

**الخطاب النفسي في تصاميم الكرافيك**

(الشعارات الرياضية انموذجا)

**Psychological discourse in graphic designs  
(Sports logos as a model)**

الدكتور سند فؤاد محمد

**Dr. Sanad Fouad Mohammed**

البريد الالكتروني : E-mail:cz37ae@gmail.com

رقم الهاتف : 07702178046

---

**ملخص البحث :**

ان دراسة علم النفس السلوكية التي تبحث في اغوار النفس الانسانية بعمق لتصل الى محددات ومعايير تعبر عن الشخصية وما قد تحبه او تميل اليه وما قد تكرهه او تتجنبه لها كبير الاثر في تقليل ذلك الجهد الذي يبذله المصمم في ارضاء عميله بل اذهب ابعد من ذلك انها اكثر دقة في تحديد معالم شخصية العميل وبالتالي الوقوف على ما يرضيه ويكون له اثرا ايجابيا في شخصيته ويكون محل ثناءه .

لاشك ان المصمم الكرافيك الذي يسعى الى ارضاء العميل يبذل في سبيل ذلك جهدا كبيرا على كثير من الاصعدة فهو يحسن من مظهره وينتقي من الفاظه ما يدل على رقيه وثقافته وينفق من جهده ووقته لتطوير نفسه في تخصصه ومواكبة كل جديد في مهنته ذلك كي ينال اعجابا مبدئيا على شخصه قبل عمله ثم بعد ذلك يحاول ان يصل الى اعماق شخصية العميل كي يصل الى عمل تصميم متكامل قد لا يستطيع العميل ان يشرح للمصمم محدداته ولا عناصر هو لا ان يقرب من ذهنه فكرته كل ذلك يكون في اطار ما اختمر في عقل المصمم ووعيه من علوم وثقافات وسمات شخصية موروثة او مكتسبة .

الم يثبت العلم ان للتصميم الكرافيك دورا في علاج بعض الامراض، اليس ما ينفع لفراغ تعليمي يختلف جذريا عما يليق بمؤسسة علاجية .

هذا البحث انما هو نواة لفتح باب للمصمم الكرافيك ليطور من نفسه كي يتواصل مع عملائه بمهارة اكبر واحترافية اعلى لتحقيق اكبر قدر من الانتفاع بتلك العلوم النفسية السلوكية في مجال التخصص .

كلمات مفتاحية : الخطاب النفسي ، تصاميم الكرافيك .

## **Psychological discourse in graphic designs (Sports logos as a model) Dr. Sanad Fouad Mohammed**

### **Research Summary:**

There is no doubt that the graphic designer who seeks to satisfy the customer exerts a great effort for that on many levels, as he improves his appearance and selects from the words that indicate his sophistication and culture, and he spends his effort and time to develop himself in his specialization and keep up with everything new in his profession so as to gain initial admiration His person before his work and then after that he tries to reach the depths of the client's personality in order to reach an integrated design work. The client may not be able to explain to the designer his determinants and elements. And inherited or acquired personality traits.

However, the study of behavioral psychology that examines the depths of the human psyche to reach determinants and standards that express the personality and what it may like or incline towards and what it may dislike or avoid has a great impact on reducing the effort that the designer makes to satisfy his client, but go further than that. More accurate in determining the parameters of the customer's personality and thus standing on what pleases him and have a positive impact on his personality and be commended.

Has not science proven that graphic design has a role in treating some diseases? Is it not what is useful for an educational vacuum

that differs radically from what is appropriate for a treatment institution?

This research is a nucleus to open a door for the graphic designer to develop himself in order to communicate with his clients with greater skill and professionalism to achieve the greatest benefit from those psychological-behavioral sciences in the field of specialization.

Key words: Psychological discourse, Graphic Design

## الفصل الاول / الاطار المنهجي

### مشكلة البحث :

تكمن مشكلة البحث في النقاط التالية :

- 1 - اغفال دور العلوم السلوكية في التصميم الكرافيكي على وجه الخصوص .
- 1- عدم ربط منهج علم النفس الذي يدرس حاليا بكليات الفنون بالجانب التخصصي التطبيقي .

### اهمية البحث :

- 1- تسهم الدراسة الحالية في تحفيز الجانب التربوي في مهنة المصمم الكرافيكي .
- 2- فسح المجال على التصورات الذهنية والمنطقية لتحليل العمل التربوي من خلال التصميم الكرافيكي .

### هدف البحث :

التعرف على الخطاب النفسي في تصاميم الكرافك .

### حدود البحث :

- الحدود الموضوعية : دراسة علم النفس التربوي في مهنة المصمم الكرافيكي .
- الحدود المكانية : الاندية الرياضية العراقية (اسماء الاندية الموجودة بالبحث).
- الحدود الزمانية : عام 2012 - 2013 م .

### تحديد المصطلحات :

عِلْمُ النَّفْسِ لغوياً<sup>(1)</sup>:

عِلْمٌ يَبْحَثُ فِي طَبَائِعِ ذَاتِ الْإِنْسَانِ رَغْبَاتُهَا وَإِحْسَاسُهَا وَانْفِعَالَاتُهَا.

علم النفس التربوي (نفسية): تطبيق مفاهيم علم النفس في ميدان التربية وعلى عمليات التعلم .

## علم النفس اصطلاحاً (2) :

هو الدراسة الأكاديمية والتطبيقية للسلوك، والإدراك والآليات المستبطنة لهم ...، وعلم النفس هو الدراسات العلمية للسلوك والعقل والتفكير والشخصية، ويمكن تعريفه بأنه: "الدراسة العلمية لسلوك الكائنات الحية، وخصوصا الإنسان، وذلك بهدف التوصل إلى فهم هذا السلوك وتفسيره والتنبؤ به والتحكم فيه".

## الخطاب لغوياً (3) :

الخطاب : الكلام.

وفي التنزيل العزيز: ص آية 23 فَقَالَ أَكْفُلْنِيهَا وَعَزَّنِي فِي الْخِطَابِ .  
و الخطاب الرسالة .

وقُصِّلَ الخطاب: ما ينفصلُ به الأمرُ من الخطاب.

وفي التنزيل العزيز: ص آية 20 وَآتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخِطَابِ .

وفصل الخطاب أيضاً: الحُكْمُ بالبيِّنَةِ، أو اليمين، أو الفقه في القضاء، أو التُّطْقُ بأمَّا بعدُ، أو أن يفصل بين الحقِّ والباطل، أو هو خطابٌ لا يكون فيه اختصار مُخِلٌّ، ولا إسهاب مُمِلٌّ.  
وتأء الخطاب: مثل التأء مِنْ :- أنت.

وكاف الخطاب: مثل الكاف مِنْ :- لك.

والخطاب المفتوح: خطابٌ يُوجَّهُ إلى بعض أولي الأمر علانيةً (محدثة) .

## مفهوم الخطاب اصطلاحاً (4) :

يعرف مفهوم الخطاب اصطلاحاً بأنه مجموعة متناسقة ومترابطة من الجمل والأقوال، تحمل في سياقها معلومات ومعاني تهم المتلقي أو المرسل إليه، كما يُعرف أيضاً بأنه فعل كلامي يهدف إلى التأثير على المتلقي، أما مفهوم الخطاب في المجال السياسي أو الاجتماعي فهو نص كلامي يحتوي على مجموعة من المفاهيم، مصاغ بصيغة محكمة، ويهدف إلى تمرير الأفكار والآراء بين فئات المجتمع، وتعد غايته الأساسية هو التأثير في الآخر .

## مفهوم الخطاب اجرائياً :

أنه كلام أو حديث أو محادثة؛ وقُصِدَ بعد ذلك كل كلام رسمي أو سرد أو خطاب سياسي أو ديني؛ واستخدمه اللغويون على أنه وحدة كلامية أكبر من الجملة، وكل هذا حسب المعنى اللغوي التقليدي للكلمة، يُعدّ الخطاب من الفنون ذات الأهمية القصوى، خاصة بين الشعوب

العربية، وهو مثل الفنون الأدبية الأخرى التي لها أنواع متعددة، والكلام فيه يختلف حسب المكان والحدث .

#### مفهوم الشعار اجرائياً :

الشعار هو رمز أو شكل أو نص تعبيرى، يصمم خصيصاً ليدل على علامة تجارية معينة، سلعة، خدمة، شخص أو فكرة ما. ويعتبر الشعار جزء لا يتجزأ من الهوية التجارية للمؤسسة، وهو بمثابة تنبيه وتذكير للجمهور المستهدف بالعلامة التجارية، ويحمل في شكله دلالات ومعاني ورسائل بصرية واتصالية تتقل اهداف ورسائل الشركة.

### الفصل الثاني / الأطار النظري

#### المبحث الاول : علم النفس :

##### 1 - تعريف علم النفس :

يمكن تعريفه بأنه : الدراسة العلمية لسلوك الكائنات الحية وخصوصا الانسان وذلك بهدف التوصل الى فهم هذا السلوك وتفسيره والتنبؤ والتحكم فيه، وكما انه من العلوم المهمة حديثاً ولم يتوسعوا فيه قديماً وهذا العلم لا يختصر على فرع واحد لكن لديه عدة فروع واقسام بالإضافة الى ذلك فانه من العلوم الممتعة مع ان دراسته قد لا تكون بالسهولة ويساعد في معرفة انماط الشخصيات المختلفة ، (وتتكون كلمة علم النفس Psychology في اللغة الانجليزية من مقطعين لهما اصل يوناني هي Psyche وهي تشير الى الحياة او الروح، اما المقطع الثاني logos فهو يفيد معنى العلم اي البحث الذي له اصول منهجية علمية) <sup>(5)</sup> .

او هو العلم الذي يدرس الظواهر النفسية وتقسم هذه الظواهر الى <sup>(6)</sup> :

أ - العمليات العقلية المعرفية : اي ما يفعله الدماغ عند القيام بالتخزين او الاسترجاع او تكوين المشاعر والمعلومات وتشمل :

- العمليات العقلية البسيطة مثل الاحساس .
- العمليات العقلية المعقدة مثل الادراك والذكاء والذاكرة والتعلم .
- ب- حالات وسمات الشخصية وتشمل الانفعالات والطبع والميول .
- ج - العلاقات المتبادلة بين الاتصال والسلوك الانساني من جهة والعمليات العقلية من جهة اخرى .

والبعض يعرف السلوك : هو الافعال الملاحظة للفرد والجماعة .

## 2- اهداف واهمية علم النفس :

لعلم النفس اهداف ثلاثة : (7)

أ- فهم السلوك وتفسيره .

ب- التنبؤ بما سيكون عليه السلوك .

ت- ضبط السلوك والتحكم فيه بتعديله وتحويره وتحسينه .

الهدف الاول والنظري لعلم النفس هو جمع وقائع ومبادئ عامة وقوانين يمكن بها فهم السلوك وتفسيره فهو يعيننا على فهم انفسنا وفهم من نعاشرهم ونعاملهم من الناس :

- فهم الدوافع الحقيقية لا الدوافع الزائفة او المتوهمة التي تحركنا وتحرك غيرنا من الناس.
- فهم نواحي القوة والضعف في شخصيتنا وما لدينا من امكانيات واستعدادات خافية عنا.
- معرفة اسباب ما يبدو في سلوكنا او سلوك زملائنا او اطفالنا من انحراف او زيغ .

الكشف عن العوامل التي تفسد تفكيرنا او تعطل عملية التعلم لدينا او تميل بنا الى شرود الذهن الموصول او تجعلنا ننسى كثيرا مما حصلناه ووعينا ... ان هذا الفهم يجعلنا اكثر تسامحا وسعادة وانتاجا .

## 3 - مدارس علم النفس :

تعددت مدارس ومذاهب علم النفس غير ان اهمها طبقا لظهورها التاريخي هو : (8)

أ - المدرسة البنائية :

اهتمت هذه المدرسة بتحليل بنية الشعور وتحليل الخبرة وقد بدأت على يد مؤسس علم النفس الحديث (ويليام فونت) ومن معمله في ليبزج بالمانيا بدا بأجراء تحليلات منظمة لبنية الشعور عند الراشدين وذلك عن طريق تقسيم الشعور الى عناصر اولية .

ب - المدرسة الوظيفية :

تعد امريكية المنشأ ومؤسسها وليام جيمس ولم يكن من التجريبيين الا انه كان يمتلك قدرة فائقة في استنتاج وتركيب المبادئ النفسية لأعقد المشكلات ولقد بنى اتجاهه الوظيفي كرد فعل للمدرسة البنائية التي كان يعتقد انها محددة المجال .

ت- المدرسة السلوكية :

في بداية هذا القرن انشأ جون واطسون نظاماً موضوعياً لعلم النفس اسماه بالسلوكية ومنذ ذلك الوقت اصبحت السلوكية اقوى المدارس واكثرها عرضة للجدل العلمي، لقد كان واطسون عالم نفس وظيفي ولكن اهتمى الى ان هناك خطأ جسيم في دراسة الانسان نفسيا الا وهو عدم وجود وسيلة موضوعية لدراسة الشعور او العقل الواعي مما جعله يقول بعدم وجود فروق بين البنائية والوظيفية سواء كان السؤال (لماذا ؟) او (ما ؟) مادام المنهج يفتقد الى الموضوعية وقد اعتقد بضرورة وجود علم النفس تجريبي موضوعي تماماً، وان على علماء النفس ان يرفضوا جميع المناهج الذاتية وان يعتمدوا على ما يلاحظونه وعلى ما يسجلونه .

ث- مدرسة الجشطت (الخبرة الكلية) :

نشأت هذه المدرسة كردة فعل للمدرسة السلوكية ان مدرسة "الجشطت" ترى ان الاحساس الشعوري يمكن ان تتم دراسته من خلال الخبرة الكلية وبالتالي فلا داعي لتدريب ملاحظين لذلك، ان قوانين علم النفس بالنسبة لهم هي قوانين انظمة وليست قوانين اجزاء منها وقد اسهمت هذه المدرسة اسهامات مؤثرة في مجال الإدراك والتعلم .

ج- مدرسة التحليل النفسي :

تعد هذه المدرسة من اكثر المدارس شهرة في علم النفس وفي خارج هذا العلم ولقد أسس نظرية التحليل النفسي سيجموند فرويد وقد قابل تحليل النفس منذ بدايته عام 1895م عاصفة من النقاش والخلافات الفكرية ذلك لان بعض مفاهيمه ومبادئه كانت صارمة وتم النظر اليها على انها جديدة ومع ذلك فشأن كل افكار جديدة كان للتحليل النفسي دلالاته العلمية .

ح- مدرسة علم النفس الانساني :

وهي القوة الثالثة في علم النفس باعتبار ان السلوكية والتحليل النفسي هما القوتان الاولى والثانية وبعد كل من ابراهام ماسلو وكارل روجرز من اوائل قادة هذه المدرسة .

ترى هذه المدرسة السلوك بصورة مختلفة حيث لا تعتقد ان السلوك محكوم بمحفزات لا شعورية او دوافع لا شعورية، كما (انه ليس محكوما بمتغيرات خارجية صادرة عن البيئة وبدلاً من ذلك فهم يرون ان الانسان حراً ولديه ارادة ووعي وقدرة على الابداع كما انه مولود ولديه القدرة على ان يتبع طاقاته فيما يسميه ماسلو بتحقيق الذات وتحقيق الذات عبارة عن عملية مستمرة بطول الحياة نفسها وليست هدفاً نهائياً يستطيع الفرد ان يصل اليه) .

خ- اتجاهات معاصرة اخرى :

(تأثر علم النفس بالأفكار الفلسفية منذ نشأته وهو نتاج الآراء والأفكار المختلفة والعلوم الأخرى بغية التطور والتجديد لقد ظهرت تقنيات جيدة في الفسيولوجي والكيمياء الحيوية مكنت علماء النفس من دراسة المخ والنظام الحسي بصورة تفصيلية أفضل من السابق كذلك فإن البحوث في الجينات قد دعمت البحوث النفسية في الوراثة وتأثيرها على السلوك والنمو السريع في مجال الحاسب والمعلومات جذب الانتباه الى دراسة القدرات البشرية وكيفية عملها والفرق بين التفكير البشري وعمليات الحاسب).

#### 4- فروع علم النفس :

لعلم النفس فروع نظرية وأخرى تطبيقية .

ومن امثلة الفروع النظرية : علم النفس العام - علم النفس الارتقائي - علم النفس الاجتماعي .  
ومن امثلة الفروع التطبيقية : علم النفس التربوي - علم النفس الصناعي - علم النفس التجاري .

#### المبحث الثاني : علم النفس والطباعة :

للطباعة تأثير كبير على نفسية الاشخاص العاملين في الصحف والمجلات سواء بالإيجاب او السلب،( برز مفهوم (الطباعة النفسية) في الستينيات من القرن الماضي خاصة في بريطانيا وهو مفهوم يعبر عن التعاون المشترك بين علماء النفس والمصممين الكرافيكين اثناء تصميم الصحف والمجلات بمختلف استخداماتها لتحقيق الاحتياجات النفسية للمستخدمين) (9) .

اننا نقضي معظم حياتنا في اعمالنا وافكارنا التي تتشكل بين تكويناتها ومع ذلك فمن المستغرب ان لا نجد الا القليل جدا من الابحاث عن الاثار النفسية للتصميم الطباعي وكيف يكون في مختلف تأثيرها على الادراك ؟ هل يوجد نوع مثالي من التصميم لأنواع مختلفة من البشر المختلفين في التفكير ؟

(التخطيط الكرافيك يمنحك الراحة النفسية وأخرى تجلب لك الكأبة) (10) .

ان التخطيط الطباعي في معظم عالمنا الثالث لا يهتم بالحالة النفسية وتأثير الطباعي في نفسية البشر ان ارتباط التخطيط الكرافيك في معظم الاوقات بالفوضى في معظم التكوينات التي تبنى حديثا واكثر المصممين لا يأخذون بعين الاعتبار الحالة النفسية لعامة الناس في رؤية جدلية ومنطقية قد تخذش الذائقة العامة .

تأثير الطباعة والحالة النفسية في عدة مقالات تعرض فيها للعلاقة بين التخطيط الطباعي والحالة النفسية الذي يعيش المرء فيه وكذلك تأثير القبح في التصاميم على نفوس الناس عامة

في الاماكن التي ينتشر فيها التدهور في التخطيط والتصميم من دون اي مراعاة للجمال في تخطيط المجلات والصحف بمختلف انواعها حيث يتم التخطيط والتصميم بشكل يبتعد كثيرا عن الجمال والعملية وربما يكون ما يهم من يقوم في التصميم ان يراعي الجمال والقبح لكي يتنافس بينها في اثارة اعصاب من ينظر اليها .

لماذا لا يفكر المصممون في معظم الدول العربية في تداخل التخطيط الكرافيك مع الحالة النفسية للمواطنين في هذه البلدان ؟ ولماذا لا يفكرون في موضوع الجمال الكرافيك والالوان عند رؤية مجلة او صحيفة فيخرج في كثير من الاحيان بشكل بشع يؤدي نفسية من ينظرون اليه . هناك تصاميم يكون التركيز فيها على الغلاف الخارجي دون الاخذ بعين الاعتبار التقسيم الداخلي وادخال البهجة .

هناك تصاميم جميلة المنظر من الخارج لكنها من الداخل كئيبة وهذا يؤثر ربما من دون ان يعرف المتلقي في هذا التصميم بأن هذه التصميمات تسبب الكآبة، وهناك مبان تصاميمها تصف بانها تضيق الصدر وهذا تعبير مباشر وحقيقي لما يشعر به المتلقي .

وكيف يرون هذه التصاميم التي تكون احيانا بشعة قبيحة تشوه المنظر الذي به التصميم، واذا حصل التشويه والقبح في التصميم فان من الصعب التخلص من هذا الامر البشع الذي للأسف لا احد يهتم بمثل هذه الامور التي تضر بالمجتمع .

#### 1- الاحتياجات النفسية كاحد الاحتياجات الانسانية في الطباعة :

انه لزاما على الكرافيك ان يلبي الاحتياجات الانسانية في عمله الطباعي سواءا كان جمعا او فرديا وهذه الاحتياجات تشمل الاحتياجات المادية (Physiology) والاجتماعية (Sociology) والنفسية (Psychology) .

ان الفراغ يؤثر على المستخدم من الناحية النفسية فتوزيع الفراغات الجزئية ومقدار الخصوصية في التصميم والتوجيه العام للصحف والمجلات كل ذلك يؤثر بالقطع على الاتجاهات النفسية للمستخدم والصحة العقلية والسلوك مع الاخرين .

ويحلل الكرافيك السلوك ضمن المحيط المادي حسب عمليات اساسية للسلوك البشري نجلها فيما يلي<sup>(11)</sup>:

التحسس : وهي عملية استلام المعلومة من البيئة الفيزيائية وهو ما يعبر عن الميكانيكية الرئيسية التي تربط الانسان بالبيئة الفيزيائية المحيطة .

الادراك : وهي عملية تحليل وتصنيف المعلومات المستلمة من البيئة في عملية التحسس وتنظيمها في هيكل خاص يختلف تبعا للتوجهات الحضارية للمستعملين .

التوجيهات : وهي تعتبر بمثابة القوى الكامنة التي توجه السلوك البشري نحو اشباع متطلباته.

## 2- علم النفس والتصميم الكرافيكي :

عند الحديث عن كيفية الاستفادة من علم النفس في تطوير المصمم الكرافيكي من الناحية المهنية لابد من تقسيم عمل المصمم الكرافيكي الى مراحل حيث يختلف دور علم النفس في كل مرحلة تبعا لطبيعة تلك المرحلة.

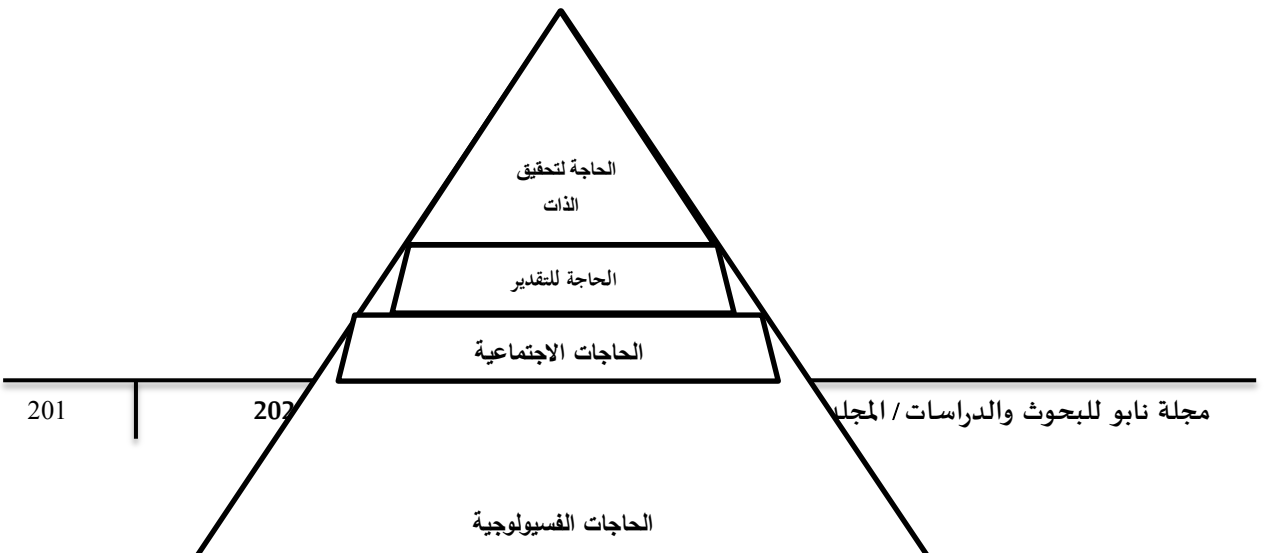
### تعريف علم نفس التصميم :

Design Psychology : the practice of design in which psychology is the principal design tool <sup>(12)</sup>

علم نفس التصميم هو ممارسة التصميم حيث يكون علم النفس احد مبادئ التصميم اي ان التصميم يوفر لنا فراغا ذات معنى للمستخدم بدلا من الفراغات التي يعتمد فيها على طراز اساليب معينة، فالمصمم هنا يصمم للمستخدم وفق شخصيته مما يحسن من حياته لا وفق ما يحبه المصمم او ما هو سائد .

فالمصمم يبني علة ما استنتجه من قراءة شخصية المستخدم في المرحلة السابقة (مرحلة اكتساب العميل) ويستخدم تلك القراءات للشخصية مع الدلالات النفسية لعناصر ومبادئ التصميم لإخراج ذلك المنتج التصميمي الموافق لشخصية المستخدم والمراعي لحاجاته العامة كإنسان والخاصة وفقا لسلوكه والتي ترمي الى اراحته نفسيا وبدنيا .

تكلم "ابراهام ماسلو" (عن تحقيق الذات كأقصى عوامل تحقيق الاحتياجات النفسية الذي اقترحه ماسلو لأثبت فكرته عن الاحتياجات الانسانية وكيف انها تبنى بالتدرج على الاحتياجات النفسية) <sup>(13)</sup> .



حاجات الامان

تدرج ماسلو الذي يظهر الاحتياجات الانسانية وهي كلها مبنية على الاحتياجات النفسية<sup>(14)</sup>  
بعض صور دلالات عناصر ومبادئ التصميم النفسية :

أ - الخطوط :

ان كل شيء في الطبيعة اصلا هو خط ويمكن تعريف الخط على انه شكل ضيق جدا وللخط وظائف عديدة منها الحس بالحركة داخل الفراغ او حوله وذلك لما للخط من مقدرة على جعل العين تتابع حركته اينما اتجه .

وللخطوط تعبيرات معينة فالخطوط المستقيمة الناعمة تعبر عن الهدوء والاستقرار، اما (الخطوط المتقاطعة والمتعارضة والمتعاكسة في اتجاهاتها تعبر عن الحركة والحيوية والتفاعل)<sup>(15)</sup> .

هناك انواع متعددة من الخطوط منها الخط المستقيم / الخط المتعرج / الخط المتقطع / ... الخ وهناك تصنيف اخر لأنواع الخطوط منها الخطوط الحقيقية وهي المرسومة بشكل واضح وجاد، وهناك الخطوط الوهمية المتكونة نتيجة التقاء شكلين في التصميم .

فوائد الخطوط :

- تقسم الفراغ وتجزأ المساحات .
- تنشئ الحركات .
- تحدد الاشكال .
- ظاهرة الجاذبية الارضية هي اذن بالنسبة لإحساسنا الحركة الطبيعية وكل حركة مضادة تتطلب مجهودا اكبر حتى نتحقق فصعود مستوى مائل اكثر مشقة من نزوله .

التأثير النفسي للخطوط :

الخطوط الراسية : توحى بالثبات وباتجاه من اعلى الى اسفل وسبب ذلك ان العين تتبع اتجاه الثقل في قراءة الخط حيث تبذل مجهودا اقل من ذلك المجهود اللازم لقراءة خط بحركة صاعدة وبنفس الطول .

الخطوط الافقية : توحى بالهدوء والاستقرار ولا يستطيع الخط المستقيم الافقي ان يحدد الاتجاه الذي يوحي به سواء الى اليمين او الى اليسار الا بإضافة العناصر القادرة على الايحاء بالتوجيه والحركة كالأسهم مثلا .

الخطوط المائلة : توحى بالسقوط وقليلًا ما يستعمل في التصميم دون مصاحبة خطوط اخرى ذلك لأنه لا يحقق الاحساس بالاتزان والثبات العام للتصميم الذي يبحث عنه المصمم فهو يؤثر بكل قوة للدلالة على اتجاهات وايحاءات بالحركة .

فرمز البرق يأخذ معنى اقوى برسمه خطا منكسرا وسهمه متجه الى اسفل، ليوحي بالحد الأقصى لسرعة الهبوط بخلاف ما اذا كان الخط صاعدا والسهم الى اعلى حيث يمكن ان يراود نفسية المشاهد فكرة المقاومة الناتجة عن الجاذبية الارضية وهكذا نفهم قيمة تحديد اتجاه خط لتحديد معناه .

ب - الاشكال :

ان موضوع تأثير الاشكال على الحالة النفسية للإنسان لم يكن متداولًا من قبل وقليلون جدا من بحثوا في هذا الجانب من التصميم وما زال البحث جاريا فقد وجد علم جديد اسمه علم (البايوجيومتري) هو (علم يستخدم طاقة (الشكل / اللون / الحركة / الصوت ) لإدخال التوازن على اي نوع او مستوى من مستويات الطاقة الحيوية ذات الترددات الصغرى والتي تقوم باستكمال الانظمة الحيوية والتي ترتبط ارتباطا وظيفيا بالجسم المادي) <sup>(16)</sup> .

ويمكن توضيح تأثير الشكل على الحالة النفسية للإنسان من عدة نقاط :

- 1- المعاني الايحائية لعناصر التشكيل وايحاءات الاشكال الهندسية بالنسبة للإنسان .
- 2- مدى علاقة الاشكال الهندسية بحالة الانسان وطبعه .
- 3- هو علم (البايوجيومتري) ومازال البحث في هذا العلم قائما الى الان ولم يتم اعلان نتائج هذه الابحاث.

### المبحث الثالث : وظيفة الحركة في الشعار :

ان الفنون بصورة عامة ومنها فن التصميم كأحد روافد المعرفة ونتاج الحضارة الانسانية على المستويات الفكرية والجمالية والانتاجية، غالبا ما تتجاذب التأثير والتأثير في جوانب مختلفة من الحياة بصورة فاعلة، في عالم يشكل مجموعة لا متناهية من الاشياء والموضوعات التي

تؤثت الكون وتجعل منه كياناً قابلاً للدراك والمعاينة والتغيير، بل ان كل هذه الاشياء تحيا وتتوالد من جديد وتقوم باحالات ذاتية فيما بينها.

وفي الوقت الذي يستوعب هذا العالم داخله (سلسلة من الاشياء وينتج عبر ميكانيزماته الخاصة نمط ادراك هذه الاشياء، تتضوي جميعاً ضمن انساق تحدد لها شكل وجودها وانساق تصر على الاكتمال والوقائع تظل مستعصية على الانصياع، كحالات التشابه والتناظر والتطابق، ولان المدرك بالبصر والبصيرة غير الملموس باليد او البعيد المنال)<sup>(17)</sup>.

اننا في فن تصميم الشعار ازاء عوامل فكرية عميقة تشارك العديد من البنى الفكرية للانساق المعرفية من اجل الكشف عن جوانب عديدة في بناء الثوابت الشكلية الموزعة على محوري الزمان والمكان وتأسيس سلم احالات داخلية تحرك الصدى وتكشف عن الخطابات الجمالية والوظيفية لنفس تصميم الشعار في جانبين اساسيين هما:

**(الاول: البناء الثقافي الذي يختص بالمعاني العلمية والفنية والروحية كجزء من الحضارة.**

**الثاني:** بناء حضاري يجسد المعاني المادية والتقنية والاشياء التي تستعملها والتي تحتضن منظومة ثقافية امتصها الفرد اصلاً من بيئته عبر مختلف اشكال التنشئة الاجتماعية وقد انعكست الثقافة في حياة الافراد والجماعات على شكل منظومة متكاملة من القيم الروحية والمعرفية والجمالية والاخلاقية لتشكل بمجموعها كلاً مترابطاً ندعوه بالنسق القيمي)<sup>(18)</sup>.

تعتبر الحركة حركة ذات مستوى ولها إنجازاتها التي يجب أن تحققها، ولاشك في أن فهم المستوى الحركي بل وتحديدته بالنسبة لمراحل النمو سوف يساعدنا كثيراً في مراعاة النواحي التربوية والأسس التعليمية وتطبيقها أثناء تدريسنا للتربية ، مما سبق يمكننا بأن مفهوم الحركة يتحدد في كونها: (انتقال أو دوران الجسم أو احد أجزائه على الأرض أو في الهواء أو الماء باستخدام أدوات أو أجهزة أو بدونها وللحركة هدف وهي تؤدي بسرعة معينة ولزمن معين وتحدث نتيجة انقباض العضلات وانبساطها بتناغم معين)<sup>(19)</sup>.

### 1- التقنيات التصميمية في الشعار :

يمثل الشعار دوراً كبير في حياتنا كأفراد، فهي تمدنا بالمعلومات وتحقق لنا فوائد عديدة كأفراد وجماعات، فضلاً عن كونها تساهم في الاسراع بعمليات التعرف على تلك الاندية بشكل سريع وجميل.

فالشعار هو (عملية اتصال بالجمهور، وهو لا يختلف عن بقية عمليات الاتصال بالجمهور ألا من حيث تركيزه على اقناع المهتمين بمجال الرياضة بفكرة أو خدمة معينة والتأثير في سلوك الافراد بما يتمشى مع المتطلبات)<sup>(20)</sup>.

وتأتي أهمية تصميم الشعار من خلال وجود غاية ووسيلة، تختلف هذه الغاية أو الحاجة باختلاف نوع الشعار سواء أكان نفعياً أو جمالياً. وكثيراً ما يعتمد المصمم الى استلهاً بعض مفردات تصميم الشعار من تاريخ أمته وشعبه ويوظفها بحسب مقتضيات العصر والتكنولوجيا الحديثة وذلك لتأكيد أهمية تصميمه، فالمتلقي الشرقي أو العربي ينجذب لا ارادياً الى كل ما يمت بصلة الى موروته الشعبي أو الاسلامي أو الشرقي.

**وللشعار استخدامات متعددة منها<sup>(21)</sup> :**

- 1- تمييز بين الاندية الرياضية.
- 2- توصيل ونقل المعلومات للمتلقي.
- 3- زيادة التعرف على تلك الاندية بطريقة مفصلة.

فالشعار هو فن التعريف والخدمات والأفكار عن طريق الوسائل غير الشخصية. وذلك بقصد تقديم هذه الخدمات والأفكار بواسطة الجهة المعلنة للتعريف بها وبخصائصها ومميزاتها. وان الهدف الأساسي من تصميم الشعار واخراجه بشكل جيد في الوسائل المطبوعة (هو جذب انتباه المتلقي واهتمامه به، ومن المعروف أن فعالية الشعار تتوقف على مدى التنسيق والتكامل فيما بين العناصر المختلفة المكونة لها، فعناصر الشعار تشكل فيما بينها نظاماً يجب تحقيق التنسيق والتكامل فيما بين مفرداته كي يؤدي عمله بطريقة صحيحة ويحقق الأهداف المرجوة منه)<sup>(22)</sup>.

مما تقدم يمكن الاستنتاج أن الشعار هو نشاط اتصالي وتقني ابداعي ينتج عن تنظيم العناصر والأشكال بطريقة ابتكارية معقدة ومركبة وشاملة، تحتاج الى قدرات علمية ومواهب فنية ابداعية، لانتاج مزيج كامل من العمليات التسويقية والترويجية، لتحقيق أهداف محددة تتمثل في اقناع المتلقي المستهدف من قبل المعلن، ودفعه للأقدام على الانتماء الى ذلك النادي.

أن الأساليب تصميم الشعار يتعدد ويختلف على وفق العديد من العوامل والمتغيرات التي على أساسها يرى مصمم للشعار ضرورة إعطاء درجة من الأهمية لكل عنصر من عناصر الرسالة الاعلانية مما يدعم قدرتها في جذب الانتباه واثارة الاهتمام فقد يتم التركيز على الصور

والرسوم أو الجزء المكتوب (النص للشعار التحريري) أو قد يتم التركيز على العناوانات فقط أو قد يتم المزج بين أكثر من عنصر من هذه العناصر المكونة للرسالة الاعلانية، وهي الآتي (23) :

#### 1- الأسلوب الذي يركز على الصورة :

وفيه تحتل الصورة كامل المساحة المخصصة للشعار مع ترك مساحة صغيرة للنص الكتابي الذي لا يزيد في الغالب على جملة واحدة وقد تكتب فوق الصورة وقد تغيب نهائياً بحيث لا توجد بالمرة.

#### 2- الأسلوب الذي يركز على النص الكتابي للشعار :

اذ يحتل الجزء المكتوب الخاص بكلمات النص الكتابي للشعار المرتبة الأولى أو الحجم الأكبر من حيث الأولوية والأهمية لتوصيل الرسالة الاعلانية المطلوبة، بينما يكون للجزء الفني الخاص بالصور والرسوم أهمية ثانوية وقد لا يستخدم نهائياً. فقد أكد على أسم الجهة المعلنة (للنادي).

ويستخدم هذا التصميم عندما يستهدف المعلن تقديم بيانات ومعلومات وأدلة تفصيلية بشأن المكونات الخاصة بذلك النادي التي تركز على الاستمالات الاقناعية. (ويكون الاهتمام بهذا النوع من الأساليب الاعلانية بأحداث درجات كبيرة من السهولة في قراءة النص الكتابي عن طريق الاختبار الدقيق للحروف والانماط المستخدمة وتصميم المادة المكتوبة بطريقة جذابة)(24)

#### 3- أسلوب الصور الفنية المتتابعة للشعار:

فيعتمد (على تتابع مجموعة من الصور أو الرسوم في وحدات متساوية- أفقياً أو عمودياً أو محورياً) ويستخدم المصمم هذا النوع من الأساليب الاخراجية في حالة تعدد الاندية المعلن عنها او عن طريقة استخدامها في صور متتابعة توضيحية وقد يحتاج المصمم وضع تعليقاً بسيطاً تحت كل صورة .

#### 2- المؤلف واللامألوف في أنظم تصميم الشعار:

يعد المؤلف (مايألفه الانسان من مواضع، مألّف)(25). أي ما اعتادت العين على رؤيته فأصبح مألوفاً، أما اللامألوف (هو خرق السنن المألوفة عبر الجديد الذي يعرضه)(26) أي الخروج من الواقع التقليدي في نتاج ابداعي حر قائم على القصدية الجمالية وتحقيق الاثارة، لكل ما هو مألوف في الواقع اليومي واحالته الى شكل آخر غير معهود ممكن أن تتحقق منه امكانات جديدة.

لقد عمد المصممون عموماً لكسر القواعد التنظيمية، لظهار مواقع مبتكرة تحقق توجيهاً بصرياً جذاباً يسعى إليه أغلب المصممين لدعم الأفكار وتأكيد اللحمة البنائية للمكونات الأساسية للتصميم، من عنوانات ونصوص وصور ليؤكد فاعلية وحدتها الموضوعية التي يكون نتاجها وحدة بصرية جذابة، فالتصميم المبتكر يعد حداً متغيراً، بوصفه يثور على النمط ويبحث عن أعماق وحدود جديدة.

وهذا يعني أن حالة التغير ذاتها هي ما يميز خصائص التصاميم المعاصرة كونها تنشأ أساساً من خلال عمليات التغيير والتطور التقني وتترجم الى دلالات لمفردات تقترض تعديلات مستمرة في ذاتها، وبذلك ساعدت التقنية في ظهور تصاميم تتصف بكونها غير متوقعة ويطغى عليها طابع الغرابة واللامألوفية ضمن النمط العام.

أن التفرد والخروج عن المألوف في طرح موضوع التصميم الشعار هو أمر في غاية الصعوبة تحكمه شرطية زمنية وضغوط وظيفية وعقائدية أيضاً، بل هما من الصفات التي يتصف بها الفعل الاستثنائي، أي أن التصميم لها يمكن أن يحقق اللامألوف من خلال الخطوط والأشكال أو الصور وبقية العناصر التي تشكله فيكون (نقاط جذب مهمة تولد ايهاً مثيراً للاهتمام يجد المتلقي من خلاله مساراً بصرياً ليتابعه، ويتغيرات مفاجئة في أثناء المسار في الخطوط والاتجاهات والقيم الضوئية، والنسب، والنسجة)<sup>(27)</sup>. لذا فالاستثناء الحاصل لأي عنصر من العناصر الانشائية يحقق جذباً يسمح لبصر المتلقي بالشد نحوه، ومن ثم انتقاله الى المواقع الفضائية الأخرى.

ويرى الباحث أن الشكل يكون له حضور في تكوين التصميم الشعار ، عندما يبهز المتلقي ويسحب الانتباه من خلال الناتج الشكلي ولنظامه التصميمي أثر في تحفيز المدركات الحسية والادراك البصري لها، فقدرته الشخصية تعود الى (خصوصيات الادراك التي تمثل نحو التفضيل الفطري للكليات لذلك يكون الادراك الحسي للشكل من خلال أحساس المتلقي بأنه أمام كيان كلي موحد، الذي يكونه المجموع الكلي لعناصر التصميم، كما تظهره لاحتاسنا بها كوحدة)<sup>(28)</sup>.

وأهم الاتجاهات التي يمكن أن يظهر بها اللامألوف في تصميم الشعار :-

اللامألوف الشكلي:

اللامألوف الشكلي هو عندما نتخطى المألوف بما ينفيه أو يزيحه نحو ما يكون برؤية أو سلوك أو أداء تركيبي بمفردات تم تركيبها بنحو مختلف عما هو معتاد عليه أو ما هو مركب

عليه في الواقع. من خلال صياغة رمز قد يتسم باستذكارات ودلالات عن الشيء المدرك حسيًا، أي أن المصمم سعى لان يضمن عمله ما هو أبعد من مجرد تقديم تقرير مخلص أمين للصورة البصرية. فاللامألوف الشكلي هو (توظيف تقني يتسم بمظهر شكلي مغاير للمألوف البصري ومؤدياً أهدافاً جمالية ودلالية غير مباشرة في التوصيل وأساس تفعيل القدرات الادراكية لدى المتلقي) .

### مؤشرات الاطار النظري :

- 1- علم النفس هو دراسة سلوك الانسان وتفسيره والتنبؤ فيه ويدرس الظواهر النفسية، وان الهدف الاول والنظري لعلم النفس هو جمع وقائع ومبادئ عامة وقوانين يمكن من خلالها فهم السلوك وتفسيره .
- 2- تعدد مدارس ومذاهب علم النفس حسب ظهورها في التاريخ منها (المدرسة البنائية / المدرسة الوظيفية / المدرسة السلوكية / مدرسة الجشطالت / مدرسة التحليل النفسي / مدرسة علم النفس الانساني / اتجاهات معاصرة اخرى) .
- 3- تأثير الطباعة والحالة النفسية في المقالات والمجالات والصحف والتخطيط الطباعي والتصميم.
- 4- ترتبط اهتمامات المتلقي بقوة داخلية بعضها يرتبط باهتمامات وميول المتلقي واخرى بالحاجات الانسانية والاجتماعية واهتمامات اخرى تدخل في قبيل الادارة القصدية .
- 5- قد يعتمد المصمم التغير في بناء العناصر التصميمية من خلال تغير الخصائص المظهرية للملصق او حركته او اتجاهه او من خلال الموضع، وكلما كان التغير فجائي زاد جذبها .
- 6- العلاقة الداخلية ووصفها هوية الشكل انما تخضع لنظام بصري، والشكل الفني الجميل يعتمد على الحرفة والخزين المعرفي للمصمم .
- 7- يعتمد المصمم في عمليات التنظيم الجمالي للشعار مفردات تحقق بالابعاد الفكرية والاشكال عامة في تحقيق الجذب .

8- اللامألوف الشكلي او اداء تركيبي بمفردات تم تركيبها بنحو مختلف عما هو معتاد عليه او ما هو مركب عليه في الواقع .

### الفصل الثالث / إجراءات البحث

#### منهجية البحث :

اتبع الباحث طريقة تحليل المحتوى، التي تهدف الى التوصل الى نتائج علمية تحقق أهداف البحث، حيث يعد التحليل من أهم الخطوات العلمية في بناء النظريات بفضل دقته واتساع مضمونه ، وهو أسلوب بحث لعمل استنتاجات عن طريق تشخيص خصائص معينة ضمن المحتوى بطريقة موضوعية ومنهجية.

أن ما تعنيه كلمه تحليل هي (تفقيت البيانات وتنظيمها في عناصر أساسيه لغرض الحصول على إجابات للتساؤلات التي يطرحها البحث).

#### مجتمع البحث :

يضم مجتمع البحث جميع شعارات الاندية الرياضية العراقية البالغة عددها (36) نادي رياضي عراقي للفترة (2012-2013).

#### عينة البحث :

اتبع الباحث العينة القصدية لتحليل نماذج مجتمع البحث، وقد تم بموجبها اختيار (5) شعارات، وهي (نادي السماوة الرياضي - نادي الميناء الرياضي - نادي الكهرباء الرياضي - نادي كربلاء الرياضي - نادي الطلبة الرياضي) من مجتمع البحث، وقد تم استبعاد (31) نادي رياضي.

#### اداة البحث:

اعتمد البحث اسلوب الملاحظة في فحص النماذج وتحليلها مستنداً الى استمارة اعدت لهذا الغرض كما في الملحق رقم (1) عدت استمارة بهذا الغرض من قبل السادة التدريسين :

1. أ.د. نصيف جاسم محمد - كلية الفنون الجميلة - جامعة بغداد.

2. أ.د. انتصار رسمي موسى - كلية الفنون الجميلة - جامعة بغداد.
3. أ.م.د. شيماء كامل داخل - كلية الفنون الجميلة - جامعة بغداد.
4. أ.م.د. اكرم جرجيس - كلية الفنون الجميلة - جامعة بغداد.
5. أ.م.د. ايمان طه ياسين - كلية الفنون الجميلة - جامعة بغداد.

بعض النماذج التي يعتمد بها في الدلالات النفسية لعناصر التصميم الكرافيكي:

عرض النماذج وتحليلها:..

#### نموذج رقم (1)

نادي الطلبة الرياضي

الخصائص المظهرية الشكلية:

اعتمد المصمم الهيئة الدائرية لتحديد  
الاطار الخارجي للشعار بقيمة لونية  
لأحدى الالوان الباردة وهو (الأزرق) في  
حين اعطى الفضاء الداخلي قيمة لونية  
حيادية (الاسود).



وهنا نجد ان المصمم لم يستند على استخدام الاطار الخارجي في عملية الوصف  
ضمن الحدود المراد تصميمها حيث جعل التكوين (الشعار) ضمن حدود الحداثة في  
تصميم شعار نادي الطلبة الرياضي.  
التنظيم الشكلي:

نجد ان التشكيل المظهر للفضاء الاساس نتج عن معادلاته اللونية قيم لم تعط  
دعماً كافياً للوحدات المتراكبة خلاله وتراجع قوتها في (الاستقطاب) البصري، حيث  
نجد التقارب في القيم الضوئية في الفضاء بحالة لم تؤد الى بروز الاشكال، مما ادى  
الى تراجعها، وعلى الرغم من حالة التداخل والتراكب والتجاور ومجمل العلاقات للشد  
الضوئي ايدت ضعفاً في دعم وحدتها الموضوعية، ان تصغير الاشكال وضعف  
الوضوح والمقروئية ادى الى تراجع وظيفة العناصر المستخدمة على الرغم من محاولة

استخدام الاشكال التي تدل على ذلك النادي، والى جانب ان بعض الوحدات المستخدمة في الشعار جاءت بعيدة عن المعنى التعبيري لها، ذلك لان هياة التكوين ضمن المعالجة لم تعط دلالة واضحة عن حقيقتها، ومن ثم تراجع قوتها الادائية في الشعار.

اسس التصميم البنائية:

جاء توظيف عدد من الوحدات الشكلية والرمزية التي من المفترض ان تدعم الهوية والمرجعية للشعار الا ان المصمم لم ينجح في تعزيز الوضوحية والمقروئية، اذ جاءت معالجات التناسب ضعيفة ما بين الوحدات بالواقع الحي الى جانب علاقتها بعضها ببعض وعلاقتها بالحيز الفضاء المتاح، في حين نجد ان المصمم اوجد تتابعاً للتوجيه من الاعلى نحو الاسفل من دون ادراك الهوية التعريفية لها، اذ جاءت الوحدات التعريفيتان المتمثلة بالعنوان الرئيسي احدى محاولات المصمم للموازنة على جانبي الفضاء التصميمي.

## انموذج (2)

### نادي السماوة الرياضي

الخصائص المظهرية الشكلية:



اعتمد المصمم هياة الشكل البيضوي بحالة عمودية لحدود الشعار النهائية، الامر الذي تجاوز حدود توظيف الاطار الداخلي لعلم العراق المرتبط بالعلم النادي ومن ثم وجود النخلة العراقية للتأكيد على المرجعية

المعتمدة بكونها سلسلة تابعة لذات الاندية من شأنها دعم الهوية والمرجعية للأندية الرياضية التابعة لوزارة الرياضة والشباب، واعتمد حالة التأطير بخط رفيع باللون الازرق (البارد)، ومن ثم منح الفضاء قيمة ضوئية واحدة وهو الازرق الفاتح المرتفع القيمة اضفى دعماً للوحدات الشكلية المتراكبة خلاله.

ادت معالجة الفضاء وتأطيره باستخدام قيم باردة (الازرق) بتدرجاته دعماً بنائياً للوحدات المتراكبة خلاله بفعل خاصية التجانس لاستخدام المصمم عدداً من الاقيام

اللونية الباردة وتدرجاتها، الامر الذي تنتج عنه قوة استقطاب عالية للجذب الابصري نحوه.

التنظيم الشكلي:

تبعاً لاتجاهية الفضاء العمودية حدد توجيه تنظيم الوحدات باتجاه التنظيم الخطي العمودي، يتحقق اتجاهية من الاعلى نحو الاسفل وهو ما يوافق مع طبيعة القراءة لمثل هذه التنظيمات، والذي من شأنه توجيه التتابع الابصري بطريقة ميسرة، في حين نتج عن تموضع العنوان الرئيس المعرف للنادي موقعان متباعداً الى يمين ويسار الخط العمودي الوهمي المنصف للفضاء، اظهر حالة التجزئة لوحدة التعريف الرئيسة (العنوان) وعلى الرغم من حالة الشد الفضائي فان وظيفة الفصل نتج عنه تراجع الحركة على مستوى الجزء، في حين اتخذ ذات القنوات باللغة العربية موضعاً اعلى الفضاء بمحاذاة الحدود النهائية للشعار وبهيئة تنظيمية متوافقة مع هيئة الحدود الفضائية المنحنية.

اسس التصميم البنائية:

اعتمد المصمم خاصية التضاد اللوني والقيمي، الوان الدائرة اللونية والقيم الباردة، اضفت انسجماً لونياً لتكامل العلاقات اللونية والقيمية، نتج عنه دعم وتركيز لسرعة الاستقطاب والوضوحية والمقروئية، في حين ادت محاولات المصمم لغرض علاقة تتناسب الوحدات بعضها مع بعض ومع الحيز الفضائي المتاح الى تراجع، الوضوح في تفاصيل اجزاء منها، وعلى وجه الخصوص الهيئة المتموضعة اسفل النقطة المركزية المنصفة للفضاء، الامر الذي اتاح للوحدات الاخرى بأبعادها الكبيرة الى فرض الهيمنة والسيادة نحو الاعلى، من ثم فقدان الوضوحية لهذه الوحدة الصغيرة.

وننتج عن حالة التنظيم الخطي العمودي موازنة الى جانبي الفضاء، في حين تراجعت هذه الموازنة بين اعلى الفضاء واسفله، اذ نجد ثقلاً ناتجاً للدعم البنائي للوحدات اعلى الفضاء نسبة منه للوحدات اسفله، الامر الذي ادى على الرغم من ضيق الحيز المتاح للتصميم الشعار الى تراجع العلاقات الشد الفضائي ما بين العنوان الرئيسي باللغة العربية، اذ فرضت محاولة المصمم لأحداث التناسب للعنوان باللغة العربية مع الحيز المتاح الى تصغير الابعاد قياس الحرف فيه وينتج عنه تراجع

وضوحها ومقروئيتها نسبة الى العنوان اعلى الفضاء، من ثم تراجع علاقات وربطها على مستوى علاقة الجزء بالجزء ووظيفة النادي.

### نموذج رقم (3)

#### نادي كربلاء الرياضي

الخصائص المظهرية الشكلية:



اعتمد المصمم توظيف هيئة درع بوصفه الفضاء الحاوي لوحدة الشعار، وهو ما يتعارض مع ضوابط تحقيق الوظيفة والمرجعية باستخدام الرمز الايقوني للنادي، واعطى قيمة لونية منخفضة للقيمة (الخضراء) لمجمل الفضاء، في

حين احدث اقتطاعاً فضائياً في منتصف الفضاء بهيأة متباينة مع الهيأة الاساس اتخذ لها تأطير بقيمة الابيض المرتفع القيمة واضفى على الفضاء الداخلي قيمة معالجة اللون الناتج عن قيمة (الاخضر) ونسبة من الابيض، في حين اتخذ قيمة مرتفعة (للابيض) للنصوص التوضيحية، اذ نتج عن معالجة الفضاء باعطاء قيمة منخفضة تراجعاً في دعم وحداته الشكلية، على الرغم من خاصية الفضاء المحدد بالقيمة (البيضاء) للنصوص التوضيحية، ونظراً لطبيعة تصميم الشعارات من المفترض احداث اختلالات في القيم اللونية بما يدعم البساطة والوضوحية، فقد اظهر ثقلاً للفضاء والاقتطاع الفضائي المعالج، الا انه لم يتحقق من الانتقال الفضائي الى جانب ان المصمم لم يتخذ الجزء فيما يخص حالة الاستنساخ بوصفها شعارات الاندية الرياضية. التنظيم الشكلي:

اعتمد المصمم الحيز الفضائي المقتطع في مركز الفضاء الاساس للشعار موقعاً مركزياً نظمت النصوص التوضيحية من حوله، تنظيمياً سطرياً لم ينجح المصمم في توجيه اتجاهيتها، اذ بدت معكوسة نحو الاسفل في الجانب الذي اتخذه المصمم موقعاً للغة العربية والذي كان من المفترض ان يتخذ موقعاً الى الفضاء والى يساره في حين اتخذ موقعاً اسفل الفضاء في الزاوية للمثلث كتاب تاريخ نتج حالة تعارض اتجاهي وايهام بحالة التجزئة، في حين اوجد تنظيماً خطياً افقياً للعناوين التعريفية باللغة العربية اسفل الفضاء، وفر لها الوضوحية والمقروئية ويسر استلامها بما يتوافق مع

طبيعة القراءة العربية، في حين تموضعت وحدتان متداخلتان في منتصف الحيز الفضائي المقطع.

اسس التصميم البنائية:

كان من المفترض ان تقدم خاصية التضاد والدعم الكافي للنصوص التوضيحية لتؤدي الى الوضوح والمقروئية لمجمل الوحدات التوضيحية، الا ان هذه الخاصية تراجعت في دعم النصوص التوضيحية الى جانبي الفضاء، اذ ان محاولة المصمم لأحداث التناسب مع الفضاء المتاح، قدم حالة تصغير قياس الحرف الامر الذي نتج عنه تراجع مقروئيتها بيسر، الى جانب عكس اتجاهية كل منها مع طبيعة القراءة العربية من اليمين نحو اليسار، ومن ثم فان انقلاب العناصر التوضيحية اسفلها واعلاها، افقدها وظيفتها الادائية والتعريفية للحركة الشعار لينتج عن فقدان علاقة ربطها بالأجزاء الاخرى على الرغم من علاقات الشد الفضائي، الا انه فقدها وظيفة الحركة الموضوعية في حين احدث تكاملاً للعناوين الرئيسة اعلى واسفل الفضاء.

وقدمت المعالجات موضوعياً للحيز الفضائي المقطع، نوعاً من التميز بقعل التباين القيمي وحالة التأطير لغرض نقطة استقطاب مركزية اوجدت تراجعاً في دعم الوحدات المتراكبة خلاله، بما ادته حالة التناسب لتصغير ابعادها، وتراجع تفعيل بناء هذه الوحدات بشكل يشكل قوة تحفيزية لأدراك الدلالة الرمزية والتعبيرية، اذ من اليسير استلام هيئة الكرة الا ان الهيئة الاخرى بدت واضحة نوعاً ما للدلالة والاستنتاج عنها تراجع في وظيفة وحركة جزئية في حين ادى تقارب اقيام الفضاء مع الارقام بقيمة الاسود الى استلامها بصعوبة.

#### انموذج رقم (4)

##### نادي الكهرباء الرياضي

الخصائص المظهرية الشكلية:

اتخذ المصمم هيئة الدرع الاوربي للشعار، واتخذ القيمة اللونية الحيادية (الابيض) لملاء الحيز الفضائي للدع، من ثم تراكب عدد من الوحدات الشكلية والرمزية المكونة للشعار، لتحث نوعاً من الادراك لتعدد الوحدات خلال



الحيز الفضائي الضيق حيث نجد الهيئة الرمزية الصعقة الكهربائية وهيأة الدوامة وهيأة مزعمة غير معروفة الهوية، ومن ثم جاء اسم النادي في تشكيل خطي عادي حديث الامر الذي ادى الى صعوبة قراءتها الى جانب عدم وضوحها.

التنظيم الشكلي:

جاءت العناصر الكتابية في تنظيم افقي للاطار الايقوني للشكل من ثم جاء السطر الاخير لتاريخ النادي خلال تنظيم خطي افقي.

ومن هنا نجد، على الرغم من تكوين الوظيفة الشكلية لحركة التكوين من خلال الاطار للهيئة الشكلية للدرع المكونة لفضاء الحاوي لعدد من الاجزاء، نجد ضعفاً في تحقيق حركة موضوعية وعلاقة ارتباطها ببعضها ناتج عن توظيف رمز دلالية مبهمة في علاقة ارتباطها الوظيفية اساس الفكرة لتصميم الشعارات الرياضية، حيث نجد ان الدرع المتمثل بالفضاء الحاوي للوحدات لا يمثل أي مرجعية دلالية واضحة لعملية او الصحة في حين جاءت الحركة المتراكبة كلياً فوق فضاء الحركة الرمزية لصعقة الكهربائية الى الجانب الايمن ولم تحقق علاقة ارتباط مع الوحدات الشكلية، في حين جاءت شكلية النص الكتابي لاسم النادي لتكوين هيئة اشبه بالدائرة وتحتها كتابة باللغة الانكليزية بشكل خطي من المفترض انها تكوين والى جانبيها فضاء كبير لكونه لم تؤد الغرض الوظيفي بسبب تصغير العناصر وادغامها الى درجة لم تؤد معها الوضوح والمقروئية.

اسس التصميم البنائية:

نجد ان المصمم اوجد تنوعاً شكلياً الى جانب التنوع في ابعاد الوحدات ومواضيعها الا انها جاءت لتشكل عدداً من التنظيمات الخطية والحلقية والافقية والمركزية للعناصر الكتابية، الا انها اظهرت نوعاً من الجمود والابتعاد عن تسهيل مدى وضوحها ومقروئيتها وذلك لاختلاف الابعاد لكل عنصر ضمن الحيز الفضائي الداخلي لاطار الشعار في حين تراجعت التنوعات بالقيم اللونية واختزلت الى خمسة اقيام (الازرق - الاحمر - البرتقالي - الابيض - الاسود).

## الفصل الرابع / النتائج ومناقشتها

### النتائج :

- 1- الاثر النفسي لعناصر ومبادئ التصميم تخلف اثراً او اثراً على المستخدم .
- 2- التصميم المبني على دراسة سلوكيات المستخدم وقراءة شخصيته اكثر ملائمة واقوى وقعا واشد تأثيراً في نفس المستخدم .
- 3- دراسة علوم النفس ما يرتبط منها بالسلوك الانساني تثرى ثقافة المصمم وتطور فكره وعمله .

### التوصيات :

- 1- الاهتمام بتدريس مقررات علوم النفس في المراحل التعليمية المختلفة وخصوصاً الجامعية لما لها من اثر في تكوين شخصية الانسان .
- 2- تطوير مناهج علم النفس التي يتم تدريسها بكليات الفنون .
- 3- ربط ما يتم تدريسه من علوم نظرية كعلم النفس بمجالات التخصص التطبيقية .
- 4- يتيح الشعار القدرة على ابراز المواضيع المهمة وجعلها اداة استقطاب للمتلقي .
- 5- الاعتماد في كثير من الاعداد الثبوت في عملية الاختيار التنظيم الشكلي حيث يمكن ان يعتبر جانب من جذب الانتباه .

### المقترحات :

- 1 - دراسة الخطاب النفسي التربوي في التصاميم وتأثيرها على المتلقي .
- 2 - دراسة خطاب التصميم في الشعار .
- 3 - دراسة الخطاب النفسي والتربوي في الشكل التصميمي .

### احالات البحث :

- (1) تعريف مفهوم علم النفس لغوياً في معجم المعاني الجامع - معجم عربي .
- (2) تعريف علم النفس اصطلاحاً <https://ar.wikipedia.org/wiki> .
- (3) تعريف مفهوم الخطاب لغوياً في معجم المعاني الجامع - معجم عربي .
- (4) تعريف مفهوم الخطاب اصطلاحاً <https://mkaleh.com> .
- (5) احمد محمد عبد الخالق / اسس علم النفس / الاسكندرية / دار المعارف الجامعية / الطبعة الثالثة / 2005 / صفحة 4 .
- (6) علم النفس العام / أ.د. محمد عودة الريماوي وآخرون / الاردن / دار المسيرة للطباعة والنشر / الطبعة الخامسة / صفحة 4 .
- (7) احمد عزت راجح / اصول علم النفس / القاهرة / دار المعارف / 1968م / صفحة 4 .
- (8) احمد عزت راجح / اصول علم النفس / القاهرة / دار المعارف / 1968م / صفحة 5 .
- (9) <http://www.egyres.com> , p 7 .
- (10) <http://www.alriyadh.com> , p 7 .
- (11) علا حريه / الاحتياجات النفسية في العمارة / بحث منشور على الموقع الالكتروني اكاديميا [Http://inasyria.academla.edu](http://inasyria.academla.edu) / OlaHarba / صفحة 8 .

- (12) Using Design Psychology to Create Ideal Places-DR.Toby Israel-Design Psychology press -2010-P9 .
- (13) عالم نفسي امريكي ولد في بروكلين 1908م واشتهر بنظريته عن تدرج الحاجات / صفحة (9) .
- (14) Abraham Maslow, Motivation and Personality (New York: Harper & Row, 1954) , P9 .
- (15) Ramziarabi.blogspot.com/2005/06/photos-expression.html , P 10.
- (16) [www.gate-architecture.com/bilder/archive/architecture20%paverkan.htm](http://www.gate-architecture.com/bilder/archive/architecture20%paverkan.htm), P11.
- (17) الحسيني، اياد حسين عبدالله، فن التصميم، دائرة الثقافة والاعلام، الشارقة، 2008، ص20.
- (18) الحسيني، اياد حسين عبدالله، المصدر السابق، ص21.
- (19) الرياضة: من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة .
- (20) سمير محمد حسين، (مداخل الاعلان)، مصدر سابق، ص25.
- (21) صفوت العالم، (مقدمة في الاعلان)، مصدر سابق، ص36.
- (22) منى سعيد الحديدي، سلوى أمام علي (الاعلان - أسسه وسائله)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص24.
- (23) صفوف محمد العالم، (الاعلان الصحفي)، مطبعة جامعة القاهرة، للتعليم المفتوح، 1999، ص155.
- (24) سمير محمد حسين، (فن الاعلان)، مطابع انترناشيونال بريس، القاهرة، 1977، ص16.
- (25) خليل الجر، (المعجم العربي الحديث لأفوس)، مكتبة لاروس، باريس، 1973، ص1052.
- (26) محمد الماكري، (الشكل والخطاب - مدخل للتحليل الظاهراتي)، مصدر سابق، ص176.
- (27) عباس جاسم حمود الربيعي، (الشكل والحركة والعلاقات الناتجة في العمليات التصميمية ثنائية الأبعاد)، أطروحة دكتوراه، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، تصميم طباعي، بغداد، 1999، ص77.
- (28) سؤال وجهه الباحث الى أ.م.د. نصيف جاسم محمد، اختصاص تصميم طباعي، بتاريخ 2013/4/21.

#### ملحق رقم (1) / استمارة تحليل العينات :

| الوظيفة التصميمية | جمالية نفعية |
|-------------------|--------------|
| الاسس التصميمية   | السيادة      |
|                   | التدرج       |
|                   | الانسجام     |
|                   | النسبة       |
|                   | التكرار      |

|                    |                                     |
|--------------------|-------------------------------------|
| الوحدة             |                                     |
| الفضاء             | الحركة من خلال<br>العناصر التصميمية |
| الشكل              |                                     |
| اللون              |                                     |
| الخط               |                                     |
| النقطة             |                                     |
| افقي               | انواع الحركة في<br>التصميم          |
| شاقولي             |                                     |
| عمودي              |                                     |
| مائل               |                                     |
| منحني              |                                     |
| الجمالية           | دلالات الشعار                       |
| التعبيرية          |                                     |
| الوظيفية - اتصالية |                                     |
|                    | الوصف العام للشعار                  |
|                    | تسلسل العينات                       |