

"الكاليجرافي" كمصدر إبداعي لتصميم العلامة التجارية لدي طلاب قسم الاعلان Calligraphy as a creative Trademark Design Source and applying it on ADvertising department Students

أ.م.د/هبة عبد المهيمن محمد عوض

استاذ مساعد بكلية الفنون التطبيقية - جامعة دمياط - قسم الاعلان

Assist. Prof. Dr. Heba Abdel-Mohaimen Mohamed Awad

Associate Professor at the Faculty of Applied Arts - Damietta University - Advertising
Department

hebaawad13@yahoo.com

المخلص

الكتابة مجموعة من المفردات والعناصر البصرية التي تم توظيفها لتكون ترجمة بصرية للرموز الصوتية في اللغة، وهي الأداة التي تحمل الأفكار وتنقل المفاهيم وتحفظ هوية الأمة ووجودها، نظراً لقدرتها على الانتقال عبر القرون والأزمان المتلاحقة حيث أنها تتمتع بصفة الخلود والدوام والاستمرارية والانتشار أكثر من اللغة. ومع تطورات العصر تعددت وظائف الخط وتنوعت ميادين استخداماته وتطبيقاته ليدخل عالم التصميم ليتم تشكيله تبعاً للمجال المستخدم فيه لأداء وظيفة محددة، فظهرت الحاجة لأشكال خطوط مبتكرة بعيداً عن الخطوط التقليدية لمواكبة احتياجات ومتطلبات العصر فظهر الكاليجرافي المعاصر. " الكاليجرافي" المعاصر هو فن رسم وتصميم وتشكيل الحروف سواء باليد أو بالحاسوب عبر برامج التصميم المختلفة في أشكال مبتكرة وغير مألوفة عن طريق التحوير والتطوير يعد " الكاليجرافي" مصدراً هاماً من مصادر تصميم العلامة التجارية. والعلامة التي تعتمد علي "الكاليجرافي" في تصميمها سواء كانت (حرف مفرد أو أكثر من حرف أو كلمة) تتميز بأنها تجمع بين الاتصال اللفظي والمرئي في أن واحد وهذا يساعد في أداء وظيفتها الاتصالية بشكل أفضل وأسرع، فبجانب قدرة العلامة الخطية علي التعريف باسم المؤسسة بشكل واضح وصريح فتصميم شكل الحرف نفسه يعكس دلالات ومعاني ورسائل يمكن توظيفها لخدمة تصميم العلامة، ولقد اتاح الكاليجرافي لطلاب قسم الاعلان إنتاج تصاميم لعلامات تجارية بالكلمات و الحروف متنوعة لا نهائية تضم طاقات إبداعية ورؤي متطورة تحمل روح العصر في الصياغة والتكوين.

الكلمات المفتاحية:

التايوجرافي، الكاليجرافي، العلامة التجارية

Abstract:

Calligraphy is the world's oldest abstract art. It means to make it easy to master the art of beautiful writing! This art is covering now areas ranging from a handwriting and letters in their functional aspect and takes the form of artwork in their aesthetic aspect. The designer treats a single letter as a flexible moldable element having a beautiful look, form and function.

Calligraphy is considered an important element in brand's design, where the later of a single letter or more than a letter or a word is in need to calligraphy in its design and is described as a mixture between verbal and visual communication at once, and this, in turn, helps in performing its communicative function better and faster. Besides the linear mark has the ability to define the name of the organization in a clear font, we notice that the calligraphy's font design itself reflects connotations, meanings and messages could be utilized in design of the brands.

Calligraphy enabled students in in the Faculty's Advertising Department to produce different designs of the brands by using an infinite variety of typographical words and letters filled with energy, creativity and cutting-edge vision conveys the spirit of the age in drafting and composition.

Keywords:

Typography ،Calligraphy ،trademark

المقدمة:

الكتابة مجموعة من المفردات والعناصر البصرية التي تم توظيفها لتكون ترجمة بصرية للرموز الصوتية في اللغة، وللكتابة قيمة جوهرية في حياة كل أمة فهي القوة التعبيرية لدي الشعوب وإرثها الحضاري المتنقل الذي يوثق تاريخها، فهي الأداة التي تحمل الأفكار وتنقل المفاهيم وتحفظ هوية الأمة ووجودها وتحميها من الذوبان في الحضارات والأمم الأخرى، نظراً لقدرتها على الانتقال عبر القرون والأزمان المتلاحقة حيث أنها تتمتع بصفة الخلود والدوام والاستمرارية والانتشار أكثر من اللغة (١٥:ص ١٨٢). تعد الحروف البنية الأساسية لتصميم الخط وبنائه، وتتمتع الحروف بمجموعة من الإمكانيات التشكيلية والجمالية التي ساعدت في التعامل معها كأبي عنصر مادي من عناصر التصميم، وقد أطلق على مفهوم تشكيل وتصميم الحروف مصطلحين التايبوجرافي Typography والكاليجرافي calligraphy وذلك تبعاً للوظيفة المستخدم فيها. و"الكاليجرافي" مصطلح عالمي شائع للكتابات الجذابة باليد وفنون الكتابة الجميلة في كل الأبجديات، تم وضع العديد من التعريفات له مثل "الكتابة الجميلة، الكتابة اليدوية اللطيفة"، كما عرفه الكاتب والمؤلف التركي " سيلال اسات ارسيفين" Celal Esat Arseven (١٨٧٦ : ١٩٧١) بأنه "فن الكتابات الجذابة التي تتم كتابتها بطريقة جميلة". (7: p 22-41) وللعلامة التجارية أنواع مختلفة أهمها العلامة التجارية الكلامية: type Trademark التي تعتمد على استخدام الحروف أو الكلمة أو مجموعة كلمات مكتوبة أو المعالجات الجرافيكية لأسم المؤسسة أو المنتج من أهم لغات ووسائل الاتصال البصرية المستخدمة في كل مجالات الحياة اليومية علي مستوي العالم لما لها من قدرة علي حمل المعاني والأفكار وتوصيل الرسائل بأسلوب بسيط وموجز.

مشكلة البحث:

- 1- قله الدراسات التي تبحث في مفهوم وأساليب الكاليجرافي باعتباره مصدر لاستلهام تصميمات ابداعيه مناسبه لهويه العلامة التجارية
- 2-الى أى مدى يمكن أن تساهم "الكاليجرافي" كمصدر إبداعي في تصميم العلامة التجارية لطلبه قسم الاعلان

أهمية البحث:

- ١- توضيح أهمية "الكاليجرافي" تصميم العلامة التجارية.
- ٢- إظهار الإمكانيات التشكيلية والجمالية التي يتمتع بها "الكاليجرافي" وتوظيفها في تصميم العلامة التجارية.

أهداف البحث:

- ١- توضيح الفرق بين مفهوم "الكاليجرافي" التايبوجرافي".

- ٢- عرض الاتجاهات الحديثة للعلامات التجارية الكاليجرافي.
- ٣- تصميم طلاب قسم الاعلان علامات تجارية مبتكرة باستخدام "الكاليجرافي" لمواكبة احتياجات ومتطلبات العصر.
- ٤- ابراز دور "الكاليجرافي" في اثراء تصميم العلامات التجارية بأفكار وأساليب جديدة ومتنوعة.

فروض البحث:

- ١- يمكن اعتبار "الكاليجرافي" مصدراً هاماً من مصادر تصميم العلامة التجارية.
- ٢- يتيح "الكاليجرافي" للمصمم حرية التعبير والبحث عن مواطن الجمال في تصميم العلامة التجارية.
- ٣- يلعب "الكاليجرافي" دوراً بارزاً في تصميم علامات ناجحة وظيفياً وتصميمياً.

منهج البحث:

المنهج الوصفي: من خلال الدراسة الوصفية وعرض وتحليل لمجموعة من العلامات التجارية التي قام بتصميمها طلاب قسم الاعلان باستخدام الكاليجرافي.

المنهج التطبيقي: من خلال تطبيق طلاب قسم الاعلان الفرقة الثانية لمهارات الكاليجرافي في تصميم علامات تجارية لبعض المؤسسات في مدينة دمياط.

المحور الأول: الإطار النظري:

اللغة هي وسيلة اتصال البشر بعضهم ببعض وهي أداة الإنسان للتعبير عما يشعر به ، بحيث يمكن تعريف اللغة بأنها مجموعة من الرموز الصوتية التي يحكمها نظام معين والتي يتعارف أفراد مجتمع ذي ثقافة معينة علي دلالاتها من أجل تحقيق الاتصال بعضهم ببعض ، تلك الرموز الصوتية ودلالاتها تختلف من مجتمع لآخر ومن ثقافة لأخرى بحيث عندما تستبدل بترجمة أو عبارات من لغة أخرى فإنها لا تعكس نفس المعاني حتي ولو كان المقابل اللفظي واحد والترجمة صحيحة، فمع تنوع واختلاف اللغات حول العالم تنوعت أيضاً الصياغة الشكلية لكتابتها وطريقة تصميم حروفها والتي تميزها وتعطي لها شخصيتها الفريدة.

١- الإمكانيات التشكيلية والجمالية للحروف:

الحروف هي أحد مفردات اللغة والتي تسمى بالحروف الأبجدية أو الهجائية، وهي أشكال ورموز بصرية ذات مضمون لغوي تعبري يتفق عليها أفراد المجتمع للدلالة على كلماتهم المنطوقة والمكتوبة التي يفهمون بها ويتواصلون من خلالها بالعالم (١٣:ص6).

تعد الحروف البنية الأساسية لتصميم الخط وبنائه، وتتمتع الحروف بمجموعة من الإمكانيات التشكيلية والجمالية التي ساعدت في التعامل معها كأبي عنصر مادي من عناصر التصميم ، فالحروف ليست أشكالاً مجازية تنطوي علي معاني معينة لتؤدي وظيفة لغوية فحسب وإنما هي في حقيقتها مادة تشكيلية ذات تناسق تشريحي وتركيبى مميز تتكون من أشكال وخطوط مجردة مستقيمة ولينة تصنع باتصالها أنواعاً من العلاقات التشكيلية الهندسية والحرية ، وقد أعطي هذا التجريد للحروف من ناحية الشكل والهيئة طبيعة خاصة توافرت معها إمكانيات تشكيل هذه الحروف وصياغتها في أشكال وتراكيب وعلاقات ذات أهداف وظيفية جمالية (٢:ص٢٧٨)

وقد أطلق على مفهوم تشكيل وتصميم الحروف مصطلحات التايوجرافي Typography والكاليجرام calligramme والكاليجرافي calligraphy وذلك تبعاً للوظيفة المستخدم فيها.

٢- التايبوجرافي والكاليجرام والكاليجرافي:

* التايبوجرافي Typography :

هي في الأصل كلمة مشتقة من اللغة اليونانية مكونة من شقين (Typo) بمعنى "شكل" وكلمة (Graphe) تعني "كتابة" وبذلك يكون معنى الكلمة "شكل الكتابة" ، و"التيبوجرافيا" هي فن واسلوب ترتيب وتنظيم الحروف الطباعية في كلمات وجمل لجعل اللغة المكتوبة مقروءة وجذابة وواضحة للآخرين ، فهو فن وظيفي يهتم بدراسة ومعالجة الحروف الطباعية وفق قواعد محددة ومدروسة تتضمن اختيار نوع الحرف، شكله ، سمكه ، شكل النقاط وحجمها ، الفراغ داخل الحرف والفراغ المحيط به ، ضبط المسافات بين الحروف في الكلمة ، طول أسطر الكتابة وتباعدها ... وغيرها من الأسس والقواعد لتؤدي الحروف وظيفتها القرائية بنجاح شكل (١) (١٨:ص١٨٥).

إن عملية ترتيب الحروف والأرقام والعناصر الطباعية وتجهيزها للطباعة والنشر كانت ولا تزال جزء لا يتجزأ من عملية الطباعة ، ولذلك منذ وقت مبكر ارتبط ظهور التايبوجرافي بظهور وتطور تقنيات الطباعة المختلفة بدءاً من تجهيز وترتيب قوالب الحروف الخزفية والحروف الخشبية والمعدنية لطباعة الكتب منذ بداية الطباعة الميكانيكية في القرن ال ١١ م شكلي (٢) ، (٣) حتي العصور الرقمية وظهور الطابعات الإلكترونية ، فمع ظهور الحاسب الألي والذي احتل مكانة كبيرة في حياة الأفراد من خلال عدة مجالات علي رأسها الطباعة والنشر فقد عمل علي توفير الكثير من الوقت والجهد المبذول في تجهيز الحروف للطباعة، ولما كان الحرف من أهم مخرجات الحاسب الأساسية كان من الطبيعي أن يحدث تطوير في مجال تصميم الخطوط الطباعية وما يزال هذا التطور مستمر حتي يومنا هذا مما أثمر عن ابتكار عدد لا نهائي من أنماط الخطوط الطباعية التي تتميز بالحرية في التشكيل وتتنوع بين الأصالة ، الطابع الفكاهي ، الطابع الرسمي وغيرها مثال شكل (٤) لتتناسب مع متطلبات العصر وتخدم الوظائف و المجالات المختلفة التي تستخدم فيها (٤:ص١٤) ، مما جعل الخبراء والمتخصصون يصفون العصر الحالي بأنه عصر بداية الثورة علي الطرق التقليدية والنمطية في مجال تصميم الحروف الطباعية.



شكل رقم (١) مثال يوضح مفهوم وظيفة التايبوجرافي في ترتيب الحروف الطباعية (p1: 20)



شكل (٢) (p2: 21) نسخة طبق الأصل من الأحرف المتحركة من الخزف للمخترع الصيني - "بي شنج" - متحف الطباعة الصيني



رقم (٤) أنماط مختلفة لأشكال الحروف المتاحة استخدامها من خلال الحاسب الآلي (٢١: ٢p)

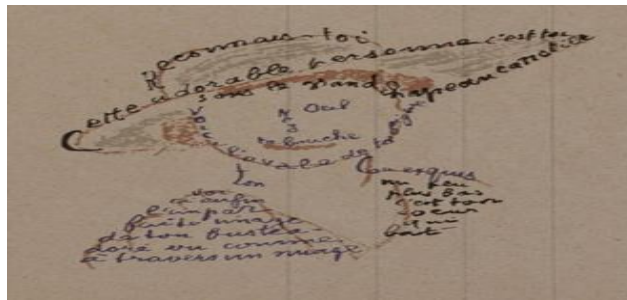


شكل رقم (٣) يوضح قوالب الحروف الطباعية من القرن ١٢م المعدنية

* الكاليجرام calligramme

يقوم الكاليجرام على ترتيب الكلمات ترتيباً خاصاً بطريقة تشكل صورة مرتبطة بموضوع معين. يمكن أن يكون قصيدة أو عبارة أو كلمة واحدة؛ ويمكن أن يعتمد الترتيب المرئي على استخدام معين للتبولوجرافى أو كاليجرافى أو الكتابة اليدوية، فمثلاً يمكن ان يرتب النص على شكل خطوط غير متوازية أو المنحنية أو في شكل فقرات لتوضيح الصورة التي تم إنشاؤها بواسطة كلمات النص من خلال التعبير بصرياً عما يقوله. فهو يبحث عن التناغم بين النص والصورة حتى لو كان النص ذا أهمية فهو يخضع في النهاية لحالة الصورة. حيث دخل الأمر في نطاق المرئي أكثر من نطاق المعقول.

وضع الشاعر الايطالي " جيوم أبو لينير " * Guillaume Apollinaire (١٨٨٠ - ١٩١٨م) أول نظريات لهذه الكتابات الجديدة، وبهذا أراد تجاوز التعارض بين النص والصورة، وأن يوفق بين النظر والتأمل، والتي كانت مألوفة في الفلسفة والأدب في بداية القرن ٢٠م، فجدده يعيد اختراع "الكاليجرام"، وهنا حدث ثوري، انتهاك للغة بواسطة الصورة. " يهدف إلى إعطاء الكتابة نوعاً من الصلابة المادية، شكل (٥) من كتاب الكاليجرام لجيوم أبو لينير Caligrama de Guillaume Apollinaire عام ١٩١٥م، حيث تم اختيار مسار القراءة واستحوذت الصورة على الكلمة وفرضت عليها قانونها (١٧: ص١٦٦).



شكل (٥) جيوم أبو لينير - الكاليجرام لجيوم أبو لينير

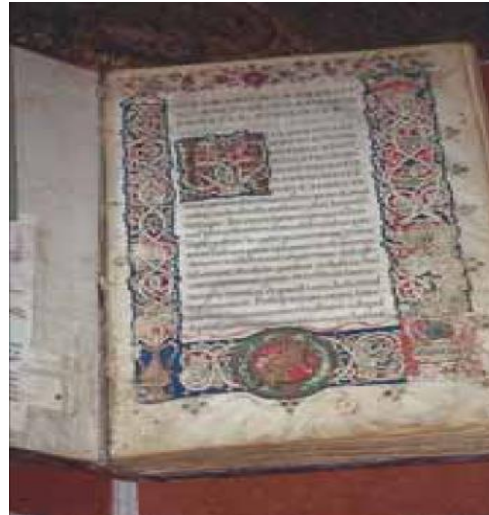
* الكاليجرافى calligraphy:

هو أقدم فن تجريدي في العالم يرجع أصل الكلمة إلى اللغة اليونانية مكونة من شقين (kallos) وتعني جميل وكلمة (Grphe) وتعني كتابة فهي تعني الكتابة بشكل جميل، وعُرف المصطلح في موسوعة الفنون Eczacıbaşı باسم؛ فنون الكتابة الفنية الجمالية بالقلم الرصاص أو الفرشاة على ورقة مع ترتيب المسافات بين الحروف وفقاً لقواعد جمالية وتصميمية. كما يطلق عليها اسم hüsn-ü hat في الفنون الإسلامية. (11: p41).

تتراوح مجالات فن "الكاليجرافى" ما بين جانبها الوظيفي والذي يتمثل في كتابات وحروف يدوية وجانبها الجمالي كأعمال فنية، فقد يكون للشكل الجمالي للتكوين الأهمية في لفت الانتباه عن شكل الحروف. وهو يختلف عن "التايوجرافى" في أن الحروف تتحول لأشكال جميلة تتعدى المقاييس، فبالرغم من انضباطها إلا أنها تتميز بالسلاسة والتلقائية وغالباً ما يتم تنفيذ رسم التصميم مباشرة وعفوياً من غير تصميم أو تخطيط سابق للحروف (9: p46)، حيث يهتم فن "الكاليجرافى" بالاستفادة من البعد الجمالي التشكيلي للحرف بجانب البعد الوظيفي اللغوي له فمعرفة كيفية قراءة وكتابة الأحرف ليس شرطاً للإحساس بجمال ورقة الخط .

تطور الكاليجرافى: -

قبل تطور الطباعة، كانت الكتب، المستندات، الحروف، الخرائط.. الخ تكتب يدوياً بواسطة الخطاطين، وكانت أصول يدوية سواء في الكتابة أو الزخرفة أو الرسوم الايضاحية أو الحفر، وكانت الحروف تشكل بواسطة أدوات تناسب كل خامة سواء للكتابة على الطين أو للنحت على الصخور أو الكتابة بالريشة أو بالبوص بالحبر على الجلد أو الورق كل ذلك ترك موروث تراثي من انماط الخطوط. (9: p44) بدأ فن "الكاليجرافى" كلوحات على جدار الكهوف. تم تطوير لتمثيل الأشياء والرموز في الكتابة الهيروغليفية عند المصريين من حوالي عام ٣٥٠٠ ق.م.، ثم طور الفينيقيون الأبجدية الأولى حوالي عام ١٠٠٠ ق.م. تم تطوير الأبجدية من قبل الإغريق ثم الرومان حوالي ٨٥٠ ق.م. ومثلما انتشرت الإمبراطورية الرومانية في معظم أنحاء العالم الغربي أصبحت اللغة اللاتينية اللغة الرسمية في كنائس "أوروبا" في "العصور الوسطى" شكل (٦)، شكل (٧). وفي "العصر القوطي" تم تطوير الحروف للعمل على زيادة الكلمات في السطر واحد. وفي القرن ١٥م تم اختراع المطبعة باستخدام الحروف القوطية. والتي سهلت نسخ الكتاب بشكل أسرع. لكن مهارة الكتابة اليدوية كانت لا تزال لها مكانتها، وفي "عصر النهضة" ازدهر الخط جنباً إلى جنب مع الاعمال الفنية، وظهر الخط المائل في هذا الوقت وأصبح شائعاً.



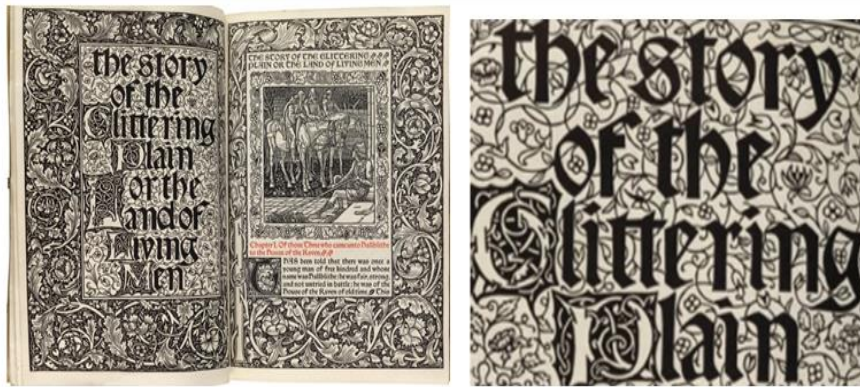
شكل (٧) أنجيل ليندسفارن* *lindisfarne gospels* الأصل موجود في المتحف البريطاني والمكتبة بها نسخة على قرص مضغوط

شكل (٦) الانجيل، القرن ٤م- باللغة اللاتينية على الورق

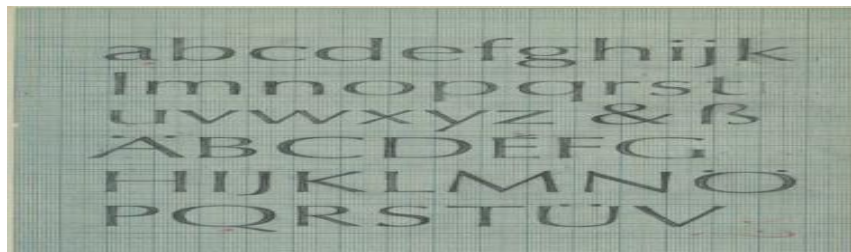
مع تطور الطباعة المعدنية في القرن ١٧م، أصبح من الممكن طباعة الخطوط الدقيقة، وبذلك أصبحت طباعته الخط المائل أفضل، ونتيجة لذلك تراجع فن "الكاليجرافى". وفي منتصف القرن ١٩م تراجع تماماً وبشكل واضح حيث تم استبدال القلم

ذي الحواف المسطحة بقلم فولاذي وقلم حبر. جعلت الحافة المستديرة لهذه الأقلام من الصعب تحقيق المرونة اللازمة لمنحنيات "الكاليجرافي". ولكن سرعان ما تم تغيير الوضع عندما أعاد الفنان الإنجليزي "ويليام موريس" William Morris (١٨٣٤ : ١٨٩٦) إحياء فن "الكاليجرافي" بتقديم القلم ذي الحواف المسطحة ورفع مستواه إلى شكل فني. وبذلك مكن القول إن الخط كحرفة اضمحل وارتفع كفن، شكل (٨) صفتين داخليتين من "قصة السهول المتلألئة" Story of the Glittering Plain.

وفي القرن ٢٠م ومع ظهور الحاسب الألى ظهرت مجموعة متنوعة من النصوص. تمت معالجتها بواسطة الكمبيوتر. ولكن لا تزال نماذج الحروف على الكمبيوتر مصممة من قبل مصمم بشري. فمثلا معظم الخطوط الموجودة على أجهزة الحاسب الألى الآن من تصميم المصمم الجرافيك الألماني "هيرمان زابف" Hermann Zapf (١٩١٨ : ٢٠١٥) شكل (٩)، ولكن بالنسبة للمصمم، يعد الكمبيوتر مجرد أداة للكتابة لا تعطيه الحرية للتعبير عن مشاعره وأفكاره. وحاليا عاد فن "الكاليجرافي" ليزدهر في جميع أنحاء "أمريكا" و"أوروبا". بجانب الخطوط الرقمية. فوجد المصمم الإنجليزي "جوليان ووترز" Julian Waters (١٩٥٧:) أعاد إحياء "الكاليجرافي" والجمع بين الرسم اليدوي والتصميم الرقمي شكل (١٠).



شكل (8) قصة السهول المتلألئة- والتر كرين- عام 1894م- مقاس 31.2 x 22.9سم - حفر على الخشب طولي المقطع



شكل (١٠) الرسم الأصلي للحروف الابجدية هيرمان زابف



شكل (١١) جوليان ووترز مجموعة طوابع التذكارية الأمريكية خدمة بريد الولايات المتحدة - ١٩٨٧

ينقسم الكاليجرافي إلى نوعين:

أولا الكاليجرافي التقليدي (١٨: ص ١٨٨: ١٩٢): Classic Calligraphy

يتضمن "الكاليجرافي" التقليدي جميع أنواع الخطوط اليدوية التقليدية في العصور القديمة الخاصة بكل لغة بصورتها الأصلية والتي كان يكتبها المصمم وفق قواعد محددة. ولكن كان ينظر إلي هذا النوع من الكتابة علي أنه عمل فني حيث كان الشكل

الجمالي والمظهر الفني يسبق الوظيفة الرئيسية للحرف من الوضوح والقراءة ، فكان بإمكان المصمم أن يحقق مجموعة واسعة ذات ثراء من المؤثرات الفنية والتي تظهر بتسجيل الفرشاة والقلم للتغيرات الطفيفة لضغط يد المصمم والذي ينعكس في قوه وسرعه وجمال "الكاليجرافي، ونظراً لاختلاف وتنوع كل لغة بصورة وإمكانات حروفها في التشكيل والصياغة التصميمية فقد تم تصنيف الكاليجرافي التقليدي إلي أربع فئات :

(١) كاليجرافي جنوب آسيا: Southern Asian Calligraphy

ظهر هذا النوع من الخط في أراضي " الهند " و " نيبال " و " التبت " في القرن ال ٢ م فهو من أقدم ممارسات الكتابة المكتشفة على الإطلاق، ويستخدم الأبجدية الهندية في كتابته وتم استخدامه بشكل أساسي أيضاً في كتابة النصوص الدينية والكتب المقدسة الهندوسية. مثال شكل (١١).

(٢) كاليجرافي شرق آسيا: Eastern Asian Calligraphy

ظهر في القرن ٤ م في "الصين" ثم انتقل "اليابان" و"كوريا" وباقي دول شرق آسيا في القرن ٦ م ويعتمد على استخدام الأبجدية الصينية، وكان يحتل مكانة كبيرة في التاريخ الثقافي في شرق آسيا حيث كانوا يؤمنون بأن الخط يعبر عن خبايا شخصية الإنسان وأنه تجسيد لأفكاره ومشاعره الداخلية، استخدم في كتابة النصوص في الكتب المقدسة والوثائق السياسية الرسمية. مثال شكل (١٢)

(٣) الكاليجرافي العربي: Arabic Calligraphy (ص:٢١٨)

ظهر "الكاليجرافي" العربي في القرن ال ٧ م، وكان المسلمون ينظرون إلى الخط على أنه نوع من التعبير الفني واحتل مكانة كبيرة في الفن الإسلامي حيث تم استخدامه في كتابة القران الكريم والأغراض الدينية مثال شكل (١٣) بالإضافة لاستخدامه في الفن والعمارة والكتابة على العملات المعدنية مثال شكل (١٤) والزخرفة والتجميل على العناصر مثال شكل (١٥)، ومع تطور الإسلام وانتشاره تطور معه تصميم الخط وظهرت عدة خطوط من أشهرها الخط الكوفي، النسخ، الثلث، الرقعة، الديواني، الأندلسي وغيرهم، وقد أدى هذا التعدد في الخطوط إلى الإبداع والابتكار في شكل الحروف وتنوع طريقة صياغتها ورسومها من خط لآخر وبالتالي تعددت ميادين استخدامها وهذا ما ميز الكاليجرافي العربي عن الكاليجرافي في الدول الأخرى.

(٤) الكاليجرافي الغربي: Western calligraphy

ظهر هذا النوع من الخط في القرن ١٠ م ويعتمد على استخدام الأبجدية اللاتينية ويعرف هذا الخط بقواعد الصارمة وكان مزيج من المنحنيات البسيطة والخطوط الهندسية الحادة، تم استخدامه في كتابة النصوص الدينية والكتب المقدسة والدعوات والوثائق الرسمية. مثال شكل (١٦)



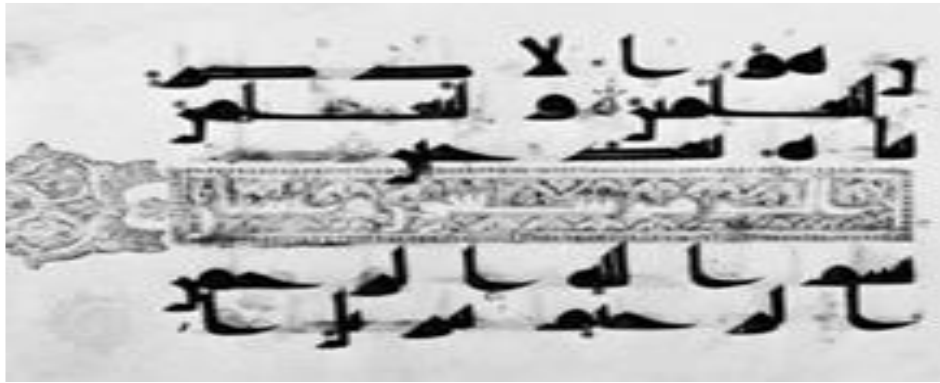
شكل رقم (١١) مخطوطة توضح تفاصيل طقوس الصلاة من أجل الحصاد الجيد من القرن ٤ م ومحفوظة حالياً في متحف جامعة "برينستون" للفنون في الولايات المتحدة " (31: p1)

প্রকৌশলী

ইঁপাই মোৰ পলোৰাঁ নাই

ৰামপ্রসাদ সাউ

شكل رقم (١٢) مخطوطة من القرن ٥ م توضح التقاليد والأسس الدينية للمعبد الهندوسي ومحفوظة حالياً في متحف جامعة "بنسلفانيا" " الولايات المتحدة " (32: p1)



شكل رقم (١٣) صفحة من القرآن الكريم القرن ٨ م بالخط الكوفي القديم ومحفوظة حالياً في متحف "فريزر" للفنون في "واشنطن" (29:p1)



شكل رقم (١٤) دينار من الذهب منقوش عليه بالخط الكوفي في القرن ١٠ م شكل رقم (١٥) طبق مزخرف بالخط الكوفي في القرن ١٠ م محفوظ في متحف "بروكلين" بنويورك" (33: p1)



شكل رقم (١٦) صفحات من الإنجيل مكتوبة بخط اليد في القرن ١٢ م التي وجدت في بلجيكا ومعروضة الآن المتحف الديني Malmesbury Abbey في إنجلترا (33: p3)

ثانيا الكاليجرافي الحديث (المعاصر): Modern Calligraphy

يعتبر "الكاليجرافي" المعاصر امتداد وتطور للتقليدي، فالخط عنصر طبع ومرن قابل للتطوير والتغيير المستمر عبر السنين مما حفظ له قيمته ومكانته الخاصة في عالم الأشكال البصرية حتى يومنا هذا، فمع تطور العصر ظهرت الحاجة لأشكال خطوط مبتكرة بعيداً عن الخطوط التقليدية لمواكبة احتياجات ومتطلبات العصر فظهر الكاليجرافي المعاصر. (34: p1)

"الكاليجرافي" المعاصر هو فن تصميم وتشكيل الحروف سواء باليد أو بالحاسوب عبر برامج التصميم المختلفة في أشكال مبتكرة وغير مألوفة عن طريق التحوير والتطوير في أنماط الخطوط القديمة مع عدم الالتزام بقواعدها الصارمة وهذا لا يعني أنها تفتقد القواعد بشكل مطلق ولكن كل خط له قواعده الخاصة والتي تجعل حروفه متألفة في نسق واحد ، "فالكاليجرافي" المعاصر أكد علي قدرة الحرف علي التطور والتجديد والتحرر من الجمود وإنتاج تصاميم خطوط متنوعة لا نهائية تضم طاقات إبداعية ورؤي متطورة تحمل روح العصر في الصياغة والتكوين لتؤدي وظائف مختلفة تبعاً للمجال التي تستخدم فيه مثال شكل (١٧) يوضح إمكانية تشكيل الحرف الواحد بأكثر من صورة مبتكرة (١٨:ص١٩٢) ، وفي شكل (١٨) يوضح امكانيات تشكيل الحروف بأشكال مختلفة لتصميم كلمة "سامبر باللغة العربية والانجليزية.



شكل رقم (١٧) مثال للكاليجرافي المعاصر بالحاسوب يوضح تشكيل حرفي "A" و"G" بأشكال مبتكرة (35: p1)



شكل (١٨) مثال للكاليجرافي المعاصر بالحاسوب يوضح تشكيل الحروف لتصميم كلمة "سامبر" باللغة العربية والانجليزية بأشكال مبتكرة- تصميم طلاب قسم الاعلان - الفرقة الثانية - ٢٠١٩

٣- العلامة التجاري Trade mark :

تعد العلامة التجارية لغة التخاطب أو الاتصال بين المؤسسة والمتلقي، فهي مجموعة من الأفكار والرسائل والصور الذهنية التي تستدعي عند تجربة المنتج أو الخدمة، ولذلك فإن نجاح أي مؤسسة يكمن في طابعها في الإعلان عن نفسها، ويتمثل ذلك في العلامة التجارية الخاصة بالمؤسسة والتي ترافق المؤسسة في كل مجال خاص بها من أوراق ومطبوعات وإعلانات. ويقول الرئيس التنفيذي الكوري لشركة سامسونج الإلكترونية "سانج جين بارك" Sang jin park (١٩٣٤ :) م أن العلامة التجارية هي الرموز البصرية التي ينتجها مصمم العلامة.

فالعلامة هي ذلك الرمز المملوك للمؤسسة والذي غالباً ما يأتي ملازماً لاسمها أو ملحق له أو مختصر منه. فهي العلامة المميزة والحامية لما تقدمه الشركة (سواء منتجات تجارية - أو خدمات شخصية - أو خدمات إعلامية) ويكون لتفرد

المؤسسة بتلك العلامة عامل قوي في تكوين شخصية الشركة وإظهار تطلعاتها، وهو يخضع لحماية القانون عن طريق منظمات تسجيل العلامة.

٤- تعريف العلامة التجارية :

العلامة التجارية شكل مرئي موجز يحتوي علي (رمز أو كلمة أو صورة أو أية تركيبية أخرى) ينقل معلومات ورسائل محددة مستخدماً أدنى حد من الدعم البصري لتمييز الأصل والهوية أو الملكية لمؤسسة معينة والتعريف بها، تكفل لها الحماية والضمان و تحمي المستهلك من خداع الغش والتزوير. (7: p10). عرفت المادة الأولى من القانون المصري (رقم ٥٧ / لسنة ١٩٣٩م) الخاص بالعلامات والبيانات التجارية، العلامة التجارية بأنها كل ما يميز منتجات شخص معين ، وتعتبر (علامات تجارية) الأسماء التي تتخذ شكلاً مميزاً والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال والأختام والتصاووير والنقوش البارزة وأية علامة أخرى أو أي مجموعة منها إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي أو استغلال للغابات أو أية سلعة للدلالة علي مصدر المنتجات أو السلع أو نوعها أو مرتبتها أو قماشها ، أو طريقة تحضيرها أو طريقة تحضيرها أو ضمانها أو للدلالة علي تأدية خدمة من الخدمات. (١٨:ص١٣)

٥- تصنيف العلامات التجارية:

تعدد تصنيف العلامة التجارية فمنها ما يلي: -

١- العلامة التجارية الرمزية: **Symbols Trademark**، وهي التي تعتمد بشكل رئيسي على الصورة أو الرمز أو الرسم التجريدي لشكل ما يكون على صلة بموضوع العلامة ويكون بسيط وواضح وعلى درجة عالية من المعرفة والانتشار. (١٨: ص٢٧)

٢-العلامة التجارية الكلامية: **type Trademark**، هي التي تعتمد على استخدام الحروف أو الكلمة أو مجموعة كلمات مكتوبة أو المعالجات الجرافيكية لأسم المؤسسة أو المنتج أو الأشخاص، ولا بد أن تأخذ شكلاً مميزاً حتى يسهل حفظها بين الجمهور، وتعتمد بشكل رئيسي على نمط الكتابة المستخدم بأسلوب فريد للحروف أو استخدام خط مميز ليكون أكثر تميزاً، فأنماط الخطوط المختلفة تعطي دلالات مختلفة مع مراعاة أن يتناسب شكل الكتابة وما توحى به مع طبيعة المؤسسة ونشاطها سواء التايبوجرافي والكاليجرافي. (6: p54) شكل (١٩) علامات تجارية لمحل لعب اطفال "ميمبو" حيث نلاحظ تشكيل الحروف بأشكال مختلفة لتصميم العلامة.

٣-العلامات التجارية المركبة: **Combination Trademark**، عبارة عن إضافة الكلمة إلى جانب الرمز، وهي تجمع بين مزايا الرمز من حيث الاتصال المرئي بالإضافة إلي عنصر الكتابة من حيث الاتصال اللفظي معاً شكل (20) علامات تجارية لمطاعم اسماك حيث نلاحظ دمج المصمم بين الكلمة متمثلة في اسم المطعم ورسم مجرد لشكل اسماك.



شكل (19) مثال لعلامات تجارية كلامية كاليجرافي بأشكال مبتكرة- تصميم طلاب قسم الاعلان - الفرقة الثانية - ٢٠١٩



شكل (20) مثال لعلامات تجارية مركبة للكاليجرافي مع رمز لمطاعم اسماك بأشكال مبتكرة. تصميم طلاب قسم الاعلان - الفرقة الثانية - ٢٠١٩

٦- الكاليجرافي كمصدر لتصميم العلامة التجارية:

يعتبر "الكاليجرافي" مصدراً هاماً من مصادر تصميم العلامة، فالخط من العناصر البصرية القادرة على التجاوب مع مصمم العلامة نظراً لما يتميز به من خصائص ذاتية جعلته قابلاً للمعالجة والتشكيل بأي شكل ولا يطرأ على جوهره أي تغيير فالحرف الواحد يمكن صياغته في عدة أشكال متنوعة ومختلفة تندرج بين الليونة والصلابة وهذه الخاصية تعني التغيير والتطوير في الأشكال المألوفة للحروف دون قيود فطواعية الحروف وإمكانية رسمها وصياغتها جعل من السهل تشكيلها بأي شكل لخدمة تصميم العلامة.

ساعد التنوع الواسع في أشكال الحروف وخصائصها المصمم في إيجاد مختلف المداخل والحلول التشكيلية لإثراء تصميم العلامة حيث ساعد عدم التزامه بقواعد الخط الأصلية إلى التحرر في توظيف الحروف وتشكيلها وتحويلها وفق خبرته ورؤيته الإبداعية حسب ما يراه مناسباً للفكرة التي تحملها العلامة ويتلاءم مع هوية ونشاط المؤسسة صاحبة العلامة (١٦): ص (١٧٨).

العلامة التجارية التي تعتمد على "الكاليجرافي" في تصميمها سواء كانت (حرف مفرد أو أكثر من حرف أو كلمة) تتميز بأنها تجمع بين الاتصال اللفظي والمرئي في أن واحد وهذا يساعد في أداء وظيفتها الاتصالية بشكل أفضل وأسرع، فجانبا قدرة العلامة الخطية على التعريف باسم المؤسسة بشكل واضح وصريح فتصميم شكل الحرف نفسه يعكس دلالات ومعاني ورسائل يمكن توظيفها لخدمة تصميم العلامة فمثلاً الخط المنحني يعطي إحساس الرشاقة والانطلاق والحرية والحركة والحيوية والليونة والخط الهندسي يثير الجمال الرياضي الذي يستشعره العقل ويعطي إحساساً بالاستقرار والثبات والسكون مما يعطي لشكل الخط شخصيته المميزة مع الأخذ في الاعتبار ان تتناسب تلك الدلالات مع مضمون وفكرة تصميم العلامة

وسنعرض فيما يلي كيف تمكن المصمم من الاستفادة من "الكاليجرافي" التقليدي والمعاصر كمصدر لإبداع علامة تجارية مبتكرة

نماذج لعلامات تجارية تعتمد على الكاليجرافي:

تأثر بعض مصممي العصر الحديث بالحضارات القديمة، فاعتمدوا على توظيف الخطوط التقليدية القديمة في تصميم العلامة سواء باستخدامها كما هي أو بإضافة بعض المعالجات والتأثيرات عليها لتناسب روح العصر، ونرى ذلك في تصميم العديد من العلامة التجارية، فمثلاً نرى تأثير تصميم الخطوط الحرة بعناصر من الحضارات القديمة في العلامة التجارية "الدورة الألعاب الأولمبية" في "سيدني" عام ٢٠٠٠م شكل (21)، حيث قام المصمم بدمج الثقافة القديمة من خلال الأحرف الصينية والكاليجرافي "فجاء التصميم عبارة عن خمس دوائر ذات ألوان زاهية، تتوافق مع الحلقات الأولمبية وتمثل القارات الخمس، وجاءت الشخصية مستوحاة من الخطوط الصينية. وكتبت Sydney 2000 بالفرشاة بخط متصل، وترتبط جميع الحلقات ببعضها البعض.

وفي شكل (22) تصميم العلامة التجارية دورة الألعاب الأولمبية للمعاقين في "بكين" عام ٢٠٠٨ م، قام المصمم بدمج الثقافة القديمة من خلال الأحرف الصينية والكاليجرافي وروح الألعاب الأولمبية الحديثة. فدمج بين الحرف الصيني "之" والشكل البشري المعاق في وضع حركة بثلاثة ألوان، الأحمر والأزرق والأخضر. وكلمة "Beijing 2008" مكتوبة بخط حر. تُظهر لنا الرسومات بخط الخط شكلاً بشرياً متحرّكاً. (10: p287,288)

وهذا النوع من العلامات ينتشر في البلدان العربية بشكل واضح حيث يتناسب مع المؤسسات التي ترغب في الحفاظ عن أصولها وجذورها العربية، شكل (23) يوضح العلامة التجارية "لوزارة السياحة والآثار الأردنية" Ministry of Tourism and Antiquities حيث نجد استخدام المصمم للخط الكوفي المربع في كتابة كلمة الأردن ومعالجة الحروف وتشكيلها بتأثير معين وكأنها مأخوذة من منحوتة حجرية قديمة مما ساعد في التعبير عن هوية ونشاط المؤسسة (٤: ص ٢٥) وفي شكل (24) العلامة التجارية لشركة طيران "الإمارات" Emirates فالعلامة عبارة عن كتابة لاسم الشركة بخط مستلهم من خط الثلث حيث نجد المصمم قام ببعض المعالجات في تصميم شكل الحروف لتتناسب مع روح العصر، استلهم فيها المصمم لخط الثلث للتعبير عن هوية الشركة العربية وليعكس فكرة الأصالة والتاريخ. (33: p1) وفي شكل (25) نجد الحملة الإعلانية المقدمة من وزارة السياحة المصرية لدعم وتنشيط السياحة بمصر، وقد تمت كتابة الكلمة EGYPT بخط حر انسيابي مع تحوير حرف "T" في هيئة مفتاح الحياة رمز الى الحضارة المصرية القديمة.



شكل (22) شعار دورة الألعاب الأولمبية للمعاقين في بكين ٢٠٠٨
أولا تطبيق التقليدية



شكل (21) شعار دورة سيدني ٢٠٠٠ للألعاب الأولمبية



شكل (25) العلامة التجارية لحملة دعم وتنشيط السياحة بمصر



شكل رقم (23) العلامة التجارية لوزارة السياحة

والآثار الأردنية (36: p1)

أما بالنسبة لاستخدام "الكاليجرافي" المعاصر في تصميم العلامة فهو أكبر وأشمل نظراً لعدم وجود قواعد محددة أو قيود علي تصميم الحروف ولذلك نجد نماذج كثيرة لعلامات تجارية لمؤسسات حول العالم اعتمدت علي استخدام "الكاليجرافي" المعاصر في تصميمها، مثال شكل (26) يوضح العلامة التجارية لشركة "كادبوري" Cadbury حيث جاءت الفكرة الرئيسية للعلامة من شكل معجون الشوكولاتة السائلة لتشكل حروف اسم الشركة، لتظهر الخطوط منحنية ولينة بسمك مختلف متصلة مع بعضها البعض (p1: 39) مما ساعد في توضيح فكرة العلامة.

شكل رقم (26) العلامة التجارية لشركة "كادبوري" (p1: 41)

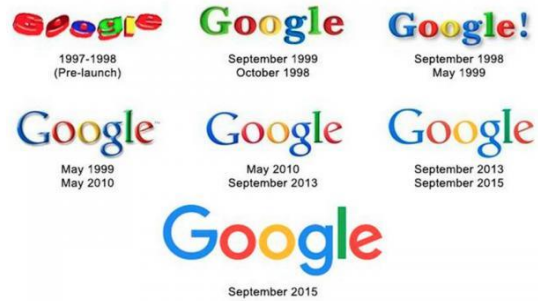
تجربه المصمم المكسيكي "لويس ليلي" في اعاده رسم شعارات بأسلوب "الكاليجرافي".

اعادة المصمم والمدير الفني المكسيكي "لويس ليلي" Luis Lili رسم مجموعة من الشعارات المكتوبة بخط اليد مستنداً على شعارات عالمية شهيرة بأسلوبه الخاص. حيث أعطى الفنان شكلاً وإحساساً جديدين للشعارات العالمية من خلال استخدام مهاراته وجمال "الكاليجرافي" لتنفيذ مجموعه شعارات إبداعية مذهلة (p1,2,3: 42).

١- شركة "جوجل google": عندما أصبحت شركة مسجلة عام ١٩٩٧م، كان لابد من تمثيلها بشعار، فكان أول شعار لها مبهج، بألوان ناصعة الأحمر والأزرق والأخضر، بأحرف متموجة ذات حدود غامقة، ومع انطلاقه عام ١٩٩٨م، تجدد الشعار لتكون الحروف في خط مستقيم، مع إضافة ظل طفيف بنفس المجموعة اللونية الشعار الأول، ومع مرور الاعوام (١٩٩٩: ٢٠١٥)م حدثت تغييرات طفيفة علي "الشعار" مثل اعادة ترتيب الألوان او ميل حرف e أو اضافته ظلال او تصغير حجم الحروف ولكنه ظل في نفس السطر المستقيم لباقي الأحرف شكل (27) (p1: 40)، وحديثاً قرر المصمم "لويس ليلي" استخدام "الكاليجرافي" في رسم الشعار بنفس المجموعة اللونية باستخدام الفرشة والألوان المائية والتي اضفت حيوية و حركه تتناسب مع خدمات الشركة للمستخدم شكل (28). (p1,2,3: 42)



شكل (٢٨) يظهر رسم الكاليجرافي "لويس" للشعار

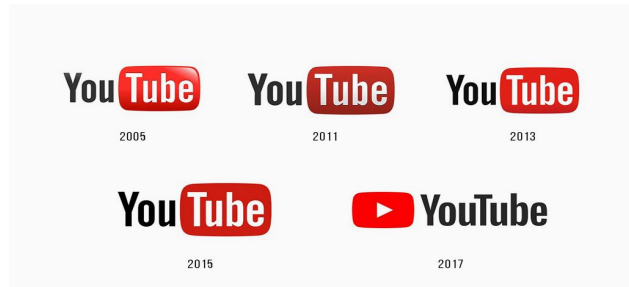


شكل (٢٧) يظهر مراحل تطور شعار جوجل

من (١٩٩٧: ٢٠١٥)

٢- موقع يوتيوب "YouTube":

لم يتغير شعار موقع يوتيوب كثيراً خلال السنوات، سوى تعديلات طفيفة في اللون أو النص. يتيح اليوتيوب للمستخدمين تحميل وعرض وتقييم ومشاركة وإضافة إلى قوائم التشغيل والإبلاغ عن مقاطع الفيديو والتعليق عليها والاشتراك مع مستخدمين آخرين. يتضمن المحتوى المتاح مقاطع الفيديو ومقاطع البرامج التلفزيونية... الخ (شكل 29)، وفي شكل (30) رسم "الكاليجرافي" "لويس ليلي" بخط حر بالفرشاة يمتلئ بالحيوية والنشاط والسرعة يتناسب مع خدمات الموقع والفئة العمرية التي تستخدمه.



شكل (29) شعار موقع يوتيوب (p1: 44) شكل (30) يظهر رسم الكاليجرافي "لويس" للشعار. (p1,2,3: 42)

٣- شركة "أمازون" amazon:

أستقر اختيار رجل الأعمال الأمريكي "جيف بيزوس" Jeffrey Preston (١٩٦٤:) م على هذا الاسم تيمناً بنهر "الأمازون" أكبر نهر في العالم وهذا ما يتوافق مع هدفه في أن يكون متجره أكبر متجر في العالم، تأسست الشركة في البداية لبيع الكتب وظهر الشعار الأول عام ١٩٩٥م، وكان يضم فقط حرفها الأول A. يجرى بداخله نهر، ولكن الشعار حصل على المزيد من التطويرات حتى حصل على الشكل النهائي، و"أمازون" ليس سوى اسم أكبر نهر في العالم وهو ما يتوافق مع هدف الموقع بأن يكون أكبر متجر في العالم، ثم حصل الشعار على أربعة إصدارات، وفي عام ١٩٩٨م، تم تبسيطه ليكون الاسم amazon.com على خلفية بيضاء مع دائرة برتقالية أو خط برتقالي، الى ان تم الوصول للتصميم الأخير عام ٢٠٠٠م برسم سهم أصفر يشير من حرف الـ A إلى حرف الـ Z لنقل الرسالة بأن الطابع المستعمل بأن الشركة تقوم ببيع جميع المنتجات من الألف إلى الياء، كما أن خط السهم يشير لابتسامة لرضا العملاء شكل (31). (p1: 45) وفي شكل (32) (p1,2,3: 42) رسم الكاليجرافي "لويس ليلي" وقد حافظ عناصر التصميم الأصلي والسهم الاصفر ولكن الكلمة جاءت بخطوط حرة ينبع منها نوعاً من المرح، ولكن الباحثة ترى لا تتناسب مع هوية الشركة وطابع الجدية والالتزام.



شكل (32) يظهر رسم الكاليجرافي "لويس" للشعار

شكل (31) يظهر مراحل تطور شعار امازون

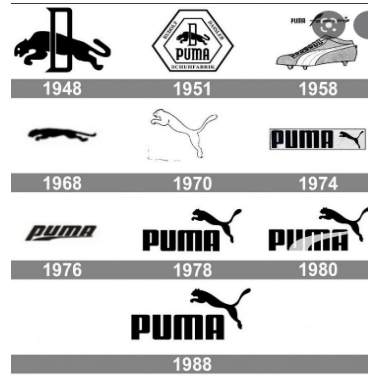
٤- شركة بوما "puma":

استعانت الشركة "بوما" Puma برمز الفهد المتميز بسرعته وقوته في شعارها الشهير، ظهر الشعار لأول مرة عام ١٩٥٧م عبارة عن حرف D الذي يرمز لاسم عائلة "داسلر" وداخله "البوما" وكان من تصميم مؤسس الشركة رجل الاعمال الألماني "رودولف داسلر" Rudolf "Rudi" Dassler (١٨٩٨: ١٩٧٨)، وبعد عام واحد تم تغيير الخط والصورة حيث ظهر شكل الحذاء مع خطٍ مختلف، وبعد عشرة أعوام عاد "الفهد" للظهور وحصل على تطويراتٍ لاحقة.

تم تصميم قفزة "البوما" المعروفة حتى يومنا هذا من قبل رسام الكاريكاتير الألماني " لوتز باكس" Lutz Backes (١٩٣٨م: ٢٠٠٨م) عام ١٩٦٧م، في الأعوام التالية حصل الشعار على مزيدٍ من التطوير والتوضيح مع دمج اسم الشركة منذ بداية عام ١٩٧٤م. في عام ١٩٧٩م تم دمج الاسم مع الشكل بشكلٍ أكبر حيث قفزت البوما على آخر حرفين من الاسم لتعطي شكلاً مميزاً، وتم تطوير الشكل بإزالة العينين والفم وأصبحت الأذنان واضحتان بشكلٍ أكبر (شكل 33)، وفي شكل (34) (42:p1,2,3) رسم "الكاليجرافى" "لويس ليلي" أخذ الشعار شكل مثلث فجاءت الكلمة بخط حر مائل يمتلىء بالحيوية القوة والسرعة والخفة يتناسب مع نشاط الشركة وطبيعة المستخدمين الرياضية قد تميزت الحروف بالخطوط المنحنية والتي تتناسب مع حركة الفهد الذى حكم الشعار وحافظ على توازنه.



شكل (34) يظهر رسم الكاليجرافى "لويس" للشعار



شكل (33) يظهر مراحل تطور شعار بوما

٥- "شركة سبوتيفاي" : Spotify

تم إطلاق أول شعار لـ Spotify في عام ٢٠٠٨م ، وهو تطبيق يعمل على تقديم خدم مجانية مبنية على الإعلانات و يتيح للمستخدمين الاستماع لأي نوع من الموسيقى في العالم ، تضمن الشعار القديم اسم الشركة بخط سيريف serif أبيض ، محدداً باللون الأخضر الداكن ، وقد قفز الحرف "o" بعيداً عن باقي النص. هناك أيضاً سلسلة من ثلاثة خطوط منحنية أعلى الحرف "o" ، تمثل الموجات الصوتية، أو الاتصال، وفي عام ٢٠١٣م تمت إعادة تصميم العلامة التجارية بالكامل، مع إزالة كل من مستطيل الخلفية الخضراء، وعلامة "o" غير التقليدية في العلامة النصية، وخلال عام ٢٠١٣ تم تغيير العلامة النصية إلى خط sans-serif بدرجة الأسود السميك، وبجانباها أيقونة Spotify، وهي سلسلة من ثلاثة خطوط بيضاء منحنية في دائرة خضراء. تمثل الخطوط التآزر بين الاتصال بالإنترنت والموسيقى. وفي عام ٢٠١٥م تغير اللون للشعار باللون الاخضر الزاهي ، كان قرار تغيير الألوان فى شعار Spotify غير مرضى للمجتمع حيث اشتكى العديد من العملاء على وسائل التواصل الاجتماعي وعلى الرغم من الجدل بين المستخدمين ، حافظت Spotify على شعارها الجديد ، شكل (35) (47:p1) وترى الباحثة أن الوان ذلك التصميم سواء الكلمة أو الأيقونة باللون الاخضر علي ارضية بيضاء او العكس غير ملفتة للنظر وزاد من ذلك ان الخط نفسه شبيه لكثير من خطوط علامات تجارية مشهورة ، وفي شكل (36) (48:p1) رسم

"الكاليجرافي" "لويس ليلي" وترى الباحثة أنه كتصميم ناجح وظيفيا وتصميما ظهرت الكلمة بحروف ذات خطوط منحنية أضفى على التصميم حيوية تناسب طبيعة نشاط الشركة وطبيعة العميل المستهدف، كما ساعدت الخلفية السوداء على ظهور الكلمة والأيقونة



شكل (36) يظهر رسم الكاليجرافي "لويس" للشعار



شكل (35) يظهر مراحل تطور شعار امazon

المحور الثاني: الدراسة التطبيقية: -

يتناول الجانب التطبيقي تصميمات لبعض العلامات التجارية لبعض المؤسسات من تنفيذ طلاب الفرقة الثانية بقسم الإعلان مادة تصميم علامات تجارية تحت اشراف الباحثة، ومساعدة الطلاب في اعادة اكتشاف أهمية "الكاليجرافي" في تصميم العلامة التجارية، من خلال دراسة العلاقة بين الخط والتصميم وترجمة ذلك بمفردات بصرية جديدة مناسبة للتطور واتجاهات التصميم العالمية.

نماذج تطبيقية من أعمال الطلبة: -

النموذج الأول: -

تصميمات العلامة التجارية "لمدينة دمياط الأثاث*" بالعربية، كاليجرافي بالإنجليزية Damietta Furniture City.



شكل (40)



شكل (39)



شكل (38)



شكل (37)



شكل (41) تصميمات "الكاليجرافي" بالعربية والانجليزية للعلامة التجارية "لمدينة دمياط الأثاث" تصميم طلاب الفرقة الثانية - قسم الاعلان- عام ٢٠٢٠م

الشكل	المعايير	الوصف والتحليل
١	بيانات العلامة	- اسم المؤسسة: "مدينة دمياط الأثاث" - نشاط المؤسسة: أحد المشروعات القومية الكبرى ونقطة انطلاق للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، وبوابة الأثاث الدمياطي للوصول للعالمية. - المكان: دمياط
	العلامة الحالية	
	نوع العلامة	العلامة التجارية الكلامية: type Trademark، العلامات التجارية المركبة: Combination Trademark
	نوع المعالجة	معالجة يدوية تحولت إلى رقمية، وذلك عن طريق قيام الطلاب بعمل تجارب تصميمية واسكتشات يدوية لتصميم اسم المؤسسة ثم تحويلها رقمياً عن طريق رسمها ببرنامج (الإليستريتور illustrator)
	الفكرة الرئيسية للعلامة	شكلي (37)، (38) الربط بين الكاليجرافي والشكل الخارجي لقطع الاثاث ليعبر عن منتج المؤسسة، وفي شكل (39) تتشكل حروف اسم المؤسسة داخل قطعه أثاث أو معالجه أحد حروف الاسم على شكل الادوات المستخدمة مثل المطرقة أو المسامير.. الخ لربط العلامة بنشاط المؤسسة، شكلي (40)، (41) تشكيل الحروف الاولى لاسم المؤسسة في تكوين مميز.
	دور الكاليجرافي في تصميم العلامة	أراد الطلاب تصميم علامة تجارية تربط بين اسم الشركة ونشاطها في تصنيع الاثاث ، فقام الطلاب برسم وتصميم الحروف بخطوط هندسية بسيطة ، فطواعية الحروف وإمكانية رسمها وصياغتها جعل من السهل علي الطلاب تشكيلها داخل حدود أشكال قطع الاثاث، فأخذ الطلاب في معالجة وتشكيل حروف اسم المؤسسة حيث صيغ الحرف الواحد بأشكال مختلفة تدرج ما بين الخطوط المنحنية والخطوط الحادة ليشكل أجزاء الاثاث والتأويمان ، كما شكلت بعضهم الحروف في شكل بعض ادوات النجارة حيث اتخذ الطلاب من المطرقة عنصر لتصميم حرف في اسم المؤسسة والتعبير عن هويتها ونشاطها، ونجد هنا أن العلامات الكاليجرافي وما تحمله من رموز ساعد في توصيل مضمون وفكرة العلامات وتحقيق الدور الإتصالي بنجاح .

النموذج الثاني:

تصميمات العلامة التجارية لمحل "ميلانو المتخصص في بيع الأحذية والحقائب" بالكاليجرافي "بالعربية والإنجليزية.

MILANO

MILANO

ميلانو

شكل (44)

شكل (43)

شكل (42)



شكل (45)

تصميمات "الكاليجرافي" بالعربية والإنجليزية للعلامة التجارية "ميلانو" تصميم طلاب الفرقة الثانية - قسم الاعلان- عام ٢٠٢٠م

الشكل	المعايير	الوصف والتحليل
١	بيانات العلامة	- اسم المؤسسة: لمحل "ميلانو" - نشاط المؤسسة: متخصص في بيع الأحذية والحقائب. - المكان: دمياط
	العلامة الحالية	 شكل (46) العلامة الحالية لميلانو
	نوع العلامة	العلامة التجارية الكلامية: type Trademark، العلامات التجارية المركبة: Combination Trademark
	نوع المعالجة	معالجة يدوية تحولت إلى رقمية، وذلك عن طريق قيام الطالب بعمل تجارب تصميمية واستكشاث يدوية لتصميم اسم المحل ثم تحويلها رقمياً عن طريق رسمها ببرنامج "الإليستريتور" illustrator
	الفكرة الرئيسية للعلامة	أراد الطالب الدمج بين الحروف ورمز يعبر عن نشاط المؤسسة فاستخدم شكل الحذاء والكعب العالي في رسم الحروف ليرمز بها إلى نشاط المحل.
	دور الكاليجرافي في تصميم العلامة	عبر الطالب عن منتجات المحل في تصميم علامة تجارية وساعدهم على ذلك مرونة وسهولة تشكيل الحروف ورسمها وصياغتها، كما استعان الطالب في معالجته ورسمه بأحذية نسائية بكعب عالي ليشكل حرف M. فقام بمعالجه الحذاء بطرق مبتكرة لتصميم العلامة.

النموذج الثالث:

تصميمات العلامة التجارية لمحل "حطة سكرة" المتخصص في الهدايا بمدينة دمياط، "الكاليجرافي" بالعربية والإنجليزية.



شكل (٤٩)



شكل (٤٨)



شكل (٤٧)

تصميمات "الكاليجرافي" بالعربية والإنجليزية للعلامة التجارية لمحل "حطة سكرة" تصميم طلاب الفرقة الثانية - قسم الاعلان-عام ٢٠٢٠م

الشكل	المعايير	الوصف والتحليل
١	بيانات العلامة	- اسم المؤسسة: محل "حطة سكرة" - نشاط المؤسسة: متخصص في الهدايا للنبات - المكان: دمياط
	العلامة الحالية	 شكل (50) العلامة الحالية لحنة سكرة
	نوع العلامة	العلامة التجارية الكلامية: type Trademark
	نوع المعالجة	معالجة يدوية تحولت إلي رقمية، وذلك عن طريق قيام الطالب بعمل تجارب تصميمية واسكتشات يدوية لتصميم اسم المحل ثم تحويلها رقمياً عن طريق رسمها ببرنامج (الإليستريتور illustrator)
	الفكرة الرئيسية للعلامة	حاول الطالب إيجاد حلول تشكيلية مبتكرة لتصميم العلامة وفق رؤيته إبداعية تتلاءم مع هوية ونشاط المحل.
	دور الكاليجرافي في تصميم العلامة	طوعية الحروف وإمكانية رسمها وصياغتها جعل من السهل علي الطالب تشكيلها داخل حدود دائرة ومربع، فأخذ الطالب في معالجة وتشكيل حروف اسم المحل، فصيغت الحروف مرة بخطوط منحنية ومرة بخطوط حادة، ولقد ساعد التنوع الواسع في أشكال الحروف وعدم الالتزام بقواعد الخط في إيجاد حلول إبداعية تتلاءم مع هوية ونشاط المحل.

النموذج الرابع: تصميمات العلامة التجارية "نيمو" المتخصص في بيع الحيوانات الأليفة في مدينة دمياط "بالكاليجرافي" بالعربية والإنجليزية.



شكل (53)

شكل (52)

شكل (51)

شكل (50)

تصميمات "الكاليجرافي" بالعربية والانجليزية للعلامة التجارية لمحل "نيمو" تصميم طلاب الفرقة الثانية - قسم الاعلان- عام ٢٠٢٠م

الشكل	المعايير	الوصف والتحليل
١	بيانات العلامة	- اسم المؤسسة: "نيمو" - نشاط المؤسسة: المتخصص في بيع الحيوانات الأليفة - المكان: دمياط
	العلامة الحالية	 <p>شكل (54) العلامة الحالية لحتة سكرة</p>
	نوع العلامة	العلامات التجارية المركبة: Combination Trademark
	نوع المعالجة	معالجة يدوية تحولت إلى رقمية، وذلك عن طريق قيام الطالب بعمل تجارب تصميمية واسكتشات يدوية لتصميم اسم المحل ثم تحويلها رقمياً عن طريق رسمها ببرنامج الإليستريتور illustrator
	الفكرة الرئيسية للعلامة	أراد الطالب تصميم علامة تجارية تربط بين اسم الشركة ونشاطها في بيع الحيوانات الأليفة، فقام بالدمج بين شكل الحرف ورمز أحد الحيوانات الأليفة، ومن هنا جاءت الفكرة الرئيسية للعلامة للتعبير عن هوية الشركة.
		هنا نرى كيف نجح الطالب في الاستعانة بأشكال الحيوانات الأليفة وتجريدها في هيئة حرف كمصدر لتلخيص أفكاره والرسالة المراد توصيلها عن هوية المحل ونشاطه

في أبسط صورة وكيفية دمج ذلك الرمز مع باقي حروف الاسم لتحقيق العلامة دورها الإتصالي بنجاح.	دور الكاليجرافي في تصميم العلامة
---	----------------------------------

النموذج الخامس: تصميمات العلامة التجارية لشركة توشيبا للأجهزة الكهربائية، و"زانوسى" بالكاليجرافي "تصميمات الطلاب للعلامة التجارية" بالكاليجرافي بالعربية والإنجليزية.



شكل (57)



شكل (56)



شكل (55)



شكل (59)

شكل (58)

تصميمات "الكاليجرافي" بالعربية والإنجليزية للعلامة التجارية "توشيبا" و"زانوسى" تصميم طلاب الفرقة الثانية - قسم الاعلان- عام ٢٠٢٠م

الشكل	المعايير	الوصف والتحليل
١	بيانات العلامة	- اسم المؤسسة: لمحل "توشيبا" - نشاط المؤسسة: الاجهزة الكهربائية. - المكان: فروع متعددة
	العلامة الحالية	 شكل (60) العلامة الحالية لميلانو
	نوع العلامة	العلامات التجارية المركبة: Combination Trademark
	نوع المعالجة	معالجة يدوية تحولت إلى رقمية، وذلك عن طريق قيام الطالب بعمل تجارب تصميمية واسكتشات يدوية لتصميم اسم المحل ثم تحويلها رقمياً عن طريق رسمها ببرنامج الإليستريتور illustrator
	الفكرة الرئيسية للعلامة	أراد الطالب تصميم علامة تجارية تربط بين اسم الشركة ونشاطها في بيع الاجهزة الكهربائية مثل الثلاجة والتلفزيون او الفيشة الكهربائية، فقام بمعالجة ودمج شكل

الحروف والشكل المجرد لاجهزة، ومن هنا جاءت الفكرة الرئيسية للعلامة للتعبير عن هوية الشركة.		
نري هنا كيف نجح الطلاب في معالجة وتبسيط أشكال عناصر من الاجهزة الكهربائية ليرمز بها الى المنتجات وكيفية دمجه لتلك الرمز مع باقي حروف الاسم لتحقيق العلامة دورها الإتصالي بنجاح	دور الكاليجرافي في تصميم العلامة	

النتائج:

- ١- اتاح "الكاليجرافي" للطلاب حرية التعبير عن كافة المشاعر الانسانية والبحث عن مواطن الجمال في شخصية كل حرف ومحاولة اظهارها بأفضل شكل.
- ٢- يلعب "الكاليجرافي" دوراً بارزاً في تصميم علامات ناجحة وظيفيا وتصميما ومطابقة لرؤية العميل ورسالته.
- ٣- الجمع بين تصميم وتشكيل الحروف سواء باليد وبالحاسوب "الكاليجرافي" أنتج تصميمات ناجحة للعلامات التجارية.
- ٤- كل حرف مصمم بالكاليجرافي له بصمة خاصة منفردة لن تتكرر مع أي تصميم اخر.

التوصيات:

- ضرورة دراسة الكاليجرافي وما يحققه من مهارات فنيه في ماده تصميم العلامات التجارية.
- الاهتمام بالكاليجرافي في مجال الاعلان وبخاصة في تصميم العلامات التجارية حيث نجد أنه كلما زادت قراءة الطالب للحرف زاد إدراكه وفهمه لطبيعة الحرف، ويعتبر عنصرا جاذبا في عرض التصميمات وتسويقها.

المراجع:

المراجع العربية:

- ١- سامية عبد الحليم الصديق - الشعار القائم على الخط العربي - الطبعة ٢ - دار المعارف - مصر - ٢٠٠٢ .
samiat eabd alhalim alsidiyq - altahaluf ealaa alkhati alearabii - altabeat 2 - dar almaearif - misr - 2002.
- ٢- عمر النجدي - أبجدية التصميم - الهيئة المصرية العامة للكتاب - القاهرة - الطبعة ٢ - ١٩٩٨ .
eumar alnajdi - 'abjadiat altasmim - alhayyat almisriat aleamat lilkitab - alqahirat - altabeat ٢ - ١٩٩٨ .
- ٣- محسن فتوني، موسوعة الخط العربي والزخرفة الاسلامية، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، ٢٠٠٢ .
muhasin fitwni, musweat alkhut alearbiyi walzukhrufat aliaslamiami, sharikat almatbueat liltawzie walnushri, bayrut, ٢٠٠٢ .
- ٤- محمد فهمي عمران - بناء العلامة التجارية وتصميم هويتها- لمسة للنشر والتوزيع - الأردن - ٢٠١٦ .
muhamad fahmi eimran - bina' alealamat altijariat watasmmimuha- lamsat lilnashr waltawzie - al'urduni - ٢٠١٦ .
- ٥- فرانسوا ديروش- الكتابة العربية-تاريخ الكتابة من التعبير التصويري الى الوسائط الإعلامية المتعددة- ترجمه محمد عبد الستار عثمان-مكتبة الإسكندرية ٢٠٠٥ .
fransuu dirush- alearabiatu-tarikh alkitab min altaswir altaebirii alaa alwasayit almutaeadiati- tarjamah muhamad eabd euthman kitab alsitari-maktabat al'iiskandariat . ٢٠٠٥ .

المراجع الأجنبية:

- 6- Alina Wheeler. Designing Brand Identity (An Essential Guide for the Whole Branding Team) - John Wiley & Sons Inc- USA- 2000- P 54.

- 7- Damien Newman , The Design's Guide to Brand Strategy- The United kingdom & United States – Authwe-2003- P10
- 8-Linsey Hopman-Cursive over typeface: the importance of teaching handwriting instead of typing-The University of Leiden Book and Digital Media Studies – 2014.
- 9-Marianne Elliott-the art of calligraphy-regional librarian,south region-cape libr.,sept/oct-2004.
- 10-Yaojie Guo-Study on the Application of Traditional Calligraphic Art in Graphic Design- International Conference on Arts, Design and Contemporary Education (ICADCE 2015. and World ٢ 11-zden Pektaş Turgut- Calligraphic Forms in Contemporary Typographic Design- Conference on Design, Arts and Education- Procedia - Social and Behavioral Sciences -2013.

المجلات والدوريات العلمية:

- ١٣- أميمة إبراهيم قاسم – الرمز اللغوي في التشكيل الجمالي للأثاث المعاصر – مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية – بحث منشور- المجلد الثالث – العدد التاسع- يناير - مصر - ٢٠١٨.
- umimat 'iibrahim qasim - alramz altaebiriu fi altashkil aljamalii lil'athath almueasir - majalat aleimarat walfunun waleulum al'iinsaniat - bahath manshur- almujalad althaalith - aleadad altaasie- yanayir - misr -2018.
- ١٤- خالد عثمان الصديق – دور خطوط الطباعة العربية في تطوير الأداء التيبوغرافي – مجلة العلوم الإنسانية بحث منشور – المجلد التاسع عشر – العدد الأول – مارس – ٢٠١٨ – السودان.
- khalid euthman alsidiyq - dawr khutut altibaeat alearabiat fi tatwir al'ada' altibughrafii - majalat aleulum al'iinsaniat - bahath manshur - almujalad altaasie eashar - aleadad al'awal - maris - ٢٠١٨- alsuwdan.
- ١٥- سمر هاني السعيد – تصميم الرسالة الإعلانية باستخدام الفرا نكو أراب وتأثيرها على الهوية العربية – مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية – بحث منشور- المجلد الرابع – العدد الثالث عشر - يناير - مصر - ٢٠١٩.
- samar hani alsaeid - tasmim alrisalat al'ielaniat biaistikhdam alfara nku 'arabaha ealaa alhuiat alearabiat - majalat aleimarat walfunun waleulum al'iinsaniat - bahath manshur- almujalad alraabie - aleadad althaalith eashar - yanayir - misr - ٢٠١٩.
- ١٦- صالح عبد المعطي وجهاد احمد محمد عبده – التشكيل بالخط العربي(الكاليجرافي) ومكانته بين فنون الكتاب المعاصر – مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية -بحث منشور – المجلد الخامس – العدد الثاني والعشرين – يوليو- ٢٠٢٠ – مصر.
- salih almueti wajihad aihmad muhamad eabdih - altashkil bialkhati alearbi(alkalijrafi) wamakanatih bayn funun alkitaab almueasir - majalat aleimarat walfunun waleulum al'iinsaniat -bhath manshur - almujalad alkhamis - aleadad althaani waleishrin - yulyu- ٢٠٢٠- masr.
- ١٧- هبة عبد المهيم- رؤية معاصرة لكتاب الفنان المطبوع- رسالة دكتوراه- جامعه المنيا- كلية الفنون الجميلة- قسم الجرافيك-٢٠١١.

habah eabd alhaymin- ruyat mueasirat likitab alfanaan almatbuei- risalat dukturah-jamieuh alminya- kuliyyat alfinun aljamilati- qasm aljirafik-2011

- ١٨- نورهان ابو النجا- مصادر الفكر الإبداعي كمدخل لتصميم العلامة التجارية في عصر الميديا- جامعه دمياط- كلية الفنون التطبيقية – قسم الاعلان- ٢٠٢٢.
- nurhan abu alnaja-masadir alfikr al'iibdaei kamadkhal 'iibdaeiin fi easr alwasayit almutaeadiati- jamieuh dimyat-kiliat alfunun altatbiqiat - qism alaeilan- ٢٠٢٢.

المواقع الإلكترونية:

- 19-<https://en.wikipedia.org/wiki/Typography#:~:text=Typography%20is%20the%20art%20and,readable%20and%20appealing%20when%20displayed.> (1/8/2022)
- 20- <https://www.behance.net/gallery/113335225/Sarmady-Typeface.> (١٠/٥/2022)
- 21-<https://govt.chinadaily.com.cn/s/201807/31/WS5bfe3856498eefb3fe46d55d/movable-type-printing-of-china.html>. (1/8/2022)
- 22- https://en.wikipedia.org/wiki/Western_calligraphy. (١٠/٥/2022)
- 23-<https://www.mutualart.com/Artwork/The-Story-of-the-Glittering-Plain-which-/> (1/8/2022).
- 24-https://en.wikipedia.org/wiki/Lindisfarne_Gospels . (1/8/2022)
- 25- [https://smarthistory.org/chinese-calligraphy-intro/.](https://smarthistory.org/chinese-calligraphy-intro/)(1/8/2022)
- 26- http://yamm.finance/wiki/Indian_calligraphy.html (١٠/٥/2022)
- 27- [https://smarthistory.org/chinese-calligraphy-intro/.](https://smarthistory.org/chinese-calligraphy-intro/) (١٠/٥/2022)
- 28- <https://www.britannica.com/art/calligraphy/Arabic-calligraphy.>(١٠/٥/2022)
- 29- <https://www.newworldencyclopedia.org/entry/Calligraphy.> (١٠/٥/2022)
- 30-<https://www.sahapedia.org/patanjalayogasastra-alias-yogasutra-and-yogabhasya> (١٠/٥/2022)
- 31- https://en.wikipedia.org/wiki/Western_calligraphy (١٠/٥/2022)
- 32-<https://theserif.net/calligraphy/how-is-modern-calligraphy-different-from-traditional-calligraphy/> (١٢/٥/2022)
- 33- <https://www.freepik.com/free-vector/flat-g-letter-logo-collection> (١٠/٥/2022)
- 34- <https://logos-world.net/emirates-logo/>(13/5/2022)
- 35- <https://dwglogo.com/emirates/> (١٣/٥/2022)
- 36- <https://logos-world.net/gillette-logo/>(13/5/2022)
- 37- <https://1000logos.net/cadbury-logo/>(13/5/2022)
- 38- <https://1000logos.net/gillette-logo/>(11/8/2022)
- 39- <https://www.cadbury.co.uk/> (١٣/٥/2022)
- 40-<https://www.designbolts.com/2018/05/19/10-world-famous-logos-in-unique-lettering-by-luis-lili/>. (1/8/2022)
- 41- <https://mafhome.com/%D8%B5%D9%88%D8%B1-%D9%85%D8%B1%D8%A7%D8%AD%D9%84-%D8%AA%D8%B7%D9%88%D8%B1-%D8%B4%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%AC%D9%88%D8%AC%D9%84/>. (1\8/2022)
- 42-<https://turbologo.com/articles/youtube-logo/>
- 42-<https://log-logo.com/2020/02/03/%D9%82%D8%B5%D8%A9-%D8%B4%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%A8%D9%88%D9%85%D8%A7-puma/> . (١1/8/2022)
- 43- <https://boundtowow.com/most-famous-logos-redesigned/> . (1/8/2022)
- 44-<https://log-logo.com/2019/10/10/%D9%82%D8%B5%D8%A9-%D8%B4%D8%B9%D8%A7%D8%B1-%D8%A8%D9%88%D9%85%D8%A7-puma/> . (1/8/2022)
- 45- [https://fabrikbrands.com/spotify-logo-history-spotify-symbol-meaning/.](https://fabrikbrands.com/spotify-logo-history-spotify-symbol-meaning/) (٢1/٦/2022)
- 46-[https://fabrikbrands.com/spotify-logo-history-spotify-symbol-meaning/.](https://fabrikbrands.com/spotify-logo-history-spotify-symbol-meaning/) (1/8/2022)
- 47- [https://boundtowow.com/most-famous-logos-redesigned/.](https://boundtowow.com/most-famous-logos-redesigned/) (٢1/٦/2022)

الهوامش

* **جيوم أبولينير**: كان شاعرا وكاتبا وناقدا فنيا، ولد في "إيطاليا" من أم بولندية، يعزى إليه الفضل في تعريف كلمة "السريالية"

* **العصور الوسطى**: هي التسمية التي تُطلق على الفترة الزمنية في **التاريخ الأوروبي** التي امتدت من القرن ٥م حتى ١٥م. وتنقسم العصور الوسطى نفسها إلى ثلاثة فترات: **الفترة المبكرة، والمتوسطة، والمتأخرة**.

** قصة السهول المتلألئة: تأليف "موريس" والرسم التوضيحي للإنجليزي " والتر كرين" Walter Crane (١٨٤٥:١٩١٥) (p1: 24)

* تعد مدينة دمياط للأثاث هي أحد المشروعات القومية الكبرى ونقطة انطلاق للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، وبوابة الأثاث الدمياطي للوصول للعالمية.

** DFC : اختصار (Damietta Furniture City) Lettermark) فعندما يكون فيه اسم طويل يتكون من كلمتين أو أكثر تأخذ أول حرف من كل كلمة لعمل علامة بشكل مختصر.