

# التنبؤ في أساليب تصميم الشعارات العالمية

حاتم كاطع لكن حسن العطواني<sup>1</sup>

مجلة الأكاديمي-العدد 103-السنة 2022 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229  
تاريخ استلام البحث 2021/10/29 , تاريخ قبول النشر 2022/1/31 , تاريخ النشر 2022/3/15



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

## ملخص البحث:

أصبح التنبؤ عملية شائعة وواقع ملموسا، فلم يقتصر على منطقتنا بل تعداه إلى العالم كله، فممنذ وجد الإنسان ظهرت أنساق متعددة من التكهينات التنبؤية البسيطة، فيما تجلت لاحقا نتائج تنبؤية مثمرة ، كالتنبؤ بالطقس أو التداول المالي للبورصة. أن التنبؤ بأساليب تصميم الشعارات العالمية واقعا محتوما، لذا نظم البحث بتحديد مشكلة البحث التي تجلت بالتساؤل:

(ما هو التنبؤ في أساليب تصميم الشعارات العالمية؟)

و هدف البحث:(كشف التنبؤ في أساليب تصميم الشعارات العالمية).واقصرا الإطار النظري على المباحث : (مفهوم التنبؤ في أساليب تصميم الشعارات العالمية )،(أساليب تصميم الشعارات العالمية)، (أنواع التنبؤ) ثم ألحقت بالمؤشرات و النتائج والاستنتاجات ومنها :

1- إن وظائفية الشعارات العالمية والتي عولجت بنيتها الشكلية رقميا تزداد في بعدها التعبيري وواقعها المعزز لتكون رسالة يمكن أن تكون ذات تأثير ايجابي على آلية استقبالها من قبل المتلقي.

أما المقترحات فهي:

- التأكيد على الدراسات والبحوث للشعارات العالمية، بوصفها مبادئ استشارية ينطلق منها المصمم في أنجاز شعاراته العالمية .

وختم البحث بقائمة المصادر والمخلص الانكليزية.

• الكلمات المفتاحية: التنبؤ، أساليب، الشعارات، العالمية  
• المقدمة:

• أصبح التنبؤ عملية شائعة وواقع ملموسا، فلم يقتصر على منطقتنا بل تعداه إلى العالم كله، فممنذ وجد الإنسان ظهرت أنساق متعددة من التكهينات التنبؤية، كالحدس الذي يعتمد على الخبرة. فيما تجلت نتائج منظمة من التنبؤ لاحقا ، كالتنبؤ بالطقس أو أساليب الشعارات العالمية. لذا أصبحت التنبؤ بأساليب الشعارات العالمية واقعا محتوما لاحقا ، ، لذا نظم البحث في بتحديد مشكلة البحث التي تجلت بالتساؤل:(ما هو التنبؤ في أساليب تصميم الشعارات العالمية؟)

<sup>1</sup> وزارة التربية، مديرية تربية بغداد [ali128638@gmail.com](mailto:ali128638@gmail.com) .

وتكمن أهمية البحث الحالي في الآتي:

- 1- يمكن أن يسهم برفع وتطوير القدرة التنبؤية للمشتغلين في مجال الشعارات العالمية.
  - 2- إمكانية رفد المكتبة العلمية التصميمية بدراسة تنفع المهتمين والدارسين في مجال تصميم الشعارات العالمية. والتنبؤ بأساليب تصميم الشعارات العالمية بشكل خاص.
- هدف البحث : يكمن هدف البحث الحالي في: (كشف التنبؤ في أساليب تصميم الشعارات العالمية )  
وتتمثل حدود البحث في:

الحدود موضوعية: دراسة التنبؤ في أساليب تصميم الشعارات العالمية.

الحدود الزمنية : سنة 2021-2022 م، وهما سنتا كتابة البحث.

والحدود المكانية: الشعارات العالمية للولايات المتحدة الأمريكية.

على وفق المبررات الآتية:

1. يعود إرث وتاريخ الولايات المتحدة في مجال الشعارات الى 80 عامًا كدولة حديثة، وجزء من الدول المؤسسة للشعارات، لذا تُعد الدولة الأكثر أهمية في العالم في هذا المجال.
2. تعد الشعارات العالمية التي تناولها الباحث من أكثر الشعارات تداولاً وشهرة على مستوى العالم، فضلاً عن إمكاناتها الفنية والتصميمية العالية .
3. تتفق الشعارات العالمية للولايات المتحدة الأمريكية مع هدف البحث.

تحديد المصطلحات :

#### 1- التنبؤ (forecasting)

لغة : التكهّن بالأساليب العالمية مع تجاهل القيم الأخرى المؤثرة ، خارج الموضوع  
(altanmia, 2003).

اصطلاحاً:التنبؤ : إعادة تصور لقادم ما.(Hoskins, 2021, p. 79)

إجرائياً: توقع لأسلوب تصميم شعار عالمي على وفق الأساليب العالمية و الأسس التنبؤية.

#### 2 – أسلوب (style)

لغة: س ل ب \* \* سلب \* الشيء من باب نصر و \* الاستلاب \* الاختلاس و \* السلب \* بفتح اللام

المسلوب وكذا \* السليب \* و \* الأسلوب \* الفن.(al-Razi, 2010, p. 190)

اصطلاحاً :

الأسلوب: الطريقة التي يتم بها تصميم شعارات عالمية ، إذ لم تعد "القواعد" المعاصرة سارية، فما كان صحيحاً سابقاً لم يعد له السلطة. نفسها؛ فقد تغيرت الأنماط والتنبؤ بالأساليب في تصميم الشعارات

العالمية. بقدر السرعة التي تنمو بها التكنولوجيا.(Team 9. , 2021, p. 90)

إجرائياً : طريقة تنظم بها عناصر الشعارات العالمية ، مكنتها من التداول عالمياً .

## المبحث الأول

### أولاً: مفهوم التنبؤ (The Concept of Forecasting):

على خلاف ما يعتقد الكثيرون فإن التنبؤ لا يقتصر على أعمال ذات خصوصية ، بل أصبح عملية شائعة في مجالات كثيرة كالتنبؤ بالطقس، وتداول العملات ، فضلا عن أن عامة الناس إثناء مزاوله حياتهم يميلون الى التنبؤ بالإحداث اليومية عند تحليلهم مشكلاتها ، إذ يمثل التنبؤ نسقا شائعا في تحليل الأحداث اعتمادا على تفسير الأحداث ماضية ، وغالبا ما يُزاول التنبؤ داخل المؤسسات يدورها أصحاب القرار في تلك المؤسسات المختلفة، بوصفه نوعا من تطوير الافتراضات العالمية، إذ يمثل تقدير نشاط لقدام مع الأخذ بالاعتبار كل العوامل التي تؤثر في ذلك النشاط التنبؤي. فالعملية التصميمية كي تحقق التكامل في جميع خطواتها تلجأ الى (التنبؤ) لتحقيق التلقي (الإدراك) الكامل من لدن الجمهور المستهدف ، والأكثر من ذلك فإن التنبؤ يعد داعما مهما في العملية التصميمية لتحقيق النتائج المضمونة قدر الإمكان ، اعتمادا على بيانات ضمن سياق العملية التنبؤية التي أصبحت خطوة مهمة بالاتجاه الصحيح، لذا فمزاولتها تتحقق ضمن شروط وهي كالتالي :

(Hussein, 2013)



1- توفر الكلفة المادية اللازمة.

2- تحقق البيانات التفصيلية في جميع مراحلها.

3- الوقت اللازم لجمع المعلومات.

4- تحقيق الإمكانيات البشرية والمعنوية، كما في الشكل رقم (1)

إذن عند مزاوله هذه العملية المهمة بوصفها جزءا من العملية



التصميمية، ولضمان نجاحها يجب أن تكون هنالك قدرة مادية وبشرية لتحقيقها على أكمل وجه: وقد تصل إلى قدرة مؤسساتية كبيرة ، بدل اقتصارها على مصمم واحد، فيقدر أهمية العملية التصميمية فإن التنبؤ بحاجات الى جمهور مستهدف يتلقى

العملية بإيجابية، لأن عملية تلقي الجمهور هي الهدف الأساسي للمصمم ، إذ يتوقف تحقيق هذا الهدف على (إدراكه وتلقيه)، فالتنبؤ بمدى قبول الجمهور ومدى تفاعله مع العملية التصميمية، وتقبل مفرداتها وقبولها بشكل كامل هو الغاية التي يسعى إليها المصمم. إذن التنبؤ خطوة مهمة في العملية التصميمية ، الهدف منها توقع وقراءة مدى قبول التصميم لدى الجمهور المستهدف عبر بيانات دقيقة تفسر مدى قبول الجمهور لتصاميم معينة تناسب وتتفق مع ذوق ومزاج ووعي الجمهور. ومن ثم ضمان قبوله. ولا تقتصر أساليب الشعارات العالمية على نوع واحد، بل يتعدى إلى أنواع عدة نظرا لديناميكية الحياة واختلاف الجمهور المستهدف ومزاجه كما في العنوان اللاحق. فتقبل أساليب المصمم وقراءة مفرداته تتطلب من الجمهور امكانية معرفية وقدرة تنبؤية تمكنه من تقبل التصميم وفك شفرتها كما في الشعار العالمي في الشكل رقم (2) الذي يمثل شعار عالمي عالي القدرة ويحتاج الى قدرة تنبؤية في تقبله من قبل الجمهور المتلقي

وفك شفرته ، لذا يمكن أن يكتمل التنبؤ لدى الجمهور المتلقي عبر تقبل وأدراك أن الشعارات العالمية عند التنبؤ بأساليبها التي تعد احد المحددات في انضمامها الى ركب الشعارات العالمية كما في المبحث اللاحق .

### المبحث الثاني

#### أساليب الشعارات العالمية

إن المصممين لا يشذون عن بقية الناس في مزاولتهم تنبأتهم في عملهم التصميمي ، لذا فإن فريق البحثي الذين يطلقون على أنفسهم (99Team) يرون أن الأساليب التصميمية للشعارات العالمية تتحقق بالأساليب الآتية :

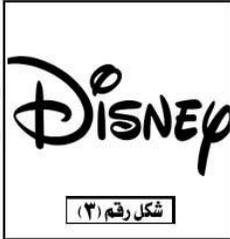
(Team 9. , 2021)

شعارات (Retro) : أي أن الشعار العالمي يوحى بالمطاطية.

شعارات غير واضحة (الغواش)

حروف ممتدة ومستمرة . وينطبق هذا الأسلوب على الشعار العالمي في الشكل

رقم (3)



شكل رقم (٣)

شعارات الفضاء السالب (كما في للشعار العالمي في الشكل رقم(4)

إحياء رائع.(أي إحياء أساليب الشعارات من زمن السبعينات)

الشعارات ذات الخط السميك . كما للشعار العالمي (Amazon) في الشكل

رقم (6) .



شكل رقم (٤)



شكل رقم (٥)

تأخذ التايوجرافية شكل عناصر الشعار العالمي وتنسجم معها كما في الشكل

رقم (8). حيث يبدو واضحا كيف أن شكل العنصر التايوجرافي ينسج مع

شكل الرئيس في الشعار العالمي .

سيادة العناصر التايوجرافية . كما في الشكل رقم (8) العالمي (Google)

المعروف والشائع عالميا .

فيما يرى فريق الباحثين (the logo creative)، أن أساليب الشعارات العالمية

تتمثل في الآتي:



شكل رقم (٦)

(the logo creative, 2020)

1- شعارات التدرجات: أي أن هذا الاسلوب يتحقق بأن الشعارات عبر

القيم اللونية المتدرجة(Gradients).

2- شعارات تصاميم ريترو (Retro Style Lgos): وهو اسلوب قديم لكن

يبدو ان التصميم يحتاج الى العودة الى الماضي كي يحقق التصميم

الاساليب المثيرة للجمهور المتلقي .



شكل رقم (٧)



شكل رقم (٨)

3- الشعارات العمل اليدوي (Hand Made): أي توجي باليد بدل الآلة كما في الشعار العالمي للشكل رقم (1).

4- (شعارات الخطوط الرفيعة) Gradients: تلك الشعارات التي تقتصر على الخطوط (الرفيعة).

5- (الشعارات المتداخلة) Overlapping Logos: أي الشعارات التي تحوي قيم لونية متداخلة

6- شعارات التيبوجرافية الجريئة (Daring Typographic): الشعارات الكتابية الجريئة وينطبق هذا الأسلوب على أسلوب الشعار العالم في الشكل رقم (7).

7- (شعارات الفضاء السالب (Negative Space): أي شعارات الفضاء السالب كما في (الشكل رقم 4 اعلاه)

8- الشعارات الصور المجردة (Abstract logos): تلك الشعارات التي قد تحوي صورة مجردة كما في الشعار العالمي في الشكل رقم (8) ، الذي يمثل الشعار العالمي المعروف (Pepsi).

9- شعارات رسوم الكارتون المتحركة (Animated Logos): أي استخدام شعارات بتقنية رسوم متحركة .

بينما يرى الفريق البحثي (99designs Team). أنا الشعارات العالمية تتحقق بالأساليب الآتية :

(Team, 2020)

1. Stained glass: اي الإلهام في ضوابط قديمة، كما في النوافذ الزجاجية الملونة السابقة هنا يرى

الباحث أن الأساليب القديمة قد تصبح طرق ملهمة للجمهور المتلقي وتثير في نفسه حب الرجوع للذكريات القديمة ، والتجارب السابقة الجميلة من وجهة نظر الجمهور .

2. Perspective drawing: أي التأكيد على أساليب الشعارات في البساطة والأسلوب المسطح.

3. Simplistic geometry: أي التأكيد على محور اسم العلامة التجارية ودلائلها لدى المتلقي.

4. Divergent letters: ان بعض الكلمات ذات دلالات مباشرة نحو الأفضل إذ العنصر التايوغرافي

(تعد وسيلة اتصالية يتم من خلالها، نقل المعاني من طرف مرسل إلى طرف مستقبل ( Loken,

2019, p. 174)

5. Authentic portraiture: أي ان الصورة الشخصية، ذات حقيقة موثقة، وذات تعبير عال (

يرى الباحث أن الشعار العالمي (يعد جزء من هذه الحقيقة أذ ان الابتسامة التي تمثله جزء

مهم من هذه الحقيقة كما في الشكل رقم (4) في الصفحة الماضية .

6. Pristine symmetry: أي الاستعانة بالأسس وبالخصوص التناظر والتوازن. ، لا بدل من

التأكيد هنا أن الشعارات العالمية جميعا لا تخلو من هذان

المبدأين وأفضل مثال على ذلك هو الشعار (McDonalds) في

الشكل رقم (9)



7. Kooky characters: التركيز على الكاريكاتير والفكاهة العالمية.

8. Modernized symbolism: التواصل مع جذور تاريخية كطائر العنقاء أو الكتابات

الهيروغليفية.

9. Static motion: بمعنى تحقيق الأيحاء بحركة داخل الشعارات الثابتة كما في الشكل رقم (4) في الصفحة السابقة .

10. Analogous color schemes: أي التركيز على الألوان المتناغمة لخلق الإحساس بالانسجام. بعد استعراض أساليب الشعارات العالمية للباحثين السابقين في أعلاه التي تمثل (البيانات التفصيلية) لموضوع البحث، تنبأ الباحث بأساليب الشعارات العالمية كما في الجدول أدناه :

التسلسل	مثال الشعار العالمي	الأسلوب بالانكليزية	الأساليب باللغة العربية
1	فيدكس وأبل	Negative Space	الفضاء السالب
2	دزني لاند	Handmade	العمل اليدوي
3	امزون	Kinetic Logos	التصاميم الموحية بالحركة
4	ببسي وتويتر	Pepsi and twitter	الصور المجردة والايقونية
5	أمازون	Amazon	شعارات الشكل الأشاري
6	كوكل	Google	سيادة العناصر التايوجرافية

#### المبحث الثالث

#### أنواع التنبؤ: (forecast type)

أن التنبؤ التصميمي، يمثل الخطوة الأولى للمصمم، كونه يعد المرشد الأهم بالنسبة له؛ إذ يوجهه باتخاذ القرارات المهمة بشأن الأساليب التصميمية المناسبة الأكثر إقناعاً للجمهور المستهدف، أي ان المصمم هو أول من يتخذ القرار بخصوص أساليب التصميم على وفق التنبؤ المتوقع بخصوص تقبل الجمهور المستهدف للأساليب التي يميل لها . وإذا كان التنبؤ التصميمي بهذه الأهمية فإن المجتمع الإنساني تنبه إلى دوره المهم الذي لم يكن مقتصرًا على التصميم، بل إلى مجالات عدة ، لذا فقد تنوعت أنواعه (التنبؤ) وتعددت فمن أنواعه :

(Hassan, 2020, p. 278)

أولاً : الحدس والخبرة: يعد من العمليات التنبؤية الوصفية الأكثر شيوعاً بين الناس، والمتعلقة باتخاذ القرارات السريعة اليومية بين المديرين ورأس الهرم داخل المؤسسة ، ومدى الاستجابة لها عال ، إذ إن متخذ القرار يعتمد على خبرته الشخصية.

ومن مزايا هذا النوع :

- 1- نتائج التنبؤ التصميمي تكون في وقت محدود. أي ان المصمم يتنبأ اعتماداً على خبرته.
- 2- انخفاض تكلفة هذا النوع، فالمصمم يعتمد على مرجعياته الفكرية و خبرته الفكرية.
- 3- تتميز قراراته بالمرونة.

ثانياً : طريقة دلفي: (الاجتماع عن بعد ) أي اعتمادا على مجموعة من الخبراء(منسق) ويدير الطريقة التنبؤية أكثر الخبراء خبرة فيما بينهم عن طريق المراسلة، ويجيب على استفساراتهم عبر أسئلة توزع عليهم عبر وسائل المراسلة، بدل الاجتماع (حرصا على الحيادية). علما ان جميعهم يزودون ببيانات ومعلومات بشأن التنبؤ الحالي.

ومن مزايا هذا النوع :

1- انخفاض كلفته.

2- الحيادية وعدم التأثر بالأراء الشخصية.

اذن يتنوع التنبؤ التصميمي على وفق نوعين رئيسين هما : 1- الحدس والخبرة، والأخر أكثر دقة



وهو طريقة دلفي الذي ينتج من ء شخوص عدة ذوي خبرة وتجربة. ويرى الباحث ان العملية التصميمية تتحقق بثلاث خطوات زمنية متعاقبة وهي : 1- التنبؤ التصميمي 2- الأسلوب المناسب 3- التواصل مع الجمهور المستهدف كما في الشكل رقم (8) في أعلاه.

مؤشرات الإطار النظري

- 1- تنوع الشعارات العالمية بحسب استرشادها بأساليب رئيسة هي أساليب الصور المجردة ، و تأثير يد الإنسان ، والإيحاء بالحركة، والفضاء للفضاء السالب، وسيادة العناصر التايوجرافية، فضلا عن دعمها للأشكال الأشارية .
- 2- بالرغم من تنوع التنبؤ التصميمي لكنه يتضمن نوعين اثنين هما : الحدس والخبرة ، وطريقة (دلفي).
- 3- بإمكان تحقيق العملية التنبؤية الجيدة لكن ضمن شروط هي: توفر الكلفة المادية وتحقق البيانات التفصيلية، و الوقت اللازم ، والإمكانات البشرية و المعنوية.
- 4- التنبؤ يمثل نسقا شائعا عند تحليل الوقائع اعتمادا على تفسير أحداث ماضية .
- 7- إن الشعارات العالمية هي الوسيلة الأفضل لإيصال رسالة لمجتمع ما على وفق أساليب جديدة حديثة مثيرة للانتباه .

### (إجراءات البحث)

منهجية البحث: أعتمد المنهج الوصفي لأغراض تحليل المحتوى للوصول إلى أهداف البحث؛ فهو من أنسب المناهج البحثية التي تلاؤم موضوع البحث بما يتيح من إمكانية إجراء التحليل والاستدلال على التنبؤ في أساليب الشعارات العالمية.

مجتمع البحث: أما مجتمع البحث فتضمن الشعارات العالمية للولايات المتحدة الأمريكية، وبلغت (15) شعارا عالمي، و بعد استبعاد منها التصاميم المتشابهة والمكررة والتي لا تتفق مع البحث بلغت عدد الشعارات (10) شعارات وجدها الباحث مستوفية ومتفقة مع هدف البحث.

جدول بالشعارات العالمية (مجتمع البحث)

الشعار	أسلوب الشعار العالمي	نوع الشعار	ت
	سيادة العناصر التايوجرافية	رموز الكلمات أو الحروف	.1
	الشعارات ذات الخط السميك	رموز الكلمات أو الحروف	.2
	الفضاء السالب	شعارات الجمع	.3
	شعار الصور الايقونية	الصور التوضيحية	.4
	سيادة العناصر التايوجرافية	شعارات الحروف	.5
	سيادة العناصر التايوجرافية	شعارات الحروف	.6

	Monoclines' (الخطوط الأحادية)	شعارات الحرف الواحد	.7
	Abstract logos	شعارات الجمع	.8
	Text destruction تكوين بالنص	شعارات الحروف	.9
	Handmade (عمل اليد)	شعارات الجمع	.10

عينة البحث: وبعد الاختيار اتبع الاختيار ألقصدي غير الاحتمالي من مجتمع البحث بواقع (3) نماذج 30%، من مجتمع البحث، اعتمدت طبقاً لموضوع الدراسة وطبيعة مشكلته، وارتباطها مع التنبؤ التصميمي وأساليب الشعارات العالمية .

أدوات البحث: للوصول إلى أهداف البحث صممت استمارة تحديد محاور التحليل، تضمنت محاور تناولها الإطار النظري، إذ أستند الباحث في تصميمها الى ما تمخض عنه الإطار النظري من مؤشرات تمثل خلاصة أدبيات التخصص، اشتملت محاور عدة ذات تفصيلات تفي بمتطلبات البحث وتسهم في تحقيق أهدافه. 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  
(أنموذج رقم (1))،

الشعار	أسلوب الشعار العالمي	نوع الشعار	اسم الشعار العالمي
	سيادة العناصر التايوجرافية	رموز الكلمات أو الحروف	Google

مفهوم التنبؤ التصميمي: جاءت القيمة اللونية لهذا الشعار متنوعة ومتعددة ، بحيث جاء كل حرف بقيمة لونية متفاوتة عن جواره ، فيا نرى بشكل واضح أن المصمم حاول التأكيد على الرموز الكتابية عبر الاعتناء كثيرا بالفضاء السالب الذي يبدو واضحا عبر تجليه داخل الحروف وبين الحروف ، لذا انعكس لدى المتلقي



في الشعور بعدم الزحام للشعار العالمي الحالي ، وخاصة داخل حرف ( G ) كما في الشكل رقم ( 11 ) فالفضاء السالب يحتل مساحة بمقدار النسبة الذهبية للشعار ، لذا فأن المتلقي لا يحتاج الى الكثير

لأدراك الشعار وتلقيه هذا الشعار حتى ولو من بعيد ، خاصة وأن المصمم حرص على التفاوت الكبير بين الحروف مع الفضاء السالب ، ولجأ الصمم على الاعتناء بالبنية الشكلية للشعار الحالي بحيث تبدو شائعة لدى المتلقي عبر تحقيق البساطة في تصميم الحروف ، بحيث لا تجد صعوبة تذكر في التعرف عليها بمعنى اخر لا يحتاج الى المتلقي الى تنبؤ كبير للأدراكها.

أساليب الشعارات العالمية: استعان المصمم بأسلوب من الاساليب والمبادئ التي تحقق الشعار العالمي؛ وهي أسلوب ( هيمنة الحروف التايوجرافية ) ، لتحقيق تنبؤ وارتقاء تصميمه شعاره الى العالمية . أنواع التنبؤ: جاءت خطوات التصميم الحالي على وفق (طريقة دلفي) ، وقد تنبأ الباحث لذلك الشعار إلى العالمية عن طريق الاستعانة بأحد أساليب الشعار العالمي وهو هيمنة العناصر التايوجرافية لتحقيق تنبؤه .

(أنموذج (2))

الشعار	أسلوب الشعار العالمي	نوع الشعار	اسم الشعار العالمي
	الشعارات ذات الخط السميك	رموز الكلمات أو الحروف	Amazon



مفهوم التنبؤ التصميمي: جاء العنصر  
الإشاري للشعار العالمي الحالي على وفق أسلوب  
الشعارات العالمية التي تثير الحركة فضلا عن  
الرضا والسعادة من قبل المتلقي، وهو أسلوب  
ملهم ينسجم مع التوجه الوظيفي للشعار،

ويسهم في أعانة الجمهور المتلقي في التنبؤ في تلقيه وإدراكه بسهولة، فيما لجأ المصمم إلى معالجات رقمية  
للبنية أحد حروف الشعار الحالي وهو (Z) لتحقيق بعد تعبيره عالي كما في الشكل المجاور رقم (12)، كما  
وظف التباين اللوني بين اسم الشعار مع العنصر الإشاري للإشارة إلى العنصر الأخر بشكل أعمق، إذ  
استعان المصمم أو المؤسسة لتحقيق هذا الشعار العالمي هنا عبر تجسيد هذا الشعار بأساليب عالمية وهي  
متعددة وهو (سمك النوع الخطي) و(سيادة العنصر التايوجرافي)، فضلا عن القيمة اللونية للعنصر  
الإشاري. إذ حقق الأسلوب هذا عبر الإيحاء الحركي للعنصر الإشاري فضلا عن القيمة اللونية التعبيرية  
له وسمك النوع الخطي.

أساليب الشعارات العالمية: جاء الشعار الحالي بأسلوب عالمي فضلا عن الجانب التعبيري للقيمة اللونية،  
لذا يرى الباحث أن الأساليب العالمية للشعار تسهم في ترفيقه إلى الشعارات العالمية فضلا عن رفع جودته.  
أنواع التنبؤ: جاء الشعار العالمي الحالي (بالتنبؤ الدلفي) من خلال الاستعانة بأساليب عالمية متعددة في أن  
واحد، لتلقيه من قبل الجمهور المتلقي.

### أ نموذج رقم (3)

ت	اسم الشعار العالمي	نوع الشعار	أسلوب الشعار العالمي	الشعار
3	فيدكس FedEx	رموز الكلمات أو الحروف	Negative Space (الفضاء السالب)	FedEx

مفهوم التنبؤ التصميمي: جاء الشعار العالمي الحالي ضمن الشروط التنبؤية (لطريقة دلفي) من خلال  
تحقيقه لتنبؤ المصمم إذ استعان بأكثر من أسلوب تصميمي عالمي وهي أسلوب سمك النوع الخطي  
وأسلوب الفضاء السالب، لضمان تحقيقه التلقي من قبل الجمهور المستهدف، وقبوله من ضمن  
الشعارات العالمية.

### أساليب الشعارات العالمية :

استعان المصمم هنا بأكثر من أسلوب لتحقيق العالمية للشعار الحالي ، كما في الشكل رقم (13) فضلا عن



الاستعانة بالقيمة اللونية المتباينة والمعبرة لتحقيق غرض وظيفي لذا يبدو واضحا أن الشعار الحالي غني بالأساليب العالمية فضلا عن البعد التعبيري للقيمة اللونية له .

أنواع التنبؤ: استعان المصمم أو المؤسسة التصميمية

لتحقيق تنبؤه .بطريقة دلفي، كون الشعار العالمي الحالي، قد حقق تنبؤه، من خلال جودته وتصنيفه ضمن الشعارات العالمية.

### (خلاصة التحليل)

- 1- جاءت القيمة اللونية للشعارات العالمية مرتبطة بقيمة تعبيرية ، ، محققا بذلك حاجة تدعو لها مدارس التصميم الحديثة، بوصفه مطلبا وظيفيا وجماليا لتصاميم الشعارات العالمية المعاصرة .
- 2- أسهمت عملية تحقيق الأسلوب العالمي وبناء العناصر ضمن هذا الشرط في تحقيق تحول الشعار من شعار عادي الى عالمي ، كما أن هذا الشرط الأخير إبداعي ، ومن ثم يسهم في تحقيق التواصل بشكل اقوي مع الجمهور المتلقي، ، لذا أسهم في ترسيخ هوية الشعار العالمي والثبات في أذهان الجمهور المتلقي.
- 3- استعان المصمم في بعض الشعارات العالمية في تحقيق أكثر من أسلوب للشعار العالمي لأجل تحويل الشعار من شعار عادي الى عالمي، ومن ثم رفع جودته وتأثيره في المجتمع المستهدف، وحقق تنبؤ المصمم في تأكيد الحوار بين المجتمع المستهدف والشعار.
- 4- أسهم مبدأ البساطة، وعمل اليد ( Free Hand ) المتلازمين في تحقيق تنبؤ المصمم والجمهور المتلقي عبر تقليل الكلفة المالية، وتسهيل تلقيه من لدن الجمهور المستهدف .
- 5- حققت الأساليب العالمية في نجاح تنبؤ المصمم أو المؤسسة التصميمية، و تقليل كلفة التصميم كما حققت دراسة عالية للبيانات التفصيلية العميقة للمجتمع المستهدف في تقليل قدر الإمكان من المستحقات المالية والبشرية .

### الاستنتاجات:

- 1- بعد عرض النتائج ، يؤشر الباحث الاستنتاجات التالية :
- 2- على الرغم من معطيات أساليب الشعارات العالمية والتي تؤثر في سمات البعد الاتصالي للشعار، يحتاج المصمم الى توليف عناصر صورية مجردة في بعض الأجزاء المؤشرة من قبل المصمم وأيقونية في اجزاء أخرى لأحداث حال من معطى بلاغي يغير في نسق اتجاه التصميم ليعطي تعريزا على مستوى البعد الاتصالي وترسيخ الرسالة الاتصالية بين الشعار العالمي والمتلقي .
- 3- ان الارتباط الناتج في ترسيخ البعد الاتصالي للشعارات العالمية عبر أسلوب سيادة العناصر التايبوغرافية فضلا ، عن سمك النوع الخطي تمثل قيمة تذكيرية عالية على مستوى التلقي زمنيا ومكانيا.

- 4- بسبب توافر أنواع لأساليب الشعار العالمي ، كسيادة العناصر التايوكرافية وشعارات الصور الايقونية والمجردة وغيرها ، أصبحت خيارات التنوع الشكلي للشعارات العالمية بين عناصره والبنية الشكلية للعناصر التايوكرافية متاحة بشكل أكثر تأثيراً على الوظائف الاتصالية والتداولية ، فضلا عن خصائصها البلاغية .
- 5- إن وظائفية الشعارات العالمية والتي عولجت بنيتها الشكلية رقمياً تزداد في بعدها التعبيري وواقعها المعزز لتكون رسالة يمكن ان تكون ذات تأثير ايجابي على آلية استقبالها من قبل المتلقي.
- 6- تكمن قوة الشعارات العالمية من حيث التأثير والاشتغال المفاهيمي من خلال استنادها الى الأساليب التصميمية التي تحقق تلك الشروط عبر الطرق التقليدية في تنظيم المساحات وصيغة تغيير النمط الذي يعزز الاشتغال الوظائف والجمالي والتعبيري.
- 7- تتخذ البنية الشكلية للشعارات العالمية شكلاً معيناً آخر من خلال العنصر الاشاري المنسجم شكلاً والمتباين لونا مع العناصر التايوكرافية وفي كل نوع من التماثل فعل وظائف لتلك البنية ، وبذلك تحقق فعلاً أدائياً يتقبلها الموقف البصري للمتلقي ليعوض بذلك موقف فكري آخر أكثر ترسيخاً في الذاكرة .

#### التوصيات:

- 1- ضرورة اهتمام المصممين أو المؤسسات التصميمية بتصميم الشعارات العالمية التي تواكب التطور العالمي في مجال التصميم الشعارات العالمية والاهتمام بأساليبها .
- 2- الاستعانة بالمؤلفات والبحوث والدراسات الأكاديمية للباحثين والمتخصصين في مجال تصميم الشعارات العالمية، كمبادئ وقيم تصميمية استشارية ينطلق منها المصمم في إنجاز أعماله التصميمية العالية.
- 3- استلهام الأعمال التصميمية للشعارات العالمية لضمان التفاعل مع المجتمع العالمي ، تزامناً مع ثقافة الشعارات والأساليب العالمية التي ترسخ كلما تطور المجتمع العالمي. المقترحات:تواصل مع البحث الحالي، يقترح الباحث الدراسة الاتية :  
- البعد الوظيفي في تصميم الشعارات العالمية.

## Reference

- Abu Bakr al-Razi .(2010) .*Mukhtar Al-Sihah*.Damascus: Dar Alfayha.
- altanmia, t. M. (2003, February 7). Magazine Jisr altanmia. *Magazine Jisr altanmia* , p. 15.
- Bradley, H. (1998). *Exford Wordpower*. London: oxford university press,.
- gatteh, H. (2019, 12 15). Shape replacement in logo design. *AL-ACADEMY*, p. 177.
- Hoskins, A. C. (2021). *Connect DESIGN STRATEGIES FOR POST-COVID WORLD*. California: University of California.
- Saad, N. (2019). Digitization as a contemporary . *AL-ACADEMY*, p. 122
- Hussein, A. (2013). *Definition of Forecasting*. Baghdad: Dar Al-Hikma for Publishing and Distribution.
- I. ,. (1994). *lisan alearab*. Beirut: Dar Sadeer.
- Ali, K. (2021). Shape replacement in logo design. *AL- AL-ACADEMY*, p. 147
- reality and its importance in Saudi plastic art , . *AL-ACADEMY*, p. 177
- Jacob Cass 1).January, 2016 2016. (*Logo Design Trends Forecast* . 11 تاريخ الاستردادSeptember, 2021 من JUST CREATIVE: [https://www.impactplus.com/blog/logo-design-trends](https://justcreative.com/2016-logo-design-trends-forecast/Manzur, I. (1994). lisan alearab. Beirut: dar sadir Printing and Publishing.Marcella Jalbert 25 ) .January, 2020 10 .(logo design trends to try in 2020 [Infographic 11 تاريخ الاستردادSeptember, 2021 من IM PACT: <a href=)
- Qatami, Y. (1989). *The psychology of classroom education*. Oman: Dar Al-Shorouk for Publishing and Distribution.
- Razi. (1989). *Mukhtar Al-Sihah*. Baghdad: Al-Irshad publishing house.
- Team, b. 9. (2020, 7 8). *99designs*. Retrieved October 8, 2021, from <https://99designs.com/blog/trends/logo-design-trends/>
- I., H. K. (2019, 7 22). Formal Fubstitution in logo Design. *AL-ACADEMY*, p. 171.
- Jassim, I. K. (2021, 6 15). Employing semantic coding to build meaning in action films. *AL-ACADEMY*, p. 445.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts103/113-128>

## Forecasting in international logos' design styles

Hattem Kateh Logen Hassan Al-Atwani<sup>1</sup>

Al-Academy Journal ..... Issue 103 - year 2022

Date of receipt: 29/10/2021.....Date of acceptance: 31/1/2022.....Date of publication: 15/3/2022



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

### Abstract:

Forecasting has become common process and reality. Since man has found multiple forms of simple predictive predictions, fruitful predictive results have emerged, such as weather forecasting or trading on stock exchange. The research was organized by defining the problem, which was manifested by the question:

(What is the prediction in global logo design methods?)

The aim of the research: (revealing design prediction in the methods of global logos). The theoretical framework was: (the concept of prediction in the design of global logos), (methods of global logos), (types of prediction) and then were attached to indicators, results and conclusions, including:

- The color value of international logos came with human needs: a need that modern design schools call for her.

The suggestions are:

Emphasis on academic studies global logos, as they are advisory principles and values from which the designer sets out to achieve his global logos.

### Conclusions:

After presenting the results, the researcher points out the following conclusions:

1- Despite the data of global logos methods that affect the characteristics of the communicative dimension of the logo, the designer needs to synthesize abstract pictorial elements in some parts indicated by the designer and iconographic in other parts for the events of a situation from a rhetorical given that changes the layout of the direction of the

<sup>1</sup> Ministry of Education/Baghdad Education Directorate, [ali128638@gmail.com](mailto:ali128638@gmail.com) .

design to give an enhancement at the level of the dimension Communication and consolidation of the communicative message between the global logo and the recipient.

2- The resulting link in consolidating the communicative dimension of global logos through the style of typographical elements as well as the thickness of the linear type represents a high remembrance value at the level of reception in time and space.

3- Because of the availability of types of global emblem methods, such as the rule of typographical elements and logos of iconic and abstract images, and others, the options for the formal diversity of global emblems between its elements and the formal structure of the typographical elements became available in a more effective way on the communicative and deliberative functions, as well as their rhetorical properties.

4- The functionality of global logos, whose formal structure has been digitally addressed, increases in its expressive dimension and enhanced reality to be a message that can have a positive impact on the mechanism of its reception by the recipient.

5- The strength of global logos in terms of impact and conceptual work through their reliance on design methods that achieve these conditions through traditional methods of organizing spaces and the formula for changing the pattern that enhances functional, aesthetic and expressive work.

6- The formal structure of global logos takes another specific form through the indicative element that is harmonious in form and contrasting in color with the typographical elements, and in each type of manifestation a functional act of those structures, thus achieving a performance act that is accepted by the visual position of the recipient to compensate for another intellectual position that is more firmly established in the memory.