



Journal of Applied
Arts & Sciences



مجلة الفنون
والعلوم التطبيقية



العلامات الإرشادية الأيقونية كمصدر لتصميم الملصقات
(دراسة تحليلية)

The iconic signs in the design of posters
(Analytical study)

محمد حسين محمد حجاج

مدرس بقسم الاعلان- كلية الفنون التطبيقية - جامعة دمياط

المخلص:

يهتم البحث بدور العلامة الإرشادية الأيقونية في تصميم الملصقات كأداة اتصالية ذات أهمية بالغة لما تؤديه من إيصال الرسالة الموجهة إلى مختلف شرائح المجتمع دون تمييز، إذ تستخدمها الجهات والمؤسسات لتسهيل عملية الاتصال نظرًا لدورها الواضح في التوجيه، فمن خلال الاعتماد على العلامة الإرشادية الأيقونية وقوتها التعبيرية الدلالية – في ضوء القيمة الفنية والضوئية للون – تعد لغة بصرية بليغة وتجسيد لمهارات المصمم، من خلال اظهار الأشكال والرموز التي تنقل المفردات التصميمية الى صياغة جديدة ترمز لمضمون بعيد عن الأصل الذي استحدث منه والذي يعطي دلالات شكلية أو لونية أو كلاهما.

ويأمل الباحث أن تسهم الدراسة الحالية في بيان بنية الرموز ودلالاتها ودورها في تصميم الملصقات المعتمدة في بنائها على العلامات الإرشادية الأيقونية، وقد تحددت مشكلة البحث وفق للتساؤل التالي: بيان ماهية دور العلامات الإرشادية الأيقونية في البناء التصميمي والفلسفي للملصقات؟ ويهدف البحث إلى التعرف على البناء التصميمي للملصقات المبني على الرمز ودلالاته، وسوف يتناول البحث الرمز ووضعيته التأويلية، كما اشتمل على بيان الفرق بين الرمز، العلامة الإرشادية والاشارة.

الكلمات المفتاحية:-

العلامة الإرشادية الأيقونية، البناء التصميمي، الملصقات.

أولاً: مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في التساؤل التالي:

- ما هو دور العلامات الإرشادية الأيقونية في البناء التصميمي والفلسفي للملصقات؟

ثانياً: فرض البحث:

وللإجابة على التساؤل المطروح في مشكلة البحث يفترض الباحث الفرض التالي:
- يمكن الاعتماد على العلامات الإرشادية الأيقونية كمصدر هام في تصميم الملصقات، حيث أنها وسيلة سهلة لإيصال الأفكار من المصمم الى المتلقي بشكل فعال.

ثالثاً : أهداف البحث:

(١) وصف وتحليل العلامة الأيقونية الإرشادية في الملصق ودورها في إثارة خيال المصمم ودفعه لاتجاهات تصميمية جديدة للملصقات بشكل عام .

(٢) تفسير دور العلامة الأيقونية الإرشادية كمصدر لتصميم الملصق ووضع أسس لصياغتها ضمن المفردات البصرية .

رابعاً : أهمية البحث:

تتخصر أهمية البحث في التالي :-

١- التأكيد على أهمية للعلامة الأيقونية الإرشادية من الناحية التقنية والجمالية كمصدر لتصميم الملصق بمفرداته البصرية المختلفة .

٢- رصد أهم نقاط التحول في الشكل والمضمون وأداء وظيفة العلامة الأيقونية الإرشادية والتي تعتمد علي وجهة نظر المصمم لتوضيح متغيرات المحتوى.

خامساً: تحديد المصطلحات:

يمكن تحديد المصطلحات في هذا البحث وكما يأتي:

العلامة : في اللغة الإيماء أو الإشارة أو الرمز والرمز على ما يدل عليه (Masoud, ١٩٩٢, p٥٦١) (١)

العلامة اصطلاحاً: وهي وسيلة اتصالية مرئية يتم بواسطتها نقل المعاني العميقة من طرف مرسل إلى آخر مستقبل مستعينة بأشكال الرموز (Symbols) والإشارات للدلالة عن شيء ما لتؤدي وظيفة محددة في إطار النشاط الإنساني بشكل بسيط ومفهوم وجميل (*Development of Designs and Printing of Protective Coins Locally*, ١٩٧٧) الأيقونية:

وتنحدر الأيقونة من كلمة إغريقية ikon وتعني " image صورة" في اللغة الإنكليزية، ويجدر التأكيد هنا أن هذا المصطلح شاع شيوفاً كبيراً إثر انتشار المدرسة الرمزية والسيميائية اللتين تعتمدان اعتماداً كبيراً على أثر الأيقونة في ترسيخ الموضوعات - التصميمية " فقد تم الاستفادة "كثيراً من الأيقونة وآلياتها وأدواتها، نظراً لطاقتها الإيحائية والقرائية، واستفاد الكثير من الشعراء والروائيين من رمزية الأيقونة، إذ نرى صوراً متناثرة هنا وهناك، هدفها تمثيل صوري لموضوع تتمحور عليه فكرة أو عمل أدبي فلسفي ما، وتؤكد تلاقح الفنون

مقدمة :-

يعد الملصق المصاغ من مفردات علامات التوجيه والإرشاد وهي في الأساس محوراً للإنسان من خلال هدف الملصق التوعوي لمشكلة ما من خلال تصميم مناسب لجميع الناس بغض النظر عن العمر والجنس والتنوع التصميمي إلى أقصى حد ممكن (Clarkson & Coleman, ٢٠١٥) ويري هيربرت ريد ان هناك فرق بين العلامة والرمز اذ يري من شان الرمز ان يجعلنا نتصور موضوعاً في حين ان كل ما ترمي اليه العلامة هو ان تجعلنا نتعامل مع ما تشير اليه او تدل عليه بصدد رسالة صورة العلامة الإرشادية الأيقونية في الملصق، من حيث التعبير والتنفيس، فهي وسيلة الإنسان ومجاله للتنفيس الانفعالي عما يعانیه من ضغوط نفسية واجتماعية. لذا اعتمد مجالاً للاختبارات النفسية، وفي الطب النفسي لتشخيص حالات مرضية عديدة؛ كونه يترك الأشخاص يعبرون عن خواطرهم وخيالهم ومشاكلهم ومعاناتهم عن طريق التعبير من خلال العلامة الإرشادية في الملصق (صالح، ١٩٨٨) والتعبيرات الفنية أحد أشكال التنفيس الانفعالي، وهي رسائل موجهة نحو الآخرين (امين، ٢٠٠١).

وتؤدي الأسس دوراً تصميمياً فضلاً عن تأسيسها للأشكال وهو تحقيق مختلف القيم الفنية فالترج (يمثل سلسلة متعاقبة تفصل بين طرفين متعارضين متناظرين ، أي انه سلسلة خطوات متشابهة تجمع بين توافق والتعارض في آن واحد) وان من أسس الهيمنة أن يكون هنالك توافق بين العناصر المهيمنة والعناصر الثانوية في الفضاءات ويعطي العنصر المهم تأكيداً بصرياً ، ويمثل حجماً مهماً أو شكلاً فريداً ولون مناقض أو ملمس مغاير ، فالتناقض يجذب الانتباه ، وهكذا تنتج الهيمنة من ابراز وتكبير احدي المتعارضات من اللون أو الحجم .

العلامات الإرشادية الأيقونية والبعد الرمزي والملصق:

يهتم البحث بالعلامة الإرشادية الأيقونية ذات الطبيعة الشكلية والصورية من حيث طريقة التصميم التي يتشابه فيها الدال ومكوناته الشكلية والموضوعية مع المدلول والشئ المقصود في عملية التعبير ، ومن ثم يمكن القول

والفكري مع المتلقي وبصورة تماثلية ترتبط بحقيقة الموضوع بطريقة تحاكي طبيعته القصدية والتأويلية في الواقع.

وتتضمن العلامات الإرشادية الأيقونية علي البعد الرمزي و عدم المباشرة، وعدم المحاكاة والتقليد، (أبو العنين، ٢٠١٥) وفي الشكل رقم (٢) لملصق من تصميم تريفور وونغ - Trevor Wong (٢٠٢٢) بعنوان ممنوع الدخول من حملة للملصقات بعنوان نحن نقف مع أوكرانيا في مساحة سوداء في خلفية الملصق ووضع العلامة الارشادية الأيقونية (علامة حظر دخول أي مركبة) باللون الأحمر مع صياغة لونية لعلم أوكرانيا باللون الأزرق والأصفر لدلالة رفض العدوان الروسي علي أوكرانيا وشكل رقم (٣) لنفس العلامة وفي مساحة بيضاء مع صياغة دلالية لشكل الدب الروسي باللون الأسود لملصق من تصميم ريزا شاري - Reza Sher - إيران) بعنوان اوقفوا الحرب للوقف الحرب الروسية علي أوكرانيا .

بأن العلامة الإرشادية الأيقونية تحمل دلالات صريحة ومؤكد ومرتبطة بالصورة الذهنية حيث تؤدي إلى التعرف على المعلومات البصرية التي تتميز بكونها مثيرة للعواطف لدي المتلقي. (Hill & Helmers, ٢٠٠٤) ، وتحيط بنا الأشكال في كل مكان ، وطورت وظائفها حتى أصبحت الأشكال الهندسية مفردة في لغة علوم كثيرة، ومن الناحية السيميولوجية فإن للشكل الهندسي دلالات متعدد وشكل الدائرة يمثل الديمومة ، الدوران ، الحيرة ، الاتساع و يرمز للشمس- القمر- الكواكب ونصف الدائرة يعتبر من رموز العمارة الإسلامية فهو شكل القبة في المساجد والمباني الإسلامية والعربية (ابوشنب، ٢٠١٥) ويمكن القول أن العلامة الأيقونية سهلة في الإدراك فقد صمم كوكو سيريللا - Coco Cerrella (Cerrella, n.d.) شكل رقم (١) لملصق بعنوان (لا تمر) في مساحة بيضاء تم دمج علامتين من العلامات الإرشادية الأيقونية علامة حظر دخول أي مركبة وعلامة القفز بالزانة و إحدى رياضات ألعاب القوى ، حيث تتحول دلالة الشكل لتوضح فكرة التحدي من اجل القفز علي كل المعوقات والعقبات لتسهيل نقل الافكار والوصول إليها من خلال الاتصال المرئي

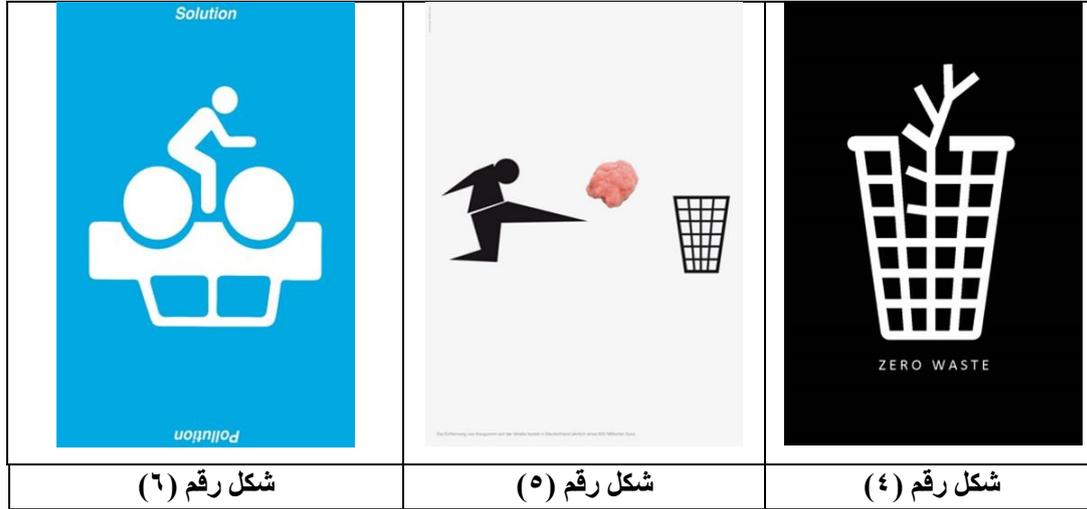
		
<p>شكل رقم (٣)</p>	<p>شكل رقم (٢)</p>	<p>شكل رقم (١)</p>

تعتمد علي العلامات الإرشادية الأيقونية ، فالرسائل الاتصالية تؤثر في عملية تشكيل أو تغيير الإتجاه أو الإقناع، حيث يتفاعل المتلقي مع مضمون تلك الرسائل علي مستوي الإتجاه الذي يترجمه الإقناع إلي سلوك كما

و يرى الباحث أن لمصمم الملصقات دورا كبيرا" في توفير أفضل السبل التي تجعل إدراك وإحساس الإنسان يعمل بصورة جيدة ، حيث أن أفراد المجتمع يضعون ثقتهم في الإشارات والدلالات الموجودة في الملصقات التي

معينة بقصدها المصمم – ويصغيها لهذا الغرض فالرمز يدل عن شيء معين من خلال عمليات الإيحاء والدلالات، حيث يدل الرمز على هذا الشيء ويحل محله من خلال عمليات التأويل وقد استخدم المصممين تلك العلامات الإرشادية الأيقونية في تصميم لملصق للحد من التلوث البيئي كما في الشكل رقم (٦) وهو ملصق بعنوان (حل التلوث) للمصمم سانتياغو بيرالتا - Santiago Peralta (Peralta, ٢٠١٤) الملصق مصاغ في مساحة باللون الأزرق الفاتح مصاغ عليه علامة إرشادية أيقونية (ركوب الدراجة الهوائية) لشكل شخص يركب دراجة هوائية في النصف الأعلى من التصميم والنصف الأسفل سيارة باللون الأبيض محقق للتباين اللوني و يوضح هذا الملصق من خلال صياغته المتميزة في طرح لحل مشكلة التلوث من خلال عدم ركوب السيارات و ركوب الدرجات لحل مشكلة التلوث البيئي .

في الشكل رقم (٤) ملصق بعنوان "صفر نفايات" للمصمم غونزالو هولثور- (Gonzalo Holtheuer) (Holtheuer, ٢٠٢١) "في مساحة سوداء وشكل لوعاء القمامة باللون الأبيض مع تقاطع للخطوط الراسية والافقية لوعاء القمامة ، مع توضيح إمكانية التحول ، إلى الحد الذي يتوقف فيه عن أداء وظيفته ، التي صنعت من أجلها الي شكل نبات مراعي التباين اللوني مع الاستغلال الأمثل للتجريد من خلال استخدام علامة ارشادية ايقونية صريحة وماكدة. من خلال التركيز علي موضوعات معينة تنقلها من هامش اهتمام المتلقي إلي بؤرة إهتمامه. (علي. n.d.) وفي الشكل رقم (٥) بين ما يدرك من أشكال ذات دلالة اصطلاحية، وبين ما يدرك بدلالة مصاحبة أو إبحائية" (نعي، & علي. ٢٠٠٧) ملصق من تصميم سونتاغ ماركوس - Sonntag (Marcus, ٢٠٠٨) من سلسلة الملصقات المكونة من أربعة أجزاء بعنوان "مضغ العلكة فالعلامات الإرشادية الأيقونية تهدف إلى معان محددة وإيحاءات



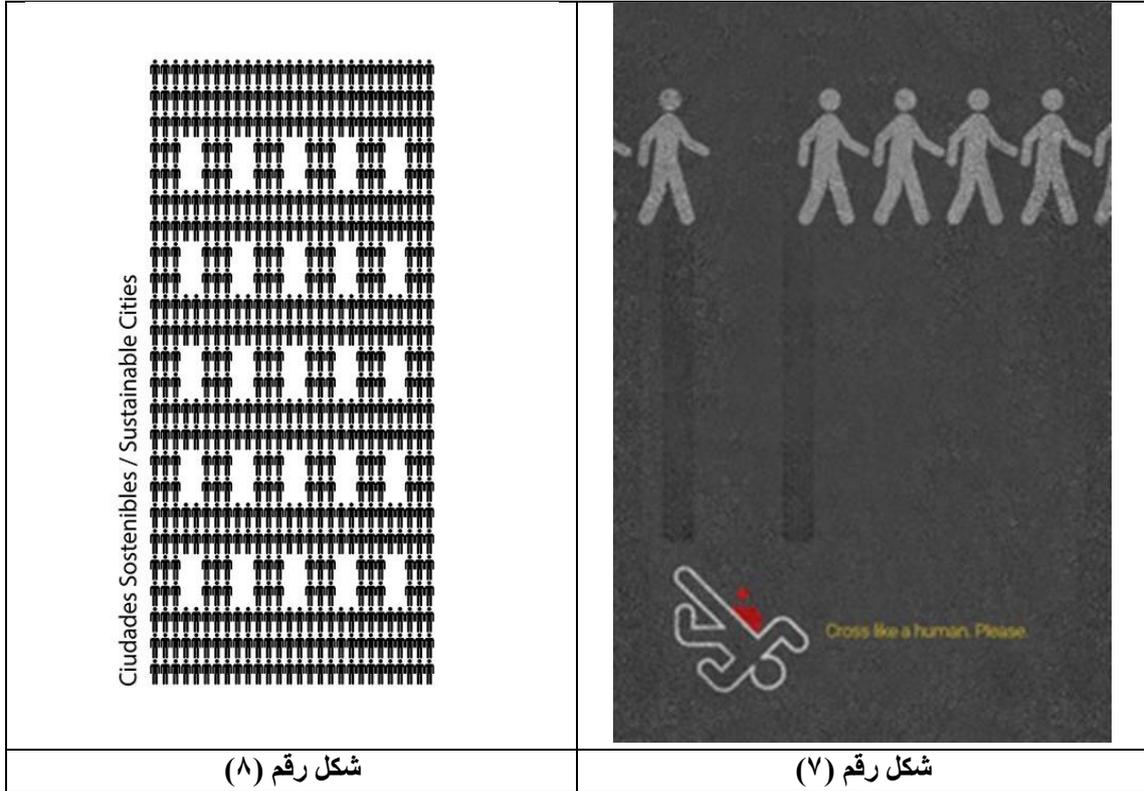
مشاركة رأبي حول هذا الموضوع وإنشاء رأي اجتماعي. الملصقات هي وسيلة جيدة للقيام بذلك! أعتقد أنني نقلت مشاعري إلى ذلك" الرسائل النصية أثناء المشي أكثر خطورة مما نعتقد ، فقد تضاعفت حوادث الشوارع المنسوبة إلى استخدام الهاتف الخليوي في غضون خمس سنوات ، عندما تكون الرسائل النصية ، لا تتحكم في الإجراءات المعقدة للمشي. أثناء التحدث على الهاتف هو إلهاء ، تكون الرسائل النصية أكثر خطورة لأنه لا يمكنك رؤية المسار أمامك.

وفي الشكل رقم (٧) ملصق من تصميم (أمل عليي بعنوان- Amal Alili) (Alili, ٢٠١٧) بعنوان "أعبر كأنك إنسان من فضلك (اللون والملمس وكدلالة تعبيرية رمزية ترتبط بمستوى أدراكي يخص الجانب الحسي والإنساني للمادة وهنا لا يمكن أدراك الشكل ألا من خلال علاقته بالفضاء المحيط به (Khalaf, ٢٠١٧) وتقول مصممة الملصق "في الوقت الحاضر ، تحدث حوادث السيارات أكثر فأكثر ، يوما بعد يوم. لذلك ، يجب أن يكون الناس أكثر حذرا حيال ذلك! يؤلمني حقا. لهذا السبب فكرت-كيف يمكنني

ساهمت مؤخرًا تغييرات واضحة وكبيرة في تقبل الوسيلة التقليدية ورسالتها، كما طالت الجمهور المتلقي، وفتحت أفقا للاستخدامات ووظائف الإعلان والاتصال الجماهيري، واتجهت نحو نمط اتصالي جديد يدمج التكنولوجيا الدقيقة في الإعلان المطبوع (ابوالغيط، ٢٠١٩) يرى إرنست كاسيرر "أن كل فن في الواقع هو رمزي يرمي إلى تجسيد المعاني عن طريق الرمز سواء كانت هذه المعاني بسيطة وملموسة في الحياة اليومية أو غير مألوفة تنتمي إلى عالم ما فوق الحواس - وإن الرمز وسيلة لتخزين وحفظ التجارب الحسية العابرة، بحيث تكتسب صفة الدوام التي لا يمكن للخبرة الإنسانية أن تنمو دونها (صليحة، ١٩٩٦) كما في الشكل رقم (٨) من تصميم (توماسو ماركولا TOMASO MARCOLLA) بعنوان المبنى المهجعي في تكرار لعلامة ارشادية ايقونية رأسية وافقية لشكل مبني مستغلا الشكل لفكرة البناء من خلال الانسان

ومن خلال صياغة تعبيرية تجريدية في الملصق تعتمد على الأشكال الأيقونية بدلاً من الأشكال الطبيعية الواقعية متمثلة في تكرار لعلامة ارشادية ايقونية في النصف الأعلى للملصق باللون الرمادي الفاتح (عبور المشاة الطريق) وربط النصف الأعلى بالنصف السفلي للملصق عن طريق علامة توقف كوتش السيارة بشكل مفاجئ و النصف الاسفل تخطيط مسرح الجريمة مع بقعة حمراء مجازية معبرة عن الموت حيث تحمل الأشكال الأيقونية الكثير من الدلالات والمعاني و تتميز بالقدرة على الإيحاء والتعبير.

ومن ثم يمكن الإشارة لعملية دمج التكنولوجيا الدقيقة في الإعلان المطبوع، و يتكون هذا الاتجاه من خلال إيجاد العلاقة بين التكنولوجيا الرقمية الحديثة ووسائل الاتصال التقليدية وشبه التقليدية حيث يتم اندماجها بالوسائط التكنولوجية الحديثة، ويعد هذا الاتجاه من الاتجاهات التي

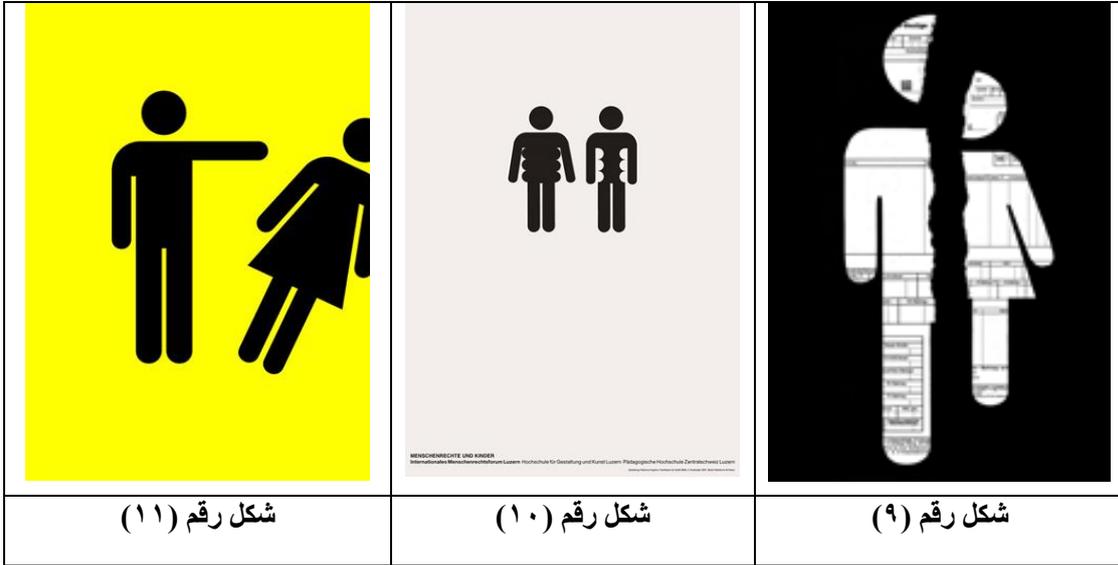


ألمانيا ٢٠١٩ تحصل النساء على أجر أقل بنسبة ٢٢٪ من الرجال الورقة المستخدمة للملصق هي قسيمة أجور

و في الشكل رقم (٩) من تصميم بلا ماير - Béla Meier's (٢٠١٥) بعنوان (نفسه ولكن مختلفة)

المفرطة من ثم الاهتمام بالطفل ورعايته و في الشكل رقم (١١) من المصمم الي المتلقي فعلي سبيل المثال هناك بعض العلامات الإرشادية الأيقونية المستقرة مثل علامة دورات المياه فقد قام المصمم باستخدام هذه العلامة في نقل محتوى فكر وفلسفي جديد وقام بالتعبير عن قضايا فكرية كالعنف ضد المرأة فقد صمم (توماسو ماركولا - Tomaso Marcolla) (Marcolla, ٢٠١٥) ملصق بعنوان رجل وامرأة في مساحة صفراء وتم وضع علامة الرجل باللون الأسود في النصف الأيمن من الملصق يرفع يده اليمنى أفقيا لكي يدفع شكل المرأة في النصف الأيمن للتعبير عن العنف والأقصاء دمج علامتين من ويعتمد الملصق المعتمد علي العلامات

ألمانية ، والباقي يتحدث عن نفسه ومن خلال تكبير لعلامة الإرشادية الأيقونية (علامة دورا المياه رجال – نساء متباينة باللون الأبيض علي خلفية سوداء مع دمج لشكل فاتورة توضح فرق الأجور بين النساء والرجال لتوضح العنصرية والتفرقة بين الجنسين وفي الشكل رقم (١٠) ملصق من تصميم (أنجرن فابيان- Angehrn Fabienne) (Fabienne, ٢٠٠٧) بعنوان (حقوق الإنسان والطفل) ٢٠٠٧ في مساحة بيضاء وعليها لعلامة ارشادية ايقونية علامة دورة المياه متباينة باللون الأسود لشكلين الاول من اليمين دلالاته الشكلية تدل علي النحافة والشكل الثاني من اليمين يدل علي الترهل وينقل الملصق دلالة فلسفية علي حقوق الطفل من النحافة المفرطة والمنة



فهو يجمع ويحدد جميع مكونات تصميم العلامة الإرشادية الأيقونية داخل إطار مقدر لها بسطح ذو بعدين يسمى الأرضية (Alwan & Al-Rubaie, ٢٠١١) وتكمن أهميته بكونه أحد أهم عناصر التصميم بفعل دوره التنظيمي المحرك لجميع عمليات التصميم الشكلية والمرئية بمعنى انه لا يمكن أدراك الشكل ومعناه من دون أدراك الأرضية المحيطة به بشرط نجاح المصمم بالتعامل مع الفضاء بما يتناسب مع الأشكال التي يحتويها وتأثيره في قيمتها الفنية والدلالية والوظيفية تجاه المتلقي (Abdullah, ٢٠٠٨) و في الشكل رقم (١٢) من تصميم Markus Matthäus Scholz - ماركوس مات إرموس شولز بعنوان

و برسالة بصرية بصورة لغة تعبيرية ورمزية للدلالة عن معلومات معينة تحملها الأشكال والهيئات والالوان يراد إيصالها إلى المتلقي لتساعده في فهم الفضاء وعملية تسهيل حركته ونشاطاته المختلفة فيه بأقل وقت ممكن و حتى تحقق العلامات الإرشادية غاياتها الوظيفية كنتاج تصميمي ناجح لا بد من وجود معايير يوجدها المصمم في الفضاء المحيط بالعلامة وتناسب التصميم وعناصره المختلفة التي تكون هي السبيل الوحيد لتحقيق العلامات الإرشادية وظائفها .

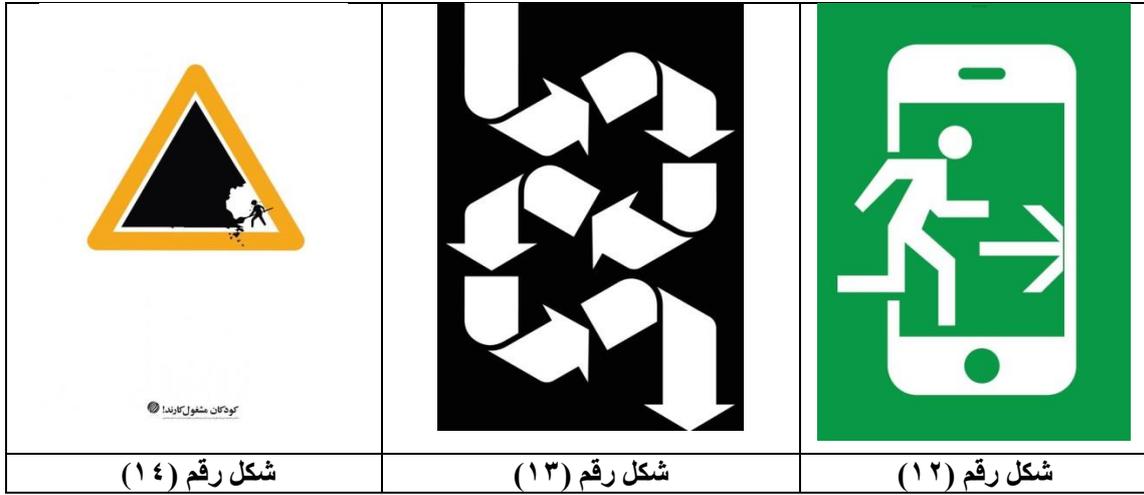
الفضاء Space: يعد الفضاء بمثابة الوعاء الحاضن لجميع عناصر الأنشاء والتكوين الشكلي في الحقل المرئي وعليه

على مشاكل ، ويتم حسابها إحصائياً على أنها معاد تدويرها. في حين أن الكمية الإجمالية للنفايات المنتجة أخذة في الارتفاع ، فإن التحدي الحقيقي المتمثل في الحد من النفايات مهمل و قد قام المصمم بتحريك عناصر علامة إعادة التدوير مع تكبيرها والتباين اللوني لتخليصها من محتواها الطبيعي للتعبير عن التلاعب في إحصائيات إعادة التدوير لا تحقق العلامات الإرشادية وظيفتها التصميمية إلا اذا امتلكت عناصر شكلية ذات تعابير مفهومة وسهلة وواضحة تستطيع من خلالها تحقيق الاستجابة الذهنية والفكرية لدى المتلقي و في الشكل رقم (١٤)

(١٤) من تصميم علي ماسومبيجي - Ali Masumbeygi
بعنوان العمل الصحيح - ايران (Masumbeygi, ٢٠١٤)

ESKAPISMUS - إسكابيسموس (الهروب) ألمانيا (Scholz, ٢٠١٤) - ظاهرة جماهيرية وفي نفس الوقت صورة المجتمعات الغربية الهروب المتزايد إلى الواقعية والتوافر المستمر وخطر التشوه الاجتماعي هي الآثار الجانبية السلبية للاستخدام المستمر للأجهزة المحمولة في العصر الحديث

وفي الشكل رقم (١٣) من تصميم ميتجا شنيهاج - Mitja Schneehage بعنوان استقامة الدائرة - ألمانيا (Schneehage, ٢٠١٤) للعلامة الإرشادية الأيقونية (إعادة التدوير) موجودة في كل مكان على المنتجات والعبوات. بالنسبة للمستهلك ، قد يكون هذا مضللاً ، مما يشير باستمرار إلى إعادة استخدام النفايات. يتم حرق أو تصدير المواد التي يتم التخلص منها بشكل خاطئ أو التي تتطوي



والتصورات الغامضة، والتصورات المتميزة والتصورات المختلطة. كما ترتبط بالإستدلالات المباشرة وعلاقتها بالعكس والنقض والقضايا الشرطية". (النشار. ٢٠٠٠)

فالمتلقي يرى الأشكال وإذا تأمل أصل إدراكه الحسي لها أصبحت هذه الرؤية إحساس، أما التمييز بين الإحساس بالشكل والإحساس الذي لا شكل له فيتعلق بمضمون الإدراك وطابعه فالتمثيل الأيقونوغرافي يمكن أن يكون مختاراً من قبل - المصمم - عن عمد ووعي كاملين"، وذلك باعتبار الأيقونولوجيا "هو علم دراسة الصور الذي يتناول تحليل العلامات التي تظهر في التصميم وتفسيرها". (قاسم، ٢٠٠٢).

واخير وليس اخرا يجب التفريق بين مفهومي الأيقونوجرافيا والأيقونولوجيا "فأيقونوجرافيا الصورة هي تصور مطابق للواقع، يسهل للمشاهد التعرف عليه بمجرد مشاهدته، فإنه في بعض الأحيان قد يستغرق بعض الوقت لمعرفة قدرتها على التعبير عن الفكرة المراد إيصالها، وهو ما يسمى الأيقونولوجيا" (Kane, ٢٠١٤) ، ويقول (جورج سانتيانا) "إن كل استدلال وربط وتمييز إنما يطرأ فجأة أمام الذهن، ويكون في طبيعته وفي حقيقته الفعلية بمثابة معطى أولي لما يجوز لنا أن نسميه حساً" (جورج سانتيانا، ٢٠٠١).

و ترتبط الصورة من منظور الأيقونولوجيا "بالتصورات وطبيعتها، والذات واسم المعنى، والتصورات الواضحة

٧/١٢/do-not-pass-٢٠١٧.jpg

٥. Clarkson, P. J., & Coleman, R. (٢٠١٥). Designing for our future selves. Applied Ergonomics, ٤٦, ٢٣٣-٢٣٤.
٦. Development of designs and printing of protective coins locally. (١٩٧٧). College of Fine Arts University of Baghdad.
٧. Fabienne, A. (٢٠٠٧). Menschenrechte und Kinder. <https://١٠٠-beste-plakate.de/plakate/menschenrechte-und-kinder-٢/>
٨. Hill, C. A., & Helmers, M. (٢٠٠٤). Defining visual rhetorics. Routledge.
٩. Holtheuer, G. (٢٠٢١). Poster Monday: Zero Waste. <http://www.posterposter.org/poster-monday-zero-waste/>
١٠. Kane, B. (٢٠١٤). Whitney Davis, A General Theory of Visual Culture: Princeton: Princeton University Press, ٢٠١١. ٤٠٠ pp.; ٨٠ b/w ill. \$٦٢,٩٥. Taylor & Francis.
١١. Khalaf. (٢٠١٧). Interior Design Techniques and Supplements.
١٢. Marcolla, T. (٢٠١٥). No Title. http://www.marcolla.it/wp-content/uploads/٢٠١٥/٠٨/man_woman.jpg
١٣. MARCOLLA, T. (٢٠١٩). No Title. <http://www.marcolla.it/poster/>
١٤. Marcus, S. (٢٠٠٨). No Title. <https://١٠٠-beste-plakate.de/plakate/aus-der-vierteiligen-plakatserie-kaugummi-muell-piktogramm/>
١٥. Masumbeygi, A. (٢٠١٤). Work Right! <https://www.posterfortomorrow.org/en/gallery/٣٦٣١٢>
١٦. Meiers, B. (٢٠١٥). Same but different.

النتائج :

تكمن نتائج البحث في الآتي :

- ١- تعد العلامات الإرشادية الأيقونية مصدر فعال في تصميم الملصقات ، لما لها من أثر إيجابي في جذب انتباه المشاهد للملصق و تحقيق التواصل بين المشاهد والمصمم.
 - ٢- تحقق العلامة الإرشادية الأيقونية في تغيير مضمون الملصق بشئتي أشكاله ومواضيعه عن طريق الدلالات التي تبعثها في عملية الاتصال.
- التوصيات:

- دراسة دور الملصق المعتمد العلامة الإرشادية الأيقونية ويعد أحد أكثر أنواع الاتصال البصري تأثيراً على الشعوب والمجتمعات "فهو وسيلة بصرية فعالة، تستخدم للتأثير في المتلقي واستمالاته إلى فكرة أو عقيدة معينة.
- ما مدى مصداقية الدور الرئيسي الذي يلعبه الملصق المعتمد العلامة الإرشادية الأيقونية و هو اتخاذه موقفاً من قضية راهنة يجري تداولها في مرحلة زمنية معينة، ويتفاوت توظيف هذه الوسيلة من مكان لآخر.
- إجراء المزيد من الدراسات لمعرفة تأثير الملصق المعتمد تصميمه على العلامة الإرشادية الأيقونية في سلوك المتلقين.

المراجع :-

١. Abdullah, A. H. (٢٠٠٨). the art of design theoretical philosophy of application, c ١. House of Information, Sharjah, U Arab Emirates.
٢. Alili, A. (٢٠١٧). Poster Monday: Cross like a human! <http://www.posterposter.org/poster-monday-cross-like-a-human/>
٣. Alwan, & Al-Rubaie. (٢٠١١). Aesthetics of Design Structures in Visual Art. Academic Journal, ٢٩, ١١٢.
٤. Cerrella, C. (n.d.). No Title. <https://mcerrella.files.wordpress.com/٢٠١>

- التطبيقية، ٦ (١)، ١٢٣-١٣٦.
٢٤. ابوشنب، ر. ش. (٢٠١٥). تأثير تقنيات انتاج الصورة وسميولوجيتها على تصميم ولغة الاتصال للصورة الفوتوغرافية الاعلامية. *مجلة الفنون والعلوم التطبيقية*، ٢ (١)، ١٧٩-١٩٣.
٢٥. النشار، ع. س. (٢٠٠٠). *المنطق الصوري منذ أرسطو حتى عصورنا الحاضرة*. دار المعرفة الجامعية.
٢٦. امين، ا. ع. ا. (٢٠٠١). *مدخل الى سيكولوجية رسوم الاطفال عبد المطلب القريطي* (الطبعة الث). القاهرة: دار الفكر.
٢٧. جورج سانتيانا. (٢٠٠١). *الاحساس بالجمال*. ٧٤.
٢٨. خلف، ا. (٢٠١٢). *الأيقونة. مجلة الفداء، مؤسسة الوحدة للصحافة والطباعة والنشر*.
٢٩. زكي، ه. أ. & علي، ل. م. (٢٠٠٧). *ثقافة الصورة بين جدلية الشكل وما وراء الشكل، "ثقافة الصورة"*.
٣٠. صالح، ق. ح. (١٩٨٨). *الإبداع في الفن*. مديرية دار الكتب بجامعة الموصل.
٣١. صليحة، ن. (١٩٩٦). *المدارس المسرحية المعاصرة. الهيئة المصرية العامة للكتاب*.
٣٢. علي، ش. ش. (n.d.). *الإعلان (المدخل والنظرية)*.
٣٣. قاسم، س. (٢٠٠٢). *القارئ والنص "العلامة والدلالة" المجلس الأعلى للثقافة*.
- <https://mutzurwut.com/?cat=٢٧&lang=en>
١٧. Peralta, S. (٢٠١٤). *Poster Monday: SolutionPollution*. <http://www.posterposter.org/poster-Monday-solution-pollution/>
١٨. Schneehage, M. (٢٠١٩). *Lineatur des Kreises*. <https://mutzurwut.com/?cat=٥٢&lang=en> Mitja Schneehage %٠ASTRAIGHTENING THE CIRCLE%٠A
١٩. Scholz, M. M. (٢٠١٤). *Eskapismus*. <https://mutzurwut.com/?cat=١٣&lang=en> Markus Matthäus Scholz%٠AESKAPISMUS%٠A
٢٠. Sheri, R. (٢٠٢٢). *We Stand With Ukraine (stop war)*. <https://www.posterfortomorrow.org/en/gallery/٥٧٤٥٣>
٢١. Wong, T. (٢٠٢٢). *We Stand With Ukraine (No Entry)*. <https://www.posterfortomorrow.org/en/gallery/٥٦٨٠٧>
٢٢. أبوالعنين، م. ي. (٢٠١٥). *الأيقونولوجيا والتحويلات السيميائية في مجال التصميم. مجلة كلية الآداب جامعة الزقازيق*.
٢٣. ابوالغيط، ه. ي. (٢٠١٩). *تطبيقات التقنيات التفاعلية في الإعلان المطبوع. مجلة الفنون والعلوم*

Abstract

The research is concerned with the role of the iconic indicative sign in designing posters as a communication tool of great importance because of its role in delivering the message addressed to the various segments of society without discrimination, as it is used by agencies and institutions to facilitate the communication process due to its clear role in guidance, by relying on the iconic indicative sign and its semantic expressive power - In light of the artistic and light value of color - it is an eloquent visual language and the embodiment of the designer's skills, by showing shapes and symbols that transfer the design vocabulary to a new formulation that symbolizes a content far from the original from which it was developed, which gives formal or color connotations or both.

The researcher hopes that the current study will contribute to explaining the structure of symbols, their implications and their role in designing posters that are based on the iconic indicative signs.

The research aims to identify the design structure of posters based on the symbol and its connotations. The research will deal with the symbol and its interpretive status. It also includes an explanation of the difference between the symbol, the indicative sign and the sign..

Key words: iconic guiding Sign, Design Construction, posters