



رسالة دكتوراة في الفنون الجميلة

قسم التصميمات المطبوعة

## الشعار كعنصر فعال في بناء التصميم الجرافيكي للأغلفة الورقية للعبوات

### THE TRAD MARK AS AN EFFECTIVE ELEMENT WTHE DESIGN OF PAPER PACKACING

مقدمة من

ياسر محمد الويشي

المدرس المساعد بقسم التصميمات المطبوعة

كلية الفنون الجميلة - جامعة الإسكندرية

تحت إشراف

الأستاذ الدكتور / محمود يسري أحمد

أستاذ ورئيس قسم الطباعة والنشر والتغليف - سابقاً

كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

ومدير مطابع جامعة حلوان

الأستاذ الدكتور / عزة محمد أبو السعود

أستاذ ورئيس قسم التصميمات المطبوعة

كلية الفنون الجميلة

جامعة الإسكندرية

2006

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



Alexandria University  
Faculty of Fine Arts  
Department Of Graphic



جامعة الإسكندرية  
كلية الفنون الجميلة  
قسم التصميمات المطبوعة

---

**A Thesis Submitted to the Department of Architecture  
in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the H P. D**

**Presented by**

***Supervisor***

***Prof.Dr.***

***Prof. Dr.***

**Faculty of Fine Arts  
Alexandria University**

**2006**

بسم الله الرحمن الرحيم

اقْرَأْ بِكَ الْأَمْزَجَاتِ بِالنَّارِ الْقَائِمَةِ الْأَنْشَاءِ الْمَلِكِ

صدق الله العظيم

(96) سورة " العلق " ( مكية ) آية 3، 4، 5

## شكر وتقدير

إنني لا يسعني أن أوجز شكراً لكل من أسهم بالجهد الخالص والعون الجاد في بنیان هذا البحث . هذا وأخص بالشكر كل من ...

• **الأستاذ الدكتور / محمود يسري أحمد** ، أستاذ ورئيس مجلس قسم الطباعة والنشر والتغليف ( سابقاً ) ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، ومدير مطابع جامعة حلوان . علي إمداده لي بالمراجع التي أعانتني في إنهاء البحث وعلى وقته الذي لم ييخل به علي في التوجيه

• **والأستاذ الدكتور / عزم محمد أبو السعود** ، أستاذ ورئيس مجلس قسم التصميمات المطبوعة ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة الإسكندرية . على قيام سيادتها بالإشراف والمساندة المستمرة على البحث إلي جانب توجيهات سيادتها التي دفعنتني دائماً إلي الأمام والتي كان لها بالغ الأثر في إعداد وإخراج هذا البحث إلي حيز الوجود.

كما أتوجه بالشكر والتقدير إلي كل من ..

• **الأستاذ الدكتور / عطيه محمد حسين** ، الأستاذ المتفرغ وعميد كلية الفنون الجميلة – جامعة الإسكندرية ( سابقاً ) ..

• **والأستاذ الدكتور / جورج نوبار** ، الأستاذ المساعد بقسم الطباعة والنشر والتغليف ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان وذلك لتفضلهما بقبول مناقشة الرسالة .

غير أنني أتوجه بخالص الشكر والتقدير لجميع من ساعدني في إخراج هذا العمل إلي حيز الوجود لما بذلوه من جهد بناء وعون شريف صادق ...

**الباحث**

## إهداء

إلي أحب وأقرب الناس ..  
إلي من كرمني وفضلني الله بهم ..  
إلي زوجتي وابنتي . .  
أهدي هذا المجهود المتواضع  
إلي أسرتي لتشجيعها لي  
ومساندتهم طوال فترة إعداد البحث.

الباحث

رقم الصفحة	محتويات البحث
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• الشكر والتقدير</li> <li>• الإهداء</li> <li>• قائمة الإشكال التوضيحية والصور</li> <li>• المقدمة ..</li> </ul>
أ	
1	الباب الأول
	دراسة وتحليل العناصر المكونة للشعارات قديماً وحديثاً
2	■ الفصل الأول : دراسة تاريخية وتحليلية للعلامات التجارية والشعارات
3	■ العلامات التجارية والشعارات قديماً وحديثاً
9	■ أنماط العلامات التجارية والشعارات
12	أولاً : العلامات التجارية التي تحتوي على الاسم فقط
16	ثانياً : العلامات التي تحمل الأحرف الأولى من الأسماء
16	ثالثاً : العلامات التي تحمل أسماء ورموز
16	رابعاً : علامات الرسوم الجرافيكية
20	خامساً : العلامات الإيحائية
20	سادساً : الشعارات التجريدية
25	■ سمات العلامة التجارية
25	■ خصائص العلامات التجارية
28	■ الفصل الثاني : العلامات التجارية والشعارات كأداة إتصال وتسويق
29	■ العلامة التجارية كوسيلة اتصال
30	■ عناصر الإدراك للعلامة التجارية
31	1 – الهيئة الشكلية للشعار
31	2 – جاذبية الشعار
31	1 – جذب الانتباه
32	2 – التأثير في الإدراك
33	3 – تسهيل عملية الحفظ أو التذكر
34	■ الاقتناع Conviction
34	■ خلق الاستجابة Generating Action
35	■ التأثير في سلوك ما بعد الشراء

## تابع : محتويات البحث

رقم الصفحة	الموضوع
35	▪ محاور عملية الاتصال
36	▪ المنتج ( المؤسسة أو الشركة The Company )
36	▪ المصمم The Designer
37	▪ العلامة التجارية كأداة تسويق
37	▪ الخطوات الرئيسية في إدارة النشاط التسويقي للعلامة التجارية
37	أولا : البحوث
37	ثانيا : تجزئة السوق
38	ثالثا : التثبيت
38	رابعا : المزيج التسويقي للعلامة
38	خامسا : التنفيذ والرقابة
39	▪ العلامات التجارية وحماية المستهلك
39	▪ علامات التحذير
42	▪ حماية العلامات التجارية والشعارات
44	▪ الفصل الثالث : العناصر الجرافيكية للعلامات التجارية والشعارات
45	▪ عناصر تصميم العلامات التجارية والشعارات
45	▪ الصور والرسوم الجرافيكية وأثرها في تصميم العلامات التجارية والشعارات
47	▪ الرسم التخطيطي لرسوم العلامات التجارية
47	▪ مراحل الرسم التخطيطي
48	▪ أشكال الطيور
48	▪ أشكال الحيوانات
52	▪ أشكال النباتات
52	▪ أشكال جسم الإنسان
57	▪ العناصر غير الطبيعية
57	▪ الأشكال المجردة
62	▪ وظائف الصور والرسوم الجرافيكية في تصميم الشعار
62	▪ جذب انتباه جمهور المستهلكين إلى المنتج
62	▪ أ ) جذب انتباه جمهور المستهلكين عموما إلى الشعار
63	▪ ب ) جذب انتباه نوعية المستهلكين المرتقبين

## تابع : محتويات البحث

رقم الصفحة	الموضوع
63	التعبير عن الأفكار التصميمية بسرعة وكفاءة
63	إثارة اهتمام المستهلك بما تحتويه العبوة
64	إضفاء الواقعية والصدق على الشعار
64	الكلمات وأثرها في تصميم العلامات التجارية والشعارات
65	اختبار أسماء العلامات التجارية
66	البحث القانوني
69	الوظائف الرئيسية للأسماء
69	أولاً : جذب الانتباه إلى العلامة
69	أ – جذب انتباه المستهلك عموماً إلى العلامة أو الشعار
69	ب- جذب انتباه المستهلكين المحتملين للسلعة
70	ثانياً: إحداث تأثير سريع ومباشر على المستهلك
70	ثالثاً : إثارة اهتمام المستهلك
71	رابعاً : إستمالة المستهلك المرتقب لقراءة أسماء الشعارات
71	الحروف وإرتباطها بمضمون أسماء العلامات التجارية والشعارات
71	جماليات الحروف الأفقية وتأثيرها
71	جماليات الحروف الرأسية وتأثيرها
72	جماليات الحروف المائلة وتأثيرها
72	جماليات الحروف المنحنية وتأثيرها
72	علاقة الشكل الرمزي بالرسوم الجرافيكية بالشعار القائم على الخط
72	مظاهر الشكل الرمزي مع الحرف والشعار
73	المضمون وإرتباط الشكل الرمزي بالشعار القائم على الخط
75	اللون وأثره في تصميم العلامات التجارية والشعارات
77	فعالية استخدام الألوان في جذب الانتباه للعلامة
79	وظائف اللون في عملية التصميم الجرافيكي للشعار

رقم الصفحة	الموضوع
80	الباب الثاني
81	بناء التصميم الجرافيكي للشعار
82	▪ الفصل الأول : تصميم الشعارات والعلامات فنياً وجمالياً
83	▪ التصميم الجرافيكي للشعار فنياً وجمالياً
83	1 - الخطوط
83	2 - الأشكال الهندسية والعضوية
84	▪ أسس تصميم الشعار
87	▪ التوظيف الجمالي للشعار
88	▪ سمات الشعار الناجح
88	▪ خصائص تميز الشعار
88	▪ القدرة على التأثير
88	▪ البروز
89	▪ الخروج عن المألوف وحدثا الفكرة
89	▪ سهولة الفهم ووضوح الفكرة
89	▪ دور المصمم الجرافيكي في عملية تصميم العلامة
92	▪ المظاهر السلبية في تصميم الشعار والعلامة التجارية
93	▪ الحفاظ على تصميم الشعار
94	▪ تحديث التصميم
95	▪ الفصل الثاني : الشعار القائم على الخط العربي
97	▪ مفهوم الشعار القائم على الخط العربي
99	▪ أبجدية الحروف العربية
101	▪ مجالات توظيف الخط العربي
101	أ ( خط توصيلي
101	ب) خط جمالي توصيلي
101	ج) خط مالي أصولي
101	د ( خط جمالي مطلق
102	▪ أنواع الشعار القائم على الخط العربي
102	أولاً : شعارات قائمة على الخط العربي منفرداً
102	ثانياً : شعارات قائمة على الخط العربي مع شكل رمزي

تابع : محتويات البحث

رقم الصفحة	الموضوع
102	ثالثاً : شعارات قائمة على الخط العربي مع خط لاتيني
102	رابعاً : شعارات قائمة على الخط العربي مع خط لاتيني وشكل رمزي
102	▪ الإمكانيات التشكيلية للخط العربي
103	▪ تولد الحروف بعضها من بعض
103	▪ الاختصار والأختزال
104	▪ جزء من الحرف ينوب عن الحرف كله
104	▪ تعدد صور الحرف الواحد في القاعدة الواحدة
104	▪ تغيير صورة الحرف
105	▪ التواصل
105	▪ التزاوج بين قاعدتين في نص واحد
106	▪ التشعب
106	▪ الاستعارة
106	▪ قابلية التشابك
107	▪ قابلية التركيب
107	▪ قابلية التداخل
107	▪ قابلية التكرار
108	▪ المرونة
108	▪ قابلية المطاطية
108	▪ قابلية المبالغة
109	▪ التطويع
109	▪ قابلية التعاكس
109	▪ قابلية التناظر
110	▪ قابلية الخداع البصري
110	▪ الترابط
110	▪ التضافر
111	▪ الطلاقة
112	▪ التراكم
112	▪ القيم الجمالية للخط العربي
114	▪ علاقة الخط اللاتيني بالشعار القائم على الخط العربي
115	▪ مظاهر علاقة الخط اللاتيني بالشعار القائم على الخط العربي

## تابع : محتويات البحث

رقم الصفحة	الموضوع
115	▪ علاقة الشكل الرمزي والخط اللاتيني بالشعار القائم على الخط العربي
115	▪ المضمون وارتباط شكل رمزي مع خط لاتيني وخط عربي في الشعار
118	▪ مظاهر علاقة تكوين العناصر الثلاثة في الشعار
119	▪ الفصل الثالث : دراسة استخدام الورق كأحد أهم خامات الطباعة والتغليف
120	▪ تحليل استخدام الورق في عملية التعبئة والتغليف
122	▪ نبذة تاريخية
124	▪ الورق الطباعي وعملية إنتاج التعبئة والتغليف
128	▪ أولاً : ورق الكرافت
130	▪ خصائص الورق الطباعي
130	▪ التشطيب
132	▪ عملية الطلاء
132	▪ اللمعان
132	▪ عتامة الورق
133	▪ سمك الورق
133	▪ القوة
133	▪ القوة الداخلية
134	▪ القوة السطحية
134	▪ لون الورق
134	▪ درجة النضوج
134	▪ الوزن الأساسي
136	▪ الكرتون Board
136	▪ الكرتون المطوي Folding Carton
137	▪ اختيار المعايير والمقاييس وتحديدتهما
137	▪ الاستجابة
137	▪ اللون
138	▪ الخصائص الفيزيائية
138	▪ الخصائص الطباعية
138	▪ الحجز
138	▪ التركيب البنائي لأفرخ الكرتون المطوي

## تابع : محتويات البحث

رقم الصفحة	الموضوع
139	▪ طرق قطع أفرخ الكرتون
140	▪ أهم طرق التقطيع
140	▪ تحزيز وطي أفرخ الكرتون المطوي
140	▪ تقنية التحزيز بالتشريط
140	▪ التحزيز بالضغط دون تشريط
141	▪ أشكال العلب الكرتونية
143	▪ الكرتون المضلع
144	▪ وصف وقياس الخصائص الفيزيائية والميكانيكية
144	▪ الخصائص الهندسية الأربعة التي تؤثر على الأداء التركيبي للورق المقوي
144	▪ الاعتبارات الهندسية للتصميم
145	▪ قائمة الاستفسارات الواجب وضعها في الاعتبار
147	<b>الباب الثالث</b>
	<b>التجارب التطبيقية والعملية لتصميم العلامات التجارية والشعارات</b>
148	▪ <b>الفصل الأول : تطبيق جماليات التصميم الجرافيكي</b>
149	▪ منهج تصميم شعارات مستحدثة
149	▪ تصنيف الشعار القائم على الخط العربي
149	▪ تحديد أساس بنائي
149	▪ الدلالة التشكيلية والجمالية للحرف العربي
150	▪ تصميم شعارات مستحدثة قائمة علي الخط العربي
181	▪ <b>الفصل الثاني : تطبيق استخدام الورق الطباعي</b>
182	▪ في عمليات التعبئة والتغليف
183	▪ التجارب العملية على أنواع الورق المختلفة
190	▪ النتائج
191	▪ التوصيات
	• قائمة المراجع العلمية
	• ملخص الرسالة باللغة العربية
	• ملخص الرسالة باللغة الإنجليزية

## التعريفات :

لنبدأ بتعريف ما نعنيه بالديكور الافتراضي أو ما يطلق عليه النظام الافتراضي للأستوديو والذي هو عبارة عن أداة تسمح بوضع الممثلين داخل بيئة جرافيكية ( مرسومة ) ثلاثية الأبعاد في عمليات الإنتاج المسجلة أو المذاعة بشكل حي ومباشر ..

وفي ستديو الإنتاج الافتراضي النموذجي يؤدي الممثل أو المذيع دوره أمام شاشة زرقاء أما الديكور ( الرسم ثلاثي الأبعاد ) فتتم إضافته بواسطة الكمبيوتر ، والمناظر الأمامية والخلفية يتم التنسيق بينها بواسطة مفتاح الكروما ، والفكرة العامة تشبه لحد كبير الأسلوب المتبع في تنفيذ نشرات الطقس في التلفزيون ولكن الاختلاف هو أن الديكور الافتراضي الثلاثي الأبعاد يسمح بتفاعل الممثلين والمؤديين معه ، والأهم هو القدرة على تقليد حركة الكاميرا والتحرك بها بحرية بشكل متزامن مع الحركة داخل الشكل الجرافيكي ثلاثي الأبعاد مما يقنع العين بأن الديكور حقيقي تماما ويوفر رؤية مثيرة ومشوقة تصدقها عين المتفرج .

ويتم إنتاج وتنفيذ وتشكيل الصور الجرافيكية ثلاثية الأبعاد بواسطة برامج كمبيوتر خاصة بالرسم والتي يتم تصديرها إلى الأجهزة الخاصة داخل أستوديو الديكور الافتراضي ولبناء ديكور مصدق على أنه واقعي أو حقيقي يجب السيطرة والتمكن في برامج الرسم والمحاكاة ثلاثية الأبعاد بإضافة الملامس والإضاءة والمواصفات القياسية لبناء نماذج .

وخلال عملية إنتاج العرض أو العمل يتحرك الممثلين تتبعهم الكاميرات لتسجيل الحركة بشكل متزامن ومتناسب مع المنظور الحقيقي ، ويمكن التحكم بعناصر أو أجزاء الديكور الافتراضي الأمامية أو الخلفية بتحريكها كيفما شئنا بحيث يتحرك الممثل ليس فقط أمام الديكور الافتراضي بل ويتحرك بحرية كبيرة داخله .

## ● كيفية العمل

يتكون أستوديو الديكور الافتراضي من 4 مكونات أساسية وهي نظام الكاميرات المتتبعة للحركة والتي تقوم بحساب موقع عين الكاميرا بالنسبة للديكور المرسوم بشكل إلكتروني ، جهاز كمبيوتر مركزي ، برامج رسم ومحاكاة ثلاثي الأبعاد لتصميم وبناء الديكور الافتراضي وأخيرا مفتاح الكروما الذي يقوم بتجميع الأجزاء الأمامية والخلفية للمنظر ثلاثي الأبعاد .

ويتم دمج الصور الحقيقية بتلك الجرافيكية ثلاثية الأبعاد بواسطة برامج مخصصة والتي يقوم بعمل كاميرا افتراضية تنظم الأشكال والصور الافتراضية على الأشكال والصور المأخوذة بالكاميرا الحقيقية

لتحقيق توافق وتمازج للمنظر أو الديكور الافتراضي مع الممثلين بدون اهتزازات أو قفزات للصور يجب تغذية الكاميرا الافتراضية بمعلومات دقيقة وشاملة عن مواقع الكاميرات الحقيقية ومواقع أجزاء الديكور الحقيقية والممثلين والتي ستدخل على المنظر أو الديكور الافتراضي ، وبعدها تقوم برامج الكمبيوتر المخصصة بالديكور الافتراضي بتحليل إحداثيات الفضاء أو المساحات في الواقع الفعلي مع إحداثيات الديكور الافتراضي ومواقفها معا بشكل تام وهذا يعني أن نظام الكمبيوتر الجرافيكي عليه أن يغذي ببيانات ومعلومات حول إحداثيات الواقع في طول وعرض وارتفاع ( ) وإحداثيات العمودية والأفقية ( ) والانحدار والميول ( ) ومحاور الدوران ( ) ووحدات القياس المستخدمة ( ) وهذه المعلومات والإحداثيات تعطي بيانا دقيقا عن الموقع والاتجاه ومقياس الرسم المستخدمين لإحلال وحدات حقيقية بشكل دقيق داخل البيئة الافتراضية .

وتوجد 3 تقنيات مستخدمة للحصول على معلومات وبيانات عن موقع العنصر أو الشكل المراد استخدامه داخل البيئة الافتراضية وهي :

- 1 - مدى البصر الميكانيكي أو الآلي .
- 2 - الإدراك الشكلي أو النمطي .
- 3 - الكشف بالأشعة تحت الحمراء .

وقد يستخدم في بناء المنظر أو الديكور الافتراضي نوع واحد من التقنيات السابقة بشكل حصري أو قد يستخدم الثلاثة جميعا .

- والتقنية الأولى وهي استخدام مجسات مدى البصر الآلي وهي التقنية المعروفة منذ عدد من السنين وتقوم على تثبيت مجسات آلية وربطها بإحكام على رؤوس محورية دوارة وذلك لقياس الحركة المحورية والدائرية المائلة وذلك عند التعامل مع الكاميرا وبعد ذلك تربط العدسات بتروس آلية والتي تقوم بقياس التحكم في التكبير والتصغير وهذه المعلومات جميعا يبعث بها إلى الكمبيوتر القائم بعملية التصميم وبناء الديكور الافتراضي وذلك لتعديل وضع النموذج الثلاثي الأبعاد ، وتأتي فائدة هذا النظام في دقته وكفاءته عند استخدام نظام الكاميرا الواحدة ولكن ترتفع التكلفة مع زيادة عدد الكاميرات المستخدمة وذلك يرجع لارتفاع ثمن رؤوس المجسات وتأتي عوائق أخرى لهذا النظام تتمثل في عدم قدرتنا تحريك الكاميرات في الاتجاهات الطول والعرض والعمق كما يتطلب هذا النظام أن يكون مواضع رؤوس المجسات مقاسه بشكل دقيق جدا .

والطريقة الثانية وهي باستخدام طريقة الإدراك الشكلي ( ) نقوم بطلاء سجادة من الفينيل بلونين هما الأزرق والأزرق الغامق على شكل شبكة من الخطوط الرأسية والأفقية المتعامدة وكل نقطة على هذه الشبكة منفردة عن غيرها ويمكن تحديد موقعها بواسطة الكمبيوتر مع توصيل الصور من الكاميرا وهي طريقة مشابهة لأسلوب عمل الخطوط الرمزية إلى حد كبير حيث تعلق السجادة الفينيل

على حائط بأي مقياس أو حجم بشكل مسطح في حين يغذي جهاز كمبيوتر المعالجة بفيلم الفيديو الذي يمثل الصور الأمامية والذي يميز زوايا النقاط على الشبكة وبإستطاعته القيام بعمليات حسابية معقدة لاستخراج قيم الطول والعرض والعمق لأي نقطة وتحريكها في تلك الاتجاهات مع تغير محور الدوران والميول وتقدير قدر الاقتراب أو ابتعاد تلك النقطة من الكاميرا ، وذلك بشرط أن يكون الشبكة على الأقل معروضا داخل إطار اللقطة حتى تتوفر مجموعة كافية من المعلومات يستطيع على أساسها البرنامج تحديد موقع النقاط ومن ثم تحريكها .

ومن مميزات هذا النظام هو سهولة استخدامه مع أي نوع من أنواع الكاميرات المتاحة كما يسهل تحريك الكاميرات بداخله كما أنه لا يحتاج لمعايرة أو قياس المسافات بشكل دائم أو عند تحريك أي نقطة ولكن العيب أو العائق الوحيد هو أنه أن تكون الشبكة داخل حدود إطار اللقطة مما يحدد زوايا التصوير إلى 180 هـ فقط .

والطريقة أو النظام الثالث وهو باستخدام أجهزة إرشاد وكشف بالأشعة تحت الحمراء والتي تحدد مواقع واتجاه وزوايا العناصر المتحركة أو الممثلين وحركة الكاميرات بشكل بلي وتستلزم توفر وحدات القياس بشكل دقيق .

قبض النظر عن الأساسيات وطرق العمل فهناك عدة أمور يجب ملاحظاتها عند استخدام الديكور الافتراضي ومنها على سبيل المثال عملية تصميم المنظر أو الديكور ، فهناك العديد من برامج الرصد ثلاثي الأبعاد المستخدمة في هذا المجال بالذات بالإضافة لذلك يجب قرار هل سيقوم مصمم الاستوديو بعملية التصميم أو تكليف تلك العملية لشركات خاصة بهذا المجال متخصصة في تصميم الديكور الافتراضي بالذات وتستطيع تنفيذ تشكيلة واسعة في التصميمات المناسبة للإنتاج .

كما يجب الوضع في الاعتبار إمكانية العرض المسبق حيث تتم إعطاء عدة تصورات مسبقة للمخرج قبل اختياره حركة الكاميرا بالإضافة إلى الاهتمام بمشكلات الظل والنور وإتاحة تشكيل حركة الظل متلازمة مع حركة الممثلين أو أجزاء الديكور سواء الافتراضية أو الحقيقية .

#### ● مزايا الديكور الافتراضي :

هناك العديد من المزايا التي نحصل عليها باستخدامنا تقنيات الديكور الافتراضي منها :

الديكور الافتراضي يستخدم مساحة وفضاء أقل :

يحتاج أستوديو الديكور الافتراضي إلى منصة مساحتها حوالي 10×10 مستخدمة كخلفية زرقاء وهو ما يعد مساحة أقل بكثير من المعتاد عند بناء أو تشييد ديكور حقيقي ، ورغم تنفيذه بأسلوب الواقع الافتراضي ، ومثال ممتاز لاستخدام هذه التقنية ، هو الديكور الذي استخدمته شبكة أخبار لتغطية