs have become an inevitable reality as a result of those conditions that afflicted the world, and the results and dimensions that they produce may benefit the nations eager to catch up with the peoples who lead the peoples with the achievements they present that represent their viewpoint of a reality that may lead to theses that may be of help in finding solutions for many Among the problems facing the recipient who is looking for visual cues to walk according to design propositions, so the research was organized in several chapters, the first chapter came to define the research problem that was manifested by the following question:

(What is the role of binary designs in enhancing communication discourse in logo design?)

With the aim of the research specified in: (Exposing the functional dimensions of bilingual logos designs and what they achieve). The theoretical framework focused on three topics, the first topic touched on: (the concept of the job in design), while the second topic focused on: (bilingual slogan design), and the third topic touched on: (types of bilingual slogans). Then three research models were described and analyzed, based on the analysis paragraphs drawn from the theoretical framework, and the resulting indicators. After that the researcher presented the results and the conclusions reached by the researcher, and from the results:

- The need for Iraqi institutions and companies to pay attention to designing bilingual slogans and the slogan in particular to keep pace with the scientific development in the field of design, through the use of academic and specialized designers.

Then the search was appended to the list of sources related to the search ... and the research summary is in English.

key words: bilingual , Logos , designs.

¹ College of Fine Arts / University of Baghdad, foadahmed2003@yahoo.com.

² The Ministry of Education / Directorate of Education, the third Rusafa, ali128638@gmail.com.