

Form and Color in Kids' Logo Design with an Emphasis on Referential Signs and Symbolism

Hossein Abeddoust*

Abstract

The current study examines the visual and written symbols in kids' logos in the process of conveying visual meaning of logos to the audience. The main research question concerns the characteristics of form and color in kids' logos and the nature of functions of referential and symbolized signs in a logo's design and communication process. Further, how a child encounters such logos is of particular interest in this paper. It is a descriptive-analytical research, and the data collection method is a combination of library archive by taking notes and capturing images, and field observations using open questionnaires and interviews with children. Data analysis is qualitative in nature. According to the results, the signs used in kids' logos are mostly iconic and symbolized. While referring the audience's mind to the outside world, these signs introduce novel and innovative forms and these are more enduring in the audience's mind than the completely referential signs. The interaction between symbolized and referential signs forms a general face of the logo. Happy colors and contrast coloring add the visual appeal of the logo. Conciseness and abstractness are the unique attributes for those logos which are of interest to children

Keywords: Form and Color, Kids' Logos, Referential Signs, Symbolized Signs.

* Assistant Professor, Department of Graphics, Faculty of Art and Architecture, University of Guilan, Rasht, Iran, habeddost@guilan.ac.ir

Date received: 28/02/2020, Date of acceptance: 24/05/2020

Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان با تأکید بر نشانه‌های ارجاعی و شکل‌گردانی

حسین عابد دوست*

چکیده

تحلیل حاضر به بررسی نشانه‌های تصویری و نوشتاری در آرم‌های مربوط به کودکان در فرایند ارتباطی آرم با مخاطب به لحاظ بصری می‌پردازد. پرسش اصلی تحقیق چگونگی ویژگی‌های فرم و رنگ در آرم‌های مربوط به کودکان و چستی کارکرد نشانه‌های ارجاعی و شکل‌گردانی شده در فرایند طراحی و ارتباطی آرم است. چگونگی مواجهه کودک با آرم‌های مذکور از موارد مورد توجه پژوهش حاضر است. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است. روش گردآوری مطالب ترکیبی از روش کتاب‌خانه‌ای از طریق فیش‌برداری و تصویرخوانی و مشاهدات میدانی از طریق ارائه پرسش‌نامه باز و مصاحبه با کودکان است. تجزیه و تحلیل یافته‌ها کیفی است. براساس نتایج تحقیق، نشانه‌های به‌کاررفته در آرم‌های مربوط به کودکان بیش‌تر وجه شمایی دارند و نشانه‌هایی شکل‌گردانی شده‌اند. این نشانه‌ها، درعین حال که ذهن مخاطب را به جهان بیرونی ارجاع می‌دهند، فرم‌های خلاقانه و جدیدی را به مخاطب معرفی می‌کنند و از نشانه‌های صددرصد ارجاعی در ذهن مخاطب ماندگارترند. تعامل نشانه‌های شکل‌گردان و ارجاعی وجه کلی آرم‌ها را می‌سازد. رنگ‌های شاد و تضاد رنگ‌ها به جذابیت بصری آرم می‌افزاید. ایجاز و چکیده‌نگاری مشخصه ویژه این آرم‌هاست که مورد توجه کودکان است.

کلیدواژه‌ها: فرم و رنگ، آرم‌های مربوط به کودکان، نشانه‌های ارجاعی، نشانه‌های شکل‌گردانی.

* استادیار گروه گرافیک، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه گیلان، رشت، ایران. habeddost@guilan.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۲/۰۹، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۰۴

۱. مقدمه

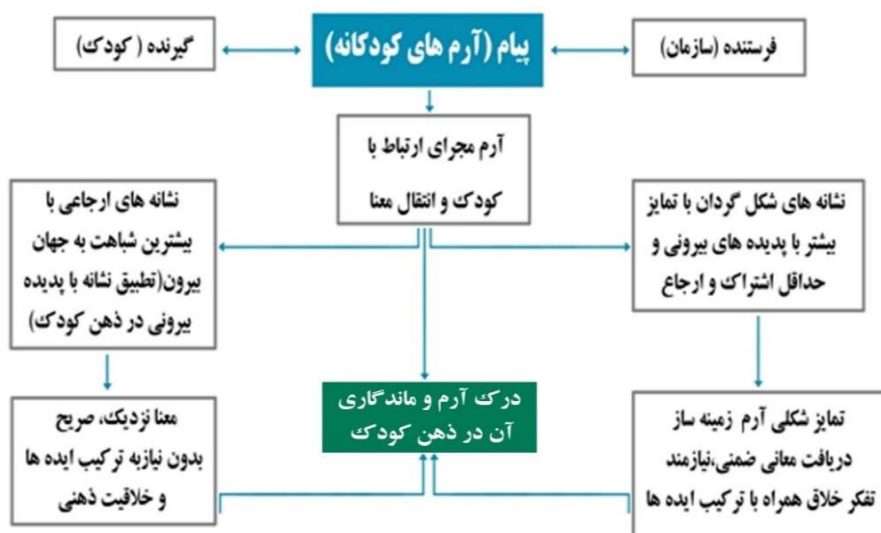
ارتباط امری طبیعی و انسانی است. در هر ارتباطی که انسان با محیط برقرار می‌کند فرایند انتقال معنا وجود دارد. هر اثر هنری به‌طور قطع با دو وجه اصلی فرم و محتوا سروکار دارد (اوکویبرک ۱۳۹۰: ۲۶). فرم ویژگی‌های بصری و دیداری اثر است و محتوا مفاهیم نهفته در پس‌نمادها و نشانه‌هاست که وظیفه ایجاد ارتباط و انتقال معنا به مخاطب را دارد (همان: ۲۸). تمهیدهای بصری و خلاقیت‌های هنری طراحان کلید ایجاد فرم‌های متمایز و اثرگذار است که هم به‌لحاظ ویژگی‌های بصری و هم وجوه زیبایی‌شناختی قابل توجه‌اند و هم توانایی ارتباط با مخاطب و انتقال معناهای صریح و ضمنی را دارند. در این میان، هر قدر تصویر قدرت ماندگاری در ذهن مخاطب را داشته باشد و به‌دلیل روابط خلاق و لایه‌های معنایی، ذهن مخاطب را با خود همراه کند، اثرگذارتر و شناخته‌شده‌تر خواهد بود. عمل دیدن به معنای دریافت الگوهای ساختاری بامعناست. این نکته در مورد ادراک ساده‌اشیء حقیقت دارد؛ بنابراین، در مورد ادراک هنری نیز صادق است (آرنه‌ایم ۱۳۸۶: ۱۲).

پژوهش حاضر سعی دارد کارکرد نشانه‌های تصویری و نوشتاری را در آرم‌های مرتبط با کودکان بررسی کند و بر نقش نشانه‌های ارجاعی و شکل‌گردانی در مواجهه کودکان با این آرم‌ها تمرکز کند. برای دریافت نتایج، منتخبی از آرم‌های نهادهای مرتبط با فعالیت‌ها و خدمات کودکان تحلیل خواهد شد. پرسش اصلی تحقیق از چگونگی کارکرد نشانه‌های تصویری و نوشتاری آرم‌های مرتبط با کودکان در ایجاد ارتباط با مخاطب و چسبندگی اهمیت شکل‌گردانی نشانه‌ها در طراحی این آرم‌هاست. برای دستیابی به نتایج جزئی‌تر، آرم‌های مرتبط با کودکان با توجه به معنای نزدیک و معنای دور تحلیل شدند.

ایجاز، ارجاع به طبیعت، رنگ، فرم متمایز، تلفیق نوشتار و تصویر، شمایل‌بودن، و مرتبط‌بودن با فضای کودکان شاخص‌های مورد مطالعه است. در نهایت، دو نوع نشانه در این فرایند مورد توجه است: نشانه‌های ارجاعی که از منظر تطابق با محرک‌های بیرونی در جهان طبیعت دریافت می‌شوند و نشانه‌های شکل‌گردانی شده که از منظر تمایز با محرک‌های بیرونی در جهان طبیعت و درعین‌حال داشتن حداقل اشتراکات با عناصر طبیعی، ذهن را وادار به تفکر می‌کنند. نشانه‌های دسته اول معانی صریح دارند و به‌سرعت درک می‌شوند، اما نشانه‌های دسته دوم ماندگاری بیشتری در ذهن دارند و با معانی ضمنی مرتبط‌اند و با اندکی تأخیر دریافت می‌شوند. در این زمینه، سعی شد ادراک بصری بیست کودک پسر نه‌ساله از آرم‌ها آزمون شود و نتایج آن در تحلیل آرم‌ها بیان شود. رتبه‌بندی آرم‌ها توسط

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان ... (حسین عابد دوست) ۱۱۷

کودکان با سه معیار کیفی خیلی خوب، خوب، و متوسط انجام شد. نمودار ۱ مدل مفهومی پژوهش را نشان می‌دهد.



نمودار ۱. مدل مفهومی پژوهش

۲. مفاهیم نظری تحقیق

۱.۲ آرم

آرم (sign) نشانه‌ای با ساختارهای از پیش طراحی شده است که تعداد معینی کارکرد را در فرایند ارتباط یک سازمان با مخاطب آن در بر می‌گیرد. آرم نمایانگر ماهیتی استدلالی است که بین دو محور واقع شده است: از یک سو، وجه فرستنده و گیرنده و از سوی دیگر معنا و مصداق (پهلوان ۱۳۸۱: ۵۲). آرم هم‌چون نشانه با مفاهیمی همراه است.

از دیدگاه نشانه‌شناسی، آرم‌های گرافیکی برحسب ترکیب عناصر زبانی و شمایی دسته‌بندی می‌شوند. بر این اساس، دسته‌ای از آرم‌ها فقط از عناصر زبانی استفاده می‌کنند که آن‌ها را آرم نوشتاری یا لوگوتایپ (logotype) می‌نامند. لوگوتایپ‌ها نشانه‌نویس‌های اند که به‌جای تصویر، صرفاً در طراحی آن از حروف یا کلمه و جمله استفاده شده است (عفرای ۱۳۸۸: ۲۰). نشانه‌های نوشتاری به دو بخش نشانه‌های حرفی مونوگرام (monogram) و کلمه‌ای یا لوگوتایپ تقسیم می‌شوند. دسته دیگر با ترکیب عناصر شمایی

طراحی می‌شوند و آرم شمایی یا لوگوآیکونیک یا ایکوتایپ (icotype/ logo iconique) نامیده می‌شوند و دسته سوم از تلفیق عناصر شمایی و نوشتاری ساخته شده‌اند که آن‌ها را آرم تلفیقی یا لوگومیکس (logomixte) می‌نامند (پهلوان ۱۳۸۱: ۳۲).

۲.۲ کودکی

کودکی به‌طور خلاصه شامل سه دوره است که عبارت‌اند از دوران نخستین، دوران پیش‌دبستانی، و دوران دبستان، توانایی‌های ادراکی طفل در دوره سوم کودکی گسترش سریع را نشان می‌دهد. این توانایی‌ها عبارت‌اند از احساس، ادراک، افکار، و استدلال (عظیمی ۱۳۷۵: ۲۴۰). کودک از نه‌سالگی ارتباط اجتماعی بیش‌تری با هم‌سالان خود برقرار می‌کند و به فعالیت‌های دسته‌جمعی علاقه بیش‌تری نشان می‌دهد (ماسن ۱۳۸۷: ۴۹۹).

۳.۲ نشانه ارجاعی و شکل‌گردان

در علم نشانه‌شناسی هر نشانه می‌تواند دو معنا را به‌هم‌راه داشته باشد: ۱. معنای نزدیک به نشانه ۲. معنای دور از نشانه. معنای نزدیک معنایی است قدرت‌مند و فوری که متعلق به حضور فیزیکی نشانه است. هرچه نشانه به طبیعت ارجاعی خود نزدیک‌تر باشد، معنایی که از آن حاصل می‌شود فوری‌تر و ملموس‌تر است. در مورد دوم، یعنی معنای غیرفیزیکی و دور، ما با معنایی مواجهیم که تابع نیست. معنا می‌تواند با توجه به حضور نشانه، رشد غیرمحدود یا توسعه آن موقعیت حضور، تعامل، و میزان دخالت حسی — ادراکی‌ای که در آن صورت می‌گیرد نامحدود باشد. پس معنای دور معنای غیرفیزیکی و گریزپذیری است که با توجه به میزان دخالتی که در ثبات و تداوم نشانه رخ می‌دهد به‌وجود می‌آید (شعیری ۱۳۹۲: ۴۲).

با توجه به این که معنای هر تصویر می‌تواند بی‌نهایت مبهم یا بی‌نهایت واضح باشد، می‌توان نتیجه گرفت که دو نوع نشانه دیداری داریم: ۱. نشانه ارجاعی (référentiel) و ۲. نشانه شکل‌گردان (غیرارجاعی / non-référentiel). در درون اثر، ارجاعیت اثر می‌تواند شکل‌گردانی آن را موجه‌تر، قابل‌قبول‌تر، یا اثرگذارتر جلوه دهد، به همان ترتیب که شکل‌گردانی می‌تواند ارجاعیت اثر را منعطف‌تر و هنری‌تر کند. هرچه دخالت گفته‌پردازانه در ارائه یک گونه بیش‌تر باشد، آن گونه شکل‌گردانی بیش‌تری می‌یابد (همان: ۴۹). اگر نشانه‌ای صددرصد منطبق بر گونه بیرونی باشد، نشانه ارجاعی است. کم‌ترین دخالتی در

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان ... (حسین عابد دوست) ۱۱۹

شکل‌گیری نشانه باعث می‌شود تا از انطباق صد درصد آن با واقعیت کاسته شود (همان: ۵۰). هرچه از کارکرد ارجاعی نظام‌های نشانه‌ای کاسته شود، نشانه به انتزاع نزدیک می‌شود و نشانه‌های آبستره خلق می‌شود (همان: ۲۶۰).

در این پژوهش سعی شد کارکرد ارجاعی نشانه‌ها و ویژگی‌های شکل‌گردانی آن‌ها در آرم‌های مربوط به کودکان تحلیل شود تا تمهیدهای طراحان آرم‌های مربوط به کودکان برای ایجاد ارتباط بهتر با مخاطب روشن شود.

۴.۲ تفکر خلاق

در عمل خلاقانه، تفکر و تعقل آگاهانه و نظام‌یافتن روابط حضور فعال دارد (ورامینی ۱۳۸۷: ۶۹). خلاقیت تعامل بین عملیات ذهنی شخص و عوامل انگیزشی، صفات شخصیتی، دانش، و محیط‌های اجتماعی و فرهنگی است که برای ایجاد مفاهیم منحصر به فرد و مفید برای حل مسائل به‌کار می‌رود (Lin and Wu 2016: 167). برخی صاحب‌نظران به این تعریف قائل‌اند که خلاقیت فرایندی مداوم و مستمر است و در عین حال به زمینه و بستر اولیه نیز نیازمند است (چراغ چشم ۱۳۸۶: ۱۱).

عامل اصلی خلاقیت نظم و ساختار ذهن انسان است که موجب مکاشفه نظم‌ها و ساختارهای نو و بدیع در پدیده‌ها و تقویت انگیزه و شوق او برای آفرینش ساختارهای تازه و بدیع در قالب آثار هنری، نظریه‌های عمومی، یا هرگونه فعالیتی می‌شود که به درک و دریافت زیبایی و تناسب در وجوه و ابعاد زندگی او منجر می‌شوند (بوهم ۱۳۸۱: ۳-۴).

بر اساس تعاریف ارائه‌شده، می‌توان تفکر خلاق را هم‌چون چهار پدیده خلاق شناخت: ۱. شخصیت (personality): تفکر خلاق نشان‌دهنده بیان منحصر به فرد شخصیت کل است؛ ۲. فرایند (process): تفکر خلاق فرایندی است که نشان‌دهنده اندیشه‌ای جدید است که در آن فرد تلاش می‌کند تا رابطه‌ای جدید پیدا کند؛ ۳. فشار (pressure): تفکر خلاق فشارهایی است که از سوی ما در قالب شور و شوق قوی و انگیزه‌ای برای عمل به وجود می‌آید؛ ۴. محصول (product): تفکر خلاق محصولی است که نشان می‌دهد همه چیز به منزله نتیجه از منحصر به فرد بودن شخصیت است که با محیط خود ارتباط برقرار می‌کند (Sutantro 2013: 4). یکی از زیباترین ویژگی‌های انسان قدرت آفرینندگی یا خلاقیت اوست و با همین ویژگی است که انسان می‌تواند اهداف آرمان‌گرایانه خود را پدید آورد و توانایی‌های خود را شکوفا کند (Weisberg 1995).

۳. پیشینه پژوهش

نجیبی و دیگران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی اثربخشی پویانمایی (انیمیشن) بر خلاقیت کودکان پیش‌دبستانی» نشان دادند کودکان پیش‌دبستانی که از طریق پویانمایی (انیمیشن) آموزش دیده‌اند یادگیری بالاتری داشته‌اند و خلاقیت آنان افزایش یافته است. حسینی و محمدزاده (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «اثربخشی برنامه آموزش خلاقیت در قالب فعالیت‌های هنری بر رشد خلاقیت دانش‌آموزان دختر سوم ابتدایی» نشان دادند که میزان خلاقیت گروه آزمایش به‌طور معناداری در مقایسه با گروه کنترل افزایش یافته است. کیارسی و دیگران (۱۳۹۴) «تأثیر تدریس مبتنی بر تکنیک انیمیشن، تصاویر گرافیکی پویا و ایستا بر پیشرفت تحصیلی درس علوم» را بررسی کردند و نشان دادند که روش تدریس مبتنی بر انیمیشن از تصاویر گرافیکی پویا و ایستا مؤثرتر بوده است. عباسی و دیگران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر رسانه‌های آموزشی بر پرورش خلاقیت و رشد تفکر خلاق در دانش‌آموزان دوره ابتدایی» نشان دادند که استفاده از رسانه‌های آموزشی مناسب بستری برای تقویت و گسترش روحیه ابتکار است. الاورینی (Aloraini 2012) در پژوهشی تأثیر استفاده از منابع چندرسانه‌ای را در موفقیت تحصیلی دانش‌آموزان بررسی کرد.

هوفلر و لیتنر (Hoffler and Leutner 2007) در پژوهشی با عنوان «پویانمایی آموزشی در برابر تصاویر ثابت: یک تحلیل ترکیبی» تأثیر پویانمایی آموزشی و تصویرهای ثابت را در یادگیری بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که تصویرهای پویا برتر بودند (به نقل از رستگارپور و یداللهی ۱۳۸۹: ۶۹).

باتوجه به بررسی‌های انجام‌شده، هیچ‌یک از پژوهش‌های پیشین چگونگی کارکرد نشانه‌های تصویری و نوشتاری آرم‌های مرتبط با کودکان در برقراری ارتباط را با تأکید بر نشانه‌های ارجاعی و شکل‌گردان بررسی نکرده است.

۴. روش تحقیق

روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است. روش گردآوری داده‌ها ترکیبی از مطالعات کتابخانه‌ای از طریق فیش‌برداری و تصویرخوانی و مطالعات میدانی از طریق ارائه پرسش‌نامه باز و مصاحبه عمیق است. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها کیفی است. برخی از داده‌های کمی به‌شیوه کیفی و استدلال منطقی بررسی و با شواهد توصیفی مقایسه می‌شود.

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان ... (حسین عابد دوست) ۱۲۱

پرسش‌نامه باز و مصاحبه عمیق^۱ برای این صورت گرفت که روشن شود کودکان درباره آرم‌ها چگونه فکر می‌کنند و مواجهه و درک بصری کودک نه‌ساله از آرم چیست؟ با کاربرد این روش سعی بر استنتاج اعداد آماری نیست، بلکه سعی بر این است که نظریه‌های درک تصویر به‌طور عمیق در کودکان مطالعه شود. در این شیوه، تعداد اندکی پرسش‌نامه برای دریافت نتایج مطلوب کفایت می‌کند (داوسون ۱۳۹۰: ۳۸).

۵. نقش خلاقیت در تولید و ادراک اثر هنری

هنر زمینه‌های رشد خلاقیت را در فرد بیدار می‌کند. هرچیزی که به انسان تازه‌دیدن و خلاقانه‌دیدن واقعیت‌ها را بیاموزد این امکان را به‌وجود می‌آورد که به متحول‌شدن رویکرد عمومی او به همه زندگی کمک کند (بوهم ۱۳۸۱: ۹۴). هر قدر فرد به حد نهایی وضعیتی نزدیک شود که در آن تفکر انفعالی محور اصلی فعالیت ذهن است، فرایند تفکر به‌سوی مکانیکی‌تر شدن سوق پیدا می‌کند. مشخصه اصلی فرایند مکانیکی تکرار شکل مشخص است (همان: ۱۲۷). خلاقیت یکی از اساسی‌ترین مباحث گرافیک است (کروز ۱۳۹۲: ۱۰). گرافیک با فرایند تولید محصولات خلاقانه ارتباط دارد. تولید محصول خلاق با شخصیت‌پردازی و هویت بصری ویژه وجود تفکر فرایندی پویا را تأیید می‌کند.

در طراحی آرم، ترکیب و شکل‌گردانی نشانه‌ها بازی معماگونه را در ذهن مخاطب می‌پروراند. کشف معنا از طریق بازی ذهن و تصویر لذت و شادی را در مخاطب ایجاد می‌کند و ذهن مخاطب را از جهان بیرون جدا و وارد فضایی تخیلی می‌کند. در نهایت، شیوه‌های متفاوت دیدن را به مخاطب می‌آموزد. بنابراین، طراحی آرم و نیز ادراک آن با تخیل همراه است. بصیرت‌های اخیر روان‌شناسی فرایند دیدن را حاصل فعالیت خلاقه ذهن انسان به‌شمار می‌آورد (همان: ۶۲). پس می‌توان گفت: از آن‌جاکه مواجهه با اثری گرافیکی مانند آرم و فرایند ادراک آن رویارویی ذهن با اثری خلاق است، ادراک تخیلی و فعالیت پویا و هوشیارانه ذهن را به‌همراه خواهد داشت.

۶. تحلیل آرم‌های مربوط به کودکان با تأکید بر نشانه‌های ارجاعی و

شکل‌گردان

در هنر گرافیک تصویری خلق می‌شود که نشانه‌هایی از طبیعت را در بر گرفته باشد (کروز ۱۳۹۲: ۱۰۸). نشانه‌های طراحی شده انتزاعی و ترکیب‌هایی از عناصر طبیعی‌اند که

قابلیت انطباق با عناصر بیرونی و طبیعی ندارند، اما ردپای عناصر بیرونی در آن‌ها به چشم می‌خورد. در نظریه‌های شناخت، تصویر فرایند انتزاع و تجرید، یعنی شکل‌گیری مفاهیم و سپس تفکر، را امکان‌پذیر می‌کند. تصویر اشیا و پدیده‌ها در ادراک حسی و حافظه تصویری یا دیداری سبب بازشناسی محیط پیرامون می‌شود و در فرایند شناخت نقش بسیار مهمی دارد. از سوی دیگر، تصویر ذهنی در غیاب اشیا یا پدیده‌ها نیز در ذهن حضور دارد و در فعالیت‌های روانی، تخیل، و عواطف بیش‌ترین سهم را ایفا می‌کند (پهلوان ۱۳۸۱: ۱۱-۱۲). هر اثر هنری و به تبع آن اثر گرافیکی مانند آرم سازنده دنیای خویش است؛ نشانه‌های بسیاری از این آثار هم دلالت به جهان دارند و هم به دنیای خارج از متن، یعنی دنیای واقعی (احمدی ۱۳۸۳: ۱۶۶).

نشانه شمایی نشانه‌ای است که رابطه آن با موضوعش مبتنی بر تشابه است، یعنی نشانه از برخی جهات (شکل ظاهری، صدا، احساس، یا بو) مشابه موضوعش است (سجودی ۱۳۸۷: ۳۱). در این نشانه‌ها ذهن مخاطب این امکان را دارد که نشانه دیداری را با الگوهای پیشین آن در جهان طبیعت مقایسه کند و از طریق ارجاع، مفهوم نشانه را دریابد (همان: ۴). در ادامه، آرم‌های مربوط به کودکان و مواجهه کودکان نه‌ساله پسر با آن‌ها تحلیل می‌شود.

۷. نشانه‌های شمایی و نوشتاری در آرم‌های مرتبط با کودکان با تأکید بر ویژگی شکل‌گردان و ارجاعی نشانه‌ها

برخی از آرم‌های مرتبط با کالا و خدمات کودکان نشانه‌های شمایی را در بر می‌گیرند که دریافت معانی آن برای کودک صریح‌تر و سریع‌تر صورت می‌پذیرد. نشانه‌های شمایی حیوانات، اشیا، و حتی انسان‌ها هستند. روان‌شناسانی چون پیازه به تفکرات تخیلی ذهن کودک درباره جانوران اشاره می‌کنند (رجبی همدانی و دیگران ۱۳۹۶: ۷۸). بسیاری از آرم‌های مربوط به کودکان از عنصر حیوانی متناسب با موضوع آرم به‌منزله نشان تصویری بهره برده‌اند.

آرم مؤسسه رسانه‌ای، هنری، و آموزشی سنجاکک نمونه‌ای از این آرم‌هاست. مخاطب این آرم می‌تواند از هر رده سنی‌ای باشد. مواجهه کودکان نه‌ساله اقبال کودکان به این آرم را نشان می‌دهد. این اثر از نمونه آرم‌هایی است که در اولویت‌بندی آرم‌های دوست‌داشتنی با رتبه‌بندی کیفی «خیلی خوب» قرار گرفت. دریافت تصویر سنجاکک برای آن‌ها به‌سرعت

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان ... (حسین عابد دوست) ۱۳۳

صورت گرفت و آن به دلیل شمایی بودن و نیز ویژگی ارجاعی آرم به جهان طبیعت است. این آرم مجموعه‌ای از نشانه‌های تصویری و نوشتاری را در بر می‌گیرد. نشانه تصویری در اولویت دیده شدن قرار دارد و بیشترین توجه بصری را به خود جلب می‌کند (تصویر ۱ الف). کودکان این موضوع را تأیید کردند. کودکان سادگی و هم‌نشینی نوشتار و تصویر در این آرم را در فهم آرم اثرگذار توصیف کرده و در نقاشی‌هایشان از آرم‌هایی که در ذهن داشتند، نمونه‌هایی از این آرم را ترسیم کرده‌اند (تصویر ۱ ب).



تصویر ۱ الف. آرم مؤسسه رسانه‌ای، هنری، و آموزشی سنجاقک که مجموعه نشانه شمایی و نوشتاری را نشان می‌دهد (www.sanjaghak.org); تصویر ۱ ب. نقاشی کودک نه‌ساله از لوگوی سنجاقک به شکل ذهنی

توجه کودک به فرم و رنگ آرم و نیز نوشتار آرم حاکی از ماندگاری آرم در ذهن کودک است. تصویر ساده‌شده‌ای از سنجاقک با خطوط نرم و روان شمایی است که به علت سادگی و ایجاز بصری، تصویر ماندگاری در ذهن کودک ایجاد می‌کند که درک آن از طریق شباهت تصویر آرم به سنجاقک در جهان طبیعت ممکن می‌شود. به‌یاری ایجاز، ارزش هر عنصری را می‌توان شناخت (احمدی ۱۳۸۳: ۶۵). لوگوی نوشتاری سنجاقک نیز با ویژگی‌هایی همراه است که جنسیت هماهنگی را با نشانه شمایی سنجاقک برقرار می‌کند و کیفیت دم سنجاقک را تداعی می‌کند. اساس طراحی نشانه نوشتاری سنجاقک با استفاده از کشیدگی باریک و بلند و لطیف دم سنجاقک طراحی شده است. در مصاحبه با کودکان کیفیت ویژه لوگوی نوشتاری مورد توجه کودکان بود و از آن با تعابیر نوشتار خوب، نوشتار کاریکاتوری، نوشتار متفاوت با نوشتن کودک یاد شد (تصویر ۱).

طراحان آرم‌های سازمان‌ها و مؤسسات مرتبط با خدمات و تولیدات کودکانه طراحی نشانه شمایی گونه را در آرم‌ها اساس کار خویش قرار می‌دهند و این به دلیل اولویت اثرگذاری تصویر در ذهن کودکان در مقایسه با نوشتار است.

البته باید در نظر گرفت که در تایپوگرافی، تمهیدهای بصری ویژه‌ای که بر نوشتار اجرا می‌شود موجب می‌شود در مواردی خوانش نوشتار با تأخیر صورت گیرد. گاهی این شمایل‌ها نشانه‌هایی ارجاعی‌اند و آرم فاقد صورت‌بندی معماگونه و رمزپردازی نمادین

است، مانند آرم شمایی سنجاقک که شباهت تصویر سنجاقک با نمونه‌های طبیعی کیفیت‌های ارجاعی آرم را قوت بخشیده و شکل‌گردانی در آرم فقط از طریق حذف جزئیات صورت گرفته است یا آرم مؤسسه انتشاراتی طوطی که از ترکیب اشکال هندسی، تصویری از طوطی رنگارنگ ایجاد شده است (تصویر ۲). نمونه دیگر این آرم شمایی به زبان انگلیسی نیز با ویژگی‌های مشابه بازنمایی شده است. در نمونه آرم طوطی (parrot) اساس طراحی آرم نشانه‌های هندسی دایره و خطوط مستقیم است که شکلی از حروف انگلیسی را نیز تداعی می‌کند. در هر دو مورد نشانه شمایی آرم قابلیت هدایت ذهن کودک به طوطی در جهان طبیعت را دارد (تصاویر ۲ و ۳).

آرم مرکز کتاب میچکا شکل پرنده را دست‌مایه ارتباط با مخاطب قرار داده است (شکل ۴). این نمونه آرم از نشانه‌های رمزی بیش‌تری برخوردار است. به شکل‌گردانی در این اثر توجه بیش‌تری شده است. بال و دم پرنده همانند کتاب‌های چیده‌شده روی هم است و نوک آن تصویر اختصاری نوک مداد را تداعی می‌کند. لوگوی نوشتاری میچکا نیز کیفیت‌های رنگی و فرمی تصویر پرنده را بازنمایی کرده است. حروف میچکا به شکل مقطع اجرا شده، رنگ آبی آن با رنگ آبی بدن پرنده هماهنگ است، و حرف «ک» هماهنگ با دایره شکم پرنده است. رنگ عامل جذابیت بصری هر سه طرح شمایی پرنده است، بنابر این اصل که رنگ یکی از مهم‌ترین محرک‌های بصری است که از بدو تولد انسان در او تأثیر داشته است (ورامینی ۱۳۸۷: ۳۲).

در پرسش‌نامه، کودکان آرم طوطی و میچکا را آرم‌های دوست‌داشتنی با رتبه‌بندی کیفی «خیلی خوب» بیان کردند. در مصاحبه، کودکان این آرم‌ها را دوست‌داشتنی و شیوه شناسایی آن‌ها را سریع توصیف کردند و پرنده‌سان‌بودن، رنگی‌بودن، هندسی‌بودن، و اجرای متفاوت آن‌ها برایشان جالب توجه بود.

در مصاحبه با کودکان، اکثریت آن‌ها تفاوت میان ترسیم بال پرنده در آرم میچکا را درک کردند و به سرکش حرف «ک» و چرخش آن زیر شکم پرنده اشاره داشتند. یکی از کودکان اظهار کرد «نوشتار کمک می‌کند که تصویر را بهتر بفهمم. نوشتارهایی را دوست دارم که کاریکاتوری باشد و تصویر و نوشتار هماهنگ باشد، مثل آرم میچکا که حرف ک با شکم پرنده هماهنگ است».

آرم کانون پرورش فکری کودکان در رتبه‌بندی کیفی «خوب» بیان شد. سه مورد از کودکان به رنگ سیاه آرم کانون پرورش فکری کودکان انتقاد داشتند و یک مورد رنگ سیاه

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان ... (حسین عابد دوست) ۱۲۵

این آرم را دوست‌داشتنی اعلام کرد. اما درکل هجده نفر از کودکان وجود چند رنگ سبز، آبی، قرمز، زرد، و نارنجی را در آرم‌ها بهتر از تک‌رنگ یا سیاه‌بودن آرم اعلام کردند. رنگ‌ها با تأثیرات بصری همراه‌اند. زرد حس روشنی، گرمی، امیدآوری را به‌همراه دارد (لوشر ۱۳۷۶: ۸۷). کودک به‌طور طبیعی به رنگ‌های شاد، روشن، و امیدبخش علاقه‌مند است (اکبرزاده ۱۳۷۵: ۱۱). رنگ سبز نشانی از طبیعت و سرسبزی است، حسی سخت و ایستا را تداعی می‌کند (همان: ۴۵). رنگ نارنجی گرمی، زرد روشنی، قرمز هیجان و پویایی، و آبی ملایمت و آرامش را تداعی می‌کند. بنابراین، تأثیرات حسی رنگ در آرم نیز باید موردتوجه قرار گیرد.

فقدان رنگ در آرم فقدان این اثربخشی بصری را به‌همراه دارد. شکل پرنده در آرم کانون فکری کودکان و نوجوانان نیز از ترکیب خطوط منحنی و مستقیم طراحی شده است (تصویر ۵). در این آرم نیز، باوجود شکل‌گردانی بسیار، نشانه تصویری کیفیتی ارجاعی دارد. با آن‌که فرم طراحی متمایز از فرم پرنده در جهان بیرون است، کیفیتی معماگونه و تفکربرانگیز دارد، اما ادراک آن به‌دلیل برخی ارجاعات برای ذهن کودک میسر است. کم‌ترین دخالتی در شکل‌گیری نشانه تصویری باعث می‌شود تا از انطباق صددرصد آن با واقعیت کاسته شود (شعیری ۱۳۹۱: ۴۹).



به‌ترتیب از سمت چپ:

تصویر ۲. آرم مؤسسه انتشاراتی کتاب کودک طوطی (فارسی) (www.tutibooks.ir)

تصویر ۳. آرم مؤسسه انتشاراتی طوطی (انگلیسی) (www.Parsstock.ir)

تصویر ۴. آرم مرکز فروشگاه کتاب کودک میچکا (www.michkapub.com)

تصویر ۵. آرم کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان (www.Kanoonnews.ir)

بنابراین، شکل‌گردانی در طراحی چهار آرم پرنده‌سان دیده می‌شود، اما میزان آن‌ها متفاوت است و تعادل نسبی میان شکل‌گردانی کیفیت‌های ارجاعی آرم، در مقایسه با مرجع طبیعی آن پرنده، امکان ایجاد فضای تخیل تصویری را برای کودک فراهم می‌آورد که درک آرم را برای کودک آسان می‌کند. کودکان در مصاحبه اظهار داشتند که دیدن این آرم‌ها به ما

نشان داد نقاشی شکل پرنده می تواند به شکل های مختلف باشد و محدود به یک شکل ساده نیست. بنابراین، مواجهه کودک با آرم های شمایی آموزشی شیوه های جدید نگرستن به جهان بیرون و امکان های مختلف ترسیم آن است که می تواند در ذهن کودک اثرگذار باشد. قدرت تخیل چیزهایی که به صورت عینی تجربه نشده اند معمولاً به منزله یکی از جنبه های کلیدی اندیشه خلاق و بیدار شناخته شده است (بوهم ۱۳۸۱: ۱۰۳).

نشان شمایی موبایل مهد شاپرکی در حال پرواز را به تصویر کشیده است. تصویر آشنایی که کودک ارجاع آن به جهان طبیعت را به سرعت در ذهن می پروراند، هرچند اثر با شکل گردانی ویژه ای نیز همراه است. در طراحی لوگوی موبایل مهد از دو حرف اول کلمات موبایل و مهد استفاده شده است، به این صورت که این دو ام (MM) تشکیل دو بال برای پرواز داده است. در طراحی لوگو، تلاش شده است تا حس سبک بالی، نامحدود شدن حرکت، و شناور شدن در آسمان به مخاطب منتقل شود. این مفاهیم را می توان معانی ضمنی نشانه دانست که در عین حال از آن به عنوان معنای دور نیز می توان نام برد، معنایی که ارجاعی صرف نیست، بلکه سوییهای نمادین دارد. دسته ای از تمهیدهای خلاقانه طراحان تایپ را هم چون جزئی از تصویر به خدمت می گیرد (وی وایت ۱۳۹۳: ۱۵۳) (تصویر ۶ الف). نوشتار به گونه ای طراحی شده است که خطوط منحنی و تناسب آن کاملاً تداعی گر پر پروانه باشد.

این تصویر در رتبه بندی کودکان «خوب» توصیف شد. شناسایی تصویری آرم توسط کودکان به سرعت صورت گرفت و نظر کودکان درباره رنگ آرم متمایز بود. برخی آن را تأیید کردند و برخی آن را رنگارنگ دوست داشتند، مانند پروانه های طبیعی. یک مورد از بچه ها نقاشی آرم شاپرک را به دل خواه ترسیم کرد (تصویر ۶ ب).



تصویر ۶ الف. آرم شرکت موبایل مهد، شکل گیری نشانه شمایی با کاربری نوشتار (www.emahd.ir):
تصویر ۶ ب. نقاشی کودک نه ساله از آرم موبایل مهد

این نشان می دهد که در کودکان حساسیت به آرم های شمایی و تمایزهای تصویری آن با عنصر طبیعی وجود دارد. برای مثال، برخی کودکان به دایره مرکزی آرم و فقدان تنه

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان ... (حسین عابد دوست) ۱۲۷

مرکزی شاپرک در آرم اشاره داشته‌اند. آرم سایت مهد کودک‌های ایران نیز نشانه شمایی را در بر می‌گیرد. طراح فرم بدن را خلاصه‌سازی کرده و از طریق اختلاف اندازه و در دل هم قراردادن فرم‌ها مربی و کودکانی را تداعی کرده است که در حال بازی و شادی‌اند. این آرم توسط کودکان «متوسط» توصیف شد. مصاحبه با کودکان نشان داد که تلخیص فیگور انسانی در آرم مورد ادراک کودکان است، اما به علت شکل گردانی زیاد آرم، کودکان ارجاع دقیقی در جهان بیرون برای آن بیان نمی‌کردند. برای مثال، «مثل آدمی که دست و پا ندارد کشیده شده» اظهار نظر اغلب کودکان درباره آرم است. کودکان در مصاحبه به رنگی بودن آرم توجه نشان دادند (تصویر ۷).



تصویر ۷. آرم سایت مهد کودک‌های ایران، نشانه شمایی (www.mahdkoodak.com)

باید به این حقیقت توجه کرد که هر شکل هنری پیش از هرچیز نوعی پیکار است، گونه‌ای ویران کردن ارزش‌های کهن و بازسازی دل‌خواه آن‌ها. هر اثر وابسته به نظام هنری ویژه‌ای است، اما آنچه امتیاز یا منش برترش را می‌کند انحراف‌ها و تمایزهایش از آن نظام است (Jakobson 1973: 151).

آرم باشگاه فرهنگی و ورزشی کانون کودک و نوجوان ققنوس سویه‌ای متفاوت از ترکیب عناصر تصویری و شمایی معنادار را نشان می‌دهد. ققنوس نمادی فرهنگی در ایران است؛ نماد زاده‌شدن از خویش و نماد روشنی و حرارت زندگی است. بنابراین، این آرم به فرهنگ ایرانی ارجاع دارد. شیء با فرهنگ متصل به آن است که نشانه می‌شود (شعیری ۱۳۹۲: ۵۱). ققنوس در فرهنگ ایرانی آتشی از پرهایش برمی‌افکند و با سوختنش ققنوسی جوان زاده می‌شود (یاحقی ۱۳۸۸: ۶۵۲). بنابراین، ققنوس مصورشده در آرم به رنگ آتش است و گرما و حرارت آتش را به ذهن مخاطب انتقال می‌دهد. سر ققنوس در این آرم صورت مادری است که کودکی را در آغوش گرفته است. آرم کیفیتی نوستالژیک دارد؛ کودک را به رابطه صمیمی و ارتباط عاطفی‌اش با مادر ارجاع می‌دهد. پس علاوه بر این که آرم کیفیتی ارجاعی دارد، به علت شکل تلفیقی‌اش نشانه‌ای شکل‌گردان است.

کودکان موردآزمون این آرم را در رتبه کیفی «متوسط» قرار داده‌اند. در مصاحبه، اقبال کودکان به این آرم در مقایسه با دیگر موارد کم‌تر بود و استقبال نکردنشان از این آرم به دلیل ترکیب رنگی یک‌دست و تیره و شکل تلفیقی آن بیان شد. کودکان مادر و بچه را تشخیص دادند، اما تلفیق آن با فرم پرنده را غیرواضح و عجیب بیان کردند (تصویر ۸).



تصویر ۸. آرم باشگاه فرهنگی - ورزشی کانون کودک و نوجوان نشانه شمایی است
(www.irghoghnoos.com)

یک نمونه از آرم‌هایی که ارجاع به هنر و فرهنگ ایرانی دارد آرم مؤسسه پژوهشی تاریخ ادبیات کودکان است. این آرم درخت نخلی را مصور کرده که میان دو بزسان قرار گرفته است. این ترکیب در هنرهای ایرانی از هزاره چهارم قبل از میلاد مصور شده است و معنای آن حیات و زندگی مداوم و زایاست (عابد دوست ۱۳۹۵). طراح آرم، به دلیل تاریخی بودن مؤسسه نشر، ارجاع به تاریخ و فرهنگ و طبیعت ایران را دست‌مایه طراحی اثر قرار داده است (تصویر ۹).



تصویر ۹. آرم مؤسسه پژوهشی تاریخ ادبیات کودکان (www.koodaki.org)

کیفیت ارجاعی اثر، به علت شباهت تصویر بز و درخت به جهان طبیعت، بارز است. شکل گردانی اثر فقط در تمهید تلخیص تصویر قابل بررسی است. کودکان از این آرم نیز کم‌تر استقبال کردند و در رتبه بندی‌شان آن را «متوسط» توصیف کردند. دلیل استقبال نکردن

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان ... (حسین عابد دوست) ۱۲۹

کودکان نیز رنگ آرم و واضح نبودن اشکال بیان شد. نمونه‌ای دیگر از آرم‌های مرتبط با کودکان نشانه مؤسسه خیریه حمایت از کودکان فلج مغزی سگال است. شکل گردانی در ترسیم فیگورها دیده می‌شود. فرم بالاتنه سه فیگور انسانی در مرکز آرم خطوط به هم پیوسته و کلیتی قلبی شکل را تداعی می‌کند. آرم مجموعه‌ای از نشانه‌های نوشتاری و تصویری را به خدمت گرفته است تا مفهوم حمایت، پشتیبانی، و کمک را تداعی کند. حیات ذهنی کودکان پیوند ژرفی با تجربیات محسوس آنان دارد. زنجیره پیوسته فیگورها در این آرم همانند تجربه‌های بازی کودکانه شادی و نشاط را تداعی می‌کند (آرنه‌ایم ۱۳۸۶: ۲۰۵). اکثریت کودکان از این آرم در آزمون انجام شده استقبال کردند. در رتبه‌بندی کودکان «خیلی خوب» توصیف شد. در مصاحبه‌های انجام شده کودکان این آرم را از نظر رنگی مطلوب بیان کردند و حس خوب دوستی و شادی و محبت را از آرم دریافت می‌کردند. برخی کودکان مفهوم بازی را از آرم دریافت می‌کردند.



تصویر ۱۰. آرم مؤسسه خیریه حمایت از کودکان فلج مغزی سگال (ketabak.org/content)

می‌توان این نکته را مطرح کرد که بسیاری از نمادها و نشانه‌های مرتبط با کودکان صرفاً برای مواجهه کودک با آرم طراحی نشده‌اند. گیرنده پیام بسیاری از آرم‌های مربوط به کالا و خدمات کودکانه ممکن است بزرگسالان یا کودکان باشد، اما آرم‌ها درباره کودکان و با آنها مرتبط‌اند. نماد یا آرمی که برای مؤسسات حمایتی از کودکان خلاق و طراحی شده است نه تنها نقش جلب نظر بزرگسالان برای حمایت از کودک را دارد، بلکه طراحان سعی دارند ویژگی کودکانه بودن مرجع آرم را در طراحی در نظر بگیرند تا حیطه کاری سازمان یا مرجع آرم را نشان دهد. بنابراین، فضای کودکانه یکی از ویژگی‌های این آرم‌هاست، بنابر این اصل که آرم به مثابه پیامی است که فرستنده‌اش سازمان یا مرجع آن آرم است و در این جا آرم کارکرد ارجاعی (fonction référentielle) به مرجع خود دارد. این کارکرد توانایی آرم را در ارائه اطلاعات در مورد فرآورده یا خدماتی که سازمان فرستنده آرم عرضه می‌کند نشان می‌دهد (پهلوان ۱۳۸۱: ۵۴).

کارکرد دیگر بیان‌گری (fonction expressive) است. یک آرم در مهم‌ترین وجه وجودی‌اش قابی است که فرستنده پیام آن را انتخاب می‌کند و هویت خود را با این تصویر ابراز می‌کند. کارکرد دیگر اثرگذاری (fonction impulsive) است و هدف آن مخاطبان پیام است. در این جا هدف ایجاد واکنش‌هایی در مخاطب است (همان: ۵۶). دریافت آرم شمایی برای کودک که قادر به خواندن نیست سهل‌تر و جذاب‌تر است. مواجهه کودک با آرم‌های نوشتاری و تلفیقی نیز هم‌چون مواجهه با تصویر است. نشانه‌های گرافیک (بصری - فضایی) که دو یا سه‌بعدی‌اند پیامی تحلیل‌پذیر را در بر دارند (Ricoeur 1968: 137). ژاک دریدا نشان داده است که نوشتار نظام علامت‌هایی است که نه فضایی (مکانی) و نه زمان‌مندند، بلکه به کارکرد ذهن و خاطره مرتبط می‌شوند و سرچشمه حس به حساب می‌آیند. دریدا تأکید کرد که دستگاه علائم گرافیکی معنایی گسترده‌تر از خط دارند (Derrida 1967).

دریافت آرم برای کودک با دیگر افراد متفاوت است. میزان جذابیت و ارتباط ادراکی کودک از تصاویر گرافیکی نیز متمایز است. کودک کلیت آرم را به ذهن می‌سپارد و این داده هنری معماگون فضایی تصویری در ذهنش ایجاد می‌کند که پس‌از آن با مشاهده موارد مشابه، دوباره به آرم می‌اندیشد یا در مواردی آرم را با وسایل بازی می‌سازد. برای مثال، می‌توان از آرم‌های شبکه کودک نام برد که به دلیل تکرار مواجهه با آن، نفوذ بسیاری در ذهن کودک دارد.

مواجهه با آرم‌های خلاق می‌تواند زمینه رشد سواد بصری و تصویری را در کودک برانگیزد. یکی از راه‌کارهای درک بهتر معنا توسط کودک رمزگذاری مفاهیم است (اسحاقی ۱۳۹۷: ۱۱۲). آرم‌ها این قابلیت را دارند که تداعی‌کننده رمزا و کدهای ارتباطی باشند. آرم‌های شبکه پویا و شبکه نهال دو آرم با نشانه‌های نوشتاری‌اند که ترکیب نوشتار در آن شکلی تصویری را تداعی می‌کند. در آرم شبکه پویا از ترکیب نوشتار تصویری جوجه‌مانند تداعی شده است. ادغام و خلاصه‌سازی «پو» (پو) به شکل دایره و خط عمودی زیر آن تصویر سر و پای جوجه را ایجاد می‌کند و با حساسیت‌بخشیدن به سر و به‌ویژه تمرکز بر چشم پرنده، بر مفهوم دیداری‌بودن برنامه تلویزیونی تأکید شده است. حرف «یا» (یا) چسبیده به «پو» بدنه و دم پرنده را در ذهن کودک می‌پروراند (تصویر ۱۱ الف). تمهید ظریف طراح در کاربست مهم‌ترین نشانه در انتقال تصویر به کودک، نوک پرنده، و دو دایره مرکزی «پو» هم‌چون چشم پرنده نوعی آرم تلفیقی را به‌نمایش گذاشته است. آرم شبکه پویا نوشتاری است که تلفیقی از تصویر و نوشتار را بازنمایی می‌کند.

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان ... (حسین عابد دوست) ۱۳۱

این تمهیدهای بصری ویژگی‌های شکل‌گردانی آرم را آشکار می‌کند. فرم طراحی‌شده جوجه متمایز از جوجه طبیعی است، اما در عین حال شناسایی آرم به دلیل شباهت‌های ارجاعی سر جوجه ممکن است. این همان چیزی است که به دور و نزدیک در مطالعات تصویری مرتبط است، یعنی تصویر ردی از واقعیت است و نه خود واقعیت (شعیری ۱۳۹۲: ۳۳). در واقع، ویژگی گفتمانی تصویر آرم شبکه پویا نظام نشانه - معنایی مختص به خود دارد، نظام زیبایی‌شناسی‌ای که آن را از دیگر آرم‌ها متمایز می‌کند و کارکرد گفتمانی ویژه‌ای را به همراه دارد. آرم شبکه پویا، علاوه بر اثرگذار بودن فرم شکل‌گردانش، نوعی نوشتار است که طراحی تلفیقی موفق آن شکل شمایی را در ذهن کودک تداعی می‌کند که هوشمندانه ارجاع ذهن به طبیعت را موجب می‌شود.

آرم جدید شبکه پویا در رتبه‌بندی کودکان «خیلی خوب» توصیف شد. جالب توجه است که اغلب کودکان آرم پیشین شبکه پویا را نیز دوست داشتند و متفاوت بودن آرم را با عناصر جهان بیرونی متذکر شدند. این آرم در رتبه‌بندی کودکان «خیلی خوب» توصیف شد. نمونه‌ای از نقاشی‌های کودکان از این آرم ماندگاری تصویر آرم را در ذهن کودک نشان می‌دهد (تصویر ۱۱ ب). یکی از کودکان به تک‌رنگ بودن بدنه جوجه طراحی‌شده در آرم انتقاد کرد و پیشنهاد داد از رنگ‌های هم‌خانواده و تیره‌تر، مانند رنگ جوجه طبیعی، استفاده شود. کودکان ایجاز و خلاصه‌سازی آرم‌های موردآزمون را دوست داشتند. پانزده نفر موافق این نظر بودند که هندسی و خلاصه بودن آرم‌ها خوب است، تاحدی که آن‌ها قادر به شناسایی آرم در مقایسه با مرجع بیرونی آن باشند؛ یعنی شکل‌گردانی آرم موجب حذف کیفیت‌های ارجاعی آرم نشود.



تصویر ۱۱ الف. آرم شبکه پویا با حرکت‌های بصری آن، نوشتار تداعی‌کننده تصویر یا شمایل (www.pooyatv.ir)؛ تصویر ۱۱ ب. نقاشی کودک از آرم شبکه پویا

ایجاز مشخصه طراحی آرم است. اصل ایجاز حاکی از آن است که هنرمند نباید از آنچه برای مقصودش ضروری است فراتر برود (آرنه‌ایم ۱۳۸۶: ۷۶). بیان مستقیم از ویژگی‌های ایجاز است (اوکویرک ۱۳۹۰: ۱۰۱). در آرم شبکه پویا رابطه‌ای دوسویه میان نوشتار و تصویر دیده می‌شود. تصویر به فضایی برای میزبانی از متن کلامی تبدیل شده

است، همان گونه که متن کلامی میزبان تصویر شده است (شعیری ۱۳۹۲: ۱۳۲). گفتنی است هرچه دخالت طراح در ارائه یک گونه بیش تر باشد، آن گونه شکل گردانی بیش تری می یابد (همان: ۴۹).

در روش های پرورش خلاقیت، تکنیک های چندی برای شکستن ذهنیت های پیشین و ورود به عرصه های نوین ابداع شده است که متداول ترین آن ها تفکر موازی است. واضع این شیوه روش معمول تفکر را همانند حفر گودالی توصیف می کند که با افزایش اطلاعات فرد، همان گودال عمیق تر می شود، در حالی که تفکر موازی نگاه فرد را به نقاط جدید معطوف می کند و اطلاعات و تجربه های جدید صرفاً به اندیشه های قبلی افزوده نمی شود، بلکه آن ها را تغییر می دهد و الگو و ساختار جدیدی را ایجاد می کند (الوانی ۱۳۹۲: ۴۸).

طراحی آرم با استفاده از شکل گردانی تصویری خلاصه شده یا تلفیقی برگرفته از طبیعت برای کودک می سازد و آن را می توان یکی از مجراهای پرورش تفکر موازی در کودک دانست، به دلیل بازی ذهن میان تصویر واقعی که مرجع بیرونی آرم است و ویژگی های شکل گردانی که هویت بصری و تمایز شکلی آرم را بازنمایی می کند.

متحرک بودن آرم یکی از راه کارهای اثربخشی بیش تر آن است. مفهوم بازی که اصلی ترین و آشنا ترین مفهوم ذهن کودک است از طریق ارائه تصویر متحرک جوجه ای که با دایره ای بازی می کند در طراحی آرم لحاظ شده است که حس شادی و پویایی را به صورت ضمنی در کودک ایجاد می کند. متحرک بودن آرم قابلیت این را دارد که فضایی تخیلی در ذهن کودک بسازد و این به علت ویژگی خلاقانه طراحی آرم است که اساس طراحی گرافیک است. بیست نفر از کودکان در این آزمون متحرک بودن آرم را با عبارت «متحرک بودن را دوست دارم» تأیید کردند.

شکل گردانی را می توان یکی از نمودهای خلاقیت در اثر گرافیکی دانست. این عمل، که خود آگاهانه رخ می دهد و با ملاحظات زیبایی شناختی، روان شناختی، و هنری همراه است، نوعی تخیل ناب را در مخاطب می پرواند و فعالیت ادراکی خلاقانه ای در ذهن است که در آن نقش ها و تصاویر ذهنی از حافظه گرفته نشده اند، بلکه عموماً بدیع و اصیل اند (بوهم ۱۳۸۱: ۱۰۴). یکی از تمهیدهای طراحان حروف مطابقت حروف با کارکرد آن است (وی وایت ۱۳۹۳: ۱۱۵). طراحان آرم های کودکانه کیفیت های بصری آرم را با سلیقه و علائق مخاطب آن یعنی کودک هماهنگ می کنند. طراح با فونتی اطمینان بخش و واضح شبه تصویری را خلق کرده است. تغییر ماهرانه تایپ نکته مهم دیگر است. تایپ در هماهنگی با تصویر دارای ویژگی های بصری پویایی است (همان: ۱۲۹).

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان ... (حسین عابد دوست) ۱۳۳

نگرش طراحی آرم با مشخصه بارز شکل گردانی در طراحی لوگوی شبکه نهال نیز دیده می‌شود (تصویر ۱۲ الف). این آرم در رتبه‌بندی کودکان «خیلی خوب» توصیف شد. تمام کودکان موردآزمون در مصاحبه آرم شبکه نهال را دوست داشتند. برخی کودکان به تک‌رنگ بودن آرم انتقاد داشتند. در پاسخ به این پرسش که «کدام آرم‌ها حس شادی و صمیمیت را به شما منتقل می‌کند؟»، هفده نفر از کودکان آرم شبکه نهال را انتخاب کردند و معتقد بودند صورتی است که لبخند می‌زند و عینک بر چشم دارد و حس شادی را با خود دارد. تصویر ۱۲ ب نقاشی کودکان از آرم شبکه نهال را نشان می‌دهد. کلیت آرم با اندکی تفاوت در این نقاشی تصویر شده است و این موضوع نشان می‌دهد که آرم‌ها قابلیت ماندگاری در ذهن کودک را دارند. آرم شبکه نهال شکلی عینک‌مانند را نشان می‌دهد که از ترکیب حروف «نها» (نها) تشکیل شده و حرف «ل» (ل) بینی و دهن صورتک را تداعی می‌کند. نقطه «ن» بر دو چشم و عینک حرکت می‌کند و حرف «ل» با حرکت به سمت بالا و پایین آرم را از حالت سکون خارج می‌کند.



تصویر ۱۲ الف. آرم شبکه نهال با حرکت نقطه «ن» آرم نوشتاری سوبه‌ای تصویری یافته است
(<http://nahaltv.ir/>)؛ تصویر ۱۲ ب. نقاشی کودکان از آرم نهال

در حرکت‌های موشن که در تبلیغات فیلم‌های شبکه نهال به‌کار رفته است، دو چشم آرم نهال شخصیت‌پردازی ویژه‌ای را ایجاد کرده است که حضور آن در صحنه‌های مختلف به چشم می‌خورد. شکل گردانی آرم موجب شده است طراحی چهره آرم متمایز از همه تصاویر چهره‌ای باشد که کودکان با آن مواجه‌اند. کودکان این موضوع را در مصاحبه تأیید کردند و برخی از آن‌ها به عجیب بودن نقطه «ن» در سمت راست آرم اشاره کردند، چون کودکان آرم را شمایی می‌دیدند و «عینک آرم در یک سو دسته داشت و در سوی دیگر نقطه».

این آرم ویژگی‌های حسی - ادراکی را در مخاطب برمی‌انگیزد. چشم‌ها گونه حسی و دیداری را تداعی می‌کند، بینی حس بویایی را تجلی می‌بخشد، و دهان تداعی‌کننده حس چشایی است. طراح به شکلی زیرکانه حضور حواس بصری را در نوشتار نهال تجلی بخشیده است.

متحرک بودن آرم مسئله زمان و گذر زمان را در آرم تجلی بخشیده است که نوعی ویژگی روایت‌گری را در آرم شکل می‌دهد. اغلب گفته شده است که زمان برحسب مکان مفهوم‌سازی می‌شود. زمان را برحسب چیزهای مادی و حرکت درک می‌کنیم (لیکاف ۱۳۸۳: ۲۲۴). در مورد آرم‌های متحرک شبکه پویا و نهال نیز گذر زمان متوالی به دلیل متحرک بودن آرم‌ها آشکار است. حرکت نقطه نهال از سمت راست آغاز می‌شود. نقطه میان چشم‌ها نیز حرکت می‌کند. بینی و دهان متحرک می‌شوند و نقطه نهال با تغییر مکان از راست به چپ و دوباره از چپ به راست در یک لحظه محو می‌شود. این حرکت‌ها زنجیره‌های زمانی و مکانی تغییر آرم را به تصویر می‌کشند.

درک این فرایند در ذهن کودک، با وجود ویژگی‌های شکل‌گردانی آرم، تمرکز بر جزئیات و تجسم صورتک متحرک در ذهن را موجب می‌شود. تکرار آرم شبکه نهال موجب می‌شود کودکی که سواد خواندن ندارد جلوه تصویری آرم را درک کند. تکرار آرم باعث می‌شود آرم مرجع یا سازمان خود را به مخاطب بشناساند، زیرا آرم‌ها با مشخصه‌هایی از نوع محصول یا کالا و خدمات بهره‌مندند که این ویژگی‌ها از طریق نشانه‌ها به ذهن مخاطب انتقال می‌یابد (وی وایت ۱۳۹۳: ۱۰۹).

آرم‌های تلفیقی از تلفیق عناصر شمایی و نوشتاری تشکیل شده‌اند (پهلوان ۱۳۸۱: ۳۲). این دسته از آرم‌ها از هم‌زیستی دو گونه پیام زبانی و پیام شمایل‌نگارانه ساخته شده‌اند. در مطالعه آرم‌های مرتبط با کودکان، به دلیل ارتباط خوب کودک و تصویر، آرم‌های شمایی و آرم‌های تلفیقی بیش‌ترین کاربرد را دارند. کودکان در مصاحبه این نکته را متذکر شدند که ممکن است تصویر آرم مبهم باشد و گاهی قادر به درک آن نباشند، بنابراین نوشتار کمک می‌کند تصویر را بهتر درک کنند. برای نمونه، وجود نشانه تصویری و نوشتاری در آرم پیشین شبکه پویا متشکل از هم‌نشینی شکل مربعی همانند تصویر خلاصه‌شده‌ای از تلویزیون‌های قدیمی و سه نقطه است که حرف «پ» از نام شبکه را تداعی می‌کرد. حرف «پ» وجه نوشتاری آرم را نشان می‌دهد و مربع بازنمایی‌کننده تلویزیون وجه شمایی آرم است (تصویر ۱۳ الف).

بار دیگر، شکل‌گردانی مشخصه این آرم است. کیفیت ارجاعی آرم فقط در مربع تلویزیون است. در این آزمون این آرم موردعلاقه کودکان بوده است. «به شکل تلویزیون و نیز سه نقطه مثل میز تلویزیون تصویر شده» توصیف برخی کودکان از آرم است. برخی کودکان تصویر این آرم را به منزله آرم ماندگار در ذهن خود نقاشی کردند (تصویر ۱۳ ب).

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان ... (حسین عابد دوست) ۱۳۵



تصویر ۱۳ الف. آرم پیشین شبکه پویا (www.roozrang.com)؛
تصویر ۱۳ ب. نقاشی کودک از آرم پیشین شبکه پویا

آرم کتاب‌های نردبان نیز ترجیح دو نوع نشانه تصویری و نوشتاری را در طراحی آرم نشان می‌دهد. این آرم کیفیت‌های ارجاعی را به‌نمایش می‌گذارد (تصویر ۱۴ الف). درک نردبان و فرم کتاب‌مانند پله‌ها برای مخاطب آرم به همان سرعتی اتفاق می‌افتد که خوانش نشانه نوشتاری. رنگ در آرم مفاهیم روانی را به ذهن القا می‌کند. سفید رنگ پاکی و آبی رنگ آرامش است (لوشر ۱۳۷۶: ۷۵). سبز رنگ پایداری و ثبات است (همان: ۸۰). قرمز رنگ انرژی است (همان: ۸۳). بنفش رنگ انطباق و صمیمیت است (همان: ۹۰). شکل تلفیقی آرم ویژگی شکل‌گردانی آن را تقویت می‌کند. ترکیب نوشتار و تصویر در آرم نردبان مشخصه‌ای است که آن را از نوشتار صرف «نردبان» و نیز تصویر صرف نردبان و کتاب متمایز کرده است.

این آرم در رتبه‌بندی کودکان «خیلی خوب» توصیف شد. در مصاحبه با کودکان مشخص شد که شکل نردبان و ترکیب آن با نوشتار و نیز رنگ‌بندی آن برای کودکان جالب توجه بوده است. کودکان اظهار داشتند در ابتدا نردبان دیده می‌شود و در مرحله بعد نوشتار آن خوانده می‌شود. کودکان از این آرم نقاشی کشیده‌اند. تصویر ۱۴ ب نمونه‌ای از این نقاشی هاست. بازطراحی آرم توسط کودک با جزئیات دقیق همراه است. این موضوع نشان می‌دهد آرم توانایی ماندن در ذهن کودک را دارد.



تصویر ۱۴ الف. آرم کتاب‌های نردبان (<https://entesharat.com/>)؛
تصویر ۱۴ ب. نقاشی کودک از آرم نردبان

در آرم خانه هدیه که نشانه‌ای برای مخاطب عام است نشانه‌های نوشتاری هم‌نشین نشانه تصویری شده است. در این اثر نوشتار حضوری بیشینه را بر تصویر تحمیل کرده است؛ اما تصویر انتزاعی از خانه به‌هم‌راه نشانه پایون بر سقف آن تداعی‌کننده واژه «خانه و هدیه» به‌شکل تصاویر هندسی و تلفیقی است. شیوه طراحی شکل تصویری هم‌کیفیتی ارجاعی از خانه را در ذهن تداعی می‌کند و هم ویژگی‌های ایجاز و تلفیقی‌اش شکل‌گردانی اثر را به‌نمایش می‌گذارد (تصویر ۱۵ الف).

کودکان در مصاحبه این آرم را از نظر رنگ و تنوع نوشتار و تصویر تأیید و آن را در رتبه‌بندی «خوب» توصیف کردند. کودکان موردآزمون معنای هدیه را از تصویر درک کردند، اما معنای خانه برای آن‌ها از تصویر دریافت نشد. شکل نوشتار توسط اغلب کودکان زیبا و خوب بیان شد و یک کودک آن را نوشتار کاریکاتوری توصیف کرد. نمونه‌ای از بازطراحی آرم توسط کودک در تصویر ۱۵ ب برداشت کودک از آرم را واضح‌تر نشان می‌دهد. این بازطراحی نشان می‌دهد معنای هدیه از آرم توسط کودک دریافت شده و با نشان پایون به‌تصویر کشیده شده است، اما بازطراحی نشانه «خانه» که سقف شیب‌دار نشان آن است در تصویر مشاهده نمی‌شود (تصویر ۱۵ ب). آنچه مسلم است ویژگی‌های ارجاعی و شکل‌گردانی آرم دو شاخصه مهم و اثرگذار در درک مفهوم آرم و ایجاد ارتباط با مخاطب است. کیفیت‌های ارجاعی درک مفاهیم صوری، فوری، و صریح را به‌هم‌راه دارد و کیفیت‌های شکل‌گردانی، به‌دلیل تغییر و ترکیب فرم‌ها به‌شکل خلاقانه، درک معانی ضمنی را موجب می‌شود.



تصویر ۱۵ الف. آرم فروشگاه خانه هدیه (www.danadesign.ir)؛

تصویر ۱۵ ب. بازطراحی کودک از آرم خانه هدیه

جدول ۱. شاخص‌های تحلیل آرم‌های مربوط به کودکان در آزمون مواجهه کودک با آرم

توضیحات	تعداد آرای مثبت کودکان	شاخص‌های مورد آزمون
همه کودکان در پرسش‌نامه و مصاحبه متحرک بودن آرم را دوست داشتند و آن را مانند بازی توصیف کردند. برای مثال، شکل متحرک آرم شبکه پویا و نهال توضیح داده شد و معانی آن برای کودکان مرور شد. پنج نفر از کودکان متحرک بودن آرم را با عناصر معنی‌دار و نزدیک به جهان طبیعت بهتر و مطلوب‌تر بیان کردند.	۲۰	متحرک بودن آرم
این کودکان فهمشان از آرم را با مقایسه آن با عناصر طبیعی بیان کردند و فرم و رنگ آرم را نیز با عناصر بیرونی مقایسه کردند. حتی از تک‌رنگ بودن آرم برخلاف رنگ‌های طبیعی فرم مرجع آرم انتقاد کردند. بیش‌تر کودکان فرم طراحی شده را به تصویر طبیعی ترجیح دادند. آرم‌های محبوب کودکان که در اولویت بودند نیز آرم‌هایی بودند که ارجاع قوی‌تری به فرم‌های طبیعی داشتند، مثل آرم شبکه پویا، نهال، آرم نردبان، طوطی، میچکا، سگال، و سنجاک.	۱۶	ارجاعی بودن آرم
کودکان متوجه تمایز فرم‌های متفاوت بودند، به اجرای آرم با اشکال هندسی و خلاصه توجه داشتند، و برای مثال، پس از مشاهده چهار آرم پرنده، در پاسخ به این پرسش که آیا این آرم‌ها باعث شد به نقاشی‌های متفاوت از پرنده بیندیشی، اغلب کودکان پاسخ مثبت دادند.	۱۵	شکل گردانی آرم
این کودکان رنگ‌های شاد و پرکنتر است را در آرم‌ها ترجیح دادند. کودکان رنگ‌های زرد، سبز، قرمز، نارنجی، و آبی را در چیدمان‌های مختلف رنگی قشنگ توصیف کردند و رنگ سیاه کم‌ترین اقبال را داشت و از تک‌رنگ بودن آرم نیز انتقاد شد. کودک برای توصیف رنگ‌ها به جهان بیرونی دقت می‌کرد و خواستار چندرنگ بودن آرم بود.	۱۸	رنگ آرم
همه کودکان به وجود نشانه‌های تصویری و نوشتاری در آرم توجه داشتند و آن را تأیید کردند و اظهار داشتند در مواردی که نشانه تصویری نامفهوم است، نشانه نوشتاری قدرت درک آرم را به آن‌ها می‌دهد. اولویت سریع دیده شدن نشانه تصویری در آرم را پانزده کودک تأیید کردند.	۲۰	هم‌نشینی نشانه‌های تصویری و نوشتاری
این کودکان تأیید کردند که آرم‌ها فرم‌های متمایزی را به آن‌ها آموختند و پس از دیدن آرم، اندیشه کودک درباره ترسیم اشکال تغییر کرده است. در مصاحبه، گرایش به فرم‌های هندسی و خلاصه در کودکان دیده شد و در پاسخ به این پرسش که کدام آرم بیش‌تر حس شادی به شما می‌دهد، آرم نهال و آرم مؤسسه خیریه حمایت از کودکان فلج مغزی سگال انتخاب شد.	۱۶	فرم متمایز و خلاقیت در طراحی آرم
نردبان، سنجاک، سگال، و پویا (هر دو آرم فعلی و پیشین، نهال)، طوطی، میچکا، موبایل مهد، خانه هدیه، کانون فکری کودک و نوجوان		آرم‌های محبوب، رتبه خیلی خوب و خوب
مؤسسه پژوهشی تاریخ ادبیات کودک، سایت مهد کودک‌های ایران، باشگاه فرهنگی - ورزشی کانون کودک و نوجوان ققنوس		آرم‌های کم‌تر مورد توجه کودک، رتبه متوسط
تصاویر بازطراحی شده شباهت بسیاری با آرم‌ها داشته است. کودکان با توانایی‌های متفاوت به جزئیات و کلیات تصویر آرم دقت کافی داشته‌اند. کودک به رنگ آرم دقت داشته و تا حد توان آن را بازنمایی کرده است. کودکان تأیید کردند که تصاویر ساده‌تر در ذهن آن‌ها مانده و قدرت بازطراحی آن‌ها را داشته‌اند. آرم شبکه پویا، نهال، و سنجاک بیش‌ترین بازطراحی را در آثار بچه‌ها داشت و دیگر آرم‌ها مانند طوطی، میچکا، و سگال، با وجود این که بچه‌ها آن‌ها را دوست داشتند، به دلیل سختی طراحی توسط بچه‌ها ترسیم مجدد نشد. این نشان می‌دهد سادگی آرم اهمیت بسیاری دارد.		بازطراحی آرم توسط کودک

جدول ۲. شاخص‌های تحلیل آرم‌های کودکانه (نشانه به معنای مثبت بودن و وجود ویژگی مورد نظر است).

آرم	رتبه‌بندی کیفی	ایجاز	ارجاع به طبیعت	اثرگذاری مطلوب رنگی	تلفیق نوشتار و تصویر	شمایلی بودن آرم	مرتبط با فضای کودک	فرم متمایز و خلاقیت در طراحی	اولویت ارجاعی و شکل گردان
	خیلی خوب	+	+	+	هم‌نشینی نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	تلخیص فرم طبیعی	ارجاعی نشانه
	خیلی خوب	+	+	+	هم‌نشینی نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	اجرای هندسی فرم طبیعی	ارجاعی نشانه
	خیلی خوب	+	+	+	هم‌نشینی نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	اجرای هندسی فرم طبیعی	ارجاعی نشانه
	خیلی خوب	+	+	+	نوشتاری - شمایلی		+	تمایز از طریق تلخیص فرم طبیعی و تلفیق با اشیا	ارجاعی نشانه
	خوب	+	+	-	هم‌نشینی نوشتار و تصویر (آرم با نوشتار کانون فرهنگی کودک و نوجوان همراه است.)	نوشتاری - شمایلی	+	تمایز از طریق تلخیص فرم طبیعی	ارجاعی نشانه
	خوب	+	+	+	هم‌نشینی نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	تمایز از طریق تلخیص فرم طبیعی در ترکیب با نوشتار	ارجاعی نشانه
	متوسط	+	+	+	هم‌نشینی نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	تمایز از طریق تلخیص فرم طبیعی	ارجاعی نشانه

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان ... (حسین عابد دوست) ۱۳۹

آرم	رتبه‌بندی کیفی	ایجاز	ارجاع به طبیعت	اثرگذاری مطلوب رنگی	تلفیق نوشتار و تصویر	شمایلی بودن آرم	مرتبط با فضای کودک	فرم متمایز و خلاقیت در طراحی	اولویت ارجاعی و شکل گردان
	متوسط	+	+	+	هم‌نشینی نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	تمایز از طریق تلخیص و تلفیق فرم طبیعی	نشانه شکل گردان
	متوسط	+	+	+	هم‌نشینی نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	تلخیص فرم طبیعی	نشانه ارجاعی
	خیلی خوب	+	+	+	هم‌نشینی نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	تمایز از طریق تلخیص فرم طبیعی	نشانه شکل گردان
	خیلی خوب	+	+	+	تلفیق نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	تمایز از طریق تلخیص و ترکیب فرم نوشتاری و طبیعی	نشانه شکل گردان
	خیلی خوب	+	+	+	تلفیق نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	تمایز از طریق تلخیص و ترکیب فرم نوشتاری و طبیعی	نشانه شکل گردان
	خیلی خوب	+	ارجاع به شیء	+	تلفیق نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی		تمایز از طریق تلخیص	نشانه شکل گردان
	خیلی خوب	+	ارجاع به شیء	+	تلفیق نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	تمایز از طریق تلخیص فرم نوشتاری و طبیعی	نشانه ارجاعی
	خوب	+	ارجاع به شیء	+	هم‌نشینی نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	تمایز از طریق تلخیص فرم طبیعی و ترکیب با نوشتار	نشانه شکل گردان

۸. نتیجه‌گیری

آرم‌های شمایی و تلفیقی مربوط به کودکان، به‌منزله بخشی از هنر گرافیک، پیرو این اصل کلی طراحی می‌شوند که فرم خلاق در واقعیت ریشه دارد، اما شخصیتی منحصر به فرد، شکلی کاملاً نو، و درعین حال بامعنا دارند که هماهنگ با مرجع یا سازمان صاحب آرم طراحی می‌شوند. از این رو، می‌توان وجه شکل‌گردانی را در طراحی آرم‌ها مطالعه و بررسی کرد.

در فرایند خلق آرم‌های مرتبط با کالا و خدمات کودکان، فرد باید در پی تصویری باشد خلاف آن تصویری که رایج است. شکل‌های ساده می‌توانند انواع مختلفی از اشیا را نشان دهند و مواجهه کودک با تصویر از طریق بازی ذهن میان ویژگی‌های ارجاعی و شکل‌گردان آرم ممکن می‌شود. درک تصویر توسط کودک با درک طبیعی از دنیای واقعی پیوند تنگاتنگ دارد. هم ادراک طبیعی و هم ادراک تصویری هر دو در درجه اول به شکل و ساختار کلی مربوط می‌شوند و در مرحله بعد ذهن متوجه تفاوت‌ها می‌شود. مواجهه کودک با تصاویر شکل‌گردانی‌شده آرم‌های مرتبط با کودکان، تصاویری که عین آن در طبیعت موجود نیست اما ردپای آن‌ها در طبیعت یافت می‌شود، قوای ادراکی او را وارد فضای تخیلی می‌کند. این مواجهه تجارب بصری معماگونه‌ای را برای کودک فراهم می‌کند که با بنیان‌های ادراک بصری کودک، یعنی ایجاز، چکیده‌نگاری، و ساده‌نگاری، هماهنگ است. بیست کودک نه‌ساله موردآزمون در این پژوهش بر این نکته تأکید داشتند که شیوه اجرای هندسی و متمایز آرم‌ها در مقایسه با اشکال طبیعی برایشان جالب توجه و آموزنده است.

این یک اصل است که اثرگذاری مطلوب رنگی بر قدرت اثرگذاری آرم‌ها می‌افزاید. کودکان اغلب تمایل بیشتری به آرم‌های چندرنگ دارند تا آرم‌های تک‌رنگ و سیاه. آنان به رنگ‌های زرد، قرمز، آبی، سبز، و نارنجی در آرم‌ها توجه نشان دادند.

تولید آرم‌های مرتبط با کودکان تولید محصولی خلاقانه است. تولید محصول خلاقانه با شخصیت‌پردازی و هویت بصری ویژه وجود تفکر فرایندی پویا را تأیید می‌کند. آرم‌های مرتبط با کودکان تجربه‌های بصری متمایزی برای کودکانند که از طریق نشانه‌های تصویری و نوشتاری، فرایند انتقال معنا به کودک را سازمان‌دهی می‌کنند و تأثیری مستقیم در تجربیات بصری و تفکر استدلالی کودک دارند. این آثار تازه‌دیدن را به کودک می‌آموزند. کودکان موردآزمون این نکته را تأیید کردند. کودکان متحرک بودن آرم و هم‌نشینی نشانه‌های نوشتاری و نشانه‌های تصویری در آرم‌ها را به دلیل سهولت درک معنای آرم تأیید کردند.

می‌توان گفت بیش‌تر آرم‌ها از نشانه‌های تصویری و نوشتاری تشکیل شده‌اند. آرم‌های مرتبط با کودکان شمایی یا تلفیقی‌اند، یعنی نوشتار و تصویر در تلفیق با یکدیگر به‌کار رفته‌اند و هم‌نشینی یا تلفیق تصویر و نوشتار در این آرم‌ها به‌چشم می‌خورد. ویژگی ارجاعی آرم‌ها ادراک معنی صریح، فوری، و نزدیک را موجب می‌شود و ویژگی شکل‌گردانی آرم، علاوه‌بر انتقال مفاهیم ضمنی، تمایز بصری و هویت بصری کودک را تقویت و فضای تخیلی و سواد بصری کودک را غنی‌تر می‌کند. آرم‌های مرتبط با کودکان که براساس ترکیب‌بندی نوشتار ایجاد شده‌اند، مانند آرم شبکه‌پویا و نهال، وجهه‌ای شمایی یافته‌اند.

متحرک‌بودن آرم حس بازی و شادی را در کودک برمی‌انگیزد و زمینه‌ساز ارتباط بهتر کودک با آرم می‌شود. آرم‌های متحرک جریانی روایت‌گر را برای کودک بازنمایی می‌کنند که عنصر گذر زمان را در طراحی آرم به‌تصویر می‌کشند. آرم‌های مرتبط با کودکان که محبوب آنان‌اند معمولاً به رنگ‌های شاد و چندرنگ‌اند. تحلیل ویژگی این آرم‌ها نشان می‌دهد ایجاد ارجاع به طبیعت یا اشیای بیرونی، اثرگذاری مطلوب رنگی، تلفیق نوشتار و تصویر یا هم‌نشینی نوشتار و تصویر، کاربرد نشانه‌شمایی، تداعی فضای کودکانه، و کاربست فرم‌های متمایز خلاق از مشخصه‌های ویژه آرم‌هایی است که کودکان تأیید کرده‌اند. تصاویر آرم‌های بازطراحی‌شده کودکان شباهت بسیاری با اصل آرم‌ها داشته‌است. کودکان با توانایی‌های متفاوت به جزئیات و کلیات تصویر آرم دقت کافی داشته‌اند. این کودکان فهمشان از آرم را در مقایسه آن با عناصر طبیعی بیان می‌کردند و فرم و رنگ آرم را نیز با عناصر بیرونی مقایسه می‌کردند که این نشان‌دهنده درک تصویر و ماندگاری تصویر آرم در ذهن کودک است.

پی‌نوشت

۱. روش مصاحبه عمیق برگرفته از روش مطالعاتی ارزیابی حس مکان کودک در محله به‌شیوه عکاسی و مصاحبه عمیق است که با حضور مشارکت‌کننده در جلسه مصاحبه صورت گرفته است (Van Auken 2010: 375). در پژوهش حاضر این روش اکتشافی - تحلیلی، با تغییراتی، برای مطالعه حس ادراک کودکان از آرم در مواجهه آنان با آرم، بررسی نقاشی‌هایشان، و نیز مصاحبه عمیق صورت گرفت.

کتاب‌نامه

آرنه‌ایم، رودلف (۱۳۸۶)، هنر و ادراک بصری روان‌شناسی چشم خلاق، ترجمه مجید اخگر، تهران: سمت.

۱۴۲ تفکر و کودک، سال یازدهم، شماره اول، بهار و تابستان ۱۳۹۹

- احمدی، بابک (۱۳۸۳)، *تصاویر دنیای خیالی*، تهران: نشر مرکز.
- اسحاقی، مهدیه و آزاده شریفی مقدم (۱۳۹۷)، «تحلیل نشانه شناختی یک مجموعه تلویزیونی کودک و بررسی نقش آن در آموزش کودکان با رویکرد رمزگان بارتی»، *دوفصل نامه علمی - پژوهشی تفکر و کودک*، س ۹، ش ۱.
- اکبرزاده، محمدعلی (۱۳۷۵)، *رنگ در نقاشی کودکان*، تهران: میشا.
- الوانی، سیدمهدی (۱۳۹۲)، *مدیریت عمومی*، تهران: نشر نی.
- اوکویک، اوتو و دیگران (۱۳۹۰)، *مبانی هنر نظریه و عمل*، ترجمه محمدرضا یگانه دوست، تهران: نشر مرکز.
- بوهم، دیوید (۱۳۸۱)، *درباره خلاقیت*، ترجمه محمدعلی حسین نژاد، تهران: ساقی.
- پهلوان، فهیمه (۱۳۸۱)، *درآمدی بر تحلیل عناصر تصویری در آرم*، تهران: دانشگاه هنر.
- حسینی، افضل السادات و سیده زهره محمدزاده (۱۳۹۵)، «اثر بخشی برنامه آموزش خلاقیت در قالب فعالیت های هنری بر رشد خلاقیت دانش آموزان»، *مجله علمی - پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، س ۶، ش ۱.
- چراغ چشم، عباس (۱۳۸۶)، «بررسی تأثیر شیوه های تدریس مبتنی بر تکنیک های خلاقیت در آموزش و یادگیری دانش آموزان»، *دوفصل نامه تربیت اسلامی*، س ۳، ش ۵.
- داوسون، کاترین (۱۳۹۰)، *روش های کاربردی تحقیق*، ترجمه مجیدرضا داوری، جمشید امانی، و مصطفی قاضی زاده، تهران: هرمس.
- رجبی همدانی، مهسا و دیگران (۱۳۹۶)، «افسانه های ایرانی پریان، ابزاری برای فکرپروری کودکان»، *دوفصل نامه علمی - پژوهشی تفکر و کودک*، س ۸، ش ۲.
- رستگارپور، حسن و منیژه یداللهی (۱۳۸۹)، «تأثیر تصاویر گرافیکی پویا و ایستا بر یادگیری هندسه»، *فصل نامه فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی*، س ۱، ش ۲.
- سجودی، فرزانه (۱۳۸۷)، *نشانه شناسی کاربردی*، تهران: علم.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۹۲)، *نشانه معنانشناسی دیداری*، تهران: سخن.
- عابد دوست، حسین (۱۳۹۵)، *بررسی و تحلیل نمادهای باروری در هنر ایران از کهن ترین ایام تا دوره ساسانی و نمود آن ها بر دست یافته های معاصر ایرانی*، رساله دکتری، تهران: گروه تاریخ تطبیقی تحلیلی هنر اسلامی، دانشگاه شاهد.
- عباسی، طیبه و دیگران (۱۳۹۴)، «بررسی تأثیر رسانه های آموزشی بر پرورش خلاقیت و رشد تفکر خلاق در دانش آموزان دوره ابتدایی»، *کنفرانس سراسری دانش و فناوری علوم تربیتی مطالعات اجتماعی و روان شناسی ایران*، مؤسسه توسعه محور دانش و فناوری سام ایرانیان، تهران.
- عظیمی، سیروس (۱۳۷۵)، *روانشناسی کودک*، تهران: دهخدا.
- غفراوی، بهرام (۱۳۸۸)، *لوگوتایپ های ایرانی*، تهران: سی بال هنر.
- کروز، جیم (۱۳۹۲)، *مرجع خلاقیت در گرافیک*، ترجمه صبا سعادت، تهران: هنر نو.

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان ... (حسین عابد دوست) ۱۴۳

کیارسی، زهرا، سمیه کیارسی، و آزاده کیارسی (۱۳۹۴)، «تأثیر تدریس مبتنی بر تکنیک انیمیشن، تصاویر گرافیکی پویا و ایستا بر یادگیری درس علوم»، فصل‌نامه فناوری آموزش و یادگیری، س ۲، ش ۵. لوشر، ماکس (۱۳۷۶)، روان‌شناسی رنگ‌ها، ترجمه ویدا ابی‌زاده، تهران: درس. لیکاف، جرج (۱۳۸۳)، «نظریه معاصر استعاره»، ترجمه فرزانه سجودی، در: استعاره مبنای تفکر و ابزار زیبایی‌آفرینی، به‌کوشش فرهاد ساسانی، تهران: سوره مهر. ماسن، هنری (۱۳۸۷)، رشد شخصیت کودک، ترجمه مهشید پاشایی، تهران: نشر مرکز. نجیبی، سمیه، احسان زارعی، و حمید محبی (۱۳۹۵)، «بررسی اثربخشی پویانمایی بر خلاقیت کودکان پیش‌دبستانی»، مجله مطالعات روان‌شناسی و علوم تربیتی، س ۱۳، ش ۲. ورامینی، نیما (۱۳۸۷)، تفکر خلاق در گرافیک، تهران: فرهنگسرای میردشتی. وی‌وایت، الکس (۱۳۹۳)، ایدئولوژی کاربردی در تایپوگرافی، ترجمه عاطفه متقی، تهران: هنر نو. یاحقی، محمدجعفر (۱۳۸۸)، فرهنگ اسطوره‌ها و داستان‌واره‌ها، تهران: فرهنگ معاصر.

Aloraini, S. (2012), "The Impact of Using Multimedia on Students' Academic Achievement in the College of Education at King Saud University", *Journal of King Saud University - Languages and Translation*, vol. 24, no. 2.

Derrida, Y. (1967), *De La Grammatologie*, Paris: les Éditions de Minuit.

Hoffler, T. N. and D. Leutner (2007), "Instructional Animation Versus Static Pictures: A meta-analysis", *Learning and Instruction*, vol. 17, no. 6.

Jakobson, R. (1973), *Questions de Poétique*, Paris: Éditions du Seuil.

Lin, Cheng-Shih and Ryan Ying-Wei Wu (2016), "Effects of Web-Based Creative Thinking Teaching on Students' Creativity and Learning Outcome", *Eurasia Journal of Mathematics, Science, and Technology Education, National Quemoy University*, vol. 12, no. 6.

Ricoeur, P. (1968), *Du Texte a L'action*, Paris: Points.

Sutantro, S. (2013), "Using Social Media to Enhance Students' Creative Thinking in Geography", *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, vol. 13, no. 2-3.

Van Auken, P. M., S. J. Frisvoll, and S. I. Stewart (2010), "Visualising Community: Using Participant-Driven Photo-elicitation", *Local Environment*, vol. 15, no. 4.

Weisberg, R. (1995), *Creativity; Understanding Innovation in Problem Solving*, New Jersey: Johan Wiley Sons Inc.

<http://www.sanjaghak.org>

<https://www.tutibooks.ir>

<http://www.parsstock.ir>

<http://www.michkapub.com>

<https://www.kanoonnews.ir>

<http://www.emahd.ir>

<http://mahdkoodak.com>

۱۴۴ تفکر و کودک، سال یازدهم، شماره اول، بهار و تابستان ۱۳۹۹

<http://www.irghoghnoos.com>

<https://www.koodaki.org>

<https://www.ketabak.org/content/14479->

<http://www.pooyatv.ir>

<http://www.nahaltv.ir>

<https://www.roozrang.com>

<https://www.entesharat.com>

<https://www.danadesign.ir>