

بلاغة الرمز في التصميم الجرافيكي ودلالاته في الشعار المعاصر (دراسة تحليلية)
The Rhetoric of Symbolism in Graphic Design and its Significance in
Contemporary Logo Design: An Analytical Study

م. م. عروبة كاظم ديكان

Students Supervisor: Orooba Kadhim Diekan

مديرية تربية بابل

Babylon Education Directorate

OROBAKADIM@GMAIL.COM

ملخص البحث:

يتضمن البحث الحالي (بلاغة الرمز في التصميم الجرافيكي ودلالاته في الشعار والبوستر المعاصر: دراسة تحليلية) وقد تم التوصل الى نتائج البحث من خلال اربع فصول، يحتوي الفصل الاول منها مشكلة البحث واهميته والحاجة اليه .
وتكمن المشكلة في محاولة الاجابة على التساؤل الاتي: ما هي بلاغة الرمز في التصميم الجرافيكي وما دلالاته في الشعار والبوستر المعاصر؟
وتتمحور اهمية البحث في الاجابة عن هذا السؤال في سبيل الاستفادة من هذا التعبير الفني لإستكشاف مواهب المكنونة للمصممين والمهتمين بمجال الإعلان من خلال انجازاتهم الفنية.
الفصل الاول تضمن هدف البحث الى (تعرف بلاغة الرمز في التصميم الجرافيكي وما هي دلالاته في الشعار والبوستر المعاصر.) كما تضمن هذا الفصل حدود البحث ويتحدد بدراسة
١. الحدود الموضوعية: يركز البحث على فن الاتصالات البصرية في مجال التصميم الجرافيكي، مع التركيز على الشعار والبوستر كأهم تطبيقاته.
٢. الحدود الزمانية: تمت الدراسة من البدايات التاريخية للطباعة حتى مرحلة التصميم الرقمي المعاصر (القرن ٢١)
٣. الحدود المكانية: تغطي الدراسة النماذج العالمية والعربية، مع أمثلة بارزة من أوروبا وأمريكا والعالم العربي.
كما تضمن البحث تعريفا للمصطلحات الواردة في عنوان البحث (بلاغة، الرمز، التصميم الجرافيكي، الشعار، البوستر)، اما الفصل الثاني فقد تضمن الاطار النظري والذي تألف من مبحثين تضمن الأول البحث في (أصول الكرافيك وحركة الفنون والحرف) اما المبحث الثاني من البحث فقد تناول (البلاغة وماهية الرمز ودلالاته)، اما الفصل الثالث فقد قامت الباحثة بعرض الاجراءات اللازمة للوصول الى النتائج وذلك من خلال اجراء استطلاع عام لمجتمع البحث من المواقع الالكترونية وفي الدوائر الرسمية ومحلات التسوق التجارية ، كما يحتوي الفصل الثالث عينة البحث وقد تم اختيارها بالطريقة العشوائية المنتظمة وفقا لمواصفات ذكرتها الباحثة ضمنا ، وفي هذا الفصل تم استعراض المعالجات الخاصة بأداة البحث وطريقه بنائها وتحليل العينة ،

اما الفصل الرابع والاخير تضمن النتائج التي تم التوصل اليها من خلال مجريات البحث الحالي وكذلك الاستنتاجات ومن ثم التوصيات والمقترحات.

ومن جملة تلك النتائج هي :

- ١- البلاغة البصرية أداة اتصال محورية: الرمز البلاغي في التصميم الجرافيكي ليس مجرد إضافة جمالية، بل هو أداة اتصال فعّالة لتبسيط المعاني المعقدة.
 - ٢- تعددية الأبعاد البلاغية: يوظف المصمم الأبعاد البلاغية الرئيسية (التشبيه، والاستعارة، والكناية، والمجاز) لتحقيق التأثير على المتلقي.
 - ٣- الوظائف البلاغية للرمز: تتلخص وظائف الصيغ البصرية في الشعر في التجسيد (تحويل المجرد إلى حسي)، والتوضيح، والإيجاز، والإحلال (تجنب الحساسية).
 - ٤- الشعر المعاصر فلسفة وإبداع: يتميز الشعر المعاصر بالجمع بين الفلسفة والمفاجأة والاختلاف، ويتطلب خيالاً واسعاً وحساً فنياً.
- ومن ضمن الاستنتاجات التي استنتجتها الباحثة هي :-
- ١ - أهمية المنهج السيميولوجي: التحليل السيميولوجي ضروري لفك شيفرة الرموز والدلالات، والكشف عن الأبعاد البلاغية الكامنة في التصاميم.
 - ٢ - التأثير بالسياق الثقافي: دلالات الرموز البصرية تتأثر بشكل مباشر بالسياقات الثقافية والاجتماعية المختلفة، مما يؤثر على فهم المتلقي.
 - ٣ - ضرورة دمج التقنيات: لتعزيز فعالية التصاميم المعاصرة، يجب دمج الأصالة التاريخية للتصميم مع التقنيات الرقمية الحديثة.
 - ٤ - التصميم أداة اجتماعية تسويقية: التصميم الجرافيكي تجاوز كونه فناً جمالياً ليصبح أداة مؤثرة ذات وظيفة اجتماعية وتسويقية حيوية.
- الكلمات المفتاحية: (بلاغة الرمز، التصميم الجرافيكي، الشعر)

Abstract:

The study, which delves into the art of visual communication and graphic design from a historical and practical perspective, employs multiple research methodologies to ensure a comprehensive approach.

Research Methodology

Descriptive-Analytical Method: Used to describe concepts related to visual communication and graphic design, and to analyze their artistic and aesthetic structures. This method helps to identify common features and distinct characteristics of different design schools.

Historical Method: Utilized to trace the origins of graphic design from early engravings to the digital age. It helps to understand the social and cultural factors that influenced the evolution of printing and visual communication arts.

Semiological Method (Semiotic): Relied on to analyze logos and posters by studying signs, symbols, and their visual connotations. It is useful for uncovering the rhetorical dimensions (simile, metaphor, metonymy, synecdoche) designers employ to influence the audience.

Comparative Method: Used to compare different art schools (such as Bauhaus, Arts and Crafts, the New York School, and Swiss Typography) and to identify differences in their visual expression styles.

Research Population

The total research population includes all visual and design works related to visual communication (logos, posters, printed materials, digital designs). It also encompasses theoretical productions (books, articles, and research) that have addressed the evolution of visual communication art.

Research Sample

A purposive sample of logos and posters was selected to represent:

Historical Periods: (manual printing, intaglio printing, letterpress printing).

Art Schools: (Bauhaus, New York School, International Typographic Style).

Contemporary Digital Design Models: This allows for a balanced representation of the historical, aesthetic, and communicative dimensions.

Data Collection Tools

Theoretical Sources: Specialized academic books on graphic design and visual communication art, in addition to previous studies.

Visual Sources: Practical examples of logos, posters, and printed materials.

Direct Observation: Monitoring how graphic design is used in reality (advertisements, websites, brands).

Documentary Analysis: Reviewing visual archives (historical posters, well-known logos).

Analysis Tools

Artistic-Aesthetic Analysis: To examine design elements (colors, composition, balance, contrast, rhythm).

Semiological Analysis: To decode the symbols and visual connotations in logos and posters.

Functional Analysis: To measure the extent to which the design achieves its objectives (marketing, awareness, artistic).

Comparative Analysis: To highlight the differences between various schools and visual approaches.

Research Limitations

Subjective Limitations: The research focuses on visual communication art within the field of graphic design, with a particular emphasis on the logo and poster as its most significant applications.

Temporal Limitations: The study extends from the historical beginnings of printing to the contemporary digital design era (21st century).

Spatial Limitations: The study covers global and Arab examples, with notable cases from Europe, America, and the Arab world.

Research Problem

The research problem lies in analyzing the rhetoric of symbols and their connotations in graphic design, specifically in contemporary logos and posters. The study aims to understand how designers translate abstract ideas and complex meanings into effective visual symbols. It also seeks to uncover the rhetorical dimensions (such as simile, metaphor, metonymy, and synecdoche) that designers employ to influence the audience. The importance of this problem stems from the fact that graphic design is no longer merely an aesthetic art but has become a vital and effective communication tool. Therefore, studying its symbols and connotations helps in understanding its functional and social role.

Research Objectives

To clarify the historical development of visual communication and graphic design.

To reveal the artistic and aesthetic structure of logos and posters.

To highlight the communicative functions of design and its role in influencing the public.

To employ semiological analysis to understand the symbolic and rhetorical dimensions in designs.

To connect the historical and contemporary aspects of visual design.

Research Questions / Hypotheses

Research Questions:

What historical and cultural factors contributed to the evolution of visual communication art?

How have different design schools contributed to shaping the features of modern graphic design?

What role do visual symbols and connotations play in the effectiveness of a logo and poster?

What are the similarities and differences between traditional and digital methods in graphic design?

Research Hypotheses:

Graphic design is an influential communication tool that transcends its aesthetic aspect to serve social and marketing functions.

The connotations of visual symbols are affected by different cultural and social contexts.

Mixing historical authenticity with modern techniques contributes to enhancing the effectiveness of contemporary designs.

Here is the English translation of the research significance and keywords.

Research Significance

Scientific Significance: Enriches the field of art and design studies by combining the historical methodology with semiological analysis.

Practical Significance: Contributes to guiding designers and those interested in advertising and marketing towards effective visual strategies.

Cultural Significance: Highlights the role of graphic design as a tool for expressing cultural identity and values.

Keywords: Rhetoric, Symbol, Design, Graphic, Logo, Poster.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للبحث

مشكلة البحث

شهد مجال التصميم الجرافيكي تحولاً جذرياً من كونه مجرد نشاط جمالي أو تزييني إلى أداة اتصالية حيوية تضطلع بأدوار اجتماعية وتسويقية معقدة. وتبرز الإشكالية في مدى قدرة المصمم المعاصر على توظيف "بلاغة الرمز" كألية لفك شفرات المعاني الذهنية المجردة وتحويلها إلى صيغ بصرية ملموسة في (الشعار والبوستر).

هناك فجوة معرفية وتطبيقية تتعلق بكيفية استثمار الأبعاد البلاغية (كالتشبيه، والاستعارة، والكناية، والمجاز) في التصميم لضمان تحقيق استجابة عاطفية وإدراكية لدى المتلقي. لذا، سعت الباحثة إلى سبر أغوار هذه الدلالات الرمزية وفهم فلسفتها البصرية، وتحديداً في الشعارات والملصقات المعاصرة، للإجابة عن التساؤل الرئيس: ما هي بلاغة الرمز في التصميم الجرافيكي، وكيف تتجلى دلالاتها الجمالية والوظيفية في الشعار والبوستر المعاصر؟".

أهمية البحث والحاجة اليه : تأتي أهمية البحث الحالي في :

- ١- يساهم في توجيه المصممين والمهتمين بمجال الإعلان والتسويق نحو استراتيجيات بصرية فعالة.
 - ٢- يثري مجال دراسات الفن والتصميم من خلال الجمع بين المنهج التاريخي والتحليل السيميولوجي.
 - ٣- اما الحاجة اليه تهتم بحاجة المصممين وطلبة الفنون الجميلة والدراسات العليا والمهتمين بالدراسة.
- هدف البحث:** يهدف البحث الحالي الى (تعرف بلاغة الرمز في التصميم الجرافيكي وما هي دلالاته في الشعر والبوستر المعاصر).

- حدود البحث:** ويتحدد بدراسة ١- **الحدود الموضوعية:** يركز البحث على فن الاتصالات البصرية في مجال التصميم الجرافيكي، مع التركيز على الشعر والبوستر كأهم تطبيقاته.
٢. **الحدود الزمانية:** تمتد الدراسة من البدايات التاريخية للطباعة حتى مرحلة التصميم الرقمي المعاصر (القرن ٢١)

٣. **الحدود المكانية:** تغطي الدراسة النماذج العالمية والعربية، مع أمثلة بارزة من أوروبا وأمريكا والعالم العربي. (المانيا، سويسرا، نيويورك ، الصين، يوهان غوتنبيرغ، الامارات)

تحديد وتعريف المصطلحات:

أولاً: بلاغة (لغوياً): اسم مشتق من الفعل الثلاثي (بلغ) بمعنى أدرك الغاية أو وصل إلى النهاية. و«البليغ»، هو الشخص القادر على الإقناع والتأثير بواسطة كلامه وأدائه. فالبلاغة تدل في اللغة العربية على إيصال معنى الخطاب كاملاً إلى الشخص الآخر، سواء أكان سامعاً أم قارئاً^(١).

البلاغة في الاصطلاح: هي مطابقة الكلام لمقتضى الحال^(٢).

ثانياً: الرمز لغوياً: (الرُمُزُ): الایماء والإشارة. (الرَّمَزُ) الرُّمُز.

اصطلاحاً: - (الرمزية): الطريقة الرمزية: مذهب في الأدب والفن ظهر في الشعر أولاً، يقول بالتعبير عن المعاني بالرموز والايحاء، ليدع للمتذوق نصيباً في تكميل الصورة أو تقوية العاطفة، بما يضيف إليه من توليد خياله^(٣).

ثالثاً: التعريف الاجرائي لبلاغة الرمز كمتغير مستقل والمتغيرات التابعة

الشعار: " قدرة المصمم الجرافيكي على تطويع الرموز البصرية واستخدام الآليات البلاغية (كالتشبيه والاستعارة والكناية) لتحويل الأفكار الذهنية إلى دلالات بصرية مكثفة، وتتجسد إجرائياً في كفاءة (الشعار) وعينة الدراسة على إيصال رسائل اتصالية، جمالية، وإقناعية للمتلقي بأقل وسائط بصرية ممكنة وبأعلى درجة من التأثير."

الفصل الثاني

الاطار النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول

فن الاتصالات البصرية

هو نهج إبداعي يهدف لإيصال رسائل مرئية محددة للجمهور. يقوم به مصممون يتعاونون مع منتجين لتنفيذ المواد المادية. يشير مصطلح التصميم الجرافيكي إلى تخصصات فنية ومهنية تُعنى بالاتصالات المرئية، مستخدمة أساليب متنوعة لدمج الرموز والصور والكلمات لخلق تمثيل مرئي للأفكار. يعتمد المصمم على تقنيات مثل فن الخط، والفنون البصرية، وتنسيق الصفحات. يشمل هذا الفن عملية التصميم والمنتجات النهائية، ويُستخدم في مجالات كالمجلات والإعلانات والتعبئة والتغليف. يعتبر التكوين من أهم سمات التصميم الجرافيكي لدمج العناصر المتنوعة.

أصول الكرافيك

رغم حداثة إلا أن جذوره تمتد من كهوف اللاسكو إلى عمود تراجان والمخطوطات المضيئة. ونجد اختلافات أحياناً بين الإعلان، وتصميم الغرافيك، والفنون الجميلة تشترك في عناصر ونظريات ومبادئ وممارسات ولغات مشتركة. ويبقى الهدف النهائي في فن الإعلان هو بيع السلع والخدمات. وإن جوهر التصميم هو (تنظيم المعلومات) وتشكيل الأفكار واضفاء جو التعبير والشعور للحقائق الفنية لتوثيق الخبرات^(٤).

لقد ظهرت الطباعة وبدأت بقطع كتل الخشب لطباعة المنسوجات في (القرنين ٤ و ٧ الميلاديين)، وأقدم مطبوعة هي كتب بوذية مقدسة، عام ٨٦٨. تطورت الطباعة في ق ١١ مع ظهور الطباعة المتحركة، مما أتاح إنتاج مخطوطات وكتب. وفي حوالي عام ١٤٥٠، خلال فترة حكم أسرة سونغ، ساهم يوهان غوتنبرغ في نشر الطباعة الصحفية في أوروبا. صمم غوتنبرغ كتاب (الدوس مانوتياس) الذي يُعتبر هيكل الكتاب الأساسي. تُعرف هذه الطريقة بتصميم الرسوم البيانية للنمط الإنساني أو القديم^(٥).

اذ كان لكل من ويليام موريس، وبالتعاون مع المهندس المعماري فيليب ويب، هم أحد المؤسسين الرئيسيين لحركة الفنون والحرف اليدوية في أواخر القرن ١٩ في أوروبا الأثر في تطور التصميم الكرافيك بالعالم. وقد دعوا إلى الابتعاد عن الإنتاج الفني الرخيص والعودة إلى الحرف اليدوية، مؤمنين بأن الفن متاحاً للجميع^(٦).

حركة الفنون والحرف

ARTS & Crafts movement

حركة فنية هدفت إلى إعادة بناء الروابط بين العمل الفني والعمال. ركزت هذه الحركة على البساطة الرائعة التي كانت سائدة في فنون القرن ١٥. تميز أنصارها بالصرامة والروحانية الدينية وكثرة الزخارف. ألهمت أفكار هذه الحركة العديد من المدارس الفنية اللاحقة مثل الباوهاوس، دي ستيل، والآرت نوفو. إذ أنها كانت مقدمة مهمة لحركة الحداثة في الفنون. قدمت بديلاً للإنتاج الصناعي الضخم وركزت على جودة التصنيع اليدوي^(٧).

باوهاوس

تأسست في ألمانيا عام ١٩١٩ على يد المهندس المعماري الألماني والتر غروبيوس، بهدف تعليم الفن الجرافيكي الحديث وفن تصميم المفروشات والعمارة. ثم انتقلت إلى ديسياو عام ١٩٢٥ ثم إلى برلين عام ١٩٣٢. مثلت باوهاوس ثورة حقيقية في تاريخ التصميم عالمياً. ودورها كبيراً في تشكيل الأذواق الحديثة وتعليم الفن، من خلال دمج الفنون الجميلة مع الفنون التطبيقية في منهج واحد. سميت "باوهاوس" من الفعل الألماني "Bau" (بناء) و "Haus" (منزل)، وتعني "منزل البناء"^(٨).

وينماز الهدف الفني لنمط الباوهاوس بـتخلص من الزخرفة الزائدة التي سادت الفن الأوروبي في القرن ٢٠ تعتمد على الاستخدام الهندسي للأشكال بدلاً من العلاقات البصرية التقليدية، مما يميزها عن المؤلف. يركز الباوهاوس على الألوان الأساسية كالأحمر والأسود والأبيض والأصفر. كما يتميز بتركيزه على الأشكال الهندسية البسيطة كالدوائر والمكعبات واستخدام الخطوط. يبتعد هذا النمط عن المركزية في التكوين، ويُلاحظ فيه استخدام مساحات واسعة نسبياً، من أشهر روادها: لودفيغ، ليونيل، أوسكار، سوفي تايبور^(٩).

انطلقت حركة أسلوب الطباعة العالمي في الخمسينيات من ألمانيا وسويسرا وانتشرت تأثيرها عالمياً. استمرت كحركة قوية لعقدين من الزمن، ووصل تأثيرها إلى التسعينيات. تميزت بخصائص بصرية كوحدة التصميم الناتجة عن الاختلاف في العناصر، وبُنيت على شبكة رياضية. ظهرت الصور بشكل موضوعي، مُعبّرة عن الواقعية وعدم المبالغة في الدعايات التجارية، وكثر فيها استخدام أسلوب الطباعة (Sans Serif). كما انطلقت مدرسة نيويورك في التصميم بفضل مهاجرين أوروبيين موهوبين فروا من قيود سياسية في بلادهم نحو أمريكا الليبرالية. هؤلاء المصممون استلهموا من التصميم الأوروبي لكنهم طوروا مفاهيم جديدة للتصميم الجرافيكي، متباعدين عن التنظيم الصارم للعناصر الذي يميز التصميم الأوروبي. سعى المصمم الأمريكي إلى التحرر من القيود النظرية لخلق تصاميم قوية الأشكال وواقعية في تنظيم الفراغ^(١٠).

التطبيقات

تصميم الجرافيك حيوي لنقل المعرفة وتطوير الخطط الفنية، ويحسن عرض النصوص وقراءتها. يدعم التسويق الفعال عبر العلامة التجارية، ويشمل الشعارات والتعبئة والتغليف، ويُعد جزءاً أساسياً من الهوية التجارية. يُستخدم أيضاً لتبسيط المواضيع العلمية والمعقدة من خلال الرسوم التخطيطية، مما يسهل الفهم،

ويُطبق في المواد التعليمية والصناعات الترفيهية كالديكور وسرد القصص. إذ أن التصميم البصري يشمل مجالات واسعة كالفن والترفيه، من الروايات والمسرحيات إلى الأفلام والبرامج، بالإضافة إلى الأعمال الفنية المستخدمة في المنتجات التجارية. كما يعتبر تصميم المعلومات أداة حيوية لتقديم المحتوى الإخباري والعلمي والترفيهي بطرق مبتكرة، مستفيداً من التقنيات التفاعلية كـ "أدوبي فلاش" لإثراء السرد القصصي والإخباري^(١١).

المهارات

يشتمل مشروع تصميم الجرافيك على تنسيق وعرض النصوص والصور المعدة مسبقاً. يقوم مصمم الجرافيك بمعالجة الصور، ومثال ذلك قصة صحفية يعمل عليها الصحفيون والمصورون. يقع على عاتق المصمم الجرافيكي تنظيم الصفحة وتحديد العناصر الإضافية المطلوبة. غالباً ما يستعين مصمم الجرافيك أو المدير الفني بالمصورين أو الرسامين لجلب النسخ الأصلية للصور. يمكن دمج هذه النماذج في تصميم المجلات والإعلانات بعد ممارستها.

الفنون البصرية

لكي يتم تصميم أي عنصر، يجب أن يتم أولاً تكوين العناصر التصميمية بمهارات الفنون البصرية. غالباً ما يكون إعداد هذه الرسومات مهمة لمتخصص التصميم الجرافيكي (ولكن ليس دائماً). تشمل هذه الفنون البصرية المرئية في طبيعتها، ويمكن إنشاؤها باستخدام وسائل الإعلام التقليدية، أو التصوير الفوتوغرافي، أو حتى المعالجة الحاسوبية. يمكن تطبيق مبادئ التصميم الجرافيكي على كل عنصر من عناصر التصميم بشكل فردي، بالإضافة إلى الشكل النهائي.

تنضيد الحروف

المهارة والتقنية المستخدمة في الخط هي لتعديل الرموز المنقوشة أو ترتيبها. تتضمن هذه العملية إنشاء الرموز وتعديلها باستخدام تقنيات توضيح متنوعة، مثل اختيار الخط وحجمه وطوله، ومسافة تباعد الأحرف. يقوم مصمموا التواصل البصري والمؤلفون والطابعون والمخرجون الفنيون والعاملون في مجال الطباعة بتصميم الخطوط. حالياً، أصبح تصميم الخطوط مهمة رقمية متخصصة تفتح آفاقاً جديدة للمصممين ومستخدمي الأدوات البصرية لإنشاء الخطوط.

تصميم الصفحة

تعد الصفحة جزءاً من التصميم الجرافيكي الذي يحدد كيفية تنظيم عناصر المحتوى في صفحة واحدة. يشمل ذلك تاريخاً طويلاً من الصفحات المصممة، بدءاً من الصفحات المخطوطة يدوياً في العصور الوسطى، وصولاً إلى التصميمات المعقدة للمجلات الحديثة وكتالوجات المنتجات، مما يؤكد على أهمية التصميم السليم للصفحات.

وتعتبر تصميم الواجهة عملية تتضمن تصميم مواقع الويب والبرمجيات، ويتطلب تعاوناً وثيقاً بين مصممي الجرافيك ومطوري البرمجيات والمواقع لإنشاء تجربة مستخدم تفاعلية وجذابة، مع الأخذ في الاعتبار أهمية تصميم الأيقونات كجزء أساسي من هذه العملية، لذلك يعتبر التصميم هو أسلوب حياة يتداخل مع جميع

الأنشطة البشرية ويساهم في حل المشكلات اليومية، وليس مجرد فن. يمر المصمم بتجارب تؤثر فيه ويسعى لإيجاد مخرج لمشاعره لاستعادة توازنه، مما يعمق خبراته^(١٢).

الطباعة اليدوية:

عملية فنية تُنتج بها نسخ من عمل باستخدام قوالب سطحية. لطباعة هي عملية إنتاج نسخ متكررة من صورة أو نص على سطح معين، باستخدام قوالب أو آلات لنقل الحبر أو اللون، بهدف الحصول على كميات كبيرة من نفس التصميم، ما الرسم: هو فن إنشاء صورة أو شكل على سطح ما باستخدام أدوات يدوية مثل الأقلام، الألوان، الفحم، أو غيرها، ويعتمد على اللمسة المباشرة للفنان ومهاراته اليدوية لإن تاج عمل أصلي وفريد.

فن الكرافيك: graphic art في معناه العام هو فن قطع أو حفر أو معالجة الألواح الخشبية أو المعدنية أو أي مادة أخرى بهدف تحقيق اسطح طباعية، والحصول على تأثيرات فنية تشكيلية مختلفة عن طريق طباعتها. وفن الكرافيك هو طباعة نسخ مماثلة من (كليشة محفورة) يقوم الفنان بأداء كل مرحلة من عمل التصميم وتجهيز السطوح الطباعية وحفرها وطباعتها.

ويعود تاريخ الكرافيك والحفر على الأسطح إلى العصور القديمة، حيث نقش الإنسان البدائي على الصخور. أقدم صورة مطبوعة على الورق من لوح خشبي ظهرت في الصين عام ٨٦٨ ق.م. وفي أوروبا بدأت طباعة الأقمشة باللوحات الخشبية في العصور الوسطى. ويرجع تاريخ أول نسخة مطبوعة من حفر خطي إلى سنة ١٤٤٦ وأول عمل محفور على المعدن سنة ١٥١٣^(١٣).

الطباعة البارزة (Relief Printing):

وتشمل الأماكن البارزة التي تلتقط الحبر عند الطباعة ويبرز الفنان بواسطة أدوات الحفر على الخامة المستخدمة لاينو أو خشب التصميم الذي يريده على السطح الطباعي ويزيل بالازميل المساحات التي لا يريد طباعتها وعند الطباعة نجد ان الحبر لا يستقر الا على الأجزاء البارزة منها والتي سوف تطبع على ورقة A٣. وتكون طريقة عمل التصميم الطباعي، يتم حفر الأجزاء غير المرغوب فيها بحيث الأجزاء البارزة تحتفظ بالحبر. مثال: الطباعة على الخشب (Woodcut) والمواد والأدوات المستخدمة هي نماذج صور (سكيجات)، قلم رصاص، ورق كاربوني طباعي، ورقة (دليل)، الواح خشب نوع ndf، أدوات الحفر، الحبر الطباعي، رولة، ورق، A٣ سطمية خشبية أو فرشاة للدعك على السطح.

الطباعة الغائرة: هي عملية يتم فيها قطع الخطوط المراد طباعتها في لوحة معدنية (مثل النحاس) إما عن طريق أداة قطع تسمى الإزميل، يتم حملها في اليد - وفي هذه الحالة تسمى العملية النقش؛ أو من خلال التأثير التآكلي للحمض - وفي هذه الحالة تعرف العملية باسم النقش. وعرف هذا النوع من الأسطح الطباعية الغائرة مبكراً وكان يطلق عليه الحفر على النحاس، وشاع استخدامه منذ القرن الخامس عشر عندما كان الفنانون يحفرون الأسطح النحاسية بأزاميل تملأ تجاويفها بالحبر تمهيداً لطباعة ما تم حفره، وتطورت طريقة

الحفر الغائر. إذ كان السطح النحاسي يغطي بمادة مقاومة للحمض تسمى بالأرضية، ثم تحفر خطوط الرسم بالخدش على سطح الأرضية دون خدش سطح المعدن نفسه، ثم يأتي دور الحمض في حفر خطوط الرسم المعرضة له دون التأثير في بقية مناطق السطح المغطى بمادة مقاومة للحمض^(١٤).

أدوات الطباعة الغائرة وطريقة العمل

عادةً ما تُستخدم صفائح النحاس ، أو في الآونة الأخيرة الزنك ، والتي تُسمى الصفائح، كسطح أو مصفوفة، وتُنشأ الشقوق عن طريق الحفر أو النقش أو الحفر الجاف أو الحفر المائي أو الحفر الميزوتيني ، وغالبًا ما تكون مجتمعة. يمكن أيضًا طباعة الكولاجراف كصفائح غائرة. وتتم طريقة العمل في الطباعة الغائرة، من خلال قطع الخطوط المراد طباعتها في لوحة معدنية (مثل النحاس) إما عن طريق أداة قطع تسمى الإزميل ، يتم حملها في اليد - وفي هذه الحالة تسمى العملية النقش؛ أو من خلال التأثير التآكلي للحمض - وفي هذه الحالة تعرف العملية باسم النقش. ويعود تاريخ الطباعة الغائرة في سنة ١٨٩٣م إذ استعملت طريقة الطباعة الغائرة في الصحافة المصورة على وجه الخصوص بعد أن استطاع الفنان الألماني كارل كليتش Karl Klietsch تطبيق طريقة "تالبروت" في طباعة أسطح معدنية مقوسة أو نصف اسطوانية يمكن تركيبها على آلات الطباعة الحديثة، وهي الطريقة المعروفة باسم الروتوغرافور Rotogravure. ومن أهم ميزات هذه الطريقة أنها تصلح لإخراج الصور الفوتوغرافية وطباعتها على ورق جيلاتيني ومنه إلى النحاس لتحفر حفرًا غائرًا.

وبهذا تمثل الطباعة البارزة أحد أهم الأساليب الفنية في مجال الجرافيك، لما تحمله من طابع يدوي فريد وإمكانات تعبيرية واسعة. ومن خلال التجريب على الأسطح المختلفة كالخشب والجبس، يكتشف الفنان خصائص كل خامّة وما تتيحه من تنوع في الأثر البصري والملمسي^(١٥).

أولاً: - الشعر

(اللوغو) هو رمز بصري موجز ومبسط، يحمل دلالات ومعاني محددة تتعلق بالكيان أو المفهوم الذي يمثله. وظيفته الأساسية هي تكثيف وتلخيص الفكرة أو الموضوع، مستندًا إلى ما يثيره في ذهن المتلقي من ترابطات فكرية ومعنوية. يسعى الشاعر إلى التعبير عن موضوع معين بشكل رمزي، مترجمًا الأفكار والمعاني بطريقة تُحدث استجابة مشابهة لدى الجمهور، مما يضمن إيصال الرسالة بوضوح وسرعة. إذ إن الشعر المعاصر هو وسيلة اتصال إبداعية تعكس التجربة الإنسانية، وتتميز بالجمع بين الفلسفة والمفاجأة والاختلاف، وتجاوز المألوف. يتمتع بقدرة لا محدودة على التحرر من النظرة الجامدة للواقع، ويعتبر عنصراً أساسياً للانفتاح على عالم مليء بالرؤى والأشكال الإبداعية، مع انتقاء عناصر تشكيلية تثريه بدلالات فكرية خاصة.^(١٦)

خصائص التصميم المعاصر للشعار:

تصميم الشعار لا يتطلب فقط خيالاً واسعاً وحساً فنياً وبراعة في الرسم، بل يتطلب أيضاً اتباع خطوات عملية صحيحة. الهدف من هذه الخطوات هو إيصال رسالة بشكل واضح. ومنها:

(بساطة الأسلوب، فريد ومتميز، النسيج البنائي، الخصائص الدلالية، سهولة القراءة، تعددية الاستخدام، اتجاه حركة البصر، تطبيق التقنيات الحديثة)^(١٧).

المبحث الثاني

بلاغة السيمولوجيا البصرية في الشعار المعاصر

المبحث الثاني: بلاغة سيمولوجيا الصيغ البصرية للشعار المعاصر:

تتناول الصيغ البصرية في الشعار، حيث تكتسب العلامات البصرية معناها من تفاعلها مع علامات أخرى لتشكيل الدلالة. هذه الصيغ تؤدي وظائف بلاغية مهمة للمتلقي، مثل تكثيف المعنى أو الإحلال الرمزي، بهدف إبراز المعنى دون الاختصار على الدلالة المباشرة.

الوظائف البلاغية:

التجسيد: (Visualization) إلى تحويل المعاني والقيم المجردة إلى صور حسية مرئية. مثال على ذلك هو تجسيد الألم في تصميم الشعار، أو تجسيد عواطف مثل الفرح، الدهشة، أو الحزن والغضب. وتستخدم شركات إنتاج الأفلام شعارات تجسد تعابير الوجه للتعبير عن الكوميديا والمآسي.



شكل (١) التجسيد

التوضيح

لتوضيح هو تفسير لمفهوم أو معنى شيء غير واضح بصرياً. على سبيل المثال، يمكن استخدام شعار مركب شراعي مع رموز إنجليزية تجريدية وشخصين لتوضيح مفهوم السياحة والترفيه الممتع.



شكل (٢) التوضيح

الإيجاز

(Concison) كنقطة ثالثة. يوضح أن الإيجاز في التصميم البصري يعني قدرة الصيغ البصرية المجردة على تمثيل شرح طويل أو وصف مسهب.



شكل (٣) الایجاز

الإحلال

أي تجنب معالجة الأمور الحساسة (مثل القضايا الاخلاقية، العنصرية، الوحشية، أو السرية) عند تصميم الشعارات. يتم ذلك بالابتعاد عن الرموز المباشرة واستخدام رموز لا تشير صراحة إلى الموضوع، كما في شعار الخط الساخن لعلاج الإدمان أو الإيدز أو العجز الجنسي. وهذا مثال لشعار حقوق الإنسان .



شكل (٤) الاحلال

أنواع الصيغ البلاغية التي يتضمنها تصميم الشعار المعاصر :

١- التشبيه: في تصميم الشعار هو تصوير علاقة بصرية تربط بين السلعة أو الموضوع. الهدف من تصميم الشعار بهذا الأسلوب هو إيجاد تشابه أو صفة مشتركة بين تصميم الشعار وطبيعته الأساسية. يُلاحظ أن كلاً من المشبه والمشبّه به موجودان في الشعار والشعار ادناه كشركة عقارية واقتصادية، ويوضح كيف يربط بين المعمار والتنمية والتطور الاقتصادي للمعمورة الأرضية



شكل (٥) التشبيه

الاستعارة:

هي نوعاً من التشبيه، حيث يكون أحد طرفي العلاقة غائباً بينما يأخذ الطرف الحاضر هيئة الطرف الغائب، مما يخلق ترابطاً قوياً بينهما. ويشير الشعار ادناه من رمز لطائر النسر المعروف بقوته وسرعته. هذا النسر يعد استعارة لشركة الطيران. أما الدائرة المحيطة بالنسر فهي كناية عن الكرة الأرضية، مما يدل على أن طائرات الشركة تجوب أنحاء العالم.



شكل (٦) الاستعارة

الكناية:

الكناية هي صيغة بلاغية تعني استبدال المسبب (النتيجة) بالسبب، أو الإشارة إلى السبب بدلاً من

النتيجة.

أمثلة:

* استخدام مصمم الشعار لعلامات معينة كناية عن أشياء أخرى.

* "المفتاح" كناية عن الصبر.

* "قبضة اليد" كناية عن القوة أو الجري.

* "الميزان" كناية عن العدل. كما في الشكل (٧) الكناية



شكل (٧) الكناية

المجاز:

هو أداة بلاغية تستخدم علامات أو صوراً لاستدعاء معاني خاصة، معتمداً على التشابه، وليس التلازم المباشر.

تتغير دلالات المجاز باختلاف الثقافات، فمثلاً الأسد يرمز للشجاعة.

والشعار ادناه يرمز إلى رعاية الأيتام: اليد الصغيرة تمثل الطفل المحتاج للرعاية، واليد الكبيرة ترمز لمقدم

الرعاية، مما يوضح علاقة الرعاية والنمو.



شكل (٨) المجاز

المفارقة:

تستخدم المفارقة في تصميم الشعار البلاغي للدلالة المباشرة، حيث يشير الشعار إلى المعنى العكسي أو المتناقض، مثل استخدام رمز الثعبان الذي يدل على الدواء لعلاج داء آخر، ليخدم غرض السخرية أو التعبير عن تناقض المعنى.



شكل (٩) المفارقة

المبالغة (Exaggeration):

أسلوب تعبير بصري في تصميم الشعارات، يقوم على تضخيم أو إطالة العناصر لإبراز أهميتها أو حذف وتشويه بعضها لنفس الغرض، ومثال ذلك شعار شركة "الماياس" للسفر والسياحة الذي يُظهر كرة أرضية كبيرة تحتضنها أيدي ممثلة للدلالة على انتشار فروعها عالمياً^(١٨).



شكل (١٠) المبالغة

ثانياً: البوستر (الملصقات الاعلانية)

بدأت كقطع ورقية تقليدية وتطورت لتصبح رقمية، هي تصميم إعلاني أو ترويجي. تتضمن نصوصاً ورسوماً بيانية، وقد تكون صوراً أو خلفيات أو نصوصاً فقط، ويتم تصميمها لجذب الانتباه وإيصال المعلومات. تتميز الملصقات ببساطتها في نقل الرسائل، وتمزج بين الكلمات والصور المعبرة، وتستخدم لأغراض متنوعة مثل الترويج لمنتج أو شخص أو عمل فني، وتهدف إلى إيصال رسالة للجمهور. كما أنها غالباً ما تكون ذات تكلفة منخفضة مقارنة بالعمل الأصلي.



شكل (١١) ملصقات إعلانية

نصائح لتصميم البوسترات:

أ. ابدأ بفكرة جيدة:

ما يجعل البوستر رائعاً هو ليس فقط القيمة الجمالية له بل الفكرة الرائعة من وراء البوستر والمنفذ بطريقة جميلة، ابدأ بعمل بعض الرسومات وعندما تحصل على الرسمة التي تعجبك حينها قم بالتفكير بجمالية الشكل والحروف، وتذكر أن الفكرة هي المحرك للتصميم وليس العكس.



شكل (١٢) ابدأ بفكرة جيدة

ب- أثنان في واحد:

تصميمك يبدأ بكتابة بعض الكلمات التي تعكس الهدف من وراء التصميم، وينتهي بدمج الكلمات معاً من خلال الرسومات. ففي هذا التصميم، مدمجتين أكثر فعالية في إيصال الرسالة من استخدام رسمة واحدة وكلمة واحدة فقط.



شكل (١٣) اثنان في واحد

ج. استوحي أفكارك من حياتك ومحيطك:

في هذا التصميم استوحي الفنان فكرته من حياته الشخصية حيث كانت زوجته حاملاً آنذاك، إذ عمل على دمج الدراجات الهوائية مع ما استلهمه من الأطفال منعكساً باللونين المختلفين للدراجات الهوائية (ولد أوبنت)



شكل (١٤) استوحي أفكارك من حياتك ومحيطك

د. استفد قدر الإمكان من الأداة التي تستخدمها:

فعلى سبيل المثال إذا كنت تستخدم الطباعة بالشاشة الحريية اعمل على استكشاف تقنية الطباعة ضمن طبقات مختلفة، وإذا كنت تستخدم الطباعة الرقمية أيضاً اعمل على البحث في الاحتمالات المختلفة والتي قد تكون متاحة لديك باستخدام هذه الوسيلة، وقد تعمل أيضاً على الدمج بين التصوير الفوتوغرافي والطباعة بالشاشة الحريية لعمل تظليل خفيف، وغيرها من التقنيات.



شكل (١٥)

هـ. قانون الخمسة:

البوستر الجيد قد يكون له التأثير نفسه على بعد ٥٠ قدماً كما هو على بعد ٥ أقدام أو ٥ أن ترى شيئاً مختلفاً. إنشأت، في المثال أدناه في كل بعد تستطيع ان ترى شيئاً مختلفاً.



شكل (١٦)

و - اجعل تصميمك بسيطاً:

أهم نصيحة يشدد عليها الفنيون هي أن تجعل تصميمك بسيطاً، اختر فكرة واحدة وقم بتنفيذها باستخدام أقل عدد ممكن من العناصر، بحيث يمكن فهم التصميم من دون الحاجة إلى تفسير معمق، فالجمهور يرى العديد من البوسترات يومياً وكل تصميم يحاول الحصول على انتباه المارة. لذا اصنع تصميمًا بسيطًا يمكن فهمه بمجرد المرور .



شكل (١٧)

ز - كن مميزاً في تصميمك:

إذا كنت تعلم أن تصميمك سيكون ضمن بحر واسع من تصاميم لفنانين آخرين، عليك أن تجعل تصميمك مميزاً وبارزاً. قد تفعل ذلك من خلال استخدام الألوان الفاقعة أو التباين العالي أو غيرها من التقنيات، فني.



شكل (١٨)

بمعنى إن أنواع المطبوعات كثيرة، وهي في زيادة مستمرة مع زيادة مخرجات التطور التكنولوجي. ولكن مهما تغيرت هذه المطبوعات، فإن هناك العديد من القواعد الواجب اتباعها عند التصميم، كي نصل إلى الهدف الإعلاني المتوقع من هذه المطبوعة أو تلك^(١٩).

الفصل الثالث

إجراءات البحث

أولاً: منهجية البحث :

اعتمدت الدراسة على مناهج بحث متعددة لضمان شمولية المقاربة، وهي:

المنهج الوصفي-التحليلي (Descriptive-Analytical Method): استخدم لوصف المفاهيم المتعلقة بالاتصالات البصرية والتصميم الجرافيكي، وتحليل تراكيبها الفنية والجمالية. كما ساعد في تحديد السمات المشتركة والخصائص المميزة لمدارس التصميم المختلفة.

المنهج التاريخي (Historical Method): استُخدم لتتبع أصول التصميم الجرافيكي من النقوش المبكرة حتى العصر الرقمي، والمساعدة في فهم العوامل الاجتماعية والثقافية التي أثرت في تطور الطباعة وفنون الاتصال البصري.

المنهج السيميولوجي (Semiological Method): تم الاعتماد عليه لتحليل الشعارات والملصقات من خلال دراسة العلامات والرموز ودلالاتها البصرية. ويُفيد في الكشف عن الأبعاد البلاغية (مثل التشبيه، والاستعارة، والكناية، والمجاز) التي يوظفها المصممون للتأثير على المتلقي.

المنهج المقارن (Comparative Method): استُخدم للمقارنة بين مدارس فنية مختلفة (مثل الباوهاوس، والفنون والحرف، ومدرسة نيويورك، والطباعة السويسرية) وتحديد الفروق في أساليب التعبير البصري لديها.

ثانياً: مجتمع البحث :

يشمل إجمالي مجتمع البحث جميع الأعمال البصرية والتصميمية المتعلقة بالاتصال البصري (شعارات، ملصقات، مطبوعات، تصاميم رقمية)، بالإضافة إلى الإنتاجات النظرية (كتب، مقالات، وأبحاث) التي تناولت تطور فن الاتصال البصري.

ثالثا : عينة البحث

تم اختيار عينة قصدية من الشعارات والملصقات لتمثيل:

الفترات التاريخية: (الطباعة اليدوية، الطباعة الغائرة، طباعة الحروف).

المدارس الفنية: (الباوهاوس، مدرسة نيويورك، الأسلوب الطباعي العالمي).

نماذج التصميم الرقمي المعاصر: مما يتيح تمثيلاً متوازناً للأبعاد التاريخية، والجمالية، والتواصلية.

رابعا : اداة البحث

المصادر النظرية: الكتب الأكاديمية المتخصصة في التصميم الجرافيكي وفن الاتصال البصري، بالإضافة إلى الدراسات السابقة.

المصادر البصرية: الأمثلة العملية للشعارات والملصقات والمواد المطبوعة.

الملاحظة المباشرة: رصد كيفية استخدام التصميم الجرافيكي في الواقع (الإعلانات، المواقع الإلكترونية، العلامات التجارية).

التحليل الوثائقي: مراجعة الأرشيفات البصرية (الملصقات التاريخية، الشعارات المعروفة

خامسا : أدوات التحليل

التحليل الفني-الجمالي: لفحص عناصر التصميم (الألوان، التكوين، التوازن، التباين، الإيقاع).

التحليل السيميولوجي (الدلالي): لفك شفرة الرموز والدلالات البصرية في الشعارات والملصقات.

التحليل الوظيفي: لقياس مدى تحقيق التصميم لأهدافه (التسويقية، التوعوية، الفنية).

التحليل المقارن: لإبراز الفروق بين المدارس والمقاربات البصرية المختلفة.

تحليل العينة

انموذج رقم (١)

اسم الشعار: التجسيد والايجاز



طبيعة التحليل: تحليل أكاديمي متكامل لبنية الشعار ووظيفته البلاغية والسيميائية

يمكن تحليل الشعار بوصفه بناءً مرئياً متعدد الأبعاد، يهدف إلى تحقيق وظائف محددة من خلال توظيف عناصر بلاغية وسيميائية. ويتم تفكيك هذا البناء عبر منهجين رئيسيين: التحليل الوظيفي والتحليل السيميولوجي (السيميائي)، الذي يركز بشكل خاص على مستوى اللاوعي في الدلالة.

أولاً: التحليل الوظيفي للشعار (The Functional Analysis)

يهدف التحليل الوظيفي إلى تحديد الغاية الأساسية للشعار وكيف يترجم القيمة والاهتمام والثوقية إلى شكل مرئي. وتتجسد وظيفة الشعار في التجسيد والتمثيل، حيث يعمل على:

١- **تحديد القيمة والاهتمام:** الكشف عن القيمة المضمنة في الشعار والاهتمام الذي يوليه للموضوع الذي يمثله.

٢- **إظهار الوثوقية:** إبراز مدى جدارة الشعار بالثقة في سياقه الحالي أو المستهدف.

على مستوى العناصر، يُنظر إلى "رمز السر" (Secret Symbol) في إطار التحليل الوظيفي، حيث يُوظف هذا الرمز لإبراز أهمية مفهوم القوة أو القدرة الكامنة التي يمثّلها الشعار أو الجهة التي يرمز إليها.

ثانياً: التحليل السيميولوجي والبلاغي (The Semiological and Rhetorical Analysis):

يركز التحليل السيميولوجي (اللاوعي) على تفكيك الرموز والدلالات (Connotations) التي يستخدمها الشعار لإيصال رسائله على مستوى أعمق. ويشمل هذا المنهج دراسة الأبعاد البلاغية والتقنيات المستخدمة:

١. **استغلال الفراغ والدلالات الرقمية:** في سياق "الفراغ الرقمي" (مثل الكرة الأرضية)، يتم التركيز على

الدلالات التي تخدم أهداف ومهام الشركة أو العلامة. حيث تعمل هذه الدلالات على ترسيخ مفهوم الوثوقية (Trustworthiness) المرتبط بتقديم خدمة عالية أو منتج متجدد باستمرار.

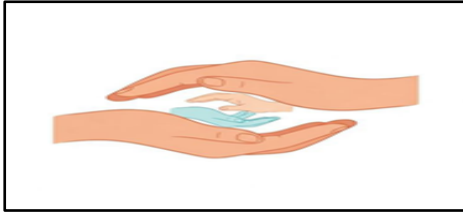
٢. **التقنيات البلاغية في الشعار:** يُعتبر الشعار بناءً بلاغياً يستخدم الرموز لوصف المفاهيم المجردة، وينقسم إلى تقنيتين رئيسيتين:

أ. **التقنية البلاغية الرئيسية:** تُستخدم الرموز والدلالات بشكل أساسي لوصف مفاهيم جوهرية مثل القوة والثوقية والعزم (الإصرار). يهدف هذا الاستخدام إلى إظهار أهمية وقيمة "الفكرة القارئة" أو "الفكرة الدائرية" (Core/Guiding Concept) التي يمثّلها الشعار، والتي غالباً ما تكون موجهة للحاضر أو تمثل قيمة خالدة.

ب. **التقنية البلاغية الثانوية:** تتمثل في الاستخدام الواعي والمباشر للرموز لوصف القوة المرئية والعزم والإصرار، مما يعزز أهمية تلك الفكرة الأساسية أو المفهوم الدائري. ويهدف هذا المستوى من التحليل إلى الكشف عن الرسائل البلاغية المضمنة التي تؤثر في المتلقي بشكل غير مباشر (اللاوعي). ويتضح من هذا التحليل أن فهم الشعار يتطلب مقارنة مزدوجة: وظيفية لتحديد الغاية من وجوده (وظيفة التمثيل والقيمة) وسيميولوجية بلاغية لتفكيك آليات إيصال المعنى (استخدام الرموز والدلالات لوصف القوة والثوقية). ومن خلال دمج هذين المنظورين، يمكن الفهم الشامل ودرجة عالية من التأويل الأكاديمي للرسالة الكلية للشعار.

أنموذج (٢)

اسم الشعار : رعاية الأيتام



يُعتمد في تحليل انموذج هذا الشعار على المنهج

السيمائي التحليلي (Semiotic Analysis)، مع التركيز على نظرية رولان بارت (Roland Barthes) في تفكيك العلامة إلى مستويي التأشير (Denotation) والتأويل (Connotation)، بالإضافة إلى تطبيق مفاهيم البلاغة البصرية (Visual Rhetoric) لتحديد الصيغ والوظائف الجمالية. يهدف التحليل إلى الكشف عن كيفية تحويل القيم المجردة (مثل الرعاية والأمان) إلى مدلولات رمزية أيقونية ذات فاعلية اتصالية عالية. ومن ناحية المدلول الأيقوني والتأشير (Denotation and the Iconic Sign) يتكون الشعار من ثلاثة أشكال بيومورفية (Biomorphic Forms) متداخلة تمثل الأيدي البشرية، وهي تشكل هيكلًا بنائيًا مركزيًا (Centralized Structure). إن هذا التكوين يحقق:

١- **الإيجاز الشكلي:** يمثل الشعار نموذجاً مثالياً للإيجاز البصري، حيث تم اختزال وظيفة معقدة وشاملة (رعاية نمو الطفل) في شكل هندسي-عضوي بسيط ومدرّك فورياً.

٢- **التوازن الديناميكي:** يُلاحظ وجود توازن غير متماثل صريح ولكنه متوازن وظيفياً (Functional Balance)، ناتج عن التدرج في الأحجام وإيقاع الاحتواء، حيث تبدأ الحركة البصرية من اليد الصغرى (نقطة الضعف/الحاجة) وتتسع تدريجياً لتشملها الأيدي الكبرى (مصدر القوة/الحماية).

٣- **العلامة الأيقونية:** تُعد الأيدي علامة أيقونية بامتياز، إذ تحمل شبيهاً مباشراً للعنصر الحقيقي، إلا أنها مُجردة بدرجة كافية لكي تبتعد عن التصوير الواقعي وتكتسب صفة الرمز الهوياتي (Branding Symbol). وتكمن القوة الأكاديمية للشعار كالتأويل السيميائي والتوظيف البلاغي (Connotation and Rhetorical Figures) في قدرته على توليد مدلولات ضمنية (Connotations) تتجاوز المعنى الحرفي للأيدي. يُمكن تصنيف التوظيف البلاغي في هذا النموذج ضمن التقنيات التالية:

١. **مجاز الملازمة (Metonymy) والتمثيل:** يُعد الشعار تطبيقاً واضحاً لمجاز الملازمة (المجاز المرسل)، حيث تم استخدام جزء (الأيدي) للدلالة على كل (الفعل الإنساني والأخلاقي).
اليد الصغيرة: ترمز مجازاً للحالة (الاحتياج/اليتم)، واليد الكبيرة: ترمز مجازاً للفاعل (المُحتضِن/المؤسسة/المجتمع)، وتكون العلاقة: مجاز عن علاقة الرعاية والاحتواء، مما يربط المؤسسة بصورة عاطفية عميقة وفعالة.

٢. **الاستعارة التجسيدية والرمزية (Personification Metaphor):** يُسقط الشعار صفات إنسانية (كالتلامس والدفع والاحتضان) على فكرة مجردة (وهي المؤسسة أو الحملة الخيرية)، مما يُحوّلها إلى كيان

حاضن وفاعل، ويجعل الرسالة أكثر إقناعاً عاطفياً (Pathos) وأشد تأثيراً في المتلقي. إنه يمثل تمثيلاً رمزياً (Allegory) للنمو الآمن والمتدرج تحت مظلة الحماية.

رابعاً: البعد الإدراكي والفعالية الاتصالية

يتسم الشعار بفعالية عالية في تحقيق الوظيفة الاتصالية البصرية (Visual Communication)

(Efficiency):

الذاكرة البصرية والإدراك: إن البساطة المطلقة للشكل والتكوين المغلق الذي يوحي بالكمال والأمان، يساعد على سرعة تخزين الرمز في الذاكرة البصرية (Visual Memory) للمتلقي.

التأثير الإقناعي (Persuasion): يعتمد الشعار على آليات الإقناع البصري من خلال إثارة المشاعر الإنسانية النبيلة (التعاطف والرأفة)، محولاً الشعار إلى بيان إعلاني مكثف (Concise Advertising Statement) يحث على الدعم دون الحاجة إلى نص مصاحب.

رأس المال الرمزي: يسهم هذا التوظيف البلاغي في بناء رأس المال الرمزي (Symbolic Capital) للمؤسسة، عبر ربط هويتها بصرياً بأعلى قيم المسؤولية الإنسانية والاحتواء الأبوي أو المجتمعي. يعتبر شعار "رعاية الأيتام" نموذجاً متكاملًا في التصميم الجرافيكي المعاصر، ينجح في توظيف البلاغة الرمزية كآلية لـ التكثيف الدلالي (Semantic Condensation) والاستقطاب العاطفي. ويثبت هذا التحليل أن الرمز لم يعد مجرد عنصر جمالي، بل أداة تأثير اجتماعي وأخلاقي عميقة، وهو ما يؤكد على أهمية دراسة بلاغة الرمز في التصاميم الحديثة.



أنموذج (٣)

اسم الشعار: منظمة الصحة العالمية (WHO)

أولاً: الوصف البصري والرمزي

يتكون الشعار من رمز الحية الملتفة حول عصا، يتوسط خريطة العالم المحاطة بأغصان الزيتون.

ثانياً: التحليل البلاغي (Rhetorical Analysis)

المفارقة (Paradox): توظيف رمز "الثعبان" الذي قد يوحي بالخطر في سياقات أخرى، لكنه هنا يُستخدم للدلالة على الشفاء والدواء، وهو ما يتفق مع أسلوب التحليل المتبع الذي يشير إلى استخدام الرموز لإعطاء معانٍ عكسية أو متخصصة.

الكناية (Metonymy): تمثل "عصا أسكليبيوس" (الحية والعصا) كناية عن مهنة الطب والقدرة على الشفاء، بينما تمثل "أغصان الزيتون" كناية عن السلام والتعاون الدولي.

الاستعارة (Metaphor): خريطة العالم في المركز هي استعارة لشمولية الرعاية الصحية، حيث ترمز الدائرة أو الكرة الأرضية إلى إحاطة المنظمة بالعالم أجمع، تماماً كما في تحليل شعار شركة الطيران بالعينة الأصلية.

ثالثاً: الوظائف البلاغية والإدراكية

التجسيد (Visualization): يحول الشعار القيمة المجردة (الصحة العالمية) إلى صور حسية ملموسة (خريطة، عصا، غصن زيتون).

الإيجاز (Conciseness): يختزل الشعار تاريخاً طويلاً من الأساطير الطبية والمهام الإنسانية المعقدة في رمز بصري واحد سريع الحفظ.

التوضيح (Illustration): يوضح الشعار طبيعة عمل المنظمة وهدفها الجغرافي (العالم) والمهني (الطب) دون الحاجة لنص شارح مسهب.

رابعاً: البعد الثقافي والاتصالي

يعتمد الشعار على "رأس المال الرمزي" المرتبط بالتاريخ الإغريقي، مما يمنحه سلطة معرفية وتاريخية، ويؤثر في المتلقي من خلال إثارة مشاعر الثقة والارتباط بالقيم الإنسانية النبيلة، وهو ما يتماشى مع استنتاجات البحث حول تأثير الرموز بالسياقات الثقافية.

أ نموذج (٤)

اسم الشعار: مركز التوازن البيئي

أولاً: الوصف البصري (العناصر التشكيلية)



الشكل والهيئة: يتكون الشعار من شكل دائري مفتوح يحتضن في مركزه ورقة شجر منسوجة بداخل بصمة إصبع إنسانية، مع استخدام خطوط منحنية تتناسب من الأسفل لتشكل قاعدة تشبه قطرة الماء.

الألوان: تم اختيار اللون الأخضر المتدرج (عشب - غابات) كناية عن الحياة والطبيعة، واللون الأزرق الصافي كناية عن الماء والنقاء البيئي.

التكوين: يعتمد التكوين على "الوحدة المتزنة" التي تعكس مفهوم الاستدامة من خلال التداخل بين العناصر الطبيعية (الورقة) والبشرية (البصمة).

ثانياً: التحليل السيميولوجي (الدلالات الرمزية)

بصمة الإصبع: ترمز إلى "الأثر الإنساني" والمسؤولية الفردية تجاه الكوكب. إنها علامة تشير إلى الهوية والالتزام الأخلاقي.

ورقة الشجر: رمز كوني للطبيعة والنمو المتجدد، وهي دلالة إشارية للبيئة النباتية.

قطرة الماء: تمثل شريان الحياة والموارد الطبيعية التي يسعى المركز لحمايتها.

ثالثاً: البعد البلاغي في التصميم

الاستعارة (Metaphor): تم توظيف بصمة الإصبع كاستعارة لـ "الرعاية"؛ فبدلاً من إظهار يد تمسك بالنبات، تم دمج البصمة داخل الورقة للدلالة على أن حماية البيئة يجب أن تكون جزءاً من التكوين الجوهري للهوية الإنسانية.

الكناية (Metonymy): استخدام قطرة الماء في القاعدة هو كناية عن "النماء" والخصوبة، حيث أن وجود الماء هو السبب والنتيجة لازدهار البيئة.

المجاز (Allegory): يمثل الشعر بمجمله مجازاً عن "التعايش السلمي"؛ حيث لا يطغى العنصر البشري (البصمة) على العنصر الطبيعي (الورقة)، بل يندمجان في حيز واحد لتحقيق التوازن.

رابعاً: الفعالية الاتصالية والوظيفة

الإيجاز (Concison): نجح الشعر في اختزال فكرة "الاستدامة البيئية والمسؤولية المجتمعية" في رمز واحد بسيط يسهل حفظه واسترجاعه بصرياً.

التجسيد (Visualization): قام المصمم بتجسيد فكرة مجردة وهي "الحفاظ على البيئة" عبر صور حسية ملموسة (بصمة، ورقة، قطرة) لتقريب المعنى من ذهن المتلقي.

مطابقة الحال: يحقق الشعر الغرض التسويقي والاجتماعي للمركز، كونه يبعث برسالة طمأنة وثقة حول دور المؤسسة في حماية الموارد.

أولاً: الوصف البصري (العناصر التشكيلية)

الشكل والهيئة: يتكون الشعر من شكل دائري مفتوح يحتضن في مركزه ورقة شجر منسوجة بداخل بصمة إصبع إنسانية، مع استخدام خطوط منحنية تتناسب من الأسفل لتشكل قاعدة تشبه قطرة الماء.

الألوان: تم اختيار اللون الأخضر المتدرج (عشب - غابات) كناية عن الحياة والطبيعة، واللون الأزرق الصافي كناية عن الماء والنقاء البيئي.

التكوين: يعتمد التكوين على "الوحدة المتزنة" التي تعكس مفهوم الاستدامة من خلال التداخل بين العناصر الطبيعية (الورقة) والبشرية (البصمة).

ثانياً: التحليل السيميولوجي (الدلالات الرمزية)

بصمة الإصبع: ترمز إلى "الأثر الإنساني" والمسؤولية الفردية تجاه الكوكب. إنها علامة تشير إلى الهوية والالتزام الأخلاقي.

ورقة الشجر: رمز كوني للطبيعة والنمو المتجدد، وهي دلالة إشارية للبيئة النباتية.

قطرة الماء: تمثل شريان الحياة والموارد الطبيعية التي يسعى المركز لحمايتها.

ثالثاً: البعد البلاغي في التصميم

الاستعارة (Metaphor): تم توظيف بصمة الإصبع كاستعارة لـ "الرعاية"؛ فبدلاً من إظهار يد تمسك بالنبات، تم دمج البصمة داخل الورقة للدلالة على أن حماية البيئة يجب أن تكون جزءاً من التكوين الجوهرى للهوية الإنسانية.

الكناية (Metonymy): استخدام قطرة الماء في القاعدة هو كناية عن "النماء" والخصوبة، حيث أن وجود الماء هو السبب والنتيجة لازدهار البيئة.

المجاز (Allegory): يمثل الشعر بمجمله مجازاً عن "التعايش السلمى"؛ حيث لا يطغى العنصر البشرى (البصمة) على العنصر الطبيعى (الورقة)، بل يندمجان في حيز واحد لتحقيق التوازن.

رابعاً: الفعالية الاتصالية والوظيفة

الإيجاز (Concison): نجح الشعر في اختزال فكرة "الاستدامة البيئية والمسؤولية المجتمعية" في رمز واحد بسيط يسهل حفظه واسترجاعه بصرياً.

التجسيد (Visualization): قام المصمم بتجسيد فكرة مجردة وهي "الحفاظ على البيئة" عبر صور حسية ملموسة (بصمة، ورقة، قطرة) لتقريب المعنى من ذهن المتلقي.

مطابقة الحال: يحقق الشعر الغرض التسويقي والاجتماعي للمركز، كونه يبعث برسالة طمأنة وثقة حول دور المؤسسة في حماية الموارد.

الفصل الرابع

أولاً: نتائج البحث:

١- **البلاغة البصرية كأداة اتصال محورية:** الرمز البلاغي في التصميم الجرافيكي ليس مجرد إضافة جمالية، بل هو أداة اتصال فعّالة تعمل على تبسيط المعاني المعقدة وإيصالها بوضوح.

٢- **تعددية الأبعاد البلاغية:** يستخدم المصمم أبعاداً بلاغية رئيسية مثل (التشبيه، الاستعارة، الكناية، والمجاز) لتحقيق أقصى تأثير على المتلقي.

٣- **الوظائف البلاغية للرمز:** تتلخص وظائف الصيغ البصرية في الشعر في أربعة جوانب: التجسيد: تحويل المعاني المجردة إلى صور حسية مرئية.

٤- **التوضيح:** تفسير المفاهيم غير الواضحة بصرياً.

٥- **إيجاز:** تمثيل الشروحات الطويلة بصيغ بصرية مكثفة.

٦- **الإحلال:** تجنب الرموز المباشرة في المواضيع الحساسة (مثل القضايا الأخلاقية أو السرية) واستبدالها برموز إيحائية.

٧- **فلسفة الشعر المعاصر:** يتميز الشعر المعاصر بالجمع بين الفلسفة، المفاجأة، والاختلاف، ويتطلب من المصمم خيالاً واسعاً وحساً فنياً عالياً.

ثانياً: الاستنتاجات

أهمية المنهج السيميولوجي: التحليل السيميولوجي (علم العلامات) ضروري جداً لفك شفرات الرموز وفهم الأبعاد البلاغية الكامنة في التصميم.

التأثر بالسياق الثقافي: دلالات الرموز البصرية ليست ثابتة، بل تتأثر بشكل مباشر بالسياقات الثقافية والاجتماعية، مما ينعكس على كيفية فهم المتلقي للرسالة.

ضرورة دمج التقنيات: لتعزيز فعالية التصميم المعاصرة، يجب المزوجة بين الأصالة التاريخية للتصميم والتقنيات الرقمية الحديثة.

التصميم كأداة اجتماعية تسويقية: تجاوز التصميم الجرافيكي كونه فناً جمالياً ليصبح أداة مؤثرة ذات وظيفة اجتماعية وتسويقية حيوية في العصر الحديث.

ثالثاً: التوصيات والمقترحات

التوصية: توجيه المصممين وطلبة الفنون نحو استثمار الأبعاد البلاغية (كالتشبيه والمجاز) لضمان تحقيق استجابة عاطفية وإدراكية لدى الجمهور.

المقترح: إجراء دراسات مستقبلية تربط بين بلاغة الرمز وتجربة المستخدم (UX) في التصميم الرقمية التفاعلية.

رابعاً: إحالات البحث:

(١) Wikipedia (<https://ar.wikipedia.org/>)

(٢) <https://uomustansiriyah.edu.iq>

(٣) ابراهيم مصطفى، احمد حسن الزيات، وآخرون، المعجم الوسيط، ص ٧٥.

(٤) ابراهيم مصطفى، احمد حسن الزيات، وآخرون، مصدر سابق، ص ٨٧.

(٥) ادمن، ارون، الفنون والانسان، ص ٦٧.

(٦) د. خالد مصطفى أحمد، "التصميم الجرافيكي للهويات البصرية" البراندنغ" بين الإبداع وثقافة الفوضى"، ص ٨٠.

(٧) فييل، شارلوت وبيتر (المحررون)، تصميم الغرافيك المعاصر، ص ٣٥.

(٨) الداوي، نوري، الفن الألماني الحديث، ص ٤٠.

(٩) عويضة، محمد محمود، تطوير الفكر المعماري في القرن العشرين، ص ٣٤.

(١٠) الدرايسة، محمد عبد الله وآخرون، "التصميم الجرافيكي بين النظرية والتاريخ"، ص ١.

(١١) فهد حمد المغيص: أعمال الطباعة (فن الجرافيك)، ص ٤.

(١٢) غريغوري توماس، وكيفية تصميم الشعارات والرموز والأيقونات وكيفية وضع العلامات التجارية للطباعة والإعلام الجديد، ص ٣.

(١٣) فيل، شارلوت وبيتر (المحررون)، مصدر سابق، ص ٦٨.

(١٤) <http://www.articlecat.com/Article/Graphic-Design-Histor>

(١٥) <https://www.google.com/search?q=http://www.articlecat.com/Article/Graphic-Design-Histor>

(١٦) محمود، محمد: التصميم الجرافيكي: مفاهيم ودلالات، ص ٤٥.

(١٧) محمود، محمد، مصدر سابق، ص ٤٧.

(١٨) غريغوري توماس، مصدر سابق، ص ٣٧.

(١٩) <http://www.articlecat.com/Article/Graphic-Design-Histor>

خامساً: مصادر البحث

- خالد مصطفى أحمد، "التصميم الجرافيكي للهويات البصرية" البراندنغ" بين الإبداع وثقافة الفوضى"، المؤتمر الدولي الثاني للفنون التشكيلية بكلية التربية النوعية، جامعة أسيوط، ٢٠١٠م.
- الدرايسة، محمد عبد الله وآخرون، "التصميم الجرافيكي بين النظرية والتاريخ"، المجتمع العربي للنشر، عمان، ٢٠١٠م. ١
- غريغوري توماس، وكيفية تصميم الشعارات والرموز والايقونات وكيفية وضع العلامات التجارية للطباعة والاعلام الجديد، نيسان ٢٠٠٣
- فهد حمد المغيص: أعمال الطباعة (فن الجرافيك)، كلية التربية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، ١٤٢٩هـ، ص ٤.
- فيل، شارلوت وبيتر (المحررون)، تصميم الغرافيك المعاصر، تاسكين للنشر ٢٠٠٨.
- محمد الأمين موسى (٢٠١١)، مدخل الى تصميم الغرافيك،الشارقة،جامعة الشارقة .
- <http://www.articlecat.com/Article/Graphic-Design-Histor>
- <https://www.google.com/search?q=http://www.articlecat.com/Article/Graphic-Design-Histor>
- http://www.taschen.com/pages/en/catalogue/de_sign
- https://www.google.com/search?q=http://www.taschen.com/pages/en/catalogue/de_sign