

الهوية البصرية لمدينة القاهرة كعاصمة لمصر (دراسة تجريبية لنماذج تصميمية مقترحة)

The Visual Identity of Cairo as the Capital City of Egypt
(An Experimental Study of Suggested Design Samples)

دعاء فاروق بدوي الدسوقي

أستاذ مساعد بقسم الاتصالات التسويقية المتكاملة، كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، القاهرة، مصر
doaaeldesouky@hotmail.com

كلمات دالة: Keywords

Cairo، الهوية البصرية Visual Identity، تصميم الشعار Logo، الاتصال Design،

ملخص البحث: Abstract

تلعب الهوية البصرية دوراً كبيراً في تمييز الشخصية الاعتبارية للكيان الذي تمثله، كما تلعب دوراً كبيراً في تسليط الضوء على القيم الجوهرية لهذا الكيان. من هنا تأتي أهمية الهوية البصرية للمدن المختلفة داخل مصر والتي تبرز القيم الثقافية والتاريخية للمدن المصرية التي تتميز بالعراقة والتنوع، والتي تجعل المتلقي بحاجة إلى بناء ثقافة بصرية تلم بهذا التراث لبناء هوية مصرية مميزة تعمل كسفير للدولة المصرية حول العالم. ولقد ظهرت مؤخراً بعض التحديات عندما بدأت الدولة المصرية في تبنى مشروع تصميم الهوية البصرية لمدينة القاهرة التي تمثل عاصمة الدولة المصرية، والتي تحظى بالعديد من الجوانب الحضارية والتاريخية والثقافية، والتي يحتار معها المصمم في إيجاد هوية بصرية واحدة تجمع كل هذه العناصر في تصور واحد يلم بكل هذه الجوانب. من هنا جاءت أهمية الدراسة الحالية حيث تسعى الباحثة إلى تصميم هوية بصرية لمدينة القاهرة تستقي مفرداتها من أهم العناصر الحضارية التي تتميز بها المدينة كمركز حضارى وثقافى وتاريخى هام، وذلك من خلال تنفيذ مجموعة من التجارب التصميمية لشعار مدينة القاهرة يعبر عن هويتها الحضارية، ثم تحليلها بصرياً للوقوف على العناصر البصرية المستخدمة لتقديم تصور للهوية البصرية للقاهرة، ويحقق نوعاً من التميز للهوية البصرية للقاهرة كعاصمة لمصر. يهدف البحث إلى الحصول على هوية بصرية مميزة لمدينة القاهرة من خلال تصميم الشعار المعبر عنها بما يحقق تأثيراً بصرياً متقدراً يعمل على ترسيخ الهوية الحضارية لمدينة القاهرة كعاصمة لمصر بحيث يعبر عن هويتها الحضارية من خلال استخدام العناصر والمفردات التصميمية المختلفة لمدينة القاهرة وبما يحقق هوية بصرية متفردة.

Paper received May 5, 2024, Accepted July 03, 2024, Published on line September 1, 2024

مصر وعلى رأسها التنمية السياحية والاستثمار على أرض مصر. ولقد بدأت الدولة المصرية مشروعها الحضارى لتصميم هوية بصرية متميزة لمدينة القاهرة كعاصمة لمصر بتصميم هوية بصرية لمدينة الأقصر تمثل الجوانب الرئيسية للمدينة وحيث استوحيت عناصرها من المعتقدات والرموز المصرية القديمة المدونة على جدران المعابد والأثار المصرية التي تزخر بها مدينة الأقصر. كما انتهت أيضاً من تصميم الهوية البصرية لمحافظة أسوان والتي استمدت عناصرها من البيئة النوبية ونهر النيل الذي يتجلى في أروع صورته بأسوان.

ولقد ظهرت مؤخراً بعض التحديات عندما بدأت الدولة المصرية في تبنى مشروع تصميم الهوية البصرية لمدينة القاهرة والتي تمثل عاصمة الدولة المصرية، والتي تحظى بالعديد من الجوانب الحضارية والتاريخية والثقافية، والتي يحتار معها المصمم في إيجاد هوية بصرية واحدة تجمع كل هذه العناصر في تصور واحد يلم بكل هذه الجوانب، فظهرت بعض التجارب التي لم تبنى على دراسة متعمقة للعناصر البصرية والحضارية والثقافية لمدينة القاهرة، مما عمل على إحداث نوعاً من الإضطراب في تقديم الهوية البصرية للقاهرة وأحدثت جدلاً واسعاً على النطاق الشعبى داخل المجتمع المصرى.

من هنا جاءت أهمية الدراسة الحالية حيث تسعى الباحثة إلى تصميم هوية بصرية لمدينة القاهرة تستقي مفرداتها من أهم العناصر الحضارية التي تتميز بها المدينة كمركز حضارى وثقافى وتاريخى هام، وذلك من خلال تنفيذ مجموعة من التجارب التصميمية لشعار مدينة القاهرة يعبر عن هويتها الحضارية المستوحاه من الحضارة المصرية القديمة إلى جانب مجموعة من العناصر البصرية المعاصرة، ثم تحليلها بصرياً للوقوف على العناصر البصرية المستخدمة لتقديم تصور للهوية يمكن أن يضيف إلى التجارب التصميمية الأخرى، ويحقق نوعاً من التميز للهوية البصرية للقاهرة كعاصمة لمصر.

مشكلة البحث: Statement of the Problem

تتمثل مشكلة البحث في الإجابة عن التساؤل التالى:

كيف يمكن تصميم شعار لمدينة القاهرة بشكل الهوية البصرية لها كعاصمة لمصر ويعبر عن هويتها الحضارية من خلال استخدام العناصر والمفردات التصميمية المختلفة لمدينة القاهرة المستمدة من الحضارة المصرية القديمة مع العناصر البصرية الحديثة والمعاصرة بما يحقق هوية بصرية متفردة؟

المقدمة: Introduction

تلعب الهوية البصرية دوراً كبيراً في تمييز الشخصية الاعتبارية للكيان الذي تمثله، كما تلعب دوراً كبيراً في تسليط الضوء على القيم الجوهرية لهذا الكيان. من هنا تأتي أهمية الهوية البصرية للمدن والمحافظات المختلفة داخل مصر والتي تبرز القيم الثقافية والتاريخية للمدن المصرية، والارتقاء بالمستوى الحضارى لها خاصة في مجتمعنا المصرى، الذى يتميز بالعراقة والتنوع، والذى معه يحتاج المتلقى إلى بناء ثقافة بصرية تلم بهذا التراث عبر المؤسسات والكيانات الحكومية والخاصة لبناء هوية مصرية مميزة تعمل كسفير للدولة المصرية حول العالم. كذلك فللهوية البصرية أهمية كبيرة في خلق مجتمع تفاعلى مبدع قادر على التعبير عن ثقافته وحضارته العريقة عبر الأزمنة من خلال قراءة وفهم المفردات البصرية التي تمثلها الهوية البصرية والتي تشكل جسراً فنياً وثقافياً يربط بيننا وبين شعوب العالم.

يشكل تصميم الهوية البصرية وتطويرها عاملاً اتصالياً هاماً، حيث تعمل الهوية البصرية لمدينة مصر على سهولة التواصل بين المتلقى وبين الكيانات أو المؤسسات والهيات المصرية سواء داخلياً أو خارجياً، وحيث يساعد بناء الهوية البصرية في الارتقاء بالحياة المصرية والارتقاء بثقافة المجتمع وتنمية الذائقة البصرية لدى أفراد المجتمع، هذا بالإضافة إلى أهميتها في الترويج للمقاصد السياحية وإبراز ما بها من مقومات سياحية وأثرية متنوعة والحفاظ على هوية الدولة المصرية وكذا زيادة الوعى والانتماء لدى المصريين وبالأخص فئة الأطفال والشباب.

ويمثل مشروع الهوية البصرية الذى تتبناه الدولة المصرية حالياً ركيزة هامة من ركائز التنمية فى الجمهورية الجديدة حيث تعمل الهوية البصرية على بلورة الهوية الجمعية للشعب المصرى والتي من أهمها اشتراك الشعب فى الأرض، واللغة، والتاريخ، والحضارة، والثقافة، والأمال المستقبلية وغيرها من الخصائص التى تجمع الشعب المصرى وتمثل هوية الوطنية، كما يساعد المشروع فى القضاء على العشوائية والتلوث البصرى والفوضى المعمارية التى قد تنشأ عن عدم وجود وحدة بصرية تجمع بين العناصر البيئية المختلفة داخل المدن. ومن أهداف هذا المشروع الرئيسية ترسيخ مفاهيم الهوية ووضع هوية مصر البصرية لكل المدن والمحافظات المصرية على الخريطة العالمية، مما يساعد على تطوير الصورة الذهنية للدولة ومدنها، والتي تساعد فى كافة مناحى التنمية فى

مدينة القاهرة إلى نشأة مدينة أون المصرية أو هليوبوليس - عين شمس حالياً - والتي تعد واحدة من أقدم مدن العالم القديم. أما القاهرة بطرازها الإسلامي فيعود تاريخ إنشائها إلى الفتح الإسلامي لمصر على يد عمرو بن العاص عام 641 م وإنشائه لمدينة الفسطاط التي أصبحت العاصمة، ثم إنشاء العباسيين لمدينة العسكر، ثم بناء أحمد بن طولون لمدينة القطائع . ومع الدولة الفاطمية بدأ القائد جوهر الصقلي في بناء العاصمة الجديدة للدولة الفاطمية بأمر من الخليفة المعز لدين الله الفاطمي، وذلك في عام 969م، وأطلق عليها اسم "القاهرة". ولقد تميزت مدينة القاهرة على مر العصور بالعديد من الألقاب فهي مدينة الألف مئذنة ومصر المحروسة وقاهرة المعز. (كريم، 1999)

وتظهر هوية القاهرة الثقافية والحضارية عبر العصور من خلال:

- 1- الحضارة المصرية القديمة
- 2- التأثيرات اليونانية والرومانية في العصر البطلمي
- 3- الزخم الثقافي في العصور القبطية والإسلامية
- 4- ملامح الفن والمعمار في مصر الحديثة والمعاصرة

وتشكل كل مرحلة من هذه المراحل جزءاً هاماً من الهوية البصرية لمدينة القاهرة والتي تتصاف مع باقي المراحل لتشكل الهوية الحضارية للقاهرة بكل مفرداتها البصرية والتي تمثل هويتها المميزة.

الهوية البصرية لمدينة القاهرة:

ووفقاً لما سبق فنتشكل الهوية البصرية لمدينة القاهرة من العديد من العناصر التي تبرز سوية لتعبر عن الهوية البصرية لها . ولقد تم تصميم شعار لمحافظة القاهرة من قبل الحكومة المصرية وتم اعتماده عام 1960، ليعبر عن هوية القاهرة البصرية . وقد احتوى الشعار على تلخيص جرافيكى للجامع الأزهر الشريف مكتوب على قاعدته كلمة "القاهرة" بالخط الكوفي المربع وخلف الجامع تظهر الشمس بأشعتها الساطعة لتعبر عن أن القاهرة منارة للعلم والدين. وقد استمر هذا الشعار مميّزاً لمدينة القاهرة حتى الآن، إلا أن التنوع الثقافي والتطور البصري للعناصر المختلفة في مدينة القاهرة أدى بالدولة المصرية إلى محاولة تصميم هوية بصرية حديثة لمدينة القاهرة، تعبر عن مختلف الثقافات التي تتميز بها القاهرة وتواكب التطور الحديث في مفهوم الهوية البصرية، والتي تخلق انطباعاتاً بصرياً معاصراً لمدينة القاهرة يعبر عن هويتها الحديثة.



شكل (1) الشعار الحالي لمحافظة القاهرة

وعلى الرغم من تنوع العناصر الثقافية لمدينة القاهرة إلا أننا نجد أن هوية مصر الحضارية ونشأتها كمدينة مصرية قديمة لا تزال هي الطاغية على الصورة الذهنية للقاهرة كعاصمة لمصر، والتي تظهر بشكل مباشر عبر محركات البحث على شبكة الإنترنت بالتجاور مع عناصر الثقافة الإسلامية والقطبية والعناصر الثقافية الحديثة والمعاصرة، حيث يأتي السائحون إلى القاهرة من كافة أرجاء المعمورة ليشاهدوا بالأساس أثارها التاريخية التي ترجع إلى الحضارة المصرية القديمة التي امتدت لأكثر من ثلاثة آلاف عام، وإلى جانبها المعالم الأثرية والثقافية الأخرى من العصور المختلفة. وربما تكون الحضارة المصرية القديمة هي أهم ما يميز الهوية البصرية لمصر وللقاهرة كعاصمتها الرسمية، والتي تقف شاهدة على مرور كل الثقافات والحضارات التي أتت لاحقاً لتشكل هويتها

هدف البحث Research Objectives:

يهدف البحث إلى الحصول على هوية بصرية مميزة لمدينة القاهرة من خلال تصميم الشعار المعبر عنها بما يحقق تأثيراً بصرياً متفرداً يعمل على ترسيخ الهوية الحضارية لمدينة القاهرة كعاصمة لمصر بحيث يعبر عن هويتها الحضارية من خلال استخدام العناصر والمفردات التصميمية المختلفة لمدينة القاهرة بما يحقق هوية بصرية متفردة.

أهمية البحث Research Significance:

تتمثل أهمية البحث في أن إيجاد هوية بصرية مميزة لمدينة القاهرة تعمل على ترسيخ الهوية الحضارية للقاهرة بما يعمل على تطوير صورة مدينة القاهرة الذهنية داخلياً وخارجياً، الأمر الذي يساعد على وضعها بشكل أفضل على الخريطة العالمية كمركز حضارى وثقافى عريق يعبر عن الدولة المصرية ويعكس صورتها الحضارية.

منهج البحث: Research Methodology:

يتبع البحث المنهج التجريبي في تصميم نماذج مقترحة لشعار مدينة القاهرة يعكس الهوية البصرية للمدينة باستخدام العناصر والمفردات التصميمية المختلفة، يليه استخدام المنهج التحليلي في تحليل النماذج التصميمية المقترحة بصرياً للوقوف على المفردات البصرية المستخدمة، وكيفية توظيفها بما يحقق هوية بصرية مميزة تعبر بشكل جيد عن مدينة القاهرة.

الإطار النظري: Theoretical Framework:

يعتبر مفهوم الهوية البصرية أحد المفاهيم الأساسية التي تحظى بأهمية كبيرة في مجال التصميم البصري والإعلان، حيث تعكس الهوية البصرية الشخصية الفريدة للكيان أو المؤسسة، وتعزز تميزها وتميز منتجاتها أو خدماتها عن منافسيها، ولتحقيق ذلك يجب أن يكون المصمم على دراية كبيرة بمفهوم الهوية البصرية وكيفية تطبيقها بشكل صحيح لصنع هوية بصرية احترافية تميز هذا الكيان عن المنافسين. ويشير مصطلح الهوية البصرية إلى كافة العناصر البصرية والتصميمية التي تمثل هوية مؤسسة ما وتهدف إلى توحيد تصميم ملفات وعناصر هذه المؤسسة بحيث يكون لديها نفس الشكل والمظهر والأسلوب البصري في كل ما تقدمه للجمهور (Wrona, 2015). وتهدف الهوية البصرية إلى تحقيق الاعتراف السريع بالكيان أو المؤسسة أو العلامة التجارية وتعزيز الثقة في المؤسسة و تأكيد الإدراك والملاءمة بين العلامة التجارية والجمهور من خلال المواد الدعائية والتسويقية التي يسهل توزيعها ومشاركتها مع الجمهور، وتساعد في إنشاء تجربة بصرية موحدة تؤدي إلى الاتصال الفعال. لذا فإن تصميم الهوية البصرية يتطلب فهماً دقيقاً لشخصية الكيان أو المؤسسة، وللعلامة التجارية أو الشعار والرسالة التي تريد المؤسسة أن تنقلها إلى الجمهور، وبالتالي يتم اختيار العناصر التصميمية بعناية لتعبر عن الرؤية والقيم والمبادئ التوجيهية لهذا الكيان، وحيث يتم استخدام الهوية البصرية في كافة وسائل الاتصال مع الجمهور، بما في ذلك الإعلانات والمواقع الإلكترونية والمنشورات والملصقات وغيرها من المواد الدعائية . كما يتم توثيق الهوية البصرية في دليل يحتوى على جميع العناصر التصميمية المستخدمة والأسلوب العام للتصميم، والذي يستخدم كمرجع لجميع الأشخاص المسؤولين عن استخدام الهوية البصرية وتطبيقها في جميع الجوانب المعبرة عن المؤسسة والتي تمثل هويتها الفريدة.

الهوية الحضارية لمدينة القاهرة:

لطالما كانت القاهرة تمثل قلب مصر النابض بالحياة، والتي تشكل ملتقى الحضارات ومهد الفنون والعلوم على مستوى العالم، فهي وعلى مر العصور استطاعت أن تجمع بين الأصالة والحداثة، وأن تقدم للعالم نموذجاً فريداً في التنوع والاندماج الثقافي، والذي يتجلى في تراثها الفنى والمعماري، وفي الأعمال الفنية والأدبية المتفردة التي يخلدها التاريخ. تعد ولقد شهدت القاهرة العديد من الحقب التاريخية المختلفة على مر العصور، وحيث توجد بها العديد من المعالم الأثرية القديمة والحديثة، فأصبحت متحفاً مفتوحاً يضم آثاراً مصرية قديمة ويونانية ورومانية وقبطية وإسلامية. و يعود تاريخ

استخدمها المصري للبناء منذ عهد الدولة المصرية القديمة وحتى الآن. وتتمثل أهم الألوان التي تميز الهوية اللونية لمدينة القاهرة في:

- 1- اللون الأصفر الرملي والذي يمثل لون المعمار والأرض المصرية في معظم مساحاتها.
- 2- اللون الأزرق بدرجاته والذي يعبر عن مياه النيل و سماء القاهرة.
- 3- اللون الأخضر والذي يمثل النباتات والأشجار والمساحات الخضراء داخل القاهرة.

وشخصيتها الحالية. ويعتبر علم المصريات المتفرد خير شاهد على تميز مصر ومدنها بالحضارة المصرية القديمة التي أبهرت العالم على مر العصور.

الهوية اللونية لمدينة القاهرة:

تعتبر الهوية اللونية لمدينة القاهرة من أهم ما يميز هويتها البصرية، فهي وعبر العصور احتفظت بهويتها اللونية التي تتبع من البيئة المصرية ومكوناتها الطبيعية حتى مع تطور المدينة وظهور الطرز المعمارية المختلفة والمتنوعة التي سادت مدينة القاهرة على مر الأزمنة، وحيث احتفظت العمارة المصرية بالألوان السائدة التي

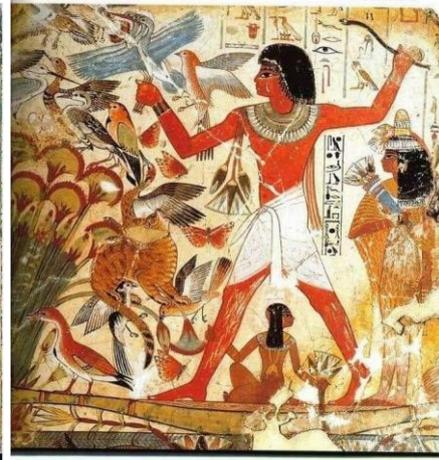
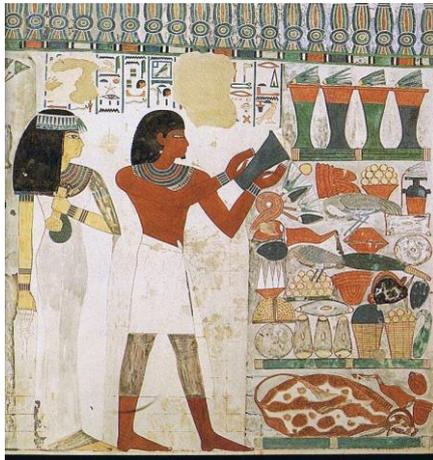


شكل (2) يوضح الألوان الرئيسية للهوية اللونية لمدينة القاهرة المعاصرة

استخدم الفنان المصري اللون الأحمر المائل إلى البني للتعبير عن الرجل المصري بما فيه من رمزية للأرض الطينية النيلية، وكان اللون الأحمر يؤخذ من أكسيد الحديد للتعبير على التناغم بين الجسد البشري والحياة، في حين استخدم اللون المزيغ بين الأبيض والأصفر للتعبير عن المرأة وذلك للدلالة على أنها تعيش داخل البيت بعيدة عن أشعة الشمس الحارقة، كما استخدمه للتعبير عن الكائنات المختلفة مثل الطيور. واستخدم المصري القديم اللون الأخضر الذي استنبطه من المالاكيت والنحاس فكان يرمز إلى الخير والنمو والحياة، وقد استخدمه المصري القديم للتعبير عن النباتات والأواني.

استخدام الألوان في مصر القديمة:

لقد أظهرت العديد من الدراسات أن الفنان المصري القديم قد استخدم مجموعة ثابتة من الألوان التي عبر بها عن هويته، والتي تم استخلاصها من الطبيعة المصرية، في تلوين جدارياته ومنسوجاته وأوانيه وغيرها من الوسائط التي عبر بها الفنان المصري عن هويته وبيئته الحضارية والثقافية، ومن الجدير بالذكر أن هذه الألوان تشترك مع الألوان المعبرة عن البيئة المصرية المعاصرة، فقد استخدم المصريون القدماء في أعمالهم الفنية ستة ألوان أساسية؛ هي الأبيض والأسود والأحمر والأصفر والأخضر والأزرق، وقد



شكل (3) يوضح نماذج من الجداريات المصرية القديمة واستخدام الألوان السائدة لدى الفنان المصري

يرمز للخصوبة والإحياء والبعث، أما اللون الأسود فقد استخدم في تلوين الشعر المستعار وشعر النساء، كما تم استخدامه للتعبير عن الكحل، وقد عبر به الفنان المصري عن أرض مصر الداكنة. (لالويت، 2003)

وكان اللون الأبيض مصنوع من الجبس يرمز للنقاء والقداسة والوضوح واستخدمه المصري القديم في رسم الملابس والخلفيات وبعض الكائنات أيضاً. كما استخدم المصري القديم اللون الأزرق الذي كان يُصنع من أكسيد النحاس، وقد كان لوناً ذا شعبية حيث كان

والخطابات وحتى ملابس الهاملين وأى عنصر بصري يمثل الكيان أو المؤسسة، بينما العلامة التجارية هي العلامة المميزة التي يتم استخدامها للدلالة على اسم المؤسسة وأن الخدمات أو المنتجات التي تظهر عليها العلامة تتبع شركة أو مؤسسة واحدة.

وبالنظر إلى معظم المؤسسات والشركات العالمية الكبرى والتي لها أقدمية في نشر الوعي وبناء الثقة بالعلامة التجارية الخاصة بهم نجد أنها حققت ذلك من خلال هوية بصرية مميزة ارتبطت في أذهاننا بمجرد رؤية إحدى عناصر الهوية البصرية الخاصة بهذه المؤسسات.

ويمكن من خلال ما سبق ذكر مجموعة من النقاط التي تبرز من خلالها أهمية الهوية البصرية: (Wrona, 2015)

- 1- أنها تمنح شخصية مستقلة ومميزة
- 2- تخلق التميز بين المنافسين
- 3- تنشر الوعي بالعلامة التجارية
- 4- تعبر عن مدى المهنية والإحترافية
- 5- تعرّف الجمهور بطبيعة المؤسسة

مراحل بناء الهوية البصرية:

قبل البدء في بناء الهوية البصرية، يتوجب القيام بعمل دراسة شاملة حول وضع المؤسسة والمنافسين ومن ثم العمل على تحليل نقاط القوة ونقاط الضعف الخاصة بالمؤسسة. وتتكون المراحل الخاصة ببناء الهوية البصرية من أربع مراحل أساسية:

المرحلة الأولى: تحديد الأهداف الخاصة ببناء الهوية:

من أجل الحصول على هوية بصرية إحترافية تعبر عن المؤسسة بشكل جيد ودقيق، يجب الإلمام بكافة التفاصيل المتعلقة بتصميم الهوية من حيث المفهوم العام للهوية والمفردات البصرية اللازمة لبنائها وتقديمها للفريق المختص ببناء الهوية البصرية، حيث يحتاج فريق التصميم لمعرفة العناصر التي تعبر عن أهداف تصميم الهوية لمطابقتها من الناحية البصرية من أجل توصيل الرسالة المرغوبة إلى الجمهور بالغرض والهدف من الهوية البصرية.

(Wrona, 2015)

المرحلة الثانية: تحديد فئة الجمهور المستهدفة

في هذه المرحلة يتم القيام بدراسة وافية عن وضع السوق وعن طبيعة الفئة المستهدفة من الجمهور والخصائص الكاملة لهم لكي يتمكن فريق التصميم من حصر الأفكار التي سيرتكز عليها الشكل النهائي للهوية البصرية، وهذه المرحلة تشمل الفهم الواسع لتوجهات فئات الجمهور لمستهدف ومحاولة فهم تفضيلات الجمهور وخصائصه الثقافية والنفسية للخروج بأفضل نموذج للهوية البصرية وتعزيز الوعي لدى الجمهور وكسب ثقتهم.

المرحلة الثالثة: البدء في تصميم شعار Logo

بعد جمع المعلومات الكافية حول الهوية البصرية المراد تصميمها و حول السوق وفئات الجمهور المستهدفة، تبدأ مرحلة تصميم شعار يعبر عن كافة الأفكار والتوجهات الخاصة بالهوية البصرية ليتم تقديمه الى الجمهور، ويجب أن يتميز هذا الشعار بالثبوت وعدم تشابهه مع شعارات أخرى، وقد يتطلب الأمر من المصمم إنشاء نوع خط جديد مثلاً خاص بهذا الشعار لتمييزه.

وهناك مجموعة من الشروط العامة التي يجب مراعاتها عند تصميم الشعارات منها: (Wrona, 2015)

- 1- البساطة: حيث تعمل البساطة على جعل الضعار أكثر تمييزاً.
- 2- الثبوت: حيث يجب أن يكون الشعار متقدراً وأصلياً ومميزاً عند رؤيته حتى يسهل تمييزه.
- 3- الصلة: يجب أن يكون الشعار المستخدم ملائم لطبيعة المؤسسة وما تقدمه ويعبر عن توجهاتها العامة
- 4- التذكر: حيث يجب أن يحقق الشعار سهولة التذكر عند رؤيته للمرة الأولى.
- 5- التطبيق: أي سهولة تطبيق الشعار ووضعه على كافة المساحات التسويقية الإعلانية أو الدعائية بكافة أشكالها.

ولم يكن اختيار الألوان عند المصري القديم عشوائياً ولا اعتباطياً، وإنما كانت رمزية الألوان تشكل أهمية كبيرة وثابتة عبر التاريخ المصري، ثم توارثها من جيل إلى آخر، حيث كان لكل لون معنى ورمزية خاصة، وفهم رمزية هذه الألوان كان ضرورياً للمساعدة في كشف أسرار العقيدة المصرية القديمة بصفة خاصة والحضارة المصرية بصفة عامة.



شكل (4) نموذج من الرسوم المصرية القديمة على أغلبية التوابيت بالمتحف المصري بالقاهرة

عناصر تكوين الهوية البصرية:

تتكون الهوية البصرية لكيان أو مؤسسة ما من مجموعة هامة من العناصر التي تشكل الإطار العام للهوية وتميزها، وتعبر عن الرسالة المراد إيصالها للمتلقى، وتتضمن الهوية البصرية العناصر التالية: (Wrona, 2015)

أولاً: الشعار الرسمي للمؤسسة أو العلامة التجارية

ثانياً: الألوان الرسمية

ثالثاً: التيبوغرافيا وأنواع الخطوط المستخدمة

رابعاً: الأشكال والرموز والصور

خامساً: التصميم العام بما في ذلك إخراج الصفحات والمطبوعات

والهيكل العام للتصميم

الشعار كأساس لتصميم الهوية البصرية:

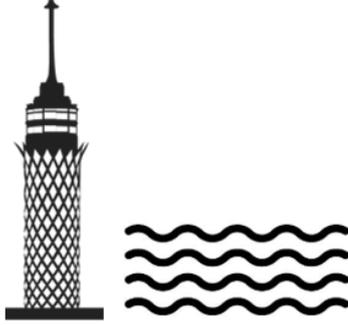
يعتبر الشعار واحد من أهم عناصر الهوية البصرية، والذي تتبنى عليه كافة عناصر الهوية البصرية الأخرى، حيث يتم تصميم الشعار لتمثيل المؤسسة بطريقة فريدة ومميزة، وحيث يمثل علامة تجارية للمؤسسة، ويتم استخدامه في جميع الوثائق الرسمية والإعلانات والمواد التسويقية، لذا يجب أن يكون قابلاً للتطبيق على جميع أنواع الوسائط البصرية، سواء كانت مطبوعات أو مواقع وصفحات على شبكة الانترنت أو وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها من المواد الدعائية أو التسويقية. (Wrona, 2015)

ويشكل الشعار جزءاً هاماً من تصميم اللافتات والطبوعات والملصقات الإعلانية والتي تمثل جزءاً مهماً من الهوية البصرية للمؤسسة، وحيث تعتبر وسيلة فعالة لجذب انتباه الجمهور في الأماكن العامة مثل الشوارع والميادين أو داخل الأسواق والمتاجر، أو أماكن الترفيه، أو المكاتب التي تمثل المؤسسة، وحتى السيارات والشاحنات وملابس العاملين، والتي تعمل على إيصال الرسائل البصرية سواء كانت للدعاية أو الترويج أو تسويق منتجات أو خدمات تقدمها المؤسسة، لذا يجب أن يتم تصميمها بما يتناسب مع الهوية البصرية للمؤسسة من استخدام الألوان أو الخطوط أو الرموز أو الصور المستخدمة في تصميم الهوية البصرية. (توفيق، 2022)

استراتيجية تصميم الهوية البصرية

تمثل الهوية البصرية واحدة من أهم عناصر نجاح أى مؤسسة، فهي ترتبط في أذهان الجمهور عند رؤيتها لتعبر عن الخصائص المتعلقة بالمؤسسة، وقد يخط البعض في فهم الهوية البصرية ظناً بأن العلامة التجارية هي نفسها الهوية البصرية، ولكن هناك فرق بين مفهوم الهوية البصرية والعلامة التجارية، حيث تعتبر العلامة التجارية جزءاً من مجموعة العناصر التي تشكل الهوية البصرية، والتي تشمل كافة العناصر التي تعبر عن الهوية البصرية للمؤسسة بدءاً من الكروت الشخصية وبطاقات النهنئة مروراً بالمطبوعات

ب- الرموز: استخدمت الباحثة رمزين بصريين أساسيين يعبران عن الهوية الحضارية لمدينة القاهرة وهما برج القاهرة ونهر النيل . حيث استخدمت الباحثة تلخيص بالأبيض والأسود لبرج القاهرة والذي يمثل معلم من أهم المعالم الحضارية والأثرية للقاهرة في العصر الحديث، والذي يمثل تصميمه إنعكاساً لهوية القاهرة حيث تم تصميمه على شكل زهرة اللوتس المميزة للبيئة المصرية الشمالية والتي تظهر بوضوح في مدينة منف والتي تمثلها مدينة القاهرة في العصر الحاضر. وقد استبدلت الباحثة الألف في كلمة القاهرة في الشعار باللغة العربية ليحل محلها رمز يعبر عن برج القاهرة. كما استبدلت الباحثة حرفي الشعار باللغة الإنجليزية كذلك ليحل محله رمز برج القاهرة. كذلك فقد استخدمت الباحثة رمزاً يعبر عن نهر النيل من خلال استخدام مجموعة من الموجات المنحنية للمياه للتعبير عن النهر الذي يجرى من تحت مدينة القاهرة.

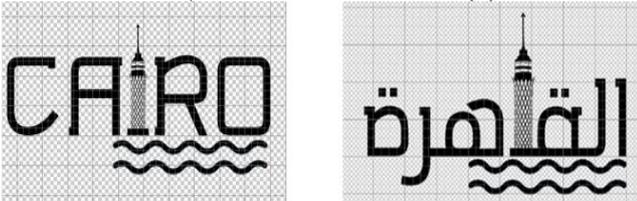


شكل (7) نموذج الشعار بعد مزج عنصر البرج

القاهرة

CAIRO

شكل (8) الرموز المستخدمة في تصميم الشعار



شكل (9) الشبكة الجرافيكية لتصميم الشعار رقم 1

ج- المجموعة اللونية: استخدمت الباحثة في النموذج الأول من الشعار مجموعة لونية مستوحاه من الألوان المصرية القديمة التي استعملها الفنان المصري في تلوين جدارياته ورسوماته للتعبير عن حياته وسمات حضارته، والتي تشترك في معظمها مع ألوان البيئة الخارجية في القاهرة المعاصرة، وذلك بالتطبيق من خلال استخدام برنامج Adobe Photoshop واختيار الألوان من الألوان المستخدمة في الجداريات المصرية بواسطة أداة اختيار اللون Color Picker Tool، لتكوين المجموعة اللونية المراد استخدامها لبناء الهوية Color Palette وتوزيعها داخل حروف الكتابة في الأماكن المحددة لها في التصميم.

المرحلة الرابعة: تحديد المجموعة اللونية:

بعد الانتهاء من مرحلة تصميم الشعار يأتي اختيار المجموعة اللونية الخاصة به والتي تمثل الباقة اللونية التي سيتم استخدامها عند تصميم مواد وعناصر الهوية البصرية المختلفة، وتمثل الرؤية الفنية والتصميمية للفنان والرسالة التي يسعى إلى إيصالها للجمهور، فاللون هو من أهم مميزات تصميم الهوية البصرية والتذي يعمل على تمييز الكيان أو المؤسسة بين المنافسين، ويؤثر في سيكولوجية الجمهور حيث يثير المشاعر بمجرد رؤيته ويرسخ الشعار في أذهانهم. (Wrona, 2015)

المرحلة الخامسة: تصميم العناصر البصرية:

عند الانتهاء من تصميم الشعار واختيار المجموعة اللونية، تأتي مرحلة استكمال باقي عناصر الهوية البصرية لإضفاء الطابع المميز للكيان أو المؤسسة، وتشمل مواد الطباعة واللافتات والمواد التسويقية وكافة العناصر الترويجية المتعلقة بنشاط المؤسسة.

النماذج التصميمية المقترحة:

قامت الباحثة من خلال هذه الدراسة بتصميم شعار لمدينة القاهرة يعبر عن الهوية البصرية للمدينة، ويجمع ما بين التاريخ القديم والحداثة، حيث استخدمت الباحثة مزيجاً من الرموز المصرية القديمة والحديثة في تصميم الشعار مع استخدام التيبوغرافيا المعاصرة لشكل الكتابات، كما اعتمدت الباحثة في تصميم الهوية البصرية لمدينة القاهرة على المرجعية التاريخية في استخدام الألوان، بالإضافة إلى استخدام ألوان الهوية البصرية لمدينة القاهرة المعاصرة، والتي تشكل معاً مزيجاً يطرحه التصور التصميمي الذي تقدمه الباحثة، وذلك من خلال ثلاثة نماذج تصميمية مختلفة كما يلي:

أولاً: نموذج شعار رقم (1)



شكل (5) نموذج شعار رقم 1 لمدينة القاهرة

عناصر تصميم نموذج رقم (1)

أ- الكتابات: تم تنفيذ الشعار باللغتين العربية والإنجليزية باستخدام خط SEBA، حيث تم استخدام نفس الفنت للكتابة باللغة العربية وكذلك اللغة الإنجليزية، الأمر الذي أعطى وحدة بصرية للخط مما يسهم في تأكيد ذات الهوية البصرية في استخدام الكتابات المكونة للشعار. كما أجرت الباحثة مجموعة من التعديلات على شكل حرفيها والتاء المربوطة في الكتابة العربية ليتوافق الشكل النهائي للكتابة مع الرؤية التصميمية للباحثة.

القاهرة

Font SEBA 72 Regular

CAIRO

شكل (6) نموذج لنوع الفنت المستخدم في كتابة الشعار رقم 1



Light Blue
#a1e624#



Yellow Brown
#c59146



Blue
#2060b7



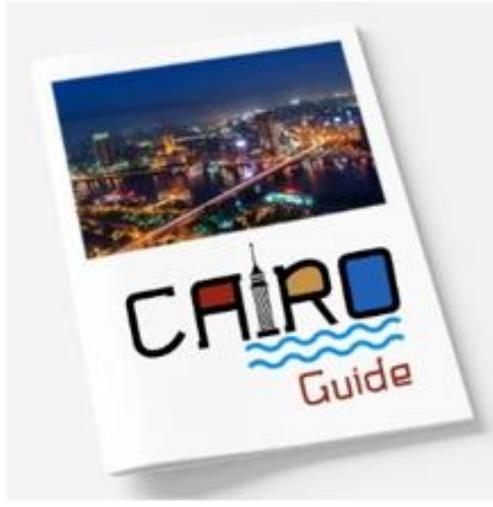
Red
#982415

شكل (10) المجموعة اللونية المستخدمة في تصميم الشعار رقم 1

- اللون الأصفر الرملي (رقم #c59146)
- اللون الأزرق الفاتح (رقم #24a1e6)
- بالإضافة إلى استخدام اللون الأسود في الكتابة للشعار.

وتتكون المجموعة اللونية المستخدمة من أربعة ألوان:

- اللون الأحمر (رقم #982415)
- اللون الأزرق (رقم #2060b7)
- تطبيق الشعار على بعض عناصر الهوية البصرية:



شكل (11) مجموعة من عناصر الهوية البصرية المستخدمة تصميم الشعار رقم 1

عناصر تصميم نموذج رقم (2)

أ- الكتابات: تم تنفيذ الشعار باللغتين العربية والإنجليزية معاً باستخدام خط Ara Alharbi Alhanooof، حيث تم استخدام نفس الفط للكتابة باللغة العربية وكذلك اللغة الإنجليزية، ليتم إعطاء وحدة بصرية للخط مما يساهم في تأكيد ذات الهوية البصرية في استخدام الكتابات المكونة للشعار، وقد تم دمج اللغتين في كتلة واحدة تمثل الشعار النهائي.

cairo
القاهرة

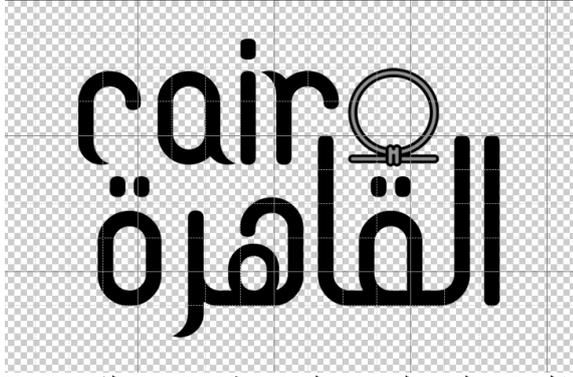
font ara alharbi alhanooof 72 regular

شكل (13) نموذج لنوع الفط المستخدم في كتابة الشعار رقم 2

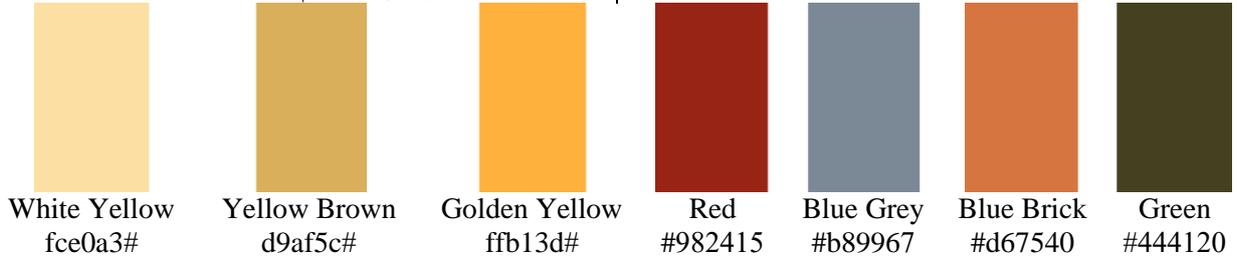
ثانياً: نموذج شعار رقم (2)

cairo
القاهرة

شكل (12) نموذج شعار رقم 2 لمدينة القاهرة



شكل (15) الرمز المستخدم المستخدمة في تصميم الشعار رقم 2
 ج- المجموعة اللونية: استخدمت الباحثة في النموذج الثاني من الشعار مجموعة لونية مستوحاه من الألوان التي استعملها الفنان المصري القديم في تلوين جدارياته ورسوماته للتعبير عن حياته وسمات حضارته، والتي تشترك في معظمها مع ألوان البيئية الخارجية في القاهرة المعاصرة، وذلك بالتطبيق من خلال استخدام برنامج Adobe Photoshop واختيار الألوان من الألوان المستخدمة في الجداريات المصرية بواسطة أداة اختيار اللون Color Picker Tool، لتكوين المجموعة اللونية المراد استخدامها لبناء الهوية Color Palette وتوزيعها داخل حروف الكتابة في الأماكن المحددة لها في التصميم.



شكل (16) المجموعة اللونية المستخدمة في تصميم الشعار رقم 2

- اللون الأصفر الذهبي (رقم #ffb13d)
 - اللون الأصفر الرملي (رقم #d9af5c)
 - اللوت الأبيض المائل للصفرة (رقم #fce0a3)
 بالإضافة إلى استخدام اللون الأسود في الكتابة للشعار.

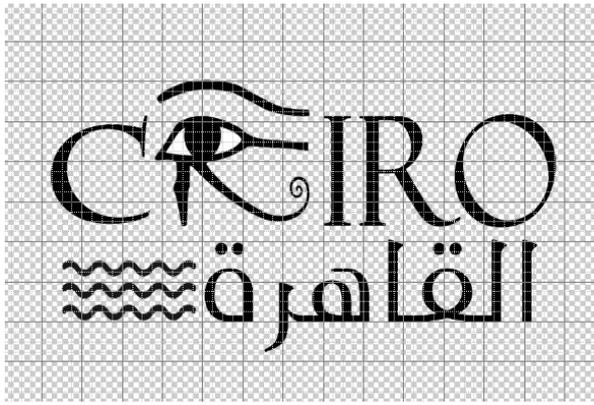
وتتكون المجموعة اللونية المستخدمة من سبعة ألوان:

- اللون الأخضر (رقم #444120)
 - اللون الأحمر الطوبى (رقم #d67540)
 - اللون الأزرق الرمادي (رقم #b89967)
 - اللون الأحمر (رقم #982415)

د- تطبيق الشعار على بعض عناصر الهوية البصرية:



شكل (17) مجموعة من عناصر الهوية البصرية المستخدمة تصميم الشعار رقم 2



شكل (20) الشبكة الجرافيكية لتصميم الشعار رقم 3



شكل (21) الرموز المستخدمة في تصميم الشعار رقم 3

ج- المجموعة اللونية: استخدمت الباحثة في النموذج الثالث من الشعار مجموعة لونية مستوحاه من الحضارة المصرية القديمة من الألوان التي استعملها المصريون القدماء في تلوين الرسوم والجداريات والتي تعبر عن السمات الحضارية والبصرية للقاهرة، والتي تشترك في معظمها مع ألوان البيئة في القاهرة المعاصرة، وذلك بالتطبيق من خلال استخدام برنامج Adobe Photoshop واختيار الألوان من الألوان المستخدمة في الجداريات والرسوم المصرية بواسطة أداة اختيار اللون Color Picker Tool، لتكوين المجموعة اللونية المراد استخدامها لبناء الهوية Color Palette وتوزيعها داخل حروف الكتابة في الأماكن المحددة لها في التصميم.



Light Blue
#a1e624#



Yellow Brown
#d7a761



Blue Grey
#84a8c5



Red
#982415

شكل (22) المجموعة اللونية المستخدمة في تصميم الشعار رقم 3

- اللون الأصفر الرملي (رقم #d7a761)
- اللون الأزرق الفاتح (رقم #24a1e6)

- اللون الأحمر (رقم #982415)
- اللون الأزرق الرمادي (رقم #84a8c5)

ثالثاً: نموذج شعار رقم (3)



شكل (18) نموذج شعار رقم 3 لمدينة القاهرة

عناصر تصميم نموذج رقم (3)

أ- الكتابات: تم تنفيذ الشعار باللغتين العربية والإنجليزية معاً، وقد استخدمت الباحثة عدداً من أنواع الخطوط التي تم مزجها للتعبير عن الرؤية البصرية التي أرادت الباحثة تقديمها. تم استخدام فنت Charlemagne Std Bold في حرف C في الشعار باللغة الإنجليزية، ثم استخدام فنت Felix Titling Regular في باقي حروف كلمة Cairo. وتم استخدام فنت HSN Shahd Regular في كتابة كلمة القاهرة باللغة العربية.

FONT CHARLEMAGNE STD 60 BOLD

FONT FELIX TITLING 60 REGULAR

FONT HSN SHAHD 48 REGULAR

CAIRO
القاهرة

شكل (19) نموذج لنوع الفنت المستخدم في كتابة الشعار رقم 3

ب- الرموز: استخدمت الباحثة رمزاً بصرياً أساسياً يعبر عن الهوية الحضارية لمدينة القاهرة وهي عين حورس والتي ارتبطت بشكل كبير بمدينة أون في الحضارة المصرية القديمة والتي ترمز إلى الحماية والرعاية من قبل الإله، حيث تم استبدال الحرف A في الشعار باللغة الإنجليزية بعين حورس بالأبيض والأسود والتي تأخذ في شكلها النهائي دلالة تتشابه مع شكل الحرف. ثم تم استخدام رمز بصرى آخر ترتبط بهوية القاهرة البصرية وهي أمواج المياه لتعبر عن نهر النيل الذي يمثل الاستمرارية بين الماضي والحاضر، وحيث تم دمجها مع الشعار بجانب كلمة القاهرة باللغة العربية.

- تتكون المجموعة اللونية المستخدمة من أربعة ألوان:

د- تطبيق الشعار على بعض عناصر الهوية البصرية:



شكل (23) مجموعة من عناصر الهوية البصرية المستخدمة تصميم الشعار رقم 3

دراسة مستفيضة للعناصر البصرية التي يمكن من خلالها تصميم هوية بصرية متميزة لمدينة القاهرة من حيث الشكل واللون والخطوط ومحاولة المزج بشكل مدروس بين العناصر الحضارية القديمة والحديثة والمعاصرة للتعبير عن هوية مدينة القاهرة التي تعد من أقدم مدن العالم و تمثل ملتقى الحضارات والثقافات على مر العصور.

كما توصى الباحثة بضرورة إسناد تصميم الهوية البصرية لمدينة مصر العريقة للمتخصصين من المصممين والفنانين التشكيليين والمعماريين الدارسين لماهية الهوية البصرية، وأساليب وعناصر تصميمها المبنية على أسس علمية وفنية بما يضمن الحصول على تصميم إحترافي للهوية البصرية لمدينة القاهرة وبما يعبر عنها بشكل جيد ومتفرد.

المراجع: References

- 1- توفيق، هاجر يحيى (2022) ، الأبعاد الإدراكية والبنائية في تصميم الهوية البصرية في ضوء نظرية الجشثالت، مجلة بحوث في التربية الفنية والفنون، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، المجلد 23، العدد 3، ص 53.
- 2- كريم، سيد (1999)، القاهرة عمرها 50 ألف سنة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ص 170.
- 3- لالويت، كليز (2003)، الفن والحياة في مصر الفرعونية، (ترجمة)، المجلس الأعلى للثقافة، ص 208- 210 .
- 4- مفهوم الهوية البصرية : التعريف، المكونات، الدليل، قصر الشركات، الرابط:

<https://www.companiespalace.com/the-concept-of-visual-identity-pdf> , (accessed 17/5/2024)

5- تاريخ الاعتماد - شعار محافظة القاهرة (accessed 24/5.2024) <https://ar.wikipedia.org>

6- Wrona K. (2015), Visual Identity & Rebranding, Marketing of Research & scientific Organizations (MINI B) , Volume 16 , Issue2, p.94, 95. 96, 97, 98, 100, 102.

نتائج البحث: Results

من خلال الإطار النظري والتجارب التصميمية التي قدمتها الباحثة خلال الدراسة يمكن التوصل إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- أن تصميم الهوية البصرية لمدينة القاهرة يمكن أن يبنى على استخدام المفردات والرموز البصرية المستوحاه من الحضارة المصرية القديمة مع المزج بينها وبين المفردات البصرية والثقافية من بيئة القاهرة المعاصرة، دون إحداث أى خلل فى الهوية البصرية للقاهرة، بل ويدعم فكرة تواصل الحضارة والنمو الثقافى والحضارى لمدينة القاهرة عبر العصور المختلفة.

- أن هناك العديد من المفردات والعناصر البصرية التي تتميز بها مدينة القاهرة، والتي يمكن بسهولة توظيفها فى تصميم الهوية البصرية لمدينة القاهرة دون حدوث أى تشابه بينها وبين أى من الهويات الأخرى، وتعمل على إبراز القيم الحضارية التي تميز الهوية البصرية للمدينة.

- أن هناك مجموعات لونية تتميز بها العناصر البصرية لمدينة القاهرة تتمثل فى اللون الأصفر الرملى واللون الأزرق واللون الأخضر والتي تعبر عن مكونات البيئة الخارجية لمدينة القاهرة، كما أن هناك مجموعات لونية أخرى تعبر عن الهوية المصرية، والتي تتداخل فى معظمها مع ألوان البيئة المعاصرة لمدينة القاهرة وهى الألوان التي استخدمها الفنان المصرى القديم فى تلوين كل العناصر التي استخدمها والتي تخص هويته، ومن أهم هذه الألوان الأحمر، والأزرق، والأخضر والأصفر مع اللونين الأبيض والأسود.

والخلاصة أن تصميم الهوية البصرية لمدينة القاهرة يحتاج إلى دراسة متعمقة للمرجعية التاريخية والحضارية للرموز البصرية فى مصر عبر الحضارات والاستناد إليها عند تصميم الهوية البصرية لمدينة القاهرة، بالإضافة إلى دراسة المفردات البصرية للبيئة المصرية المعاصرة، ودراسة إمكانية الربط بينهما للحصول على تصميم هوية بصرية تعبر عن مدينة القاهرة ذات التراث الحضارى الغنى.

التوصيات: Recommendation

- من خلال نتائج البحث توصى الباحثة إلى ضرورة إجراء