# الاستشراف في التصميم الكرافيكي وفاعليته في الوعي الجمعي

# Graphic Foresight

# and its Efficacy in Collective Consciousness

**م.م. عمار صباح شاكر ناجي**

العنوان : بغداد/ السيدية

جهة العمل :وزارة الثقافة والسياحة والآثار/ دار الشؤون الثقافية العامة / قسم التأليف والنشر .

هاتف : ٠٧٧١٠٥٨٧٨٩٠

ايميل: Ammar.Naji2304p@cofarts.uobaghdad.edu.iq

**-أ.د. نصيف جاسم محمد**

العنوان : بغداد / حي المستنصرية .

هاتف : ٠٧٨٢٨٥٥١٧٣

جهة العمل : وزارة التعليم والبحث العلمي – جامعة بغداد / كلية الفنون الجميلة / قسم الفنون التشكيلية .

الايميل: nsiyfjassem@gmail.com

-Name: Assistant Lecturer **Ammar Sabah Shaker Naji**

Address: Baghdad / Al-Saydiya

Affiliation: Ministry of Culture, Tourism and Antiquities / House of Cultural Affairs / Department of Authorship and Publishing

Phone: 07710587890

Email: Ammar.Naji2304p@cofarts.uobaghdad.edu.iq

-Name: Prof. Dr. **NsiyfJasim Mohammed**

Address: Baghdad / Al-Mustansiriya District

Phone: 0782855173

Affiliation: University of Baghdad / College of Fine Arts / Department of Fine Arts
Email: nsiyfjassem@gmail.com

**الملخص**

يتناول البحث مفهوم الاستشراف في التصميم الكرافيكي بوصفه ممارسة معرفية تتجاوز البعد الجمالي نحو تشكيل الوعي الجمعي وتوجيهه. يوضح كيف تعتمد المؤسسات على تصاميم مبنية على بيانات واقعية لصياغة صور مستقبلية تُغرس تدريجياً في ذاكرة المتلقي، بحيث يصبح مهيأً لتقبّلها والدفاع عنها عند حدوثها، منتقلاً من دور المتلقي السلبي إلى فاعل مشارك في صناعة الرأي العام وتحقيق أهداف المؤسسة. ويعرّف البحث الاستشراف الكرافيكي باعتباره خطاباً بصرياً يخاطب العقل واللاوعي معاً عبر آليات إقناع متدرجة تشمل: جذب الانتباه، ثم إثارة الاهتمام، فخلق الرغبة، وصولاً إلى الاستجابة السلوكية. كما يُفعِّل البواعث النفسية مثل الخوف والأمل والشعور بالذنب والمسؤولية. ويصنّف البحث أنماط الاستشراف إلى ثلاثة: استفهامي يحفّز التفكير، وبياني يحوّل البيانات إلى صور مستقبلية، وتكهني يستند إلى إشارات بسيطة وخيال موجه.ويربط البحث بين الاستشراف والوعي الجمعي في صيغته التقليدية والرقمية، مؤكداً أن إعادة إنتاج الرموز الجمعية بصيغ مستقبلية يمنح التصميم سلطة رمزية قادرة على إعادة تشكيل المفاهيم وتوجيه المستقبل الإدراكي للمجتمع، مما يجعل التصميم الاستشرافي أداة معرفية مؤثرة في السلوك الجمعي.

الكلمات المفتاحية(Keywords) :
الاستشراف (Foresight)
الوعي الجمعي (Collective Consciousness)
المستقبل (The Future)
التصميم الكرافيكي (Graphic Design)
الخطاب المرئي (Visual Discourse)

**Summary**

The research examines the concept of foresight in graphic design as a cognitive practice that moves beyond aesthetics toward shaping and directing collective awareness. It explains how institutions use designs based on real data to construct future images that are gradually implanted in the receiver's memory, preparing them to accept and even defend these ideas once they occur. Thus, the individual shifts from a passive consumer to an active participant in shaping public opinion and realizing the institution's goals.

The study defines graphic foresight as a visual discourse that addresses both the mind and the subconscious through a staged persuasion mechanism: capturing attention, stimulating interest, creating desire, and achieving behavioral response. It also activates psychological triggers such as fear, hope, guilt, and responsibility. The research identifies three types of foresight: interrogative, which stimulates thought; informational, which transforms data into future-oriented visuals; and speculative, which relies on weak signals and guided imagination.

The research links foresight to both traditional and digital forms of collective consciousness, arguing that re-producing shared symbols in futuristic forms grants design a symbolic power capable of reshaping social concepts and guiding the community's perceptual future. Thus, graphic foresight becomes a knowledge tool that influences collective behavior.

## الفصل الأول

### أولا- مشكلة البحث :

تتنافس المؤسسات اليوم على استقطاب وعي المتلقي عبر تصاميم كرافيكية استشرافية مبنية على بيانات واقعية، تُقدَّم بصيغة مستقبلية تجعل الأفكار تبدو مألوفة قبل حدوثها، فتضعف مقاومتها وتترسخ في الذاكرة بوصفها معرفة مسبقة. هذا التكرار يحوّل المتلقي من ناقد إلى شريك في تحقيق رؤية المؤسسة، ويُسهم في تشكيل وعي جمعي مؤيد لها. وبذلك يصبح التصميم الكرافيكي أداة فاعلة للسيطرة على القناعات العامة وتوجيه الرأي

العام نحو أهداف مؤسساتية مستقبلية. ومن هنا تنبع ضرورة دراسة الاستشراف الكرافيكي وفاعليته في التأثير في الوعي الجمعي.

منها تولدت لدى الباحث ضرورة الكشف عن فاعلية الحقول التصميمية الكرافيكية ذات البعد المستقبلي المؤثر على مفاهيم الوعي الجمعي، من خلال المحاولة للإجابة على السؤال التالي :

**( ما الاستشراف الكرافيكي و ما فاعليته في الوعي الجمعي ؟).**

**ثانيا : أهمية البحث والحاجة إليه:** يمكن أن نجمل الأهمية على وفق ما يأتي:

**الأهمية النظرية :**

يمكن ان يعود بالنفع المعرفي عن طريق اغناء أدبيات التخصص الدقيق وللمشتغلين في توليد حقول تصميمية بصيغة مستقبلية تسهم في إثراء الوعي المعرفي للمصمم وتوظيفاته في الجانب العملي ورصد اي طرح استشرافي مضاد .

**الأهمية التطبيقية:**

يمكن ان يعود بالنفع المباشر على المؤسسات التي تعمل في ذات الحقل لأدراك أهميته والتعامل مع الطروحات الفكرية المضادة وإعداد حقول تصميمية تسهم في صناعة وعي جمعي يسهم في حماية المجتمع من التأثير به من مؤسسات خارجية ، ومن ثم توجيهه نحو محطات انطلاق برؤى جديدة معاصرة .

**ثالثا : يهدف البحث الى :**

1- كشف فاعلية الإستشراف الكرافيكي في الوعي الجمعي.

**رابعا – حدود البحث:**

**الحد الموضوعي :** تصاميم أغلفة المجلات العالمية والمنتقاة قصديا (مجلة التايمز) ذات الطابع الاستشرافي في خطاباتها للوعي الجمعي ، ذات الانتشار الأوسع عالميا .

**الحد الزماني :** للمدة الزمنية ما بين (2010 – 2024)، الموظفة للاستشراف في التصاميم الكرافيكية ، كون استخداماته مقتصرة على ضرورات محددة.

**الحد المكاني** : يمكن ان نحدد حدود البحث المكاني حسب العائدية الجغرافية للمؤسسات التي أصدرت أغلفة مجلات ذات طابع استشرافي ، والمتحددة (مجلة التايمز بنسختها الامريكا الشمالية / الولايات المتحدة الاميركية) .

**وللمبررات التالية :**

1- وظفت الاستشراف في تصاميم أغلفتها .

2- ضمن المجلات الواسعة الانتشار .

3- ذات طروحات مؤثرة، دائما ما يُستَشهَد بتصاميم أغلفتها في تحليل القنوات الفضائية والبرامج السياسية.

4- من خلال رصد طروحاتها السابقة، وجدت أنها مطابقة للواقع (فيما يخص تحقق الجانب الاستشرافي في طرح تصاميم أغلفتها).

خامسا – تحديد المصطلحات :

**خامسا – أ- الاستشراف (Foresight):**

**الاستشراف لغةً:** مصدر استشرف استشرافا ( ش ر ف) ، انتصب وعلا ، تعرض له ، رفع بصره ينظر إليه ، تفقد الشيء ليأخذ شريفه السالم من العيب (جبران ،1964،ص109).

وضع اليد على الحاجب للاستعانة على الرؤية ، صعود البرج للإطلال على المدينة ، شرف علا عن غيره ، و**الشرف** الموضع العالي ، العلو والمجد ، والسمو والارتفاع الزائد المانح لصاحبة المكانة ، الوصول إلى تمام الشيء (اشرف على النهاية )، (المعاني .نت)

**الاستشراف اصطلاحا** : التطلع إلى معرفة المستقبل ،بناء على استنباط وتحليل معطيات تتعلق بالموضوع الذي يقصد تكوين رؤية مستقبلية عنه . وهو أيضا إدارة أمور الحياة بناء على معطيات دراسة أو نظرية(بازمول ، 1432هـ،ص127).

وهو أيضا قدرة المصمم على تخيل ما يمكن طرحه في المستقبل( نصيف، 2002، ص95).

وأيضا هو التطلع إلى معرفة المستقبل بناءً على استنباط وتحليل معطيات تتعلق بالموضوع الذي يقصد تكوين رؤية مستقبلية عنه(بازمول،1432،ص127)

**الاستشراف إجرائيا :** فكرة مستقبلية خطابها جمعي ذات هدف اقناعي بطرح يراد التفاعل معه ايجابيا ، مصاغة وفق مفردات تصميمية كرافيكية .

**خامسا – ب – الفاعلية ( Activite):**

**الفاعلية لغةً :** ( ف ع ل) صنع الشيء وجمعه **(فِعال)** ومنه **(فعله) حسنة او قبيحة** (الرازي ،1983،ص508)، وفعَل الشيءَ هو عمِله وصنعه ومنه الاسم **فَاعِلِيَّة** وهي وصَف في كل ما هو فاعل و مقدرة الشيء(الفاعل) على التأثير في المفعول به (المعاني .نت).

**الفاعلية اصطلاحاً:** هي النشاط في ممارسة واستخدام الطاقة ، وهي نشاط السلوك وطاقته في تحقيق الأشياء (جميل ، 1982، ص136)،عرفها ابن منظور على أنها ( كناية كل عمل متعد أو غير متعد ،فعل يفعل فعلا ، والفعال اسم للفعل الحسن من الجود والكرم ونحوه ،(ابن منظور ،1999،ص143) ، وهي (القدرة الكامنة لحركة العناصر البنائية ,بوصفها الفاعل الأساسي في المنجز الطباعي، وما تؤديه من مدلولات جمالية ترتبط بتكوين الشكل والكشف عن المضمون)(معتز ،2012،ص120).

**والفاعلية إجرائيا :** هي كم الطاقة المتولدة من الحقل التصميمي المؤثرة في المتلقي المتأزرة بتأثير نفسي تحمله مدلولات العناصر الكرافيكية يحال إلى خزين حسي وصوري، يعتاد على تلقيه ويعزز الفكر الجمعي .

**خامسا – ج – الوعي الجمعي (Social Awareness):**

- **الوعي لغةً:**( و ع ى) حفظ وأدرك وفهم الشيء(الرازي، 1983،ص729) ، والوعي هو الانتباه ويقظة العقل ، وجمع الشيء واستيعابه، فالأذن الواعية للتعبير عن الإصغاء بفهم وإدراك (المعاني،نت).
- **الجمعي لغةً:** ( ج م ع) أي أضاف الشيء إلى بعضه، ومنها الجماعة والجمعة والاجتماع ،(المعاني،نت)، وهو عكس الفرد والتفرق(الرازي،1983، ص110).
- **الوعي اصطلاحا :** إدراك نسبي وفهم خاضع لمقاييس متداخلة الاختصاصات مشروط بلحظة تاريخية (سعيد،1985،ص234).

- **الجمعي اصطلاحا** : هو الفعل والنتاج الكلي بالاعتماد على مجموعة فاعلين فرديين (سعيد ،1985،ص63).

**الوعي الجمعي اصطلاحا :**

- إذ يعرفه **كار مانهايم**[2] : هو إدراك وجودي لمجموعة تسودها أفكار محددة تأثر في توجيه تفكير الفرد الذي يتصرف ويفكر ضمنها (اوليدوف،ب ت،ص12).

- كما عرفه **كارل ماركس**[3]على انه :الإدراك الذي يشكّله الوضع المادي والاجتماعي للفرد في المجتمع. (اوليدوف،ب ت،ص13).

- **الوعي الجمعي إجرائيا:** تأثير عام من مجتمع محدد وضابط لصياغات تصميمية فكرية كرافيكية فردية منعكسة تسهم في تطوير مفاهيم ذلك التأثير .

## الفصل الثاني

## مفهوم الاستشراف في التصميم الكرافيكي

### أولا – مفهوم الإستشراف :

يرتكز مفهوم الاستشراف على قدرة الوعي البشري على الربط بين "الواقع" و"الخزين المعرفي" المتكوّن من الخبرة والذاكرة للتنبؤ بالمستقبل، وهو ما منح منذ القدم الخطابات الاستشرافية سلطة اجتماعية قادرة على "توجيه المجتمع لرؤى مستقبلية" مبنية على معارف محتكرة تُصاغ بغرض التأثير في الوعي الجمعي.

ويؤكد (أرنست هولمز[4]) أن "كل فكرة تصبح حقيقة بقدر قوتها"، ما يجعل فهم آليات انتقال الفكرة من الوعي إلى اللاوعي أداة استراتيجية في تمرير الطروحات، خاصة حين تُصاغ ضمن "حقل بصري" يولّد ارتباطًا حسّيًا وفكريًا جديدًا لدى المتلقي (مايكل، 2009،

---

[2] Karl Mannheim: عالم اجتماع ألماني–مجري ومؤسّس سوسيولوجيا المعرفة؛ درس علاقة الفكر بسياقه الاجتماعي، واشتهر بتحليل الإيديولوجيا واليوتوبيا ومفهوم الأجيال في تشكيل الوعي الاجتماعي.

[3] Karl Marx: فيلسوف واقتصادي ألماني ومؤسّس الماركسية؛ قدّم نقدًا جذريًا للرأسمالية قائمًا على صراع الطبقات، وطرح تفسيرًا ماديًا للتاريخ ودعا إلى العدالة الاجتماعية وملكية وسائل الإنتاج.

[4] Ernest Holmes (1887–1960) فيلسوف وكاتب أمريكي ومؤسّس حركة علم العقل (Science of Mind) ضمن تيار الفكر الجديد. طرح رؤية تمزج بين الفلسفة والروحانية وعلم النفس، مؤكدًا أن الفكر الإنساني يملك قدرة خلاقة تؤثر في الواقع عبر "القانون العقلي". من أبرز كتبه The Science of Mind الذي صاغ فيه منهجه حول وحدة الوجود، والطاقة الكونية، وقوة الوعي في تشكيل الخبرة الإنسانية.

ص27–29). فكلما كانت الفكرة "أكثر اختلافًا عن الواقع وأصالة في الصياغة" ازدادت قابليتها للتخزين بوصفها "خزينًا معرفيًا جديدًا".

ينقسم إدراك المتلقي إلى مستوى عقلي سلوكي مباشر، ومستوى نفسي لاواعي تمثله المدرسة الجشطالتية[5]، حيث تُخزَّن الرموز والصور والألوان كـ "أفكار خفية ومنعكس نفسي" يُستدعى لاحقًا في تشكيل السلوك (الأشقر، 2011، ص14–15). ويستثمر التصميم الاستشرافي هذا التمرحل الإدراكي بتحويل "الحقل البصري المصمم" إلى خزين نفسي مشترك يتجاوز الفردية ويُخزَّن بصيغة "رأي عام".

لهذا تُعد الطروحات الاستشرافية "ضرورة اجتماعية" لأنها ترسم "خارطة فكرية مستقبلية" تدفع المتلقي للمشاركة في حل الظواهر القادمة، محققة "تفوقًا فكريًا" للمجتمع (جونر، 1990، ص84). وتستمد مصداقيتها من بنائها على "دراسات استراتيجية" لواقع مستمر يمنحها الأصالة والسبق (بازمول، 1432، ص130–131).

وتتحدد فاعلية الطرح الاستشرافي في: "حداثة البيانات، موثوقية المعلومات، التأثير الجمعي، استمرارية الظاهرة، وإمكانية الإقناع". إذ يرى (فيكتور بافلوفيتش) أن "إقناع المتلقي بفكرة... وإن كانت غير موجودة أصلًا، هو سبب كافٍ لتحقيقها" (فيكتور، 2021، ص31). وهكذا يصبح الاستشراف في التصميم الكرافيكي "صناعة الشيء من اللا شيء"، وأداته الأساسية هي المتلقي ذاته.

## ثانيا – انواع الاستشراف :

أدّى التحول الصناعي إلى انتقال الحقل البصري من وظيفة تزيينية إلى أداة تصميمية استراتيجية قادرة على التأثير في المتلقي والمستهلك وتوجيه سلوكه الاقتصادي والفكري، مما جعل التصميم الكرافيكي جزءًا أساسيًا في منظومة المؤسسات الساعية إلى صناعة مكانتها المستقبلية وتوجيه الجمهور نحو رؤاها (Joern, 2020.p13–14).

ورغم أن البعد المستقبلي هو السمة الجامعة للتصميم الاستشرافي، إلا أن تنوع مصادر المعلومات أنتج أنماطًا متعددة من الاستشراف البصري، أهمها:

[5]مدرسة في علم النفس تفسّر كيف يُدرك الإنسان الأشياء بصريًا بوصفها صورًا كلية منظَّمة لا عناصر منفصلة؛ أي أن الكلّ أكبر من مجموع أجزائه.

**الاستشراف الاستفهامي:**يقوم على إثارة التساؤل بوصفه أداة تفاعلية تُشرك المتلقي في بناء المعنى والحل، عبر تنظيم العناصر التايبوغرافية والبصرية بما يوجّه حركة العين ويُنشئ حوارًا فكريًا مع الخطاب، بحيث يُدفع المتلقي إلى تبنّي الإجابة التي تخدم الرؤية المستقبلية للمؤسسة (هايدغر، 2012،ص122).

**الاستشراف البياني:**يعتمد على معطيات واقعية موثقة يتم ترحيلها بصيغة تصميمية إلى صورة مستقبلية، محققًا انتقالًا من الواقع إلى زمن متخيَّل عبر نسبية مضبوطة، وهو ما يجعل التخيل البصري أداة معرفية تتجاوز المنطق الخالص نحو بناء سيناريوهات مستقبلية (دريدا، ،2013،ص54–55). ويشمل أيضًا الاستشراف الاستنباطي الذي يستنتج مستقبل ظواهر خاصة انطلاقًا من معطيات عامة.

**الاستشراف التوقعي (التكهني):**يرتكز على إشارات علمية ضعيفة تُبنى منها فرضيات غير مؤكدة، غالبًا في سياق الخيال العلمي، ويقدَّم بصيغة غامضة وتأويلية لتفادي فشل التحقق، محولًا التصميم إلى حقل دلالي مفتوح على الاحتمال (Jan, 2023؛ بازمول، 1432،ص7).

وبذلك يتجسد التصميم الكرافيكي الاستشرافي كمنظومة بصرية فاعلة لإنتاج المستقبل، لا بوصفه تنبؤًا فقط، بل كعملية توجيه إدراكي وثقافي لوعي المجتمع.

## ثالثا – مدخل مفاهيمي للوعي الجمعي :

يُفهم الوعي الجمعي بوصفه انتقال الفرد من خصوصية التفكير إلى منطقة فكرية مشتركة تتكوّن داخل مجتمع ذي هوية محددة، حيث لا تعبر الأفكار إلا بصيغتها المقبولة جمعيًا. وقد أسهمت تصورات فرويد عن "الأرواح الجماعية" (العرقية، الطبقية، العقائدية) مع طرح لوبون حول الجمهور في تفسير تكوّن هذه المناطق الفكرية التي تستقطب الأفراد وتوسّعها عبر المشترك الثقافي والقيمي (غوستاف، 1991،ص11).

ورغم تجاوز التصنيفات العرقية في الفكر المعاصر، إلا أن توسّع المجتمعات وتعدّد فئاتها أدّى إلى نشوء علاقة طردية بين اتساع المجتمع وعمومية الخطاب، ما فرض البحث عن مشتركات عابرة للخصوصيات كالقضايا السياسية والبيئية والاجتماعية والاقتصادية العامة لتشكيل خطاب جمعي أكثر شمولًا (المصدر السابق).

وقد تنوّعت تسميات هذا الوعي بتغيّر السياقات الفكرية: فظهر كـ وعي اجتماعي في الفكر الاشتراكي، ورأي عام وروح قومية في الرأسمالية، وضمير جمعي عند دوركايم، ولاوعي جمعي عند يونغ، وكلها محاولات لرصد ثبات المتغيرات المشتركة داخل المجتمع (محمد، 2010؛ Durkheim؛ Jung،ص11-12).

ويخلص الباحث إلى أن الوعي الجمعي هو حصيلة التجارب والتفاعلات المشتركة التي تنتج سلوكًا موحدًا ورؤى وأهدافًا مشتركة ضمن زمن محدد. ومع تحوّل وسائل الاتصال ودخول فئات جديدة إلى فضاء التأثير، نشأ وعي جمعي رقمي غير محكوم بالمكان، تقوده لغة كرافيكية بصرية كثيفة الدلالة، مرشحة لأن تصبح لغة مشتركة بديلة تُعيد تشكيل المفهوم الكلاسيكي للوعي الجمعي عبر الزمن.

**رابعا – اليات الاستشراف في التصميم الكرافيكية :**

تقوم آليات الاستشراف في التصميم الكرافيكي على تفاعل العناصر الكرافيكية التقليدية مع التقنيات الرقمية الحديثة لتشكيل حقول بصرية قادرة على التأثير والاستقطاب والتحكم بالمتلقي، وفي الوقت نفسه تعمل كمؤشر استشرافي لتحولات مستقبلية في ميادين معرفية وصناعية أخرى، كما حدث في انتقال الطباعة من الحبر اللوني إلى الحبر الموصّل ثم إلى الطباعة ثلاثية الأبعاد والعمارة المطبوعة.

ويُعد المصمم الفاعل المركزي في هذه العملية، إذ يحوّل الرؤية المستقبلية إلى صيغة كرافيكية مقنعة، تجعل المتلقي يدرك المستقبل بوصفه حقيقة قيد التحقق لا مجرد احتمال. ويتحقق ذلك عبر ما يسميه (فكتور، 2021،ص47) "التأثر بطبيعة الهدف"؛ حيث تتحول الغاية المصممة بصريًا إلى قناعة منتظَرة.

تعتمد هذه العملية على آلية الإقناع المتدرّج المتمثلة في:

الاستحواذ على الانتباه،

إثارة الاهتمام،

خلق الرغبة،

تحقيق الاستجابة (روبرت، 2016،ص30)،

وتُدار جميعها عبر قيادة عين المتلقي داخل الحقل البصري.

ولتعزيز المصداقية، يوظّف التصميم الاستشرافي التقصي والاستكشاف لجمع البيانات وتحليل الظواهر وصولًا إلى بعدها الإيتيولوجي (سببها الجوهري)، مما يسمح بإعادة بناء المعنى بصيغة تتجاوز التأويلات المألوفة وتمنح الشكل المصمم دلالات مستقبلية جديدة، ويتم تفكيك القناعات السابقة وإعادة تشكيلها عبر تقنيات نفسية وخطابية مثل:

إرباك المعنى القديم،

اختبار الخزين المفاهيمي،

التهديد بالمصير،

استثارة الذنب والمسؤولية،

التخصيص الجمعي،

التحول النموذجي للقيم (الناصري؛ 2017،ص12–18).

وبذلك لا يكتفي التصميم الاستشرافي بوصف المستقبل، بل يقوم بـ صناعته رمزيًا عبر إنتاج أهداف جديدة قابلة للتبنّي، حيث يصبح كل طرح بصري مقنع غاية مستقبلية بحد ذاته، لا مجرد استقراء لمعطيات راهنة.

**خامسا : فاعلية الاستشراف الكرافيكي في الوعي الجمعي:**تتمثل فاعلية الاستشراف الكرافيكي في قدرته على إعادة تشكيل مفاهيم الوعي الجمعي عبر زعزعة القناعات السائدة أو تطويرها وإحلال صيغ مستقبلية محلها، من خلال بلاغة بصرية تقود المتلقي تدريجيًا نحو تبنّي هدف يصبح بدوره مؤثرًا متعديًا للفرد ليغدو فكرًا تشاركيًا جمعيًا. وتعمل المشتركات الثقافية والبصرية كقناة رئيسة لتمرير الأفكار وتحويلها من قناعات فردية إلى قناعات جمعية، حيث إن تبنّي الفرد للفكرة يعزّز انتشارها داخل المجتمع ويحوّل الطرح المؤسسي إلى رأي عام فاعل (معتز، 2017،ص110–111). ومن هنا يغدو البحث عن الرموز المشتركة واستثمارها تاريخيًا وبصريًا شرطًا لبناء حقل استشرافي قادر على خلق ألفة بين المتلقي والمنجز، وضمان قبول الصورة المستقبلية بوصفها بديلًا عن النمط القديم (غيور، 1990،ص13).

وتتحقق هذه الفاعلية عبر ما يسمى الباعث؛ أي ربط الهدف المستقبلي بمشاعر ورغبات دفينة لدى الفرد، مما يولّد دافعية نفسية تحرّك الاستجابة وتوجّه السلوك نحو تحقيق

الطرح (محمد، 2010،ص10). فالمستقبل، بما يحمله من طابع يوتوبي، يستثير الخيال ويُنشئ خزينًا معرفيًا بصريًا يحوّل المتخيَّل إلى ممكن الإدراك.

ويقترح الباحث أن الاستشراف الكرافيكي يقوم على مثلث يتكوّن من:

المشتركات التاريخية والآنية والمستقبلية،

البيانات المقنِعة،

المخيّلة الابتكارية،

التي تُنتج صورة مستقبلية قد تبدو لاواقعية لكنها فاعلة في توجيه الوعي الجمعي.

وبذلك يكشف التصميم الاستشرافي عن قدرته على تأسيس هدف جمعي، وقيادة المجتمع نحوه بلغة بصرية تجمع الجمال والوظيفة الإقناعية، محوّلًا الفن الكرافيكي إلى أداة توجيه ثقافي وفكري للسلوك المستقبلي.

**المؤشرات:**

1- المنطق الإقناعي هو الشرط الأول لدفع المتلقي إلى مغادرة منطقته الفكرية الراهنة نحو أفق جديد، إذ لا يتحقق الانتقال دون مبرّر معرفي يحرّره من الارتباط بالمكان الذهني الذي يستقر فيه وعيه. وفي هذا السياق يكشف اضطراب الرمز وسهولة تخليه عن دلالته عن هشاشته، ما يدفع الوعي الجمعي إلى إعادة شحنه بمعانٍ أوسع تنسجم مع تطلعات المنظومة الفكرية المستقبلية.

2- تغدو الفكرة الاستشرافية معيارًا لقدرة خيال المصمم على إنتاج صياغات غير مسبوقة لا تستنسخ الواقع ولا تعيد تقديم البيانات كما هي، بل تعيد ترميزها بصريًا داخل المنجز، بحيث يتحول الحاضر إلى علامة على مصيره لا إلى نسخة عنه. وهذا التشفير يجعل التصميم يتكلم عن المستقبل بلغة الرمز لا التقرير.

3- اقتناع المتلقي بمستقبل لم يتحقق بعد يكشف قوة الارتباط بين الطرح الاستشرافي والمفاهيم الجمعية، أي أن التصميم ينجح حين يجعل اللاموجود يبدو ممكنًا داخل وعي الجماعة. ويتحقق ذلك عبر مغادرة المألوف وإعادة بناء المفاهيم بصيغ تتلاءم مع السياق المستقبلي للمؤسسة الراعية للخطاب.

4- اعتماد التصميم الاستشرافي على الوعي الجمعي يدل على أن الأفكار المتولدة لا تبقى فردية، بل تدخل دورة تداول اجتماعي محمّلة بدلالات مستقبلية تقود المتلقي إلى منطقة فكرية جديدة، فيما تعبّر قوة الخطاب الكرافيكي عن شدة الرغبة في الإقناع، وعن صلابة المفاهيم المراد زعزعتها وإعادة تشكيلها باتجاه طرح مستقبلي بديل.

## الفصل الثالث

## إجراءات البحث

### 1- منهج البحث :

اعتمد الباحث المنهج الوصفي[6] ( تحليل المحتوى[7]) ، لملاءمة موضوع البحث مع ما يوفره المنهج من إجراءات تسهم في تحقيق هدف الدراسة .

5- إذ يفيد الباحث في عملية التحليل ، الكشف عن فاعلية الإستشراف الكرافيكي في الوعي الجمعي .

6- مجتمع البحث:

يمثل مجتمع البحث الحالي أغلفة المجلات (التايم) العالمية( النسخة الاميركية) المعروفة ضمن بيئة البحث ، والبالغ عددها ( 480) غلاف ، وكان اختياره للمبررات الآتية :

1- كونها مجلات وظفت الاستشراف في تصاميم أغلفتها.

2- من المجلات المختصة بأحداث عالمية تخاطب الفكر الجمعي.

3- كونها مجلة واسعة الانتشار، إذ تصدر بأكثر من دولة.

### 2- نماذج البحث وطرق اختيارها :

كما واعتمد الباحث في اختياره للنماذج الاختيار (القصدي غير الاحتمالي) وذلك حسب متطلبات البحث، مما أسفر عن اختيار (12) غلاف وظف الخطاب الاستشرافي مستبعدا

---

[6] يستخدم المنهج الوصفي في البحوث التي تصف ظاهرة أو حالة أو حادثة في البيئة الاجتماعية أو الطبيعية . ينظر : موفق مظلوم الربيعي،أصول البحث العلمي " دليل الباحث في مجال التصميم" جامعة بغداد ، 1999، ص 24.

[7] هو أسلوب لوصف المحتوى الظاهري وصفا موضوعياً وكماً. ينظر: ابو طالب محمد سعيد، علم مناهج البحث، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ،1990، ص 100.

(468) غلاف ، كما واعتمد الباحث نسبة ( 25% ) أي بواقع (3) نماذج لغرض تحليلها كونها الأكثر شمولية في خطابها الجمعي ولدخولها ضمن نطاق البحث، إذ أدرج الباحث عينة البحث ضمن الجدول الآتي :

| ت | عنوان الغلاف | تفاصيل الغلاف |
|---|---|---|
| 2 | نهاية العراق | 2010 |
| 7 | العالم بعد القذافي | 2011 |
| 5 | ماذا ان لم يرحل | 2011 |
| 11 | الصراع بين الحرية والأمن | 2013 |
| 8 | ما بعد صدام | 2014 |
| 9 | ظاهرة الاحتباس الحراري | 2017 |
| 10 | معركة ترامب مع واشنطن | 2017 |
| 4 | انا الملك | 2018 |
| 1 | النداء الأخير | 2021 |
| 3 | المناخ كل شي | 2021 |
| 12 | اليوم الأول | 2021 |
| 6 | التاريخ يعود | 2022 |

**3- مصادر وطرائق جمع المعلومات :**

اعتمد الباحث في جمع المعلومات ، على المصادر التي سيرد ذكرها وحسب الأولوية :

1- المصادر والمراجع العربية والأجنبية والصادرة عن دور نشر ومكاتب عربية وأجنبية والمؤلفة من ذوي الاختصاص او اختصاصات موازية ومكملة .

2- البحوث العلمية ( ماجستير ، دكتوراه ، بحوث الترقيات العلمية ).

3- المجلات والدوريات .

4- المعلومات الموثقة على شبكة الانترنت ، ومن المواقع الموثقة .

**4- أداة البحث :**

تحقيقا لهدف البحث، صممت استمارة التحليل وفق محاور أسفرت عنها :

1- أدبيات متعلقة بموضوع البحث .

2- الإطار النظري وما أسفر عنه من مؤشرات .

**5- صدق الأداة :**

تم التأكد من صدق أداة التحليل بعد عرضها على عدد من الخبراء* من ذوي الاختصاص الدقيق، والمختصين بمناهج البحث العلمي قبل تطبيقها ، وتم الإجماع على صلاحية مفرداتها بعد إجراء التعديلات والملاحظات ، وبذلك اكتسبت صدقها الظاهري من الناحية البحثية ، ومن خلال تصميم استمارة التحليل المعروضة على الخبراء والمؤشرات التي تم التوصل إليها عن طريق الإطار النظري ، إذ خرجت الاستمارة بالمحاور الآتية لغرض التحليل ، وهي:

1- نوع الاستشراف الكرافيكي (أنواعه الثلاث).

2- عناصر الاستشراف الكرافيكي (الخيال ، الإقناع ، المشتركات) .

3- آليات الخطاب الاستشرافي( مفهوم جديد، مفهوم ثابت ، خطاب فردي ، خطاب جمعي،منطقي ،عاطفي.

**6- ثبات الأداة :**

1- **الاتساق بين المحللين :** نسبة الثبات والاختلاف بين محللين** ذوي الاختصاص المطابق لاختصاص الباحث، إذ كانت نسبة الاتفاق من المحلل الأول بنسبة 85% ،

* الخبراء: أ.د. نعيم عباس حسين ، أستاذ في قسم التصميم / الطباعي ،كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد .
أ.د. سحر علي سرحان ، أستاذة في قسم التصميم/ الطباعي ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد.
أ.د. ايمان طه ياسين ، أستاذة في قسم التصميم / الطباعي ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد .

** ذوي الاختصاص : طالب الدكتوراه (احمد شاكر حنون) كلية الفنون الجميلة – قسم التصميم – الطباعي .
طالب الدكتوراه ( ليث عادل عبود ) كلية الفنون الجميلة – قسم التصميم -الطباعي .
طالب الدكتوراه (مظفر كاظم حميد ) كلية الفنون الجميلة – قسم التصميم – الطباعي .

ومع المحلل الثاني بنسبة 90 % ، ومع المحلل الثالث بنسبة 80 % ، أي بمعدل اتساق عام مع المحللين نسبته 85%.

**التحليل**

**الانموذج الأول**

**العنوان : النداء الأخير**

**التاريخ : 2021/11/8**

**المصمم : تيم اوبراين / الولايات المتحدة الاميركية ، مصمم ورسام ومصور**

**الرابط**

يعالج النص غلاف مجلة TIME المعنون Last Call بوصفه نموذجًا للتصميم الاستشرافي الذي يوظّف الواقعية والبيانات والشخصيات السياسية لصناعة خطاب بصري يقنع المتلقي بخطورة التغير المناخي ويستشرف مستقبله.

الغلاف يعرض رؤساء دول في بيئة مناخية متدهورة، مع مقاعد فارغة للصين والبرازيل بوصفها إدانة سياسية لغيابهما عن الجهد العالمي، مما يمنح التصميم بعدًا إقناعيًا واتهاميًا في آنٍ واحد. التدرج المناخي من الثلج إلى الجفاف يشير إلى مستقبل أوروبا والغرب، ويؤكد أن ما يحدث في الشرق والجنوب سيلحق بالغرب لاحقًا.

يستخدم المصمم عناصر كرافيكية مشفّرة (مثل حضور الملكة البريطانية بشكل غير حقيقي) لتمرير تكهنات استشرافية تحققت لاحقًا، مما يعزز مصداقية المجلة بوصفها "قارئة للمستقبل". كما يتفوق البعد البصري على النص في حمل الدلالة الاستشرافية، بينما تأتي عبارات مثل Last Call و BLAH لتأكيد أن زمن الشعارات انتهى وأن الخطر وشيك.

ورغم طابعه البيئي، يبيّن النص أن الغلاف يحمل خطابًا سياسيًا–اقتصاديًا خفيًا يضغط على القوى الصاعدة (خصوصًا الصين والبرازيل) لتحجيم صناعتها، بما يخدم الهيمنة الاقتصادية الغربية. بذلك يتحول التغير المناخي من ظاهرة إنسانية عامة إلى أداة توجيه للوعي الجمعي والصراع الجيوسياسي عبر التصميم.

**الانموذج الثاني**

**العنوان** : اليوم الأول

**التاريخ** : 1/ 2021/2

**المصمم** : تيم اوبراين / الولايات المتحدة الاميركية ، مصمم ورسام ومصور

**الرابط** :

في مشهد غلاف يصور اليوم الأول للرئيس "جو بايدن ، دمج المصمم بين الرسم الواقعي والتصوير الفوتوغرافي لخلق مشهد مقنع بصرياً، يصور "بايدن" في مكتبه البيضاوي محاطاً بفوضى عارمة (أوراق متناثرة وملفات متراكمة)، تعكس وقفة التأمل للرئيس أمام النافذة ثقل المهمة القادمة وحجم "الإرث" المعقد الذي خلفه سلفه.

بناء التوقعات: الطرح لم يكن مجرد رسم، بل هو فعل استشرافي مبني على بيانات واقعية، يهدف إلى منح "عذر مسبق" للإدارة الجديدة عن أي تعثر مستقبلي بسبب حجم الفوضى الموروثة.

الرموز السياسية: استخدم المصمم "المرذاذ الأحمر" لكتابة حروف اسم الرئيس السابق على الجدران والمكتب (TR–AM)، دلالةً على النرجسية والعبثية، مع توظيف "القبعة الحمراء" والمكبر الصوتي كرموز للتسقيط السياسي المستمر والاحتجاجات.

التوازن البصري: اعتمد التصميم على موازنة المشهد بين "المشكلة" (ركام الملفات) و"الحل المفترض" (شخص الرئيس)، مع الحفاظ على تفاصيل واقعية (العلم، الشعار، الأشجار) لتعزيز موثوقية الحدث.

تغيير المفاهيم: تنبأ المصمم بأن "القادم لا يختلف عن السابق" من حيث التخبط، وهو ما تحقق فعلياً حتى عام 2024، مما يجعل التصميم وثيقة استشرافية تربط مصير المجتمع بكيان الدولة لا بأفرادها.

فالغلاف هو مزيج بين الرصد البياني والخيال الافتراضي، استهدف إقناع المتلقي منطقياً بصعوبة المرحلة القادمة وخفض سقف توقعاته تجاه التغيير الفوري.

**الانموذج الثالث**

**العنوان** : الصراع بين الحرية والأمن

**التاريخ** : 13/ 2013/5

**المصمم** : نيكي دي سوان

**الرابط** :

قدم المصمم رؤية استشرافية تحذر من مستقبل تُقايض فيه "الخصوصية بالأمن"؛ حيث استبدل مشعل تمثال الحرية (رمز التحرر) بمنظومة كاميرات مراقبة، محولاً الرمز من "مدافع عن الحرية" إلى "راصد لها"، وذلك لاستفزاز الوعي الجمعي تجاه مخاطر الرقابة الرقمية الشاملة.

* المزاوجة بين البيانات والخيال: اعتمد المصمم على حقائق واقعية (بيانات المراقبة وهيمنة الحكومات) وصاغها بأسلوب "إخراج واقعي" لتعزيز قناعة المتلقي بإمكانية تحقق هذا المستقبل.

* التساؤل الاستفزازي: استخدم التصميم "الأسلوب الاستفهامي" لوضع المتلقي أمام تساؤل أخلاقي ومنطقي: هل يمكن التخلي عن الخصوصية مقابل الأمان؟

نجح المصمم في نقل الخطاب من سياقه المحلي (عبر رمز تمثال الحرية) إلى سياق عالمي شمولي، مستخدماً التكامل بين العناصر النصية والبصرية (الغلاف) لتحويل الظاهرة إلى قضية دولية تمس المجتمعات كافة، مما ساهم في "أنسنة" الخطاب وتدويله. وظف المصمم "الارتحال المفاهيمي" للرموز، ليعيد صياغة الفهم التقليدي للحرية، صانعاً نصاً بصرياً يجمع بين الواقع والخيال الاستشرافي لإقناع المتلقي بضرورة التعايش مع – أو رفض– الواقع القادم.

## الفصل الرابع

### النتائج والاستنتاجات والتوصيات

### أولًا: النتائج

- جميع النماذج اعتمدت الأسلوب التوقعي القائم على البيانات والتقنية الرقمية في بناء الخطاب الاستشرافي.
- التصميم الاستشرافي لا يلتزم بأسلوب واحد، بل يوظف تنوعًا أسلوبيًا (استفهامي، واقعي، تخييلي) بحسب الرسالة.
- تحقق حضور ثابت لـ مثلث الاستشراف (الخيال – المشتركات – الإقناع) في كل النماذج.
- العناصر الكرافيكية الفيزيائية (الضوء، الظل، الحجم، التناسب) كانت أداة أساسية لتعزيز الإقناع حتى عند توظيف الخيال.
- ربط البيانات بالخيال منح الخطاب مصداقية أعلى لدى المتلقي.
- الخطاب الاستشرافي تناوب بين المنطق والعاطفة في التأثير على المتلقي.
- تحولت الرموز من دلالات فئوية إلى رموز جمعية واسعة التداول داخل الوعي العام.

**ثانيًا: الاستنتاجات**

- الاستشراف الكرافيكي يستثمر الرموز السائدة في المجتمع ويعيد توجيهها نحو مستقبل جديد.
- إعادة توظيف الرموز القديمة يولّد مفاهيم جديدة سريعة التداول.
- الشكل البصري أكثر قدرة من النص على ترسيخ المفاهيم المستقبلية في الذاكرة.
- الخطاب الاستشرافي يفضّل المفاهيم الجمعية لأنها أوسع انتشارًا وتأثيرًا.
- تداول المفاهيم الجديدة يبدأ ببطء لكنه قد يتحول إلى مصطلح جمعي راسخ.
- المرونة الأسلوبية منحت التصاميم الاستشرافية قدرة عالية على التكيّف والتأثير.
- اختلاف الخلفيات الثقافية يجعل الرمز قابلًا للتأويل وإعادة التشكيل.

**ثالثًا: التوصيات**

- اعتماد التصميم الاستشرافي في المؤسسات المجتمعية والحكومية لصناعة وعي مستقبلي.
- توظيفه في مواجهة المفاهيم الدخيلة وبناء خطاب ثقافي أصيل.
- استخدامه لتحفيز المجتمع على تجاوز الواقع نحو مستقبل أكثر فاعلية.

**رابعًا: المقترحات**

إجراء دراسة متخصصة حول:

- "آلية توليد المصطلحات الكرافيكية المعززة للثقافة الجمعية".

**المصادر :**

1. ابو الفضل جمال الدين ابن منظور. (1999). لسان العرب. بيروت: دار الكتاب اللبناني.
2. الناصري ,ب .(2017) .احتلال العقل وإعلام الحرب النفسية .القاهرة ,مصر : وكالة الصحافة العربية.
3. ام الزين بن شيخة المسكني . (2017). الفن وسرديات المستقبل. ويندرسون، شيتت ستريت ، المملكة البريطانية المتحدة : مؤسسة هنداوي.

4. اوليدوف أ . ك . (ب.ت). الوعي الجمعي. (ميشيل كيلو، المترجمون) دار ابن خلدون.

5. بول ديفيز ،(2017) نيلزهينريك ، تر: سارة ياقوت ،المعلومات وطبيعة الواقع من الفيزياء الى الميتافيزيقيا ، مؤسسة هنداوي للنشر ، يورك هاوس، شت ستريت ، وندرسون، المملكة المتحدة ،.

6. جاك دريدا. (2012). استراتيجية التفكيك. (عز الدين الريفي الخطابي، المترجمون) الغرب: افريقيا الشرق.

7. جبران مسعود. (1964). معجم المصطلحات اللغوي العصري. بيروت: دار العلم للملاين.

8. جون تايلور. (1990). عقول المستقبل. (لطيف فطيم، المترجمون) الكويت: عالم المعرفة العدد 92.

9. ر .هـ .(2016) .اغواء العقل الباطن) .م .ع (.Trans ,.مدينة نصر ,القاهرة , مصر :مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة ط.1

10. سعيد علوش. (1985). معجم المصطلحات الادبية المعاصرة. لبنان: دار الكتاب اللبناني.

11. صلبيا ,ج .(1982) .المعجم الفلسفي بالالفاظ العربية والفرنسية والانكلسزية واللاتينية ج .2لبنان :دار الكتاب اللبناني.

12. غوستاف لوبون. (1991). سايكولوجية الجماهير. (دار الساقي للنشر، المحرر، و هشام صالح، المترجمون) بيروت: المفكر لعربي الحديث.

13. فارس راتب الاشقر. (2011). فلسفة الفكر ونظريات في التعليم والتعلم. الاردن: دار زهران للنشر والتوزيع.

14. فراس السواح . (1996). مغامرة العقل الاولى (المجلد الطبعة الحادية عشر). دمشق: دار علاء الدين.

15. فكتور بافاوفيتش شينوف. (2021). التحكم الخفي بالانسان. (غسان محسن المتنبي، المترجمون) سوريا: الهيئة العامة للكتاب في وزارة الثقافة السورية.

– (فياض محمد شريف ، علم الحياة الكمومية ، مؤسسة الهنداوي ،يورك هاوس ،وندرسون ، المملكة المتحدة ، 2017.)

16. مايكل جي لوسير. (2009). قانون الجذب المزيد مما تريد والقليل مما لاتريد. (بدون اسم، المترجمون) المملكة العربية السعودية: مكتبة جرير.

17. محمد ياسر شرف. (2010). الوعي الاجتماعي والتقدم. تونس: الطليعة العربية.

18. محمد بن ابي بكر بن عبد القادر الرازي. (1983). مختار الصحاح. الكويت: دار الرسالة.

19. محمد بين عمر بن سالم بازمول. (1432 هـ). الاستشراف الرؤية المستقبلية. المملكة العربية السعودية: ام القرى لعلوم الشريعة والدراسات الاسلامية.

20. محمد ياسر شريف. (2010). الوعي الاجتماعي والتقدم. تونس: مؤسسة الطليعةالعربية.

21. معتز عناد. (2012). فاعلية النقطة ودلالاتها في التصميم الطباعي. بابل: جامعة بابل.

22. معتز عناد غزوان. (2017). اشكالية التأويل في ترويج الخطاب الاكرافيكي. العراق.

23. نصيف جاسم محمد. (2002). فلسفة التصميم بين النظرية والتنظير القرأن – الخلق – التصميم. بغداد: الفتح.

*24.* J. B., & P. C. (2020). foresight and design26. Joern Buehring &Peter C. Bishop, Foresight and Design: New Support for Strategic Decision Making. 26. Joern Buehring &Peter C. Bishop, Foresight and Design: New Support for StraHong Kong: JOERN BUEHRING .

*25.* J. O. (2023). How to anchor design thinking in the future: Empirical evidence on the usage of strategic foresight in design thinking projects. Bernhard Wach b, Ren´e Rohrbeck .

26. المعاني لكل رسم. (22 2, 2024). تم الاسترداد من almaany: https://www.almaany.com

*27.* asjp. (2024, 3 16). Retrieved from https://www.asjp.cerist.dz/en/article/127929

*28.* asjp2. (n.d.). Retrieved from https://www.asjp.cerist.dz/en

*29.* chat. (n.d.). Retrieved from openai: https://chat.openai.com/