

الهوية والعولمة في الخطاب الكرافيكي

أ.م. معتنز عناد غزوان

ملخص البحث:

لاشك أن للهوية وتفردتها أثراً بالغ الأهمية في تحديد مرجعيات الخطاب البصري الكرافيكي، على وفق تحولات الزمان والمكان. ومن خلال تلك التحولات نستطيع أن نحدد تلك الهوية وقضية تفردتها من خلال العناصر التيبوغرافية في الخطاب البصري الكرافيكي من جهة، أو من خلال الظواهر والتيارات العالمية الجديدة التي أسهمت في تشتت الهوية وضياعتها بل وإلى صراع الهويات المعاصرة على وفق تلك التحولات التي قادتها العولمة الأمريكية. من خلال تلك التحولات المهمة انطلق هذا البحث من أجل تسليط الضوء على أهمية إبراز الهوية وتفردتها في الخطاب البصري الكرافيكي على تعدد صورته الفنية والتقنية.

تألف البحث من ثلاثة فصول، تضمن الفصل الأول الإطار المنهجي للبحث. أما الفصل الثاني فقد تضمن الإطار النظري والدراسات السابقة، إذ تألف الإطار النظري للبحث من بحثين علميين، كان المبحث الأول متخصصاً بدراسة تأثيرات العولمة في الهوية وتفردتها الثاني فقد تضمن تحولات الخطاب البصري الكرافيكي. أما الفصل الثالث فقد تضمن إجراءات البحث من حيث مجتمع البحث ومنهج التحليل وعيناته المنتقاة قصدياً وهي خمس عينات كخطابات بصرية كرافيكية، تم تحليلها على وفق استمارة تحليل أعدت من قبل الباحث وتم عرضها على المتخصصين للتصديق عليها والتي تضمنت أدبيات الإطار النظري للبحث. ثم عملية التحليل الفني لتلك العينات أو النماذج الثلاث المنتقاة.

ثم إدراج أهم نتائج عملية التحليل الفني لعينات أو نماذج البحث المنتقاة وكان من أبرزها ما يأتي:

1- ارتبطت الهوية بالوظيفة ارتباطاً ملحوظاً بوصفها من يكسب تلك الوظيفة ماهيتها وأهدافها المختلفة في أغراضها (الثقافية، الإعلانية، وغيرها).

2- تجلت الهوية في تفردتها من خلال قوة المكان وبطريقة غير مباشرة في الخطاب البصري الكرافيكي.

3- تفردت الهوية في الخطاب البصري الكرافيكي من خلال النصوص الكتابية التي عبرت وجسدت أهمية الهوية وتفردتها في النص البصري.

4- تفردت الهوية في الخطاب البصري الكرافيكي عن طريق العناصر التيبوغرافية مجتمعة لتعطي الإحساس الكامل بحركة وتأثير تلك الهوية وتفرداها. ومن ثم التوصيات وقائمة للمصادر والمراجع التي اعتمدها الباحث في دراسته الحالية، ومن الله التوفيق. مشكلة البحث والحاجة إليه:

لاشك أن التصميم الكرافيكي يعد الخطاب الأكثر تفاعلا من حيث التأثير الواضح بوصفه رسالة بصرية موجهة تحمل بين مكوناتها خصائص أو مواصفات خاصة تتمتع بالاستقلالية ليس فقط من حيث مضمون الرسالة البصرية فحسب، إنما في الشكل العام للتصميم الذي يمثل الرسالة البصرية المؤثرة. ومن هنا تبرز أهمية الهوية وتأثيراتها الكبيرة والمتنوعة في مستوى التأثير في المتلقي ليس كفرد فحسب إنما التأثير في المجتمع ككل، بوصفها الصبغة الحقيقية التي تكسب التصميم الكرافيكي أهميته وماهيته وأهدافه الموجهة.

فالهوية هي التأكيد على الانتماء إلى المكان، أو الانتماء إلى الزمان الخاص المرتبط بالمكان الخاص، وهذه الظاهرة تكون الأكثر تأثيراً ووجوداً في النص البصري بل تكون واضحة في أفكارها الموجهة، من خلال الوعي أو اللاوعي أحياناً لأنها لصيقة بالمخيلة والمرجعيات الفكرية والعقائدية والاجتماعية وغيرها من الظواهر الضاغطة على الهوية وتأثيراتها التي تكون مباشرة بل عمودية على ذهنية المصمم وتفكيره. كما ترتبط الهوية ارتباطاً واضحاً مع الخصوصية والمكانية التي تفرض وجودها في النص البصري الكرافيكي لاسيما في عصرنا الحالي الذي تحول فيه العالم إلى قرية صغيرة بفعل أفكار العولمة والتداول السريع عبر وسائل الاتصال الرقمية المعاصرة. مما تقدم نستطيع أن نحدد مشكلة بحثنا هذا في طرح التساؤلات الآتية:

ما الانعكاسات المهمة للهوية في الخطاب البصري الكرافيكي المعاصر؟ وما الذي تشكله الهوية وتفرداها من انعكاسات تختلف إيجاباً وسلباً؟ وتحديد تلك المؤشرات من حيث النظرية والتطبيق.

أهمية البحث:

تتجلى أهمية البحث في دراسة تأثيرات الهوية والعولمة من حيث ترصين الظواهر الاجتماعية والبيئية ذات الطابع الحضاري وتميزها عن الهوية اللاحضارية التي لا تمتلك مقومات التفرد وبالتالي يمكننا من خلال هذا البحث القدرة على إدراك أهمية الهوية وخصوصيتها من خلال إبرازها وتفرداها في الخطاب البصري الكرافيكي المعاصر. فضلاً عن

إسهام هذا البحث في ترسيخ روح الانتماء للمرجعيات الفكرية والاجتماعية والعقائدية للشعوب والتعرف على حياتها وارثها وأهدافها الإنسانية.

هدف البحث :

يمكن تحديد هدف البحث في الكشف عن انعكاسات العولمة على الهوية وتفردتها وأهميتها في الخطاب البصري الكرافيك المعاصر.

حدود البحث :

الحدود الموضوعية: دراسة الهوية وتأثيرات العولمة في الخطاب البصري الكرافيك المعاصر الحدود المكانية: تصاميم كرافيكية منتقاة قصدياً من (الولايات المتحدة الأمريكية، بريطانيا، كندا، استراليا).

الحدود الزمانية: شهر كانون الثاني- نيسان 2015م. وقد حددت على وفق المبررات الآتية:

1- شهد العام 2015م بداية مهمة وواضحة لثورة الانفوميديا وتطورها.

2- تتصف اغلب النماذج المنتقاة قوة واضحة من حيث التطور التقني الملموس.

تحديد المصطلحات :

1- الهوية:

لغويًا: تشير المصادر اللغوية إلى أن اسم الهوية ليس عربياً في أصله، وإنما اضطر إليه بعض المترجمين، فاشتق هذا الاسم من حرف الرباط، اعني الذي يدل عند العرب عن ارتباط المحمول بالموضوع في جوهره¹. والهوية في التفلسف اللغوي العربي هي التشخص، الشخص نفسه والوجود الخارجي: هي وحدة الكائن المطلقة مع ذاته². ويقول (أبو نصر الفارابي) في (التعليقات): إن هوية الشيء عينيته ووحدته وتشخصه وخصوصيته ووجوده المنفرد له في كل واحد، وقولنا (انه هو) إشارة إلى هويته وخصوصيته ووجوده المنفرد له لا يقع فيه اشتراك³.

اصطلاحياً: الهوية (Identity)⁴ تعني الذاتية، وأحد المبادئ الأساسية في الفكر، يقول بان الشيء لا يمكن أن يكون الشيء نفسه وشيئاً آخر. وقد تكون الهوية أيضاً مجموع الخصائص

1 - جميل صليبا: المعجم الفلسفي، ج2، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1982م، ص529.

2 - خليل احمد خليل: معجم المصطلحات الفلسفية، دار الفكر اللبناني، بيروت، 1995م، ص201.

3 - التريكي، فتحي وعبد الوهاب المسيري: الحداثة وما بعد الحداثة، دار الفكر، دمشق، 2003م، ص197.

4 - الكرمني، حسن سعيد: المعنى الأكبر، معجم اللغة الانكليزية الكلاسيكية والمعاصرة والحديثة، مكتبة لبنان، بيروت، 1988م، ص601.

الميزة لأثر فني، أو لمجموعة من الآثار¹. فالهوية ترصد الثابت والمشارك بين الأشياء أو الأحكام². والهوية هي حقيقة الشيء من حيث تميزه عن غيره وتسمى أيضاً وحدة الذات³. والهوية هي ماهية نسبية، بالمقارنة مع هوية الذات الإلهية التي ليس كمثلها شيء. والهوية لحظة من لحظات الصيرورة الوجودية⁴. ويتعارض مفهوم الهوية مع مفهوم الغيرية، وتستعمل الهوية للإشارة إلى المبدأ الدائم، الذي يسمح للفرد، بأن يبقى (هو هو) وان ((يستمر في كائنه))، عبر وجوده السردي على الرغم من التغيرات التي يسببها ويعانيها⁵. ويقول الفارابي أن هوية الشيء وعينيته، وتشخصه، وخصوصيته، ووجوده المنفرد له، كل واحد. وقلنا انه إشارة إلى هويته، ووجوده المنفرد له الذي لا يقع فيه اشتراك. والهوية 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 المطلق⁶. والهوية هي التكرار والمعاودة، الثبات والأصل الذي يغادر أصلته⁷. 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 بالتعدد والاختلاف والتغيير الاجتماعي في صيغها المختلفة ومستوياتها المعرفية المتنوعة وكذلك في سياقاتها المتعددة التي تنتج وعياً اجتماعياً يثير تساؤلات تقترن بالهوية من حيث دلالاتها وأبعادها ومكوناتها الأساسية وعلاقتها بما هو ثابت وما هو متغير من عناصرها⁸.

إجرائياً: تعرف الهوية بأنها الظاهرة المتفردة في تركيبها البيئي المشخص والتميز والحي في طبيعة تكوينها ومعانيها المتجلية في النص البصري الكرافيكي لتسبغه صفة الإقليدية والتميز والتفرد التي تلاقت بالخبرة والتجربة والفعل ورد الفعل بالنسبة لطبيعة تكوين المجتمع فضلاً عن

1 - جبور عبد النور: المعجم الأدبي، دار العلم للملايين، بيروت، 1979م، ص 286.

2 - المعجم الفلسفي المختصر: ترجمة توفيق سلوم، دار التقدم، موسكو، 1986م، ص 521.

3 - المعجم الفلسفي: مجمع اللغة العربية، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، 1983م، ص 208.

4 - خليل احمد خليل: المصدر السابق، ص 201.

5 - سعيد علوش: معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1985م، ص 225.

6 - جميل صليبا: المصدر السابق، ص 529-532.

7 - مصطفى بن تمسك: أصول الهوية الحديثة وعللها، جداول للنشر والترجمة والتوزيع، بيروت، 2014م، ص 24.

8 - الحيدري، إبراهيم: الشخصية العراقية البحث عن الهوية، دار التنوير، بيروت، 2013م، ص 230.

ذاتية المصمم الكرافيكى وطبيعة تكوينه التي تنعكس بشكل موضوعي بوعي تام أو لا أرداي من خلال اللاوعي المتوارث بطبيعة التكوين الإنساني وفكر المواطنة.

3- الخطاب:

لغويًا: اشتقت كلمة (الخطاب) من باب (خطب)، وفصل الخطاب الحكم بالبيئة، أو اليمين أو الفقه في القضاء، أو النطق بأما بعد¹.

اصطلاحاً: الخطاب (Discourse) بمعناه الواسع يعني مجموعة من الجمل والعبارات التي تبدو متماسكة مكتوبه أو ملفوظة، وفي هذه الحالة يمكن الكلام عن تحليل الخطاب. وحينئذ فان النص يكون مرادفاً للخطاب، غير أن الخطاب يحتمل معاني آخر خاصة، وهناك خطاب يهدف إلى الإقناع، ويصنف في ثلاثة أجناس قضائية، واستشارية، وحدثية. كما يعد الخطاب بأنه تعبير شفاهي عن فكرة، منطوق، عرض².

إجرائياً:

إن أهم نوع من أنواع الخطاب الذي يتعامل معه المصمم الكرافيكى هو الخطاب البصري (Visual Discourse) بأنه نظام بصري يتكون من ترابط العناصر التيبوكرافيكية مؤلفة بذلك نصاً بصرياً قابلاً للتأويل والتفسير والتحليل من اجل الوصول إلى مكونات فكرته وبالتالي إدراك مكوناته.

الفصل الثاني:المبحث الأول: تأثيرات العولمة في الهوية وتفردتها

لمعرفة التأثيرات التي تحدثها العولمة على تميز وتفرد الهوية في الخطاب البصري الكرافيكى لابد من معرفة مفهومها ومنطلقاتها. فالعولمة (Globalisation) تدل على العمليات التي تتقاطع من خلالها سيادة الدول الوطنية وتقوض من خلال جهات فاعلة أجنبية لها آفاق مختلفة من السلطة والتوجهات والهويات والشبكات³. والعولمة هي زيادة الروابط وتعميقها في المجتمعات والدول بشكل ينظم ويرتب نظام الاقتصاد الحالى، كما أنها تصف العمليات التي من خلالها تفرز القرارات والأحداث والأنشطة التي تحدث في احد أجزاء العالم نتائج مهمة للأفراد والمجتمعات في بقية أجزاء العالم⁴. وهي إكساب الشيء طابع العالمية وجعل نطاقه عالمياً، والدعوة إلى تبني نموذجاً معيناً وتعميمه كمنط حضاري وهو النمط الأمريكي وتوسيع دائرته

1 - الفيروزبادي: القاموس المحيط، دار الرسالة، بيروت، 1993م، ص104.

2 - العامري، كامل عويد: معجم النقد الأدبي، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2013م، ص141.

3 - مالباس، سيجون: ما بعد الحدائة، ترجمة د.باسل المسالمة، دار تكوين للتأليف والنشر، دمشق، 2012م، ص191.

4 - عمر صقر: العولمة وقضايا اقتصادية معاصرة، الدار الجامعية للنشر، القاهرة، 2001م، ص5.

ليشمل العالم كله منظوراً إليه من زاوية جغرافية¹. وتميل العولمة إلى تحطيم فكرة الشمولية والمسؤولية العالمية، وتعد العولمة (طائفة) جديدة لها مذاهبها الخاصة وترتيبتها وانصهارها وطقوسها وفاعلها ومستثمروها كبرى الشركات المتعددة الجنسيات وحتى مواقعها المتزايدة على الويب². فالعولمة هي تأسيس أمريكي يدعو إلى الهيمنة الأمريكية وإشاعة الفكر اللامنتمي والمغادر للهوية وتفردتها من خلال التعميم الذي جاء كرد فعل للتطور التقني والعلمي الراهن. ويحاول خطاب العولمة من تحديد وتقييد الفكر القومي بشكله العام نحو الانفتاح والتعميم. وكذا الأمر في الفكر السياسي والاقتصادي بشكل أكبر في مدى التأثير والتأثر. فلأسواق العولمة والشركات العابرة للقوميات سوف تنزع إلى أن تعكس صورتها في سوق عمل عالمي مفتوح³. وهنا يقع العالم تحت سطوة مفهومين مهمين للعولمة وهما، العولمة الشاملة والعولمة الرأسمالية الأمريكية التي رسمت أهدافها في ميدان الاقتصاد والمال بشكل رئيس. فالعولمة الشاملة هي الثورة الالكترونية التي حولت القاعدة التكنولوجية والرؤية العالمية لوسائل الإعلام والكثير من البنية الأساسية المادية للعالم اليوم. وهي تعد أشكال جديدة للعولمة التي تمكن الناس والجماعات من بناء هويات متعددة⁴. فمفهوم العولمة يعد بالكثير ولا يقدم إلا القليل، لقد منح مفهوم العولمة للنظرية السوسولوجية دوراً ومكانة لم تكن تتمتع بها منذ عقدين، وان التصور الرئيس للعولمة في الدراسات السوسولوجية والثقافية يتعاط مع العمليات الكونية والاستجابات المحلية عليها، كجزء من ميل طويل الأمد في اتجاه انحلال المجتمعات المحلية والقومية التي تلعب فيها الأسباب الناشئة داخل حدودها الثقافية والسياسية دور العامل المقرر للنتائج الاجتماعية⁵. ومن مفارقات الزمن الراهن هو أن تعمل ظاهرة العولمة ضد الإستراتيجية التي رسمتها، ألا وهي توحيد العالم في نمط إنتاجي واستهلاكي، ففي الوقت الذي تبسط فيه هيمنتها بوسائل الإغراء والإكراه، تستنفر الهويات الساكنة للمقاومة بل وتمكنها من الدعاية الكونية لإيديولوجيتها الجهادية⁶. وقد ولدت تلك السياسات رد فعل كبير لما يحصل من دمار سببه الإرهاب العالمي والذي قرأه المصمم الكرافتيكي وعبر

1 - الياسري، علي عبد العزيز: العولمة والدولة، الجذور الفكرية والفلسفية للعولمة وتأثيرها على الدولة، بغداد، 2009م، ص 16.

2 - المنجرة، المهدي: عولمة العولمة من أجل التنوع الحضاري، منشورات الزمن، الرباط، 2000م، ص 31، 32.

3 - طومبسون، جراهام و بول هيرست: ما العولمة الاقتصاد العالمي وإمكانات التحكم، ترجمة د.فالح عبد الجبار، دراسات عراقية، بيروت، 2009م، ص 33.

4 - سكوت، جون: علم الاجتماع المفاهيم الأساسية، الشبكة العربية للأبحاث، بيروت، ط2، 2013م، ص 287-288.

5 - طومبسون: المصدر السابق، ص 8.

6 - مصطفى بن تمسك: المصدر السابق، ص 33.

عنه في نصوص بصرية واضحة دللت على تأثيرات العولمة التي كانت سلباتها أكثر من إيجابياتها. فالهوية في زمن العولمة، لاسيما الهوية وتفردا عند المصمم الكرافيكي، تنقسم على مذهبين أساسيين هما: المذهب المادي والمذهب السيكلوجي، إذ تتكون الهوية الشخصية من تطابق البنية المادية أو البيولوجية. فلا تختلف تركيبة الفرد في الماضي عن ما هو في الحاضر، من حيث الخلايا والأعصاب ذاتها¹. كما تتكون الهوية الشخصية من جراء التواصل السيكلوجي، وهي أن الفرد يستطيع أن يتذكر تاريخه من الماضي إلى الحاضر، ويعتمد على الذاكرة والصراع النفسي². فالإرهاب (Terrorism)، أحد أهم مصطلحات العولمة، والذي انتشر بشكل واسع بانتشار فكرها العالمي، لقد أحدث مصطلح الإرهاب تضاداً مع الهوية وتفردا، سيما في النص البصري الكرافيكي. لقد شهدت تلك المفاهيم نوعاً من الصراع أصاب الهوية وتفردا في ظل عصر العولمة وتأثيراتها السياسية التي تنعكس في محصلتها على الحصد الاقتصادي والانتعاش الاقتصادي الأمريكي. الأشكال (1)، (2)، (3).



الشكل (3)

الشكل (2)

الشكل (1)

فالشكل (1) يمثل خطاباً بصرياً معولماً يحاكي العام قبل الخاص، كما يمثل نوعاً من اللاهوية من حيث نشر الفكر المضاد للإرهاب ومخاطبة المتلقي للتفكير فيه وبأبعاده الخطيرة على النفس البشرية التي لم يحدد فيها المصمم الكرافيكي نوع الفكر سواء كان دينياً عقائدياً، سياسياً، إنما هو حوار خاص موجه إلى ذهنية المتلقي يدعوه إلى التفكير والتأني. فالغرض من التأويل لهذا الخطاب البصري هو فهم المعاني الباطنية من خلال المعطيات المادية التي يمنحها لنا الخطاب البصري في تجسيده لعولمة الهوية واتساع رقعة حوارها العالمي. فالحوار هنا للأنوية أو الأنا المفردة كجزء من مجتمع لم تحدد في الهوية ولم تتفرد به. أما الشكل (2)، فقد

¹ - حسن عجمي: السوبر حداثة علم الأفكار الممكنة، بيسان للنشر والتوزيع والإعلام، بيروت، 2005م، ص 184.

² - المصدر نفسه، ص 185.

اختلفت لغة الخطاب البصري فيه للتوجه نحو تحديد الهوية الدينية، والتأكيد عليها لاسيما من خلال ارتباط السمو بالعبقريّة الإسلامية أو الهوية الإسلامية المتفردة والتي تنقض وتحارب الإرهاب الذي أُلصقته العولمة بالإسلام وتعاليمه. فالهوية الإسلامية اكتملت منذ ما يزيد عن أربعة عشر قرناً، وهي ليست بحاجة إلى ما يسمى الآن بحوار الحضارات، بل ينقلب فيه الإسلام إلى مشروع (أسلمة) عالمية¹. ومن هنا أُلصقت العولمة الإرهاب بالهوية الإسلامية بعد أن تحولت الهوية الإسلامية المتفردة وتعاليمها السامية إلى رعب وخوف وموت لان العولمة أرادت ذلك برفعها لراية الإرهاب العالمي، من خلال مصطلح (حوار الحضارات). لقد كان الخطاب البصري الكرافيكى واضحاً في إثبات الهوية الإسلامية وتفردتها في نبد الإرهاب والاسلمة الكاذبة. أما الشكل (3) فقد تحولت الهوية إلى تفرد كامل من حيث الدين والمكان (مصر) من حيث الدلالات التي تفرضها العناصر التيبوغرافية فيه، وبذلك اختفت العولمة فيها إلا من حيث مصطلح الإرهاب ومحاربتة وهي من شعاراتها، بيد أن الأمر كان واضحاً في النص البصري الكرافيكى والإشارة الذكية من المصمم في وضعه للنسر ذي الرأس الأبيض وهو الرمز الوطني للولايات المتحدة الأمريكية ليؤكد على وجود الفكر المعولم حاضراً في نشر الإرهاب وتشويه الدين الإسلامي والقومية العربية التي أكد عليها المصمم الكرافيكى هنا. فتأكد المصمم الكرافيكى على تفرد الهوية القومية التي تركز على الحدود السياسية والاستقلال الذاتي، الذي غالباً ما يسوغ بحجج تتمحور حول الإرث الثقافي المشترك². لقد أفرزت العولمة وفكرها العديد من الظواهر والمصطلحات التي غدت ضاغطة في بناء الفكر وإنتاجه لاسيما في الشرق العربي والإسلامي بشكل خاص، فعلى الصعيد الثقافي بات العالم كتاباً مفتوحاً ينهل من معينه جميع الراغبين في التعلم والتثقف. فالأفكار والمفاهيم تنتقل من مكان إلى آخر بحيث باتت للإنسانية مجموعة مشتركة من القضايا التي تشغل بال الجميع بدون استثناء. أما في ميدان الدين، فقد اتصلت الأديان كما لم تتصل من قبل، فقام حوار الأديان الذي كان غائباً فبات التكامل الديني أمراً ممكناً ومرغوباً فيه³. وتجدر الإشارة إلى أن الخطاب البصري الكرافيكى قد تأثر بالتحويلات السياسية التي شهدتها بعض الدول العربية منها على وجه الخصوص لاسيما بعد ما يطلق عليه بثورات الربيع العربي، وما رافقتها من تحولات وصفتها العولمة بأنها التحول من الديكتاتورية إلى الديمقراطية. بيد أن حقيقة الديمقراطية لا تقبل أي

¹ - مصطفى بن تمسك: المصدر السابق، ص32.

² - جوزيف ، جون: اللغة والهوية، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون، الكويت، 2007م، ص220.

³ - فضيل أبو النصر: الإنسان العالمي العولمة والعالمية والنظام العالمي العادل، بيسان للنشر، بيروت، 34تقب 2001م، ص98.

شكل من أشكال القومية الضيقة والعرقية الدينية، بل أنها في تعارض تام مع هذه الأشكال جميعاً¹. لقد عبر المصمم الكرافيك عن تلك الهويات الدينية بشكل عام اخذ جانب التعولم والتوسع العالمي، وقد عبر في خطاب بصري آخر عن توكيد الهوية الدينية وتفرداها من اجل نشر قيم السلام والتعايش العالمي بين الأديان ، إذ تعد من الأفكار المعادية للعوامة. الأشكال (4)،(5).



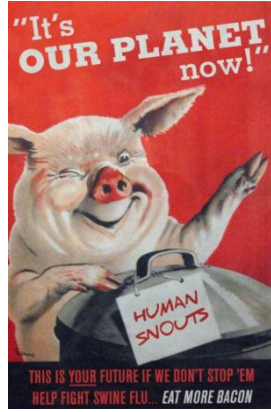
الشكل (5)

الشكل (4)

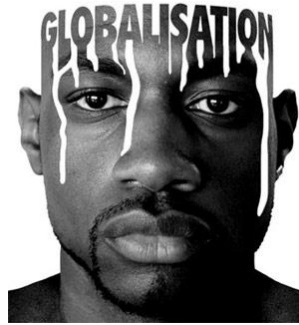
فالشكل (4) يمثل نصاً بصرياً عربياً مطلقاً يدعو إلى التعايش بين الأديان (الإسلامية والمسيحية) من خلال وجود الهلال رمزاً للإسلام، والصليب رمزاً للمسيحية. أما الشكل (5) فالهوية تفردت بتفرد المكان القومي أو الهوية القومية (الهوية المصرية) من خلال تعايش مسلمي ومسيحيي الهوية القومية.

لقد وضعت العوامة آثارها الكبيرة في السياسة والاقتصاد كما كان دورها الكبير في الدين والعقائد، وقد أثارت العديد من النصوص البصرية الكرافيكية الحركة الواسعة للفكر المعولم في محو الهوية وتفرداها في النص البصري الكرافيك. الأشكال (6)، (7)، (8).

¹ - الجنابي، ميثم: فلسفة الهوية الوطنية، دار ميزوبوتاميا ودار عدنان للنشر، بغداد، 2012م، ص 96.



الشكل (8)



الشكل (7)



الشكل (6)

فقد جسد المصمم في الشكل (6)، هوية شكلية خاصة للفكر المعولم وجعله متفرداً في الشكل من خلال القناع الأسود الذي تكرر على معظم التصميم، بيد انه تغير في تحديد العلم عليه وهي دلالة مكانية متفردة. وقد جاء ليؤكد على أن جميع دول العالم تشرب شيئاً واحداً. أما الشكل (7) فقد أوضح المصمم غياب الهوية وتأثرها بسياسة العولمة في إمكانية تغير السياسة من السوداء إلى البيضاء وقد كانت لكلمة (العولمة) بالأبيض قوة كبيرة في اختراق الوجه الأسود الإفريقي، أي أن العولمة سوف تغير العالم إلى عالم جديد، يرتبط بتغير الطبقة الاجتماعية وتدميرها، وهي من السلبيات التي تؤدي إلى ضياع الهوية وتفردتها، لان تقسيم طبقات المجتمع يحقق فائدة كبيرة في مجال تخطيط الإعلان وتحديد جمهوره وبالتالي تحديد طبيعة الرسالة الإعلانية، وان المفهوم المعاصر للتقسيم الاجتماعي صار يعتمد نظرية المكانة الاجتماعية والاقتصادية التي تأخذ بنظر الحسبان مستوى التعليم والدخل والوظيفة وغيرها¹. أما الخطاب البصري الكرافيكي في الشكل (8) قد توجه بفكرة أن الكوكب أي كوكب الأرض أصبح مكاناً للخنازير بعد أن أدرك الموت البشر بسبب انتشار مرض أنفلونزا الخنازير، وهو خطاب عولمي واضح دمر وأخفى الهوية وأنهى البشرية تماماً ولو كان افتراضياً. لذلك فان عوامل تحديد الانتماء في الهوية يتحقق في الأرض والعقيدة واللغة، كما أن نواة الهوية هي القيم والمعايير والسلوك التي تفرزها الثقافة وتعيد إنتاجها لتحافظ على بقائها وديمومتها حية في الذاكرة². و الهوية تحيل على الفرد كونه هو ذاته من خلال صفات يجاهد أن تكون له وحده

¹ - العاملي: الإعلان التجاري التلفزيوني في العراق وسبل تطويره، دار عدنان، بغداد، 2013م، ص 69.

² - الحيدري: المصدر السابق، ص 235.

لا يشاركه فيها احد فهو محكوم إذن بالحس الاجتماعي¹. وهذه من صفات الهوية المتفردة في الخطاب البصري الكرافيكى والتي تعارض مفهوم العولمة.

المبحث الثاني: تحولات الخطاب البصري الكرافيكى

لاشك أن الخطاب / النص بمعناه المتعارف عليه هو نوع من الكتابة المرتبطة باللغة، وان تحليله الذي يستلهم علم الاجتماع يؤطر النصوص والصيغات المتداولة من قبل أطراف التواصل ضمن المعنى الشخصي والنظام الاجتماعي ويوضحها، إذ إن النظام الاجتماعي ليس مرتبطاً باللغة وعلم التواصل فحسب، إنما أيضاً بنقل الإشارات والمعاني المتعددة في النصوص وبمديات كبيرة من خلال تنفيذ التواصل، وان هذا النظام الاجتماعي يتغير بمرور الزمن². ويطلق أحيانا على النص بالكتابة وما يرتبط بها من شفرات وأعراف، كما أشار إلى ذلك البنيويون الفرنسيون. والتفريق بين الكتابة والنص هو نفسه التفريق الالسنى البنيوي بين اللغة كنظام، وفعل القوى الفردي³. لذلك يجد المتبع للتوجهات النظرية في العناية بالنص أو الخطاب مداخل عديدة بعضها اجتماعي ثقافي، وبعضها نفسي، وبعضها لساني، فالمداخل الاجتماعية الثقافية قوام الأعمال المهمة بالتواصل عبر الثقافات، ومنابتها انتروبولوجية واثنوغرافية⁴. فالخطاب له هويته، كما أن لكل شيء هويته، وهو بذلك ليس نصاً سياسياً، أو سيكولوجياً، أو اجتماعياً، وان كان يحمل دلالات سياسية وسيكولوجية واجتماعية⁵. وفي ضوء هذا التصور يكون النص مرتبطاً بغايات تواصلية تفاعلية مخصوصة⁶. وللخطاب فلسفته الخاصة التي عبر عنها العديد من المفكرين والفلاسفة المحدثين، إذ يقول (رولان بارت) إن النص في أصله، حرز، وان هذا الحرز ليرغبني والخطاب يختارني، أدواته في ذلك ترتيب كامل لشاشات خفية، وقابلية المقروء للقراءة، إلى آخره، ويوجد الآخر دائماً، انه المؤلف، وان ليوجد ضائعاً في وسط النص⁷. وهنا يشير (بارت) من خلال حديثه إلى أن الخطاب

1 - سعيد بنكراد: سيميائيات الصورة الاشهارية، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، 2006م، ص151.

2 - هابشايد، شتيفيان: النص والخطاب، ترجمة د.موفق محمد جواد المصلح، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2013م، ص38.

3 - البازعي، سعد وميجان الرويلي: دليل الناقد الأدبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2000م، ص172.

4 - الزناد، الأزهر: النص والخطاب مباحث لسانية عرفية، نيبور للطباعة والنشر، الديوانية، 2014م، ص44.

5 - المومني، قاسم: في قراءة النص، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، عمان، 1999م، ص19.

6 - الزناد: المصدر السابق، ص46.

• الحرز: هو العوذة، والموضع الحصين، ينظر: الفيروزبادي: المصدر السابق، ص653.

7 - بارت، رولان: المصدر السابق، ص55.

يفرض معناه من دون وجود مؤلفه أو صانعه، والتي أطلق عليها ما يعرف بموت المؤلف. ويتم الكشف عن قيمة النص عن طريق أبعاد مهمة هي التأويل والتخيل وهما مفهومان يرتبطان بالمتلقي للخطاب¹. فالعلاقة ما بين الخطاب والمتلقي علاقة وثوق وترابط، فهناك اتفاق ضمني بين الطرفين تكشف أبعاد النص وأنساقه، وتوضح تكويناته، ويحتوي الخطاب على متلق ضمني، متضمن في الخطاب، ويناسب الخطاب وجوده زماناً ومكاناً وشكلاً وموضوعاً، فهو مجموعة السنن والأعراف الجمالية والفنية التي تحضر في المخيلة².

أما الخطاب البصري فهو الذي يختلف من حيث المفهوم عن الخطاب/ النص بمفهومه الكتابي، فهو الأعم والاشمل في إمكانية تحليل مكوناته التي تحوي كافة العناصر البصرية من صور ونصوص وأشارات ورموز وألوان وغيرها. إذ يعتمد الخطاب البصري على الإشهار، والتحفيز، والإيهام، والتأثير في المتلقي، والإشهار قائم على التواصل البصري أساساً من حيث كان إشهاراً أو إعلاناً مطبوعاً على حامل بصري يقوم بتوزيع المضامين البصرية في فضاء الحامل، وتوزيع الألوان ما بين المضامين لتمييزها وتوزيعها توزيعاً متناسقاً ولاشك أن وراء جميع ذلك تقنيات ومهارات في إخراجها، وبتظافر الأدوات اللغوية والصور وتوفر الخطاب المكتوب³. ويتنوع الخطاب البصري الكرافيكي من حيث وسيلة الإعلان أو الإشهار سيما الخطاب الذي يؤدي وظيفة نفعية اجتماعية التي يكون لنصها الأكثر تأثيراً في الحياة اليومية للفرد والمجتمع. ويتم ذلك من خلال ما يأتي:

- 1- الانتباه .
- 2- الإقناع: الصدق والقبول.
- 3- الصورة.
- 4- الوضوح الذي يظهر مع الإقناع.
- 5- التذكير.
- 6- الإخفاء وتوجيه المتلقي نحو الإقناع. فالإقناع أهم سمة من سمات الإعلان الناجح فبدون الإقناع لا يمكن أن يكون الإعلان ناجحاً، وذلك باستعمال الكلمات المحددة أو المعينة دون سواها أو الصورة الناطقة أو غير ذلك⁴. فضلاً عن الماركة التجارية والشعار أيضاً، التي

1 - محمد رضا مبارك: استقبال النص عند العرب، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، عمان، 1999م، ص 237.

2 - المصدر نفسه، ص 284.

3 - الزناد: المصدر السابق، ص 274.

4 - هابشاید: المصدر السابق، ص 115.

تلخص الخصائص والمميزات العامة والخاصة للموضوع. فالخطاب البصري الإعلاني أو الاشهاري الذي يهدف أيضاً إلى إثارة وتكثيف الرغبة في امتلاك هذا المنتج أو الاستعانة بهذه الخدمة وغيرها¹. لذلك فإن عملية تحليل النص لا بد أن تكون بين المفاهيم الثلاثة الآتية:

1- التأثر.

2- التأمل.

3- التعليل ويرتبط معه التفاعل، أما الناقد فهو في منطقة وسطى بين الخطاب والجمهور، وعليه فإن الجمهور لا يتفاعل مع الخطاب ويستجيب له إلا إذا كان على صلة بواقعه وحياته سواء أكانت عاطفية أو اجتماعية أو فكرية، وهذا شأن لا مناص من التسليم به والإقرار بفاعليته². إذ يقول (بول كلي) في وصفه للخطاب البصري، وعلاقته بحركة العين سيما عين الفنان والمصمم، الذي تتحرك عينه من اليمين إلى اليسار وكذلك في جميع الاتجاهات التي يجذب إليها، انه يسلك الطرائق المخطوطة في النص البصري الذي يشاهده وابداعه نفسه مشروط بحركة معينة غير أن هذه الحركة تتوقف في لحظة ما في الزمان والمكان³. فبداع الخطاب ذو علاقة حميمة دون ريب بالمتلقي، وان معرفة المبدع قد تكشف في أية قراءة للخطاب عن فهم أعمق له تماماً، كما أن الخطاب في أية قراءة له قد يكشف هو الآخر عن ذات مبدعة⁴. وفي جميع الحالات فإننا نكون أمام موضوعين: أحدهما مباشر وهو ما يشكل معطيات الخطاب الظاهرة، وآخر ديناميكي أي المعرفة المفترضة التي تؤسس، عبر وجودها فعل التأويل⁵.

الفصل الثالث (إجراءات البحث): أولاً: منهج البحث:

اعتمد الباحث المنهج الوصفي لأغراض تحليل النماذج موضوعة البحث، وذلك لتحديد الهوية وتفرداها في الخطاب البصري الكرافيكى وما تقدمه من معطيات بصرية إلى المتلقي والكشف عنها.

ثانياً: مجتمع البحث:

1 - فيكتروف، دافيد: الإشهار والصورة صورة الإشهار، ترجمة سعيد بنكراد، منشورات ضفاف، الرياض، 2015م، ص 21.

2 - مبارك: المصدر السابق، 80، 75، 83.

3 - سيزا قاسم: الفارئ والنص العلامة والدلالة، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2002م، 196.

4 - عناد غزوان: أسفار في النقد والترجمة، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 2005م، ص 126.

5 - سعيد بنكراد: السيميائيات والتأويل، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2005م، ص 88.

تضمن مجتمع البحث الحالي فنون التصميم الكرافيكى كافة، والتي يرى فيها الباحث تلاؤماً مع مقتضيات ومفاهيم البحث وانسجامها مع فكرة البحث، وقد بلغ عددها (15) نموذجاً. وكما يأتي:

1- الملصقات: العدد 5.

2- الطوابع: العدد 5

3- أغلفة المجلات: العدد 5

ثالثاً: عينة البحث:

تم اختيار خمسة نماذج أي بنسبة 25% من مجتمع البحث الحالي، وبطريقة قصدية، أي اختيار نموذج واحد فقط من كل مجموعة، وللأسباب الآتية:

1- تميزت النماذج بالجدة والمعاصرة.

2- احتوت على موضوعات جديدة تطرح بطريقة مختلفة تحتاج إلى تحليل مكوناتها وكشف دلالاتها.

3- تميزت النماذج بتكاملها من حيث الشكل والمضمون.

4- تمثيل النماذج بشكل واقعي يتلاءم مع مشكلة البحث وأهميته.

5- نفذت النماذج بالتقنيات الرقمية المعاصرة.

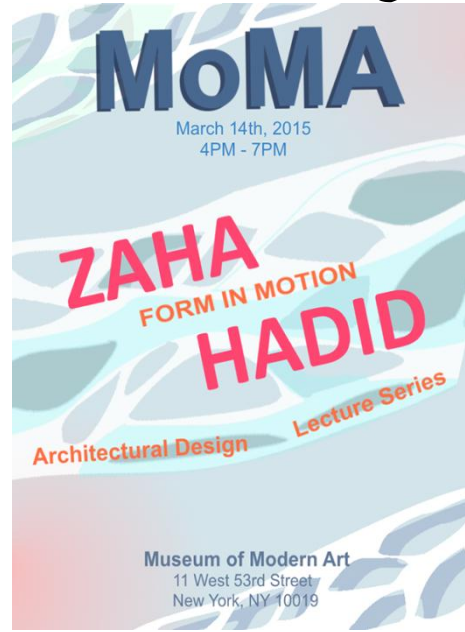
رابعاً: أداة البحث:

اعد الباحث استمارة بمحاور التحليل تضمنت أدبيات الإطار النظري بعد عرضها على الأساتذة المتخصصين للتأكد من صلاحيتها لتحليل النماذج المنتقاة.

صدق الأداة:

بعد عرض الاستمارة على عدد من المتخصصين والتأكد من صلاحيتها لإجراء عملية التحليل الفني.

الأنموذج (1)



الوصف العام:

الأبعاد: متنوع الأبعاد

الخطاب البصري الكرافيكي: إعلان

تاريخ الطبع: 2015م

مكان الطبع: الولايات المتحدة الأمريكية

الوصف العام:

يمثل الخطاب البصري الكرافيكي الاشهاري، الصادر عن متحف الفن الحديث في نيويورك (MOMA) وهو الاسم المختصر (Museum Of Modern Art)، إذ علقت تلك الإعلانات على الأبنية و وسائل النقل الكبيرة للأشخاص التي تجوب مدينة نيويورك الأمريكية، فضلاً تعليق ونصب هذا الإعلان في الساحات العامة، ليعلم المتلقي الأمريكي، والعالمى، بمعرض كبير لأعمال المعمارية البريطانية الجنسية، العراقية الأصل والهوية (زهراء حديد) (Zaha Hadid). وتجدر الإشارة هنا إلى أن (زهراء حديد) كان لها رأي خاص في تصميم هذا الإعلان لاسيما من حيث بنية الخطاب البصري الكرافيكي وعناصره التيبوغرافية كالصور والكتابات وتوزيعها واختياراتها لأنها بالفعل لا بد أن تحاكي أسلوبها الفني الجديد.

التحليل الفني:

تفرد الهوية:

أكد المصمم على تفرد الهوية في الخطاب البصري الكرافيك من خلال النصوص الكتابية التي حملت اسم المصممة والمعمارية (زهراء حديد) باللغة الانكليزية والتي تعد مركز السيادة في الخطاب البصري، كما أعطت تلك النصوص الكتابية بتوزيعها الحر على فضاء الخطاب البصري قدرة كبيرة في إدراك أهمية هذه الشخصية العراقية، في مدى التأثير النفسي (السيكولوجي) الذي يؤكد على تعالق الهوية الوطنية العراقية من خلال اسم المعمارية حديد من جهة والألوان الشفافة التي تعطي مؤشراً كبيراً لارتباطها بالأوثة من خلال لون المرأة المفضل (الوردي). أما الرمز المرتبط بتفرد الهوية في الخطاب البصري الكرافيك الحالي فقد عبر عن المصمم باستعارة بلاغية من خلال النصوص الكتابية، فضلاً عن الصور الشفافة السابجة في فضاء النص البصري التي تمثل انموذجاً من أساليب زهاء حديد المعمارية، وهنا يكون الأسلوب الفني أو التعبير الصادق والذاتي في أعمالها بمثابة هوية متفردة راسخة تميزت بها حديد عن باقي المعماريين العالميين المعاصرين. تصنف الهوية في الخطاب البصري بوصفها هوية ثقافية متفردة بكل ما يتعلق بالجوانب الإبداعية للمعمارية زهاء حديد، إذ أكد المصمم على تلك الجوانب من خلال عرضه لما يتضمنه الخطاب البصري الاشهاري من حيث ما تقدمه من ندوات ومحاضرات ترتبط بالعمارة وتصميمها، وتأويل أشكال العمارة على وفق أسلوب حديد نفسها، أو بتجربتها الذاتية في هذا الميدان.

حرص المصمم في تأكيده على الوظيفة الاشهارية أو الإعلانية التي تؤكد على دور المعمارية العراقية الهوية والمتفردة في أسلوبها الفني والجمالي الخاص بها، لاسيما إنها شخصية اجتماعية، عراقية، وفي الوقت نفسه هي شخصية تتمتع بالعالمية. وتجدر الإشارة هنا إلى أن الهوية تتفرد في كونها عراقية من خلال شخصية زهاء حديد نفسها. بيد أن الأمر مختلف جداً من حيث المنجز الفني أو العمارة التي غادرت المكان والهوية معمارياً أو بنائياً بل إنها قد تشير إلى اللاهوية في العمارة واللاتفرد أيضاً بوصفها أسلوباً فنياً لا ينتمي إلى المكان، أو الهوية الوطنية، وقد تكون تيارات العولمة متطابقة مع هذه الأفكار التي بدأت تأخذ إطارها العام بالتححرر من الهوية المحلية إلى اللاهوية أو العالمية، فهي هوية لا شرقية، ولا غربية، إنما هي تيار عالمي حديث لا يؤمن بالمكان وتراثه وهويته، أساساً للانطلاق، إنما بالمكان أساساً لإشهار تيار عالمي جديد.

النموذج (2)



الوصف العام:

الأبعاد: 22 سم، 27 سم

الخطاب البصري الكرافيك: غلاف مجلة

تاريخ الطبع: 2015 م

مكان الطبع: الولايات المتحدة الأمريكية

الوصف العام:

يمثل الخطاب البصري الكرافيك (غلاف المجلة) كثافة من حيث الشخصيات التي اجتمعت وسط الغلاف، والتي تمثل العديد من الزعماء العالميين المعاصرين وتحديدًا عام 2015م، وتحمل العديد من الرموز والصور ذات الدلالات المختلفة والتي سوف تأتي على تحليلها بالتفصيل، وتجدر الإشارة إلى أن اسم هذه المجلة (الاقتصاد) أو (المجلة الاقتصادية) لعام 2015م.

التحليل الفني:

تفرد الهوية:

لم تتفرد الهوية بمفهومها العام في الخطاب البصري الكرافيك، إذ تعددت إلى مجموعة من الهويات متجهة إلى العالمية أو التعميم، ويمكن الإحساس بتعدد الهويات التي اختلفت من

حيث المرجعيات الفكرية والسياسية والاجتماعية وغيرها، لذلك استطاع المصمم أن يجمع تلك الهويات في خطاب بصري واحد من خلال التوليف الصوري مع بعض الرموز المنتشرة في فضاء التصميم، لتعطي تنوعاً واسعاً في ميدان الفكر والدلالة لاسيما أن المجلة ذات موضوع يرتبط بالاقتصاد العالمي الجديد وصراع القوى العالمية السياسية، بما فيها الترويج لفعل العولمة، مع تعدد للهويات من خلال الشخصيات السياسية المعروفة التي استعملها المصمم في الخطاب البصري كوسيلة جذب مؤثرة. كما شكلت النصوص الكتابية نوعاً من تعدد الهويات من خلال نوع الحروف ولغتها كالانكليزية من ناحية والصينية من ناحية أخرى، مما يجعل المتلقي منتبهاً لتنوع الهويات واندماجها افتراضياً وليس واقعياً.

استطاع المصمم أن يعبر عن العديد من الهويات المتفردة، كوجود حيوان الباندا كاستعارة رمزية عن بلاد الصين موطن هذا الحيوان المعروف الذي يقف بكل قوة استعراضية في الخطاب البصري الكرافيك، وقد ارتدى الباندا العلم الصيني ليؤكد تفرد الهوية المحلية المطلق. وقد وضع احد رجال السومو اليابانيين، المعروفين حاملاً بيده بطارية ذات قطبين أراد المصمم أن يشير فيها إلى التحول في قطبية القوة الاقتصادية العالمية من الغرب إلى الشرق؟ بفعل جهود اليابانيين، وهو تساؤل مشروع تطرحه الهوية الصينية واليابانية، السياسية والاقتصادية وتفردتها بتلك المعطيات المهمة. وقد وضع المصمم صورة لفتاة صغيرة وهي تنظر إلى مشهد تجمع رؤساء العالم وتقاربهم مع بعضهم (افتراضياً) وهي الفتاة (أليس) التي تعيش في بلاد العجائب، والأكثر دهشة هو اتجاه نظر الفتاة إلى تجمع الرؤساء والزعماء، بكل تعجب واستغراب، وهي التفاتة ذكية من المصمم الذي يطرح تساؤلاً مهماً كيف تضامنت الهويات المتضادة في الفكر والسياسة والاقتصاد وغيرها؟ فأعداء الغد يجتمعون معاً لحل قضية الاقتصاد العالمي وهو أمر افتراضي طرحه النص البصري الكرافيك لإثبات صراع الهويات وعدم تجانسها فكرياً وسياسياً وبالتالي اقتصادياً، وهذا ما أكده المصمم في وضعه للرئيس الأمريكي (هوية متضادة) وفكر سياسي واقتصادي (رأسالي) متضاد، مع الرئيس الروسي (هوية متضادة) وفكر سياسي واقتصادي (اشتراكي) متضاد. الشكل (9)، (10).



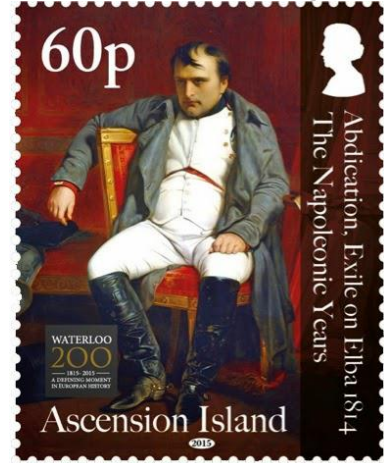
الشكل (9) الباندا ورجل السومو الشكل (10) أليس في بلاد العجائب

لقد أكد المصمم الكرافيكى، انه من يصنع المكان والزمان في الخطاب البصري الكرافيكى الحالى لاسيما في ملئ الفضاء بالهويات المتعددة غير المتفردة، كما أكد على عدم طغيان أو سيادة هوية على أخرى، فجميع الهويات هي على حد سواء تكون محصلتها استشراق مستقبل جديد للعالم تجمعهم المحبة ويسوده السلام والاقتصاد المعتدل والمساواة والتي تعد تفكيراً افتراضياً ذاتياً من قبل المصمم الكرافيكى الذي يحاول الكشف عن تأثيرات تيارات العولمة. ابرز المصمم رموزاً أكد من خلالها التصاقها بالهوية الوطنية من خلال رمز انفجار القنبلة الذرية على اليابان عام 1945م إبان الحرب العالمية الثانية، التي قامت بها الولايات المتحدة الأمريكية لإخماد قوة اليابانيين آنذاك. وهذا ما يرتبط بالرمز الذي يعطي للكرة الأرضية وجهين، وجهاً يمتاز بالصبر متجهاً إلى الغرب، ووجهاً يهتاج غضباً يتجه إلى الشرق، في إشارة واضحة للصراع ما بين الشرق والغرب ليس في الاقتصاد فحسب، بل في قيم الهوية وتفردتها أيضاً، وهي إحدى نتائج العولمة. الأشكال (11)، (12).



الشكل (11) تناقض الشرق والغرب الشكل (12) القنبلة الذرية

الأنموذج (3)



الوصف العام:

الأبعاد: 3.5سم / 4سم

الخطاب البصري الكرافيك: طابع بريدي (جزء من مجموعة تتكون من ثلاثة)

تاريخ الطبع: 2015م

مكان الطبع: بريطانيا

الوصف العام:

يستذكر الخطاب البصري الكرافيكى الذكرى 200 لمعركة (Waterloo)، التي اندحر فيها الفرنسيون بقيادة قائدهم المعروف (نابليون بونابرت)، من قبل القوات البريطانية عام 1895م. وقد صدر هذا الطابع ضمن مجموعة تتكون من ثلاثة طوابع، عن دائرة البريد البريطاني، لتخلد تلك الذكرى المهمة في تاريخ بريطانيا الحديثة، وقد عدت بريطانيا هذه المجموعة من تصاميم الطوابع من الأفضل لعام 2015م، التي طبعت في شركة (Bee Design and lithographed by BDT).

التحليل الفني:

تفرد الهوية:

تفردت الهوية الوطنية في رمز واضح لملكة بريطانيا (اليزابيث الثانية) والتي عرف بها أسلوب التصميم البريطاني لاسيما تصميم الطوابع البريدية، وتجدر الإشارة هنا إلى أن شركات طباعة الطوابع البريطانية تصدر طوابع تذكارية في مناسبات خاصة تتصف بالجودة في الطباعة وتقنياتها، تحتم برمز يمثل شكلاً نصفياً سطحياً لملكة بريطانيا كأسلوب ثابت في التصميم. أعطى النص البصري الكرافيكى نوعاً من الاثنية في الهوية ما بين الهوية البريطانية من جهة

والهوية الفرنسية بصورة قائدها (نابليون بونابرت) من جهة أخرى، الذي شكل مركز السيادة في الخطاب البصري، نظراً لما يأخذه من حجم كبير يتسع باتساع الفضاء. كما تفردت الهوية في النص البصري الكرافيكى بالدور والهدف الثقافي الذي لا بد أن يدركه المعاصرون لاسيما الأجيال الجديدة، في التعرف على ماضيهم الذي يعتزون به اعتزازاً جماً. شكلت الطوابع بوصفها خطاباً بصرياً كرافيكياً مهماً بتعاملها مع الهوية الوطنية وتفردتها في كل أنحاء العالم، إذ تعكس تلك النصوص البصرية كافة الخصوصيات المكانية والزمانية والتراثية والوطنية لشعوبها من خلال الاستعارة الرمزية أحياناً، أو من خلال تمثيلها عن طريق العناصر التيبوغرافية، ولعل أهمها الصورة بوصفها ناطقاً مباشراً يحاكي المتلقي لاسيما إذا توافرت فيها كافة المعطيات الجمالية، والثقافية، والاجتماعية، والسياسية، وغيرها. إنها في محصلتها النهائية السعي إلى التأكيد واضح ومباشر على الوظيفة الثقافية للهوية الوطنية للشعوب بمختلف مراحل بنائها التراكمي التاريخي.

النتائج:

- خرج البحث بعدة نتائج من خلال تحليل العينات وكانت كما يأتي:
- 1- ارتبطت الهوية بالوظيفة ارتباطاً ملحوظاً بوصفها من يكسب تلك الوظيفة ماهيتها وأهدافها المختلفة في أغراضها (الثقافية، الإعلانية، وغيرها).
 - 2- تجلت الهوية في تفردتها من خلال قوة المكان وبطريقة غير مباشرة في الخطاب البصري الكرافيكى.
 - 3- تفردت الهوية في الخطاب البصري الكرافيكى من خلال النصوص الكتابية التي عبرت وجسدت أهمية الهوية وتفردتها في النص البصري.
 - 4- تفردت الهوية في الخطاب البصري الكرافيكى عن طريق العناصر التيبوغرافية مجتمعة لتعطي الإحساس الكامل بحركة وتأثير تلك الهوية وتفردتها.
 - 5- استعان المصمم الكرافيكى بالرمز كركيزة في التعبير عن وجود وفعل الهوية الوطنية وتفردتها في الخطاب البصري الكرافيكى والتأكد على المكان بشكل واضح وبارز.
 - 6- تفردت الهوية من خلال البيئة الطبيعية ومكوناتها المتميزة أو رموزها الطبيعية التي تعطي تميزاً للمكان في الخطاب البصري الكرافيكى.

7- يسعى المصمم الكرافيك المعاصر إلى تفرد الهوية بشكلها الايجابي في الخطاب البصري الكرافيك المعاصر من خلال بيان الدور الايجابي في محاكاة ذاكرة الزمكان وبالتالي التأثير في المتلقي.

ثالثاً: التوصيات:

يوصي الباحث بعدة توصيات وكما يأتي:

- 1- ضرورة دراسة التأثيرات النفسية (السيكولوجية) لتفرد الهوية الوطنية وتأثيراتها في المتلقي بمختلف مرجعياته الفكرية والتاريخية.
- 2- التركيز على دراسة الهوية وتفرداها في الخطاب البصري الكرافيك المعاصر لأنها تعبير صادق لانتفاء المصمم الكرافيك لمكانه وزمانه، وتحليل تلك التأثيرات.
- 3- ضرورة دراسة الإشكالية العالمية في تفرد الهوية بسبب تيارات العولمة والتدويلية التي دخلت في معظم المعارف والعلوم والسياسة وغيرها.
- 4- المحاولة في التأثير الواضح بالرأي العام من حيث قوة تفرد الهوية في الخطاب البصري الكرافيك وعناصره التيبوغرافية.
- 5- ضرورة دراسة تأثيرات الموروث الشعبي للشعوب الحضارية واستثمار رموزها الإنسانية في إبراز الهوية الوطنية وتفرداها في الخطاب البصري الكرافيك المعاصر.

المصادر والمراجع

- 1- بارت، رولان: لذة النص، ترجمة د.منذر عياشي، دار لوسي، باريس، 1992م.
- 2- البازعي، سعد وميجان الرويلي: دليل الناقد الأدبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2000م.
- 3- البخاتي، سعد شريف: الثقافة العقلية ودورها في نهضة الشعوب، أكاديمية الحكمة العقلية، قم، 2014م.
- 4- التريكي، فتحي وعبد الوهاب المسيري: الحداثة وما بعد الحداثة، دار الفكر، دمشق، 2003م.
- 5- جبور عبد النور: المعجم الأدبي، دار العلم للملايين، بيروت، 1979م.
- 6- جميل صليبا: المعجم الفلسفي، ج2، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1982م.
- 7- الجنابي، ميثم: فلسفة الهوية الوطنية، دار ميزوبوتاميا ودار عدنان للنشر، بغداد، 2012م.

- 8- جوزيف ، جون: اللغة والهوية، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون، الكويت، 2007م.
- 9- حسن عجمي: السوبر حداثه علم الأفكار الممكنة، بيسان للنشر والتوزيع والإعلام، بيروت، 2005م.
- 10- الحيدري، إبراهيم: الشخصية العراقية البحث عن الهوية، دار التنوير، بيروت، 2013م.
- 11- خليل احمد خليل: معجم المصطلحات الفلسفية، دار الفكر اللبناني، بيروت، 1995م .
- 12- الزناد، الأزهر: النص والخطاب مباحث لسانية عرفنية، نيبور للطباعة والنشر، الديوانية، 2014م.
- 13- السادة، أثير: تحولات الصورة، فضاءات للنشر والتوزيع، عمان، 2011م.
- 14- سعيد بنكراد: السيميائيات والتأويل، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2005م
- 15- سعيد بنكراد: سيميائيات الصورة الاشهارية، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، 2006م.
- 16- سعيد علوش: معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1985م.
- 17- سكوت، جون: علم الاجتماع المفاهيم الأساسية، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ط2، 2013م.
- 18- سيزا قاسم: القارئ والنص العلامة والدلالة، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2002م.
- 19- طومبسون، جراهام و بول هيرست: ما العولمة الاقتصاد العالمي وإمكانات التحكم، ترجمة د.فالح عبد الجبار، دارسات عراقية، بيروت، 2009م.
- 20- العامري، كامل عويد: معجم النقد الأدبي، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2013م.
- 21- العاملي، شذى: الإعلان التجاري التلفزيوني في العراق وسبل تطويره، دار عدنان، بغداد، 2013م.
- 22- عمر صقر: العولمة وقضايا اقتصادية معاصرة، الدار الجامعية للنشر، القاهرة، 2001م.
- 23- عناد غزوان: أسفار في النقد والترجمة، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 2005م.
- 24- فضيل أبو النصر: الإنسان العالمي العولمة والعلمية والنظام العالمي العادل، بيسان للنشر والتوزيع والإعلام، بيروت، 2001م.
- 25- الفيروزبادي، مجد الدين محمد بن يعقوب: القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط3، 1993م.

- 26- فيكتروف، دافيد: الإشهار والصورة صورة الإشهار، ترجمة سعيد بنكراد، منشورات ضفاف، الرياض، 2015م.
- 27- مالباس، سيمون: ما بعد الحداثة، ترجمة د.باسل المسالمة، دار تكوين للتأليف والنشر، دمشق، 2012م .
- 28- محمد رضا مبارك: استقبال النص عند العرب، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، عمان، 1999م.
- 29- مصطفى بن تمسك: أصول الهوية الحديثة وعللها، جداول للنشر والترجمة والتوزيع، بيروت، 2014م.
- 30- المعجم الفلسفي: مجمع اللغة العربية، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، 1983م.
- 31- المعجم الفلسفي المختصر: ترجمة توفيق سلوم، دار التقدم، موسكو، 1986م.
- 32- المنجرة، المهدي: عولمة العولمة من اجل التنوع الحضاري، منشورات الزمن، الرباط، 2000م.
- 33- المومني، قاسم: في قراءة النص، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، عمان، 1999م.
- 34- هابشايد، شتيفيان: النص والخطاب، ترجمة د.موفق محمد جواد المصلح، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2014م.
- 35- الياسري، علي عبد العزيز: العولمة والدولة، الجذور الفكرية والفلسفية للعولمة وتأثيرها على الدولة، بغداد، 2009م.

The Identity and Globalization in the Graphic Visual Discourse

Research by

Mutaz Inad Ghazwan

Assistant professor- Dept. of Design