

Graphic Design An Ideological Discourse Enhancing
its Presence in the Global Cultural Area

التصميم الجرافيكي خطاب ايديولوجي يعزز الحضور في الساحة الثقافية
العالمية

أ.م.د. دينا محمد عناد / العراق / جامعة بغداد

Assist Prof. Dina Mohammed Inad (Ph. D)

ملخص

يعد التصميم الجرافيكي من أكثر الخطابات استحضاراً في الساحة الثقافية العالمية، إذ يعتمد على بناء لغوي ومنتعة جمالية ذات هدف ورسالة فكرية لإيصالها الى المتلقي، كونه يرتبط اشد الارتباط بالحياة المجتمعية والثقافية العالمية. وبناء على ذلك تضمنت هذه الدراسة ثلاثة فصول تضمن الفصل الاول (مشكلة البحث والحاجة اليه) وقد صيغت مشكلة البحث / هل يعد التصميم الجرافيكي خطاب ايديولوجي يعزز الحضور في الساحة الثقافية العالمية.

وكان هدف البحث/ التعرف على العلاقة التصميمية التي تحمل دلالة فكرية ايديولوجية تعزز حضور التصميم في الساحة الثقافية العالمية. وقد تضمن أهمية البحث وحدود البحث المتمثلة في شعارات لبعض الشركات العالمية المشهورة، واعتمدت الباحثة المنهج الوصفي طريقة تحليل المحتوى في تحليل النماذج البحث. فضلاً عن تحديد المصطلحات. أما الفصل الثاني تضمن الاطار النظري، مكون من ثلاثة مباحث تركز المبحث الاول على/ علاقة التصميم الجرافيكي بالخطاب الايديولوجي. والمبحث الثاني/ البنية الدلالية الايديولوجية التي يحملها التصميم. والمبحث الثالث/ تحليل لدلالة الفكرة التصميمية وحضوره في الساحة الثقافية العالمية. وتضمن الفصل الثالث على اهم النتائج والاستنتاجات، ومن أهم الاستنتاجات:

1- إن التصميم الجرافيكي يعد خطاب ايديولوجي وذلك لكونه نسق من المفاهيم الدلالية والفكرية تعمل على بناء فكرة تصميمية تعبر عن رؤية كاملة في المجتمع تأخذ شكل أيقونات أو مرجعيات منسجمة ببنية دلالية، تحمل شفرات منظمة ومقصودة يتم ربطها

ببعض للوصول الى المعنى الإجمالي وبنه للساحة الثقافية العالمية تُبنى وفق عناصر هدفها ضمان مقروئيتها وتكوين المتعة جمالية .
الكلمات المفتاحية : التصميم الجرافيكي، الخطاب الايديولوجي، الثقافة العالمية .

Abstract

Graphic design is one of the most evocative discourse in the global cultural area. It is based on linguistic construction and aesthetic pleasure aiming at conveying an intellectual message to the recipient. Being so, it is closely related to the world communities and their cultural life.

The present study was divided into three chapters. The first chapter contained the problem of the study, the need for it, the aim, and the limits which are identified by choosing 5 logos for 5 famous, international companies. The researcher adopted the descriptive approach/content analysis as a method of research.

The problem of the study was formulated in the form of a research question that reads : Is the graphic design an ideological discourse that enhances its presence in the world cultural area? The need for the study stems from the importance of understanding graphic design as an ideological and intellectual discourse used all over the world. The present study aims at identifying the design relationship which bears ideological significance and enhances its presence in the world of cultural area. This chapter also includes the identification of the keywords.

The second chapter consisted of the theoretical background which, in its turn, included three sections. Section one was about the relationship between graphic design and ideological discourse. Section two was about the structure of ideological reference which the design conveyed. The third section was about the analysis of reference of the design idea and its presence in the international area.

The third chapter included the results and conclusions. The most important of which is that the graphic design is considered an ideological discourse because it is a system of referential and intellectual ideas that express a complete vision of the community. They take the shape of icons or references that are harmonized with a referential structure carrying organized and intended codes linked together to reach the overall meaning and broadcast it to the global cultural area constructed in accordance with elements designed to ensure its legitimacy and aesthetic pleasure .

Keywords : graphic design, ideological discourse relationship between graphic design and ideological discourse.

يعد التصميم الجرافيكي لغة وخطاب تمارس على نطاق واسع من العالم، لأنه لا بد أن يكون التصميم مفعماً بتعايير الأفكار الفنية للمصمم، بإعتباره حاملاً لأنساق اجتماعية وفكرية ومعرفية ودلالية، لاسيما وإن عالم اليوم تهيمن فيه الصورة الرقمية بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتي تمثل انتقالاً نوعياً في بناء العالم الحديث بما تحمله من دلالات فكرية متنوعة، بالاعتماد على الثقافة المرئية التي تحقق القوة الإدراكية والاتصالية للمتلقي لإضفاء الطابع العالمي الجديد، لتأسيس فلسفة نظرية وثقافية تعرف بالخطاب الأيديولوجي وهي طريقة معبرة للتواصل المرئي الواضح والموجز. والتي حددت عن طريق مشكلة البحث وأهميته وهدف البحث.

الفصل الاول

مشكلة البحث والحاجة اليه

حددت الباحثة هذه الاشكالية بالتساؤل الآتي (هل يعد التصميم الجرافيكي خطاب ايديولوجي يعزز الحضور في الساحة الثقافية العالمية).

أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في إنه: -

- 1- يسهم في ايجاد السياقات الفكرية للخطاب الايديولوجي في الساحة الثقافية العالمية.
- 2- يحقق الابداع الفكري التصميمي والذي يؤثر على تبلور فكر المصمم الجرافيكي
- 3- يسهم في ايجاد طريقة معبرة للتواصل المرئي بالاعتماد على الثقافة المرئية لإضفاء الطابع العالمي الجديد.

هدف البحث

يهدف البحث الحالي الى:

التعرف على العلاقة التصميمية التي تحمل دلالة فكرية ايديولوجية تعزز حضور التصميم في الساحة الثقافية العالمية.

حدود البحث

يتحدد البحث بالحدود الآتية :-

الحد الموضوعي: التصميم الجرافيكي خطاب ايديولوجي يعزز الحضور في الساحة الثقافية العالمية.

الحدود المكانية: شعارات الشركات العالمية المشهورة والمنشورة على الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت) .

الحدود الزمانية: لعام 2018

مجتمع ومنهج البحث

لقد تم اختيار (6) نماذج لبعض من شعارات الشركات العالمية المشهورة (www.arageek.com/ibda3world) والمنشورة على الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت) لعام 2018، بالاعتماد في التحليل على المنهج الوصفي طريقة تحليل المحتوى، في تحليل النماذج.

تحديد المصطلحات

التصميم الجرافيكي : Graphic design: (هو اتصال بصري، ونشاط تنظيمي من خلال الإشارات والعلامات والرموز أو الكلمات والصور، بدلاً من الكلمة المنطوقة، لتحقيق التواصل والتبادل مع العالم المعاصر). (Jeremy Aynsley 2004, p.6) و(هو وضع الصياغات البصرية للأفكار المعدة للإظهار بطرق الطباعة التقليدية أو للعرض على الشاشات، ويتمثل الجهد الفني (الإبداعي) فيه بعملية تنظيم العلاقات الشكلية بين العناصر والمفردات التصميمية على نحو يوفق بين الأداء الجمالي والوظيفي لتلك العناصر والمفردات بحسب الحاجات والأغراض التصميمية المطلوب تحقيقها). (الراوي، 2011، ص97)

التعريف الاجرائي : هو خطاب اتصالي تنظيمي يعتمد على خبرة المصمم في التعبير والقدرة على التصور والتخيل والابتكار لصياغات فكرية ودلالية تحمل اناسق وتعابير رمزية متفق عليها، لتحقيق هدف محدد يعتمد على الكلمات والصور للتواصل المرئي مع الساحة العالمية.

الايدولوجيا: هو علم الافكار، وموضوع دراسته الافكار والمعاني وخصائصها وقوانينها وأصولها، وعلاقتها بالعلامات التي تعبر عنها، والبحث عن أصولها بشكل خاص. (احمد مختار، 2008، ص143)

وهو (علم الأفكار، أو نظام من الأفكار ، و المفاهيم الاجتماعية.. أي مجموعة التصورات التي تعبر عن مواقف محددة تجاه علاقة الإنسان بالإنسان، وعلاقة الإنسان بالعالم الطبيعي ، وعلاقته بالعالم الاجتماعي). (الماضي، 2005، ص103)

الخطاب : إن (الخطاب منهج في البحث في أيما مادة مشكلة من عناصر متميزة ومترابطة في امتداد طولى سواء أكانت لغة أم شيئاً شبيهاً باللغة، ومشتمل على أكثر من جملة أولية، إنها بنية شاملة تشخص الخطاب في جملته.. أو أجزاء كبيرة منه). (ديان مكدونيل، 2001، ص30)

الخطاب الايدولوجي : أن الأيديولوجية هي النظم الأساسية التي يتم من خلالها إدراك، وتنظيم المواقف الاجتماعية، وتسيطر بشكل غير مباشر على تشكيل سياق الخطاب، ومن التحليل الدلالي لهياكل الخطاب نرصد الأيديولوجيات. (Teun A. van Dijk,) (1995, pp. 243-289)

التعريف الاجرائي : الخطاب الايديولوجي هو البنية التي تتألف منها المفردات، والتراكيب، وهو عبارة عن محاولة للتعرف على الرسائل التي يود النص أن يرسلها، ويضعها في سياقها التاريخي والاجتماعي، وله مرجعية أو مرجعيات.

الفصل الثاني / الاطار النظري

المبحث الاول / علاقة التصميم الجرافيكي بالخطاب الايديولوجي

إن الهدف من التصميم الجرافيكي هو توصيل المعنى الى المتلقي بوضوح، ويؤسس خطاب التصميم الجرافيكي: نظريات التطور والايديولوجيات وعمليات الاتصال المرئي نموذج لمنهجيات التصميم الجرافيكي للقرن الحادي والعشرين. إذ هي قراءة أساس للمصممين والمعلمين والطلاب الذين يحاولون فهم كيفية التصميم بطريقة معبرة ومفردة دون التخلي عن التواصل المرئي الواضح والموجز. ويعد التصميم الجرافيكي من أهم الفنون المعاصرة التي تحيط بل وترتبط بالإنسان بصورة جلية في كافة مناحي الحياة، كما أنها تعكس التقدم التكنولوجي الهائل الذي يعيشه، فهي تقوم بدور هام وأساس في تنمية وتطور المجتمع، إذ أن النمو السريع والمستمر في هذا المجال صبغته برؤية جديدة، تعدت في مفهومها الأبعاد التقليدية إلى أبعاد انعكست على المجتمع بشكل مباشر فتخطت النواحي الثقافية والاجتماعية من جانب، إلى الأبعاد السياسية والاقتصادية من جانب آخر. أما مصطلح الايديولوجيا هو (علم، خطاب) بالعربية: الأدلوجة، الفكرية، كلمة ابتكرها دستوت دو تراسي (Destutt de Tracy).⁽¹⁾ (أندريه لالاند، 1996، ص 611-612)

(إن الايديولوجيا نظام فكري يحقق التماسك، ويمكن له تلبية غايات نفعية لفئة ما واستغلالها بحيث تتضاءل أمامها القوى المادية، وهو الأمر الذي يجعل من الايديولوجيا حضوراً اجتماعياً وتصوراً للإنسان وللعالم، إذ قدمها علماء الاجتماع على اعتبارها رؤية شاملة للحياة وللمعتقدات وللخبرات الانسانية وبناء المجتمعات). (عموري السعيد، 2013، ص 140) ويبدو أن (الاستعمال الفني لمصطلح الايديولوجية يميل إلى اعتبار الايديولوجية محصلة عناصر عدة، فهي لا تدل فقط على نسق القيم، أو محصلة الأهداف والمعايير، وانما تتضمن كل هذه الجوانب مجتمعة، هذا بالاضافة إلى نظرة الانسان للأشياء المحيطة به، والتصور الذي يطرره عن العالم، وهي في نفس الوقت تشير إلى مجموعة الخبرات والأفكار

1- انظر كتابه مذكرة حول ملكة التفكير (مذكرة الصف الثاني في المعهد، الجزء الأول 1796-1798): علم دراسة موضوعه الأفكار (بالمعنى العام لظواهر الفكر) ومزاياها وقوانينها وعلاقتها مع العلامات التي تمثلها وبالأخص أصلها.

والآراء التي يستند عليها في تقييمه للظواهر المحيطة به). (اكرم محمد صلاح الدين، 2014، ص391)

لقد تفرد التصميم الجرافيكي بخصائص ومقومات مميزة عن سائر الفنون التشكيلية، إذ منحته طبيعته المتمثلة في التكرار والنسخ المتعدد للأعمال في سرعة وسهولة انتشاره ليصل الى الجماهير في كل مكان ليشاركهم الرأي والتوجيه والأفكار، وهذا إتفق مع مبدأ الترويج الذي يحتاجه أصحاب المصالح عن طريق ترويج أي فكرة أو معتقد أو حتى منتج إستهلاكي فيجد ضالته في ذلك الفن لأنه فيه جانب تطبيقي يخدم المجتمع. (فالتصميم خطة بصرية يمكن استعمالها لانجاز فكرة ما . فكل ما يمكن أن نراه يعتمد في انشاءه على التصميم. وعندما نصف تصميماً نراه ، نستعمل كلمات بمفردات كالخطوط والأشكال والألوان. (JaneAnn Stout, 2000, p.2). ان مهمة المصممين تكوين تواصل عن طريق الوسائل البصرية في تشكيل نوعية الحياة اليومية للأفراد والجماعات والمجتمعات . فتصميم الخطاب الأيديولوجي يعتمد على التخطيط للتعامل مع المفردات المرسومة على انها مفردات لغة بصرية لدعم مفهوم وتصور الأفكار. ونتيجة لذلك تؤكد الدراسة على أهمية تطوير فكر المصمم بمجموعة متنوعة من المهارات لرسم تصور الفكرة اللازمة لعملية التصميم حتى يتمكن من تحقيق الاهداف المطلوبة. وذلك عن طريق (تطوير المهارات اللازمة لتنظيم عناصر التصميم ، وفق مبادئ التصميم ، وحتى اختيار وسائل الإعلام المناسبة، والتفكير الإبداعي والناقد والتأملي يدعم المصمم على التقدم عن طريق التركيز على عملية التصميم. وفهم الدور المهم للتصميم في عملية الاتصال البصري داخل المجتمع . والقدرة على الاستفادة من المعرفة والإلهام لدعم تطوير القدرة البصرية الخاصة بهم في مجال اعمال التصميم واكتساب الثقة في استعمال اللغة البصرية). (Ruth Learner 2013p.6)

إن العلاقة بين التصميم الجرافيكي والخطاب الأيديولوجي هي أساساً علاقة انبثاق وتجسيد، بحيث إن الخطاب يجسد تعبيره في التصميم لأنه ذو بعد متعلق بالمحتوى والموضوع ويعتبر امتداداً للبعد الاجتماعي بينما يمثل النص البعد اللغوي، للخطابات وتحقيقاً لغويها. وتتجسد الأيديولوجيا بوساطة علاماتها وأساليبها، وتراعى فيه القيم التشكيلية عند توزيع الصور والخطوط والألوان، وشكل الخطوط وحجمها وكيفية إضهار المهمة منها، وعن طريق المصمم يتحدد الشكل العام والسمات الخاصة لكل تصميم. (إذ إن لفن التصميم الجرافيكي دور واضح في التعبير والتوجهات السياسية والثقافية والاقتصادية والاخلاقية والاجتماعية والدينية والنظامية وأوضاع الحياة العامة، ويظهر ذلك في خصائصه ومعالجته التقانية لمختلف الموضوعات الابتكارية للمصمم، والحساسية التفاعلية مع الرؤى والتوصيفات المشهدية البصرية وكذلك

التأثيرات النفسية المعبرة عن الطاقة الانسانية لما يمتلكه من قوة في مخاطبة العقول والنفوس من مختلف المستويات، فضلاً عن أنه يسهم في إثارة وتنمية الوعي السياسي والفكري لدى المتلقي). (اكرم محمد صلاح الدين، 2014، ص396) وبذلك يكون الجانب التعبيري أقرب إلى التأثير المباشر في المتلقي، لأنه يخاطب العقل ويتطلب جهداً تأويلياً معقداً، إلا إذا قدم بطريقة ايقونية أو برموز حضارية، لأن التصميم الجرافيكي هو امتداد لمدركاتنا الحسية). (محسن اعمار، 2004، ص2) مما تقدم يمكن القول إن علاقة التصميم الجرافيكي بالخطاب الايديولوجي هي وسيلة نقل لمجموعة من القيم الثقافية والفكرية، التي تتحول إلى معنى بصري للعديد من الدلالات التعبيرية المركزة، بما يحويه من عناصر ورموز فنية وعلاقة تحتوي في ترجمتها الفنية على مخزون توجيهي لوظائف عملية تهم المتلقي كمستعمل دائم لها. كما أنه يعتبر من أهم عناصر التصوير الشعبي المتوارث من ذاكرة التراث، كما أن الألوان كانت هي التابع المطيع والمكمل الأساس لشخصية التصميم الجرافيكي، والتي أعطت الكثير من المعاني والدلالات الإضافية.

المبحث الثاني/ البنية الدلالية الايديولوجية التي يحملها التصميم

تمثل البنية الدلالية الايديولوجية التي يحملها التصميم، البناء الذي يتم وفقه ترتيب العناصر الداخلية لإظهار الشكل العام عن طريق تركيبها معاً كمؤسسة منظمة لأداء هدف محدد، فالشكل يعطي عدد كبير من الافكار، التي تحمل معاني يمكن قراءة التصميم ونقل الافكار من المرسل الى المتلقي. ويتعلق ذلك بميدان دلالة الرموز، (أي أن هذا الاتصال يجري اجتماعياً عن طريق وسائل رمزية آدمية وكتابية وحيوانية وإشارات علمية ومعرفية والعلامات المختلفة المستعملة لغرض إيصال الافكار والمعاني بين المجتمعات البشرية). (الغبان، 2015، ص172)

((ان لفظة بنيوية هي تعريب للفرنسية structuralism نسبة الى بنية : تعريب structure واللفظة الفرنسية مشتقة من الفعل اللاتيني strucre الذي يعني : بنى أو نسق حسب طبقات)). (بشارة صارجي، 2013، ص18) وأكد مؤسس البنيوية كلود ليفي ستروس ((إن البنيوية منهجاً علمياً دقيقاً يماثل المناهج المتبعة في العلوم الدقيقة، يدرس العلاقات القائمة بين عناصر وأجزاء كل بنية، وذلك بتحليل هذه الأخيرة، والكشف عن ارتباطاتها الموضوعية ثم إعادة تركيبها في منظومة كلية جديدة أسمى من بنياتها الأولى تتيح لنا تبين بنيتها الخفية)) (Claude Lévi , 1973,p.100) وتتسم البنية التصميمية بالخصائص الآتية: (زكريا ابراهيم و ايد الحسيني، 2008، ص30، ص160-161).

- 1- **الكلية:** وتعني التماسك الداخلي بحيث يكون لكل عنصر موجود في التصميم قيمته بوجود العناصر الأخرى ولاقيمة له خارج تلك العناصر.
- 2- **التحويلات:** أي يستمد فن التصميم ديمومته من سعة التحويلات الداخلية والخارجية التي تعتمد على قوانين تتحكم ببنائه، وهذه القوانين لا تقوم ببناء التصميم فحسب وإنما تجعل من تلك العناصر عناصر بنائية أيضاً.
- 3- **التنظيم الذاتي:** أي اعتماد فن التصميم على قوانينه الداخلية في تكوين كل العلاقات القائمة.

مما تقدم ترى الباحثة إن البنية الدلالية للتصميم هو الشكل الظاهر لفعل العلاقات المترابطة والخاضعة للتطور الذي يكوّن الشكل ويرتب عناصر العمل وهو صورة معبرة ككل مدرك أو متخيل. ويعتمد المصمم خيارات متعددة لتعزيز دور الدلالات التعبيرية في البنية التصميمية إذ تنتخب مفردات قصدية بهيئة رموز فنية منظمة تشكل الهيئة العامة للمنجز التصميمي الذي يشمل على طاقات تعبيرية محققاً بذلك الخطاب الأيديولوجي إذ (يصبح التعبير أحد أهم العناصر التي تدخل ضمن نطاق تركيبة الشكل والذي هو أول ما يدرك فيها للتعبير على الرغم من اختلافه في نسب الإدراك من شخص لآخر وذلك لأختلاف آرائهم) (الفتوح، 1968، ص20) وعلى وفق هذا يمكن عد التصميم الجرافيكي معرفة قائمة على انتباه قصدي موجه من قبل المصمم بفعل ادراك ووعي للنشاط الفني (كفعل) وهذا النشاط الأدائي، هو عملية تحليلية تتم بخبرة ووعي لبنية المادة ، بقصد تركيب الانتاج المعرفي الجمالي. فالتصميم يمثل (عمليات عقلية ضمن دائرة القصد والوعي إذ لا يتم هذا الا بفعل آلية تفكير وضمن دوائر تخصص ترتبط بالفن ، كعمل ذهني ارادي قصدي ، والعمل الذهني يرتبط ارتباطاً دقيقاً بالوظائف العقلية العليا من الدماغ) (نجم حيدر وآخرون، 2004، ص214). لذلك فإن النتاج الفني التصميمي انما يتمثل بوصفه شكلاً من اشكال التفكير المعرفي المنظم يعمل من خلالها المصمم ببحثه عن مفردات يجمعها في علاقات ذات دلالة سيميائية بعملية تحليل واع لمعطيات الواقع الخارجي المؤولة والمفسرة لتركيبها ضمن علاقات منسقة ضمن مجاله الفني . إذ إن (الصورة التصميمية بهذه الصيغة تعد تكثيف دلالي لمجموعة من القيم، لذا وجب النظر اليها بوصفها تمظهراً صريحاً لأيديولوجية معينة فهي تشكيل وتشبيد معرفي وايدولوجي وهو كذلك تشبيد بصري تدرك ضمنه صور الذات والآخر عبر الالوان والملفوظات اللسانية بوصفها ايقونات دالة عن حقائق). (عبد الله بريمي، 2016، ص195)

ومن التوجهات الفلسفية التي بحثت في الإدراك وعلاقته بالحواس المختلفة هو الذي قدمته نظرية الأشكال (نظرية الجشطالت)⁽¹⁾ مع العلم أن اتجاهات فلسفية عديدة اهتمت بالموضوع من زوايا مختلفة، بدءاً بالفلسفة الإغريقية مروراً بالفلسفات الألمانية الكلاسيكية (كانط و هيغل) وانتهاءً بالمدارس السيكلوجية المعاصرة. والاتجاه الجشطالتي، ((يمكن أن يعتبر في الوقت نفسه إتحافاً فلسفياً وإتحافاً سيكلوجياً، فهو إتحاف فلسفي لكونه "يجمع مقولات الشكل أو البنية في تأويل العالم المادي، كما في تأويل العالم البيولوجي والذهني، ويؤسس قرابة بين الوقائع التي فصلت بينها التطورات التقليدية، بانياً على هذا التقارب فلسفة واحدية (Monist) للطبيعة (كما يعتبر إتحافاً سيكلوجياً) لأنه يطبق نفس المقولات في مجال السيكلوجيا، وعلى قضايا محددة وملموسة)). (المكري، 1991، ص18) ومن أهم الأسس التي إنطلقت منها النظرية (هي عملية إدراك الشكل والموسيقى والمؤثر، وردود الفعل والجزء، والكل، والكل الجزئي، والشكل والارضية ومواضيع أخرى عديدة، وباعتبار أن أهم محاورها هو اهتمامها بإدراك لغة الشكل البصرية. وتظهر النظرية على إنها أحد فروع علم النفس الذي يعالج السلوك والإدراك الحسي بطريقة موحدة وكلية، وليس كحاصل جمع للحوافز المجزأة والاستجابات المتفرقة). (إياد حسين عبد الله، 2008، ص233) إن هذه النظرية تحتل أهمية كبيرة في الفن عموماً والتصميم الجرافيكي خصوصاً بسبب أهمية عملية الإبصار وعلاقتها الأساس بعملية الإدراك. لأنها تتمسك بالقول (إن القوانين التي تحكم التصميم هي قوانين البنية والشكل في المجال المنبه، فالتصميم يحتاج الى عمليتين سيكلوجيتين على الأقل: العملية الإدراكية (الحسية البصرية) والعملية التعبيرية (الحركية). وهناك عملية ثالثة تتوسط فيما بين الإدراك والتعبير يتم التحكم فيها بواسطة نشاطات عصبية مفترضة في المخ وهي المعرفة). (شاكر عبد الحميد، 2008، ص229) (لأن الجشطالت هي واحدة من أقوى الأدوات المتاحة للمصمم لتكوين الوحدة البصرية. وبالامكان الوقوف على نفس المفاهيم التي شكلت المجموعات لفك التجميع وعكسها لتبدو فريدة من نوعها، وهذا هو الأساس لتكوين التنوع. وهو ما يضيف الفائدة إلى التصميم. وهو خدعة لتحقيق التوازن بين الوحدة والتنوع. لأن كثيراً ما تبدو الوحدة في التصميم مملة ومتكررة، وإن الإكثار من التنوع يجعلها تبدو فوضوية وتؤدي الى قطع الاتصال، ويمكن فهم مفاهيم الجشطالت

1- لقد تأسست نظرية الجشطالت على يد (ماركس فرتيمر) (1880- 1943) وقد أنظم إليه في وقت مبكر ولفجانج كوهلر (1887- 1967) وكيرت كوفكا (1886- 1941). ظهرت نظرية الجشطالت (Gestalt Theory) في ألمانيا عام 1910 كرد فعل رافض للبنائية ومن أهم روادها (wolfgang kohler) (kurt koffka) (Max Wertheimer). وتعني جشطالت بالألمانية (علم نفس الشكل). وقد تأثر رواد مدرسة الجشطالت الى درجة كبيرة بفلسفة (كانت) التي تؤكد أهمية العمليات العقلية وفعاليتها وخضوعها لقوانين موجودة مسبقاً. ينظر في (مصطفى ناصف، 1983، ص208).

لتساعد المصمم في التحكم بالوحدة والتنوع). (James T. Saw, 2000, p.104). لأن ((ماقدمته هذه النظرية من مفاهيم كانت في غاية الأهمية وبالذات فيما يتعلق بعمليات الإدراك وكيفية حدوث الاستبصار ومفهوم السلوك البصري، ومن أهم مفاهيمها، "البنية والتوزيع الذاتي الدينامي والتحديد العلائقي والتنظيم وإعادة التنظيم والمعنى"))). (الواسطي، 2001، ص7) وإن التصميم عموماً لا يقف بعلاقات الشكل وجماليته عند الحدود التي تقف فيها نظرية الجشطالت، وإنما يتجاوزها بحثاً عن علاقات أخرى بين القيم التجريدية التي ولدها الشكل وبين القيم الوظيفية التي يحققها ذلك الشكل. ويتوجب على المصمم عند استعمال الاسس والعناصر التصميمية ان يستعملها بفاعلية في بناء تصاميمه ، بحيث لايشكل أي خلل في مجال بناء الوظيفة في التصميم أو تحقيقها ويركز على لغة الشكل وتأثيرها في المتلقي للوهلة الاولى التي تدخل ضمن عملية الإدراك وتأثيراتها البصرية.

مما تقدم ترى الباحثة إن وظيفة البنية الدلالية الايديولوجية للتصميم لاتكمن في ذاتها، بل بإمكانية ادخال هذه الدلالة في علاقات هدفها القوة التعبيرية لأن البنية التصميمية عبارة عن نظام علاماتي يسهم في توضيح الجانب التعبيري وايصاله الى المتلقي، لتحقيق خطاب ايديولوجي معبر عن وجهة نظر المصمم واتجاهاته وتصوراته حول الواقع والتصميم والعلاقة بينهما، فهو يحاول اىصال رسالته الى المتلقي عبر رموز مجسدة لمضامين ودلالات ومعانٍ مختلفة باختلاف الرموز وتعددتها والتي تتطلب من المصمم وعياً ادراكياً عالياً في استعمال الدلالات والرموز للتعبير عن بنية الفكر.

المبحث الثالث/ تحليل لدلالة الفكرة التصميمية وحضوره في الساحة الثقافية العالمية

إن هذه القراءة التحليلية تعد منهج للحصول على المعرفة الجديدة. إذ إن كل تحليل يفترض مقدماً تركيباً، لأنه إذا لم يكن أمام الذهن شيء مترابط، فإنه لا يستطيع أن يحل أو يفك. ويتقدم الذهن في منهج التحليل من المركب إلى البسيط، من العرضي إلى الجوهرية، ومن التنوع إلى الوحدة. والغرض من ذلك إدراك الأجزاء لهذا الكل وإقامة الروابط بينها، ومعرفة القوانين التي تحكمها). (سوسن البيطار، 2011، ص156)

لقد تم اختيار(6) نماذج لبعض من شعارات الشركات العالمية المشهورة (<https://www.arageek.com/ibda>) والمنشورة على الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت) لعام 2018 ، بالاعتماد في التحليل على المنهج الوصفي طريقة تحليل المحتوى، في تحليل النماذج . وقد اعتمدت الباحثة الطريقة (غير احتمالية قصدية) في

اختيار نماذج البحث. إذ إنها شعارات لشركات التي من المفترض أن تمثل رسالة الشركة وهدفها لتصل للناس كلما وقع نظرهم عليها.

1- شعار IBM



هي شركة عالمية متعددة الجنسيات تعمل في مجال التكنولوجيا في تصنيع وتطوير الحواسيب والبرمجيات. كلمة IBM هي اختصار

(بالإنجليزية: International Business Machines) وتعني (ماكنات التجارة الدولية)، تزاوّل شركة آي بي إم نشاطها منذ سنة 1911م ومقرها مدينة ارمونك في نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية.

يحمل شعار شركة آي بي إم الأمريكية الرائدة في مجال الحاسبات رسالة خفية بين طياته للعالم، إذ تعمل الخطوط البيضاء الأفقية على إظهار علامة يساوي (=) في الحرف الأول والأخير، والذي يُمثل شعار الشركة (المساواة). وتعني المساواة في نظم أجهزة الشركة بإشكالها المختلفة وملائمتها لتحقيق الهدف من التصميم في انتاجها، والمساواة في الفرص بين الجميع في العالم، سواء مستخدمين للأجهزة أو موظفين، ويمثل اللون الأزرق يرمز الى الاستقرار والامان والثقة في منتجات الشركة. (<https://ar.wikipedia.org>)

لقد تم تنظيم عناصر الشعار تنظيم أفقي تميز بالاتزان، ووظف المصمم العناصر الكتابية بالأختزال والرمزية وذلك بإختيار أول حرف من كل كلمة لأسم الشركة لتكوين شعار رمزي يتسم بالبساطة والجمال. إذ إنه يحتضن خطاباً تصنيفياً ووصفياً وتكوينياً عن طريق تنظيمه للمرئي، إذ أدى دوره في بناء الثوابت الشكلية لدى المتلقي وأسس نسقاً فكرياً ايديولوجياً عن طريق تداوله عالمياً.

2- شعار شركة Amazon



وتعود تسمية الموقع بهذا الاسم إلى أن صاحب الشركة جف بزوس Jeff Bezos ، أراد تسمية الموقع بحيث يظهر في بداية قوائم الأحرف الأبجدية ،

ومن هنا اختار اسم امازون، أما السهم الذي يظهر باللون البرتقالي على شعار الشركة والذي يبدأ من حرف a وينتهي بحرف z ، فيدل على أن الشركة تلبي جميع احتياجات العملاء من الألف إلى الياء from a to z.

(<https://www.almrsal.com/post>) تميز الشعار بإستعمال العناصر الكتابية في التصميم لتحقيق شعار فعال ذو إحياءات دلالية، إذ استعمل المصمم قيمة الاسود للعناصر الكتابية، لدلالاته المرتبطة بالقوة والوضوح والرسمية والجاذبية. أما استعمال اللون البرتقالي للسهم فهو يرمز الى النشاط والرؤية الى النجاح، إن هذه العلاقة التي جعلها المصمم بين الحرف a والحرف z تأسيس لعلاقة بين التفكير والتبليغ في ضمن حلقة التواصل وفاعلية التخاطب الملازمة للغة في انتاج المعنى. فالشعار كدال، والفكرة هي المدلول الذي اقترن بالدال. والمنظومة التواصلية حددت المحتوى الدلالي في الجانب المقصدي والتعبيري للشعار، محاولاً تحقيق خطاب رمزي دلالي ايديولوجي لخطاب الذات المتأمله للمتكون والوعي وانتاج المعقولات. إذ إن لغة الشعار اسست المنظومة التعبيرية المحددة لأليات الخطاب التي تركز على لغة الشكل وتأثيرها في المتلقي للوهلة الاولى التي تدخل ضمن عملية الإدراك وتأثيراتها البصرية.

3- شعار شركة Apple



ان أبل تعد أشهر الشركات العالمية في مجال الهواتف الذكية والاجهزة اللوحية وصاحبة نظام التشغيل الرائع جدا IOS وأسسها الراحل ستيف

جوبز بالشراكة مع ستيف وزنيك ،ان شعار شركة أبل وهو عبارة عن التفاحة المقضومة يعد الشعار الأشهر والاوسع انتشار بين كل الشعارات على مستوى العالم ، وقد تعددت الأقاويل حول سبب اختيار أبل للتفاحة المقضومة كشعار لها ، ولكن القصة الحقيقية تبين أن التفاحة المقضومة لم يكن هو الشعار الذي بدأت به شركة أبل وانما كان شعارها عبارة عن صورة قام احد الرسامين برمسها يدويا لاسحاق نيوتن مكتشف الجاذبية الأرضية وهو يجلس تحت شجرة التفاح التي كانت سببا في اكتشافه للجاذبية الأرضية وكان اسم شركة أبل يلتف حول هذه الشجرة. ان هذا التصميم قام بتطويره ستيف جوبز مؤسس الشركة وكان يرمز الى أن الشركة تتحلي بروح الابداع التي تحلى بها نيوتن فتعطي منتجاتها جاذبية خاصة كتلك التي اكتشفها نيوتن ، ولكن لم يتم استعمال هذا الشعار كثيرا فقط عام واحد لأن الصورة كانت كبيرة وتفاصيل الشعار كثيرة ومشتته وأوكلت الشركة الى المصمم (روب جانوف) ليبدأ بتصميم شعار جديد للشركة وهو ما فعله المصمم حيث أخذ فكرة التفاحة من الشعار الأول وجعلها مقضومة حتي تكون مميزه ولا يعتقد احد أنها حبة كرز، كما أن كلمة (قضم) بالإنجليزية هي Bite (بايت)، وهي شبيهة نطقا مع كلمة Byte وتنطق (بايت) وهي وحدة معيارية في مجال التقانة، وقام المصمم بتصميم التفاحة بألوان عدة الا أنه بعد فتره تم توحيد اللون الى ما نراه الآن والمصنوع من الكروم اللامع ليبدل على الاناقة

والرقي، وإن تصميم فكرة التفاحة قد جمع بين البساطة والجمال والتقنية. (<https://makkahnewspaper.com>). تميز هذا الشعار بقوة تعبيرية وخطاب ايدولوجي قائم على الاستعارة في التشبيه كطريقة لأثبات المعنى، والقيمة الجمالية اتضحت عن طريق قوة الفكرة والمضمون التي وضحتها المصمم بشكل القضة ليوصل رسالة الى المتلقي بأن هذه الشركة تتعامل مع اجزاء صغيرة من مكونات الاجهزة الالكترونية.

4- شعار شركة BMW



معنى كلمة BMW هو اختصار لكلمة المانية هي (Bayerische Motoren Werke) ومعناها (شركة المحركات البافارية) أو (الشركة البافارية لصناعة

المحركات) اسست شركة BMW رسمياً في سنة 1914 ولكن الاصول الحقيقية لتأسيس اسم الشركة يعود الي عام 1880 عندما كانت الشركة الممولة لسلاح الطيران الألماني في ذلك الوقت ويعتبر كلاً من (كارل وغوستافو اوتو) المؤسسين الأوليين لهذه الشركة بدأت الشركة بصناعة محركات الطائرات في السنوات الأولى من تأسيسها وفي عام 1923 قامت بالإنتاج وفي عام 1929 بدأت بتصنيع السيارات، ويعتبر شعار الشركة الدائرة الزرقاء والسوداء والبيضاء هو الشعار الام للشركة فلم يغير أبداً منذ التأسيس. يرمز شعار شركة BMW للسيارات الى شركة محركات طيران حيث يمثل اللون الأبيض نصل المروحة شعار شركة سيارات BMW يظهر مروحة طائرة متحركة (اللون الأبيض)، بينما يشير اللون الأزرق الى السماء، وهذا يعود الى ان الشركة كانت تصنع المحركات لطائرات الجيش الألماني في الحرب العالمية الثانية. (<https://www.assayarat.com>) تشكل القيم الشكلية المعتمدة في الشعار، المعيار الاهم إذ الامتزاج البصري بالخطاب اللغوي، الذي يحقق الخطاب الايدولوجي انطلاقاً من ثبات الجانب الشكلي كمعطي يتمحور حول المكونات الاساس لمرجعيات عمل الشركة بالإعتماد على البعد البصري للمتلقي، إذ ان لغة الشعار قائمة على نظام من العلاقات كوسيلة في تحقيق المعنى، اذ اعتمد المصمم الاستعارة والتشبيه والتمثيل لمحرك الطائرة كمحدد في اضاء خصوصية تفتنر والقيمة الفنية بنظام العلاقات أو الصياغة التي مثلت محور الجمال وموطن القيمة في النص الخطابي.

5- شعار شركة Mercedes-Benz



انها الشركة الأشهر بين شركات السيارات في العالم ارتبط اسم مرسيدس بالفخامة والجمال، ان

شعار الشركة عبارة عن نجمة ثلاثية يقصد بها الجو والبر والبحر ، وقد جاء ابتكار هذا الشعار صدفة من قبل غوتليب ديملر Gottlieb Daimler ، فقد قام هذا الرجل بارسال بطاقة لزوجته تحتوي هذه البطاقة على نجمة ثلاثية كتب أسفلها (يوماً ستشع هذه النجمة فوق معاملنا الناجحة) وقرأ أولاده هذه العبارة التي لازالت تلازمهم وأصبحت حلماً بالنسبة لهم وظلت عاقلة في أذهانهم . بعد النجاح الكبير الذي حققته مرسيدس في بداية القرن العشرين اقترح أبنائه أن تكون النجمة الثلاثية شعاراً للشركة ، وقد تم اختيار النجمة التي ترمز الى الجو والبر والبحر من أجل التعبير عن قوة محركات سيارات مرسيدس بنز والتي يعتقد مؤسسها أنه سيتطيع أن يجعلها تحلق في الجو وتمشي على الماء وأيضاً على الأرض في يوم من الأيام. (https://nmisr.com/cars) وتعني الدائرة أيضاً التي تحيط بالنجمة، التناغم والانسجام و نمط التوحد في معناها الميثولوجي فهي في رمزها الأسطوري تعتمد على فكرة الارتباط والتكامل وليس الانفصال بالتأكيد.

في هذا الشعار ثمة تشكيل هندسي أعتمد على النجمة الثلاثية والدائرة كوحدة أساس متراكبة لتكون شعار انبنى وفق تصميم حسابي دقيق لإتجاه بصر المتلقي وإدراكه، إذ يمثل البناء الهندسي في التصميم ظاهرة ذهنية تجريدية تنسجم وفق معايير رياضية تهتم بالتشكيل الهندسي للوحدات والتراكيب والنماذج التصميمية، إن استعمال الأشكال الهندسية المجردة ادى الى تحقيق خطاب فعلي جمالي يرتقي الى أن يكون ذا صلة بالتحفيز البصري والذوقي للمتلقي . لأن آلية البناء توحى بالنسق، وهذا النسق يحدد مركزاً يرتبط بالمفهوم. وعليه فان لغة الصورة تؤسس للعلاقة بين التفكير والتبليغ عن طريق القدرة على انتاج المعنى من التعبير القائم على الشكل الدال كإدراك نفسي يشير الى مدلول يقترن بالقوة وهو المفهوم المتجلي من الظاهر المادي .

6- شعار شركة FedEx



أن كلمة FedEx اختصار لـ Federal Express في هذا التصميم نلاحظ سهماً بين الحرفين E , x باللون الأبيض والذي يمثل شعار الشركة (المُضي قُدماً نحو المستقبل) قد يصعب اكتشاف المعنى ولكن بتدقيق النظر يظهر السهم.

وقد تكوّن التصميم بقيمة لونية مركبة هي البنفسجي والبرتقالي وذلك لإحداث شد بصري قوي عن طريق التباين اللوني، البنفسجي الذي يجمع بين القوة والحكمة والتواضع والثراء أما البرتقالي فيرمز للطاقة والإثارة. (https://www.arageek.com) جسد الشعار خطاباً ايديولوجياً تضمن أفكار ومعطيات حسية تحيل الى تحولات دلالية قائمة على قوانين رمزية تجمع بين القوة والطاقة والسهم لسرعة توصيل البضائع، وفق محددات آلية بناء نسقي محدد بمركز يرتبط بالمفهوم الدلالي الخطي. وعليه فان اللغة مؤسسة للعلاقة بين التفكير والتبليغ

عن طريق المعنى القائم في التعبير، تعكس صياغة التركيب لأطر العلاقة الرابطة بين الألوان والعناصر الكتابية التي تربط وتشكل أجزاء التصميم بحيث يفعل الخطاب التعبيري الذي ينشأ بين التصميم والمتلقي، عن طريق حاسة النظر.

الفصل الثالث / نتائج البحث

نتائج البحث

- أثمرت عمليات التحليل وأدبيات البحث عن جملة من النتائج وهي:
- 1- أدى تنظيم عناصر التصميم وفق رمزية تتسم بالبساطة والجمال الى تحقيق خطاباً تصنيفياً ووصفياً وتكوينياً عن طريق تنظيمه للمرئي، إذ أدى دوره في بناء الثوابت الشكلية لدى المتلقي وأسس نسقاً فكرياً ايديولوجياً عن طريق تداوله عالمياً. كما في النموذج (1، 2).
 - 2- نتج إن لغة التصميم للشعار اسست المنظومة التعبيرية المحددة لأليات الخطاب التي تركز على لغة الشكل وتأثيرها في المتلقي للوهلة الاولى التي تدخل ضمن عملية الإدراك وتأثيراتها البصرية، كما في النموذج (2).
 - 3- تميز الخطاب الايديولوجي للتصميم بقوة تعبيرية قائمة على الاستعارة والإحالة الشكلية في التشبيه كطريقة لأثبات المعنى الدلالي، والقيمة الجمالية إذ الامتزاج البصري بالخطاب اللغوي، الذي يحقق الخطاب الايديولوجي انطلاقاً من ثبات الجانب الشكلي كمعطى يتمحور حول المكونات الاساس لمرجعيات التصميم ، كما في النموذج (3، 4).
 - 4- أدى البناء الهندسي في التصميم ظاهرة ذهنية تجريدية تنسجم وفق معايير رياضية تهتم بالتشكيل الهندسي للوحدات والتراكيب والنماذج التصميمية، الى تحقيق خطاب فعلي جمالي يرتقي الى أن يكون ذا صلة بالتحفيز البصري والذوقي للمتلقي، كما في النموذج (5).
 - 5- يتحقق حضور التصميم الجرافيكي في الساحة الثقافية العالمية عن طريق مستويين الاول يتحدد بقيمة التأثير والاقناع، والآخر في تحديد المقصد المرتبط بالتصميم عن طريق علاقة المنفعة والثقة المتبادلة بين الجهة المسؤولة والمتلقي، كما في النماذج (1، 2، 3، 4، 5، 6).

1- إن التصميم الجرافيكي يعد خطاباً ايديولوجياً وذلك لكونه نسق من المفاهيم الدلالية والفكرية تعمل على بناء فكرة تصميمية تعبر عن رؤية كاملة في المجتمع تأخذ شكل أيقونات أو مرجعيات منسجمة ببنية دلالية، تحمل شفرات منظمة ومقصودة يتم ربطها ببعض للوصول إلى المعنى الإجمالي وبثه للساحة الثقافية العالمية تُبنى وفق عناصر هدفها ضمان مقروئيتها وتكوين المتعة جمالية .

2- نتج إن حضور التصميم الجرافيكي في الساحة الثقافية العالمية عن طريق مستويين الأول يتحدد بقيمة التأثير والإقناع، والآخر في تحديد المقصد المرتبط بالتصميم عن طريق علاقة المنفعة والثقة المتبادلة بين الجهة المسؤولة والمتلقي الذي له قدرة فكرية على تشخيص الوضع العام للفكرة ومن ثم الإدراك الفعلي للمضمون .

3- إن تجليات الفكرة تتمظهر عبر الخطاب الايديولوجي الحامل لرؤية شمولية للموضوع الذي صمم من أجله ومن ثم الإدراك الفعلي لهذه المنظومة التصميمية من قبل المتلقي.

4- يشكل الخطاب الايديولوجي في التصميم الجرافيكي حالة من الابداعات المشتركة، فكرية تصورية وتطبيقية ضمن الطروحات الوظيفية للعمل التصميمي، إذ أنها تمثل حصيلة معرفية للنظم الثقافية وقدرة الانجاز.

5- إن التصميم الجرافيكي هو أحد أهم لغات الحوار بين الشعوب والمجتمعات في الساحة الثقافية العالمية التي تعزز التفاعل الحضاري عن طريق الإنفتاح على العالم الآخر بما لديه من إبداعات ثقافية وفنية لها دور أساس في تشكيل البيئة الفنية والثقافية للمجتمع، بالإضافة إلى دورها الوظيفي كأداة إتصال مجتمعي لها صفة الجماهيرية.

توصيات البحث

1- التأكيد على حضور الخصوصية والهوية في التصميم المعاصر عن طريق استنباط الرموز الدلالية المعبرة والهادفة.

2- ضرورة القاء الضوء على الجوانب الجمالية والفلسفية للتصميم للوصول إلى أفكار إبداعية معاصرة تراعي البعد الثقافي والجمالي معاً.

3- ضرورة العمل على استعمال التصميم الجرافيكي كمصدر إبداع ثقافي يرتبط أساساً بتحليل وتسجيل أنماط متعددة من قضايا المجتمع، لما لها من دور بناء وفعال في إثراء ثقافات الشعوب.

المصادر

- 1- أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة ، ط1، عالم الكتب ، القاهرة ، المجلد1، 2008.
- 2- اكرم محمد صلاح الدين أحمد عمر، الفنون الجرافيكية وتأثيرها على أيديولوجيات الشعوب، بحث منشور في وقائع المؤتمر العلمي الدولي الرابع لكلية الآداب – قسم التصميم الجرافيكي- جامعة الزيتونة الاردنية، ج1، للفترة 5- 6 نوفمبر 2014.
- 3- إياد حسين عبدالله، فن التصميم الفلسفة ، النظرية، التطبيق، ج1، دار الثقافة والاعلام- الشارقة، دولة الامارات العربية المتحدة، 2008.
- 4- أندريه لالاند، موسوعة لالاند الفلسفية، المجلد الثاني H-Q ، تعريب خليل أحمد خليل، منشورات عويدات ، بيروت- باريس.
- 5- بشارة صارجي ، البنيوية غياب الذات ، مجلة الفكر العربي المعاصر ، مركز الانماء القومي، 2013 /6/20 .
- 6- ديان مكدونيل : مقدمة في نظريات الخطاب، ترجمة د.عز الدين إسماعيل، القاهرة: المكتبة الأكاديمية، ط1، 2001.
- 7- الراوي، نزار عبد الكريم ، مبادئ التصميم الكرافيكي، دار اوثر هاوس للنشر والتوزيع، طبع في الولايات المتحدة الامريكية، 2011.
- 8- زكريا ابراهيم ، مشكلة البنية ، مكتبة مصر ، دار المرتضى ، العراق – بغداد ، د.ب.
- 9- السعيد، عموري ، الايدولوجيا / الخطاب/ النص – نحو مقاربة مفاهيمية، مجلة الاثر ، العدد الثامن عشر ، 2013 ، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية – الجزائر.
- 10- سوسن البيطار، التحليل والتركيب ، الموسوعة العربية، المجلد 6 - العلوم الانسانية - الفلسفة وعلم الاجتماع والعقائد ، 2011.
- 11- شاكر عبد الحميد ، الفنون البصرية وعبقرية الادراك، دار العين للنشر طبعة خاصة، (مكتبة الاسرة)، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2008.

- 12- عبد الله بريمي، مطاردة العلامات ، بحث في سيميائيات شارل ساندرس بورس التأويلية – الانتاج والتلقي ، ط 1 ، عمان دار كنوز للمعرفة والنشر والتوزيع، 2016.
- 13- الغبان، باسم قاسم ، مفاهيم عامة في فلسفة التصميم، مكتب الفتح للطباعة والاستنساخ والتحضير الطباعي، ط 1 ، 2015.
- 14- الفتوح، احمد ، الرمز والرمزية في الشعر المعاصر، ط2، دار المعارف، مصر ، 1986.
- 15- الماضي، شكري عزيز ، في نظرية الأدب ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، لبنان ط 1 ، سنة 2005.
- 16- الماكري، محمد ، الشكل والخطاب – مدخل لتحليل ظاهراتي، المركز الثقافي العربي ، بيروت، 1991.
- 17- محسن اعمار ، الاشهار التلفازي (قراءة في المعنى والدلالة) مقالة مجلة علامات ، المغرب ، العدد / 18 ، 2004.
- 18- مصطفى ناصف، نظريات التعلم، سلسلة عالم المعرفة ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب- الكويت، العدد 70 ، 1983.
- 19- نجم حيدر وآخرون : دراسات في بنية الفن ، دار مكتبة الرائد العلمي ، الأردن ، 2004 .
- 20- الواسطي، خليل ابراهيم ، نظرية الجشطالت وتطبيقاتها في التصميم، بحث منشور في مجلة الاكاديمي، العدد (13) السنة 2001 كلية الفنون الجميلة ، بغداد.

المصادر الاجنبية

- 21- Claude Lévi – Strauss, Anthropologie structural deluxe, (Paris: Ed, Plan, 1973).
- 22- JaneAnn Stout: " Design : Exploring the Elements & principles" ,Iowa State University, c (2000).
- 23- James T. Saw , 2D Design Notes Gestalt , Art 104: design and composition , © 2000 . An electronic version, Art.

- 24- Jeremy Aynsley. Pioneers of Modern Graphic Design A Complete History. copyright C 2004 Octopus Publishing Group Ltd. Great Britain.
- 25- Teun A. van Dijk, Discourse Semantics and Ideology, Discourse & Society, Vol. 6, No. 2 , 1995.
- 26- Ruth Learner: " Visual Communication Design " , Victorian Certificate of Education Study Design, Australia , © 2012.

المواقع الالكترونية

- 27- <https://www.almrsl.com/post/211938/amazon-logo-2>
الدخول الى الموقع 2019/1 / 2
- 28- <https://www.arageek.com/ibda3world/most-popular-logos-and-its-meanings>
الدخول الى الموقع 2018 /9 /10
- 29- <https://www.arageek.com/ibda3world/most-popular-logos-and-its-meanings>
الدخول الى الموقع 2019/1 /3
- 30- <https://www.assayarat.com/forums/t280008.html>
الدخول الى الموقع 2019/1 /4
- 31-
https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A2%D9%8A_%D8%A8%D9%8A_%D8%A5%D9%85
الدخول الى الموقع 2019/1 / 8
- 32-
<https://makkahnewspaper.com/article/609875/%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A3%D9%8A/%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7-%D9%8A%D8%B9%D9%86%D9%8A-%D8%B4%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D8%A8%D9%84>
الدخول الى الموقع 2019/1 /17
- 33- <https://nmisr.com/cars/%D9%85%D8%B9%D9%86%D9%8A-%D8%B4%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%B1%D8%B3%D9%8A%D8%AF%D8%B3-%D8%A8%D9%86%D8%B2-mercedes-benz-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%8A-%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7-%D9%8A%D8%B1%D9%85%D8%B2>
الدخول الى الموقع 2019/1 /25