

الألوان ما بين المضمون الفكري التعبيري والدلالات والقيم في تصميم الشعارات

محمد التجاني عوض الله<sup>1</sup> وعبد الباسط عبد الله الخاتم<sup>2</sup>

1. شركة دار السلام للبنية التحتية modteglogo@gmail.com

2. جامعة المستقبل — abdelbaset2019@gmail.com

### المستخلص

هدفت هذه الدراسة الى التعريف والوقوف على الدلالات اللونية المرتبطة بالثقافة والتراث والبيئة في تصميم الشعارات، كما هدفت الدراسة الى توضيح أثر القيم والدلالات اللونية في إبراز وإدراك المضمون التعبيري في تصميم الشعار ورفع درجة التذوق الفني. ولقد إعتد الباحث في جمع البيانات والمعلومات على الزيارات الميدانية والمقابلات الشخصية والعديد من المراجع والكتب وإستخدم أسلوب المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم إختيار مجموعة من النماذج لبعض مصممي الشعارات والعلامات التجارية ل يتم تحليلها من الجوانب الفنية. ولقد أسفرت الدراسة على نتائج هامة أثبتت أن اللون كعنصر تشكيلي ذو مدلول فكري وتعبيري وفقاً للقيم والعادات والتقاليد ويعزز من قيمة الشكل، وعنصراً أساسياً في جانب التذوق الفني والإدراك الفكري.

الكلمات المفتاحية: البصري، الملوكية، التباين، التوافق، التوهج

### Abstract:

This study aims at defining the color meanings associated with culture, heritage and environment of logo design as well as clarifying the influence of the value and color meaning at accentuating the expressional content in designing logos and elevating the art appreciation, the researcher depended on field visits, interviews, and references in collecting the data and the followed the analytical descriptive approach where random logos by some logo and brand designers were chosen and their artistic aspects analyzed. The paper showed significant results which proved that the color as an artistic aspect has intellectual and expressional connotation related the values, culture, and customs, it also enhances the shape value and is a basic aspect in the appreciation of art and intellectual understanding.

**Keywords:** Visual, kingship, contrast, Harmony, glow

### المقدمة

اللون هو ذلك التأثير الفسيولوجي (أي الخاص بوظائف أعضاء الجسم) الناتج عن شبكية العين، سواء ناتجاً عن المادة الصبغية الملونة أو عن الضوء الملون. اللون جزء من العالم المحيط بنا وهو يلازمنا في حياتنا، ويدخل في كل من حولنا. ونحن ننفق على الجوانب الجمالية - سواء في أنفسنا أو داخل بيوتنا أو خارجها أضعافاً مضاعفة ما ننفقه على شؤون المعاش

الضرورية، ولا شك أن اللون يبرز كواحد من أهم عناصر الجمال التي نهتم بها، ونستعين بأراء المختصين والخبراء لتحقيقها (أحمد مختار، 1997م، ص13).

فاللون هو ذلك الإحساس البصري المترتب على إختلاف أطوال الموجات الضوئية في الأشعة المنظورة، والألوان تزود الفرد بمعلومات عن الموضوعات الموجودة في البيئة مما يساهم في وصفها وتحديد وضعها في الفراغ. ويعد اللون من العناصر التشكيلية اللازمة لتحقيق الجاذبية للشعار، ولما يتميز به من خصائص تمكن المصمم من السيطرة على الفراغ وتنظيمه لإعطاء تأثيرات وأبعاد فراغية متعددة في الأعمال الفنية ذات البعدين. (فاطمة الزهراء، 2011م، ص53).

للألوان عنصر في غاية الأهمية وقد يكون العامل الفارق في نجاح التصميم إذا أحسنت استخدامه ليلائم الرسالة التي تريد إيصالها. وهو الأداة الأقوى الغير لفظية للتواصل التي يمكن أن تستخدمها. فقولنا مبرمجة للاستجابة للألوان .. والرسائل التي تصل إلى اللاوعي لدينا تشكل أفكارنا وهذا يعتمد أحياناً على الثقافة البيئية والمحيطية بنا.

يعد اللون من أهم المظاهر المثيرة في البيئة المحيطة بالإنسان وقد إرتبط به منذ بداية مشوار الحياة ودخل في صميم حياته الفكرية العقائدية والمادية، وهو عنصر ذو قيمة تشكيلية وجمالية، وأنه الوسيلة الأقدر على إدراك الأعمال الفنية، ولقد أستخدم اللون قديماً في رسم الطبيعة وعناصرها أو في تكوين الزخارف وإثراء مظاهر الأشكال والأسطح، وقد أثار مفهوم اللون إهتمام الكثيرين من الفنانين والمفكرين والعلماء على حد سواء وذلك لتعدد إستعمالاته في الحياة والفن، ونجد في العصر الحديث إزدياد الإهتمام بخواص اللون ودلالاته من خلال إستثمار نتائج النظريات والبحوث التي أجريت عليه، عبر الإنسان خلال مراحل تطوره الحضاري عن أفكاره ومعتقداته من خلال اللون لأنه يتفاعل مباشرة مع حواسنا. (ضاهر، 1979م، ص19).

بعد النظرة الشاملة الى رمزية عدد من الألوان في عدد من أهم العقائد والحضارات، من المناسب التوقف عند كل واحد من الألوان، الأساسية منها على الأقل، لتبيان دلالاتها ورمزيتها منذ فجر التاريخ وحتى أيامنا هذه، وذلك في مختلف الحضارات وجميع أصقاع الدنيا بالإستناد الى ما ذكره المؤرخون والباحثون ومبتدئين باللون الأبيض. (كلود عبيد، 2013م، ص39-41).

#### مشكلة الدراسة

اللون كعنصر تشكيلي في تصميم الشعارات له دلالاته التعبيرية وفقاً للعقيدة والقيم والثقافة والعادات والتقاليد. من هنا تتمثل مشكلة الدراسة في السؤال التالي:

هل يمكن بإستخدام الالوان أن ندرك المضمون الفكري والتعبيري في تصميم الشعارات.

#### فرضيات الدراسة

القيم والدلالات اللونية في تصميم الشعار تحمل معاني تعبيرية وقيم فنية تعزز من الشكل والمضمون. أهمية الدراسة: تتمحور أهمية هذه الدراسة في الآتي:

- 1- تأكيد أهمية اللون لما يحمله من قيم ودلالات تعبيرية في تصميم الشعار.
- 2- فهم ماهية اللون في الفنون التشكيلية.
- 3- إضافة دراسة علمية حديثة تتضمن الدلالات اللونية والتعبيرية في تصميم الشعار.
- 4- الاستفادة من توظيف اللون تعبيرياً في الاتجاهات الفنية الحديثة في الشعار.
- 5- إلقاء الضوء علي دلالات اللون في الشعارات.

أهداف الدراسة: من أهم أهداف هذه الدراسة:

- 1- التعريف بأهمية استخدام اللون في تصميم الشعارات.

- 2- إبراز القيم والدلالات اللونية وأثرها في إدراك المضمون التعبيري في تصميم الشعار.
- 3- التعرف علي دلالات اللون في تصميم الشعار وارتباطه بالثقافة والبيئة التراث.

### منهج الدراسة

ينتهج الباحث في هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي بإعتباره أقرب وأنسب المناهج لطبيعة البحث كما يتيح للباحث دراسة ورصد وحصر وتصنيف وتحليل القيم والدلالات اللونية في الشعار.

### مجتمع الدراسة

مجتمع المصممين والتشكيليين والاكاديميين، لقد تم إختيار اربعة نماذج من الشعارات لبعض المصممين (تصميم الشعارات والعلامات التجارية) لأنها تحقق أهداف وفرضيات الدراسة.

### أدوات الدراسة

1- الملاحظة والمسح.

2- الكتب والمراجع الأولية والثانوية.

### مصطلحات الدراسة

- 1- **التعبير:** اصطلاح انتشر استعماله بدلالاته اللغوية في بداية ظهور المذاهب الفنية الحديثة بصورة عامه ويعني الظاهر الخارجية للمشاعر الداخلية ، والتعبير الفني وسيلة أو أسلوب للتواصل من خلال القيم والعناصر الفنية.
- 2- **الدلالة:** صفة تدل على كلمة للوصول إلي المعني أو أي شيء يقوم بدور العلامة أو الرمز سوى كان لغوياً أو مادياً.
- 3- **الشعار:** هو رسم يعبر عن ذاتية صاحبه وشخصيته ومضمونه سواء كان صاحبه شركة أو مؤسسة أو وزارة ..... الخ وهو يتكون عادة من رمز أو صورة أو خط (كتابة) وقد يجمع بين هذه العناصر جميعها.
- 4- **مفهوم الرمز:** الرمز مفهوم محدد للأشكال التي على الأغلب لديها خلفيات تاريخية وفكرية في أذهان الناس مرتبطة بأحداث معينة أو بعقيدة معينة أو حضارة معينة.
- 5- **اللون:** هو ذلك التأثير الفسيولوجي (أي الخاص بوظائف أعضاء الجسم) الناتج عن شبكية العين، سواء ناتجاً عن المادة الصبغية الملونة أو عن الضوء الملون.

### الإطار النظري: المبحث الاول

#### 1- مفهوم الشعار

إن إستعمال العلامات البصرية للتعريف بالأشياء ليس بالشئ الجديد، ففي العصور الوسطى كان لكل تاجر علامة معينة وكانت العلامات تستخدم للتعريف بنوعية المنتجات أو التعريف بالجهة التي تنتج هذه المنتجات، وفي عصر الثورة الصناعية التي فتحت أبواب الإنتاج الهائل على مصراعيه إزداد الإهتمام بالعلامات التجارية للتعريف البصري من جهة ولتمييز منتجات شركة معينة من غيرها (أسامة بدري محمد العاني، 2013م، ص 52).

عرفه شفيق بأنه علامة مميزة إتخذها الفرسان وأتباعهم في العصور الوسطى لتمييز الجماعات المقاتلة بعضها عن بعض ويتخذها اليوم أفراد جمعية أو نقابة أو أفراد كل سلاح تمييزاً لهم عن غيرهم. يؤكد على صفة التميز التي يصبغها على من يتخذها سواء كأفراد أو جماعات أو جيوش، والتعبير عنهم بعلامة ترمز إليهم أو للتعبير عن مضمون معين. يشير من خلال شكله أو نسه إلى معاني أو نشاط أو خدمات ما.

يعد الشعار علامة بصرية ترافق المنتج في كل حالاته، أو كل ما يتعلق بأي مجال من أوراق ومطبوعات وإعلانات، وهو الذي يحقق من خلال الربط البصري، الربط بين المنتج أو الشركة أو غيرها. واللاشعور عند المتلقي يخلق الإلفة بينه وبين المجال المرتبط به سواء (تجاري أو إجتماعي أو سياسي أو ثقافي). (سامية عبد الحليم الصديق، 2002م، ص 77).

يعرف الشعار بأنه العلامة وشعار القوم في الحرب علامة تميزهم ليعبر بعضهم بعضاً أو علامة دولة أو جماعة أو عبارة يتعارف بها القوم في الحرب والسفر. (فاطمة الزهراء كمال رشوان، 2011م، ص 22).

كما عرف الشعار بأنه رسم يعبر عن ذاتية صاحبه وشخصيته ومضمونه سواء كان صاحبه شركة أو مؤسسة أو وزارة ... الخ وهو يتكون عادة من رمزاً أو صورة أو خط (كتابة) وقد يجمع بين هذه العناصر جميعاً. (أسامة بدري محمد العاني، 2013م، ص 54).

## 2- خصائص الشعار

الشعار مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالإتصال والإعلان، وهناك فرق كبير بين رؤيته وتمييزه عن غيره أو العكس وسط كل هذا الكم من المؤثرات الخارجية، وحتى يتحقق هذا التميز يجب أن تتوافر في الشعار بعض الخصائص التي تجذب إنتباه المتلقي وتثير إهتمامه هي:

أ- **القدرة على التأثير:** تستحوذ على إثارة إهتمام المتلقي والتأثير فيه لفترات طويلة وما يحمله من إحياءات ومعان ومضامين معينة توجي له بالرسالة دون سواها من الأشكال الأخرى، فالمرجع مثلاً يوجي بالإستقرار لأن أضلاعه متساوية وزواياه قائمة، والمستطيل يوجي بالقوة الكامنة في أضلاعه ويكون أكثر راحة للعين عندما يخضع طوله وعرضه للنسبة الذهبية كذلك الصدق في توصيل الرسالة بحروف مبسطة بعيدة عن التعقيد والتفاصيل الزائدة.

ب- **البروز:** يقصد به لفت النظر بإستخدام حروف وكلمات مبسطة معبرة عن المضمون ذات تميز بسيادة غير مفتعلة بأي حرف أو عنصر تتسم فيه الحداثة.

ج- **الخروج عن المألوف وحداثة الفكرة:** تتمثل في فكرة مبتكرة لم يسبقها أحد سواء في الحروف كعناصر أو في شكل التصميم العام بشرط أن يتوافق ذلك مع مضمونه وأهدافه الوظيفية والجمالية ويلجأ إليها بمثابة وسيلة وليست غاية وإلا فقد الشعار أهدافه ومعانيه.

د- **سهولة الفهم ووضوح الفكرة:** هو البعد عن التعقيد والتفاصيل الزائدة فالوضوح والبساطة في توزيع المفردات يحققان سرعة جذب الإنتباه وإثارة الإهتمام. (سامية عبد الحليم الصديق، 2002م، ص 78-79).

3- **سمات الشعار:** يُرى ويُفهم تصميمه بمجرد النظر إليه ليسهل تعلقه بالذاكرة أطول مدة ممكنة لتحقيق أهدافه الوظيفية والجمالية. ويتميز بالآتي:

أ- ملاءمته لذوق وثقافة الجماهير.

ب- وضوح عناصره وعدم الإيهام.

ج- حبكة التصميم والجمال الفني.

د- بساطة المفردات والأشكال والبعد عن التعقيد.

هـ- إلتزامه بهدفه الوظيفي والتعبير عن فكرته لتوصيل رسالته.

و- يتميز بالإيجاز والتجريد لنقل فكرته عن طريق وسائطه الأساسية ومفرداته من (الخط والحرف والرمز والعلامة). (سامية عبد الحليم الصديق، 2002م، ص 78).

#### 4- وظيفة الشاعر

تحدد وظيفة الشاعر ومدى نجاحه على مدى تأثيره في الجمهور المتلقي، وذلك وفقاً للثقافات المختلفة داخل المجتمع الواحد. متعدد الطبقات ومتنوع الثقافات، وعليه فالمصمم للشعار يهتم بأن تصل رسالته الشكلية إليهم جميعاً، وذلك من خلال: أ- جذب الإنتباه: بمعنى أن يكون للشعار القدرة على لفت نظر المشاهد والإستحواذ على إنتباهه عن طريق الشكل من خلال ترتيب عناصر التصميم وتركيبها في إيقاع حركي حيث أن الحركة أكثر قدرة على جذب الإنتباه، أو عن طريق اللون المتمثل فيه في قوته وشدته وطاقته الحركية بالإضافة إلى تلخيص الأشكال والعناصر وإختصارها بحيث يتم إستيعابها في أقل وقت ممكن مما يزيد من قوة جذب إنتباه المشاهد لرؤيته.

ب- إثارة الإهتمام: تعد إثارة إهتمام المشاهد لموضوع الشعار ضرورة لمعرفة مضمونه، ويتم من خلال بروز الشكل عما حوله من كتابات أو خطوط بارزة الصياغة في تصميم الشعار، وذلك لسهولة إدراك المشاهد له، ونقله من مرحلة لفت النظر أو الرؤية السريعة إلى مرحلة إثارة الإهتمام بمضمون الشعار.

ج- دلالة الأشكال في الشعار: للأشكال إيهاءات ودلالة خاصة ولها تأثير على المشاهد، ومعرفة هذه التأثيرات أمر هام في تصميم الشعار، فيؤدي الإستخدام الجيد لهذه الإيهاءات والدلالات إلى إثارة الشعور والعواطف والدوافع المختلفة نحو موضوع الشعار، فهناك أشكالاً توحى بالإيجابية والإعتدال وأخرى بالثقل والتحدى بينما تالفة بالخفة والنعومة.

ومن ثم فمن وظائف الشكل في تصميم الشعار إعتماده على الجوانب النفسية مثلما يعتمد على الجوانب الفنية ومهارات الإتصال. يتضح ان الشكل في تصميم الشعار يقوم بعدة وظائف تتمثل في:

أ- قدرته على جذب الإنتباه عن طريق حركته من خلال ترتيب عناصر التصميم.

ب- قدرته على إثارة الإهتمام من خلال بروزه عما حوله من عناصر في الشعار.

ج- الدلالات النفسية الخاصة التي توحى بها.

وبناءً عليه يستطيع مصمم الشعار التلخيص والتبسيط والترميز للموضوع أو الفكرة المراد توضيحها ونقلها للمتلقي التي قد تكون في شكل كلمات أو رموز شكلية لتحقيق نوع من الإستمرارية لحملة توجيهية على مدار فترة زمنية معينة ونقل الأفكار من المصمم إلى المتلقي لينقل إليه من المعلومات ما يزيد من ثقافته الإقتصادية والإرتفاع بالمستوى العلمي، وترويج المبادئ السياسية والإجتماعية. (فاطمة الزهراء كمال رشوان، 2011م، ص34-36).

#### 5- أهمية تصميم الشعار

يعد الشعار من المجالات الرئيسية في تدريس مادة التصميم، وكأحد وسائل التعبير والإتصال الجماهيري من خلال شكله المرئي الذي يقوم بالعديد من المهام التربوية لتحقيق إتصال عام تتجاوب معه الجماهير المعنية بهذا الشعار، فهو علامة بصرية تتواجد فيما يتعلق بأي مجال من أوراق ومطبوعات وعبوات المنتجات، حيث يستعان به لتوضيح فكرة أو مضمون سياسي أو تجاري... بطريقة سهلة وواضحة ومفهومة لدى جميع فئات الجماهير.

أ - يختص بميزة الإيجاز وسرعة الإبلاغ لفكرة أو رسالة بهدف تنمية بعض المفاهيم الإيجابية لدى المشاهد، أو لترويج منتج ما.

ب - يثير حب الإستطلاع لدى المصمم ويشوقه لمعرفة محتواه وسهولة معرفة هذا المحتوى الأمر الذي يزيد من احتمالات تأثيره فيه وعليه.

ج - يسهم في تنمية التفكير الإبداعي الثقافي والإجتماعي.

يتضح مما سبق أن تصميم الشعر له أهميته في توضيح أو نقل أفكار أو معاني أو مفاهيم إيجابية في مجالات متنوعة في هيئة مرئية بطريقة سهلة وواضحة وسريعة ومثيرة لإهتمام المصمم، ومن ثم قدرته على التأثير فيه. (فاطمة الزهراء كمال رشوان، 2011م، ص41).

#### 6- أساليب صياغة الشكل في تصميم الشعر

تستخدم الأشكال في تصميم الشعر لتقديم، ونقل الأفكار والمفاهيم وتقريبها إلى أذهان مشاهديه، وتختلف وتتعدد طرق وأساليب صياغتها، ومن أشهر الأساليب المتبعة في صياغة الشكل عند تصميم الشعر ما يلي:

أ- **الاتجاه الرمزي:** في هذا الاتجاه تستخدم أشكالاً لا تقلد واقع الأشياء ولا تماثلها، وإنما ترمز إليها من خلال بعض عناصرها البارزة التي تدل عليها ويمكن فهمها، للتعبير بالرمز عن موضوع الشعر، أو المعاني المراد نقلها للمشاهد. ويقدم الرمز في الشعر في صورة مصاغة بعدة أساليب:

- **الأسلوب التمثيلي:** في هذا الأسلوب إتجاه إبراز الواقع البصري المؤلف حيث يتم فيه تقليد الأشكال الطبيعية تقليداً دقيقاً، ويعتمد على ملاحظة وتسجيل وتحليل الأشياء الواقعة في مجال الإدراك البصري، ويلتزم المصمم بالقواعد الفنية التي تساعده على تمثيل الواقع والنسب المألوفة للأشكال، فالمشاهد لا يجد صعوبة في التعرف على العناصر المرسومة، حيث يكاد يماثل الطبيعة.

- **الأسلوب المجرد:** يختلف هذا الأسلوب عن الأسلوب السابق في أنه يتجنب المحاكاة ويثير إستجابات جمالية للعلاقات الشكلية بين المساحات والأبعاد والخطوط والألوان، حيث يتميز هذا الأسلوب بتلخيص الشكل الواقعي المرئي وإلغاء كثير من تفاصيله، ثم إبراز الشكل دون التقيد أو الإرتباط بالعنصر الممثل في الطبيعة، حيث تتميز بإعتمادها على الأسلوب التجريدي في صياغة أشكالها.

- **الأسلوب المبسط:** هو أسلوب وسيط بين الأسلوبين التمثيلي والمجرد، فالرسوم المبسطة هي تمثيل تقريبي سهل للأشياء، حيث تستخدم للدلالة على الأشياء مع الإبقاء على بعض خصائصها وفق مظاهرها المرئية في الطبيعة، ومن ثم يجب على المصمم إدراك الخطوط الأساسية للشكل ثم التعبير عنها بحيث يبقى على بعض خصائص الشكل لكي يسهل التعرف عليه، بحيث ينقل الفكرة إلى المشاهد دون الحاجة إلى إضافة تفاصيل.

يتضح من خلال إستعراض الأساليب المختلفة في صياغة الشكل الرمزي عند تصميم الشعر، إمكانية أن يختار المصمم بين أساليب صياغة الشكل الرمزي المختلفة بما يتناسب مع قدرته، والموضوع بالأسلوب الذي يمكنه من نقل فكرته إلى المشاهد. (فاطمة الزهراء كمال رشوان، 2011م، ص49-51).

#### 7- العوامل التي تؤثر على الشكل في تصميم الشعر

هناك عدة عوامل لا يجب إغفالها عند تصميم الشكل في الشعر بحيث يتحقق من خلالها الأثر الجيد للشعر وهي:

أ- **طبيعة عنصر الشكل في تصميم الشعر:** يقصد بطبيعة عنصر الشكل (نوعيته أو صفاته الخاصة) فالشكل في تصميم الشعر يجب أن يكون ذي صياغة يسهل إدراكها والتعرف على محتواها.

وقد أشارت العديد من المراجع والدراسات والبحوث إلى أن الأشكال الهندسية أو الأشكال القريبة منها تسهل رؤيتها أكثر من غيرها، ومن الأشكال التي يسهل إدراكها أيضاً تلك الأشكال ذات القوة الديناميكية في الخط والوضع إذ تتوفر فيها قوة جذب أكبر من الأشكال الأستاتيكية.

ب- مساحة الشكل في تصميم الشعار: مساحة الاشكال في الشعار يجب أن تكون مناسبة بالدرجة التي تكفي لرؤيتها جيداً، فالأشكال الواضحة تقوى تأثير الشعار، ولا يقصد أن المساحات الكبيرة لها قوة جذب أكبر من المساحات الصغيرة، فالجاذبية التي تكون لمساحة معينة في الشعار تتوقف على صفات معينة في هذه المساحة مثل درجة تألق لونها وشكلها ووضعها داخل التصميم الكلي مع مراعاة النسبة بين مساحة الأشكال في الشعار ومساحة الهيئة الكلية له.

ج- وضع الشكل في تصميم الشعار: إختيار الوضع المناسب للشكل عند تصميم الشعار يضمن جذب بؤرة الإهتمام ونظر المشاهد، وقد أكدت بعض المراجع والدراسات والبحوث على أن مركز التصميم هو أنسب المواقع لإدراك الشكل الرئيسي ذي البعدين في الشعار، ثم يلي مركز التصميم الموضع أعلى اليسار، وهذا ينطبق على وضع الشعار كهيئة كلية بالنسبة لأي خلفية يشاهد أمامها وذلك لضمان بروزه وسهولة التعرف عليه.

كما أنه من الأفضل إستخدام الأشكال والحروف والجمل الخطية في وضع أفقي كلما أمكن ذلك، إلا إذا كان المصمم يريد لفت نظر المشاهد إلى شكل معين أو كلمة فيه عن طريق إنحرافها إلى اي جهة، مع مراعاة ثقل الشكل لكي يتزن في الشعار من خلال جعل الاشكال أكثر عرضاً في أسفلها عن أعلاها لتحقيق الإتزان فيها.

د- لون الشكل في تصميم الشعار: تدرك الأشكال في الشعار من خلال التباين اللوني بين الأشكال وهيئة الشعار التي تمثل أرضية بالنسبة لها لأن هذا التباين يعمل على رفع قيمة إنتباه المشاهد للشعار مما يدفعه إلى تأمله ومحاولة فهم ما يحتويه، كما يكسب الشكل الرئيسي في الشعار بروزاً يؤدي إلى التركيز على فكرة محددة بعمل تباين في تالقه ألوانه (قيمة التدرج اللوني أو قوة الضوء) بالنسبة للأشكال الأخرى.

هـ- الشكل والارضية في تصميم الشعار: يقصد بالشكل والأرضية في تصميم الشعار الشكل وهيئة الشعار الكلية كخلفية له، ويختلف الشكل في صفاته المرئية عن الأرضية الموضوع عليها، حيث تحتاج الأشكال لكي ترى واضحة إلى مساحة أو فراغ حولها لكي تحدث إحساساً بالحدود التي توضح شكلها، إلا أنه في بعض الشعارات تقوم فكرة التصميم على تبادل المواقع بين الشكل والأرضية لتصبحا المساحتان إيجابيتان.

الشكل في تصميم الشعار له صفات لا بد من أن تتوافر فيه من حيث أسلوب صياغته، ومساحته (كبر أو صغر حجمه)، ووضعها، وما يحتويه من ألوان، وذلك لسهولة إدراك المشاهد له والإهتمام بمضمونه. (فاطمة الزهراء كمال رشوان، 2011م، ص 51-52).

## المبحث الثاني

### دلالات اللون في القرآن الكريم

يعد اللون من أهم المظاهر المثيرة في البيئة المحيطة بالإنسان وقد ارتبط به منذ بداية مشواره في الحياة ثم دخل في حياته العقائدية والفكرية والتعبيرية ، ونجد أن دلالة اللون تتحدد بشكل رئيسي من خلال فلسفة الألوان ومعانيها ، وقد تختلف دلالاتها ورموزها من حضارة إلى أخرى ومن شعب إلى آخر لارتباطها بالفكر العقائدي والقيم الثقافية والعادات والتقاليد ، لهذا نجد أن بعض الناس يميلون إلي لون معين دون الآخر .

لقد ذكرت الألوان في القرآن الكريم في الكثير من الآيات وبدلالات مختلفة ومتعددة ، وأن ألوان البشر والمخلوقات وهي في ذاتها آية لمن يفكر في حكمة الله وعظمة ملكه ، قال تعالى (وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافُ أَلْوَانِكُمْ ۗ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّعَالَمِينَ) (سورة الروم ، الآية 22) ، وقال عز وجل (وَمِنَ النَّاسِ وَالْأَنْعَامِ مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهُ كَذَلِكَ إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ غَفُورٌ) (سورة فاطر، الآية 28) ، فقد ورد ذكر اللون الأبيض في القرآن الكريم إحدى



عشر مرة ، منها قوله سبحانه وتعالى وَأَمَّا الَّذِينَ ابْيَضَّتْ وُجُوهُهُمْ فَفِي رَحْمَةِ اللَّهِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (سورة آل عمران، الآية 107) ، وقال عز وجل (وَنَزَعَ يَدَهُ فَإِذَا هِيَ بَيْضَاءُ لِلنَّاطِرِينَ) (سورة الأعراف ، الآية 108) ، ونجد أن دلالات اللون الأبيض في هذه الآيات تشير إلي النقاء والصفاء والعمل الصالح ، وفي الحياة العامة نقول قلبه أبيض أو أيديه ببيضاء دلالة على الطيبة والصفاء والعطاء بلا مقابل ، أما اللون الأخضر فقد ورد تسع مرات في القرآن الكريم منها قوله سبحانه وتعالى (أُولَئِكَ لَهُمْ جَنَّاتٌ عَدْنٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهِمُ الْأَنْهَارُ يُحَلَّوْنَ فِيهَا مِنْ أَسَاوِرَ مِنْ ذَهَبٍ وَيَلْبَسُونَ ثِيَابًا خُضْرًا مِّنْ سُندُسٍ وَإِسْتَبْرَقٍ مُّتَّكِنِينَ فِيهَا عَلَى الْأُرَائِكِ نَعْمَ الثَّوَابُ وَحَسُنَتْ مُرْتَفَقًا) (سورة الكهف ، الآية 31) ، وقوله تعالى (مُتَّكِنِينَ عَلَى رُفُوفٍ خُضْرٍ وَعَبَقَرٍ حِسَانٍ) (سورة الرحمن، الآية 76) ، فقد جاء اللون الأخضر في الآيات الكريمة ليشير إلى النعيم وإلى الحياة لارتباط النبات الأخضر بالماء وضرورية الماء للحياة وكثيرا ما يكون اللون الأخضر في القرآن الكريم مرتبطا بالموت للأرض ثم حياة الأرض بعد ذلك ، كما يشير إلي الجنة ولبس أهلها والحياة الأبدية ، ان اللون الأسود قد ذكر في القرآن الكريم سبع مرات ، قال تعالى (يَوْمَ تَبْيَضُّ وُجُوهٌ وَتَسْوَدُّ وُجُوهٌ فَأَمَّا الَّذِينَ اسْوَدَّتْ وُجُوهُهُمْ أَكْفَرْتُمْ بَعْدَ إِيمَانِكُمْ فَذُوقُوا الْعَذَابَ بِمَا كُنْتُمْ تَكْفُرُونَ) (سورة آل عمران ، الآية 107) ، وقوله عز وجل (وَإِذَا بُشِّرَ أَحَدُهُمْ بِالْأُنثَىٰ ظَلَّ وَجْهُهُ مُسْوَدًّا وَهُوَ كَظِيمٌ) (سورة النحل، الآية 58) نجد أن اللون الأسود في هذه الآيات حاملاً دلالات عدة منها لون وجوه أهل النار ، فهو يعني ويرمز للكرب والحزن والهم والفناء ، اللون الأصفر فقد ذكر خمس مرات في القرآن الكريم ، قال تعالى (قَالُوا ادْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّنْ لَنَا مَا لُونُهَا قَالَ إِنَّهُ يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٌ صَفْرَاءٌ فَاقِعٌ لَّوْنُهَا تَسُرُّ النَّاطِرِينَ) (سورة البقرة ، الآية 69) ، وقوله سبحانه وتعالى (اعْلَمُوا أَنَّمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَلَهُوٌّ زِينَةٌ وَتَفَاخُرٌ بَيْنَكُمْ وَتَكَاثُرٌ فِي الْأَمْوَالِ وَالْأَوْلَادِ كَمَثَلِ غَيْثٍ أَعْجَبَ الْكُفَّارَ نَبَاتُهُ ثُمَّ يَهِيَجُ فَتَرَاهُ مُصْفَرًّا ثُمَّ يَكُونُ حُطَامًا وَفِي الْآخِرَةِ عَذَابٌ شَدِيدٌ وَمَغْفِرَةٌ مِّنَ اللَّهِ وَرِضْوَانٌ وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا مَتَاعُ الْعُرُورِ) (سورة الحديد ، الآية 20) ، ونجد أن اللون الأصفر له دلالات متباينة فهو يعني السرور كما يعني أيضاً الفناء والدمار ، في الحياة العامة اصفرار الجسم والوجه الإنساني يشي بعدم الصحة ودلالة على المرض ، جاء ذكر اللون الأحمر مرة واحدة فقط في القرآن الكريم في سياق تقريع الكافرين الذين كذبوا رسلهم وتذكيرهم بنعمة ربهم وقدرته ، قال الله تعالى (الَّذِينَ تَرَىٰ أَنَّ اللَّهَ أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجْنَا بِهِ ثَمَرَاتٍ مُّخْتَلِفًا أَلْوَانُهَا وَمِنَ الْجِبَالِ جُدَدٌ بَيضٌ وَحُمْرٌ مُّخْتَلِفٌ أَلْوَانُهَا وَغَرَابِيبُ سُودٌ) (سورة فاطر، الآية 27) ، قال سبحانه وتعالى (وَمِنَ آيَاتِهِ خَلْقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافَ أَلْوَانِكُمْ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّلْعَالَمِينَ) (سورة الروم ، الآية 22) فقد دعانا المولى عز وجل في هذه الآية إلى التأمل في الكون وفي ما خلق من إنسان وحيوان ومن نبات وجماد كي نفكر ونعقل ونتدبر من خلال دلالة ورمزية اللون في مخلوقاته سبحانه الخالق المبدع. (حسن إدريس، 2017م، ص6-7).

تأثيرات اللون السيكولوجية:

الألوان جميلة في ذاتها وتؤثر كثيراً في عواطفنا فيمكن أن يرفع اللون أو يخفض أو يهدئ أو يثير شعورنا النفسي ، وفي علاقتنا الجمالية باللون فإننا نتفاعل بسجيتنا مع طبيعة اللون فنتذوق عمقه أو دفئه أو درجاته ، ثم نمضي إلى المطابقة اللونية بين هذه الصفات وانفعالاتنا (يحيى، 1993، ص104) ، وقد نجد أن هناك ارتباطاً بين اللاشعور والتكوين المزاجي لكل شخص مع اللون ، ونجد أن هناك تأثيرات سيكولوجية للألوان علي النفس البشرية بالسلب أو الإيجاب ، فاللون هو تأثير فسيولوجي ناتج على شبكية العين ليس له إي ارتباطه بالعين فهي تسمح بإدراكه شريطة أن يتوفر الضوء ولا يمكن إدراك أي لون إلا بواسطة الضوء الواقع عليه ثم ينعكس على أعيننا، أما التأثيرات السيكولوجية (النفسية) للألوان في الإنسان فإنها قد تثير عنده أحاسيس وانفعالات قد نجد بعضها يوحي بأفكار مريحة والأخرى قد تثير الاضطرابات عند رؤيتها (حمودة، 1995، ص25) ، اتفق معظم علماء النفس في نتيجة الدراسات والتجارب على أن التأثيرات السيكولوجية للألوان تأتي



على نوعين تأثيرات سيكولوجية مباشرة وأخرى غير مباشرة لقد إعتدوا في هذا التصنيف على قياس الأطوال الموجية لكل لون ومدى أثر هذه الذبذبات الموجية على شبكية العين ، فالمباشرة تعطي تكويناً عاماً يرتبط بالمرح أو الحزن وهي تشعر أيضاً بالبرودة والسخونة أما الغير مباشرة فهي تتغير تبعاً للأشخاص والبيئات والمجمعات والعقائد (الزمزمي، 2001، ص96) .

قد يفضل الناس بعض الألوان لما تحدثه من تأثيرات سارة في نفوسهم ، وقد يرفضونها لما تحدثه من توتر وقلق ، فمن الناس من ينزلونها منزلة الأشخاص فيعطونها نفس صفات الأفراد من حيث القوة والشجاعة والكآبة ، وآخرون يفضلون ألواناً بعينها ويرفضون ألواناً أخرى نتيجة وجود ارتباطات سارة أو مؤلمة كانت قد حدثت لهم في الماضي ، وما اللون في هذه الحالات إلا مثيراً يعمل على استحضار تلك الأحداث وما عاصرها من انفعالات (الأبرشي ، 1966، ص11).

دلالات الالوان:

تحيط بنا الألوان ولا نستطيع أن نغفل عن التمتع فيها فبعض الألوان تروق للبعض وأخرى يتجنبها البعض، وهذا الذي يؤكد بأن الألوان إرتبطت بشكل أو بآخر في نفسية الإنسان، لذلك ترى البعض يأخذون وقتهم بإختيار اللون المناسب لظلال منزله، حتى أنه يخصص ألوان معينة لأشياء يرى بأنها تعبر عنها دون الرجوع لبحوث أو دراسات.

(<http://mawdoo3.com>).

هناك ألوان لها مدلولات خاصة فاللون الأبيض يرمز للسلام والإستسلام والأحمر عند الهندوس والصينيين للبهجة. وهنا نسرد مقارنة بين الثقافة الإسلامية والمسيحية والصينية لمدلولات الألوان حيث أن اللون الأبيض يعني لأهل الصين الأطفال أو الثغر، بينما لأهل الغرب يرمز إلي النصر والبراءة والسلام، واللون الأسود نفهمه بأنه الحزن أو الموت، ويستعمله الشيعة حزناً للإمام الحسين، بينما الأوروبيين يرمز إلي علوم الدين والظلام، والصينيون يرمزون به إلي الماء والأذن البشرية، وأخيراً اللون الأحمر، اللون الحار الرامز للنار والدم وشمس المغيب فهي في خلدنا تعني جهنم والنار، وفي الغرب تعني الحرارة والليالي الحمراء والحماية (الصليب الأحمر)، أما في الصين فيرمز إلي العائلة والشرف أو النار أو العين البشرية.

(<http://www.kenanaonline.com>).

**أ/ الأزرق الفاتح:** يرمز للحرية، الانتعاش، التفهم، النعومة، المرح، الشفاء، البراءة، الأمل، الهدوء، الراحة النفسية.

**ب/ الأزرق الغامق:** يرمز للحماية، الملوكية، الثقة، الوعي، النزاهة، الجدية، الرفعة، السلطة والقوة، النجاح، الأمان، غالبية الناس تحب اللون الأزرق وهو من الالوان الشائعة في تصميم الشعارات لما يحمله من معاني وتجده في الشعارات الحكومية وشعارات الجهات الطبية والقانونية والجهات التي تريد ان تعكس الثقة والجدية والرفعة.

**ج/ اللون الأحمر:** يرمز للطاقة، الدم، الخطر، النار، الاثارة، الحب، الشغف، الحزم، الشجاعة، الجلال والهيبة، القوة، يثير اللون الاحمر العديد من الاحاسيس المتضاربة، وهو من اكثر الالوان جذبا للانتباه ويعرف انه مثير ويرفع من ضغط الدم مما قد يجعل الناس تشعر بالجوع كما انه في نفس الوقت ليس مريحا الجلوس في غرفة غالب لونها احمر ولهذين السببين فهو مناسب جدا لمطاعم الوجبات السريعة.

**د/ اللون البرتقالي:** يرمز للنضارة، السرور، الابداع، الحماس، النجاح، المرح، الروح العالية، الحيوية، الدفاء، يتكون اللون البرتقالي من اللون الاحمر والاصفر لذا فهو يحمل جزءاً من سماتهما .. يحمل مرحاً وأكثر نضارة من الاحمر يستخدم في الشعارات التي تحمل طابع المرح والابداع والتسلية وهو محفز للمشاعر والشهية.

هـ/ اللون الأصفر: يرمز للشمس، البهجة، السعادة، الفضول، الطاقة، النضارة، التفاؤل، المرح، الإيجابية، الدفء، الخطر، يحمل اللون الأصفر رسائل متضاربة كالأحمر، فهو فاقع وجاذب للنظر تجده في اللافتات التحذيرية، يستخدم في تصميم الشعارات لجذب الانتباه كما بإمكانه ان يوحي بالسعادة والفرح والدفء .

و/ الأخضر مصفر: يرمز للعدوية، التطور، الربيع، المرح، الشباب، التطلع، الإيجابية، الابتكار، الانتعاش.

ح/ اللون الأخضر: يرمز للبيئة، الحياة النباتية، الطبيعة، البساطة، الانسجام، الهدوء النفسي، النضارة، الصحة، الشفاء، البراءة التجديد، الثراء، الأمل، يحمل اللون الأخضر معنى الحياة والتجدد، انه لون مريح وبارد تجده يستخدم في الشعارات التي تحمل رسائل صداقة البيئة والمؤسسات التعليمية والجهات الخيرية.

ع/ اللون البنفسجي: يرمز للملوكية، المتعة، الحكمة، النضج، رفعة المكانة، الاستقرار، العدالة، النبل، الأناقة، الروحانية، الفخامة الغموض، انه مزيج من اللون الأحمر والأزرق (الحار والبارد) فهو يعطينا إحساس الفخامة والملوكية ونجده في شعارات المنتجات الفخمة وبعض المؤسسات التعليمية وشعارات المنتجات النسائية.

غ/ اللون الوردي: يرمز للتقدير، الرقة، الزهور، الانوثة، اللطف، العرفان، البراءة، الرومانسية، النعومة، السكينة، اللون الوردي لون انثوي من الدرجة الاولى يعطي إحساس الرقة والبراءة، انه درجة ناعمة من الأحمر يوحي بصورة البنت الصغيرة إرتبط بشعارات التوعية بمرض سرطان الثدي، ويستخدم في الشعارات لاعطائها طابع أنثوي.

س/ اللون البني: يرمز للارض، الطبيعة، الخشونة، الاستقرار، الثراء، البساطة، الجدية، البراعة، الافادة، اللون البني يوحي بالطبيعة والاشياء الخشبية ويستخدم في شعارات شركات البناء وشركات الحمامة.

ش/ اللون الأسود: يرمز للسلطة، القوة، التقليدية، التميز، الرسمية، الغموض، السرية، الجدية، الأناقة، الفخامة، الحزن، اللون الاسود من ناحية تقنية هو عبارة عن غياب بقية الالوان ويعطي إحساس القوة والسلطة والجرأة تجده في معظم الشعارات سواء كخط تحديد احياناً او كعنصر او كاسم الجهة صاحبة الشعار.

ك/ اللون الرمادي: يرمز للحيادية، الاعتدال، المعرفة، التواضع، المزاجية، الاحترام، الاستقرار، الوحدة، المسؤولية، الكآبة الضجر، الرمادي هو وسط بين الاسود والابيض ومن النظرة الاخلاقية هو المنطقة بين الخير والشر.. يعرف بانه لون محايد يتماشى مع مختلف الالوان ولهذا يستخدم في كتابة الشعار اللفظي أسفل الشعار او إسم الشركة.

ل/ اللون الابيض: يرمز للنظافة، الطيبة، النقاء، الاخلاص، السلام، البساطة، البراءة، المصادقية، الإستسلام والخضوع.  
(http://nagi4design.blogspot.com)

### التأثيرات البصرية والنفسية اللون

أ/ التأثيرات البصرية للون: للون مجموعة من التأثيرات إذا أستخدم بنجاح زاد من فعالية الشعار.

ب/ التأثيرات البعدية للون: الألوان تجعل الأشكال إما أن تبدو أكبر من حجمها أو أقل، كذلك تظهر متقدمة إلى الأمام أو مبتعدة إلى الخلف حيث أن لبعض الألوان هذه الخاصية كالأزرق الذي يظهر مبتعداً للخلف والأحمر الذي يظهر متقدماً للأمام.

ج/ التردد البصري للون: يحدث نتيجة لتجاور مساحات لونية مشبعة أو قريبة للتكامل، فتظهر الألوان وكأنها تهتز فينتج عنه إستجابة العين لأكثر من مثير لوني قوي في وقت واحد، أو قد تسبب توتر الرؤية خاصة عندما تكون الألوان المتباينة متساوية

في القيمة، ويمكن التغلب على ذلك باستخدام خط لوني متباين القيمة (الدرجة) يفصل بين مساحات اللون لتقليل أو إزالة هذا النوع من الإهتزازات.

د/ الصدمة البصرية للون: تكمن أهمية تصميم الشعار وجودته في القدرة على رؤيته والتعرف على محتوياته ويتضح ذلك في اللون من خلال التباين في قيمة (الدرجة) اللون فهو أكثر ما يحدث صورة بصرية قوية واضحة. التأثير القوي لبعض الألوان التي تفرض الإنتباه السريع قصير المدى على العين مثل: الألوان عالية الكثافة أو العاكسة للضوء. يتضح مما سبق أن على المصمم إدراك خصائص اللون من (الكنه - القيمة - الكروما) وتأثيراته البصرية والنفسية من خلال (التأثير بالبعدي - التردد البصري - الصدمة البصرية) عند تصميمه للشعار حتى يحقق الجاذبية والهدف المرجو منه. (فاطمة الزهراء، 2011م، ص55).

#### اللون كعنصر تشكيلي في تصميم الشعار

يمثل اللون الدور الحيوي في العمليات الإبتكارية والفنية والتصميمية، وذلك للاكتشافات الدائمة والمستمرة لقيمة اللون وعلاقة الألوان مع بعضها والتأثيرات المختلفة التي تحدثها في الرؤية البصرية. واللون في الشعار له دوراً هاماً وعاملاً أساسياً وفعالاً في إبراز العناصر المكونة له من كتابات، وعنصر الشكل محدثاً التباين في درجة اللون الواحد أو الألوان المتعددة أو التدرج أو التوافق اللوني في أجزاء التصميم ما يحقق أبعاداً فنية، وقيم جمالية: كتوضيح وتأكيد الشكل داخل مساحة الشعار من خلال إستخدام بعض الألوان التي توحى بتجسيم الشكل، أو تصغيره وتكبيره أو ظهوره بمظهر الثقل فالألوان الفاتحة ذات القيمة العالية تجعل الأشياء تبدو أكبر حجماً عما لو صورت بألوان قائمة ذات درجة منخفضة.

#### اللون كوسيلة إتصال في الشعار

يعد اللون وسيلة إتصال وظيفية، يخضع للقواعد والأسس العلمية لا للميول الشخصية، ويستخدم كعنصر تكويني يكشف عن قيماً وجدانية، ويصل بالشعار إلى درجة كبيرة من الواقعية والحيوية وسهولة إيصال الفكرة والتعبير عنها بأساليب متنوعة وجذابة، ويساعد في تكوين شخصية مميزة وهوية خاصة بالشعار يمكن تذكرها، ويتفق خبراء التصميم على أن إستخدام الألوان يحقق مجموعة من الأهداف الوظيفية والنفسية والجمالية، يمكن إجمالها فيما يلي:

أ/ تحقيق إنطباع قوي وسريع بالنسبة للشعار.

ب/ جذب الإنتباه البصري إلى جزء معين في الشعار أو التركيز على عنصر معين مثل (الألوان الساخنة أكثر قدرة على جذب الإنتباه من الألوان الباردة).

ج/ زيادة درجة جذب الإنتباه البصري للشعار مثل إستخدام الألوان الرئيسية (الأحمر، الأصفر، الأزرق) التي لها قوة الجاذبية.

د/ إثارة الإهتمام بمضمون الرسالة الموجهة.

هـ/ إيجاد تأثيرات رمزية نتيجة لما تضيفي به الألوان من إحياءات وجدانية.

#### ويحدد إستخدام الألوان كوسيلة إتصال في الشعار عوامل منها

أ/ وجود لون مهيمن على تصميم الشعار يساعد المشاهد على سرعة وسهولة تذكره.

ب/ مناسبة اللون لطبيعة الموضوع في الشعار، وذلك بإرتباط اللون بالشكل في الشعار من خلال إختيار اللون الذي يتناسب مع طبيعة الشكل الذي يعبر عنه مما يساعد على إبراز الأفكار المراد نقلها وتوضيح القيم التعبيرية المميزة لها، فمثلاً اللون الأحمر بوزنه وعتامته كلون أساسي يتمشى مع إستاتيكية وتقل المربع كشكل من الأشكال الأساسية.

ج/ أن يكون اللون المستخدم ذا مدلول ثقافي رمزي يلائم مستوى المشاهد متقهماً للمعنى المطلوب من وراء إستخدام هذا اللون.

د/ أن تتصف المجموعة اللونية بالفردة، بمعنى تكوين مجموعة لونية جديدة سواء بتجاوز الكميات المناسبة لها أو الكثافة أو درجة النصوص، التي تؤدي إلى الإبتكار المطلوب للشعار ومن ثم يحدث أثره في المشاهد.

ه/ عدم الإفراط في استخدام اللون. يتضح مما سبق أن اللون أحد عناصر تصميم الشعار المصاحبة للأشكال، حيث يعبر عن ديناميكية البناء الشكلي، وعامل هام من عوامل جذب الإنتباه تمكن المشاهد من رؤية وإدراك محتويات الشعار إذا تم توظيفه بدرجة مناسبة، كما أنه يمكن من خلاله التعبير عن فكرة أو مجموعة من الأفكار معتمداً على رمزيته وإيحاءاته ودلالاته الخاصة في العمل الفني. (فاطمة الزهراء، 2011م، ص55).

#### صفات وخواص اللون: لئون صفات وخواص أهمها

أ/ كنه اللون: ويقصد بذلك اصل اللون، وهي تلك الصفة التي نميز بها ونفرق بها بين لون واخر اي عن طريق اسمائها مثل (احمر، اصفر، ازرق، اخضر، بنفسجي، .... وهكذا).

ب/ قيمة اللون: وهي نغمة اللون ودرجته فاتح اوغامق، بمعنى اخراجه بالقيمة يمكننا ان نفرق بين الاخضر الفاتح والاخضر الغامق اذا تم مزج اللون الاخضر باللون الاسود او الابيض.

ج/ شدة اللون: هي الخاصية او الصفة التي تدل علي مدي نقاء اللون اي درجة تشبعه ويرتبط اللون بمدي نقائه أي مدى إختلاطه بالالوان المحايدة وهي كل من الاسود او الابيض او الرماديات المستخرجة من الالوان الاساسية (حمودة، ص8-9).

#### اجراءات الدراسة

#### وصف وتحليل نماذج من الشعارات

يستخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بإعتباره منهجاً يتوافق مع طبيعة الدراسة وذلك للتعرف على دلالات اللون ومعرفة وإدراك العناصر المرئية التي تكون الشعار وصولاً للنتائج المرجوة ومبتدئاً بالنموذج الأول:

#### النموذج الأول



### وزارة الثقافة والإعلام والسياحة

ولاية الخرطوم

نموذج رقم (1)

#### تحليل النماذج

- 1- الإسم: شعار وزارة الثقافة والإعلام والسياحة ولاية الخرطوم.
- 2- المصمم: محمد التجاني عوض الله عبد الله.
- 3- عدد الألوان: ثلاثة (برتقالي، أخضر، أزرق).

4- **محتوى الشكل التصميمي:** شكل هندسي مكون من نصف دائرة، تحتوي على كتاب مفتوح، ريشة او قلم، ورمز الميكرفون، رمز لإنسان مجرد.

5- **القيم الجمالية والفنية:** الشعار في شكله العام غير نمطي يحتوي الشكل الخارجي منه على دائرة ترمز الى وعاء كبير للثقافة باعتبارها منبع وملقى للثقافات المختلفة ووعاء يسعنا جميعاً وقبله للسياح، رمز الكتاب يشير الى الثقافة بروافدها وادواتها وتتطلق منه ريشة او قلم بلون أبيض في سمؤ الى أعلى في رمزية للعلوم التي هي من تراكم الثقافات المتعددة داخل ولاية الخرطوم ولزيادة المعرفة وتوصيل المعلومة، في أعلى الريشة او القلم يبدو رمز للميكرفون اشارة للإعلام المسموع والمرئي كما يشير الخطين المتوازيين في الشكل الخارجي للشعار الى ترددات التقنية الإعلامية المتمثلة في ترددات الصوت وتكرارها، في خلفية القلم يبدو باللون البرتقالي الداكن رمز مجسم لإنسان يفرد يديه في ترحاب كما تمثل ستار مسرحي دلالة على إنطلاقة إعلامية متميزة او فتح سياحي متوقع، في أعلى الشكل شكل قوس يقطع الميكرفون يرمز الى قرن ثور اشارة للثقافة. هو شعار اساسه فعل تعبيري ووظيفي وهنا تكمن إبداعية المصمم في إيجاد بين النظام التكويني وبين الطاقة التعبيرية من خلال التلاعب بمفردات وتقنية اللون، والذي زواج فيه بين التعبير المنتظم والحر، وفيه اشارة الى هلال بطريقة غير نمطية تشير للثقافة الإسلامية الكامنة في جذور واضلع الثقافة السودانية. يلتزم بسيكولوجية الألوان ومدلولاتها حيث يشير اللون الاخضر الى البيئة، الطبيعة، يحمل اللون الاخضر معنى الحياة والتجدد، انه لون مريح وبارد. كما يرمز اللون البرتقالي للنضارة، السرور، الابداع، الحماس، النجاح، المرح، الروح العالية، الحيوية، الدفاء، يتكون اللون البرتقالي من اللون الاحمر والاصفر لذا فهو يحمل من سماتهما. ويرمز اللون الازرق الغامق للحماية، الملوكية، الثقة، الوعي، النزاهة، الجدية، الرفعة، السلطة والقوة، النجاح، الأمان، غالبية الناس تحب اللون الازرق وهو من الالوان الشائعة في تصميم الشعارات لما يحمله من معاني ويستخدم للجهات التي تريد ان تعكس الثقة والجدية والرفعة.

## النموذج الثاني



نموذج رقم (2)

## تحليل النماذج

- 1- **الإسم:** شعار إجتماعات الكتلة الأفريقية الخرطوم 21-22 اغسطس 2013م.
- 2- **المصمم:** خالد محمد علي عبد النور.
- 3- **عدد الألوان:** ستة (اسود، ، اصفر، احمر، برتقالي، أخضر، ازرق).

4- **محتوى الشكل التصميمي:** شكل دائري مكون من دوائر متقطعة، تحتوي على خريطة السودان داخل قارة افريقيا.

5- **القيم الجمالية والفنية:** الشعار يحمل صفات التجمع في مكان واحد، تحت هدف واحد، وذلك يتجسد مرئياً من خلال رموز القطاعات التي تدور حول الخارطة الأفريقية وتنتهي في إتساع دائري بإيقاع منتظم، وباللون متعددة في إشارة للتنوع الأفريقي والدولي الذي يحمل في معناه الإتفاق رغم الإختلاف الجغرافي والمسميات الا ان افريقيا تجمع على مرامي وغايات واحدة خصوصاً في المجال الإقتصادي للدول وهذا ما اجتمع عليه الوزراء الأفارقة في هذه الإجتماعات بالخرطوم لمناقشة التنمية الإقتصادية في افريقيا.

كما يرمز الشكل عامة الى الطبق الذي يوجد في السودان وهو غطاء لمائدة الطعام أي الغذاء الذي يعتبر إحدى قضايا المؤتمر، بما له من أهمية لدي حياة الشعوب الأفريقية. كما ان الطبق ينتشر في عدة دول أفريقية أخرى وباشكال تزيينية متعددة. لا يلتزم بسيكولوجية الألوان ومدلولاتها حيث تشير الالوان مجتمعة الى (الازرق والاحمر والاخضر والاسود والبرتقالي) الي الدلالات التعبيرية ثابتة مأخوذة من الموروث الثقافي والتراث السوداني والافريقي.

### النموذج الثالث



### نموذج رقم (3)

#### تحليل النماذج

- 1- **الإسم:** شعار الخطوط الجوية السودانية.
  - 2- **المصمم:** عمر الشامي الفكي عمر.
  - 3- **عدد الألوان:** لونين (الازرق والاصفر).
  - 4- **محتوى الشكل التصميمي:** شكل إنسيابي يحاكي حركة النيل.
  - 5- **القيم الجمالية والفنية:** صمم بإنسيابية تامة والوان الصحراء ونهر النيل (نهر من أنهار الجنة) وهو يحاكي رحلة طيران الطائرة وهبوطها بكل المراحل من تاكسي اقلاع وكروز والعكس كروز ثم فاينل ابروش ثم هبوط. فيه استعارة لبعض المضامين، فهو شعار أساسه فعل تعبيرى وليس وظيفي وهنا تكمن إبداعية المصمم في إيجاد بين النظام التكويني وبين الطاقة التعبيرية من خلال التلاعب بمفردات وتقنية اللون، والذي زاوج فيه بين التعبير المنتظم والحر. حرص المصمم على إن تكون الحركة المستمرة من خلال اللون الأزرق واللون الاصفر تخلق مسار لقراءة اللون ليحقق مناطق جذب بصري متعددة في منجزه، حيث كون به علاقات تناسبية تعبيرية وجمالية، في جملة سمات معرفية وثقافية تجسد خبرة المصمم.
- دلالة الأزرق الغامق يرمز للحماية، الملوكية، الثقة، الوعي، النزاهة، الجدية، الرفعة، السلطة والقوة، النجاح، الأمان، واللون الاصفر يرمز للشمس، البهجة، السعادة، الفضول، الطاقة، النضارة، التفاؤل، المرح، الايجابية، الدفاء، الخطر، ويحمل اللون

الاصفر رسائل متضاربة كالأحمر، فهو فاقع وجاذب للنظر تجده في اللافتات التحذيرية، يستخدم في تصميم الشعارات لجذب الانتباه كما بإمكانه ان يوحي بالسعادة والمرح والدفء .

#### النموذج الرابع



**بنك فيصل الإسلامي السوداني**  
**FAISAL ISLAMIC BANK (SUDAN)**

نموذج رقم (4)

#### تحليل النماذج

- 1- الإسم: شعار بنك فيصل الإسلامي السوداني.
  - 2- المصمم: المعتمد بالله على عبد الله.
  - 3- عدد الألوان: لون واح (الأخضر).
  - 4- محتوى الشكل التصميمي: شكل مربع وداخله حركة دائرية للأهلة ومثلث.
  - 5- القيم الجمالية والفنية: يتوسط الشعار مجموعة من الأهلة على خلفية خضراء ترمز الى الإسلام، والحركة الدائرية للأهلة تدل على التداول وتدوير الأموال. واستخدام ثلاثة أهلة وليس أكثر فهو لتبسيط الشكل العام للشعار ولان شكل المثلث سهل التقاطه بالعين من المربع او الدائرة.
- فيه استعارة لبعض المضامين، فهو شعار أساسه فعل تعبيرى وليس وظيفي وهنا تكمن إبداعية المصمم في إيجاد علاقة بين النظام التكويني وبين الطاقة التعبيرية من خلال التلاعب بمفردات وتقنية اللون، والذي زوج فيه بين التعبير المنتظم والحر. حرص المصمم على الحركة الدائرية للأهلة على خلفية خضراء للتدوير المشروع للأموال بفهم إسلامي، وبالتالي تأتي دلالة اللون الأخضر في مشروعية علاقات تناسبية تعبيرية وجمالية، في جملة سمات معرفية وثقافية تجسد خبرة المصمم.

#### النتائج:

بعد إجراء الدراسة وتحليل النماذج علمياً وفلسفياً إتضح أن موضوع القيم والدلالات اللونية في تصميم الشعار ذو أهمية فنية وفكرية، وذلك يساعد المتلقي إلي إدراك تلك القيم اللونية. وخلاصة الدراسة تشير إلي النتائج التالية:

- 1- استخدام الألوان ذات القيم والدلالات الفكرية والعقائدية ذات أهمية قصوى في إدراك المعاني والمفاهيم في تصميم الشعارات.
- 2- اللون عنصر تشكيلي اساسي للتذوق الفني وإدراك المضامين الفكرية في تصميم الشعارات.
- 2- اللون الى جانب الشكل يؤدي دوراً مهماً في التعبير عن المضمون الفكري للشعار.



## مناقشة النتائج

للألوان قيم جمالية ودلالات فنية وفكرية وعقائدية تعزز من قوة التصميم ووضوح الرؤية وتفسير المعاني في البناء التشكيلي للشعارات.

## الخلاصة

الألوان من المصادر المهمة في تعزيز وإدراك المعاني والمضامين في تصميم الشعارات.

## التوصيات

1- توصي الدراسة بإجراء المزيد من الدراسات العلمية في مفهوم القيم والدلالات اللونية والرموز التشكيلية في تصميم الشعارات وأثر البيئة والموروث الحضاري والثقافي والعقائدي عليها.

2- التركيز على دراسة القيم والدلالات اللونية لما تحمله من قيم جمالية تصميمية تجعلها مصدراً مهماً من مصادر الفنون التشكيلية الأصيلة التي تعزز شكل ومضمون الشعار.

## المقترحات: الدراسات المستقبلية

1- استخدام اللون كعنصر تشكيلي في تصميم الشعارات والعلامات التجارية.

2- القيم والدلالات اللونية في الموروث الثقافي المادي ودورها في تعزيز شكل ومضمون الشعار.

3- الدلالات التعبيرية للون في الرموز والعلامات المرئية ودورها في تعزيز شكل ومضمون الشعار.

## المصادر

1- القرآن الكريم.

## المراجع العربية

1- أحمد مختار عمر، اللغة واللون، القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 1997م.

2- أسامة بدري محمد العاني، التصميم الجرافيكي (الشعار أنموذجاً)، الأردن، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013م.

3. يحيى، مصطفى، القيم التشكيلية قبل وبعد التعبيرية، دار المعارف، القاهرة مصر، 1992م.

4- عبد القادر، حامد، ومحمد الإبراشي، علم النفس التربوي، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة مصر، 1966م.

5- سامية عبد الحليم محمد الصديق، دليل الشعار القائم على الخط العربي، القاهرة، 2002م.

6. حمودة، يحيى، نظرية اللون، دار المعارف، القاهرة مصر، 1990م.

7- ضاهر، فارس متري، الضوء واللون، بحث علمي جمالي، دار التعليم، بيروت لبنان، 1979م.

8- كلود عبيد، الألوان: دورها، تصنيفها، مصادرها، رمزياتها، ودلالاتها، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2013م.

9- فاطمة الزهراء كمال رشوان، 2011م، الشعار في الفن التشكيلي، القاهرة، عالم الكتب.

ثانياً: الدراسات الجامعية:

1/ زمزمي، رجاء حسن، الأسس التعبيرية للأعمال الفنية المسطحة والتي تنشأ من خلال الحركة التقديرية للقيم اللونية، دراسة ماجستير، جامعة أم القرى المملكة العربية السعودية، 2001م.

ثانياً: الاوراق العلمية:

1/ حسن إدريس موسى، المدلول اللوني في خزيات صالح الزاكي، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017م.

ثالثاً: المواقع الالكترونية:

- 1- <http://mawdoo3.com>
- 2- <http://www.kenanaonline.com>
- 3- <http://nagi4design.blogspot.com>