

الحروف العربية كأيقونة بصرية في تصميم العلامات التجارية

Arabic lettering as a Visual Icon in Logo design

أ.د/ لمياء عبد الكريم قاسم

أستاذ التصميم بقسم الإعلان كلية الفنون التطبيقية – ج. حلوان

Prof. Lamia Abdel kerem Qassem

Professor, Advertising Department - Faculty of Applied Art, Helwan University.

dr.lamiagassem@yahoo.com

أ.م.د/ نسرين عزت جمال الدين محمود

أستاذ التصميم المساعد بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية – ج. حلوان

Assist. Prof. Dr. Nesrin Ezzat Gamal

Assistant Professor, Advertising Department - Faculty of Applied Art, Helwan University.

nesrine_ezzat@hotmail.com

م. أميرة مختار حسني حافظ

معيدة بقسم الإعلان كلية الفنون التطبيقية – ج. حلوان

Amira Mokhtar Hossni

Teaching assistant, Advertising Department - Faculty of Applied Art, Helwan University.

medamokhtar@gmail.com

ملخص البحث:

ان الكتابة العربية ارث حضاري ومعجزة بيانية، وهي لصيقة بالعقيدة والادب والفكر والدين، وعندما اخترع الانسان صورة الحرف وجدت الكتابة ثم الحضارة.

وكان الخط العربي وسيلة للعلم والمعرفة ولكنه أضحى فيما بعد مظهراً من مظاهر الجمال، فنما وتحسن وتنوع وتعدد وأصبح ترفاً فنياً لم تبلغه ابيه امه من الأمم. وأصبح الخط فن غايته الكمال، انطلاقاً من نظرة الفلسفة الإسلامية الى الاتقان والكمال كمرادفين للجمال أو كشاهد أول عليه، وفي ذلك يقول الامام الغزالي :

(كل شيء، في جماله وحسنه في ان يحضر كماله اللائق به الممكن له، فإذا كانت جميع كمالاته الممكنة حاضرة فهو غاية الجمال. والخط الحسن كل ما يجمع ما يليق من تناسب الحروف وتوازنها واستقامة تركيبها وحسن انتظامها. ولكل شيء كمال يليق به، فحسن كل شيء في كماله الذي يليق به) .

وتتميز الحروف العربية بأن الحرف الواحد يمكن رسمه في عدة اشكال متنوعة بل ومختلفة، تندرج بين الليونة والصلابة، وهذه الخاصية تعني الإبدال والتغيير في الأشكال المألوفة للحروف فطواعية هذه الحروف وامكانية رسمها وصياغتها كانت السبب في ظهور الطرز المختلفة من الخطوط العربية.

ونتيجة لما تمتاز به الحروف العربية من حيوية ومرونة ومطاوعة وما فيها من قابلية للمد والرجع والاستدارة والتزوية والتشابك والتداخل وما بها من امكانيات الوصل والفصل، ساعد على سهولة الدمج بينها وبين الرموز التجريدية، الامر الذي جعل من السهل تشكيلها وإعادة بنائها كأيقونة بصرية مميزة تجمل صفات جمالية وتوظيفها في العلامات التجارية.

ويهتم البحث المقدم بتوضيح كيف يمكن توظيف الحروف العربية كأيقونة بصرية في تصميم العلامات التجارية، وذلك بالاستفادة من طواعية الحروف العربية ومدى مرونتها وقابليتها للتشكيل والتي أدت الى ظهورها كأيقونة بصرية جمالية في مجال تصميم العلامات التجارية. ويعرض الباحث نماذج مختلفة لها ويقوم بتحليل بعضها، ثم يعرض البحث النتائج والتوصيات والمراجع.

الكلمات المفتاحية: (الهينة التوقيفية – الرمز- ايقونة بصرية)

Research Abstract

The Arabic alphabet is considered heritage of civilization and a declarative miracle. it's attached to literature thinking and religion. And once the man invented the shape of letters the writing emerged through civilization. The Arabic letters are characterized by the singular is ability to to be drawn in Multiple and distinctive shapes ranging between flexible and rigid. this special characteristic enabled altering The Familiar shapes of the letters. So, flexibility of these letters was the reason behind the emergence of different styles of Arabic fonts.

The Arabic letters was an important mean of education and learning, later it became a manifestation of beauty. so, it has been improved and varied to become an artistic luxury no nation ever reach.it became an art of perfection, from the view of Islamic philosophy to perfection and integrality as synonyms of beauty or as a first witness to it, and in this says Imam Ghazali:

(Everything, defining beauty and goodness as the perception of a thing in its entirety, if all his possible qualities are present, it is in his most beautiful. And the good font all combines what suits the suitability of the characters and their balance and integrity of the installation and good regularity... everything has perfection that suits it.)

As a result of the distinctive characteristics of the Arabic letters such as its flexibility, and formability, being stretched or circled, added corners to it, or overlapped the letters, being connected or separated, all that made it easier to combine them with the abstract symbols which made it possible to restructure the letters as a visual icon and in the field of logo design.

On this basis, the care of research is to study how the Arabic letters can be utilised as a visual icon in logo design. by presenting different examples and analyse some of it. And study advantages of the Arabic letters such as flexibility and diverse formations which led it to be an aesthetic visual icon in the field of logo design.

The study showed that The utilization of Arabic letters as a visual icon in logo design plays a great role reinforcing the Arabic culture and identity and facing the different foreign cultures, globalization imposed upon the society. In addition to that, the flexibility of the Arabic letter gives it the ability to be shaped in different ways that could serve the purpose of any logo. Because The design of the Arabic letter as a visual icon in logo design combines the verbal and pictorial representation. and The Arabic letter's shape as a valuable and abstract sole element underlines the aesthetic and functional sides in logo design.

The researcher then presents recommendations and references.

Keywords (fixed lettershape – symbol – visual icon)

مشكلة البحث

تتلخص مشكلة البحث في الإجابة على السؤال التالي:
كيف يمكن توظيف الحروف العربية كأيقونة بصرية في تصميم العلامات التجارية.

أهداف البحث

يهدف البحث الى الاستفادة من طواعية الحروف العربية ومدى مرونتها وقابليتها للتشكيل والتي أدت الى ظهورها كأيقونة بصرية جمالية في مجال تصميم العلامات التجارية.

فروض البحث

يفترض البحث ان خصائص وجماليات الحروف العربية من طواعيتها شديدة ومرونة وقابليتها للتشكيل تساعد في الوصول الى ايقونة بصرية مناسبة لتصميم العلامات التجارية.

حدود البحث

العلامات التجارية العربية.

منهج البحث

يتبع البحث المنهج الوصفي/التحليلي لمناسبته لتحقيق أهداف البحث.

محاور البحث

أولاً: الإطار الوصفي: الهيئة التوقيفية للحروف العربية – الحامل اللفظي والحامل التصويري للحروف العربية - القيم الجمالية في الحروف العربية- الحروف كأيقونة بصرية – العلامات التجارية - الحروف العربية كأيقونة بصرية في تصميم العلامات التجارية.
ثانياً: الإطار التحليلي لبعض العلامات التجارية المصممة بالحروف العربية.

مصطلحات البحث**• الهيئة التوقيفية للحروف العربية**

ويسمى (المقياس) واستخدمه العرب في مجال الخط العربي ليكون معياراً لسلامة الحرف، او بمعنى آخر ليكون الوسيلة لتحديد العلاقة العضوية السليمة بين اجزاء الحروف والكلمات كأشكال. ويعتبر (ابن مقلة) اول من اتخذ حرف الالف مقياساً اساسياً، ونسب الحروف جميعاً اليه بنسب هندسية ثابتة. [3]

• ايقونة بصرية

هي اسم أو صورة أو رمز معروف مسبقاً للعامة بأنه يمثل بعض الشخصيات أو العناصر البصرية المعروفة والمتداولة. وقد اشتق اللفظ (أيقونة) من أصل يوناني بمعنى صورة، وقد ارجع العلامات الايقونية الى التناظر بينها وبين الحقيقة التي تمثلها ولكنها لا تحتاج الى ان توفر نسخة مطابقة لها. مثال لذلك: في رسم الخرائط، الخط الذي يظهر نهر يعتبر تجسيد ايقوني للنهر الحقيقي بالرغم من عدم تماثل شكل الخط مع النهر.

•الرمز

وكلمة الرمز تطلق على ما قد يتضمن او يوحي بمعنى آخر غير معناها الظاهر الواضح، او ان شيئاً ما يقف بديلاً عن شيء آخر او يحل محله او يمثله بحيث تكون العلاقى بين الاتنين علاقة الملموس بالمجر او علاقة الخاص بالعام وذلك على اعتبار ان الرمز هو شيء له وجود حقيقي مشخص ولكنه يرمز الى فكرة او معنى مجرد. [8]

المقدمة:

لقد بدأ الخط العربي بسيطاً، ثم تطور الى فن جميل احتل مكان الصدارة بين الفنون، ومما ساعده على ذلك مرونة حروفه، واختلافها بين الوصل والفصل، الامر الذي هيا لها فرص التطور بطرق شتى. [1]

فالحروف العربية في حقيقتها هي اشكال مجردة حيث يقال عن فن الخط مثلاً انه اول امثلة الفن التجريدي، فجمال هذه الخطوط انها من النوع المطلق لأنها ليست تقليداً لشيء ما في الواقع تشبهه ولها مقومات تشكيلية تتميز بها عن الحروف الاخرى اذ ان الحروف العربية هي الابجدية الوحيدة التي حققت اتجاهاً فنياً متكاملًا كما انها تحمل في ذاتها التشكيلية قيماً جمالية رفيعة.

ولعل من اهم العوامل التي ساعدت في تحقيق القيم الجمالية للخط العربي، ما تمتاز به حروفه من حيوية ومرونة ومطاوعة وما فيها من قابلية للمد والرجع والاستدارة والتزوية والتشابك والتداخل وما بها من امكانيات الوصل والفصل. ومادامت الحروف العربية لها كل تلك المقومات والامكانيات الجمالية من الطواعية وقابلية التشكيل، فقد كان لها امكانية التطور، فالمد الرأسي والاستمداد الافقي، والتدوير والمطاطية، والتحكم في حجم الحروف المنحنية والحروف ذات الاقواس، وتزوية الحروف وقابليتها للتحوير، وتشابك الحروف وتصغيرها [2] ، كل هذا اتاح للمصمم وان يتصرف بحرية في التعامل مع غني الحروف العربية والاهتمام بالمخرج جمالياً، واستغلالها في كافة مجالات الإعلان وخاصة العلامات التجارية .

الهيئة التوقيفية للحروف:

لقد اعتبر فن الكتابة مجالاً استطاع العرب والمسلمون عامة ان يظهروا فيه عبقرتهم الكامنة. فبسبب مكانة هذا الخط عند العرب وشعورهم بقدسيته واحترامه سعوا نحو تجويده كتابة ورسمًا، فكانت هناك محاولات لضبط الاحرف منفردة وبيان مساحة وتخانة كل حرف وما يجب ان تكون عليه، سواء أكان هذا الحرف قائماً او منبسطة او مقوساً أو غير ذلك من الهينات، الامر الذي اعتبر من اهم الاسباب التي ادت الى اتقان هذا الخط واجادة كتابته، وحافظت على شخصيته من ان تكون مرعي للخطب والارتجال، ووصلت به الى مستوي فني رفيع.

وهكذا عرف العرب (المقياس) منذ زمن قديم، واستخدموه في مجال الخط العربي ليكون معياراً لسلامته، او بمعنى آخر ليكون الوسيلة لتحديد العلاقة العضوية السليمة بين اجزاء الحروف والكلمات كأشكال.

ويعتبر (ابن مقلة) اول من اتخذ حرف الالف مقياساً أساسياً، ونسب الحروف جميعاً اليه بنسب هندسية ثابتة.

وفيما يلي نستعرض في ايجاز الهينات التوقيفية لأشكال الحروف تبعاً لما جاء على لسان (ابن مقلة) :

1. الألف: هي شكل مركب من خط منتصب - رأسي - يجب ان يكون مستقيماً غير مائل إلى استلقاء ولا انكباب.
2. الباء: هي شكل مركب من خطين، منتصب ومسطح - أفقي - ونسبته للألف بالمساواة واعتبار صحتها ان تزيد في أحد سنتيها الفأ فتصير لاماً.

3. الجيم: هي شكل مركب من خطين، منكب - مائل - ونصف دائرة، وقطرها مساوٍ للألف واعتبار صحتها ان تخط عن يمينها وشمالها خطين فلا تنقص عنهما شيئاً يسيراً ولا تخرج.

4. الدال: هي شكل مركب من خطين، منكب ومنسطح، ومجموعها مساوٍ للألف، واعتبار صحتها ان تصل طرفيها فنجده مثلثاً متساوي الاضلاع، ومثلها الدال.

5. الراء: هي شكل مركب من خط مقوس هو ربع الدائرة التي قطرها الالف وفي رأسه سنة مقدرة في الفكر، واعتبار صحتها ان تصلها بمثلها فتصير نصف دائرة، ومثلها الزاي.

6. السين: هو شكل مركب من خمسة خطوط، منتصب ومقوس ومنتصب ومقوس ومنتصب ثم مقوس.

7.الصاد: شكل مركب من ثلاثة خطوط، مقوس ومسطح ومقوس، واعتبار صحتها ان تجعلها مربعة فتصير متساوية الزاويات فى المقدار، ومثلها فى ذلك كله الضاد.

8.الطاء: واعتبارها كأعتبار الصاد، ومثل الطاء فى ذلك كالطاء.

9.العين: هي شكل مركب من خطين مقوس ومنسطح أحدهما نصف الدائرة، واعتبار صحتها كالجيم ومثلها الغين.

10.الفاء: هي شكل مركب من أربعة خطوط منكب ومستلق ومنصب ومنسطح، واعتبار صحتها أن تصل بالخط الثاني منها خطأ فيصير مثلثاً قائم الزاوية.

11.القاف: هو شكل مركب من ثلاثة خطوط منكب ومستلق، ومقوس، واعتبار صحتها كاعتبار النون.

12.الكاف: شكل مركب من اربعة خطوط، منكب ومنسطح ومنصب ومنسطح، واعتبار صحتها ان ينفصل منها ياءان.

13.اللام: هي شكل مركب من خطين: منتصب ومنسطح، واعتبار صحتها ان تخرج من أولها الى اخرها خطأ يماس الطرفين فيصير مثلثاً قائم الزاوية.

14.الميم: هي شكل مركب من أربعة خطوط، منكب ومستلق ومنسطح ومقوس، واعتبار صحتها كاعتبار الهاء.

15.النون: شكل مركب من خط مقوس، هو نصف الدائرة، وفيه سنة مقدرة فى الفكر، واعتبار صحتها ان يوصل بها مثلها فتكون دائرة.

16.الهاء: هي شكل مركب من ثلاثة خطوط، منكب ومنصب ومقوس، واعتبار صحتها ان تجعلها مربعة فتنساوى الزاويتان العليا، وان تتساوى الزاويتين السفليين.

17.الواو: هي شكل مركب من ثلاثة خطوط، مستلق ومنكب ومقوس.

18.الياء: شكل مركب من اربعة خطوط، مستلق ومنصب ومنكب ومقوس، واعتبارها كاعتبار الواو.

كما ان للحروف نفسها خاصية تشكيلية، فُعرف ان الباء والتاء والتاء والنون متشابهة، مثل الجيم والحاء والحاء، مثل الدال والذال، الراء والزين، السين والشين، الى ان تجتمع فى نهاية السلسلة الحروف غير المتشابهة مثل اللام والميم والهاء .

وهكذا وضع (ابن مقلة) النسبة الفاضلة للحروف العربية، ورأى فيها احكام الخط وتناسق اجزائه وانسجامها. ولم تكن ضوابط الخط أو قواعده ومقاييسه كابته لنوازع الابتكار والابداع عند الفنان او المصمم، والدليل انه مع وجودها، ونتيجة لطواعية الحروف العربية، قد ظهرت لنا الكثير من الخطوط المختلفة المتنوعة الاشكال، والتي عكست الامتزاج بين الحس الجمالي وبين النظام الناتج عن أعمال العقل. [3]

الحامل اللفظي والحامل التصويري للحروف العربية:

يعتبر الحرف العربي حرف عريق ذو تاريخ متميز، استمد شكله الأول من الأشياء المحيطة التي لها حضور أساسي في حياة الانسان او هي ذات علاقة به، مثل البيت والكف واليد.. الخ ويتميز الحرف العربي بوجود حامل لفظي وحامل تصويري. والمقصود بالحامل اللفظي للحرف هو المنطوق اللغوي والصوت الذي تصدره ويكون دال عليه.

اما الحامل التصويري فيقصد به الهيئة البنائية للحرف أي شكل الحرف نفسه، الذي يكون مدلول للحامل اللفظي. والجدير بالذكر ان الحرف العربي يكون حامل لعدد كبير من الصور ولكنه يبقى حاملاً للفظ واحد. ومن هنا وجدت طواعية الحروف العربية.

أ. طواعية الحامل التصويري للحروف العربية:

ان تغير أنماط واشكال التعبير في الحامل التصويري يحكمه الهيئة التوقيفية للحروف التي تحدد الشخصية البصرية للحرف من حيث الاستطالة والاستلقاء على السطر والنقط وما الي ذلك... الخ

فالحرف الواحد من الحروف العربية يمكن رسمه في عدة اشكال متنوعة بل ومختلفة، تندرج بين اللبونة والصلابة [4]. كما يوضح شكل (1) مثال لحرف القاف وحرف اللام ألف، وهذه الخاصية تعني الإبدال والتغيير في الأشكال المألوفة للحروف فطواعية هذه الحروف وامكانية رسمها وصياغتها كانت السبب في ظهور الطرز المختلفة من الخطوط العربية المعروفة قديماً كالكوفي والثلث والنسخ، وغيرها من الانواع المختلفة التي ظهرت بعد ذلك في الأونة الاخيرة، وبل وازداد الامر بالتطور التكنولوجي والانفتاح الذي ادي الى زيادة المخزون البصري لدي المصمم، فأبدع في الكتابة العربية وخطوطها المتنوعة. [3]



شكل (1) يوضح صياغة مختلفة لحرف القاف واللام ألف نتيجة لطواعية الشديدة التي تتميز بها الحروف العربية [11]

القيم الجمالية في الحروف العربية:

ان ما وصلت اليه الحروف العربية من المكانة الفنية يعد من أكثر التطورات التاريخية عظمة، اذ أصبح الخط العربي اول الخطوط السامية تناسقاً وابدعها شكلاً. استطاع عباقرة الخط ان يضعوا له قواعد واصولاً روعي فيها ان يؤدي الحامل التصويري حسناً في النظر شبيهاً بحسن مخارج اللفظ العربي في الحامل اللفظي. [5]

والجمال الفني في الحروف العربية تكمن في التناغم الموسيقي الخفي، الذي ينبعث من إيقاع الحروف في تكرارها، واتصالها، وتطابقها، وتشابهاها، وحركاتها، واتجاهاتها، كما يكمن في تناسب أجزاء الحروف مع بعضها البعض.

ولقد تميزت الحروف العربية بالعديد من المميزات التي ساعدت على ابراز جماليتها. ومنها :

- الطواعية الشديدة التي تمكن المصمم من عمل تراكيب وأشكال مختلفة حتي للكلمة الواحدة والجملة الواحدة .
- الارتفاعات والاستدارات في الحروف وقدرتها على الاطالة والتمطيط.
- تحمل في ثناياها الصفات الزخرفية والشكلية، حيث إن توارى الألفات او توزيعها بأوضاع معينة، وكذلك باقي أنواع الحروف يعطي نوعاً من الشكل الزخرفي.
- الحروف العربية بناؤها على اصل هندسي ثابت وقاعدة رياضية معروفة.
- الحرف العربي له صفة اخترالية، حيث ان الحرف الواحد له شكل منفرد ، وشكل متصل (في البدء وفي الوسط وفي الطرف) هذا بالإضافة الى امكانية تراكب الحروف فوق بعضها مما يساعد على استخدام مسافات قصيرة لكلمات وحروف كثيرة، وهذه الصفة لا توجد في الحروف اللاتينية التي لها شكل واحد تتراص بجوار بعضها مما يأخذ مسافات كبيرة.
- قدرة هذه الحرف العربي على اعطاء تنوع في الايقاع مع التنوع الحسي. كما في شكل (2)، وشكل (3)



شكل (3) (14) يوضح الإيقاع في الحروف العربية من تبادل الانحناءات والامتدادات، وتبادل التمايل والتراقص



شكل (2) (12) يوضح الإيقاع في الحروف العربية يأتي من تبادل الرقة والغلظة

رمزية الحروف:

ثمة بُعد تعبيرى مرتبط بالخط بصورة عامة، وهو الوظيفة الأساسية للكتابة، فنحن ننقل أفكارنا عن طريق اللغة ونسجل ذلك عن طريق الكتابة، ولا يشترط في هذه الكتابة ان تكون منمقة، وهكذا فإننا ان نميز بين الكتابة والخط الجميل، من ان الاولي هي صيغة لتسجيل الألفاظ، وان الثانية هي صيغ فنية ذات مضمون معنوي. أي ان الخط الجميل يتضمن صورة ذات شكل فني، ومعني فكرى او ادبي او قدسي، شأنها في ذلك شأن جميع الصور الفنية التي كانت تخدم أغراضاً محددة، وإنما اختلف الامر بين الحروف العربية وغيرها، لأنها رفضت التمثيل والتحديد النسبي وسعي نحو الانطلاق والتجريد.

[6]

والخصائص الجمالية لم تتضح في الحروف العربية في اول عهد الكتابة لضعف الاهتمام بها، فقد كانت الحروف قديماً خالية من الحياة، اشبه بقطع الحجارة الجامدة، حتى تطورت اشكالها وتهذبت صورها ووضعت قواعدها، وزادت على ذلك، بحيث ان العديد من الكتابات تحولت الي نقوش تتضمن رسائل رمزية كانت مفهومة من كل المسلمين آنذاك حتى ولو كانت تكتب بحروف معقدة صعبة القراءة، وذلك لان هذه النقوش التي تكونت من الحروف العربية اكتسبت صفة التبجيل لكونها أداة التعبير عن القرآن الكريم. ومن هنا يمكن ان يكون للحروف معني رمزي، ومن الامور الطبيعية انها استخدمت في اغراض مختلفة، قد تحوي مضموناً كتابياً، او لا تحوي. [7]

فالحروف عبارة عن معان مجردة، رمزية في جوهرها فكل حرف من حروف العربية صورة مجردة يؤدي معني خاصاً، فالحروف نفسها في اختلافها في التعبير تعتبر مصدراً للالهام .

الحروف العربية كأيقونة بصرية:

أ. مفهوم الايقونة البصرية:

هي اسم أو صورة أو رمز معروف مسبقاً للعامة بأنه يمثل بعض الشخصيات أو العناصر البصرية المعروفة والمتداولة. وقد اشتق اللفظ (أيقونة) من أصل يوناني بمعنى صورة، وقد ارجع العلامات الايقونية الى التناظر بينها وبين الحقيقة التي تمثلها ولكنها لا تحتاج الى ان توفر نسخة مطابقة لها. مثال لذلك: في رسم الخرائط، الخط الذي يظهر نهر يعتبر تجسيد ايقوني للنهر الحقيقي بالرغم من عدم تماثل شكل الخط مع النهر. [8]

ب. مفهوم اتجاه البكتوجراف عند الحروفيين:

ان كلمة بكتوجراف تعني الكتابة التصويرية (الخط العربي + الرسم) او (ايقونة بصرية بالحروف) - وظهر اتجاه البكتوجراف في مصر في أواخر الثمانينات بقيادة الخطاط محمد طوسون. حيث كانت الحروف العربية بالنسبة لمحمد طوسون ليست كتلة جامدة ولكن كتلة روحانية تسمع وتري، متحركة، تكاد تعبر عن اللون والرمز والمعنى. [16] فنجد انه بدمج الحرف العربي بالرسم -الذي من الممكن ان يكون (تأثير رمزي / زخرفة إسلامية، او علامات تشكيلية) - تنتج ايقونة بصرية من الحروف يمكن رؤيتها بوضوح في المثال شكل (4)



شكل (4) شكل ايقونة بصرية من الحروف العربية ناتجة من دمج حرف القاف مع رمز القلب [17]

والذي ساعد على سهولة الدمج تجريدية الحروف العربية والتي جعلتها تقبل أي ملحقات او زوائد عليها وكذلك طواعية الحروف العربية وليونتها التي جعلت من السهل تشكيلها وإعادة بنائها تبعاً للهدف المرغوب الوصول اليه من التصميم.

العلامات التجارية :**أ. ما هي العلامة التجارية: Logo**

هي رمز او شكل مرئي مختصر او اسم او مصطلح او شعار او تصميم او مزيج من هذا كله يستخدمها المنتج او المؤسسة بغرض التعريف بالمنتج او الخدمة وتمييزها عن الخدمات الخاصة بالمنافسين وايضاً للتعريف بمصدر هذه المنتجات بهدف حماية المستهلك. [9]

ب. أنواع العلامة التجارية: Types of logos:**1. العلامات النصية Typographic**

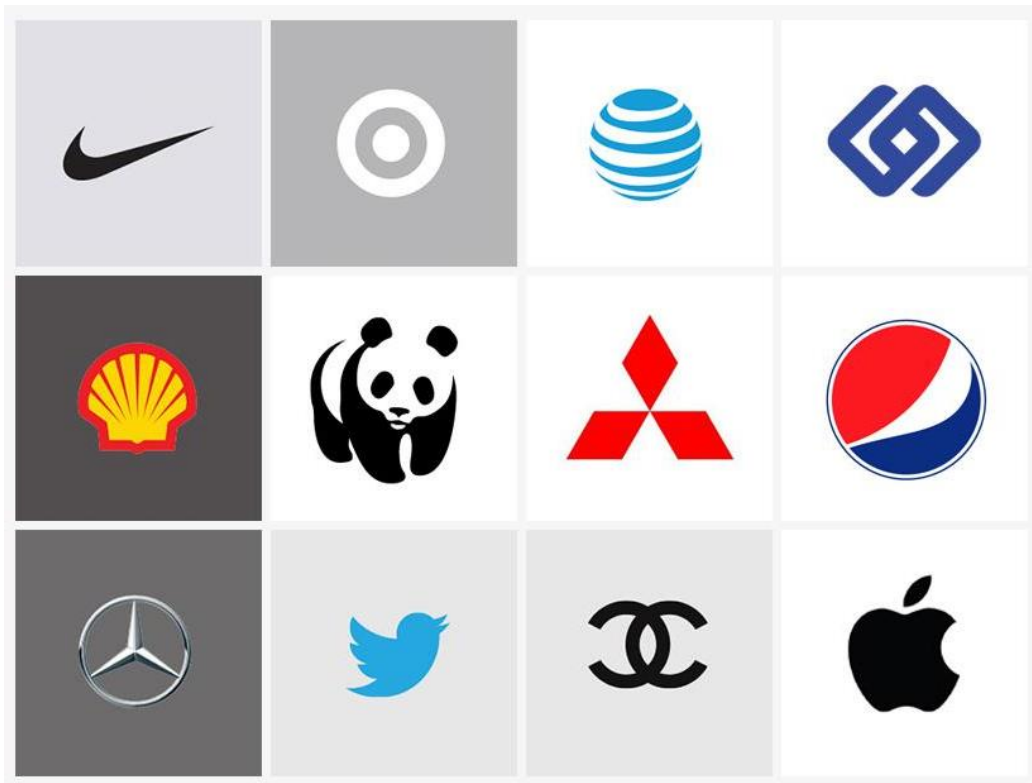
وهي التي تعتمد على الخط بشكل كلي بحيث انها لا تحتوي على ايقونة، وعند تصميمها تعتمد على ابتكار خط فريد الشكل يبين اسم الشركة والعلامة التجارية. شكل (5)



شكل (5) يوضح امثلة مختلفة عربية واجنبية للعلامة التجارية النصية التي تعتمد على الكتابة سواء كانت عربية او انجليزية [13]

2. العلامة الايقونية Iconic

وهي عبارة عن ايقونة او رمز تمثل الشركة، وتكون في الغالب بسيطة وتجريدية. ويعتمد هذا النوع من الشعارات على الذاكرة البصرية، وذلك لقدرة العقل البشري على تذكر الاشكال بشكل أسرع من النصوص المكتوبة. شكل (6)



شكل (6) يوضح امثلة مختلفة للعلامة التجارية الايقونية [13]

3. علامة الخط العربي Calligraphy

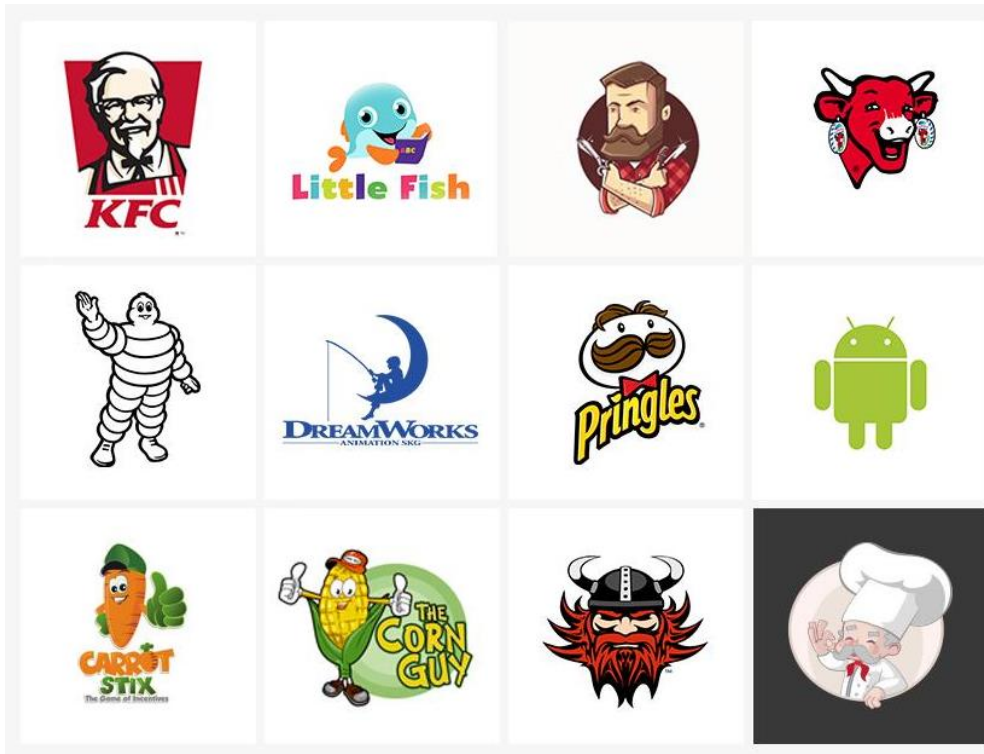
هذا النوع من الشعارات أيضاً منتشر في البلاد العربية حيث يكون شعار أيقونة لكن الأيقونة هي اسم العلامة التجارية بالعربي. هذا النوع من الشعارات مناسب للشركات التي تحمل في طيات علامتها اصول أو جذور عربية أو اسلامية وهو حل ممتاز للكثير من الشركات العربية التي تتطلع للانتشار العالمي فالشعار يكون عربي/انكليزي فالعربي هو الايقونة (ويكون التكوين بالخط العربي مكوناً بتصميم كالجغرافي كلاسيكي او حر) والانكليزي يشرح العربي تحته او حوله. كما توضح الأمثلة في شكل (7)



شكل (7) يوضح علامات تجارية عربية التكوين بالخط العربي مكونة من تصميم كالجغرافي كلاسيكي او حر [15]

4. علامة التميمة Mascots/character

وهو عبارة عن صورة انسان أو حيوان يعبر به عن الشركة فاذا كان صورة انسان فهو على الأغلب صاحب أو مؤسس الشركة مثل شعار دجاج كنتاكي أو إذا كان حيوان فهو حيوان له علاقة باسم الشركة مثل الثعلب في شعار فاير فوكس. كما أن الكثير من الفرق الرياضية تعبر عن نفسها بصورة حيوان يتفانلون به وطبعاً عادة ما يكون حيوان مرعب او مميز ليدب الرعب في قلوب الفرق المقابلة. شكل (8)



شكل (8) مجموعة من العلامات التجارية التي تعتمد على استخدام صور الشخصيات او الحيوانات [13]

5. العلامة التي تعتمد على المزج Combination

وفيها علامات تعتمد على المزج بين نوعين من الأنواع السابقة للخروج بشكل جديد يتناسب مع رؤية العلامة التجارية.

[9/10] مثال شكل (9)



شكل (9) مجموعة من العلامات التجارية العالمية والعربية التي تعتمد على دمج أنواع مختلفة من الأنواع السابق ذكرها في العلامات التجارية

[13]

6. علامة الحروف lettermark

يبدو هذا النوع من التسمية والتصميم ممتاز عندما يكون اسم العلامة طويل وهكذا يمكن ان يختصر إلى أحرف قليلة يمكن للمتلقين أو الزبون تذكرها بسهولة من ناحية الشكل أو الاسم. وهو شعار اختصار الاسم التجاري وعادة ما يكون الأحرف الأولى لاسم الشركة الطويل، أو الأحرف الأولى لاسم صاحب العلامة التجارية. مثل شعار شركة آي بي إم (IBM)، والعلامات التجارية للسيارات والبنوك. مثال شكل (10).



شكل (10) مجموعة من العلامات التجارية العالمية التي تعتمد في تصميمها على الأحرف المفردة [15]

ولأن نوع العلامة التجارية التي يهتم البحث هي علامة الحروف العربية فيجب توضيح كيفية وجودها كأيقونة بصرية في العلامات التجارية.

الحروف العربية كإيقونة بصرية في تصميم العلامات التجارية:

سبق وأوضح البحث ان الحروف العربية كإيقونة بصرية تنتج من دمج الحرف العربي مع رسم او رمز، ويوضح المثال التالي في شكل (11) ايقونة بصرية ل (حرف عربي متمثل في حرف النون) + (رمز متمثل في النصف العلوي لشخص)، تم دمج حرف النون مع الشكل التجريدي للنصف العلوي لشخص رافع ذراعيه وتوظيف الايقونة البصرية الناتجة في علامة تجارية لمؤسسة خيرية. تلك العلامة التجارية تتساوي فيها الادراك البصري للكتابة (حرف النون) مع الرمز المستخدم (النصف العلوي لشخص).



شكل (11)

شكل يوضح استخدام الايقونة البصرية الناتجة عن دمج حرف النون مع رمز لشكل الجزء العلوي لشخص وتوظيفه في العلامة التجارية لهيئة اعتبارية.

الدراسة التحليلية:

النموذج (1):

	العلامة التجارية
المسابع	المنتج / الخدمة
الخاء من كلمة (خرز)	الحرف العربي المستخدم

<p>رمز المسبحة</p> 	<p>الرمز المدمج مع الحرف العربي</p>
<p>يغلب الإدراك البصري لحرف الخاء بالأيقونة البصرية، على إدراك رمز المسبحة فلا بد من وجودها بالخبرة البصرية لدى المتلقي لسهولة فهمها.</p>	<p>مدي انقراطية الأيقونة البصرية من حيث العلاقة بين إدراك الرمز والوظيفة النفعية للكتابة</p>

النموذج (2):

	<p>العلامة التجارية</p>
<p>متحف الخط العربي</p>	<p>المنتج / الخدمة</p>
<p>الناء من كلمة (تشكيل)</p>	<p>الحرف العربي المستخدم</p>
<p>رموز التشكيل المختلفة في الكتابة العربية مثل : الكسرة... الخ</p>	<p>الرمز المدمج مع الحرف العربي</p>
<p>يغلب الإدراك البصري للرمز المستخدم في الأيقونة البصرية على الحرف العربي، حيث يصعب إدراك وجود حرف الناء لتقارب الشكل مع مختلف أنواع التشكيل، وكذلك لتكرار حرف الناء مما يدعم الوظيفة الجمالية</p>	<p>مدي انقراطية الأيقونة البصرية من حيث العلاقة بين إدراك الرمز والوظيفة النفعية للكتابة</p>

النموذج (3):

	<p>العلامة التجارية</p>
<p>شركة انتاج عسل النحل</p>	<p>المنتج / الخدمة</p>
<p>الشين من كلمة (شفاء)</p>	<p>الحرف العربي المستخدم</p>
<p>ملعقة العسل المخصصة لتناوله، حيث ان هذه الأداة مخصصة لعسل النحل</p> 	<p>الرمز المدمج مع الحرف العربي</p>
<p>يتساوي الإدراك البصري للرمز المستخدم في الأيقونة البصرية مع الحرف العربي ، وذلك لسرعة الربط بين الرمز التجريدي المستخدم و الملعقة المخصصة للعسل في الخبرة البصرية لدي المتلقي.</p>	<p>مدي انقرائية الأيقونة البصرية من حيث العلاقة بين ادراك الرمز والوظيفة النفعية للكتابة</p>

النموذج (4):

	العلامة التجارية
المجوهرات	المنتج / الخدمة
الهاء من كلمة (هيفاء)	الحرف العربي المستخدم
<p>دلالية القلادة</p> 	الرمز المدمج مع الحرف العربي
<p>يتغلب الإدراك البصري للرمز المستخدم في الأيقونة البصرية على الحرف العربي، ثم يتم إدراك حرف الهاء وكاننا ندرك الكل أولاً ثم ندرك الجزء ، وذلك لتقارب الأيقونة البصرية الناتجة مع رمز القلادة أكثر من قربها شكلياً لحرف الهاء.</p>	<p>مدي انقرائية الأيقونة البصرية من حيث العلاقة بين ادراك الرمز والوظيفة النفعية للكتابة</p>

النموذج (5)

	العلامة التجارية
مكان ورش عمل فنية	المنتج / الخدمة
الشين من كلمة (شغف)	الحرف العربي المستخدم
<p>القلم</p> 	الرمز المدمج مع الحرف العربي
<p>يتغلب الإدراك البصري للحرف العربي على الرمز المستخدم في الأيقونة البصرية، لصعوبة إدراك الرمز بسبب تجريديته الشديدة.</p>	<p>مدي انقرائية الأيقونة البصرية من حيث العلاقة بين ادراك الرمز والوظيفة النفعية للكتابة</p>

نتائج الدراسة التحليلية:

ومن النماذج التحليلية السابقة، توصلت الباحثة انه يمكن تصنيف العلامات التجارية التي تعتمد على الحروف العربية كأيقونة بصرية الي:

1. علامات تجارية يغلب فيها الادراك البصري للحرف العربي على الرمز المدمج معه، ويمكن ادراجها تحت تصنيف العلامات التجارية. Lettermark.
2. علامات تجارية يغلب فيها الادراك البصري للرمز المستخدم على الحرف العربي المدمج معه، وبذلك يمكن ادراجها تحت تصنيف العلامات التجارية الأيقونة. Iconic.
3. علامات تجارية يتساوى فيها الادراك البصري للحرف العربي المستخدم والرمز المدمج معه اما بالتعرف على كل منهما او بعدم التعرف عليهما وأدراك العلامة التجارية كوحدة واحدة بدون تفسير تفاصيله المكونة له، وبذلك يمكن ادراجها تحت تصنيف العلامات التجارية النصية Typographic حيث يظهر الحرف العربي بتصميم فريد متبعاً في ذلك التيبوغرافيا بشكلها المعاصر والتي تتبادل فيها ارتفاع القيمة الجمالية للتكوين مقابل الانقرائية أو العكس.

نتائج البحث:

1. ان توظيف الحروف العربية كأيقونة بصرية في العلامة التجارية يساهم في دعم الهوية والثقافة العربية لمواجهة التحلل الثقافي الذي تفرضه العولمة.
2. يمكن تطوير الحرف العربي في تصميم العلامة التجارية طبقاً لمضمون النشاط التجاري للهيئة الاعتبارية للعلامة .
3. ان تصميم الحرف العربي كأيقونة بصرية في العلامة التجارية يجمع بين الحامل اللفظي والحامل التصويري.
4. ان شكل الحرف العربي كعنصر مجرد له قيمة تحدد الجانبين الجمالي والوظيفي في تصميم العلامة التجارية.

التوصيات:

1. ضرورة تحرر الحروف العربية في تصميم العلامة التجارية من القوالب الشكلية الجامدة.
2. ضرورة وعي مصمم العلامات التجارية بالخصائص الجمالية والوظيفية للحروف العربية وتطويرها في تصميم العلامة التجارية.
3. ضرورة التعامل مع الايقونة البصرية من الحروف العربية وفق أسس التصميم لتحقيق الجانبين الوظيفي والجمالي في تصميم العلامة التجارية.

المراجع**أولاً: المراجع العربية**

1. الزليعي، أحمد. الخط العربي عنصراً جمالياً على الأحجار. بحث مقدم للمحاضرات المصاحبة لمعرض الخط العربي: الرياض، بدون تاريخ
- Alzaliei , Ahmad . alkhatu aleurbaa ensraan jamaliaan ealaa al'ahjari. bahath muqadim lilmuhadarat almusahabat limaerid alkhati alearabii :alriyadi, bidun tarikh
2. على محمد سيد أحمد ، سيد . جماليات الحرف العربي وقدرته على اثراء عناصر التصميم الجرافيكى . ماجستير في كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، 2006.
- Ali muhamad Sayed 'Ahmad , Sayed . jamaliat alharaf alearabii waqudratah ealaa athra' eanasir altasmim aljarafikii . majstir fi kuliyat alfunun altatbiqiat, jamieat hilwan , 2006.

3. محمد رشاد ابراهيم ، مصطفى . جماليات الخط العربي وتطبيقاتها في التصميمات الجرافيكية والمطبوعات. الطبعة الاولى، القاهرة : دار عالم الكتب ، 2014.

Muhamad Rashad 'Ibrahim , Mustafa . jamaliat alkhati alearabii watatbiqatiha fa altasmimat aljarafikiat walmatbueat. altabeat Alola, Alqahira : dar ealam alkutub , 2014

4. بهنسي، عفيف . جماليات الخط العربي (قراءة علمية) . بحث مقدم للمحاضرات الثقافية المصاحبة لمعرض الخط العربي، الرياض، بدون تاريخ.

Bahnasi ,Afif. jamaliat alkhati alearabii (qra'at elmia) . bahath muqadim lilmuhadarat althaqafiat almusahabat limaerid alkhati alarabii, alriyadi, bidun tarikh.

5. زين الدين المصرف ، ناجي. بدائع الخط العربي. وزارة الإعلام مديرية الثقافة العامة ، السلسلة الفنية 19، 1972.

Zayn Aldiyn Almasrif , Naji. bidayie alkhati alearabi. wizarat al'ielam mudiriya althaqafat aleamat , alsilsilat alfaniyat 19, 1972 .

6. بهنسي، عفيف . الخط العربي اصوله، نهضته، انتشاره . الطبعة الاولى ، دمشق : دار الفكر ، 1984.

Bahnasi ,Afif . alkhatu alarabi aswlih, nahdatahu, intisharih . altabeat al'uwlaa , dimashq : dar alfikr , 1984 .

7. حسين عبدالله الحسيني ،اياد . التكوين الفنى للخط العربي وفق اسس التصميم، بيروت : دار صادر ، 2003.

Husain Abdallah Alhossani ,Ayad . altakwin alfunaa lilkhatai alarabii wfq 'usus altasmimi, bayrut : dar sadir , 2003.

8. عبدالفتاح محمد جاد، محمد . الدلالات الادراكية لمفردات الاتصال فى الاعلان (العلامة-الرمز-الشعار) دراسة تحليلية نقدية مقارنة . ماجستير في كلية الفنون التطبيقية ،جامعة حلوان ، 2005.

Abdelfattah Muhammad jad, Muhammad . aldlalat aladrakyt limufradat alaitisal fa al'ielan (alelamt-almz-alshear) dirasat tahliliat naqdiatan mqrntan . majstir fi kuliyat alfunun altatbiqiat ,jamieat hulwan , 2005

ثانياً: المراجع الأجنبية

9. Adams , Sean and Noreen Morioka . logo design workbook.: rockport publishers , 2004.

10. Army ,Design . letterhead and logo design 11 : Rockport publisher , 2009 .

ثالثاً: المواقع الالكترونية

11. ElMahdy, Muhammed . "symbols & monograms." , Behance.com <https://www.behance.net/gallery/16784547/Symbols-Monograms> (accessed March 30, 2019).

12. ElMahdy, Muhammed . "Typographic names." , Behance.com <https://www.behance.net/gallery/20821193/Typographic-Names> (accessed March 30, 2019).

13. ، بلوميديا ، ،Bluemediaweb.com <https://bit.ly/2D1tOqh> (accessed March 31, 2019).

14. ElMahdy, Muhammed . Behance.com. <https://www.behance.net/elmahdyart>(accessed March 30, 2019).

15. ندم، نهاد . أنواع الشعارات وتقسيمها. مدونة. <https://bit.ly/2U39mee> (accessed March 31, 2019).

16. الذهبي، محسن. "الحروفيون العرب، الريادة والهوية استلهم الحرف في حداثة الفن التشكيلي." مقال منشور، <http://www.alnoor.se/article.asp?id=13211> (accessed March 30, 2019)

17. كريتييف الف ، <https://bit.ly/2U3AiuD> (accessed March 30, 2019).