

## فلسفة العلامة التعريفية كروية جرافيكية وكيفية تطبيقها فى العملية الاتصالية The philosophy of the identification mark as a graphic vision and how to apply it in the communication process

أ.م.د. إسراء الحسين جاد الرب حسن

أستاذ مساعد قسم فن الكتاب والرسم المتحركة – كلية الفنون الجميلة – جامعة المنصورة

Assist.Prof.Dr.Esraa Elhussien Gad elrab Hassan

Assistant Professor, Department of Graphic Art - Faculty of Fine Arts - University of  
Animation

[esraelhossen@gmail.com](mailto:esraelhossen@gmail.com)

### الملخص

لقد تم استخدام العلامة التعريفية التى تُعد رمز شريطي محمل عليه بيانات المنتج سواء كان منتجات صناعية أو غذائية أو أعمال فنية أو خرائط .. الخ ، أو استخدامها فى المستندات الرسمية كبطاقات الرقم القومى وجواز السفر وغيرها ... وظهر إستخدامه أيضاً فى البحث العلمى فى ترميز الحمض النووي الشريطيمن خلال تقديم خدمات متخصصة فى وضع جيد لدعم المشاريع التى تتضمن تحالفات بحثية واسعة. فإنه يساهم فالوصول لمجموعة المعلومات وسهولة تعريفها وتجميع السجلات التى تفي بالمعايير اللازمة فى قواعد البيانات التسلسل العالمية ، ويُعد نموذج لأمان البيانات المرن وذلك من خلال الشفرات المكونة من مجموعة من الخطوط الطولية المتوازية بسمك مختلف متباينة الفراغات ومن تحتها أرقام أو حروف أحادية الأبعاد . كما تأتي أيضاً الأنظمة ثنائية الأبعاد بأنماط مختلفة مكونة مجموعة من النقاط مُشكلة على أنماط هندسية فى هيئة مربعات أو أشكال سداسية أو أخرى كشفرات لرموز مصورة، وفيه يتم تحميل عليها بيانات المنتج حيث تتم معالجة قراءة العلامة التعريفية المشفرة الموجودة عليها بطريقة الماسح الضوئي بشعاع الليزر للأجهزة من خلال قراءة الشفرة بقياس عرض الخطوط والمسافات أو إدخال الأرقام المبينة تحت الشفرة الخطية ، أو عن طريق قرائنها بكاميرا التليفون المحمول . " فأول من اخترع الباركود هو "ماكس بادك" سنة ١٨٨٠ إلا أنه ونظراً لقلة ذات اليد لم يرى مشروعه النور، وفي سنة ١٩٣٢م قام طالب الدراسات العليا "والاس فلينت" بكتابة بحث "البقالة الآلية" فى كلية إدارة الأعمال بجامعة هارفارد شرح فيه استخدام هذا النظام لإتمام نظم تدفق البقالة من الرفوف ، ونظراً لأن الولايات المتحدة كانت تمر بأزمة اقتصادية فلم تنفذ هذه الفكرة. وفي سنة ١٩٤٨ قام "برنارد سلفر" وهو طالب متخرج من معهد دريكسل التكنولوجي بالتعاون مع أصدقائه "نورمان جوزيف" ، "ودلاند جوهانسن" فقد قاموا بوضع أول نظام يعمل بالحبر فوق البنفسجي لأحد سلاسل المتاجر فى "فيلادلفيا" لقراءة المنتجات وقت الخروج، ولكن نظراً لتكلفة هذا النظام باء بالفشل، فقام بعدها "ودلاند" بالعمل على تطوير النظام وتقليل تكلفتهوقام بتسجيل براءة اختراعه يوم ١٧ أكتوبر ١٩٥٢م ، وقد شهد بعدها هذا الاختراع نجاحاً واسعاً .

### الكلمات المفتاحية

رؤية جرافيكية ، فلسفة العلامة التعريفية، العملية الاتصالية

### Abstract

An identification trademark, which is a bar code bearing product data, whether industrial products, works of art, or maps.

Good information can be obtained through analysis, and the beauty of flexible data security, through the codes consisting of a group of parallel longitudinal lines of different thicknesses with different spaces, and underneath them are numbers or letters as one-dimensional

The two-dimensional systems also come in different patterns, consisting of a group of dots formed on geometric patterns in the form of squares, hexagonal shapes, or others as codes for pictorial symbols, where the product data is loaded on which the reading of the encrypted identification mark on it is processed by the laser beam scanner method of the devices. By reading the code by measuring the width of the lines and distances or entering the numbers shown under the linear code, or by reading it with a mobile phone camera

The first to invent the barcode was "Max Paddock" in the year 1880, but due to the lack of people, his project did not see the light. In the year 1932 AD, the graduate student "Wallace Flint" wrote a research on "automatic groceries" at Harvard Business School, in which he explained the use of this System to automate grocery flow systems from the shelves. Since the United States was going through an economic crisis, this idea was not implemented.

In the year 1948, Bernard Silver, a graduate student from the Drexel Institute of Technology, in cooperation with his friends, Norman Joseph, Woodland, and Norman Johansen, developed the first system that works with ultraviolet ink for a chain of stores in Philadelphia to read products at the time of exit, but due to the cost of this system B fail. After that, Woodland worked on developing the system and reducing its cost, and he registered his patent on October 7, 1952, after which this invention witnessed wide success.

### Keywords

Graphic vision, brand philosophy, communication process

### المقدمة

يأتى فن الجرافيك بفنونه البصرية المعاصرة يأتى معبراً عن الثقافات المختلفة، والتي تحمل سمات المتغيرات الثقافية والاجتماعية من خلال الإيصالات المباشرة بالوسائل التكنولوجية الحديثة وكيفية تفعيل دور الفن فى النهوض بالمجتمع، فالاعلامية التعريفية اصبحت مؤخراً وسيلة للتواصل والاتصال فى المجتمعات المختلفة ،

والاهتمام بفنون الجرافيك وتأثيرها فى النهوض بالمجتمع عامة ومالها من أثر بالوعى الثقافى لدى شعوب الشرق والغرب وخاصة فى الامور الأساسية لإقامة مجتمع الدولة العصرية. لقد اصبح تصميم العلامة التعريفية له مدلول ورؤية تشكيلية جرافيكية الهدف منها الاتصال بين افراد المجتمع ، فى الوقت الحالى اصبح للعلامة التعريفية بمختلف انواعها تصميم معبر عن المنتج يمكن اعتباره كالشعار الذى يلفت الانتباه ليرشد المتلقى الى استخدام العلامة التعريفية ،

فالشعار هو تعبير عن هوية مؤسسة ما او منتج معين ، و العلامة التعريفية ايضاً هى التعبير عن هوية المنتج من خلال دمج الشعار بخطوط ونقاط العلامة التعريفية كحاشية للتسويق والاتصال فى نفس الوقت

### مشكلة البحث

ان من خلال توظيف الخط والشكل البنائى لتصميم العلامة التعريفية داخل الصورة البصرية لتعبر عن معانى تعبيرية تعكس رؤية المصمم وما يحمله فى طبيته من معانى ودلالات ورؤى تشكيلية معينة

تكمن مشكلة البحث الحالى فى محاولة تأكيد على فهم مدى اهمية تصميم العلامة التعريفية وعلاقتها بفن الجرافيك والتراكم الذهنى من خلال القيم الجمالية النابعة من العلامة التعريفية وما مدى تأثير ذلك على المتلقى فى مجتمعنا .

### اسئلة البحث

- ما مدى تأثير التصميم الجرافيكى الرقوى والتطبيقى مجتمعياً ؟
- هل لعب مصمم الجرافيك دوراً مهماً فى تصميم العلامة التعريفية ؟
- ما مدى ارتباط تصميم العلامة التعريفية كتطور التكنولوجى فى فن الجرافيك ؟
- هل تمثل العلامة التعريفية قيمة مهمة فى العملية الاتصالية ؟

### أهداف البحث

#### يهدف البحث الى:

- دراسة السمات الجمالية لعناصر التصميم مفاهيمياً وبنائياً كروية تشكيلية فى العلامة التعريفية (الباركود).
- ألقاء الضوء على الأبعاد الفلسفية للتصميم فى العلامة التعريفية (الباركود)، و رصد ما مدى تأثير ذلك على المنتج والمستهلك.

### أهمية البحث

#### ترجع اهمية البحث الى:

- يعتبر تصميم العلامة التعريفية (الباركود) ذات اهمية للدعاية للمنتج وليس للتعريف فقط.

### فروض البحث

- ١- العلامة التعريفية (الباركود) كتصميم ابداعى داخل فضاء الصورة او كتصميم مستقل
- ٢- تصميم العلامة التعريفية (الباركود) كشكل ومضمون فى العمل الجرافيكى
- هل تصميم العلامة التعريفية (الباركود) هو فن قائم بذاته ؟

### حدود البحث

- ١- الحدود الزمنية : القرن ٢١
- ٢- الحدود المكانية : اوروبا – امريكا- مصر

### منهج البحث

نقدى تحليلى

### المحور الاول

تعريف العلامة التعريفية

الباركود (العلامة التعريفية) (بالإنجليزية: Barcode) هو مجموعة من الرموز والارقام التي تتكون من خطوط طولية تختلف في السماكة والطول و يعكس كل خط من هذه الخطوط المختلفة رقم معين، و عند تمرير الماسح الضوئي للباركود يتم قراءته بدخل الجهاز وفك تلك الشفرات الي اسم المنتج او سعره او البيانات الموازية المسجلة لهذا الرقم.

ويسمى الباركود الرمز الشريطي أو الشفرة الخيطية فهي التمثيل الضوئي لبياناتالمنتجات قابلة للقراءة من قبل الحاسوب مثل الأرقام والحروف، ان الباركود عبارة عن رموز فكلمة كود(CODE) تعني رمز و كلمة بار (bar) دلالة علي الاعمدة المتوازية التي يتألف منها الباركود الذي يتكون من العديد من الانواع التي يمكننا ان نحصرها في نوعان من الباركود ، احادى الابعاد،ثنائى الابعاد .

## انواع العلامة التعريفية

### ١- احادى الابعاد (الباركود)

عبارة عن خطوط متجاوزة ذات عرض ومسافات متغيرة مطبوعة بالطول على هيئة شفرة شريطية أو كود ترمز لسلسلة حروف وارقام (signs) و يكون الرقم مطبوع أسفل نفس الشريط ، ويُعبّر عن بيانات معينة للسلع والمنتجات، وبمجرد قرائته أليًا بواسطة الماسح الضوئي يُمكن التعرف على هذا المنتج بكل سهولة كما هو موضح بالشكل(١)

### ٢- ثنائى الابعاد (الكيواركود)

تكون فيه الشفرات الخيطية تأتي بأنماط مربعات أو نقاط أو أشكال سداسية أو أنماط هندسية أخرى او صورة يطلق عليها الرمز أو شفرات المصفوفة ثنائية الأبعاد ،هو النوع الأحدث والذي انتشر بطريقة كبيرة في فترة قليلة فهو الذي يعرف برمز الاستجابة السريعة ويتكون هذا الكود من رمز ثنائي الأبعاد يأخذ شكل مربع تتكون من مربعات صغيرة في الزوايا وخطوط دقيقة في المنتصف(1). من أهم ما يميز هذا النوع من الباركود أنه يمكن أن يضم ٣٠٠٠ حرف ويشتمل على عناوين المواقع الالكترونية والكثير من المعلومات الشخصية والتجارية وغيرها كما هو موضح بشكل (٢)



شكل (١) يوضح تصميم الباركود ومما يتكون احادى الابعاد



شكل (٢) يوضح تصميم الكيواركود ثنائي الأبعاد

فقد نجد إنتشار استخدام العلامة التعريفية على نطاق واسع في مجالات مختلفة تسمح بتشفير الملفات لتسهيل فصل وفهرسة الوثائق المسوحة ضوئياً، وتشفير المستندات والوثائق الرسمية، وفي مجال البحث العلمي، والبحث التقني، وفي مجال السفر والحجوزات، وتذاكر الطيران والأماكن الترفيهية، وفي الأعمال المتحفية ...

فكونت جزءاً أساسياً من الدعاية التفاعلية متماشياً مع التكنولوجيا المتطورة وقد شملت التطبيقات الحديثة باستخدام الماسح الضوئيفي معالجة قراءة العلامة التعريفية متصل بالموقع الإلكتروني حيث تقوم كاميرا الهواتف المحمولة بقراءة الشفرة وتصفح الموقع مباشرة.

ويتمثل الدور الإبداعي في تحويل رموز الباركود نفسها إلى وسيلة للتعبير عن المنتج بشكل ذكي للغاية، أو وضع رسومات وأشكال تفاعلية مع خطوط الباركود لها علاقة بالمنتج من شأنها أن تلفت الانتباه للمستهلك، مما دفع الكثير من الشركات التجارية تطور استخدامها في عملية التعبئة والتغليف للمنتجات فكانت لها فضل كبير في شهرة المنتج وتحقيق النجاح المطلوب

### المحور الثاني: أثر العلامة التعريفية في المجتمع

هو تنظيم لحركة العالم في صمت وذلك عن طريق اثاره فضولهم ولفت انتباههم وايضاً انظارهم من خلال الاشكال المختلفة للباركود، فيتكون الباركود احادي الأبعاد من مستطيل يحتوي على خطوط السوداء والبيضاء، والنوع الاخرثنائي الأبعاد عبارة عن مربع صغيريحتوي على مربعات دقيقة هي بمثابة شفرات باللون الابيض والاسود وحياناً كثيرة يحتوي على الوان اخرى. فعندما تذهب الى شراء اي منتج وتجد صعوبة في مسح الباركود الموجود على المنتج باستخدام مساح الباركود، فانه يصيبك القلق في مدى مصداقية هذا المنتج من عدمه. فقد اصبح الباركود هو التوثيق للمنتج للتأكدانهمصرح به ومن بلد المنشأ ايضاً وغيرها من البياناتالمكودة عليه فالارقام الموجودة اسفل الباركود هي بيانات تفصيلية عن المنتج وبلد المنشأ ونوعه ووزنه وتاريخ الصلاحية.. ان الباركود او العلامة التعريفية هي ثورة تكنولوجية طالت ارجاء العالم وبالتحديد هي ثورة الكيواركود على الباركود احادي البعد، فاستخدام الباركود احادي البعد في توكيد وترتيب المستندات، التذاكر وغيرها ...، وذلك لسهولة الحصول على البيانات والسرعة والدقة في التعرف على اي معلومات تخص المنتج، فهو يستخدم في أغلب المحال التجارية والبقاليات والمتاجر والصيدليات، وهذا يساعد بشكل كبير في ضبط حركة المخازن الكترونياً وسهولة متابعة وتوكيد المنتج من لحظة تخزينه حتى لحظة بيعه.

واستخدام الكيواركود مؤخراً في سهولة توصيل بيانات المنتج للمستهلك وذلك باستخدام الهاتف المحمول دون الحاجة الى جهاز معين ، ادى الى سهولة التواصل لذلك اصبحت العلامة التعريفية هي اللغة الجديدة التي لا يمكن الاستغناء عنها لضمان جودة المنتج والتي من خلالها يفقد المستهلك الاحساس بالامان اذا كانت مزيفة.

### المحور الثالث :مدى ارتباط الهوية البصرية بتصميم العلامة التعريفية

"ان التصميم هو السفير الصامت لعلامتك التعريفية " هذا ما قاله مصمم الجرافيك الامريكى (paul rand)\*، فقال ان العلامة التجارية هي تصميم فريد يستخدم في خلق صورة وترك انطباع يعكس شركتك او مشروعك للجمهور

ويختلف التصميم من بين الشركات والمنتجات من حيث الشكل والمضمون فكل شركة لها تجربة خاصة حسب البيئة المتواجدة بها وطبيعة عملها والمنتجات والخدمات التي تقدمها للجمهور، فيعد اتقان تصميم العلامة التعريفية والنجاح في تحقيق الهدف منه بمثابة بناء الاساس وصنع هوية خاصة ومميزة للمنتج .

ان فن التصميم هو فن الاتصال المرئى الذى يجمع بين الخطوط والاشكال والالوان والافكال التي تصاغ لانتاج تأثير معين وذلك لتحقيق رؤية معينة والتعبير الفعال عن المعلومات .

وقد حرص المصمم على ترك انطباع خاص لدى العملاء والمستخدمين مما يؤثر في نفوسهم ليستطيع كسب ثقتهم ، لذلك يجب مراعاة استخدام وتوظيف العناصر البصرية التي تتناسب مع المنتج والشركة والجمهور فمثلاً من اهم عوامل نجاح التصميم في استحواس الادراك لدى المتلقى هو اللون فله دور في جذب الانتباه ويؤثر على سلوك وتفكير العملاء ويجعلهم يتفاعلوا مع المنتج وينجذبوا الى تلك العلامة دون غيرها....

ويعد توظيف الخطوط والالوان والاشكال بصورة مبسطة تساهم في اداء مهمة العلامة التعريفية بنجاح وتحقيق الغرض المراد دون تعقيد او إسفاف في العناصر المستخدمة. ان التصميم الجرافيكي واستراتيجية المحتوى هي مؤثر اساسى على نجاح الغرض من العلامة التعريفية ،من خلال إظهار الهوية البصرية في تصميم العلامة التعريفية واهتمام المصمم بالعناصر التشكيلية للعلامة التعريفية.

#### \*بول راند

هو مصمم جرافيك شهير في الولايات المتحدة الامريكية فهو امريكى الجنسية، صمم العديد من العلامات التجارية الشهيرة مثل IBM، next ،westinghouse وغيرها من العلامات التجارية الشهيرة وهو من اوائل مصممين الشعارات التجارية في الولايات المتحدة الامريكية ووضع الاسس والمعايير في تصميم الشعارات التجارية واصبح برفييسور في تصميم الجرافيك في جامعة يال في نيوهافين، ولد في ١٩١٤ في مدينة نيويورك الامريكية ، وتوفى في ١٩٩٦ في مدينة نيويورك الامريكية. من اهم اسباب نجاح تصميم العلامة التعريفية هو ان يتحدث التصميم عن المنتج وكأنه الصوت الغير مسموع ، فتحقيق الهوية البصرية لدى العلامة التعريفية يعتبر بمثابة الشخص الذى يعطى كافة المعلومات الخاصة بالمنتج ، فهي اداة تساعد المصمم على بناء علاقة عاطفية عن طريق العين وتؤكد على فكرة جذب الانتباه والاحتواء العاطفى .

فلا بد وان تتكاتف كل عناصر تصميم العلامة التعريفية في توضيح وتمييز المنتج المراد تسويقه بشكل فريد ومختلف لانه من الصعب استهداف كل فئات المجتمع إلا من خلال وجود اتصال بصري عاطفى يجعل المتلقى يتأثر بما رأى ويتعلق في ذهنه الفكرة المتميزة المختلفة وذلك من خلال إبراز الهوية البصرية ،فبذلك يمكن للمصمم ان يضمن وصول الرسالة وتحقيق الهدف المرجو.

ان الهوية البصرية تساعد على تمييز العلامة التعريفية عن غيرها ، فهي تصف العناصر التشكيلية بشكل رمزي تجريدي فذلك يخلق انطباع عاطفي وحالة وجدانية مميزة لدى المتلقى ، والهوية البصرية تميز العلامة التعريفية عن غيرها من التصميمات من خلال العناصر الابداعية للمصمم ( الخط ، الشكل ، اللون.. ) التي يبذلها الفنان من خلالها في تشكيل العلامة التعريفية من اجل إظهار وتوظيف وصياغة هوية المنتج.

مصطلح الهوية البصرية هو كل ما يتصل بالجانب البصري من خلال الرموز والاشكال او اي رموز يستخدمها المصمم لايصال رسالة معينة للعلامة التعريفية ، ان الهوية البصرية تخلق شخصية كاملة للعلامة التعريفية وتعتبر من اهم عوامل التميز وشد الانتباه للمتلقى .

### دراسة للسّمات الجمالية لبعض نماذج تصميم العلامة التعريفية

اولا : امثلة لبعض تصميمات الباركود ( احادي الابعاد):

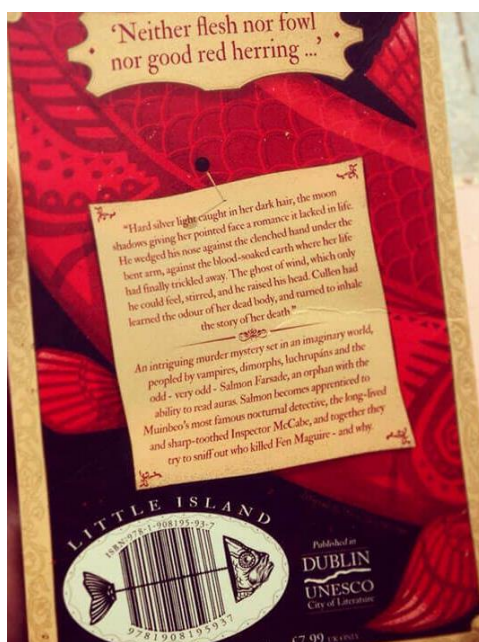


شكل (٣) تصميم العلامة التعريفية (الباركود) – مستحضر تجميلي – الولايات المتحدة الامريكية

فقد استعان المصمم بوجه المرأة ليؤكد على فكرة الجمال فدائماً المستحضرات التجميلية من اهتمامات المرأة ، ولكن طريقة توظيف الباركود داخل عدسات نظارة المرأة وكأنها ترى هذا المنتج دون غيره ، هذا العمل الابداعي التفاعلي خرج عن المألوف والمتعارف عليه في خطوط الباركود ، فحدد المصمم مكان لخطوط الباركود في النظارة فقط وترك باقي الوجه بأبسط التفاصيل والمعالجات الخطية

ليحدد مجال الرؤية للمتلقى وهو العين ، فالعين هي اول وسيلة للإدراك وهي رمز للاتصال وحلقة الوصل بين العقل والتزوق الفني ، فالجانب البصري هو المسئول عن ترجمة الرموز والاشكال لايصال رسالة معينة تخص المنتج المعلن عنه من عوامل نجاح تصميم العلامة التعريفية هي بساطة الفكرة وعدم التكلف في التعبير واستخدام الرموز وتجريد العناصر وهذا ما صاغه المصمم في هذا التشكيل الابداعي المدمج ، فلقد استسلم الفنان في هذا التصميم للخيال فيعد ذلك بمثابة قوة الدفع القوية للتعبير عن افكاره ومعتقداته التشكيلية ، فنتج عن ذلك تنمية مهارة المتلقى في تذوق تلك العناصر التشكيلية بشكل عمق .

فينتقل المتلقى الى ادراك العلاقات بين المفردات التشكيلية من خطوط الباركود وتوظيفها في مساحات تشكيلية بشكل غير تقليدي ( مبتكر ) ، فصل الرسالة في صورة حسية بصرية غير نمطية تمكنه من قراءة وفهم محتوى ومضمون رسالة الفنان من قيم جمالية وابداعية .

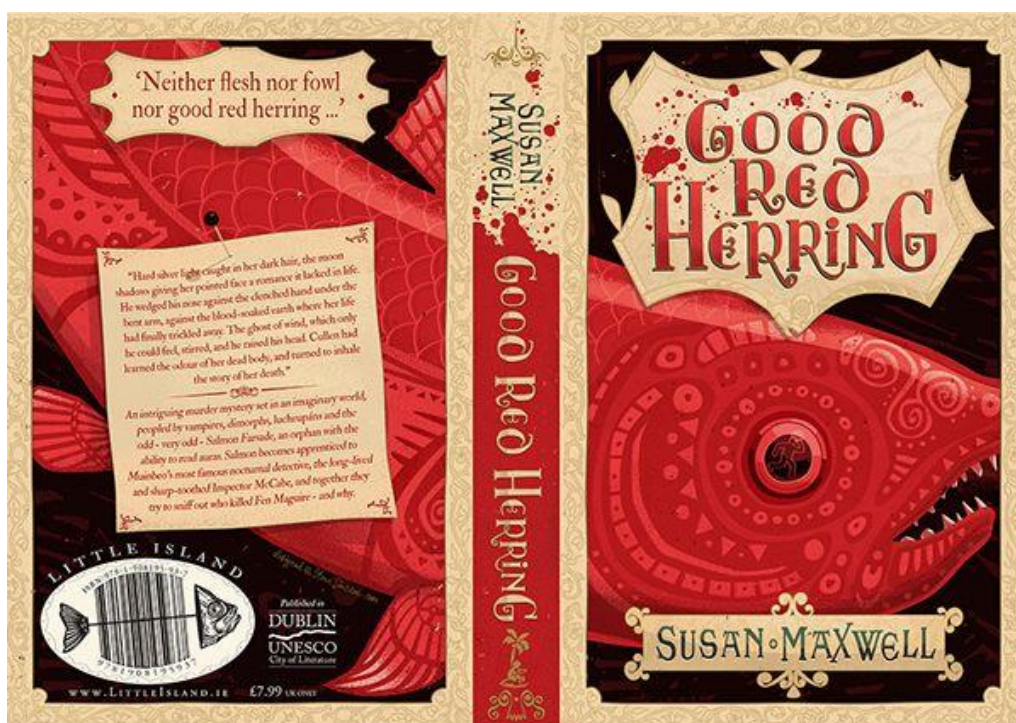


شكل (٤) تصميم العلامة التعريفية – الباركود – غلاف كتاب – إنجلترا

ان ليس من السهل استخدام مصدر من مصادر الطبيعة (كائن حي) للتعبير عن منتج خاصاً وان كان المنتج هو غلاف كتاب وليس منتج غذائي، لقد جرد المصمم المفردة التشكيلية ( السمكة ) بشكل يتسم بالذكاء التعبيري فلقد اصبحت خطوط الباركود هي جزئ لا يمكن فصله عن السمكة ، ان التجريد للهيكل العظمى للسمكة مستخدماً خطوط الباركود لتصبح جزئ من واقع بصرى متعارف عليه ، فلقد استوحى المصمم فكرته من عنوان القصة او الرواية فهي بعنوان ( good red herring ) بمعنى السمك المملح الجيد ، فيبدو ان مصمم غلاف الكتاب هو نفسه مصمم العلامة التعريفية ( الباركود) لهذه الرواية ، فلقد حافظ المصمم على خصوصية هذه الرواية واكد على موضوعها وذلك باستخدام السمك كمفردة تشكيلية مستوحاه من الرواية كما هو واضح بالشكل (٥)

هنا ادرك المتلقى ان الشكل المستخدم في الباركود هو علامة مميزة للمنتج على الرغم من ان المنتج ليس مستهلك غذائي ، ولكن هذا التميز والخصوصية التي انفرد بيها التصميم ساعدت المتلقى على ترسيخ القيمة التشكيلية والبنائية للمفردة التشكيلية فأصبح لخطوط الباركود وظيفتان الاولى هي تكويد المنتج وحفظ البيانات الخاصة به والمهمة الثانية هي تجسيد الهيكل العظمى للسمكة ، ليس شرطاً ان يكون تصميم الباركود له علاقة بالمنتج المراد تسويقها ولكن الشرط الاساسى هو ان يتسم التصميم بالمهنية في تجريد المفردات التشكيلية المستخدمة واعلاء القيم الجمالية للتصميم فينتج عن ذلك ادراك المتلقى للقيمة البصرية التي اضيفت له في المخزون الذهني .





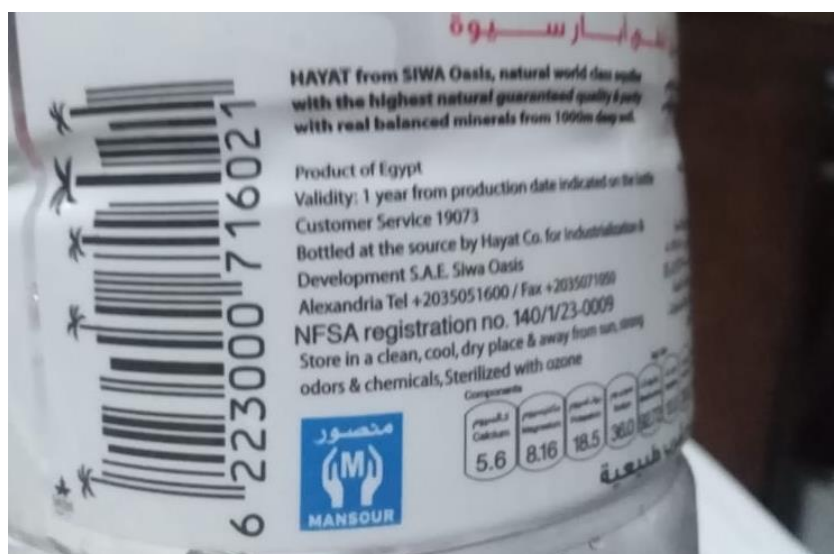
شكل (٥) يوضح ان تصميم غلاف الكتاب وتصميم العلامة التعريفية هما وجهان لعملة واحدة وكل منهما يكمل الاخر في اعلاء القيمة الجمالية للتصميم وتأكيد الفكرة ، فالباركود يمكن ان يضيف الى المعنى الادبي للرواية وذلك اذا كان مستوحى من الفكرة



شكل (٦) تصميم العلامة التعريفية – الباركود – منتج غذائي – اليونان

صاغ المصمم خطوط الباركود لتصبح جزء من لقطة لمنظر طبيعي من الريف الاوربي ، فان اعتياد ادراك المتلقي على استقامة وانتظام خطوط الباركود دفع المصمم على ان يخرج عن هذا الروتين بأن يجعل من مستطيل الباركود المصمت شكل من اشكال التلال المستوحاه من المناطق الزراعية واستعان المصمم بطاحونة الهواء كمفردة تشكيلية التي هي رمز من رموز الريف الاوربي وتأكيداً لفكرته اضاف البقرة التي تأكل من الحشائش التي هي في الاصل خطوط الباركود .

فلقد نجح مصمم باركود هذا المنتج في ان يسيطر على ادراك المتلقى من خلال هذه الاجواء المستوحاه من الطبيعة ، ان هذا المخزون الذهني من هذا اللاندسكيب الذى استغله المصمم فى هيكله خطوط الباركود واعادة صياغتها لتصبح بهذا الشكل الفنى وايضاً ليؤكد على ان مصدر هذا المنتج الغذائى هو من واقع الطبيعة



شكل (٧) تصميم العلامة التعريفية - الباركود - منتج غذائى - مصر

لقد كان مفهوماً ان احسن انواع الايقاع التشكيلى هو الذى يخضع لنظام هندسى حسابى على الرغم انه يفتقر القيمة الجمالية ، ان التكرار المنتظم فى خطوط الباركود لا يتصف بالتعبير والحيوية بل يسيطر على ذهن المتلقى الملل والرتابة ، لذلك محاولة المصمم الناجحة فى ان يخرج عن المعتاد ويكسر حاجز التتابع بأضافة النخل بأحجام مختلفة ليعطى انطباع انها على ابعاد مختلفة بشكل عشوائى فوق خطوط الباركود لتصبح هى جذع النخل هذه المحاكاه المستوحاه من الطبيعة يؤكد بها المصمم ان هذا المنتج من مصادر طبيعية ، فوظيفة المصمم او الفنان هى كشف الايقاع والتوافق الذى يستتر وراء كل الظواهر الكونية وصيغها من خلال تكوين يحتوى على مفردات تشكيلية مجردة دون تكلف حتى يمكن للمتلقى ان ينجذب الى تلك العناصر دون مجهود ذهنى وبالتالي ينجح المصمم فى وصول الرسالة دون الحاجة الى التوضيح او الشرح .



شكل يوضح شعار المنتج



شكل (٨) يوضح تصميم العلامة التعريفية – الباركود- منتج غذائي- مصر

ان عملية الادراك البصرى الذى يعرضه الفنان من خلال عمله الفنى تتطلب توسيع افاق الرؤية لدى المتذوق ، ولم يظهر المصمم فى هذا التصميم الرموز التشكيلية بشكل غير مألوف حيث ان مزيد من الغرابة تؤدى الى مزيد من البلبلة بالنسبة للمتذوق من خلال تعقيدات زائفة ، خاصة واننا نخطب جميع اطراف المجتمع وليست فئة معينة. فالمصمم دائماً يعيد ترتيب العناصر والرموز ويختار منها ما يؤكد الفكرة ويحقق الهدف وفى نفس الوقت يجعل المتلقى اكثر تذوقاً وادراكاً للتصميم

لذلك يضحى الفنان بجوانب معينة من فكرته من اجل التركيز على تميز المفردات التشكيلية مع التجاهل النسبى لمضمونها دون التخلى عن القيم الجمالية ، رغبة منه للتبسيط وذلك لتحقيق الهدف من التصميم كما هو موضح بالشكل التالى ، فقد اهتم المصمم من خلال شعار الباركود بالتواصل مع المتلقى من خلال تجسيد رؤية تشكيلية مجردة للأسد ، واستوحى فكرته من خلال اسم المنتج وشعار الشركة المنتجة (LION) وذلك لبلوغ الهدف بشكل سريع دون تعقيد او فلسفة تشكيلية قد تعيق التواصل مع المتلقى .

**دراسة للسماة الجمالية لبعض تصميمات العلامة التعريفية**  
ثانياً : امثلة لبعض تصميمات الكيواركود (ثنائى الابعاد):



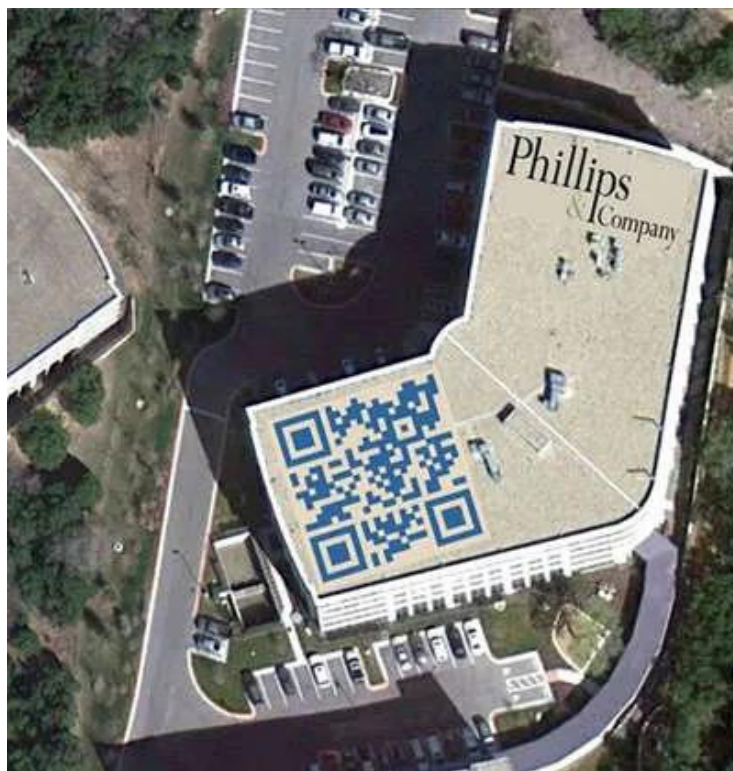
شكل (٩) يوضح تصميم العلامة التعريفية – الكيواركود – لمدينة سياحية – الصين



صممت قرية شيلينشوى بالصين عام ٢٠١٧ تصميم للكيواركود خاص بهذه القرية ولذلك للتسويق لها سياحياً ، فيمكنك وانت جالس فى الطائرة تحلق فى السماء ان تستخدم الهاتف المحمول وتقوم بالمسح الضوئى للكيواركود للتعرف على الاماكن والمزارات السياحية الموجودة فى تلك البلدة

حيث قامت وزارة السياحة فى هذه القرية الاستعانة بحوالى ١٣٠ الف شجرة ، فقد استغلت تلك المدينة نوع معين من الاشجار مميز فى هذه القرية وهو شجر العرعر لتنفيذ ذلك التصميم ، لم تستخدم تلك المدينة تصميم معين خاص بالمدينة ولكن اكتفت باللون كمفردة تشكيلية رمزية معبرة عن المساحات الخضراء التى تتميز بها تلك القرية الصينية ، ان التمسك بالهوية البصرية الخاصة بالمكان خاصة للترويج سياحياً يعتبر من اسباب نجاح تصميم الكيواركود ،

فكان من الممكن ان ترسم وزارة السياحة اى شكل بالاشجار او حتى كتابة اسم البلدة ولكن استخدام اللون الاخضر ليؤكد على ان هذه البلدة صديقة للبيئة وتتمتع بمساحات كبيرة من الاماكن الزراعية الغنية بالنباتات المميزة والنادرة ، لذلك وضع المصمم فى منتصف الكيواركود مربع من النباتات الخضراء بدرجة لون افتح ليؤكد على فكرة البيئة النظيفة .



شكل (١٠) يوضح تصميم العلامة التعريفية - الكيواركود - لمنشأة انتاجية صناعية - الولايات المتحدة الامريكية

لقد اصبح استخدام الكيواركود من اهم طرق التداول والانتشار خاصة فى التسويق لمنتجات او لمؤسسات تجارية ، فقد اصبح الكيواركود وسيلة للتعرف على الاماكن من خلال الخريطة الالكترونية (جوجل ارث) فيمكنك ان تبحث عن المكان او المؤسسة التى تريد الذهاب اليها من خلال الكيواركود ، فقد استخدمت شركة فيليبس الكيواركود على سطح المنشأة الصناعية الخاصة بها ، وحافظت على استخدام اللون المميز لشعار المنشأة ليكون علامة مميزة تميز الكيواركود عن غيره وذلك اثناء عملية البحث الالكترونية فيمكنك وانت فى الطائرة ان تستكشف بالهاتف المحمول وبأستخدام الماسح الضوئى لتعرف موقع فيليبس على خريطة الولايات المتحدة الامريكية

فقد أصبحت اسطح المنشآت هو المكان الامثل للكيواركود ، وذلك لسهولة التواصل والاتصال من خلال الشاشات الصغيرة (الهاتف الجوال )

### النتائج

بعد عرض البحث وطرح اهدافه والياته والتركيبات البنائية للبحث وطرح فلسفة العلامة التعريفية كعمل ابداعي تفاعلى وظيفى فى فن الجرافيك:

- مدى تأثير العلامة التعريفية فى المجتمع وذلك من خلال اثاره فضول وانتباه المستهلك من خلال الاشكال المختلفة للباركود والكيواركود
- مدى ارتباط الهوية البصرية بتصميم العلامة التعريفية فكل مصمم يحرص على ان يترك انطباع خاص لدى العملاء والمستخدمين مما يؤثر فى نفوسهم ويؤدى الى كذب ثقتهم للمنتج
- ان توظيف الخطوط والاشكال والالوان بصورة مبسطة يساهم فى اداء مهمة العلامة التعريفية بنجاح بشرط ان يسعى المصمم الى التبسيط وعدم الاسفاف فى العناصر المستخدمة
- الهوية البصرية هى تميز العلامة التعريفية عن غيرها فهى تصف العناصر التشكيلية من خلال ( الخط ، الشكل ، اللون ...) بشكل رمزى تجريدى فذلك يخلق انطباع عاطفى وحالة وجدانية مميزة لدى المتلقى
- العلامة التعريفية الناجحة والشعار الناجح هما وجهان لعملة واحدة
- من خلال دراسة السمات الجمالية لبعض نماذج العلامة التعريفية تبين ان تصميم الباركود احادى الابعاد والحرص على توظيف الخطوط فى مساحات تشكيلية غير تقليدية يؤدى الى وصول الرسالة فى صورة حسية بصرية تخرجنا من رتابة ومللخطوط الباركود التقليدية
- من خلال دراسة السمات الجمالية لبعض نماذج العلامة التعريفية تبين ان تصميم الكيواركود ثنائى الابعاد قد اصبح من اهم طرق التداول والانتشار خاصة فى التسويق لمنتجات او المؤسسات تجارية، لذلك الاهتمام بجودة التصميم من اهم عوامل نجاح تسويق المنتج وتميزه عن غيره

### التوصيات

- الاهتمام بتصميم العلامة التعريفية بنوعيتها ولذلك لجميع المنتجات للحفاظ على الهوية البصرية لكل منتج
- الحفاظ على ان يكون لكل فنان كيواركود خاص به ليتم وضعه على الاعمال الفنية خاصته وذلك لحماية حقوق الملكية الفكرية منعاً للتزوير والتقليد
- إلزام كل المؤسسات والهيئات ولوزارات والشريكات بعمل تصميم للكيواركود خاص لكل منها بتصميم مميز وذلك لسهولة الاتصال والتواصل مع المتلقى
- الاهتمام بعمل تصميمات مميزة وبسيطة للعلامة التعريفية بنوعيتها وخاصة الكيواركود يساهم فى سرعة انتشار وتسويق المنتجات المصرية على مستوى العالم
- العمل على دعم الرؤية الفنية التشكيلية من خلال تصميمات العلامة التعريفية المميزة والمختلفة يساهم فى الارتقاء بالذوق العام للمتلقى

## المراجع

- 1-<https://kharphonk.com/barcode-qr-10/9/2021-3:24am> بتصرف
- 2-<https://shabiba.com/article-3/9/2021-1:22pm> بتصرف
- ٣- <https://www.annajah.net/-تعريفالباركود-20/9/2021-2:26am> بتصرف
- ٤-<https://www.marefa.org-10/9/2021-10:13pm> بتصرف
- ٥- [https://www.ar-science.com/2012/09/blog-post\\_7.html-10/9/2021-6:13am](https://www.ar-science.com/2012/09/blog-post_7.html-10/9/2021-6:13am) بتصرف
- ٦- <https://www.circuitstoday.com/the-invention-story-of-barcodes-12/10/2021-5:28am> بتصرف
- ٧-<https://www.qodoraat.com/?app=article.show.24٣:١٣am-٢٠٢١/٩/٢٦> بتصرف
- ٨-<https://blog.rebrandly.com/what-is-a-qr-code ٣:٢٠am -٢٠٢٣/٣/٢٠> بتصرف
- ٩-محسن محمد عطية: القيم الجمالية في الفنون التشكيلية، دار الفكر العربي، ٢٠٠٠، ص ١٨١ بتصرف
- ١٠- نكريا ابراهيم: فلسفة الفن، مكتبة مصر، ٢٠١٨، ص ٢٨٩، ٢٨١ بتصرف
- ١١- رمسيس يونان: دراسات في الفن، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠١٢، ص ٢٠٨ بتصرف