

## زمكانية الهوية وانعكاساتها في الخطاب الجرافيكي المعاصر

خليفة محمود خليفة، كلية الفنون الجميلة، جامعة الموصل، العراق  
معترز عناد غزوان، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، العراق

تاريخ القبول: 2022 / 2 / 15

تاريخ الاستلام: 2021 / 9 / 22

### The Reflection of Time and Place in the Contemporary Graphic Discourse

*Khlieif Mahmood Khlieif*, College of Fine Arts, University of Musel, Iraq  
*Mutaz Inad Ghazwan*, College of Fine Arts, University of Baghdad, Iraq

#### Abstract

This research behaved with the relationship between the time and place with the Identity in the contemporary graphic discourse (the posters, advertising and other graphic design arts).

**Keywords:** Identity, Discourse, Time, Place.

#### الملخص

يتضمن البحث الحالي دراسة علاقة الزمان والمكان بالهوية المرتبطة بالخطاب الجرافيكي المعاصر بمختلف صورته الفنية من ملصقات وإعلانات وغيرها ودراسة تلك الانعكاسات المهمة للزمكان في الخطاب الجرافيكي المعاصر. إذ تشكل الهوية واجهة تعريفية مهمة يكون من خلالها الخطاب الجرافيكي معبراً عن واقعه وامتداداته التاريخية ومرجعياته الفكرية التي تشكل نوعاً من الوجود الضاغط على المصمم الجرافيكي المعاصر اليوم على الرغم من امتدادات تيارات العولمة وما جاء من بعدها من تحولات تقنية ومادية أسهمت في امتداد الأفكار الغربية نحو الشرق وما تحمله في طياتها من تأثيرات جيوسياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية أثرت بشكل عام وخاص على التحولات الزمكانية في الخطاب الجرافيكي المعاصر.

**الكلمات المفتاحية:** الهوية، الخطاب، الزمان، المكان.

## الفصل الأول:

## مقدمة:

ترتبط تلك العلاقة الجدلية ما بين الهوية وبين الزمكان (الزمان مع المكان) في الخطاب الجرافيكي بتحليل النص الذي يكشف لنا تلك العلاقات البصرية لتحويلات الزمكان وبيان أهميتها في تشكيل ذلك الخطاب، بوصفه النص الأكثر تأثيراً في المتلقي سواء أكان فرداً أم مجتمعاً. وتكمن أهمية الهوية التي يتم تحديدها وبيان أهميتها وموضوعها وفكرتها الموجهة الذي لا يتم إلا من خلال تحليل تأثير الزمكان فيه. فالزمن متغير بشكل نسبي، قد يكون التغير سريعاً وبالعكس، أما المكان فقد يتغير بعد مدة طويلة أو لا يتغير أبداً وهنا تغلب عليه صفة الخلود أو الأثر (المكان المتمتع برمزية الانتماء). وبين المكان والزمان علاقة متلاحمة جعلت عدداً غير قليل من الفلاسفة والمفكرين والفنانين يقرون دراساتهما لأحدهما بدراسة الآخر لأنهما يشكلان ثنائية متصلة على الرغم من أن هناك اختلافاً بين طريقة إدراك الزمن، وطريقة إدراك المكان. إذ إن الزمن يرتبط بالإدراك النفسي أما المكان فيرتبط بالإدراك الحسي، وقد يسقط الإدراك النفسي على الأشياء المحسوسة لتوضيحها والتعبير عنها. والمكان ذو علاقة وطيدة مع الزمان، لا رد لأحكامهما فهو ينمو ويكبر ويتحرك ويتطور ويتغير، بل ويهرم أو يتهدم أحياناً. لذلك فإن من مقومات الكشف عن فاعلية قوة الهوية في الخطاب الجرافيكي لا يتم إلا من خلال تحديد قيمة ودلالات الزمكان. فالزمكان هو الذي يحتوي على الأشياء والأحداث، وإذا تلاشى الزمكان فلا بد أن تتلاشى الأشياء والأحداث والعكس صحيح. لذلك يلجأ المصمم الجرافيكي إلى التركيز على دور الهوية وفعاليتها وإحاطتها بتكامل حدثي يقود به إلى ترسيخ فكرته من خلال أصرة الزمكان. فالزمان والمكان لهما وظائف مختلفة تبعاً للنسق الذي يوجدان داخله. فالزمكان هو الذي يعطي للهوية القوة الموضوعية في تداول الفكرة الموجهة من خلال الخطاب الجرافيكي، بل يعد الزمكان المحرك الرئيس لحركة الخطاب ويسبغ عليه صفة الواقعية.

وقد تضمن البحث أربعة فصول بحثية تضمن الفصل الأول دراسة الزمان في الخطاب الجرافيكي في ضوء تحولات الهوية، أما الفصل الثاني فقد تضمن دراسة المكان في الخطاب الجرافيكي في ضوء تحولات الهوية، بينما تضمن الفصل الثالث دراسة زمكانية التراث وتفرد الهوية، أما الفصل الرابع والأخير فقد تضمن دراسة الخطاب الجرافيكي المعاصر، والتطرق إلى أهم العناصر التيبوغرافية التي شكلت نوعاً من الإحساس الكامل والظاهر بالهوية من خلال الصور والرسوم والألوان والرموز وغيرها، بعدها استعراض أهم الاستنتاجات التي خرج بها البحث ومنها: ترتبط الهوية ارتباطاً وثيقاً بوصفها الجانب التعبيري المهم الذي يعطي الخطاب الجرافيكي صفة الانتماء، فضلاً عن التميز من خلال حضور الزمكان. ويخضع المصمم الجرافيكي المعاصر إلى سلطة الهوية في معظم التصاميم الجرافيكية، وبيتعد عنها لأسباب قد ترتبط بالجانب السياسي، والاجتماعي، والاقتصادي، والثقافي والتي يفرضها عاملاً الزمان والمكان. ومن ثم قائمة بالمصادر والمراجع التي اعتمد عليها الباحثان في دراستهما هذه ومن الله التوفيق.

## مشكلة البحث:

مما تقدم نستطيع أن نحدد مشكلة بحثنا هذا في طرح التساؤلات الآتية: ما هي الانعكاسات الزمكانية للهوية في الخطاب الجرافيكي المعاصر؟

## أهمية البحث:

تتجلى أهمية البحث في دراسة زمكانية الهوية من حيث ترصين الظواهر المختلفة التي تواجه المجتمعات اليوم وفي خضم تمدد الفكر المعولم، فضلاً عن إسهام هذا البحث في ترسيخ روح الانتماء للمرجعيات الفكرية والاجتماعية والعقائدية للشعوب والتعرف على حياتها وإرثها وأهدافها الإنسانية من خلال الحضور الزمكاني.

### هدف البحث وفرضياته:

يمكن تحديد هدف البحث في الكشف عن زمكانية الهوية وانعكاساتها في الخطاب الجغرافي المعاصر. ولا بد من التعرف على تلك العلاقات المتداخلة ما بين مفهومي الزمان والمكان للهوية تحديداً في الخطاب الجغرافي المعاصر. ويمكننا تحديد فرضية البحث الحالي في أن الزمان والمكان هما ظاهرتان متجاورتان متلازمتان في الخطاب الجغرافي ولا سيما دورهما في الكشف عن قوة الهوية ورسوخها.

### منهجية البحث:

اتبع الباحثان المنهج الوصفي التحليلي في تحليل خطاب التصميم الجغرافية الواردة ضمن فصول البحث والتطرق إلى تلك العلاقة ما بين الزمان والمكان وتأثيراتها على الهوية البصرية.

### تحديد المصطلحات:

#### 1. الهوية:

لغويًا: تشير المصادر اللغوية إلى أن اسم الهوية ليس عربيًا في أصله، وإنما اضطر إليه بعض المترجمين، فاشتق هذا الاسم من حرف الرباط، اعني الذي يدل عند العرب عن ارتباط المحمول بالموضوع في جوهره (جميل، 1982، ص529). والهوية في التفلسف اللغوي العربي هي التشخص، الشخص نفسه والوجود الخارجي: هي وحدة الكائن المطلقة مع ذاته (خليل، 1995، ص201). ويقول أبو نصر الفارابي في (التعليقات): "إن هوية الشيء عينيته ووحده وتخصه وخصوصيته ووجوده المنفرد له في كل واحد، وقولنا: إنه هو، إشارة إلى هويته وخصوصيته ووجوده المنفرد له لا يقع فيه اشتراك (التركيب، 2003، ص197).

اصطلاحياً: الهوية (Identity) (الكرمي، 1988، ص601) تعني الذاتية، وأحد المبادئ الأساسية في الفكر، يقول بأن الشيء لا يمكن أن يكون الشيء نفسه وشيئاً آخر. وقد تكون الهوية أيضاً مجموع الخصائص المميزة لأثر فني، أو لمجموعة من الآثار (جبور، 1979، ص286). فالهوية ترصد الثابت والمشارك بين الأشياء أو الأحكام (المعجم المختصر، 1986، ص521). والهوية هي حقيقة الشيء من حيث تميزه عن غيره وتسمى أيضاً وحدة الذات (المعجم الفلسفي، 1983، ص208). والهوية هي ماهية نسبية، بالمقارنة مع هوية الذات الإلهية التي ليس كمثله شيء. والهوية لحظة من لحظات الصيرورة الوجودية (خليل، 1995، ص201). ويتعارض مفهوم الهوية مع مفهوم الغيرية، وتستعمل الهوية للإشارة إلى المبدأ الدائم، الذي يسمح للفرد، بأن يبقى (هو هو) وأن يستمر في كانه، عبر وجوده السردي على الرغم من التغيرات التي يسببها ويعانيها (سعيد، 1985، ص225). ويقول الفارابي أن هوية الشيء وعينيته، وتخصه، وخصوصيته، ووجوده المنفرد له، كل واحد. وقولنا إنه إشارة إلى هويته، ووجوده المنفرد له الذي لا يقع فيه اشتراك. وللهوية عند القدماء عدة معان، وهي التشخص، الشخص نفسه، والوجود الخارجي. وفلسفة الهوية بحسب مذهب (شيلينغ) القائل بوحدة الطبيعة والفكر، ووحدة المثل الأعلى والواقع، وكل فلسفة لا تفرق بين المادة والروح، ولا بين الذات والموضوع، فهي فلسفة من هذا القبيل، لأنها تجمع بينهما في وحدة لا تنفصل، وترجعها إلى شيء واحد هو المطلق (جميل، 1982، ص529-532). والهوية هي التكرار والمعاودة، الثبات والأصل الذي يغادر أصليته (مصطفى، 2014، ص24). والهوية هي السمة الجوهرية العامة لثقافة من الثقافات، لكن هذه السمة ليست ثابتة أو جاهزة أو نهائية، ويعد مفهوم الهوية من المفاهيم الحديثة التي ترتبط بالوجود والذات والتراث الثقافي مثلما ترتبط بالاختلاف والتغيير الاجتماعي في صيغها المختلفة ومستوياتها المعرفية المتنوعة وكذلك في سياقاتها المتعددة التي تنتج عياً اجتماعياً يثير تساؤلات تقترب بالهوية من حيث دلالاتها وأبعادها ومكوناتها الأساسية وعلاقتها

بما هو ثابت وما هو متغير من عناصرها (الحيدري، 2013، ص230).

إجرائياً: تعرف الهوية بأنها الظاهرة المتفردة في تركيبها البيئي المشخص والمتميز والحي في طبيعة تكوينها ومعانيها المتجلية في الخطاب البصري الجرافيكي لتسبغه صفة الإقليمية والتميز والتفرد التي تلاقت بالخبرة والتجربة والفعل ورد الفعل بالنسبة لطبيعة تكوين المجتمع فضلاً عن ذاتية المصمم الكرافيكي وطبيعة تكوينه التي تنعكس بشكل موضوعي بوعي تام أو لا إرادي من خلال اللاوعي المتوارث بطبيعة التكوين الإنساني وفكر المواطنة.

## 2. الزمكان:

يتكون مصطلح الزمكان من اندماج مفهومي الزمان والمكان وكما يأتي:

### أولاً: مفهوم الزمان:

لغويًا: الزمن والزمان اسم لقليل الوقت وكثيره وجمعه (أزمان) و(أزمنة) و(أزمن) وعامله (مزامنة) من الزمن كما يقال مشاهرة من الشهر (الرازي، 1982، ص275). والزمان أو الدهر كالظرف الخارق السعة، تتحرك داخله الكائنات وتقع في فضائه الوقائع، فليس ثمة موت ولا حياة ولا سكون ولا ثبات ولا آلام أو مسرات خارج هذا الظرف، ودارسو الزمن يرون أن الزمن اثنان: الأول إلهي يحدده الأزل والثاني إنساني يحدده الوقت (الصانع، 1982، ص61).

اصطلاحياً: يرد تعريف الزمان في المعجم الفلسفي بأنه المدة الواقعة بين حادثتين وثانيتها لاحقة، ومنه زمان الحصاد، وزمان الشباب، وزمان الجاهلية وجمع الزمان أزمنة ونقول الأزمنة القديمة، والأزمنة الحديثة، والزمان في أساطير اليونانيين هو الإله الذي ينضج الأشياء ويوصلها إلى نهايتها والفرق بين الزمان والدهر والسرمد أن نسبة المتغير إلى المتغير هي الزمان، ونسبة الثابت إلى المتغير هي الدهر ونسبة الثابت إلى الثابت هي السرمد (جميل، 1982، ص636). والزمان عند العرب هو الدهر وهما ساعات الليل والنهار والوقت الطويل أو القصير، والعرب تقول أتيتك زمان الصرام، وتعني به وقت الصرام إلا أن الزمان قد استدار كهيئة يوم خلق الله السماوات والأرض (الصانع، 1982، ص62).

إجرائياً: الزمان عامل يرتبط بديمومة المشهد الفني المكون للفكرة التصميمية مؤكداً دور الحدث أو الظاهرة أو الحالة المراد توصيلها عن طريق تفعيل المفردات التصميمية وبما يحقق البعدين الوظيفي والجمالي معاً.

### ثانياً: مفهوم المكان:

لغويًا: هو الموضع والجمع (أمكنة) وأماكن (ابن منظور، 1956، ص414)، وقد ورد تعريف المكان في المنجد محددًا بالموضع. أما الجرجاني فقد أقرح التعريفات الآتية للمكان، وهو إذ يتناول المكان فيها من حيث علاقته بالاتجاه أو الجهة أو بالأين، أو محض ذاتيته الشئئية بوصفه وجوداً مادياً كالدار التي تدل عليها مكوناتها البنائية، أو تحديداً أرسطياً كالمكان المحصور وهو السطح الباطن من الجسم الحاوي المماس للسطح الظاهر من الجسم المحوي. أما المكان المبهم فهو عبارة عن مكان نسميه به بسبب أمر غير داخل في مسماه كالخلف والأمام فإن تسمية ذلك المكان بالخلف إنما بسبب كون الخلف من جهة وهو غير داخل في مسماه والمكان المعين هو عبارة عن مكان له اسم نسميه به بسبب أمر غير داخل في مسماه، كالدار، فإن تسميتها بسبب الحائط أو السقف وغيرهما وكلها داخل في مسماه (الخفاجي، 1999، ص6).

اصطلاحياً: المكان هو الموضع، وجمعه أمكنة، وهو المحل (Lieu) المحدد الذي يشغله الجسم، نقول مكان فسيح، ومكان ضيق، وهو مرادف للامتداد (Etendue)، ومعناه عند ابن سينا السطح الباطن من الجسم الحاوي المماس للسطح الظاهر للجسم المحوي. وعند المتكلمين هو الفراغ المتوهم الذي يشغله الجسم وينفذ فيه أبعاده ويرادفه الحيز، والمكان عند الحكماء الإشراقيين هو البعد المجرد الموجود وهو أطف من

الجسمانيات واكثف من المجردات. والمكان عند المحدثين وسط مثالي غير متداخل الأجزاء، حاوٍ للأجسام المستقرة فيه، محيط بكل امتداد متناهٍ، وهو متجانس الأقسام، متشابه الخواص في جميع الجهات، متصل، وغير محدد، وله عند علماء الهندسة صفتان أخريان: الأولى قولهم إن المكان ذو ثلاثة أبعاد ومعنى ذلك أنه لا يلتقي في نقطة واحدة من المكان إلا ثلاثة خطوط عمودية والثانية قولهم: إن أجزاء المكان مطابقة بعضها ببعض بحيث يمكنك أن تنشئ فيها أشكالاً متشابهة على جميع المقاييس. إن هناك مكاناً لمسياً ومكاناً بصرياً ومكاناً عضلياً وهي كلها من المعطيات المباشرة، يقول ويليم جيمس إن جميع الإحساسات مكانية (Spatiales) أي ذات امتداد (جميل، 1982، ص412-413).

إجرائياً: المكان هو الوعاء الذي يكون فيه الزمان وبذلك يعد نقطة أساسية في الحديث عن ثنائية الزمان والمكان، فلا زمان بلا مكان ولا مكان بلا زمان، وإن وجد واحد منهما بهذا الشكل أو ذاك (منفصل عن صاحبه) في أي بناء فني أو تشكيلي أو تصميمي فلا بد من أن تقارب هاتين الوحدتين من بعضهما الآخر لتقرب إلى ذهن المتلقي وظائف المكان مشتبكة ومتصلة مع الزمان والعكس صحيح.

### 3. الخطاب:

لغويًا: يعرف الخطاب لغويًا بالكلام الذي قصد به الإقناع، وهو اللفظ المتواضع عليه المقصود به إقناع من هو متهيئ لفهمه، ويبدل الخطاب بنحو خاص على الكلام مقابل الكتابة، وتفكيك الخطاب يعني تفكيك الكلام المحكي أو المكتوب (خليل، 1995، ص70). والخطاب في النحو حالة من حالات الكلام وقسيم التكلم والغيبة (ميشال، 1987، ص602). كما يعد نصاً يكتبه كاتب إلى شخص آخر، ويسمى كذلك الرسالة، وقد يكتب المرء خطابه شعراً، لكن الأشهر أن يكون الخطاب نثراً (التنوجي، 1993، ص402) والخطاب مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبةً وخطاباً، وهما يتخاطبان (أحمد، 2007، ص483). والخطاب هو نمط أو أسلوب في اللغة، والخطاب أنواع؛ فمنه الخطاب السياسي، والخطاب الديني. والخطاب يرتبط بالموضوع (Oxford, 2011, p.107). كما أن الخطاب كمفهوم نقدي يمثل المحادثة، وتعبير شفاهي عن فكرة، ومنطوق، وعرض. وكان شكل الخطاب يسمى قديماً بنمط النص (العامري، 2013، ص142).

اصطلاحياً: يعد الخطاب الجرافيكي نوعاً من أنواع الاتصال البصري ما بين المرسل والمتلقي، ويعتمد على خزين من العلامات والشفرات البصرية، ويقوم على العناصر البصرية مجتمعة، إذ تتفاعل هذه العناصر مع بعضها لبناء معمارية لخطاب البصري كلياً (عزيز، 2017، ص18).

إجرائياً: يعرف الخطاب الجرافيكي بأنه لغة ناتجة من خلال العلاقات التي تقوم بها العناصر التيبوغرافية (الألوان والصور والأشكال والنصوص والكتابات) من تشكيل بصري تتحول إلى نص يرادف اللغة كان نقول الخطاب البصري رديفاً للصورة الشعرية وبنائها في القصيدة العربية أو الخطاب النثري السرد في الرواية والقصة وقصيدة النثر وغيرها من فنون الأدب واللغة، فالخطاب الجرافيكي هو التعبير البصري لمجازات العلامات وسيميائية الرموز الموجودة والواضحة بصرياً أو المشفرة داخل الرموز البصرية في الخطاب الجرافيكي لتحكي سرداً بصرياً قابل للتفسير والتأويل ومحققاً المنفعة والتأثير في المتلقي كفرد أو مجموعة المتلقين كمجتمع.

### 4- المعاصر:

لغويًا: عرفه ابن منظور بأنه معتصري، عمري، ودهري (ابن منظور، 1956، ص575). وعرفه الرازي بأنه الدهر والجمع عصور (الرازي، 1982، ص436)، والعصر: اليوم والليلة والعشي إلى احمرار الشمس (الفيروزآبادي، 1993، ص566).

اصطلاحياً: المعاصر ويأتي بمعنى المتزامن (Contemporary) (الكرمي، 1988، ص262). وهو مفهوم نسبي لمسايرة العصر في جل تطورات ومفاهيمه (سعيد، 1985، ص150). أما العمل الفني فيكون

معاصراً بقدر حمله سمات وملامح عصره ومعطياته الجمالية، فضلاً عن بعده الزمني الراهن (الخفاجي، 1999، ص17).

إجرائياً: يعرف النص البصري الجرافيكي المعاصر بأنه الخطاب البصري الجرافيكي المتزامن حدثاً مع غيره في وقت واحد، من خلال زمكانية الهوية وانعكاساتها في ذلك الخطاب.

## الفصل الاول:

### الزمان في الخطاب الجرافيكي في ضوء تحولات الهوية:

يؤدي الزمان بوصفه ظاهرة مهمة في كشف دور الهوية في الخطاب الجرافيكي، نظراً لما يمثله من إحساس غير مرئي يدرك من خلال ذهنية المتلقي ويوجه من خلال فكر المصمم الجرافيكي. فالزمن غير مرئي، بيد أنه يدرك ويصبح مرئياً في الفن، ويمكن النظر إلى الزمن بوصفه تتابعاً أو سلسلة من الأحداث التي تستغرق زمناً معيناً كما في تلك السلاسل المتتابعة من الأحداث التي تحدث فعلاً ويتم رصدها (شاكر، 2005، ص145). وبهذا الصدد وضع المصمم الجرافيكي المعاصر حركة شبه واقعية للزمان فضلاً عن قوة حضور الهوية. فقد أثار المصمم والفنان الأمريكي جيمس مونتغمري (James Montgomery) (1877-1960) الترابط ما بين تفرد الهوية الوطنية (الأمريكية) وتوطيدها مع تحولات الزمان سيما زمن الحرب والإخلاص، أو الولاء للوطن، والتشجيع على التطوع في القوات المسلحة في تصميمه الشهير (أريدك أن تتطوع في الجيش الأمريكي) في خطابه المباشر للجمهور لأغراض تعبوية ونضالية ووطنية (الراوي، 2011، ص54). وكانت لأطروحات (مونتغمري) الجريئة لمساتها الواضحة في الخطاب الجرافيكي، وحركة الزمان ودوره الكبير في ترسيخ وتفرد الهوية الوطنية. وقد تشابهت تلك الأطروحات التي تغير فيها الزمان فقط، بيد أن الهوية بقيت من خلال السمة الوطنية (النجمة الخماسية) أو ما يطلق عليها (Pentagon) التي غدت تمثل رمزاً للقوة والدفاع الأمريكي. فالهوية راسخة ومتفردة من خلال اللون الأزرق والنجمة الخماسية التي يرتديها الشكل السائد، بيد أنها يمكن أن تتغير من حيث الأفراد أو الأشخاص الذين يرتدون القبعة. كما فعل المصمم الأمريكي (جورج لويس) (George Lois) الذي استعار وجهه للرئيس الأمريكي (باراك أوباما) ليعطي ويعيد تشكيل الخطاب بزمان معاصر وبهوية متفردة ثابتة، وبخطاب موحد. الأشكال 1، 2.



الشكل 2



الشكل 1

هذا وتميزت الهوية الوطنية بتفردتها من حيث الرمز والشكل واللون (الشخصية السياسية، وشكل النجمة الخماسية، واللون الأزرق) والأحمر، والتفرد من خلال العلم الأمريكي الوطني)، أما حركة الزمان فقد اختلفت من حيث الرمز وكانت ثابتة من حيث ترسيخ القيم الوطنية من خلال تفرد الهوية وثبات قيمها. فالهوية في مضمونها الفكري ضمن الخطاب الجرافيكي التي اختلفت في توظيف الرمز السياسي (الشخصية السياسية المتحولة)، مما أعطي مؤشراً واضحاً لعلاقة الزمان بالتاريخ. فالزمانية والتاريخية هي جزء لا يتجزأ من كينونة أي تكوين (البازعي، 2000، ص51). لذلك فقد كان للزمان دوره الفاعل في الربط بين القديم والجديد وفق رؤى مادية واضحة تضيء على عمل المصمم الجرافيكي القدرة الجيدة في تبني الأفكار وبناء الفكرة الجديدة، أو ما يمكن تسميته بإعادة التصميم. ومع ذلك يرى الفيلسوف المثالي الفرنسي وممثل الحداثة (هنري برجسون) (1859-1941م) أن الواقع الحقيقي للزمن هو الديمومة (الجراد، 2007، ص42)، أي يريد العقل أن يجمع الدائم الثابت، بالمتغير المتحرك، حتى يتمكن من قياسه

في الخارج (عقيل، 2012، ص86). فالمصمم الجرافيكي تنبأ بالزمن المستقبلي عن طريق تفكيره بالواقع الافتراضي الذي أسهم في تدمير الهوية وتحطيم معانيها، مما أدى بالمصمم المعاصر إلى تغيير الرمز للتعبير عن الخوف من الزمن القادم أو المستقبلي مع ترسيخ تفرد الهوية (الأمريكية) في إشارة واضحة إلى زمان غامض مليء بالمآسي والدمار والموت. الشكل3، إذ يؤكد المصمم الجرافيكي بشكل مقارن للزمان القبلي والزمان البعدي للحدث مع ثبات الهوية.



الشكل3

فالزمنية هنا هي شكل من أشكال التشخيص، والقيمة تدرك داخل الزمن، فكلاهما عماد لمضمون واحد (سعيد، 2009، ص90). تختلف تأويلات حركية الزمن في الخطاب الجرافيكي الذي يركز على دور الهوية، وهذا ما تلجأ إليه تلك الخطابات البصرية التي تعتمد الإشهار والترويج أي الولوج إلى عالم الدعاية والإعلان التي تختلف من حيث الفكرة والجمهور والتصميم. إن معيار قياس الزمن في تلك الخطابات البصرية يرتبط بمكونات النص وقوة اشهارية العناصر الفنية لا سيما الحاجة إلى تفعيل الدور الجمالي في النص البصري، ليسأل سائل ما الحكم هنا، فعلى الهوية وهل تتمتع هذه الهوية الاشهارية بالتفرد؟ الجواب هنا يكون من خلال العلامة التجارية التي تعد هوية متفردة في الخطاب بوصفها العلامة الفارقة لمرجعية الإشهار. فالزمن متأصل في خبرتنا اليومية والحياتية؛ فهو متصل بحياتي، والحياة زمن، والزمن حياة، لذلك فالزمن إحساس يختلف في درجة فهمه (الصديقي، 1995، ص124). الأشكال4، 5.



الشكل5



الشكل4

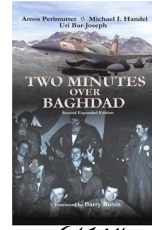
في الشكلين أعلاه، الزمن متدفق متحرك يثير البهجة والفرح والتألق، وأسهم في بناء واقع معاصر في الإشهار والترويج، فالعلامة هي عرض خاص لمنتج، وهي أيضاً هوية ثقافية أي (رؤية للعالم)، لذلك فإن هوية المنتج لا تستقيم إلا من خلال (الماركة)، التي تضمن له وجوداً في الذاكرة وفي القيم وفي السوق أيضاً (سعيد، 2009، ص126). فقد تفردت هوية المنتج عن طريق حضور ورسوخ العلامة التجارية. كما تعد وظيفة الهوية في الخطاب الجرافيكي الإشهاري وظيفة لها قدرة إقناعية لأنها تلبي الحاجات وتثير الاهتمام وترغب المتلقي باقتناء تلك الحاجات. عن طريق ما الثلاثة الآتية: مباغتة شعور وحواس الرائي، وإثارة غريزة من غرائزه. وتحفيز القدرة الاستقرائية لمضمون الفكرة (نصيف، 2015، ص102).

فالزمن يختلف باختلاف مضمون النص البصري الجرافيكي من حيث نوع المنتج واستخداماته اليومية، بيد أن الهوية تبقى متفردة من خلال العلامة التجارية. وهنا يذهب بعض الباحثين إلى تسمية الهوية حسب الاختصاص الذي يبيته الخطاب الجرافيكي لا سيما التجاري والترويجي، فالهوية الجسدية مثلاً تتعلق بالمنتجات الخاصة بمواد التجميل أو المواد الاستهلاكية (سعيد، 2009، ص207)، وهكذا بحسب نوع الإعلان وتخصصه.

كما ويشترك الزمان في إضفاء تفرد للهوية من خلال الكتابات التي يتضمنها الخطاب، والتي تعطي دلالة واضحة لأنية الزمن أو الزمان الأنبي، وتحديده مع إبراز الهوية من خلال الحدث أو الموضوع، وقد اهتم العديد من المصممين بهذا الأمر المهم الذي يكون وقعه مهماً في المواضيع السياسية والاجتماعية على وجه الخصوص. كما تجسد الكتابات أو العنوانات الرئيسية والفرعية في الخطاب الجرافيكي التركيز على قوة حضور الزمان وتثبيت هوية المكان. فعندما وضع المصمم عنواناً لنصه البصري (دقيقتان فوق بغداد)، فالزمان محدد لا يقبل الجدل، والهوية متجسدة في المكان (بغداد)، وقد احتوى الخطاب على صور متراكبة مع بعضها لطيارين ضباط وصورة لطائرة عسكرية، تعطينا فكرة واضحة عما قام به العدو الإسرائيلي من ضرب للمفاعل النووي العراقي عام 1981م. وكذا الأمر في تركيز المصمم الجرافيكي على تحديد فكرة سياسية من خلال استرجاع الذاكرة نحو الزمان الماضي المرتبط بأهات ودمار ومحن أثرت في ترسيخ الذاكرة بالألام، ليسترجعها المصمم ضمن الحاضر وبطريقة جديدة في الحوار مع الماضي وتحديد أو تفرد للهوية الشخصية هنا أيضاً، وهذا ما فعله المصمم الجرافيكي في تأكيده الهوية الشخصية الراسخة في استذكار الدمار والموت (هتلر) فالذي يقف وبظله المتوسع تمتلئ بأشهر اللوحات العالمية التي يبين فيها المصمم حجم الدمار والنهب لتلك اللوحات من معارضها الفرنسية إبان الحرب العالمية الثانية (1939م-1945م) التي تعيد الذاكرة إلى هوية النازيين وعبثهم بالتراث والحضارة. الأشكال 6، 7.



الشكل 7



الشكل 6

من جهة أخرى يتعامل الزمان مع الصدمة أحياناً لا سيما في تفاعله مع الخطاب الجرافيكي وما يحمله من هوية متفردة تعيد إلى الأذهان الزمن الماضي وما خلفه من صدمة ورد فعل قاس. وهنا يبين أن المصمم الجرافيكي وهو فرد من أفراد ذلك المجتمع، يتأثر ويؤثر فيه، ولا بد أن ينتقل إلى هوية تنزع إلى ما بعد الصدمة في التعبير والإحساس والإشهار. وتحدد تلك الهوية جراء اضطرابات ما بعد الصدمة من خلال الذكريات والصور البصرية المرتبطة بالحدث (الأفكار والصور). ومن خلال الاتجاهات السلبية إزاء الحياة والمجتمع والمستقبل (غسان، 1999، ص154).

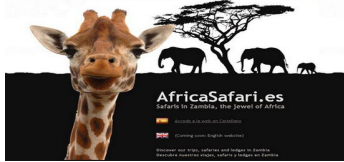
### الفصل الثاني:

#### المكان في الخطاب الجرافيكي في ضوء تحولات الهوية:

يحمل المكان بعداً علاقاتياً وتاريخياً، له تداخل مع الهوية (الشتوي، 2010، ص71). ويمثل الحيز وهو الصفة التي تعطي للشيء حقيقته (سعيد، 2013، ص122). ويقوم المكان بتكثيف الذاكرة الثقافية التي يكون على الذاكرة الفردية للذات أن تنشطها من جديد (غروس، 2012، ص115). فالمصمم الجرافيكي يتعامل مع هوية المكان كجزء من شخصيته وتأثره بمكانه الذي يعد الهوية الحقيقية التي تمثل قيمة الانتماء. فعندما يلجأ المصمم الجرافيكي إلى وضع رمز أو شكل أو علامة أو إشارة أو غير ذلك، تكون بمثابة علاقة رابطة ما بين هوية المصمم من جهة وتفرد مكان تلك الهوية من جهة أخرى. فالمكان حي وله لغة اتصالية مهمة في جذب انتباه المتلقي نحو الفكرة والموضوع والغرض منه، وهو الأكثر التصاقاً بحياة البشر، إذ إن خبرة الإنسان بالمكان وإدراكه له يختلفان عن خبرته وإدراكه للزمان، ويدرك المكان إدراكاً حسيماً مباشراً (سيزا، 2002، ص37). ولا يتم ذلك الإدراك بدون معايشة المكان من قبل المصمم بوصفه المسؤول عن تشكيل وبناء الخطاب الجرافيكي لا سيما في تعبيره عن وجود الهوية من خلاله. إذ يقاس



المكان بصرياً من خلال تحديد هويته وتحليل تلك المكونات الخاصة بالهوية في ضوء المكان الذي يحويها ويبين نمو الفكرة وصراعها مع المكان الشامل وهو الأعم، والمكان الخاص وهو المحدد. كما يمكن أن تعبر العناصر التيبوغرافية عن وجود المكان وتشخيصه أو تحديده عن طريق (الصورة، والنص الكتابي، واللون وغيرها). فالمكان يدعم ويعمق الإحساس بأنواعه وعناصره، وكذلك يظهر البعد النفسي للشخصية (طاهر، 2002، ص70). لذلك يلجأ المصمم الجرافيكي إلى الاستعانة بالصورة التي تؤكد هوية المكان وبتعبير مباشر إلى المتلقي بما لا يقبل التأويل ولا يتسع للنقاش حول مرجعية المكان. الأشكال8، 9.



الشكل 9



الشكل 8

ففي الأشكال أعلاه نلاحظ أن المصمم قد أكد على المكان من خلال وضعه لصورة مسجد تاج محل في الهند الذي أراد منه تأكيد تفرد هوية المكان وتميزه، من دون الحاجة إلى قراءة النص المرفق مع الصورة الذي يدعو إلى زيارة الهند، الشكل8. وكذا الأمر مع الخطاب الجرافيكي الآخر، الشكل9، الذي يمثل واجهة ويب، لموقع يحدد المكان الشامل (إفريقيا) لا سيما من خلال المبالغة في حجم وجه حيوان الزرافة مع الفيل الإفريقي كبير الحجم، وهما يقطنان القارة الإفريقية حصراً (هوية متفردة)، مع قوة حضور القيمة السوداء كدلالة على القارة الإفريقية (هوية متفردة). فاللون هنا تعبير عن تفرد هوية المكان وتأكيد حضوره. ويتم تحليل فاعلية هوية المكان وتفرد من خلال العلاقة ما بين الدال والمدلول، لا سيما على مستوى الصورة، وهي العلامة الأيقونية الصورية، أي تلك الموجودات المكانية التي يتضمنها النص البصري للدلالة على موجودات واقعية (كريم، 2013، ص135). ويقول الفيلسوف الفرنسي (غاستون باشلار) (1884-1962م): "إن تواجد الأشياء في المكان الذي نضيف إليه وعي وجودنا الخاص هو شيء ملموس جداً" (باشلار، 1980، ص227). أي من خلال قوة التعايش ما بين سلطة المكان بما تمثله سلطة الهوية من جهة، وانعكاسها على المصمم الجرافيكي من جهة أخرى.

فضلاً عن ذلك عبر المصمم في نظرتة المعاصرة لهوية المكان من خلال قوة حضور الرمز، الذي يعد من أقوى أدوات التأكيد والتفرد في هوية المكان. فالرمز علامة تحيل إلى مدلول مفارق متعارف عليه رسوخ الوعي الاجتماعي والتاريخي، إذ يقول (هيغل): "إن الرمز شيء خارجي، معطى مباشر يخاطب حدسنا مباشرة، بيد أن هذا الشيء، لا يؤخذ ويقبل كما هو موجود فعلاً لذاته، إنما بمعنى أوسع وأعم بكثير" (كريم، 2013، ص136). فللرمز دور مهم في تنظيم التجربة الإنسانية، فلكي تبلغ هذه التجربة وتصبح عامة وكونية تحتاج إلى أن تصب في أبعاد رمزية (سعيد، 2005، ص122). فيلجأ المصمم الجرافيكي إلى تحديده لهوية المكان من خلال العنوان أحياناً مع غياب الهوية بمعناها الخاص للمكان غياباً يكاد يكون واضحاً في اختفاء الملامح البصرية لرمزية هوية المكان أو بالعكس. الأشكال10، 11، 12.



الشكل 12



الشكل 11



الشكل 10

ففي الشكل 11، لا يمكن الاستدلال على هوية المكان من خلال العناصر التيبوغرافية الشهيرة عن المكان (أيام بيروت السينمائية) فأين هوية المكان هنا؟ الجواب يكمن في تحديد اسم (بيروت) كدلالة على هوية المكان مع غياب السمات البصرية المتميزة للمكان الشامل (لبنان). على العكس من ذلك فقد بين المصمم الجرافيكي التأكيد على أهمية هوية المكان في الشكلين 11، و12 إذ وضع المصمم الجرافيكي رمزاً تؤكد حضور هوية المكان الياباني من خلال قرص الشمس الأحمر، والفكر الاشتراكي السوفيتي من خلال رمز المنجل والمطرقة، كاستعارة رمزية من الفلاح والعامل.

### الفصل الثالث:

#### زمانية التراث وتفرد الهوية:

لا شك أن التراث يمثل في كثير من اشتغالاته الزمكان المتوطد (المستوطن) داخل الهوية، بل المعبر عنها بكل صدق من خلال الخطاب الجرافيكي، ويكون لحركيته داخل المخيلة الإبداعية للمصمم وجود لا إرادي ينعكس بالتالي بكل وضوح في نصه البصري، سواء كان في الوعي أو اللاوعي. فالتراث هو مجموعة القيم الفكرية لشعب من الشعوب، تتحرك من زمن إلى زمن وفق متطلبات تلك المرحلة لأهميتها في الحياة الاجتماعية والثقافية والتواصل فكرياً وثقافياً. ويعد بمفهومه العام مجموعة من المفاهيم المرتبطة بالعبادات والتقاليد والآداب والفنون الشعبية كالموسيقى والرقص، ثم أصبحت تستوعب المواد المشكّلة التي حكمها أنها ذات أسلوب شعبي ولا سيما الفنون التي تتمتع بوظائف حيوية واجتماعية (عبد الحميد، 1983، ص172). ويسعى المصمم الجرافيكي، في بحثه لتأكيد حضور الهوية من خلال زمكان التراث وفعله، أن يؤكد بما لا يقبل الشك مقدرته التعبيرية والتقنية في إبراز تلك القيم. وهكذا يستمد الوعي الزمكاني وجوده من خلال الإدراك لهوية التراث وفعله. ويتطلب فهم التراث تأويلات لا نهائية وليس كل تأويل أفضل من التأويلات الأخرى، كما يتطلب الأمر إعادة النظر فيما درجنا عليه من تصورات عن الزمن وعلى رأسها مفهوم الزمن كحاضر وحضور (عبد العالي، 2014، ص14). وهوية التراث وتفرداها في الزمن هي واقع لا يقبل الشك. فالزمن يتكلم كما تتكلم كل العناصر التي تحيط به ونحن ندرك خطابه ونتعامل مع غيرنا وفق هذا الخطاب (سعيد، 2009، ص39). وتجدر الإشارة إلى أن المصمم الجرافيكي هو الأكثر التصاقاً بزمان ومكان الحدث من خلال إبرازه لتفرد الهوية التراثية التي قد تتناقض أحياناً مع الهوية التاريخية، فهناك اختلاف بين القيم التراثية من جهة والقيم التاريخية من جهة أخرى؛ فتلك الأولى هي من تكون الأكثر وجوداً وترسخاً للهوية وتفرداها في الخطاب الجرافيكي، من خلال إلمام ومعرفة المصمم بكافة مفردات التراث في مكانه وزمانه. أما التاريخية فهي نظرة ذاتية تتعلق بالمرجعيات الفكرية والعقائدية والاجتماعية وغيرها، ولا بد أن يكون للمصمم موقفاً واضحاً منها سواء بالصد أو الرأي المساند لمنهجه. فالتاريخ هو البعد الزمني وعلم الإنسان هو البعد المتزامن (ديبون، 2014، ص140). والزمان متحرك وغير ثابت مما يؤثر بشكل أساسي في الناتج الفني والثقافي للمصمم، فالتصميم دائم الحركة والتغيير وهو في حالة حركية مستمرة ترتبط بالتقنيات المختلفة والمتطورة بتغيرات الزمن وتحولاته (هدى، 2004، ص31). فضلاً عن قوة تأثير المكان وتسلطه لا سيما في إبراز وتفرد هوية التراث وفعله. وتجدر الإشارة إلى أن هوية المصمم الحرفية والماهرة هي كل ما ارتبط بالمرجعيات الحضارية والبيئة والعادات والتقاليد التي يمثلها التصميم، ووفق مهارات متوارثة بأساليب فنية جديدة ومعاصرة (شيماء، 2005، ص59). فقد جسد مصممو العديد من الشعوب لا سيما الشعوب المتحضرة رموزهم الحضارية في الخطاب الجرافيكي، كرمز التنين عند الصينيين، والأسد وعجلة القانون التي استعملت في العديد من التصاميم الهندية المعاصرة كموروث شعبي مهم ومقدس (K.C.Aryan, 1981, p.43)، وتحولت تلك الرموز إلى تراث مؤطر بالزمكان كهوية متفردة في الخطاب، كما عبر عنها المصمم بالأشكال الهندسية أحياناً التي دخلت في مضامينها الفكرية كرموز أكدت على هوية التراث وتفرداها. فالدائرة على سبيل المثال ترمز إلى الكلية غير القابلة للتجزئة، فإن الحركة الدائرية هي حركة مطلقة

الكمال، وإنما لا تتغير وليس لها بداية ولا نهاية، وهو ما يجعلها رمزاً للزمن (سعيد، 2009، ص177). أكد اليابانيون على تلك السمة والمعنى في تأكيد هوية تراثهم وتفردته من خلال معناه في الزمكان، كذا الحال مع تعدد الأمكنة الأخرى، إذ يكتسي التراث معانٍ ودلالات شتى، وقد يكتسي معنى البدائية والتي تحيل إلى كل ما هو سابق على الحضارة (عبد العالي، 2014، ص12). الأشكال13، 14، 15.



الشكل15



الشكل14



الشكل13

ففي الشكل14، عبرت الأسود الثلاثة الواقفة فوق القرص الدائري عن هوية الشعب الهندي التراثية وخصوصيته المتفردة التي أصبحت قوة للرمز وتميزه واكتسابه الهوية المتفردة. كذا الأمر في الشكلين15، و16، فقرص الشمس الدائري هو الهوية التراثية والوطنية لليابان، بينما أكد المصمم حضور الهوية التراثية المكسيكية من خلال الأزياء المعروفة بألوانها البراقة. وتبقى الرمزية اللونية مجالاً مستمراً للدراسة تعتمد على مجموعة من الأدلة التراثية، مع التأكيد بارتباط الألوان بالحالة الوجدانية، والقيم والجماعات، وهذه الحالات غالباً ما تتنوع بتنوع الثقافات (كلود، 2013، ص44). فالعمق الحضاري لأمة ما أو لدولة ما، ما هو إلا حاضر على إنتاج وتوزيع المعرفة فالهنود والآسيويون يحتكمون إلى عمق متجذر في التفكير الفلسفي والمنطق وفي التمثل العقلاني للأمور (المنجرة، 2000، ص46). وهنا تلتصق معاني التراث فيها بما يعرف باللون التراثي كما يشير بعض النقاد المحدثين؛ فاللون التراثي هو الذي يختزن القيم الجمالية المعنوية، تلك التي تعيد إليك وأنت تشاهدها مكونات الحضارة وبقياء عصور شهدت بنية عقلية. وإن اللون التراثي المعنوي لا يعيدنا إلى تلك العصور دون أن يضمن لتعاملاته مسحة معاصرة (النصير، 2013، ص28). وتكون تلك المسحة المعاصرة مرتبطة بأصالة وهوية المكان، فضلاً عن تأكيد روح الانتماء إلى الزمكان والإحساس به من خلال الهوية. وإن اشتراط الانتماء هو في الفهم الحقيقي لجذور التراث وعناصره المستديمة، وبقدر ارتباطنا وولعنا بهذا الكم الزاخر من الموروث العريق تتسع درجة الإشعاع التي يصدرها هذا التراث (الصحن، 2011، ص23). هذا وتأثرت الهوية في موضوع تفردتها بتطور الفكر العالمي ما بين الحداثة وما بعدها. إذ أثرت تلك التيارات الفكرية الجديدة في تحديد الهوية التراثية وزمكانها بالتالي تطورها، وتحولها إلى ضاغط لتلك الأفكار الجديدة التي أسهمت في تعويم الهوية أو تعميمها كما نادت بها أفكار العولمة المصاحبة لتلك التطورات، التي طرأت على مجمل الفعاليات العلمية والإنسانية والفلسفية وغيرها. فالحداثة هي ناتج طبيعي لتطور التراث ذاته (عايدابي، 1999، ص92). وإن الهوية لا يجب أن تنفصل عن الحضور في العالم من حيث أن هذا الحضور يمثل كنه الحداثة (التركي، 2010، ص209). والحداثة قبل كل شيء هي مجموعة من العمليات التراكمية التي تطور المجتمع بتطور اقتصاده وأنماط حياته وتفكيره وتعبيراته المتنوعة. معتمدة في ذلك على جدلية العودة والتجاوز، عودة إلى التراث بعقل نقدي متجذر متجاوزة التقاليد لتجعل من الحضور آنية فاعلة مبدعة في الذات والمجتمع (التركي، 2003، ص213). فالمصمم الجرافيكي يضمن هويته الخاصة مضموناً مشتركاً هو ما تمد به الثقافة والتاريخ (سعيد، 2009، ص151). فالثقافة مرتبطة أساساً بالواقع المكاني والزمني والحضاري، والتي تعد أحد أشكال الحداثة، إذ يؤدي التراث والإبداع والزمان والمكان دوراً أساسياً في إحداث العديد من التغيرات الفكرية والتقنية (المطبيع، 2009، ص61). فضلاً عن الموروث الحضاري المتمثل في الطرز التاريخية التي تعد رصيماً للمصمم بكل ما فيها من نتائج

تصميمية استخلصها من عوامل عديدة كالبيئة، والمجتمع، والظروف الاقتصادية... بنظريات وأساليب تشكيل فنية متعددة (ياسر، 2010، ص19).

#### الفصل الرابع:

#### الخطاب الجرافيكي المعاصر:

يعد التصميم الجرافيكي خطاباً بصرياً يحمل الكثير من المزايا والخصائص الفنية والجمالية ويرتبط هذا الخطاب المهم بمكوناته بالعناصر التيبوغرافية التي تضم العناصر التيبوغرافية والجرافيكية التي جمعت معاً تحت مصطلح العناصر التيبوغرافية، فالخطاب البصري يحمل في طياته كافة تجليات التشكل وبلاغة الدلالة وعمليات تنشيط الانتباه من الإدراك والتذكر والتخيل والإبداع والرمزية، إذا ما قدمت وفق مبدأ علمي (فؤاد، 2014، ص116). ويمكن أن نتطرق إلى تلك الجوانب كما يأتي:

#### أولاً: النص الكتابي والعنوانات:

تعد الكتابات جزءاً مهماً من مقومات إدراك وفهم وتحليل مكونات الخطاب الجرافيكي والولوج إلى معرفة خلجاته وسبر أغواره، ويمكن أن نصنف الكتابات أو النصوص الكتابية والعنوانات الرئيسة والثانوية إلى العناصر التيبوغرافية التي تعنى بكل متعلقات الحرف الطباعي والكتابات النصية. ويرتبط النص بالمقروئية، والوضوحية التي تتحدد نتيجة لعوامل محددة، فهناك عوامل خارجية تشمل الإضاءة ونوع السطح المكتوب عليه، وعوامل تتحكم بها من خلال تصميم الحرف أو تصميم الصفحة، وتتضمن: الفضاء، والمسافة بين الأحرف، وطول السطر الكتابي، المسافة بين السطور (فؤاد، 2014، ص38). لذلك يعد العنصر الكتابي أو الحروفي من المكونات الأساسية للخطاب، وتحقق تلك الكتابات قوة في الجذب البصري إلى الخطاب بوصفه كلا متكاملًا قابلاً للتأويل والتفسير، بل يكون الخطاب الجرافيكي مبنياً على حضوره السائد. وقد تأثر



الشكل (16)

المصممون الجرافيكيون بالكتابات أو الحروف ودورها في الخطاب الجرافيكي، وهذا ما أكده المصمم والفنان (وليم موريس) 1896-1834، وهو أحد رواد حركة الفن الحديث (Art Nouveau) (نوري، 2015، ص37) في استعماله للحرف اللاتيني وتأثيراته الجمالية في التصميم، إذ كان يحلم بإعادة تأسيس وترسيخ قيم الحروفية التقليدية (نصيف، 2013، ص47). الشكل16.

كما تمثل النصوص الكتابية من حيث نوع لغتها نوعاً من التأكيد على دور الهوية وتفردتها، وتميز الخطاب الجرافيكي في تعبيره عن الزمكان المتميز والانتماء إليه. الأشكال17، 18، 19.



الشكل 19



الشكل 18



الشكل 17

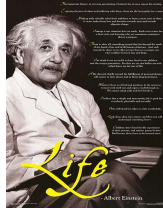
#### ثانياً: الصورة والرسوم:

تشكل الصورة خطاباً بصرياً قائماً بحد ذاته، إذ تعد الصورة لغة خطاب مباشر للمتلقي. وقد قدم (رولان بارت) تصوراً نقدياً للعلاقة بين النص والصورة من خلال مراجعته للصورة الصحفية، إذ إن التلازم بين الاثنين في الحضور على شكل وصف أو عنوان أو ارتباط بمقالة ما، هناك يتعاون النص والصورة على إنتاج المعلومة بنحو تشاركي، دون أن يعني ذلك تجاوزهما للبنية الخاصة لكل واحد منهما، ففي النص يبني

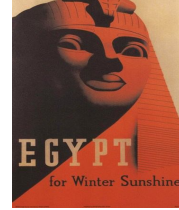
المعنى من خلال الكلمات، فيما الصورة توجد على شكل خطوط وأشكال وألوان وظلال، الأول يبدو واضحاً مكتملاً فيما الآخر أي الصورة تبقى مسألة إدراكها ومعرفة محتواها رهينة إشكالات وأسئلة عدة (السادة، 2011، ص49). فالصورة في المقام الأول هي أداة تعبيرية، ولا تختلف في ذلك عن باقي أدوات التمثيل الرمزي التي تتوافر للإنسان (غويتي، 2012، ص24). وتعكس العلاقة بين الصورة والنص داخل مجال التمثيل وعالم الدلالة والتواصل، تلك العلاقات التي نطرحها بين الرموز والعالم، بين العلامات ومعناها (شاكر، 2005، ص203). وللنص بداية ونهاية أما الصورة، فلها إطار، ومن ثم فتأثيرها قوي بمقدار ما يكون مباشراً، فهي إظهار وإبراز، أما السؤال هل تُقرأ الصورة مثل النص؟ فإن الجواب هو أن يقال مجازاً إنها تُقرأ أو تفك شفرتها، لكن من المؤكد أن الصور ترى أو تشاهد (عبد العالي، 2014، ص152). فالصورة في التصميم الإعلاني تكون أقرب من النص غالباً، فهي الأسبق في اختيار القارئ وهذا يفرض شروطاً حتى قبل مطالعته (السادة، 2011، ص82). وهكذا فإن تأويل الصورة من زاوية بلاغية، يجب أن يمتد ليشمل الملصق، لا أن يبقى محصوراً في حدود الإعلان (فيكتروف، 2015، ص106). مما تقدم يمكن أن يجسد المصمم روح الهوية وتفرداً من خلال الصورة، التي يعدها المصمم نصاً بصرياً مستقلاً بذاته يمنح المتلقي القدرة الكامنة في تحليل الخطاب الجرافيكي بأكمله من خلال القوة التعبيرية التي تفرضها الصورة لا سيما إن كانت تلك الصورة تمثل روح الهوية من خلال الصور الشخصية وصور المعالم الأثرية وصور المشاهير والصور الشعبية أو صور المأثورات الشعبية (الفولكلور) وغيرها، والتي يستطيع المصمم من خلالها أن يثبت قوة تحكم الهوية بالصورة وبلاغتها ولغتها. الأشكال 20، 21، 22.



الشكل (22)



الشكل (21)



الشكل (20)

فالصورة خطاب مثل كل الخطابات تتحدد بوصفها تنظيماً خاصاً لوحدة دلالية متجلية من خلال أشياء أو سلوكيات أو كائنات في أوضاع متنوعة (إياد، 2008، ص207). والهوية لها حضورها من خلال عدة محددات يتم الحكم فيها ويكون تحديد تأثير الصورة من خلال حجم الصورة كعنصر جرافيكي في الخطاب، واللون وقدرته التعبيرية ضمن مكونات الصورة، ومن خلال الصورة كمركز سيادي في الخطاب، ومن خلال القيمة التعبيرية والإشهارية للصورة.

مما تقدم فإن الخطاب البصري ليس مجرد قالب نقوم بصب المضمون فيه، وليس هنالك عناصر شكلية فنية مسبقة في التحديد يمكن أن تفرض على بنيته (فؤاد، 2014، ص52).

### ثالثاً: اللون:

يعد اللون من أهم العناصر البنائية في التصميم، وله أهميته لا سيما التصميم الجرافيكي بوصفه محركاً لروح الخطاب البصري. إن يشكل اللون في كل الثقافات بدايات الوجود الإنساني على الأرض، كما يعد أداة تعبيرية تتجاوز الإحالة على وجودها الذاتي. ولقد كانت أكثر الاستعمالات عمقا هي الاستعمالات الفنية التي حولت الألوان من كيانات معزولة إلى نصوص تتغذى من الاستعمال الاستعاري للألوان لا من وجودها المادي (سعيد، 2009، ص159). ويرتبط اللون ارتباطاً وثيقاً بجميع مجالات الحياة وظواهر الكون والعلوم الطبيعية وعلم النفس، والدين والثقافة، والأدب والفن، والأسطورة (الخفاجي، 2012، ص156). وله طاقة كامنة قادرة على تحويل الخارج إلى داخل، أو الحاضر إلى غائب، وله القدرة في الإثارة (النجار، 2010).

ص119). كما يؤدي اللون دوراً كبيراً في تفرد الهوية في النص البصري، إذ يعبر اللون عن هوية المكان، وقوة الزمان وحضوره، وروح الانتماء للمكان، والتأكيد على التقاليد والتراث والرمز في الخطاب. كل تلك الحالات تسهم في تفرد الهوية وإبرازها من خلال اللون وطاقته الكامنة. ولعل من أهم تلك التصاميم المهمة التي يؤدي فيها اللون دوره في إبراز قيمة الهوية التي تكمن في تصاميم الأعلام الوطنية التي ترتبط بالألوان فيها بتأويلات وتفسيرات لها دلالات ترتبط بالانتماء والخصوصية. الأشكال23، 24.



الشكل24



الشكل23

وتبين الأشكال أعلاه القوة التعبيرية للون في إدراك روح المكان وارتباطه بإثبات الهوية وتفرداها، فالورقة الحمراء، ورقة الاسفندان أو القيقب ذات الزوايا الإحدى عشرة (بديفيان، 1994، ص10)، مع اللون الأحمر تشير إلى القوة من خلال الطول الموجي العالي للون الأحمر لتبين لنا قوة الانتماء والتفرد للمكان وهويته. وكذا الأمر في العلم الوطني اللبناني، الشكل24 التي يعبر فيها اللون الأخضر عن شجرة الأرز اللبنانية كدلالة طبيعية في تأكيد قوة وتفرد هوية المكان.

#### الاستنتاجات:

1. ترتبط الهوية ارتباطاً وثيقاً بوصفها الجانب التعبيري المهم الذي يعطي الخطاب الجرافيكي صفة الانتماء، فضلاً عن التميز من خلال حضور الزمكان.
2. يخضع المصمم الجرافيكي المعاصر إلى سلطة الهوية في معظم التصاميم الجرافيكية، ويتعد عنها لأسباب قد ترتبط بالجانب السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي، والتي يفرضها عاملاً الزمان والمكان.
3. تعد البيئة الطبيعية وعناصرها هوية متفردة في الخطاب الجرافيكي لعدم وجود رموز تراث حي كما تتمتع به بعض الأمكنة ذات الإرث الحضاري.
4. ترتبط الهوية في أمر تفرداها بمشتركات ما بين الزمان والمكان معاً في الخطاب الجرافيكي بشكل عام.
5. تعطي العناصر التيبوغرافية سواء كانت مشتركة أو منفردة في عنصر واحد سمة لتمييز الهوية التي تتجسد بشكل تشفير أو رمز معين داخل الخطاب الجرافيكي.
6. تكشف الهوية من خلال تفرداها في الخطاب الجرافيكي عن قوة الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية من خلال الرمز والعناصر التيبوغرافية وما تؤديه من أهداف محددة وفق تحولات الزمكان.
7. تؤدي الهوية وتفرداها تأثيرات نفسية (سيكولوجية) مهمة تظهر من خلال تأمل مكونات الخطاب الجرافيكي.

#### التوصيات:

- من خلال ما تقدم فقد وضع الباحثان توصيات نلخصها بما يأتي:
1. ضرورة دراسة الانعكاسات المهمة للزمكانية في التصميم الجرافيكي الذي يجعل من خطاب الهوية حواراً بصرياً مؤثراً.
  2. دراسة الإشكاليات العالمية وحاجات سوق العمل من خلال الخطاب الجرافيكي ولا سيما أن الهوية اليوم غدت غائبة.
  3. التأكيد على دراسة تأثيرات الموروث الشعبي للشعوب الحضارية واستثمار رموزها الإنسانية من خلال هوية الخطاب الجرافيكي وتعبيره عن زمانه ومكانه.

Sources and References

المصادر والمراجع

1. ابن منظور: لسان العرب، مجلد 13، بيروت 1956، ج (19-20).
2. احمد مطلوب: معجم المصطلحات البلاغية وتطورها، مكتبة لبنان، بيروت، 2007م.
3. إياد حسين عبد الله: فن التصميم، ج1، دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، 2008م.
4. باشلار، غاستون: جماليات المكان، ترجمة غالب هلسا، كتاب الأقلام، دار الحرية للطباعة، بغداد، 1980م.
5. التريكي، فتحي وعبد الوهاب المسيري: الحداثة وما بعد الحداثة، دار الفكر، دمشق، 2003م.
6. التونجي، محمد: المعجم المفصل في الأدب، ج2، دار الكتب العلمية، بيروت، 1993م.
7. البازعي، سعد وميجان الرويلي: دليل الناقد الأدبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2000م.
8. بديفيان، ارمناك: المعجم المصور لأسماء النباتات، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1994م.
9. جبور عبد النور: المعجم الأدبي، دار العلم للملايين، بيروت، 1979م.
10. الجراد، خلف: معجم الفلاسفة المختصر، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، 2007م.
11. جميل صليبا: المعجم الفلسفي، ج2، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1982م.
12. الحيدري، إبراهيم: الشخصية العراقية البحث عن الهوية، دار التنوير، بيروت، 2013م.
13. الخفاجي، كريم شلال: سيميائية الألوان في القرآن، مكتبة البصائر، 2012م.
14. الخفاجي، مكي عمران راجي: جماليات المكان في الرسم العراقي المعاصر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 1999م.
15. خليل احمد خليل: معجم المصطلحات الفلسفية، دار الفكر اللبناني، بيروت، 1995م.
16. خليل احمد خليل: معجم المصطلحات اللغوية، دار الفكر اللبناني، بيروت، 1995م.
17. ديبون، باسكال: معجم ميرلوبونتي، ترجمة شادي رباح نصر، النايا للدراسات والنشر، بيروت، 2014م.
18. الراوي، نزار: مبادئ التصميم الكرافيكي، دار أوثر هاوس، الولايات المتحدة الأمريكية، 2011م.
19. السادة، أثير: تحولات الصورة، فضاءات للنشر والتوزيع، عمان، 2011م.
20. سعيد بنكراد: السيميائيات والتأويل، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2005م.
21. سعيد بنكراد: الصورة الاشهارية آليات الإقناع والدلالة، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2009م.
22. سعيد علوش: معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1985م.
23. سيزا قاسم: القارئ والنص العلامة والدلالة، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2002م.
24. شاكر عبد الحميد: عصر الصورة السلبيات والايجابيات، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2005م.
25. الشتوي، إبراهيم محمد: أبحاث في الهوية، دار شرقيات، القاهرة، 2010م.
26. شيماء عبد الجبار: البيئة والتصميم الصناعي، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، عمان، 2005م.
27. الصانع، عبد الإله: الزمن عند الشعراء العرب قبل الإسلام، دار الرشيد للنشر، بغداد، 1982م.
28. الصحن، صالح: ألف ليلة وليلة في السينما والتلفزيون عند الغرب، دار ضفاف، الشارقة، 2011م.
29. الصديقي: عبد اللطيف: الزمان، أبعاده، وبنيته، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، 1995م.
30. ظاهر عبد مسلم: عبقرية الصورة والمكان التعبير، التأويل، النقد، دار الشروق، عمان، 2002م.
31. العامري، كامل عويد: معجم النقد الأدبي، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2013م.
32. عبد الحميد يونس: معجم الفلكلور، مكتبة لبنان، بيروت، 1983م.
33. عبد العالي معزوز: فلسفة الصورة، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، 2014م.



34. عقيل مهدي يوسف: *الذات الجمالية*، دار عدنان للنشر، بغداد، 2012م.
35. غروس، ناتالي ببيقي: *مدخل إلى التناص*، ترجمة عبد الحميد بورايو، دار نينوى، دمشق، 2012م.
36. غسان يعقوب: *سيكولوجيا الحروب والكوارث ودور العلاج النفسي*، دار الفارابي، بيروت، 1999م.
37. غويتي، غي: *الصورة المكونات والتأويل*، ترجمة سعيد بنكراد، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2012م.
38. فؤاد احمد شلال: *فاعلية بنية النص البصري في التصميم الكرافيكي الرقمي*، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 2014م.
39. الفيروزبادي، مجد الدين محمد بن يعقوب: *القاموس المحيط*، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط3، 1993م.
40. فيكتروف، دافيد: *الإشهار والصورة صورة الإشهار*، ترجمة سعيد بنكراد، منشورات ضفاف، الرياض، 2015م.
41. قاسم مؤنس عزيز: *تفكيك الخطاب البصري ودلالاته في العرض المسرحي*، دار الشاطي للنشر، بغداد، 2017م.
42. الكرمي، حسن سعيد: *المغني الأكبر، معجم اللغة الانكليزية الكلاسيكية والمعاصرة والحديثة*، مكتبة لبنان، بيروت، 1988م.
43. كلود عبيد: *الألوان دورها، تصنيفها، مصادرها، رمزيها، ودلالاتها*، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، 2013م.
44. *المعجم الفلسفي المختصر*: ترجمة توفيق سلوم، دار التقدم، موسكو، 1986م.
45. *المعجم الفلسفي*: مجمع اللغة العربية، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، 1983م.
46. مصطفى بن تمسك: *أصول الهوية الحديثة وعللها*، جداول للنشر والترجمة والتوزيع، بيروت، 2014م.
47. المطيع، منذر: *الحدائث في الفنون التشكيلية العربية*، دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، 2009م.
48. المنجرة، المهدي: *عولمة العولمة من أجل التنوع الحضاري*، منشورات الزمن، الرباط، 2000م.
49. ميشال عاصي وإميل بديع يعقوب: *المعجم المفصل في اللغة والأدب*، م1، دار العلم للملايين، بيروت، 1987.
50. النجار، سلوى: *جمالية العلاقات النحوية في النص الفني*، التنوير للنشر، بيروت، 2010م.
51. النصير، ياسين: *المدينة والفن التشكيلي*، دار ميزوبوتاميا، بغداد، 2013م.
52. نصيف جاسم محمد عباس: *تقنيات تصميم الإعلان المطبوع*، شبكة الإعلام العراقي، بغداد، 2015م.
53. نصيف جاسم محمد: *في فضاء التصميم الطباعي*، دار الينايبع، دمشق، 2011م.
54. نوري مصطفى بهجت: *الفن الحديث*، شبكة الإعلام العراقي، بغداد، 2015م.
55. هدى محمود عمر: *التصميم الصناعي فن وعلم*، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، عمان، 2004م.
56. ياسر سهيل: *التصميم في مجالات الفنون التطبيقية والعمارة*، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2010م.
57. K.C.Aryan, *Basis of Decorative Elements in Indian Art*, Delhi, 1981.
58. *Oxford concise dictionary of Linguistics*, Oxford University press, 1990.
59. [http://en.wikipedia.org/wiki/James\\_Montgomery\\_Flagg](http://en.wikipedia.org/wiki/James_Montgomery_Flagg)
60. [http://en.wikipedia.org/wiki/George\\_Lois](http://en.wikipedia.org/wiki/George_Lois)
61. [http://en.wikipedia.org/wiki/Gaston\\_Bachelard](http://en.wikipedia.org/wiki/Gaston_Bachelard)