تصميم هوية بصرية عصرية للمؤسسات بالإستلهام من الوحدات الإسلامية

مصمم / سهام حسن محمود حسن

رئيس مجلس إدراة شركة Segraph للدعاية والإعلان – ماجستير الإعلان كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان

ملخص البحث :

إن الحضارة الإسلامية تملك الكثير من مقومات و حلول ترتبط بكل جوانب الحياة , لما تشتمل عليه من أسس فكرية و روحية ونفسية و جسدية و مادية , فالفن الإسلامي زاخرا" بوحدات زخرفيه متنوعة, نلمس فى تكرار هذه الوحدات إيقاعا" ديناميكيا" يخاطب الروح و العقل و يبعث فى النفس حب الجمال, و تعتبر هذه الوحدات مصدرا" لإستلهام حلول تصميمية إبداعية فى مجال الإعلان بشكل عام و فى تصميم الهوية البصرية للمؤسسات بشكل خاص , وفى هذا السياق **يمكن تحديد المشكلة** فى الحاجة إلى تصميم هوية بصرية عصريه للمؤسسات بالإستلهام من الوحدات الزخرفية الإسلامية. و **يهدف البحث** إلى إبتكار صياغة عصرية للوحدات الزخرفية الإسلامية لتصميم هوية بصرية جرافيكية للمؤسسات . **ويتناول البحث الموضوعات التالية :** أنواع الوحدات الزخرفية فى الفن الإسلامى و خصائصها الجمالية و أبعادها الفلسفية –الهوية البصرية " المفهوم – المكونات – السمات العامة "– و كذلك إستنتاج الخصائص الجمالية و الفلسفية للوحدات الزخرفية الإسلامية فى تصميم هوية بصرية جرافيكية للمؤسسات . و**توصل البحث الى عدد من النتائج أهمها :** تطبيق الخصائص الجمالية فى إبتكار تصميم عصرى لهوية بصرية جرافيكية للمؤسسات لإضفاء قيمة جمالية حضارية , كما توصل البحث الى إستنتاج الخصائص الجمالية و الفلسفية للوحدات الزخرفية الإسلامية فى تصميم هوية بصرية جرافيكية للمؤسسات و تطبيقها فى تصميم نماذج لهوية بصرية للمؤسسات

DOI:10.12816/0040804

Designing a modern corporate identity by inspiration from the Islamic motifs

Designer / Seham Hassan Mahmoud Hassan

Chairman Of Segraph Advertising Company - Master in Advertising, Faculty of Applied Arts, Helwan University

The core conference: The civilization and build a creative man

The Islamic civilization has a lot of ingredients and solutions associated with all aspects of life. This because of it includes intellectual foundations, spiritual, psychological, physical, material. The Islamic art is a "sophisticated" in line with all ages is full of "motifs variety, we see the repetition of these units rhythm. This art is able to a "dynamic" addresses the spirit, the mind, sends the self-love of beauty. These units are a source "to inspire creative design solutions in advertising in general, in the corporate identity design in particular, it has an important role in the communicative with the target audience To educate them about the content of the corporate identity

, it is represented in the visual graphic elements such as lines, shapes and colors. So on designed in an expressive style to transfer as much information and data on the product or company according to this context.

We can determine the problem in the need to design a modern corporate identity from Islamic motifs. **The research aims** to devise a modern formulation of Islamic motifs for the corporate identity design. The paper deals with the following topics:

The first topic: The types of Islamic motifs, aesthetic characteristics and philosophical dimensions.

The second topic: corporate identity from the side of "concept - ingredients - general features.

The third topic: The conclusion of aesthetic qualities, philosophy of islamic motifs to design a corporate identity.

The fourth topic: An applied Study

أهمية البحث

1- استحضار جماليات الزخارف الاسلاميه فى التصميم كقيمه حضاريه و جمالية و تطبيقها لتصميم هويه بصريه للمؤسسات

2- صياغة معاصره مستوحاه من فن الزخارف الاسلامية لتصميم هويه بصريه للمؤسسات و التى بدورها تمثل عنصرا" إعلانيا" مهما"

هدف البحث

يهدف البحث إلى إيجاد المبادئ الخاصة بالقيم الفنية والفلسفية للزخارف الاسلامية وتفعيلها كفلسفة بنائية ومعايير إسترشادية فى تصميم هوية بصرية عصرية للمؤسسات .

منهج البحث :

يتبع البحث المنهج الوصفي فى الدراسات النظرية والمفاهيمية المتعلقة بموضوع البحث .

الإطار النظري للبحث :

يتناول البحث المحاور التالية :

المحور الأول : أنواع الوحدات الزخرفية فى الفن الإسلامى و خصائصها الجمالية و أبعادها الفلسفية

المحور الثانى : الهوية البصرية " المفهوم – المكونات – السمات العامة ".

المحور الثالث : إستنتاج الخصائص الجمالية و الفلسفية للوحدات الزخرفية الإسلامية فى تصميم هوية بصرية جرافيكية للمؤسسات .

المحور الرابع : دراسة تطبيقية لتفعيل الإستفادة من جماليات الوحدات الزخرفية الإسلامية في تصميم عصرى لهوية بصرية جرافيكية للمؤسسات.

محاور البحث :

المحور الأول : الوحدات الزخرفية في الفن الإسلامي أبعادها الفلسفية و أنواعها وخصائصها الجمالية :

1- البعد الفلسفي للوحدات الزخرفية في الفن الإسلامي :

يطلعنا تاريخ الحضارة الإنسانية على الكثير من النماذج والأمثلة من تراث الفن الذي هو تعبير عن الحضارة ولسان حال المجتمع ، فإن يد الزمان تطوي الأجيال البشرية جيلا بعد جيل ، غير أن التراث المادي يظل متمثلا في الرمز الفني ، والصناعة المادية تشهد بما كان عليه حال الحضارات،

وبالتالي فإنها تساعدنا في التوصل إلى معرفة أسرار هذه الحضارات ، ومقدار ما أنجزته في الميادين . العلمية والاقتصادية والعسكرية والفنية وغيرها . **(راوية عبد المنعم ، 1998)**

وقد قام الفن الإسلامي على أسس من فنون البلاد التي فتحها المسلمون أو خضعت لهم ذلك أن طبيعة شبة الجزيرة العربية الصحراوي ، وانتقال البدو من مكان إلى آخر سعياً وراء الرزق والمرعى لم يكن ليساعد على قيام فنون تشكيلية اللهم إلا في أطراف شبة الجزيرة , لذلك لم يكن على الفاتح العربي إلا الاستعانة بفنون الدول التي يدخلها الفتح الإسلامي , فلم يقبل كل ما وجدوه من تلك الفنون على ما هو عليه بل استبعد منها ما كرهه الدين أو ما لا يوافق مزاجه الخاص ، ثم جمع ما اختاره منها وصهره في بوتقة بعد أن طبعه بطابعه الخاص ألا وهو الكتابة العربية وهكذا نستطيع القول أن الفن الإسلامي أخذ قوامه الروحي من وسط شبة الجزيرة العربية ، أما قوامه المادي فقد تم صياغته في أماكن أخرى كان للفن فيها قوة وحياة .

ونجد إن أول ما يشد الانتباه في الفن الإسلامي ، وحدته الأساسية من حيث التصور العام لعالم الأشكال والمساحات والأحجام ، أي للمكونات المادية لذلك الفن ، فحيثما نتجه نعجب لتعدد الأشكال والتقنيات والخامات المستعملة ، ولكننا نشعر وللوهلة الأولى بالوحدة الجمالية المسيطرة على كل الإنجازات الفنية ، وهذا الإحساس بالوحدة خاصية الفن الإسلامي الأولى ، وقدرته الإبداعية التي هضمت كل عناصر التراث الفني البشري السابق لظهور الإسلام دون أن يفقد ملامحه الخاصة ، ولقد ورثت الحضارة الإسلامية كما سبق ذكره أنماطا فنية بيزنطية وساسا نية وبربرية وغيرها ، ولكن هذا لا يغير من أصالة الفن الإسلامي شيئا ، إذ لا يمكن أن تنشأ الفنون من لا شيء ، فانتشار الإسلام على رقعة هائلة الامتداد جعله يحمل طابع التعدد والتنوع والكثرة ، والواضح أنه لم يسع إلى طمس شخصية الشعوب التي انضوت تحت لوائه ، بل فتح لها طريق الإبداع والعطاء وميز حضورها في التاريخ .

واهتم الفنان المسلم بالزخرفة اهتماما بالغا، حيث كانت هذه الزخارف تزين القصور والأثاث الجدران، ونظرا لاتساع الرقعة التي انتشرت عليها الدولة والحضارة الإسلامية، فقد اختلفت الوحدات الزخرفيه في هذه الدول، فاختلفت مميزاتها لذلك في هذا الفصل ستقوم الباحثة بتحليل عدد من النماذج الزخرفيه الموجودة على قطع خشبية وغيرها من مختلف العصور الإسلامية، بالإضافة إلى توصيف لبعض الزخارف الموجودة على وحدات أثاث من سوق الأثاث بالرياض لمعرفة مدى استخدامهم لزخارف ذات أصول إسلامية.**(رحاب بنت عبدالله أبوراس ، 2008)**

تمثل الزخرفة الإسلامية توجهاً فنياً وفكرياً للسمو إلى المعاني الروحية وحركة وجدانية ومعرفية ترتقي بالمتذوق إلى التأمل والتأويل وادراك المعاني العميقة الكامنة وراء الأشكال المجردة التي تعبر عن عالم جمالي خاص يتجاوز حدود الصور والأشكال الواقعية المحسوسة ويكتسب طابعاً روحياً خاصاً من

خلال الابتعاد عن محاكاة الواقع وذلك عن طريق تبسيط الأشكال وتجريدها من خصائصها المادية الظاهرية والارتقاء بها إلى مستوى المثال الجمالي السامي المن زه عن النفعية والمحاكاة وهو المثال الجمالي المطلق، كما تتميز الزخرفة الإسلامية بمبدأ التكرار والامتداد اللانهائي للأشكال التي ترتبط فيما بينها بعلاقات فنية متوازية ، كما أنها تتحرر من قيود المكانية التي تحدد أبعاد العمل الفني ، فالزخارف الإسلامية قابلية الامتداد في جميع الاتجاهات دون إخلال بقيم وتوازنات العمل الفني المتكامل ، وفي كل الأحوال فان الزخارف الإسلامية تظل تعمل على مستوى واحد هو مستوى السطح ، أي البعدين الأساسيين دون الحاجة إلى الإيهام بالعمق أو البعد الثالث مما يعطي الأشكال والزخارف سمة التسطيح والمواجهة حيث تنتشر الأشكال أمام نظر المتلقي الذي يبدأ بدخول عالم الجمالية الزخرفية ، الروحية ، التأملية ، التي تمثل نظاماً متكاملاً من الأشكال والعناصر والعلاقات والألوان المؤلفة وفق أنظمة وبناءات مميزة .

وترتبط القيم الجمالية للزخارف الإسلامية بالأداء الفني الدقيق المبني على قواعد وأسس رصينة قائمة على التناسق في نسب الأشكال وانسجام العناصر والحركة الانسيابية والإيقاع المدروس وكذلك الامتداد اللانهائي وتكرار الوحدات الزخرفية بما يشكل عالماً ذو سمات وخصوصية بعيدة عن الرتابة والملل ولا تقف عند حدود الشكل الواقعي بل تتعداه الى الشكل ، الذي يعبر عن مضامين روحية عميقة وقيم جمالية خالصة

فنجد في الفن الإسلامي ينتشر النبضات النجمية في الأشكال الزخرفية المتنوعة بجانب بعضها البعض في شكل لانهائي كالنجوم ذات الرؤوس الثمانية والنجوم الخماسية وغيرها من التشكيلات الهندسية التي اشتقت من الدائرة التي شكلت بنية متحركة غير ساكنة ، ولا يمكن وصف العناصر الزخرفية كوحدات منفصلة عن بعضها ، والناظر إلى الوحدات الهندسية المتكررة بشعر كأنه أمام خلايا شمسية تستمد طاقة حركتها من " النور " والذي هو أيضاً من حيث اللفظ اسم من أسماء الله تعالى ، وهذا النور المسمى بنور الله ينبعث من بيت الله " المسجد " **(حلا الصابونى ، 2009)**

2- أنواع الوحدات الزخرفية في الفن الإسلامي

ويمكن تقسيم الوحدات الزخرفية في الفن الإسلامي إلى ما يلي :

أ- **الوحدات الزخرفة الهندسية:**

عرفت الفنون الهندسية في الفنون التي سبقت الإسلام كإطارات لغيرها من الزخارف.أما في الإسلام فقد أصبحت الرسوم الهندسية البسيطة كالمثلثات والمربعات والمعينات والأشكال الخماسية والسداسية

والدوائر والخطوط المزدوجة والمنكسرة والخطوط والمتشابكة وحدات وأنماط زخرفية خاصة , وظهرت التراكيب الهندسية والنجمية المتعددة الأضلاع وتشكيلاتها المتعددة التي استخدمت في زخارف التحف الخشبية والرخامية والنحاسية والصفحات الأولي المذهبة في المصاحف والكتب وزخارف السقوف.

ويستخدم الفنان المسلم أشكالا هندسية مكونة من المثلثات والمربعات والدوائر والمضلعات الثلاثية والرباعية والخماسية وغيرها والتي تشبه خلايا النحل والأشكال النجمية المسماة بالأطباق النجمية والمستقيمات والخطوط المنحنية ، وتستخدم هذه الأشكال في مساحات محددة وفق حسابات دقيقة. **(إنعام عيسى كاظم: 2013)**

بدأ التوجه لاستخدام الزخرفةِ الهندسيّة في العصر الأموي، وأُبدع فيها بشكلٍ قلّ نظيره وليس له مثيل في أي حضارةٍ أخرى، بالرغم من بساطتها لاستخدامها الأشكال الهندسيّة الأساسيّة المربعات والمستقيمات والدوائر والمثلثات، حيث كان لهذه الأشكال المختلفة دور أساسي ومهم في الزخرفة العربيّة، حيث أصبحت أساساً لأشكال الزخرفةِ الإسلاميّة، حيث تميّزت بطابعها القوي الذي يظهر جليّاً في استخدام تكوينات الأطباق النجمية التي ازدانت بها المصنوعات الفنيّة وأسطح العمائر .

وتميزت الوحدات الزخرفية الهندسية بخصائص جمالية في إمكانياتها المتعددة في التكرار والحذف والإضافة والإيقاع الحركي والتناسب والتوازن المتماثل والغير متماثل .

ب- الوحدات الزخرفة الكتابيّة :

وهي الزخارف المكونة من الكتابات والحروف العربية المشكلة بانواع الخط العربي المختلفة ، مثل (الكوفي و الثلث و النسخ و الديواني و الرقعة وغيره) والتي تمتاز بالليونة والاستدارة في رسم الحروف مما يسهل تشكيلها وفق البنى الزخرفية والفنية المتناسقة بشكل تتجلى فيه سمات الجمال والإبداع والاتزان. **(إنعام عيسى كاظم: 2013)**

لقد استخدم الفنانون المسلمون الوحدات الزخرفية المكونة من الخطوط والكتابات كعنصر زخرفي لتجميل تصميماتهم , حيث كان الخط العربي هو العنصر الزخرفي في الكثير من أنواع الزخارف، وبعد أن كان وسيلة للعلم والمعرفة، أصبح في هذا النوع من الزخرفة مظهراً من مظاهر الجمال الذي ينبض بالحياة والسحر، ولا زال هذا النوع ينمو ويتطور ويتعدد لدرجة المبالغة في أساليب تحوير أجزاء حروفه المركبة والمفردة، وقد اعتبر هذا التحوير من أنواع الزخرفة، وبلغت أنواع هذه الزخرفة بمفردها ما تجاوز الثمانين نوعاً، حيث بلغت كماليتها في العهد العباسي، وتعتبر نوعاً من أنواع الترف الفني الذي لم تبلغه أي أمة من الأمم سابقاً .

ج- الوحدات الزخرفية النباتية:

إن العنصر النباتي في الفن الاسلامى تأثر كثيرا بابتعاد المسلمين عن استلهام الطبيعة وتقليدها تقليدا حرفيا , فاستخدموا الأشكال البعيدة الشكل واللون عن الطبيعة لتكوين زخارف تمتاز بما فيها من تكرار وتنوع وتقابل وتناظر تبدو عليها مسحة هندسية تدل علي سيادة مبدأ التجريد الرمزي في الفنون الإسلامية ، والحقيقة أن الوحدات الزخرفية النباتية هي الزخارف المكونة من فروع نباتية وجذوع حلزونية متقاطعة أحيانا ومتشابكة ومتتابعة فيها موضوعات زخرفية مهذبة ترمز إلي الوريقات والزهور ويراعي في تصميمها شغل الفراغ وحدوده وعلاقته بالتصميم .

الزخارف النباتية من أهم أنواع الزخارف في الفن الإسلامي ، وقوامها الزهور والأغصان والأشكال الكأسية والأوراق والأوراد المأخوذة عن الطبيعة ولكنها محورة إلى أشكال مجردة هي عبارة عن زخارف تتشابك وتتناظر وتخضع لظاهرة النمو والامتداد وتخضع للتناسق والتناسب والاتزان في تكويناتها الفنية.(**إنعام عيسى كاظم: 2013)**

3- الخصائص الجمالية وقواعد الزخرفة الإسلامية:

تتميز الزخرفة الإسلامية بمجموعة من الخصائص الجمالية المميزة لها والتي شكلت نمطاً مميزا لها تفردت به عن باقي الأنواع الزخرفية الأخرى وهي : **(Mary and James G., 2004)**

أ- **تتكون من عدد قليل من العناصر الهندسية المتكررة :** الأشكال البسيطة كالدائرة، والمربع، والخط المستقيم هي أساس الأنماط حيث يتم الجمع بينهم أو استنساخهم أو تداخلهم ، وترتيبهم في مجموعات معقدة ، وعادة ما تستند معظم الأنماط على واحدة من نوعين من شبكة واحدة تتألف من مثلثات متساوية الأضلاع، والآخر من المربعات وهناك نوع ثالث من الشبكة، وتتألف من السداسي، وهو مختلف عن المخطط الثلاثي، المدى الرياضي لهذه الشبكات هو" التغطية بالفسيفساء العادية " (المستمدة من المكعبات الفسيفسائية اللاتينية، أي قطعة من الفسيفساء) ، والذي يتكرر مضلع منتظم واحد .

ب- ثنائية الأبعاد ، في كثير من الأحيان التصاميم الإسلامية لها نمط خلفية ونمط المقدمة. وضع نمط على نمط يعمل على تسطيح الفضاء، وليس هناك محاولة لخلق عمق. ويمكن تحديد الأنماط النباتية على خلفية تباين في النبات الذي مثل أشكال المتشابكة، والنسيج فوق وتحت بطريقة تؤكد على تزيين المقدمة. وفي حالات أخرى، يتم استبدال الخلفية من خلال التباين بين الضوء والظل ، كان الفنانون من العالم الإسلامي غير مهتمين بشكل كبير بالمنظور الخطي فى أنماط مختلفة من الفن الإسلامي، ونجد مثلا كان في اللوحة الفارسية تم استخدام نوع من الفضاء ثلاثي الأبعاد التي يمكن أن تتفاعل بالشخصيات، ولكن قدمت هذه المساحة وجهات نظر متعددة وظهرت في وقت واحد عين طير عين دودة .

ج- غير مصممة لتناسب داخل الإطار " قابلة للتوسيع بلا حدود ": الزخرفة الهندسية في الفن الإسلامي تشير إلى وجود درجة كبيرة من الحرية، فالترتيبات معقدة وهناك مجموعات من العناصر القابلة للتوسيع بلا حدود ، نمط الإطار المحيط يبدو تعسفيا والترتيب الأساسي ينص أحيانا على الوحدة لبقية عناصر التصميم التي يمكن التنبؤ بها والمتوقعة على حد سواء .

كما أن للزخرفة قواعد مستمدة من الطبيعة، أهمها:

١ .**التوازن:** هي القاعدة الأساسية التي يجب توفرها في كل تكوين زخرفي او عمل فني تزييني، والتوازن بمعناه الشامل يعبر عن تكوين فني متكامل، عن طريق حسن توزيع العناصر والوحدات والألوان والتناسق في علاقاتها مع بعضها، وبالفراغات المحيطة بها.

٢ .**التناظر أو التماثل** : وهو من اهم القواعد ا لتي تقوم عليها بعض التكوينات الزخرفية . التي ينطبق احد نصفيها على النصف الأخر، بواسطة مستقيم يسمى محور التناظر وهو على نوعين:

أ -**التناظر النصفي** :يضم العناصر التي يكمل احد نصفيها، النصف الأخر في اتجاه متقابل.

ب -**التناظر الكلي** :فيه يكتمل التكوين من عنصرين متشابهين تماما في اتجاه متقابل او متعاكس.

٣ .**التشعب** : معظم التكوينات الزخرفية ولا سيما النباتية ، غالبا ما تتضمن التشعب الذي اتخذ أساسا في نمو مفارقها، وفيه تتفرع الأشكال والوحدات من خطوط مستقيمة او منحنية من جانب واحد أو من جانبين كسعف النخيل ، ونمو أوراق النبات من فروعها ونمو الفروع من السيقان والجذوع ، ويستخدم هذا النوع في زخرفة الأشرطة والإطارات.

٤ .**التكرار** : هو من أهم قواعد الزخرفة ، ويوجد بكثرة في الطبيعة . فلو تنظر مثلا الى غصن شجرة ترى فيها الأوراق مصطفة على جانبي الغصن بنظام بديع ، تارة متبادلة ، وتارة متعاكسة ، كما نرى تدرجها في التكوين الزخرفي بتكرار أي عنصر أو وحدة زخرفية ، نحصل على تكوين زخرفي بديع ، حتى ولو لم يكن ذلك العنصر في حد ذاته جميلا , ويؤكد التكرار في الفن الإسلامي إتجاه العناصر وإدراك حركتها فعادة ما يلجأ الفنان إلى التعامل مع مجموعات قد تكون خطوطاً أو مثلثات أو مربعات أو مجموعات لونية متباينة ،أو متدرجة، فيلجأ إلى التكرار الذي هو استثمار لأكثر من شكل في بناء صيغ مجردة أو تمثيلية قائمة على توظيف ذلك الشكل أو تلك الأشكال خلال ترديدات دون خروج ظاهر عن الأصل , وذلك يعد من أهم جماليات الفن الإسلامي حيث لا يفقد الشكل الفني خصائصه البنائية, والتكرار على أنواع :

أ. **التكرار العادي :** فيه تتجاوز الوحدات الزخرفية في وضع ثابت متناوب

ب. **التكرار المتعاكس :** فيه تتجاوز الوحدات الزخرفية في أوضاع متعاكسة ، تارة إلى الأعلى، وتارة إلى الأسفل . والى اليمين واليسار في تقابل وتعاكس.

ج. **التكرار المتبادل :** هو استخدام اشتراك وحدتين زخرفيتين مختلفتين في تجاور وتعاقب)الواحدة تلو الأخرى . **(عبد الكريم جاسم : 2009)**

5. الوحدة : يعبر مفهوم الوحدة في جوهره عن قيمة الائتلاف الكلي بين العناصر المتباينة في التصميم الفني ويعني مبدأ الوحدة ، أن ترتبط أجزائه فيما بينها لتكون كُلاً واحداً فمهما بلغت دقة الأجزاء في حد ذاتها فإن التصميم لا يكتسب قيمته الجمالية من غير الوحدة التي تربط بين الأجزاء بعضها ببعض ربطاً عضوياً وتعد الوحدة من أبرز خصائص الفن الإسلامي .

6. الإيقاع الحركي : يعتبر الإيقاع مجال لتحقيق الحركة , فهو مصطلح يعنى ترديد الحركة بصورة منتظمة تجمع بين الوحدة والتعبير , فالإيقاع يتطلب ضرورة توافر قانون تكراري للأبجديات المنظمة يكسبها تأكيداً واضحاً واتزان . إن الحركة والتغير يمثلان السمة الأساسية التي تحكم انتظام العلاقات والأشكال ولذلك فإن تحقيق الإيقاع في التصميم يضفي الحيوية والديناميكية والتنوع داخل نظام التصميم .**(سهام حسن : 2015)**

المحور الثاني : الهوية البصرية " المفهوم – المكونات – السمات العامة ".

تعرف الهوية المؤسسية بأنها القدرة الخاصة على اجتذاب المتلقى، حيث يرتبط بإدراكه للسلعة أو الخدمة أو المؤسسة وخصائصها و يبنى انطباعات وصور ذهنية معينة داخل عقل ووجدان المستهلك , ويختلف ذلك تبعاً لثقافته وأهدافه واحتياجاته ، وهناك ثلاثة عناصر أساسية مهمة عند التفكير في تعريف الهوية المؤسسية وهي: الثقافة ، القيمة ، الشخصية والتي من خلالها يمكن تعريف الهوية المؤسسية باعتبارها المدخل البسيط لفكرة بناء هوية تعريفية تمثل أي شركة أمام العالم لتعرض بكل دقة صورة ذهنية عن هذه الشركة أو الخدمة أو المنتج.

بينما تمثل الهوية البصرية المزيج المتكون من الاستراتيجية التسويقية والهيكل التنظيمي والاتصال والثقافة عبر نهج بصري متمثل في عناصر الاتصال المرئي وقائم على عمل الإدارة المؤسسية كما تتجه الدراسات الحديثة نحو إيجاد الهوية البصرية للشركات من خلال تطوير مزيج هوية الشركة مع ثلاثة عناصر أساسية هي البيئة و الجهات المعنية وسمعة الشركة. **(D'Angelo Buendia,2006)**

يحدد قاموس المصطلحات التصميم الهوية على النحو التالي" :هي الخصائص السلوكية للشركة والتى تحدد الصفات المرادفة لمستوى خدماتها، وطبيعتها أو نهج ممارسة الأعمال التجارية " في هذا

الصدد يمكن تعريف الهوية البصرية المؤسسية بأنها الشئ البصري الدال على وجود الشركة ووضوح شخصيتها ، ويتم اعتبار الهوية البصرية هي حجر الزاوية للتعرف على الخصائص المميزة للشركة ومدى قوة تواجد العلامة التجارية لها وتنافسيتها . **(Hazal Bilgütay, 2013)**

تعرف الهوية التعريفية على أنها: الحقيقة الفريدة لمنظمة ما. والتي تعبر بصدق تام عن الصورة الخارجية والداخلية لهذه المؤسسات وكذلك سمعتها من خلال طرق الاتصال المعروفة.

كما عرفت أيضاً بأنها: الوحدة في الكل التي تبنى العنصر الموجود في الشيء أو العناصر والوحدات المرئية التي تقدم للشركة.**(نجوى العدوي :2004)**

ومن ثم تكون الهوية البصرية "هي الوجه المرئي للعلامة التجارية، والتي تشكل المعرفة بالشركة ، وهذه الهوية البصرية ينبغي أن تكون متوافقة مع طبيعة العلامة التجارية، وتزود العلامة التجارية بالمعرفة البصرية التي تدعم وجودها واستمرارها لدى المتلقي ، فالهوية البصرية هي واحدة من أكثر طرق التواصل أهمية ومصدر للثقة بين العملاء والشركة، فالهوية البصرية تلعب دور رئيسي في تحديد هوية الشركة وجعل المنتج لا ينسى " . **(Hazal Bilgütay, 2013)**

لذلك تلعب الهوية البصرية دورا هاما في مجالات التجارة والصناعة والإعلام في عصرنا الحالي وذلك حتى يستطيع كل منتج أو خدمة أن يتميز ويختلف عن أقرانه ومنافسيه على مستوى العالم خاصة فى عصر المعلومات والتجارة الدولية الواسعة الانتشار بين الجميع في مختلف وسائل الإعلام.**(Kathren Fishen : 2005)**

ويعتمد المصمم في تحقيق الهوية البصرية على بناء الصورة الذهنية والتي يتم بناءها من خلال تحليل وابتكار مفهوم محدد لما يمكن أن ترتبط به العمليات الذهنية لدى المتلقي في محاولات لبناء صورة ذهنية تكون جزءاً من هوية تعريفية مميزة للمؤسسة على حسب المنتج أو الخدمة (ترفيهي – علاجي – غذائي ....الخ) , ويتم ذلك عبر مفردات لغة الشكل .

فالشكل يعني طبيعة الشيء نفسه التي وجد عليها في مجال الإدراك البصري .. حيث أن لجميع العناصر المرئية طبيعتها الخاصة بها، والتي تتكون من خطوط ومساحات وكتل وغير ذلك , ولما للأشكال من أهمية قصوى في مجال التصميم فهي تُعرف الأشياء وتوصل الفكرة بالإضافة إلى أنها تقوم بعملية الاتصال وتلفت الانتباه.**(ميسون محمد قطب :2000)**

ومفردات لغة الشكل تسهم في تحقيق الهوية البصرية فمن خلال تضافر الخطوط والألوان والملامس يمكن إيجاد نظام قائم بذاته من عناصر ووحدات وعلاقات تحقق الهوية البصرية , واللون ايضاً حيث إدراك اللون يأتي من ذلك الإحساس الذي يتولد عند إنعكاس

بعض موجات الضوء على شبكية العين من مصدر الضوء ، ويأتي الإدراك عن طريق معمل خاص في الإنسان مكون من العين والمخ ، فمجرد وصول الطيف اللوني إلى العين تستقبله على الشبكية مجموعة من الخلايا العصبية التي تحمل الرسالة اللونية المراد إدراكها عن طريق العصب البصري للمخ .

يعتبر فن الزخرفة الاسلامية من ضمن عناصر الجمال البصرى المميزة فى جذب انتباه المتلقى ، لذلك أسهم الفن الإسلامي بكل مكوناته ووحداته الجمالية والفنية في التصميم المعاصر من حيث تأكيد الخصوصية والهوية في التصميم .

وتتجسد الهوية في التصميم عن طريق مؤشرات متعددة منها اللغة المكتوبة، والرسم ، والتخطيط، ورسم الحروف، والألوان المستعملة في التصميم، وأسلوب عرض الرمز في التصميم، والمعتقد الديني، والبيئة .وترتبط هوية الرمز في التصميم ، بمحاكاة الفنان المصمم لتقاليده المتوارثة، المرتبطة بالتاريخ ومرجعياته الحضارية والاجتماعية والبيئية، فالفن الفرنسي أو الصيني وغيرها من فنون الشعوب، نلاحظ أن الهوية في فنون تلك البلدان قد ارتبطت بالجوانب القومية والوطنية قبل كل شئ ففي الفن الألماني أو الروسي نلاحظ عشرات الأحداث التي عبر عنها الفنان في مستوى وثائقي، فني متكامل كالتعبير عن الكفاح القومي، أو الحرب ضد الاستعمار يعبر عن تقاليد وطنية من الضروري أن تتجذر في فننا بأسلوب لا يفرض على الفنان بل في رؤيته الإبداعية الملتزمة بعمق وأصالة , لذا إن التعبير الذي يميز الهوية ولاسيما في التصميم هو تعبير عن الارتباط بالتراث الحضاري والماضي الخالد، والإفصاح عن تلك المرجعيات من خلال التصميم وعناصره في هيئة الرمز شكلاً ولوناً فضلاً عن الجوانب الجمالية والتاريخية والأصالة . **(معتز عدنان غزوان ، 2010)**

ولكي نصنع هوية تعريفية مرئية ناجحة ومؤثرة تستطيع التعبير بصدق عن المحتوى الفكري يجب علينا التأكيد على أربعة عناصر أساسية. **(تامر عبد اللطيف:2007)**

1- الثقافة المؤسسية

تعبر الثقافة المؤسسية غالباً عن سلوك المنشأة وتعد النواة الأساسية للمنشأة , فهي تنتج نوع من الشخصية التي قبل كل شيء تتجه إلى التعاملات الداخلية. وستجد من خلالها الارتباط بين المستثمرين المتنافسين والمؤسسات , فهي تعد الهوية الحافزة للمتنافسين مع المؤسسة. فمن خلال الشعور بروح الفريق والارتباط بالعمل في إطار عائلي تنشأ القوة المساعدة للمؤسسة في السوق.

2- الماركة المؤسسية

يعرف بيرموللراب الماركة على أنها منتج ذو نمط يحتوى علامة وأسم تجارى وأن تبنى على سمعة المؤسسة أو بتعريف أكثر دقة "هي الاسم والكلمات والعلامة والرموز ونمط التصميم بجانب المعايير الأكثر عمقاً وهى المشاعر التي تتولد من تلك الرموز والعلامات"

أما المصمم الألماني ميتر مورسنج فهو يرى أن "الماركة هي الضمانات المسبقة التى تقدمها المؤسسة من خلال منتجاتها."

ويقسم موللراب الماركة إلى قسمين أحدهما جرافيكي وهو العلامات والكلمات والألوان التي تستخدمها المؤسسة,والآخر غير جرافيكي ويقصد به الشكل المميز للمنتج ويذكر على سبيل المثال زجاجة الكوكاكولا.

3- الاتصال المؤسسي

الاتصال المؤسسي عملية ديناميكية يقوم بها شخص ما أو أشخاص اعتباريين , بنقل رسالة تحمل المعلومات أو الآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين, لتحقيق هدف ما, عن طريق الرموز, لتحقيق استجابة ما, في ظروف ما أو سياق ما أو بيئة اتصالية ما بغض النظر عما يعترضها من تشويش.

4- التصميم المؤسسي

وهو الصيغة البصرية لأي فكرة ما تقدمها المؤسسة وهو التنظيم الخاص للخطوط والأشكال والألوان وغير ذلك في نمط تعبيري خاص, أنه ذلك التنظيم الشكلي الذى يعطى الفكرة اكتمالها وحضورها الخاص والذي يعطى بدوره إحساساً بصرياً خاصاً بالمكان والكتلة والحركة والضوء وغير ذلك من المؤثرات الخاصة التي تستخدم للسيطرة والتأثير على عين وذهن المتلقي.

المحور الثالث : استنتاج الخصائص الجمالية و الفلسفية للوحدات الزخرفية الإسلامية فى تصميم هوية بصرية جرافيكية للمؤسسات .

من خلال محاور البحث يمكن استنتاج المبادئ العامة التي يرتكز عليها تصميم هوية بصرية جرافيكية للمؤسسات بالاستفادة من جماليات الوحدات الزخرفية الإسلامية من خلال ما يلي :

1- التوازن

- أن يتمتع الشكل العام للهوية البصرية بتكوين فني متكامل، عن طريق حسن توزيع العناصر والوحدات والألوان والتناسق في علاقاتها مع بعضها، وبالفراغات المحيطة بها .
- ان يتمثل التوازن في الشكل العام للهوية البصرية باستخدام الوحدات الزخرفية الإسلامية التي تتوازن جميعها لتحقيق إتزان روحي يتكامل عنها من خلال مع الفكرة العامة للتصميم بحيث تكون مستمدة من فلسفة الفن الإسلامي .

2- جماليات التكرار Ethics of Repetition

- أن يستخدم التصميم العام لجناح العرض نظاماً تكرارياً من الوحدات المستمدة من الفن الإسلامي والمرتبطة بمضمون التصميم وفكرته بحيث تبدع مظاهر جمالية تكون ناتجة عن الامتداد والاستمرارية وتكون مرتبطة بتحقيق الحركة في العمل الفني .
- ان تؤكد جماليات التكرار للوحدات الإسلامية في التصميم العام لجناح العرض الجاذبية والتشابه والتوازن في التصميم الكلي لجناح العرض .

3- التناظر أو التماثل :

- أن يتمتع الشكل العام للهوية البصرية بإحداث تناظر سواء في احد نصفيها على النصف الأخر، بواسطة مستقيم يسمى محور التناظر في اتجاه متقابل , أو أن يكتمل التكوين من عنصرين متشابهين تماما في اتجاه متقابل أو متعاكس.
- ان يتمثل التناظر في الشكل العام للهوية البصرية باستخدام الوحدات الزخرفية الإسلامية التي تؤكد جماليات الاستمرار والتقابل لتحقيق تواصل روحي يؤكد الفكرة العامة للتصميم والمتفقة مع فلسفة الفن الإسلامي والعقيدة الاسلامية.

4- التشعب :

- أن يتمتع الشكل العام للهوية البصرية بإحداث التشعب عبر تفرع الأشكال والوحدات من خطوط مستقيمة او منحنية من جانب واحد أو من جانبين.
- أن يحقق الشكل العام للهوية البصرية إيقاعاً تناغمياً يحكم تشعب العلاقات والأشكال في خطوط مرنة تتمتع بالحيوية والديناميكية والتنوع والامتداد.

5- الوحدة Unite :

- أن يتمتع الشكل العام للهوية البصرية بالوحدة الكلية المعبرة عن روح وجوهر الفكرة التصميمية بحيث تتجمع الأجزاء والعناصر معاً فتصبح كُلاً واحداً متضمناً مجمل العناصر الجرافيكية . .
- ان تتمثل الوحدة في الشكل العام للهوية البصرية باستخدام وحدات بنائية مستمدة من جماليات الوحدات الزخرفية الإسلامية ويجب أن تتضافر جميعها لتحقيق الوحدة الروحية ويعبر عنها من خلال الفكرة العامة للتصميم بحيث تكون مستمدة من فلسفة الفن والعقيدة الإسلامية .

6- الإيقاع الحركي Rhythm

- أن يحقق الشكل العام للهوية البصرية إيقاعاً حركياً من تناغم الوحدات والعناصر المكونة للهوية البصرية والمرتبطة بتأكيد فكرة التصميم وتعمل على تحقيق جماليات تجذب المتلقي وتجعله يستمتع برؤية التصميم ككل .
- أن يحقق الشكل العام للهوية البصرية إيقاعاً حركياً يحكم انتظام العلاقات والأشكال ومن ثم يضفي الحيوية والديناميكية لتصميم الهوية البصرية.

المحور الرابع : دراسة تطبيقية لتفعيل الاستفادة من جماليات الوحدات الزخرفية الإسلامية في تصميم عصرى لهوية بصرية جرافيكية للمؤسسات.

وتتناول الدراسة التطبيقية التالية نموذج تصميمي لأحد النماذج الإعلانية باستعارة رموز من جماليات الوحدات الزخرفية الإسلامية , والتي يتم توظيفها في تصميم هوية بصرية لشركة اعتبارية , حيث تم توظيف الشعار كوحدة جمالية لإبتكار تصميم عصري بروح إسلامية , وتم التطبيق على معظم مفردات الهوية البصرية المميزة للشركة والمتمثلة في (كارت شخصي – أظرف – ورقة جواب مراسلات) كما تتضمنت ايضا التطبيق على عناصر من الهدايا الدعائية (مج – تي شيرت – اقلام – بلوك نوت – سي دي) , حيث ان التطبيق الفعال للمبادئ التي تم استنتاجها من خلال هذا البحث من شأنه أن يؤدي إلى انجاح الهوية البصرية , وقد عمدت الباحثة إلى ذلك عبر تطبيق التصميم على كل المكونات والعناصر بنفس الأبعاد والنسب , وباستخدام نفس الألوان والنسب الجمالية وبنفس نوع الخطوط من أجل إيجاد هوية بصرية منظمة ومنضبطة تحقق الدور المنوط بها كجزء مهم في فن الإعلان , ويمكن توضيح الأفكار التصميمية من خلال النماذج المقترحة التالية :

نتائج وتوصيات البحث :

- نتائج البحث

- تلعب الهوية البصرية دورا هاما في مجالات الإعلان في عصرنا الحالي بحيث تسمح لكل منتج أو خدمة أن يتميز ويختلف عن أقرانه ومنافسيه على مستوى العالم.
- يعتمد المصمم في تحقيق الهوية البصرية على بناء الصورة الذهنية والتي يتم بناءها من خلال تحليل وابتكار مفهوم محدد لما يمكن أن ترتبط به العمليات الذهنية لدى المتلقي في محاولات لبناء صورة ذهنية تكون جزءاً من هوية تعريفية مميزة للمؤسسة على حسب المنتج أو الخدمة (ترفيهي – علاجي – غذائي ....الخ) , ويتم ذلك عبر مفردات لغة الشكل .
- إن جماليات الوحدات الزخرفية الإسلامية تعتبر منبع من منابع الإبداع الفني بصوره المختلفة لقدرتها على إحداث الموائمة التعبيرية في تصميم الهوية البصرية للمؤسسات والشركات.
- من خلال محاور البحث أمكن استنتاج مجموعة من المبادئ العامة التي يرتكز عليها تصميم هوية بصرية جرافيكية للمؤسسات بالاستفادة من جماليات الوحدات الزخرفية الإسلامية وأمكن تطبيقها من خلال بعض نماذج من تصور الباحثة لإحدى المؤسسات المصرية .

- توصيات البحث :

- ضرورة العمل على تأكيد الهوية البصرية بالاستفادة من جماليات الوحدات الزخرفية الإسلامية كهوية مميزة للمؤسسات المصرية والعربية عبر سبل الدعاية والترويج لمنتجاتها وخدماتها .
- العمل على نشر النمط الثقافي الإسلامي في تصميم الإعلان والمعتمد على تراث فكري وحضاري وفني ابهر العالم ولا زال مصدر إبداعي في شتى المجالات التصميمية .

مراجع البحث :

1. إنعام عيسى كاظم عجام (2013) القيم الجمالية للوحدات الزخرفية في مرقد النبي ذو الكفل (عليه السلام) ، جامعة بابل/ كلية الفنون الجميلة /قسم التربية الفنية , العراق.
2. تامر عبد اللطيف عبد الرازق (2007م) , العمليات الذهنية ودورها فى بناء الهوية التعريفية للصحف الالكترونية العربية– علوم وفنون – المجلد التاسع عشر – العدد الرابع – أكتوبر.

3. حلا الصابونى ، على السرمينى (2009) ملخص الفن الإسلامي فى المشرق العربى منذ نشأته حتى القرن العاشر الميلادى فى نماذج من الفنون الجدارية "فسيفساء وتصوير جدارى " ، مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية ، مجلد 25 ، عدد2 , دمشق.
4. راوية عبد المنعم (1998)الحس الجمالي وتاريخ الفن ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر ، ط،1 , القاهرة.
5. رحاب بنت عبدالله أبوراس (2008) الزخارف الإسلامية كمصدر لتصميم وحدات أثاث معاصرة ، قسم التربية الفنية – كلية التربية بجامعة الملك سعود، السعودية .
6. سهام حسن محمود حسن (2015) الاستفادة من أساسيات الفن الإسلامي في تصميم أجنحة المعارض الإعلانية , المؤتمر الدولي الأول للجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية , مصر .
7. عبد الكريم جاسم محمد الدليمي (2009) القيم الجمالية للزخرفة الاسلامية فى جامع الكوفة الكبير ، جامعة بابل / كلية الفنون الجميلة ، مجلة جامعة بابل ، العلوم الانسانية ، مجلد17 ، عدد2 , العراق.
8. معتز عدنان غزوان (2010) الدلالات الفكرية للفن الإسلامي فى التصميم المعاصر ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد , العراق .
9. ميسون محمد قطب (2000) الاعتبارات الفنية المؤثرة في تصميم المطبوعات – رسالة ماجستير – جامعة حلوان – كلية الفنون التطبيقية .
10. نجوى العدوي (2004م)- الشعار كقوة مؤثرة في تحقيق الهوية التعريفية للشركة- علوم وفنون- المجلد السادس عشر- العدد الثاني- ابريل.
11. D'Angelo Buendia (2006) Nadia Meljoum , The Importance of Managing the Corporate Identity, Master's thesis , Lulea University of Technology, Sweden.
12. Hazal Bilgütay (2013) THE IMPORTANCE OF CORPORATE IDENTITY DESIGN WITH COMPARATIVE EXAMPLES, IZMIR UNIVERSITY OF ECONOMICS, FACULTY OF FINE ARTS AND DESIGN, DEPARTMENT OF VISUAL COMMUNICATION DESIG.
13. Kathren Fishen (2005) Redesigning Identity – Rockport publisher – U.S.A.
14. Mary and James G. (2004) ,Islamic Art and Geometric Design, activities for learning, the Metropolitan Museum of Art, Wallach Foundation.