

## اللون وعلاقته بإدراك العلامة التجارية من خلال الخبرة الذاتية للجمهور المستهدف

أ.د/ عطيات الجابري

أستاذ التصميم بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

[gabry.at1@gmail.com](mailto:gabry.at1@gmail.com)

م.د/ نيفين عزت

مدرس بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

[venven1929@gmail.com](mailto:venven1929@gmail.com)

م/ نانسي مجدى فتحى

معيد بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة 6 أكتوبر

[nancy.m.f.10@gmail.com](mailto:nancy.m.f.10@gmail.com)

### ملخص البحث:

من الصعب تخيل العيش في عالم خالٍ من الألوان، حيث يستخدم لتحديد كل شيء من مظهرنا إلى مزاجنا. إن الإنسان يدرك اللون قبل الشكل أو الكلمات أو الحركة، وسمة اللون هي اعطاء التباين والانسجام في توليفة الوحدة البصرية الكلية للتصميم ويساهم اللون مساهمة فعالة في توصيل الفكرة من حيث جذب الانتباه وخلق جو وجداني وانفعال ملائم عند الجمهور المستهدف. ويتجلى ذلك في تصميم العلامة التجارية، حيث تساعد اختيار ألوان العلامة بشكل صحيح على التواصل مع الجمهور المستهدف بشكل أفضل وأكثر تأثيراً. حيث انه عند اختيار لون العلامة فإنه يتم حينها أيضاً اختيار المشاعر والارتباطات التي تسعى المنشأة إلى استحضارها عند الجمهور ويصبح اللون اختصاراً لنقل التفاصيل المرئية حول تلك العلامة التجارية. وتعتبر الخبرة الذاتية للجمهور المستهدف من العوامل الهامة التي تؤثر على ادراكه للدلالات اللونية في العلامة التجارية، حيث تلعب الخبرة دوراً هاماً في عملية الإدراك البصري، فالفرد حينما يرى أشياء لأول مرة فإنه يحاول أن يعقد رابطة أو مقارنة بين ما هو معروف لديه، أي بينها وبين ما سبق ووجد في خبرته وذلك بغرض تفسير هذه الأشياء الجديدة وإعطائها معنى. وتؤثر الخبرة الذاتية في تفسير الرموز المستخدمة في العلامة التجارية، حيث تمتد الجمهور المستهدف بالمعاني والدلالات التي يدركها من أشكال وألوان وعناصر التصميم المستخدمة، مما يساعده في فهم العلامة التجارية. وتلك الخبرة يتم بناءها من خلال العديد من العوامل مثل الأسرة الفرد بالإضافة إلى بيئته الثقافية والاجتماعية. ومن هنا يحاول البحث توضيح أهمية دراسة المصمم لخبرة الجمهور المستهدف الذي يوجه له العلامة التجارية من اجل اختيار لون العلامة الذي يتناسب معه ولا يتعارض مع ثقافته أو خبرته بشكل عام.

### الكلمات المفتاحية:

اللون – الدلالات اللونية – العلامة التجارية – الخبرة الذاتية.