



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم
University of Mostaganem - Abdelhamid Ibn Badis
كلية الآداب العربي والفنون
Faculty of Arabic Literature and Arts



شعبة الفنون البصرية
مذكرة التخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي
تخصص تصميم غرافيكي والموسومة بـ:



إبداع عمل غرافيكي ترويجي لمؤسسة منتوجات كهرو منزلية جزائرية

الأستاذ المشرف :

بلبشير أمين

من إعداد الطالب:

بوسلة محمد

أعضاء لجنة المناقشة

اللقب والاسم الأستاذ(ة)	الرتبة العلمية	الصفة في اللجنة
د. إبراهيم عبد الصدوق	أستاذ محاضر. ب	رئيسا
أ. بلبشير أمين	أستاذ مساعد. أ	مشرفا ومقررا
أ. الطيبي نصيرة	أستاذ مساعد. أ	عضوا مناقشا



السنة الجامعية: 2023 - 2024



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم
University of Mostaganem - Abdelhamid Ibn Badis
كلية الأدب العربي والفنون
Faculty of Arabic Literature and Arts



شعبة الفنون البصرية
مذكرة التخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي
تخصص تصميم غرافيكي والموسومة بـ:

ابداع عمل غرافيكي ترويجي لمؤسسة منتوجات كهرو منزلية جزائرية

الأستاذ المشرف :

بلبشير أمين

من إعداد الطالب :

بوسلة محمد

أعضاء لجنة المناقشة

اللقب والاسم الأستاذ(ة)	الرتبة العلمية	الصفة في اللجنة
د. إبراهيم عبد الصدوق	أستاذ محاضر . ب	رئيسا
أ. بلبشير أمين	أستاذ مساعد. أ	مشرفا ومقررا
أ. الطيبي نصيرة	أستاذ مساعد. أ	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2023 – 2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

أول مشكور هو الله عز وجل المنعم الكريم، ثم والداي على مجهوداتهم منذ ولادتي إلى هذه اللحظات، أنتم كل شيء أحبكم في الله أشد الحب يسرني أن أتوجه بالشكر والامتنان إلى كل من وصم بصمته في إنجاز هذا العمل المتواضع وأخص بالذكر الأستاذ المؤطر "بلبشير" الذي لم يبخل في إفادتي بالمادة الفنية والعلمية وصبره معنا واشكر كافة أساتذة وإدارة قسم الفنون بمستغانم وأقدم بالشكر الجزيل لكافة الطاقم البيداغوجي والإداري لقسم الفنون البصرية الذي رافقنا طيلة مشوارنا الجامعي .

اهداء

أهدي تخرجي وحصاد ما زرعته في سنين طويله في سبيل العلم، الى من لا توفيهم الكلمات والحروف حقهم في البر والإحسان، الى من رضا الله في رضاهم، وما توفيقني وسر نجاحي الا بدعائهم، فلن يفي اي كلام ولن تتصف الكلمات قدرهم، الى امي الغالية ووالدي الكريم رحمة الله عليه واسكنه فسيح جناته، الى من رافقوني طوال السنين وشاركوني الافراح والآلام، الى اخواني الاعزاء والى من ساندني وشجعني طوال مسيرتي الدراسية والى حاملي لواء النور والسائرين في دربهم بإخلاص كل اساتذتي وجميع طلاب العلم اليهم جميعا اهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع وفاءً وتقديراً وعرفانا بالجميل.

مقدمة

يعتبر التصميم الجرافيكي واحدًا من أبرز المجالات الفنية والإبداعية في العصر الحديث، حيث يلعب دورًا محوريًا في تعزيز التواصل البصري ونقل الرسائل بين المؤسسات والجمهور. يتناول هذا البحث إبداع عمل جرافيكي ترويجي لمؤسسة منتوجات كهرومنزلية جزائرية، مستعرضًا التطور التاريخي والفلسفي لمفهوم التصميم الجرافيكي، وتأثير الحركات الفنية التي ساهمت في تطوره، وأهميته في التطور الاقتصادي والجمالي.

يعتبر التصميم في عصرنا الحالي نظام إنساني أساسي، وأحد الأسس الفنية لحياتنا المعاصرة فالتصميم هو أحد مجالات النشاط الفني التي لا يمكن الاستغناء عنها خاصة في الحياة الاقتصادية، إذ أنه يستحيل لأي عمل الظهور دون تصميم، لهذا فإن العلامات التجارية والمؤسسات تعتمد بشكل كبير سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة من هذا الفن الذي يساهم في مشاركتها مع الآخرين بواسطة الجماليات البصرية التي يحوز عليها هذا الفن.

وهذا أسلوب شائع في حياتنا وسلوكنا، سواء كان من خلال إبداع المصمم المنتج أو اختياره، فكل هذا يعكس الأسباب النفسية التي تدفع الفنان إلى أن يعبر عن نفسه سواء بالإبداع أو الاختيار بطرق خاصة تختلف من فرد إلى آخر.

في الفصل الأول، الذي يحمل عنوان "مفهوم التصميم الجرافيكي وتطوره"، نبدأ بتقديم الأسس التاريخية والفلسفية لهذا المجال، متبعين ذلك باستعراض الحركات الفنية التي أثرت في تطوير مفهوم الجرافيك، ونختتم بمناقشة أهمية التصميم الجرافيكي في النمو الاقتصادي وتأثيره الجمالي على المجتمعات.

أما الفصل الثاني، الذي يحمل عنوان "التصميم الجرافيكي والعلامة التجارية الناشئة"، فيركز على التطبيق العملي لمفاهيم التصميم الجرافيكي في سياق هوية العلامة التجارية. يبدأ هذا الفصل بالمبحث الأول الذي يتناول تصميم هوية الشركة والعلامة التجارية، ثم يتبع بالمبحث الثاني الذي يناقش قواعد التصميم الجرافيكي.

وفي المبحث الثالث من هذا الفصل، نعتد على المنهج السيميائي لعرض الجانب التطبيقي لصناعة شعار، والمنهج التحليلي لتقديم فهم عميق لمفاهيم التصميم الجرافيكي.

وفي الفصل الثالث يعتمد على الجانب التطبيقي لعمل جرافيكي ترويجي لمؤسسة كهرو منزلية جزائرية.

✓ الإشكالية الرئيسية التي يعالجها هذا البحث تتمثل في :

كيفية استخدام التصميم الجرافيكي لإنشاء هوية بصرية قوية ومميزة لمؤسسة منتوجات كهرو منزلية جزائرية؟

✓ الفرضية الرئيسية:

-يمكن أن يسهم التصميم الجرافيكي الإبداعي في تعزيز الوعي بالعلامة التجارية لمنتجات كهرو منزلية جزائرية

-يمكن تحقيق تأثير إيجابي على الاقتصاد المحلي من خلال استخدام التصميم الجرافيكي الجيد في الترويج للمنتجات المحلية.

✓ أسباب اختيار الموضوع:

في العادة يتم اختيار أي بحث نتيجة لمجموعة من الاسباب سواء كانت ذاتية او موضوعية

-افتقار الجزائر في تصميم شعارات للأجهزة الكهرو منزلية

-جميع الاجهزة المستوردة من الصين او من دول اخرى تحمل شعارات لمؤسساتها

-ضرورة التعرف على فوائد واهمية المنتج

- اختيار خلاط عصائر كنموذج لوضع شعار جديد

✓ أهداف الدراسة:

نأمل أن يسهم هذا البحث في تسليط الضوء على أهمية التصميم الغرافيكي في تعزيز هوية العلامات التجارية ودوره الحيوي في النجاح الاقتصادي والجمالي للمؤسسات. ممكن أن يسهم التصميم الغرافيكي الإبداعي في تعزيز الوعي بالعلامة التجارية لمنتجات كهرو منزلية جزائرية.

يمكن تحقيق تأثير إيجابي على الاقتصاد المحلي من خلال استخدام التصميم الغرافيكي الجيد في الترويج للمنتجات المحلية.

مع التركيز على التأثيرات الجمالية والاقتصادية لهذا العمل الإبداعي. نسعى من خلال هذا البحث إلى تقديم إطار نظري وتطبيقي يمكن أن يكون مرجعًا للمصممين الغرافيين والمؤسسات في تحسين وتطوير استراتيجياتهم البصرية

✓ أهمية منهج الدراسة:

يتبع هذا البحث منهجًا مزدوجًا يجمع بين المنهج التحليلي والذي يقوم على تحليل الآراء والأبحاث السابقة حول التصميم الغرافيكي وتأثيره على العلامات التجارية والاقتصاد. ويعتمد على المنهج السيميائي في الجانب التطبيقي لاستكشاف التمثلات البصرية لهوية العلامة التجارية لمنتجات كهرومنزلية جزائرية.

✓ دراسات سابقة:

من الدراسات التي ساعدتني في انجاز هذه المذكرة
-فترة التريص الميداني التي اجريت في مؤسسة الاشهار و الطباعة
- كتاب الهاشمي سارة في الهوية البصرية وكتاب الحربي خالد في نظريات الألوان

✓ الصعوبات :

لعل من ابرز العراقيل و الصعوبات التي تلقيتها في هذا البحث هي أغلبية المراجع مدونة باللغة الفرنسية وهي غير متاحة بالمجان

الفصل الأول:
مفهوم التصميم
الغرافيكي وتطوره

❖ مدخل للفصل الأول:

التصميم الغرافيكي هو مجال فني وإبداعي يجمع بين الفن والتكنولوجيا لنقل الأفكار والرسائل من خلال الأشكال البصرية. يعتمد التصميم الغرافيكي على استخدام مجموعة متنوعة من العناصر مثل الصور والنصوص والألوان والخطوط والأشكال لإنشاء تصاميم جذابة وفعّالة تُستخدم في وسائل الإعلام المختلفة.

بدأت جذور التصميم الغرافيكي في العصور القديمة مع استخدام الرموز والرسومات للتعبير عن الأفكار والتواصل بين البشر. تطور هذا المجال بشكل كبير مع تقدم التكنولوجيا وظهور الطباعة في القرن الخامس عشر، ثم تسارعت وتيرته مع ظهور الحواسيب والإنترنت في القرن العشرين.

اليوم يلعب التصميم الغرافيكي دورًا حيويًا في العديد من الصناعات، من الإعلان والتسويق إلى الإعلام والترفيه وحتى التصميم الرقمي وتطوير واجهات المستخدم. يعتمد المصممون الغرافيكيون على برامج متخصصة مثل أدوبي فوتوشوب وإليستريتور لإنتاج تصاميمهم، ويتطلب عملهم فهمًا عميقًا لنظريات الألوان والتكوين والطباعة، بالإضافة إلى القدرة على التفكير الإبداعي وحل المشكلات.

يتضمن العمل في مجال التصميم الغرافيكي مجموعة واسعة من التخصصات، بما في ذلك تصميم الشعارات، وتصميم الهويات البصرية، وتصميم الويب، وتصميم الطباعة، والرسوم المتحركة. يتعاون المصممون الغرافيكيون غالبًا مع محترفين آخرين مثل المصورين والمبرمجين والكتاب لإنجاز مشاريع متكاملة تلبي احتياجات العملاء وتحقق أهدافهم.

يعتبر التصميم الغرافيكي أحد أهم الأدوات في عالم الأعمال المعاصر، حيث يسهم بشكل كبير في بناء الهوية البصرية للشركات والمنتجات، ويساعد في جذب الانتباه والتفاعل مع الجمهور المستهدف، مما يجعله عنصرًا أساسيًا في استراتيجيات التسويق والاتصال الفعّالة.

❖ المبحث الأول: الأسس التاريخية والفلسفية لمفهوم التصميم الجرافيكي

يدعى التصميم الجرافيكي في ترجمة تقريبية للعربية "التصميم الطباعي"، وهو فن ومهنة اختيار وترتيب العناصر البصرية، مثل الخطوط والصور والرموز الرسومية والألوان، ذلك لنقل رسالة إلى المتلقي.

يتعامل التصميم الجرافيكي مع الأفكار والمفاهيم والنصوص والصور، ويعرضها في شكل بصري متجانس، وذلك من خلال الطباعة والوسائل الإلكترونية أو أية وسائل أخرى. ويعمل على فرض نظام وبنية للمحتوى بهدف تسهيل مراحل التواصل وتبسيطها لتحقيق الفائدة المرجوة بأن يتلقى الجمهور المستهدف الرسالة ويفهمها.

ويرى الباحث أن التصميم الجرافيكي في الأساس هو حل مشكلات التصميم بصريا باستخدام الكتابة والرسومات والصور، والهدف منه خلق تصميم تتراح له العين، ليجذب انتباه المتلقي، ليس الهدف جمالي فقط وإنما لتوصيل رسالة معينة إلى فئة محددة.

التصميم الجرافيكي قديم قدم الإنسان، ونستطيع إدراك ذلك من خلال الرسوم والمنحوتات التي وصلتنا، والتي تعود إلى فترة ما قبل التاريخ حيث كانت بدايته الفنية لا تقوم إلا بنازع عفوي، وأكثر الأحيان يكون دافعها ناتجاً لما يراود تفكير الإنسان في تلك الفترة من غموض تجاه ظواهر الطبيعة، فتكون كما لو أنها طقوس دينية وإشارات سحرية وتماثيل بشكل رموز أو آلهة لتقديسها وعبادتها، ولكي تحميهم من الشرور التي تحيط بهم من ظواهر طبيعية وحيوانات مفترسة.¹

إن هذه الرسوم والأشكال التي كان يستخدمها الإنسان القديم في تمييز الأشياء وتعريفها قد تطورت مع الزمن وأصبحت السبب الأول في ظهور الكتابة؛ هذا الاكتشاف العظيم الذي أدركه الإنسان من خلال التعايش مع الطبيعة، والصراع الذي كان يعيشه مع الظواهر الطبيعية واختلاف أحوالها، والتغيير الذي تمارسه عبر فصول السنة.

¹القيسي، علي جاسم، وعبد الرحمن الزبيدي. أساسيات التصميم الجرافيكي. دار صفاء للنشر والتوزيع، 2015، ص 45.

كان السومريون أول من استخدم الصور للدلالة على الأشياء، وذلك باختراعهم للكتابة المسمارية عام 3000 قبل الميلاد، والتي اعتبرت الشرارة الأولى لظهور فن التايوغرافي " خطوط الطباعة " .

لقد اشتهر السومريون بمهارتهم بالفنون بوجه عام والنحت على وجه الخصوص، وكان أقدم نحاتيهم تجريديين وانطباعيين .لقد كانوا من أمهر المصممين، فهم أول من جمع بين الكتابة والصور في أعمالهم الفنية حيث كان لكل صورة رمز معين، فكان الإطار العام للتصميم معبراً وبقوة عن مكنونات الإنسان السومري.²

لقد كان يجري قديماً الختم بالحجر وهذا يعتبر أقدم طرق الطباعة التي عرفت لدى البابليين وغيرهم، وكانت تستعمل هذه الأختام للاستغناء عن التوقيع على المستندات والوثائق والمعاهدات، أو أنها اعتبرت كرموز دينية في كثير من الأحيان .وكانت الوسيلة أختام أو طباعة ليصم بها فوق الطين أو من الحجر بخدش أو نقش سطحه .وكان الختم عبارة عن حجرة دائرية تغمس في الصبغة السائلة أو الطين ومن ثم يوضع فوق سطح ناعم ومستوي لطبع ما كتب عليه كصورة متطابقة عكسيا.³

لقد تم استعمال الأختام الطينية المنقوشة بتصاميمها البسيطة لأول مرة منذ سنة 300 ق.م. في بلاد السومريين؛ وهو الوقت الذي تزامن مع اختراع الكتابة، وكانت هذه الأختام تطبع على الأبواب المخصصة لحيازة وحفظ السلع، كما تم العثور عليها على الأكياس والسلال التي كانت تنقل من خلال نهري دجلة والفرات.

لقد أصبح الختم الأسطواني من مقتنيات الشخص السومري لما له من أهمية كبيرة في حياة الفرد والجماعة في المراسلات والمقالات وحتى الأختام التي يتضرع بها الفرد الى الآلة، وهم يحرصون عليها كل الحرص، أما شكل الختم فهو عبارة عن قطعة من الحجر ذات شكل اسطواني غالباً ما تكون مثقوبة من الوسط ليسهل حملها او تعليقها بواسطة خيط أو سلك

² القيسي، علي جاسم، وعبد الرحمن الزبيدي.المراجع السابق ص47.

³ خليل، أحمد. التصميم الجرافيكي: الأسس والمبادئ. دار الفكر العربي، 2012، ص. 112.

وينقش على الختم، وطرزها الفني من فترة الى أخرى. إن التكوينات لا تظهر إلا عند دحرجتها على الطين الطري فهي بارزة وبشكلها الأصلي الذي قام بعمله الفنان.⁴

إن أقوى مثال على تطور التصميم من العهد البابلي هو لوح حمورابي المشهور الذي كتب ما بين عامي 1792 و 1750 قبل الميلاد؛ وقد احتوى على قانون وزعت على 21 عمود، وفي هذا العمل تم ظهور استخدام الأعمدة في التصميم لأول مرة في التاريخ. تم تشييد هذا اللوح في المعبد الرئيس للإله مردوك في بابل وفي مدن أخرى. يظهر في قمة هذا اللوح بالإضافة إلى القوانين صورة لملك بابل وهو يقدم نفسه للإله مردوك أو شماش ويده اليمنى مرفوعة إلى فمه كرمز للاحترام.

يرجع تاريخ أول صورة ظهرت في الشرق مطبوعة على ورق من لوح خشبي تعود إلى سنة 868 ق.م عند الصينيين، وفي سنة 200 م بدأ الصينيون بحفر الكتابة والصور البارزة فوق قوالب خشبية، وكان كتاب البوذي المقدس يطبع عام 972 م في نحو 130 ألف صفحة باستخدام القوالب الخشبية (بلوكات).

في هذه الفترة تطورت الطباعة من كليشيات خشبية صور عليها نص الصفحة بالكامل إلى طريقة تجميع حروف المونوتيب المتحركة وترصيصها في قوالب خشبية، وهكذا تم اختراع أول صحيفة مطبوعة في "بيجينغ" عام 700 م.⁵

✓ التطور في أوروبا:

لم تعرف أوروبا الطباعة حتى وقت قريب، ففي الوقت الذي كانت فيه أمم المشرق تستخدم القوالب الخشبية والمعدنية، كان الأوروبيون ما يزالون ينسخون الكتب والرسائل بأيديهم. وأول ما

⁴ القيسي، علي جاسم، وعبد الرحمن الزبيدي. المراجع السابق ص46.

⁵ الجاسم، نور. تاريخ التصميم الجرافيكي وتطوره. دار اليازوري العلمية، 2018، ص 55.

طبع الأوروبيون باستخدام طريقة القوالب هي صورة للقديس كريستوفر عام 1423 م، وبعد ذلك انتشرت طباعة الكتب في أوروبا باستخدام تلك الطريقة. وقبل عام 1423 بكثير تم إنتاج مثال مهم في تاريخ التصميم الجرافيكي، ويعرف أيضاً بإسم The Book of Kells - كتاب كيلز كتاب كولومبا"، وهو إنجيل تم نسخه باليد بواسطة الرهبان السلتيين⁶، ويحتوي على الكثير من الزخارف والرسومات وخطوط الطباعة، وفي هذه الأيام يعتبر الكتاب الكنز الوطني لإيرلندا.

يعتبر اختراع آلة الطباعة على يد الألماني جوهان جوتنبرغ⁷ عام 1450 ميلادية الثورة الأكبر في تاريخ التصميم الجرافيكي، حيث قام جوتنبرغ بتطوير قوالب حروف طباعية معدنية توضع بجوار بعضها البعض ثم يوضع فوقها الورق ثم يضغط عليه، وبهذا الاختراع تم إنتاج الكثير من النسخ في وقت أقل من ذي قبل. ليس هذا فحسب، بل زادت جمالية ودقة النسخ المطبوعة.

وبالرغم من بساطة آلات الطباعة في ذلك الوقت إلى إنها أدت إلى تحقيق انجازات مهمة في مجال نشر وتداول المعلومات كان من أهمها:

الثورة الصناعية التي بدأت في أواخر القرن الثامن عشر في أوروبا، عملت جهتها على زيادة الحركة التجارية وبالتالي زيادة الاهتمام بالإعلان عن الكثير من المنتجات الجديدة التي أصبحت تصنع وتوزع بشكل كبير، كان لابد عندها من زيادة إنتاج الإعلانات للاتصال بأكثر عدد من الناس، وخصوصاً في ظل ازدياد المنافسة الشديدة بين الشركات الكبيرة، بالإضافة إلى ما ذكر فإن الثورة الصناعية أتاحت المجال لاختراع أنواع جديدة من الآلات الطباعة وآلات التصوير الفوتوغرافي، وابتكار تقنيات آلية جديدة زادت من سرعة الإنتاج.

عام 1840 صمم هنري كول أول طابع بريدي رسمي في التاريخ وهو وفي عام 1849 أسس صحيفة سماها "صحيفة التصميم"، (Penny Black) والتي من خلالها طرح مفهوماً جديداً

⁶الجاسم نور، المرجع السابق، ص56.

⁷القيسي، علي جاسم، وعبد الرحمن الزبيدي. المراجع السابق ص47.

في التصميم ألا (Journal of Design) وهو: أن التصميم لا يجب أن يقتصر فقط على النواحي التزيينية.

إن من أهم التطورات التي حصلت في تاريخ التصميم الجرافيكي اهتمام المصممون بتطوير أنواع جديدة من خطوط الطباعة تايبوغرافي وخصوصاً في أيام الثورة الصناعية، ومن أهم المصممين (Typography) الذين كان لهم الفضل في تطور هذا المجال المصمم الذي اختار أن يكسر القوانين السائدة آنذاك.⁸

فيما يخص بالخطوط التقليدية المستخدمة في طباعة الكتب والصحف، حيث ابتكر أنواعاً جديدة لم تكن شائعة الاستخدام في المطابع، ولقد طور نوعاً جديداً من الأحبار تكونت من زيت الكتان المغلي وبعض من الراتنج الصمغ، وكان يحفظ لشهور قبل الاستعمال، وبذلك أضافت مادة الراتنج لمعاناً للحبر الأسود الكثيف الذي كان شائع الاستعمال آنذاك في عام 1475 تم إنتاج أول كتاب باللغة الإنجليزية على يد "وليام كاكستون"، وفي عام 1501 صمم "فرانيسكو قريفي" أول خط من نوع الخط المائل.

هيربرت باير، لازلو موهولي-ناجي، و إليستيزكي الذين أبدعوا تقنيات وآلات جديدة لإنتاج التصاميم، والتي ظل استخدامها رائجاً في بدايات القرن العشرين. وبهروب رواد مدرسة باوهاوس من ألمانيا إلى شيكاغو بعد إغلاقها من قبل النازيين عام 1937، أضحت أمريكا المكان الملائم لمثل هؤلاء لممارسة نشاطاتهم وإبداعاتهم في التصميم مما ساعد على ظهور الكثير من حركات الحدثة في التصميم والعمارة. من الأسماء المهمة في هذه الفترة "أدريان فروتايجر" الذي صمم خط وأيضاً "بول راند" الذي اعتمد مبادئ باوهاوس (Universe and Frutiger) في التصميم وطبقها على الحركة الإعلانية وتصميم الشعارات؛ لقد ظهر بفضل أسلوب أمريكي جديد يحاكي الأسلوب الأوروبي التجريدي حتى وصل به المطاف ليكون أحد أهم رواد تصميم هويات الشركات في العالم.

⁸ /http://www.artsci.wustl.edu/~kbotnick

❖ المبحث الثاني : الحركات الفنية التي تطور بها مفهوم الغرافيك

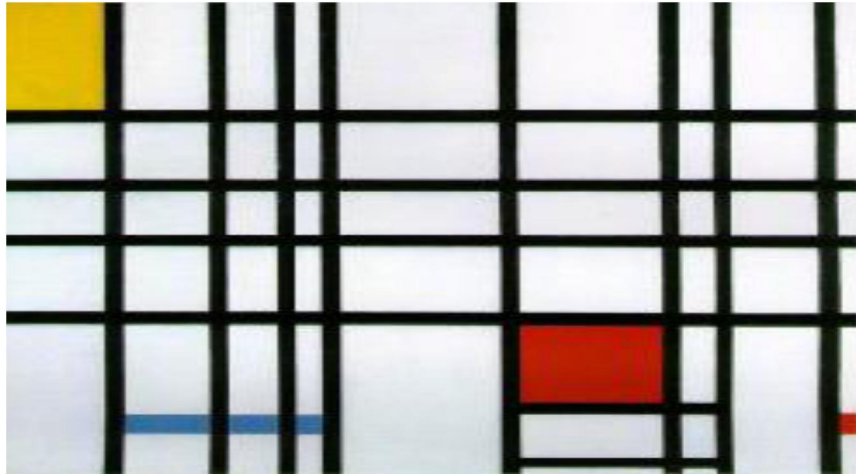
✓ حركة الفنون والحرف (Arts & Crafts movement):

عمل أنصار هذه الحركة على إعادة بناء الروابط ما بين العمل الجميل والعامل، لقد صمم هؤلاء على إحياء البساطة الرائعة التي كانت سائدة في فنون القرن الخامس عشر، رغم أنهم من أكثر أنصار فنون عصر النهضة التي تميزت بالصرامة والروحانية الدينية وكثرة الزخارف.

لقد الهمت أفكار هذه الحركة العديد من المدارس التي جاءت بعدها مثل buhaus, De stijl, Art Nouvea ويمكن القول أن الحركة كانت مقدمة لحركة الحداثة في الفنون فيما بعد.

✓ حركة DE STIJL:

وهي حركة فنية ألمانية تأسست على يد معروف بلوحاته التي سميت تكوينات التي تكونت من تقاطع خطوط سودخطوط واحتوى بعض مناطقها على مساحات حمراء أو صفراء أو زرقاء. أهم مبادئ هذه الحركة هي البساطة وتجريد الأشياء إلى أقل ما يمكن، وكانت التصاميم عبارة عن خطوط مستقيمة سوداء عمودية وأفقية، بالإضافة إلى الأشكال المستطيلة التي لونت بالأحمر والأزرق والأصفر.



تكوين أحمر، أصفر، أزرق - بيت موندريان، 1921

في بعض الأعمال الفنية - كأعمال بيت موندريان - تبدو الخطوط السوداء متوقفة لفترة قصيرة بشكل عشوائي على حدود اللوحة، رغم أن الانقسامات الحاصلة بين المستطيلات تبقى متصلة. كما أن المساحات الملونة تبتعد عن مركز اللوحة إلى الأطراف، بالإضافة إلى التركيز على المساحات البيضاء أكثر من المساحات الملونة.

بيت موندريان هو أحد أهم رواد هذه الحركة، ولد عام 1872، وبدأ حياته المهنية كمدرس للمرحلة الابتدائية، ومارس الرسم أثناء التدريس، انتقل بين باريس وهولندا والولايات المتحدة، وتوفي عام 1912.

✓ حركة باهاوس (Bauhaus):

نشأت مدرسة باهاوس لتعليم فن الجرافيك الحديث وفن تصميم المفروشات والعمارة في ألمانيا عام 1919 على يد المهندس المعماري الألماني والتر غروبيوس⁹ في ألمانيا، إلى حين أن انتقلت إلى ديساو عام 1925 ثم إلى برلين عام 1932 م، وكانت ثورة حقيقية في تاريخ التصميم في العالم، فقد لعبت هذه المدرسة دوراً كبيراً في تشكيل الأذواق الحديثة وتعليم الفن

⁹ كان هدف أكاديمية باوهاوس إزالة الحاجز المتعرج بين الحرفيين والفنانين، حسب قول المؤسسة والتر غروبيوس الذي كان متشعباً بالأفكار الاشتراكية

من خلال دمج الفنون الجميلة مع الفنون التطبيقية في منهج واحد . جاءت تسمية باوهاوس من الفعل هاوسوالذي يعني " لتبني" ، و Bau الألماني تعني منزل.

✓ حركة (Swiss Design) International Typographic :

انطلقت هذه الحركة في الخمسينات من ألمانيا وسويسرا، وجوهر هذه الحركة انتشر واسعاً حول العالم، وظلت كحركة قوية لمدة عقدين من الزمن، وظل تأثيرها مستمراً في التسعينات . لقد كانت الخصائص البصرية في هذا الأسلوب تقوم على أساس وحدة التصميم الناتجة عن الاختلاف في العناصر من جهة، محسوبة رياضياً من جهة أخرى (Grid) . والمبنية على شبكة الصور في هذه الحركة ظهرت بشكل موضوعي حيث عبرت عن الواقعية وعدم المبالغة في الادعاءات التي عادة ما تكثر في الإعلانات التجارية، كما أن يعبر عن روح التواصل الزمني، (Sans Serif) استعمالات أسلوب الطباعة هي من أقوى وسائل تنظيم المعلومات بطريقة (Grids) وتلك الشبكات الرياضية متوازنة ومنسجمة.



بوستر لمعرض فني من تصميم ماكس بيل 1945

هذا من الناحية البصرية، أما من ناحية مضمون التصميم في هذه الحركة فقد عبرت بقوة عن مشاكل المجتمع ونشاطاته، حيث أن التعبير عن التجارب الشخصية للمصمم رفض كلياً من قبل

المجتمع، في المقابل فقد لاقت التجارب العامة في السياسة والعلوم الاستحسان من قبل الكثيرين، فالمصمم في هذه الحركة يعي تماماً أن دوره ليس كفنّان يعبر عن أحاسيسه الخاصة، بل هو بمثابة وسيلة لنشر المعلومات الهامة بين أفراد المجتمع.



بوستر لمتحف ريتبرغ من تصميم: إيرنست كيلر

✓ مدرسة نيويورك وأثرها في إبراز مفاهيم جديدة :

الموجة الأولى للتصميم الحديث في أمريكا إستوردت من قبل المهاجرين الموهوبين القادمين من أوروبا والذين هربوا من المناخ السياسي المتمثل بحكم الحزب الواحد، إلى المناخ السياسي المتحرر في أمريكا. استفاد الأمريكيون من التصاميم الأوروبية وأضافوا أشكال ومفاهيم جديدة إلى التصميم الجرافيكي التقليدي، وبعكس التصميم الأوروبي الذي تميز بشدة بتنظيم العناصر، كان المصمم الأمريكي يحاول التخلص من تلك القيود النظرية الصارمة لينتج تصاميماً تتميز بقوة الأشكال و بواقعية تنظيم الفراغ في التصميم.



شعار الرجل ذو الذراع الذهبية تصميم صول باس، 1955

إن الثقافة الأمريكية القائمة على الرأسمالية والتراث العرقي المتنوع و التحرر أضافت الكثير من المفاهيم الجديدة على تصميم الجرافيك الحديث، والتي لم تكن موجودة في تصميم الجرافيك الأوروبي. ومن رواد هذا المبدأ الجديد بول راند حيث تمتع بالقدرة على معالج الشكل البصري (شكل، لون، (96-1914)¹⁰ فضاء، خط، قيمة) عن طريق تقليل العناصر والتركيز على جوهر التصميم من خلال استعمال الرموز، بدون الانتقاص من قيمة التصميم ومدلولاته. إن مدرسة نيويورك قد ظهرت في تاريخ التصميم الجرافيكي والتي كان أساسها الحداثة الأوروبية أصبحت عامل مهيم ومؤثر جداً في التصميم الجرافيكي في فترة الأربعينات والخمسينات، وتوسعت هذه الحركة لتواكب التطورات الاقتصادية والتكنولوجية المختلفة.

¹⁰www.directory.google.com/Top/Arts/Graphic_Design/History

❖ المبحث الثالث: أهمية التصميم الجرافيكي في التطور الاقتصادي وأثره الجمالي

يعتبر التصميم الجرافيكي نهج إبداعي يقوم به مصمم أو مجموعة من المصممين بناء على طلب العميل ويتعاون على تنفيذ معطياته المادية مجموعة من المنتجين (عمال طباعة، مبرمجين، مخرجين، الخ) من أجل إيصال رسالة معينة (أو مجموعة رسائل) للجمهور المستهدف.

يعتبر التصميم في عصرنا الحالي نظام إنساني أساسي، وأحد الأسس الفنية لحياتنا المعاصرة فالتصميم هو أحد مجالات النشاط الفني التي لا يمكن الاستغناء عنها خاصة في الحياة الاقتصادية، إذ أنه يستحيل لأي عمل الظهور دون تصميم، لهذا فإن العلامات التجارية والمؤسسات تعتمد بشكل كبير سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة من هذا الفن الذي يساهم في مشاركتها مع الآخرين بواسطة الجماليات البصرية التي يحوز عليها هذا الفن.

وهذا أسلوب شائع في حياتنا وسلوكنا، سواء كان من خلال إبداع المصمم المنتج أو اختياره، فكل هذا يعكس الأسباب النفسية التي تدفع الفنان إلى أن يعبر عن نفسه سواء بالإبداع أو الاختيار بطرق خاصة تختلف من فرد إلى آخر.

وعلى المصمم أن يسعى دائماً للبحث والتطوير ليستطيع التعبير عن موهبته الشخصية كمصمم، فجودة التصميم هي الأساس، إذ تزودنا بالخبرة الفنية الغنية التي نحس بها في أي تصميم، فنجد بأن طابع أي تصميم وفرديته ينبعان من المشاعر الخاصة بالمصمم الفنان، وهو يعبر عن تلك المشاعر باللون وقيمتها، وبالخط والقيم السطحية والمساحات والأشكال، وموضوع التصميم¹¹.

ما نعرفه عن التصميم الجرافيكي في الوقت الحاضر له جذور تاريخية مهمة من خلال اختراعين عظيمين؛ الأول هو اختراع آلة الطباعة في القرن الخامس عشر على يد (جوهان جوتنبرغ)، والثاني كان الثورة الصناعية في القرنين الثامن والتاسع عشر. لقد كان لاختراع آلة الطباعة الأثر الكبير في تطور التصميم الجرافيكي، فقط كان لابد من الاهتمام بنوع الخط

¹¹ عبد الله، ماجد. الاتجاهات الحديثة في تصميم الجرافيك. دار الفارابي، 2013، ص 25

الذي سيظهر في الإعلان، مكان الكلام في الصفحة، متى يفضل استخدام الخط الغامق (Bold) وهل من الأفضل أن يرافق ذلك الإعلان بعض من الصور... الخ. من هنا بدأت ثورة جديدة في عالم الإعلان فقد زادت جمالية ودقة الإعلانات، كما زادت كميات النسخ الموزعة. الثورة الصناعية من جهتها عملت على زيادة الحركة التجارية وبالتالي زيادة الاهتمام بالإعلان عن الكثير من المنتجات الجديدة التي أصبحت تصنع وتوزع بشكل كبير.

كان لا بد عندها من زيادة إنتاج الإعلانات للاتصال بأكبر عدد من الناس، وخصوصاً في ظل ازدياد المنافسة الشديدة بين الشركات الكبيرة، بالإضافة إلى ما ذكر فإن الثورة الصناعية أتاحت المجال لاختراع أنواع جديدة من الآلات الطابعة وآلات التصوير الفوتوغرافي، وابتكار تقنيات آلية جديدة زادت من سرعة الإنتاج.

إن من أهم التطورات التي حصلت في تاريخ التصميم الجرافيكي اهتمام المصممون بنوعية خطوط الطباعة تايبوغرافي Typography، وخصوصاً في أيام الثورة الصناعية، ومن أهم المصممين الذين كان لهم الفضل في تطور هذا المجال المصمم John Baskerville الذي اختار أن يكسر القوانين السائدة آنذاك فيما يخص بالخطوط التقليدية المستخدمة في طباعة الكتب والصحف، حيث التصميم الجرافيكي ابتكر أنواعاً جديدة لم تكن شائعة الاستخدام في المطابع.¹²

ولقد طور نوعاً جديداً من الأحبار تكون من زيت الكتان المغلي وبعض من الراتنج (صمغ) وكان يحفظ لشهور قبل الاستعمال، وفي عام ١٩٨٠ ومن خلال العمل المتواصل والمنافسة الكبيرة بين شركات التكنولوجيا تم، إنتاج أول جهاز كمبيوتر من إنتاج شركة Macintosh Apple

¹² Philip Meggs, A History of Graphic Design

، والذي تميز بسعره الأقل من الأجهزة الأخرى وسهولة استخدامه، فأصبح كثير من الناس يستخدمونه في البيوت لإنتاج المواد المطبعية البسيطة. في عقد الثمانينات وبفضل تطور أجهزة الكمبيوتر تطور مفهوم النشر المكتبي-Publishing Desktop الذي بدوره غير جميع المفاهيم الخاصة بالتصميم الجرافيكي والطباعة في العالم كله¹³ لم تقف التطورات في مجال التصميم الجرافيكي عند هذا الحد، فقد كان لظهور شبكة الانترنت على يد البحرية الأمريكية في عقد الستينات وتطورها في عقد السبعينات الصدى الواسع والتأثير الكبير لدى العديد من المصممين. لقد أصبح من السهولة تناقل الصور والتصاميم عبر الشبكة، وأضحت شبكة الانترنت أكبر مكتبة للمعلومات في العالم، ووسيلة مهمة للتجارة الالكترونية؛ مما جعل الشركات الكبرى تتجه نحو المصممين لينتجوا لهم ما يسمى بمواقع Philip Meggs, A History of Graphic Design التصميم الجرافيكي الانترنت لتكون بمثابة سوق يعرضون فيها منتجاتهم وخدماتهم، وهنا ظهر فرع جديد في التصميم الجرافيكي وهو تصميم صفحات الانترنت.

تطور التصميم الجرافيكي بحق كان من أهم أحداث القرن العشرين، واليوم نجد الكثير من المفاهيم الجديدة الخاصة بالتصميم الجرافيكي، وأصبح هذا المجال علماً قائماً بحد ذاته يدرس في الكثير من الجامعات العالمية، وأصبح المصمم الجرافيكي من أكثر الناس الذي يحظون بالاحترام في الكثير من بلدان العالم نظراً لأهميتهم في نقل صورة معينة للناس وإقناعهم بها عن طريق مهارتهم في إنشاء علاقات بصرية جذابة من خلال التعامل مع الخط واللون والصورة. إن المصمم الجرافيكي الناجح هو ذلك الشخص الذي يعي تماماً بأن مهمته هي إرضاء أكبر عدد من الأذواق، وهي مهمة ليست سهلة، فهو يعرف بأن عليه التعامل مع شرائح كثيرة من الناس وأفكار تختلف من مكان لآخر ومن شخص لآخر، من جهة أخرى فالمصمم

¹³[/http://www.artsci.wustl.edu/~kbotnick](http://www.artsci.wustl.edu/~kbotnick)

الجرافيكى ماهر في علم النفس إذ أنه على علم بتأثير الأشكال والألوان على المشاهدين، وهو ماهر في وضع الحلول.¹⁴

بينما نجد لتصميم الجرافيك تاريخ حديث نسبيا بوصفه نظاما، فإن الأنشطة التي تشبه تصميم الجرافيك تمتد على مر تاريخ البشرية: من كهوف لاسكوس، إلى عمود تراجان في روما إلى المخطوطات المضيئة في القرون الوسطى، إلى مصابيح جينزا. المبهرة في كل هذا التاريخ الطويل وفي ظل الطفرة التي حدثت مؤخرا في مجال الاتصال المرئي في القرنين العشرين والحادي والعشرين، نجد في بعض الأحيان الاختلاف في كل من الإعلان، وتصميم الجرافيك والفنون الجميلة. وعلى الرغم من كل ذلك، إلا أنهم جميعا يشتركون في نفس العناصر والنظريات والمبادئ والممارسات واللغات، وأحيانا في نفس المتبرع أو العميل. ويعتبر الهدف النهائي في فن الإعلان هو بيع السلع والخدمات. كما أننا نجد الجوهر في تصميم الجرافيك، هو تنظيم المعلومات، وتشكيل الأفكار وإضفاء جو من التعبير والشعور للحقائق الفنية التي توثق خبرة الإنسان.

خلال عهد أسرة تانغ الحاكمة (618-906) بين القرنين الرابع والسابع الميلاديين تم تقطيع كتل الخشب من أجل الطباعة على المنسوجات وفي وقت لاحق لاستنساخ النصوص البوذية. كما تم طبع الكتب البوذية المقدسة في عام 868 حيث يعتبر أقدم كتاب مطبوع عرف حتى الآن. بداية من القرن الحادي عشر، تم إنتاج مخطوطات وكتب أكثر طولا باستخدام أنواع من الطباعة المتحركة الأمر الذي جعل الكتب متوفرة على نطاق واسع خلال عهد أسرة سونغ 960-1279.

في وقت ما حول العام 1450، عملت دار يوهان غوتنبرغ للطباعة الصحفية على نشر الكتب على نطاق واسع في أوروبا بحيث أسهم تصميم كتاب ألدوس مانوتياس في تطوي

¹⁴ عبد الله، ماجد، المرجع السابق، ص26.

هيكل الكتاب الذي من شأنه أن يصبح أساسا لتصميم المنشورات في الغرب. وتسمى هذه الحقبة من تصميم الجرافيك النمط الإنساني أو القديم.¹⁵

ظهرت حركة لفصل تصميم الجرافيك عن الفنون الجميلة في أواخر القرن التاسع عشر في أوروبا، وخاصة في المملكة المتحدة، كما يعرف بيت موندريان بأبو تصميم الجرافيك. يعتبر فنانا متميزا بالفعل، حيث يرجع إليه الفضل في الاستخدام الفريد للشبكات الذي الهه نظام الشبكات الحديثة المستخدمة اليوم في الإعلان، وكذلك الطباعة والتصميم على شبكة الإنترنت.

وفي عام 1849، أصبح هنري كول واحدا من العوامل الرئيسية في تعليم التصميم في بريطانيا العظمى، من خلال اطلاع الحكومة على أهمية التصميم وذلك عن طريق مجلته الخاصة بالتصميم والمصنوعات. وقد قام بتنظيم المعرض الكبير باعتباره احتفالا بالتكنولوجيا الصناعية الحديثة والتصميم الفيكتورى.

ومن عام 1891 حتى عام 1896، نشرت دار ويليام موريس كيلمسكوت للنشر، عددا من الكتب التي تعد من أهم ما أنتج في مجال تصميم الجرافيك أثناء حركة الفنون والحرف، كما قدمت عملا مريحا جدا من خلال تأليف الكتب المنتقاة وبيعها إلى الأثرياء بسعر مرتفع. وقد أثبتت دار موريس على وجود سوق لأعمال التصميم التصويرى من جانبها، وساعدت على الفصل بين التصميم وغيره من الإنتاجات من الفنون الجميلة الأخرى. كما تميزت أعمال دار كيلمسكوت باستحواذها على الطابع التاريخى.¹⁶

تبرز أهمية ذلك الطابع التاريخى في توضيح التأثير المادي للحالة المبتدلة التي كان عليها تصميم الجرافيك أثناء القرن التاسع عشر. كما أثرت أعمال دار موريس للنشر، جنبا إلى جنب مع بقية أعمال حركة النشر الخاصة، بصورة مباشرة على الفن الحديث وبشكل غير مباشر تعتبر مسؤولة عن التطورات التي طرأت على تصميم الجرافيك في أوائل القرن العشرين بشكل عام.¹⁷

¹⁵ عبد الله، ماجد، المرجع السابق، ص27.

الحربى، خالد. نظريات الألوان في التصميم الجرافيكي. دار النهضة العربية، 2016، ص 40.¹⁶
https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%B5%D9%85%D9%8A%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B1%D8%A7

الفصل الثاني:
التصميم الجرافيكي
والعلامة التجارية
الناشئة

❖ المبحث الأول: تصميم هوية الشركة والعلامة التجارية

هوية الشركة هي مجموعة من الصفات والميزات والخصائص التي تميز مؤسسة عن منافسيها. تتشكل هذه الهوية من الانطباعات والأفكار التي تتكون في عقول المتلقين، حيث يتم تصميم الجزء الملموس (المرئي والمسموع) لهوية المؤسسة التجارية ليعبر عن "شخصية" المؤسسة، مما يسهل تحقيق الأهداف المرجوة منها (القرعان، 2015).

بشكل عام، ترتقي الهوية المؤسسية إلى مجموعة من المواصفات التي تعمل ضمن إطار مجموعة من المبادئ التوجيهية. هذه المبادئ تحكم عملية تطبيق الهوية وتحافظ على استمرار صورتها الذهنية، مما يمكن أي متلقٍ أو مستهلك من التعرف على هوية المؤسسة ومعرفتها كعلامة تجارية تحمل مواصفات معينة تؤثر بدورها على مكانة المؤسسة وقيمة علامتها التجارية (القرعان، 2015).¹⁸

✓ تتألف الهوية المؤسسية من ثلاثة أجزاء رئيسية:

-تصميمات الشركة (الشعار، القرطاسية، التغليف، الإعلانات، الديكورات، الزي الرسمي، الألوان).

-اتصالات وعلاقات الشركة (العلاقات العامة، المعلومات، الاتفاقيات، الثقافة، الردود).

-سلوك الشركة (القيم الداخلية، القوانين، المرونة، التعاون).

قام الكاتبان غافن أمبروز (Gavin Ambrose) وبول هاريس (Paul Harris) بتقسيم أشكال الهوية البصرية إلى ثلاثة أنواع رئيسية وفقاً للعلامة التجارية والمنتج الذي تمثله، وهي كالتالي: "الهويات المتجانسة" (Monolithic Identities): وهي هويات تتميز بوجود علامة تجارية واحدة لمنتجات الشركة المتعددة. تعد هذه العلامة التجارية مظلة تستخدمها جميع

¹⁸الزابد، يوسف. فن التصميم الجرافيكي بين النظرية والتطبيق. مكتبة الأنجلو المصرية، 2014، ص 89

الشركات الفرعية على كافة منتجاتها. مثال على ذلك، جوجل (Google)، حيث تحتوي على العديد من المنتجات والخدمات التي تحمل جميعها علامة تجارية واحدة.

"الهويات المسندة" (Endorsed Identities): وهي الهويات التي يكون فيها لكل منتج من منتجات الشركة علامة تجارية مستقلة ومميزة، ولكن كل علامة تشير إلى الشركة الأم في الوقت نفسه. مثال على ذلك، سلسلة فنادق ماريوت (Marriott)، حيث تحمل كل فندق علامة تجارية خاصة به، ولكن تشير جميع العلامات إلى الشركة الأم ماريوت.¹⁹

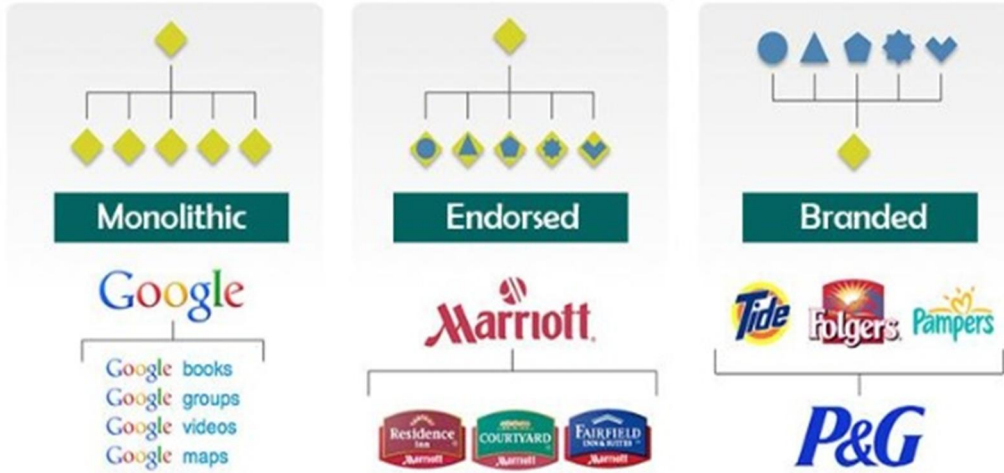
"الهويات التجارية المعلمة" (Branded Identities): وهي الهويات التي يكون لكل منتج من منتجات الشركة علامة تجارية كاملة قائمة بحد ذاتها ولا تشير إلى الشركة الأم. في هذه الحالة، يتم تمييز كل منتج من خلال علامته التجارية، والشركة الأم ليست معروفة بشكل واضح. مثال على ذلك، شركة بي أند جي (P&G)، حيث لكل منتج علامة تجارية خاصة به دون الإشارة إلى الشركة الأم.

كما يتم تطبيق تصاميم الجرافيك في الصناعات الترفيهية الخاصة بالديكور، والمشاهد، ورواية القصة البصرية. وتشمل الروايات والكتب الفكاهية، ومقدمة ونهاية الأفلام، والبرامج والأثاث على خشبة المسرح أمثلة على التصاميم الأخرى الخاصة بالأغراض الترفيهية. هذا بالإضافة إلى الأعمال الفنية المستخدمة في القمصان وغيرها من الأشياء المطبوعة باستخدام الكمبيوتر من أجل البيع عبر الإنترنت.

ويمكن تقديم ما يعرف بتصميم المعلومات بصورة مبتكرة من خلال تحسين التراكيب الانشائية للمعلومات المرئية بدءاً من المجالات العلمية إلى تقديم التقارير الإخبارية وعرض وجهات النظر والحقائق في كثير من الأحيان كما يمكن استخدام تصميم الجرافيك للاعلام والترفيه في نفس الوقت وذلك من خلال الصحف والمجلات، والمدونات، والتلفزيون والأفلام الوثائقية. ومع ظهور تصفح شبكة الإنترنت، يستخدم القارئون على تصميم المعلومات من ذوي الخبرة أدوات تفاعلية مثل أدوبي فلاش، بصورة متزايدة لتوضيح خلفية القصص الإخبارية.

¹⁹الزابد، يوسف، المرجع السابق، ص91.

The Three Main Identities Shapes



أشكال الهوية البصرية وأمثلة عليها

قد ينطوي مشروع تصميم الجرافيك على تنسيق وعرض النص الحالي مع الصور المعدة مسبقاً أو الصور التي تم معالجتها على يد مصمم الجرافيك. على سبيل المثال، تبدأ القصة الصحفية بعمل الصحفيين والمصورين الصحفيين ومن ثم يصبح باقي العمل على عاتق مصمم الجرافيك من تنظيم هذه الصفحة وتحديد ما إذا كانت تتطلب أي عناصر أخرى من شأنها إضفاء مزيد من الأثارة على هذه الصفحة.²⁰

ويمكن أن يكلف مصمم الجرافيك أو المدير الفني في كثير من الأحيان المصورين أو الرسامين بجلب النسخ الأصلية للصور لمجرد أن تدمج في تخطيط التصميم بالمجلة أو الإعلان. كما تم إلحاق ممارسة التصميم المعاصرة إلى أجهزة الكمبيوتر الحديثة، على سبيل المثال استخدام **WYSIWYG**، غالباً ما يشار إليه بالتصميم التفاعلي، أو تصميم الوسائط المتعددة.²¹

²⁰ الهاشمي سارة. الهوية البصرية: التصميم والتطبيق. دار النشر العربي، 2017، ص 29.

²¹ أحمد الأمين موسى، مدخل إلى تصميم الجرافيك. الشارقة: جامعة الشارقة، 2011، ص 23

تعرف اللونيات بذلك المجال الذي يوضح كيفية استقبال العين المجردة للون وكيفية تفسير وتنظيم تلك الألوان في الطباعة وعلى شاشة الكمبيوتر. حيث تغطي شبكة العين باثنين من المستقبلات الحساسة للضوء والتي تعرف باسم القضبان والمخاريط. فتعتبر القضبان حساسة للضوء، وليست حساسة للون. أما المخاريط على العكس من القضبان. فهي أقل حساسية للضوء، ولكنها تستقبل الألوان.

هناك نوع من الجدل المثار حول ما إذا كانت أجهزة الكمبيوتر تعمل على تعزيز العملية الإبداعية في مجال تصميم الجرافيك أم لا. يسمح الإنتاج السريع باستخدام الكمبيوتر للعديد من المصممين باستكشاف أفكار متعددة بسرعة مع مزيد من التفاصيل أكثر مما يمكنهم تحقيقه عن طريق الوسائل اليدوية أو لصق الرسومات على الورق، الأمر الذي من شأنه أن ينقل المصمم من خلال العملية الإبداعية بسرعة أكبر. ومع ذلك، كونهم أمام عدد لا نهائي من الاختيارات لا يساعد ذلك المصممين على اختيار أفضل تصميم كما يمكن أن يؤدي ذلك إلى تكرار التصميمات دون التوصل إلى نتائج واضحة²².

❖ المبحث الثاني: قواعد التصميم الجرافيكي

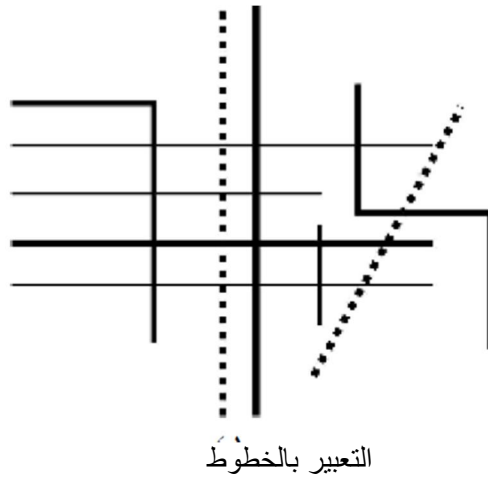
يستخدم المصمم الجرافيكي عدة عناصر في تصميمه وهي:

1- الخط (Line):

إن كل شيء في الطبيعة أصلاً هو خط، ويمكن تعريف الخط على أنه شكل ضيق جداً، وللخط وظائف عديدة منها الحس بالحركة داخل الفراغ أو حوله وذلك لما للخط من مقدرة على جعل العين تتابع حركته أينما اتجه.

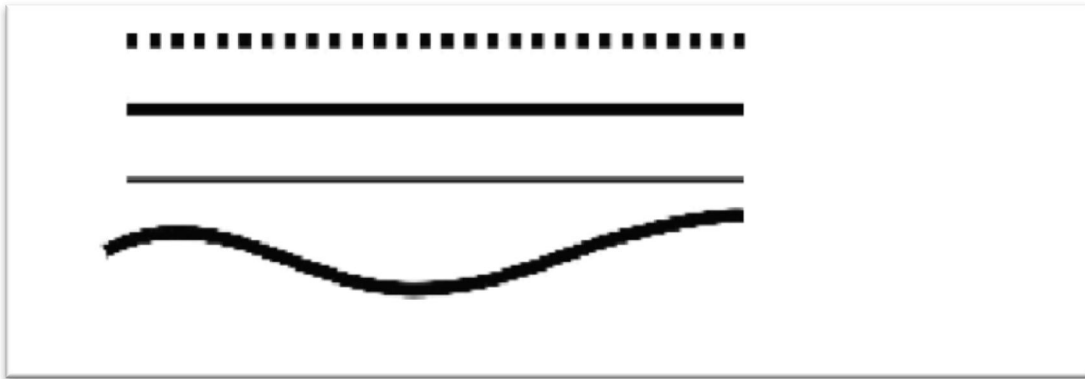
وللخطوط تعبيرات معينة فالخطوط المستقيمة الناعمة تعبر عن الهدوء والاستقرار، أما الخطوط المتقاطعة والمتعارضة والمتعاكسة في اتجاهاتها تعبر عن الحركة والحيوية والتفاعل.

²²الهاشمي سارة، المرجع السابق، ص30.



التعبير بالخطوط

هناك أنواع متعددة من الخطوط منها الخط المستقيم، الخط المتعرج، الخط المتقطع.... الخ، وهناك تصنيف آخر لأنواع الخطوط منها الخطوط الحقيقية وهي المرسومة بشكل واضح وحاد، وهناك الخطوط الوهمية المتكونة نتيجة التقاء شكلين في التصميم.²³



حركة الخطوط

2- الشكل (Shape):

وهو عبارة عن خط مكتمل ومغلق، والأشكال عديدة منها المنتظمة الهندسية كالدائرة والمربع والمثلث، ومنها غير المنتظم وهي كثيرة في الطبيعة، ويمكن تكوين شكل معين عن طريق تلوين مساحة من الفراغ داخل التصميم.

²³ Philip Meggs, A History of Graphic Design

3- اللون (Color):

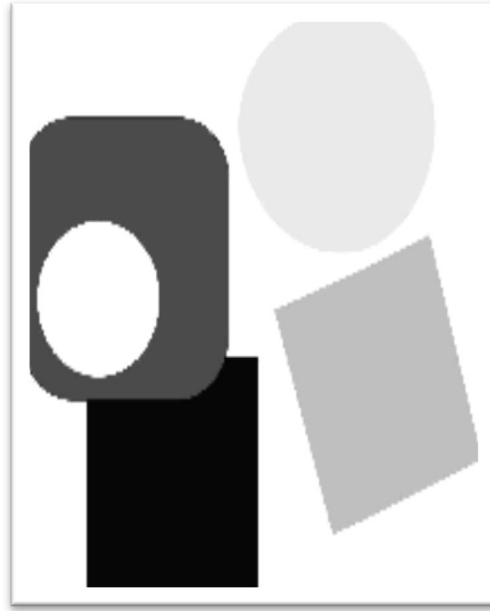
وهي عديدة أيضا ولا يمكن حصرها ولكن هناك نوعين رئيسيين من الألوان: الألوان الباردة وهي الأزرق ومشتقاته، والأخضر يعتبر من الألوان الباردة، وهناك الألوان الساخنة وهي الأحمر ومشتقاته والأصفر ومشتقاته. الألوان الرئيسية ثلاثة هي: الأحمر، الأصفر، الأزرق. ومن درجاتها أو مزج لونين مع بعض تنتج الألوان الأخرى والتي تسمى (ألوان ثانوية). (اللون الأبيض يسمى (أشعة (وليس) لون)، واللون الأسود يتكون نتيجة مزج جميع الألوان مع بعضها البعض، وقد يتساءل البعض عن الألوان الرمادية، إنها مزيج من اللون الأسود بدرجات (كثافات) معينة والأبيض.

للألوان مدلولات حسية كثيرة تثير في نفس المشاهد أحاسيس معينة، وهي عادةً يكون لكل موضوع لون معين ففي تصميم منشور المطعم يفضل استخدام اللون البرتقالي بكثرة لأنه معروف بقدرته على فتح الشهية. أما الأزرق الذي يرمز للهدوء والاستقرار فإنه يستخدم مثلا في التصاميم ذات العلاقة بالعلاج لأنها مريحة للعين، وسنتحدث بالتفصيل عن سيكولوجية الألوان في الفصل الخاص بالألوان.

4 - القيمة (Value)

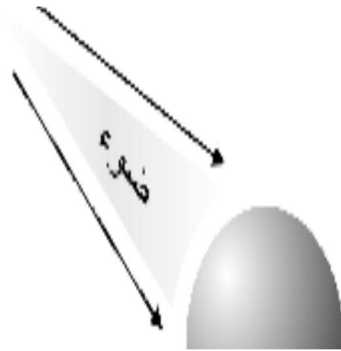
وهي درجة الإضاءة أو درجة القيمة الضوئية، فالمنطقة المضيئة في التصميم عادةً ما تكون أكثر قيمة من المنطقة المعتمة، هذا في الإعلانات الملونة، أما الإعلانات التي تستخدم الأبيض والأسود فقط فإن الأبيض يشكل أعلى قيمة، وكلما اقتربنا من الأسود نكون قد تدرجنا نحو القيمة الأقل ضوءاً.²⁴

²⁴ Philip Meggs, A History of Graphic Design



درجة القيمة الضوئية

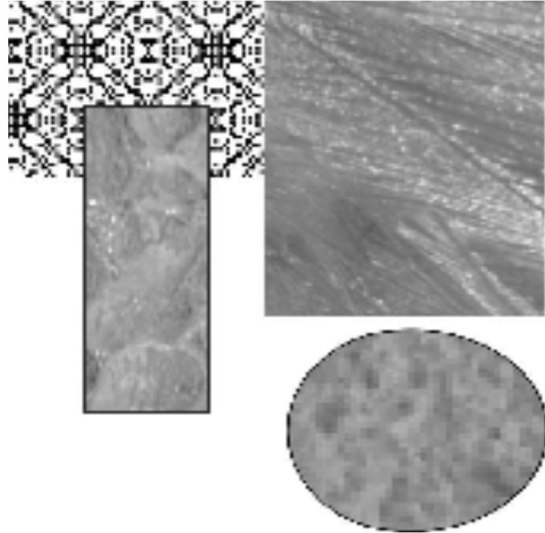
والجدير بالذكر أنه يجب مراعاة الظل والضوء: فالمعروف أن المنطقة المتعرضة للضوء يكون جانبها الآخر في الظل.



الظل و النور

5- الملمس (Texture):

هو العنصر الذي يمتاز بأننا نحس به بحاستين هما: اللمس والبصر، وتكمن أهمية هذا العنصر في استخدامه للتمييز بين أجزاء التصميم لإعطاء كل شيء طبيعته الخاصة فالخشونة للسطح الخشن والنعومة للسطح الناعم، كما أن تنوع الملامس بين أجزاء التصميم يعمل على إعطاء التصميم حيوية أكثر ويبعده عن الإحساس بالملل.



تنوع الملامس بين أجزاء التصميم

✓ أسس التصميم الجرافيكي:

تعتبر أسس التصميم هي مفردات اللغة التي يقوم المصمم من خلالها ببناء التصميم ويمكن تشبيه أسس التصميم بالخامات المستخدمة في البناء مثل: الرمل-الحديد-الاسمنت...الخ، وهناك عدة أسس لبناء التصميم الناجح المعبر، وهي:²⁵

1- الوحدة:

توحي الوحدة بالتوافق الموجود بين عناصر التصميم وإلى أن هناك علاقة مدروسة بين العناصر وليست علاقة محض الصدفة. والوحدة عبارة عن تصور موجود ومحدد المعالم تشارك فيه جميع العناصر السالفة الذكر، ومن أقوى حالات الوحدة في التصميم هو التكرار (تكرار الأشكال بطريقة معينة).²⁶

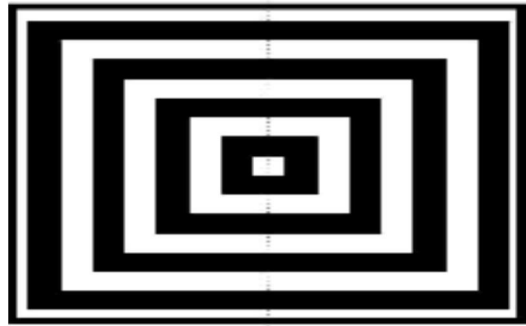
²⁵ أحمد الأمين موسى، المرجع السابق، ص 51.

²⁶ الهاشمي، سارة. الهوية البصرية: التصميم والتطبيق. دار النشر العربي، 2017، ص 29.

العلاقات التي توجد بين العناصر متنوعة ومختلفة علاقات شكلية أو خطية أو لونية، وإذا توافرت الوحدة في العمل الفني أتيح للناظر أن يرى العمل الفني ككل من الوهلة الأولى، ثم يتدرج نحو رؤية الأجزاء.

2- التوازن:

وهو تساوي كمية الأحجام والأشكال في قسمي الصفحة التصميم، والتي يفصلها خط وهمي عامودي أو أفقي. وكما هو معروف فإن عدم التوازن في أي شيء يولد الشعور بعدم الراحة.



التوازن المتماثل

والتوازن في أي تصميم نوعان رئيسان هما:

أ- التوازن المتماثل: وهو تماثل الأشكال والكتل والخطوط في قسمي التصميم تماثلاً كلياً.

ب- التوازن غير المتماثل: وهو تناسب وتساوي حجم الأشكال والكتل والخطوط في قسمي التصميم بغض النظر عن وجود التماثل أم عدمه.

3- الإيقاع:

وهذا العنصر مشترك بين الفنون المرئية والمسموعة، فالحركة تولد الشعور بالإيقاع، مثل سماع نغمات الموسيقى التي تولد هذا الشعور.

والإيقاع أحد الأسس الهامة التي تعتمد على التكرار في عملية التصميم المرئي، فتكرار العناصر المتماثلة أو على الأقل المتشابهة في تصميم معين يبعد التصميم عن الملل ويوحى بالإيقاع كما في الموسيقى.²⁷

4- الحركة:

لا يخلو أي تصميم من الحركة، وهي في العادة تكون ضمنية) أي لا يكون التصميم متحركاً (وهي أن يلجأ المصمم إلى تكرار نفس الموضوع المتحرك بأوضاع متغيرة للإشارة على أنه يتحرك، وأهمية الحركة هنا أن العالم من حولنا يتحرك، حتى أثناء النوم يتقلب الإنسان وتتغير أوضاعه، إذن لا أحد يمكن أن يثبت للحظة بدون حراك.

5- الفراغ(العمق):

وهو العمق في التصميم عن طريق الإيحاء بوجود بعد ثالث وهمي يبتدعه المصمم.

6- نقطة الارتكاز (النقطة المحورية):

وهي النقطة التي تكون بمثابة المفتاح للتصميم حيث تكون النقطة الأولى التي يسقط عليها نظر المشاهد، ويشترط أن تكون النقطة الأكثر جذباً للوهلة الأولى.
✓ طرق التصميم:

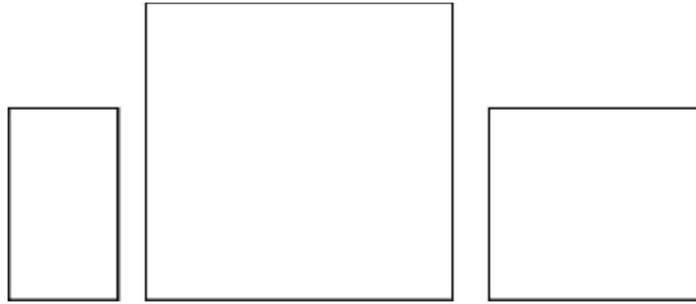
هناك طريقتان ينفذ بهما التصميم:

-أولهما: التصميم ذو البعدين(2D):

وهو يهتم بإشراك الأشكال ذات البعدين مع الجهد الواعي اليقظ لتنظيم مختلف العناصر داخل المساحة مراعيًا الانسجام المرئي لإخراج عمل هادف مبتكر، وبشكل عام فإن معظم برامج التصميم قادرة على إنتاج الأشكال ذات البعدين.²⁸

²⁷ /http://www.artsci.wustl.edu/~kbotnick

²⁸ /http://www.artsci.wustl.edu/~kbotnick



التصميم ذو البعدين

- ثانيهما: التصميم ذو الثلاثة أبعاد (3D):

فهو يختلف عن التصميم ذو البعدين في تجسيمه للأشكال حيث سهولة الرؤية والإحساس بالخامة، لما له من قدره تساعد على رؤيته بأكثر من زاوية، ومن مختلف الجهات، ولهذا فهو أقل تعقيد من التصميم ذو البعدين الذي يشاهد على المساحة دون حيز فراغي.



التصميم ذو الثلاثة أبعاد

والمصمم بطريقة الأبعاد الثلاثة قادر على تكوين رؤية ذهنية للشكل ككل من جميع الجهات، والاتجاهات تكون في ذهنه وكأنها في يديه، ويجب ألا يحصر تصويره في زاوية واحدة أو اثنتين، ولكنه يجب أن يعمل من خلال اللعب بالعمق والفراغ، ومن أشهر البرامج التي تستخدم في هذا المجال.

- نظرية الألوان:

من خلال ما ذكر نصل إلى نتيجة مفادها أن اللون ليس مادة ملموسة، بل إحساس ناتج عن موجات كهرومغناطيسية تشكل الضوء، تتلقى الأعين هذه الموجات، وتتولى الأدمغة ترجمتها، فيتولد عن ذلك إحساس نسميه الألوان. ولكل لون موجة بأطوال محددة، طول الموجة.

هو المسافة التي تفصل بين نقطتي الذروة في الموجة، على سبيل المثال، تعود الموجات الأطول في الضوء المرئي إلى اللون الأحمر، أما الأقصر فهي للون البنفسجي.

تنتج الموجات الوسيطة ألواناً أخرى، أما الضوء الأبيض فهو مزيج لجميع الألوان؛ هذا ما يؤكد قوس قزح، فبعد أن يعبر ضوء الشمس الأبيض من خلال قطرات الماء العالقة في الجو، يتجزأ إلى مجموعة ألوان على التوالي، البنفسجي، والنيلي، والأزرق والأخضر والأصفر والبرتقالي والأحمر.

لا يمكن للعين المجردة أن ترى بعض الألوان، وهي ذات الموجات الأقصر من تلك التي تنتج البنفسجي؛ تعرف هذه الموجات بأشعة ما فوق البنفسجية، وهي التي تمنح الصبغة لبشرتنا . ولا يمكن رؤية الموجات الأطول من الأحمر أيضاً؛ وهي تعرف بأشعة ما تحت الحمراء، ويعود الفضل لها بإحساسنا بالدفء حين تعرضنا للشمس. عادة ما نبدأ برؤية الألوان حين تصل موجات الضوء المرئية إلى الشبكية، أي طبقة الخلايا عند مؤخرة العين . تتألف الشبكية من نوعين من الخلايا الحساسة تجاه الأضواء العمودية والمخروطية، حيث تسمح²⁹

لنا الأخيرة باستيعاب اللون، وهي تعمل بشكل أفضل تحت تأثير الضوء، ومن الصعب أن تعمل في الظلام، أو ما بعد الغروب.

يعود الفضل بالرؤية في الظلام إلى العموديات البالغة الحساسية تجاه الضوء وعديمة الحساسية تجاه الألوان؛ لهذا يبدو كل ما نراه ليلاً رمادي اللون . حين يكون النور ساطعاً، تبدأ ثلاثة مجموعات من المخروطيات بالعمل؛ تحوي هذه المجموعات الثلاث صبغ حساس تجاه الأزرق والأخضر والأحمر، وحين تصل موجات الضوء إلى مخروطيات الشبكية، يمتص كل صبغ موجات الضوء ليتعرف عليها. ينتج عن عملية الامتصاص هذه ردة فعل

²⁹ الهاشمي، سارة، المرجع السابق، ص 35 .

كيميائية تؤدي إلى إرسال إشارة كهربائية، تنتقل الإشارة الصادرة عن كل من المجموعات المخروطية الثلاث والعمودية إلى قشرة الرؤية في الدماغ .

تتولى هذه معالجة المعلومات التي يتم جمعها، فينجم عن ذلك تحديد لون الصورة، لهذا تتمكن منظومة الرؤية لدينا من إعادة بناء كل الألوان التي يمكن تشكيلها عبر الألوان الرئيسية الثلاث، وهي الأزرق والأخضر والأحمر، وتعرف هذه العملية بإضافة الألوان لتركيبها، فإذا اجتمع شعاعين مثلا، أحدهما احمر والآخر اخضر، فوق شاشة بيضاء اللون، تفرض إحداهما على الأخرى، لتنتشئ اللون الأصفر.

عند تركيب الأخضر والأزرق ينتج الأزرق الداكن، وينجم عن الأزرق والأحمر لون أرجواني، أو اقرب إلى البنفسجي، وإذا ما توافقت الألوان الرئيسية الثلاث بنسب متساوية، ينتج عن ذلك اللون الأبيض.

هناك عملية تركيب ألوان أخرى تعرف بتركيب الطرح، تتم هذه العملية عبر الصبغ بدل الضوء للوصول إلى الألوان التي يستعملها الرسامون .يطرح الصباغ الموجود في الطلاء بعض الموجات الضوئية من الضوء الأبيض ليعكس أخرى، يعود ذلك إلى التركيبة الجزيئية للصبغ، فالطلاء الأحمر مثلا يبدو احمرأ، لأنه يمتص كل الألوان التي يتشكل منها الضوء الأبيض باستثناء الأحمر الذي يعكس هو الذي تتلقاه أبقارنا.

تعتبر الألوان الرئيسية في عملية الطرح، الأصفر، والأزرق الداكن، والأرجواني، أما مزج الأصفر والأزرق الداكن فيؤدي إلى الأخضر، كما يؤدي مزج الكمية المماثلة من الألوان الثلاثة إلى اللون الأسود؛ لان تركيبة الألوان الثلاثة تمتص كل موجات الأضواء.

لون الأشياء يعتمد أيضا على الضوء المسلط عليها، والحقيقة أن ليس للأشياء ألوانا بل تنعكس ألوانها وفق الإنارة التي تعكسها، كما أن تركيبة الضوء المسلط عليها تعتبر أيضا عاملا حاسما.

إذا سلط الضوء على سطح أزرق سيبرز اللون الأزرق وحده، وإذا سلط عليه اللون الأصفر سيبدو السطح اسود، لأن السطح الأزرق يمتص الضوء الأصفر بالكامل، ولهذا لا يعكس

السطح أي لون عند تعرضه لشعاع اصفر .تتكرر هذه الظاهرة مثلا عند القيادة عبر الأنفاق، المضاءة بأنوار بخارية؛ اللون الوحيد الذي تعكسه هذه الإنارة هو الأصفر، لهذا تبدو الملامح شاحبة تحتها.

يستطيع نظام الرؤية لدينا التعود على الضوء القائم، حتى أنه يتغاضى عن المتغيرات في الإنارة، فيمنح الأشياء لونها الحقيقي؛ يتم ذلك بعدم الاعتماد فقط على النور الذي تعكسه هذه الأشياء، بل بأخذ هويتها أيضا بعين الاعتبار .فبما أن ضوء النهار يتغير بين أوقات الصباح الأولى والغروب والمساء، تبدو الأشياء بالنسبة لنا دائما بالألوان نفسها.

❖ المبحث الثالث: مفهوم الشعار logo

يعتبر في مفهومه التقليدي هو شعار يتكون من رمز أو صورة أو عنصر مرئي يستعمل للدلالة على علامة تجارية أو سلعة معينة، وقد يستعمل للدلالة على خصوصية شيء معين أو عائلة معينة، أو لتوضيح فكرة، وقد يمثل الشعار أيضا دولة أو مدينة أو اتحاد دول أو منظمات أو أية مؤسسة أو شركة أو هيئة أو والشعار ليس فقط شكل أو ايكونه أو اسم ذو زخارف، لنشاط الشركة وخدماتها بطريقة ترتبط في ذهنك ويصعب محو الشكل والشركة ونشاطها من ذهنك. ويمثل علامة ثقة بين المستهلك والشركة أو مقدم الخدمة.³⁰

بمجرد رؤيتك لشعار شركه معروفة تطمئن للخدمة المقدمة عن طريقها. يكون الشعار عادة مصمما بحيث يوصل الفكرة بسرعة ويمكن الشخص من التعرف على صاحب الشعار بسهولة بحيث يتجنب الخلط بين الجهات ذات الأسماء المتشابهة أو لتمييز شيء ما بصريا، ويتكون الشعار عادة من عنصرين: صورة أو رمز وكتابة بخط معين ومميز. ويكون الشعار عادة علامة تجارية مسجلة. ونرى من ذلك ان الشعار قد يكون بسيطاً جداً. بحيث ان بساطته هي سر جماله.³¹

³⁰ [https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B4%D8%B9%D8%A7%D8%B1_\(%D8%B1%D9%85%D8%B2\)](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B4%D8%B9%D8%A7%D8%B1_(%D8%B1%D9%85%D8%B2))
³¹ الهاشمي، سارة، المرجع السابق، ص 37.

تصميم الشعار الناجح للعلامات التجارية الناشئة :

هناك نصائح اعتمدها المصممون المحترفون في العالم في مجال تصميم الشعارات التي تخص الشركات في المجال الاقتصادي وهي كالآتي:

1- البساطة:

حيث يجمع معظم الناس على أن الرموز الواضحة البسيطة الخالية من التعقيد والتفاصيل الكثيرة هي جذابة للنظر وبالتالي فإنها توفر للعين الراحة الكاملة والمجال الوفير لفهم مضمون الشعار، ومن هنا نجد أن معظم الشعارات المشهورة في العالم اعتمدت مبدأ البساطة وعدم التكليف وظلت حتى الآن من أقوى ما صممه المصممون، ومن هذه الأمثلة الكثيرة: مرسيدس، كوكاكولا، بيبسي، كالفين كلاين، نايك، كاتربيلر، وغيرها الكثير.

2- تناسب الأبعاد:

بشكل مثالي، يجب على الشعار أن يتكون من عرض وطول متناسبين في إطار من الوحدة، فلا يزيد العرض عن الطول بمقدار كبير يجعل من الصعب وضع هذا الشعار على بطاقة أعمال أو بروشور أو حتى بيل بورد لوحة الإعلانات الضخمة.

3- قلة الألوان:

فمن المعروف أن 80 % من أكثر الشعارات العالمية شهرة تستخدم لونين أو ثلاثة؛ لأن أكثر من ثلاثة ألوان في الشعار الواحد قد يشتت رد الفعل النفسي لدى المشاهد عند النظر إلى هذا الشعار. عادةً ما يستخدم المصممون لونين مع الأسود مما يضيفي على الشعار صفة البساطة والقدرة على نقل الرسالة التي يحملها الشعار للناس.

4- استعمال خط كتابة مقروء بوضوح:

بإمكان المصمم أن يستخدم مجموعة من خطوط الكتابة القوية في الشعار، لكن مالفائدة إذا لم يستطع أحد قراءته؟ إن أفضل اختيار تقوم به هو خط كتابة مميز وسهل القراءة في نفس الوقت.

5 - اعتماد مبدأ رخص تكاليف تنفيذ الشعار:

يجب على الشعار أن يصمم بطريقة معينة تجعله سهل الاستعمال في كثير من المجالات، وفي هذا الصدد علينا الأخذ بالاعتبارات التالية:

- يجب أن يكون الشعار مصمم باستعمال الكثير من الألوان التي قد تكلفك الكثير في كل مرة تريد تنفيذ هذا الشعار أو على الورق المروس .

- عدم استخدام الصور في الشعارات والتي غالباً ما تكون صعبة التنفيذ والإنتاج.

- يجب أن يصمم الشعار بطريقة معينة يكون من السهل تحويله إلى نظام الألوان (أبيض وأسود).

- استعمال الألوان التي تتناسب مع صفحات الانترنت حتى يظهر الشعار بنفس الألوان (Web-Safe Colors) المطبوعة.

6-الأصالة:

إن المبدأ الرئيسي من تصميم الشعارات هو محاولة تمييز شركة معينة عن منافسيها في نفس المجال، مما يعني أن الشعار في تصميمه يجب أن يكون مميزاً وفريداً، ومن جهة أخرى أن يكون التصميم مختلفاً كلياً عن باقي الشعارات الموجودة حتى يكون بالإمكان اعتماده كعلامة تجارية.

7-محاولة أن يكون الشعار ضمن الأعراف المتعارف عليها:

ويعني هذا أن بعض الأعراف السائدة في تصميم الشعارات قد تراعى عند تصميم الشعار الخاص بك، مع احترام وجود الأصالة في نفس التصميم، فعلى سبيل المثال اللون المتعارف عليه في شعارات هو الأزرق، وهذا يدل على أن اللون الأزرق أصبح مقياساً عالمياً يشير إلى أن معظم شركات التكنولوجيا تستخدم هذا اللون في تصميم شعاراتهم.³²

³² /http://www.artsci.wustl.edu/~kbotnick



الفصل الثالث:
الجانب التطبيقي

مقدمة:

➤ خلاط عصائر محمول:

إذا كنت دائم السفر أو تقضي فترات طويلة في الخارج مثل النادي أو المدرسة أو الجامعة أو السيارة أو الشغل، وتريد صنع بعض العصائر والمشروبات المخلوطة بسهولة، فالخلاط المحمول الذي يعمل بالبطارية القابلة لإعادة الشحن هو الخيار الأمثل لك.

➤ مميزات الخلاط الكهرو منزلي:

- ✓ عالي الجودة ويساعدك على خلط كل أنواع الخضار والفاكهة بكل سهولة وأمان
- ✓ الخلاط يساعدك في صنع كل أنواع العصير التي أنت تحبها بكل سهولة خلال ثوانٍ
- ✓ يتشحن بالـUSB، يعني تستطيع استخدامه في أي مكان وفي أي وقت وبدون ما تحتاج لوصلة كهرباء
- ✓ حجمه صغير جداً، تأخذه معك في أي مكان
- ✓ الشفرة مزودة بـ 6 أسلحة ثلاثية الأبعاد لكي تخلط الفاكهة او الخضار بشكل جداً
- ✓ الخلاط لديه يد لكي تمسكه منها بسهولة
- ✓ مصنوع من أفضل أنواع البلاستيك المقاومة للحرارة وللتآكل وهي صحية وخالية من السموم
- ✓ سعته 380 ملل، سعة البطارية 2000 ملل امبير
- ✓ الطاقة الخارجة 70 وات، يشحن في ساعة ويعمل فترة طويلة جداً
- ✓ سرعة المحرك 12000 دورة في الدقيقة
- ✓ متوفر بألوان كثيرة
- ✓ التقليل من الطاقة المستعملة
- ✓ سرعة الاستعمال في اي مكان
- ✓ صديق البيئة

➤ الهدف من الملصق الاشهاري:

هو ابراز القيمة الجمالية للمنتوج الجزائري و تعزيز الهوية للملصقات الاشهارية الجزائرية

❖ تصميم ملصق اشهاري لخلاط كهرو منزلي محمول باليد:

➤ تحليل الشعار:

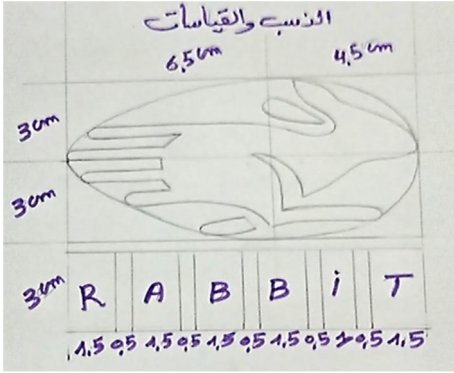
- ✓ اختيار شكل الارنب للدلالة على السرعة والثبات و المرونة
- ✓ الجهاز هو خلاط كهرو منزلي يعمل بالبطارية القابلة لإعادة الشحن
- ✓ اسم الجهاز: رابيت RABBIT يعني الأرنب البري الذي يتميز بالخفة و الرشاقة وقوة المراوغة والصبر
- ✓ هو تصميم بسيط و سهل ،جاء الشعار باللغة الفرنسية يحتوي على نوعين لوغو: نصي Rabbit ،اللغو الرمزي:شكل ارنب محور وهدف منه نشر الفكرة بسرعة، اللغو النصي: أي عبارة عن كلمة كاملة غير مفصلة.
- ✓ بالنسبة للألوان: لها قوة وطاقة في تسمية الجهاز وهو أمر صحيح لا شك فيه، فالألوان تؤثر حقا على أمزجتنا وعواطفنا وسلوكياتنا كما أنها قد تكون مصدر للمعلومات في بعض الأحيان، وفي تصميم الشعار اخترت اللونين الأبيض والأسود، للدلالة على الفخامة والهيبة فهي ألوان راقية محايدة لا يختلف عليها أحد، فالأبيض هادئ والأسود مسيطر، فالدلالة اللونية للأبيض: اخترناه لونا للخفية لأنه" يرمز للطهارة و العفة والنقاء والسلام كما أنه يدل على الهدوء أما الأسود: اخترناه لونا للكتابة لأنه يرمز للقوة والجرأة كما أنه يدل على الأناقة والراقي.¹
- ✓ اللون الأخضر و الأزرق و الأرجواني بدرجات المختلفة عموما هي أكثر تحفظ، يرمز للأخضر الى الطبيعة ، النبات ، النمو ، الانسجام وهو مرتبط بالثراء و المال و الاستقرار، اللون الأحمر يرمز للقوة والطاقة و النار و التحذير و الخطر و الغضب اللون الأزرق لون البحر و السماء، ويدل على الثقة و الاستقرار ومهدئ ويمثل الصدق والولاء كما أنه ينطوي على الثقة و المهنة و السلام وحتى الروحانية،اللون الارجواني لون الازهار اللافندر، يدل على الابداع و الخيال والراقي و الفخامة، اللون الأصفر لون الشمس و السعادة وأمل وهو لون اكثر اثاره ولفتا للانتباه.²

1:كلود عبيد، قسم الألوان ودلالاتها، ط1 ، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع،2013 ، ص61 .

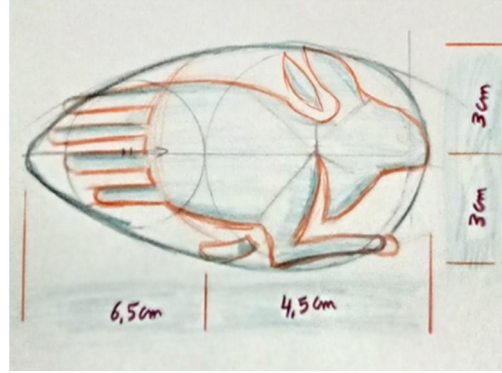
2: محمد زاهر شلار، أساسيات تصميم الرسومات، ط1،أكاديمية حسوب،2021،ص71

➤ تصميم الشعار:

✓ مراحل التخطيط لتصميم الشعار RABBIT باليد:

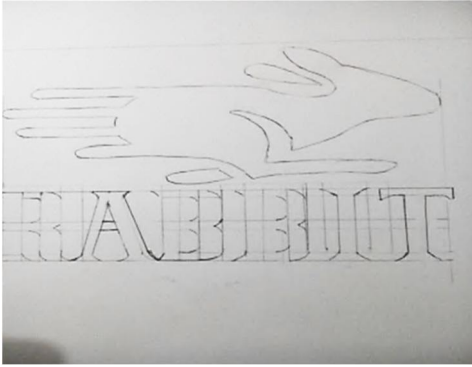


الشكل (02)

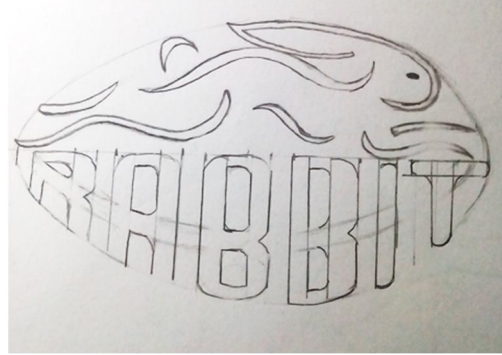


الشكل (01)

✓ تحويل الازنب في شكل بيضوي باستعمال النسب و القياسات (11سمx6سم) (الشكل 02/01)



الشكل (04)



الشكل (03)

✓ اختيار الخط اللاتيني بقياس الحرف (3سمx1.5سم) (الشكل 03 و 04)

➤ تركيب الشعار:

✓ تركيب الشعار النصي و الرمزي واختيار الألوان



الشكل (06)



الشكل (05)

✓ توظيف لون ساخن مع لون بارد (البنفسجي و البنفسجي المحمر) الشكل (05)

✓ التضاد اللوني الابيض و الاسود (الشكل 06)



الشكل (08)

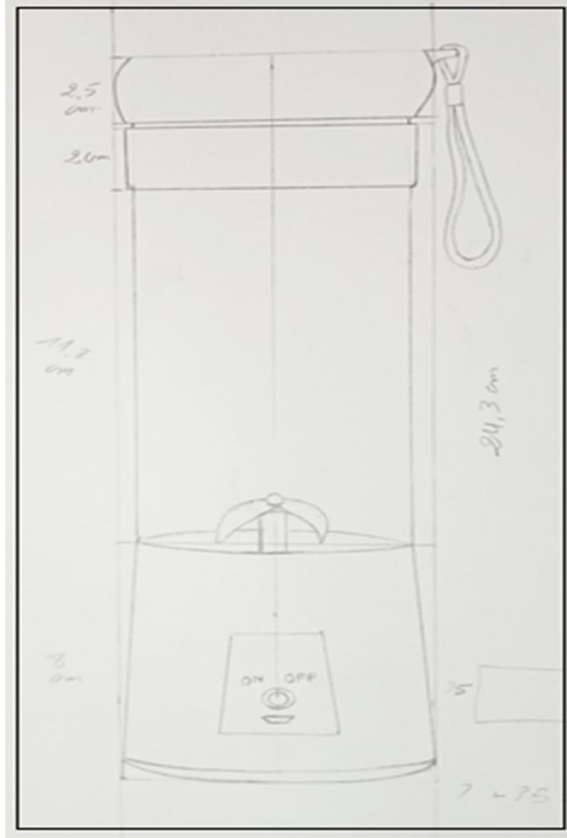


الشكل (07)

✓ توظيف لونين مكملين (الاحمر والاخضر) بالإضافة الى الابيض الشكل (07)

✓ لون بارد مع لون ساخن (الاخضر و البنفسجي المحمر) الشكل (08)

- توظيف الشعار في الملصق الاشهاري:
- ✓ تصميم خلاط كهرومنزلي:



الشكل (09)

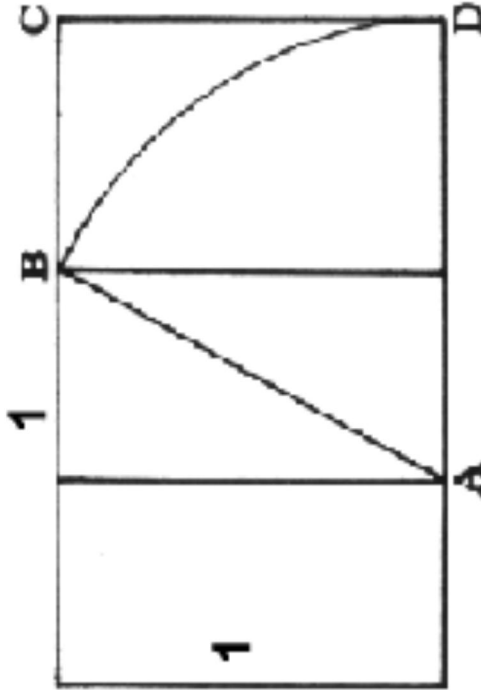
- ✓ وضع النسب و القياسات على الورق (11.8سم/8سم)، مع تعديل الشكل وخاصة عند فتحة الاخلاط الشكل (09)

- دراسة تحليلية والبطاقة الفنية للملصق الاشهاري:

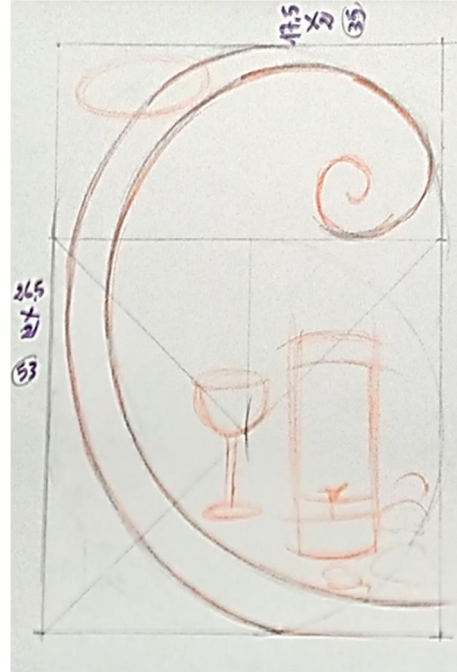
- ✓ اتخذ الملصق الاشهاري الشكل العمودي بمقاس (53cm/35cm)
- ✓ القراءة من الاعلى الى الاسفل ومن اليسار الى اليمين على شكل حلزوني (النسبة الذهبية).
- ✓ نوع الخط عربي بحجم كبير وفرنسي بحجم صغير.
- ✓ الالوان الموظفة الأزرق، الأحمر، الأرجواني، الأصفر، الأخضر و البرتقالي بدرجات متفاوتة فيما بينها .

✓ التقنية الموظفة : تقنية التسطیح.

➤ تصميم الملصق الاشهاري:



الشكل (11)



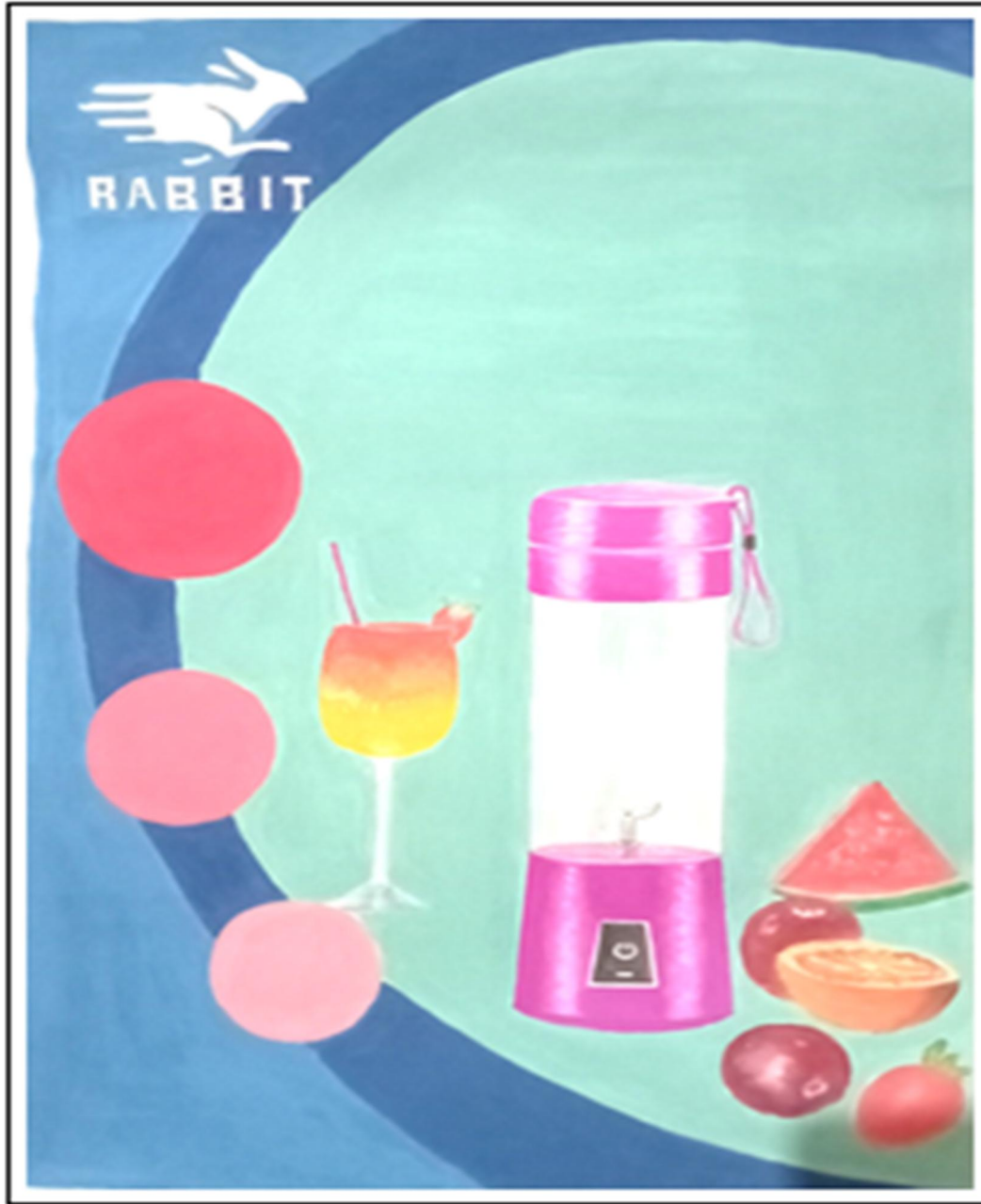
الشكل (10)

✓ القالب الهندسي للملصق الاشهاري، مقياس A4 الشكل (10)

✓ النسبة الذهبية أو المستطيل الذهبي، طريقة (ليوناردو فيبوناتشي)

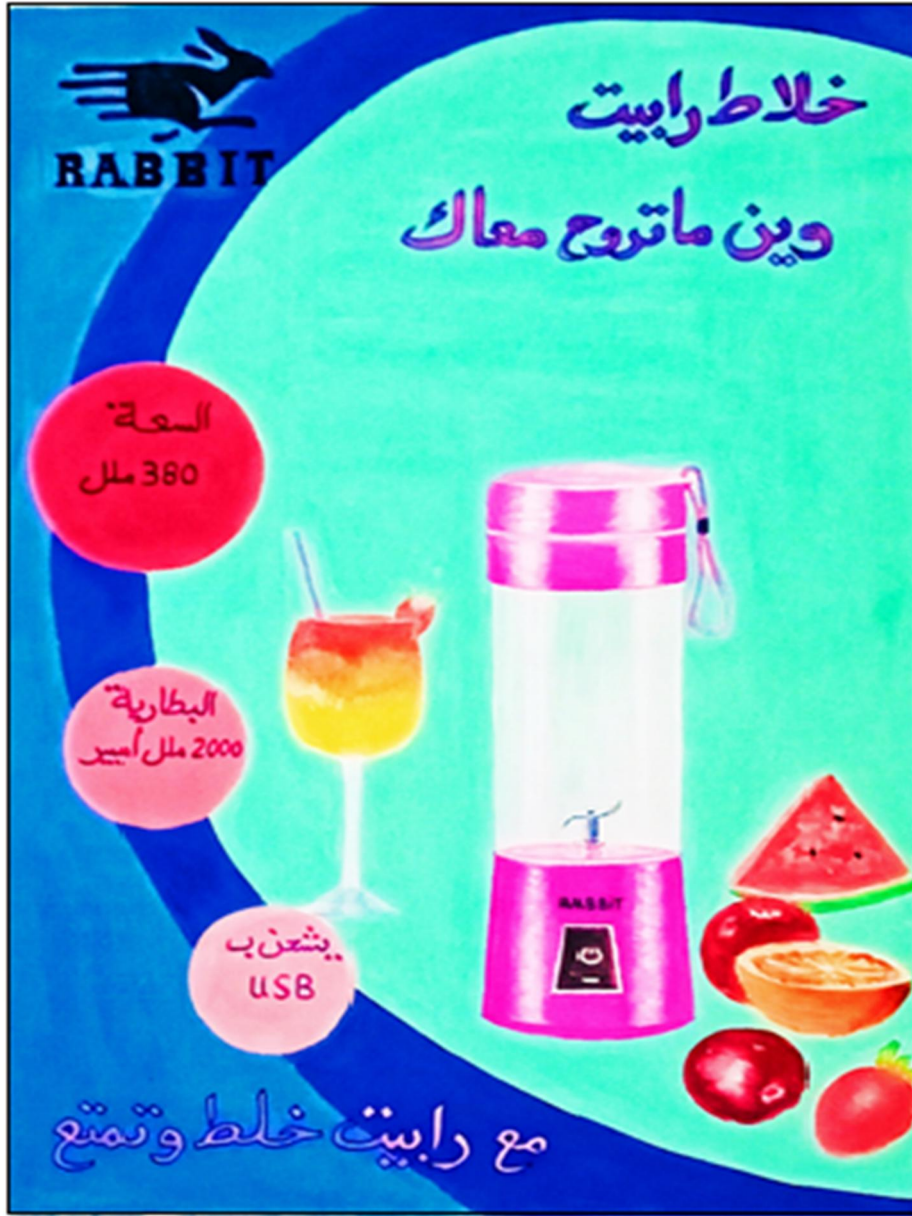
من الممكن إنشاء المستطيل الذهبي باستخدام إنشاءات الفرجار والمسطرة باتباع الخطوات التالية والموضحة في الشكل المجاور: أنشأ مربع، ثم ارسم مستقيماً من منتصف أحد الأضلاع إلى رأس في الضلع المقابل، استخدم هذا المستقيم كنصف قطر دائرة وارسم قوساً يحدد طول المستطيل، إكمال أضلاع المستطيل.³ (الشكل 11)

3: د. عمرو محمد جلال محمد، المتطلبات المعرفية و المهارية لتحقيق النسب الجمالية و الاتزان باستخدام النسبة الذهبية و هندسة الفراكتال (fractal)، العدد 2019، 17، ص 353



الشكل (12)

✓ تركيب العناصر التشكيلية (الخلاط، الفواكه، مساحات....) (الشكل 12)



الشكل (13)

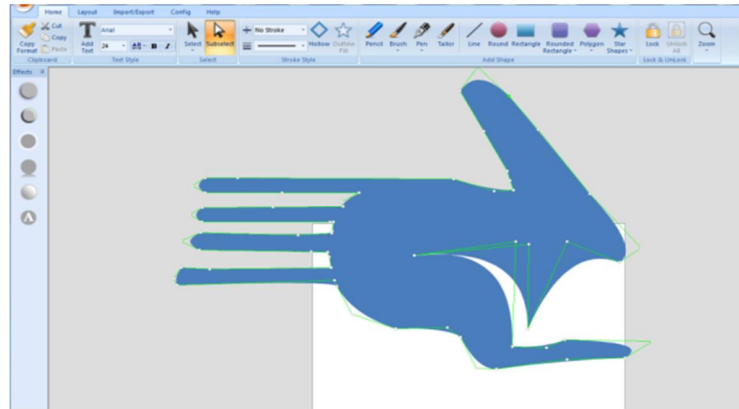
✓ الصورة النهائية للملصق الاشهاري

كتابة عبارات لجذب الانتباه نحو المنتج بالخط العربي، وضع الشعار في الملصق الاشهاري، استعمال لونين متضادان الأزرق و الاخضر في الخلفية و الأرجواني في شكل الخلاط (الشكل 13)

❖ تصميم ملصق اشهاري لخلاط كهرو منزلي محمول ببرنامج Sothink Logo Maker Professional

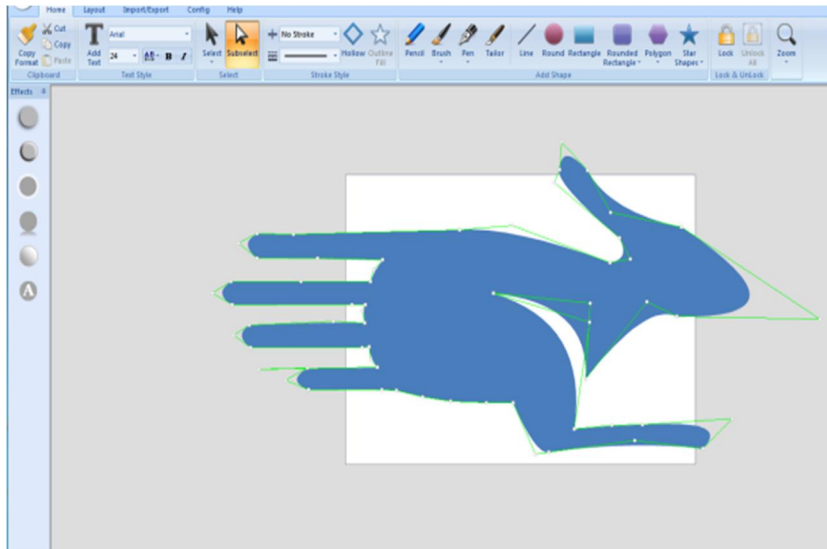
➤ تصميم الشعار:

✓ تصميم شعار لخلاط كهرو منزلي محمول ببرنامج PhoXo



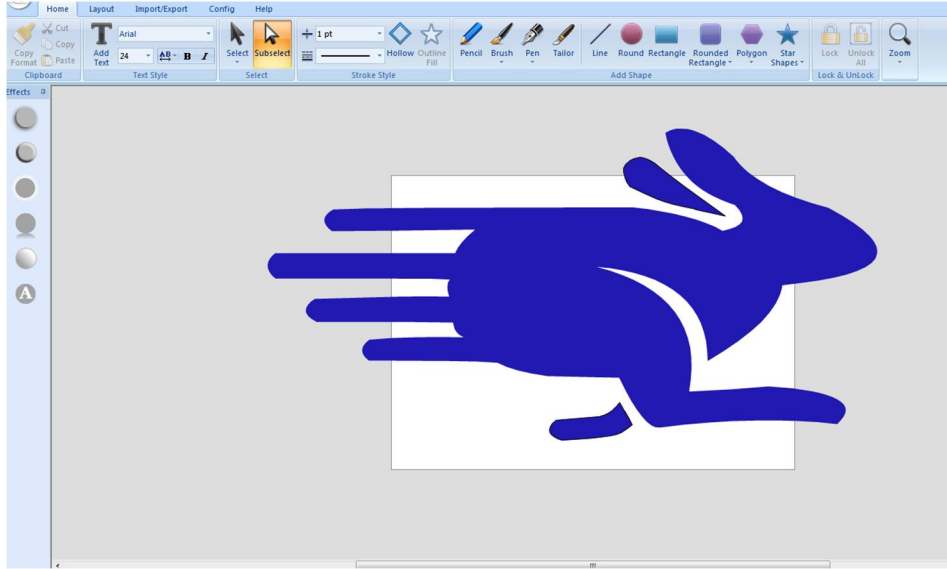
الشكل (14)

✓ مرحلة التحوير واستخراج الشكل. الشكل (14)



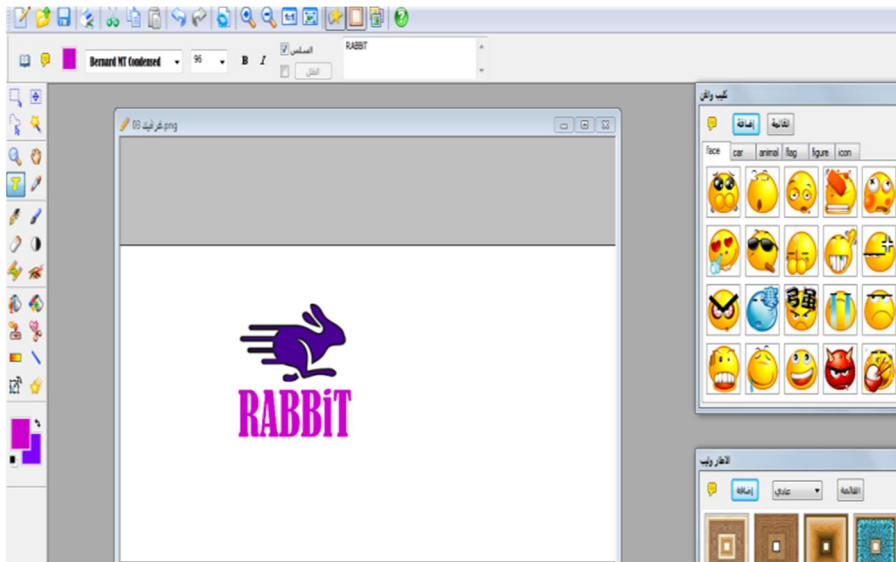
الشكل (15)

✓ مرحلة التحوير واستخراج الشكل. الشكل (15)



الشكل (16)

✓ استخراج الشعار الرمزي الشكل (16)



الشكل (17)

✓ تركيب الشعار (الرمزي و النصي) . الشكل (17)

✓ الصورة النهائية للشعار



الشكل (18)

✓ توظيف لون بارد (البنفسجي) و لون ساخن (البنفسجي المحمر) الشكل (18)



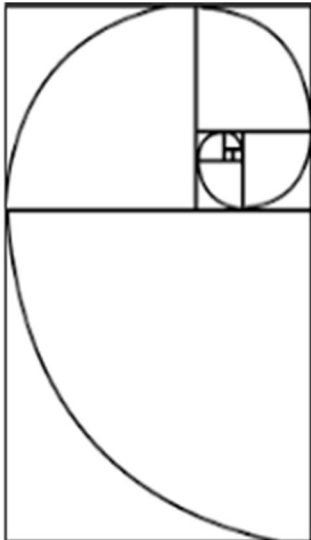
الشكل (19)

✓ توظيف التضاد اللوني الابيض الاسود الشكل (19)

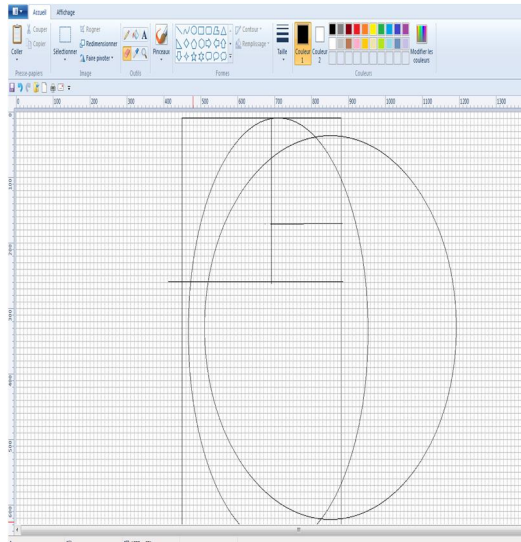


الشكل (20)

- ✓ توظيف نوع آخر من الكتابة اللاتينية ebrima ببرنامج PhoXo الشكل (20)
- توظيف الشعار في الملصق الاشهاري:

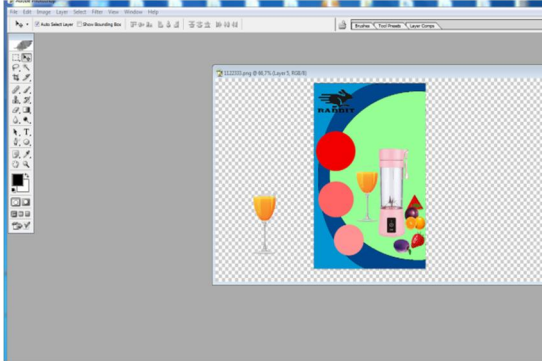


الشكل (22)

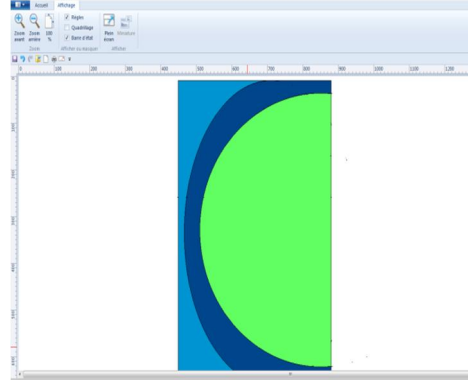


الشكل (21)

- ✓ تصميم الملصق الاشهاري اعتمادا على النسبة الذهبية الشكل (22)
- ✓ مرحلة التخطيط (القالب الهندسي للملصق الاشهاري) الشكل (21)



الشكل (24)



الشكل (23)

- ✓ تصميم الخلفية بالألوان الباردة الاخضر المصفر و الازرق بدرجات لونية(23)
- ✓ تركيب العناصر التشكيلية للملصق الاشهاري الشكل (24)



الشكل (25)

- ✓ توظيف الخط العربي في الملصق الاشهاري الشكل (25)

رابت

خلاط رابت
لكل أنواع الخضر
والفواكه

السعة
380ملل

البطارية
2000ملل أمبير

يشحن ب
USB

رابت رفيقك الدائم

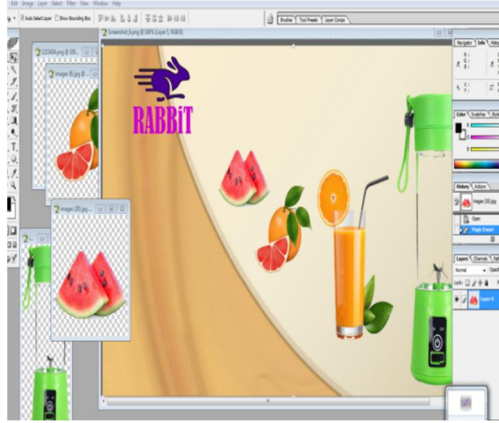
الشكل (26)

✓ الصورة النهائية للملصق الإشهاري بالتركيب الأول الشكل (26)



الشكل (27)

✓ الصورة النهائية للمصق الإشهاري بالتركيب الثاني الشكل (27)



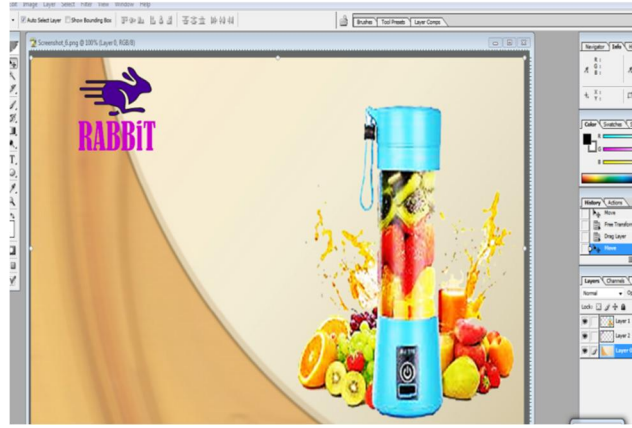
الشكل (28)

✓ تركيب وتوزيع العناصر التشكيلية ببرنامج فوتوشوب الشكل (28)



الشكل (29)

✓ الصورة النهائية للملصق الإشهاري بالتركيب الثالث الشكل (29)



الشكل (30)

✓ تركيب وتوزيع العناصر التشكيلية ببرنامج فوتوشوب الشكل (30)



الشكل (31)

✓ الصورة النهائية للملصق الإشعاري بالتركيب الرابع الشكل (31)



الشكل (32)

✓ الصورة النهائية للمصق الإشهاري بالتركيب الخامس الشكل (32)



الشكل (33)

✓ الصورة النهائية للمصق الإشهاري بالتركيب السادس الشكل (33)



الشكل (34)

✓ الصورة النهائية للملصق الإشهاري بالتركيب السابع الشكل (34)



الخاتمة

الخاتمة:

في الختام توصل هذا البحث إلى نتائج مهمة تبرز أهمية التصميم الجرافيكي في تعزيز هوية العلامة التجارية وترويج المنتجات. من خلال تحليل الفرضيات واستكشاف المنهجيات، تبين أن التصميم الجرافيكي الإبداعي يمكن أن يكون عاملاً رئيسياً في تعزيز الوعي بالعلامة التجارية وزيادة المبيعات.

وأظهرت الدراسة الميدانية التي أجريناها أن تطبيق مفاهيم التصميم الجرافيكي على هوية العلامة التجارية لمنتجات كهرو منزلية جزائرية يمكن أن يسفر عن تحسين ملحوظ في الجاذبية البصرية والتفاعلية مع العملاء المحتملين.

بناءً على هذه النتائج، يُوصى بأن تستثمر المؤسسات المنتجة في تطوير استراتيجيات تصميم جرافيكي، وتبرز مميزات منتجاتها بطريقة جذابة ومبتكرة.

من الملاحظ أن التصميم الجرافيكي الناجح لا يقتصر فقط على جذب الانتباه، بل يمتد إلى بناء الثقة والولاء للعلامة التجارية، وزيادة المبيعات بشكل ملحوظ.

بناءً على النتائج التي توصلنا إليها، نقدم مجموعة من التوصيات للمستقبل. ينبغي على الشركات المهتمة في صناعة الأجهزة الكهرو منزلية على ابتكار وتحسين هويتها التجارية وزيادة تأثيرها في السوق أن تخصص المزيد من الموارد والجهود لتطوير استراتيجيات التصميم الجرافيكي.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع:

- (1)-القيسي علي جاسم، وعبد الرحمن الزبيدي. أساسيات التصميم الجرافيكي. دار صفاء للنشر والتوزيع، 2015.
- (2)-خليل أحمد، التصميم الجرافيكي: الأسس والمبادئ. دار الفكر العربي، 2012.
- (3)-الزايد يوسف. فن التصميم الجرافيكي بين النظرية والتطبيق. مكتبة الأنجلو المصرية، 2014.
- (4)-الجاسم نور، تاريخ التصميم الجرافيكي وتطوره. دار اليازوري العلمية، 2018.
- (5)-عبد الله ماجد، الاتجاهات الحديثة في تصميم الجرافيك. دار الفارابي، 2013.
- (6)- الحربي خالد، نظريات الألوان في التصميم الجرافيكي. دار النهضة العربية، 2016.
- (7) - الهاشمي سارة، الهوية البصرية: التصميم والتطبيق. دار النشر العربي، 2017.
- (8)- العتيبي فهد، أدوات وبرامج التصميم الجرافيكي. مكتبة الملك فهد الوطنية، 2020.
- (9)- كلود عبيد، قسم الألوان ودلالاتها، ط1 ، مجد المؤسسة الجامعية للدارسات والنشر والتوزيع، 2013.
- (10)- محمد زاهر شلار، أساسيات تصميم الرسوميات، أكاديمية حسوب، 2021
- (11) -عمر ومحمد جلال محمد، المتطلبات المعرفية و المهارية لتحقيق النسب الجمالية و الاتزان باستخدام النسبة الذهبية وهندسة الفراكتال (fractal)، 2019.

مواقع إلكترونية :

[/http://www.artsci.wustl.edu/~kbotnick](http://www.artsci.wustl.edu/~kbotnick)

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%B5%D9%85%D9%8A%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D9%81%D9%8A%D9%83¹



قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
	المقدمة
	الشكر و العرفان
	الاهداء
الفصل الأول: مفهوم التصميم الغرافيكي وتطوره	
6.....	المدخل في الفصل الأول:
7.....	المبحث الأول: الأسس التاريخية و الفلسفية لمفهوم التصميم الغرافيكي
12.....	المبحث الثاني: الحركات الفنية التي تطور بها مفهوم الغرافيك
17.....	المبحث الثالث: أهمية التصميم الغرافيكي في التطور الاقتصادي واثره الجمالي
الفصل الثاني: التصميم الغرافيكي و العلامة التجارية الناشئة	
23.....	المبحث الأول: تصميم هوية الشركة و العلامة التجارية
26.....	المبحث الثاني: قواعد التصميم الغرافيكي
36.....	المبحث الثالث: مفهوم الشعار logo
الفصل الثالث: الجانب التطبيقي	
40.....	الجانب التطبيقي:
	الخاتمة
	قائمة المصادر و المراجع
	الفهرس
	الملخص

الملخص:

يهدف هذا البحث في تسليط الضوء على أهمية التصميم الجرافيكي في تعزيز هوية العلامات التجارية ودوره الحيوي في النجاح الاقتصادي والجمالي للمؤسسات ، كما يعتبر في عصرنا الحالي نظام إنساني أساسي لا يمكن الاستغناء عنه وخاصة في الحياة الاقتصادية. نسعى من خلال هذا البحث إلى تقديم إطار نظري وتطبيقي يمكن أن يكون مرجعاً للمصممين الجرافيكين والمؤسسات في تحسين وتطوير استراتيجياتهم البصرية. كما تعتبر فترة التربص الميداني أثناء التكوين الجامعي الخطوة الأولى نحو المهنة المستقبلية و أيضا تحقق رغبة الطالب نحو اتجاهه العلمي المستقبلي ، فهو يسمح له بتطوير قدراته و التفكير في مشروعه العلمي بهدف اكتساب بعض المهارات التطبيقية. وترجع أهمية دراسة هذا البحث قصد التحليل المنهجي حول التصميم الجرافيكي وتأثيره على العلامات التجارية والاقتصاد، موضحا الجانب التطبيقي لاستكشاف التمثيلات البصرية لهوية العلامة التجارية لمنتجات كهرومنزلية جزائرية. ومن الأسباب التي دفعتني على اختيار هذا البحث هو افتقار الجزائر في تصميم شعارات للأجهزة الكهرو منزلية لكون جميع الاجهزة المستوردة من الصين أو من دول أخرى تحمل شعارات لمؤسساتها. إن الإبداع في التصميم الجرافيكي ليس مجرد استثمار في الجانب الجمالي، بل هو استثمار في قوة التواصل وفهم العملاء، وبالتالي يمكن أن يكون له تأثير كبير على النجاح الاقتصادي في سوق منتجات كهرومنزلية الجزائرية وعلى مستوى أوسع في السوق العالمية.

Résumé:

Cette recherche vise à mettre en lumière l'importance du design graphique dans la valorisation de l'identité des marques et son rôle vital dans la réussite économique et esthétique des institutions. Il est également considéré, à notre époque actuelle, comme un système humain essentiel dont on ne peut se passer. , surtout dans la vie économique.

A travers cette recherche, nous cherchons à fournir un cadre théorique et appliqué qui puisse être une référence pour les graphistes et les institutions dans l'amélioration et le développement de leurs stratégies visuelles.

La période de stage sur le terrain au cours de la formation universitaire est également considérée comme le premier pas vers le futur métier et répond également au désir de l'étudiant vers sa future orientation scientifique. Elle lui permet de développer ses capacités et de réfléchir à son projet scientifique dans le but d'acquérir certaines compétences appliquées. .

L'importance de l'étude de cette recherche tient à l'analyse systématique du design graphique et de son impact sur les marques et l'économie, expliquant l'aspect pratique de l'exploration des représentations visuelles de l'identité de marque pour les produits électroménagers algériens.

L'une des raisons qui m'a poussé à choisir cette recherche est le manque de conception de logos pour les appareils électroménagers en Algérie, puisque tous les appareils importés de Chine ou d'autres pays portent les logos de leurs institutions.

La créativité en conception graphique n'est pas seulement un investissement dans l'aspect esthétique, mais plutôt un investissement dans le pouvoir de communication et de compréhension des clients, et elle peut donc avoir un impact significatif sur la réussite économique du marché algérien des produits électroménagers et sur un plan plus large. niveau sur le marché mondial.