

# آليات الفعل الابداعي في التصميم الطباعي

حكمت رشيد فخري

### خلاصة البحث

في خضم الصراعات الفكرية المختلفة وعمليات إنتاج المعرفة وتداولها نجد ضرورة البحث الدائم عن مستويات أبداع مختلفة تتجدد مع تجدد الحاجة لوضع حلول للمشاكل المختلفة . وسط هذا الصراع يتبادر الى الذهن تساؤل ملح عن ماهي آليات الفعل الابداعي في التصميم الطباعي ؟ ومن خلال هذا البحث الموسوم (آليات الفعل الابداعي في التصميم الطباعي) نسعى ليجاد حلول لهذا التساؤل فضلاً عن أنه سيرفد الجانب المعرفي بدراسة حديثة وتطويرية لفهم أوسع للموضوع. وعبر اربع فصول، تضمن الفصل الاول مشكلة البحث والحاجة اليه، ومن ثم جاء الفصل الثاني ليتضمن الاطار النظري المتمثل بمبحثين، فقد جاء المبحث الاول بعنوان (الابداع في الفن والنظريات الابداعية) والمبحث الثاني (التفكير وآلية الفعل الابداعي في التصميم الطباعي) ثم الحق بمؤشرات تمثل خلاصة علمية لأدبيات المادة النظري ، وفي الفصل الثالث حددت منهجية البحث وتقصيلاتها التقنية، والحق بعملية التحليل لتصاميم الاعلانات التجارية المطبوعة للمجلات الاجنبية المتوافرة في السوق المحلية واعتمده الباحث مؤشرات الإطار النظري كأداة أما عينة البحث فقد اختيرت بالطريقة الغير الاحتمالية القصدية بفعل طبيعة البحث وتم على أساسها تحليل نماذج العينة. أما الفصل الرابع والذي تضمن نتائج البحث ومناقشتها ، من هذه النتائج:

١. إن الفكرة الغير مباشرة تتسم بالابداع نتيجة للصياغة الشكلية الجديدة إذ أدت الى الإثارة والتميز والجذب، فضلاً عن إثارتها لمضامين فكرية .
٢. إن توظيف صور معالجة فنياً لتحقيق اللامألوف الشكلي على المنتج المعلن عنه أدت الى تحقيق فكرة ابداعية ودوراً اتصالياً من خلال ايصال الفكرة الاعلانية بطريقة مشوقة وغريبة .
٣. جرى تطبيق الاستعارات البيئية والشكلية وتولييفها مع العناصر المستخدمة في التصميم الاعلاني الى تحقيق الابداع الفني . ثم اشرت التوصيات والمقترحات وقائمة المصادر التي استند اليها البحث .

### ABSTRACT

In the midst of conflicts different intellectual and knowledge of production processes and circulation we need constant search for different levels of Innovation replenished with renewed need to develop solutions to various problems. Amid this conflict comes to mind a question about what salt creative mechanisms act in Graphic Design? Through this research is marked (creative mechanisms act in Graphic Design) strive to find solutions

to this question, as well as cognitive it Sarphi side modern and developmental study to a broader understanding of the subject. And across four seasons, which included the first chapter of the research problem and the need for him, and then came the second chapter includes theoretical framework goal Bembgesan, came First research titled (creativity in art and theories creative) and the second section (thinking and mechanism of action creative in Graphic Design) and then right indicators represent Summary scientific literature Article theoretical, in the third quarter set the research methodology and Tgosailadtha technical, and the right process analysis to design commercials printed magazines foreign available in the local market and adopted researcher indicators theoretical framework as the research sample was selected in the manner of others Probability intentionality by the nature of research has been on the basis of analysis sample models. fourth chapter and which contained the results of research and discussion, from these results:

١ - The idea indirect characterized creativity as a result of the formulation of the new formalism as it led to the excitement, excellence and attractions, as well as to raise the intellectual implications.

٢ - The employment picture processing technicians to achieve formal Allamolov the advertised product led to the realization of the idea of creative and play Atsalaa by delivering advertising idea in an interesting and strange.

٣ - has been the application of environmental metaphors and formal and synthesized with elements used in advertising design to achieve artistic creativity. Then I pointed out the recommendations and proposals and a list of the sources cited by the research.

## مشكلة البحث

بعد التحولات الهائلة التي تمت خلال القرن الحادي والعشرين في نطاق الفن بشكل عام وفي التصميم الطباعي على وجه الخصوص لابد من الاعتراف أن صفة الفن التصميمي لم تعد محددة ثابتة كما كانت عليه قبل ذلك القرن، بل إن هذه الصفة التي كانت تميز العمل الفني التصميمي بكونه إبداعاً تصميمياً ثابتاً متصلاً بعالم ثابت، لابد أن تتغير بعد أن أصبح العالم، بجغرافيته، وثقافته، واقتصاده، أكثر تحركاً من أي وقت مضى، لكي يدخل غمار التحولات التي لم يعد لها حدود في عالم الاتصال عالم التراكم المعرفي. إذ إن الإبداع لا يتكون لإنتاجة لنسيج متشابك من عناصر موضوعية وذاتية، ولكل عنصر مهما كان صغيراً، تأثيره الخاص على مجمل العملية الإبداعية. وعلى المصمم توظيف جميع آلياته لغرض توصيل الفكرة أو المفهوم أو الماهية التي أنبتت عليها التجربة الفنية وأن تتأزر كل الوسائل لإنجاز مهمة العمل التصميمي وتحقيق النتيجة المتوخى حصولها عند المتلقي .

مما تقدم وجد الباحث ضرورة الخوض في هذه المشكلة مما قاده الى التساؤل الآتي:-

ماهي آليات الفعل الابداعي في التصميم الطباعي ؟

**هدف البحث:** يهدف البحث الحالي الى:-

إيضاح آليات الفعل الابداعي في تصاميم الاعلانات التجارية .

**أهمية البحث:** تكمن أهمية البحث في إنه يمكن أن:

- يرفد الجانب المعرفي بدراسة تطويرية لتصاميم الاعلانات التجارية المطبوعة.
- يساهم في تطوير الرؤى والقدرات المهنية لدى العاملين في مجال تصميم الاعلان التجاري.

**حدود البحث:** يتحدد البحث بالحدود التالية:

الحد الموضوعي : الاعلانات التجارية المطبوعة.

الحد المكاني: المجلات الاجنبية المتوافرة في السوق المحلية، (بغداد).

الحد الزماني: الفترة من ٢٠١٠-٢٠١١ م، ١٤٣٢-١٤٣٣هـ كونها تمثل أحدث ما توصلت اليه التقنيات

الحديثة ولاستقرار وإنتشار تداول المطبوع في العراق (بغداد) لهذه الفترة.

إذ تضمن مجتمع البحث تصاميم لاعلانات تجارية عالمية قياس (٢٩ × ٢١) سم واعتماد الاعلان (صفحة

كاملة) من مجموع المجلة ووفقا للمجلات المنشورة فيها والمتوافرة في اسواقنا المحلية .ويعود اسباب اختيار

الاعلانات العالمية المطبوعة الى تميزها بالآتي .

١. تميز التصميم الاعلانية باداء ذهني عالي وإتضح ملامح الصورة التخيلة .
  ٢. قوة البناء التصميمي للفكرة المقدمة.
  ٣. وقد تمثل مجتمع البحث (٣٥) إعلاناً تجارياً مختلف المواضيع، استبعد الباحث (٥) اعلانات لعدم توافقها مع قيمنا الاخلاقية. وبهذا اصبح مجتمع البحث (٣٠) إعلاناً . ومن ثم أختار نماذج للعينة بصورة قصدية بمعدل (١) من كل (١٠) نماذج .
- تم اختيار عينة البحث للأسباب التالية :

١. توافر الاسباب الموضوعية والتي تخص عنوان البحث وهدفه.
٢. سعة مجتمع البحث .
٣. تعذر حصول الباحث على اعداد اكبر من المجلات العالمية لعدم توافرها بالشكل المطلوب في الاسواق المحلية بسبب ظروف البلد .

### تحديد المصطلحات

آليات: اليمينُ وجمعها آليات. (١٢ ، ص ٢٠)

الآلية : مذهب يقر إن أعمال البشر تمثل برامج حاسوبية . أي نحن في نهاية المطاف أنساق معقدة جداً، يمكن اعتبار أعمالها وفق رؤى مختلفة وعلى مستويات مختلفة من الوصف والتفسير.(٥ ، ص ٢١)

**التعريف الاجرائي :** هي طريقة عمل أو أسلوب عمل سير لتحقيق غاية معينة يتبعها المصمم في عمله.

**الفعل:** يتحدد (الفعل)، (كتنظيم تركيبى للافعال. ويمكن عدّ (الفعل)، في السيميائية التركيبية، نتيجة تحول، في لحظة ما، من المسافة السردية أو البرنامج السردى، سواء كان بسيطاً أو معقداً). (١٤ ، ص ٩٥)

جوهرياً، (يدل الفعل على مايكون، ما يتخفى وراء الواقع بكل درجاته وصوره وأشكاله. إنه المجلى الداخلى والموحد لما تمثله علة أو حدّاً، فهو آن المبدأ الفعلي والصوري لما تنصوره قائماً، كائناً وقابلاً للمعرفة. حتى إن الحدث لا يُدرك إلا بمقتضى عمل، ويعبر أو يفترض به إن يعبر عن وحدة جوهرية، سواء على مستوى العالم أم على مستوى المعلوم). (٢٣، ص ١٩-٢٠)

**التعريف الاجرائي:** الفعل: هو عمل أو حدث لتشكيل أجزاء الفعل الرئيسة وصولاً الى النهاية التي يتحرك نحوها.

**الإبداع:** في المعجم الأدبي (الإبداع عند الفلاسفة هو إيجاد الشيء من عدم، فهو أخص من الخلق) (١٧، ص ١٤٢).

وعرفه قاسم حسين صالح: (هو عملية عقلية تعتمد مجموعة قدرات تتميز بعدد من الخصائص أهمها: الحساسية للمشكلات ، الطلاقة ، الأصالة، الجدة، التفرد، والمرونة، ويشكل إضافة جديدة للمعرفة البشرية في ميدان الفن). (٢٠، ص ١٥)

ويتفق الباحث مع تعريف قاسم حسين صالح.

### الفعل الإبداعي

**التعريف الاجرائي:** هو الجهد المبذول للحصول على أفكار جديدة عن طريق تركيز الانتباه على مشكلة ما وتفكيك عناصرها وإبراز بعض العناصر دون غيرها بحيث يصبح الذهن قادراً على إدراك عناصرها الجديدة التي برزت في صورة مغايرة وإكسابها دلالة تساعد على إعادة تنظيمها في صيغة جديدة.

## الإطار النظري

## أولاً - الإبداع في الفن والنظريات الإبداعية

## الإبداع في الفن

إن الإبداع الفني موضوع مازال يشغل الفلاسفة والمفكرين منذ أفلاطون حتى العصر الحالي وقد تحدث عنه فنانون وشعراء عاشوا تجربة الإبداع وقدموا إنتاجاً رائعاً. فالإبداع في الفن يقابل المقدرة على إيجاد معنى جديد أو حلول جديدة لموضوع ما، أو إيجاد شكل فني مبتكر. لذا نرى أن مفهوم الإبداع يتوسع وتزداد درجة الغموض الذي تكتنفه وبالتالي صعوبة الوصول إلى إتفاق لمفهوم الإبداع ومن خلال البحث وجد الباحث أن معنى ومفهوم الإبداع قد تباين عبر العصور، إذ كان معنى مفهوم الإبداع في العصر الاغريقي، مروراً بالعصر الجاهلي ثم الاسلامي حتى العقود الأولى من القرن العشرين. يرتبط بالذكاء والموهبة كما كان الاعتقاد بأن الإبداع والعبقرية مرتبط بقوى خارقة خارج حدود سيطرة الإنسان. كما أنه ينحصر بسلاسل معينة وينتقل عبر الأجيال من الآباء إلى الأبناء. (١٠، ص٣٣٩)

لقد حمل الفن الحديث في أوروبا آثار تطوره منذ عصر النهضة فمر في مرحلة الباروك التي شملت أوروبا كلها، كما تظهر في جميع أشكال الحياة من عمارة وعمارة داخلية ولباس وأزياء وقطع زينة. وأمتدت أكثر من قرنين كاملين ثم ظهرت الكلاسيكية المحدثة بعد الثورة الفرنسية على يد جان لوي دايفد الذي أسس الاكاديمية الوطنية للفن والثقافة، ولم يلبث هذا الأسلوب أن أنقلب الى ضده بظهور الرومانتية التي تجاوزت الفن التشكيلي الى الادب وكان لها مدلول مختلف في الدول الاوربية. ومع ظهور علم الضوء واكتشاف ألوان الطيف الشمسي-السبعة، تنبه الفنانون الى قواعد بصرية لونية تعطي العمل الفني جاذبية وجمالية جديدة، وأطلق على هذا الفن اسم الانطباعية التي فتحت الباب الى حرية ابداعية وصلت الى التجريد عبر مدارس السريالية والتعبيرية وغيرها. هذا التطور الذي قلب أسس علم الجمال الغربي، والذي أوصل الفن الى خارج حدوده تحت أسم الحداثة، لم يتجاوز أوروبا والغرب إلا متأخراً. ولكن مع تطور الفن الغربي باتجاه الحرية الواسعة في عملية الإبداع والتعبير الفني، وصلت إلى حدود قبول الفنون البدائية والتلقائية والفطرية والتطبيقية على أنها فنون إبداعية تدخل في مفهوم الفن التشكيلي، وتخضع لجمالياته وفلسفته، أصبح جاهزاً لإمداد الحركات الفنية ببعض من إبداعاته الأصيلة (٤، ص١٣٧-١٣٩) وهكذا نستطيع أن نميز مرحلتين في تاريخ الفن العربي:

المرحلة الاولى كانت مرحلة معاصرة الفن الأوربي من حيث جماليته التشبيهية، ومن حيث مدارسه الانقلابية على الشكل، والتي ظهرت خلال القرن التاسع عشر .  
والمرحلة الثانية كانت مرحلة الحداثة التي ظهرت في أوروبا خلال القرن العشرين، والتي قامت على الحرية الإبداعية المطلقة .

## نظريات الإبداع

الإبداع فعل إنساني يتطلب جهداً، وعملاً حثيثاً، ابتداء من الإحساس بالمشكلة وصولاً إلى الناتج الإبداعي. ومع تباين وجهات النظر بطبيعة المراحل التي يمر بها من باحث لآخر، وبقدر تعلق هذا المحور بطبيعة البحث والأقرب له سيتعرض البحث إلى أبرز نظريات العملية الإبداعية ومراحلها:

## ١- نظرية ولسن Wallace View

استناداً إلى هذه النظرية فإن العملية الإبداعية تمر بخمسة مراحل هي: (٥٩- ٥٥، p. ٢٥)

- **مرحلة الإعداد والتحضير Preparation** : إي جمع ما يحتاج إليه من معلومات عن المشكلة وتنظيمها ومن ثم صياغة استنتاجات أولية عامة بناء على المعلومات المتوفرة أو المعلومات التي يمكن الحصول عليها لاحقاً.
  - **مرحلة احتضان الفكرة Incubation** : وهي مرحلة متابعة للوصول إلى حل للمشكلة بعد التفكير في كل الاحتمالات الممكنة.
  - **مرحلة الإصرار والمثابرة Diligence** : وهذا يتطلب مستوى رفيع من الإصرار والمثابرة خلال مرحلة اختراق الفكرة وبعدها ،
  - **الإشراق Elimination** وهي اللحظة التي ينبثق فيها التفكير عن حل المشكلة والشعور بالارتياح بعد جهد ذهني.
- وإن عملية الإبداع لا تنتهي بمجرد حدوث الإشراق وتوارد الأفكار والتوصل إلى حل المشكلة وأنها يتواصل التفكير الإبداعي حتى تبلغ الفكرة مداها وتقدم الأدلة بأنها متفردة وأصلية وعملية وغير مسبوقه.

## ٢- نظرية الجشطات في الإبداع Gestalt Theory

ترى نظرية الجشطات\* أن الشخص المبدع لديه حساسية جمالية تمكنه من انتقاء الاختيار الوحيد من بين اختيارات عدة ، كما ترى إن التفكير المبدع يبدأ عادة مع مشكلة ما، وعند صياغة المشكلة ينبغي فحص الأجزاء وتدقيقها ضمن إطار الكل ويرى (فرنهايمر) إن الحلول الإبداعية تتطلب الحدس وفهم المشكلة، وأن الفكرة الجديدة هي التي تظهر فجأة على أساس من الحدس لا على أساس من مفهوم الاستبصار (Insight). وتؤكد هذه النظرية ما يشتمل على تنظيم المعلومات وتوثيقها بطريقة ذات معنى. إن سيكولوجية الجشطات تأكد أساساً الجانب المبدع من التفكير. وينظر (ليفن Levin) إلى التفكير الإبداعي على أنه ينبع من الاستجابة للقوى التي يتألف منها المجال الذي يعيش فيه الفرد، (٧، ص٥٠). ويربط الجشطاتيين، الإبداع بحالة الفرغ فالمصمم يعيش تجربة الفرغ حين ينجز نتاجاً إبداعياً، (جزء من هذا الفرغ يرتبط بإطلاق انفعالاته الحبيسة التي رافقت عملية الإبداع ، وجزء آخر منه يرتبط بخبرته الجمالية ، وإن الشخص المبدع لديه حساسية جمالية تمكنه من انتقاء الاختيار الوحيد المطروح ضمن اختيارات عدة . هذا الاختيار الوحيد هو ما يسمى Good Gestalt . فما إن يصل الفنان إليه حتى يشعر بارتياح)(١٥، ص٢٥) .

\* - الجشطات Gestalt: لفظة ألمانية الأصل تعني الشكل او النمط والصيغة ، والجشطات هي الكل المتكامل وليس مجرد مجموع للوحدات والأجزاء ، فالخصائص العائدة لصيغة الكل تختلف عن مجموع خصائص الأجزاء التي يتألف منها هذا الكل . اما الجشطات في علم النفس فهو مدرسة نشأت في الألمانية خلال العقود الباكرة من القرن العشرين ، وانطلقت من سيكولوجية الإدراك فاعتبرته يتجه في بادئ الأمر نحو الشكل الكلي لا نحو الأجزاء بحيث يتم إدراك الجزء من ضمن إطار الكل. (اسعد رزوق: (موسوعة علم النفس) ، ترجمة: عبد الله عبد الدايم، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط١، بيروت، ١٩٧٧، ص١٠٠).

### ٣- نظرية الإلهام أو العبقرية

لقد ركز أصحاب نظرية الإلهام أو العبقرية في تفسيرهم لمشكلة الإبداع الفني على العنصر الذاتي وحده.. أي على ذات الفنان بما يحتويه من خيالات واحلام وإلهامات وإبتناقات إبداعية تحدث فجأة بدون أن تخضع لأية ضرورة موضوعية، من هنا أصبح الإبداع الفني يحمل تعبيراً فردياً ويشير إلى شعور بالوحدة التي هي سر الاصلة. والواقع أن أنصار هذه النظرية في موقفهم الذاتي جعلهم يغفلون جانب التنفيذ أو الاداء، ما لهذا الجانب من أهمية قصوى: إذ بدون الاداء أو التنفيذ لا يمكننا أن نقرر أن ابداعاً فنياً ما قد حدث، أو أن الهاماً فنياً معيناً قد تحقق. بل ستبقى الإبداعات والالهامات داخل الذات، حبيسة فيها، سجيناً.. كامنة. ولن يستفيد العلم بدوره شيئاً من حديث انصار هذه النظرية عن وجد صوفي أو نشوة إلهية أو تأثيرات شيطانية أو تدخل قوى خارقة في عملية الإبداع الفني.

### ٤- النظرية العقلية

اما النظرية العقلية فقد وقعت في نفس الخطأ الذي وقعت فيه نظرية الألهام أو العبقرية من حيث أنها ركزت على عنصر الذاتي وحده ( وهو هنا العقل) وأهملت وأغفلت العنصر الموضوعي، وذهبوا إلى أن أي إبداع فني - كائناً ماكان - لا يمكن أن يرى النور إلا إذا مسته عصا العقل البشري. وخضع لرؤية وتأمل وإرادة وتصميم. وإغفالهم الكامل للعنصر الموضوعي أدى بهم الأمر إلى الإهمال التام لعنصر- التنفيذ أو الإداء، وأهملت عمل الفنان وكيفية تخارج أفكاره على هيئة أعمال إبداعية، ومع إن هذه النظرية قد ركزت على إن الإبداع الفني يعود إلى العقل أو الفكر إلا أنها فشلت في تحديد مسألة أصل الأفكار، هل هي فطرية كامنة فينا، أم أنها مكتسبة من الواقع الخارجي، أم إنها فطرية ومكتسبة معاً.

### ٥- النظرية السيكلوجية

وأرجعت النظرية السيكلوجية عملية الإبداع إلى أساس ذاتي صرف وهو اللاشعور، وركزت على أن النحن أسبق من الأنا، وإن اندماج الأنا والنحن يتم عن طريق الفن، ورأت إن الفن إنتاج جمعي لافردي، وإن الإبداع الفني ينبع عن عقل جمعي أو لاشعور جمعي، واصبح المجتمع عندها هو المبدع والموضوع معاً، وفشلوا في بيان لماذا يتجه هذا الفنان إلى فن معين دون آخر، وفي بيان كيفية أختلاف الفنون وتنوعها من فنان إلى آخر.

### ٦- النظرية الاجتماعية

يجد أنصار النظرية الاجتماعية إن الفن ليس إنتاجاً فردياً بل هو ضرب من ضروب الإنتاج الجماعي، وإنه يتأثر بالالوضاع الاجتماعية والتاريخية ومتغير بتغيرها، وأعتبروا الفن ضرباً من ضروب الصناعة والإنتاج الجمعي، كما أضافت لأول مرة بعد الاداء أو التنفيذ الذي لم يفتن إليه من قبل باقي النظريات، لكنها فشلت في تفسير ما يميز الفنان عما عداه من الناس، إذ الناس جميعاً حاصلون على عقل جمعي أو لاشعور جمعي، بل إن العقل الجمعي أو اللاشعور الجمعي ثبت أنه مجرد وهم من الاوهام وفرضية ميتافيزيقية لاسند لها من واقع أو علم. وكانت النتيجة النهائية هي فشل جميع هذه النظريات في تفسير ووصف عملية الإبداع الفني من كل ابعادها ولهذا أسسنا هذا الموقف على مايلي:

١. أن كل إبداع فني هو نتاج ذات مبدعة متفاعلة تفاعلاً كلياً ودينامياً مع ذاتها ومع الأبعاد الاجتماعية والتاريخية وكل ماهو واقعي.
  ٢. لا يمكن الفصل أو البتر بين الذات والموضوع، فهما يكونان مجالاً واحداً متفاعلاً ومتناسكاً.
  ٣. خارج ذات الفنان وعامله الخارجي لا يوجد شيء، فلا وجود لقوى خفية أو غيبية أو شيطانية.
  ٤. إن تمايز الفنون وإختلافها من فنان لآخر يعزى إلى مايسمى بالإطار.
- إن الإطار مكتسب من حيث مضمونه، وإنه شرط ضروري للإبداع ولولاه لما أبدع الفنان في أي نطاق من نطاقات الفنون، من خلال الملاحظات التالية على فكرة الإطار:
١. أنه يمكن للشخص الواحد أن يحمل عدة أطر في وقت واحد.
  ٢. إن الإطار المسيطر على توجيه الفعل يجب أن يكون في درجة عليا من القوة تفوق سائر الاطر.
  ٣. أن قولنا بأن عملية الإبداع يوجهها الإطار لايعني القضاء على جوهر الإبداع .
  ٤. ان فكرة الإطار يمكن أن تساهم في حل عدد من المشكلات مثل :
    - أ- مشكلة التشابه بين أعمال الفنان الواحد.
    - ب- مشكلة وحدة الاسلوب بين مجموعة من الفنانين.
    - ت- مشكلة الصلة بين الفنان والمتذوق.
  ٥. أن الإطار اللازم للفنان المبدع لايمكن أكتسابه إلا بعملية تذوق منظمة تنظيمياً خاصاً، وموجه توجيهياً معيناً، وبالتالي تكون له دلالة خاصة عنده.
  ٦. أن المران في حدود الإطار تساهم في تنظيم الإطار وزيادة قدرته ورسوخه.
- إن فكرة الإطار هذه هي الفكرة الوحيدة التي تستطيع أن تبين سبب إختلافات اتجاه الفنان الى فن معين دون آخر، وهي النقطة التي فشلت في بيانها وتوضيحها كل النظريات السابقة.
- مما تقدم يرى الباحث إن مشكلة الإبداع الفني يمكن تفسيرها تفسيراً كاملاً وشاملاً من موقف ذاتي موضوعي، وإن هذا الموقف يشير الى تفاعل الذات مع الموضوع، أو تلاحمهما معاً، أو تداخل عناصرهما، بطريقة يكون من المنتظر علينا فيها أن نقرر أن هذا يعتبر ذاتياً وذاك موضوعياً. إنه موقف تفاعل كامل وإندماج تام لايعتبره أي أنفصال أو تمزق، أي أندماج الأنا بالنحن وبالعالم بما يحتويه من ظواهر أستطبيقية وأعمال فنية.

## ثانياً - التفكير وآلية الفعل الإبداعي في التصميم الطباعي

### Creative Thinking التفكير الإبداعي

يعتبر التفكير عملية عقلية معقدة ومركبة .. مرتبط بكل الفاعليات الحياتية المولودة بفعل النظام وسلطته الاتساقية على نحو الاخيلة والتصورات وآليته لاتقتصر على فئة معينة بل هو اداء ممارسه الانسان السوي. والتفكير يتركز على حصيلية من المدخلات والمخرجات تشكل الرصيد الاساسي لبناء العملية الفكرية وهذا مايجعل التفكير نظماً مختلف كلياً عن الفكرة، فالافكار هي التجسيد المادي لمعطيات مركبة داخل الدماغ يسوقها التفكير كالية لتحقيق عبر وسائط توصيل متنوعة ( كاللغة ، اللون ، الشكل ، الصوت ... وغيرها) ، هذا يعني ان الافكار كل منظم من العلاقات، اساسها معطيات مادية مترابطة بفعل الية التحليل والتركيب داخل القشرة المخية ينظم فعلها واتساقها التفكير ويخرجها الى الوجود متحققة بفعل انتقالها عبر وسيط يشترطه حقل التخصص ... وهذا مايجعل الافكار صيغة ممكن تحويلها الى مرثيات ... وفق ذلك ان الية التفكير هي ( عملية فلسجية دماغية



وذلك تبعاً إلى أن كل معرفة هي نشاط دماغي تمارسه القشرة المخية). ولكن هذا لا يعني أن المعرفة العقلية أو القدرات العقلية التي تقود آلية التفكير البنائي مسجلة على صفحة المخ، بل هي تنشأ وتنمو وتتكامل عبر سلسلة من العمليات المعقدة والمركبة تتكامل بفعل ضغط مرجعيات خارجية تفعل آلية التفكير وتنظيم خطواته الإجرائية ومراحل التحولية التي تؤدي إلى ابتكار صيغ بنائية متنوعة وهذه المرجعيات الضاغطة تتمثل بالعوامل البيئية والاجتماعية والاقتصادية.... (٢٢، ص ٢٠١)

فالبينة أثرها على عملية التفكير من خلال ما يفرضه من متغيرات منها ( التربية والتعليم والتنشئة الاجتماعية والعادات والتقاليد والاكساب المعرفي ... وغيرها ووفق ذلك فائد الفكرة التي تتكون داخل العقل الانساني اما هي حصيلة التفاعل بين هذه المتغيرات ومن هنا تنشأ الاختلافات والرؤيا والقرارات بموضوع او حدث محدد ، كما ان البحث والتنقيب والتدريب يؤسس الى الاتساع الافقي والعمودي لحجم المعرفة وبالتالي خلق غمط من التفكير يتسم بالمرونة والاعتدال في اكتساب المعلومات واخضاعها للرؤيا العقلية الفردية اولا ومن ثم الجمعية ثانيا (١٠، ص ١٨) ويختلف التفكير الإبداعي لنمط والتفكير عن غيره من انماط التفكير الاخرى ، كونه ذو خصائص وابعاد متعددة ، ويفسر فرويد التفكير الإبداعي وفقاً لمفهوم (التسامي)\* كونه آلية دماغية نفسية شعورية ، اي ان كبت الغرائز نتيجة الضغوط الاجتماعية يتسامى بها الفرد نحو اهداف ذات قيمة اجتماعية عليا .. فيما يرى باحثون آخرون ان التفكير الإبداعي

عملية معرفية ، تتصف بالمرونة والاصالة ، وهو نتاج ليس عشوائيا او تلقائيا بل هو ثمرة جهود عقلية، اذ يعرف ( هو نتج ) التفكير الإبداعي يانه ( التفكير الذي يتضمن تخطي الافكار القديمة ، وعمل روابط جديدة، وتوسيع حدود المعرفة ، وادخال الافكار العجيبة المدهشة، اي توليد افكار ونواتج جديدة، والابداع يرتبط بقدرة الفرد على التحرير من الخوف عند التعامل مع المشكلات كما ان التردد يسمح للمصمم عن طريق التفكير الإبداعي بالوصول الى الافكار الغير مالوفة او الافكار الجديدة (١٨، ص ٢٢٣). وفق ذلك عد التفكير الإبداعي في الفن أنه ((الوحدة المتكاملة لمجموعة العوامل الذاتية والموضوعية التي تقود إلى تحقيق إنتاج عمل فني جديد وأصيل وذو قيمة من قبل المتلقي. وإن الإبداع حصراً هو نشاط يقود إلى إنتاج عمل فني يتصف بالجدة والاصالة\* ويحقق الغاية المرجوة منه )) (٤، ص ١٣٨). وللتفكير الإبداعي عدة خصائص اهمها ( البحث عن طرق ومجالات جديدة لحل المشكلة، فضلاً عن البحث عن بدائل متنوعة للحل ، وليس البدائل الاقصر- او الاقرب الى الحل ) (٥٣-٥٢، p ٢٤).

وعليه فالعملية الإبداعية نظام متكامل من العلاقات البنائية التي تتوجه بقصده الآلية العقلية في الصياغة والتركيب. ومستندة بالمرجعيات الضاغطة والمؤسسة لفعلها الإبداعي مع دراية واضحة واردة ممنهجة

\* التسامي : وهو الآلية التي يجري بوضئها اعادة توصلة الدوافع او النزوات غير المقبولة اجتماعياً الى دوافع أكثر قبولاً. ووفق ذلك يمكن القول ان التفكير وما يتصل به ، له دور في بناء شخصية المصمم وتميزها في مجالات ادائه الفني ، اذ ان التفكير لا ينفصل عن طبيعة الشخصية كما ي الافكار وايصالها بسلاسة ووضوحية فضلا عن توظيف الافكار بهدف ايجاد الحلول للمشكلات التصميمية.

تقود الفعل الإبداعي داخل الوسائط الناقلة وادخال الاكثر المتغيرات ثباتاً واختلافاً بتوحد وادمج ضمن كل ابداعي ... وهذا ما يحتاج الى خبرات عقلية تخصصية تعي الموجود وتحلله وتعيد بناء نحو جديد ومغاير مع حساب التكيّفات والتي يتحرك فسي حدودها الفعل الإبداعي .

#### آلية الفعل الإبداعي في التصميم الطباعي

إن فعل الإبداع بمعناه العام الواسع ((هو إيجاد حلول جديدة للأفكار والمشكلات والمناهج ..الخ، إذا ما تم التوصل إليها بطريقة مستقلة حتى لو كانت جديدة على العلم والمجتمع)). (١٣، ١٧ص). فالمصمم المبدع غالباً ما يقوم باكتشاف أسلوب أو وسيلة أو منهج جديد في الفعل التصميمي، يعكس خصائص وعلاقات الاشكال والظواهر التي لم تكن معروفة من قبل. وهي في الواقع نتيجة عمل مركز ودؤوب، في تطبيق معرفته وقدراته. في ظروف إنفعالية خاصة لتحقيق الفعل الإبداعي.

ويعتمد فعل الإبداع التصميمي على المفهوم الذاتي، الذي يعد الحافز الأول لأي إبداع، إذ لا يمكن تصور عمل تصميمي دون الانفعال والتأثر الصادرين عن ذاتية المصمم المبدع. لأن الإبداع ((هو التعبير الذاتي الذي يلاقي موافقة موضوعية، أي أنه تحقيق للوحدة بين الذاتي والموضوعي من خلال العمل الفني الإبداعي، وذلك بخروجه من إطار الفردية إلى الإطار العام من خلال إقراره من قبل الآخرين)). (١٦ص، ١٦٣)

فالإبداع من الموضوعات التي حظيت باهتمام كثير من العلماء، ولكن الاتجاه العلمي الحقيقي لدراسته كانت للعالم (جيلفورد Guilford) كونه (ميز الخصائص المرتبطة بالإبداع على أساس التحليل العاملي وهي: الطاقة والمرونة والاصالة ، والحساسية تجاه المشكلات وإعادة بناء المشكلات. ولقد صنفت العوامل الاستعدادية للتفكير المبدع الانتاجي حسب وجهة نظر (جيلفورد) في مجموعة الاستعدادات الافتراضية المبدعة، وعلى الرغم من أن تحليل بنية الإبداع (بالواقع، بنية عقل) كان تحليلاً متقدماً بالقياس الى النظريات الأخرى، فإن نظرية (جيلفورد) لاتخلو من مأخذ وهي تتوقف عند العوامل العقلية للإبداع بصورة أساسية، علماً إنها لم تنف عوامل الشخصية في ذلك، والمأخذ الآخر هو تناوله للدور الدينامي لعوامل الوسط أو البيئة بشكل تجريدي. والفعل الإبداعي في التصميم الطباعي لاشك أن جوهر المعالجة فيها، هي نشاط العملية العقلية للمصمم المبدع لتحقيق التصميم المطبوع بشكل موضوعي يتلائم مع معطيات تلك البيئة). (٢ص، ١٣٢) إن شرارة الإبداع موجودة لدى كل منا (وإنها في ذات الوقت هبة من الخالق، وان الإبداع قدرة يحض بها كل فرد وبدرجات متباينة ) (٨ص، ١٨) ويقترح (كالفن تيلور)

الذي قاد مؤتمرات جامعة يوتا لدراسة الإبداع ، خمس مستويات للإبداع هي : (١١ص، ١٧)

١- **المستوى التعبيري:** وجوهره هو التعبير المستقل في الغالب عن المهارات والاصالة ونوعية الانتاج ، ويبدو إن مايميز الناخبين في هذا المستوى من الإبداع هو صفتا التلقائية والحرية .

٢- **المستوى الانتاجي:** وينتقل الافراد من المستوى التعبيري الى المستوى الانتاجي للإبداع حينما تنمو مهاراتهم بحيث يصلون لانتاج الاعمال الكاملة، والانتاج يكون ابداعياً حينما يصل الفرد الى مستوى معين من الانجاز، وعلى هذا فإنه لاينبغي ان يكون هذا الانتاج مستوحى من عمل الاخرين .

٣- **المستوى الاختراعي :** وهذا المستوى من الإبداع لايتطلب المهارة أو الحدق، بل يتطلب المرونة في إدراك علاقات جديدة غير مألوقة بين أجزاء منفصلة موجوده من قبل.

٤- المستوى الإبداعي: ويتطلب هذا المستوى قدرة قوية على التصور التجريدي الذي يوجد حينما تكون المبادئ الأساسية مفهومة فهماً كافياً ، مما ييسر للمبدع تحسينها وتعديلها .

٥- المستوى البرزوعي : وهو أرفع صورة من صور الإبداع ويتضمن تصور مبدأ جديد تماماً من أكثر المستويات وأعلاها تجريداً.

لذا وجد الباحث إن الفعل الإبداعي لايقوم إلا نتيجة لآليات وعوامل عدة، منها نفسية وبإولوجية تحدث في داخل المصمم ومنها مايتعلق بالشروط الاستاتيكية (الجمالية) التي ينبغي على المصمم الألتزام بها. كذلك الجهد الإبداعي أو العملية التي تحدث في داخل المبدع بوصفها نشاطاً نفسياً خلاقاً يعد معادلاً لمراحل العمل أبتداءً من تعيين المشكلة ووضع الفروض حتى انبثاق الحل الإبداعي. وتدرج ضمن هذا الإطار العمليات المؤدية إلى إنضاج الناتج الإبداعي كنتاج لإشكالية متبلورة من عناصر عدة وعلاقات متشعبة تشمل حركية الشخصية الانسانية بكافة أبعادها العقلية والعاطفية والانفعالية فضلاً عن مهارات التفكير والتعلم.

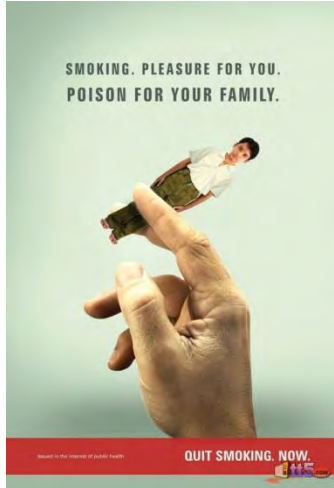
والمنجز الإبداعي في التصميم يمثل (صيغة تفردية متميزة إبتكارية متحوّلة في بنائها وتركيبها ومتجاوزة السائد والمألوف. ومفوّقة على النظم من خلال أبتكارها معطيات تأسيسية جديدة وذات صياغة فاعلة ومتحركة ، كما في الشكل (١) .



شكل (١) مجلة عالم حواء ٢٠١١

الذي يوضح بطريقة جديدة وغير مألوفة بأن التدخين هو مضر- لصحة الشخص وعائلته أولاً. وذلك بتجاوز أنظمة الأنساق الثابتة ليجعل من المنجز التصميمي نظاماً متحرراً من قيود وتبعات الثابت والمستقر. والعملية الإبداعية تحتاج للمعرفة لإعدادات تنظيم المتراكبات وأبتكار نظم تركيبية جديدة قادرة على توسيع دائرة أشغالها وإثارتها). (٢٢، ص١٨٩) لأنها تشكل حافزاً لأجل الوصول إلى أفضل الحلول. بل وتعد تلك المعالجات

القوة الدافعة الى الفعل الإبداعي الذي غالباً ما يتصف به العمل التصميمي الجديد، كونه فناً قائماً في جزء كبير منه على المنطق العلمي في التفكير، خاصة في طريقة معالجة المادة وإمكاناتها العلمية. كما وإن الطريقة الإبداعية في فن التصميم غالباً ما تخضع الى منهج التفكير العلمي في ابتكار حلول لمشاكل قائمة. موضوع مازال يشغل الفلاسفة والمفكرين منذ أفلاطون حتى العصر- الحالي، وقد تحدث عنه فنانون وشعراء عاشوا تجربة الإبداع وقدّموا إنتاجاً رائعاً. وقمّل معظم النظريات إلى أن الإبداع وعلى وفق ذلك فأن تنظيم عناصر البناء التصميمي على وفق نظم جديدة تحمل صفات إثارة وتحفيز البصر واستنفار لخلايا الدماغ، تحقق معطيات مرئية جديدة ومبتكرة تصمد لأطول فتره زمانية وتنتقل أشكالها إلى أرقى مراحل النضج والكمال. كما في الشكل ( ٢ ) الذي يوضح فكرة بالعلم يبنى البلد وينتج مدناً، إذ نلاحظ كيف حقق المصمم تنظيماً بنائياً إيحائياً من خلال توزيع الكتب وحركتها، محققاً بذلك معطيات مرئية جديدة ومبتكرة.



شكل (٢)

فآلية الفعل الإبداعي في التصميم هي نظام معرفي خالي من الوحدات المادية المؤلفة لبنيته، وهي صفة النظام المبتكر والإنجاز الجديد. ولكن ما يقصد به الباحث بالفعل الإبداعي هو الإنجاز العلمي والفني ذاته. متمثلاً بالصياغات الشكلية المبتكرة في التصميم المطبوع والتي تظهر بصفة إبداعية مبتكرة. لذلك يُشترط بالمنجز التصميمي الإبداعي عدة عوامل حتى تتكامل آلية فعله الإبداعي ومنها: (٢٢، ص١٧٩)

١. إقصاء المعجم التمثيلي لنماذج المطابقة .
٢. إيجاد أنظمة تركيبية بطريقة تدفع العناصر الأفرادية للأندماج داخل مركب جديد .
٣. رفض التركيبات المنطقية . وخلق علاقات مبتكرة ناتجة من تجاوز العلاقات وتراكبها .
٤. تكتيف الخبرات التحليلية والتركيبية للمتقدم من المتراكم مع الجديد المستحدث .
٥. التجريب المستمر والاختبارات الدورية للوسائط الناقلة بتنوعها .
٦. حرية المخيلة في تنظيم وابتكار معطيات جديدة - بفعل قصدي و إرادي موجه .
٧. السيطرة المبرمجة والقصديّة للآليات الفهم والوعي والتي تتيح مساحة واسعة للإبداع .
٨. تفعيل دائرة قدرة الحواس وتوسيع مساحتها التجريبية .

وعليه فآلية الفعل الإبداعي التصميمي هي نظاماً من العلاقات التفاعلية لمعطيات البناء تمر بسلسلة من التوسطات وفق آلية التحليل والتركيب لينتج عنها الفعل الإبداعي . أو الإنجاز الإبداعي الذي نطلق عليه (البنية الإبداعية).

وقد ذكر بيكاسو بان المبدع ((وعاء مليء بالنفعلات التي تأتيه من كل المواقع، من السماء والارض ، من قصاصات الورق، ومن شكل عابر....)) (ص:٧،٤٤) وهنا يشير الى ان احد ركائز الإبداع هو الخيال ، اذ ان العمليه الإبداعيه لا تنشأ بمعزل عن الخيال الخصب ويعد الخيال نوعاً من التفكير ويكون الخيال مبدعاً حينما يقفز المصمم على مايفترضه عليه الفكر من سيطرة، ومتى ماتجاوز قيود الزمان والمكان وأشكالهما الماديه وفق ذلك فإن التفكير الإبداعي يعتمد على الخيال الحر الذي يتميز بإنتاج تركيبات جديده غير مسبوقه ، أي إضفاء فعل التحوير على الصورة الذهنيه. وعندما يقترن التفكير بالخيال ينتج ما يطلق عليه الذاكره الديناميه (الحيه) وهي (ذاكره حسيه تمتزج بالخيال المبدع مهمتها إستحضار الصوره والأشكال من حيز الماضي الى حيز الحاضر على نحو يَأثر فيها الحاضر معتمد على الخيال في تعميقها وتجديدها، فتبدو كوجود إبداعي جديد). (ص:٣، ٢٨٠)

نستخلص من ذلك إن العمليه الإبداعيه تبدأ بفكره بسيطه يلتقطها المصمم ويحتضنها في رحم أفكاره، ثم يخضعها للبلوره ويظهرها كفكره وليده عامره بالاصاله والجده. لذا فان تصميم المطبوع يعتمد على نظم معرفيه قابله للتطور والنمو تستنبط علاقاتها ومفرداتها من تراكم المعرفه لدى المصمم تحقيفاً للتوازن وتوسيع مساحه التخيل والتاويل التي تعتمد على تراكم الصوره الذهنيه كمفردات مخزونه، وعلى النظام الفكري لتنظيم أنساق العلامات التي تقدمها آلية الوعي ومخزون الذاكره لتحقيق الاداء الإبداعي الجمالي في العمل التصميمي، ويمكن تحديد القدرات الإبداعيه الاساسيه بما يلي هي (الطلاقه ، الاصله، المرونه ، الحساسيه للمشكلات) وهي القدره على مواجهه موقف ما ينطوي على مشكله، كأن يظهر في شكل وعي بحاجه الى التغيير وصيغ تعبيريه جديده.

ومن المظاهر التي قد يلجا اليها المصمم الطباعي في تصميم الاعلان لتحقيق اكبر قدر ممكن من التأثير في رسالته الاعلانيه هو إستعماله أساليب فنيه غير معتاده أي يرتكز على سحب الاشياء من مؤلوفيتها وإعطاء الاحساس بأن المرئيات كما نراها لا كما نعرفها. عن طريق المعالجات التي يمكن للمصمم الاحتكام اليها والتي تعد من آليات العقل الإبداعي، هي المعالجات اللويه بأستعمال فئات لويه غير معتاده أو المبالغه الشكليه، الاختزال والتكثيف يضاف لذلك الاستعاره الشكليه والتي تعد احد وسائل الادراك الخيالي والاكثر شيوعاً في تصميم الاعلانات التجاريه.

وبفعل التطور التكنولوجي أصبح بإمكان أن نحيل مواءمة التناقضات والتي تتشكل من عناصر مختاره ومعالجتها وفق المطلبين الجمالي والفكري الذين يعطيانها بعداً نظامياً، اذ اخترقت التكنولوجيا التصميم لتحيل خيال المصمم الى واقع مرئي، ووفرت له أدوات عديده ووسائل مبتكره لتتفاعل مع المتلقي في عصر- التقافه البصريه التي اداة تقنياته الحديثه الى توسيع حدود وتأثيرات الاعلانات، اذ إن مصمم الاعلان يهتم بالمبدأ السايكولوجي، ويؤمن بان الانجذاب الانفعالي وليس الاقتناع العقلي هو الاساس في إعلان اليوم، وان الخصائص المرئيه للشكل من بريق وجذب هو الاساس وهذا الفعل يرتبط بطبيعة الصوره وطرائق اظهارها.

لذلك يرى الباحث إن آلية الفعل الإبداعي في التصميم الطباعي ومنها الاعلان، يجب أن تتخرج عن إبداعات في الأعمال التصميمية الاعلانية تكون ملموسة وموضحة دور المادة، والوظيفة الإدائية التي يؤديها التصميم الاعلاني،

ومفسرة وواصفة لتمايز التصميم بين مصمم وآخر، بل وتتفاوت الأعمال التصميمية الاعلانية لدى المصمم الواحد من حيث الدرجة الإبداعية. وهناك علاقة بين المادة والإطار، لأن منبع الإبداع التصميمي، يتمثل في شخصية المصمم ككل ووحدة دينامية متفاعلة مع بيئتها ذات الأبعاد الاجتماعية والتاريخية المتمثلة بالإطار، الذي يحدد نوع المادة التي يتجه إليها المصمم الاعلاني فوراً لتجسيد إلهامه أو تحقيق فكرته، فإن مضمون الإطار ذاته يكون مكتسباً من قبل المادة نفسها وعن طريق الحواس. وإن علة الإبداع التصميمي للأعلان تكمن في أنفعال المصمم وتوتره إزاء أحداث أو تجارب أو ظواهر خارجية، تثيره وتوتر وجدانه، وتكون هي السبب أو العلة في دفعه إلى الإبداع، وكلما تدرب المصمم على مادته وتمرن عليها ومارسها عملياً، كلما نمت بينه وبينها ألفة أكبر، وكلما عايشها وعاشته، تفتحت المادة عن أسرارها وقدمتها إليه، وهذا يؤدي بالتالي إلى إنتظام الإطار ورسوخه عند المصمم في نهاية الامر تحقيقاً للفعل الإبداعي.

### مؤشرات الاطار النظري

١. يعتمد غياب المصمم على الصورة البصرية للأشياء المحسوسة ضمن العالم المرئي المحيط به. وتعد الحاسة البصرية اهم مصدر للدراك وواحدة من اهم ادوات الخيال ووسيلته ومادته التي يمارسها ومن خلال قدرة المصمم على استقبال الصور فانه يعيد شكلها (بالتحليل والتركيب وبفعل ارتباطها بالدوافع التصميمية وبفعل التركيب لهذه المفردات في نظام جيد، وفي علاقات جديدة ينتج عنها صوراً واشكالاً تنسجم مع الهدف التصميمي.
٢. ان العمليات الذهنية التي تستخدم الصور من الذاكره وتعيد تنظيم علاقاتها افا تخضع لمركزات و منطلقات لتحقيقها تتمثل ب ( الدافعية السيكولوجية ونوافية- الخبرة المكتسبة - البيئة الطبيعية والاجتماعية المحيطة بالفرد وتزوده المفردات المادة
٣. الرسالة الاعلانية الناجحة تتضمن خصائص ومميزات ورموز تعبيرية تتطلب مهارة في دقة اختيار المصمم من اشكال وماتحويه من رموز واستعارات شكلية وعلاقات لونية وغيرها من اضافات نوعية . وصدى قدرة المصمم على توظيفها واستعمالها غير المألوف وايصالها الى المتلقي بشكل فني وجمالي مؤثر.
٤. الإبداع في الفن يقابل المقدرة على ايجاد معنى جديد او حلول جديدة لموضوع ما ، او ايجاد شكل فني مبتكر او طريق معالجة بارعة لوسيط من اجل تحقيق هدف ما .
٥. ان الإبداع الفني فعل او نشاط انساني ونتاج ذات مبدعة متفاعلة تفاعلاً كما مع ذاتها والإبعاد الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وبالتالي يقود الى انتاج عمل فني يتصف بالجودة والاصالة ويحقق الاشتراطات الجمالية والوظيفة للعمل المصمم .
٦. ان دخول التقنيات الحديثة عالم الفن ومنها فن التصميم كان لها اثرٌ بالغاً في ان تحيل خيال المصمم الطباعي الى واقع ملموس والقدرة على تنوع اساليب التعبيرية البصرية عن حدود الصورة المحاكائية والاساليب التقليدية ، مما قد يسهم في اثراء المتلقي جماليا وتعمق وعيه وخبرته.

### إجراءات البحث

#### منهج البحث

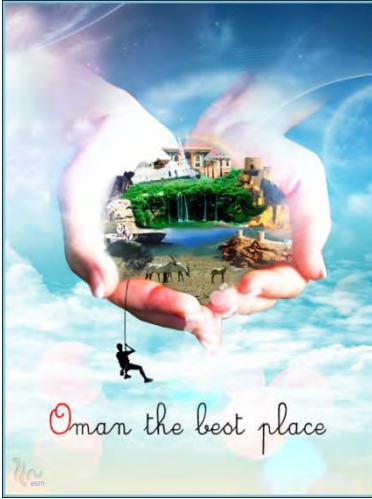
اعتمد الباحث المنهج الوصفي في تحليل النماذج لتشخيص خصائص معينة بوسائل التحليل النقدي الموضوعي لكل نموذج على حدة، للوصول إلى نتائج دقيقة. تتناسب مع موضوع البحث الحالي.

## مجتمع البحث

تضمن مجتمع البحث تصاميم لإعلانات تجارية عالمية منشورة في المجلات للفترة من ٢٠١٠-٢٠١١م، كونها تمثل أحدث ما توصلت إليه التقنيات الحديثة ولاستقرار وإنتشار تداول المطبوع في العراق (بغداد) لهذه الفترة.

## عينة البحث

لما كانت المجلات الواردة إلى القطر بأعداد كبيرة تتضمن أفكاراً متكررة ومتشابهة من حيث الطروحات الفكرية للإعلانات التجارية، لذا تم اختيار عينة البحث بطريقة غير الاحتمالية القصدية. وبذلك بلغ عدد نماذج عينة البحث ٣ إعلانات منتخبة لأغراض التحليل وبنسبة ١% من مجتمع البحث الكلي وذلك لجودة المطبوع وخصوصية طروحاته الفكرية ، وتوافر الاسباب الموضوعية التي تخص عنوان البحث وأهدافه.



## التحليل

## نموذج رقم (١)

اسم الإعلان: سياحي

اسم المجلة: Le Nowvel Observateur

العدد: ٢٣٣١

التاريخ: ٢٠١٠

بلد الاصدار : France

## التحليل

## المستوى الفكري للتصميم

تداخلت معطيات الفكرة لدى المصمم من اجل ايلاد موضوع يتناسب مع الطبيعة الموضوعية للإعلان ،فكان تصميم بشكل تفاعلي مع البيئة السياحية التي اريد لها ان تكون موضوعا لإعلان سياحي يحوي في مضامينه الفكرية مستوى من الابداع وبآليات تحقق الغرض منه كوسيلة للإبلاغ والإشهار عن مرفق حيوي يصلح للسياحة ويترجم بسلسلة من العناصر الحسية المرتبطة بفعل دينامي ايهامي بجملة علاقات تحاكي الأمط الصورية الموجودة لذلك المشهد السياحي .

لقد كان مستوى الوعي الذي يمتلكه المصمم اثرا في استجلاب معطيات محاكية للواقع ولكن برؤية جديدة غلفت الاداء بجاذبية وقدرة على اقتناص عين المتلقي للإعلان وبالتالي تحقيق الغاية الإبلاغية المراد توصيلها عن ما يمتلكه تلك البلاد من اماكن تصلح لان تكون اماكن للراحة والاستجمام .

ان الخيال الذي غلف الفكرة التصميمية احوال المفردات الشكلية الى اجواء حوارية تفاعلية ما بينها وبالتالي الإيتاء بنتاج شكلي تغلب عليه الخيالية الجميلة الساحرة ، وكان للتعالق بين صورة اليد ونزولها من

السماء يحوي دلالات ايحائية بشفافية تلك الاماكن وحنوها على المستخدم وإحالته الى أجواء حاملة تكون مثارة للراحة والشعور بالتعايش مع المكان .

لقد كان لفعل الاتساق الشكلي بين الانساق الدلالية لمفردات طبيعية اريد لها ان تحقق نظما تصميمية تحمل بين طياتها منظومة من المؤشرات محملة بمعطيات فكرية تتمتع بالخيال والحلم والغرابية والقدرة على تحقيق الغايات المرجوة من الاعلان .

### الآلية الفعل الإبداعي في التصميم الطبايعي

ان الدعوة لزيارة منطقة ما مثل فرنسا يتطلب جهدا فكريا منضبط باليات ابداع تكون ذات اثر واضح لدى المتلقي، فحمل الموضوع اشارات تعبيرية دلالية مقتضبة من داخل الاجواء الفرنسية وتحمل طقوس ومناخ ذلك البلد، ولكن في محاولة لاقصاء ذلك المعجم التمثيلي المحاكي للاشياء والبحث عن حرية المخيلة والتجريب فكان ان حملت المفردات فعلا تصميمياً باليات إبداع تميزت بمحاكاة لاثميلية تلونت بمعطيات الخيال والسحر والغرابية وخلق أجواء من الرومانسية في بناء المنظومة النسقية للمفردات البنائية ومنها يد الفتاة المناسبة بشكل يحاكي الاجواء الغيمية المحيطة بها وعلاقتها بالصورة التي تحتويها وهي جزء من مناطق سياحية داخل فرنسا .

وعليه فقد جاءت عناصر البناء وتنظمت بطريقة تركيبية دمجت العناصر الافرايدية وجعلتها داخل مستوعب افتراضي محسوس يحقق فعل الاليات الابداعية .

ان الضرورة ابلاغية اجبرت المصمم على ان يتناول موضوع الإعلان (السياحي) والدعوة لزيارة فرنسا بمناطقها المتنوعة الاثرية منها والمتحضرة ... مما حدا به للاعتماد على خيال استجلاب الصورة الذهنية في ربط هذه الصورة البصرية المستمدة من واقع البيئة الطبيعية للبلد المعلن عنه وتجميعها في صورة (كفي المرأة) التي تضم او تحتوي هذه الصور المعبرة عن هذا الإعلان بهدف ايجاد حالة التفاعل ما بين مضمون الرسالة الاعلانية حسيا وذهنيا لدى المتلقي لفهم تلك الرسالة الاتصالية من خلال تلك الاستعارات الشكلية لصورة كفي المرأة التي تمثل الراحة والاطمئنان والإشارة الى حالة من التناغم ما بين متطلبات الراحة النفسية التي تقدمه هاتين الكفين فهذه العملية الانتقائية للمفردات التي اختارها المصمم تكشف عن حالة التوازن والتوفيق ما بين الصفات التعبيرية لهذه المفردات وفروج الصورة للكفين من وسط السماء وكأنه أراد الإيحاء بان هذه البقعة من العالم لها جاذبيتها وجماليتها وكل ما يسعد او يمتع الزائر وهي اشبه ما تكون بقطعة من السماء في تشبيهه دلالي الى (الجنة). مع ان ما يراه الباحث انه اخفق في اختيار بعض المناظر (فمنظر الحيوانات التي تمثل احدى المناطق في البلد) اذ لم تكن لها دلالة وظيفية أو جمالية داخل التكوين الشكلي. وعموما فان عملية بناء الفكرة التصميمية وأرتباطها بالعملية الإبداعية وما يمتلكه المصمم من قدرات عقلية وإبداعية والتي بدورها يستطيع المصمم من إستحداث أساليب جديدة ومعالجات تقنية إظهارية تؤدي الى تعزيز الفكرة التصميمية من خلال تلك المعطيات الفكرية المعززة بالتقنية الازهارية. فعبر عن مضمون الفكرة التصميمية المتمثلة بصورة الاماكن السياحية وضماها بين الكفين بشكل يتسم بالمبالغة الحجمية وبعيدة عن الواقع، ان هذا التراكم في خبرة المصمم اعطت امكانية خصبة في انتقاء تلك الصور والاشكال وتحويلها الى واقع تعبيرى إتصالي يعزز من حالة فهم تلك الرسالة الاتصالية من قبل المتلقي، فارتباط الصورة الذهنية للفكرة التصميمية بالإبداع لدى المصمم كقيلة بحد ذاتها في تجسيد



تلك الفكرة التصميمية على ارض الواقع من خلال المزيج الابتكاري للواقع والخيال والذي يعززهما ويربط بينهما العملية الإبداعية ذات السمة الابتكارية لدى المصمم. وقد ساعدت التقنيات الاظهارية على تجسيد الفكرة التصميمية بشكل يجمع ما بين المفردات والصور المستمدة من البيئة الطبيعية ومزجها بما هو خيالي أو بعيد عن الواقع في محاولة للتأكيد على حالة ما بين الادراك الحسي للمتلقي والمعنى الذي يرتأبه من خلال اعتماد الخيال شكلا من اشكال الحس الباطن وأعمتاد المصمم على الصورة الذهنية كمحرك أساسي في عمله التصميمي، فجاء ذلك التراكم الصوري متجمعاً ليشكل مركزاً سيادياً للعمل يستقطب نظر المتلقي بعد ان طوقت هذه الصور بكفي المرأة وبمبالغة شكلية اقتطعت مساحة كبيرة من الإعلان ووسط تدرج لوني بدأ من أعلى الفضاء التصميمي باتجاه أسفله مع انتشار اشكال (غيوم) المتنوعة بمساحاتها وبقيمة ضوئية عالية موزعة على الفضاء التصميمي، وهذا ما أعطى المفردة التصميمية المتمثلة بشكل الشخص المتدلي من طرفي الكفين ليعزز المعنى الدلالي والايحائي برغبة وتمسك الشخص (الزبون) بالوصول الى هذه المناطق الجميلة او البقاء فيها وكان لتحويل الصورة الواقعية للشخص المتدلي بواسطة تقنيات الحاسوب الرقمية لتحيلها الى صورة افتراضية حققت تبايناً عالياً في فضاء العمل التصميمي فضلا عن تحقيق البعد الجمالي والتعبيري والتقني المستخدم في بناء مفردات العمل التصميمي.



### المودج رقم (٢)

اسم الإعلان: S. Bernardo

اسم المجلة: Out Side

العدد: ١٢

التاريخ: ٢٠١٠

بلد الاصدار: England.

### التحليل

#### المستوى الفكري للتصميم

استفرت حالات الماء في الطبيعة مخيلة المصمم وكانت حافزا على استجلاب تلك الصور ضمن فكرة الموضوع ومحاولة محاكاتها بشكل ابداعي في حوارية متقنة بين الدال والمدلول وما يجب ان يتضمنه من معان تدخل في صميم مستوى الاداء الذهني لدى المصمم .

ان ايجاد علاقة رابطة بين قنينة بلاستيكية كوعاء ماء صالح للشرب وبين غيمة هو بعينه جوهر الابداع فالتداخل بين الاداء الاستخدامي لقنينة الماء والنتاج الطبيعي للغيمة غالبا ما يكون بعيدا عن ذهن اغلب الناس ولكن القدرة على استنطاق الاشياء احوال الموضوع وربطه بشكل احترافي يحمل الكثير من المعان والدلالات والومضات على مستوى تفكير عال من خزين فكري ومشاهدات كثيرة انتجت ذلك الموضوع ، فالموضوع لإعلان ترويجي لمنتج (مياه معدنية)، الذي اعتمد المصممون على مر السنين السابقة التعبير عن الفكرة بشكل تقليدي

ومفردات شكلية تكاد تكون ملازمة، وان تنوعت أساليب وتقنيات اظهارها، لهذا نجد المصمم في امودجنا الإعلاني اعتمد في خياله على الصورة البصرية للاشياء المحسوسة ضمن العالم المرئي المحيط به لينتقي من خزينه الصوري شكلاً يمكن من خلاله الهروب من النمط التقليدي واللجوء الى اللامألوفية والجدة والمبالغة كأسلوب لشد انتباه المتلقي، فكان اختياره لشكل مفردة طبيعية تتمثل في (غيمة) .. اذ لها دلالاتها الايقونية لدى المتلقي لما تحويه من ايهاءات دلالية على الصفاء والنقاء والصحة وهي مصدر رئيس لكل ما ذكر كما ان المصمم بخياله الإبداعي صور شكل الغيمة لتكون بهيئة المنتج المعلن عنه.. وهذه نقطة تحسب للمصمم.. فهذه الايقونية قد تبدو بعيدة بعض الشيء عن خاطر الاخرين في التعبير عن هذه الفكرة ولكن براعة المصمم وحسب معالجته التقنية وطريقة اخراجه للفكرة استطاع توظيفها بالشكل الصحيح والجميل بحيث تمكن المتلقي من الالتقاط السريع للمغزى أو المعنى بالتسمية التصويرية هذه.

لقد حاول المصمم اضاءاً طابعاً جمالياً لا يقلل من قوة التعبير وانما يحوله الى دلالات تحول مسار التأويل للمتلقي ليصب في اتجاه مغزى الرسالة الإعلانية.

ان امتلاك المصمم لمخيلة خصبة مع قدرات تقنية كبيرة جعلت من المعالجة الشكلية ذات مرونة ونوع من التلقائية وهذا يمكن إرجاعه لسببين الاول: هو القدرة على البناء الذهني من خلال تفعيل مناطق الدلالة للشكل وعلاقته بالمعنى بعد ان توسط الشكل المستعار والذي يمثل شكل المنتج وسط السماء الزرقاء وما يرافق ذلك من دلالات ايجابية. والثاني هو قدرته على الصياغة للشكل وتحويلها الى معطى بصري يقارب الواقع ويتعد عنه.

### الآلية الفعل الابداعي في التصميم الطباعي

ان الخوض في آليات الابداع وافعاله تتطلب وعياً ودراية عاليتين بالمقدرة على تنفيذ الافكار وضرورة وعي الاشياء والبرامجيات التي ينفذ بها الموضوع فحرية المخيلة والسيطرة المبرمجة والقصدية على الآلات التنفيذية وتفعيل قدرة الحواس على استنباط تنظيمات تترجم واقع الفكرة وتحيلها الى اثر ملموس يؤدي الغاية من الاعلان وتأكيد القدرة على إيجاد علاقة تفاعلية ما بين ذلك النص البصري والمتلقي في مسعى للحصول على الرواج المطلوب ، قد جعل المصمم من الواقع مرجعاً حسياً يحرك ويثير طاقة التخيل عبر مديات الشكل واللون.

لقد عبر المصمم عن الفكرة بطريقة بسيطة، غير مألوفة حتى إنها استغنت عن أي نص كتابي باستثناء عنوان المنتج، وكانت لتقنية الحاسوب دورها في حس التعبير عن الفكرة واختفاء القيمة الجمالية كما كان لتوزيع مفردات شكلية (غيوم) متناثرة بمساحات مختلفة وبقيمتها الضوئية العالية لتحقيق تباين واضح مع الفضاء ذو التدرج اللوني الازرق بدأ من الغامق اعلى الفضاء باتجاه الاسفل مع وضع صورة المنتج بشكله المستعار باتجاه محوري في محاولة لمنح العمل بعض الايقاع الحركي.



### أموذج رقم (٣)

اسم الإعلان:

اسم المجلة: OUT SIDE

العدد: ٢٠ -

التاريخ: ٢٠١١

بلد الاصدار: England

### التحليل

#### المستوى الفكري للتصميم

تستفز الموضوعات والحاجات القدرة الذهنية لدى المصمم وتدعوه للتفكير الجاد في الخوض في صراع فكري لاستجلاب تحفيز ذاكرته الصورية ومن قبلها المعرفية لايجاد فكرة تتسم بالابداع والجدة والحضور المتميز وكان هذا الصراع حاضرا لدى المصمم بالبحث الجاد عن مواءمة حقيقية بين ماهو طبيعي محاكي للحقيقة ويتجسد بيد تحمل مصباح يدوي وارض عشبية وبين وهج انطلق من ذلك المصباح واخذ شكل اليد . لقد كانت لعبه فكرية غاية في الابداع تثير المتلقي وتدعوه للبحث بينه وبين ما يرى ليترجم ذلك النص البصري في مسعى لفهم ذلك النص ، فالاعلان عن مصباح يدوي، يعتقد الباحث ان وسائل التعبير عن مثل هذه المواضيع محدودة ومن الصعب الخروج بها لنطاق ابعد من الشكل التقليدي، ولكن في هذا النموذج الاعلاني نجح المصمم بالخروج عن المألوف واللجوء الى نوع من غرابة الاستعارة الشكلية بجعل ضوء المنتج يبدو على هيئة ايقونية (كف يد بشرية)، وهي استعارة شكلية (فنية) اعتمدها المصمم للتشابه الوظيفي ما بين الشكل المستعار والمستعار منه، أي انها جاءت لتأكيد المعنى في اداء فني موجز وليجعل المتلقي يرى صوراً غير الصور المخزونة في ذاكرته، وذلك من خلال التغيير الذي تم على خصائص الشكل وإيجاد المتغيرات ضمن أنظمة البناء المعتادة تمت معالجتها كنوع من المخادعة المرئية لبصر المتلقي الذي قد يكون إعتاد أو تألف مع نمط معين من الاساليب التقليدية، فجاءت استعارته الشكلية (العلامية) لتمكنه من تأسيس هدفه الدلالي المستتر خلفه وتحقيق أكبر قدر ممكن من الاثارة والتميز.

لقد جاء هذا العمل التصميمي معبراً عن سعة مخيلة المصمم من خلال دقة إنتقائه للمفردة الشكلية المستعارة وفي طريقة إخراجها للعمل، إذ لم يجعل لبصر المتلقي منفذا الى خارج التصميم وانما حدد مساره باتجاه محور العمل أي شكل امتدادا بصريا متواصلا من صورة المنتج الذي يشوبه بعض الغموض والظلام.. ليتمتع مع شعاع الضوء وذلك الكف باتجاه المفردات الشكلية المتمثلة بـ(المفاتيح).

## الآلية الفعل الإبداعي في التصميم الطباعي:

ان الخبرة والدرابية في عمليات إيجاد منافذ بصرية وبطرق غير تقليدية يتطلب وعياً مدروساً بالآليات الفعل الإبداعي الذي يحقق الغاية من الاعلان وهنا نرى ان المصمم حاور وبشكل فاعل الواقع متمثلاً بالصورة الواقعية لاجزاء التنظيم الشكلي ليعطي مدلولات عن معنى معين .وذهب بالمقابل للصورة السلبية "النحتف" للضوء وهو بذلك تخلص من مألوف الواقع وترجمه بنقيضه السلبي من خلال فعل تقني ينقل الفكرة الى حيز الوجود ويحقق الغاية الاشهارية للمنتج ويحقق الرواج.

لقد اعطى المصمم الهيمنة للشكل المستعار لكونه يمثل الدلالة التعبيرية لفاعلية المنتج، وقد حقق الهيمنة من خلال تمركز الشكل المستعار (الدلالي) وسط المساحة الاعلانية فضلاً عن نواتج علاقات التباين ما بين الشكل المستعار ومحيطه مما جعل منه نقطة استقطاب لنظر واهتمام المتلقي. وقد جاءت التنويعات بالقيم الضوئية للون الاخضر وما نجم من علاقات تباين مع الفضاء لتزيد من القيمة الجمالية للعمل فضلاً عن تعزيز الجانب الدلالي والوظيفي له وبهذا فقد نجح المصمم في التوفيق ما بين الجانب التقني والجمالي الشكلي والجانب الدلالي (العلامي).

## نتائج البحث

### ١- نتائج البحث ومناقشتها

١. نتج ان الفكرة الغير مباشرة تتسم بالابداع نتيجة للصياغة الشكلية الجديدة إذ أدت الى الإثارة والتميز والجذب، فضلاً عن إثارته لمضامين فكرية بأقصى درجة كما في النماذج (١، ٣)
٢. إن توظيف صور معالجة فنياً لتحقيق اللامألوف الشكلي على المنتج المعلن عنه أدت الى تحقيق فكرة ابداعية ودوراً اتصالياً من خلال اصال الفكرة الاعلانية بطريقة مشوقة وغريبة كما في النماذج (٢، ٣).
٣. جرى تطبيق الاستعارات البيئية والشكلية وتوليفها مع العناصر المستخدمة في التصميم الاعلاني الى تحقيق الإبداع الفني ونجد ذلك في النماذج (١، ٢).
٤. ادى التركيز على الهيمنة الشكلية بالاعتماد على اشغال المساحة الكلية للاعلان من خلال تضخيم الاشكال الى تحقيق إبداع فني ونجد ذلك في النموذج (٣).

### ٢- استنتاجات البحث

١. ان للخبرة التخصصية دوراً كبيراً في ايجاد التوازنات التي تؤسس فعل الإبداع في بنائية الصور التركيبية ذات الخبر التخيلي .
٢. يستمد المصمم المقومات التصميمية من انعكاسات البيئة الاجتماعية والثقافية التي يعيش فيها والتي تكون الصور الذهنية الناشئة في مخيلته لتعن مولد الفكرة الاساسية للمنتج التصميمي وهذه المؤثرات تختلف من مكان لآخر.
٣. ان التمثيل غير الواقعي واللامألوف هو السائد في بناء الفكره التصميمية للاعلانات التجارية اليوم لا سيما التصاميم التي تتعلق باشباع الحاجات النفسية للمتلقى.
٤. من المعالجات التصميمية التي يلجأ اليها المصمم الطباعي كآليات للفعل الإبداعي في واقع عمل التصميمي تتمثل في : الاستعارة الشكلية / الاختزال والتكثيف المعالجات اللونية / المبالغة الشكلية / التباين بين الحجم والمساحات ...

## ٣- توصيات البحث

١. الابتعاد قدر الامكان عن أستعمال الترميزات غير المباشرة لتحقيق الإبداع الفني لان الاعلان حواراً بصرياً وعقلياً مع المتلقي على أختلاف وعيه وثقافته.
٢. البحث في أساليب التصميم التي يستطيع من خلالها المصممون تقديم أفضل الاساليب لتحقيق الفعل الإبداعي المباشر أم غير المباشر.
٣. الاهتمام بتوظيف التقانات والبرامجيات الواسعة التي يتيحها الحاسوب في معالجة الصور المستعملة في تصاميم الاعلان التجاري لتحقيق الفعل الإبداعي.

## ٤- مقترحات البحث

- لأغراض التواصل مع البحث الحالي .. فأن الباحث يتقدم بدراسة المقترحات البحثية التالية:-
١. دراسة خصائص الفعل الإبداعي في الصور الرقمية (الذجتال) وامكانية توظيفها في التصاميم الاعلانية.
  ٢. دراسة واقع تطوير آليات الفعل الإبداعي لدى المصمم الطباعي .

## المصادر

## قائمة المصادر العربية

١. اسعد مرزوق : موسوعة علم النفس، ترجمة: عبد الله عبد الدايم، ط١ المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت - لبنان، ١٩٧٧.
٢. اباد حسين عبد الله : فن التصميم - الفلسفة - النظرية - التطبيق، ط١ ، دار الثقافة والاعلام ، الامارات العربية المتحدة ، ج٣، ٢٠٠٨.
٣. باشلر، جان تون: جماليات الصورة، ترجمة: غادة الامام ، ط١ ، دار التنوير للطباعة والنشر، بيروت - لبنان، ٢٠١٠ م .
٤. البهنسي ، عفيف : مدارات الابداع ، وزارة الثقافة - الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق - سوريا ، ٢٠١٠ م .
٥. تدهوندرتش: دليل اكسفورد للفلسفة ، ترجمة : نجيب الحصادي ، ج١، المكتب الوطني للبحث والتطوير ، الجاهيرية العربية الليبية ، ( ب . ت ) .
٦. تغريد خليل غني : اثر الارشاد التربوي الجماعي في تنمية التفكير الابتكار لدى طالبات المراحل الاعدادية ، رسالة ماجستير ( غير منشورة ) جامعة بغداد ، ١٩٩١ م .
٧. الجسماني، عبد العلي : سايكولوجية الإبداع في الحياة ، الدار العربية للعلوم ، بيروت - لبنان ، ٢٠٠٠ م .
٨. \_\_\_\_\_ : علم نفس التعليم ، ط٣ ، الدار العربي للعلوم بيروت - لبنان ، ٢٠٠٥ م .
٩. جميل صليبا : المعجم الفلسفي ، دار الكتاب اللبناني ، بيروت ، لبنان ، ج١ ، ١٩٨٢ م .
١٠. الحارث عبد الحميد حسن : اللغة السايكولوجية في العمارة ، ط١ ، دار صفحات للدراسات والنشر ، دمشق - سوريا ، ٢٠٠٧ م .
١١. حسن احمد عيسى : لإبداع في لفن والعلم . سلسلة عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٧٩.
١٢. الرازي ، محمد بن ابي بكر عبد القادر : مختار الصحاح ، دار المعاجم ، مكتبة لبنان ، ١٩٨٩ م .

١٣. روشكا، الكسندرو : الابداع العام والخاص ، ترجمة : غسان عبد الحي ابو فخر ، سلسلة عالم المعرفة - المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب العدد (١٤٤)، الكويت ، ١٩٨٩ م .
١٤. سعيد علوش ،معجم المصطلحات الادبية ، المكتبة الجامعة ، الدار البيضاء ، ١٩٨٤ م .
١٥. سيزا قاسم ونصر حامد : مدخل الى السيموطيقا ، دار الياس العصرية ، القاهرة ، ١٩٨٦ م .
١٦. عبد الكريم هلال خالد : الاغراب في الفن - دراسة في الفكر الجمالي العربي المعاصر ، ط١ ، جامعة قار يونس ، بنغازي ، ١٩٩٨ م.
١٧. عبد النور صبور : المعجم الادبي ، دار العلم للملايين ، بيروت ، ١٩٧٩ م .
١٨. العتوم، عدنان يوسف : علم النفس المعرفي - النظرية والتطبيق دار الميسرة للنشر- والتوزيع والطباعة، عمان - الاردن . ٢٠٠٤ م .
١٩. عفيف بهنسي :مدارات الابداع ، وزارة الثقافة الهيئة العامة اسورية للكتاب ، دمشق ٢٠١٠ .
٢٠. قاسم حسين صالح : الابداع في الفن ، منشورات وزارة الثقافة والاعلام ، دار الرشيد للنشر ، العراق ، ١٩٨١ م.
٢١. القيوم ، عدنان يوسف : علم النفس المعرفي - النظرية والتطبيق، دار الميسرة للنشر- والتوزيع والطباعة، عمان . ٢٠٠٤ .
٢٢. الكناني، محمد جلوب جر : حدس الانجاز في البنية الابداعية بين العلم والفن ، اطروحة دكتوراه (غير منشورة ) ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد.
٢٣. لا لاند ، اندريه : موسوعة لا لاند الفلسفة ، ترجمة: خليل احمد خليل، ط١، المحلبة الاول ، ١٩٩٦ م.

### المصادر الاجنبية

٢٤. ٢٤. De Bono Rlateral (thinking ) ,A Texhbook of creativity , newyork , pelican , ١٩٩٧ .
٢٥. ٢٥. Wallace, D.B. : Studying The case study Method and Other centres. In .D. B Wallace and HG. Oxford University pres, ١٩٩٢, p. ٥٥- ٥٩.