

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.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

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 تحلیل یافته‌ها کیفی است. بر اساس نتایج تحقیق، نشانه‌های به کار رفته در آرم‌های مربوط به کودکان، بیشتر وجه شمایی دارند و نشانه‌هایی شکل‌گردانی شده هستند. این نشانه‌ها در عین حال که ذهن مخاطب را به جهان بیرونی ارجاع می‌دهند، فرم‌های خلاقانه و جدیدی را به مخاطب معرفی می‌کنند و نسبت به نشانه‌های صددرد ارجاعی در ذهن مخاطب ماندگارترند. تعامل نشانه‌های شکل‌گردان و ارجاعی وجه کلی آرم‌ها را می‌سازد. رنگ‌های شاد و تضاد رنگ‌ها، جذابیت بصری آرم را 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

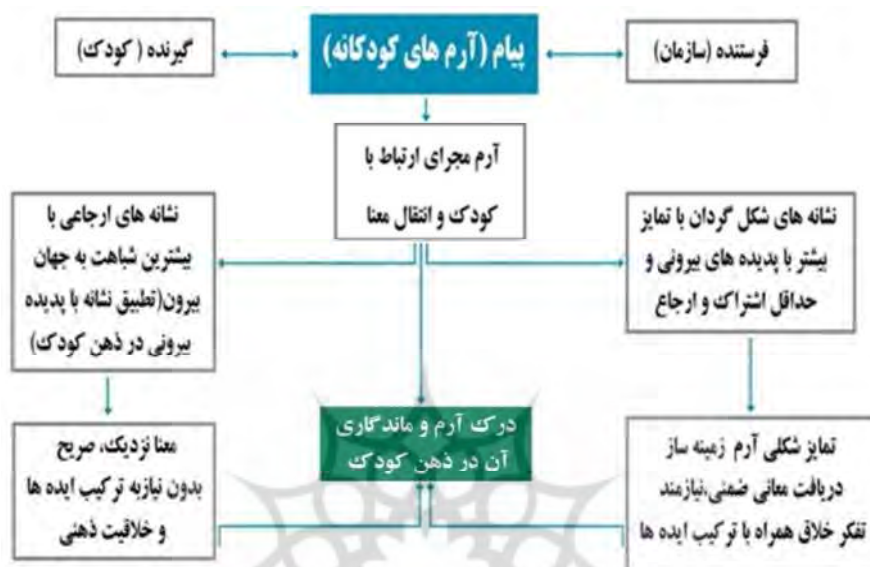
۱. مقدمه

ارتباط یک امر طبیعی و انسانی است. در هر ارتباطی که انسان با محیط برقرار می‌کند فرایند انتقال معنا وجود دارد. هر اثر هنری به طور قطع با دو وجه اصلی فرم و محتوا سرو کار دارد (اوکویپرک، ۱۳۹۰: ۲۶). فرم ویژگی‌های بصری و دیداری اثر است و محتوا مفاهیم نهفته در پس نمادها و نشانه‌ها است که وظیفه ایجاد ارتباط و انتقال معنا به مخاطب را دارد. (همان: ۲۸) تمهیدهای بصری و خلاقیت‌های هنری طراحان، کلید ایجاد فرم‌های متمایز و تاثیرگذار است که به لحاظ ویژگی‌های بصری و نیز وجوه زیبایی‌شناختی، قابل توجهند 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 به دلیل روابط خلاق و لایه‌های معنایی، ذهن مخاطب را با خود همراه کند، تاثیرگذار و شناخته شده‌تر خواهد بود. عمل دیدن به معنای دریافت الگوهای ساختاری با معناست، این نکته در مورد ادراک ساده‌ی یک شیء حقیقت دارد، بنابراین در مورد ادراک هنری نیز صادق است (آرنه‌ایم، ۱۳۸۶: ۱۲).

تحلیل حاضر سعی دارد به بررسی کارکرد نشانه‌های تصویری و نوشتاری در آرم‌های مرتبط با کودکان پردازد و نقش نشانه‌های ارجاعی و شکل‌گردانی در این آرم‌ها را در مواجهه با کودک مورد توجه قرار دهد. جهت دریافت نتایج به تحلیل منتخبی از آرم‌های نهادهای مرتبط با فعالیت‌ها و خدمات کودکان خواهد پرداخت. پرسش اصلی تحقیق چگونگی کارکرد نشانه‌های تصویری و نوشتاری آرم‌های مرتبط با کودکان در ایجاد ارتباط با مخاطب و چستی اهمیت شکل‌گردانی نشانه‌ها در طراحی این آرم‌ها است. برای دستیابی به نتایج جزئی‌تر، آرم‌های مرتبط با کودکان با توجه به معنای نزدیک و معنای دور مورد تحلیل قرار گرفت. ایجاز، ارجاع به طبیعت، رنگ، فرم متمایز، تلفیق نوشتار و تصویر، شمایل‌ی بودن و مرتبط با فضای کودکان بودن 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 در عین حال داشتن حداقل اشتراکات با عناصر طبیعی ذهن را وادار به تفکر می‌کنند. نشانه‌های دسته اول معانی صریح دارند و به سرعت درک می‌شوند، نشانه‌های دسته دوم ماندگاری بیشتری در ذهن دارند و با معانی ضمنی مرتبطند و با اندکی تاخیر دریافت می‌شوند. در این راستا سعی گردید ادراک بصری ۲۰ کودک پسر ۹ ساله با آرم مورد آزمون قرار گیرد و نتایج آن در تحلیل آرم‌ها بیان گردد. رتبه‌بندی آرم‌ها توسط

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

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 را نشان می‌دهد. (نگارنده، ۱۳۹۸)

۲. مفاهیم نظری تحقیق

۱.۲ آرم Sign

آرم نشانه‌ای با ساختارهای از پیش طراحی شده است که تعداد معینی کارکرد را در فرآیند ارتباط یک سازمان با مخاطب آن در برمی‌گیرد. آرم نمایانگر یک ماهیت 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 به عنوان یک نشانه، با مفاهیمی همراه است. از دیدگاه نشانه‌شناسی، آرم‌های گرافیکی بر حسب ترکیب عناصر زبانی و شماییلی دسته‌بندی می‌شوند. بر این اساس دسته‌ای از آرم‌ها فقط از عناصر زبانی استفاده می‌کنند که آنها را آرم نوشتاری یا لوگوتایپ Logotype می‌نامند. لوگوتایپ‌ها نشانه نوشته‌ای هستند که به جای تصویر، صرفاً در طراحی آن از حروف و یا کلمه و جمله استفاده شده است (عفراوی، ۱۳۸۸: ۲۰). نشانه‌های نوشتاری به دو بخش نشانه‌های حرفی (مونوگرام Monogram) و کلمه‌ای

(لوگوتایپ) تقسیم می‌شوند. دسته دیگر با ترکیب عناصر شمایی طراحی می‌شوند و آرم شمایی یا لوگوآیکونیک یا آیگوتایپ Icotype / Logo iconique نامیده می‌شود و دسته سوم، از تلفیق عناصر شمایی و نوشتاری ساخته شده‌اند که آنها را آرم تلفیقی یا لوگو میکس logomixte می‌نامند (پهلوان، ۱۳۸۱: ۳۲).

۲.۲ کودکی

کودکی به طور خلاصه شامل سه دوره است که عبارتند از دوران نخستین، دوران پیش دبستانی و دوران دبستان، توانایی‌های ادراکی طفل در دوره سوم کودکی، گسترش سریع را نشان می‌دهد. این توانایی‌ها عبارتند از احساس، ادراک، افکار و استدلال (عظیمی، ۱۳۷۵: ۲۴۰). کودک از ۹ سالگی ارتباط اجتماعی بیشتری با همسالان خود برقرار می‌کند و به فعالیت‌های دسته جمعی علاقه بیشتری نشان می‌دهد (ماسن، ۱۳۸۷: ۴۹۹).

۳.۲ نشانه ارجاعی و شکل گردان Nonréférentiel & Référentiel

در علم نشانه‌شناسی هر نشانه می‌تواند دو معنا را به همراه داشته باشد. ۱- معنای نزدیک به نشانه ۲- معنای دور از نشانه. معنای نزدیک معنایی است قدرتمند و فوری که به حضور فیزیکی نشانه متعلق است. هرچه نشانه به طبیعت ارجاعی خود نزدیک‌تر باشد، معنایی که از آن حاصل می‌گردد فوری‌تر و ملموس‌تر است. در معنای دوم یعنی معنای غیرفیزیکی و دور، ما با معنایی مواجه هستیم که تابع نمی‌باشد. معنا می‌تواند با توجه به حضور نشانه، رشد غیر محدود و یا توسعه آن، موقعیت حضور، تعامل و میزان دخالت حسی - ادراکی 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، به وجود می‌آید. (شعیری، ۱۳۹۲: ۴۲). با توجه به اینکه معنای هر تصویر می‌تواند بی‌نهایت مبهم و یا بی‌نهایت واضح باشد، می‌توان نتیجه گرفت که دو نوع نشانه دیداری داریم که عبارتند از ارجاعی و شکل گردانی (غیر ارجاعی). در درون یک اثر، ارجاعیت اثر می‌تواند شکل گردانی آن را موجه‌تر، قابل قبول‌تر و یا اثرگذارتر جلوه دهد. به همان ترتیب که شکل گردانی می‌تواند ارجاعیت اثر را منعطف‌تر و یا هنری‌تر سازد. هرچه دخالت گفته‌پرداز در ارایه یک گونه بیشتر باشد، آن گونه شکل گردانی بیشتری می‌یابد (همان: ۴۹). اگر نشانه‌ای صددرصد

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

منطبق بر گونه بیرونی باشد، نشانه ارجاعی است. کمترین دخالتی در شکل‌گیری نشانه باعث می‌شود تا از انطباق صددرصد آن به واقعیت کاسته شود (همان: ۵۰). هرچه از کارکرد ارجاعی نظام‌های نشانه‌ای کاسته شود، نشانه به انتزاع نزدیک می‌شود و نشانه‌های آبستره خلق می‌گردد (همان: ۲۶۰). در این پژوهش سعی گردید کارکرد ارجاعی نشانه‌ها و ویژگی‌های شکل‌گردانی آنها در آرم‌های مربوط به کودکان مورد تحلیل قرار گیرد تا تمهیدهای طراحان آرم‌های مربوط به کودکان جهت ایجاد ارتباط بهتر با مخاطب روشن گردد.

۴.۲ تفکر خلاق

در عمل خلاقانه، تفکر و تعقل آگاهانه و نظام یافتن روابط، حضوری 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 مورد استفاده قرار می‌گیرد (Lin and Wu, 2016: 167). برخی صاحب نظران قائل به این تعریف هستند که خلاقیت فرآیندی مداوم و مستمر است؛ در عین حال نیازمند زمینه و بستر اولیه نیز می‌باشد. (چراغ چشم، ۱۳۸۶: ۱۱). عامل اصلی خلاقیت، نظم و ساختار ذهن انسان است که موجب مکاشفه‌ی نظم‌ها و ساختارهای نو و بدیع در پدیده‌ها و تقویت انگیزه و شوق او برای آفرینش ساختارهای تازه و بدیع در قالب آثار هنری، تئوری‌های عمومی و یا هرگونه فعالیتی می‌شود که به درک و دریافت زیبایی و تناسب در جوه و ابعاد زندگی او منجر می‌شوند (بوهم، ۱۳۸۱: ۳-۴). بر اساس تعاریف ارائه شده می‌توان تفکر خلاق را به عنوان چهار پدیده خلاق شناخت: الف- شخصیت (Personality): تفکر خلاق نشان‌دهنده بیان منحصر به فرد شخصیت کل است. ب- فرایند (Process) تفکر خلاق فرآیندی است که نشان‌دهنده یک اندیشه جدید است که در آن فرد تلاش می‌کند تا یک رابطه جدید پیدا کند. ج- فشار (Pressure): تفکر خلاق فشارهایی است که از سوی ما در قالب شور و شوق قوی و انگیزه‌ای برای عمل به وجود می‌آید. د- محصول (Product): تفکر خلاق محصولی است که نشان می‌دهد همه چیز به - عنوان یک 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 و یا خلاقیت

اوست و به همین واسطه است که انسان می‌تواند اهداف آرمانگرایانه خود را پدید آورد و توانایی‌های خود را شکوفا سازد (Weisberg, 1995).

۳. پیشینه پژوهش

نجیبی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی اثربخشی پویانمایی (انیمیشن) بر خلاقیت کودکان پیش دبستانی، نشان داده است، کودکان پیش دبستانی که از طریق پویانمایی (انیمیشن) آموزش دیده‌اند یادگیری بالاتری داشته و خلاقیت آنان افزایش یافته است.

حسینی و محمدزاده (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «اثر بخشی برنامه آموزش خلاقیت در قالب فعالیت‌های هنری بر رشد خلاقیت دانش آموزان دختر سوم ابتدایی» نشان داد که میزان خلاقیت گروه آزمایش به طور معناداری نسبت به گروه کنترل افزایش یافته است. کیارسی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی «تأثیر تدریس مبتنی بر تکنیک انیمیشن، تصاویر گرافیکی پویا و ایستا بر پیشرفت تحصیلی درس علوم» پرداخته و نشان داد که روش تدریس مبتنی بر انیمیشن نسبت به تصاویر گرافیکی پویا و ایستا، مؤثرتر بوده است.

عباسی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی به «بررسی تأثیر رسانه‌های آموزشی بر پرورش خلاقیت و رشد تفکر خلاق در دانش آموزان دوره ابتدایی» پرداختند و نشان دادند، استفاده از رسانه‌های آموزشی مناسب، بستری برای تقویت و گسترش روحیه ابتکار است.

آل اورینی (Aloraini) (۲۰۱۲) در پژوهشی به بررسی تأثیر استفاده از چندرسانه‌ای بر موفقیت تحصیلی دانش آموزان پرداختند. هوفلر و لیتنر (۲۰۰۷) در پژوهشی با عنوان «پویانمایی آموزشی در برابر تصاویر ثابت یک تحلیل ترکیبی» تأثیر پویانمایی آموزشی و تصویرهای ثابت را بر یادگیری بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که در مقایسه، تصویرهای پویا برتر بودند. (رستگارپور و یداللهی، ۱۳۸۹: ۶۹). با توجه به بررسی‌های انجام شده هیچ یک از پژوهش‌های پیشین به بررسی چگونگی کارکرد نشانه‌های تصویری و نوشتاری آرم‌های مرتبط با کودکان در ایجاد ارتباط با تاکید بر نشانه‌های ارجاعی و شکل گردان نپرداخته‌اند.

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 تحلیل داده‌ها کیفی است. برخی از داده‌های کمی به شیوه کیفی و استدلال منطقی مورد بررسی قرار گرفته و با شواهد توصیفی مقایسه می‌شود. پرسشنامه باز و مصاحبه عمیق^۱ برای این صورت گرفت که روشن گردد کودکان درباره آرم‌ها چگونه فکر می‌کنند و مواجه و درک بصری کودک ۹ ساله از آرم چیست؟ با کاربرد این روش سعی بر استنتاج اعداد آماری نیست بلکه سعی بر این است نظریه‌های تئوری درک تصویر به شکل عمیق برای کودکان مورد مطالعه قرار گیرد. 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 در فرد را بیدار می‌کند. هر چیزی که به انسان تازه دیدن و خلاقانه دیدن واقعیت‌ها را بیاموزد، این امکان را به وجود می‌آورد که به متحول شدن رویکرد عمومی او نسبت 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 به سوی مکانیکی تر شدن، سوق پیدا می‌کند. مشخصه‌ی اصلی یک فرایند مکانیکی، تکرار شکل مشخص است (همان: ۱۲۷). خلاقیت یکی از اساسی‌ترین مباحث گرافیک است. (کروز، ۱۳۹۲: ۱۰). گرافیک با فرایند تولید یک محصول خلاقانه ارتباط دارد. تولید محصول خلاق با شخصیت‌پردازی و هویت بصری ویژه، وجود یک تفکر فرایندی پویا را تایید 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 درون مخاطب ایجاد می‌کند و ذهن مخاطب را از جهان بیرون جدا و وارد فضایی تخیلی می‌نماید. 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 خلاقه‌ی ذهن انسان به شمار می‌آورد (همان: ۶۲). پس می‌توان گفت مواجه و فرایند ادراک یک اثر گرافیکی مانند یک آرم، از آنجایی که رویارویی ذهن با یک اثر خلاق است، ادراکی تخیلی و فعالیت پویا و هوشیارانه ذهن را به همراه خواهد داشت.

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

در هنر گرافیک تصویری خلق می‌شود که نشانه‌هایی از طبیعت را در برگرفته باشد (کروز، ۱۳۹۲: ۱۰۸). نشانه‌های طراحی شده انتزاعی و ترکیب‌هایی از عناصر طبیعی هستند که قابلیت انطباق با عناصر بیرونی و طبیعی ندارند اما رد پای 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 اشیاء و پدیده‌ها در ادراک حسی و حافظه‌ی تصویری یا دیداری سبب بازشناسی محیط پیرامون می‌شود و در فرآیند شناخت نقش بسیار مهمی دارد. از سوی دیگر تصویر ذهنی، در غیاب اشیاء 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). نشانه‌های شمایی، نشانه‌هایی هستند که رابطه‌ی آن با موضوعش مبتنی بر تشابه است، یعنی نشانه از برخی جهات (شکل ظاهری، صدا، احساس و 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 در یابد. (همان: ۴). در این بخش آرم‌های مربوط به کودکان و مواجهه کودکان ۹ ساله پسر با آنها مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

۷. نشانه‌های شمایی و نوشتاری در آرم‌های مرتبط با کودکان با تاکید بر ویژگی شکل‌گردانی 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، اشیاء و حتی انسان‌ها هستند. روان‌شناسانی چون پیازه به تفکرات تخیلی ذهن کودک درباره جانوران اشاره دارد (رجبی همدانی و دیگران، ۱۳۹۶: ۷۸). بسیاری از آرم‌های مربوط به کودکان از عنصر حیوانی متناسب با موضوع آرم، به عنوان نشان تصویری بهره برده‌اند. آرم موسسه رسانه‌ای، هنری و آموزشی سنجاکک نمونه‌ای از این آرم‌هاست.

مخاطب این آرم می‌تواند از هر رده سنی باشد. مواجه کودکان ۹ ساله، اقبال کودکان نسبت به این آرم را نشان می‌دهد. این اثر جزو نمونه آرم‌هایی است که در اولویت‌بندی آرم‌های دوست داشتنی، با رتبه‌بندی کیفی "خیلی خوب" قرار گرفت. دریافت تصویر سنجاچک برای آنها به سرعت 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 شده قرار دارد و بیشترین توجه بصری را به خود جلب می‌کند. (تصویر ۱. الف) این موضوع مورد تأیید کودکان قرار گرفت. کودکان سادگی و هم‌نشینی نوشتار و تصویر در این آرم را تأثیرگذار در فهم آرم توصیف کردند. در نقاشی کودکان از آرم‌هایی که در ذهن داشتند نمونه‌هایی به ترسیم مجدد این آرم پرداخته‌اند. (تصویر ۱. ب) توجه کودک به فرم و رنگ آرم و نیز نوشتار آرم، حاکی از ماندگاری آرم در ذهن کودک است. تصویر ساده شده‌ای از سنجاچک با خطوط نرم و روان، شمایی است که به سبب سادگی و ایجاز بصری، تصویر ماندگاری در ذهن کودک ایجاد می‌کند که درک آن از طریق شباهت تصویر آرم به سنجاچک در جهان طبیعت ممکن می‌شود. به یاری ایجاز ارزش هر عنصری را می‌توان شناخت (احمدی، ۱۳۸۳: ۶۵). لوگوی نوشتاری سنجاچک نیز با ویژگی‌هایی همراه است که جنسیت هماهنگی را با نشانه شمایی سنجاچک برقرار می‌کند و کیفیت دم سنجاچک را تداعی می‌کند. اساس طراحی نشانه نوشتاری سنجاچک با استفاده از کشیدگی باریک و بلند و لطیف دم سنجاچک طراحی شده است. در مصاحبه با کودکان کیفیت ویژه‌ی لوگو نوشتاری مورد توجه کودکان بود و از آن به عنوان نوشتار خوب، نوشتار کاریکاتوری، نوشتار متفاوت با نوشتن کودک یاد شد. (تصویر ۱)



تصویر ۱. الف آرم موسسه رسانه ای، هنری و آموزشی سنجاچک، مجموعه نشانه شمایی و نوشتاری را نشان می‌دهد. (www.sanjaghak.org)، تصویر ۱. ب نقاشی کودک ۹ ساله از لوگوی سنجاچک به شکل

ذهنی



از سمت چپ تصویر ۲ آرم موسسه انتشاراتی کتاب کودک طوطی (فارسی) (tutibooks.ir) تصویر ۳ آرم موسسه انتشاراتی طوطی (انگلیسی) (Parsstock.ir) تصویر ۴ آرم مرکز فروشگاه کتاب کودک میچکا (michkapub.com)، تصویر ۵ آرم کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان. (Kanoonnews.ir)

طراحان آرم‌های سازمان‌ها و موسسات مرتبط با خدمات و تولیدات کودکانه طراحی نشانه شمایل‌گونه را در آرم‌ها اساس کار خویش قرار می‌دهند و این به دلیل اولویت اثرگذاری تصویر بر ذهن کودکان نسبت به نوشتار است. البته باید در نظر گرفت در تایپوگرافی با تمهیدهای بصری ویژه‌ای که بر نوشتار اجرا می‌گردد موجب می‌شود در مواردی خوانش نوشتار با تاخیر صورت گیرد. گاهی این شمایل‌ها نشانه‌هایی ارجاعی هستند و آرم فاقد صورت‌بندی معماگونه و رمزپردازی نمادین است. مانند آرم شمایل‌ی سنجاقک که شباهت تصویر سنجاقک با نمونه‌های طبیعی کیفیت‌های ارجاعی آرم را قوت بخشیده و شکل گردانی در آرم تنها به واسطه حذف جزئیات صورت گرفته است یا موسسه انتشاراتی طوطی که از ترکیب اشکال هندسی، تصویری از طوطی الوان ایجاد شده است (تصویر ۲). نمونه دیگر این آرم شمایل‌ی به زبان انگلیسی نیز با ویژگی‌های مشابه بازنمایی شده است. در نمونه آرم طوطی (پروت) اساس طراحی آرم نشانه‌های هندسی دایره و خطوط مستقیم است که شکلی از حروف انگلیسی را نیز تداعی می‌کند. در هردو مورد نشانه شمایل‌ی آرم قابلیت هدایت ذهن کودک به طوطی در جهان طبیعت را دارد. (تصویر ۳ و ۲) آرم مرکز کتاب میچکا، شکل پرنده را دستمایه ارتباط با مخاطب قرار داده است. این نمونه آرم از نشانه‌های رمزی بیشتری برخوردار است. شکل گردانی در این اثر با قدرت بیشتری مورد توجه قرار گرفته است. بال و دم پرنده همانند کتابهای چیده شده بر هم 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 شمایل‌ی پرنده است. بنابر این اصل که رنگ یکی از مهم‌ترین محرک‌های بصری است که از بدو تولد انسان بر آن تاثیرگذار است (ورامینی، ۱۳۸۷: ۳۲). در پرسش‌نامه آرم طوطی و میچکا آرم‌های

دوست داشتنی، با رتبه بندی کیفی "خیلی خوب" توسط کودکان بیان شد. در مصاحبه کودکان این آرم‌ها را دوست داشتنی توصیف کردند. شیوه شناسایی آرم را سریع توصیف کردند و وجه پرنده‌سان بودن آرم، رنگی بودن، هندسی و اجرای متفاوت آنها را جالب توجه بیان کردند. 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 داشت "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 رتبه بندی کیفی "خوب" بیان شد. سه مورد از کودکان از رنگ سیاه آرم کانون پرورش فکری کودکان انتقاد داشتند و یک نمونه رنگ سیاه این آرم را دوست داشتنی اعلام کرد. اما در کل ۱۸ نفر از کودکان وجود چند رنگ سبز، آبی، قرمز، زرد، نارنجی را در آرم‌ها بهتر از تک رنگی یا سیاه بودن آرم اعلام کردند. رنگ‌ها با تاثیرات بصری همراهند. زرد حس روشنی، گرمی، امیدآوری را به همراه دارد (لوشر، ۱۳۷۶: ۸۷). کودک به طور طبیعی به رنگهای شاد، روشن و امید بخش علاقمند است (اکبرزاده، ۱۳۷۵: ۱۱). رنگ سبز نشانی از طبیعت و سرسبزی است، حسی سخت و ایستا را تداعی می‌کند (همان: ۴۵). رنگ نارنجی گرمی و روشنی زرد و هیجان و پویایی قرمز را تداعی می‌کند. آبی رنگ ملایمت و آرامش است. بنابراین تاثیرات حسی رنگ در آرم نیز باید مورد توجه قرار گیرد. فقدان رنگ در آرم فقدان این تاثیرات بصری را به همراه 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 با وجود شکل گردانی بسیار، نشانه تصویری کیفیتی ارجاعی دارد. با آنکه فرم طراحی متمایز از فرم پرنده در جهان بیرون است، کیفیتی معماگونه و تفکر برانگیز دارد، اما ادراک آن به سبب برخی ارجاعات برای ذهن کودک میسر است. کمترین دخالتی در شکل‌گیری نشانه تصویری باعث می‌شود تا از انطباق صد درصد آن به واقعیت کاسته شود (شعیری، ۱۳۹۱: ۴۹). بنابراین شکل گردانی در طراحی چهار آرم پرنده‌سان دیده می‌شود اما میزان آنها متفاوت است و تعادل نسبی میان شکل گردانی کیفیت‌های ارجاعی آرم نسبت به مرجع طبیعی آن پرنده، امکان ایجاد فضای تخیل تصویری برای کودک را فراهم می‌آورد که درک آرم را برای کودک سهل و آسان می‌سازد. در مصاحبه با کودکان آنها اظهار داشتند که دیدن این آرم‌ها به ما نشان داد نقاشی شکل پرنده به شکل‌های مختلف می‌تواند باشد و محدود

به یک شکل ساده نیست. بنابراین مواجهه کودک با آرم‌های شمایی، آموزش شیوه‌های جدید نگریستن به جهان بیرون و امکان‌های مختلف ترسیم آن است که می‌تواند بر ذهن کودک تاثیرگذار باشد. قدرت تخیل چیزهایی که به صورت عینی تجربه نشده‌اند معمولاً به عنوان یکی از جنبه‌های 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 می‌پروراند. هر چند اثر با شکل گردانی ویژه‌ای نیز همراه است. در طراحی لوگوی موبایل مهد از دو حرف اول کلمات موبایل و مهد استفاده شده به این صورت که این دو ام (MM) تشکیل دوبال برای پرواز داده است. در طراحی لوگو تلاش شده حس سبک بالی، نامحدود شدن حرکت و شناور شدن در آسمان به مخاطب منتقل شود. این مفاهیم را می‌توان معانی ضمنی نشانه دانست که در عین حال از آن به عنوان معنای دور نیز می‌توان نام برد. معنایی که ارجاعی صرف نیست بلکه سویه‌ای نمادین دارد. دسته‌ای از تمهیدهای خلاقانه طراحان، تایپ را به عنوان جزیی از تصویر به خدمت می‌گیرد (وی‌وایت، ۱۳۹۳: ۱۵۳). (تصویر ۶. الف). نوشتار به گونه‌ای طراحی شده است که خطوط منحنی و تناسب آن کاملاً تداعی‌گر پر پروانه باشد. این تصویر در رتبه بندی کودکان "خوب" توصیف شد. شناسایی تصویری آرم توسط کودکان به سرعت صورت گرفته و نظر کودکان درباره رنگ آرم متمایز بود. برخی آن را مورد تایید قرار داده و برخی آن را رنگارنگ دوست داشتند مانند پروانه‌های طبیعی. یک مورد از بچه‌ها نقاشی آرم شاپرک را به دلخواه ترسیم کرد. (تصویر ۶. ب)



تصویر ۶. الف آرم شرکت موبایل مهد، شبکه مهدهای کودک، شکل‌گیری نشانه شمایی با کاربری نوشتار (www.emahd.ir) تصویر ۶. ب. نقاشی کودک ۹ ساله از آرم موبایل مهد

این نشان می‌دهد حساسیت نسبت به آرم‌های شمایی و تمایزهای تصویری آن با عنصر طبیعی در کودکان وجود دارد. به عنوان مثال برخی کودکان به دایره مرکزی آرم و فقدان تنه مرکزی شاپرک در آرم اشاره داشته‌اند. آرم سایت مهد کودک‌های ایران نیز نشانه شمایی را در بر می‌گیرد. طراح، فرم بدن را خلاصه سازی نموده و از طریق اختلاف اندازه

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

و در دل هم قرار دادن فرم‌ها، تجسمی از مربی و کودکانی که در حال بازی و شادی‌اند را تداعی کرده است. این آرم توسط کودکان "متوسط" توصیف شد. مصاحبه با کودکان نشان داد، تلخیص فیگور انسانی در آرم مورد ادراک کودکان است اما به سبب شکل گردانی زیاد آرم، کودکان ارجاع دقیقی در جهان بیرون برای آن بیان نمی‌کردند. به عنوان مثال "مثل آدمی که دست و پا ندارد کشیده شده" اظهار نظر اغلب کودکان درباره آرم است. در مصاحبه کودکان رنگی بودن آرم را مورد توجه قرار دادند. (تصویر ۷)



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

این حقیقت باید مورد توجه قرار گیرد که هر شکل هنری پیش از هر چیز یک پیکار است. گونه‌ای ویران کردن ارزش‌های کهن و بازسازی دلخواه آنان. هر اثر وابسته به نظام هنری ویژه‌ای است اما آنچه امتیاز یا منش برترش را می‌سازد، انحراف‌ها و تمایزهایش از آن نظام است (Jakobson, 1973: 151). آرم باشگاه فرهنگی ورزشی کانون کودک و نوجوان ققنوس، سوبه‌ای متفاوت از ترکیب عناصر تصویری و شمایی معنادار را نشان می‌دهد. ققنوس نمادی فرهنگی در ایران است. نماد زاده شدن از خویش، نماد روشنی و حرارت زندگی است. بنابراین این آرم ارجاع به فرهنگ ایرانی دارد. یک شیء با فرهنگ متصل به آن است که نشانه می‌شود (شعیری، ۱۳۹۲: ۵۱). ققنوس در فرهنگ ایرانی آتشی از پرهایش بر می‌افکند که با سوختن خویش ققنوسی جوان زاده می‌شود (یا حقی، ۱۳۸۸: ۶۵۲). بنابراین ققنوس مصور شده در آرم به رنگ آتش است و گرما و حرارت آتش را به ذهن مخاطب انتقال می‌دهد. سر ققنوس در این آرم صورت مادریست که کودکی را در آغوش گرفته است. آرم کیفیتی نوستالژیک دارد. کودک را به رابطه صمیمی و ارتباط عاطفی‌اش با مادر ارجاع می‌دهد. پس آرم علاوه بر اینکه کیفیتی ارجاعی دارد به سبب شکل تلفیقی‌اش، نشانه‌ای شکل‌گردان است. کودکان مورد آزمون این آرم را در رتبه بندی کیفی "متوسط" قرار داده‌اند. در مصاحبه با کودکان اقبال کودک به این آرم نسبت به سایر موارد کمتر بود و عدم استقبال 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 غیر واضح 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 موسسه 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 ق.م مصور شده است و معنای آن حیات و زندگی مداوم و زایاست (عابد دوست، ۱۳۹۵). طراح آرم به سبب تاریخی بودن موسسه نشر، ارجاع به تاریخ و فرهنگ و طبیعت ایران را دستمایه طراحی اثر قرار داده است. (تصویر ۹)



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

کیفیت ارجاعی اثر به سبب شباهت تصویر بز و درخت به جهان طبیعت بارز است. شکل گردانی اثر تنها در تمهید تلخیص تصویر قابل بررسی است. این آرم نیز مورد استقبال کودکان کمتر قرار گرفت و در در رتبه بندی کودکان "متوسط" توصیف شد. دلیل عدم اقبال کودکان نیز رنگ آرم و عدم وضوح اشکال بیان شد. یک نمونه دیگر از آرم‌های مرتبط با کودکان نشانه موسسه خیریه حمایت از کودکان فلج مغزی سگال است. شکل - گردانی در ترسیم فیگورها دیده می‌شود. فرم بالاتنه سه فیگور انسانی در مرکز آرم، خطوط

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

به هم پیوسته و کلیتی قلبی شکل را تداعی می‌کند. آرم مجموعه‌ای از نشانه‌های نوشتاری و تصویری را به خدمت گرفته 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 کودکان، شادی و نشاط را تداعی می‌کند (آرنه‌ایم، ۱۳۸۶: ۲۰۵). این آرم در آزمون انجام شده، مورد استقبال اکثریت کودکان قرار گرفت. در رتبه بندی 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 مفهوم بازی را از آرم دریافت می‌کردند.



تصویر ۱۰. آرم موسسه 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 مرتبط با آنها هستند. نماد یا آرمی که برای موسسات حمایتی از کودکان خلق و طراحی کرده‌اند نه تنها نقش جلب نظر بزرگسالان برای حمایت از کودک دارد، بلکه طراحان سعی دارند ویژگی کودکانه بودن مرجع آرم را در طراحی در نظر بگیرند تا حیطة کاری سازمان یا مرجع آرم را نشان دهد. بنابراین فضای کودکانه یکی از ویژگی‌های این آرم‌ها است. بنابراین این اصل که فرستنده آرم به عنوان پیام، سازمان یا مرجع آن است و در اینجا آرم کارکرد ارجاعی *Fonction référentielle* به مرجع خود دارد. این کارکرد توانایی آرم را در ارائه اطلاعات در مورد فرآورده و یا خدماتی که سازمان فرستنده آرم عرضه می‌کند نشان می‌دهد (پهلوان، ۱۳۸۱: ۵۴). کارکرد دیگر بیانگری *Fonction Expressive* است. یک آرم در مهم‌ترین وجه وجودیش قابی است که فرستنده پیام آن را انتخاب می‌کند و هویت خود را

با این تصویر ابراز می‌کند. کارکرد دیگر تاثیرگذاری Fonction Impressive است، هدف آن مخاطبان پیام است. در اینجا هدف ایجاد واکنش‌هایی در مخاطب است. (همان، ۵۶) برای کودک که قادر به خواندن نیست، دریافت آرم شمایل‌ی سهل‌تر و جذاب‌تر است. مواجهه یک کودک با آرم‌های نوشتاری و تلفیقی نیز همچون مواجهه با یک تصویر است. نشانه‌های گرافیک (بصری-فضایی) که دو یا سه‌بعدی هستند، پیامی تحلیل‌پذیر را دربر دارند. (Ricoeur, 1968: 137) ژاک دریدا نشان داده است که نوشتار نظام علامت‌هایی است که نه فضایی (مکانی) هستند و نه زمانمند، بل به کارکرد ذهن و خاطره مرتبط می‌شوند و سرچشمه حس به حساب می‌آیند. دریدا تاکید کرد دستگاه علائم گرافیکی معنایی گسترده‌تر از خط دارند (Derrida, 1967). دریافت آرم برای کودک با سایر افراد متفاوت است. میزان جذابیت و ارتباط ادراکی کودک از تصاویر گرافیکی نیز متمایز است. کودک کلیت یک آرم را به ذهن می‌سپارد و این داده‌ی هنری معماگون، فضایی تصویری در ذهنش ایجاد می‌کند که پس از آن با مشاهده موارد مشابه، دوباره به آرم می‌اندیشد یا در مواردی به ساخت آرم با وسایل بازی می‌پردازد. به عنوان 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 رمزها و کدهای ارتباطی باشند. آرم‌های شبکه پویا و شبکه نهال دو آرم با نشانه‌های نوشتاری‌اند که در آن ترکیب نوشتار، شکلی تصویری را تداعی می‌کند. در آرم شبکه پویا، از ترکیب نوشتار، تصویری جوجه مانند تداعی شده است. ادغام و خلاصه سازی "پو" به شکل یک دایره و خط عمودی زیر آن، تصویر سر و پای جوجه را ایجاد می‌کند و با حساسیت بخشیدن بر سر و بویژه تمرکز بر چشم پرنده بر مفهوم دیداری بودن برنامه تلویزیونی تاکید دارد. حرف "یا" چسبیده به "پو" بدنه و دم پرنده را در ذهن کودک می‌پروراند (تصویر ۱۱ الف).



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

تمهید ظریف طراح در کاربست مهم‌ترین نشانه در انتقال تصویر به کودک، نوک پرنده، دو دایره مرکزی "پو" به عنوان چشم پرنده، نوعی آرم تلفیقی را به نمایش گذاشته است. آرم شبکه پویا، نوشتاریست که تلفیقی از تصویر و نوشتار را بازنمایی می‌کند. این تمهیدهای بصری ویژگی‌های شکل‌گردانی آرم را آشکار می‌کند. فرم طراحی شده 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 را ردی از واقعیت می‌داند و نه خود واقعیت (شعیری، ۱۳۹۲: ۳۳). در واقع ویژگی گفتمانی تصویر آرم شبکه پویا، نظام نشانه-معنایی مختص به آن دارد. نظام زیبایی‌شناسی که آن را متمایز از سایر آرم‌ها می‌کند و کارکرد گفتمانی ویژه‌ای را به همراه دارد. علاوه بر تاثیرگذاری فرم شکل‌گردان آرم، آرم شبکه پویا یک 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 رتبه بندی کودکان "خیلی خوب" توصیف شد. جالب توجه اینکه اغلب کودکان آرم پیشین شبکه پویا را نیز دوست داشتند و متفاوت بودن آرم را با عناصر جهان بیرونی متذکر شدند. این آرم در رتبه بندی کودکان "خیلی خوب" توصیف شد. یک نمونه نقاشی این آرم توسط کودک، ماندگاری تصویر آرم را در ذهن کودک نشان می‌دهد. (تصویر ۱۱ ب) یکی از کودکان به تکرنگ بودن بدنه جوجه طراحی شده در آرم انتقاد کرد و پیشنهاد کرد از رنگ‌های هم خانواده و تیره‌تر مانند رنگ جوجه طبیعی استفاده شود. کودکان ایجاز و خلاصه‌سازی آرم‌های مورد آزمون را دوست داشتند. ۱۵ نفر موافق این نظر بودند که هندسی و خلاصه بودن آرم‌ها خوب است تا حدی که آنها قادر به شناسایی آرم نسبت به مرجع بیرونی آن باشند. یعنی شکل‌گردانی آرم موجب حذف کیفیت‌های ارجاعی آرم نشود. ایجاز مشخصه ویژه طراحی آرم است. اصل ایجاز حاکی از آن است که هنرمند نباید از آنچه برای بیان مقصودش ضروری است، فراتر برود (آرنه‌ایم، ۱۳۸۶: ۷۶). بیان مستقیم از ویژگی‌های ایجاز است (اوکویرک، ۱۳۹۰: ۱۰۱). در آرم شبکه پویا رابطه‌ای دو سویه میان نوشتار و تصویر دیده می‌شود. تصویر به فضایی برای میزبانی از متن کلامی تبدیل شده است. همان‌گونه که متن کلامی میزبان تصویر شده است (شعیری، ۱۳۹۲: ۱۳۲). گفتنی است هر چه دخالت طراح در ارائه یک گونه بیشتر باشد، آن گونه شکل‌گردانی بیشتری می‌یابد (همان: ۴۹). در روش‌های پرورش خلاقیت برای شکستن ذهنیت‌های

پیشین و ورود به عرصه‌های نوین، تکنیک‌های چندی ابداع گردیده است که متداول‌ترین آنها تفکر موازی است. واضع این شیوه روش معمول تفکر را همانند حفر گودالی توصیف می‌کند که با افزایش اطلاعات فرد، همان گودال عمیق‌تر می‌شود؛ در حالی که تفکر موازی نگاه فرد را به نقاط جدید معطوف می‌سازد و اطلاعات و تجربه‌های جدید صرفاً به اندیشه‌های قبلی افزوده نمی‌شود بلکه آنها را تغییر داده و الگو و ساختار جدیدی را ایجاد می‌کند (الوانی، ۱۳۹۲: ۴۸). طراحی آرم با استفاده از شکل‌گردانی، تصویری خلاصه شده و یا تلفیقی برگرفته از طبیعت، برای کودک می‌سازد و آن را می‌توان یکی از مجراهای پرورش تفکر موازی در کودک دانست به سبب بازی ذهن میان تصویر واقعی که مرجع بیرونی آرم است و ویژگی‌های شکل‌گردانی که هویت بصری و تمایز شکلی آرم را بازنمایی می‌کند. متحرک بودن آرم یکی از راهکارهای اثر بخشی بیشتر آن است. مفهوم بازی که اصلی‌ترین و آشناترین مفهوم ذهن کودک است از طریق ارائه تصویر متحرک جوجه‌ای که با دایره‌ای بازی می‌کند، در طراحی آرم لحاظ شده که حس شادی و پویایی را به صورت ضمنی در کودک ایجاد می‌کند. متحرک بودن آرم قابلیت این را دارد که فضای تخیلی را در ذهن کودک بسازد و آن به سبب ویژگی خلاقانه طراحی آرم است که اساس طراحی گرافیک است. ۲۰ نفر کودکان در این آزمون، متحرک بودن آرم را با عبارت " متحرک بودن را دوست دارم " تایید کردند. شکل‌گردانی را می‌توان یکی از نمودهای خلاقیت در اثر گرافیکی دانست. این عمل که خودآگاهانه رخ می‌دهد و با ملاحظات زیبایی‌شناختی، روان‌شناختی و هنری همراه است نوعی تخیل ناب را در مخاطب می‌پرورد و آن یک فعالیت ادراکی خلاقانه در ذهن است که در آن نقش‌ها و تصاویر ذهنی از حافظه گرفته نشده‌اند، بلکه عموماً بدیع و اصیل هستند (بوهم، ۱۳۸۱: ۱۰۴). یکی از تمهیدهای طراحان حروف، مطابقت حروف با کارکرد آن است (وی وایت، ۱۳۹۳: ۱۱۵). طراحان آرم‌های کودکان، کیفیت‌های بصری آرم را با سلیقه و علایق مخاطب آن یعنی کودک هماهنگ می‌کند. 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 ویژگی‌های بصری پویایی است (وی وایت، ۱۳۹۳: ۱۲۹). نگرش طراحی آرم با مشخصه بارز شکل‌گردانی در طراحی لوگوی شبکه نهال نیز دیده می‌شود. این آرم در رتبه بندی کودکان "خیلی خوب" توصیف شد. تمام کودکان مورد آزمون در مصاحبه آرم شبکه نهال را دوست داشتند. برخی کودکان به تک رنگ بودن آرم انتقاد داشتند. در پاسخ به این پرسش

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان با تأکید بر ... (حسین عابد دوست) ۱۳۷

که کدام آرم‌ها حس شادی و صمیمی را به شما منتقل می‌کند؟ ۱۷ نفر از کودکان آرم شبکه نهال را انتخاب کردند و معتقد بودند صورتی است که لبخند می‌زند و عینک بر چشم دارد 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 و این موضوع نشان می‌دهد آرم‌ها قابلیت ماندگاری در ذهن کودک را دارند. آرم شبکه نهال، شکلی عینک مانند را نشان می‌دهد که از ترکیب حروف "ن" و "ا" تشکیل شده و حرف "ل" بینی و دهن یک 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)



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

در حرکت‌های موشن که در تبلیغات فیلم‌های شبکه نهال به کار 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 طراحی چهره آرم متمایز از همه تصاویر چهره‌ای باشد که کودکان با آن مواجهند. این موضوع در مصاحبه با کودکان مورد تأیید کودکان قرار گرفت و برخی از آنها به عجیب بودن نقطه "ن" در سمت راست آرم اشاره می‌کردند. چون کودک آرم را شمایل می‌دید و "عینک آرم در یک سو دسته داشت و در سوی دیگر نقطه". آرم ویژگی‌های حسی- ادراکی را در مخاطب بر می‌انگیزد. چشم‌ها گونه‌ی حسی دیداری را تداعی می‌کند. بینی حس بویایی را تجلی می‌بخشد و دهن تداعی کننده 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 به آرم بخشیده است که نوعی ویژگی روایتگری را در آرم شکل می‌دهد. اغلب گفته شده است که زمان بر حسب مکان مفهوم سازی می‌شود. زمان را بر حسب 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 می‌شود و نقطه نهال با تغییر مکان از راست به چپ و دوباره از چپ به راست در یک لحظه محو می‌شود. این حرکت-ها 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 بهره-مندند 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 شمایی نگارانه ساخته شده‌اند. در مطالعه آرم‌های مرتبط با کودکان به دلیل ارتباط خوب کودک و تصویر، آرم‌های شمایی و آرم‌های تلفیقی بیشترین کاربرد را دارند. در مصاحبه با کودکان مورد آزمون کودکان 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 به عنوان نمونه وجود نشانه تصویری و نوشتاری در آرم پیشین شبکه پویا متشکل از هم نشینی یک مربع، همانند تصویر خلاصه شده‌ای از تلویزیون‌های قدیمی است و سه نقطه که حرف "پ" نام شبکه را تداعی می‌کرد. حرف "پ" وجه نوشتاری آرم را نشان می‌دهد و مربع بازنمایی‌کننده تلویزیون، وجه شمایی آرم است. (تصویر ۱۳)



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

بار دیگر شکل‌گردانی مشخصه ویژه این آرم است. کیفیت ارجاعی آرم تنها در مربع تلویزیون است. در این آزمون این آرم مورد علاقه کودکان بوده است. "به شکل تلویزیون و نیز سه نقطه به عنوان میز تلویزیون تصویر شده" توصیف برخی کودکان درباره آرم است.

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

برخی کودکان تصویر این آرم را به عنوان آرم ماندگار در ذهن خود نقاشی کردند. (تصویر ۱۳. ب)



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

آرم کتابهای نردبان نیز ترجیح دو نوع نشانه تصویری و نوشتاری را در طراحی آرم نشان می‌دهد. این آرم کیفیت‌های ارجاعی را به نمایش می‌گذارد. (تصویر ۱۴) درک نردبان و فرم کتاب مانند پله‌ها برای مخاطب آرم به همان سرعتی اتفاق می‌افتد که خوانش نشانه نوشتاری. رنگ در آرم مفاهیم روانی را بر ذهن القاء می‌کند. سفید رنگ پاکی است. 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. آرم نردبان به دلیل ترکیب نوشتار و تصویر، دارای مشخصه متمایز است که آن را از نوشتار صرف، نردبان و نیز تصویر صرف نردبان و کتاب متمایز کرده است. این آرم در رتبه بندی کودکان "خیلی خوب" توصیف شد. در مصاحبه با کودکان مشخص شد، شکل نردبان و ترکیب آن با نوشتار و نیز رنگ-بندی آن برای آنها مورد 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 یک نمونه از آن را نشان می‌دهد. باز طراحی آرم توسط کودک با جزئیات دقیق همراه است. این موضوع نشان می‌دهد آرم توانایی ماندن در ذهن کودک را دارد. در آرم خانه هدیه که یک نشانه برای مخاطب عام است، نشانه‌های نوشتاری هم‌نشین نشانه تصویری شده است. در این اثر نوشتار حضور بیشینه‌ای را بر تصویر تحمیل کرده است. اما تصویر انتزاعی از خانه به همراه نشانه پایون بر سقف آن، تداعی کننده واژه "خانه و هدیه" به شکل تصاویر هندسی و تلفیقی است. شیوه طراحی شکل تصویری هم کیفیت ارجاعی نسبت به خانه را در ذهن تداعی می‌کند و هم ویژگی‌های ایجاز و تلفیق‌اش، شکل‌گردانی اثر را به نمایش می‌گذارد (تصویر ۱۵. الف). این آرم از نظر رنگ و تنوع نوشتار و تصویر،

مورد تایید کودکان قرار گرفت در رتبه بندی کودکان "خوب" توصیف شد. کودکان مورد آزمون 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. یک نمونه از باز طراحی آرم توسط کودک در تصویر ۱۵.ب، برداشت کودک از آرم را واضح تر نشان می دهد. این باز طراحی، نشان می دهد معنای هدیه از آرم توسط کودک دریافت شده و با نشان پایون به تصویر کشیده شده. اما باز طراحی نشانه "خانه" که سقف شیب دار آن است در تصویر مشاهده نمی شود. (تصویر ۱۵.ب) آنچه مسلم است ویژگی های ارجاعی و شکل گردانی آرم دو شاخصه مهم و تاثیرگذار در درک مفهوم آرم و ایجاد ارتباط با مخاطب دارد. کیفیت های ارجاعی درک مفاهیم صوری، فوری و صریح را به همراه دارد و کیفیت های شکل گردانی به دلیل تغییر و ترکیب فرم ها به شکل خلاقانه، درک معانی ضمنی را موجب می شود.



تصویر ۱۵.الف آرم فروشگاه خانه هدیه (www.danadesign.ir) تصویر ۱۵.ب باز طراحی کودک از آرم خانه هدیه



جدول شاخص های تحلیل آرم های مربوط به کودکان در آزمون مواجهه کودک با آرم (نگارنده، ۱۳۹۹)

توضیحات	آراء مثبت کودکان	شاخص های 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 با کودک مرور شد. پنج نفر از کودکان متحرک بودن آرم را با عناصر معنی دار و نزدیک به جهان طبیعت بهتر و مطلوب تر بیان کردند.	۲۰	متحرک بودن آرم
این کودکان فهم آرم را در مقایسه با عناصر طبیعی بیان می کردند و فرم و رنگ آرم را نیز با عناصر بیرونی مقایسه کردند. حتی به نقد تک رنگ بودن آرم نسبت به رنگ های طبیعی فرم مرجع آرم می پرداختند. بیشتر کودکان فرم طراحی شده را نسبت به تصویر طبیعی ترجیح دادند. فهرست آرم های محبوب کودکان که در اولویت بود نیز آرم هایی بودند که ارجاع قوی تری	۱۶	ارجاعی بودن آرم

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان با تأکید بر ... (حسین عابد دوست) ۱۴۱

نسبت به فرم‌های طبیعی داشتند. مثل آرم شبکه پویا، نهال، آرم نردبان، طوطی، میچکا، سگال، سنجاقک		
کودکان متوجه تمایز فرم‌های متفاوت بودند اجرای آرم با اشکال هندسی و خلاصه را مورد توجه قرار دادند و به عنوان مثال پس از مشاهده چهار آرم پرنده در پاسخ به این پرسش که آیا این آرم‌ها باعث شد به نقاشی‌های متفاوت از پرنده بیندشی، اغلب کودکان پاسخ مثبت دادند.	۱۵	شکل گردانی آرم
این کودکان رنگ‌های شاد و پر کتراست را در آرم‌ها ترجیح دادند. رنگ‌های زرد، سبز، قرمز، نارنجی، آبی در چیدمان‌های مختلف رنگی توسط کودکان قشنگ توصیف می‌شد و رنگ سیاه کمترین اقبال را داشت و تک رنگ بودن آرم نیز مورد نقد برخی کودکان بود. کودک برای توصیف رنگ‌ها به جهان بیرونی دقت می‌کرد و خواستار چند رنگ بودن آرم بود.	۱۸	رنگ آرم
همه کودکان وجود نشانه‌های تصویری و نوشتاری در آرم را مورد توجه و تایید قرار دادند 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 ۱۵ نفر تایید کردند.	۲۰	هم‌نشینی نشانه‌های تصویری و نوشتاری
این کودکان تایید کردند آرم‌ها فرم‌های متمایزی را به آنها آموختند و پس از دیدن آرم اندیشه کودک درباره ترسیم اشکال تغییر کرده است. در مصاحبه با کودکان 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 موسسه خیریه حمایت از کودکان فلج مغزی سگال انتخاب شد	۱۶	فرم متمایز و خلاقیت در طراحی آرم
نردبان، سنجاقک، سگال، پویا هر دو آرم فعلی و پیشین، نهال، طوطی، میچکا، موبایل مهد، خانه هدیه، کانون فکری کودک و نوجوان		آرم‌های محبوب، خیلی خوب و خوب
موسسه پژوهشی تاریخ ادبیات کودک، سایت مهد کودک‌های ایران، باشگاه فرهنگی ورزشی کانون کودک و نوجوان ققنوس		آرم‌های کمتر مورد توجه کودک، رتبه بندی متوسط
تصاویر بازطراحی شده شباهت بسیاری با آرم‌ها داشته است. کودکان با توانایی‌های متفاوت به جزئیات و کلیات تصویر آرم دقت کافی داشته است. کودک به رنگ آرم دقت داشته و تا حد توان آن را بازنمایی کرده است. آنها تایید کردند که تصاویر ساده‌تر در ذهن آنها مانده و قدرت بازطراحی آنها را داشته‌اند. آرم شبکه پویا، نهال، سنجاقک، بیشترین بازطراحی را در آثار بچه‌ها داشت و سایر آرم‌ها مانند طوطی، میچکا، سگال با وجود اینکه بچه‌ها آن 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 شاخص های تحلیل آرم های کودکانه. (نگارنده، ۱۳۹۹) نشانه + به معنای مثبت بودن و وجود ویژگی مورد نظر است.

نام آرم	رتبه بندی کیفی	ایجاز	ارجاع به طبیعت	تأثیرات 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	+	+	+	هم نشینی نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	تلخیص فرم طبیعی	نشانه ارجاعی
	خیلی خوب	+	+	+	هم نشینی نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	اجرای هندسی فرم طبیعی	نشانه ارجاعی
	خیلی خوب	+	+	+	هم نشینی نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	اجرای هندسی فرم طبیعی	نشانه ارجاعی
	خیلی خوب	+	+	+	+	نوشتاری - شمایلی	+	تمایز از طریق تلخیص فرم طبیعی و تلفیق با اشیاء	نشانه شکل گردان
	خوب	+	+	-	- هم نشینی نوشتار و تصویر (از م با نوشتار کانون فرهنگی کودک و نوجوان همراه است.	نوشتاری - شمایلی	+	تمایز از طریق تلخیص فرم طبیعی	نشانه شکل گردان
	خوب	+	+	+	هم نشینی نوشتار و تصویر	نوشتاری - شمایلی	+	تمایز از طریق تلخیص فرم طبیعی در ترکیب با نوشتار	نشانه شکل گردان

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

نشانه شکل گردان	تمايز از طريق تلخيص فرم طبيعي	+	نوشتاری - شمايلى	هم نشينى نوشتار و تصوير	+	+	+	متوسط	
نشانه شکل گردان	تمايز از طريق تلخيص و تلفيق فرم طبيعي	+	نوشتاری - شمايلى	هم نشينى نوشتار و تصوير	+	+	+	متوسط	
نشانه ارجاعى	تلخيص فرم طبيعي	+	نوشتاری - شمايلى	هم نشينى نوشتار و تصوير	+	+	+	متوسط	
نشانه شکل گردان	تمايز از طريق تلخيص فرم طبيعي	+	نوشتاری - شمايلى	هم نشينى نوشتار و تصوير	+	+	+	خیلی خوب	
نشانه شکل گردان	تمايز از طريق تلخيص و تركيب فرم نوشتاری و طبيعي	+	نوشتاری - شمايلى	تلفيق نوشتار و تصوير	+	+	+	خیلی خوب	
نشانه شکل گردان	تمايز از طريق تلخيص و تركيب فرم نوشتاری و طبيعي	+	نوشتاری - شمايلى	تلفيق نوشتار و تصوير	+	+	+	خیلی خوب	
نشانه شکل گردان	تمايز از طريق تلخيص		نوشتاری - شمايلى	تلفيق نوشتار و تصوير	+	ارجاع به شئى	+	خیلی خوب	
نشانه ارجاعى	تمايز از طريق تلخيص و تركيب فرم نوشتاری و طبيعي	+	نوشتاری - شمايلى	تلفيق نوشتار و تصوير	+	ارجاع به شئى	+	خیلی خوب	
نشانه شکل گردان	تمايز از طريق تلخيص فرم طبيعي و تركيب با نوشتار	+	نوشتاری - شمايلى	هم نشينى نوشتار و تصوير	+	ارجاع به شئى	+	خوب	

۸. نتیجه گیری

آرم‌های شمایی و تلفیقی مربوط به کودکان به عنوان بخشی از هنر گرافیک، پیرو این اصل کلی طراحی می‌شوند که فرم خلاق، ریشه در واقعیت دارد اما شخصیتی منحصر به فرد، شکلی کاملاً نو و در عین حال با معنا دارند که هماهنگ با مرجع یا سازمان صاحب آرم طراحی می‌شوند. از این رو می‌توان وجه شکل‌گردانی را در طراحی آرم‌ها مورد مطالعه قرار داد. در فرایند خلق آرم‌های مرتبط با کالا و خدمات کودکان، فرد باید در پی تصویری خلاف آن تصویری باشد که رایج است. شکل‌های ساده می‌توانند انواع مختلفی از اشیاء را نشان دهند و مواجه کودک با تصویر از طریق بازی ذهن میان ویژگی‌های ارجاعی و شکل-گردان آرم ممکن می‌گردد. 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 می‌گردد. مواجه کودک با تصاویر شکل‌گردانی شده آرم‌های مرتبط با کودکان، قوای ادراکی را وارد فضای تخیلی می‌کند. تصاویری که عین آن در طبیعت موجود نیست اما ردپای آنها در طبیعت یافت می‌شود. این مواجه تجارب بصری معماگونه‌ای را برای کودک فراهم می‌کند که با بنیان‌های ادراک بصری کودک که همانا ایجاز، چکیده‌نگاری و ساده‌انگاریست هماهنگ است. ۲۰ کودک ۹ ساله مورد آزمون در این پژوهش بر این نکته تاکید داشتند که شیوه اجرای هندسی و متمایز آرم‌ها نسبت به اشکال طبیعی برایشان جالب توجه و آموزنده است. این یک اصل است که تاثیرات مطلوب رنگی بر قدرت تاثیرگذاری آرم‌ها می‌افزاید. کودکان اغلب تمایل بیشتری نسبت به آرم‌های چند رنگ نسبت به آرم‌های تک رنگ و سیاه دارند و رنگ‌های زرد، قرمز، آبی، سبز و نارنجی را در آرم‌ها مورد توجه قرار دادند. تولید آرم‌های مرتبط با کودکان، تولید یک محصول خلاقانه است. تولید محصول خلاق با شخصیت-پردازی و هویت بصری ویژه، وجود یک تفکر فرایندی پویا را تایید می‌کند. آرم‌های مرتبط با کودکان تجربه‌های بصری متمایزی برای کودکان هستند که از طریق نشانه‌های تصویری و نوشتاری فرایند انتقال معنا به کودک را سازماندهی می‌کنند و تاثیر مستقیم بر تجربیات بصری و تفکر استدلالی کودک دارند، این آثار تازه دیدن را به کودک می‌آموزد. این نکته توسط کودکان آزمون شونده مورد تایید قرار گرفت. کودکان متحرک بودن آرم و همنشینی نشانه‌های نوشتاری در کنار نشانه تصویری در آرم‌ها را به دلیل سهولت در درک معنای آرم مورد تایید قرار دادند. 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 به کار رفته‌اند. همنشینی یا تلفیق تصویر و نوشتار در این آرم‌ها به چشم می‌خورد. ویژگی ارجاعی آرم‌ها ادراک معنی صریح، فوری و نزدیک را موجب می‌شود و ویژگی شکل‌گردانی آرم، علاوه بر انتقال مفاهیم ضمنی، تمایز بصری و هویت بصری، فضای تخیلی و سواد بصری کودک را غنی‌تر می‌سازد. آرم‌های مرتبط با کودکان که بر اساس ترکیب‌بندی نوشتار ایجاد شده‌اند، وجهه‌ای شمایی یافته‌اند مانند آرم شبکه پویا و نهال. متحرک بودن آرم، حس بازی، شادی را در کودک بر می‌انگیزد و زمینه ساز ارتباط بهتر کودک با آرم می‌شود. آرم‌های متحرک جریانی روایتگر را برای کودک بازنمایی می‌کنند که عنصر گذر زمان را در طراحی آرم به تصویر می‌کشند. رنگ آرم‌های مرتبط با کودکان معمولاً رنگ‌های شاد و الوان است. تحلیل ویژگی این آرم‌ها نشان می‌دهد، ایجاز، ارجاع به طبیعت یا اشیاء بیرونی، تأثیرات مطلوب رنگی، تلفیق نوشتار و تصویر یا همنشینی نوشتار و تصویر، کاربرد نشانه شمایی، تداعی فضای کودکانه و کاربست فرم‌های متمایز خلاق، از مشخصه‌های ویژه این آرم‌هاست که مورد تأیید کودکان است. تصاویر آرم‌های بازطراحی شده کودکان، شباهت بسیاری با اصل آرم‌ها داشته است. کودکان با توانایی‌های متفاوت به جزییات و کلیات تصویر آرم دقت کافی داشته است. این کودکان فهم آرم را در مقایسه با عناصر طبیعی بیان می‌کردند و فرم و رنگ آرم را نیز با عناصر بیرونی مقایسه کردند که این نشان از 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 به شیوه عکاسی و مصاحبه عمیق است که با حضور مشارکت‌کننده در جلسه مصاحبه صورت گرفته است. (van Auken, 2010, 375) در پژوهش حاضر با تغییراتی این روش اکتشافی-تحلیلی برای مطالعه حس ادراک کودک از آرم از مواجهه کودک با آرم و بررسی نقاشی کودک و نیز مصاحبه عمیق صورت گرفت.

کتاب‌نامه

آرنه‌ایم، رودلف (۱۳۸۶)، هنر و ادراک بصری روان‌شناسی چشم خلاق، ترجمه مجید اخگر، تهران: سمت.
اوکویرک، اوتو؛ استینسون، روبرت؛ ویگ، فیلیپ؛ بون، روبرت و کاپتون، دیوید. (۱۳۹۰)، مبانی هنر نظریه و عمل. ترجمه محمدرضا یگانه دوست، تهران: نشر مرکز.

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

احمدی، بابک (۱۳۸۳)، *تصاویر دنیای خیالی*، تهران: نشر مرکز.

الوانی، سید مهدی (۱۳۹۲)، *مدیریت عمومی*، تهران: نشر نی.

اکبرزاده، محمدعلی (۱۳۷۵). *رنگ در نقاشی کودکان*، تهران: انتشارات میشا.

اسحاقی، مهدیه و شریفی مقدم، آزاده (۱۳۹۷) «تحلیل نشانه شناختی یک مجموعه تلویزیونی کودک و بررسی نقش آن در آموزش کودکان با رویکرد رمزگان بارتی»، *مجله علمی پژوهشی تفکر و کودک*، سال نهم، شماره ۱.

بوهم، دیوید (۱۳۸۱). *درباره خلاقیت*، ترجمه محمدعلی حسین نژاد، تهران: نشر ساقی.

پهلوان، فهیمه (۱۳۸۱). *درآمدی بر تحلیل عناصر تصویری در آرم*، تهران: دانشگاه هنر

حسینی، افضل السادات و محمدزاده، سیده زهره (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*، سال ششم، شماره ۱.

چراغ چشم، عباس (۱۳۸۶). «بررسی تأثیر شیوه های تدریس مبتنی بر تکنیک های خلاقیت در آموزش و یادگیری دانش آموزان»، *دو فصلنامه تربیت اسلامی*، سال سوم، شماره ۵.

داوسون، کترین (۱۳۹۰)، *روش های کاربردی تحقیق*، ترجمه مجیدرضا داوری، جمشید امانی و مصطفی قاضی زاده، تهران: نشر هرمس.

رجبی همدانی، مهسا، بیگ زاده، خلیل، ناجی، سعید و اسفندیاری، سیمین (۱۳۹۶). «افسانه های ایرانی پریان، ابزاری برای فکر پروری کودکان»، *دو فصلنامه علمی پژوهشی تفکر و کودک*، سال هشتم، شماره ۲.

رستگارپور، حسن و یداللهی، منیژه (۱۳۸۹). «تأثیر تصاویر گرافیکی پویا و ایستا بر یادگیری هندسه»، *فصلنامه فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی*، سال اول، شماره ۲.

عباسی، طیبه، توان، زهرا، تقی زاده، زهرالسادات و باقری، زهرا (۱۳۹۴). «بررسی تاثیر 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 روانشناسی ایران*، تهران: موسسه توسعه محور دانش و فناوری سام ایرانیان.

سجودی، فرزانه (۱۳۸۷). *نشانه شناسی کاربردی*، تهران: انتشارات علم.

شعیری، حمیدرضا (۱۳۹۲). *نشانه معنانشناسی دیداری*، تهران: نشر سخن.

عابد دوست، حسین (۱۳۹۵). *بررسی و تحلیل نمادهای باروری در هنر ایران از کهن ترین ایام تا دوره ساسانی و نمود آنها بر دستبافته های معاصر ایرانی*، پایان نامه دکتری، تهران: گروه تاریخ تطبیقی تحلیلی هنر اسلامی، دانشگاه شاهد.

عظیمی، سیروس (۱۳۷۵). *روانشناسی کودک*، تهران: دهخدا.

عفرای، بهرام (۱۳۸۸). *لوگوتایپ های ایرانی*، تهران: نشر سی بال هنر.

تجزیه و تحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان با تأکید بر ... (حسین عابد دوست) ۱۴۷

کروز، جیم (۱۳۹۲). مرجع خلاقیت در گرافیک، ترجمه صبا سعادت، تهران: هنرنو.
کیارسی، زهرا، سمیه کیارسی، و کیارسی، آزاده (۱۳۹۴). «تأثیر تدریس مبتنی بر تکنیک انیمیشن، تصاویر گرافیکی پویا و ایستا بر یادگیری درس علوم»، فصلنامه فناوری آموزش و یادگیری، سال دوم، شماره ۵.

لیکاف، جرج (۱۳۸۳). «نظریه معاصر استعاره»، ترجمه فرزانه سجودی. در: استعاره مبنای تفکر و ابزار زیبایی‌آفرینی. فرهاد سامانی. تهران: نشر سوره مهر.
لوشر، ماکس (۱۳۷۶). روان‌شناسی رنگ‌ها. ترجمه ویدا ابی‌زاده، تهران: انتشارات درس.
ماسن، هنری (۱۳۸۷). رشد شخصیت کودک، ترجمه مهشید پاشایی، تهران: نشر مرکز.
نجیبی، سمیه، احسان زارعی و حمید محبی (۱۳۹۵). «بررسی اثر بخشی پویانمایی بر خلاقیت کودکان پیش دبستانی»، مجله مطالعات روان‌شناسی و علوم تربیتی، سال ۱۳، شماره ۲.
ورامینی، نیما (۱۳۸۷). تفکر خلاق در گرافیک، تهران: فرهنگسرای میردشتی.
وی وایت، الکس (۱۳۹۳). ایدئولوژی کاربردی در تایپوگرافی، ترجمه عاطفه متقی، تهران: نشر هنرنو.
یاحقی، محمد جعفر (۱۳۸۸). فرهنگ اسطوره‌ها و داستان‌واره‌ها، تهران: انتشارات 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*. Volume 24, Issue 2.
- Derrida, J (1967). *De La Grammatologie*, Paris: les Éditions de Minuit.
- Hoffler, TN., Leutner, D. (2007). «Instructional Animation Versus Static Pictures: A meta-analysis». *Learning and Instruction*. Volume 17, Number 6.
- Jakobson, R (1973). *Questions de Poétique*, Paris: Éditions du Seuil.
- Lin, Cheng-Shih, Ryan Ying-Wei Wu (2016), «Effects of Web-Based Creative Thinking Teaching on Students' Creativity and Learning Outcome», *Eurasia Journal of Mathematics, Science & Technology Education, National Quemoy University*, Volume 12, Number 6.
- Ricoeur, P (1968). *Du Texte à l'Action*, Paris: Points.
- Sutantro, S (2013). «Using Social Media to Enhance Students' Creative Thinking in geography». *Int. J. Learning and Intellectual Capital*, Vol. 13, Nos. 2/3.
- Van Auken, P.M., Frisvoll, S.J. & Stewart, S.I. (2010). «Visualising Community: Using Participant-Driven Photo-elicitation», *Local Environment*, Vol. 15, No. 4.
- Weisberg, Robert (1995). *Creativity. Understanding Innovation in Problem Solving*, New Jersey: Johan Wiley Sons, Inc.

منابع تصویری

تاریخ بازیابی ۱۳۹۸/۱۱/۲ سایت تولید محتوا، برون سپاری محتوا، سنجاقک www.sanjaghak.org
تاریخ بازیابی ۱۳۹۸/۱۱/۲ سایت کتابهای طوطی، بخش کودک و نوجوان، <https://tutibooks.ir>

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

- تاریخ بازیابی ۱۳۹۸/۱۱/۲ سایت پارس استوک www.parsstock.ir-1253778
- تاریخ بازیابی ۱۳۹۸/۱۱/۲ سایت کتاب کودک میچکا <http://michkapub.com/>
- تاریخ بازیابی ۱۳۹۸/۱۱/۲ سایت کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان <https://www.kanoonnews.ir/>
- تاریخ بازیابی ۱۳۹۸/۱۱/۲ سایت شبکه الکترونیک مهدهای کودک ایران <http://www.emahd.ir/>
- تاریخ بازیابی ۱۳۹۸/۱۱/۲ سایت مهد کودک های ایران <http://mahdkoodak.com/>
- تاریخ بازیابی ۱۳۹۸/۱۱/۲ سایت کانون کودک و نوجوان ققنوس <http://irghoghnoos.com/>
- تاریخ بازیابی ۱۳۹۸/۱۱/۲ سایت موسسه پژوهشی تاریخ ادبیات کودکان <https://koodaki.org/>
- موسسه خیریه حمایت-کودکان-فلج-مغزی-سگال <https://ketabak.org/content/14479->
- تاریخ بازیابی ۱۳۹۸/۱۱/۲ سایت شبکه پویا <http://www.pooyatv.ir/>
- تاریخ بازیابی ۱۳۹۸/۱۱/۲ سایت شبکه نهال <http://nahaltv.ir/>
- رونمایی از-لوگوی-جدید-شبکه-پویا-و-نهال <https://www.roozrang.com/>
- تاریخ بازیابی ۱۳۹۸/۱۱/۲ سایت کتابهای نردبان/ ناشر کتاب کودکان و نوجوانان <https://entesharat.com/>
- تاریخ بازیابی ۱۳۹۸/۱۱/۲ <https://danadesign.ir/showcontest.php?id=285>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی