Received: 25/11/2020 Accepted: 15/2/2021 Published: 2021

البنية التصميمية لشعارات وزارة النفط والدوائر التابعة لها

ا.م.د. سهام محسن كيطان
الجامعة التقنية الوسطى / معهد الفنون التطبيقية / قسم تقنيات التصميم الطباعي
07713666956

مدير اقدم احلام محسن كيطان
وزارة النفط /شركة الاستكشافات النفطية شعبة الاعلام
07713666954

مستخلص البحث:

ينهج فن التصميم سبل شتى لإيصال رسائله التضمينية لأفراد المجتمع بهدف التواصل فيما بينهم في المنتجات والخدمات ولهذا يندرج تحت التصميم الخوض في مجال الهيكلية التي ستتيح مجال الفهم واستيعاب متطلبات الحاجات التي جاء التصميم ملبياً لها، ويتمتع التصميم بفاعلية وحضور كبير لكونه اصبح من الضروريات المهمة في حياة الفرد، ولهذا نجده دخل في كل تفاصيل حياتنا ليغطي متطلباتنا اليه ، ولهذا جاء البحث الحالي ليسلط الضوء على واحد من المنجزات التصميمية التي لا غنى عنها ويتم تداولها بشكل مستمر وهي الشعارات ،وارتأت الباحثتان اختيار شعار وزارة النفط كونها من الوزارات الفعالة في البلد وترتبط بها مجموعة من الدوائر ولكل منها سمة خاصة ، فقد تكون البحث من فصلين تمثل الفصل الاول بمنهجية البحث وحددت الباحثتان مشكلة بحثهما بالتساؤل الآتي: ما البنية التصميمية لشعارات وزارة النفط والدوائر التابعة لها ؟ أما الفصل الثاني الاطار وتكون من مبحثين وعرضت فيه المادة العلمية التي تغني البحث ،كذلك تناول تحليل عينات وعرض نتائج البحث اضافة للتوصيات والمقترحات ، وتضمن اهم المصادر التي تم تناولها ضمناً .

الكلمات المفتاحية : الشعار، خواص تصميم الشعار، اليات تصميم الشعار، اشتغالات الرمز لادراك البنية التصميمية للشعار .

الفصل الاول: منهجية البحث :

مشكلة البحث:

يتصف تصميم الشعار بأنه من ادق فنون التصميم وذلك لكونه يوجز ما يراد شرحه وتوضيحه بتكوين شامل لجمهور المتلقين وعلى اختلاف مستوياتهم العلمية والثقافية ، لذلك فالبنية التصميمية تعتمد على ايجاد تكوين لهيئة الشعار التي من المفترض أن تؤدي دور الاخبار وايصال الرسالة التي يبحث عنها المتلقي، متضمنة معالجات تصميمية وإخراجات فنية متنوعة ، ويتصف هذا التكوين بكونه دلالة رمزية سواء بالشكل او بالصورة ويدل على المضمون، وبالنظر للتنوع بأشكال الشعار. مما أقتضى القيام بدراسة تفصيلية تعنى بالبحث في موضوعه وحددت الباحثتان مشكلة بحثهما بالتساؤل الآتي: ما البنية التصميمية لشعارات وزارة النفط والدوائر التابعة لها ؟

أهمية البحث والحاجة اليه: تكمن أهمية البحث بما يلي :

1- التعرّف على البنية التصميمة للشعار التي تسهم بأيضاح علاقته مع شعارات الدوائر الاخرى المرتبطة بالوزارة .

2- تسليط الضوء على الجوانب العلمية التي تسهم في تنمية الوعي الفني لدى المعنيين في هذا المجال من طلبة العلم في الاختصاص والعاملين في مجال التصميم .

هدف البحث: الكشف عن البنية التصميمية لشعارات وزارة النفط والدوائر التابعة لها .

حدود البحث: يتحدد البحث الحالي بدراسة:

الحدود المكانية: شعار وزارة النفط والدوائر التابعة لها

الحدود الموضوعية: البنية التصميمية

الحدود الزمانية :(1956-2019)

مصطلحات البحث:

البنية لغوياً :

عرّفت بأنها: مشتقة من الفعل "بنى يبني، البنى ضد الهدم ، بنى البنَّاء ، بنا يبني (مقصور) وبنا وبنية وبناية .. والبناء المبنى والجمع أبنية ، والبناء مدير البنيان وصانعه فلان صحيح البنية ، أي صحيح الفطرة.[1]

تعريف آخر بأنها : (مجموعة من العلاقات وقواعد تركيب ومبادلة تربط بين مختلف حدود المجموعة الواحدة بحيث يعين هذه القواعد معنى كل عنصر من العناصر)[16]

عرفها (صليبا) بأنها: ترتيب الأجزاء المختلفة التي يتألف منها الشيء ولها معنى، وتطلق على الكل المؤلف من الظواهر المتضامنة، بحيث تكون كل ظاهرة منها تابعة للظواهر الأخرى ومتعلقة بها)[5].

البنية اصطلاحاً:

بأنها: (نظام تحويلي يشتمل على قوانين مدروسة، وتشمل البنية على ثلاثة عناصر أساسية وهي الكتلة- التحول- التعديل الذاتي)[11]

البنية فلسفياً:

وهي : (ترتيب الاجزاء المختلفة التي يتألف منها الشيء ولها معنى، وتطلق على الكل المؤلف من الظواهر المتضامنة، بحيث تكون كل ظاهرة منها تابعة للظواهر الاخرى ومتعلقة بها)[10] .

الفصل الثاني : الاطار النظري

المبحث الاول : بنية الشعار وآلياته التقنية التصميمية :

الشعار:

تكوين موجز يعبر عن معان ودلالات تجعله سهل الفهم والبقاء في الذاكرة ، ويتضمن مواضيع تهم الجهة المستفيدة من تصميمه، ولهذا فالتزام الدقة في اختيار عناصره من (صور وحروف ومساحات لونية) لتكون داله على فكرته ومضمونه، ويخضع تصميمه لمعايير خاصة متمثلة بتنظيم يشمل ايصال فكرته على وفق العلاقات التصميمية التي تسهم في ايصال المعاني الضمنية التي يحويها، (وتقع ضمن العمليات التركيبية أشكال جزئية منفردة أو متجمعة، وتكون العمليات انتقائية قصدية تصل الى مرحلة التجريد)[9] وتأسيسا على ذلك نجد ان الشكل المتجسد في الشعار يعتمد على الكيفية ، للمحقق من القيم الوظيفية التي يعبر عنها جمالياً، فنتاج العمليات التصميمية ماهو الا (نتاج تواصل بين العمل الفني والمشاهد، وهذا التواصل لا يأتي إلا إذا تهيأت الظروف لحدوثه)[22] لذا فأن بنية تصميم الشعار تسعى لتحقيق حاجة وتحدد بنية التصميم بأجزائها الدقيقة وصولاً الى الكل المكتمل على وفق نظم وعلاقات تجسد هدف التصميم ، أذ أنها ترتيب الاجزاء المختلفة التي يتألف منها العمل التصميمي عل وفق العناصر والعلاقات التصميمية التي يتم العمل بها ، لذا فالشعار ماهو الا الكل المؤلف من الاجزاء و العناصر المتضامنة مع بعضها البعض، فيكون كل جزء تابع للأجزاء الأخرى لذلك يعد بناء و تركيب الاجزاء بصورة قصدية من اجل تحقيق اهداف تلبي الحاجات الانسانية. وهنالك خواص تؤسس لتصميم الشعار وتتمثل بالآتي[23] :

اولاً :الملاءمة : أذ لابد من أن يتمتع الشعار بملاءمة محتواه من حيث الاشكال الداخلة في تكوينه كان تكون حرفًا أو كتابة، أو شكلاً هندسياً أو نباتياً أو حيوانياً. وقد يكون (رمزاً أو تجريداً)

ثانياً : الإبداع : ويتطلب ذلك أن يتصف الشعار بالإبداع الواضح الذي يمنحه التميز والتفرد 0

ثالثاً : البساطة : وتشكل البساطة في الشعار،صفة التعرف عليه من لمحة واحدة مراعاة لزمن التلقي اللحظي.

رابعاً : المعاصرة: أن يعكس تصميم الشعار حسا معاصرا وله جاذبية تستجيب للقياسات الفنية المؤثرة اجتماعيا.

خامساً : الجاذبية: أن يتصف بالجاذبية في شكله ،من حيث الاستجابة للاستعمال المرن قدر الإمكان.

سادساً : التذكر: أن يتميز الشعار بقوة الانطباع في ذاكرة المتلقين وبالتالي يؤدي لسهولة تذكره.

سابعاً : النفعية: أي له القابلية للاستعمال المرن وان يكون حيوياً وفعالاً في اداء الوظيفة التصميمة التي انجز لاجلها .

ثامناً : العالمية: وهي الصفة التي تتم فيها معالجة البنية الشكلية للشعار بما يؤشر سمات محلية دون أن ينقطع كليا عن حس العالمية، وبهذا فالدلالة تقع على الأشكال وتصبغها بمعان متعددة ومنفتحة يشارك في صنعها المشـاهد, وهي بنية ذهنية جمالية قابلة للتاويل وتجـسد الرمز الدلالي، وفي شعار عينات النماذج الخاصة بوزارة النفط يظهر جليا توفر خواص التصميم التي تم اعتمادها لتحقيق تميزه وعالميته عبر مراحل تصميمية متوالية وفق لفترات زمنية حددتها الحاجة النفعية كوسيلة للتذكر وتحقيق الجاذبية باسلوب مبدع يتلائم ومقتضيات التغير التي فرضتها عوامل احدث المنافسة مع الوزارات والشركات ذات الصلة ، ففي النموذج (1) اتصفت بنية الشعار بالبساطة المفرطة التي قد لاتشير الى دلالة للوزارة التي يرمز اليها ، أذ لم يتضمن نص كتابياً او أي عنصر تصميمي يدل على ماهية تصميمه على الرغم من وجود لشكل الامواج ضمن الشكل الدائري الذي قد لا يوحي بشكل مباشر لمضمون الشعار ،في النموذج (2) البنية التصميمية اخذت مدى اعمق واكثر شمولية في ايضاح مضمونه ضمن بنية معقدة تثير في المتلقي تساؤلات لايضاح الكم الكبير من العناصر الداخلة في بنيته التصميمية ،أذ اعتمد المصمم تجميع مجموعة من العناصر الشكلية ذات الدلالات التي تحمل معاني متشابهة لطرح فكرة الشعار ،النموذج (3) والنموذج (4) وهما النموذجين اللذان يتم التعامل بهما ضمن عملية التداول في الجوانب الاعلامية والتسويقية على حد سواء وفي هذه البنية يظهر التركيز على المحتوى الدلالي ببساطة في التصميم وتحمل صفة التذكر والابداع والعالمية في ايصال مضمون بنيته التصميمية .

(نموذج ١) (نموذج ٢) (نموذج ٣) (نموذج ٤)

آليات تصميم الشعار:

-آلية الاختزال الشكلي في البنية التصميمية :

تعتمد البنية التصميمة لاي منجز على آليات عمل تحددها طبيعة ذلك المنجز والوظيفة التي يؤديها وبطبيعة الحال يفرض ذلك على القائم بالعملية التصميمية الالمام التام بالهيكلية التي سيتم من خلالها البناء التصميمي ، ويشكل الاختزال واحداً من اهم الآليات التي تتبع في تصميم الشعار وذلك للتعبير عن مضـــامين الفكرة المتعلقة بالضـرورات التصميمية، أذ أن الاختزال يتم اللجوء اليه (للتعبير عن مضـامين فكرية متعلقة بضـرورات وحـاجات تصـميمية تكون من الأهمية لتحقيق وظـيفة محددة يتبلور دورها من خلال هيئة الشكل الذي يتبع الوظيفة ويؤكدها ويوضحها ليجعله اكثر واقعية)[24] ويكون الاختزال واحداً من الآليات التي تعالج الشكل وذلك تبعاً للمتغيرات التي يتطلبها التغير في الشكل الذي (يكون له الأثر الفاعل في تجسيد الفكرة وتحقيق هدفها)[20] وتتبع في آلية الاختزال التي قد تكون على مجموعة من الخطوط الخارجية الخالية من أي تفاصيل أو جعلها مساحة لونية واحدة متجاوزاً التفاصيل التي يتألف منها الشكل، أو في احيان اخرى تجرى آلية الاختزال على تكوينات بتباينات لونية وملمسية مختلفة تتم على صفة الشكل يعمد إليها المصمم (لتؤسس الترابط بين أجزائه والذي ينبغي أن يكون خاضعاً لخطة بنائية تحكم ترتيب العناصر)[10] فالاختزال كفعل يبدأ (مرتبطاً بشيء مادي كأنه التصميم الداخلي للعمل الفني)[10] من أجل إيجاد المقومات التي تحقق الهدف الجمالي والوظيفي لنتاجه كزيادة الحيوية وإظهار التعبيرات و الإحساس بها ، فمع بداية الشروع بتصميم الفكرة على وفق المعطيات المعرفية والتصورات الابداعية التي تثير الحواس وتحرك الملكات العقلية وتطورها ، مما يوجد شبكة معرفية متداخلة من المعلومات المستلمة حديثاً عن الموضوع والمضافة الى الخزين المعلوماتي المتراكم في الذاكرة ليجد مبرراته للتوافق مع المتطلبات الجديدة والتي تعد تحولاً في الشكل ولذا تكون احد خواص البنية التحولات اذ أن البنية ليست ثابتة بل(انها دائمة التحول و تظل تولد في داخلها اشكال دائمة التوثب و ان الشكل الواحد يتمخض عنه عدة اشكال تبدو جديدة و لا تخرج عن قواعد النظم التصميمية و هذا التحول انما يحدث نتيجة لتحكم ذاتي من داخل البنية)[18]، ولذا فتصميم الشعار سيطرأ التحول في شكله تبعاً لمقتضيات علاقة العناصر بعضها مع الاخرى، ولا يكون ذلك بمعزل عن التحكم بآلية العمل ضمن الكل الموحد للتصميم بل وفق خضوع العناصر ضمن البنية الى (نسق من التحولات له قوانينه الخاصة كونه نسقاً في مقابل الخصائص المميزة للعناصر، علما بأن من شأن هذا النسق ان يظل قائما و يزداد ثراء بفضل الدور الذي تقوم به تلك التحولات نفسها ، دون ان يكون من شأن هذه التحولات ان تخرج عن حدود ذلك النسق او ان تهيب بأية عناصر أخرى تكون خارجه عنه)[10] وتتأزر العناصر لتتسم بالشمولية (الكلية والتي تعني أتساق وتناسق البنية داخلياً، اي ان وحدات البنية تتسم بالكمال الذاتي وليست مجرد وحدات مستقلة جمعت معاً قسراً بل هي اجزاء تتبع انظمة داخلية من شأنها ان تحدد طبيعة الاجزاء وطبيعة اكتمال البنية ذاتها وهكذا تضفي هذه القوانين على البنية خصائص أشمل وأعم من خصائص الاجزاء التي تتكون منها البنية)[8] اي انها التماسك المهم وهي العلاقات الرابطة بينها الناتجة من تداخل وتجاور وترابط العناصر وتقاطعاتها مؤدية الى التآلف والتكوين والاتساق بحيث ينتج عنها تصميماً مبتكراً يتسم بالجدة ، ولهذا فأن عملية الاختزال الشكلي التي تتطلبها البنية التصميمية قد تنتج شكل مغايراً للشكل في هيئته الاولى وذلك ناتج عن الآليات التي تخدم وجوده ضمن البنية التصميمية الشاملة للشعار وتخضعه للتوافق مع العناصر المرتبطة معه فالبنية التصميمية ليست مستقرة وساكنة وانما في حالة حركة ديناميكية دائمة فهي تقوم و بقصدية المصمم بالتحولات والتغيرات الداخلية الى بنية فاعلة وايجابية تسهم في انشاء اشكال وبنى تصميمية مبتكرة في احيان

كثيرة تكون غير مألوفة تبعاً لخضوعها للعلاقات التي تنظم عناصر الشكل وبما يحقق جذب انتباه المتلقي .

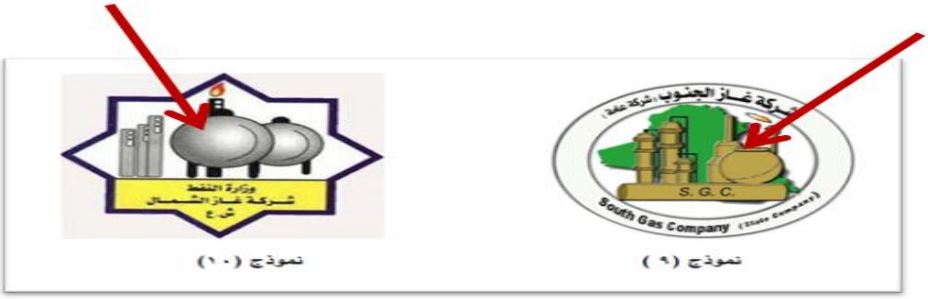
نموذج (٥) نموذج (٦)

فالنموذج (6) الذي يتضمن شعار معهد التدريب النفطي بغداد هو احد تشكيلات وزارة النفط تبلورت بنيته التصميمية في توظيف الاختزال فيه من خلال الاعتماد على العناصر الشكلية التي تكون مباشرة في ايضاح فكرة التصميم اذ تم الاستعاضة عن الكم الكبير للعناصر الشكلية في النموذج (5) والتي وصلت حد المبالغة ولم تكن تحمل مضمون للشعار وتم اختزالها بعناصر مباشرة ومعروفة متمثلة (بالكتاب والقلم الذي حمل مختصرات اسم الشعار فالحرف (B) اختصار كلمة (BAGHDAD) بغداد اول حرف من الكلمة وحرف(O) اختصار الكلمة (OIL) نفط والحرف (T)اختصار لكلمة (Training) تدريب وحرف (I)اختصار لكلمة(Institute)وتعني معهد وخارطة العراق وشكل للقطرة الذي يتضمن اسم الوزارة يتوسط النقطة البصرية الهامة ضمن فضاء تصميمه) أن الاختزال الذي طرأ على البنية التصميمية للشعار مابين النموذج (5-6) يعد تحول جذرياً فيها أذ عمد المصمم لاختيار العناصر الشكلية التي تؤسس لبنية تصميمية يسهل فهمها وقراءتها ، فالعلاقات الشكلية وحدت العناصر بأيجابية لايصال الهدف من الشعار وتحقيق الجاذبية والانتباه، في النموذج (7 -8) والمتضمن شعار للمعهد التدريب النفطي بيجي وهو من الشعارات التي يتم التعامل بها بشكل كبير وفعال ضمن مؤسسة تعليمية أذ أن التغير بين الشعارين يبدو واضحاً في التحول في اختزال البنية الشكلية واللونية على حد سواء ضمن نسق من العلاقات التي نظمت البنية على وفق تصميم اشتمل على الكلية والبساطة في تصميمه ، أذ أن ترتيب العناصر هيأ لايجاد علاقات لبنية تصميمية ركزت على المضمون بأختزال للتصميم مغاير للنموذج (7) .

نموذج (٨) نموذج (٧)

-آلية التكثيف الشكلي في البنية التصميمية : يسهم التنوع في الآليات التصميمة لبنية تصميم الشعار في الوصول لهيئة تضفي قدراً من التشويق و يقضي على الرتابة في التصميم ، وتكون ملائمة لتحقيق وإبراز القيم الجمالية للتصميم ، وتعتمد هذه الآلية على جمع عناصر الشكل وصفاته المظهرية ضمن الفضاء بطريقة فنية ابداعية ليكون ذو فاعلية وأثر واضح من خلال البنية التصميمية للشعار، ففي النموذج (9-10) اتخذت البنية التصميمية من الية التكثيف الشكلي معالجة تصميمية يقتضيها

تصميم الشعار أذ أن هنالك عناصر شكلية ضلت ثابتة على الرغم من أن الشركتين مختلفتين مثال ذلك العناصر الشكلية (الابراج العمودية) التي اجتمعت في المركز البصري من الفضاء التصميمي ،لكونها العنصر الشكلي الذي يعبر عن المضمون من التصميم ، و يتم ذلك في الشكل وصفاته داخل فضاء التصميم.



نموذج (١٠) نموذج (٩)

(كونها اسلوبا فاعلا ومؤثرا ويكون التكثيف من التقنيات التي تخدم الفكرة فيظهرها بتقنيات متنوعة وملامس مختلفة)[19] ، والتي تعتبر من المؤثرات الرئيسة على المتلقي ، ويتبع لتحقق التكثيف في بنية تصميم الشعار آليات منها تكرار الوحدات الشكلية المتنوعة ، بهدف تأكيد اسس السيادة الذي يتم الوصول اليها بفعل التنوع التقني الذي يُظهر الوحدة الشكلية بتقنيات عديدة ومنها اللجوء للمساحات اللونية تامة التغطية واعتماد مؤثرات ملمسية تقنية تضفي تنوعاً إظهارياً يلغي الرتابة ويجذب انتباه المتلقي . فالتقنية اللونية كما في النموذج (9) (شكل الابراج بقيمة اللون البني بملمس يميل للخشونة ليعطي ايحاءا بصلابة وخشونة الابراج الفولاذية – خارطة العراق قيمة لونية خضراء بملمس ناعم اما الاختزال في النموذج(10)(فالبنية التصميمية اعتمدت على القيمة الرمادية بملمس يظهر نعومة المعدن الذي مثل الابراج وهو العنصر الذي يعد اساس البنية التصميمية لمضمون الشعار) لإيضاح مضمون الشعار.

ـ آلية الحذف والإضافة في البنية التصميمية :

تمثل آلية للحذف والإضافة تنوعا تقنياً في بنية تصميم الشعار إذ يسهم بتغير في بنية الأشكال (بالشروع والتشكل فالتفكير بفعل الأحداث إنما يتكون من لحظة البدء بالتفكير بالفكرة التصميمية والكيفية التي يتم بها التخطيط لفعلها التصميمي) [15] وتكون عبارة عن عملية تشذيب للبنية التصميمية للشعار من خلال آليتي بالحذف و الإضافة التي تضفي على شكل البنية هيئتها النهاية ويخضع الشكل بفعل آليتي الحذف و الاضافة لتجعله يؤثرتأثراً مادياً في فضاء التصميم, اذ أن كل تفصيلات البنية الشكلية ستخضع وبطريقة مدروسة لسيطرة الناتج الشكلي النهائي أذ أن فكرة وضع تصميم بنية الشعار (ليست قوة عشوائية مستقلة تماماً وإنما تتوقف على النشاط الواعي الخاضع لسيطرة المصمم)[6] لكون الفكرة تعد الفعل الموجه على وفق مقومات ذهنية ومادية يؤكد فيهما المصمم هدف فكرته ، والجدوى التي تتحقق من تحويلها إلى واقع تنفيذي أذ أن الشعار غالباً ما يرمز له بالبساطة غير أنه وظيفياً يزخر بكم من المعاني والمضامين وعمق في ايجاز المفاهيم بشكل مبتكر يحمل جانبي تحقيق الوظيفة والجمال ،في النماذج (11-12-13) فالمعالجة للبنية التصميمية للحذف والاضافة تتجلى في الاعتماد على العنصر الشكلي الذي مثلته (القطرة) والعنصر اللوني الذي مثلته الوان العلم العراقي) ففي النموذج (11) البنية التصميمية ركزت على اضافة النصوص الكتابية مع فونتات للحروف في الجزء الاسفل بالقيمة السوداء ، وماهي الا مختصرات تترجم النصوص التي تم تنظيمها في الجزء المتمثل بالقوس بالقيمة اللونية الحمراء ، أذ يبدو الشعار نظم برؤى تعتمد على ابصاره بشكل عمودي مباشر لايتضمن الكثير من التركيز في قراءته أذ يبدو مباشراً

في بيان معناه ، وهذا ماينسحب على النموذجين الاخرين (12-13) أذ أن التحكم بشكل القوس والتنوع في شكله عد اضافة تصميمية عززت في الوصول لترجمة المعنى المراد ايصاله للمتلقي بأشراك العناصر الشكلية المتقاربة في تصميم بنية الشعار ومن الجدير بالذكر أن العناصر المشتركة صممت لفكرة شعارات متقاربة في الرقعة الجغرافية للبلد (نفط الجنوب – نفط الوسط – نفط ذي قار) ولهذا فالبنية التصميمة ساهمت في اضافة مدى اوسع في تلقي افكار الشعارات على الرغم من التنوع في العناصر الشكلية التي تضمنتها .

نموذج (١١) نموذج (١٢) نموذج (١٣)

المبحث الثاني : العمليات التصميمية لبنية الشعار:

ترتبط العناصر التصميمية لتشكل البنية الشاملة لأي منجز طباعي ويتحدد ذلك تبعاً لنوع المنجز وطبيعة الوظيفة التي يؤديها ، كذلك تبعاً الحيز المكاني الذي يشغله والكيفية التي يتم فيها تداول ذلك المطبوع ، وعليه تخضع المنجزات لعمليات تصميمية يترتب عليها الوصول للفكرة التصميمية التي تحقق الهدف من التصميم وتكون محققة جانبي الوظيفة الجمال المطلوبين ، لهذا فاختار العناصر التصميمية يكون متاحاً للمصمم بشكل مطلق لكن هنا يتوجب عليه الاختيار وبما يتلائم وفكرة المنجز الذي يكون هو بصدد انجازه ، وبطبيعة الحال تصميم بنية الشعار يتطلب الايجاز والمباشرة في تلقيه وعليه يتم اخضاع العناصر التصميمية لهيكلية البناء لتي يترتب عليها التوزيع الصحيح وايجاد البناء الذي يوحد الكل التصميمي للعناصر ضمن بنية شاملة ، ففي النموذجين (14 -15) يلاحظ الاهتمام بالجانب الجمالي لتحقيق الوظيفة التسويقية بأختيار عناصر شكلية بسيطة فالنموذج (14) اعتمد في بنيته التصميمية على عنصر شكلي واحد متمثل بالشكل المنحني وبتدرج سواء بالحجم ام باللون وهذا البناء بني على ترجمة للمعاني الشكلية التي تمثل شكل (اللهب الخاص الغاز) من حيث الانسيابية في الشكل وتدرج بتكرار عل وفق ايقاع رتيب متمثلاً بشكل اللهب فضلا عن التدرج اللوني المعتمد على القيمة الزرقاء والتي ترتبط بلون اللهب الازرق والذي يكون في انقى درجاته وصفائه معزز البنية التصميمية بالنصوص الكتابية التي تم توظيف درجة لونية من ضمن فئة اللون الازرق لايصال المعنى المباشر للشعار، اما النموذج (15)والذي يمثل شركة المعدات الهندسية أذ يظهر الاختيار لعناصر شكلية بنيت باسلوب تصميمي اعتمد تحقيق جانبي الوظيفة والجمال في التصميم ، أذ أن البساطة في اختيار العناصر والتقنية اللونية التي نفذت بها شكلت عناصر جذب وانتباه للشعار فالشكل الخاص بالعجلة المسننة كان اختاره يعتمد على الية يصال المعنى المباشر والذي يرتبط بعمليات لها علاقة بالمعدات والالات ويبدو واضحا ان البنية التصميمية اعتمدت التبسيط في اقصى درجاته

فالعنصر التصميمي لايؤدي دوره بالشكل المطلوب مالم يرتبط بالعناصر الاخرى ضمن المنظومة الكلية ،أذ تشترك العناصر المتمثلة بالخط والشكل والملمس والقيمة اللونية والحجم والاتجاه والحركة ضمن الفضاء التصميمي ، فالشكل الذي سيكون عليه الشعار قد يكون مربع او مستطيل او دائرة او شكل غير منتظم بحسب متطلبات الفكرة التصميمية ويعتمد في تصميمه توظيف الخطوط باشكالها واحجامها واتجاهاتها على وفق العلاقات التي تصوغ البنية التصميمية ، وذلك لكونه من العناصر التي يمكن تطويعها(لمرونته وانسيابيته وامتلاكه طاقات تعبيرية)[12] كذلك يمكن للخط أن ينشأ سطوحاً ذات دلالة واضحة وعميقة .

اشتغالات الرمز لادراك البنية التصميمية للشعار :

ترتكز بنية التصميم على تكوين أشكال جديدة قابلة للإدراك الحسي والوجداني من خلال الرمز بصوره الدلالية والتعبيرية للشكل ومنظومات المعنى التي ترتبط بمتغيرات لها تأثير مباشر أو غير مباشر في مخاطبة الفكر الإنساني، من خلال البنية التصميمية التي تؤدي لأدراك الرمز أو الدلالة فالرمز (هو علامة تحيل إلى الشيء الذي نشير أليه بفضل قانون غالبا ما يعتمد على التداعي بين أفكار عامة)[14] وتتطلب الحاجة المستمرة للاتصال بالعالم الخارجي من حولنا ايجاد لغة اتصالية تعد مكملة للغات الاتصـــال المكتوبة والمسموعة لذلك فلغة الرموز والاشارات والعلامات تعتبر لغة تعبيرية مهمة، أذ ان الثقافة في جوهرها عملية اتصال ، ويتوقف تحقيق الاتصال على انتقال الدلالات المتعارف عليها من (رموز واشارات وعلامات) من شخص الى اخر ، وبهذا اصبحت الدلالة علماً تدل على الشيء الذي تعبر عنه كنوع من الترابط المدرك حسـياً ،ففي النموذج(16) تتظافر مجموعة من الدلالات الشكلية في ينية الشعار الخاص (بشركة مصافي الجنوب) أذ أن مايرمز للجنوب تمثل بوجود العنصر النباتي (سعف النخيل) كعلامة دالة واستثمرها المصمم ليجعل منها المحتوى لبنية الشعار أذ أنه كثف العناصر الشكلية ضمن البؤرة البصرية في وسط الشكل ليحقق نقطة جذب ومن ثم انتباه للعناصر الاخرى التي تسهم في قراءته وفهم معناه فالعناصر الاخرى جاءت معززتاً لتسهم في ايضاح المعنى لادراك الدلالات الشكلية التي تضمنتها البنية التصميمية ، اما النموذج (17) والذي صممت بنيته للدلالة عن شعار لشركة الناقلات النفطية، ويبدو واضحاً أن الرموز الشكلية التي تدل لادراك المعنى وظفت بتقنية بناء شكلي مدروس معتمداً على (شكل دفة الناقلة و النفار او البناء الذي يكون في سواحل البحار) ومما لاشك فيه أن التركيز على الحبكة التنظيمية للعناصر الشكلية لها دور واضح في ادراك معنى الشعار ولتحقيق الفهم الكامل جاءت القيم اللونية من فئة واحدة (الوان حارة) تسهم في تجسيد القراءة الكاملة للنص المرئي البصري لبنية الشعار .

لذلك فالأشكال والتكوينات تمثل رموز بصرية توظف على وفق ما تتطلبه الفكرة ، فالرمز مفردة غنية بالافكار والمعاني إذ تضفي على التصميم امكانيات تصميمية مركبة يقتضي تبسيطها وأيصالها الى لغة تفهُم وتُفســرمن قبل المتلقي، فالرموز والاشارات تعد دلالات وتحمل معاني تنطبع في ذهن المشاهد فبعض منها تكون معروفة بتداولها وتكرارها مما يعني ان دلالتها واحدة ومعناها

واحد لدى المرسل والمتلقي، ويحقق فهمه من خلال تصور ذهني للشكل أو الصورة التي تعنيها، فالشكل التصميمي ماهو الا (رمز للوجدان البشري، ذلك لان الأشكال التصميمية لابد ان تكون معبرة عن الوجدان البشري،وهذه الأشكال ليست حسية،ولكنها أشكال قابلة للإدراك الحسي) [13] ويكون للبنية الشكلية في تصميم الشعار القوة التعبيرية التي قد يحققها الرمز كصياغة لفكرة أو مفهوم ، ذلك لكون للشكل العلاماتي (كيان خاص لانه رمز مبدع ومبتكر وليس محاكاة للطبيعة أو الواقع،وعلى هذا يمكن أن نتذوقه جماليا بالنظر إلى العمل ذاته والى جماله الباطني ووحدته وفاعليته وحيويتة)[18] و يخضع الشكل للتجريد لكونه سيمثل المادة الاساس لبنية تصميم الشعار كذلك الاضافات الملائمة التي تعزز التكوين المرئي من حروف او اشكال (هندسية، نباتية، حيوانية)وفقاً لتنظيم تكويناته الشكلية وبما يخدم الجانب الوظيفي من خلال جذب الانتباه واثارة الاهتمام فالرمز ذو طابع تلميحي محاط بالايهام ويوصل فكرته عن طريق الايماء بدون تعبير او تصريح ، فالنماذج (18-19-20 -21)نماذج لبنية شعار شركة الحفر العراقية وكما يلاحظ أن ملامح البنية الشكلية طرأ عليها تغير يتلائم والحاجة لرموز تحمل دلالات للفهم وتعزيزاً للمعنى ، فالنموذج (18)والنموذج (19) والنموذج (20) قد تبدو متقاربة جداً على الرغم من وجود تغيرات طفيفة بين بنية واخرى

نموذج (١٨) نموذج (١٩) نموذج (٢٠)

وهو بحد ذاته عمل فني ينتقي مساره ونظمه من الطبيعة والحياة ولان اي مفردة تصميمية تعد بمثابة شكل بصري له مضمون ادراكي وبما (يعبر عن الافكار الباطنة بلغة تعبيرية بصورة واضحة وجذابة حتى يتمكن المتلقي من ادراك المضمون بشكل لا يحتمل التاويل وفي اقل وقت ممكن)[17] فهو يعتمد معاني الصور الذهنية التي تترجم إلى معانٍ أخرى يتحملها اللفظ بالتفسير والتأويل ، لان ادراك حقيقة الأشياء ليس في اللغة فحسب بل بما يرافقها من إيحاءات ، أما النموذج (21) فقد ظهرت البنية التصميمية مجردة من الاحاطة وبتغيير يختلف عن سابقيه كاستجابة مباشرة في البحث عن الطريقة المثلى.

نموذج (٢١)

لايجاد الاستدلال والاستنباط والاستقراء وشتى عمليات الانتقال من المقدمات الى النتائج وفق مظاهر متنوعة ، لذلك فالنشاط الفكري الذي يقوم به المصمم حين ينتقل من المعلوم الى المجهول (3)(وهذه المهارة تستلزم التعلم والمران والتدريب وقد تكلف صاحبها الكثير من العناء والجهد والمشقة ، فليس من الغرابة بشئ ان تقترن عملية التفكير في نظر الكثيرين بمعاني الشدة والتوتر)[2]بما يخدم الفكرة التصميمية وأخرى هو من يحركها من خلال الأداء التقني ، فالأشكال الحروفية إذا تكررت بشكل منتظم تحقق حركة انسيابية ناتجة عن مراعاة لتدرج الحجم و اللون و الملمس ، وتخضع بنية الشعار

الحرف والنص الكتابي وتطوعه بالصيغة التي تسهل قراءته وفهمه والتي يمكن عدها مبادىء تسهم في التوظيف الناجح وكما يلي :[7]

1-البساطة:

فالحرف كلما كان بسيطا كلما سهلت قراءته ، لذا كان من الافضل استخدام الحروف البسيطة ، وتحاشى الحروف المعقدة او الزخرفية ،التي قد تكون نتائجها عكسية، فالنموذج (22) اعتمد بنية تصميمية عمادها البساطة والوضوح في البنية النصية المقرؤة بتكوين شكل دائري بنصفين للغتين الدارج التداول بهما عالمياً (العربية والانكليزية) فضلاًعن اعتماد فضاء العنصر الشكلي لخارطة العراق بتوظيف نصوص كتابية بتسطيرافقي لأسم الشركة (خطوط الانابيب النفطية) ليحصل تضاد وتكامل مع النصوص بالقيمة السوداء .

2- الحجم:

ان الحروف الصغيرة جدا تتعب القارىء ويعزف عن قرائتها , اما الحروف الكبيرة جدا فتثير نوعا من الضيق ، يجب ان يكتب بحروف سهلة القراءة ،وللحصول عل سهولة القراءة وسرعة الفهم للبنية التصميمية للشعار قد يتطلب الامر اخضاع التكوين الشكلي لمعالجة تقنية تحقق الهدف من التصميم ولهذا فالحروف وتكوينها والتحكم بأحجام (ابناطها) يعد وسيلة تحمل جانبي الوظيفة والجمال ففي النموذج (23) اعتمدت البنية التصميمية عل الحروف اللاتينية بمختصرات لجملة الكلمات التي مثلت هوية الشعار مع الاخذ بنظر الاعتبار أن البنية التصميمية اعتمدت الاختزال بنوعيه (الشكلي واللوني) بتضاد النص الحروفي مع فضاء ارضيته .

3-القوة:اذا كانت الحروف اوالكلمات مضمومة بعضها الى بعض بشدة صعبت قراءة النص حتى ولو قرب من العين ، فالمسافة بين الحروف وبين الكلمات يجب ان تكون معقولة والا جاءت بعكس النتيجة المطلوبة كما ان الحروف المرتفعة جدا تكون ضعيفة التاثير والحروف العريضة جدا تكون ثقيلة وضـــخمة اكثر مما يجب ، وهكذا نجد ان لتناسق ارتفاع الحروف وعرضها، لهذا قد يتحقق ذلك بتكوين حروفي بنظام على وفق البنية التصميمية فالنموذج (24) اعتمد قوة الحروف بصلابتها التي تقرب للاشكال الهندسية ذات الزوايا الحادة ،فضلاً عن التوافق في الاتجاه الذي ضمن القراءة

للمختصرات وباللغتين كذلك تجسدت القوة التي ادعمتها القيم الرمادي والاصفر والتوزيع المتضاد فيهما مابين الشكل الحروفي وارضيته .

4- <u>الاتجاه</u> :

ان كتابة الحروف او الكلمات بصورة مائلة تصـــعب قراءتها لذا فمن الصواب استخدام حروف سوية ما امكن ،الا في حالة تصميم الحرف ضمناً متماشياً مع الشكل العام الذي يثبنى عليه الشعار الذي يخضع الحرف له وظيفياً وجمالياً وهنا يكون عامل الاتجاه مهم لتحديد مسار الرؤية وقراءة الشعار بصراً قبل اللغة ،ويندرج النموذج (24) بكونه حقق الاتجاه في بنيته التي اسهمت الى حد كبير في سهولة قراءته وفهم معناه بالاتجاهين المتعاكسين .

<u>البنية ومستوياتها في الادراك:</u>

يتداخل الشكل والمضمون في البنية التصميمية ليكون نسيجاً واحداً، فعلى الرغم من تعددية العناصر الشكلية و تنوعها يحكمها التأليف داخل الوحدة بما يحقق المضمون الفني بأنتظام البناء التصميمي إذ (تبدو العلاقات بين عناصر البنية التصميمية مترابطة في تركيبها الكُلي وليست مفتعلة ، أو سطحية ، إذ تبدو وكأنها نسيج الطبيعة الوليد الجديد)[4] فتتناسق و تناغم الاشكال بما يحقق انعدام التنافر بين أجزاء وعناصر المضمون من جهة ، وبين أجزاء وعناصر الشكل من جهة ثانية ، وبين كامل المضمون وبين كامل الشكل من جهة اخرى ،فأمكانية فاعلية عناصر منجز التصميم تتحدد على وفق تكامل علاقاته كوحدة بنائية يكون لكل عنصر فيها الدور الأساس في البناء الداخلي والخارجي للتصميم. أي إن الوحدة البنائية تظهر متكاملة تعبر عن فكرة تتفق وطبيعة الهدف عن طريق تكوين علاقة وثيقة بين المضمون الداخلي المتمثل بفكرة لتحقيق المنفعة ، والوظيفة ،وتكون متماسكة متكاملة ، ومندمجة ، ومنسجمة قائمة على المدلولات التي تعكسها العلاقات القائمة في التصميم مجتمعه، لذلك فعملية ادراك البنية مرتبطة بطبيعة الاشكال التي اسست لبناء الشعار و تكمن في العلاقات التي تكونها ليتم ادركها.

<u>ضرورات البنية التصميمية للشعار:</u>

تتحدد البنية التصميمية لأي منجز تصميمي على العناصر الداخلة لانشأءه متمثلة (بالنقطة ، والخط ، والمساحة والحجم والاتجاه والحركة) والاسس التصميمية التي تعد المنظم لتوزيع العناصر ضمن فضاء ذلك المنجز فالتضاد ، التباين ، التوازن ، والإيقاع ، الانسجام ، والوحدة .... ولهذا نجد أن للعنصر واسسه ضرورة في البنية التصميمية ، ويعتمد ذلك على التحكم في الجانب الجمالي للبنية التصميمية ومدى تأثرها في المُتلقي يعتمد على عدة عناصر يجب الأخذ بها عند تصميم الشعار وكالآتي:

اولاً : الفضاء وحجم الشعار: يتميز الشعار بأن حجمه يعتمد على الصغر في الحجم وكبر الحجم في المعاني التي يحملها ، لذلك لابد من تحقيق هذه الميزة التصميمية ففي النموذج (25) البنية التصميمية للشعار تكافئ فيها الفضاء مع العناصر الشكلية التي توحدت بنتظام في الجزء المركزي ضمن نطاق التعامل به ويعكس دلالات المعاني الضمنية التي يتطلب ايصالها للمتلقي .

نموذج (٢٥)

من خلال ضمان التناسق في حجمه عند توظيفه في أي مطبوع له علاقة بالشركة التي يرمز لها ويمثل هويتها ، فيجب أن يكون للشعار قدر معين من المساحة الفارغة الواضحة من حوله، بحيث تبقى هذه المنطقة خالية من جميع العناصر المرئية الأخرى مثل الرموز أو الكائنات أو الكتابات، و (يكون حجم المساحة الفارغة حول الشعار هو نفس حجم الشعار ، فإن كبر الحجم جدا يًصبح مرهقا وأن كان حجم الفضاء كبيراً وصغر حجم الشعار جدا فًإن ذلك يجعل الشعار غير مجد، أو لا يمكن التعرف عليه على الإطلاق) وللحفاظ على سلامة الشعار، يجب الحفاظ دائما على الحد الأدنى من المساحة الخالية حول الشعار، لذلك يجب الحفاظ على هذا الحد الأدنى من المساحة عند تكبير الشعار أو تقليل حجمه بشكل تناسبي.

ثانياً : الرمز أو الشكل: هو عبارة عن خط مكتمل ومغلق، والأشكال عديدة منها المنتظمة) الهندسية كالدائرة والمربع والمثلث، ومنها غير المنتظم وهي كثيرة في الطبيعة، وعلى الاغلب فأن الشكل الدائري هو الانسب في تصميم الشعار لكونه لايحدد اتجاه واحد لقراءته فضلا عن امكانية اخضاعه للمعالجات والتقنيات التنفيذية المتعددة وبالشكل الذي لايؤثر على المحتوى الذي يتضمنه فالنموذج (26) الذي جسد شعار لشركة (سومو النفطية) أذ أن البنية الشكلية التي اعتمدت على الشكل الدائري والتحكم به وتقسيمه دون الحاجة لوظيف عناصر شكلية تعزز الفكرة التصميمية ، فضلاً عن الاستعارة الشكلية (للناقلة)ضمن المركز البصري وفي حقيقة الامر أن الشكل يدل على شيء ما له وجود قائم، يحل محله

نموذج (٢٦)

بمعنى أنه يدل على شيء غيره ، لذا فالرمز أو الشكل يعد أحد صور التمثيل غير المباشر الذي لا يسمي الشيء باسمه، وهو يستخدم كوسيلة من وسائل التعبير وذلك عن طريق الإيحاء بالمعنى المراد عنه دون أن يفصح عنه ، وما الرمز الا تجسيد مادي لمضمون فهو(بمثابة الرمز إلى كل التنظيمات الاجتماعية والسياسية والدينية والاقتصادية التي يشير إليه المصمم) [21]

ثالثاً : اللون : هو إحدى العناصر التصميمية التي تدخل وبشكل رئيسي في تصميم الشعار، ويظهر في النموذج (27) التوظيف المعتمد على الاختزال في استخدام الالوان في تصميم بنية الشعار وذلك لانها تعد

نموذج (٢٧)

أقوى أداة تستخدم للتعبير، لكون اللون يتجه نحو الإحساس بدون وسيط ويتفوق بشكل كبير عن الكلام المكتوب لامتلاكه لغة (خاصة تجذب بها الجمهور إلى الشعار ومحتواه[3]) لذلك فإن اللون يسهم بشكل مباشر في التوصل لمضمون معاني الاشكال في تصميمه .

النتائج :

1-ظهرت المحافظة على بنية الشعار القديم مع اجراء تغير جزئيا من أجل تحقيق الوظيفة والحداثة ومواكبة التطور كما في النماذج (18 ،19 ،20) ،بينما ظهر التغير الكلي الشامل لبنية تصميم الشعار كما في النماذج (1 ،2 ،3 ،4 ،5 ،6 ،7 ،8)

2-ظهر هناك دافعين رئيسين لإعادة تصميم الشعار تمثل الاول بالتغيير الكمي لشكل الشعار ليتماشى مع توجهات الوزارة وثانيا إعادة تحديد هويات للشركات التابع لها بغية التوحيد في الشكل الذي يوجز مضمون عملها ،وكما تبين في جميع نماذج البحث .

3-حقق الاختزال في بنية تصميم الشعار سهولة قراءة المضامين التي بنيت عليها فكرة التصميم كما في النماذج (6 ،8)، بينما جسد التكثيف الشكلي في تصميم بنية الشعار عمق في فهم المضمون وتعدد في دلالات معانيه كما في النماذج (5 ، 9 ،10).

4-تميزت تصاميم بنية الشعار التي اعتمدت آلية الحذف صياغة مستندة بالتركيز على العناصر الشكلية التي تتضمن اكثر من دلالة لادراكه كما توضح ذلك في النماذج (11 ،12 ،13 ، 14 ،15) ، وجسدت آلية الاضافة مبدأ تكامل للبنية التصميمية التي استمدت من الاشكال المتداولة والمعروفة تنوع في بناء الشعار كما في النماذج (16 ،17).

5-تم التركيز على اشغال فضاء الشعار بتكوينات ذات بنية تصميمية استمدت مفرداتها من واقع عملها كما في النماذج (6).

6-ظهر اعتماد شكل الفضاء (الدائري) لتصميم بنية الشعار وذلك لملائمته للتكوينات التي نظمت من خلالها العناصر التصميمية كذلك امكانية معالجته تصميمياً وذلك لكونه يظم البؤرة الصرية التي تسيطر على بصر وفكر المتلقي كما في النماذج (20،19،18،16،9،8،7،2 ، 22، 25 ،26) واسهم الفضاء المفتوح في تحقيق بنية تصميمية متماسكة ومتكافئة في توزيع العناصر الشكلية كما في النماذج (1 ،3 ،4 ،5 ،6 ،7 ،11 ،12 ،13 ،14 ،15 ،21 ،23 ،27).بينما تم اعتماد الشكل الهندسي (النجمة بثمانية رؤوس) في النماذج (10 ،24).

7-اسهمت المختصرات النصية في اختزال العناصر الكتابية التي تغني بالمضمون القرائي للتعريف بماهية الشركة وعملها وكما في اغلب نماذج البحث .

8-ظهر الاستثمار الامثل لكل عنصر شكلي في بنية الشعار بهدف ايصال المعاني الضمنية للشعار ،فضلا عن استيعاب البنية التصميمية لدلالات شكلية ذات اكثر من معنى وبالتالي تحقيق الوظيفة والجمال وكما في كل نماذج البحث .

9- استمد عنصر اللون قوته في بنية تصميم الشعار لكونه اسس على مبدأ الفئة الواحدة لدرجاته كما في النموذج (14 ،16 ، 17 ،25 ،26) بينما التنوع في اختيار الالوان حقق تركيز على العلاقات البنائية للعناصر الشكلية كما في النماذج (1 ،2 ،3 ،4 ، 5 ،6 ،7 ،8 ،9 ،10 ،11 ،12 ،13 ،15 ،18 ،19 ،20 ،21 ،22 ،23 ،24 ،27).

التوصيات :

1-يجب الاهتمام بالعناصر الاساسية التي يؤسس عليها تصميم بنية الشعار وذلك لتحقيق الرسالة المطلوبة

2- يجب دراسة الجوانب الاجتماعية والثقافية والاقتصادية عند الشروع بأجراء تغير في البنية التصميمية للشعار وذلك لكونه يتطلب التمهيد والتهيئة لافكار المتلقي كي يستوعب البنية الجديدة للشعار ، وينبغي كذلك على المصممين الإلمام الكامل بالفروق بين تغيير الشعار أو إعادة تصميمه ، لان التغيير الغير موظف سيؤدي لنتائج عكسية ولاسيما أذ كان التغير لايمت لأصل بنية تصميم الشعار السابق بصله او يبتعد عن مضمونه .

المقترحات:

1-استكمالاً للبحث الحالي لابد من القيام بدراسة مقارنة لشعارات شركات وزارة النفط مع مثيلاتها لشركات عربية او عالمية .

المصادر:

1- ابن منظور، أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ، لسان العرب ،1955.

2- أبو جادو ، محمد علي ، تعليم التفكير النظرية والتطبيق ، ط3 ،دار المسيرة للطباعة ، عمان 2010.

3- أبو الفتوح، محمد ، نصائح ينصحك بها الخبراء لتتمكن من تصميم شعار رائع،2017

4- بسيوني، محمود. الفن في القرن العشرين، دار المعارف، مصر، 1983.

5- جميل صليبا، المعجم الفلسفي، منشورات ذوي القربى ، ط1 ، الجزء الأول ، 1385هـ .

6- جيروم ستولنتز، النقد الفني دراسة جمالية وفلسفية، ترجمة :فؤاد زكريا، جامعة عين شمس، 1974.

7- خليل صابات : الإعلان ، تاريخه أسسه قواعده فنونه ، أخلاقياته ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ط1 ، القاهرة ،1969.

8- الاحمر، فيصل، معجم السيميائيات، الدار العربية للعلوم،ط1، بيروت، 2010

9- الرويلي ، ميجان وسعد البازعي ، دليل الناقد الادبي . المركز الثقافي العربي ، ط 2 ، بيروت ، 2000.

10- راشد احمد عادل ، الاعلان دار النهضة العربية للطباعة والنشر بيروت 1981.

11- زكريا إبراهيم: مشكلة البنية، دار مصر للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٩٠ .

12- سعيد علوش، معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة ، دار الكتاب اللبناني، بيروت 1985.

13- سكوت، روبرت جيلام ، اسس التصميم ، ط2 ، تر: محمد محمود يوسف ، القاهرة ، دار مصر للطباعة والنشر ، 1980 .

14- سيزا قاسم ، مدخل الى السميوطيقا ، دار الياس العصرية، القاهرة، 1965.

15- طارق مصطفى ابو بكر عثمان، العلاقات البنائية ودلالات الرموز في تصاميم العملات الورقية السودانية، اطروحة دكتوراه، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 2002.

16- عباس جاسم حود الربيعي ، الشكل والحركة والعلاقات الناتجة في العمليات التصميمية ثنائية الابعاد، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، 1999.
17- غارودي روجيه، البنيوية فلسفة موت الإنسان، ترجمة : جورج طرابيش، دار الطليعة، بيروت، 1981.
18- الكامل ، فرج : تاثير وسائل الاتصال ، ط1، دار الفكر العربي، 1985.القاهرة .
19- محمد السرغيني ، محاضرات في السيميولوجيا، الدار البيضاء ،دار الثقافة،1988 0
20- النوري، عبد الجليل مطشر ، التنوع التقني في أظهار القيم الجمالية التصميمية في الملصقات، رسالة ماجستير(غير منشورة) ،جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة ، 2002.
21- نصيف جاسم محمد ، الابتكار في التقنيات التصميمية للإعلان المطبوع ، أطروحة دكتوراه ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 1999 .
22- ياسين، عبدالناصر، الرمزية الدينية في الزخرفة الإسلامية، ط 1، زهراء الشرق للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر،2006.
23- lucus.D ,B, &Britt ,S,h; .Advertising Paychology Reserch .Grew Hill Book Inc.com . New York1966.
24- Dunphy ،Phil (2016) modern logo AUTUMN 2016 optMagazine.com.
25-Gerald , A-Silver , Graphic Layout and Design , Van nostrand Rainhold , Co New York, 1981.

ترجمة المصادر العربية :

1- Ibn Manzur, Abi al-Fadl Jamal al-Din Muhammad Ibn Makram, Lisan al-Arab, 1955.
2- Abu Jadu, Muhammad Ali, Teaching Theoretical and Practical Thinking, 3rd Edition, Dar Al Masirah for Printing, Amman 2010.
3- Abul-Fotouh, Muhammad, Tips for Expert Logo Design, 2017.
4- Bassiouni, Mahmoud. Art in the Twentieth Century, Dar Al Ma'aref, Egypt, 1983.
5- Jamil Saliba, The Philosophical Dictionary, Relatives Publications, 1st Edition, Part 1, 1385 AH.
6- Jerome Stolentz, Art Criticism, An Aesthetic and Philosophical Study, translated by: Fouad Zakaria, Ain Shams University, 1974.
7- Khalil Sabat: The Declaration, Its History Was Founded by Its Rules, Art, and Ethics, The Anglo-Egyptian Bookshop, 1st Edition, Cairo, 1969.
8-Al-Ahmar, Faisal, Dictionary of Semiotics, Arab House
9- Al-Ruwaili, Megan and Saad Al-Bazai, the literary critic's guide. The Arab Cultural Center, 2nd floor, Beirut, 2000.
10- Rashid Ahmad Adel, Advertisement Dar Al Nahda Arab Printing and Publishing, Beirut 1981.

11- Zakaria Ibrahim: The Baniyya Problem, Misr Publishing House, Cairo, 1990.
12- Said Alloush, Dictionary of Contemporary Literary Terms, Lebanese Book House, Beirut 1985.
13-Scott, Robert Gillam, Basics of Design, 2nd Edition, Tr: Mohamed .Mahmoud Youssef, Cairo, Dar Misr for Printing and Publishing, 1980
14- Seza Kassem, Introduction to Alsumutika, Dar Elias Al-Asriyah, Cairo, 1965, p. 251 0
15- Tariq Mustafa Abu Bakr Othman, Constructive Relationships and Signs of Symbols in Sudanese Paper Currency Designs, PhD thesis, College of Fine Arts, University of Baghdad, 2002.
16- Abbas Jassim Houd Al-Rubaie, Form, Motion and Relationships Resulting in Two-Dimensional Design Processes, Unpublished PhD thesis, University of Baghdad, College of Fine Arts, 1999.
17- Garaudy Roger, Structuralism, Philosophy of Human Death, translated by: Georges Tarabish, Dar Al Tali'a, Beirut, 1981.
18- Al-Kamel, Farag: The Influence of the Means of Communication, 1st Edition, Dar Al-Fikr Al-Arabi, 1985, Cairo.
19- Mohamed Serghini, Lectures on Semiology, Casablanca, House of Culture, 1988.
20- Al-Nouri, Abdul-Jalil Mutashar, Technical Diversity in Exhibiting Design Aesthetic Values in Posters, Master Thesis (unpublished), University of Baghdad, College of Fine Arts, 2002.
21- Nassif Jassim Muhammad, Innovation in Design Techniques for Printed Advertising, PhD Thesis, College of Fine Arts, University of Baghdad, 1999.
22-Yassin, Abdel Nasser, Religious Symbolism in the Islamic Decoration, 1st Edition, Zahraa Al-Sharq for Publishing and Distribution, Cairo, Egypt, 2006.

The design structure of the logos of the Ministry of Oil and its affiliated departments

Ahlam Mohsen Getan Ministry of Oil / Oil Exploration Company / Media Division 07713666954	**Professor Dr. Seham Mohsen Getan** Central Technical University / Institute of Applied Arts / Department of Graphic Design Techniques 07713666956

Abstract:

The art of design pursues various ways to communicate its implicit messages to members of society in order to communicate with each other in products and services and for this it falls under the design going into the field of the structure that will allow the field of understanding and accommodating the requirements of the needs that the design came to meet, and the design enjoys effectiveness and a large presence because it has become an important necessity in the life The individual, and for this we find him entered into every detail of our life to cover our requirements to him, and this is why the current research came to shed light on one of the design achievements that are indispensable and are continuously circulated, which are slogans, and the two researchers decided to choose the slogan of the Ministry of Oil as a waza Active in the country data and are linked by a group of circles and each special feature, you may be searching Vsolan represent the first chapter methodology research and identified the problem of researchers following their research by asking: What is the design structure of the slogans of the Ministry of Oil and its affiliated departments? As for the second chapter, the framework consists of two subjects, and the scientific material that enriches the research was presented, as well as analyzing samples and presenting the research results in addition to recommendations and proposals, as well as the most important sources covered implicitly.

key words : Logo,Logo design properties,Logo Design Mechanisms,
The functions of the symbol to understand the design structure of the logo