

## ملخص البحث

يعنى البحث الحالي بدراسة الدالة الوظيفية والتعبيرية لبنية العلامة التجارية، إذ إن العلامة التجارية هي بنية متكاملة من الناحية الدلالية ...

ووفقا لهذا المفهوم فالعلامة التجارية تعد لغة بصرية بليغة ، وفي الوقت نفسه تشكل تحد لمهارات المصمم الطباعي ، فضلا عن أنها تؤثر على قدراته في استحداث الفكرة الرئيسية التي تخضع لعوامل المنافسة إزاء مصادر التشويش البيئي ، وتحقيق التفوق النوعي وتأكيد حضورها بوصفها دالة مميزة تستجيب لمبدأ التفرد والخصوصية .ولهذا فإن تلك الاشتراطات جعلت النظر إلى شكل العلامة بوصفها إنجازا تصميميا إبداعيا يتطلب التطابق الدلالي بين البنية الشكلية للعلامة وموضوعها كذلك فصل العلاقات البنائية في بناء النظام الشكلي وإظهار الدلالة الوظيفية والتعبيرية للعلامة.

فالعلامة بدلالاتها تعد عملية اتصال فعالة من خلال التأثيرات الشكلية في بنيتها، وتتمتع بأهمية استثنائية مستمدة من قيمتها التعريفية الاتصالية بالنسبة لأي منتج تجاري أو خدمي، فضلا عن تداولها الواسع عالميا على المستويات الاتصالية والطباعية المختلفة. وهي كدالة لازمة وضرورية لاغنى عنها لأي مؤسسة مهما كان نوعها. فهي الهوية والسمة لحاملها، وهذا ما يجعلنا نبحث بمزيد من الاهتمام والتفصيل عن الأولويات الوظيفية التي يراعيها مصمم العلامة وهي الأولوية التعريفية، وقد تضمن البحث مخططا استعرض الباحث فيه مشكلة بحثه حيث وجد من خلال دراسته الاستطلاعية غياب هذا التوجه الذي ذكر في تصميم العلامات التجارية، وفي الوقت الذي نلاحظ فيه الإسراف في تفاصيل تلك العلامات، وهذا مؤشر لضرورة دراسة هذا المجال تحليلا.

### **كما تضمن المخطط أهدافا تحددت في:**

- ١- التعرف على البنية التصميمية للعلامة التجارية من خلال استخدام الأساليب الإخراجية.
- ٢- كشف الدالة الوظيفية والتعبيرية لبنية العلامة التجارية.
- ٣- تقديم مقترح تطبيقي للعلامة التجارية من ضمن البحث (تجربة الباحث).

كما استعرض الباحث حدوده ومصطلحاته الواردة في عنوان البحث.

أما الفصل الأول فقد تضمن إطارا نظريا مركزاً لبنية الشكل في العلامة التجارية، إضافة إلى تداول موضوعه الدالة التعبيرية والوظيفية للعلامة التجارية. وتضمن الفصل الثاني، النظام البنائي للعلامة التجارية حيث تناول الباحث الأسس الإنشائية والجمالية في بنية العلامة التجارية، كما تضمن الفصل الإدراك البصري والمرتكزات الأساسية في تصميم العلامة التجارية.

وتوصل الباحث من خلال الإطار النظري إلى وضع مؤشرات كمادة علمية استفاد منها في إجراءاته وطريقة بحثه في تحليل محتوى العينات، إذ اختار الباحث هذه الطريقة لملاءمة مرحلته الإجرائية في تقويم التصاميم المختارة، وهذا ما تم في الفصل الثالث وهو فصل الإجراءات البحثية، إذ تم تحديد وحدة التحليل وتمثل ذلك في عد العلامة وحدة تحليل (وحدة الاتصال المتكاملة) كونها تحمل فكرة اتصالية يمكن استقاء الأفكار منها عن طريق التحليل، وبذا شكلت لدى الباحث (٢٣) وحدة كعينات.

وفي ضوء ذلك تم تصميم استمارة تتضمن فقرات تتعلق بالتخطيط البنيوي للعلامة والأنظمة التصميمية وسمات بنية الشكل لغرض الكشف عن المحتوى وتفسير المعطيات إلى تفويم علمي شامل لوصف الحالة من خلال النتائج المترتبة التي ظهرت من وحدات التحليل.

وكانت نتائج البحث في الفصل الرابع بالإضافة إلى الاستنتاجات والتوصيات، أما الفصل الخامس فكانت تجربة الباحث وقد تم تحديد ٢٠ عمل وتحليلها وجاء بعد هذا الفصل المراجع العربية والأجنبية وملخص باللغة العربية والإنجليزية وكذلك الفهرست.

وقد حدد الباحث ٤٠ عملاً للعلامة التجارية ستعرض في قاعة كلية الفنون الجميلة (كنشاط للباحث) قبل البدء بالمناقشة.