

The Self and its Applications in Graphic Design

*Mutaz Inad Ghazwan **

A BSTRACT

The self has its own role in possessing tools and engines to build the new idea in art in general and the Graphic Design in particular, and the self is present in the performance and work of the contemporary designer today, especially through the method stemming from the experience, but all of them may be subject to the logic of experimentation and try to descend into the rhetorical arena directed for the sake of Influence in the recipient. So we can ask a question that it would be the issue to discuss in this research; how can the self plays as an actual practicing in the contemporary graphic design with experimentation and practicing?

Keywords: Self, Application, Style, Graphic Design, Connection.

* Department of Design, College of Fine Arts, University of Baghdad,

Received on 23/1/2020 and Accepted for Publication on 8/2/2021.

الذاتيات التطبيقية في التصميم الكرافيكي*

معتز عناد غزوان**

ملخص

للذات دورها الخاص في امتلاك الأدوات والمحركات لبناء الفكرة الجديدة في الفن عمومًا والتصميم الكرافيكي على نحو خاص، وتكون الذات حاضرة في أداء وعمل المصمم المعاصر اليوم ولا سيما من خلال الأسلوب النابع من التجربة بيد أنها بجمعها قد تخضع إلى منطق التجريب ومحاولة النزول إلى الساحة الخطابية الموجه من أجل التأثير في المتلقي، لذلك فقد حدد الباحث طرح المشكلة من خلال التساؤل الآتي: ما الدور الذي تؤديه الذات كتطبيق فعلي في التصميم الكرافيكي المعاصر من خلال التجريب والتطبيق؟

الكلمات الدالة: الذات - التطبيق - الأسلوب - التصميم الكرافيكي - الاتصال.

المبحث الأول

(الإطار المنهجي)

1- مشكلة البحث والحاجة إليه:

للذات دورها الخاص في امتلاك الأدوات والمحركات لبناء الفكرة الجديدة في الفن عمومًا والتصميم الكرافيكي على نحو خاص، وتكون الذات حاضرة في أداء وعمل المصمم المعاصر اليوم ولا سيما من خلال الأسلوب النابع من التجربة بيد أنها بجمعها قد تخضع إلى منطق التجريب ومحاولة النزول إلى الساحة الخطابية الموجه من أجل التأثير في المتلقي. ويمكن أن نحدد مشكلة بحثنا بطرح التساؤل الآتي:

مالدور الذي تؤديه الذات كتطبيق فعلي في الخطاب الكرافيكي المعاصر من خلال التجريب والتطبيق؟

2- أهمية البحث:

تتجلى أهمية البحث في دراسة الانعكاسات الفكرية والأسلوبية لذات المصمم الكرافيكي في التعبير من خلال التطبيق القائم على التجربة والتجريب وإيجاد أساليب تعتمد على الذات وتعبيرها المباشر وغير المباشر تطبيقًا في الخطاب الكرافيكي المعاصر.

3- هدف البحث:

الكشف عن الانعكاسات التطبيقية لتفاعل الذات والذاتيات مع الموضوع من خلال ابتكار الأساليب الجديدة في الخطاب الكرافيكي المعاصر.

4- تحديد المصطلحات:

جرى تحديد المصطلحات والتعريف بها وكما يأتي:

- الذات (Self):

أولاً: لغةً: هو الفاعل مقابل المقابل أو الموضوع، للذات (الفاعل) معنى نحوي: الدال على فاعل الفعل في الجملة أو العبارة، الذي تسند المحمولات إليه. كانت الذات تعبر في الفلسفة القديمة عن توازن الفاعل/ المفعول (الحامل/ المحمول) (خليل، 1995م، ص79). والذات في اللغة هي صفة اصطلاحية حديثة تطلق في الفكر الأدبي على الاحكام التي لا ترتكز إلى الواقع الموضوعي، وإنما إلى تصورات تأملية خاصة (عاصي، 1987م، ص644).

ثانيًا: اصطلاحيًا: يعد (ايمانويل كانت) (Immanuel Kant) (ت1804م)، (الذات بأنها فاعل معرفي، لها مقامها المتعالي

* المؤتمر الدولي لكلية الفنون الجميلة في جامعة القادسية في العراق.

**كلية الفنون الجميلة/ جامعة بغداد. تاريخ استلام البحث 2020/1/23، وتاريخ قبوله 2021/2/8.

في فعل المعرفة. والذات مصطلح نفسي - اجتماعي، استعمله (جورج هربرت ميد) (George Herbert Mead) (ت1931م) بمعنى جديد، هي جملة من العلاقات التي يقيمها الفرد مع كل المسارات الاجتماعية، ومع الأفراد المندمجين في سياقها، وهذه الذات نتاج الأدوار الاجتماعية التي يؤديها الفرد في محيطه (خليل، 1995م، ص79). والذات هي حقيقة الموجود ومقوماته وتقابل العرض، وعند الكلام عن (الله) عز وجل يقال الذات الإلهية، وما ينتسب إلى الذات مما يتصل بها أو يخضع لها، فيقال تفكير ذاتي وإدراك ذاتي ويقابل الموضوعي (المعجم الفلسفي، 1983م، ص87). كما أن الذات تعد الشخصية، أي أنها الشخصية المطلقة بمعنى أنها مجهولة لكل ما هو متاح في الرؤية والتفكير (ديبون، 2014م، ص280). وتظهر الذات في حالتين أساسيتين في موقفها من الآخر، وهي تارة الضمير (الأناني) الفاعل، المطالب والسائل والباحث والشاك والمتكلم والأمر، وتارة أخرى مقابل ذلك في موقع المفعول به وهي في هذا الدور، المتلقي، وهو الضمير (الأناني) أو (الأناني) المصغي والخاضع والمتوسل والمتهمم (الجاذبي، 2006م، ص98). وترتبط الذات بالذاتي وهو ما يخص الشيء لذاته بصرف النظر عن علاقته بغيره، تقول: القيم الذاتية وهي التي ترجع إلى باطن الشيء، أي إلى طبيعته الخاصة، لا إلى الاعتبارات الخارجية الطارئة عليه (صليبا، 1986م، ص584). والذاتية هي الخطوط النفسية غير المكررة والمبتكرة التي يلبسها الفنان شخصياته وأبطاله (عيد، 1978م، ص145)، ويرتبط الذاتي بالموضوعي، نظراً لارتباط الذات بالموضوع؛ إذ إن نشاط الذات مشروط بالعالم الموضوعي، أي بالقانونيات التي أدركها الإنسان وتشكل عملية المعرفة جانباً ضرورياً من التفاعل بين الذات والموضوع، فليس بوسع الإنسان أن يغير الموضوع إذا لم تكن لديه معرفة عنه (المعجم الفلسفي المختصر، 1986م، ص230)؛ إذ إن النظريات الذاتية تتعامل مع الحياة الداخلية أو الذاتية للفرد، وتكون عادة من النمط الاستبطاني (صالح، 1984م، ص16)، وقد وصف العديد من الباحثين مصطلح الذات بأنه مصطلح تعميمي يستخدم على نطاق واسع للإشارة إلى ما يصطلح عليه عادة بالفرد أو النفس (فليخ، 2019م، ص41) وفي الفن تتجلى الذات في نضج الأعمال الفنية، وتتضح معالمها من خلال الآثار الإبداعية ولا يتأتى هذا إلا للذين أوتوا قدرة على سبر الأغوار وكشف الكنوز (التونجي، 1993م، ص459).

ثالثاً: إجرائياً: يمكننا تعريف الذات بأنها الفعل الاستجابي للمصمم الكرافيكي اتجاه الحالة التي تشهده وتدعوه إلى ابتكار خطاب كرافيكي جديد على وفق أسلوب يرتبط بالذات ويكون بوصفه رد فعل ذاتي تعبيرى عن تلك الحالة التي يتقمصها المصمم ومن ثم ينتج خطاب كرافيكيًا جديدًا معبراً عن شخصيته الذاتية، أما الذاتيات التطبيقية فهي تمثيل ذات المصمم الكرافيكي في التطبيق على أرض الواقع عن طريق ابتكار أسلوب جديد للخطاب الكرافيكي المعاصر نابع من التجربة والتجريب.

الدراسات السابقة:

تعد هذه الدراسة المتواضعة دراسة جديدة في حقل التجريب والتطبيق في التصميم الكرافيكي، ولابد من الإشارة إلى أن موضوع الذاتية والذات والذاتي كانت قد درست في مجالات واسعة من الفنون الأخرى كالرسم والمسرح وغيرها، بيد أن هذه الدراسة هي الأولى في ميدان التخصص الدقيق في التصميم الكرافيكي.

المبحث الثاني:

الذات والتجربة:

لأشك أن الذات المبدعة في شتى المعارف هي ذات منتجة، تسعى نحو إيجاد طفرة أو ما يمكن أن نعددها السعي نحو الجديد بأسلوب ذاتي وهي من أهم التحديات التي تواجهها الذات ولاسيما ذات المتجدد أو الذات المتجهة نحو الخروج من التقاليد الصارمة والقوانين النمطية التي تجعل من الذات ذاتية وغير حاضرة في العمل الفني الإبداعي على نحو عام. فلا بد من الإيمان بأن دلالات الفن هي أعلى وأشمل بكثير من الفلسفة والاقتصاد، لأن مقدار تأثيرها في الروح والذات الإنسانية عالية جداً وعلى نحو مباشر، ولاسيما أن هذه الرؤية ترتبط بالانتماء المجتمعي، كالعقائد الدينية، وحيوية هذا الفن على نحو عام بوصفه جزء مهم من التاريخ؛ إذ يرتبط الفن ارتباطاً وثيقاً مع بعض الرموز الدينية، وتدرجياً كما نجد بدأ الفن يتخلل عن تلك الرموز، خلال القرنين الماضيين؛ إذ ابتعد الفن كثيراً عن هذه الرموز ولاسيما الدينية، وأنه قد خرج من هذه السيطرة على نحو فوري عندما بدأت الاتصالات تتوسع وتتطور ولاسيما بتطور الطباعة والنشر (Herbert Read, 1966, p.196) التي أسهمت في نضوج العملية التجريبية في الفن على نحو عام والتصميم على نحو خاص عن طريق التفاعل مع المحيط والبيئة من جهة والذات من جهة أخرى.

لقد أكدت العديد من الطروحات على أهمية الخروج عن النمط أو القالب وهذا ما يستدعي الفنان أن يكون قادراً على تحفيز ذاته نحو طريقة أو أسلوب جديد يستطيع أن يجعل منه قيمة تعبيرية تخاطب المتلقي وتؤثر فيه. وقد أكد (جان بول سارتر) (Jean

(Paul Sartre) (ت1980م)، في حديثه عن الوجود في الذات، بأنه من متميز ولا يكون سكوتياً ابداً، بل هو دائماً في عملية تكشف او تجلي الاشياء الجديدة عن ذاتها وعالمها من خلال اتخاذ القرارات كوسيلة لخلق المعنى (صالح، 1984م، ص141). فالوجود في الذات كما عبر عنه (سارتر)، هو اساس الشعور بالمحيط للفنان على نحو عام والمصمم الكرافيكي على نحو خاص بوصفه الأكثر تماساً مع الظواهر التي تحيط بذاته من جهة وبالمجتمع ككل من جهة أخرى، وهذا ما يشعره بان له قيمة وانه عضو مهم في المجتمع، ولديه القدرة على الانتاج والتقدم والإنجاز وان حياته لها معنى (الفقي، 2009م، ص60)، بل هي الوجود الحقيقي لشخصية المبدع وذاته الابداعية. لذلك فان الفنانون يمارسون في اشتغالاتهم الفنية التوظيف العلمي للون والضوء بغية محاكاة الواقع البصري الملموس وظواهره اللونية والضوئية بعين علمية موضوعية (عصفور، 2019م، ص260)، لاسيما في دراسة التجربة الحقيقية من خلال قوة الشخصية الابداعية.

فالشخصية الابداعية هي شخصية تمتلك ذاتاً ابداعية باحثة عن الجديد والولوح نحو ارتقاء اساليب ذات منحى يتقدم نحو الأعلى؛ حيث يكون العنصر المركزي هو افضاء الشخصية بعالمها الداخلي (فتحي، 1986م، ص165)، وهي قمة الوجود، فالذات نابغة من ارهاصات الفنان والمصمم والمبدع في شتى نواحي المعارف الأخرى بيد ان ذات المصمم لا تأتي من مجرد احساس انما هي احساس وصراع وحتى تصل الى تفسير الأحلام، فهو متمص للحالة ودائم التفكير من اجل الوصول الى حل ووظيفي وتعبيري وجمالي بأسلوب جديد وهي لا تأتي إلا من خلال التجريب والتجربة؛ إذ يمكن للتقصص ان يعد كصمام امان الذي عن طريقه يجري تصريف بعض الكبت، المتولد والمشاعر المحبوسة، والخطاب الكرافيكي الممثل بالذات هو الذي يفتح ابواب العواطف والاحاسيس (الانصاري، 2017م، ص134)، يذكر (برتراند راسل) (Bertrand Russell) (ت1970م)، ان افكارنا ومشاعرنا المحددة ذات يقين اولي، وينطبق الشيء نفسه على الاحلام والهوسات والانطباعات العادية: حين نحلم، فان لدينا قطعاً الشعور الذي نعتقد انه لدينا، الا انه ولأسباب مختلفة لا تقابل هذه المشاعر بأجسام فيزيائية، لذلك فان يقيننا بالمعرفة المتعلقة بتجاربنا الخاصة ليست محدودة بطريقة تسمح بحصول الحالات الاستثنائية (رسل، 2016م، ص25)، لقد وضع (راسل) للاحلام اهمية كبيرة في تنامي الاحساس الذاتي للمصمم للمبدع ولاسيما المصمم الكرافيكي، الذي تسهم الاحلام احيانا في بناء افكاره واتساع درجة الاحساس بقيمة المفردات التي يبحث ويحاول العثور عليها كحل للحالة الضاغطة عليه، وهذا ما اكد عليه (ادموند هوسرل) في ان الاحساس هو ما نعهده الوعي الاصلي بالزمن، الذي ينتج عن كل وحدة باطنية داخل الذات، أي اللون، والصوت، واللذة وغيرها (هوسرل، 2009م، ص133)، هنا تكمن العلاقة بين الحلم وذات المصمم بحسب رؤى (ادموند هوسرل) (Edmund Husserl) (ت1938م) و(رسل) التي قد تختلف في وجهات النظر ما بين الاثنين، فالاول استبعد وجود الاجسام الفيزيائية والثاني قد اكد وجودها من خلال ادراك اللون والصوت وغيرها من العناصر الفيزيائية التي تشعر بها الذات القلقة وهي ذات ناتجة من الاستجابات المحيطة بالمصمم من خلال التفاعل والادراك، ولاسيما ذات المصمم التي تبحث عن حل مشكلة وحالة ونقلها من عالم الافتراض والحلم نحو الواقع. وقد اشار العديد من المنظرين الى ان الحلم هو حيز تجريبي مهم في ذات ومخيلة المصمم، بل هو الحل لمعظم المشكلات التي تؤثر فيه على الرغم من تقمص المصمم للحالة ومن ثم نشأت حوارية الذات والحلم، والاحلام هي لغة مؤلفة من الصور، بطبيعتها تقاوم التفسير الواضح، فهي تستخدم الرموز بدلاً من المفهومات النظرية التجريدية، وان كل شيء في الحلم يعني امراً معيئاً كما يراها (فيلليني) (يوسف، 2011م، ص142)، وقد وضعت عدة تصنيفات لها دورها في اختبار الذات وحوار المخيلة، وهي كما يأتي:

- الوعي: واضح ام ضبابي؟
- الانتباه: مركز ام مشتت؟
- التفكير: حاد المهارات ام خامل؟
- الادراك الحسي: مستمد من الخارج ام هلاوسي؟
- الادراك المعرفي: منطقي ام غير منطقي؟
- المشاعر: مستقرة ام غير مستقرة؟ ام خارج السيطرة؟
- الذاكرة: جيدة، قوية ام ضعيفة، رديئة؟
- التجريد: واقعي ام رمزي (شعبان، 2014م، ص17)؟

ويعتقد الباحث في امكانية اضافة معيار آخر لتلك التساؤلات وهي (التطبيق وواقع الحال) التي تاتي ضمن اطار التجريب والتجربة ايضاً، هل استطاع المصمم ان يعالج المشكلة في الحلم من خلال حوار الذات ومتطلبات ايجاد الحلول للحالة التي يفكر بها؟ ولعلها من اهم الامور التي يحاول المصمم ان يصل بها الى نتيجة تتواءم مع الناحية الوظيفية والنفعية، ولاشك بان النظرية

السيكولوجية التي تدخل ضمن متطلبات التعبير والاشهار والاتصال عند المصمم الكرافيكي تركز على الذات المستهلكة التي يعدها المصمم الكرافيكي النجاح الحقيقي للخطاب الذي استطاع ان يعبر عنه وبالتالي التأثير في المتلقي الذي يعد في الخطاب الاشهاري (الاعلان) مستهلكاً، وهنا يجد المصمم نفسه معنياً بالجانب المرتبط باللاوعي كالرغبات الخفية الغريزية، وكذا المشاعر والعواطف الخاصة ضمن محاولة فنية وجمالية تربط المنتج بهذه الجوانب، ويرى البعض ان مصمم الاعلان يحتال احيانا من اجل اغراء المتلقين المستهلكين، وممارسة التأثير النفسي والوجداني عليهم (بنكراد، 2010م، ص55)، وقد انتقد (سارتر) مؤشرات النظرية السيكولوجية وأكد المسائل الفلسفية، وانتقد ايضا طروحات (فرويد) الذي يرى ان الانسان شيء خاضع لمعالجة الطبيب النفسي، وان الانسان محكوم بالقوى اللاشعورية، بعكس وجهة نظر (سارتر) في ان للإنسان نظرة مخالفة؛ إذ يرى ان سلوك الانسان (المصمم الكرافيكي انموذجاً) محكوم ومقرر بالأهداف الذاتية التي تحدد مشروعه الاساس او هدفه في الحياة (صالح، 1984م، ص146). فالذات وتعبيرها هي التأويل والإحساس والتمثيل ومن ثم ايجاد اسلوب متميز من خلال التجريب الذي يتأتى من تحويل بناء الفكرة افتراضيا في الذات نحو الواقع، فالذات تقف على الواقع وتتقبل الرغبات والمطالب وتوحد الصورة الذهنية (وهبه، 2017م، ص321)، التي تكون محصلتها التطبيق من خلال التجريب والتجربة ولاسيما في التصميم الكرافيكي.

إذ ترتبط الذات بالتجريب ولاسيما في عمل المصمم الكرافيكي من حيث ولوجه في استخدام الافكار الجديدة والخامات المختلفة والتقنيات الرقمية التي تتنوع من حيث الاداء والإنتاج والتأثير في المتلقي كفرد والمجتمع كمجموعة متلقين، وان لكل تجربة خبرة هذه الخبرة تتراكم من خلال المرن والاستمرارية في العمل فضلاً عن القدرة الذاتية الخلاقة الكامنة في ذات المصمم، التي هي ذات موجهة للغير من اجل الاحساس بقيمة التجربة المضمنة داخل الخطاب الكرافيكي، ومن ثم فهم مكونات الخطاب وإدراكها والإحساس بها، وتجدر الإشارة هنا الى ان التأويل في عملية الفهم، لا يقوم على تحويل الذات الخلاقة الى الغير أي المتلقي، ولا على مشاركة مباشرة من الواحد الى الآخر (فضل، 1996م، ص63)، انما يجدر ان يفهم الخطاب بحسب فهم ذات المصمم، وهي من الامور التي قد يصعب فهمها احياناً من قبل المتلقي ولاسيما ان كانت التجربة جديدة بل في اطار المغامرة. ان ارتباط الذات بالتجربة في عمل المصمم الكرافيكي هي علاقة اساسية بل ومهمة تقود به الى ايجاد اساليب عرض جديدة لفكرة منها ما يصل الى المغامرة ومنها ما يصيبه الفشل ويغدو نمطاً سائداً غير متمتع بالسمات الجديدة. فالتجريب يرتبط مع تفاعل المصمم مع الفكرة الجديدة والتقنيات المعاصرة التي تتواءم معاً في ذاته الخلاقة من اجل بناء خطاب مؤثر، والتجريب هنا يكون اما تقنياً من خلال استخدام وسائل جديدة من الرقمنة وبرامجها المتطورة المتسارعة في تطورها، والتجريب الاسلوبي الذي يعطي للذات خصوصيتها وهويتها ليتحول الخطاب الى خطاب ذاتي مرتبط بشخصية صاحبه ومعبراً عنه تعبيراً صادقاً صريحاً. لذلك نستطيع الحكم على تجربة الفنان الهولندي (بيت موندريان) (Piet Mondrian) (ت1944م) بأنها كانت من اقرب التجارب الذاتية الى فن التصميم على نحو عام، والتصميم الكرافيكي على نحو خاص ولاسيما التصميم الصحفي؛ إذ كانت لمربعاته وخطوطه وألوانه التي تحولت الى اسلوب خاص وإبداعي اسهم في تحولات مظهرية وجوهرية في الخطاب المجتمعي من خلال وضع اسلوبه حيز التنفيذ في التصميم المعاصر (الكرافيكي، الصناعي، والمعماري). الاشكال (1)، (2)، (3)، (4).



الشكل (2)



الشكل (1)



الشكل (4)



الشكل (3)

في ضوء ما تقدم فإن التجريب هو سبيل البحث عن شكل ومعنى جديدين يكونان أكثر قرباً إلى التجديد والبحث عن أساليب تزيح ما هو تاريخي لصالح فعل التجريب على صعيد المحتوى الفني (محمد، 2017م، ص142)، فالذات تكون موجودة في أنا المصمم التي تنعكس في نتاجه الفني ولاسيما في أسلوب الخطاب الكرافيكي، ليكون التجريب حاضراً من خلال فعله تقنياً وتشكيلياً وجماليّاً، فالتجريب نابع من التجربة المغامرة أحياناً التي تتطلب جهداً يفوق النمطية في التعامل مع الموضوع والتقنية التي تسهم في إنتاج الخطاب الكرافيكي الجديد، الذي يشكل أسلوب إنتاج ذو مستوى مؤثر في الثقافة وهو ذات حاضرة بل ومؤثرة في المتلقي والمجتمع، وقد تشكل الذات والموضوع نوعاً من التعالق الظاهر في الخطاب الكرافيكي الجديد الخارج من رحم التجربة والتجريب واختبار تلك التجربة في الواقع ومن ثمّ التداول والانتشار، ولابد من التأكيد على أن الفعل التقني له الدور الكبير في بناء الفكرة الجديدة وتداولها، وفي ضوء ما تقدم فإن مراحل التطبيق تكون على وفق شرطين:

- 1- ذاتية (الحال الداخلي للإنسان والخارج والداخل على الإنسان).
- 2- تقنية تدخل من بدء التكوين لفكرة الخطاب حتى النتائج النهائي، فالتقنية في التصميم ليست اكتشافاً إنما جهد وحوار الاحتمالات الانجازية (عمر، 2004م، ص70).

ان ارتباط الذات بالتجربة في الفن عمومًا، ولاسيما الخطاب الكرافيكي هو بمثابة الوعي الكامل بالفكرة ومنطلقاتها من خلال ايجاد أسلوب ذاتي جديد، وهذا الوعي الذاتي هو الذي يميز فنّاناً من آخر، بل هو الذي يحدد هذه التجربة عن تلك في سلسلة نتائج الفنان نفسه (يوسف، 2007م، ص98). وهذا ما يؤكد (جورج هيربرت ميد) في أن الذات هي صورة الفنان نفسه اما صورة الآخرين فهي موضوعات أساسية للتفاعل (الصحن، 2014م، ص35)، فالتفاعل لا يأتي إلا من خلال تأثير ذاتي جديد يتجلى في خلق أسلوب يتمتع بالتأثير في المتلقي ومحاكاته عن طريق التجريب والتجربة الناجحة، وهذا ما أكدّه (ميشال فوكو) (Michel Foucault) (ت1984م)، في أن الذات هي متحولة وأنها تشكيل خطابي متحول، أو هويات متعددة ومتشظية (باركر، 2018م، ص202).

المبحث الثالث: الذات والتطبيق:

لأنك ان الفكرة النابعة من الذات الخلاقة هي فكرة قابلة للتطبيق في واقع الحال، وتكون فكرة مؤثرة تعد وجود أسلوب جديد يحاكي الواقع بمنطلقات خارجة عن النمطية والاستهلاك البصري الذي قد أدى بالمتلقي أو المجتمع إلى عدم القبول والرضا بل الرفض لما يمنحه الخطاب الكرافيكي من أفكار وقيم جمالية وتعبيرية ووظيفية. فالذات في هذا الميدان ترتبط بالخبرة التي تصل إلى ما يمكن الاصطلاح عليها بالخبرة الذاتية الناتجة عن الانفعال (مصطفى، 2014م، ص12) والاندماج بالموضوع أو المضمون أو الحالة، غذي يسلك الانفعال طريقاً إلى التأكيد على دور الخبرة الذاتية في ايجاد خطاب كرافيكي يتسم بالجدة والحداثة. فالنزعة الموضوعية الموجودة دائماً في مقابل الذاتية وهي فكرة (عبد الحميد، 2008م، ص397)، أما تقدير الذات فيتعلق بالجانب الوجداني؛ إذ يتضمن الاحساس بالرضا عن الذات أو عدمه (محادين، 2016م، ص34).

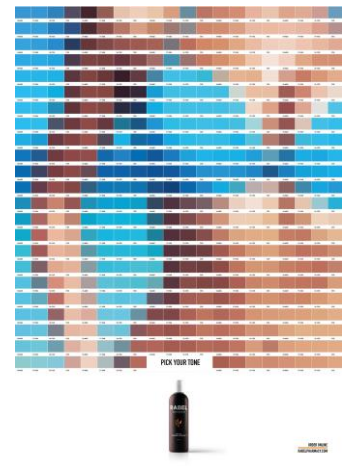
فالمصمم هو المسؤول عن بناء خطابه الجديد من خلال التعالق ما بين التعبير والتجربة والتطبيق عن طريق ايجاد ملامح تعبيرية وذاتية نحو أسلوب جديد، فالتعبير الذاتي هو جوهر العملية الإبداعية التي يقوم بها الفنان عمومًا في أعماله الفنية بعد تأثره

بالمحيط وبخبراته الذاتية، ومن ثم إعادة تنظيم هذا الكم الهائل من المعطيات على وفق معادلات جديدة ذات نزعة ذاتية محض تخرج في جوهر الفنان الى الظاهر المحسوس (عبد الله، 2008م، ص62)، وان الظاهر المحسوس هو واقع حال يدهم ذات المصمم المبدع. فالتطبيق لا ينفصل عن التجربة وصناعة الاسلوب؛ إذ تبقى التجربة الاساس الذي يولد من رحمها التطبيق وباسلوب خاص. فالمصمم لا يتعامل مع المادة على وفق خصائصها وملاءمتها لانجاز عمله الفني، وانما على اساس الوعي الكامل بالبيئة المحيطة ومدى ملاءمتها لتلك البيئة اي مقاومة هذه المادة وديمومتها بعد انجاز التصميم امر مهم لكي يؤدي نتاج المصمم دوره الوظيفي او النفعي او الادائي (عبد الله، 2008م، ص94). في ضوء ما تقدم فقد ارتبطت التجربة بالتطبيق الذي قد يظهر لنا على اساس أسلوب، فالأسلوب هو مصطلح ذو خصوصية يشير الى وجود عمل فني خاص وذو ملامح شخصية يعبر عنها مبتكر هذا الاسلوب ولاسيما الذي يتطور عبر التاريخ، كأن نقول اسلوب (روبنز) (Michael Clarke, 2001, p.234) و (Michael Clarke, 1968, p.539) او اسلوب (جواد سليم). وتجدر الاشارة الى ان المصممون اليوم يستعملون ميزة وخصائص (الآرت نوفو) (Art Nouveau) التي ظهرت في اوروبا منذ نهاية القرن التاسع عشر الميلادي وهم مستمتعين بمميزات أسلوب الحركة الاساسية في بساطة خطوطها الانسيابية كقولية نحتية للشكل وبناء هذا الشكل باحساس فطري يناسب وظيفته (Mario Amaya, 1968, p.23). بيد ان هناك سؤال قد يطرحه المصمم او قد يطرحه المتلقي، هل للتصميم الكرافيكي أسلوب من الناحية التطبيقية؟، وما هو الاسلوب اذن؟، للاجابة عن السؤال الاول لا بد من الاجابة عن السؤال الثاني، فالأسلوب هو التعبير الصادق لشخصية صاحبة اي المصمم الذي يختط له طريقاً، اتجاهًا، نمطاً، وهذا النمط او الاسلوب قد يكون من الناحية التطبيقية متبايناً في قدرته الاتصالية والتأثيرية في المتلقي كمستجيب للفكر في الخطاب الكرافيكي (الملصق تحديداً)، او المستجيب لاغراض الترويج والتسويق والتداول، كمستهلك في الخطاب الكرافيكي (الاعلان تحديداً)، فالخطاب الاخير لا يحتمل التأويل، على العكس من الخطاب الكرافيكي الاول (الملصق) فقد يحتمل التأويل، وان التأويل هو تحقيق واقع الرؤيا في الواقع الخارجي، اي واقع الحلم كجانب افتراضي في ذهنية المصمم وهو في دائرة التفكير والبحث، وان تأويل الحلم بحسب بعض المدارس الغربية هو بمواجهة الواقع في حال البقطة، فهو يكشف الوعي واللاوعي (الحسني، 2016م، ص136)، والتأويل حاضر في الخطاب الكرافيكي الموجه نحو فكر معين (الملصق)، فهناك من يقول ان الخطاب الكرافيكي الاشعاري لا يمتلك فيه المصمم اسلوباً ذو ملامح ذاتية خاصة به، لان الاعلان قد لا يخضع الى ذاتيته المطلقة بل هناك نوع من المشاركة ما بين ذاتية المصمم وإرادة المعلن او صاحب المؤسسة الانتاجية او التجارية، فضلاً عن متطلبات السوق والتداول، من هنا يكون الاسلوب محكوماً بتلك المحددات، بيد ان المصمم يستطيع ان يضيف نوعاً من المشتركات البصرية والخواص الذاتية كأسلوب في التطبيق او ملامح ذاتية متميزة و واضحة. الاشكال (5)، (6)، (7)، (8)، (9)، (10).



الشكل (7)

الشكل (6)



الشكل (5)



الشكل (10)



الشكل (9)



الشكل (8)

نستطيع من خلال تحليل النماذج اعلاه ان نجد اسلوباً بصرياً واضحاً ولاسيما في ابتكار الخطاب الكرافيكي الاشهاري الجديد، ويمكن ان نميز ذاتية مصمم عن آخر، من حيث التقنية والعناصر الشكلية، والمفردات المتشابهة من حيث المضمون والهدف، فلا وجود لشكل بدون مضمون، لان الشكل يعطي تعبيراً شكلياً للمحتوى او المضمون، من هنا يكون للنقد حكماً في عملية التأويل (Eric Newton, 1967, p.192) فضلاً عن قوة الحوار والوجود الذي قد يفرضه اللون بوصفه اسلوباً في الخطاب الكرافيكي بل وهوية لذات المصمم المبدعة، وكذا الامر في تصميم العلامة التجارية (Tried Mark) او الشعار (Logo)؛ إذ نستطيع ان نحدد وجود أسلوب ذاتي في التطبيق والتنفيذ. الاشكال (11)، (12)، (13).



الشكل (13)



الشكل (12)



الشكل (11)

ان محصلة عملية بناء الخطاب الكرافيكي ترتبط بالمصطلحات الاتية: الوظيفة، الوحدة، البنية، النظام، الاتساق، الانسجام التنسيق والتنظيم (العنبر، 2019م، ص131).

في ضوء النماذج اعلاه نستطيع ان نحدد ملامح لأسلوب ذاتي تطبيقي في تكوين وبناء الخطاب الكرافيكي (الشعار) على سبيل المثال؛ إذ شكلت عدة محددات او تراكيب تعبيرية بصرية كالمياه وأغصان الاشجار فضلاً عن خصوصية البيئة من خلال اللون العلم العراقي لتؤكد قوة المكان وحضوره، والأمر مختلف في طريقة او نظام الشعار في الشكل (13) من خلال اضافة بعض التراكيب البصرية التي شكلت نوعاً من العلاقة ما بين الذاتية والهوية من خلال وجود (خارطة العراق) واللانية الفخارية التي تسمى بإناء الماء الفوار رمزاً للخصب والنماء في العراق القديم، مع استمرار تداول شكل النهرين العظيمين دجلة والفرات، وهذا ما يمكن ان يكون ضمن التنظيم الذاتي في الخطاب الكرافيكي، ويعني اكتفاء البنية بالعناصر الموجودة فعلاً، فهي مكتملة بذاتها ولا تحتاج الى اضافة عناصر خارجية لها لكي يجري تغيير مفهومها، وتمتاز العلاقات بين هذه العناصر او التراكيب البصرية بالوحدة الموضوعية، التي تتحقق عندما يكون كل عنصر في الخطاب ضرورياً (الامام، 2015م، ص62). ان الاسلوب كنوع من التطبيق الذاتي الخاص للمصمم الكرافيكي وتجربته الجديدة هو محاكاة وحوار ما بين ذات المصمم والمتلقي من خلال وجود هذا الاسلوب الذي يعد صعباً

أحيانا ليس كما يتعامل به الفنان التشكيلي على سبيل المثال في تأثره بأسلوب فني معين وتقصصه لهذا الأسلوب كما في التكبيرية والتجريدية والسريالية وغيرها؛ إذ لم يعد الأسلوب مجرد تحديد الظواهر الأسلوبية وتعيينها، وإنما انصب الاهتمام على دور المتلقي وما يمارسه الأسلوب عليه من سلطة وتأثير؛ إذ لا يشكل الأسلوب حضوره الفاعل إلا من خلال المتلقي الذي أصبح ركناً فاعلاً وأساسياً في أسلوبية المدارس الفنية وتأثرها بالمناهج النقدية الحديثة والمعاصرة، بل وإن هذه الأسلوبية ولاسيما أسلوبية التلقي أهميتها الكبيرة من حيث صلتها الوثيقة بعملية الاتصال والتأثير (ربابعة، 1998م، ص28)، ويبدو أن معظم المناقشات المتعلقة بالأسلوب تبدأ من النهاية، كمحصلة للتجربة، كالمعماري الذي عليه أن يتجاهل الشكل المحدد والمعروف، وإن يكون ملماً في إيجاد أسلوب واضح في البناء المتكامل مع التصميم الداخلي، و ينعكس بدوره على المنفعة، والوظيفة وحتى في اختيار الكلمات والتعبير (F. L. Lucas, 1964, p.37) وهذا ما يعطي للخطاب قيمة تداولية عالية من خلال الأسلوب الذاتي والتطبيقي عن طريق دراسة طبيعة علاقة العلامات بمستعملها ومؤولها (مطلوب، 2015م، ص14)، ولاسيما المتلقي ومجموعة المتلقين، وهي اختبار حقيقي للتجربة الذاتية، ويشير الناقد (ياسين النصير) في هذا الميدان إلى أن هناك تجربتان، الأولى خارجية ومادتها الأفكار، والثانية داخلية ومادتها التنفيذ والتقنية (النصير، 2013م، ص124)، فالفكرة في التصميم تخضع إلى متغيرات تجريبية عديدة في أثناء التنفيذ ومنذ لحظة الشروع به، ولهذا تبقى امكانية المصمم الإبداعية تتوضح في مدى قدرته على السيطرة والمرونة بين الفكرة وتحولاتها من جهة، وإعادة صياغة المادة وتحقيق الموضوع من جهة أخرى (عبد الله، 2008م، ص117). وإن التجريب يرتبط بالذات من خلال علاقة الذات مع الواقع، ويرى (ألان باديو) (Alain Badiou) بأن الذات ترتبط بالجوانب الإدراكية مع العالم المحيط (فليح، 2019م، ص26). في ضوء ما تقدم نستطيع أن نحدد عدة مفاهيم لها الدور الكبير في تقدير تأثير الذاتيات التطبيقية في أسلوب الخطاب الكرافيكي وكما يأتي:

1- الهوية (Identity): إذ تمثل الهوية الدور الكبير في التأثير الواضح في ذات المصمم ومن ثم في خطابه الكرافيكي بوصفها عمق المكان والزمان في مرجعياته وسلوكه وحياته في بيئته الخاصة ومجتمعه الخاص، ولاسيما أن العالم اليوم يعيش أزمة الهوية بعد انتشار تيارات العولمة وتطور وسائل الاتصال، وهذا ما يطلق عليه بأزمة الهوية (Identity Crisis)، التي اتضح وجودها اليوم ضمن مكونات الخطاب الكرافيكي المعاصر، التي تمثلها الهوية الذاتية أو الشخصية التي ترتبط بما يصطلح عليه الذات بالذات (Self- the Self) (الجوهري، 2010م، ص528)، وهي مجموعة من السمات أو العقائد أو الرغبات أو المبادئ التي يرى الإنسان أنها تحدده من جهة اجتماعية ويكون الإنسان فخوراً بها أو بالعكس، لكنه لا يستطيع أن يتصرف بدونها، أو أنه يشعر بالعجز أمامها وعدم القدرة على تغييرها (الشتوي، 2010م، ص8). فالهوية حاضرة في ذات المصمم بل وأنها تسيطر على تفكيره وأدائه وأسلوبه الفني وترتبط بالوجود والذات والتراث الثقافي مثلما ترتبط بالتعدد والاختلاف والتغيير الاجتماعي في صيغها المختلفة ومستوياتها المعرفية المتنوعة (الحيدري، 2013م، ص230).

2- الاتصال (Communication): يعد الاتصال أحد أهم الوسائل التي ينتشر فيها الخطاب الكرافيكي ويتداول بين المجتمع نفسه أو ما بين المجتمعات المختلفة، وكما هو معروف فإن الخطاب الكرافيكي يسلك سلوك الرسالة ضمن المعادلة الاتصالية المعروفة، والمرسل هو المصمم أما المستقبل فهو المتلقي/ المتذوق/ المستهلك للخطاب الكرافيكي. فإذا كان الاتصال ارادياً وواعياً فإنه بذلك خاضع للتقويم من الناحية الجمالية والأخلاقية، فالفعل التواصل قد ينجح أو قد يفشل، وهذا ما يبرر الأحكام المعروفة من قبل (الاتصال الجيد)، أو المزيد من الاتصال، والاتصال يبدأ من داخل ذات فرد وينتهي داخل ذات فرد آخر (بنكراد، 2009م، ص28-29)، وإن كل فرد يتكون من جسد وذات، وإن هذه الذات ولاسيما الذات الخلاقة عند المصمم، هي من تستطيع صناعة الخطاب الجيد والجديد وبثه نحو المتلقي بنجاح، وهذا ما يجعل من الخطاب هيئة متكاملة من الأفكار والمكونات أو العناصر البصرية المرتبطة عضوياً داخله وهي الرسالة المؤثرة في المتلقي، إذا كان الخطاب يسيراً في مكوناته، بيد أن الخطاب كرسالة قد يشوبه التعقيد أحيانا، فهو يستدعي الفحص والتحليل كما يسميها (امبرتو إيكو) (Umberto Eco) (ت2016م)، بالعلاقة التبادلية ما بين القائمة والشكل، فالقائمة هنا هي الفضاء داخل الخطاب البصري تجتمع فيه كافة المكونات والعناصر حتى المختلف منها، إلا من الأشياء أو العناصر التي تنتمي إلى الموضوع أو المضمون الذاتي مباشرة ومن ثم تمنح الشكل كهيئة (Form) شاملة وحافية لكافة العناصر (إيكو، 2013م، ص149). في ضوء ما تقدم فإن مضمون الرسالة الاتصالية وقدرتها على التأثير مشروط بتحقيق ما يأتي:

أولاً: نجاحها في إثارة انتباه المتلقي.

ثانياً: استنارتها لأهمية ما أو نفعاً، وقدرتها على دفع المتلقي إلى التأمل والاهتمام بشيء ما، ودعوتها إلى التقويم والاختيار والحكم. ثالثاً: استدعاؤها لرد فعل، أو تقود إلى فعل (بنكراد، 2009م، ص116). ومن الجدير بالذكر أن عمل الذات حاضر في عملية

رجع الصدى او ما يطلق عليها بالتغذية الراجعة او رد الفعل (Feed back) التي تسهم في حوار الذات مع نفسها لبناء الخطاب افتراضياً ومن ثم التنفيذ على ارض الواقع وبث الخطاب نحو المتلقي بنجاح. كما يعد اللون وسيلة مهمة من وسائل دعم العملية الاتصالية، فاللون كالصوت انه ذاتي يعتمد الاحساس بوجوده من خلال العين وتأويلها للضوء، وتشكيل الصورة وبحسب الاطوال الموجية للالوان، فالأحمر اكثر تأثيراً على العين من الاخضر (Maitland Graves, 1951, p.321) وهذا هو الاتصال المباشر من خلال اللون ومديات تأثيره.

المبحث الرابع

(اجراءات البحث)

- 1- **منهج البحث:** اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي في تحليل نماذج البحث المنتقاة قصدياً.
- 2- **مجتمع البحث:** تضمن مجتمع البحث مجموعة من الملتصقات التي صممها الباحث لمناسبة ادراج الاهوار وآثار سومر على لائحة التراث العالمي في السابع عشر من تموز عام 2016م، وقد بلغ مجموع تلك الملتصقات (12) ملصقاً جرى انتقاء ثلاثة منها اي بنسبة (25%). كما يستعين الباحث بانموذج آخر لغرض المقارنة في التجربة ذاتها من دولة حضارية اخرى هي (مصر).
- 3- **انموذج البحث:** جرى اختيار ثلاثة نماذج منتقاة قصدياً من مجتمع البحث البالغ (12) ملصقاً، اي بنسبة (25%) اتسمت بأسلوب ذاتي خاص بالمصمم. فضلاً عن انموذج واحد لمصمم آخر.
- 4- **اداة البحث:** حلل الباحث النماذج الثلاثة المنتقاة اعتماداً على ادبيات الاطار النظري وما جرى بحثه ودرسته في الفصل الثاني من البحث.



الانموذج (1)

الوصف العام:

الابعاد: 50سم / 70سم
نوع الخطاب الكرافيكي: ملصق
مكان النشر: العراق
سنة النشر: 2019م

التحليل الفني:

تميز فضاء الملصق ضمن الانموذج الظاهر بوجود مركز للسيادة (كلكاش وهو يقبض على جاموستين) الذي هو بطل ملحمة كلكاش العراقية القديمة التي وضعت دروساً في حب الحياة والبحث عن الخلود. وقد برز خلفه بيت الاهوار او ما يطلق عليه بالمضيف المصنوع من القصب وهو رمز لآلهة الخصب والنماء والحب والجمال في العراق القديم (انانا) او (عشتار). كما وجد القارب السومري المعروف اليوم

(المشحوف) وهو اداة التنقل في مياة الاهوار وسط تكوينات نباتية توجي بالقصب الاخضر منه والاصفر. برزت الذاتيات التطبيقية في تعريق او تأقلم المفردات او العناصر البصرية المشتركة في بناء الخطاب على نحو يعطي اهمية كبيرة للهوية وقدرتها الكبيرة في التأثير على المتلقي محلياً وعالمياً؛ إذ وضع ما يشبه الوشم في منطقة اسفل الرأس في كلكاش والبقرتين، فالوجود حاصر في الذات ضمن بنية الخطاب الحالي وهي تؤكد ما طرحه (سارتر) في العلاقة ما بين الذات والوجود وانعكاساتها في الخطاب الكرافيكي. جاء هذا الانموذج كنوع من التجريب ولاسيما في استعمال الرموز التراثية او الحضارية العراقية التي قد لا يكون من السهولة تحويلها او استعمالها باختزال في الكثير من التفاصيل الحقيقية التي وجدت فيها على ارض الواقع، فالتجربة جاءت كنوع من الخروج عن

الواقعية المظهرية للرمز او الشكل من خلال الاختزال والايحاء بقوته. وقد مثلت الالوان المستعملة في الخطاب نوعاً من الاتساق بالبيئة العراقية ولاسيما بيئة الاهوار والحياة اليومية فيها، وهذه الاهوار كانت بمنزلة الاماكن التي كانت تدور فيها الاساطير السومرية التي تعكس محتوى ومكونات بيئة جنوبي العراق اليوم من انهار وقصب ونخيل (يونغ، 2007م، ص25). اشتركت العناصر البصرية كافة في تحديد معالم الاهوار ورموزها الحضارية باسلوب تقني جديد وبطباعة رقمية.



الانموذج (2)

الوصف العام:

الابعاد: 50سم / 70سم

نوع الخطاب الكرافيكي: ملصق

مكان النشر: العراق

سنة النشر: 2019م

التحليل الفني:

تميز فضاء الملصق ضمن الانموذج الظاهر بوجود مركز سيادي تمثله الجاموسان اللتان تقفان بطريقة متبادلة في الاتجاه ومتقاربة في الدرجات اللونية، فالبقرة هي من يهب الخير والعطاء في الفكر العراقي القديم؛ إذ كان العراقيون القدماء ولاسيما السومريون والاكديون فضلاً عن البابليين يهتمون بتربية الجاموس والإفادة من منتجاتها، كما وضعت ثلاثة من بيوت

القصب الى الخلف من مركز السيادة، ووجدت امام الجاموستين السنابل الذهبية كدلالة على زراعة القمح والشعير في تلك المناطق نظراً لما تتمتع به من خصوبة وثراء وخير، وتجدر الإشارة الى ان شكل رمز السنبلة هذه هو استعارة رمزية من الكتابة الصورية العراقية القديمة التي سبقت الكتابة المسمارية؛ إذ كان السومريون يرسمون هذه السنبلة دلالة على الزراعة.

جاء هذا الانموذج ليبين لنا اهمية هذه الارض او هذه المنطقة تحديداً في جنوب ووسط العراق من حيث قوة التعبير الحضاري وما كانت تتمتع به حضارة بلاد الرافدين من ثروة مائية وحيوانية وزراعية، التي تجسدت في الخطاب من خلال تعزيز قيم الهوية الوطنية في التصميم التي يعد حضورها ضمن ذات المصمم وتفكيره وانتمائه لمرجعياته الوطنية ورموزها التاريخية وطبيعة جغرافيتها وبيئتها المحلية التي جسدها الالوان الرافدينية القديمة.



الانموذج (3)

الوصف العام:

الابعاد: 50 سم / 70 سم

نوع الخطاب الكرافيكي: ملصق

مكان النشر: العراق

سنة النشر: 2019م

التحليل الفني:

تميز فضاء الملصق في الانموذج الظاهر بتعدد المفردات او الرموز المستعملة فيه؛ إذ وضع قارب كبير يقوده احد الرجال وهو يحمل كأساً في يده ويقف الجاموس وهو من الحيوانات المهمة والمعروفة في منطقة الاهوار؛ إذ تقضي اغلب وقتها وهي داخل المياه. كما وجدت اعمدة من القصب اليابس وهو ينقل لغرض استعماله في البناء وغيرها من الاستعمالات اليومية والحياتية في تلك المنطقة، كما وجدت الاسماك وهي تسبح في مياه الاهوار، ومن الجدير بالذكر ان الاسماك هي من رموز الخير والعطاء في تلك المنطقة الموعلة في التاريخ، التي لا

يزال سكانها اليوم يصطادون الاسماك وهي جزء مهم من قوتهم اليومي. لقد حقق مركز السيادة (القارب مع مكوناته البصرية) قوة جذب مركزية ولغة حوار مباشر في محاكاة المتلقي، ففوة الجذب التي تحقّقها الوحدة التصميمية، في حوار مباشر وحضور جمالي من خلال الالوان والاشكال في مركز السيادة كنظام بصري مؤثر في المتلقي نفسياً واجتماعياً وبايولوجياً فضلاً عن التأثير في السلوك الانساني (Maitland Graves, 1951. P.157).

الانموذج (4)

الوصف العام:

الابعاد: 61سم / 91سم

نوع الخطاب الكرافيكى: ملصق

مكان النشر: مصر

سنة النشر: 2019م

التحليل الفني:

تميز فضاء الملصق في الانموذج الحالي بتفرد صندوق المومياء المصرية كمركز سيادي يمتد على معظم فضاء الملصق ليؤدي دوره المؤثر في المتلقي المحلي وغير المحلي ليوحى بقوة حضور الذات بانتمائها الى المكان وهي الحضارة المصرية القديمة او ما تسمى بحضارة وادي النيل، لاسيما ان الملصق يمثل رسالة اعلامية ودعائية مهمة عن المتحف المصري للآثار والترويج نحو زيارته والاطلاع على تلك مقتنيات التاريخية الحضارية المهمة لمصر عبر تاريخها القديم. لقد استعان المصمم في هذا التصميم بتلك الالوان المحلية المهمة التي تؤدي دوراً كبيراً في تمييز البيئة والمكان وتلك الخصوصية والهوية للذات التطبيقية في ابراز خطاب وحوار ما بين المصمم والمتلقي في اثره واثارة فضوله نحو سبر اغوار تلك الرموز الحضارية المصرية المتميزة.

المبحث الخامس:

أولاً: النتائج:

في ضوء ما تقدم نستطيع ان ندرج بعض النتائج وكما يأتي:

- 1- مثلت التجربة الذاتية أساساً في استنباط واستعارة الرموز والعناصر التاريخية واستعمالها في الخطاب الكرافيكى (الملصق) وبيان تلك الاختلافات في تجسيد الذات مع تنوع الامكنة ولاسيما المكان الحضاري.
- 2- عبرت التجربة الذاتية في التصميم عن القدرة الكبيرة في التأثير بالمتلقي المحلي والعالمي ولاسيما بالتطبيق وطباعة هذه الملصقات للترويج عن البيئة العراقية المحلية ومكوناتها الطبيعية من نباتات وحيوانات وموروث وغيرها ولاسيما بيئة مناطق الاهوار وخصوصيتها البصرية. ومن ثم مقارنة تلك الذاتيات المتميزة مع الذاتيات الحضارية ولاسيما المصرية منها.
- 3- تتميز كافة النماذج بالاسلوب ذاته من حيث التنفيذ وطبيعة الرموز المستنبطة في الخطاب الكرافيكى، وكانها سرد قصصي لقصة الحضارة معبرة بصدق عن هوية المكان وروحية الزمان. وهي عملية متشابهة في بيان القدرة التعبيرية لحركية الذات وتطبيقاتها في التصميم الكرافيكى العراقي وغير العراقي.
- 4- عدت النماذج بأكملها تعبيراً صادقاً عن قوة الذات وتأثيرها في صياغة المشهد البصري ولاسيما في تشكيل وبنية الخطاب الكرافيكى وبذلك فان حضور الذاتيات هو جمع ذات واحدة تنتمي بصدق للمكان والزمان (التاريخ). وهذا ما يمكن الحكم عليه بالتجربة الذاتية التي تختلف من مكان الى اخر.
- 5- اتسمت الالوان بخصائصها ودلالاتها المحلية التي تنتمي الى عمق حضارة بلاد الرافدين ولاسيما اللون اللازوري والاصفر ودرجات الازرق والاخضر. مع وجود مقارنة واضحة لتلك الالوان التي تمثلها الحضارات الاخرى في ترسيخ الهوية والخصوصية الذاتية.

- 6- اتجهت النماذج على نحو مباشر نحو محاكاة ذات المتلقي مباشرة من خلال التطبيق والتداول لمكونات الخطاب وتعبيرها المباشر عن المكان، وبذلك فإن المدى الاتصالي هو مدى طويل ومباشر يحاكي المتلقي ويجعله جزء من الواقع الافتراضي للخطاب.
- 7- نفذت كافة النماذج بالتقنية الرقمية وبأسلوب واحد مما يجعلنا في اختبار حقيقي نحو التجربة الإخراجية أو التنفيذية المعاصرة وبأسلوب جديد.

ثانيًا: الاستنتاجات:

- 1- يعد الخطاب الكرافيكي لغة تواصل وتأثير بوصفه لغة بصرية تحاكي المتلقي المحلي والعالمي نحو الاحساس بقيمة الرمز التراثي والتاريخي في الخطاب.
- 2- ترتبط الذات بالانا في عملية الحوار الذهني للمصمم ولاسيما في انتقاء المفردات والرموز التاريخية التي تؤثر تأثيرًا مباشرًا في الذات وتتبعكس في أسلوبه الفني.
- 3- تشكل الذات نقطة الشروع الأولى في تقبل الأفكار وإدراكها ومناقشتها ومن ثمَّ التحول إلى حقل التجريب والتجربة ومنها الانطلاق نحو التطبيق والتداول والانتشار.

ثالثًا: التوصيات:

- 1- ضرورة الاطلاع على التجارب العالمية في الفن ولاسيما التصميم بوصفه جزء مهم من فلسفة الفن للمجتمع، من خلال ابتكار طرائق جديدة في التعبير الأسلوبي عن طريق تفاعل الذات مع الواقع لإنتاج الخطاب الجديد.
- اتخاذ التجربة والتجريب طريقًا جديدًا في التفكير وبناء الفكرة الإبداعية الخلاقة التي لا تأتي بدون ذات المصمم ومن ثمَّ إيجاد سبل منطقية وسليمة في التطبيق.

Arabic References

- Al- Iman, Alaa al den, (2015). Aesthetic structure in the interior design, Dar Majdalawi, Amman.
- Al- Ansari, Hussain, (2017). Problems receiving in theatrical discourse, Al- Nawras publishing, Alexandria,.
- Eco, Umberto, (2013). Infinite menus from Homer to Joyce, translate by; Nasser. M. Abu al- Hayja, Dar Kalima, Dubai.
- Parker, Greace, (2018). Dictionary of Cultural Studies, translated by; Jamal Belqasim, Roia publishing, Cairo.
- 5-Bingrad, Saeid and others, (2010). Advertising strategies, Dar Al- Hiwar, Lattakia.
- Bingrad, Saeid, 2009. Advertising image persuasive and significant Mechanisms, Arab Cultural Center, Casablanca.
- Al-Tunji, Muhammad, (1993). The Lexicon in Literature, Part 2, Dar Al-Kutub Al-Alami, Beirut.
- Al-Jadrgi, Riffat, (2006). in Causality and Controversy of Architecture, Center for Arab Unity Studies, Beirut,.
- El-Gohary, Mohamed, (2010). Glossary of Social Sciences Terminology, National Center for Translation, Cairo.
- Al-Hassani, Muhammad Ali Hussein, (2016). Interpretation Epistemology, Dar Al-Rafidayn, Beirut.
- Al-Haidari, Ibrahim, (2013). The Iraqi Personality in Search of Identity, Dar Al-Tanweer, Beirut.
- Khalil, Khalil Ahmed, (1995). A Dictionary of Philosophical Terms, Lebanese House of Thought, Beirut.
- Dibon, Pascal, 2014. The Merloponte Lexicon, Ter: Shadi Rabah Nasr, Al-Naya for Studies and Publishing, Damascus .
- Rababaa, Musa, (1998). Stylistic Communication and Influence, Journal of Signs in Criticism, (27) (7), The Club Literary and Cultural, Jeddah.
- Russell, Bertrand, (2016). Philosophical Problems, Ter: Arak Al- Shoshan, Literature Publishing, Beirut.
- Al-Shtawi, Ibrahim Muhammad, 2010. Research in Identity, Dar Sharqiyat, Cairo.
- Shaaban, Yasser, (2014). Dreams, sleep secrets and dreams, Kunuz for publication and distribution, Cairo.
- Saleh, Qasim Hussain, (1984). The Man Who It Is, General Cultural Affairs House, Baghdad.
- Al-Sahn, Saleh, (2014). The model character in TV drama, Adnan Publishing House, Baghdad.
- Saliba, Jamil, (1986). The Philosophical Lexicon, Part 1, Lebanese Book House, Beirut.
- Assi, Michel, and Emile Badi 'Yaqoub, (1987). The Thesaurus on Language and Literature, Volume 1, Dar Al-Alam

Millions, Beirut.

Abdel Hamid, Shaker, (2008). Visual Arts and the Genius of Perception, The Egyptian General Book Authority Cairo.

Abdullah, Iyad Hussain, (2008). Art of Design, Part 1, Department of Culture and Information, Sharjah.

Omar, Hoda Mahmoud, (2004). Industrial Design Art and Science, Arab Foundation for Studies and Publishing Amman.

Eid, Kamal, (1978). Literature and Art, The Arab Book House, Tripoli.

Fathi, Ibrahim, 1986. Glossary of Literary Terms, Arab Foundation for United Publishers, Sfax.

Fadl, Salah, (1996). Rhetoric and Textual Rhetoric, Library of Lebanon, Beirut.

Al-Fiqi, Ibrahim, (2009). Power of Thought, Dar Al-Raya for Publishing and Distribution, Cairo.

Falih, Naseer, (2019). Slavoy Czek, Adnan Publishing House, Baghdad.

Falih, Naseer, (2019). Alan Badio, Adnan Publishing House, Baghdad.

Mahadin, Othman, (2016). Self-Esteem, Treasures Treasury, Amman.

Muhammad, Balasim, (2017). The Isolation of Art in Iraqi Culture, Association of Iraqi Plastic Artists, Baghdad.

Mustafa, Adel, (2014). The significance of form, a vision for publication and distribution, Cairo.

Matlub, Ahmed, (2015). Deliberative and other research, the Iraqi Scientific Complex, Baghdad.

Philosophical Lexicon, (1983). Academy of the Arabic Language, The General Authority for Prince's Press Affairs Cairo, A Concise Philosophical Dictionary, 1986. Ter: Tawfiq Salloum, Dar Al-Takadum, Moscow.

Al-Naseer, Yassin, (2013). The City and Fine Art, Dar Mesopotamia, Baghdad.

38- Husserl, Edmund, (2009). Lessons in the Phenomenology of Inner Consciousness of Time, see: Lotfi Khairallah Camel Publications, Germany.

Wahba, Murad, (2017). The Philosophical Lexicon, Modern Quba House, Cairo.

Yusef, Aqeel Mahdi, (2011). The Aesthetic Idea in Art, Dar Aras, Erbil.

Yusef, Aqeel Mahdi, (2007). Aesthetic Question, The Society of Iraqi Plastic Artists, Baghdad.

Young, Cavin, (2007). Return to the Marshes, Dr. Hassan Al-Janabi, Ministry of Water Resources, in cooperation with Dar Al-Mada, Baghdad.

Asfour, Mazen Hamdi, (2019). The Reflections of Visual Sciences in the Art of Renaissance and Baroque the Discoveries of Scientific Perspective and Space as an Example, Dirasat international research Journal, B (46), No. (4), Amman, Jordan.

Al-Anber, Abdullah, (2019). Literary Texts between Intersexuality and Textual Coherence, Dirasat international research Journal, B (46), No. (4), Amman, Jordan.

English References

Eric Newton, (1967). The meaning of Beauty, Penguin Books, Cox & Wyman Ltd, London. Third Edition.

F. L. Lucas, (1964). Style, Pan books Ltd, London, Second Edition.

Herbert Read, (1968). The meaning of Art, Penguin Books, The Chaucer Press, London, the nine Edition, 1966.

H.W. Janson. A History of Art, Thames & Hudson, London.

Maitland Graves, (1951). The Art of Color and Design, Mc Graw- Hill Books co., New York, second Edition.

Mario Amaya, (1968). Art Nouveau, Studio Vista Limited, London, second edition.

Michael Clarke, (2001). Oxford Concise Dictionary of Art Terms, Oxford University Press.