

الرمزية في البطاقة التعريفية للألبسة الجاهزة⁺

THE SYMBOL ION IN THE LABELS OF READY TO WEAR CLOTHES

سهام محسن كيطان *

المستخلص :

اهتم البحث الحالي بدراسة الرمز في البطاقات التعريفية في الألبسة الجاهزة كونها تعتبر وسيلة اتصال بين المنتج والمستهلك الذي دائما " وابدأ ويبحث عن الجديد الذي يشبع رغباته وميوله نحو مسابرة كل جديد في مجال الموضة العالمية وكون الموضة تعتبر احد وسائل الرفاهية الاجتماعية وكوسيلة للاتصهار في المجتمع المترف وجاء هذا البحث المتضمن ثلاثة مباحث تمثل المبحث الأول بمشكلة البحث وحدود البحث واهم المصطلحات اما المبحث الثاني فقد اشتمل على الإطار النظري الذي تمثل في طرح المواضيع تصب في جوهر البحث وكانت كآلاتي المضمون ، الشكل ، العلاقات الفضائية ، الرمز والاشارة ، الملابس الجاهزة ، العلاقة بين ميزانية الاسرة والملابس الجاهزة . وقد أسفر الإطار النظري عن مؤشرات تم الاستفادة منها في وضع استمارة تحليل للعينات اما المبحث الثالث وتمثل بتحليل العينات (٥) والتي تم اختيارها عشوائيا "من أصل (٥٠) عينة تم انتقائها وفق ما يتناسب وموضوع البحث وقد شكلت نسبة ١٠% من مجتمع البحث الاصلي .

Abstract:

This research is interested in the study of symbol in the labels of readymade clothes being considered as a communicating mean between the producer and the consumer who always and ever will be looking for the new which will fulfill their needs and wishes in a companionship to all the new in global fashion aspect being considered as one of the social welfare means and as a mean of melting process in the rich community , this research includes three chapters ; the first chapter represents research problem , research limits and the important expressions , the second chapter includes the theoretical frame which was represented in showing subjects within research topic and were as follows: the topic, shape , space relations , symbol or sign , readymade clothes , the relationship between family budget and readymade clothes , the theoretical frame gave a beneficial signs in making sample analysis list while chapter three represents analyzing (5) samples chosen randomly from (50) samples chosen according to what is going with the research subject

الفصل الاول

اولا/ مشكلة البحث:

مما لاشك فيه ان الملابس تعد من الضروريات المهمة الواجب توفرها بعد المشرب والمأكل والتي لايمكن الاستغناء عنها أبدا" ، وترتبط الحاجة للملابس ارتباطا وثيقا" بحياة الفرد الشخصية والثقافية والعلمية والاجتماعية ، وعلى هذا الأساس ارتبطت الملابس ارتباطا وثيقا" به وبكافة مراحل العمرية ابتداء " من الطفولة وحتى فترة الدراسة بكافة مراحلها وحياته الاجتماعية بكل تفاصيلها واختلفت الملابس كذلك حسب الفصول والمراسيم والتقاليد الحياتية للفرد

⁺ تاريخ استلام البحث ٢٠١٠/٩/٢٦ ، تاريخ قبول النشر ٢٠١١/٧/١٨ .

* مدرس مساعد /معهد الفنون التطبيقية /بغداد

، كذلك اختلفت حسب الأجناس (الذكور والإناث) وحسب المجتمعات الريفية أو الحضرية وتميزت بأزياء ونماذج موضة متعددة لإرضاء الأنواق المختلفة وعلى هذا الأساس تسابقت دور الأزياء والشركات والمشغل الخاصة وأصحاب رؤوس الأموال للسيطرة على هذه الحاجة ورغد السوق المحلية والعالمية من هذه السلع التي شكلت مصادر إشباع لحاجات للأفراد من ناحية للملبس كذلك التسارع من أجل تقديم الجديد الذي يواكب التطور من موضه وكل مايتعلق بعالم الأزياء ،على هذا الأساس أخذت الشركات ذات العلاقة المنافسة فيما بينها للظهور على الساحة التسويقية وقد انفردت شركات دون أخرى بالشهرة والتميز على حساب شركات أخرى وبرزت علامات او بطاقات تعريفية خاصة بتلك الشركات وذلك لغرضين رئيسيين اولهما التعريف بكيان الشركة وثانياً للدخول في عالم المنافسة بين الشركات الاخرى في نفس المجال .

وقد جاء هذا البحث ليقف على احد الامور المهمة في هذا المجال ألا وهي العلامة التجارية او البطاقة التعريفية للألبسة المستوردة والتي أصبحت بمثابة هوية شخصية لبعض الشركات وكذلك لبعض الأشخاص حيث اخذ البعض الأخذ على عاتقهم التبضع والاستهلاك من شركات دون الأخرى وذلك لمميزات أو صفات او خصائص تنفرد بها عن غيرها . ويمكن طرح المشكلة بالسئلة التالية ؟

- ماهي الرموز التي تضمنتها هذه العلامات او البطاقات الخاصة بالألبسة الجاهزة ؟
- مل هناك رمزية واضحة في البطاقة التعريفية ،وكيف حققها المصمم أي ماهي آليات اشتقاقها ثانيا /أهمية البحث :
- تكمن أهمية البحث في التعرف على الرموز التي تميز بطاقة عن أخرى وما العلاقة بين الرمز والشركة التي تصدر عنها البطاقة .
- ويفيد البحث الحالي برغد ذوي الاختصاص بالمصادر التي يتم منها استيحاء أفكار تصميم البطاقات التعريفية للألبسة الجاهزة .
- توضيح مدى الاستفادة من الرمز كوحدة تصميمية شاملة تغني عن كثير من الأمور التي يحتاج المصمم للتأكيد عليها بشكل تفصيلي .

ثالثاً// هدف البحث :الكشف عن الرمز مزية في البطاقة التعريفية للألبسة الجاهزة

رابعا// حدود البحث :

الحد الموضوعي : تمثل في البطاقات التعريفية او العلامات الخاصة بالملابس الجاهزة والرموز الخاصة بها المنفذة على الورق :

الحد المكاني : البطاقات الخاصة بشركات الألبسة الجاهزة عالمية المنشأ،(تركيا - سوريا - الصين -

اندونيسيا)

الحد الزمني: الفترة من كانون الاول عام ٢٠٠٨ لغاية اذار ٢٠٠٩ .

خامساً" تعريف المصطلحات :

الرمزية : الرمز :عرفه هيغل(بأنه شيء خارجي لمعطية مباشرة يخاطب حدسنا مباشرة بيد ان هذا الشيء لا يوجد كما هو موجود فعلاً"أي لذاته وإنما بمعنى أوسع واعم) [1]

اما يونغ فيعرفه (مصطلح او اسم او حتى صورة تكون مألوقة من الحياة اليومية حيث تتطوي على شيء مبهم او مجهول) [2].

وورد أيضاً" (بأنه علامة تحمل تعبيراً" غرضها إيصال معنى حيث حدد الرمز بوصفه بنية دلالية مشتركة ذات معنى مزدوج ماهو الا الهدف القصدي للمعنى الثاني اما التعبير الأول فيوظف الفهم للتعبير الشكلية التي تشكل الرمز) [3] . وبناءاً "على التعاريف التي وردت ترى الباحثة ان التعريف الثالث هو الأنسب لموضوع البحث الحالي.

البطاقة التعريفية : في حقيقة الأمر بعد البحث في المصادر عثرت الباحثة على تعريف البطاقة الإعلانية والتي تصب في نفس الموضوع الا ان التسمية تتغير حسب المؤلفين وعليه فقد عرفت كآتي :

- (بطاقة او علامة مميزة ،وسم ،الصق بطاقة على ،عنوان ،صنف) [4]

-قطعة من القماش ،بطاقة أو كارتون أو ورق لاصق تطبع او تلصق على الشيء للتعريف به او مالكة او الجهة المرسل إليها) [5]

- قطعة من الورق او مواد أخرى تطبع او تلصق للسلع ،لتعطي معلومات عنها والمتعلق في تنظيم بنيتها ،لتعطي السعر العنوان والإشكال خلالها لترسخ في ذاكرة المستهلكين وتلصق او تطبع لزيادة الجذب والمتعة) [6]

-وعرفها مرعشلي بأنها (البطاقة بالكسر :رقيفة توضع في الثوب فيها رقم الثمن بلغة أهل مصر ويقال سميت بذلك لانها بطاقة من هذب الثوب) [7]

وتستخلص الباحثة التعريف الإجرائي التالي :

البطاقة التعريفية : قطعة من الورق او مواد أخرى تطبع أو تلصق في السلع او تعلق في هذب الثوب تضم معلومات عن السعر والعنوان لترسخ في ذاكرة المستهلكين لتحقيق الجذب . [8]

الفصل الثاني

الإطار النظري :

المبحث الأول / مفهوم البطاقة الإعلانية (التعريفية) :

ان البطاقة التعريفية (الإعلانية) قد تكون مسمى معروف لدى الكثير من القراء او الباحثين لأنها كأحد المصمّمات والمطبوعات الورقية له دور مهم حيث ، (تعد البطاقة الإعلانية احد الوسائل الأكثر انتشارا" وفاعلية لعملية الاتصال الإعلاني والترويج للسلع) [9] ،والهدف من تصميم البطاقات الإعلانية هو العمل لدعم عمليات الترويج للسلع ، بما تحقّقه من تأثيرات مرئية للاتصال المباشر وإثارة اهتمام المستهلك نحو السلع ،(لتؤدي حالة اتصال فاعلة بين الشركة المنتجة والمستهلك المستهدف بالشراء ، بواسطة علاماتها الدالة التي تميزها على سبيل المثال العنوان ،والشعار او الرموز الدالة للسلعة وغيرها)، [10] ،وقد أدرك المصنعون أهمية الدور الذي تؤديه في تسويق منتجاتهم بما تضيفه من تأثيرات مرئية جاذبة خلالها والاهتمام اللازم بالمنتج وبشكل خاص لونه العام الذي يعد احد الخصائص لجذب الانتباه ،ويعتمد على ربطه مع السلع ،كونها وسيلة اتصال تعتمد التكرار لتحقيق رسوخ السلعة في ذهن المستهلك ،(اذ تعمل الشركات على استخدام البطاقات الاعلانية للسلعة نفسها وعلى فترات متقاربة من شأنه ان يربك المستهلك وإمكانية تميزه لها، ذلك لان عملية رفد الأسواق بمنتج جديد باعتماده على البطاقة الاعلانية ميزة قد تم التعرف عليها في لفت الانتباه نحو السلعة وتكسب مستهلكين جدد) [11] ومن هذا ندرك ان ذلك يؤدي الى رسوخها في ذاكرة المستهلك بوصفها علامة مميزة للسلع من خلال تكرار ذات التصاميم ، لتعلق بذاكرة المستهلك ومعاودة الطلب عليها ،حيث كونت سمعة جيدة تروق للمستهلك لاقتنائها وتؤدي البطاقة الإعلانية عدة وظائف وكما يلي : [5]

١. تساعد على جذب انتباه المستهلكين في تحديد والتعرف على ماهية السلعة .
٢. تساعد المستهلك في تقييم جودة السلعة فهي ترمز الى مستوى محدد من الجودة بالنسبة للمستهلك .
٣. تضمن للمستهلك الحصول على نفس مستوى الجودة التي تؤدي الى معاود الطلب عليها .
٤. ينتج عنها تنويع في مظهر السلع وبالتالي زيادة فرصة اختيارات المستهلك .
٥. توضح أشياء كثيرة عن السلع مثل أين تم إنتاجها ومعلومات أخرى .

ومن هذا يتضح ان البطاقات الاعلانية تؤدي وظائف كثيرة لأحصر لها ومنها الوظيفة الاتصالية التي تشكل الهدف الأساس من تصميمها والتعامل بها في السلع والتداول في الأسواق المحلية والعالمية .

المبحث الثاني/ الرموز والدلالات :

قد يعتبر موضوع الرمز موضوعا "عاديا" عابرا" كأى موضوع الا انه فيه الشيء الكثير حيث شكل الرمز ومنذ الأزل وعبر عن مضامين تاريخية وإنسانية أفادت الحياة البشرية في أحياء وتوضيح مكونات كان من الصعب التوصل إليها الامن خلال فك رموز كانت غاية في التعقيد ومن هذا المنطلق يظهر دور الرمز في الحياة البشرية بشكل عام والتصميم بشكل خاص ، فقد وصف(بأنه" أداة اتصال لنقل الأفكار بين أفراد المجتمع الواحد ولا تقف عنده أية حدود زمانية او مكانية تعيق هذا الاتصال" [8]

وتختلف الرموز حسب المجتمع اذ "ان تطوره تتبع حركة الزمن وتواكب التطورات الحضارية والاجتماعية الحاصلة في المجتمعات لتضفي دلالات رمزية متناغمة مع محيطها الآني" [11] نفهم مما تقدم هي دلالات تعبر عن تفكير الإنسان وأحاسيسه بمختلف الطرق شكلا" ولونا" وهي مستقاة من الطبيعة ،سخرها لتخدم حياته وإغراضه بوصفها وسيلة التفاهم ومظهرا" من مظاهر العقل البشري ،وهذا يطابق الوظائف الأربع للوعي الإنساني كما عددها (دولف) وهي (الفكر والشعور والحدس والاحساس) [12] ،وتعد الرموز البصرية الأساس في المصمات الورقية والتي تقسم الى عدة انواع [13]

أ . رموز الحروف :وهي رموز مكتوبة متعارف عليها تتكون من الحروف الابجدية او بكلمات بسيطة او مختصرة او مصطلحات وفق لغة الفن والعلم المطبقة لتلك الرموز على شكل مختصرات .

ب. رموز كتابية رقمية : وهي رموز مكتوبة متعارف عليها عالميا" تتكون من الارقام العربية او الاجنبية وغالبا" ما يضاف اليها بعض الحروف الاجنبية كما هو الحال في الارقام الموجودة على المستندات الرسمية والمطبوعات واغلفة العلب وغيرها وايضا" الارقام ترمز الى تسلسل كمية الطبع ،فضلا" عن اخذ الحرف بعده الفلسفي كخط .

ج. رموز الصور : وهي رموز مرسومة تتخذ من الاشكال المجردة والخطوط وكل مامن شأنه تشكيل الصورة طريقة للتعامل مع الحس البصري الانساني مثل الرموز الرياضية والرموز الصورية المكتوبة من الإشكال كالصور الشخصية للرؤساء والملوك وصور المشاهير ، فضلا" عن صور النباتات والزهور والحيوانات المعروفة . [13]

د. الرموز الملونة : هي اكثر الرموز تعاملا" مع الحس البصري وهي نادرا" ما تستخدم بحد ذاتها فمثلا" يستخدم اللون الازرق للدلالة على لون الماء او باستخدام المساحات اللونية او التعبيرات التجريدية .

وفي حقيقة الأمر ان كل نوع من هذه الرموز يؤدي دورا" هاما" في الاتصال وذلك كون عملية الإدراك مبنية على علاقات دلالات الرموز بتحقيق الاتصال بين الفئات المقصودة به .

وفي البطاقات التعريفية او الاعلانية يكمن الهدف الاساس في تحقيق منافع البيع والشراء لمجمل المستهلكين الذين يرومون البحث عن البضائع التي من شأنها توفير السلع ذات الجودة العالية والسمعة التجارية المقبولة للأفراد وحسب فئاتهم الطبقية المختلفة

أسس التنظيم :

توجد ستة مبادئ رئيسية تنظم شكل الفضاء وعلاقته مع باقي الفضاء وهي المحور (Axis) وهو الخط بين نقطتين في الفضاء يمكن تنظيم الإشكال والفضاءات حوله التناظر (Symmetry) أي التوزيع المتوازن لأشكال وفضاءات متكافئة حول محور مشترك أو مركز مشترك ،

التدرج (Hierarch) وهو تطبيق أهمية ودلالة شكل أو فضاء بواسطة حجمه، هيئته ، أو موقعه ، نسبته للأشكال والفضاءات الأخرى من التنظيم

التكرار، الإيقاع (Rhythm Repetition) ويعني استعمال أنماط متكررة وإيقاعاتها الناتجة من أجل تنظيم سلسلة أشكال أو فضاءات متماثلة (Datum) وهو يعمل من خلال استمرارية وانتظام الإشكال والفضاءات (Transformation) ويشير الى تنظيم أو فكرة معمارية يمكن المحافظة عليها أو تقويمها والبناء عليها بواسطة سلسلة معالجات وتحولات مميزة [7] .

ويساعد البناء الإدراكي لذهن المصمم على معالجة الإشكال طبقاً للنظام التعبيري السايكولوجي لذهن الإنسان لتقوية إمكانية وقابلية تصميمه ونقل أفكاره [7] .

العلاقات الفضائية:

توجد عدة علاقات تربط الفضاءات وتأتي نتيجة عوامل ومؤثرات عديدة منها التوجه التصميمي للمصمم وهناك إشكال من العلاقات ضمن الفضائية منها فضاء آخر كأن تكون فضاء معين يحتوي بداخله شكلاً أو أنماطاً فضائياً"آخر وهناك فضاءات متقاطعة (Interlocking Space) أي وجود شكلين فضائيين يتراكبان فينتج حجم فضائي مشترك، وهناك فضاءات متجاورة (Space Adjacent) أي وجود شكلين فضائيين يلاصق ويجاور أحدهما الآخر ، وهناك فضاءات متصلة بواسطة فضاء مشترك (Space linked by a common Space) أي وجود فضائيين يربطهما فضاء آخر [7].

التنظيمات الفضائية : تؤثر الإشكال (العديدة للتنظيم الفضائي على إدراك الفضاء لأنها تحدد المحاور البصرية التي يدرك بها الإنسان الفضاء وتوجد عدة إشكال للتنظيم الفضائي منها

أولاً: التنظيم المتمركز (Centralized Organization) أي وجود فضاء مركزي مهيمن تتجمع حوله فضاءات ثانوية .

ثانياً: التنظيم الخطي (Linear Organization) أي وجود تسلسل وتوال خطي من الفضاءات المتعاقبة .

ثالثاً: التنظيم المتجمع (Clustered Organization) أي وجود فضاءات تتجمع من خلال تقاربها وتجاورها أو بواسطة اشتراكها بعلاقة أو ميزة بصرية مشتركة .

رابعاً: التنظيم الشبكي (Crid Organization) أي وجود فضاءات منظمة ضمن مجال شبكة بنائية أو ثلاثية الإبعاد [7].

والأجزاء المترابطة أكثر تكاملاً مع الكل من غير المترابط حيث يمثل الترابط وسيلة لتمييز الأجزاء المتنوعة مع الإيحاء بوجود الاستمرارية ، في آن واحد فالترابط هو فن التعامل مع الأجزاء الصغيرة الفاعل يحقق التشويق والترقب من خلال الترابط مع الفضاء .

والترابط في الإدراك الحسي يعتمد على شيء آخر مستقل عنه يقع في الاتجاه الذي يشير الى العنصر ، ان الجزء صفة عامة للمجموع حتى لا يفتشوه النظام العام الذي يشمل تنويعات وتباينات متعددة ضمن صفة عامة ، كذلك ان العلاقة أو

الصفة او القانون العام الذي ينظم الشكل يربط أجزائه سوية وقد يكون عبارة عن نظام شكلي وتعبيري تشترك الأجزاء في إيجاءه [7] .

وفي البطاقات التعريفية او)

الإعلانية (توجد هذه الفضاءات إما متجمعة او مفردة كلا" حسب تصميم كل بطاقة والتي تقتضي عملية تصميمها وجود فضاء لتكوين علاقات مع العناصر الداخلة في التصميم والتي بدورها تعتبر الحيز الأكثر مشاهدة وجذب للمتلقي ويكون استغلال الفضاءات وفي البطاقة اما بالألوان او باستخدام توظيف العناصر الخطية العربية او الأجنبية التي تكون دالة على تلك الشركة او المنتج مما يتيح للمتلقي بالإبصار بين هذه المكونات من حيث القراءة والاستدلال على نوعية الملابس المعروض من قبل تلك الشركة على الرغم من كثرة تلك المعروضات الا ان تصميم بطاقة عن أخرى له الدور في جذب المستهلكين إضافة الى ان أكثر هذه الشركة قد حقق جمهور مستهلكين من خلال بطاقتها التعريفية او الإعلانية فضلا" عن ذلك ان دور الفضاء هنا احد المتنفسات البصرية التي قد تربك من خلال ألوان البضائع في السوق او الملابس المختلفة، فضلا" عن وجود العناصر التصميمية التي قد تكون موجودة ضمن تصميم البطاقة .

الشكل المضمون في التصميم :

ان الفكر والمضمون يشكلان مقدمات اساسية مترابطة في العمل الفني وذلك لان المظاهر الحياتية التي نعيشها لاتعبر عن المشاكل المعقدة من خلال الشكل فقط والفنان مطالب بأن يجسد افكاره ضمن مضامين تفرض الاشكال المراد تنفيذها في العمل الفني مسخرا" مفاهيمه الثقافية بذلك (لان الثقافة ليست شيئا" جامدا" يدخل الراس ويستقر فيه انما هي حركة وحياة تتفاعل مع الشخص وتؤثر فيه) . [14]

ويعرف المضمون بأنه: (هي الافكار الكامنة في العمل الفني والتي يكون الشكل الاطار المادي لها والمضمون في الفن هو الذي يحدد ماهية الشكل ويكون الشكل دائما" في خدمة الافكار الكامنة فيه) [15]

وهو ايضا" (المعنى الذي يحمل الشكل في طياته وينقله للآخرين الذين يغرون لرؤية هذا العمل) [16]

ويتكون المضمون من عدة مكونات تعمل جنباً الى جنب لتكوين جسمه وهي كآتي :

- الفكرة (Idea) : هي بالنسبة للفنان الاساس الذي يبني عليه العمل الفني ، وهي الهدف الذي قصد اليه الفنان وان انعدام الهدف الواضح عند الفنان يرجع الى سطحية نظرتة للعالم وعجزه في الوصول الى جوهر الواقع .
- الموضوع (Subject) : اطار خارجي للعمل الفني ليس مقصودا" لذاته وان كان العمل الفني يشير اليه ، ولا يصبح للموضوع معنى الا من خلال رؤية الفنان ويكتسب معنى خاصا" حسب رؤية كل فنان (ان الفنان أحيانا" قد يعجز ان يدمج في الموضوع الفني ما فكر به او أحس به) [17]
- المعنى : وسيط يتحقق عن طريقه تنظيم الصورة الغنية والعمل الفني يكون أكثر إذا قبل عدة تفسيرات وعدة معان واي عمل غني بدون معنى لامعنى له وان المعنى يرتبط ارتباطا" وثيقا" بالصدق الفني ولذا فالمعنى اغنى من الفكرة التي يحتوي عليها العمل الفني . [17]
- الايدولوجيا : هي نسق من الآراء والأفكار التي يؤمن بها الإنسان في السياسة والتشريع والأحلاف والجمال والدين والفلسفة ، وهي بهذا تعني علم الأفكار وتتطوي على قوة تغير للواقع الاجتماعي والسياسي كما إنها تسعى لصياغة القيم والعلاقات بشكل جيد . [17]

إدراك المضمون في العمل الفني :

ان عملية التدفق لأي عمل او أي مطبوع كان تبدأ (بالإدراك من خلال الإدراك تكون هناك إحاطة بالمدرجات ثم تكون هناك محاولة للتمييز فيما بينها وتحليلها الى مكوناتها الأساسية ، ثم أعادة تركيبها غي مكون كلي جديد ، فالأسلوب البصري يبدأ من الإدراك الكلي للمثير ، او العمل المدرك ثم يتجه الى الأجزاء ثم يعود الى الكل الذي يكون كلا" جديدا" ، ليس هو الكل الذي بدأت به هذه لعملية) [18]

حيث ان من المعروف علميا"(ان الدماغ مؤلف من نصين أساسيين فالنصف الأيسر منه يتعلق بالإحساس واستقبال المعلومات المباشرة عن طريق الحواس ، ثم يقوم وضمن مستوى اخر بتصنيف هذه المعلومات ضمن اطر مرجعية تكون ثابت إدراكية مخزونة في الذاكرة ، اما النصف الايمن فيميل الى معالجة المعلومات المجردة ويقوم بإيصال التجارب الإنسانية الى الوعي (فالصورة الادراكية النهائية تعتمد على العلاقة الجدلية مابين الصفة العقلانية للنصف الأيسر والحدسية للنصف الأيمن) [19].

أي ان العمليات الفكرية لأي موضوع ما تتم في الدماغ الإنساني ليتم الحصول على ردود أفعال لها (فالإدراك هو العملية التي يحصل بها الفرد على المعرفة من العالم الخارجي ، والوسيلة التي يتوافق بها مع البيئة التي يعيش فيها) [20].

وان الاستجابة الإدراكية تتحدد بعدة شروط (فطبيعة الموضوع او العمل بالنسبة للمشاهد او المتلقي الذي يعتبر المنبه الخارجي ، كذلك في كيفية استخدام الحواس والتفكير وحالة الشعور في الشكل المدرك الحسي هذا وبما يحمله) او المشاهد من تجارب تشغل تفكيره) [21] .

وهذه العملية لا بد لها من وسيلة لتتم فيها فالحواس (هي القاعدة الفلسفية المشتركة بين كل البشر والتي تكتسب بنيتها ومعناها من الحضارة ، وتمثل العين أكثر الحواس تعقيدا" وكمية المعلومات التي تغذي بها الجهاز العصبي اكبر بكثير مما تفعله بقية الحواس) [22] ، وهنا لابد من الإشارة الى ان المنطقة التي تبعد بين العينين لها دور كبير في تحديد مدى الادراك حيث (ان الرؤية المزدوجة للعينين تساعد على الإدراك بسبب التغذية الراجعة الإضافية التي يقدمها تقارب العينين حين تركزان على شيء قريب من المشاهد) [19].

ويؤثر التركيز في الرؤية لينتج جذب النظر ثم التوقف لتعزيز الانتباه والذي يعزى إليه (تجميع والتقاط مكونات خاصة بين المكونات الكثيرة الممكنة في لحظة معينة وتصف هذه النظرية مفهوم الخبرة الإدراكية المباشرة او ظهور الأشياء كما هي وكما نفكر بها بنفس الوقت) [7] ،

ويأتي دور المصمم في العملية الإدراكية فيكون الوسيلة التي يمكن ان تتوصل لإيجاد تصميم يجذب المتلقي ويحقق وظيفة التصميم ويكون ذلك من خلال (اختيار المصمم لتقنية تؤدي الى تفعيل الذهني وبالتالي فهي تحقيق وظيفة التصميم ومن ثم لمتلقي التصميم) [22] ، ان العناصر التيبوغرافية على فضاء البطاقة التعريفية وتشكل اهم مرتكزات إدراك المضمون حيث (ان نظامنا الإدراكي ينظم هذه العناصر ، ضمن مجموعة تعمل على فصلها وتوضيحها) [23] ، إن كل وجود مادي نعبر عنه بالشكل الذي لابد من ان يكون من وجهين أساسيين (الأول) الشكل او الهيئة التي تدرك بالنظر، والثاني وهو الفكرة المراد من هذا الشكل الإخبار عنها وهذه تدرك من خلال التفكير والتأمل وبداية كل شيء في الوجود هو الفكرة المجردة وقد تكون الفكرة بسيطة يمكن اعتبارها وحدة فكرية مستقلة وقد تكون مجموعة أفكار مترابطة بعلاقات محددة من خلال الشكل وتطلق هذه المجموعة من الأفكار فكرة أيضا") [24] والمضمون قد يتكون من (مجموعة من أفكار قسم منها يحمل تفاصيل الشكل والآخر يحمل وظيفة هذا الشكل) [24]

الأسرة والألبسة الجاهزة :

ان العالم يزخر بالموديلات والمصممات الملبسية المختلفة التي يجب ان تلائم الأذواق المختلفة ويحتاجون الى الجديد الذي يساير تقدم سنهم فحاجة الاسرة للملبس دائمة مستمرة ،(وتعتبر الملابس الجاهزة باهظة الثمن لما تحمل به القطعة المنتجة من أجور ومصاريف وكلف التشطيب والإعلان وما الى ذلك بالإضافة الى تكاليف العرض فتصبح قطعة الملابس الجاهزة مرتفعة الثمن بحيث لا تنتمشي والدخول المتوسطة او المنخفضة وخاصة الأسر التي تتكون من عدد من الأفراد في مراحل مختلفة من العمر تحتاج الى تغير مستمر في الملابس لمسيرة النمو الجسماني لإفرادها)[25].

فضلاً عن ان قياسات الملابس قد لا تتفق مع بعض الأجسام والسبب في ذلك ان القياسات التي تستخدم في تصنيع الملابس الجاهزة ليست قياسات موضوعة على أساس دراسة قومية للأجسام العربية ولكنها مترجمة من عدة قياسات أجنبية من الخبرة الى المصانع ، وبدراسة هذه القياسات لا يمكن وضع قياسات ثابتة للملابس ومحاولة وضع قياسات ثابتة تواجه صعوبات كثيرة أولها التغير المستمر الذي يطرأ على الأجسام من جهة السمنة والنحافة وهذه تتحكم فيها عدة عوامل كثيرة كذلك التغير المستمر المفاجئ في التصميمات الحديثة يجعل المرء في حاجة دائمة للتغير والتجديد ومنعاً لمشكلة ما يعانيه المجتمع من كثرة استهلاك وتلبية لنداء التقليد والاستهلاك والمظاهر وما تعانيه الأسر من كثرة ما تتكلفه في ذلك على ربة المنزل .

كما ان الملابس الجاهزة تفرض على المرء أذواقاً معينة من حيث نوع الخامة والموديل واللون وما الى ذلك مما قد لا يتناسب وقوامه او بشرته واذا احتاجت المرء ان توسع من مقاس الملبس الجاهز فلا يمكن ذلك لعدم وجود زيادة في الخياطات في الإنتاج الجاهز مما يؤدي إلى تلف الملبس اذا زاد وزن المرء عن مقاسات [25] ميزانية الأسرة : تعد الأزياء هي شعار الأم ومراة لذوقها وميول شعبها ورمز لعنايتها بحسن مظهرها ولن تستغني امة راقية او مثقفة عن ان تغير الملابس نصيباً من اهتمامها . [25] و لا يخفى على المرء مدى أهمية ميزانية الأسرة من دور في تحقيق التوازن المادي لكل اسرة وعليه يجب ان يكون لدى المرأة إلمام أولي يساعد على عدم الاسرف في اقتناء الملابس ، وخصوصاً لذوي الدخول المحدودة وبالأخص لربة المنزل فلديها من الوقت مايسمح بذلك وهي بهذا توفر اجور الخياطة علاوة" على ضياع الوقت خارج المنزل لعمل التصليحات (البروفة) اللازمة لذلك وما تتكبده من خسائر وعليه

مؤشرات الإطار النظري:

- ١ . تؤثر الثقافة في تجسيد الافكار التي يتم تنفيذها في العمل الفني .
- ٢ . يكون الادراك كلياً "لينحول الى ادراك جزئي بالاعتماد على الاسلوب البصري .
- ٣ . ان للحواس دور مهم في تفسير المعلومات وتصنيفها من قبل الدماغ .
- ٤ . للتركيز دور مهم "في جذب النظر الى أي تصميم .
- ٥ . ان الاستجابة الإدراكية تكون محددة بشروط عديدة .
- ٦ . " تؤسس العلاقات من خلال الفضاءات التي قد تكون على اشكال ضمن الفضاء الواحد

٧. ان تصميم البطاقة يحدد فضاءها الذي يكون اما مفردا" او مجتمعا .
٨. لمبادئ التنظيم دور مهم في ربط الاشكال ضمن الفضاءات التصميمية .
٩. الهدف من البطاقة هو دعم كل عمليات الترويج للسلع .
١٠. تؤدي البطاقة عدة وظائف منها التعريف بمبادئ التسوق .
١١. ان الرموز ماهي الا دلالات تعبر عن تفكير الانسان واحساساته بمختلف الطرق شكلا" ولونا" وتكون مستقاة من الطبيعة .
١٢. تقسم الرموز الى عدة انواع كرموز الحروف والكتابية والرقمية او قد تكون رموز لونية .
١٣. ان الالبسة الجاهزة تفرض على المرء ادواقا" من حيث نوع الخامة والموديل واللون .
١٤. تعد الازياء شعار الامم و مرآة ذوقها وميولها وشعبها ورمز عنايتها .

الفصل الثالث

اجراءات البحث:

اولا/ "مجتمع البحث : نظرا" لمتطلبات البحث وبما يتناسب مع عنوانه والهدف منه وبعد الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة فقد حددت مجتمع البحث بالبطاقات التعريفية الخاصة بالالبسة الجاهزة عالمية المنشأ الخاصة بفئة الشباب. و تمثل بعينات من البطاقات التعريفية العالمية والتي تم الحصول عليها وبواقع (٥٠) بطاقة تعريفية .

ثانيا/ " عينة البحث : لقد حددت الباحثة عينة بحثها بواقع (٥) عينات وشكلت نسبة (١٠ %) من المجتمع الأصلي .

ثالثا/ " منهجية البحث : اعتمدت الباحثة الطريقة الوصفية والتي تتضمن الجانب التحليلي للحصول على نتائج البحث .

رابعا/ " أداة البحث : لكي يتم الوصول الى هدف البحث فقد قامت الباحثة بأعداد استمارة تحليل تضمنت عدة محاور تم إعدادها بناء" على اعتماد محاور ما أسفر عنه الإطار النظري والدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة .



تحليل عينة البحث

نموذج (١)

الإبعاد ١٥ * ١٥ سم

شركة عالمية المنشأ (تركية)

سنة التنفيذ حزيران ٢٠٠٨

منفذة على ورق مقوى مزود بإضافة معدن لتقوية حلقة التعليق

ظهر تنظيم تجمعي وذلك من خلال استغلال الشكل الخارجي للبطاقة الشبيه بالمفتاح بحيث تجمعت عناصر تصميمية ضمن تكوين مترابط ضمن جزئيه العلوي والسفلي بشكل متوازن، تجسد المضمون بكل شروطه ومحدداته حيث ظهرت البطاقة مؤلفة من عدة عناصر تصميمية لتحقيق الإدراك الجزئي ثم الكلي ثم جزئي كلي ويلاحظ ان الإدراك بالنظر أدى إلى التركيز بالرؤية لتحقيق تجسيد المضمون الفكرة التي طرحت الموضوع أيولوجيا لتوضيح المعنى، وتعدد الفضاءات التي أخذت أشكال مختلفة كالدائرة والأقواس والمثلث والمستطيل الذي ضمن الشكلين الطبيعي (البشري - والحيواني) اللذان تم تجريدهما في الجزء العلوي من البطاقة، تم استخدام اللون الأسود بشكل كبير في الفضاءات المشكلة في البطاقة والذي تم التأكيد عليه ضمن استخدامه في شكل الحيوان وذلك لتجسيد مضمون البطاقة

من خلال استخدام اللون الفضي والذي شغل المرتبة الثانية من حيث الإشغال في الفضاءات المتعددة والذي ظهر متناسبا" ومنسجما" من اسم الشركة .

تم توظيف الرموز من خلال تألفت الاشكال البشرية والحيوانية والهندسية والتجريدية ، الا ان الرمز الكتابي والذي تمثل بالحرف (M) التي تم تجسيده بشكل وظف ضمن الفضاء الاعلى من التصميم كذلك تضمن الشكل التجريدي وهو دلالة رمزية للشركة (MATDOR) الخاص باسم شركة الالبسة الجاهزة (الجينز)



التحليل :

نموذج (٢)

الإبعاد ٥*٥ سم

أجنبية لإنتاج الألبسة الجاهزة المنشأ (صينية)

سنة التنفيذ تشرين الثاني ٢٠٠٨

منفذة على ورق مقوى

اعتمد على التنظيم المركزي الذي تم من خلاله توزيع النصوص الكتابية لتحيط بالشكل الدائري فضلا عن ظهور الألوان بالتعاقب مع ألوان الفضاءات بمساحاتها الواسعة المكونة للبطاقة .

تجسد المضمون في محددات من شروطه حيث الفكرة التي جسدت الموضوع وتظهر العلامة بشكل مثلث متساوي الإضلاع والشكل الثاني المتمثل بالدائرة اللذان شكلا الرموز الأساسية في تصميم البطاقة، ويلاحظ ان الإدراك بدأ كليا" ثم الجزئيا" والذي شكل البؤرة البصرية الانسجام الواضح الذي حققه تضاد القيمتين اللونيتين البيض والأسود ضمن الزوايا الثلاثة لرؤوس المثلث لأدراك تصميم البطاقة والذي بدوره ادى الى تحقيق تركيز الرؤية لقراءتها كذلك قسمت البطاقة الى مساحات فضائية لتعزيز الرموز الكتابية الحرفية المكونة من حرفي (W, L) والتي تعبر عن رمز لكلمتي ترجمتها تعني (الساق الواسعة) وهي علامة لبنطلون الجينز وحسب ما هو واضح في العلامة أعلاه ، ظهر فضائين في تصميم البطاقة وباستخدام القيمتين اللونيتين الأحمر الذي شغل الجزء الأكثر في تصميمها وأحاط بالفضاء الدائري الشكل باللون الأسود



التحليل :

النموذج (٣)

الإبعاد ١٥*٥ سم شركة عربية لإنتاج الألبسة الرياضية سورية المنشأ سنة التنفيذ

كانون الثاني ٢٠٠٩ منفذة على ورق مقوى تشكلت تنظيمات فضائية متجمعة

حققت نقطتي جذب مما جعلها نقاط لأدراك جزئي كلي وجزئي كلي من خلال

النظر ثم التركيز بالرؤية ، فضلا" عن استخدام القيم اللونية المتضادة مع الحروف المكونة مع المساحات الفضائية المختلفة التوزيع والنسب ويظهر الايقاع المتناغم الذي لم يحدده

اتجاه واحد بل الشكل المتدرج وابتداءً من الزاوية العليا ثم التركيز في وسط التصميم ومن ثم متابعة النظر في فضاءات التصميم ليتم أدراك مضمون البطاقة الذي جسدهته الفكرة والموضوع .

تم توظيف الرموز الكتابية باستخدام الأحرف الأجنبية التي رمزت الى اسم الشركة المتمثل بحرف (W) وهي مختصر لكلمة (واهبي - WAHBI) والحرف (S) دلالة عن الألبسة (الرياضية - SPORTS WEAR) ، كذلك الحرف (F) والذي يعني التسوق (FASHION) وقد قسم الفضاء الكلي الى أربع فضاءات مختلفة الإبعاد حيث يلاحظ ان الجزء الأوسط من التصميم شغله الفضاء بالقيمة اللونية الرمادية التي حققت جذب بصري من خلال الانسجام الذي ظهر واضحا "بالقيم اللونية النيلي والأحمر والأبيض والفضي .



التحليل :

النموذج (٤)

الإبعاد ٩*٣ سم

شركة اجنبية لإنتاج الألبسة الجاهزة المنشأ (اندونيسيا)

سنة التنفيذ شباط ٢٠٠٩

منفذة على ورق مقوى

تم توظيف التنظيم الخطي بتوظيف الفضاء الكلي الذي استخدم الشكل الرمزي (البشري) وفق تحديد اتجاه للنظر محدد بنقطتي اعلى واسفل حيث يتم التركيز في منطقة المنتصف على اسم الشركة (Miss Sonia) ومن خلال استخدام توظيف القيمة اللونية الخضراء كالأرضية وشكل الرمز بالقيمة اللونية البيضاء فضلا" عن وجود القيمة للون الذهبي كتحديد تفاصيل الشكل الخارجية حقق تضاد مع الأرضية وإحساس بأن الشكل يبرز على أرضية البطاقة مما يساعد في إدراكه بشكل أسرع مما لو استخدمت قيمة لونية اخف التفاصيل ضمن الارضية ، كذلك تأكدت علاقات انسجام الفضاين المتضادين من حيث طغيان المساحة الخضراء على المساحة السوداء وضمن تصميمها ، من كل مما سبق ادى الى الإدراك بصورة سريعة وذلك بسبب مقتضيات المعالجات التصميمية التي اعتمدها المصمم فضلا" عن استخدام القيمة اللونية السوداء في الكتابة على الرمز ذو القيمة البيضاء ، كذلك وجود المساحة السفلية في البطاقة بالقيمة السوداء وتم توظيف النصوص الكتابية على الأرضية بالقيمة البيضاء مما يجعل عين الراي والمستهلك تنتقل بين هذه القيم فضلا" عن ان تصميمها يتلائم ووجودها معلقة على الألبسة النسائية بهذا الشكل.



التحليل :

النموذج (٥)

الإبعاد ٩*٣ سم

شركة أجنبية لإنتاج الألبسة الجاهزة المنشأ (الصين)

سنة التنفيذ اذار ٢٠٠٩

منفذ على كارتون بملمس خشن .

التنظيم الخطي والخطوط المستقيمة بحيث تظهر عناصر التنظيم المؤلفة من النصوص الكتابية قد صممت بشكل خطوط متوازية فضلا" عن ذلك ان المصمم استخدم قيمتين لونيتين وهما الأرضية باللون الاوكر واللون البني المحمر ويلاحظ في تصميم البطاقة انه قد تحقق إدراك العناصر على الرغم من بساطة التصميم والسبب يعود الى وجود المساحة الفضائية الوسطى تجعل عين المتلقي تنتقل بسهولة بدون إرباك ليتم تحقيق علاقات ناتجة من إدراك عناصرها التصميمية وبالتالي يدرك الرمز كنتيجة حتمية سيضل راسخا" في الذاكرة بسبب عدم مزاحمته من قبل عناصر تصميمه أخرى ، ان الرمز تكون من الحرفين الأوليين من كلمة الشركة (DH) وهما المختصر لكلمة الشركة (HUI) DA ، اقتصر تصميم البطاقة على فضاء واحد وهو الفضاء العام الذي شكل الأرضية الخاصة

نتائج البحث :

١. ظهر استخدام الاشكال الرمزية البشرية بواقعية كما في العينة (١) .
٢. تم استخدام الاشكال المجردة عن الواقع كما في العينة (١) ، (٣) .
٣. ظهر تعدد استخدام الفضاءات كما في العينة (١) ، (٣) ، (٤) ، كما اعتمد على استخدام فضاء واحد كما في العينة (٥) .
٤. تم الميل لاستخدام الرموز الكتابية لمختصرات اسماء الشركات وما له علاقة بها كما في العينة (٥) ، (٤) ، (٢) ، (١) .
٥. اختلاف الابعاد في تصميم البطاقات التعريفية له دور في ادراك رموزها ودلالاتها كما في كل عينات البحث .
٦. ان العلاقة بين اشكال وتوزيع الفضاءات في تصميم البطاقة له دور في تحقيق الجذب لادراك رموزها كما في العينة (١ ، ٢ ، ٣ ، ٤ ، ٥) .
٧. ان التداخل الذي حققه استخدام المجموعات اللونية اكد على ادراك رموز تلك البطاقات كما في العينة (١ ، ٢ ، ٣ ، ٤ ، ٥) .
٨. ظهر دور التنظيمات في تحقيق الانسجام والتضاد بين العناصر التصميمية للبطاقة بألوانها كما في العينة (١ ، ٣ ، ٢) .
٩. تمثل ادراك مضامين الرموز بعدة مراحل منها ما كان بالنظر كما في العينة (٥) ومنها ما كان بالنظر والاحساس فالشعور كما في العينة (١ ، ٢ ، ٣ ، ٤) .

الاستنتاجات :

١. ان المصمم لجأ لاستخدام المختصرات في الرموز للوصول الى دلالة سريعة لتحقيق الهدف من التصميم ويظهر ذلك من خلال استخدامه الرموز الكتابية او الاشكال الهندسية او الاشكال الواقعية (البشرية او الحيوانية) .
٢. ان تعدد الفضاءات ماهي الا محاولة لجذب المتلقي من خلال التقسيمات الفضائية بألوانها المتعددة وللتأكيد على الاشكال الهندسية التي تضمنت الرموز التي كان هدف المصمم توجيه نظر المتلقي إليها فكان هذه إحدى الطرق التي استخدمها.
٣. ان العلامات مهما اختلفت مناشيء شركاتها هدفها واحد الا ان توظيف الرموز وتصميم البطاقات يختلف وهذا نتيجة حتمية وكلا" حسب الدولة والشركة التي تدخل ضمن دور المنافسة في السوق ، كذلك يختلف وبما يتناسب وميول

وثقافات المستهلكين ، كون ان لكل شركة قواعد او خصائص تتفرد بها عن غيرها من الشركات هذا مما يلزمها لاتباع منهج معين ضمن سياستها التسويقية .

التوصيات :

أن يكون تصميم البطاقة التعريفية وطباعتها ثابتاً على مدى التعاقبات الزمنية وان لا يكون هنالك تغير بين فترة وأخرى .

المقترحات :

- القيام بدراسة مماثلة للبطاقات المرفقة في الاكسسورات النسائية وملحقاتها .

المصادر :

١. هيغل " الفن الرمزي "، ترجمة جورج طرابيشي ، دار الطليعة للطباعة والنشر ، الطبعة الاولى ، بيروت ، ١٩٧٨ ، ص ١١ .
٢. يونغ ، كارل غوستاف " الانسان ورموزه " ترجمة سمير علي ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ١٩٨٤ ، ص ١٧ .
٣. الموقف الثقافي ، "مجلة ثقافية" ، العدد السادس والعشرون ، دار الشؤون الثقافية العامة السنة الخامسة ، ص ٨٩ ، ص ٩٠ .
٤. الخطيب ، فهد سليم ومحمود سلمان عواد ، " مبادئ التسوق ومفاهيم أساسية " ، دار الفكر للطباعة والنشر ، عمان ، الطبعة الأولى ، ٢٠٠٠ ، ص ٨٩ .
5. San Some ,Rosemary " The Oxford –Junior Dictionary " , Oxford University Press ,2000 . P110 .
6. Zunde ,Oxford " Advanced – Leamers Dictionary -Intemnationatsfudents " Edition –New Edition Of The World best selling Learners Dictionary ,2000.P353.
٧. أطلالبي ، رائد عبد الجبار عبد الرضا " اثر العوامل الإدراكية في استيعاب تصميم الفضاء الدخلي " ، ماجستير علوم معمارية . كلية الهندسة ، جامعة بغداد ، ١٩٩٠ ، ص ٦٦ ، ص ٢٤ ، ص ٦٥ .
٨. مرعشلي ، نديم واسامة " الصحاح في علوم اللغة والعلوم – معجم الوسيط " ، دار الحضارة العربية ، لبنان ، بيروت ، بدون تاريخ . ص ٧٦ .
٩. بل ، كلايف " الفن " ، ترجمة د. عادل مصطفى ، دار النهضة العربية ، لبنان ، بيروت ، الطبعة الاولى ، ٢٠٠١ ، ص ١٤ . ص ٢٩ ، ص ٤ .
١٠. اكمال عيد "جماليات الفنون " ، بغداد ، ١٩٨٤ ، ص ٤٧ ، ص ٤٨ .
١١. مجاهد ، عبد المنعم ، "دراسات في علم الجمال " ، عالم الكتاب ، الطبعة الثانية ، بيروت ، ١٩٨٦ ، ص ٣٥ .
١٢. جيروم ، ستولنز " النقد الفني " ، ترجمة د. فؤاد زكريا ، مطبعة عين شمس ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٤ . ص ٣٧٥ . ص ٣٧٦ ، ص ٣٧٣ .
١٣. شاكر ، عبد الحميد " العملية الإبداعية في فن التصوير " ، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٧ ، ص ٣١ ، ص ٣٢ .
- 14 Smith ,Peter ,F(The Dynamic Of Cities) , Hutchinson ,London , 1974 . P35 .
١٥. صالح ، قاسم حسين ، " سايكولوجيا إدراك اللون والشكل " ، دار الرشيد ، بغداد ، ١٩٨٢ ، ص ١٨٩ ، ص ١٨٦ .

- ١٦ شوقي ، إسماعيل "الفن والتصميم" ، كلية التربية الفنية ، جامعة حلوان ، القاهرة ، ١٩٩٩ ، ص ٦١ .
17. Long –Jon , Brunette –Charles ,Moleski ,Welter " *Designing For Human Behaviors Architecture And The Behavioral* ,1974 .P103 .
- 8.18 .Atkinson ,RIH,& others, " *Introduction To Psvehotogy Geneva* "Laudation Harcount Brace Jorinarich , Ine ,1990 .P158
- ١٩ عبد الإله ،حسن شكري"عناصر الفن التشكيلي " ،سلسلة عالم المعرفة ، بدون تاريخ، ص٦-ص٧، ص٨ .
- ٢٠ عبد الرزاق ، لمى اسعد ، "التنظيمات الشكلية في تصاميم البطاقات الإعلانية لمنتجات الصناعة والمعادن وإمكانية تطويرها " ، ماجستير ، جامعة بغداد كلية الفنون الجميلة . بغداد ٢٠٠٣ . ص ٨ .
- ١٢ الشerman ،زياد محي وعبد الغفور عبد السلام "مبادئ التسويق" ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، الأردن . الطبعة الاولى ، ٢٠٠١ ، ص ١٩١ .
- 23 .Hardy , Walter ""Packaging 3 Graphies" Press Zarich ,1977 .P10 .
- ٢٤ . راير ،دولف (بين الفن والعلم) ترجمة د .سلمان الواسطي ، دار المأمون للترجمة والنشر ، بغداد ، ١٩٨٦ ، ص ٧٩ .
- ٢٥ . الواسطي ، خليل ابراهيم "تطوير تصاميم وطباعة العملة الورقية العراقية المنتجة في العراق " ، اطروحة دكتورا ، في فلسفة التصميم الطباعي ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، ١٩٨٧ ، ص ٢١ .
- ٢٦ عابدين ، عليا "" المدخل لدراسة النسيج وأسس تنفيذ الملابس "" ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،كلية التربية بنات ،الطبعة الأولى ،عمان ، الأردن ، ٢٠٠٨ ، ص ١٥١ ، ص ١٤٩ ، ص ١٥٠ .

استمارة تحليل

نوع التنظيم	تجسد المضمون من خلال	الإدراك تحقق من خلال	نوع الإدراك	الفضاء	الرموز مصادرها
تنظيم خطي	الفكرة	النظر	جزئي	فضاء واحد	إشكال بشرية (إنسانية)
تنظيم شبكي	المعنى	الإحساس والشعور	كلي	فضائيين	إشكال حيوانية من الطبيعة
تنظيم مركزي	الفكرة والموضوع	بالتركيز بالرؤيا	جزئي كلي	أكثر	إشكال هندسية (تجريدية)
تنظيم			كلي جزئي	متجمعة	رموز مساحات فضائية

رموز (كتابية - رقمية - أجنبية - عربية)				بالايدولوجيا	منجمع
---	--	--	--	--------------	-------