جامعة بوليتكنك فلسطين

Palestine Polytechnic University

حضور الهوية البصرية في تصاميم شعارات الجامعات الفلسطينيّة

إعداد:

بشار جواد محمد الشريف

إشراف:

د. نصر جوابرة

2025م

الإهداء

إلى من غرَسوا في بذور الطموح،

إلى من كانت دعواتهم النور الذي أنار دربي،

الى والدي رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه،

وإلى أمي الغالية،

إلى إخوتي وأصدقائي الذين كانوا لي دومًا العون والسند،

إلى كل من آمن بنجاح مسعاي ووقف الى جانبي في مسيرتي العلميّة،

أُهدي هذا الجُهد المتواضع بكل الحب والامتنان.

بشّار

الشكر والإمتنان

أتقدّم بجزيل الشكر والامتنان إلى أستاذي المشرف **الدكتور نصر جوابرة**؛ على دعمه المتواصل وتوجيهاته السديدة التي كان لها الأثر الكبير في إخراج هذا العمل إلى النور.

كما لا يفوتني أن أشكر جامعة بوليتكنك فلسطين، إدارةً وهيئةً أكاديميًا، على توفير بيئة علمية محفزة.

وكل الشكر والتقدير لمن أسهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا البحث، راجياً من الله أن يُسهم هذا العمل في إثراء المعرفة وتطوير البحث العلمي في وطننا الحبيب.

الباحث: **بشار جواد محمد الشريف**

Palestine Polytechnic University
Deanship of Graduate Studies
and Scientific Research

Master Thesis Forms

جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية الدراسات العليا

شهادة الموافقة على الأطروحة

دراسة أطروحة بشار جواد محمد الشريف خريجة قسم الوسائط المتعددة، برقم الطالبة 216031، بعنوان حضور الهوية البصرية في تصاميم شعارات الجامعات الفلسطينية. تمت الموافقة عليها بالإجماع \ اغلبية الأصوات من قبل لجنة التحكيم، وتم قبول رسالة الماجستير في الوسائط المتعددة. واعتمادها من قبل كلية الدراسات العليا والبحث العلمي في جامعة بوليتكنك فلسطين- الخليل.

تاريخ الدفاع عن الأطروحة: 19-1-2026

أعضاء لجنة التحكيم **التوقيع**

١-د. نصر جوابرة، مشرفا.

٢-أ.د. حسني أبو كريم، ممتحنا خارجيا

٣-أ.د. هيفاء بني اسماعيل، ممتحنا خارجيا.

جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية الدراسات العليا

عميد الدراسات العليا والبحث العلمي **التاريخ** **التوقيع**

مُلخَّص الدراسة

تتناول هذه الدراسة تحليل حضور الهوية البصرية في شعارات الجامعات الفلسطينية، انطلاقاً من كون الشعار أحد أهم العناصر القادرة على تجسيد الهوية المؤسسية وتمثيل رسالتها الأكاديمية والثقافية. وتبرز أهمية الموضوع في ظل الاتجاه المتزايد لدى المؤسسات التعليمية نحو بناء هوية بصرية متكاملة تعزّز حضورها الاتصالي وتدعم تميّزها في البيئة المحلية. وتهدف الدراسة بشكل أساسي إلى الكشف عن مدى تعبير الشعارات الجامعية الفلسطينية عن الهوية البصرية، وتحليل مكوناتها البصرية والدلالية من حيث الألوان والرموز والخطوط وأنماط التصميم، وربط هذه العناصر بالمرجعيات الثقافية والوطنية التي تستند إليها تلك الجامعات. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لقدرته على دراسة الظواهر البصرية واستخلاص دلالاتها، كما استخدمت أداة الاستبانة التي أعدّها الباحث بعد مراجعة الأدبيات السابقة، وتكوّنت من (29) فقرة تقيس حضور عناصر الهوية البصرية في الشعارات. وتم تحديد عينة قصدية من عشرة شعارات لجامعات فلسطينية تقع في الضفة الغربية، وذلك بهدف الحصول على تمثيل بصري متنوع يسمح بإجراء التحليل دون تكرار أو تشابه بنيوي غير مفيد. وأظهرت النتائج أن معظم الشعارات الجامعية تتسم بحضور واضح للرموز الوطنية والثقافية والدينية، وأن الطابع الختمي التقليدي يهيمن على تصميم عدد كبير منها، مع محدودية استخدام الاتجاهات التصميمية الحديثة، إضافة إلى تفاوت في الاتساق اللوني والخطي بين الشعارات، وغياب شبه تام للخطوط المؤسسية المعاصرة. وتُبرز هذه النتائج الحاجة إلى تطوير الهويات البصرية للجامعات الفلسطينية بما يعزز حداثتها وقيمتها الاتصالية.

الكلمات المفتاحية: الهوية البصرية، شعار الجامعة، التصميم الجرافيكي، الهوية المؤسسية، المرجعية الثقافية، الجامعات الفلسطينية، الاتساق البصري، التميّز البصري.

Abstract

This study analyzes the presence of visual identity in the logos of Palestinian universities, given that a logo is one of the most important elements capable of embodying institutional identity and representing its academic and cultural mission. The importance of this topic is highlighted by the increasing trend among educational institutions to build a comprehensive visual identity that enhances their communicative presence and supports their distinction within the local environment. The study primarily aims to reveal the extent to which Palestinian university logos express visual identity, analyzing their visual and semantic components in terms of colors, symbols, fonts, and design styles, and linking these elements to the cultural and national references upon which these universities are based. The study adopted the descriptive-analytical method due to its ability to examine visual phenomena and extract their meanings. It also utilized a questionnaire developed by the researcher after reviewing previous literature. The questionnaire consisted of 29 items measuring the presence of visual identity elements in the logos. A purposive sample of ten logos from Palestinian universities located in the West

Bank was selected to obtain a diverse visual representation that allowed for analysis without redundancy or unhelpful structural similarity. The results showed that most university logos feature a clear presence of national, cultural, and religious symbols, and that a traditional, seal-like style dominates the design of many of them, with limited use of modern design trends. Furthermore, there is a disparity in color and typographic consistency among the logos, and a near-complete absence of contemporary institutional fonts. These findings highlight the need to develop visual identities for Palestinian universities that enhance their modernity and communicative value.

Keywords: Visual Identity, University Logo, Graphic Design, Institutional Identity, Cultural Referencing, Palestinian Universities, Visual Consistency, Visual Distinctiveness

فهرس المحتويات

الترقيم	العنوان	الصفحة
-	الإهداء	أ
-	الشكر والإمتنان	ب
-	مُلخَّص الدراسة	ج
-	Abstract	د

-	فهرس المحتويات	هـ
-	قائمة الأشكال	و
الفصل الأول	**الإطار العام للدراسة**	**1**
1.1	المقدمة	1
2.1	مشكلة الدراسة	4
3.1	أهداف الدراسة	5
4.1	أهمية الدراسة	6
5.1	أسئلة الدراسة	6
6.1	الفرضيات	7
7.1	حدود الدراسة	8
8.1	تحديات الدراسة	8
9.1	مصطلحات الدراسة	9
الفصل الثاني	**الإطار النظري والدراسات السابقة**	**15**
1.2	الإطار النظري	15
1.1.2	المبحث الأول: الهوية البصرية	15
1.1.1.2	خطوات تصميم الهوية البصرية	15
2.1.1.2	عناصر الهوية البصرية وتطبيقاتها	16
3.1.1.2	دور الهوية البصرية للمنشأة والمجتمع	25
2.1.2	المبحث الثاني: الشعار	29
1.2.1.2	فكرة تصميم الشعار وعلاقته بالهوية البصرية	29
2.2.1.2	عناصر الشعار	30
3.2.1.2	صفات الشعار الإحترافي	32
3.1.2	المبحث الثالث: نشأة الجامعات في فلسطين	36

1.3.1.2	الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية – النشأة والتطور	36
2.2	الدراسات السابقة	39
3.2	التعقيب على الدراسات السابقة	44
4.2	مؤشرات الاطار النظري	45
الفصل الثالث	**المنهجية**	**47**
1.3	منهج الدراسة	47
2.3	مجتمع الدراسة	47
3.3	عينة الدراسة	47
4.3	أداة الدراسة	47
5.3	إجراءات الدراسة	48
الفصل الرابع	**تحليل العينات**	**49**
1.4	العينة الأولى: شعار جامعة القدس	**49**
2.4	العينة الثانية: شعار جامعة بيرزيت	**53**
3.4	العينة الثالثة: شعار جامعة النجاح الوطنية	**58**
4.4	العينة الرابعة: شعار جامعة بوليتكنك فلسطين	**63**
5.4	العينة الخامسة: شعار جامعة الخليل	**68**
6.4	العينة السادسة: جامعة فلسطين التقنية – خضوري	**73**
7.4	العينة السابعة: شعار جامعة القدس المفتوحة	**78**
8.4	العينة الثامنة: شعار جامعة الاستقلال	**83**
9.4	العينة التاسعة: شعار جامعة بيت لحم	**87**
10.4	العينة العاشرة: شعار الجامعة العربية الأمريكية	**92**
11.4	المقارنة التحليلية	**96**
12.4	المقارنة التحليلية لعناصر التصميم في الشعارات	**96**

الفصل الخامس	**النتائج والاستنتاج**	**99**
1.5	نتائج الدراسة	99
2.5	الاستنتاجات	101
الفصل السادس	**التوصيات**	103
1.6	توصيات الباحث	103
-	**المراجع**	105
-	أولاً: المراجع العربية	105
-	ثانياً: المراجع الأجنبية	107
-	**الملاحق**	108
-	ملحق (1): الاستبيان	108

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
(1.4)	شعار جامعة القدس	49
(2.4)	شعار جامعة بيرزيت	53

(3.4)	شعار جامعة النجاح الوطنية – نابلس	58
(4.4)	شعار جامعة بوليتكنك فلسطين	63
(5.4)	شعار جامعة الخليل	68
(6.4)	شعار جامعة فلسطين التقنية	73
(7.4)	شعار جامعة القدس المفتوحة	78
(8.4)	شعار جامعة الاستقلال	83
(9.4)	شعار جامعة بيت لحم	87
(10.4)	شعار جامعة العربية الأمريكية	92

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

نشأت الهُوية البصريّة في بداياتها في أحضان حقل التجارة والصناعة، حيث ظهرت الحاجة إلى تمييز المنتجات والخدمات في الأسواق المتنامية خلال الثورة الصناعية. فقد بدأت المؤسسات الصناعية الكبرى في أوروبا والولايات المتحدة باستخدام الرموز والعلامات التجارية لتسهيل تمييز منتجاتها عن غيرها، وكان الشعار(Logo) من أبرز هذه الرموز، إذ عمل كعنصر بصري قادر على التعبير عن هوية الشركة ورسالتها في لمحة واحدة. تطور هذا التوجه مع ازدياد المنافسة السوقية، فظهرت الحاجة إلى بناء صورة متكاملة للعلامة التجارية تتجاوز المنتج لتشمل ثقافة المؤسسة وقيمها، وتم اعتماد استراتيجيات تصميم موحدة تشمل الألوان، الطباعة، التغليف، والإعلانات. وقد مثّل ذلك بداية التحول نحو مفهوم "**الهوية البصرية**" الشامل الذي يعد اليوم ركيزة أساسية في استراتيجيات الاتصال المؤسسي والتسويق(Wheeler, 2017) .

مع تطور أدوات الاتصال وازدياد الوعي بأهمية الصورة الذهنية، بدأت المؤسسات غير التجارية، مثل الجامعات والمستشفيات والمنظمات الحكومية وغير الحكومية، بتبني مبادئ الهوية البصرية في بناء حضورها العام. فلم تعد هذه المؤسسات تكتفي بالأداء الوظيفي الأكاديمي أو الخدمي، بل باتت تدرك أهمية ترسيخ هوية مرئية متماسكة تعكس قيمها ورؤيتها وتساعد في التواصل الفعّال مع جمهورها الداخلي والخارجي. استخدمت الجامعات على وجه الخصوص عناصر الهوية البصرية مثل الشعارات، وتبني مجموعة ألوان، والخطوط الموحدة، ضمن استراتيجيات تهدف إلى بناء انتماء مؤسسي لدى الطلبة والعاملين، وجذب الطلبة الجدد، وتعزيز الحضور الرقمي على المنصات الاجتماعية. وقد أسهم هذا التوجه في ترسيخ الهوية المؤسسية كأداة اتصالية استراتيجية، تتجاوز الجماليات الشكلية لتصبح جزءًا لا يتجزأ من الحوكمة المؤسسية والتخطيط الاستراتيجي. (الجوابرة، 2023؛ حج علي، 2022)

اذا فالهوية البصرية تعبر عن مفهوم شامل يتضمن جميع العناصر البصرية للعلامة التجارية، بدءًا من الألوان المستخدمة وطريقة الطباعة إلى تصميم الموقع الإلكتروني.

تُعد الهوية البصرية عنصرًا محوريًا في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات التعليمية، حيث تُجسّد القيم والرؤية والرسالة التي تسعى هذه المؤسسات إلى ترسيخها في أذهان الجمهور. وتُعرَّف الهوية البصرية بأنها مجموعة من العناصر البصرية التي تشمل الشعار، الألوان، الخطوط، الشعارات اللفظية (Slogans)، والأنماط التصميمية، والتي تُستخدم بشكل موحد في جميع المواد الإعلامية والترويجية الخاصة بالمؤسسة.

في السياق الفلسطيني، تلعب الهوية البصرية دورًا متزايد الأهمية في الجامعات، خاصة في ظل التنافس المتزايد بين مؤسسات التعليم العالي على المستويين المحلي والدولي (Wheeler,A,2017)

وتشير الهوية البصرية إلى كافة الصور، الرسوم، والعناصر المرئية التي تشكل صورة العلامة التجارية، لذا فهي أي شيء يمكن أن يراه عملائك ويرتبطون به بعملك كجزء من هويتك البصرية .

فالهوية البصرية تمثل مزيجا من العناصر الرسومية والمرئية التي، عند دمجها، تساهم في تشكيل قصة متكاملة للعلامة التجارية تجعلها لا تُنسى لدى عملائك الحاليين والمحتملين .

ومع التطور التكنولوجي والانفتاح على المنصات الرقمية، بات لزاما على جميع المؤسسات الفلسطينية أن تولي اهتماما أكبر لبناء هوية بصرية قوية ومتماسكة تعكس تميزها الأكاديمي والثقافي والاجتماعي. فالهوية البصرية لا تقتصر على الجانب الجمالي، بل تمتد لتؤثر في مستوى الانتماء المؤسسي لدى الطلبة والكوادر التعليمية، وفي قدرتها على التواصل مع المجتمع المحلي والدولي بفعالية. تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على ملامح الهوية البصرية في بعض الجامعات الفلسطينية، وتحليل مدى توظيفها بشكل استراتيجي في تعزيز مكانة الجامعة ورسالتها المجتمعية (وجيه واخرون ،2022).

تُعد الهوية البصرية أحد الركائز الأساسية لبناء الصورة الذهنية للمؤسسات الفلسطينية ، حيث تسهم في التعبير عن القيم والرؤية والرسالة التي تسعى هذه المؤسسات إلى ترسيخها في أذهان جمهورها المستهدف.

في السياق الفلسطيني، تبرز أهمية الهوية البصرية في جميع المؤسسات الاكاديمية على نحو عام بسبب التنافس الكبير بين مؤسسات التعليم العالي، سواء على الصعيد المحلي أو الإقليمي تشير دراسة الجوابرة (2023) في دراستها حول الهوية البصرية للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية إلى أن هذه الهوية تشكل أحد أبرز الأدوات الاتصالية المؤثرة في وعي الجمهور، وأن توظيفها ضمن استراتيجية اتصالية واضحة يعزز من مكانة المؤسسة وصورتها في ذهن المتلقي. وقد بينت

الدراسة أن توظيف العناصر البصرية كالشعار والألوان الموحدة والخطوط، أسهم في بناء صورة ذهنية إيجابية عن مؤسسات مثل شبكة راية ووكالة وطن، وهو ما يمكن إسقاطه على المؤسسات الجامعية التي تسعى لتثبيت صورتها العامة لدى جمهورها.

وفي السياق ذاته، يوضح حج علي (2022) أن الجامعات الفلسطينية بدأت بالفعل بالاستثمار في منصات التواصل الاجتماعي لتعزيز هويتها المؤسسية من خلال المحتوى البصري الرقمي، مثل مقاطع الفيديو التعريفية، التصميمات الموحدة، والرموز البصرية، مما أدى إلى تحسين تفاعل الجمهور وتقديره للمؤسسة. ويضيف أن هذه العناصر يجب أن تُستخدم ضمن خطة استراتيجية متكاملة لضمان الاتساق البصري عبر جميع الوسائط.

كما توصل أبو رحمة وأبو ليلة (2024) إلى أن الهوية البصرية لا تقتصر على الجانب المؤسسي فحسب، بل ترتبط ارتباطًا وثيقًا بالهوية الثقافية والاجتماعية، حيث لاحظا أن توظيف الرموز الدينية والوطنية ضمن الهوية البصرية لجميع الشعارات يعزز من شعور الطلبة بالانتماء والاعتزاز بمؤسستهم، وهو بعد مهم في السياق الفلسطيني ذو الخصوصية السياسية والثقافية.

بناءً على ما سبق، ستسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على ملامح الهوية البصرية في شعرارات الجامعات الفلسطينية، وتحليل مدى توظيفها بشكل استراتيجي لتعزيز مكانة الجامعة، وتحديد العوامل التي تعزز أو تعيق نجاح هذا التوظيف. كما تسعى إلى اقتراح سبل وتقنيات تطوير للهوية البصرية بما يخدم رؤية وأهداف المؤسسات الفلسطينية في ظل البيئة الاتصالية الرقمية الحديثة.

الشعار (Logo)

من أبرز العناصر الأساسية التي يتكون منها الشعار هي، الشكل(Shape) ، واللون (Color) والمحرف (Typography)يعتبر من أبرز العناصر الأساسية في تصميم الشعار، الشكل هو مساحة إيجابية صلبة، وتوجد أشكال متنوعة منها المنتظمة (الهندسية) مثل الدائرة والمربع والمثلث، بالإضافة إلى الأشكال غير المنتظمة (العضوية) وهي عديدة.

ويعد اختيار الألوان في تصميم الهوية البصرية بوجه عام وفي الشعار بشكل خاص من أهم الجراءات حيث تعد الألوان من العناصر الأساسية في عملية التصميم، فتنسب لها القدرة على إحداث التأثير البصري الأقوى على المشاهد،

وهي العنصر الأكثر إثارة لجذب انتباه الجمهور. ولقد أثبتت العديد من الأبحاث وجود علاقة بين الألوان المختلفة بتوليد تأثيرات نفسية متنوعة على المشاهد حتى وإن لم يشعر بذلك (بن سالم، 2019).

كذلك استخدام المحارف في تصميم الشعارات له دور كبير، إذ أ العديد من تصميمات الشعارات تعتمد أساساً على المحارف، وهذا النمط من الشعارات هو الأكثر انتشاراً .وتتميز الشعارات الكتابية بالتنوع وفقًا لتنوع أساليب تصميم الخطوط الكتابية، والشعارات انتشار تتميز لنا بالوضوح وسرعة الوصول إلى المتلقي، وتسيطر على الشعارات الجامعية الكتابية الطابع الكتابي (العتوم،2018).

ومن هنا يظهر مدى أهمية بحث تصميم الشعار كعنصر رئيسي من الهوية البصرية للجامعات الفلسطينية اليوم، مثل جامعة القدس، جامعة بيرزيت، الجامعة العربية الأمريكية، وغيرها، أصبحت تدرك أن هويتها البصرية ليست مجرد عنصر جمالي، بل أداة استراتيجية لبناء الثقة مع المجتمع، وتعزيز الانتماء المؤسسي بين الطلبة والعاملين، وجذب الطلبة الجدد، إضافة إلى ترسيخ حضورها على المنصات الرقمية والتواصل الاجتماعي.

بما يعكس مبادئ الجامعة ورؤيتها، وبالتالي المساعدة في الترويج لخدماتها ، تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على ملامح الهوية البصرية في الجامعات الفلسطينية، وتحليل مدى توظيفها بشكل استراتيجي في تعزيز مكانة الجامعة ورسالتها المجتمعية، مع التركيز على التحديات والفرص الحالية والمستقبلية التي تواجهها في هذا المجال.

2.1 مشكلة الدراسة

بعد اطلاع الباحث على عدد من شعارات الجامعات الفلسطينية، تبين له وجود قصور واضح في تصميم بعضها من حيث القدرة على التعبير عن الهوية البصرية الحقيقية للمؤسسة التعليمية. فقد لاحظ أن العديد من هذه الشعارات لا تواكب الأساليب الحديثة في التصميم، بل تخضع لنمط كلاسيكي قديم، يفتقر إلى الإبداع والتميّز، مما يقلل من قدرتها على عكس فلسفة الجامعة ورسالتها ورؤيتها بصورة بصرية فعالة.

كما كشف تحليل عدد من هذه الشعارات عن تشابه كبير في عناصر التصميم بينها، سواء على مستوى الشكل أو الألوان أو الرموز المستخدمة، الأمر الذي يؤدي إلى إضعاف التفرد البصري لكل جامعة على حدة، ويقلل من أثر الشعار كأحد أهم عناصر الهوية المؤسسية. وفي بعض الحالات، أظهرت المقارنات وجود تشابه بين شعارات جامعات فلسطينية وشعارات

جامعات أجنبية، مما يشير إلى ضعف في الابتكار واعتماد نماذج جاهزة أو متأثرة بتصاميم خارجية دون مراعاة الخصوصية الثقافية والمعرفية المحلية.

ويعكس هذا القصور في تصميم الشعارات نوعاً من الإهمال في بناء وتطوير الهوية البصرية المتكاملة للجامعات الفلسطينية، التي يفترض أن تكون ركيزة أساسية في عملية التواصل مع الجمهور وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة. انطلاقاً من ذلك، يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى تحليل شعارات عدد من الجامعات الفلسطينية، والكشف عن جوانب القوة والضعف في هذه التصاميم، وتقييم مدى تعبيرها عن الهوية البصرية الحقيقية للمؤسسات التعليمية، بهدف تقديم افكار وحلول اكاديمية تصب في مصلحة تطويرها علميات تصميم وانتاج الشعارات بما يتناسب مع الأسس العلمية للتصميم البصري الحديث.

3.1 أهداف الدراسة

تعمل هذه الدراسة حقل التصاميم العديدة لشعارات الجامعات الفلسطينية الحكومية وغير الحكومية، للوقوف على مدى تعبير قدرة هذه الشعارات على التعبير عن الهوية البصرية للمؤسسة التعليمية، واختبار نواحي القوة والضعف ومواطن الخلل فيها. لذا فان هذه الدراسة تسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. معرفة العلاقة بين تصاميم شعارات الجامعات وتصاميم هوياتها البصرية الشاملة، من حيث الانسجام في عناصر التصميمي البصرية (الأشكال، الألوان، الخطوط والرموز).
2. توضيح الاتجاهات والأساليب التصميمية المتبعة في تصاميم شعارات الجامعات الفلسطينية، ومدى مواكبتها لمعايير التصميم الأكاديمية الكلاسيكية والمعاصرة.
3. التعرّف على درجة ترابط مكونات الشعار وتكاملها مع الهوية البصرية للمؤسسة الجامعية، ومدى قدرتها على عكس رؤية ورسالة الجامعة.
4. الكشف عن مواطن القوة والجذب ومواطن الضعف والخلل في تصاميم شعارات الجامعات الفلسطينية.
5. بيان مدى قدرة الشعار على اداء وظائفه كجزء من الهوية البصرية المؤسسية للجامعة، من حيث التميز، الوضوح، القدرة على البقاء في الذاكرة والتعبير عن البيئة الثقافية والاجتماعية للجامعة.

4.1 أهمية الدراسة

تنبع أهمية هذه الدراسة من بحثها في الدور المحوري الذي يلعبه تصميم الشعار في بناء وتشكيل الهوية البصرية للمؤسسة الجامعية، بوصفه أحد أبرز مكونات هذه الهوية وأكثرها حضورًا في ذهن الجمهور. فبالنظر الى ندرة الدراسات التي تناقش قدرة الشعار الجامعي على اختزال القيم، والرؤية، والرسالة الفكرية، والتوجهات الاكاديمية للمؤسسة التعليمية. ومن هذا المنطلق، تكتسب هذه الدراسة أهميتها في تسليط ضوء ومجسات البحث العلمي على مدى فاعلية شعارات الجامعات الفلسطينية الحكومية في الضفة الغربية وقطاع غزة في التعبير عن هويتها البصرية وتميّزها المؤسسي.

كما تسهم الدراسة في توجيه الاهتمام نحو تطوير الشعارات بأسلوب يعكس الأصالة والحداثة، ويعزز الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية محليا ودوليا.

الجهات المستفيدة من الدراسة:

1. **الجامعات الفلسطينية:** حيث يمكن أن تعتمد على نتائج الدراسة لتطوير شعاراتها بما يعزز حضورها البصري ورسالتها الأكاديمية.
2. **طلبة التصميم الجرافيكي:** كمرجع تطبيقي يعرض تحليلات واقعية لتصاميم شعارات محلية، ويسهم في تعزيز وعيهم بأهمية الهوية البصرية.
3. **المصممون الجرافيكيون بمستوياتهم المختلفة:** لتطوير مهاراتهم في تصميم الشعارات المهنية للمؤسسات التعليمية بما يتوافق مع المعايير العالمية.
4. **المكتبة البصرية العربية:** إذ ترفد هذه الدراسة الأدبيات المتخصصة في مجال التصميم الجرافيكي والهوية المؤسسية في السياق العربي والفلسطيني على وجه الخصوص.

5.1 أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة للإجابة على الأسئلة التالية:

1. كيف يتجلى حضور الهوية البصرية في شعارات الجامعات الفلسطينية وفق معايير التصميم المؤسسي الحديث؟

2. ما أبرز جوانب القوة والضعف في شعارات الجامعات الفلسطينية من حيث الفعالية البصرية، والتميّز، والارتباط بالسياق الثقافي الفلسطيني؟
3. ما درجة انسجام عناصر شعار الجامعة الفلسطينية مع هويتها المؤسسية المعلَنة (رؤية، رسالة، قيم)؟
4. ما مدى انتشار الأنماط التصميمية المكرّرة أو المتشابهة في شعارات الجامعات الفلسطينية، وهل تُضعف هذه الظاهرة التميّز البصري لكل جامعة؟

6.1 الفرضيات

فرضية الدراسة (الرئيسية):

هناك علاقة إيجابية بين فعالية التصميم البصري لشعار الجامعة الفلسطينية وقدرته على التعبير عن الهوية البصرية المؤسسية المتكاملة، ودرجة التزامه بمبادئ التصميم الحديث (من حيث التفرد، الوضوح، الترابط الرمزي، والجذور الثقافية المحلية).

ويمكنك اشتقاق فرضيات فرعية لدعم التحليل، مثل:

الفرضية الفرعية الأولى:

تصاميم شعارات الجامعات الفلسطينية تعاني من تشابهٍ مرتفع في الرموز والأشكال والألوان، مما يُضعف تميز كل جامعة كهوية بصرية مستقلة.

الفرضية الفرعية الثانية:

الجامعات الفلسطينية التي تعتمد معايير التصميم الحديث (كالبساطة، التفرد، القابلية للتطوير) تمتلك شعارات أكثر فاعلية في التعبير عن رؤيتها ورسالتها مقارنة بتلك التي تعتمد أنماطًا تقليدية أو مُقلَّدة.

الفرضية الفرعية الثالثة:

هناك ارتباط ضعيف بين رموز الشعارات الفلسطينية والمرجعيات الثقافية والمكانية المحلية، مما يقلل من عمق الارتباط الهويّاتي بالسياق الفلسطيني.

7.1 حدود الدراسة

1- الحدود الموضوعية:

تتناول هذه الدراسة شعارات الجامعات الفلسطينية الحكومية، وتبحث في العلاقة بين تصميم الشعارات والهويات البصرية لهذه المؤسسات التعليمية.

2- **الحدود الزمنية:**

تغطي هذه الدراسة الفترة الزمنية بين العامين 2024 و2025، وفي الفترة الزمنية المخصصة لاعداد هذه الرسالة، وتشمل تحليل الشعارات والهوية البصرية الحالية للجامعات الفلسطينية كما هي مستخدمة فعليا في هذا الوقت، سواء تم تصميمها حديثًا أو كانت مستخدمة منذ سنوات سابقة.

3- **الحدود المكانية:**

تقتصر الدراسة على **الجامعات الفلسطينية** في الضفة الغربية ، وقد استثنت الدراسة شعارات الجامعات الفلسطينية الموجودة في غزة بسبب الظرف الأمني والعسكري الاستثنائي الموجود هناك في فترة اعداد هذه الدراسة.[1]

8.1 تحديات الدراسة:

1. **قلة المراجع العربية المتوفرة:**

يُعدّ موضوع الهوية البصرية وتصميم الشعارات من المواضيع الناشئة نسبيًّا في الأدبيات الأكاديمية العربية، حيث لا تزال الدراسات العربية المتخصصة فيه محدودة العدد، خاصة في السياق الفلسطيني. ورغم الأهمية المتزايدة لهذا المجال في ظل تنامي الاهتمام بالهوية المؤسسية والاتصال البصري، فإن الباحث واجه صعوبة في الوصول إلى مراجع عربية أصيلة وشاملة تتناول تصميم شعارات الجامعات من منظور هويّاتي تحليلي. ويشكّل هذا النقص تحديًا منهجيًّا، لكنه في الوقت نفسه يُبرز الحاجة إلى مزيد من الدراسات الأكاديمية في هذا الحقل.

[1] أن استثناء غزة لا يُضعف صلاحية الدراسة طالما أن أهدافها تركّز على تحليل التمثيل البصري في سياق مؤسسي قابل للملاحظة، وليس تمثيلًا إحصائيًّا شاملاً لجميع الجامعات الفلسطينية.

2. **عدم اهتمام بعض الجامعات الفلسطينية للهوية البصرية:**

تتفاوت درجة الاهتمام بالهوية البصرية بين الجامعات الفلسطينية، إذ تقتصر بعض المؤسسات في تمثيلها البصري على الشعار دون تطوير نظام هوية بصرية متكامل (Visual Identity System) يشمل دليلًا إرشاديًّا موحدًا للأشكال، الألوان، الخطوط، وتطبيقات الهوية عبر المنصات المختلفة. هذا التفاوت يصعّب على الباحث الحصول على معايير موحدة للتحليل، ويجعل من عملية التقييم مرهونة بالمواد البصرية المتاحة علنًا، مما يشكّل تحديًا منهجيًّا في تقييم فعالية الهوية البصرية بشكل شمولي.

9.1 مصطلحات الدراسة

1- التصميم الجرافيكي:

لغوياً:

التصميم

قال مجمع اللغة العربية في المعجم الوسيط:

"صَمَّمَ الشيءَ: خطَّطه ورتّبه بنيةً وهندسةً. والتَّصْميم: رسمٌ تخطيطيّ أو نموذج أوليّ لشيءٍ يُراد إنشاؤه."

ورغم أن الكلمة من أصل حديث، فإن الجذر "ص م م" يوحي بالإحكام والتحديد، كما في "صمّم على الأمر" (أي عزم عليه بإحكام).

إصطلاحياً: يعرّف "التصميم الجرافيكي" على أنه عملية الاتصال المرئي وحل المشكلات باستخدام مكوناته الرئيسية مثل التايبوغرافي، التصوير الفوتوغرافي، والرسوم التوضيحية.(Millman, 2008)

التعريف الإجرائي: عملية تنظيم العناصر البصرية (الشكل، اللون، الخط، الفراغ، التكوين) وفق مبادئ جمالية ووظيفية لتوصيل رسالة محددة أو خلق تجربة بصرية فعّالة.

2- الهويـّة البصريـّة:

لغوياً:

1. **الهوية**

قال ابن منظور في لسان العرب:

"الهُوِيَّةُ؛ بضم الهاء وكسر الواو وتشديد الياء مأخوذة من الهَوِيّ، وهو الذات والشخص. والهُوِيَّةُ: كُنْهُ الشيء ومَاهِيَّتُهُ، أي ما به يكون ما هو عليه."

وقال مجمع اللغة العربية في المعجم الوسيط:

"الهُوِيَّة: ماهيّة الشيء، وسمات مميّزة تُمَيِّز فردًا أو جماعة عن غيرها، وخصوصيّته التي يُعرف بها."

ملاحظة: كلمة "هوية" في الاستخدام المعاصر مشتقة من الجذر "ه و ي" الذي يدلّ على الذات والتميّز.

2. **البصرية (منسوبة إلى "بصر")**

قال الفيروزآبادي في القاموس المحيط:

"بَصَرَهُ يَبْصُرُهُ بَصْرًا وبَصَرًا: أبْصَرَهُ، أي رآه بعينه."

وقال الجوهري في الصحاح:

"البَصَرُ: حاسّة العين التي يُدرك بها المرئيّات."

وعليه، فإن "البصريّة" تُطلَق على كل ما يتعلّق بالرؤية أو الإدراك البصري، وتُستخدم مجازًا لوصف ما يُدرك بالعين من صور وأشكال وألوان.

إصطلاحياً:

يعرّفها"Wheeler" بأنها: النظام المرئي المتكامل الذي يتضمن جميع العناصر التي تُستخدم بشكل موحد لتعكس شخصية المؤسسة وتضمن التناسق في التواصل البصري الداخلي والخارجي."

كما يشير "Olins" إلى أن الهوية البصرية ليست مجرد شعار أو لون، بل هي نظام رمزي متكامل يجمع بين الشكل والمعنى، ويوحد السلوك المؤسسي في كل نقطة اتصال مع الجمهور.

التعريف الإجرائي:

مجموع العناصر البصرية المُنظَّمة التي تُعبّر عن شخصية المؤسسة ورسالتها وقيمها، وتشمل الشعار، الألوان، الخطوط، الرموز، والصور، وتُستخدم بشكل متسق عبر جميع وسائط الاتصال للتميّز وبناء صورة ذهنية واضحة لدى الجمهور.

3- الشعار:

لغوياً:

قال ابن منظور في لسان العرب:

"الشِّعارُ: ما يُشَارُ به، ويُؤخذ من شَعَرَ بمعنى عَلِمَ. والشِّعارُ: العلامة التي يُعرف بها الشيء أو القوم، وهو خلاف الدِّثار. والشِّعارُ للداخل، والدِّثارُ للخارج."

وقال الفيروزآبادي في القاموس المحيط:

"الشِّعارُ: العلامة الباطنة، والاسم الذي يُتوسَّم به، كشعار القبيلة أو الجيش."

وقد استُعمل لاحقًا ليعني الرمز المرئي الذي يُستخدم لتمثيل هوية جهة ما.

إصطلاحياً:

هو الرمز والعلامة المميزة للمؤسسة، ويعد الاسم البصري الذي تعرف به، والشعار هو رسم يعبر عن ذاتية صاحبه و مضمونه سواء كان صاحبه شركة او مؤسسة أو منتج محدد من رمز أو صورة أو خط كتابة و قد يجمع هذه العناصر ، و هو يتكون عادة جميعها (العاني،2022)

ويعتبر الشعار الجزءالاهم في تكوين الهوية البصرية للمؤسسات ، كونه بمثابة الوجه الذي يتم التعرف من خالله على المؤسسة ، وذلك لان الشعار هو الاساس الذي يستمد منه مكونات الهوية البصرية و مفرداتها ، و بعد الانتهاء من تصميم الشعار واعتماد شكله وألوانه يتم تنفيذه على عدد من التطبيقات المختلفة كالبطاقات التعريفية للموظفين وأوراق المراسالت والأختام والأظرف والمركبات .. الخ . ليس بالضرورة أن يعبر الشعار حرفيا عن اسم هذه الجهة أو أهدافها، حيث أن من أهم مميزات الشعار الناجح والقوي هي مدى قوة وسرعة انطباعه في ذهن المتلقي وسهولة حفظه وتذكره والمقدرة على تمييزه بسهولة وسط العديد من الصور البصرية الاخرى (العاني،2014)

التعريف الإجرائي:

العنصر البصري الأساسي في الهوية البصرية للمؤسسة، ويتكوّن عادةً من رمز و/أو نص مصمم خصيصًا لتمثيلها، ويُستخدم كوسيلة للتعريف السريع والتميّز عن غيرها من المؤسسات.

4- الهوية المؤسسية (Corporate/Institutional Identity)

التعريف الإجرائي:

الصورة الشاملة التي تُعبّر عن شخصية المؤسسة، وتشمل أبعادها القيمية، الثقافية، السلوكية، والبصرية، والتي تُشكّل أساس تميّزها في البيئة التنافسية.

5- التميّز البصري (Visual Distinctiveness)

لغوياً:

التميّز

قال الفيروزآبادي في القاموس المحيط:

"مَيَّزَ بين الشيئين: فرّق بينهما. وتَمَيَّزَ: ظهر واختلف عن غيره."

وقال لسان العرب:

"المَيْزُ: الفصل بين الأشياء. والتَّمَيُّزُ: الظهور بالاختلاف."

إذن، "التميّز البصري" لغويًّا يعني الظهور بالاختلاف في الشكل أو المظهر بحيث يُعرف ويفارَق غيره.

التعريف الإجرائي:

قدرة الشعار أو نظام الهوية البصرية على خلق انطباع فريد ومختلف عن المنافسين، بحيث يُسهِم في سهولة التعرّف عليه وحفظه في الذاكرة البصرية.

6- المرجعية الثقافية (Cultural Referencing)

لغوياً:

المرجعية

قال ابن منظور في لسان العرب تحت مادة "ر ج ع":

"رَجَعَ إلى الشيء: عاد إليه. والمَرْجِع: موضع العودة أو المآل."

وقال المعجم الوسيط:

"المَرْجِعِيّة: الصفة التي تدلّ على أن الشيء يُرجع إليه في الفهم أو التقدير، أو أنه مستمد من مصدرٍ معتمد."

وفي السياق الحديث، "المرجعية الثقافية" تعني الاستناد إلى رموز أو قيم أو موروث ثقافي كمرجعٍ تفسيري أو إبداعي.

إصطلاحياً:

المرجعية الثقافية في التصميم البصري تشير إلى استخدام رموز، أشكال، ألوان، خطوط، أو سرديات بصرية مستمدة من الموروث الثقافي، التاريخي، الجغرافي أو الاجتماعي المحلي، بهدف تعزيز ارتباط التصميم بهوية المجتمع الذي ينتمي إليه، وتمكينه من التعبير عن خصوصيته وقيمته الرمزية. وفي سياق هذه الدراسة، تُقاس المرجعية الثقافية في شعارات الجامعات الفلسطينية من خلال مدى توظيف عناصر مثل الخط العربي، الزخارف الإسلامية أو الشعبية، الألوان الوطنية (كالأحمر والأخضر والأسود والأبيض)، أو رموز تراثية فلسطينية (كالكوفية، الزيتون، الخريطة، القُبة...) بشكل واعٍ وهادف.[2]

التعريف الإجرائي:

استخدام عناصر بصرية مستوحاة من السياق الثقافي، التاريخي، أو الجغرافي المحلي (كالرموز الفلسطينية، الخط العربي، الألوان التراثية، إلخ) لتعزيز الارتباط الهويّاتي بالهوية الوطنية أو المجتمعية.

7- نظام الهوية البصرية (Visual Identity System)

لغوياً:

النظام

قال المعجم الوسيط:

"النِّظام: الهيئة التي يكون عليها ترتيب الأشياء بعضها مع بعض بطريقة منسجمة. وهو عكس الفوضى."

وقال لسان العرب:

"نَظَمَ اللؤلؤَ: سلّه في الخيط. والنِّظامُ: الاتساق والترتيب."

[2] Margolis, D. (2019). The Visual Culture Reader. Routledge.

ويُستخدم في العصر الحديث بمعنى "مجموعة متكاملة من العناصر المرتبطة بعلاقات منظمة".

إصطلاحياً:

نظام الهوية البصرية هو مجموعة منظمة ومتكاملة من المبادئ والقواعد التصميمية التي تُنظّم استخدام العناصر البصرية الأساسية (كالشعار، الألوان المؤسسية، الخطوط الرسمية، الصور، والرموز) عبر جميع وسائط الاتصال المؤسسي (المطبوعة، الرقمية، المعمارية، والسلوكية). ويهدف هذا النظام إلى ضمان الاتساق، التميّز، والاستدامة في التمثيل البصري للمؤسسة. وفي هذه الدراسة، يُعتبر وجود دليل هوية بصرية رسمي (Brand Guidelines) مؤشرًا رئيسيًّا على نضج النظام البصري للجامعة، بينما يُفهم غيابه كسبب محتمل لتشتت الصورة البصرية وضعف انسجام الشعار مع الاستخدامات اليومية.[3]

التعريف الإجرائي:

مجموعة متكاملة من القواعد والمبادئ التصميمية التي تنظّم استخدام العناصر البصرية للمؤسسة (مثل دليل الهوية) لضمان الاتساق والفعالية عبر جميع التطبيقات.

[3] Olins, W. (2014). On Brand. Thames & Hudson.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

1.2 الإطار النظري:

1.1.2 المبحث الأول: الهوية البصرية

تشير الهوية البصرية (Visual Identity) إلى مجموعة من العناصر البصرية التي تُستخدم لتمييز مؤسسة أو جهة عن غيرها، وتعكس شخصيتها وقيمها الأساسية بشكل مرئي. وهي تشكّل الواجهة الأولى التي يتعامل بها الجمهور مع المؤسسة، وتُعدّ وسيلة فعالة لترسيخ الانطباع الأول لدى المتلقي، كما تسهم في بناء الثقة وتعزيز الارتباط العاطفي بين المؤسسة والجمهور.

1.1.1.2 خطوات تصميم الهوية البصرية

عند تصميم هوية بصرية لمؤسسة أو منشأة، ينبغي على المصمم أو فريق التصميم الفني، بالتعاون مع مؤسسي المنشأة وفريق التسويق والإدارة، اتباع الخطوات التالية:

1. **تحديد القيم الأساسية للمؤسسة:**

تبدأ عملية تصميم الهوية البصرية بتحديد القيم الجوهرية التي تستند إليها المؤسسة، والتي تمثل رؤيتها المستقبلية ورسالتها.

2. **ترسيخ الهوية البصرية في أذهان العملاء:**

يعمل فريق التصميم والتسويق معا لتطوير تصورات إبداعية تضمن ترسيخ صورة المؤسسة في ذهن الجمهور المستهدف. يتم ذلك من خلال تقديم مقترحات تصميمية تترجم رؤية المؤسسة إلى مخرجات بصرية تعبر عنها.

3. **إعداد دليل الهوية البصرية:**

يتضمن هذا الدليل مجموعة من **القيود، والثوابت، والقواعد التشكيلية** التي تنظم استخدام عناصر الهوية البصرية في جميع المطبوعات والتطبيقات، بما يشمل:

- تصميم الشعار: الأبعاد، الاتجاهات، الأوضاع المختلفة، وتطبيقه عبر الوسائط المطبوعة والإلكترونية.
- الألوان: تحديد الألوان الأساسية والثانوية، ودلالاتها، وضوابط استخدامها.
- الأيقونات والزخارف: تصميم وحدات زخرفية وأيقونات مستمدة من السمات العامة للهوية.
- الخطوط وأنماط الكتابة: اختيار الخطوط المناسبة وأسلوب الكتابة المتناسق مع الهوية.

2.1.1.2 عناصر الهوية البصرية وتطبيقاتها

تشمل عناصر الهوية البصرية ما يلي:

1. الشعار (Logo):

أولاً: نوع الخط (Typefaces)

يقصد بفن كتابة الحروف الهجائية والكلمات وحتى الخطوط، تقديمها بأسلوب فني وتصميمي مميز، وهو عنصر أساسي في تصميم الشعارات الناجحة. فالعديد من الشعارات تعتمد بشكل رئيسي على الطباعة، باعتبارها مكوناً بصرياً يحمل شكلاً ومعنى في آنٍ واحد (رشوان، 2022). وعلى الرغم من أن المتلقي قد لا يكون واعياً تماما بتأثير نوع الخط المستخدم، إلا أن الخطوط تثير استجابات عاطفية متنوعة، سواء إيجابية أو سلبية.

أ- الخطوط اللاتينية: (Latin-based fonts)

وقد صنّف كل من جينكنز، وبرايس، وسترايكر (Jenkins, Price & Straker) أنماط الخطوط ومعانيها، ومن بينها الخطوط ذات النهايات التزينية (Fonts Serif)، والتي تعكس التقاليد، التراث، والمصداقية. وتتميز هذه الخطوط بوجود نهايات مزخرفة للحروف، مثل خط "Times New Roman" أو"Baskerville" ، وتُستخدم عادة في شعارات المؤسسات التي ترغب في التأكيد على عراقتها وامتدادها التاريخي. ومن أبرز الأمثلة على استخدام هذا النوع من الخطوط، شعار مجلة "Time"الأمريكية المكتوب بخط"Times New Roman" ، حيث يعكس تصميم الشعار التمسك بإرث المجلة وتاريخها العريق.

ب- الخط العربي: (Calligraphy)

يعرّف الخط العربي بأنه فن رسم الحروف وتصميم الكتابة في مختلف الأبجديات التي تستعمل الحروف العربية، حيث تتميز الكتابة العربية بكونها متصلة مما يجعلها قابلة لاكتساب تنظيمات واصطفافات وأشكال هندسية مختلفة، ويقترن فن الخط العربي بالزخرفة العربية أو الـ "أرابيسك" (Garnish) ويستعمل الخط مع الزخرفة لتزيين المباني والمخطوطات ولنسخ الكتب الدينية وخاصة القرآن الكريم، و قد شهد هذا المجال إقبالا من الفنانين لأسباب تتعلق بفلسفة الفن في الشرق حيث ترجح الفلسفات الشرقية الطابع التجريدي (Abstract) واللاموضوعي (Non- objective) في الفنون، كون الفنان الشرقي يعتبر أن الفنون ترتبط بالتعبير عن المطلق أكثر مما تعكش الواقع أو تصوره أو تنسخ مفرداته.

يعتمد الخط العربي على قواعد بصرية تقوم على التناسب بين النقطة والخط والقوس والدائرة، الأمر الذي ينتج حركة ذاتية تجعل الخط يتهادى في رونق جمالي مستقل عن مضامينه، في تنظيمات جمالية خالصة، ولكنه يبقى مرتبطاً معها في ذات الوقت في تعبير غير مباشر عن القيم الروحية والفكرية التي يحملها معنى النص المكتوب بطريقة الخط العربي.[4]

ج- الزخرفة (Arabesque)

تعني لفظة "أرابيسك" التوريق، وهي بعبارة أخرى تلك الأشكال الهندسية أوالنباتية التي تبعث في النفس أجواء الهدوء والانشراح، وقد اشتهر الفنانون في البلاد التي حكمها المسلمون[5] بأنهم أجادوا هذه الفنون التجريدية حيث شكلت الورقة أو الزهرة الوحدة الزخرفية النباتية بعد أن تم تجريدها من شكلها الطبيعي بحيث لا تعطي إحساسا بالذبول والفناء والزوال.

- **نشأة الخط العربي وتطوره**

يختلف المؤرخون بخصوص نشأة الخط العربي، ففريق يرجّح أن يكون قد اشتق من الخط المسند أو الخط الحميري بعد انتقال الخط المسند من اليمن إلى بلاد الشام، في حين يذهب فريق أخر إلى اعتبار الخط العربي نتاجا لتطور الخط النبطي (توجد مثل هذه النقوش في منطقة أم الجمال شرقي الأردن ومنطقة حوران – إحدى ديار الأنباط سابقا).

بعد شيوع الخط المسندي الحميري المتقطع الحروف والذي كان منتشرا في جنوب الجزيرة العربية، ظهرالخط العربي الشمالي وهو الخط الشائع المتصل الحروف في القرن الرابع ميلادي متأثراً بالخط النبطي الذي نشأ بدوره من نمط الكتابة الآرامية، وقد

[4] الكردي محمد طاهر بن عبد القادر، تاريخ الخط العربي وآدابه، مكتبة الهلال، الطبعة الأولى، القاهرة- مصر1939، ص7 - 8

[5] انتشرت الفنون الزخرفية في بلاد المسلمين من الشرق الى الغرب بغض النظر عن قومية الشعوب أو الفنانين فقد تعراف على تسميتها الزخرفة الاسلامية حيثن أنها تواجدت بقوة في ايران والعراق وتركيا على سبيل المثال بنفس الوقت وبنفس القوة.

تطور هذا الخط و ازدهر في القرن الخامس والقرن السادس ميلادي في أوساط القبائل العربية بالحيرة والأنبار في العراق ثم انتشر منها إلى شمال غربي الجزيرةالعربية في الحجاز والطائف عن طريق القوافل التجارية.6

- **أنواع الخط العربي**

سميت الخطوط العربية بأسماء المدن أو الأشخاص أو الأقلام التي كتبت بها، وقد تداخلت هذه الخطوط في بعضها، واشتق بعضها من الآخر، وتعددت رسوم الخط الواحد، فكانت لكثرتها تشكل فنًا من الفنون التي أبدعها وطورها الخطاطون العظام على مدى أكثر من الف عام في الاف المدن حول العالم، ومن أهم أشهر الخطوط في العربية:

الخط الكوفي: نسبة إلى الكوفة، وقد بلغ في العصر العباسي منزلة رفيعة، وهو خط يستعين الخطاط فيه بأدوات الرسم الهندسي متبعا الدقة في الرسم والتخطيط أكثر من اعتماده على مهارة اليد في رسم الحروف، وله أنواع عديدة تتفرع منه.

خط الثلث: اشتهر به الوزير العباسي ابن مقلة المتوفي سنة 939 م، وهو الخط العربي التقليدي الذي يبرز جمال الحروف العربية ومرونتها وإمكان تداخلها في تشكيلات فنية جميلة مع بقائها مستقيمة على السطر.

خط النسخ: سمي بخط النسخ لأنه استخدم في نسخ المؤلفات وشاعت الكتابة به، وهو من أكثر الخطوط ملاءمة للكتابة اليدوية، ويمتاز بصغر حروفه ورشاقتها وتناسب أجزائها وقابليتها للضبط بالحركات، كتبت به المصاحف منذ القرن الرابع عشر للهجرة، وقد شاع استعماله اليوم في طباعة الكتب والمجلات والصحف.

الخط الفارسي: نسبة إلى الفرس الذين نوعوه واستفادوا فيه من أشكال أجزاء الطيور، ويعتمد هذا الخط تبديل وضع القلم عند رسم أجزاء الحروف حيث يختلف عرض كتابة الحروف من جزء إلى جزء، وبهذا تبرز مهارة الخطاط.

الخط الديواني: نسبة إلى دواوين الملوك والسلاطين. كانوا يستخدمونه فيما يصدر عنهم من قرارات وأحكام وأوامر، وما زال هذا الخط مستخدما في كتابة الشهادات والوثائق الرسمية.

خط الرقعة: يمتاز بقصر حروفه ووضوح زواياه وقلة استخدامه للاضافات الزخرفية، ويغلب عليه طمس الحرف والغاء تفاصيلها الشكلية أحياناً، وخط الرقعة من أبسط أنواع الخطوط وأكثرها ملاءمة للسرعة في الكتابة، وأسهلها للقراءة ولذلك شاع استخدامه واستخدمه الناس في حياتهم اليومية.

---

[6] الجميلي كمال عبد جاسم الصالح، مجلة البحوث والدراسات القرآنية، أثر القران في الخط العربي. (العدد 9 السنة الخامسة والسادسة)، المدينة المنورة - السعودية، مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف صفحة 300 - 305

ثانياً: الأشكال:

الأشكال والرسوم الهندسية:

وهي الاشكال التي المعتمدة في تصاميم في بعض الشعارات التي تقوم على إستخدام أشكال هندسية واضحة ودقيقة' ومما يسهل عملية الإعتماد على أشكال هندسية لوضع تصميم الشعار. أن الشعارات والتصاميم عموماً تقوم بحسب العديد من مناهج ونظريات التصميم على أسس رياضية منضبطة غير ظاهرة (ضمنية) فلكل شعار علاقاته الرياضية المحكمة كما لكل تصميم ولكل عمل فني علاقاته الرياضية المدروسة والمحكمة؛ وغالباً تستغل الإيحاءات المرتبطة بالشكل الهندسي لتعزيز الوظيفة التعريفية للشعار، فنجد أن معظم تلك الشعارات توحي بالدقة والإنضباط والثقة، في استخدام التشكيلات الهندسية ثلاثية الأبعاد لتوجد إيحاءاً بالتقدم العلمي وسعة أفق المنطق الرياضي والقدرة على التعامل مع القضايا العلمية المعقدة بسهولة ووضوح. كما في الشعارات الاتية:

ب- **<u>الأشكال والرسوم التعبيرية</u>**

المقصود هنا الرسوم التعبيرية وهي الكم الهائل من أنواع الرسوم التي يتم التصرف بها ابداعياً مما يجعل الصياغات الشكلية أكثر تعبيراً وأقرب للروح الفنية من الطبيعة التصويرية الحرفية، وهذه هي التي نعنيها حين نقول أن بعضاً من التصرفات الفنية في الأشكال المستخدمة في الشعارات تجلب تذوقاً خاصاً للمتلقي يشعره بالإستمتاع الجمالي لأقتراب التصميم من المعنى الفني للشكل أكثر من المعنى الإشاري البسيط.

وأهم هذه الرسوم هي مايمكن أن ندرجه تحت التسلسل الاتي وهو لغرض التفصيل ليس إلا:

أولاً: الرسوم التجريدية أو التي أُختزلت وبسطت الى حد تجريدها من تفاصيلها الدقيقة وإحتفاظها ببنائاتها الشكلية العامة المميزة لها.

ثانياً: الرسوم التفصيلية: الأكثر تعقيداً والتي تحتفظ بتفاصيل شكلية دقيقة. وكثيراً ما يضيف المصممون عدة أشكال ورموز في هذا النوع' ومعظم هذه الشعارات تفصل وتسهل إما لأنها قديمة وهذه كانت الطريق الأمثل لمنع تقليد الشعار(الإكثار من التفاصل)، وإما رسمية جداً (حكومية) لدرجة وضوح الرغبة الشديدة بتعقيد المنحى الشكلي كدلالة على تعدد وتعقد المهمات التي تقوم بها الجهة حاملة الشعار، من جهة ولعدم مراعاة الجوانب الجمالية من قبل معظم الجهات الحكومية والرسمية من جهة اخرى بوصف أن الدولة ومؤسساتها لاتعنى بالجمال بقدر ماتسعى للدقة. كما في الشعارات ادناه:

BY APPOINTMENT TO H.M. THE QUEEN
COCOA AND CHOCOLATE MANUFACTURERS
CADBURY LTD., BOURNVILLE.

ثالثاً: الرسوم الكاريكاتورية وهي تمتاز بكونها على جانب من الطرافة بحيث تتمكن من إستيقاف المتلقي خصوصاً كونها تعكس حساً من الفكاهة والجرأة معاً مما يوحي بالجدة والتحديث والمغايره وخفة الظل. كما في الشعارات ادناه:

رابعاً: رسوم الأطفال وهي النوع الشائع حالياً في تصاميم الشعارات التي توضع على منتجات خاصة بالأطفال وهو أيضاً يستخدم للمؤسسات والجهات التي تعمل لرعاية الطفولة والعمل معها؛ ذلك كون الشعار من المفردات التي تتكرر كثيراً وتطبع هنا وهناك في المؤسسة الواحدة فلذلك يفضل عندما يتعلق الأمر بالطفولة واللجوء الى رسوم الأطفال للتحبيب ولأظهار الأهتمام بالطفولة والنزول عند رغبات الطفل ومحاورته بصرياً، كما أنها في كثير من الأحيان تصلح للإستخدام في شعارات الأماكن غير الرسمية كالمطاعم والكافتريات وأماكن الترفيه. كما في الشعارات ادناه:

خامساً: الرسوم الرمزية وهي التي تحتوي في الأساس رموزاً وإشارات متعارف عليها أو غريبة ولكنها لا يمكن في كل أحوالها أن تدعى (رسوم) مثل إشارة (+ أو = أو % أو النجمة أو القوس..الخ) أو رموزاً أكثر تطوراً وهي في الغالب ذات تأثير إيحائي يعطي تأويلات عدة وليس له تفسير واحد دقيق وهذا مايمنح الشعارات التي تعتمد الرموز بعداً تأويلياً مثيراً للإهتمام من قبل المتلقي. كما في الشعارات الاتية:

2. المطبوعات المكتبية

تُعد المطبوعات المكتبية الواجهة الأساسية للتواصل الإداري والرسمي، وتشمل:

- أوراق المراسلات الرسمية: تصمم وفق قالب موحد يحتوي على شعار المؤسسة، بيانات الاتصال، والألوان المعتمدة (القرعان، 2021).
- الأظرف: تتطابق مع تصميم الورق الرسمي لتعزيز التناسق البصري (القرعان، 2021).
- حافظات الأوراق: تُستخدم في الاجتماعات والندوات، وتعكس هوية المؤسسة من حيث اللون والخطوط (Wheeler, 2017).
- بطاقات تعريف الموظفين: تشمل اسم الموظف، المسمى الوظيفي، وصورة، وتُصمم بشكل يعبّر عن طابع المؤسسة. (القرعان، 2021)

3. المطبوعات التسويقية والتجارية

تلعب هذه المواد دورًا حيويًا في ترويج خدمات أو منتجات المؤسسة، وتشمل:

- الكتيبات(Brochures) : تحتوي على معلومات تعريفية، وتُصمم بأسلوب بصري يعكس هوية المؤسسة (حسن،2019)
- النشرات(Leaflets/Flyers) : تُستخدم في الحملات الترويجية وتوزع على نطاق واسع.(Wheeler, 2017)
- الكتب والمنشورات الرسمية: سواء كانت تقارير سنوية أو أدلة خدمات.(Olins, 2008)
- المواقع الإلكترونية: يجب أن تتكامل بصريًا مع بقية العناصر من حيث الألوان، الخطوط، والشعار، لضمان تجربة مستخدم متسقة.(Jenkins, Price, & Straker, 2019) .

4. المنتجات والتعبئة والتغليف

تمثل التغليف أحد أهم عناصر التفاعل الأول مع المنتج، ويجب أن:

- يعكس جودة المنتج وقيم المؤسسة.
- يستخدم الألوان والشعار الرسمي بشكل واضح.
- يكون عمليا وجذابًا للعين.(Wheeler, 2017)

مثال: عبوات شركة Apple التي تُصمم بأسلوب بسيط وحديث يعكس فلسفتها في الابتكار والتكنولوجيا.

5. تصميم الأزياء والملابس

تشمل الملابس الموحدة للموظفين والعاملين، وتهدف إلى:

- تعزيز الانتماء المؤسسي.
- إبراز الهوية البصرية في البيئات التفاعلية مثل نقاط البيع، المعارض، أو الإنتاج.
- تتضمن أحيانًا اسم المؤسسة، الشعار، والألوان الرسمية.(Olins, 2008)

6. اللافتات والملصقات والجداريات(بن سالم،2019)

تلعب دورًا هاما في التواصل البصري داخل وخارج المؤسسة:

- اللافتات الخارجية: تدل على موقع المؤسسة وتعزز وجودها في الفضاء العام
- الجداريات الداخلية: تُستخدم لعرض رسائل بصرية محفزة أو تعليمية للموظفين والزوار
- الملصقات الإعلانية: تُعلق في أماكن عامة أو تجارية كجزء من الحملة الترويجية

7. الرسائل والحملات الإعلانية

تُعد الإعلانات وسيلة مباشرة لنقل صورة المؤسسة، وتشمل:

- الإعلانات المطبوعة (صحف ومجلات).
- الإعلانات الرقمية (مواقع إلكترونية، وسائل تواصل اجتماعي).
- إعلانات الفيديو والبث الإذاعي.

ويجب أن تلتزم كلها بالخطوط العامة للهوية البصرية لتضمن الاتساق.(Jenkins, Price, & Straker, 2019)

8. التصميمات المرئية الأخرى

تندرج تحت هذا البند عناصر إضافية تعزز من تواجد المؤسسة بصريًا في المجال العام، ومنها:

- تصميم سيارات نقل البضائع: تُستخدم كوسيلة دعاية متنقلة، تحمل الشعار والألوان الرسمية.(Wheeler, 2017)
- واجهات المحلات التجارية: يجب أن تكون مصممة بشكل يعكس الهوية المؤسسية، مما يساعد على تمييزها بين المنافسين.(Olins, 2008)

- صالات العرض أو المعارض(Booths) : تصمم بما يتماشى مع الهوية البصرية لتعزز الانطباع المهني لدى الجمهور والزوار (رشوان، 2022).

3.1.1.2 دور الهوية البصرية لمنشأة والمجتمع:

دور الهوية في رفع القيمة التسويقية:

إن الهوية المؤسسية تُعزز قدرة العملاء والمستخدمين على تذكّر المؤسسة بمجرد ذكر مجال عملها أو رؤيتها من بعيد، سواء من خلال المبنى أو الإعلانات في الشوارع، حتى من دون الحاجة لرؤية الشعار نفسه أو فكرة الإعلان. هنا يكمن النجاح فيما يعرف بـ "بناء الانتشار" أو "الوعي الذهني للعلامة" (العشوش، 2018).

من هذه النقطة تبدأ مرحلة بناء العلامة التجارية على نطاق محلي ودولي. إذ تُجرى تقييمات سنوية لقوة العلامات التجارية العالمية، ويتضح أن العلامات التي تحمل هوية بصرية قوية تثير مشاعر التعرف الفوري لمجرد رؤية الشعار فقط. يجب أن تتجاوز المؤسسات مفهوم الهوية البصرية كعنصر جمالي فقط، وتُحولها إلى كيان يعكس جوهر المؤسسة من حيث "من نحن؟"، "ماذا نفعل؟"، و"كيف نقوم بذلك؟" — ما ينعكس بدوره على النتائج التسويقية بشكل ملموس (حسن، 2019).

تتمثل الوظائف الأربع للهوية البصرية في المؤسسات فيما يلي:

1. توضيح الرؤية: تُساعد المؤسسات على تعريف الناس بوجودها، وتضمن تذكر اسمها ومجالها عند الحاجة.
2. تعزيز السمعة المؤسسية: أظهرت دراسات مثل (Schultz, Hatch & Larsen, 2000) أن للهوية البصرية دوراً مهما في دعم سمعة الشركات.
3. إظهار البنية التنظيمية: تربط بين مختلف أقسام وفروع المؤسسة تحت مظلة واحدة، ما يعزز التكامل والوضوح في العلاقات المؤسسية.
4. دعم البعد الداخلي: تعزز من شعور الموظفين بالانتماء والولاء للمؤسسة، من خلال اعتمادهم على هوية بصرية موحدة تعكس رؤيتهم وانتماءهم (رشوان، 2022).

نظام تصميم الهوية البصرية

إن العمل التصميمي ليس تراكماً لهيئات تنفصل كل واحدة عن الأخرى بمتطلباتها وقواها واتجاهاتها ، بل هو ترتيب مفرد لقوى موجهة . وتشكل هذه القوى في الحالة المثالية بناءاً تصميمياً واحداً .

يرى Wong أن البناء هو الطريقة التي تحدث بها الهيئة أو تنظم بها مع بقية الهيئات الأخرى . فالبناء هو النظام المعين الذي يتم به التحكم في العلاقات الفضائية (المكانية) للهيئات المشيدة (7). وفي الاتجاه نفسه ترى "كيروزيل" (البنية) على أنها " نسق من العلاقات الباطنة له قوانينه الخاصة المحايثة ، من حيث هو نسق يتصف بالوحدة الداخلية والانتظام الذاتي على نحو يفضي أي تغيير في العلاقات إلى تغير في النسق نفسه وعلى نحو ينطوي معه المجموع الكلي للعلاقات على دلالة يغدو معها النسق دالاً على معنى(8) ".

إن عملية استلام البناء التصميمي لا تحدث مرة واحدة ، بل عبر مراحل متعددة من الكشف والتعرف والانفعال ولكن بصورة متلاحقة للحد الذي لا نتمكن فيه من التمييز بين حدود فاصلة بين هذه المراحل. وعلى الرغم من أنه يجرى تنظيم الهيئات على وفق علاقات بنائية تحقق لها تتابعاً في سياق تسلسلي يناسب مرحلة الكشف المتسلسل أيضاً، إلا أن صعوبة فائقة بل استحالة استلام مرحلة منفصلة بمفردها، أو إرجاء استلام مرحلة أو مستوى معين ، تكمن في كون ناظر البناء التصميمي يفتقد قدرة البقاء في مرحلة (اللا شكل) قبل استلام الشكل ، ويفتقد قدرة البقاء في مرحلة (اللا دلالة) قبل التوصل إلى الدلالة أو استنتاجها ، مهما حاول أن يرجئ ذلك ، حتى لوقت قصير ، لأنه دائماً ما يوجه اهتمامه لرؤية العمل التصميمي بصورته المتكاملة الموحدة. ولا يولي اهتماماً لأي من جزيئاته الدقيقة ما لم يكن في ذلك ترسلٌ بها – أو إسعافُ له – لرؤية البناء الكلي المتكامل وغالباً ما يجرى استلام البناء التصميمي على وفق ما يأتي من مراحل:

– تقوم العين ابتداء بعملية مسح شاملة للمجال المرئي للتصميم بحدوده الواضحة أو الافتراضية.

– تُنقل للدماغ معلومات أولية عن جزيئات دقيقة تشكل في أبسط صورها عناصر نسقية مفردة أو هيئات صغرى قد تتخللها هيئات صغرى أخرى (فضاءات أو تباينات ضوئية ، أو لونية).

7 Wong, Wacius, OP.CIT., P.8.

8 كيروزيل ، اديث ، عصر البنيوية ، ترجمة جابر عصفور ، آفاق عربية ، بغداد ، 1985 ، ص 289.

– يلازم هذه الجزيئات (إدراك بنقصها) يعبر عنه من خلال تضمنها لاتجاهات تطورية داخلية تتمثل بقابليتها على الإضافة بعضها إلى بعض– لمعالجة ذلك النقص.

– تنشأ علاقات ارتباط توافقي بصري من خلال: التشابه في الصفات المظهرية ، أو تكامل هذه الصفات، أو بفضل علاقاتها الفضائية (المكانية) فقد أوردت Bevlin " إن الأشياء المشابهة لبعضها بعض تكون مرتبطة معاً بصرياً ويمكن أن تتحول إلى كل متكامل. وإننا عندما نرى فقرات متناثرة على أرضيات مختلفة وعلى مسافة كافية عن الفقرات المتناثرة التالية، فإنها جميعاً ستبدو كوحدة واحدة(9) .

– تعمل صلات التضايف لتجميع هذه الجزئيات التي يعتمد بعضها على بعض آخر في أنساق مركبة أو هيئات ، مكونة الأجزاء في التصميم الكلي، تكون لها حدود بفرضيات التجاور المكاني أو تشابه صفات العناصر. وترضى بذلك طموح العقل. – جزئياً أو مرحلياً – في جعل الأشياء اكبر مثلما تنمو الكائنات الحية من الخلايا.

– ينتاب الأجزاء المتكونة – مجدداً – إدراك بالنقص لتقديم فكرة تصميمية متكاملة . فيأخذ كل جزء قيمته بوصفه قوة مدركة متجهة ناتجة من تفاعل وتداخل الحسي والمنطقي ، والمظهر والجوهر 00الخ فيكون العمل بذلك – على حد وصف سارتر – وحدة ممزقة يتملكها "تناقص رائع هو القوة الحيوية للقصد (10) " .

– تكون أبرز نتائج التفاعل التنافسي ظهور جاذبيات متفاوتة القيم، يجري استلامها على أساس تسلسل أوزانها المرئية وتتحد في نسق مفرد كبير وكلي أساسه النمو ، ووسيلته التنافس ، وغايته التوحد .

لقد ذُكر آنفاً "قوة مرئية مدركة " لكون الإدراك يكون ملازماً للأجزاء ولتفاعلات علاقاتها الإرتباطية – كخيوط – ينسج منها مادة الموضوع فيكون نفسه إدراكاً نامياً ومتحولاً من إدراكات جزئية إلى فكرة موحدة. أي أن قراءتها تكون "قصد تدرجي يُبنى بناءً كاملاً من أجزاء متعاقبة(11). وقد أورد Arnheim أن النمو يحدث مع التغير، وهو ليس كمياً حسب ، بل نوعياً أيضاً. وان الابتكار التصميمي هو أن تجعل البناء في حالة تدفق تحولي مستمر. وهذا يمنع التطور من الانطلاق قدماً

9 Bevlin, Maejorie Euiott, Design Through Discovery, USA. Holt Rinehart and Winston, Inc. 1963, P.56.

10 راي ، وليم ، المعنى الأدبي من الظاهراتية الى التفكيكية ، ترجمة يوئيل يوسف عزيز ، دار المأمون للترجمة والنشر ، بغداد ، 1987 ، ص 25.

11 المصدر نفسه ، ص 26.

في خط مستمر . أما النمو من اجل النمو فقط ، والنمو لاستمرار الإنتاج حسب، فهو لا ينسجم مع صحة البناء عندما يزيد العبء بموارد اكثر مما يمكن استعمالها. لذلك تصبح الإكتسابات كسباً " منتجاً " فقط عند تكاملها بصورة ملائمة مع البناء . (12)

تلعب الهوية البصرية دورًا أساسيًا في تعريف الأفراد والمؤسسات بأنفسهم أمام الآخرين بطريقة منطقية ومباشرة. وفي ظل تطور التجارة، الصناعة، والإعلام، أصبحت الهوية البصرية أداة محورية للتميّز في سوق عالمي تتسارع فيه المنافسة، خاصة في عصر المعلومات والتكنولوجيا.

تُعبّر الهوية البصرية للمؤسسة عن قيمها، طموحاتها، أنشطتها، وخصائصها المميزة. وتؤدي مجموعة من الوظائف الجوهرية، من أبرزها:

1. **تعزيز الاتصال والتواصل:** تسهم الهوية البصرية في إيصال صورة المؤسسة إلى محيطها الخارجي بفعالية، مما يُساعد في بناء علاقات ناجحة مع العملاء.
2. **دعم الصورة الذهنية والسمعة:** تساهم في ترسيخ ثوابت المؤسسة وتعزيز حضورها في أذهان الجمهور، مما يقوي ثقتها لدى العملاء.
3. **وسيلة تعريف رمزية:** من خلال استخدام الرموز، الأشكال، والخطوط، تقوم الهوية البصرية بدور تعريفي مختصر يذكّر الناس بالمؤسسة ويميزها عن غيرها.
4. **انعكاس للقيم الثقافية:** تعكس الهوية البصرية قيم المؤسسة والمجتمع الذي تنتمي إليه، مما يعزز من اندماج المؤسسة مع بيئتها الاجتماعية.

ومن المهم أن يكون هناك ترابط وانسجام بين الهوية البصرية للمؤسسة والمجتمع المحيط بها، لأن الجمهور بحاجة إلى فهم هوية المؤسسة ليس فقط لأغراض تسويقية، بل أيضًا لتقدير الأسس التنظيمية والثقافية التي تقف خلف هذه الهوية.

12 Arnheim, Rudolf, The spilit and the Structure, Twenty-Eight Essays, London: University of California Press Ltd 1996. P.7.

2.1.2 المبحث الثاني: الشعار

الشعار: هو رمز يتكون من كلمات أو أحرف وصور وألوان وأشكال معينة ليعرّف ويحدد هوية شيء معين، كشركة أو مؤسسة أو علامة تجارية أو منتج أو تطبيق أو حتى دولة أو قارّة، كما قد يدل هذا الشعار في الغالب على شيء ويحمل بطيّاته عدّة معاني ودلالات وقِيم.

إن الشعارات ليست مفهوما حديثاً ظهر في العصر الحديث مع ظهور العلامات التجارية أو التصميم الجرافيكي كما قد يظن البعض، بل إن مفهوم الشعارات وُجِد منذ آلاف السنين، حيث وُجدت الشعارات والرموز كرسومات في الكهوف البدائية للبشر والتي استُخدمت للتواصل الأساسي فيما بينهم وبين الأجيال القادمة من خلال التعبير على مفاهيم ودلالات معينة تحملها تلك الشعارات. (غزوان،2010).

أو كرسومات الهيروغليفية المصرية القديمة على سبيل المثال، وعلى الرغم من أن الشعارات الحديثة التي تستخدم اليوم قد تكون مختلفة عنها نوعاً ما، إلّا أن الهدف الأساسي هو تقريباً نفسه.

1.2.1.2 فكرة تصميم الشعار وعلاقته بالهوية البصرية واهميته:

يعتمد نجاح الشعار على معايير ثابتة تؤثر مباشرة في فاعلية الهوية البصرية:

1. **بساطة التكوين:** تقليل العناصر دون التأثير على الدلالة.
2. **الدلالة على النشاط:** يجب أن يعكس الشعار طبيعة عمل المؤسسة.
3. **التفرد والتميّز:** يمنح الشعار سهولة التعرّف عليه وسط المنافسين.
4. **الاستدامة وثبات الشكل:** يسهل حفظه واسترجاعه ذهنيًا.
5. **الوضوح في جميع الأحجام:** يجب أن يكون واضحًا عند التصغير أو التكبير.
6. **الاعتماد على عنصر تصميمي واحد قوي:** يعزز التذكّر والانطباع البصري.
7. **وضوح النص** باللغتين (العربية/الإنجليزية).
8. **قابلية التطبيق** على خامات متعددة: مثل الطباعة، الزي، التغليف.

أهميـة الشعار الجيد؟

- **يترك إنطباعاً أولياً:** حيث يوجد مثل شهير يقول: "لن تحصل أبداً على فرصة ثانية لتترك إنطباع أول جيّد" وذلك للإشارة إلى أهمية الإنطباع الأول في كل شيء ولاسيما في الأنشطة التجارية، ومن هنا تأتي أهمية الشعار في هذه النقطة، فالشعار هو الطريقة المثالية لإنشاء إنطباع لا ينسى بشكله وبألوانه حيث أنه أول ما يلاحظه الجمهور.
- **يميّز الشركة عن منافسيها:** في عصر المحتوى والشركات والمنافسة والإعلانات الذي نعيشه اليوم، أصبح ما يتعلق ويترسخ في ذهن الجمهور هو الشعار، وبالتالي فإن الشعار أصبح اليوم هو ما يمثل الشركة بشكل أساسي وخصوصاً عند وجود منافس لتلك الشركة.
- **يشكّل هوية العلامة التجارية:** من الذي لا يرغب بأن يكون لعلامته التجارية مظهر مميز أو ما يعرف بالهوية البصرية؟، الجميع يرغب بذلك حتما، فبهذا سيتمكن الجمهور من معرفة العلامة التجارية من خلال الشعار أو الرمز الخاص بها ومن دون الحاجة إلى ذكر اسمها حتّى.
- **يعزز رسالة العلامة التجارية:** إذ يعد الشعار وسيلة فعّالة جداً للتعريف عن العلامة التجارية دون استخدام أي كلمات للشرح. فبمجرد ثوانٍ، يمكن لرمز واحد بسيط أن يوضح المجال الذي تعمل فيه العلامة التجارية، ونوع الخدمة التي تقدمها، وقِيم العلامة التجارية إضافةً إلا أنّه سيعبّر عن المظهر العام لها.

2.2.1.2 عناصر الشعار:

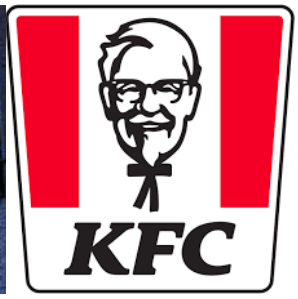
قمنا بمعرفة الشعار وأهميته، يجب أن نعرف مما يتكون هذا الشعار وما هي عناصره. وعلى الرغم من أنه لا يوجد هناك إجابة محددة لهذا السؤال، إلّا أننا سنقوم بالتركيز على أهم العناصر المستخدمة في تصميم أشهر الشعارات.

1. الخط-Typograph

ويأتي عنصر فن التايبوجرافي أولاً لأهميته الكبيرة وكثرة إستخدامه في الشعارات، فإذا نظرنا لأشهر الشعارات التي نعرفها اليوم سنجد أنها تحتوي على فن التايبوجرافي أو الكتابة، سواءً كان ذلك بحرف واحد فقط —والذي يكون عادةً الحرف الأول من اسم العلامة التجارية— أو حتى اسم العلامة التجارية كاملاً أو جزءاً منه وغيرها من الأحرف والكلمات.

2. الصورة–Imagery

من النادر أن نجد شعاراً لا يحوي رمزاً أو أيقونة أو رسومات أو أشكالاً هندسية أو حتى عناصر زخرفية (كمجموعة من النجوم أو خلفية منقّطة مثلاً)، إذ تمثل تلك العناصر أشياء عدّة، كتوضيح مجال عمل العلامة التجارية أو تمثيل مبدئ من مبادئ العلامة التجارية وغيرها من الأسباب. كما أنه في الحقيقة كذلك قد يكون الرمز لا يتعلق بالعلامة التجارية إطلاقاً، على سبيل المثال رمز ستاربكس الشهير ليس له علاقة بعلامة تجارية مختصة بالمشروبات.!



3. الألوان–Color

أما بعد التايبوجرافي والرموز يأتي هنا دور الألوان، فقد نجد شعارات باللونين الأبيض والأسود وأخرى بلونٍ واحد فقط وأخرى بألوان متعددة. إذ يعتمد إختيار ألوان الشعار على عدّة عوامل كنوع المنتج أو نوع الخدمة التي تقدمها العلامة التجارية ومجالها أو نوعية الجمهور المستهدف وهكذا. ويتم هذا طبعاً بالإعتماد على مبادئ سيكولوجية الألوان ونظريات الألوان لإختيار اللون الأنسب.

4. سياق الشكل–Context

في بعض الأحيان، قد يظلم المصمم الشعار إذا ما قام بوضعه في إطار لا يلائم طبيعة الشعار أو طبيعة العلامة التجارية. فالشكل الخارجي للشعار لا يقل أهمية عن بقية عناصر الشعار إذ أنه هو من يعطي الشعار الصورة العامة التي يأخذها المشاهد قبل أن يدخل في تفاصيل الشعار الأخرى، وبالتالي فإن الشكل هو أكثر ما يترسّخ في ذهنه عادةً.

3.2.1.2 صفات الشعار الإحترافي

عندما نقول عن شعارٍ ما أنه إحترافي، نحن نقصد بذلك أنه حقق الأهداف التي يتطلع إليها صاحب العمل أو الشركة، أو أنه نجح في تحقيق النتائج المتوقّعة حسب الخطط الإستراتيجية الموضوعة للعلامة التجارية. وبعد أن بحثنا في شعارات أهم وأشهر وأكبر العلامات التجارية العالمية في العصر الحالي، قمنا بإستخلاص تلك المواصفات التالية والتي كانت مشتركة ومكررة في جميع هذه الشعارات، ألا وهي:

1. بسيط

إنّ أكثر سمة قد نلاحظها في شعارات العصر الحديث هي سمة البساطة .لقد تحدثنا في مقالٍ سابق عن فن البساطة بشكلٍ شامل، حيث ذكرنا حينها أهمية إستخدامه في التصميم وكانت أبرزها قدرته على جعل التصميم أو الشعار سهلاً للفهم، وأقل إزعاجا لعين المتلقي، وأقل تشتيتاً لعقله كذلك

2. مميز ولا ينسى

ما يجعل الشعار إحترافياً أيضاً هو مدى قدرة هذا الشعار على الترسّخ في ذهن الجمهور بسرعة، وهذه الصفة تتوافر في الشعارات المميزة حصراً وخاصةً في ظل وجود تنافس فيما بين الشركات او العلامات التجارية في المجال ذاته، لذا فإن التأكد من أن الشعار فريداً ومميزاً عن غيره من الشعارات سيضمن حتما سهولة ترسيخه في ذهن الجمهور وصعوبة نسيانه كذلك.

3. متعدد الاستخدامات

قد يُستخدم الشعار في اكثر من موضع، سواءً أكان ذلك الموضع رقمياً أو حتى واقعياً، لذا فيجب أن يكون الشعار الإحترافي مناسباً لكل إستخدام على حدة. لنفهم ذلك بشكل أفضل، دعنا نأخذ الشعار في الصورة أدناه كمثال توضيحي. كما نرى فإن الشعار تعددت إستخداماته في تلك الشركة، لذلك توجّب عليهم تصميم الشعار بأحجام مختلفة للتمكن من طباعته على الأكواب وعلى ألبسة موظّفي الشركة والعاملين فيها وعلى لوحاتهم الإعلانية في الطرقات وغيرها الكثير من الأماكن، كما يمكننا الملاحظة بأن الشعار يتواجد بأكثر من نسخة ليتماشى مع الخلفية التي سيُطبع عليها، فتارةً قد نجده باللون الذهبي وتارةً أخرى باللون الأبيض وذلك كلّه دون أن يتغير شيئاً بالشكل العام للشعار أو يفقده تأثيره.

4. الوحدة الزخرفية تُعتبر عنصرًا داعما ومكمّلاً للشعار:

- مستوحاة من الشعار: تضمن التناسق في جميع التطبيقات.
- تصميم هندسي قابل للتكرار: يُستخدم في خلفيات المطبوعات.
- مرتبطة بالنشاط المؤسسي: دلالات بصرية خاصة بنوع النشاط.
- تناسق الشكل مع الألوان: يجب أن تتكامل مع ألوان الهوية الرسمية.
-

5. الألوان المميزة للشعار

تلعب الألوان دورًا حاسما في ترسيخ الهوية البصرية:

- ألوان الخلفيات: تتكامل مع ألوان الشعار وتدعم وضوحه.
- التباين اللوني: يخلق ديناميكية بصرية ويُبرز العناصر.
- الانسجام اللوني: يضمن الراحة البصرية وسهولة القراءة.
- الارتباط بالنشاط: لكل لون دلالة نفسية تتناسب مع نوع النشاط (كاللون الأخضر للبيئة، الأزرق للصحة...).

6. الخطوط الكتابية المميزة للشعار

الخط هو صوت الشعار ، ويجب أن يكون متسقًا وواضحًا:

- ابتكار خطوط مخصصة: تمنح خصوصية واحترافية للمؤسسة.
- اختيار خطوط للعناوين والمتن: تضمن وضوح القراءة في كل التطبيقات.
- إضافة زخارف على الخطوط الجاهزة: للحفاظ على الهوية رغم استخدام خطوط معروفة.
- التوافق مع عناصر الشعار: يجب أن يكمل الخط الشكل العام.
- التجانس مع الخلفيات والألوان: لتكوين وحدة تصميمية مترابطة.

و القدرة على تمييزها.

وفي هذا السياق، فإن تكرار تغيير الشعار أو عناصر الهوية بشكل غير مدروس يعد أمرًا غير مرغوب فيه، حيث يُفضل أن تكون الهوية البصرية مصممة بشكل طويل الأمد، مع قدر من المرونة القابلة للتعديل بما يتناسب مع التطورات الحديثة.

كما يُشدد على أهمية مراعاة المصمم الجرافيكي للخصوصيات الثقافية والاجتماعية للمجتمع المستهدف، بحيث تنعكس هذه الخصوصيات في طبيعة التصميم ومكوناته. فالمصمم مسؤول عن إظهار ملامح الهوية الثقافية من خلال تصميماته، مما يسهم في الحفاظ على هوية المجتمع رغم التحولات الفكرية والتقنية. لذلك، يجب على المصمم أن يعتز بهويته وهوية بلده، وألا يتجاهل الخصوصيات الاجتماعية عند توجيه أعماله (سراج، 2022).

3.1.2 المبحث الثالث: نشأة الجامعات في فلسطين

بدأ التعليم العالي في فلسطين بالتشكل التدريجي منذ منتصف القرن العشرين، حيث اعتمد في بداياته على المعاهد والكليات المتوسطة التي تأسست بعد عام 1955 لتوفير برامج دبلوم متوسطة في مجالات التعليم والتدريب المهني. ومع مطلع السبعينيات، بدأت ملامح الجامعات الفلسطينية بالظهور من خلال إنشاء مؤسسات تعليمية تطورت إلى جامعات كاملة، مثل جامعة بيرزيت التي تحولت من كلية إلى جامعة عام 1975(Birzeit University, 2023)[13] ، وجامعة بيت لحم التي تأسست رسمياً عام 1973 كأول جامعة حديثة في الضفة الغربية، وقد تسارع نمو الجامعات الفلسطينية بعد عام 1994، مع ازدياد الحاجة للتعليم العالي وتوسع السلطة الوطنية الفلسطينية في إنشاء مؤسسات جامعية عامة، خاصة في الضفة الغربية وقطاع غزة، لتلبية المتطلبات الأكاديمية والمهنية للمجتمع الفلسطينية

1.3.1.2 الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية – النشأة والتطور

– جامعة القدس

تُعد جامعة القدس من أبرز الجامعات الفلسطينية، وقد تأسست عام **1984** نتيجة دمج عدد من الكليات المتخصصة التي بدأت بتقديم خدماتها التعليمية منذ أوائل السبعينيات في القدس وأبو ديس. تُعتبر الجامعة المؤسسة الأكاديمية الأكبر داخل حدود مدينة القدس، وتمارس دورًا وطنيًا وثقافيًا مهمًا في حماية الهوية الفلسطينية في المدينة. تنتشر كلياتها في عدة مواقع أبرزها أبو ديس، الشيخ جراح، وبيت حنينا، وتضم أكثر من 15 كلية في مجالات الطب، الهندسة، الصحة، العلوم الإنسانية، والقانون. وتمتاز الجامعة ببرامجها البحثية المتقدمة ومراكزها العلمية التي تُعدّ من الأكثر نشاطًا في فلسطين.

– جامعة بيرزيت

تُعد جامعة بيرزيت من أقدم مؤسسات التعليم العالي في فلسطين؛ إذ بدأت مسيرتها عام **1924**كمدرسة ابتدائية للبنين والبنات، ثم تطورت إلى كلية في عام 1942، قبل أن تتحول رسميًا إلى جامعة عام .**1972** تقع الجامعة في بلدة بيرزيت شمال رام الله، وتحتل مكانة مميزة كجامعة بحثية حرّة لعبت دورًا تاريخيًا في النشاط السياسي والثقافي الفلسطيني. تضم الجامعة عدداً كبيراً من الكليات مثل: الهندسة، العلوم، التجارة والاقتصاد، الآداب، الحقوق، إضافة إلى معاهد بحثية تُسهم في دراسة المجتمع والسياسة والعلوم التطبيقية.

[13] جامعة بيرزيت، الصفحة الرسمية،لمحة عن تاريخ الجامعة.

- جامعة النجاح الوطنية

تأسست جامعة النجاح عام **1918**كمدرسة النجاح، ثم أصبحت كلية عام 1941، وتحوّلت إلى جامعة كاملة عام **1977.** تقع في مدينة نابلس وتُعدّ أكبر الجامعات الفلسطينية من حيث عدد الطلبة والبرامج. تضم أربع حرم جامعية تشمل برامج الطب والصيدلة والهندسة والعلوم والتكنولوجيا والعلوم الإنسانية. ساهمت الجامعة في تعزيز البحث العلمي عبر مراكز متخصصة مثل مركز أبحاث الطاقة ومركز بحوث العلوم التطبيقية، وتحتل مكانة مرموقة في التصنيفات العربية.

- جامعة بوليتكنك فلسطين

أُنشئت جامعة بوليتكنك فلسطين في الخليل عام **1978**كمؤسسة تقنية متخصصة في التعليم الهندسي والتطبيقي. تطورت الجامعة لتصبح واحدة من أهم الجامعات التقنية في فلسطين، إذ تقدم برامج في الهندسة، تكنولوجيا المعلومات، الحوسبة، العمارة، والزراعة التقنية. تركّز الجامعة على الابتكار وريادة الأعمال وتحتضن عدداً من المراكز مثل مركز التميز في الطاقة المتجددة ومركز الأبحاث الحيوية، وتُعدّ مرجعًا في تخصصات التكنولوجيا والصناعة.

- جامعة الخليل

تأسست جامعة الخليل عام **1971**، وهي من أوائل الجامعات في الضفة الغربية. بدأت كجامعة صغيرة ذات طابع شرعي وإنساني، ثم توسعت لتشمل كليات مثل العلوم، الزراعة، الهندسة، التمريض، والحقوق. لعبت الجامعة دوراً مهمًا في تطوير التعليم في جنوب الضفة، وتضم اليوم أكثر من 10,000 طالب وعدة مراكز بحثية وخدمية. تقع في مدينة الخليل وتقدم خدماتها التعليمية لأكبر المحافظات الفلسطينية سكانًا.

- جامعة فلسطين التقنية – خضوري

تعود جذور جامعة فلسطين التقنية خضوري إلى عام **1930**عندما أنشأتها حكومة الانتداب البريطاني كمدرسة زراعية. تطورت إلى كلية تقنية عملية، ثم إلى جامعة حكومية عام **2007.**يقع الحرم الرئيسي في طولكرم، وتشتهر بتخصصاتها التقنية، الهندسية، والزراعية، إضافة إلى برامج متقدمة في العلوم التطبيقية والتعليم المهني. تُعدّ من أهم الجامعات الحكومية التي تركز على التعليم العملي والمهني المرتبط بسوق العمل.

- جامعة القدس المفتوحة

أُنشئت الجامعة عام **1991**كأول جامعة فلسطينية تعتمد نظام التعليم المفتوح والتعلم عن بُعد. تمتلك فروعًا في مختلف المحافظات الفلسطينية، مما يجعلها الجامعة ذات الانتشار الأكبر من حيث التوزيع الجغرافي. تقدم برامج في العلوم الإدارية، التربية، التكنولوجيا، التنمية الاجتماعية، والإعلام. لعبت دوراً محورياً في توفير التعليم الجامعي للطلبة غير القادرين على الالتحاق بالتعليم التقليدي.

- جامعة الاستقلال

تأسست جامعة الاستقلال عام **2008**في أريحا، وتُعدّ الجامعة الأمنية الأولى في فلسطين. تشرف عليها وزارة الداخلية وتقدم برامج متنوعة في العلوم الأمنية، القانون، العلوم العسكرية، إدارة الأزمات، والعلوم السلوكية. يمتاز نموذجها التعليمي بالدمج بين التدريب العملي العسكري والأكاديمي، وتخدم الجامعة احتياجات مؤسسات الأمن الفلسطيني.

- جامعة بيت لحم

أُنشئت جامعة بيت لحم عام **1973**بدعم من الكنيسة الكاثوليكية، وهي أول جامعة كاثوليكية في فلسطين. تقع في مدينة بيت لحم وتقدم برامج متعددة في التعليم، التمريض، العلوم، إدارة الأعمال، العلوم الإنسانية، والضيافة. سجّلت الجامعة حضورًا أكاديميًا مميزًا خاصة في برامج التمريض والسياحة، نظرًا لوقوعها في مدينة سياحية عالمية.

- الجامعة العربية الأمريكية

تأسست الجامعة العربية الأمريكية عام **2000**في مدينة جنين كأول جامعة فلسطينية خاصة من حيث الملكية والاستثمار. توسعت الجامعة لاحقًا بافتتاح فروع في رام الله. تقدم الجامعة برامج متقدمة في طب الأسنان، العلوم الطبية، الهندسة، إدارة الأعمال، والإعلام. وتعد من أكثر الجامعات الفلسطينية تطورًا من حيث البنية التحتية والتحديث الأكاديمي، وتمتلك مراكز بحثية متقدمة.

2.2 الدراسات السابقة

1- دراسة دكتور هشام ودكتورة ربا (2021) في دراسة تحليلية لعناصر الهوية البصرية في تصميم أجنحة العرض الإعلانية لجامعة أم القرى.

هدفت الدراسة الى ان أجنحة المعارض أحد الوسائل الإعلانية التي تعكس الهوية البصرية للجهة المعلنة, حيث تشمل كل ما يمكن عرضه لتوصيل أفكار ومعلومات معينة للمتلقين وتتدرج محتوياتها من أبسط أنواع الوسائل والصور والنماذج إلى أكثرها تعقيداً كالأفلام الرقمية والإعلانات التفاعلية ، ولقد تناول الباحث بالتحليل عناصر الهوية البصرية في عدد من التصميمات لأجنحة العرض الإعلانية لجامعة أم القرى. ولقد هدف البحث إلى تحليل العناصر التصميمية في أجنحة العرض بجامعة أم القرى والتي تشارك بها في المعارض المحلية والدولية، وتحديد الفروق بين التصميمات الخمس في تحقيق الجانب الجمالي والابتكاري والوظيفي ثم بين التصميمات الخمس وذلك وفقا لآراء المتخصصين.

وجاءت اهم النتائج لتؤكد على وجود فروق بين التصميمات الخمس في تحقيق الجانب الجمالي و الابتكاري والوظيفي وفقا لآراء المتخصصين. ولقد اوصى البحث بضرورة ربط الهوية السعودية وبين جميع الأعمال الفنية المختلفة ،مع إبراز صورة وقيمة اعمال المصممين السعوديين لدي الجمهور المتلقي.

2- دراسة هاني محمد فريد (2020)الحفاظ على الشعار في الكتابة العربية وتحديات الهوية في عصر العولمة"

هدفت الدراسة التأكيد على أهمية تصميم الشعار كأداة إيصال للأفكار والحفاظ على الهوية الثقافية في وجه التحديات العالمية.

أبرز ما تناولته: تحليل لتصاميم شعارات عربية في ضوء الهوية الثقافية وربط التحديات التي تواجه اللغة العربية بضعف تصميمات الهوية ودعوة لوجود تشريعات تنظم عملية التصميم المؤسسي.

وتتبع أهمية الدراس في تركيز على البعد الثقافي واللغوي في تصميم الشعارات، وترى أن للمصمم دورًا فاعلًا في الحفاظ على هوية المجتمعات.

3-دراسة العتوم (2018) مدى تحقق الهوية البصرية في شعارات الجامعات الأردنية

إلقاء الضوء على مناهج التصميم المتبعة في تصميم شعارات الجامعات الأردنية ، ومدى اتساق شعارات الجامعات الأردنية مع عناصر هويتها البصرية ، وكذلك تحليل تصميم شعارات الجامعات الأردنية وبيان نواحي القوة والضعف في تلك التصميمات. وارتكز الباحث في تحليله لشعار الجامعات الأردنية على الشكل و اللون والكتابة ، استخدم الباحث المنهج التحليلي الوصفي للكشف عن درجة تحقق الهوية البصرية في تصميم شعارات الجامعات الأردنية من وجهة نظر المصممين الأردنيين ، وعرض الشعارات على عدد 85 مصمما اختارهم عشوائياً من مكاتب التصميم و الشركات و الجامعات الأردنية في مدن عمان ، إربد ، جرش ، من خلال استبانة قام بإعدادها . واحتوت على 29 سؤالاً تأكد من صدقها و ثباتها . كان من بين النتائج أن مستوى تحقق الهوية البصرية في تصميم شعارات الجامعات الأردنية من وجهة نظر مصممي الجرافيک في الأردن كان بدرجة مرتفعة ، وأن كثرة استخدام العناصر مثل الرموز و غيرها في تصميم شعارات الجامعات الأردنية يسبب الإرباک في ذهن المتلقي ، وأن معظم شعارات الجامعات الأردنية يغلب عليها المنهج التقليدي في التصميم ، وأن استخدام أنماط الخطوط التقليدية والكلاسيكية اضفى انطباعاً بالتمسک بالتاريخ والأصالة.

4- دراسة المدني (2021) العلاقة التكاملية بين الهوية البصرية والشعار في مجال تصميم قصص الأطفال كمدخل تربوي"

هدفت الدراسة: بيان العلاقة بين الشعار والهوية البصرية في القصص التربوية للأطفال من منظور تربوي تصميمي.

أبرز ما تناولته: وعرض مفهوم العلامة والرمز ودورها في إيصال الهوي .وتحليل شعارات ذات علاقة بمجال الطفولة والقصص التربوية.

تنبع أهمية الدراسة: تركيز على دمج الهوية البصرية في تصميمات موجهة للأطفال لتحقيق غايات تربوية وتعليمية.

5-دراسة الحربي (2019) تحليل شعارات الجامعات السعودية ودلالاتها البصرية

حيث هدفت إلى التعرف على مكونات هذه الشعارات وتحليل رموزها ودلالاتها البصرية، بالإضافة إلى تقييمها من منظور فني من قبل المختصين والطلبة. اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وجمع بياناته من خلال تحليل 29 شعاراً جامعياً، وتفكيك كل شعار إلى عناصره البصرية، مع تقديم وصف لكل جامعة وشعارها. كما بنى أداة علمية إلكترونية لتقييم الشعارات، عُرضت على 50 خبيراً و35 طالباً، بمجموع 85 مشاركاً. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أبرزها أن كثيراً

من الشعارات احتوت على رموز غير مفهومة للطلبة والمختصين، ما يستدعي توضيح هذه الرموز عبر مواقع الجامعات. كما أظهرت النتائج اهتمام الجامعات بتطوير شعاراتها، ووجود تباين ملحوظ بين تقييم الخبراء والطلبة، حيث كانت تقييمات الطلبة أقل. وبرزت بعض الشعارات بتميزها المحلي والتراثي، مما منحها تفرداً بصرياً مقارنة بالشعارات الأخرى. وأوصى الباحث بإجراء تحسينات على الشعارات على يد متخصصين، وتعريف الطلبة بدلالات شعارات جامعاتهم، وتشجيع طلبة الفنون البصرية على دراسة وتحليل الشعارات، خصوصاً شعارات الجامعات الخاصة، بما يسهم في تعزيز الوعي بالهوية البصرية الجامعية.

6-دراسة نهى سعيد رضوان (2024) تحت عنوان "ماليات فنون الكتابة والهوية البصرية لجامعة أسيوط

مشكلة غياب الهوية البصرية الموحدة داخل جامعة أسيوط، وما يترتب على ذلك من تشتت بصري وفقدان الرسالة التصميمية لفعاليات ومطبوعات الجامعة لوحدتها ودلالتها. وقد افترضت الباحثة أن تبني نسق بصري موحد يمكن أن يحد من هذا التشتت، ويُسهم في تعزيز استجابة المتلقي وتفاعله مع الرسائل البصرية المختلفة. انطلقت الدراسة من مسلمة مفادها أن التنوع العشوائي في المعالجات التشكيلية واللونية داخل المؤسسة التعليمية يمثل نوعاً من فوضى الرؤية، مما يصعب على المتلقي فهم الرموز البصرية وتفسيرها. استندت الدراسة إلى مناهج تجريبية ووصفية وتحليلية، وهدفت إلى وضع إطار بصري شامل يتمثل في هوية بصرية مميزة تشمل جميع مطبوعات ونشاطات الجامعة، بما يعزز من توحيد الرسالة الاتصالية ويُسهم في الارتقاء بالثقافة البصرية داخل المؤسسة. وأكدت النتائج أن التوحيد البصري لا يعزز فقط من هوية الجامعة كمؤسسة تعليمية، بل يساعد أيضًا في ترسيخ صورة ذهنية واضحة ومميزة لدى الجمهور.

7-دراسة (سامية الصديق، 2002) هدفت الكشف عن المكون الجمالي لتصميم الشعار القائم على الخط العربي و تقييمها

من خلال دراسة نقاط القصور والنجاح بها ، والاستفادة من المكونات الجمالية للخط العربي في تصميم الشعارات. لذا فقد عرضت الباحثة نماذج لتشكيلات فنية بالخط العربي تشبه في تكوينها صيغة تصميم الشعار لبعض الفنانين القدامى و الحديثين ، وقامت بتوصيفها و تصنيفها ثم تحليلها لاستخلاص جمالياتها ، كما استخلصت العلاقة القائمة بين الخط العربي و العناصر المصاحبة له في تصميم الشعار ، و قامت الباحثة بتجربة ذاتية لتصميم شعارات قائمة على توظيف المكون الجمالي للشعارات القائمة على الخط العربي. وخلصت إلى عدة توصيات كان من بينها ضرورة الاهتمام بمجال تصميم

الشعار بالخط العربي لما له من ثراء وقيم جمالية وإمكانات عالية تفوق بقية خطوط اللغات الأخرى. والعمل على توفير مرجع شامل للشعارات العربية تحوي كافة التصاميم والجهة التي تمثلها واسم المصمم و تاريخ التصميم وذلك ليكون مرجعاً يستفيد منه الآخرين ، وإنشاء لجنة للمصادقة على الشعارات من خلال نقابات أو هيئات فنية مختصة.

8- دراسة (جاد، 2011م) والتي هدفت إلى توثيق العلاقة بين علم الايكولوجي وتصميم الإعلان ، والتعرف على الاتجاهات الفكرية والمضامين الفلسفية والجمالية في تصميم الشعار استناداً إلى علم الايكولوجي

من أجل ذلك اختار الباحث عينة عشوائية لبعض النماذج من الشعارات وتم تحليلها وفقاً لمعايير فنية تشكيلية ومقاييس تحليلية وذلك من خلال عناصر رئيسة تقوم على الاستراتيجية الابتكارية و الوصف و التحليل والتفسير والعمليات و الأسس التصميمية والبعد الادراكي و تقييم الباحث . وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من بينها أن تصميم الشعار يعتمد على تطوير المفهوم وتحريك الخيال ، وتوليد الانفعالات و المشاعر للوصول إلى الهدف الرئيس من عملية الاتصال ، وجود علاقة وثيقة بين علم الايكولوجي و تصميم الشعار أساسها هو التصور البصري من خلال التأمل في الكائنات الحية . وأوصى الباحث بعدة توصيات من بينها أن يستفيد المصمم من علاقة الأشكال في الطبيعة ، حيث أن لكل شكل من الكائنات الحية قوة جذب بصرية ، الاهتمام باللون في تصميم الشعار المعاصر لما له من أهمية جمالية تحمل الكثير من الرموز والدلالات النفسية و البيئية المرتبطة بمعاني إنسانية مهمة.

9-دراسة (أحمد ، 2017م) هدفت الدراسة الكشف عن ابستمولوجيا العلاقة الترابطية بين (الرمز و اللون) ودلالاتهما في تصميم الشعار ، والتوصل إلى مقومات تشكيلية جمالية لتصميم الشعار من خلال دراسة وتحليل الشعارات المختلفة

لاستخلاص مداخل لتدريس الشعار لطلبة كلية التربية الفنية. ومن أجل ذلك اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي و الشبه تجريبي وتوصل إلى عدة نتائج من بينها أن من شروط الشعار الجيد أن يتفق عليه من قبل أفراد و جماعات ، فالشعار علامة تمييز ويتضمن عناصر رمزية تعكس دلالات ذات مغزى متفق عليها من قبل الأفراد والجماعات ، ويمكن تحديد أهم خصائص الشعار (الايجاز و التلخيص ، الرمزية ، تحقيق التباين ، تأكيد مفهوم الاتصال الجماهيري ، الاستعانة بأسس التصميم) ، و هذه جميعاً يمكن اعتبارها مداخل لتدريس الشعار في كلية التربية الفنية. وتوصل إلى توصيات عدة من بينها ضرورة الاهتمام تقنياً و فنياً وعلمياً بفلسفة الشعار ونشر الثقافة البصرية بالمجتمع و طرق التفكير الإبداعي و الاهتمام

بجماليات الشعار ، والاستفادة من التطورات التكنولوجيا و فنون الميديا وبرامج التصاميم المتطورة في تدريس تصميم الشعار لطلبة كلية التربية الفنية.

10-دراسة (عبدالهادي واخرون، 2025م) هدفت الدراسة إلى إبراز دور التصميم الجرافيكي في بناء العلامات التجارية ، والتعريف بأهميتها في الأردن

التأكيد على مواصفات العلامات التجارية الناجحة ، ودرجة تأثير التصميم الجرافيكي على العلامة التجارية في الأردن . ومن أجل ذلك أعد الباحث استبانة وطبقها على عينة من طلبة التصميم الجرافيكي (56) طالباً ، و أشارت النتائج إلى أن مستوى التصميم الجرافيكي على العلامة التجارية في الأردن كان متوسطاً ، و عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية للمتغيرات وفقاً لاختبار "ت" T-test وتحليل التباين الأحادي. وأوصى الباحث بعدة توصيات من بينها تطوير المناهج العلمية المستخدمة في تدريس التصميم الجرافيكي في الجامعات ، زيادة عدد ساعات التطبيق العملي لطلبة تخصص التصميم الجرافيكي ، وذلك لأخذ الخبرة الكافية التي يحتاجها الطلبة عند عملهم في مجال العلامات التجارية.

11-دراسة (العشوش ، 2018م) هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الخط العربي في تصميم عينة من شعارات الجامعات العربية وتحليل تلك الشعارات

لذا فقد استخدم الباحث منهج تحليل المحتوى من خلال تحليل عناصر العينة العشوائية العنقودية لمجموعة من الشعارات العربية في (الجامعات الأردنية ، المصرية ، العراقية ، السورية) واختار الباحث أربعة شعارات جامعية عشوائياً ، وقام بتحليلها ثم تحكيمها من خلال استمارة على أكاديميين في مجال التصميم الجرافيكي، و خلص إلى أن هنالك ضعف في مستوى التصميم الخطي لبعض الشعارات ، وقام الباحث بمراجعة تلك الشعارات الضعيفة واقترح تعديلات تصميمية خطية جديدة لها.

12-دراسة (شيماء صادق، 2019م) هدف البحث إلى إلقاء الضوء على قوة فن التيبوغرافي في تأصيل الهوية البصرية المصرية

تنمية السياحة المصرية وجذب المتلقي ، ولذا فقد اهتمت الدراسة بتوضيح إمكانية الاستفادة من فن التيبوغرافيا في تعميق الهوية البصرية المصرية للنهوض بالسياحة وتحسين المردود السياحي والحضاري المصري مما ينعكس إيجاباً على الاقتصاد المصري ، لذا استخدمت الباحثة المنهج الشبه تجريبي لتصميم مجموعة من النماذج الإعلانية التي تم تصميمها

باستخدام فن التيبوغرافيا ، وجاءت أبرز النتائج أن تطويع فن التيبوغرافيا يقدم حلولاً تصميمية إعلانية وأن توظيف الحروف و فن التيبوغرافيا في الإعلان له دور فعال في الرسائل الإعلانية كلغة بصرية اتصالية لرفع قدرتها التنافسية للسياحة المصرية.

13-الدراسة الاستقصائية التي قامت بها ستراتيجيك جيرز Strategic Gears(2018م)

عن رصد ما يقرب من 100 وسما (Brands) لجهات و هيئات حكومية ، وتزايد تلك الوسوم الموجهة للمواطن ، ومدى فعاليتها في تسويق الخدمات الحكومية وتعزيز الوحدة الوطنية ، ويقارن التقرير الممارسات القياسية لاستخدام الوسوم الحكومية في بعض الدول ومنها على سبيل المقال ألمانيا وهولندا و كوريا الجنوبية و سويسرا والمملكة المتحدة . بهدف الاسترشاد بتلك التجارب و وضع التوصيات الخاصة بتطوير منهجية أكثر فعالية. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من بينها أن الوسوم الحكومية لا ترتبط بمنتجات محسوسة وانما بسياسات و خدمات وقضايا وطنية ، الأمر الذي يعظم من أهمية التوسيم ، تزايد الوسوم الحكومية ليست إشكالية خاصة بالمملكة بل أن العديد من الدول سبق لها وأن واجهت تحديات شبيهة واستطاعت معالجتها من خلال تبني نموذج "الوسم الوطني المهيمن . Master Brand Model "وأوصت الدراسة بعدة توصيات الاهتمام باستخدام الشعار الوطني في الوسوم الحكومية ، وما إذا كانت هنالك حاجة لتوحيد التصميم الرسمي ليظهر بشكل رسمي ، هذا بالإضافة إلى صياغة إجراءات الحماية القانونية اللازمة التي تكفل التطبيق .

3.2 التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال ما سبق يمكن التعليق على الدراسات السابقة بأنها تلتقي مع الدراسة الحالية في عدة تقاطعات من بينها ، دراسة (سامية الصديق، 2002) في إبراز توظيف الشعار القائمة على المكون الجمالي للخط العربي ، وتحليها وفقاً للقيم الفنية و الجمالية للخط العربي. وهو أيضاً ما ينسجم مع دراسة (شيماء صادق، 2019م) والتي صممت نماذج إعلانية من خلال فن التيبوغرافيا لتعميق الهوية البصرية للنهوض بالسياحة. واستفادت الدراسة الحالية من دراسة (نهله خريبط ، 2009م) في تحليل التأثيرات الثقافية على الشعار وتطوره ، وهو أيضا ما ينسجم مع إجراءات دراسة (جاد، 2011م) حيث تمت الاستفادة من تحليلها للمضامين الفكرية و الفلسفية والجمالية في تصميم الشعار استناداً لعلم الايكولوجي . فيما أوجزت دراسة (أحمد ، 2017م) عدة خصائص ونتائج تعتبر خصائص الشعار الجيد . أما تقييم الشعارات فكانت دراسة

(عبدالهادي ، 2017م) ، و دراسة (العشوش ، 2018م) حيث هدفتا إلى تقييم الشعارات من وجهة نظر طلبة التصميم الجرافيكي في الأردن ، و في دراسة (العشوش ، 2018م) قائم الباحث بتقييم بعض شعارات الجامعات العربية . ودراسة(صباغ، 2017م) فقد ركزتا على المفهوم البصري للأشكال المرئية وعلاقتها بالسلوك الاجتماعي ، فيما ركزت دراسة (الرويلي ، 1440هـ) على المزج والاستلهام والتوظيف للخلية البصرية في إعادة تصميم الشعارات. وأخيراً كانت دراسة ستراتيجيک جيرز Strategic Gears(2018م) من الدراسات المهمة في تقييم الشعارات الحكومية ، و إن لم تكن مختصة بشعارات الجامعات ، إلا أنها أعطت بعداً تقييميا لنظرة المستفيدين للهوية البصرية

4.2 مؤشرات الاطار النظري:

توصل الباحث بعد انجاز الاطار النظري لهذا البحث الى حزمة من المؤشرات التي يمكن اعتمادها لبناء عملية تحليلة ترتبط بفرضية البحث لتحقيق الأهداف المنصوص عليها في الفصل الأول من هذه الدراسة، وهي كما يلي:

1- ان الهوية البصرية لا بد ان تكون **بنية بصرية تكاملية** حتى بوجود عناصر مختلفة وغير مترابطة في بعض الأحيان، لان تمثلات الهوية البصرية غالباً ما تطرح عبر ممارسات تصميمية طباعية أو غير طباعية مختلفة.

2- توظيف **الخط العربي والزخرفة الاسلامية** يمكن ان يكون عنصر حاسم في نقل الرسائل الثقافية في تصميم الهويات البصرية للمؤسسات ذات الانتماء العربي أو الاسلامي لما لخطوط العربية من قدرات تعبيرية شكلية فيما عدى الدلالات اللفظية، ولارتباط الزخرفة على اختلاف أنواعها بمدلولات ثقافية تاريخية.

3- **مقروئية النصوص** اللاتينة والعربية تشكل ممراً سريعاً ليصال الهوييات البصرية، والعكس بالعكس فان الاخلال بالمقروئية خصوصا في حالات عدم مراعاة وسائل التنفيذ المختلفة مثل الحفر على الخشب أو الزجاج أو غيرها أو عند التنفيذ بالابيض والأسود أو عن صغر حجم التنفيذ من شأنها أن تبطل كل العملية الاتصالية للشعارات وبالتالي للهويات البصرية.

4- ترتكز الهويات البصرية على **الرمزية** في التعبير عن رسائل المؤسسات الثقافية والاجتماعية والمهنية، مما يعطي للاختزال والتكثيف أهمية كبير في رسم وتأسيس الهويات البصرية وهذا ما ينبغي مراعاته في الشعارات المعبرة عن تلك الهوية والحذر من السطحية والووقوع في التكرار والتشابه.

5- تلعب **الألوان** أدورا متعددة في التاثير البصري والرمز وحتى النفسي في بعض الأحيان، واختيارها بمحدودية يشكل تحدياً كبيراً خصوصاً اذا ما تم الاخذ بعين الاعتبار الوضوح الكافي (درجة التشبع) و القدرة على البقاء في الذاكرة من جهة ومراعاة التميز من جهة اخرى وعدم استسهال استخدام الألوان الرئيسية الصرية المكرر كثيراً.

6- **الأداء الوظيفي** للهويات البصرية وعناصرها المتمثلة بالالوان والشعارات والرموز المتبناة لابد أن يكون ملائم للتطبيقات التنفيذية المتعددة والمختلف من الطباعة على الورق الى النحت على الخشب او حفر الزجاج والازيا وغيرها من التمظهرات التطبيقية للهوية البصرية.

7- التأكد على **الوظيفة الاتصالية** للهويات البصرية، حيث يعتمد فهم هذه الوظائف على الاعتراف باطرافها الثلثة (المرسل، الرسال والمستقبل) مما يجعل المتلقي طرفاً فاعلا ورئيسياً في انجاح المهمة الاتصالية التي ينبغي ان يراعي فيها المرسل الخلفيات الثقافية والمعرفية لمتلقي تلك الرسائل البصرية الكامنة في الهوية البصرية.

الفصل الثالث

المنهجية

1.3 منهج الدراسة:

اتبع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لموضوع وأهداف الدراسة، و"الذي يتناول دراسة أحداث وظواهر وممارسات قائمة موجودة متاحة للدراسة والقياس كما هي؛ دون تدخل الباحث في مجرياتها، ويستطيع الباحث أن يتفاعل معها مباشرة " (الأغا، 43 :2000).

2.3 مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة بجميع الشعارات المعتمدة لدى كل الجامعات الفلسطينية المسجلة رسمياً في وزارة التربية والتعليم الفسطينة الأهلية والحكومية بكافة تخصصاتها الأكاديمية.

3.3 عينة الدراسة:

شملت عينة الدراسة 10 شعارات لعشرة جامعات فلسطينة من مجموع 14 جامعة موجودة في الضفة الغربية، وقد استثنى الباحث اربعة شعارات لاربعة جامعات في الضفة الغربية لتلافي الوقوع في التكرار ولتقارب التصاميم على نحو قد يسبب اعادة مفردات التحليل ذاته وذات النتائج.

4.3 أداة الدراسة:

يكثر استخدام الاستبانات في البحوث ولاسيما الوصفية منها؛ حيث تسعى الاستبانة إلى الحصول على معلومات وحقائق محددة عن المشكلة المعينة (الأغا، 132 :2000)، ولتحقيق أهداف الدراسة ولجمع المزيد من البيانات والمعلومات والحقائق المتعلقة بموضوع دراسته، قام الباحث ببناء أداة الدراسة (استبانة مدى حضور الهوية البصرية في تصميم شعارات الجامعات الفلسطينية) ليتم تطبيقها على عينة الدراسة.

استبانة مدى حضور الهوية البصرية في تصميم شعارات الجامعات الفلسطينية: إعداد الباحث

بعد اطلاع الباحث على الأطر النظرية والدراسات السابقة، قام بإعداد استبانة حضور الهوية البصرية في تصميم شعارات الجامعات الفلسطينية، وتكونت الاستبانة من (29) فقرة.

صدق الأداة:

يُقصد بصدق الأداة أن تقيس ما وضعت من أجل قياسه، وتحقق الأهداف التي وضعت لها قبل إعدادها (اللقاني والجمل،15 :1999). ولإيجاد صدق وثبات الاستبانة، قام الباحث بتطبيقها على عينة عشوائية بلغت (30) من المصممين والخبراء في التصميم الجرافيكي من كلا الجنسين.

5.3 إجراءات الدراسة:

أ. بعد اطلاع الباحث على الأدب التربوي والدراسات السابقة ذات العلاقة بالموضوع، قام ببناء أداة الدراسة (استبانة مدى حضور الهوية البصرية في تصميم شعارات الجامعات الفلسطينية).

ب. قام الباحث بعرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين ذوي الاختصاص؛ للتأكد من صلاحية فقراتهما ومدى انتمائهما لأبعادها، وسلامتها من حيث الصياغة اللغوية.

ت. حصل الباحث على كتاب من عمادة الدراسات العليا بجامعة بوليتكنيك فلسطين إلى وزارة التربية والتعليم؛ لتسهيل مهمته في توزيع الاستبانات على عينة الدراسة.

ث. قام الباحث بتطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية مكونة من (30) من المصممين والخبراء في التصميم الجرافيكي من كلا الجنسين؛ للتأكد من صدق وثبات الاستبانة.

ج. قام الباحث بتطبيق الاستبانات على عينة الدراسة الكلية بطريقة الكترونية.

ح. تم إدخال البيانات إلى الحاسب الآلي ومعالجتها إحصائياً من خلال برنامج الرزم الاحصائية للدراسات الاجتماعية (Spss) والحصول على نتائج الدراسة وتفسيرها.

الفصل الرابع

تحليل العينات

شكل (1.4): شعار جامعة القدس

1.4 العينة الأولى: شعار جامعة القدس

تأسست جامعة القدس، وهي جامعة فلسطينية، في العام 1978. يقع الحرم الرئيسي للجامعة في مدينة أبو ديس، وهناك أربعة مواقع أخرى متمركزة في مدينة القدس، في الشيخ جراح وبيت حنينا ورام الله (البيرة).

الشكل:

- **شكل هندسي ثماني الأضلاع:** يحيط بالشعار شكل ثماني الأضلاع منتظم. هذا الشكل الهندسي غالبًا ما يوحي بالاستقرار والتوازن والشمولية.
- **شكل دائري داخلي:** داخل الثماني، يوجد تصميم دائري يحتضن العنصر المركزي للشعار. الدائرة ترمز عادةً إلى الوحدة والكمال والاستمرارية.
- **صورة قبة الصخرة المشرفة:** يتوسط الشعار رسم تفصيلي لقبة الصخرة المشرفة. هذا العنصر ذو أهمية دينية وتاريخية ورمزية عميقة للمدينة المقدسة القدس، التي تحمل الجامعة اسمها. القبة بتصميمها المعماري المميز تضفي على الشعار هوية بصرية قوية ومرتبطة بالمكان.
- **هلال ونجمة:** يعلو قبة الصخرة هلال ونجمة، وهما رمزان شائعان في الثقافة الإسلامية.

اللون:

- **الأبيض والأسود:** يقتصر الشعار على اللونين الأبيض والأسود. هذا الاختيار اللوني يعكس البساطة والرسمية والوضوح. اللون الأسود يوحي بالقوة والجدية، بينما يمثل الأبيض النقاء والمعرفة.

الكتابة:

- **اسم الجامعة باللغة العربية:** يحيط بالجزء العلوي من التصميم الدائري كتابة "جامعة القدس" باللغة العربية بخط عربي تقليدي وواضح.
- **اسم الجامعة باللغة الإنجليزية:** يحيط بالجزء السفلي من التصميم الدائري كتابة "AL-QUDS UNIVERSITY" باللغة الإنجليزية بخط لاتيني بسيط وواضح يتناسب مع الخط العربي من حيث الوزن البصري.
- **توزيع الكتابة:** توزيع الكتابة بشكل دائري يحيط بالعنصر المركزي يضفي على الشعار تماسكًا بصريًا ويؤكد على مركزية قبة الصخرة.

التحليل:

الهوية البصرية كبنية بصرية تكاملية

الشعار يُقدم نموذجًا متميزًا للتكامل البصري، حيث يجمع بين رمزية ثقافية ودينية وجغرافية داخل إطار ثماني متماسك. العناصر الأساسية – قبة الصخرة، النص العربي، والنص الإنجليزي – لا تعمل بشكل منفصل، بل تتفاعل لتشكيل وحدة مترابطة. القبة تشكل القلب، والنص العربي يحيط بها من الأعلى، والنص الإنجليزي يكمل التكوين من الأسفل. هذا التصميم يسمح بالتطبيق عبر مختلف الوسائط دون فقدان هويته أو وظيفته، مما يجعله بنية مرنة وقابلة للتكيف مع السياقات التنفيذية المختلفة.

توظيف الخط العربي والزخرفة الإسلامية كعناصر حاسمة

الشعار يستخدم الخط العربي التقليدي (يشبه الكوفي) لكتابة اسم الجامعة "جامعة القدس" على قوس خارجي، وهو خط يحمل طابعًا تقليديًا يعكس الهوية الثقافية والحضارية للجامعة. كما أن استخدام الخط العربي ذاته يُعدّ تعبيرًا عن الانتماء الحضاري. هذا التوظيف يحقق الغرض الثقافي للشعار، حيث ينقل رسالة ثقافية واضحة للمتلقي المحلي والعربي. كما أن وجود قبة الصخرة يضيف بعدًا دينيًا وثقافيًا يعزز الهوية الإسلامية للجامعة.

مقروئية النصوص كممر سريع للاتصال

الشعار يراعي مقروئية عالية في كلا النصين:

النص العربي واضح، مكتوب بحجم مناسب، وبخط يُميّز الحروف بسلاسة دون تشويش.

النص الإنجليزي مكتوب بخط Sans-serif واضح (يشبه Arial)، مما يضمن مقروئيته على مختلف الأحجام والوسائط (طباعة، شاشات، نحت، إلخ).

لا يوجد إخلال بالوظيفة الاتصالية حتى في حالات التنفيذ بالأبيض والأسود أو عند التصغير، نظرًا لوضوح التباين بين العناصر والبساطة في التكوين. هذا يؤكد أن الشعار تم تصميمه مع مراعاة وسائل التنفيذ المختلفة، مما يحافظ على فعاليته الاتصالية في جميع السياقات.

الرمزية والاختزال في التعبير

الشعار يعتمد على رمزية مكثّفة وفعّالة:

1. قبة الصخرة: ترمز إلى القدس والهوية الإسلامية.
2. الإطار الثماني: يشير إلى الاستقرار والقوة.
3. الكرة الصغيرة فوق القبة: قد تمثل السماء أو الكون أو المعرفة التي تتوسع فوق المؤسسة التعليمية.

هذه الرموز مجتمعة تعبر عن رسائل معقدة (ثقافية، وطنية، أكاديمية) عبر عناصر بسيطة لكنها دالة. هذا يتوافق مع مبدأ "الاختزال والتكثيف" الذي يشير إليه المؤشر 11، حيث يعطي للرمز أهمية كبيرة في تأسيس الهوية البصرية.

دور الألوان وأهمية الاختيار المحدود

الشعار يعتمد على لونين أساسيين: الأسود والأبيض.

- اللون الأسود يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (القوة، الثبات، المهارة).
- اللون الأبيض يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (السلام، النقاء، الأمل).

الشعار لا يستخدم ألوانًا عشوائية أو شائعة بشكل مفرط، بل يُركّز على ألوان دالة تعزز التميّز. هذا يتوافق مع تحدي "اختيار الألوان بمحدودية" كما ورد في المؤشر 12، حيث يضمن الوضوح والبقاء في الذاكرة دون الوقوع في التكرار.

الأداء الوظيفي عبر التطبيقات التنفيذية

التصميم يمتلك قدرة تطبيقية عالية:

بساطة الأشكال وتباينها الواضح يجعله قابلاً للحفر على الخشب أو الزجاج.

وضوح الخطوط يضمن نجاحه في الطباعة على الورق أو الأقمشة أو اللوحات الإعلانية.

عدم الاعتماد على تدرجات لونية معقدة أو تفاصيل دقيقة جدًّا يضمن بقاء فعاليته حتى عند تصغير الحجم (كأيقونة أو في الرأسية البريدية).

هذا الأداء الوظيفي يتوافق مع متطلبات المؤشر 13، حيث يُظهر أن الشعار ملائم للتطبيقات التنفيذية المتعددة والمختلفة، من الطباعة إلى النحت.

الوظيفة الاتصالية ودور المتلقي

الشعار يُحقّق وظيفته الاتصالية بفعالية عبر مراعاة خلفيات المتلقي:

للمتلقي المحلي (العربي/الفلسطيني): يُفعّل رمز القبة كرمز وطن وثقافة.

للمتلقي الدولي: يقدّم رمزًا عالميًا للسلام والنمو (القبة).

هذا التوازن يُظهر وعي المصمم بأطراف العملية الاتصالية الثلاثة (المرسل، الرسالة، المستقبل)، ويضع المتلقي – بمختلف خلفياته– في قلب التصميم، مما يعزز فاعلية الرسالة ونجاح الهوية البصرية. هذا يتوافق تمامًا مع المؤشر 14، حيث يُعتبر المتلقي طرفًا فاعلًا ورئيسياً في إنجاح المهمة الاتصالية.

الخلاصة

يتميز الشعار ببساطته وقوته الرمزية، حيث تشكل قبة الصخرة مركزًا بصريًا قويًا يعكس الهوية الدينية والثقافية. لكنه يواجه تحديًا في التميز البصري بسبب الاعتماد الكامل على التصميم الأبيض والأسود، مما قد يقلل من جاذبيته في التطبيقات الملونة. كان من الأفضل إضافة لمسة لونية خفيفة (مثل لون ذهبي أو أخضر فاتح) في القبة أو الإطار الثماني، لتعزيز الجاذبية البصرية والتميّز دون التأثير على البساطة والوضوح.

شكل (2.4): شعار جامعة بيرزيت

2.4 العينة الثانية: شعار جامعة بيرزيت

جامعة بيرزيت هي جامعة فلسطينية تقع في بلدة بيرزيت. لعبت دورًا رياديًا في الأحداث السياسية في فلسطين ويعود تاريخ جامعة بيرزيت إلى عام 1924 عندما تأسست مدرسة ابتدائية على يد نبيهة ناصر، وبأيدٍ وعقول وموارد فلسطينية، أصبحت الآن الجامعة المتميزة التي تمتلك حرما جامعيًا حديثًا، يقع على أطراف مدينة رام الله.

الشكل:

- يتكون الشعار من عنصرين رئيسيين: رسم لشجرة زيتون في الأعلى، وكتابة اسم الجامعة باللغتين العربية والإنجليزية في الأسفل.
- شجرة الزيتون مرسومة بأسلوب واقعي نسبيًا مع إظهار الجذع والفروع والأوراق بلون واحد وهو الأخضر الغامق.
- الكتابة العربية ("جامعة بيرزيت") تأتي بخط عربي انسيابي وواضح استخدم المصمم خط الثلث، موضوعة فوق الكتابة الإنجليزية ("BIRZEIT UNIVERSITY") التي تأتي بخط لاتيني بسيط وواضح.
- هناك امتداد أفقي يربط بين الشجرة والكتابة العربية، مما يخلق نوعًا من الوحدة البصرية.

اللون:

- يستخدم الشعار لونين رئيسيين: الأخضر الداكن لشجرة الزيتون والكتابة العربية، والأسود للكتابة الإنجليزية.
- الأخضر يرمز غالبًا إلى النمو، والحياة، والأرض، والسلام، وهو لون مرتبط بشكل خاص بمنطقة حوض البحر الأبيض المتوسط وشجرة الزيتون.
- الأسود يوحي بالرسمية والوضوح.
- الخلفية بيضاء، مما يزيد من وضوح العناصر.

الكتابة:

- **بالعربية:** "جامعة بيرزيت" بخط عربي نوع ثلث ذي طابع تقليدي يوحي بالفخامة، يتميز بالانسيابية والوضوح.
- **بالإنجليزية:** "BIRZEIT UNIVERSITY"بخط لاتيني Sans-serif بسيط وواضح، يعكس الطابع الأكاديمي.

الشعار الثاني (على اليمين):

الشكل:

- هذا الشعار يبدو أكثر تجريدية وعصرية.
- يحتوي على كلمة "بيرزيت" بالعربية بخط انسيابي يشبه الموجة أو حركة الأوراق، مع دمج رسم تجريدي لأوراق أو أغصان شجرة الزيتون بشكل فني.
- يوجد في الزاوية العلوية اليسرى مربع داكن يحتوي على الرقمين "19" فوق "24" باللون الأبيض، مما يشير إلى تاريخ تأسيس الجامعة سنة 1924
- الشعار محاط بإطار أو خلفية مربعة داكنة.

تحليل درجة اتساق الهوية البصرية

بناءً على هذين الشعارين الظاهرين في الصورة، يمكن ملاحظة ما يلي فيما يتعلق باتساق الهوية البصرية:

- **اتساق المجموعة اللونية:** كلا الشعارين يستخدمان اللون الأخضر الداكن كلون أساسي، مما يشير إلى وجود اتساق في اختيار اللون الذي يرمز إلى الجامعة. الأبيض هو لون الخلفية في الشعار الأول وللكتابة في الشعار الثاني، والأسود يستخدم للكتابة الإنجليزية في الشعار الأول وقد يكون لون الخلفية في الشعار الثاني، مما يدل على استخدام مجموعة لونية محدودة ومتناسقة إلى حد ما.
- **نوع الخط أو الكتابة:** هناك اختلاف واضح في نوع الخط العربي المستخدم في الشعارين. الشعار الأول يستخدم خطًا عربيًا أكثر تقليدية ووضوحًا لاسم "جامعة بيرزيت"، بينما يستخدم الشعار الثاني خطًا عربيًا أكثر فنية وتجريدية لكلمة "بيرزيت". هذا الاختلاف قد يشير إلى تطور في تصميم الشعار عبر الزمن أو استخدام شعارات مختلفة لأغراض متنوعة. الخط الإنجليزي في الشعار الأول بسيط وواضح.

- **النمط التصميمي المستخدم:** هناك اختلاف كبير في النمط التصميمي بين الشعارين. الشعار الأول يعتمد على فصل العناصر (الشجرة والكتابة) وتقديمها بوضوح. الشعار الثاني يدمج العناصر بشكل فني وتجريدي، مع إضافة عنصر المربع والتاريخ. هذا الاختلاف قد يوحي بعدم وجود نمط تصميمي موحد بشكل صارم أو استخدام أنماط مختلفة لتلبية احتياجات بصرية مختلفة.

التحليل:

الهوية البصرية كبنية بصرية تكاملية

الشعار يُجسّد بنية بصرية متكاملة رغم تنوع عناصره (رمز طبيعي – نص عربي – نص إنجليزي). فعلى الرغم من اختلاف طبيعة العناصر (طبيعي، نصي، لغوي مزدوج)، فإن التصميم يُحقّق انسجامًا بصريًا واضحًا. تنساب الحروف العربية حول قاعدة الشجرة، ويُوازن النص الإنجليزي الإيقاع العام، ما يُشكّل وحدة بصرية لا تبعث على التشتيت، بل على التكامل بين العناصر المتنوعة في خدمة الهوية الجامعة. هذا التكامل يسمح باستخدام الشعار عبر مختلف الممارسات التصميمية (طباعة، إلكترونية، نحت) دون فقدان هويته أو وضوحه.

توظيف الخط العربي والزخرفة الإسلامية كعناصر حاسمة

الشعار يستخدم الخط العربي التقليدي (يشبه النسخ أو الكوفي المبسّط) ليس لغرض كتابة الاسم فحسب، بل كعنصر تعبيري بصري يعكس الهوية الثقافية والحضارية للجامعة. على الرغم من غياب الزخرفة الإسلامية الصريحة (كالخط الكوفي المعقّد أو النباتي)، فإن اختيار الخط العربي ذاته يُعدّ تعبيرًا عن الانتماء الحضاري. الخط هنا لا يحمل فقط دلالة لفظية، بل يُضفي طابعًا جماليًّا وتراثيًّا يعزز العلاقة الرمزية بين الجامعة وجذورها الفلسطينية والعربية. هذا التوظيف يحقق الغرض الثقافي للشعار، حيث ينقل رسالة ثقافية واضحة للمتلقي المحلي والعربي.

مقروئية النصوص كممر سريع للاتصال

الشعار يراعي مقروئية عالية في كلا النصين:

النص العربي واضح، مكتوب بحجم مناسب، وبخط يُميّز الحروف بسلاسة دون تشويش.

النص الإنجليزي مكتوب بخط Sans-serif واضح مثل (Arial)، مما يضمن مقروئيته على مختلف الأحجام والوسائط (طباعة، شاشات، نحت، إلخ).

لا يوجد إخلال بالوظيفة الاتصالية حتى في حالات التنفيذ بالأبيض والأسود أو الحفر، نظرًا لوضوح التباين بين العناصر والبساطة في التكوين. هذا يؤكد أن الشعار تم تصميمه مع مراعاة وسائل التنفيذ المختلفة، مما يحافظ على فعاليته الاتصالية في جميع السياقات.

الرمزية والاختزال في التعبير

الشعار يعتمد على رمزية مكثّفة وفعّالة:

- شجرة الزيتون تجسّد الهوية الفلسطينية، والسلام، والصمود، والجذور، والنمو الأكاديمي، كلّ ذلك في عنصر واحد.
- لا سطحية في الرمز، ولا تكرار شائع؛ فالشعار يبتعد عن الصور النمطية المباشرة (مثل الخريطة أو شعار النسور)، ويختار رمزًا ثقافيًّا أصيلًا وعميقًا.

الاختزال هنا ناجح، إذ يُعبّر عن رسائل معقّدة (ثقافية، وطنية، أكاديمية) عبر رمز طبيعي بسيط لكنه دالّ. هذا يتوافق مع مبدأ "**الاختزال والتكثيف**" الذي يشير إليه المؤشر 11 في مؤشرات الاطار النظري، حيث يعطي للرمز أهمية كبيرة في تأسيس الهوية البصرية.

دور الألوان وأهمية الاختيار المحدود

الشعار المعروض بالأبيض والأسود والاخضر الداكن (كما في الصورة المرفقة) يُظهر قدرته على العمل دون الاعتماد على الألوان، ما يدلّ على كفاءة بنائه البصري. ومع ذلك، فإن اللون الأخضر الداكن لشجرة الزيتون (في النسخ الملونة غالبًا) يحمل دلالات رمزية ثقافية وطبيعية (الحياة، الأرض، الأمل)، ويُختار بدرجة تشبع مناسبة تضمن وضوحه في جميع التطبيقات. الشعار لا يستخدم ألوانًا عشوائية أو شائعة بشكل مفرط، بل يُركّز على لون واحد دالّ يعزز التميّز. هذا يتوافق مع تحدي "اختيار الألوان بمحدودية" كما ورد في المؤشر 12، حيث يضمن الوضوح والبقاء في الذاكرة دون الوقوع في التكرار.

الأداء الوظيفي عبر التطبيقات التنفيذية

التصميم يمتلك قدرة تطبيقية عالية:

- بساطة الأشكال وتباينها الواضح يجعله قابلاً للحفر على الخشب أو الزجاج.
- وضوح الخطوط يضمن نجاحه في الطباعة على الورق أو الأقمشة أو اللوحات الإعلانية.

- عدم الاعتماد على تدرجات لونية معقدة أو تفاصيل دقيقة جدًّا يضمن بقاء فعاليته حتى عند تصغير الحجم (كأيقونة أو في الرأسية البريدية).

هذا الأداء الوظيفي يتوافق مع متطلبات المؤشر 13، حيث يُظهر أن الشعار ملائم للتطبيقات التنفيذية المتعددة والمختلفة، من الطباعة إلى النحت.

الوظيفة الاتصالية ودور المتلقي

الشعار يُحقّق وظيفته الاتصالية بفعالية عبر مراعاة خلفيات المتلقي:

- **للمتلقي المحلي (العربي/الفلسطيني):** يُفعّل رمز الزيتون كرمز وطن وثقافة.
- **للمتلقي الدولي:** يقدّم رمزًا عالميًّا للسلام والنمو (الشجرة)، ويدعمه نص إنجليزي واضح.

هذا التوازن يُظهر وعي المصمم بأطراف العملية الاتصالية الثلاثة (المرسل، الرسالة، المستقبل)، ويضع المتلقي – بمختلف خلفياته– في قلب التصميم، مما يعزز فاعلية الرسالة ونجاح الهوية البصرية. هذا يتوافق تمامًا مع المؤشر 14، حيث يُعتبر المتلقي طرفًا فاعلًا ورئيسياً في إنجاح المهمة الاتصالية.

الخلاصة

يُعد هذا الشعار نموذجًا يُحتذى به في التعبير عن الهوية المحلية عبر رمز طبيعي دالّ، حيث تُحقق شجرة الزيتون توازنًا فريدًا بين الدلالة الثقافية والوظيفة البصرية. ومع ذلك، يمكن اعتباره غير كافٍ في التعبير عن البعد التقني أو الحديث للجامعة، مما قد يخلق انطباعًا بالتركيز فقط على الجوانب التاريخية. كان من الأفضل دمج عنصر بصري بسيط يرمز إلى المعرفة الرقمية أو البحث العلمي، مثل خطوط إشعاعية أو شبكة خفيفة حول الشجرة، لتوضيح التزام الجامعة بالتطور الأكاديمي المعاصر دون المساس بجذورها.

شكل (3.4): شعار جامعة النجاح الوطنية – نابلس

3.4 العينة الثالثة: شعار جامعة النجاح الوطنية

تأسست جامعة النجاح الوطنية على يد السياسي الفلسطيني حسن شاكر حماد عام 1918 حيث قام بدعوة عدد من رجالات فلسطين لتأسيسها تحت اسم «مدرسة النجاح الوطنية». تطورت حتى أصبحت جامعة عام 1941 إلى كلية النجاح الوطنية وبدأت بمنح درجة الدبلوم في بعض التخصصات التجارية والأكاديمية، وفي عام 1965 بدأت بمنح الدرجة الجامعية المتوسطة في تخصصات أكاديمية تهدف إلى إعداد المعلمين وتأهيلهم تربويًا، وفي عام 1977 تم تحويل الكلية إلى جامعة تلبية لحاجة المجتمع الفلسطيني إلى مؤسسات للتعليم العالي.

جامعة فلسطينية في مدينة نابلس ولها فرع في مدينة طولكرم، تعد أحد أكبر الجامعات الفلسطينية من حيث عدد الطلاب. لعبت الجامعة دوراً في الحياة اليومية السياسية، والاقتصادية الفلسطينية. وبرز منها العديد من الشخصيات الذين أسهموا إسهاما كبيرا في تاريخ القضية الفلسطينية.

صورة لإحدى دفعات المتخرجين من مدرسة النجاح الوطنية (الآن جامعة النجاح) في عام 1920

تقدم جامعة النجاح الوطنية أكثر من 180 برنامجا مختلفاً، في درجات البكالوريس، والدراسات العليا (الماجستير)، والدكتوراه، منها: في تخصصات الكيمياء، والفيزياء، أصول الدين، وحوالي 20 تخصصاً في الدبلوم المتوسط.

الشكل:

- شكل دائري مزدوج: يتكون الشعار من دائرتين متحدتي المركز، تشكلان إطارًا أنيقًا للتصميم الداخلي.

- عنصر مركزي: طائر يحلق فوق كتاب مفتوح: يتوسط الشعار رسم لطائر (يبدو كنسر أو صقر) باسطًا جناحيه ومحلقًا فوق كتاب مفتوح .
  - **الطائر:** يرمز غالبًا إلى الحرية، والتحليق نحو الأعلى، والطموح، والقوة، والرؤية الواسعة. اتجاه الطائر نحو الأعلى يعزز هذه المعاني.
  - **الكتاب المفتوح:** يمثل المعرفة، والعلم، والتعلم، والانفتاح على الأفكار.
- **أشعة الشمس:** تظهر أشعة ذهبية أو صفراء من خلف الطائر، مما يرمز إلى النور، والإشراق، والأمل، وبزوغ فجر جديد من المعرفة.
- كتابة باللغة العربية: يحيط بالجزء العلوي من التصميم الداخلي للدائرة اسم الجامعة "جامعة النجاح الوطنية" بخط عربي واضح وجميل.
- تاريخ التأسيس: يظهر الرقم "١٩٦٥" (1965) أسفل الكتاب المفتوح، يشير إلى تاريخ تأسيس الجامعة.
- كلمة "نابلس": تظهر كلمة "نابلس" باللغة العربية أسفل تاريخ التأسيس، تحدد موقع الجامعة.

اللون:

- **الأزرق الداكن:** يستخدم للإطار الدائري، والطائر، والكتابة العربية "جامعة النجاح الوطنية" و "نابلس"، وتاريخ التأسيس. الأزرق غالبًا ما يرمز إلى الثقة، والاستقرار، والمعرفة، والعمق.
- **الأصفر أو الذهبي:** يستخدم لأشعة الشمس، ويرمز إلى النور، والحكمة، والقيمة.
- الأبيض: يستخدم لخلفية الشعار وداخل الكتاب المفتوح، ويرمز إلى النقاء، والصفاء، والانفتاح.

الكتابة:

- باللغة العربية: "جامعة النجاح الوطنية" بخط عربي واضح وذو طابع رسمي وأكاديمي، ربما يكون خطًا نسخيًا أو مشابها.
- بالأرقام العربية: "١٩٦٥ "بخط واضح وبسيط.
- باللغة العربية: "نابلس" بخط عربي مماثل لاسم الجامعة.

التحليل:

الهوية البصرية كبنية بصرية تكاملية

الشعار يُجسّد بنية بصرية متكاملة رغم تنوع عناصره (رمز طبيعي – نص عربي – رمز كتابي). فعلى الرغم من اختلاف طبيعة العناصر (طبيعي، نصي، رمزي)، فإن التصميم يُحقّق انسجامًا بصريًا واضحًا. يتوسط الشعار صقر يحلق فوق كتاب مفتوح، ويحيط به نص "جامعة النجاح الوطنية" بالخط العربي، مع وجود عبارة "نابلس" في الجزء السفلي. هذا التكوين الدائري يخلق وحدة بصرية لا تبعث على التشتيت، بل على التكامل بين العناصر المتنوعة في خدمة الهوية الجامعة. هذا التكامل يسمح باستخدام الشعار عبر مختلف الممارسات التصميمية (طباعة، إلكترونية، نحت) دون فقدان هويته أو وضوحه.

توظيف الخط العربي والزخرفة الإسلامية كعناصر حاسمة

الشعار يستخدم الخط العربي التقليدي (يشبه النسخ أو الكوفي المبسّط) ليس لغرض كتابة الاسم فحسب، بل كعنصر تعبيري بصري يعكس الهوية الثقافية والحضارية للجامعة. كما أن استخدام الخط العربي ذاته يُعدّ تعبيرًا عن الانتماء الحضاري. الخط هنا لا يحمل فقط دلالة لفظية، بل يُضفي طابعًا جماليًّا وتراثيًّا يعزز العلاقة الرمزية بين الجامعة وجذورها الفلسطينية والعربية. هذا التوظيف يحقق الغرض الثقافي للشعار، حيث ينقل رسالة ثقافية واضحة للمتلقي المحلي والعربي.

مقروئية النصوص كممر سريع للاتصال

الشعار يراعي مقروئية عالية في النص العربي:

النص العربي واضح، مكتوب بحجم مناسب، وبخط يُميّز الحروف بسلاسة دون تشويش.

لا يوجد إخلال بالوظيفة الاتصالية حتى في حالات التنفيذ بالأبيض والأسود أو الحفر، نظرًا لوضوح التباين بين العناصر والبساطة في التكوين. هذا يؤكد أن الشعار تم تصميمه مع مراعاة وسائل التنفيذ المختلفة، مما يحافظ على فعاليته الاتصالية في جميع السياقات.

الرمزية والاختزال في التعبير

- الشعار يعتمد على رمزية مكثّفة وفعّالة:
- الصقر يمثل القوة، الحرية، الطموح، والارتقاء.
- الكتاب المفتوح يمثل العلم، المعرفة، والتعليم.

- الشمس التي تشرق من خلف الصقر ترمز إلى الأمل، النهضة، والمستقبل المشرق.

هذه الرموز مجتمعة تعبر عن رسائل معقدة (ثقافية، وطنية، أكاديمية) عبر عناصر بسيطة لكنها دالة. هذا يتوافق مع مبدأ "الاختزال والتكثيف" الذي يشير إليه المؤشر 11، حيث يعطي للرمز أهمية كبيرة في تأسيس الهوية البصرية.

دور الألوان وأهمية الاختيار المحدود

الشعار يعتمد على لونين أساسيين: الأزرق والذهبي.

1. اللون الأزرق يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (الثقة، الاستقرار، العلم).
2. اللون الذهبي يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (التميز، النجاح، الأمل).

الشعار لا يستخدم ألوانًا عشوائية أو شائعة بشكل مفرط، بل يُركّز على لونين دالّين يعززان التميّز. هذا يتوافق مع تحدي "اختيار الألوان بمحدودية" كما ورد في المؤشر 12، حيث يضمن الوضوح والبقاء في الذاكرة دون الوقوع في التكرار.

الأداء الوظيفي عبر التطبيقات التنفيذية

التصميم يمتلك قدرة تطبيقية عالية:

بساطة الأشكال وتباينها الواضح يجعله قابلاً للحفر على الخشب أو الزجاج.

وضوح الخطوط يضمن نجاحه في الطباعة على الورق أو الأقمشة أو اللوحات الإعلانية.

عدم الاعتماد على تدرجات لونية معقدة أو تفاصيل دقيقة جدًّا يضمن بقاء فعاليته حتى عند تصغير الحجم (كأيقونة أو في الرأسية البريدية).

هذا الأداء الوظيفي يتوافق مع متطلبات المؤشر 13، حيث يُظهر أن الشعار ملائم للتطبيقات التنفيذية المتعددة والمختلفة، من الطباعة إلى النحت.

الوظيفة الاتصالية ودور المتلقي

الشعار يُحقّق وظيفته الاتصالية بفعالية عبر مراعاة خلفيات المتلقي:

للمتلقي المحلي (العربي/الفلسطيني): يُفعّل رمز الصقر والكتاب كرموز وطن وثقافة.

للمتلقي الدولي: يقدّم رموزًا عالمية للعلم والطموح (الصقر، الكتاب).

هذا التوازن يُظهر وعي المصمم بأطراف العملية الاتصالية الثلاثة (المرسل، الرسالة، المستقبل)، ويضع المتلقي – بمختلف خلفياته – في قلب التصميم، مما يعزز فاعلية الرسالة ونجاح الهوية البصرية. هذا يتوافق تمامًا مع المؤشر 14، حيث يُعتبر المتلقي طرفًا فاعلًا ورئيسياً في إنجاح المهمة الاتصالية.

الخلاصة

يتميز الشعار ببنية مركزية قوية ورموز واضحة تعكس الطموح والعلم، حيث يُعد الصقر فوق الكتاب تعبيرًا مباشرًا عن القوة والمعرفة. إلا أن التصميم يفتقد إلى التنوع اللوني الذي يعزز التميز البصري، إذ يعتمد على لونين أساسيين قد لا يجذبان الانتباه في البيئات المرئية المزدحمة. كان من الأفضل إدخال لمسة لونية ثالثة، مثل لون ذهبي أو فضي، في عناصر معينة (مثل أشعة الشمس أو حواف الكتاب)، لتعزيز العمق البصري والتميّز دون فقدان البساطة.

شكل (4.4): شعار جامعة بوليتكنك فلسطين

4.4 العينة الرابعة: شعار جامعة بوليتكنك فلسطين

جامعة بوليتكنك هي جامعةٌ فلسطينية تقع في مدينة الخليل جنوبي فلسطين، (في منطقة واد الهرية وأبو رمان). تأسست عام 1978 ميلاديًا من قبل رابطة الجامعيين في الخليل تأسست جامعة بوليتكنيك فلسطين عام 1978م بمبادرة من (رابطة الجامعيين لمحافظة الخليل) بصفتها كلية فنية هندسية، تمنح درجة الدبلوم ذو الثلاث سنوات في مجال التعليم التقني لتخصصات الهندسة الكهربائية والميكانيكية والمدنية والعمارة، إلى أن غُير البرنامج إلى سنتين دراسيتين عام 1982. بدءاً من العام 1991، أصبحت الجامعة تمنح درجة البكالوريوس في الهندسة الميكانيكية وأنظمة الحاسوب، كماأُنشئت كلية المهن التطبيقية التي تمنح درجة الدبلوم لحوالي خمسة وعشرين تخصصا وانطلق برنامج الطب البشري نواة كلية الطب وعلوم الصحة ليكون الأول في محافظة الخليل. طرحت الجامعة عام 2006م .

الشكل:

- **شكل دائري مسنن:** يحيط بالشعار شكل دائري يشبه ترسًا أو عجلة مسننة. هذا الشكل يرمز غالبًا إلى الصناعة، والهندسة، والتكنولوجيا، والحركة، والتقدم.
- **تصميم داخلي مقسم:** ينقسم التصميم الداخلي إلى عدة عناصر:
  - **رمز تجريدي للمبنى:** يظهر على اليسار رمز تجريدي يشبه مخططًا لمبنى متعدد الطوابق أو منشأة هندسية.
  - **رمز الذرة أو الإلكترونات:** يظهر في الجزء العلوي الأوسط رمز يمثل نواة الذرة تدور حولها إلكترونات، أو قد يرمز إلى الطاقة والعلوم الفيزيائية والهندسية. يحيط به رمزان لشرارة كهربائية أو طاقة.

- **شريط أفقي أخضر:** يقع في الجزء السفلي ويحمل كتابة باللغة العربية.

- **كتابة محيطة بالشعار:** يحيط بالجزء العلوي من الدائرة المسننة كتابة "Palestine Polytechnic University" باللغة الإنجليزية، وبالجزء السفلي "جامعة بوليتكنك فلسطين" باللغة العربية. الكتابة تتبع انحناء الدائرة.

اللون:

- **الأسود أو الرمادي الداكن:** يستخدم للشكل الدائري المسنن، والرمز التجريدي للمبنى، والكتابة الإنجليزية والعربية المحيطة بالشعار. الأسود والرمادي الداكن يوحيان بالصلابة، والمتانة، والرسمية، والتكنولوجيا.
- **الأبيض:** يستخدم لخلفية الشعار وداخل الرمز التجريدي للمبنى ورمز الذرة، ويرمز إلى النقاء والوضوح.
- **الأخضر:** يستخدم للشريط الأفقي السفلي والكتابة العربية الموجودة عليه ("رابطة الجامعيين – الخليل"). الأخضر قد يرمز إلى النمو، والأرض، والانتماء (خاصة مع ذكر "فلسطين").
- **الأحمر:** يظهر في كلمة "فلسطين" داخل الكتابة الإنجليزية المحيطة بالشعار، مما يبرز الهوية الوطنية.

الكتابة:

- **بالإنجليزية:** "Palestine Polytechnic University"بخط لاتيني Sans-serif واضح وحديث، يحيط بالجزء العلوي من الشعار.
- **بالعربية:** "جامعة بوليتكنك فلسطين" بخط عربي واضح وبسيط، يحيط بالجزء السفلي من الشعار.
- **بالعربية (داخل الشريط الأخضر):** "رابطة الجامعيين – الخليل" بخط عربي واضح. هذا يشير إلى أن الجامعة تقع في الخليل أو لها ارتباط بها.

التحليل:

الهوية البصرية كبنية بصرية تكاملية

الشعار يُجسّد بنية بصرية متكاملة رغم تنوع عناصره (رمز هندسي – نص عربي – نص إنجليزي – رمز علمي). فالعنصر المركزي هو التروس ((Gearالذي يمثل الصناعة والهندسة، وهو محاط بالنص الإنجليزي " Palestine Polytechnic University"المكتوب على قوس خارجي، بينما يحتوي الجزء الداخلي على رمزين: مبنى تعليمي وذرة مع شعاعين كهربائيين. هذا التنوع في العناصر (صناعي، علمي، أكاديمي) يتم دمجه بشكل متماسك داخل إطار دائري، مما يخلق وحدة

بصرية واضحة. هذا التكامل يسمح باستخدام الشعار عبر مختلف الممارسات التصميمية (طباعة، إلكترونية، نحت) دون فقدان هويته أو وضوحه.

توظيف الخط العربي والزخرفة الإسلامية كعناصر حاسمة

الشعار يستخدم الخط العربي الحديث (بخط واضح وسهل القراءة) لكتابة اسم الجامعة "جامعة بوليتكنك فلسطين" على قوس خارجي، وكذلك لكتابة "رابطة الجامعيين – الخليل" داخل مستطيل أخضر. هذا الاستخدام للخط العربي ليس فقط لغرض الكتابة، بل كعنصر تعبيري بصري يعكس الهوية الثقافية والحضارية للجامعة. كما أن استخدام الخط العربي ذاته يُعدّ تعبيرًا عن الانتماء الحضاري. هذا التوظيف يحقق الغرض الثقافي للشعار، حيث ينقل رسالة ثقافية واضحة للمتلقي المحلي والعربي.

مقروئية النصوص كممر سريع للاتصال

الشعار يراعي مقروئية عالية في كلا النصين:

النص العربي واضح، مكتوب بحجم مناسب، وبخط يُميّز الحروف بسلاسة دون تشويش.

النص الإنجليزي مكتوب بخط Sans-serif واضح (يشبه Arial، مما يضمن مقروئيته على مختلف الأحجام والوسائط (طباعة، شاشات، نحت، إلخ).

لا يوجد إخلال بالوظيفة الاتصالية حتى في حالات التنفيذ بالأبيض والأسود أو الحفر، نظرًا لوضوح التباين بين العناصر والبساطة في التكوين. هذا يؤكد أن الشعار تم تصميمه مع مراعاة وسائل التنفيذ المختلفة، مما يحافظ على فعاليته الاتصالية في جميع السياقات.

الرمزية والاختزال في التعبير

الشعار يعتمد على رمزية مكثّفة وفعّالة:

1. التروس: ترمز إلى الصناعة، الهندسة، والتطور التقني.
2. المبنى التعليمي: يرمز إلى الأكاديمية، التعليم، والمعرفة.
3. الذرة مع الشعاعين الكهربائيين: ترمز إلى العلم، التكنولوجيا، والابتكار.

هذه الرموز مجتمعة تعبر عن رسائل معقدة (ثقافية، وطنية، أكاديمية، تقنية) عبر عناصر بسيطة لكنها دالة. هذا يتوافق مع مبدأ "الاختزال والتكثيف" الذي يشير إليه المؤشر 11، حيث يعطي للرمز أهمية كبيرة في تأسيس الهوية البصرية.

دور الألوان وأهمية الاختيار المحدود

الشعار يعتمد على ثلاثة ألوان أساسية: الأسود، الأحمر، والأخضر.

- اللون الأسود للتروس يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (القوة، الثبات، المهارة).
- اللون الأحمر للنص الإنجليزي يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (الطاقة، الحيوية، التميز).
- اللون الأخضر للمستطيل يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (النمو، الأمل، الاستقرار).

الشعار لا يستخدم ألوانًا عشوائية أو شائعة بشكل مفرط، بل يُركّز على ألوان دالة تعزز التميّز. هذا يتوافق مع تحدي "اختيار الألوان بمحدودية" كما ورد في المؤشر 12، حيث يضمن الوضوح والبقاء في الذاكرة دون الوقوع في التكرار.

الأداء الوظيفي عبر التطبيقات التنفيذية

التصميم يمتلك قدرة تطبيقية عالية:

بساطة الأشكال وتباينها الواضح يجعله قابلاً للحفر على الخشب أو الزجاج.

وضوح الخطوط يضمن نجاحه في الطباعة على الورق أو الأقمشة أو اللوحات الإعلانية.

عدم الاعتماد على تدرجات لونية معقدة أو تفاصيل دقيقة جدًا يضمن بقاء فعاليته حتى عند تصغير الحجم (كأيقونة أو في الرأسية البريدية).

هذا الأداء الوظيفي يتوافق مع متطلبات المؤشر 13، حيث يُظهر أن الشعار ملائم للتطبيقات التنفيذية المتعددة والمختلفة، من الطباعة إلى النحت.

الوظيفة الاتصالية ودور المتلقي

الشعار يُحقّق وظيفته الاتصالية بفعالية عبر مراعاة خلفيات المتلقي:

للمتلقي المحلي (العربي/الفلسطيني): يُفعّل رمز التروس والذرة كرموز علم وتقنية.

للمتلقي الدولي: يقدّم رموزًا عالمية للعلم والتكنولوجيا (التروس، الذرة).

هذا التوازن يُظهر وعي المصمم بأطراف العملية الاتصالية الثلاثة (المرسل، الرسالة، المستقبل)، ويضع المتلقي – بمختلف خلفياته– في قلب التصميم، مما يعزز فاعلية الرسالة ونجاح الهوية البصرية. هذا يتوافق تمامًا مع المؤشر 14، حيث يُعتبر المتلقي طرفًا فاعلًا ورئيسياً في إنجاح المهمة الاتصالية.

الخلاصة

يقدم الشعار ترجمة دقيقة للهوية التقنية للجامعة من خلال استخدام التروس والذرة، وهو ما يعكس فهمًا عميقًا للرسالة المؤسسية. لكنه يعاني من ازدحام بصري طفيف بسبب كثافة العناصر داخل الإطار الدائري، مما قد يقلل من وضوحه عند التصغير. كان من الأفضل تبسيط الرمز المركزي أو فصل العناصر الرئيسية (مثل التروس والذرة) في مساحات مختلفة ضمن التصميم، لتعزيز الوضوح والقدرة على التعرف السريع، خاصة في التطبيقات الصغيرة.

شكل (5.5): شعار جامعة الخليل

5.4 العينة الخامسة: شعار جامعة الخليل

تأسست جامعة الخليل عام 1971م، وكانت بذلك أول مؤسسة للتعليم الجامعي في فلسطين والتي تمنح درجة البكالوريوس في التخصصات المطروحة فيها. وتقع في مدينة الخليل، وقد ترسخت فكرة تأسيس الجامعة من خلال الشيخ محمد علي الجعبري، وذلك بعد وقوع كامل أجزاء فلسطين تحت قبضة الاحتلال عام 1967.

الشكل:

- **شكل دائري:** يحيط بالشعار شكل دائري بسيط.
- **تصميم داخلي متعدد العناصر:**
  - **رسم للمسجد الإبراهيمي:** يتوسط الشعار رسم تخطيطي للمسجد الإبراهيمي الشريف في الخليل، وهو معلم ديني وتاريخي بارز في المدينة.
  - **كتاب مفتوح:** يقع أسفل رسم المسجد الإبراهيمي، يرمز إلى العلم والمعرفة.
  - **شعلة:** تعلو رسم المسجد الإبراهيمي شعلة ثلاثية، ترمز إلى النور، والإلهام، والعلم المتوهج.
  - **هلالان:** يظهر هلال باللون الأحمر على كل من الجانب الأيسر والأيمن من الشعار. الهلال هو رمز إسلامي وثقافي.
- **كتابة محيطة بالشعار:**
  - **بالعربية (الجزء العلوي):** "جامعة الخليل" بخط عربي تقليدي وواضح يتبع انحناء الدائرة.

- **بالإنجليزية (الجزء السفلي):** "HEBRON UNIVERSITY"بخط لاتيني Sans-serif واضح يتبع انحناء الدائرة.

- **تاريخ التأسيس:** يظهر الرقم "1971" أسفل الكتاب المفتوح، يشير إلى تاريخ تأسيس الجامعة.

اللون:

- **الأسود:** يستخدم لرسم المسجد الإبراهيمي، والكتاب المفتوح، والشعلة، والكتابة العربية المحيطة بالشعار، وتاريخ التأسيس. الأسود يوحي بالرسمية والوقار.
- **الأخضر:** يستخدم للكتابة الإنجليزية "HEBRON UNIVERSITY" المحيطة بالجزء السفلي من الشعار. الأخضر قد يرمز إلى النمو والأمل والأرض.
- **الأحمر:** يستخدم للهلالين على جانبي الشعار. الأحمر قد يرمز إلى التضحية أو له دلالات ثقافية أخرى.
- **الأبيض:** يستخدم لخلفية الشعار، مما يوفر وضوحًا للعناصر الأخرى.

الكتابة:

- **بالعربية:** "جامعة الخليل" بخط عربي تقليدي وواضح.
- **بالإنجليزية:** "HEBRON UNIVERSITY"بخط لاتيني Sans-serif بسيط وواضح.
- **بالأرقام:** "1971"بخط واضح وبسيط.

التحليل:

الهوية البصرية كبنية بصرية تكاملية

الشعار يُجسّد بنية بصرية متكاملة رغم تنوع عناصره (رمز معماري – نص عربي – نص إنجليزي – رمز ديني). فالعنصر المركزي هو كتاب مفتوح يحمل فوقه صورة لمبنى أكاديمي، وهو محاط بالنص العربي "جامعة الخليل" على قوس خارجي، مع وجود رمز القمر والنجمة على جانبي الكتاب، وعبارة (HEBRON UNIVERSITY) باللون الأخضر أسفل الكتاب، وسنة التأسيس "1971" تحته. هذا التنوع في العناصر (ثقافي، ديني، أكاديمي) يتم دمجه بشكل متماسك داخل إطار دائري، مما يخلق وحدة بصرية واضحة. هذا التكامل يسمح باستخدام الشعار عبر مختلف الممارسات التصميمية (طباعة، إلكترونية، نحت) دون فقدان هويته أو وضوحه.

توظيف الخط العربي والزخرفة الإسلامية كعناصر حاسمة

الشعار يستخدم الخط العربي التقليدي (يشبه النسخ أو الكوفي المبسّط) ليس لغرض كتابة الاسم فحسب، بل كعنصر تعبيري بصري يعكس الهوية الثقافية والحضارية للجامعة. كما أن استخدام الخط العربي ذاته يُعدّ تعبيرًا عن الانتماء الحضاري. هذا التوظيف يحقق الغرض الثقافي للشعار، حيث ينقل رسالة ثقافية واضحة للمتلقي المحلي والعربي. كما أن وجود رمز القمر والنجمة يضيف بعدًا دينيًا وثقافيًا يعزز الهوية الإسلامية للجامعة.

مقروئية النصوص كممر سريع للاتصال

الشعار يراعي مقروئية عالية في كلا النصين:

النص العربي واضح، مكتوب بحجم مناسب، وبخط يُميّز الحروف بسلاسة دون تشويش.

النص الإنجليزي مكتوب بخط Sans-serif واضح (يشبه (Arial، مما يضمن مقروئيته على مختلف الأحجام والوسائط (طباعة، شاشات، نحت، إلخ).

لا يوجد إخلال بالوظيفة الاتصالية حتى في حالات التنفيذ بالأبيض والأسود أو الحفر، نظرًا لوضوح التباين بين العناصر والبساطة في التكوين. هذا يؤكد أن الشعار تم تصميمه مع مراعاة وسائل التنفيذ المختلفة، مما يحافظ على فعاليته الاتصالية في جميع السياقات.

الرمزية والاختزال في التعبير

الشعار يعتمد على رمزية مكثّفة وفعّالة:

1. الكتاب المفتوح: يمثل العلم، المعرفة، والتعليم.
2. المبنى الأكاديمي: يرمز إلى الأكاديمية، التعليم، والمعرفة.
3. القمر والنجمة: يحملان دلالات دينية وثقافية (الهوية الإسلامية).
4. سنة التأسيس "1971": تشير إلى التاريخ والتجذر.

هذه الرموز مجتمعة تعبر عن رسائل معقدة (ثقافية، وطنية، أكاديمية) عبر عناصر بسيطة لكنها دالة. هذا يتوافق مع مبدأ "الاختزال والتكثيف" الذي يشير إليه المؤشر 11، حيث يعطي للرمز أهمية كبيرة في تأسيس الهوية البصرية.

دور الألوان وأهمية الاختيار المحدود

الشعار يعتمد على ثلاثة ألوان أساسية: الأسود، الأخضر، والأحمر.

اللون الأسود للإطار والنص العربي يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (القوة، الثبات، المهارة).

اللون الأخضر للنص الإنجليزي يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (النمو، الأمل، الاستقرار).

اللون الأحمر للنار فوق الكتاب يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (الطاقة، الحيوية، التميز).

الشعار لا يستخدم ألوانًا عشوائية أو شائعة بشكل مفرط، بل يُركّز على ألوان دالة تعزز التميّز. هذا يتوافق مع تحدي "اختيار الألوان بمحدودية" كما ورد في المؤشر 12، حيث يضمن الوضوح والبقاء في الذاكرة دون الوقوع في التكرار.

الأداء الوظيفي عبر التطبيقات التنفيذية

التصميم يمتلك قدرة تطبيقية عالية:

بساطة الأشكال وتباينها الواضح يجعله قابلاً للحفر على الخشب أو الزجاج.

وضوح الخطوط يضمن نجاحه في الطباعة على الورق أو الأقمشة أو اللوحات الإعلانية.

عدم الاعتماد على تدرجات لونية معقدة أو تفاصيل دقيقة جدًّا يضمن بقاء فعاليته حتى عند تصغير الحجم (كأيقونة أو في الرأسية البريدية).

هذا الأداء الوظيفي يتوافق مع متطلبات المؤشر 13، حيث يُظهر أن الشعار ملائم للتطبيقات التنفيذية المتعددة والمختلفة، من الطباعة إلى النحت.

الوظيفة الاتصالية ودور المتلقي

الشعار يُحقّق وظيفته الاتصالية بفعالية عبر مراعاة خلفيات المتلقي:

للمتلقي المحلي (العربي/الفلسطيني): يُفعّل رمز الكتاب والمبنى كرموز علم وثقافة.

للمتلقي الدولي: يقدّم رموزًا عالمية للعلم والتكنولوجيا (الكتاب، المبنى).

هذا التوازن يُظهر وعي المصمم بأطراف العملية الاتصالية الثلاثة (المرسل، الرسالة، المستقبل)، ويضع المتلقي– بمختلف خلفياته – في قلب التصميم، مما يعزز فاعلية الرسالة ونجاح الهوية البصرية. هذا يتوافق تمامًا مع المؤشر 14، حيث يُعتبر المتلقي طرفًا فاعلًا ورئيسياً في إنجاح المهمة الاتصالية.

الخلاصة

يُظهر الشعار جهدًا واضحًا في الجمع بين الرموز الدينية والعلمية، حيث يشكل الكتاب والمبنى حجر الأساس للهوية الأكاديمية. ومع ذلك، فإن الاعتماد الكلي على الخط العربي في الجزء العلوي قد يضعف من قدرته على التواصل الفوري مع الجمهور الدولي، رغم وجود النص الإنجليزي. كان من الأفضل تعديل وزن الخط العربي ليكون أكثر حداثة وانسيابية، أو إضافة عنصر بصري صغير (مثل شعار صغير) يرتبط بالنص الإنجليزي، لتعزيز التوازن البصري والتواصل العالمي دون التضحية بالهوية المحلية.

شكل (6.4): شعار جامعة فلسطين التقنية

6.4 العينة السادسة: جامعة فلسطين التقنية – خضوري

جامعة فلسطين التقنية وتعرف أيضًا باسم جامعة خضوري؛ هي جامعة فلسطينية تقع في مدينة طولكرم، تعد من أقدم وأبرز جامعات دولة فلسطين، وهي الجامعة الحكومية الأولى والوحيدة في الضفة الغربية، تأسست في مدينة طولكرم عام 1930 كمعهد يخدم عموم فلسطين والدول المجاورة، ثم تطورت لتصبح جامعة. صُنفت الجامعة بالمرتبة 2 فلسطينيًا و43 عربيًا وفق التصنيف العربي للجامعات للعام 2023–2024، وصُنفت بالمرتبة 2 فلسطينيًا للعام 2024 وفق تصنيف التايمز العالمي. والجامعة عضو في كل من الاتحاد الدولي للجامعات، واتحاد الجامعات العربية، واتحاد الجامعات المتوسطية، واتحاد جامعات العالم الإسلامي، واتحاد الجامعات العربية الأوروبية، وغيرها.

تحليل شعار جامعة فلسطين التقنية – خضوري

الشكل:

- **شكل دائري مزدوج:** يحيط بالشعار دائرتان متحدتا المركز.
- **تصميم داخلي متعدد العناصر:**
  - **الحروف الإنجليزية المختصرة:** يظهر في الجزء العلوي الأوسط الحرفان "PTU" بخط كبير وواضح.
  - **الاسم بالإنجليزية (أسفل المختصر):** تظهر كلمة "Kadoorie" بخط أصغر أسفل الحروف المختصرة.

- **الكتاب المفتوح والكرة الأرضية:** يتوسط الشعار رسم لكتاب مفتوح تعلوه كرة أرضية. الكتاب يرمز إلى المعرفة والعلم، بينما الكرة الأرضية قد ترمز إلى الشمولية والتوسع العالمي للمعرفة أو التخصصات المتعلقة بالأرض والبيئة.
- **إكليل الغار:** يحيط بالكتاب والكرة الأرضية من الأسفل إكليل من أوراق الغار، يرمز تقليديًا إلى التميز والإنجاز الأكاديمي.
- **رمز الترس:** يظهر جزء من ترس على جانبي الكتاب وإكليل الغار، يرمز إلى التقنية والهندسة.
- **تاريخ التأسيس:** يظهر الرقم "1930" أسفل إكليل الغار، يشير إلى تاريخ تأسيس المؤسسة.

- **كتابة محيطة بالشعار:**
  - **بالعربية (الجزء العلوي):** "جامعة فلسطين التقنية" بخط عربي واضح يتبع انحناء الدائرة.
  - **بالإنجليزية (الجزء السفلي):** "Palestine Technical University"بخط لاتيني واضح يتبع انحناء الدائرة.

اللون:

- **الأزرق:** يستخدم للإطار الدائري، والحروف الإنجليزية"PTU" ، والكرة الأرضية، والكتابة العربية المحيطة بالشعار. الأزرق يرمز غالبًا إلى الثقة، والاستقرار، والمعرفة.
- **الأخضر:** يستخدم لإكليل الغار، وكلمة"Kadoorie" ، والكتابة الإنجليزية المحيطة بالشعار. الأخضر قد يرمز إلى النمو والأرض والبيئة (بشكل خاص مع وجود الكرة الأرضية).
- **الأسود:** يستخدم لرسم الكتاب والترس وتاريخ التأسيس. الأسود يوحي بالرسمية والوضوح.
- **الأبيض:** يستخدم لخلفية الشعار وداخل الكتاب، مما يوفر وضوحًا للعناصر الأخرى.
- **الأحمر:** يظهر بشكل محدود داخل الكرة الأرضية لتمثيل القارات، مما يضيف لمسة لونية بسيطة.

الكتابة:

- **بالإنجليزية (مختصر):** "PTU"بخط كبير وواضح.
- **بالإنجليزية (الاسم):** "Kadoorie"بخط أصغر وأكثر انسيابية.
- **بالعربية:** "جامعة فلسطين التقنية" بخط عربي واضح.

- **بالإنجليزية:** "Palestine Technical University"بخط لاتيني واضح.
- **بالأرقام:** "1930"بخط واضح وبسيط.

التحليل:

الهوية البصرية كبنية بصرية تكاملية

الشعار يُقدم نموذجًا متميزًا للتكامل البصري، حيث يجمع بين رمزية علمية وتقنية وتاريخية داخل إطار دائري متماسك. العناصر الأساسية – التروس، الكتاب، الكرة الأرضية، وأوراق الغار – لا تعمل بشكل منفصل، بل تتفاعل لتشكيل وحدة مترابطة. التروس تحيط بالعنصر المركزي (الكتاب والكرة)، بينما تشكل أوراق الغار إطارًا داخليًا يربط بين النصوص والعناصر الرمزية. هذا التصميم يسمح بالتطبيق عبر مختلف الوسائط دون فقدان هويته أو وظيفته، مما يجعله بنية مرنة وقابلة للتكيف مع السياقات التنفيذية المختلفة.

توظيف الخط العربي والزخرفة الإسلامية كعناصر حاسمة

الخط العربي المستخدم في اسم الجامعة "جامعة فلسطين التقنية" هو خط كوفي مزخرف، يحمل طابعًا تقليديًا يعكس الجذور الثقافية والتاريخية للمؤسسة. هذا الاختيار ليس عشوائيًا، بل يهدف إلى تعزيز الانتماء الحضاري والثقافي، حيث يُعد الخط الكوفي رمزًا للهوية الإسلامية والعربية. كما أن استخدام الزخارف النباتية (أوراق الغار) يضيف بعدًا زخرفيًا يرتبط بالتقاليد الإسلامية، مما يعزز الرسالة الثقافية للشعار دون الحاجة إلى صور مباشرة أو نمطية.

مقروئية النصوص كممر سريع للاتصال

الشعار يحقق مستوى عالٍ من المقروئية في كلا النصين:

النص العربي واضح ومكتوب بخط كوفي مزخرف، لكنه يحتفظ بوضوح الحروف وسهولة القراءة.

النص الإنجليزي " "Palestine Technical Universityمكتوب بخط Sans-serif بسيط وواضح، مما يضمن قراءته بسهولة على مختلف الأحجام والوسائط.

لا يوجد أي إخلال بالوظيفة الاتصالية حتى في حالات التنفيذ بالأبيض والأسود أو عند التصغير، نظرًا لوضوح التباين بين العناصر والبساطة في التكوين. هذا يؤكد أن الشعار تم تصميمه مع مراعاة وسائل التنفيذ المختلفة، مما يحافظ على فعاليته الاتصالية في جميع السياقات.

الرمزية والاختزال في التعبير

الشعار يعتمد على رمزية مكثّفة وفعّالة:

1. التروس: ترمز إلى الجانب التقني والهندسي للجامعة.
2. الكتاب: يمثل العلم والمعرفة.
3. الكرة الأرضية: تشير إلى البعد العالمي والانفتاح على العالم.
4. أوراق الغار: ترمز إلى النصر والتفوق الأكاديمي.

هذه الرموز مجتمعة تعبر عن رسائل معقدة (تقنية، علمية، عالمية، ثقافية) عبر عناصر بسيطة لكنها دالة. هذا يتوافق مع مبدأ "الاختزال والتكثيف" الذي يشير إليه المؤشر 11، حيث يعطي للرمز أهمية كبيرة في تأسيس الهوية البصرية.

دور الألوان وأهمية الاختيار المحدود

الشعار يعتمد على مجموعة محدودة من الألوان: الأزرق، الأخضر، والأحمر.

اللون الأزرق يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (الثقة، الاستقرار، العلم).

اللون الأخضر يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (النمو، الأمل، الاستقرار).

اللون الأحمر يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (الطاقة، الحيوية، التميز).

الشعار لا يستخدم ألوانًا عشوائية أو شائعة بشكل مفرط، بل يُركّز على ألوان دالة تعزز التميّز. هذا يتوافق مع تحدي "اختيار الألوان بمحدودية" كما ورد في المؤشر 12، حيث يضمن الوضوح والبقاء في الذاكرة دون الوقوع في التكرار.

الأداء الوظيفي عبر التطبيقات التنفيذية

التصميم يمتلك قدرة تطبيقية عالية:

بساطة الأشكال وتباينها الواضح يجعله قابلاً للحفر على الخشب أو الزجاج.

وضوح الخطوط يضمن نجاحه في الطباعة على الورق أو الأقمشة أو اللوحات الإعلانية.

عدم الاعتماد على تدرجات لونية معقدة أو تفاصيل دقيقة جدًّا يضمن بقاء فعاليته حتى عند تصغير الحجم (كأيقونة أو في الرأسية البريدية).

هذا الأداء الوظيفي يتوافق مع متطلبات المؤشر 13، حيث يُظهر أن الشعار ملائم للتطبيقات التنفيذية المتعددة والمختلفة، من الطباعة إلى النحت.

الوظيفة الاتصالية ودور المتلقي

الشعار يُحقّق وظيفته الاتصالية بفعالية عبر مراعاة خلفيات المتلقي:

للمتلقي المحلي (العربي/الفلسطيني): يُفعّل رمز التروس والكتاب كرموز علم وتقنية.

للمتلقي الدولي: يقدّم رموزًا عالمية للعلم والتكنولوجيا (التروس، الكرة الأرضية).

هذا التوازن يُظهر وعي المصمم بأطراف العملية الاتصالية الثلاثة (المرسل، الرسالة، المستقبل)، ويضع المتلقي – بمختلف خلفياته– في قلب التصميم، مما يعزز فاعلية الرسالة ونجاح الهوية البصرية. هذا يتوافق تمامًا مع المؤشر 14، حيث يُعتبر المتلقي طرفًا فاعلًا ورئيسياً في إنجاح المهمة الاتصالية.

الخلاصة

يُعد هذا الشعار من أكثر الشعارات تناسقًا في التعبير عن الهوية التقنية والثقافية، حيث تتكامل التروس مع الكتاب وأوراق الغار بشكل سلس. غير أنه قد يُنظر إليه على أنه تقليدي بعض الشيء في اختيار الزخارف، مما قد لا يجذب جمهورًا شابًا أو دوليًا يبحث عن التحديث. كان من الأفضل استبدال اغصان الزيتون برمز أكثر حداثة يحمل نفس المعنى (مثل شكل هندسي يشبه الإكليل أو شبكة)، أو تبسيط خطوط الزخرفة، لجعل التصميم أكثر جاذبية للجيل الجديد مع الحفاظ على الرموز الأساسية.

شكل (7.4): شعار جامعة القدس المفتوحة

7.4 العينة السابعة: شعار جامعة القدس المفتوحة

طرحت فكرتها عام 1975 لسد احتياجات الفلسطينيين للتعليم العالي بطلب من منظمة التحرير الفلسطينية، حيث قامت اليونسكو بإعداد دراسة الجدوى للجامعة عام 1980 وأقرت الدراسة من قبل المؤتمر العام لليونسكو.

في بدأت نهاية عام 1985، افتتح المقر المؤقت للجامعة في عمان حيث أعدت الخطط الدراسية والبرامج الأكاديمية. وفي عام 1991 باشرت الجامعة تقديم التعليم للفلسطينيين ونقل المركز إلى مدينة رام الله، وأنشئت مراكز دراسية في المدن الفلسطينية الكبرى. الدفعة الأولى تخرجت عام 1997. ووصل عدد الطلاب إلى ما يقارب الحوالي خمسة وستون الف في عام 2008.

للجامعة فروع داخل فلسطين وخارجها حيث تسعى الجامعة لتقديم خدماتها لكافة قطاعات الشعب الفلسطيني والعرب اينما تواجد وضمن الإمكانات والظروف التي تتيحها الدول. وتستعد الجامعة لافتتاح فرع لها للجالية العربية في ألمانيا وتسعى إدارة الجامعة إلى فتح أبواب التسجيل للماجستير في تخصصات عدة ابتداء من عام 2011.

تحليل شعار جامعة القدس المفتوحة

الشكل:

- **شكل دائري:** يحيط بالشعار شكل دائري متعدد الطبقات.
- **تصميم داخلي متعدد العناصر:**

- **قبة ذهبية فوق خريطة:** يتوسط الشعار رسم لقبة ذهبية (قد ترمز إلى قبة الصخرة أو رمز معماري ذي دلالة) تعلو رسما لخريطة فلسطين باللون الأبيض على خلفية خضراء.
- **شريط علوي بألوان العلم الفلسطيني:** يعلو القبة والخريطة شريط مقسم أفقيًا بألوان العلم الفلسطيني (أسود، أبيض، أحمر، أخضر).
- **شعار صغير أعلى القبة:** يظهر رمز صغير باللون الأبيض أعلى القبة، قد يمثل هلالًا أو عنصرًا زخرفيا.

- **كتابة محيطة بالشعار:**
- **بالعربية (على اليمين):** "جامعة القدس المفتوحة" بخط عربي واضح يتبع انحناء الدائرة.
- **بالإنجليزية (على اليسار):** "Al-Quds Open University"بخط لاتيني واضح يتبع انحناء الدائرة.

اللون:

- **الأخضر:** يستخدم لخلفية الخريطة. يرمز إلى الأرض والنمو والانتماء.
- **الأبيض:** يستخدم للخريطة وللرمز الصغير أعلى القبة. يرمز إلى النقاء والسلام.
- **الذهبي/الأصفر:** يستخدم للقبة والإطار الداخلي. يرمز إلى القيمة والأهمية والإشراق.
- **ألوان العلم الفلسطيني (أسود، أبيض، أحمر، أخضر):** تستخدم في الشريط العلوي، وتمثل الهوية الوطنية.

الكتابة:

- **بالعربية:** "جامعة القدس المفتوحة" بخط عربي واضح وذو طابع رسمي.
- **بالإنجليزية:** "Al-Quds Open University"بخط لاتيني Sans-serif واضح وبسيط.

التحليل:

الهوية البصرية كبنية بصرية تكاملية

الشعار يُقدم نموذجًا متميزًا للتكامل البصري، حيث يجمع بين رمزية ثقافية وسياسية وجغرافية داخل إطار دائري متماسك. العناصر الأساسية – خريطة فلسطين، قبة الصخرة، الألوان الوطنية، والنص العربي والإنجليزي – لا تعمل بشكل منفصل، بل تتفاعل لتشكيل وحدة مترابطة. الخريطة تشكل القاعدة، والقبة تعلوها، والألوان الوطنية تحيط بهما، بينما ينساب النص العربي

حول القمة والنص الإنجليزي حول القاعدة. هذا التصميم يسمح بالتطبيق عبر مختلف الوسائط دون فقدان هويته أو وظيفته، مما يجعله بنية مرنة وقابلة للتكيف مع السياقات التنفيذية المختلفة.

توظيف الخط العربي والزخرفة الإسلامية كعناصر حاسمة

الشعار يستخدم الخط العربي الحديث (بخط واضح وسهل القراءة) لكتابة اسم الجامعة "جامعة القدس المفتوحة" على قوس خارجي، وهو خط يحمل طابعًا تقليديًا يعكس الهوية الثقافية والحضارية للجامعة. كما أن استخدام الخط العربي ذاته يُعدّ تعبيرًا عن الانتماء الحضاري. هذا التوظيف يحقق الغرض الثقافي للشعار، حيث ينقل رسالة ثقافية واضحة للمتلقي المحلي والعربي. كما أن وجود قبة الصخرة يضيف بعدًا دينيًا وثقافيًا يعزز الهوية الإسلامية للجامعة.

مقروئية النصوص كممر سريع للاتصال

الشعار يراعي مقروئية عالية في كلا النصين:

النص العربي واضح، مكتوب بحجم مناسب، وبخط يُميّز الحروف بسلاسة دون تشويش.

النص الإنجليزي مكتوب بخط Sans-serif واضح (يشبه (Arial، مما يضمن مقروئيته على مختلف الأحجام والوسائط (طباعة، شاشات، نحت، إلخ).

لا يوجد إخلال بالوظيفة الاتصالية حتى في حالات التنفيذ بالأبيض والأسود أو عند التصغير، نظرًا لوضوح التباين بين العناصر والبساطة في التكوين. هذا يؤكد أن الشعار تم تصميمه مع مراعاة وسائل التنفيذ المختلفة، مما يحافظ على فعاليته الاتصالية في جميع السياقات.

الرمزية والاختزال في التعبير

الشعار يعتمد على رمزية مكثّفة وفعّالة:

1. خريطة فلسطين: ترمز إلى الهوية الوطنية والسياسية.
2. قبة الصخرة: تشير إلى القدس والهوية الإسلامية.
3. الألوان الوطنية: ترمز إلى التراث والهوية الفلسطينية.

هذه الرموز مجتمعة تعبر عن رسائل معقدة (ثقافية، وطنية، أكاديمية) عبر عناصر بسيطة لكنها دالة. هذا يتوافق مع مبدأ "الاختزال والتكثيف" الذي يشير إليه المؤشر 11، حيث يعطي للرمز أهمية كبيرة في تأسيس الهوية البصرية.

دور الألوان وأهمية الاختيار المحدود

- الشعار يعتمد على مجموعة محدودة من الألوان: الأحمر، الأخضر، الأسود، والأبيض.
- اللون الأحمر يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (القوة، الطاقة، التضحية).
- اللون الأخضر يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (النمو، الأمل، الاستقرار).
- اللون الأسود يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (القوة، الثبات، المهارة).
- اللون الأبيض يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (السلام، النقاء، الأمل).

الشعار لا يستخدم ألوانًا عشوائية أو شائعة بشكل مفرط، بل يُركّز على ألوان دالة تعزز التميّز. هذا يتوافق مع تحدي "اختيار الألوان بمحدودية" كما ورد في المؤشر 12، حيث يضمن الوضوح والبقاء في الذاكرة دون الوقوع في التكرار.

الأداء الوظيفي عبر التطبيقات التنفيذية

التصميم يمتلك قدرة تطبيقية عالية:

بساطة الأشكال وتباينها الواضح يجعله قابلاً للحفر على الخشب أو الزجاج.

وضوح الخطوط يضمن نجاحه في الطباعة على الورق أو الأقمشة أو اللوحات الإعلانية.

عدم الاعتماد على تدرجات لونية معقدة أو تفاصيل دقيقة جدًّا يضمن بقاء فعاليته حتى عند تصغير الحجم (كأيقونة أو في الرأسية البريدية).

هذا الأداء الوظيفي يتوافق مع متطلبات المؤشر 13، حيث يُظهر أن الشعار ملائم للتطبيقات التنفيذية المتعددة والمختلفة، من الطباعة إلى النحت.

الوظيفة الاتصالية ودور المتلقي

الشعار يُحقّق وظيفته الاتصالية بفعالية عبر مراعاة خلفيات المتلقي:

للمتلقي المحلي (العربي/الفلسطيني): يُفعّل رمز الخريطة والقبة كرموز وطن وثقافة.

للمتلقي الدولي: يقدّم رموزًا عالمية للعلم والتكنولوجيا (الخريطة، القبة).

هذا التوازن يُظهر وعي المصمم بأطراف العملية الاتصالية الثلاثة (المرسل، الرسالة، المستقبل)، ويضع المتلقي – بمختلف خلفياته – في قلب التصميم، مما يعزز فاعلية الرسالة ونجاح الهوية البصرية. هذا يتوافق تمامًا مع المؤشر 14، حيث يُعتبر المتلقي طرفًا فاعلًا ورئيسياً في إنجاح المهمة الاتصالية.

الخلاصة

يتميز الشعار بقوة رمزية عالية، حيث يربط بين الهوية الوطنية (خريطة فلسطين) والهوية الدينية (قبة الصخرة) بطريقة مباشرة وفعّالة. لكنه يواجه تحديًا في التميز البصري بسبب الاعتماد على الألوان الوطنية التي قد تُستخدم بكثرة في شعارات أخرى، مما يقلل من فرادة التصميم. كان من الأفضل إدخال لون ثالث أو تدرج لوني خفيف في الخلفية أو في أحد العناصر (مثل القبة أو الخريطة)، لخلق هوية بصرية فريدة وسهلة التعرف عليها، دون التأثير على الرسالة الوطنية.

شكل (8.4): شعار جامعة الاستقلال

8.4 العينة الثامنة: شعار جامعة الاستقلال

جامعة الاستقلال جامعة فلسطينية في مدينة أريحا، تعد أحدث الجامعات الحكومية الفلسطينية، والأولى والوحيدة المختصة في مجال العلوم الأمنية والعسكرية والشرطية. تقدم جامعة الاستقلال 7 برامج للبكالوريس، وحوالي 8 تخصصاً في الدبلوم المتوسط، وضع حجر أساسها عام 1998 تحت مسمى الأكاديمية الفلسطينية للعلوم الأمنية، وافتتحت سنة 2007 كمؤسسة تعليم عال. وفي عام 2011 حولت إلى جامعة.

الشكل:

- **شعار مركب:** يتكون الشعار من عنصرين رئيسيين موضوعين فوق بعضهما البعض:
  - **رسم نسر باسط جناحيه:** يظهر في الجزء العلوي رسم قوي لنسر ذهبي وأزرق داكن باسطًا جناحيه بشكل مهيب. النسر يرمز غالبًا إلى القوة، والحرية، والسمو، والرؤية الواسعة.
  - **درع يحمل كتابًا مفتوحًا:** يقع أسفل النسر درع تقليدي الشكل يحمل في وسطه رسما لكتاب مفتوح. الدرع يرمز إلى الحماية والأمن، والكتاب يرمز إلى العلم والمعرفة. تظهر كلمة "PASS" باللون الأبيض على شريط أسود صغير أسفل الكتاب.
- **كتابة أسفل الشعار:** يظهر أسفل الرسم اسم الجامعة باللغتين العربية والإنجليزية:
  - **بالعربية (في الأعلى):** "جامعة الاستقلال" بخط عربي واضح وذو طابع رسمي.

- **بالإنجليزية (في الأسفل):** "AL-ISTIQLAL UNIVERSITY"بخط لاتيني واضح وبسيط.

اللون:

- **الأزرق الداكن:** يستخدم لريش النسر الخارجي وللدرع وللكتابة الإنجليزية. الأزرق يرمز غالبًا إلى الثقة والاستقرار.
- **الذهبي/الأصفر:** يستخدم لريش النسر الداخلي وللكتاب العربي. يرمز إلى القيمة والتميز.
- **الأبيض:** يستخدم لجسم النسر ورأسه وللكتاب المفتوح ولكلمة ."PASS" يرمز إلى النقاء والوضوح.
- **الأسود:** يستخدم للشريط الصغير الذي يحمل كلمة ."PASS" يوحي بالقوة والجدية.

الكتابة:

- **بالعربية:** "جامعة الاستقلال" بخط عربي واضح وذو طابع رسمي.
- **بالإنجليزية:** "AL-ISTIQLAL UNIVERSITY"بخط لاتيني Sans-serif واضح وبسيط.
- **بالإنجليزية (مختصرة):** "PASS"بخط لاتيني Sans-serif صغير وواضح.

التحليل:

الهوية البصرية كبنية بصرية تكاملية

الشعار يُقدم نموذجًا متميزًا للتكامل البصري، حيث يجمع بين رمزية قوية وتصميم هندسي دقيق داخل إطار غير تقليدي (بدون إطار دائري أو مربع). العناصر الأساسية – النسر، الكتاب، الدرع، والنص العربي والإنجليزي – لا تعمل بشكل منفصل، بل تتفاعل لتشكيل وحدة مترابطة. النسر يتوسط التصميم، والكتاب يشكل قاعدة له داخل الدرع، بينما ينساب النص العربي أسفل الدرع والنص الإنجليزي تحته. هذا التكوين يسمح بالتطبيق عبر مختلف الوسائط دون فقدان هويته أو وظيفته، مما يجعله بنية مرنة وقابلة للتكيف مع السياقات التنفيذية المختلفة.

توظيف الخط العربي والزخرفة الإسلامية كعناصر حاسمة

الشعار يستخدم الخط العربي الحديث (بخط واضح وسهل القراءة) لكتابة اسم الجامعة "جامعة الاستقلال" أسفل الدرع، وهو خط يحمل طابعًا تقليديًا يعكس الهوية الثقافية والحضارية للجامعة. كما أن استخدام الخط العربي ذاته يُعدّ تعبيرًا عن الانتماء الحضاري. هذا التوظيف يحقق الغرض الثقافي للشعار، حيث ينقل رسالة ثقافية واضحة للمتلقي المحلي والعربي. كما أن وجود الدرع يضيف بعدًا رمزيًا للقوة والحماية، مما يعزز الهوية الوطنية للجامعة.

مقروئية النصوص كممر سريع للاتصال

الشعار يراعي مقروئية عالية في كلا النصين:

النص العربي واضح، مكتوب بحجم مناسب، وبخط يُميّز الحروف بسلاسة دون تشويش.

النص الإنجليزي مكتوب بخط Sans-serif واضح (يشبه (Arial، مما يضمن مقروئيته على مختلف الأحجام والوسائط (طباعة، شاشات، نحت، إلخ).

لا يوجد إخلال بالوظيفة الاتصالية حتى في حالات التنفيذ بالأبيض والأسود أو عند التصغير، نظرًا لوضوح التباين بين العناصر والبساطة في التكوين. هذا يؤكد أن الشعار تم تصميمه مع مراعاة وسائل التنفيذ المختلفة، مما يحافظ على فعاليته الاتصالية في جميع السياقات.

الرمزية والاختزال في التعبير

1. الشعار يعتمد على رمزية مكثّفة وفعّالة:
2. النسر: يمثل القوة، الحرية، الطموح، والارتقاء.
3. الكتاب: يمثل العلم، المعرفة، والتعليم.
4. الدرع: يمثل القوة، الحماية، والاستقلال.

هذه الرموز مجتمعة تعبر عن رسائل معقدة (ثقافية، وطنية، أكاديمية) عبر عناصر بسيطة لكنها دالة. هذا يتوافق مع مبدأ "الاختزال والتكثيف" الذي يشير إليه المؤشر 11، حيث يعطي للرمز أهمية كبيرة في تأسيس الهوية البصرية.

دور الألوان وأهمية الاختيار المحدود

الشعار يعتمد على مجموعة محدودة من الألوان: الأزرق، الأصفر، والأسود.

- اللون الأزرق يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (الثقة، الاستقرار، العلم).
- اللون الأصفر يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (الطاقة، الحيوية، التميز).
- اللون الأسود يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (القوة، الثبات، المهارة).

الشعار لا يستخدم ألوانًا عشوائية أو شائعة بشكل مفرط، بل يُركّز على ألوان دالة تعزز التميّز. هذا يتوافق مع تحدي "اختيار الألوان بمحدودية" كما ورد في المؤشر 12، حيث يضمن الوضوح والبقاء في الذاكرة دون الوقوع في التكرار.

الأداء الوظيفي عبر التطبيقات التنفيذية

التصميم يمتلك قدرة تطبيقية عالية:

بساطة الأشكال وتباينها الواضح يجعله قابلاً للحفر على الخشب أو الزجاج.

وضوح الخطوط يضمن نجاحه في الطباعة على الورق أو الأقمشة أو اللوحات الإعلانية.

عدم الاعتماد على تدرجات لونية معقدة أو تفاصيل دقيقة جدًّا يضمن بقاء فعاليته حتى عند تصغير الحجم (كأيقونة أو في الرأسية البريدية).

هذا الأداء الوظيفي يتوافق مع متطلبات المؤشر 13، حيث يُظهر أن الشعار ملائم للتطبيقات التنفيذية المتعددة والمختلفة، من الطباعة إلى النحت.

الوظيفة الاتصالية ودور المتلقي

الشعار يُحقّق وظيفته الاتصالية بفعالية عبر مراعاة خلفيات المتلقي:

للمتلقي المحلي (العربي/الفلسطيني): يُفعّل رمز النسر والكتاب كرموز علم وثقافة.

للمتلقي الدولي: يقدّم رموزًا عالمية للعلم والطموح (النسر، الكتاب).

هذا التوازن يُظهر وعي المصمم بأطراف العملية الاتصالية الثلاثة (المرسل، الرسالة، المستقبل)، ويضع المتلقي – بمختلف خلفياته – في قلب التصميم، مما يعزز فاعلية الرسالة ونجاح الهوية البصرية. هذا يتوافق تمامًا مع المؤشر 14، حيث يُعتبر المتلقي طرفًا فاعلًا ورئيسياً في إنجاح المهمة الاتصالية.

الخلاصة

يُعد هذا الشعار من أكثر الشعارات قوة في التعبير عن القوة والحرية من خلال رمز النسر، وهو ما ينسجم تمامًا مع اسم الجامعة. غير أن التصميم العام يبدو تقليديًا إلى حد ما، وقد لا يعكس حيوية الحياة الأكاديمية الحديثة. كان من الأفضل إضافة عنصر ديناميكي بسيط، مثل حركة الأجنحة أو ظلال خفيفة، لإعطاء إحساس بالحركة والتطور، مما يعزز فكرة "الاستقلال" كعملية مستمرة وليست حالة ثابتة.

شكل (9.4): شعار جامعة بيت لحم

9.4 العينة التاسعة: شعار جامعة بيت لحم

فتحت جامعة بيت لحم أبوابها للدارسين في الأول من تشرين الأول عام 1973 إذ التحق بها 112 طالبًا وطالبة. وكانت زيارة البابا بولس السادس للأراضي المقدسة عام 1964 قد أدت في نهاية الأمر إلى فكرة تأسيس جامعة. وتحقيقًا لرغبة البابا في مساعدة الشعب الفلسطيني، شكّل القاصد الرسولي المطران بيو لاغي عام 1972 لجنة من بعض التربويين والقيادات المحلية طالبًا منهم تقديم الاقتراحات لإنجاز مشروع ما ومتابعته، فأدت تلك المناقشات إلى فكرة تأسيس الجامعة. وفي عام 1973 وُقّعت بروتوكولات الاتفاق بين الفاتيكان والرئيس العام لإخوة المدارس المسيحية لكي يتولوا مهام إدارة الجامعة. وفي عام 1973 ذاته أصبحت جامعة بيت لحم أول جامعة مسجلة رسميًا في فلسطين وعضوًا مؤسسًا في مجلس التعليم العالي الفلسطيني في عام 1978.

العنصر الأول (على اليسار):

- **الشكل:** درع تقليدي باللون الأزرق الداكن يحمل ثلاثة أشكال تشبه زنابق أو أزهار باللون الأصفر الذهبي مرتبة عموديًا. يعلو الدرع نجمة ذهبية ذات خمسة فروع. يظهر شريط منحني أسفل الدرع يحمل كلمة "PERMANENT" باللون الذهبي على خلفية زرقاء.
- **اللون:** الأزرق الداكن والذهبي.
- **الكتابة:** "PERMANENT"بخط لاتيني واضح.

- **النمط:** تصميم شعاري نبيل أو تقليدي.

العنصر الثاني (في المنتصف):

- **الشكل:** يتضمن اسم الجامعة باللغتين الإنجليزية والعربية موضوعتين فوق بعضهما البعض.
- **الكتابة:**
  - "BETHLEHEM UNIVERSITY"بخط لاتيني واضح وبارز.
  - "جامعة بيت لحم" بخط عربي أنيق وواضح.
- **اللون:** الأسود.
- **النمط:** تصميم يعتمد على الكلمات بشكل أساسي.

العنصر الثالث (على اليمين):

- **الشكل:** تصميم احتفالي بالذكرى الخمسين للجامعة. يتضمن الرقم "50" باللون الذهبي، ويحيط بدائرة زرقاء وبيضاء تحتوي على رسم تخطيطي لبناء (قد يكون جزءًا من الجامعة) وتاريخ "1973 – 2023". يظهر شعار أصغر في الجزء العلوي من الدائرة.
- **اللون:** الذهبي، الأزرق، الأبيض.
- **الكتابة:** أرقام وتاريخ بخط لاتيني، وكتابة عربية غير واضحة داخل الشعار الأصغر.
- **النمط:** تصميم احتفالي بأسلوب عصري.

التحليل:

المؤشر 8: **الهوية البصرية كبنية بصرية تكاملية**

الشعار يُقدم نموذجًا متميزًا للتكامل البصري، حيث يجمع بين رمزية تقليدية وعصرية داخل إطار غير تقليدي (بدون إطار دائري أو مربع). العناصر الأساسية – الدرع، النجمة، الأحرف المتقاطعة، والنص العربي والإنجليزي – لا تعمل بشكل منفصل، بل تتفاعل لتشكيل وحدة مترابطة. الدرع يشكل القاعدة، والنجمة تعلوه، والأحرف المتقاطعة تشكل قلب الدرع، بينما ينساب النص العربي أسفل الدرع والنص الإنجليزي إلى يمينه. هذا التكوين يسمح بالتطبيق عبر مختلف الوسائط دون فقدان هويته أو وظيفته، مما يجعله بنية مرنة وقابلة للتكيف مع السياقات التنفيذية المختلفة.

توظيف الخط العربي والزخرفة الإسلامية كعناصر حاسمة

الشعار يستخدم الخط العربي الحديث (بخط واضح وسهل القراءة) لكتابة اسم الجامعة "جامعة بيت لحم" أسفل الدرع، وهو خط يحمل طابعًا تقليديًا يعكس الهوية الثقافية والحضارية للجامعة. كما أن استخدام الخط العربي ذاته يُعدّ تعبيرًا عن الانتماء الحضاري. هذا التوظيف يحقق الغرض الثقافي للشعار، حيث ينقل رسالة ثقافية واضحة للمتلقي المحلي والعربي. كما أن وجود النجمة يضيف بعدًا دينيًا وثقافيًا يعزز الهوية الإسلامية للجامعة.

مقروئية النصوص كممر سريع للاتصال

الشعار يراعي مقروئية عالية في كلا النصين:

النص العربي واضح، مكتوب بحجم مناسب، وبخط يُميّز الحروف بسلاسة دون تشويش.

النص الإنجليزي مكتوب بخط Serif واضح (يشبه Times New Roman)، مما يضمن مقروئيته على مختلف الأحجام والوسائط (طباعة، شاشات، نحت، إلخ).

لا يوجد إخلال بالوظيفة الاتصالية حتى في حالات التنفيذ بالأبيض والأسود أو عند التصغير، نظرًا لوضوح التباين بين العناصر والبساطة في التكوين. هذا يؤكد أن الشعار تم تصميمه مع مراعاة وسائل التنفيذ المختلفة، مما يحافظ على فعاليته الاتصالية في جميع السياقات.

الرمزية والاختزال في التعبير

1. الشعار يعتمد على رمزية مكثّفة وفعّالة:
2. الدرع: يمثل القوة، الحماية، والاستقلال.
3. النجمة: تشير إلى القدس والهوية الإسلامية.

الأحرف المتقاطعة: ترمز إلى التعليم والمعرفة.

هذه الرموز مجتمعة تعبر عن رسائل معقدة (ثقافية، وطنية، أكاديمية) عبر عناصر بسيطة لكنها دالة. هذا يتوافق مع مبدأ "الاختزال والتكثيف" الذي يشير إليه المؤشر 11، حيث يعطي للرمز أهمية كبيرة في تأسيس الهوية البصرية.

دور الألوان وأهمية الاختيار المحدود

الشعار يعتمد على مجموعة محدودة من الألوان: الأزرق، الأصفر، والأسود.

- اللون الأزرق يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (الثقة، الاستقرار، العلم).
- اللون الأصفر يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (الطاقة، الحيوية، التميز).
- اللون الأسود يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (القوة، الثبات، المهارة).

الشعار لا يستخدم ألوانًا عشوائية أو شائعة بشكل مفرط، بل يُركّز على ألوان دالة تعزز التميّز. هذا يتوافق مع تحدي "اختيار الألوان بمحدودية" كما ورد في المؤشر 12، حيث يضمن الوضوح والبقاء في الذاكرة دون الوقوع في التكرار.

الأداء الوظيفي عبر التطبيقات التنفيذية

التصميم يمتلك قدرة تطبيقية عالية:

بساطة الأشكال وتباينها الواضح يجعله قابلاً للحفر على الخشب أو الزجاج.

وضوح الخطوط يضمن نجاحه في الطباعة على الورق أو الأقمشة أو اللوحات الإعلانية.

عدم الاعتماد على تدرجات لونية معقدة أو تفاصيل دقيقة جدًا يضمن بقاء فعاليته حتى عند تصغير الحجم (كأيقونة أو في الرأسية البريدية).

هذا الأداء الوظيفي يتوافق مع متطلبات المؤشر 13، حيث يُظهر أن الشعار ملائم للتطبيقات التنفيذية المتعددة والمختلفة، من الطباعة إلى النحت.

الوظيفة الاتصالية ودور المتلقي

الشعار يُحقّق وظيفته الاتصالية بفعالية عبر مراعاة خلفيات المتلقي:

للمتلقي المحلي (العربي/الفلسطيني): يُفعّل رمز الدرع والنجمة كرموز علم وثقافة.

للمتلقي الدولي: يقدّم رموزًا عالمية للعلم والتكنولوجيا (الدرع، النجمة).

هذا التوازن يُظهر وعي المصمم بأطراف العملية الاتصالية الثلاثة (المرسل، الرسالة، المستقبل)، ويضع المتلقي – بمختلف خلفياته – في قلب التصميم، مما يعزز فاعلية الرسالة ونجاح الهوية البصرية. هذا يتوافق تمامًا مع المؤشر 14، حيث يُعتبر المتلقي طرفًا فاعلًا ورئيسياً في إنجاح المهمة الاتصالية.

الخلاصة

يُقدم هذا الشعار نموذجًا متميزًا للتكامل بين الرمزية التاريخية (الدرع والنجمة) والحداثة في التصميم. لكنه يواجه تحديًا في التوازن بين العناصر، حيث يُمكن أن يُنظر إلى النجمة على أنها تهيمن على التصميم، مما يقلل من التركيز على العنصر الأكاديمي (الكتاب). كان من الأفضل تقليل حجم النجمة أو تغيير موقعها ليكون تكميليًا وليس محوريًا، أو دمجها مع الدرع بطريقة أكثر تكاملًا، لتعزيز التوازن البصري والتركيز على المهمة التعليمية.

شكل (10.4): شعار جامعة العربية الأمريكية

10.4 العينة العاشرة: شعار الجامعة العربية الأمريكية

الجامعة العربية الأمريكية) بالإنجليزية: (Arab American University واختصارها (AAUP) هي أول جامعة خاصة في فلسطين. تأسست عام 2000. تمنح الجامعة من خلال برامجها درجتي البكالوريوس والدراسات العليا من ماجستير ودكتوراه. يقع مقرها الرئيسي قرب قرية تلفيت جنوب محافظة جنين، ولها فرع آخر في حي الريحان بمحافظة رام الله والبيرة.حازت الجامعة على عضوية كل من اتحاد الجامعات العربية، واتحاد الجامعات الإسلامية، بالإضافة إلى عضوية رابطة المؤسسات العربية الخاصة.

تحليل شعار الجامعة العربية الأمريكية

الشكل:

- **شكل دائري متعدد الطبقات:** يحيط بالشعار ثلاثة دوائر متحدة المركز بألوان مختلفة.
- **تصميم داخلي مميز:**
  - **الحرفان "AA" متداخلان:** يتوسط الشعار تصميم بارز للحرفين اللاتينيين "A" متداخلين بشكل معكوس. الحرف "A" الأيسر باللون الأحمر، والحرف "A" الأيمن باللون الأخضر، وكلاهما محاط بإطار أبيض ولهما ظل أسود.
  - **خلفية مثلثة:** يقع خلف الحرفين "AA" شكلان مثلثان متجاوران باللون الأسود.
- **كتابة محيطة بالشعار:**

- **بالعربية (الجزء العلوي):** "الجامعة العربية الأمريكية" بخط عربي واضح يتبع انحناء الدائرة الداخلية.
- **بالإنجليزية (الجزء السفلي):** "ARAB AMERICAN UNIVERSITY" بخط لاتيني واضح يتبع انحناء الدائرة الخارجية.
- **"فلسطين" (على اليمين والأيسر):** كلمة "فلسطين" باللغتين العربية والإنجليزية موضوعة بشكل أفقي على جانبي الدائرة الوسطى.

- **تاريخ التأسيس:** يظهر الرقم "2000" أسفل التصميم المركزي.

اللون:

- **الأحمر:** يستخدم للحرف "A" الأيسر. قد يرمز إلى الحيوية والقوة.
- **الأخضر:** يستخدم للحرف "A" الأيمن. يرمز إلى النمو والأرض.
- **الأسود:** يستخدم للخلفية المثلثة وظلال الحروف. يوحي بالرسمية والقوة.
- **الأبيض:** يستخدم لإطار الحروف. يرمز إلى النقاء والوضوح.
- **الرمادي الفاتح:** يستخدم للدائرة الوسطى. لون محايد يبرز العناصر الأخرى.

الكتابة:

- **بالعربية:** "الجامعة العربية الأمريكية" بخط عربي واضح وذو طابع رسمي.
- **بالإنجليزية:** "ARAB AMERICAN UNIVERSITY" بخط لاتيني Sans-serif واضح وبسيط.
- **"فلسطين" (بالعربية والإنجليزية):** بخط واضح وبسيط.
- **بالأرقام:** "2000" بخط واضح وبسيط.

التحليل:

الهوية البصرية كبنية بصرية تكاملية

الشعار يُقدم نموذجًا متميزًا للتكامل البصري، حيث يجمع بين رمزية ثقافية وسياسية وجغرافية داخل إطار دائري متماسك. العناصر الأساسية – حرف " "Aالمزدوج، الألوان الوطنية، والنص العربي والإنجليزي – لا تعمل بشكل منفصل، بل تتفاعل

لتشكيل وحدة مترابطة. الحرف " "Aالمزدوج يشكل القلب، والألوان الوطنية تحيط به، بينما ينساب النص العربي حول القمة والنص الإنجليزي حول القاعدة. هذا التصميم يسمح بالتطبيق عبر مختلف الوسائط دون فقدان هويته أو وظيفته، مما يجعله بنية مرنة وقابلة للتكيف مع السياقات التنفيذية المختلفة.

توظيف الخط العربي والزخرفة الإسلامية كعناصر حاسمة

الشعار يستخدم الخط العربي الحديث (بخط واضح وسهل القراءة) لكتابة اسم الجامعة "الجامعة العربية الأمريكية" على قوس خارجي، وهو خط يحمل طابعًا تقليديًا يعكس الهوية الثقافية والحضارية للجامعة. كما أن استخدام الخط العربي ذاته يُعدّ تعبيرًا عن الانتماء الحضاري. هذا التوظيف يحقق الغرض الثقافي للشعار، حيث ينقل رسالة ثقافية واضحة للمتلقي المحلي والعربي. كما أن وجود الألوان الوطنية يضيف بعدًا سياسيًا وثقافيًا يعزز الهوية الفلسطينية للجامعة.

مقروئية النصوص كممر سريع للاتصال

الشعار يراعي مقروئية عالية في كلا النصين:

النص العربي واضح، مكتوب بحجم مناسب، وبخط يُميّز الحروف بسلاسة دون تشويش.

النص الإنجليزي مكتوب بخط Sans-serif واضح (يشبه (Arial، مما يضمن مقروئيته على مختلف الأحجام والوسائط (طباعة، شاشات، نحت، إلخ).

لا يوجد إخلال بالوظيفة الاتصالية حتى في حالات التنفيذ بالأبيض والأسود أو عند التصغير، نظرًا لوضوح التباين بين العناصر والبساطة في التكوين. هذا يؤكد أن الشعار تم تصميمه مع مراعاة وسائل التنفيذ المختلفة، مما يحافظ على فعاليته الاتصالية في جميع السياقات.

الرمزية والاختزال في التعبير

الشعار يعتمد على رمزية مكثّفة وفعّالة:

1. حرف " "Aالمزدوج: يمثل الحرف الأول من اسم الجامعة، ويشير إلى التميز والتفوق.
2. الألوان الوطنية: ترمز إلى الهوية الفلسطينية والانتماء الوطني.
3. سنة التأسيس "2000": تشير إلى التاريخ والتجذر.

هذه الرموز مجتمعة تعبر عن رسائل معقدة (ثقافية، وطنية، أكاديمية) عبر عناصر بسيطة لكنها دالة. هذا يتوافق مع مبدأ "الاختزال والتكثيف" الذي يشير إليه المؤشر 11، حيث يعطي للرمز أهمية كبيرة في تأسيس الهوية البصرية.

دور الألوان وأهمية الاختيار المحدود

الشعار يعتمد على مجموعة محدودة من الألوان: الأحمر، الأخضر، الأسود، والأبيض.

- اللون الأحمر يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (القوة، الطاقة، التضحية).
- اللون الأخضر يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (النمو، الأمل، الاستقرار).
- اللون الأسود يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (القوة، الثبات، المهارة).
- اللون الأبيض يحمل دلالات رمزية ثقافية ونفسية (السلام، النقاء، الأمل).

الشعار لا يستخدم ألوانًا عشوائية أو شائعة بشكل مفرط، بل يُركّز على ألوان دالة تعزز التميّز. هذا يتوافق مع تحدي "اختيار الألوان بمحدودية" كما ورد في المؤشر 12، حيث يضمن الوضوح والبقاء في الذاكرة دون الوقوع في التكرار.

الأداء الوظيفي عبر التطبيقات التنفيذية

التصميم يمتلك قدرة تطبيقية عالية:

بساطة الأشكال وتباينها الواضح يجعله قابلاً للحفر على الخشب أو الزجاج.

وضوح الخطوط يضمن نجاحه في الطباعة على الورق أو الأقمشة أو اللوحات الإعلانية.

عدم الاعتماد على تدرجات لونية معقدة أو تفاصيل دقيقة جدًا يضمن بقاء فعاليته حتى عند تصغير الحجم (كأيقونة أو في الرأسية البريدية).

هذا الأداء الوظيفي يتوافق مع متطلبات المؤشر 13، حيث يُظهر أن الشعار ملائم للتطبيقات التنفيذية المتعددة والمختلفة، من الطباعة إلى النحت.

الوظيفة الاتصالية ودور المتلقي

الشعار يُحقّق وظيفته الاتصالية بفعالية عبر مراعاة خلفيات المتلقي:

للمتلقي المحلي (العربي/الفلسطيني): يُفعّل رمز الحرف " "Aوالألوان الوطنية كرموز علم وثقافة.

للمتلقي الدولي: يقدّم رموزًا عالمية للعلم والتكنولوجيا (الحرف ""A، الألوان الوطنية).

هذا التوازن يُظهر وعي المصمم بأطراف العملية الاتصالية الثلاثة (المرسل، الرسالة، المستقبل)، ويضع المتلقي – بمختلف خلفياته – في قلب التصميم، مما يعزز فاعلية الرسالة ونجاح الهوية البصرية. هذا يتوافق تمامًا مع المؤشر 14، حيث يُعتبر المتلقي طرفًا فاعلًا ورئيسياً في إنجاح المهمة الاتصالية.

الخلاصة:

يُعد هذا الشعار نموذجًا جيدًا للتعبير عن الهوية الثنائية (العربية–الأمريكية) من خلال استخدام الحرف (A) المزدوج والألوان الوطنية. غير أنه قد يُنظر إليه على أنه يفتقر إلى العمق الرمزي، حيث يعتمد على الحروف بدلاً من الرموز البصرية الأكثر تعبيرًا. كان من الأفضل إضافة عنصر بصري تعبيري صغير بدلالات اكثر عماً واتساعاً (مثل كتاب أو شعلة) داخل الحرف (A)، لتعزيز الرسالة الأكاديمية وجعل التصميم أكثر غنىً وعمقًا في التعبير عن الهوية.

11.4 المقارنة التحليلية:

في مقارنة تحليلية بين الشعارات العشرة من حيث استخدام عناصر التصميم (الشكل، اللون، الكتابة، التكوين) في تحقيق التعبير عن الهوية البصرية، مع الالتزام بما أسفر عنه الاطار النظري لذه الدراسة من مؤشرات نظرية نتوصل الى ما يلي:

12.4 المقارنة التحليلية لعناصر التصميم في الشعارات:

أولاً: استخدام الشكل

- **الشعارات القوية:** مثل شعاري **جامعة بيت زيت وجامعة النجاح الوطنية**، استخدما أشكالاً طبيعية (شجرة، صقر) وأشكالاً رمزية (كتاب، قبة) بشكل متكامل، مما سمح بترجمة الهوية الثقافية والأكاديمية بوضوح.
- **الشعارات المتوسطة:** مثل شعاري **جامعة بوليتكنك فلسطين وجامعة الاستقلال**، اعتمدا على أشكال هندسية (تروس، درع) وأشكال حيوانية (نسر)، لكنها كانت أكثر تعقيدًا أو أقل انسجامًا في بعض العناصر.
- **الشعارات الضعيفة نسبيًا:** مثل شعار **جامعة القدس**، الذي اعتمد على شكل هندسي ثابت (إطار ثماني) مع رمز واحد (قبة)، مما جعله أقل ديناميكية في التعبير عن الهوية.

ثانياً: استخدام اللون

- **الشعارات الفعّالة:** مثل شعاري **جامعة فلسطين التقنية – خضوري وجامعة القدس المفتوحة،** استخدما مجموعة محدودة من الألوان (الأزرق، الأخضر، الأحمر، الأسود) بشكل دقيق، مما ساعد في تعزيز التميّز والبقاء في الذاكرة.
- **الشعارات المتوسطة:** مثل شعاري **جامعة الخليل وجامعة بيت لحم،** استخدما ألوانًا تقليدية (الأزرق، الأصفر، الأسود)، لكنها لم تكن كافية لخلق هوية بصرية فريدة.
- **الشعارات الضعيفة نسبيًا:** مثل شعار **جامعة القدس،** الذي اعتمد على الأبيض والأسود فقط، مما قلل من جاذبيته البصرية في التطبيقات الملونة.

ثالثاً: استخدام الكتابة

- **الشعارات المتميزة:** مثل شعاري **جامعة بيت زيت وجامعة النجاح الوطنية،** استخدما خطوطًا عربية واضحة وسهلة القراءة، مع خطوط إنجليزية حديثة، مما ساعد في التواصل الفعال مع الجمهور المحلي والدولي.
- **الشعارات المتوسطة:** مثل شعاري **جامعة بوليتكنك فلسطين وجامعة الخليل،** استخدما خطوطًا عربية وإنجليزية واضحة، لكنها كانت أقل تميزًا في التصميم.
- **الشعارات الضعيفة نسبيًا:** مثل شعار **جامعة بيت لحم،** الذي اعتمد على خط عربي تقليدي قد لا يجذب جمهورًا شابًا أو دوليًا.

رابعاً: استخدام التكوين

الشعارات المتماسكة: مثل شعاري **جامعة فلسطين التقنية – خضوري وجامعة القدس المفتوحة،** استخدما تكوينًا دائريًا متماسكًا، مما ساعد في خلق وحدة بصرية واضحة.

الشعارات المتوسطة: مثل شعاري **جامعة بوليتكنك فلسطين وجامعة الاستقلال،** استخدما تكوينًا غير تقليدي (بدون إطار دائري أو مربع)، مما سمح بالتطبيق عبر مختلف الوسائط، لكنه كان أقل انسجامًا في بعض العناصر.

الشعارات الضعيفة نسبيًا: مثل شعار **جامعة القدس،** الذي اعتمد على تكوين ثماني بسيط، مما جعله أقل ديناميكية في التعبير عن الهوية.

الخلاصة العامة للمقارنة

من خلال المقارنة، يتضح أن الشعارات التي حققت تعبيرًا قويًا عن الهوية البصرية هي تلك التي دمجت بين الرموز الثقافية والتقنية، واستخدمت مجموعة محدودة وغير تقليدية من الألوان، واعتمدت على خطوط واضحة وسهلة القراءة، وحققت تكوينًا متماسكًا ومتوازنًا. أما الشعارات التي كانت أقل فاعلية، فهي تلك التي اعتمدت على رموز واحدة أو ألوان تقليدية، أو كانت معقدة في التكوين، مما قلل من وضوحها وتأثيرها

البصري.

الفصل الخامس

النتائج والاستنتاج

1.5 نتائج الدراسة:

بناءً على تحليل الشعارات العشرة لجامعات فلسطينية وفق المؤشرات النظرية التي استُخلصت في الإطار النظري، واعتمادًا على المنهج التحليلي المتّبع في الدراسة (الذي يركّز على مكوّنات الهوية البصرية: الشكل، اللون، الكتابة، التكوين، والوظيفة الاتصالية)، يُقدّم الفصل الأخير عشرة نتائج رئيسة تحقّقت من الدراسة، على النحو التالي:

1- **أكدت الدراسة أن الهوية البصرية الناجحة لا تعتمد على جمع عناصر رمزية فقط، بل على تنظيمها في بنية بصرية متكاملة.** فقد ظهر أن بعض الشعارات (مثل شعار جامعة بوليتكنك فلسطين) تعاني من ازدحام بصري يُضعف وظيفتها، في حين نجح شعار جامعة بيت لحم في دمج شجرة الزيتون مع النص بسلاسة، ما يشير إلى أن التكامل لا يتحقق تلقائيًا، بل عبر تخطيط بصري واعٍ يراعي التوازن والوضوح.

2- **أثبت التحليل أن استخدام الخط العربي يُشكّل عنصر تميّز ثقافي فاعل، لكنه لا يكفي لوحده دون الحفاظ على وضوحه الوظيفي.** فبعض الشعارات استخدمت خطوطًا تقليدية صعبة القراءة عند التصغير أو عند تطبيقها على وسائط غير مطبوعة، ما يقلل من فاعليتها الاتصالية، ويؤكد أن الحفاظ على الهوية لا يعني التضحية بالوظيفة التطبيقية للنص.

3- **أظهرت النتائج أن الرمزية تظل الركيزة الأساسية في تكوين الهوية البصرية للجامعات الفلسطينية،** حيث استُخدمت رموز مثل شجرة الزيتون، قبة الصخرة، التروس، والنسر بكفاءة متفاوتة. ومع ذلك، فإن بعض الرموز افتقرت إلى التجديد أو التمايز، وظلت حبيسة الاستخدام النمطي، ما يُضعف من قدرتها على التعبير عن التميز المؤسسي أو الحداثة الأكاديمية.

4- **تبيّن أن المقروئية ليست دائمًا مضمونة في التصميم الأولي،** خاصةً عندما لا يُراعَ المصمّم شروط التنفيذ المتنوعة (كالنقش على الخشب أو الحفر على الزجاج أو الاستخدام بالأبيض والأسود). فبعض الشعارات التي كانت واضحة في النسخة الرقمية فقدت وضوحها في التطبيقات الأخرى، ما يشير إلى فجوة بين التصميم المجرّد ومتطلبات التطبيق العملي.

5- **أكدت الدراسة أن الألوان تُستخدم غالبًا لتعزيز الدلالة الوطنية أو الدينية،** لكنها نادرًا ما تُوظّف كأداة لتمييز بصري فريد. فقد اعتمدت معظم الشعارات على الألوان الوطنية (الأحمر، الأخضر، الأسود، الأبيض) أو على الألوان التقليدية (كالأزرق الداكن)، دون محاولة ابتكار لوحة لونية خاصة تعزز الهوية الفريدة لكل جامعة.

6- **أظهرت المقارنة أن التكوين الدائري أو الثماني يُعدّ نمطًا سائدًا في شعارات الجامعات الفلسطينية،** ما يعكس ميلًا نحو التقاليد أكثر من الاتجاهات البصرية المعاصرة. هذا النمط يحقق التوازن، لكنه يفتقر للديناميكية التي قد تعبّر عن طموحات الجامعات الحديثة أو جاذبيتها للجيل الجديد من الطلاب والباحثين.

7- **أثبت التحليل أن الفجوة بين الرسالة الثقافية والوظيفة العالمية للهوية البصرية لا تزال قائمة.** فبعض الشعارات نجحت في التخاطب مع الجمهور المحلي، لكنها أخفقت في إيصال رسائلها بوضوح للجمهور الدولي، خصوصًا عندما افتقر التصميم إلى عناصر بصرية عالمية أو عندما تغلبت الرموز المحلية على الوظيفة التواصلية الشاملة.

8- **أظهرت النتائج أن الزخرفة الإسلامية والخط العربي لم يُوظّفا كعناصر زخرفية مستقلة،** بل كإشارات رمزية محدودة. وهذا يُشير إلى تحول في الفهم التصميمي من الزخرفة كقيمة جمالية بحد ذاتها، إلى استخدام الرمز (كقبة الصخرة أو شجرة الزيتون) كوسيلة أكثر فاعلية في نقل الهوية في السياقات المعاصرة.

9- **تبيّن أن التصميم الناجح هو الذي يوازن بين البساطة والقدرة على التكيف مع التطبيقات المتعددة.** فالشعارات التي اعتمدت على تفاصيل دقيقة أو تدرجات لونية معقدة واجهت صعوبات في التنفيذ، بينما نجحت الشعارات التي ركّزت على الأشكال البسيطة والألوان المحددة في الحفاظ على هويتها عبر جميع الوسائط، من الشاشات إلى اللوحات الإعلانية.

في المحصلة، أظهرت الدراسة أن الهويات البصرية لجامعات فلسطين تميل إلى التأكيد على البُعد الوطني والثقافي على حساب البُعد المؤسسي الحديث. وهذا يعكس أولوية الانتماء الجغرافي والسياسي في تصميم الهوية، لكنه قد يُهمش الجوانب الأكاديمية والبحثية التي يجب أن تكون جوهر رسالة الجامعة في العصر الرقمي. وتدعو هذه النتيجة إلى إعادة التفكير في فلسفات التصميم الجامعي لتشمل كلا البعدين معاً.

5.2 الاستنتاجات:

1- **الهوية البصرية للجامعات الفلسطينية تُجسّد أولوية الهوية الوطنية والثقافية على حساب البُعد المؤسسي الحديث.** فمع هيمنة رموز مثل شجرة الزيتون، قبة الصخرة، والعلم الفلسطيني، يتضح أن التصميم يعكس انتماءً جغرافيًا وسياسيًا قويًا، في حين يُهمَش التعبير البصري عن الرؤية الأكاديمية أو البحثية أو الابتكارية، وهو ما يشير إلى حاجة ملحّة لإعادة توازن الأولويات في تصميم الهوية المؤسسية.

2- **الرمزية تُعدّ العنصر الأكثر فاعلية في بناء الهوية البصرية، لكنها غالبًا ما تفتقر إلى التجديد أو التمايز.** فرغم استخدام رموز دالة بذكاء، إلا أن التكرار النمطي لها (كالاستخدام المتكرر للزيتون أو التروس) يُضعف من قدرتها على التعبير عن تميّز كل جامعة، ويُفقِد الهوية البصرية طابعها المؤسسي الفريد، مما يستدعي تطوير رموز جديدة تحافظ على الدلالة الثقافية مع إضافة طبقات دلالية أكاديمية أو حديثة.

3- **الوظيفة الاتصالية للشعار لا تتحقق دائمًا على المستوى التطبيقي.** فبعض التصاميم، رغم وضوحها في السياق الرقمي أو المطبوع، تفشل في الحفاظ على مقروئيتها أو وضوحها عند التنفيذ على وسائط حسية (كالنقش، الحفر، أو التصغير)، ما يُشير إلى فجوة بين الممارسة التصميمية النظرية ومتطلبات الاستخدام العملي، ويدعو إلى دمج معايير التنفيذ منذ المرحلة التصميمية الأولى.

4- **الخط العربي يُشكّل عنصر تميّز هوياتي لا غنى عنه، لكن استخدامه لا يراعي دائمًا التوافق بين الأصالة والوظيفة.** فبعض الخطوط تميل إلى الزخرفة على حساب الوضوح، مما يُضعف فعاليتها في السياقات الدولية أو التقنية. وعليه، فإن التوازن بين الهوية الثقافية والوظيفة البصرية يتطلب اعتماد خطوط عربية ذات طابع تقليدي مبسّط، تضمن المقروئية عبر السياقات المختلفة دون التفريط في البُعد الحضاري.

5- **الهويات البصرية تفتقر إلى الاستراتيجية اللونية المتميزة.** فالاعتماد شبه الحصري على الألوان الوطنية أو على مزيج محدود (كالأزرق والذهبي) يُضعف من قدرة الشعار على التميّز البصري في المشهد المؤسسي المعاصر. وبدلاً من الاقتصار على الدلالة الرمزية، ينبغي اعتماد لوحة لونية هوية خاصة بكل جامعة، تُعزّز من بقائها في الذاكرة وتُجنّبها التشابه مع شعارات مؤسسات أخرى.

6- **الهوية البصرية الناجحة ليست تلك التي تجمع عناصر رمزية فحسب، بل تلك التي تُنظّمها في بنية بصرية متكاملة ومرنة.** فقد أظهر التحليل أن بعض الشعارات تعاني من ازدحام بصري أو من تباين في مستويات الأهمية بين عناصرها، ما يُضعف من وضوح الرسالة. في المقابل، نجحت شعارات قليلة في تحقيق تكامل بصري يسمح بقراءة سلسة وسريعة، وهو ما ينبغي أن يكون هدفًا جوهريًا في التصميم المؤسسي.

7- **المتلقي يُعدّ طرفًا فاعلًا في العملية الاتصالية، لكن تصميمات الهوية البصرية لا تراعي دائمًا تنوع خلفياته.** فبينما نجحت بعض الشعارات في تحقيق توازن بين الرسالة المحلية والعالمية، فشلت أخرى في التوجّه الفعّال للجمهور الدولي بسبب هيمنة الرموز الثقافية دون وجود عناصر بصرية عالمية داعمة. وعليه، فإن تحوّل الهوية البصرية من وظيفة رمزية محصورة إلى وظيفة اتصالية شاملة يتطلب وعياً عميقًا بطبيعة المتلقي المستهدف وخلفياته المعرفية والثقافية.

الفصل السادس

التوصيات

6.1 توصيات الباحث:

بناءاً على ما توصلت اليه الدراسة من نتائج واستنتاجات فكرية وميدانية وتطبيقية، والتي بُنيت على تحليل عينة البحث على وفق ما رشح من اطارها النظري من مؤشرات نظرية؛ فان الباحث يمكن له ان يخرج بعدد من التوصيات العملية والاكاديمية وكما يلي:

أولًا: توصيات للباحثين المستقبليين

1- **توسيع مجال الدراسة ليشمل مؤسسات غير أكاديمية** (كالوزارات، البلديات، المنظمات الثقافية، والشركات الوطنية)، لمقارنة كيفية تعبير الهويات البصرية عن الانتماء الوطني في سياقات مؤسسية متنوعة، ومدى تأثير طبيعة المؤسسة على أولويات التصميم.

2- **إجراء دراسات تطبيقية حول تفاعل الجمهور مع الشعارات**، باستخدام أدوات بحث كميّة ونوعية (كاستطلاعات الرأي، المقابلات، وتحليل العينات)، لقياس درجة فهم الرسائل البصرية، والتعرّف على الفجوة بين نيّة المصمم وتصور المتلقي.

3- **التركيز على أثر الزمن في تطوّر الهوية البصرية** عبر دراسات طولية تحلّل تحوّل شعارات الجامعات الفلسطينية عبر العقود، للكشف عن تطوّر أولويات التصميم، وتأثير السياق السياسي والاجتماعي على الرموز المستخدمة.

4- **استكشاف الهوية البصرية الرقمية** (الهوية في الفضاء الرقمي: المواقع، المنصات، التطبيقات)، وتحليل مدى التماسك بين الشعار الطباعي والهوية الرقمية، وفعالية العناصر المتحركة أو التفاعلية في نقل رسالة المؤسسة.

5- **دراسة تأثير عوامل التصميم على الانطباعات الذهنية** (كالثقة، الحداثة، الجودة) باستخدام منهجيات نظرية من علم النفس البصري وعلم الجمال التجريبي، لربط الخصائص الشكلية (اللون، الشكل، التوازن) بالاستجابات النفسية للمتلقي.

ثانيًا: توصيات للمصممين فيما يخص التعبير عن الهوية البصرية

1- **التحرّك من الرمزية الأحادية إلى الهوية الطبقية**، بحيث لا يقتصر الشعار على رمز وحيد (كالزيتون أو قبة الصخرة)، بل يدمج طبقات دلالية متعددة: وطنية، أكاديمية، تقنية، وثقافية، مع الحفاظ على البساطة والوضوح.

2- **مراعاة معايير التنفيذ العملي منذ المرحلة الأولى من التصميم**، من خلال اختبار الشعار في تطبيقاته المختلفة (النقش، الطباعة بالأبيض والأسود، التصغير، الحفر)، لضمان استقراره البصري ووضوحه عبر السياقات المتنوعة.

3- **الابتعاد عن التكرار البصري** (كالاعتماد المتكرر على الألوان الوطنية أو التكوين الدائري)، والانفتاح على حلول لونية وترتيبية مبتكرة تعزّز التمايز المؤسسي دون المساس بالهوية الثقافية.

4- **الاهتمام بملاءمة الخط العربي لوظائفه الحديثة**، من خلال تطوير خطوط مبنية على أشكال تقليدية ولكن مبسّطة وقابلة للقراءة في السياقات الرقمية والعالمية، مما يحقق توازنًا بين الانتماء والوضوح.

5- **استثمار الفراغ والبساطة كعناصر تعبيرية فاعلة**، بدلًا من التحميل البصري أو الازدحام، وذلك لتعزيز سرعة التعرّف على الشعار، وتفعيل دور المتلقي كشريك في بناء المعنى.

ثالثًا: توصيات للمؤسسات الأكاديمية الفلسطينية

1- **اعتماد سياسات مؤسسية واضحة لتطوير الهوية البصريّة**، تُحدِّد رؤية مؤسسية شاملة تتجاوز الهُويّة الوطنية لتشمل الأبعاد الأكاديمية، البحثية، والدولية، وتوجّه المصممين نحو ترجمة هذه الرؤية بصريًا.

2- **تشكيل لجان متخصّصة (تضمّ أكاديميين، مصممين، وخبراء اتصال)** عند مراجعة أو تطوير الهوية البصيرّة، لضمان شمولية التقييم، ومراعاة البُعدين الثقافي والوظيفي، والقدرة على التواصل مع جمهور محلي ودولي.

3- **الاهتمام بتماسك الهوية البصرية عبر المنصات كافة**، من خلال إصدار أدلة هوية بصرية معيارية (Brand Guidelines) تحدّد استخدامات الشعار، الألوان، الخطوط، والرموز في جميع التطبيقات، مما يعزّز الاحترافية والتميّز المؤسسي.

4- **إعادة تقييم الهويات البصرية الحالية بانتظام**، خصوصًا في ظل التطورات التقنية والتحولات في السياق الثقافي والسياسي، لضمان بقائها فاعلة، معبّرة، وقادرة على مخاطبة الأجيال الجديدة من الطلاب والباحثين.

5- **الاستثمار في الهوية البصرية كأداة استراتيجية للتميّز المؤسسي**، لا كعنصر تقليدي إلزامي، من خلال ربطها برؤية الجامعة، خططها الاستراتيجية، وبرامجها الأكاديمية، مما يعزز من تأثيرها في بناء السمعة المؤسسية محليًا ودوليًا.

المراجع

أولاً: المراجع العربيـة

•ابن سالم الحربي، سهيل. (2019). تحليل شعارات الجامعات السعودية ودلالاتها البصرية. مجلة بحوث التربية النوعية، 55، 1-70.

•أبو رحمة، محمد &أبو ليلة، حسين. (2024). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية والدينية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية (الجامعة الإسلامية–دراسة حالة). مجلة رابطة التربويين الفلسطينيين للآداب والدراسات التربوية والنفسية، 4(12)، 69-92.

•العاني، أحمد. (2014). الهوية البصرية في التصميم الغرافيكي. دار صفاء للنشر والتوزيع.

•العاني، أسامة بدري. (2022). التصميم الغرافيكي: الشعار أنموذجاً (الطبعة الثانية). عمّان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

•العتوم، عارف يوسف. (2018). درجة تحقق الهوية البصرية في تصميم شعارات الجامعات الأردنية. كلية العمارة والتصميم، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

•العشوش، بدر محمود. (2018). توظيف الخط العربي في تصميم شعارات جامعات عربية (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية العمارة والتصميم، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

•الكردي، محمد طاهر بن عبد القادر. (1939). تاريخ الخط العربي وآدابه. مكتبة الهلال، الطبعة الأولى، القاهرة، ص7.

•الجوارة، رناد أسامة. (2023). دور الهوية البصرية في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور الفلسطيني: منظور المحتوى الإعلامي الرقمي.

•الحربي، عبدالسلام سعد. (2019). أثر الهوية البصرية في تشكيل الصورة الذهنية للمنظمات. مجلة العلوم الإدارية والمالية.

•حج علي، ناهد. (2022). الهوية المؤسسية للجامعات الفلسطينية في الإعلام الرقمي. مجلة الباحث الإعلامي، الجزائر.

•حسن، مصطفى. (2019). التسويق والهوية المؤسسية. المجلة العربية للإعلام والاتصال.

•الوسم في القطاع الحكومي بالمملكة العربية السعودية: قياس فاعلية وكفاءة الممارسات Strategic Gears. (2018). الحالية [نسخة إلكترونية].

•راي ، وليم ، المعنى الأدبي من الظاهراتية الى التفكيكية ، ترجمة يوئيل يوسف عزيز ، دار المأمون للترجمة والنشر ، بغداد ، 1987 ، ص 25.

•رضوان، نهي سعيد. (2024). جماليات فنون الكتابة والهوية البصرية لجامعة أسيوط. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، 9(48)، 650-669.

•رشوان، محمد. (2022). الخط العربي في تصميم الهوية البصرية. مجلة الفنون التشكيلية والتطبيقية – جامعة حلوان.

•ربا أحمد &هشام محمود. (2021). الهوية البصرية ودورها في تعزيز الصورة الذهنية: دراسة تطبيقية على أجنحة المعارض. جامعة أم القرى.

•الصديق، سعد عبد الحليم. (2002). استخدام الخط العربي في تصميم شعارات جمالية مستحدثة (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، مصر.

•عبد الهادي، نور الدين أحمد، البهنسي، سعد صديق، الدرياسة، محمد عبدالله، عدلي محمد. (2025). الإعلان التقليدي والإلكتروني. عمّان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.

•غزوان، محمد. (2010). الشعار وأثره في بناء الهوية البصرية. دار صفاء للنشر.

•القرعان، محمود. (2021). التصميم المؤسسي والهوية البصرية في المؤسسات العامة. دار الفكر.

•المدني، شيماء ناصر. (2021). العلاقة التكاملية بين تصميم الشعار والهوية البصرية في مجلات الأطفال: مدخل لتصميم قصص تربوية. كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، مصر.

•وجيه، إسراء وجيه أحمد. (2022). دور التصميم الغرافيكي في تعزيز الهوية البصرية للفواصل الإعلانية بالقنوات التلفزيونية. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، 7(6)، 194-215.

•ويكيبيديا. (2018، مايو). تايبوغرافي. ويكيبيديا العربية.

كيروزيل ، اديث ، عصر البنيوية ، ترجمة جابر عصفور ، آفاق عربية ، بغداد ، 1985 ، ص 289

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Arnheim, Rudolf, The spilit and the Structure, Twenty-Eight Essays, London: University of California Press Ltd 1996. P.7.
- Bromley, D. B. (2009). Branding and identity: The visual components of corporate image
- Bevlin, Maejorie Euiott, Design Through Discovery, USA. Holt Rinehart and Winston, Inc. 1963, P.56.
- Henderson, P. W., Cote, J. A., Leong, S. M., & Schmitt, B. H. (2003). Building strong brands in Asia: Selecting the visual components of image to maximize brand strength.
- Jenkins, H., Price, D., & Straker, K. (2019). The power of visual storytelling in branding. Journal of Strategic Marketing, 27(7), 594–608.
- Margolis, D. (2019). The Visual Culture Reader. Routledge.
- Millman, D. M. (2008). The essential principles of graphic design. Roto Vision SA.
- Olins, W. (2003). On Brand. Thames & Hudson.
- Olins, W. (2008). The brand handbook. Thames & Hudson.
- Olins, W. (2014). On Brand. Thames & Hudson.
- Schultz, M., Hatch, M. J., & Larsen, M. H. (2000). The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation, and the Corporate Brand. Oxford University Press.
- Wheeler, A. (2017). Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team (5th ed.). Wiley

الملاحق

ملحق (1): الاستبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان:

"مدى حضور الهوية البصرية في تصميم شعارات الجامعات الفلسطينية "

وذلك استكمالًا لمتطلبات رسالة الماجستير.

يرجى التكرم بالإجابة على فقرات هذه القائمة بوضع إشارة (✓) في الخانة التي تعبّر عن رأيك. علما بأن جميع المعلومات ستُستخدم لأغراض البحث العلمي فقط وستُعامل بسرية تامة.

شكرًا جزيلًا لتعاونكم.

الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

العمر: ☐ 22-32 ☐ 33-42 ☐ 43- 52 ☐ اعلى من 55 سنة

المؤهل العلمي: ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه

عدد سنوات الخبرة: ☐ أقل من 5 سنوات ☐ 5-10 سنوات ☐ أكثر من 10 سنوات

محور الدراسة: "درجة تحقق الهوية البصرية في تصميم شعار جامعة فلسطين من وجهة نظر المصممين والخبراء في التصميم الجرافيكي

مقياس الاستجابة: تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي للإجابة على فقرات الاستبيان، وفق التدرج التالي:

- **موافق بشدة**
- **موافق**
- **محايد**
- **غير موافق**
- **غير موافق بشدة**

الرقم	العبارة	درجة التقدير				
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	استخدام الرمز المناسب في شعار جامعة فلسطين يسهل انطباعه في ذهن المتلقي					
2	تساعد بساطة الشكل أو الرمز في شعار الجامعة على سرعة إدراك المتلقي					
3	لا يسهم الشكل المستخدم في الشعار في إبراز عناصر مهمة من هوية الجامعة					
4	دلالات الأشكال المستخدمة في تصميم الشعار واضحة ومفهومة					
5	يتنوع تصميم الشعار بين الأشكال العضوية والهندسية					
6	الأشكال المستخدمة في الشعار لا تعبر عن هوية الجامعة بشكل مميز					
7	اللون يعد من أهم العناصر في تصميم شعار الجامعة					
8	لا يتم استخدام دلالات اللون بفعالية في الشعار					

9	تسهم العلاقات اللونية مثل التضاد في تعزيز تميز الشعار					
10	تم توظيف القيم والدرجات اللونية في الشعار بطريقة سليمة					
11	توجد علاقة بين اختيار المجموعة اللونية وفهم مضمون الشعار					
12	تلعب الكتابات دورًا مهما في التعرف على شعار الجامعة					
13	الكتابات المستخدمة في الشعار واضحة ومقروءة					
14	تساهم الخطوط المبتكرة في الشعار في تحقيق الهوية البصرية					
15	يعزز استخدام خطوط مبتكرة من تميز الجامعة عن غيرها					
16	يتم توظيف الخصوصية التصميمية للحروف في الشعار بفعالية					
17	استخدام أنماط الخطوط الحديثة يمنح الشعار طابعًا معاصرًا					
18	استخدام الخطوط التقليدية يمنح الشعار طابعًا أصيلًا وتاريخيًا					
19	يغلب على تصميم الشعار الطابع التقليدي في التصميم					
20	الاتجاهات المعاصرة في تصميم الشعار أكثر جاذبية لطلبة الجامعة					
21	كثرة استخدام الرموز والعناصر في الشعار تُربك المتلقي					
22	يُفضل استخدام الاتجاهات الحديثة في تصميم الشعار					
23	يؤثر تطبيق الاتجاهات الحديثة على استجابة الجمهور للشعار					
24	تم تصميم الشعار بتناسق مع باقي عناصر الهوية البصرية للجامعة					
25	يمثل الشعار النواة الأساسية في هوية جامعة فلسطين البصرية					
26	يعتمد نجاح الهوية البصرية على دمج الشعار مع عناصر مثل اللون، الخط، الشعار اللفظي					
27	تتسم مكونات الشعار (الشكل، اللون، الخط) بالوحدة والتجانس					
28	تُبرز الهوية البصرية شخصية الجامعة وتميّزها بين الجامعات					
29	تساهم الهوية البصرية في ترسيخ الصورة الذهنية للجامعة					

شكراً لكم

الملاحق:

ملحق رقم (1)

استمارة تحليل

قام الباحث بتطوير استمارة تحليل تهدف إلى قياس مدى حضور الهوية البصرية في تصميم شعارات الجامعات الفلسطينية، وذلك استنادًا إلى الإطار النظري لدراسته المتخصصة في تصميم الشعارات وبناء الهوية المؤسسية للجامعات الفلسطينية. وقد جاءت بنود الأداة لتعكس العناصر البصرية الرئيسة للهوية، بما يشمل: الرمز، الشكل، اللون، الخط، والاتجاهات التصميمية الحديثة. وتم إعداد الاستمارة بصيغة محكمة لقياس درجة تحقق هذه العناصر داخل الشعارات قيد الدراسة، بما يساعد على تفسير قوة الهوية البصرية ومدى قدرتها على تمثيل الجامعة وتمييزها بين الجامعات الأخرى. ولضمان صلاحية الأداة ودقتها وملاءمتها لأهداف البحث، تم عرضها على الخبير المتخصص **(الدكتور نزار الراوي)** لتقييم شموليتها وارتباطها بمفهوم الهوية البصرية، وتحديد مدى الحاجة إلى تعديل أو إضافة أي جوانب تحليلية تدعم موضوع الدراسة. وقد اعتمد الباحث ملاحظات المحكم تعزيزًا لصدق الأداة وموثوقية نتائجها.

الباحث

بشار الشريف

ت	الاداة المستخلصة من الاطار النظري	تصلح للتحليل	لا تصلح	تحتاج الى تعديل	التعديل المقترح
1	**التكامل البصري:** هل يشكّل الشعار وحدة بصرية متكاملة رغم تنوع عناصره؟	نعم			
2	**الاستخدام الثقافي للرمزية:** هل يستخدم الشعار رموزًا تعكس الهوية الفلسطينية أو المرجعيات الثقافية/الدينية/التاريخية؟	نعم			
3	**توظيف الخط العربي أو الزخرفة الإسلامية:** هل يحتوي الشعار على خط عربي أو عناصر زخرفية مستوحاة من التراث الإسلامي أو العربي؟	نعم			
4	**الوضوح وقابلية القراءة:** هل يُقرأ الشعار بوضوح في مختلف أحجامه وتطبيقاته (ورق، خشب، رقمي، بالأبيض والأسود)؟	نعم			
5	**الاختزال والتكثيف الدلالي:** هل يعبر الشعار عن رسالة الجامعة باختصار دون سطحية أو تكرار؟	نعم			
6	**الوظيفة التمييزية:** هل يتميز الشعار عن شعارات الجامعات الأخرى؟ أم يميل إلى التقليد أو التعميم؟	نعم			
7	**الملاءمة الوظيفية:** هل يناسب الشعار تطبيقاته المتعددة (طباعة، رقمية، زياً، لافتات، إلخ)؟	نعم			
8	**الاستجابة للجمهور:** هل يُراعي تصميم الشعار خلفيات الجمهور الثقافي والمعرفي؟	نعم			
9	**الثبات الزمني مقابل الموضة:** هل يتجنب التصميم موضات عابرة ليكتسب صفة الاستمرارية؟	نعم			
10	**التوازن بين المحلية والعولمة:** هل يوفق الشعار بين التعبير عن الانتماء الفلسطيني والقدرة على التواصل بلغة بصرية عالمية؟	نعم			
11	**التناسق اللوني ودلالة الألوان:** هل تُستخدم الألوان بدراية بدلالاتها الرمزية والثقافية؟	نعم			
12	**الهوية البصرية كسرد بصري:** هل يُشعر الشعار المتلقي بوجود "قصة" أو "هوية مؤسسية" وراءه؟	نعم			
13	**التماسك مع الرؤية الأكاديمية:** هل يعكس الشعار البُعد الأكاديمي أو البحثي أو المجتمعي للجامعة؟	نعم			
14	**الابتعاد عن التكلّف أو التصنيع الزائد:** هل يتجنب الشعار التعقيد غير الضروري أو الزخارف غير الوظيفية؟	نعم			
15	**الاستجابة للسياق السياسي والوطني:** هل يعكس الشعار وعيًا بالسياق الفلسطيني (كالتمسك بالأرض، الهوية، المقاومة الرمزية، الحضور الثقافي)؟	نعم			
16	**التكامل البصري:** هل يشكّل الشعار وحدة بصرية متكاملة رغم تنوع عناصره؟	نعم			

اسم الخبير: د. نزار الراوي

المنصب الاكاديمي:. محاضر في كلية الفنون قسم التصميم جامعه غرناطة، أسبانيا.

التاريخ: 2025/12/13

التوقيع:

تحكيم استمارة تحليل

الباحث: بشار الشريف

تحية طيّبة وبعد:

بعد الاطلاع على تصميم استمارة التحليل للدراسة لديكم بعنوان "حضور الهوية البصرية في تصميم شعارات الجامعات الفلسطينية"، وبعد التحقق من فئات التحليل، ومدى توافقها مع مشكلة الدراسة وتحقيقها لأهداف الدراسة، فإني لم أجد أخطاء منهجية جوهرية وأوصي بإجراء الدراسة على العينة المستهدفة في بحثكم.

التقييم العام: تتميز الأداة بوضوح هدفها، واتساقه مع موضوع الدراسة وإطارها النظري، كما تعكس فهما جيدا لمفاهيم الهوية البصرية وجماليات ما بعد الحداثة، وتوظيفهما في سياق تحليل التصاميم البصرية لشعارات الجامعات.

مع خالص الأمنيات لكم بالتوفيق والنجاح في إنجاز هذا البحث.

د. إبراهيم حروب

– الجامعة العربية الأمريكية–

أستاذ مساعد, كلية الدراسات العليا, قسم الإعلام والاتصال

Ibrahim.horoub@aaup.edu