

## استراتيجية مقترحة للتأكيد على القيم والهوية الثقافية في التصميم الجرافيكي Proposed Strategy to Emphasize Cultural Values and Identity in Graphic Design

د / وسمية محمد العشيوي

أستاذ التصميم المشارك - قسم التصميم الجرافيكي والوسائط الرقمية - كلية التصميم والفنون  
جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن

**Dr. Wassmih Mohammed Al-Eshaiwi**

Associate Design Professor -Department of Graphic Design and Digital Media  
College of Arts and Designs-Princess Noura Bint Abdul Rahman University

[dr-wasm@windowslive.com](mailto:dr-wasm@windowslive.com)

### ملخص البحث:

يهدف البحث الحالي إلى بناء إستراتيجية مقترحة لتحديد دور قيم الممارسة المهنية في تعزيز الهوية الثقافية المتضمنة في محتوى التصميم ، من خلال التأكيد على دور القيم الإسلامية في تشكيل القيم الإنسانية والمجتمعية ذات الأولوية في الممارسة المهنية لدى المصمم الجرافيكي، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لعينة قصدية عددها (63) من مصممي الجرافيك في المملكة العربية السعودية بلغ عدد المصممين السعوديين المشاركين (51)، ونسبتهم 81%، في حين بلغ عدد المصممين غير السعوديين المشاركين (12)، ونسبتهم 19% من حجم العينة وفق البيانات الإحصائية لإستبانة قيم الممارسة المهنية في مجال التصميم الجرافيكي. عرض البحث إطاراً نظرياً تناول أدبيات مفهوم الإبداع في فكر التصميم الجرافيكي المعاصر، كما تناول أدبيات الممارسة المهنية المستدامة في ضوء رؤية المملكة 2030 بين الواقع والمأمول. تناولت إجراءات تطبيق البحث الخصائص الديموغرافية لعينة البحث، وقيم الممارسة المستدامة للتصميم ودورها في تشكيل الهوية الثقافية لمحتوى التصميم الجرافيكي. عرضت نتائج البحث الإجابة عن أسئلة البحث وصولاً إلى بناء إستراتيجية مقترحة للتصميم الجرافيكي وفق ركائز القيم والهوية؛ تحدد دور قيم الممارسة المهنية المستدامة لدى المصمم في تعزيز الهوية الثقافية المتضمنة في المحتوى الثقافي للتصميم. وقد إنتهى البحث بعرض طبيعة القيم الإنسانية؛ ودلالات الهوية الثقافية ذات الصلة بخصائص الممارسة المهنية للمصمم من خلال الربط بين المفاهيم النظرية والتطبيقية التي تؤكد على التكامل بين القيم الإسلامية والإنسانية كمفاهيم، وقيم تتشكل بمقتضاها الممارسة المهنية وفق شعور المصمم بالمسؤولية الأخلاقية تجاه المجتمع ممثلة في نقل دلالات القيمة للآخرين؛ ما يعزز بناء هوية ثقافية ذات طابع مميز، أوصى البحث ببناء مصفوفة لقيم الممارسة المهنية المستدامة تسهم في تحقيق مفاهيم الهوية الثقافية.

### الكلمات المفتاحية:

إستراتيجية التصميم، الممارسة المهنية، الهوية الثقافية، التصميم الجرافيكي.

### Abstract:

The current research aims to build a proposed strategy to determine the role of the values of the professional practice in the promotion of the cultural identity of the contained in the content of graphic design, through emplacing the role of Islamic values in the formation of human and societal values of priority in the professional practice of graphic designer. The researcher used the descriptive approach for analytical failure sample of number (63) of graphics designers in the Kingdom of Saudi Arabia, the number of Saudi designers' participants (51) accounting for 81% While the number of non-Saudi designers' participants (12) accounting for 19% the size of the sample according to the statistical survey data to

identify the values of professional practice in the area of graphic design. The research theoretical framework deal with the literature on the concept of the thought creativity of the contemporary design, and the literature on the professional practice of sustainable development in the light of the kingdom's Vision 2030 between reality and the hoped. The procedures for the application of research, Addressed the demographic characteristics of the research sample, Values in Sustainable practice of design, and its role in the formation of the cultural identity of the content of graphic design. The research results answered the search questions in order to build a proposed strategy for graphic design according to the pillars of the values and identity to determine the role of the values of the professional practice of sustainable design development in the promotion of cultural identity contained in the content of design. Research has introduced the nature of humanitarian values; and semantics of cultural identity related to the characteristics of the professional practice of the designer through the linkage between the theoretical concepts, which emphasizes the integration between Islamic and human values, concepts which formed the professional practice according to the designer sense of ethical responsibility toward the community represented in the transfer of the indications of value to others; to strengthen the of cultural identity with a distinctive character. The research recommended to build a matrix of the values of the professional practice of sustainable development and contribute to the realization of the concepts of cultural identity.

### Keywords:

design strategy. Professional practice, cultural identity, human values.

### المقدمة ومشكلة البحث:

يُعد مجال التصميم الجرافيكي من المجالات التي تعتمد على الجانب التقني في الممارسة المهنية الخاصة بها، نتيجة وجود وسائل إتصال إلكترونية ورقمية متنوعة تُسهم في تبادل المعرفة وإنتشار المعلومات بشكل سريع ، هذا ولأفراد المجتمع دوراً كبيراً في تحديد طبيعة القيم التي تتشكل ثقافة المجتمع بمقتضاها؛ حيث تتم صياغة الخريطة المعرفية المرتبطة بالقيم وفق عادات ومعتقدات ذلك المجتمع، خاصة وأن القيمة تأخذ أهميتها وحضورها من حاجة أفراد المجتمع إلى وجود إستراتيجيات معرفية تنظم مضمون تلك القيم؛ لذلك يرى كل مصمم ترتيب لأوليياته من القيم عند ممارسته المهنية، مؤكداً على الجانب الدلالي والمعرفي الذي يعزز من خلاله على قيم الهوية الثقافية.

هذا ومن المهم تحفيز العقل العلمي لدى المصمم ومنحه بيئة نوعية للإنتاج الإبتكاري والمتجدد؛ يمكن من خلالها الوصول لتصميمات نوعية تعبر عن طبيعة الهوية الثقافية من خلال نمطين أساسيين: الأول: النمط الثقافي الذي يختص بالمعاني العلمية، والفنية، والرمزية، والنظم والقيم المجتمعية، والثاني: النمط التنموي الذي يُجسد المعاني المادية، والتقنية، ومكونات المنظومة الثقافية. حيث يمثل كلا النمطين المكتسبات الثقافية التي تعمل على تشكيل مجموعة من القيم المعرفية والأخلاقية، كجزء من الهوية الظاهرة في المحتوى الثقافي للتصميم بوجه عام؛ والتصميم الجرافيكي على وجه الخصوص، فهي تحفز ذهنية المتلقي للتفكير فيما تعبر عنه من رموز تحمل هوية ثقافية لها طابع خاص. وهو ما يقوم به المصمم من خلال دعم وتعزيز القيم الإنسانية، والعمل على تأكيد مفهوم الهوية الثقافية وما يميزها من خصوصية، لذا إزداد في الأونة الأخيرة التأكيد على تعزيز القيم الإسلامية في الممارسات المهنية بما يكفل مستوى الأداء، ويدفع إلى السمو بفعالية وإتقان، والإخلاص والشعور بالواجب الوطني والمسؤولية الإجتماعية، وهو ما أشارت إليه دافعية رؤية 2030 "بأن نعتز بالهوية الوطنية ونحيا وفق قيم الدين الإسلامي" كاحد ركائز قوة المملكة العربية السعودية (11)

وتتلخص مشكلة البحث الحالي في الإشارة إلى أهمية القيم الإسلامية وتأكيد الهوية الثقافية في الممارسة المهنية المتضمنة في التصميم الجرافيكي كأحد مجالات الإبتكار في فكر المصمم ، ووضع إستراتيجية مقترحة لذلك. عليه يمكن تحديد مشكلة من خلال التساؤل الرئيس التالي: ما إمكانية بناء إستراتيجية مقترحة تحدد دور قيم الممارسة المهنية في تعزيز الهوية الثقافية المتضمنة في التصميم الجرافيكي؟

### هدف البحث:

يهدف البحث إلى وضع إستراتيجية مقترحة تحدد دور قيم الممارسة المهنية في تعزيز الهوية الثقافية المتضمنة في محتوى التصميم الجرافيكي.

### أسئلة البحث:

- (1) ما القيم الإسلامية والمجتمعية ذات الأولوية في الممارسة المهنية لدى المصمم الجرافيكي؟
- (2) ما دلالات الهوية الثقافية المتضمنة في محتوى التصميم الجرافيكي؟
- (3) ما إمكانية بناء إستراتيجية مقترحة تحدد دور قيم الممارسة المهنية في تعزيز الهوية الثقافية المتضمنة في محتوى التصميم الجرافيكي؟

### أهمية البحث:

- (1) يسهم البحث في دعم مفهوم الإقتصاد المعرفي الخاص بدعم المصمم الجرافيكي وتحفيزه على الإبتكار.
  - (2) يسلط البحث الضوء على أهمية القيم الإسلامية والمجتمعية ذات الصلة بتشكيل الهوية الثقافية.
  - (3) يؤكد البحث على أهمية تعزيز المحتوى القيمي للتصميم الجرافيكي وفق القيم والمبادئ الإسلامية.
  - (4) يطرح البحث إستراتيجية الممارسة المهنية المستدامة لمجال التصميم في ضوء رؤية المملكة 2030.
- منهج البحث:** استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي للوقوف على دور قيم الممارسة المهنية في تعزيز الهوية الثقافية التي تساعد المصمم الجرافيكي على تصميم المحتوى القيمي بشكل احترافي.

**عينة البحث:** عينة قصدية من مصممي الجرافيك السعوديين والمقيمين في المملكة العربية السعودية.

**أداة البحث:** إستبانة قيم الممارسة المهنية لتعزيز الهوية الثقافية المتضمنة في التصميم الجرافيكي.

### الإطار النظري للبحث:

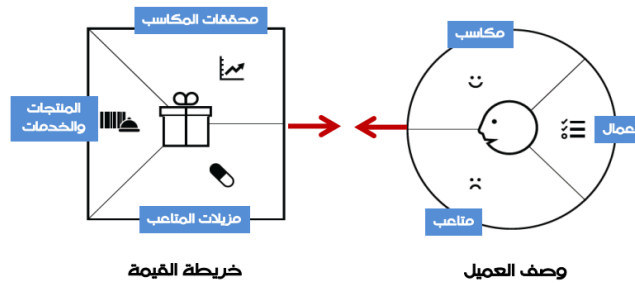
#### مفهوم الإبداع في فكر التصميم الجرافيكي المعاصر:

يمثل الإبداع أحد القيم المهنية المهمة، فالإبداع لدى المصمم الجرافيكي يعني قدرته على إيجاد معنى مضاف أو حلول جديدة لشكل تصميم المحتوى وتميزها، أو إيجاد شكل فني مبتكر لأفكاره، وعند تصميم دلالات القيمة يتم الرجوع بشكل كامل لمحاور الهوية الثقافية؛ ليستقي المصمم منها الأفكار الأساسية للتصميم بحيث يعكس تلك الصورة الذهنية بشكل متوافق ومتسق مع فكر التصميم ، مراعيًا لقوانين الملكية الفكرية، فعمل المصمم قائم على إبتكار الحلول، والتصميم الجرافيكي يقوم على بناء نظام متكامل لصنع الصورة الذهنية عن المحتوى الدلالي للقيمة، ولصناعة هذه الصورة الذهنية بشكل صحيح يبدأ المصمم من إستراتيجية المشروع ومن ثم إستراتيجية التصميم الجرافيكي، ومن ثم بناء الهوية البصرية، وفي الأخير تلقي الجمهور. وكل مرحلة من هذه المراحل تعتمد بشكل كامل على سابقتها وتؤثر على التي تليها. (12)، فعلى سبيل المثال؛ تعد العلامة التجارية بناءً تركيبية معتمد على بناء إنشائي محكم ذو دلالة رمزية تعمل على إثارة إدراك المجموعة المستهدفة وتحفز ذهنية التفكير في معنى محدد وهو ما تمثله العلامة التجارية، وتعرف العلامة التجارية بأنها " العلامة التي يستخدمها التجار في تمييز المنتجات التي يقومون ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو من المنتج

مباشرة بصرف النظر عن مصدر الإنتاج" (5، ص 58). وهدف إستراتيجية التصميم هو موازنة رؤية المؤسسة مع تجربة عملائها، فقد أصبحت تصميم الفكرة محركاً أساسياً في المجتمع الحديث باعتبارها رمزاً رئيسياً لدعم الثقافة لما تتمتع به من تأثير على القوة الشرائية. (9، ص 25). ويعتبر نقاط إتصال مخطط القيمة هي فرصة لزيادة الوعي وبناء ولاء العملاء؛ في كل نقطة اتصال، فنقاط الإتصال عديدة" (14، ص 3) ويوضح الشكل رقم (1) منظومة تصميم محتوى القيمة من أوجه متعدد.

ويتم طرح تعريف تكاملي للإبداع في التصميم الجرافيكي إجرائياً في هذا البحث القائمة تحديد على تصميم محتوى القيمة: بأنه مجموعة العوامل الذاتية، والموضوعية، والبيئية، والثقافية، والقيمية للمصمم الجرافيكي والتي تقوده إلى إستراتيجية التصميم في صورة تصميم جديد لها، والتي ترمز إلى نشاط وأهداف تلك القيم وتكسبها قيمة إبداعية تتأثر بها المجموعة المستهدفة وتولد لديها الشعور بالإنتماء.

### مخطط القيمة المقدمة Value Proposition Canvas (VPC)



شكل رقم (1) منظومة تصميم محتوى القيمة

عن: <https://atesaudi.blogspot.com/2019/08/blog-post.html>

### الممارسة المهنية المستدامة في ضوء رؤية المملكة 2030 بين الواقع والمأمول:

حازت مهارات إبتكار التصميم الجرافيكي في العقود الأخيرة على قدر كبير من الأهمية المجتمعية؛ وهي واحدة من أهم المهارات التي تُسهم بشكل مباشر في تشكيل الهوية الثقافية، التي بدورها تُعزز مفاهيم الممارسة المهنية لدى المصمم الجرافيكي، ومع التطورات التقنية المتسارعة، يرتبط مجال التصميم الجرافيكي بمفهوم الإستلهم الهادف إلى الترميز Symbolization، ويُقصد بالترميز أو التشفير البصري Visual encoding إختصار المكونات البصرية للعناصر التي يمكن تجسيدها عن طريق المعالجات الجرافيكية، والتي يقدّمها المصمم بصورة سيميوطيقية Sémiotique من خلال المعالجة التشكيلية لمجموعة بيانات تعكس ثقافة المجتمع، وتعكس قيم وصور ذهنية تتشكل في ذهن المتلقي؛ محملة بمجموعة من المبادئ التوجيهية التي ترتبط إرتباط مباشر بمحددات القيم المجتمعية. حيث يتطأب التعبير باللغة البصرية وعياً كبيراً بمفاهيم التصميم إلى جانب الإلمام بمبادئ إدراك قيم البيئة المحيطة، بما يوجب على المصمّم أن يكون لديه وعياً بأسس التصميم البصري ومبادئه متألفة مع القيم الإنسانية والمجتمعية، ليكون قادراً على القيام بعملية إنتقاء المعلومات، بهدف إبتكار التصميم الملائم للتعبير عن المتغيرات الثقافية والسياقات الاجتماعية.

هذا وتقتضي أهداف الممارسة المهنية المستدامة العمل بروح الشراكة بين أفراد المجتمع لتحسين طبيعة الحياة بطريقة مستدامة، ممثلة في توافر مبادئ وغايات قيمية واضحة. فقد دخلت أهداف التنمية حيز التنفيذ في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030؛ التي وضعت أساساً لتطبيق مفاهيم إستدامة الممارسات المهنية في شقها المجتمعي وفق الخط

الإستراتيجية، وتعزيز التفكير المنظومي بهدف تشجيع مقاربات الكفايات والمهارات المطلوبة من أجل التنمية وفهم قيم المجتمع في سياق الاستدامة (8).

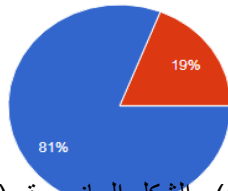
وتسعى التنمية المجتمعية المستدامة لتحسين نوعية حياة أفراد المجتمع، كونها عملية توظيف للموارد البشرية بطريقة عقلانية، ويشير المفهوم التشكيلي للممارسة المهنية المستدامة إلى أن التنمية الاقتصادية والمحافظة على البيئة تمثل عمليات ممارسة تنمية متكاملة وليست متناقضة، من خلال تحقيق نمو معرفي ومهاري يتلاءم مع قدرات البيئة المجتمعية؛ التي يقصد بها الممارسة المهنية التخصصية لدى المصمم الجرافيكي في سياق البحث الحالي، القائمة على أن دعم القيم الإنسانية والثقافية ينطوي على نظرة شاملة للبيئة تعمل على التحول من توفير الكفايات المطلوبة للتطور المهني، إلى تكثيف مجتمع المعرفة، بمعنى أنه لا يمكن تفعيل الممارسة المهنية المستدامة بمعزل عن التوجهات الإجتماعية وفق توجه أبعاد الثقافة. ويتطلب التحول إلى الاقتصاد المعرفي التركيز على التطور البشري، وتوجيهه لتحقيق الإبداع، وتطوير الإنتاجية، عن طريق تعزيز المعارف وإستحداث برامج منهجية لنقل المعرفة من مرحلة البحث إلى مرحلة التطبيق، والتركيز على القضايا التنموية للمجتمع (9). وتعد المملكة العربية السعودية من الدول التي سعت إلى التطوير المهني المستدام، فقد صدر الأمر الملكي رقم (546) بتاريخ 1433/1/2هـ، بتشكيل لجنة لتخطيط إستراتيجية شاملة وعملية، للتحول إلى مجتمع المعرفة بهدف دعم الممارسة المهنية المستدامة.

عليه فإن صياغة وتصميم محتوى التصميم الجرافيكي داخل المجتمع وبيان أهميته وتفعيل وظيفته، تتم بوصفه ركيزة من ركائز الفكر الإبداعي، تعمل على توظيف مفهوم الإقتصاد المعرفي لتدريب كوادر لها قدر ثقافي ومعرفي وتشكيلي ملحوظ، ويتحقق ذلك عن طريق التوجيه إلى تشجيع مصممي الجرافيكي وإستثمار طاقاتهم وتوجهاتهم، نحو الإقتصاد المعرفي، وتفعيل دور الفن في توظيف المعرفة ورأس المال البشري في تحقيق إستدامة للتنمية وترسيخ مفهوم الهوية الثقافية في شفاها المجتمع.

### إجراءات تطبيق البحث:

فيما يلي يتم توضيح نتائج البحث على شكل جداول ذات بيانات ورسوم إحصائية مع مناقشة للجداول؛ وتم تقسيم المحاور طبقاً لتساؤلات البحث، علماً بأن بعض الأسئلة ليس من ضمن تساؤلات البحث ولكن لتوضيح خصائص العينة وبسبب أهميتها فقد تم افراد محور لها لتقديم صورة متكاملة عن طبيعة عينة الدراسة

### المحور الأول: الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة:

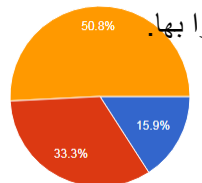


الجدول رقم (1) والشكل البياني رقم (1)

(1) يوضح الجدول رقم (1) والشكل البياني

الجنسية	التكرار	النسبة
سعودي	51	81%
غير سعودي	12	19%
المجموع	63	100%

رقم (1)، توزيع أفراد العينة حسب الجنسية، حيث أن عدد المصممين السعوديين 51، ونسبتهم 81%، في حين بلغ عدد المصممين غير السعوديين 12، ونسبتهم 19% من حجم العينة. وتشكل نسبة العينة توزيع متوافق مع ما يسعى له البحث، من الممكن أن يكون المصمم الجرافيكي غير سعودي ولكن صمم بإستخدام رموز ثقافية سعودية بحكم عمله في



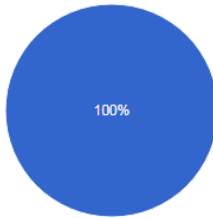
الجنسية	التكرار	النسبة
---------	---------	--------

15.9%	10	2-1
33.3%	21	6-3
50.8%	32	7-فأكثر
100%	63	المجموع

الجدول رقم (2) والشكل البياني رقم (2)

(2) يوضح الجدول رقم (2) والشكل البياني رقم (2) عدد السنوات الإحترافية لممارسة التصميم الجرافيكي من قبل عينة البحث، ومن الجيد أن أكثر من نصف العينة وعددهم 32 بنسبة 50.8% لهم أكثر من 7 سنوات؛ فعدد السنوات الأكثر يعطي ممارسة تصميمية أكثر، وتعطي فرصة أكثر للخبرة المعرفية والإطلاع في المجال القيمي. وعدد 21 بنسبة 44.3% من عينة البحث مارسوا التصميم ما بين 3-6 سنوات، والنسبة الأقل من في عدد العينة حيث يمثلوا 15.9% بعدد 10 فقط من المصممين لهم من سنة إلى سنتين خبرة.

المحور الثاني: القيم في ممارسة التصميم الجرافيكي:



النسبة	التكرار	إذا ظهرت القيم في استراتيجية التعامل مع العميل التكرار النسبة زادت ثقته بالمصمم.
90.5%	57	نعم
0%	0	لا
9.5%	6	لا أعرف
100%	63	المجموع

الجدول رقم (3) والشكل البياني

رقم (3)

(3) يوضح الجدول والشكل البياني رقم (3) إجماع عينة البحث بنسبة 100% أي كل عدد العينة 63 مصمم على أن التمتع والالتزام بممارسة القيم في الممارسة المهنية يؤدي إلى نمو المهني للمصمم الجرافيكي، من ناحية جودة الأداء وإبتكاره، ومراعاة العميل مما يؤدي إلى كسب ثقة العميل وإرتفاع العائد المادي، وهذا يدل على توافق مع رأي الباحثة كون إستراتيجية التصميم تمثل منظومة القيم في الممارسة التصميمية



النسبة	التكرار	تمتع المصمم بالقيم تحقق نمو مجتمعي
100%	63	نعم
0%	0	لا
100%	63	المجموع

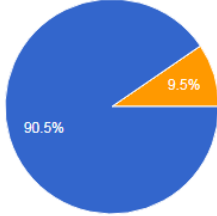
النسبة	التكرار	ممارسة القيم تحقق نمو ذاتي للمصمم
100%	100	نعم
0%	0	لا
100%	63	المجموع

النسبة	التكرار	لا
0%	0	لا
100%	63	المجموع

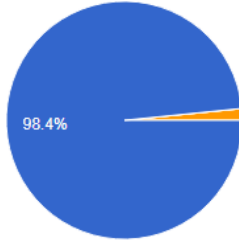
الجدول رقم (4) والشكل البياني رقم (4)

(4) يوضح الجدول رقم (4) والشكل البياني رقم (4) أنه كلما تمتع المصمم الجرافيكي بقيم مهنية، كلما كان هناك نمو مجتمعي. هذا بتأييد جميع عينة البحث بنسبة 100% وهذه النسبة المرتفعة تؤكد طرح الباحثة بأن القيم في الممارسة المهنية تضمن نمو مجتمعي قائم على التعاملات ذات رقي تجعل من المجتمع أكثر عطاء وفق مُثل ويكون عائدها تنموي إصلاحي وكذلك إقتصادي، وستدفع إلى الابتكار.



الجدول رقم (5) والشكل البياني رقم (5)

(5) يوضح الجدول رقم (5) والشكل البياني رقم (5) أن نسبة 90.5% من المصممين بعدد 57 من عينة البحث يرى ضرورة أن تظهر القيم في إستراتيجية الممارسة المهنية للعميل لأن ذلك يؤثر على ثقته بصاحب الإستراتيجية، كما أن عدد 6 فقط بنسبة 9.5% من عينة البحث لا يعرف ذلك الأثر من أهمية ظهور القيم في إستراتيجية العمل لزيادة ثقة العميل؛ ولم ينكره حيث لم يختار أحدهم لا. وهنا تأكيد على رأي الباحثة بأهمية إعلان الإستراتيجية للممارسة المهنية القائمة على قيم محددة، لزيادة ثقة العميل.



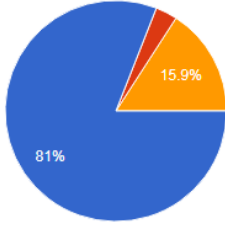
القيم الإسلامية هي قيم إنسانية عالمية	التكرار	النسبة
نعم	62	98.4%
لا	0	0%
لا أعرف	1	1.6%
المجموع	63	100%

الجدول رقم (6) والشكل البياني رقم (6)

(6) يوضح الجدول رقم (6) والشكل البياني رقم (6) أن القيم التي ينادي بها الدين الإسلامي وجعل ممن يمارسها يثاب لتمتعها بها كما أنه من يخالف ادائها يأثم دينياً؛ ولأن عينة البحث مسلمون فهم على دراية بأن ما يحتويه الدين صالح للتطبيق في كل زمان ومكان لذا القيم الإسلامية هي قيم عالمية وهذا بتأييد عالي يصل إلى 98.4% أي كل أفراد العينة 62 إلا واحد ولم يجزم بالنفي بل وضح عدم درايتهم لعالميتها ويرجع ذلك بعد تحليل إجابته الفردية أنه قليل الخبرة، فما زال في السنة الأولى من الممارسة كما أنه لم يؤهل في الجانب المعرفي لمجال الممارسة المهنية في التصميم الجرافيكي. وتدل على أهمية القيم وأثرها في الممارسة كما يبين أن القيم الإسلامية صالحة للتطبيق في أي مكان وزمان لأثرها الإيجابي في الممارسات المهنية وما يترتب عليها من عائد تنموي.

**المحور الثالث: الهوية الثقافية في التصميم الجرافيكي:**

من المعروف أن الدين الإسلامي نظم حياة الأفراد وأكسبهم قيم معينة كما أن المسلم يسير وفق منهج رباني يحل بعض الأشياء له ويحرم بعضها عليه، ومن هذه الأشياء المحرمة رموز تنافي بعض التعليمات الدينية مثل شرب المسكرات وتوجد بعض التصميمات الجرافيكية تحتوي على رموز تدل على ذلك لذا في إستخدامها مخالفة؛ كما يوجد بعض المعتقدات الدينية لبيئات مختلفة تستخدم رموز تدل على معتقداتهم، وهذا مخالف شرعا إستخدامها في تصميم العلامات التجارية لأنها قد تشير لفكر مخالف.

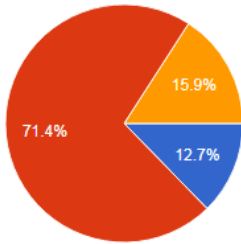


الجدول رقم (7) والشكل البياني رقم

تخالف الشريعة الإسلامية بعض الرموز العالمية المتضمنة في بعض الشعارات العالمية.		
نعم	لا	لا أعرف
81%	3.2%	15.9%
51	2	10
100%	63	
المجموع		

(7)

(7) يوضح الجدول رقم (7) والشكل البياني رقم (7) أن عينة البحث لديها دراية مؤكدة على أن بعض التصميمات الجرافيكية تحتوي على رموز تخالف الشريعة الإسلامية ويمثلوا 81% أي 51 من عدد المصممين، ويوجد اثنان فقط من عينة البحث وهم يشكلون نسبة 3.2% ينفون وجود أي علامات قد تخالف في بناءها من حيث الرموز لمبادئ الشريعة الإسلامية؛ قد يكون رأيهم راجع إلى قلة إطلاعهم بشكل واسع لعلامات تنتمي لثقافات متنوعة، بينما فقط 10 من عينة البحث أي 15.9% لا يعرف بوجود رموز قد تخالف الشريعة في بعض العلامات التجارية العالمية. ولأن هذه النسبة ليست على دراية بتلك الرموز، مما يتطلب أن يسلكوا طرق تستزيد من معرفتهم بشكل أعمق لمعنى الدلالة في الرموز.



الجدول رقم (8) والشكل

في التصميم لعميل لا ينتمي للثقافة المحلية من الجيد ان يتم التكرار النسبة استخدام رموز تعزز الثقافة السعودية، العربي، الإسلامية.		
نعم مع تحقيق هدف التصميم	لا على أي حال	المجموع
12.7%	71.4%	15.9%
		63
المجموع		

البياني رقم (8)

(8) يوضح الجدول رقم (8) والشكل البياني رقم (8) أن نسبة من يؤيد بشكل مطلق أن يستخدم المصمم الجرافيكي رموز تؤكد هويته لتعزيز الثقافة المحلية لعملاء ليس من الضرورة أن ينتمون لهويته مؤكداً على تحقيق التوافق مع هدف



التصميم باستخدام رموز محلية، أو رموز عربية، أو رموز إسلامية 12.7% ، وأيد هذا التوجه بنسبة عالية جدا بلغت 71.4%، وهو يتوقف على هدف التصميم بحيث تسعى العملية التصميمية لتأكيد الثقافة المحلية بالمطلق بقدر هدف التصميم، ومن ثم قد يقوم على بعض الرموز أو لا يقوم عليها أي الى حدا ما؛ بينما وبنسبة 15.9% لا يرى أهمية استخدام رموز تدل على الثقافة المحلية لعملاء لا ينتمون لها على أية حال. أي أن هذه النسب مجتمعة تدل على أهمية استخدام رموز تؤكد الثقافة المحلية مع مراعات الهدف بنسبة 84.1% من عينة البحث وهم المصممين السعوديين أو غير السعوديين. وهذا لأن المصممين في المملكة يقومون بتنفيذ المشاريع التصميمية لعملاء خارج السعودية، وقد يكونون ليسوا عرب أو حتى مسلمين، فاستخدام مثل هذه الرموز قد يسهم في تأكيد وانتشار هذه الثقافة.

ومن هنا يتضح أن المصمم في عينة البحث على دراية بمخالفة بعض الرموز العالمية لثقافة المجتمع السعودي، وهو ملم بالعائد المحقق من تأكيد الهوية الثقافية في تصميمه للعلامة التجارية. وهذه النتيجة متوافقة ومدعمة مع ما تم طرحه في الإستراتيجية المقترحة حيث أن أحد ركائزها قائم على تأكيد الهوية الثقافية.

### نتائج البحث ومناقشتها:

#### للإجابة عن السؤال الأول:

ما القيم الإسلامية والإنسانية والمجتمعية ذات الأولوية في الممارسة المهنية لدى المصمم الجرافيكي؟  
القيم الإسلامية ودورها في تعزيز المعايير الإجتماعية:

تعد القيم ضرورة لتكوين الإنسان، فهي ليست نسبية ولا فردية، إنها قيم مطلقة ومشاركة، وحتى يؤدي المجتمع وظيفته بهيئة جيدة، يجب على أفراد أن يطبقوا قيما معينة ويتوافقوا على ترتيبها، لأنها ستوحدهم؛ وتتفاوت القيم في ذاتها من حيث درجة أهميتها فمنها الأساسية ومنها القيم المكملة، حيث تتشكل الشخصية عبر مجموعة من القيم والمعايير الأخلاقية تجعلها متكاملة قادرة على التفاعل مع المجتمع، وجاء الدين الإسلامي ليرسخ هذه القيم والمعايير وينشرها، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: (إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق)، كما أنها تعد قيم إنسانية بشكل مطلق لحياة سوية وهي قيم أساسية لبناء الفرد ومرتبطة بكمال الإيمان من عدمه، فهي قائمة على مسألة عقديّة؛ بدونها لن يكتمل إيمان الفرد. وقد ذكرت في القرآن الكريم وفي الأحاديث النبوية لأهميتها، وهي صالحة لجميع الافراد، وفيما يلي توضيح لبعضها حسب دراسة الديب (10):

#### (1) قيمة الصدق:

قال الله تعالى (إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَافِرُونَ) النحل 105(1) وقال صلى الله عليه وسلم -: " آية المنافق ثلاث، إذا حدث كذب، وإذا وعد أخلف، وإذا أؤتمن خان".

#### (2) قيمة الطموح والهمة العالية:

هذه القيمة من أهم القيم لأثرها الشخصي، فهي تدفع بالفرد لتحقيق النجاحات حيث لا يرضى إلا بتحقيق الأهداف السامية والأعمال ذات العائد الإيجابي، وهي تعزز قدرة الفرد على العمل الجاد والإنجاز كما أن الهمة العالية تجعل الفرد ممارس لقيم أخرى وهي الانضباط والجدية والنظام.

#### (3) قيمة استثمار الوقت:

تساعد الفرد على التمسك بالقيم التطبيقية مثل الانضباط والجدية والمسؤولية والعمل، وتعزز قدرته على العمل والإنجاز بشد كل كبير؛ وإستثمار الوقت بما يحفظ الفرد من مؤثرات أخرى قد تجعله يقع في الإنحرافات

**(4) قيمة الاحتراف:**

الاحتراف فريضة شرعية وواجب وطني وضرورة حياتية، إن الإنسان المحترف متميز عن غيره، متخصص ومتفرغ لتخصصه ومهنته، متمكن منه مطور للمهارات اللازمة في تخصصه، ومطلع باستمرار على المعارف العلمية في مجاله وملتزم بالقيم المهنية، يقدم أجود وأسرع الإنجازات لمن حوله بأقل التكاليف.

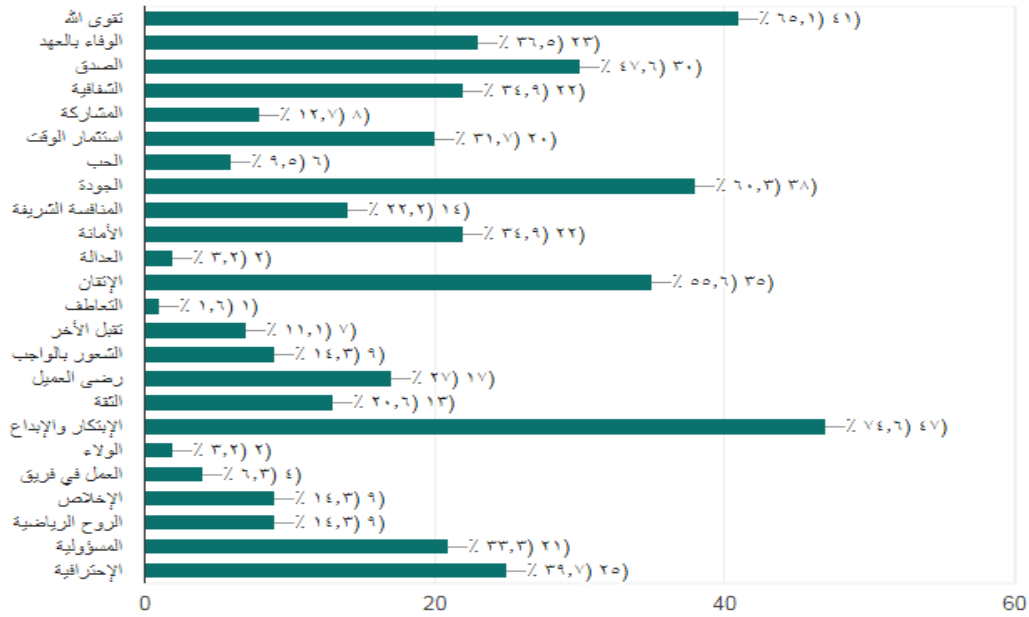
**أولويات قيم الممارسة المهنية لدى المصمم الجرافيكي:**

تعد القيم بشكل عام معيار ثقافي يمكن أن تتم بالمقاربة من منطلق الأشياء أو الأفعال؛ فتحظى بالقبول أو الرفض، وبالاستناد على هذا المعيار يمكن تقييم الأشياء في المجتمع المهني من الأفكار والأعمال والصفات والأشخاص والجماعات والأهداف والوسائل؛ ويرتبط المصممون في مجتمع العمل أفراد وجماعات بهذه القيم إرتباطاً عاطفياً، فهم يتقبلونها في توجيه ممارساتهم وفي إتخاذ القرارات المتعلقة بالمهنة. إذا القيم وثيقة الصلة بالنشاط المهني للمصمم الجرافيكي بصفة خاصة بسبب طبيعة عمله وإرتباطه بمجال العلاقات الإنسانية، وتعامله مع العملاء بشكل مباشر؛ وتؤثر تلك القيم في الممارسات العملية للتصميم في بيئة العمل. وتختلف القيم الإنسانية حسب العوامل المكونة لها.

ولأن الإستراتيجية التي يقدمها البحث الحالي؛ أحد مرتكزاتها القيم، رأت الباحثة أن يتم تحديد أهم القيم ذات الأولوية في الممارسة المهنية لدى المصمم الجرافيكي من خلال إستطلاع رأي المصممين في السعودية فقد تم تحديد 24 قيمة، وطلب أن يحددوا أهم 5 قيم تعد الأساس في إستراتيجية عمل المصمم من وجهة نظرهم، وذلك لأن الأهداف المراد تحقيقها في مخرجات الأداء العملي لإستراتيجية التفكير في التصميم واحدة بالنسبة للمصمم، فهو يعمل ليبتكر ويقوم بإبداع مشاريعه التصميمية للتأثير بنجاح في المجموعة المستهدفة.

وقد حدد الإتحاد الدولي للمصممين بعض القيم الأساسية للممارسة المهنية في مجال التصميم:

- التعهد والإلتزام بقيمة وأهمية وكرامة الفرد في المجتمع وإحترام حقوق الإنسان.
- إحترام سرية العلاقة مع العملاء وعدم الكشف عن نقاط الضعف في ظل التنافسية بين الشركات.
- التعهد والإلتزام ببذل كل جهد ممكن لصالح العملاء وتحمل المشاق والصبر وفق العقود.
- التعهد والإلتزام بأعلى معدلات الاحترافية للأداء الشخصي والمهني.
- التعهد والإلتزام بمساعدة العملاء لتلبية حاجاتهم إلى الحد الذي يحقق أهداف التصميم.
- التعهد والإلتزام بالعمل وفق محددات قوانين الملكية الفكرية.



الشكل البياني رقم (9)

يوضح الشكل البياني رقم (9) أن الممارسة المهنية للتصميم تتطلب قيم، وهي أهم 5 قيم يتم إختيارها بتكرارات أعلى من قِبل عينة البحث، فقد تم تحديد 24 قيمة مرتبطة بعمل المصمم؛ وقد جاءت خياراتهم بترتيب تنازلي كل 5 قيم في مجموعة، جاءت المرتبة الأولى: الإبتكار بنسبة 74.2%؛ وتقوى الله بنسبة 65.1%، والجودة بنسبة 60.3%، والإلتقان بنسبة 55.6%، والصدق بنسبة 47.6%، أي أن أهم قيمة يجب أن يتم ممارستها في العملية التصميمية هي الإبتكار، حيث إن لم يكن التصميم مبتكر لن يحقق تطلعات العميل بالتفرد لما يقدمه ولن يجعل هناك صورة ذهنية خاصة تخلق الخصوصية للمجموعات المستهدفة.

المرتبة الثانية: جاءت الإحترافية بنسبة 39.7%، والوفاء بالعهد بنسبة 36.5%، وأخذت الأمانة والشفافية نفس النسبة 34.9%، والمسؤولية بنسبة 33.3%، وجاء استثمار الوقت بنسبة 31.7%، لأن على المصمم أن يجعل من وقته فرص تستثمر بممارسات تعود عليه وعلى العمل بالإيجابية.

المرتبة الثالثة: جاءت المنافسة الشريفة بنسبة 22.2%، والثقة بنسبة 20.6%، وجاءت ثلاثة قيم لها نفس النسبة الشعور بالواجب، الإخلاص، الروح الرياضية بنسبة 14.3%، المشاركة بنسبة 12.7%، وتقبل الآخر بنسبة 11.1%، لمرونة المصمم.

المرتبة الأخيرة: من أقل القيم إهتماماً فليست من الأولويات القيمة في الممارسة المهنة الحب ونسبة إختياره 9.5%، العمل في فريق 6.3%، وقيمتي العدالة والولاء لهما نفس النسبة 3.2%، التعاطف 1.6% أي شخص واحد فقط من العينة من إختيار هذه القيمة.

### للإجابة عن السؤال الثاني:

ما دلالات الهوية الثقافية المتضمنة في محتوى التصميم الجرافيكي؟

تعرف الهوية الثقافية على أنها مركب متجانس من التصورات والذكريات والرموز والقيم والإبداعات والتعبيرات والتطلعات لشخص ما أو مجموعة ما، وهذه المجموعة تشكل أمةً بهويتها وحضارتها التي تختلف من مكانٍ لآخر في العالم. ومن التعريفات الأخرى: تلك المجموعة من القيم الأساسية، والإدراكات، والسلوكيات التي تعلمها الفرد من الأسرة

ومن المؤسسات الأخرى في المجتمع، مثل المؤسسات الدينية، والتعليمية، والمهنية (7، 121)، مصطلح الهوية الثقافية يتقاطع مع مصطلح سياسة الهوية؛ حيث إن الهوية هي ذات الفرد، وتتضمن في معناها عدداً من القيم والمعايير، وتشكل ثقافة الإنسان ومدى معرفته في عددٍ من المجالات المختلفة، إضافةً إلى إلمامه ووعيه بالقضايا المحيطة به في المجتمع، حيث إنها تمثل التراث الفكري له. والواقع أن الآثار الثقافية في الجانب التجاري لا يمكن أن يتم رصدها بسهولة، لأن أساس وجود المنظمة وقوانينها هو أساس إقتصادي، والأمر الثاني أن الآثار الثقافية لا تظهر مبكراً، وإنما تحتاج إلى زمن طويل نسبياً حتى تظهر، بالإضافة إلى أن الدراسات الإستشرافية لمثل هذه الآثار غير متوفرة.

والهوية الثقافية هي المعبر الأساسي عن الخصوصية التاريخية لمجموعة ما أو أمة ما، إضافةً إلى نظرة هذه المجموعة أو الأمة إلى الفرد ومهامه وحدوده وقدراته، والمسموح له والممنوع عنه.

وعرفت كذلك الهوية: أنها مفهوم إجتماعي نفسي يشير إلى كيفية إدراك مجتمع ما لذاته، وكيفية تمايزه عن الآخرين، وهي تستند إلى مسلمة ثقافية عامة، مرتبطة تاريخياً بقيمة دينية وإجتماعية وسياسية وإقتصادية للمجتمع. (13)، هذا وللهوية الثقافية ثلاثة مستويات فردية وجماعية ووطنية؛ مما يجعل على المصمم التفرد في الهوية الثقافية والمنطلقة من فكره الإبتكاري والتي تعتمد على مقومات الجماعات من الأفراد أي مهما تفرد بتميزه فإن هويته من هوية تلك الأفراد في الجماعة يتأثر بهم ويؤثر فيهم، وكذلك تستند إلى مسلمة وهي محددات المجتمع؛ بحيث يتم تحديد العلاقة بين هذه المستويات بالنوع الآخر المواجه لها، ويمثل الأفراد والجماعات والمجتمع العلاقة التبادلية بين أطراف الهوية الثقافية.

ويعبر تصميم القيمة عن نشاط وفكر المصمم الجرافيكي على مر السنين، حيث إكتسب المنتج خلالها ثقة المستهلكين في مميزات المنتج خاصة في ظل التطور السريع لتكنولوجيا التصميم. ويؤكد البحث على أهمية بناء المحتوى الثقافي لدوره الفعال في النمو الإقتصادي، عن طريق تفعيل زيادة التنافسية وتحقيق تطلعات الرؤية 2030" لواقع السوق والفرص والتحديات، وهو ما يمثل الجانب الإستثماري الأعلى في السعودية.

ويمكن أن تصف بعض التصميمات والمكتسبات المتحققة للمملكة العربية السعودية والتي تعكس الجانب الثقافي في جميع المجالات نتيجة مكانتها الإستراتيجية عربياً وإسلامياً وعالمياً.



الشكل البياني رقم (10)

عرض الشكل الباني رقم (10) عن العائد الإيجابي المحقق وراء تأكيد الهوية الثقافية؛ وتم ذكر خمس ميزات محققة على أن يتم إختيار أحدها أو أكثر من قبل العينة لقياس فعليا أي الميزات المحققة وكذلك ما هي المحققة بصورة أكبر عند المصممين في السعودية؛ حيث يوضح الشكل البياني رقم (10) أن أعلى نسبة حصلت عليها من بين الخيارات الخمس هي: استخدام الرموز الدالة على الهوية السعودية، حيث يتحقق من ذلك إنتشار لتلك الثقافة إقليمياً وعالمياً وذلك بنسبة

74.6%، مثل استخدام الإمكانيات التشكيلية للخط العربي في تراكيب بنائية مبتكرة؛ وجاءت الميزة المحققة في المرتبة الثانية بنسبة تكرر 66.7% أن تعزيز الهوية الثقافية السعودية المنطلقة من عروبتها ودينها الإسلامي لدى الشباب، وهو ما يتماشى مع هدف الخطط الإستراتيجية للدولة تسعى لتحقيقه لتعزيز الهوية السعودية بطرق عدة لدى الشباب. وفي المرتبة الثالثة أن أفكار المصمم السعودي المبتكرة تتميز ببناء فكري مميز يعبر عن المهنية لدى المصمم، ظهرت من خلال استخدامه لرموز تتضمن معاني دلالية؛ تتوافق مع طبيعة الإعلان عن هوية ترمز إلى نشاط العلامة التجارية. وجاء في المرتبة الرابعة والخامسة مفهوم التوثيق الثقافي؛ حيث جاء بتكرار متساوي من خيار عينة البحث حيث بلغت النسبة 57.1% لهما، وهذا يدل على أن الميزتين محققه لتأكيد الهوية السعودية في التصميمات بنفس الأهمية لدى المصممين، وهي المساهمة بتوثيق رموز ذات قيم مجتمعية، وكذلك تأكيد أن الابتكار يمكن أن يتحقق من خلال هوية ثقافة سعودية.

### للإجابة عن السؤال الثالث:

ما إمكانية بناء إستراتيجية مقترحة تحدد دور قيم الممارسة المهنية في تعزيز الهوية الثقافية المتضمنة في محتوى التصميم الجرافيكي؟  
بناء الإستراتيجية:

عندما يتكامل منهج القيم الإسلامية، مع أهداف بناء وإعداد فكر المصمم قيميا، ونفسيا، ومعرفيا، ومهاريا مع البرامج الأكاديمية الحديثة في إكساب ممارسة مهنية متقنة، يضمن ذلك تحقيق مخرجات من المصممين الواعين لخدمة ذواتهم، وتعزيز حرفية الممارسة المهنية. لذا ترى الباحثة أهمية بناء الإستراتيجية المقترحة، وهي مبنية من 3 مرتكزات هي:

(1) نتائج إستطلاع رأي ميدانية لمجموعة من المصممين الجرافيكين.

(2) القيم الإسلامية وبيان دورها في دعم الفكر الإبتكاري.

(3) مضمون الهوية الثقافية في تشكيل فكر التصميم الجرافيكي.

### تطبيق الإستراتيجية:

من الممكن أن يطبق هذه الإستراتيجية أي مصمم لأن التصميم عملية قائمة على فكر واعي وفكرة مبتكرة، إلا أنه تم تحديدها وفق هذا البحث للمصمم الجرافيكي، كون مجالات التصميم واسعه وما يتم تقديمه في البحث يحتاج إلى الإثبات، ويحتاج مرتكزات، ومرتكزات البحث قائمة على أخذ آراء المصمم الجرافيكي وتحديد في مجال تصميم العلامة التجارية. لما لفكر المصمم الجرافيكي من قوة تأثير، فمن الجيد برمجة عقله بطريقة عصرية تؤهله لفهم وتطبيق وإستثمار القيم الإسلامية بصورة معتدلة وسليمة، مما تدفعه لتحقيق أفضل النتائج. فيتبع إستراتيجية تصميمية من أجل المساهمة في التنمية بوعي. لأنه من المؤكد أن الفرد هو أساس كل تطوير المجتمع وسر قوتها وضمان إستمراريتها، ويمكن للأجيال الجديدة أن تضيف قيماً ومفاهيم جديدة لم تكن موجودة لدى الأجيال السابقة. مع التأكيد على أن أي مصمم بإمكانه أن يطبقها لأن هذه القيم هي قيم إنسانية.

### أهداف الإستراتيجية:

(1) يهدف هذا التصور الإستراتيجي إلى تقديم مقترح يساعد المصمم الجرافيكي على تحقيق الإبتكار في تصميمه، منطلق من القيم في الممارسة، وإبراز الهوية الثقافية في الإنتاج.

(2) الربط بين النظرية والتطبيقية التي توجد تكامل بين الهوية الثقافية كمفاهيم وإنتاج أو صور مرئية للمجتمع والواقع المعاصر الذي نعيشه القائم على الإنفتاح المعرفي والتعامل مع الآخرين.

(3) الربط بين النظرية والتطبيق الذي يدعم التكامل بين القيم الإسلامية كمفاهيم وممارسة المهنة، كذلك دعم المسؤولية الأخلاقية للمجتمع وموائمة الواقع المعاصر الذي نعيشه.

#### أهمية الاستراتيجية:

- (1) التحلي بالقيم يعد فريضة دينية يتعدى أثرها حدود صاحبها ويمتد إلى المجتمع والإنسانية.
- (2) التقيد بالقيم في الممارسة المهنية وتحقيق الهوية في الإنتاج التصميمي يدفع بالإنجاز ويتعداه لضمان البقاء.
- (3) الواجب الوطني حيث يتطلب تحقيق رؤية 2030 وجود جيل من المحترفين في كل مجالات العمل والإنتاج مما يدفع من النمو الإقتصادي المستدام، بترسيخ قيم العلامات التجارية وتعزيز دورها في إظهار الهوية الثقافية.
- (4) تقدم الإستراتيجية نظام للتفكير قائم على التخطيط والبناء للقيم بشكل علمي وتطبيقي لوقاية المجتمعات من كافة المخاطر والتهديدات التي تهدد حياة الأفراد والمجتمعات.
- (5) نظام الوقاية القيمة تربية إستباقية موجهة للوقاية من مخاطر محددة متوقعة منها ذوبان الهوية الثقافية، فالإستراتيجية تحمي من الانحراف الفكري والتطرف الديني بإستخدام رموز ذات دلالات وطنية الطابع.

#### مقومات تحقيق الإستراتيجية:

- (1) الإهتمام الشامل بإكساب المهارات والإعداد الجيد في مرحلة التعلم للنظريات، والمفاهيم، والمعارف، في التصميم، وإدراك المعارف والعلوم والنظريات في مجال التخصص.
- (2) التخصص الدقيق في مجاله مع عدم التشعب المؤدي لهدر الجهد والوقت والإبتكار بإضافة الجديد.
- (3) التمكن من المهارات المهنية العالية المكتسبة من المعارف، والتمكن المعرفي للمستجدات المتسارعة في ظل وجود التطور التكنولوجي.
- (4) إستثمار قوة تأثير إنتاج المصمم الجرافيكي في المجموعة المستهدفة، بأن يكون مبني على توجهات إيجابية محددة والتوجه لتحقيق المؤامة المستمرة بين متغيرات العصر الإجتماعية وبين أنماط الهوية الثقافية.

#### وصف الإستراتيجية:

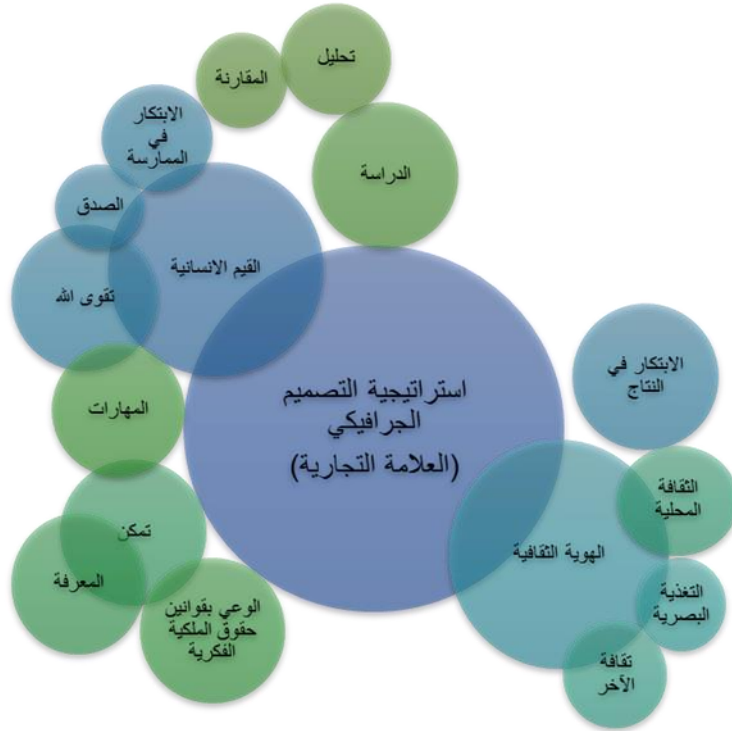
- (1) في تصميم المحتوى الثقافي للقيمة يمكن أن ينتقل من مرحلة الإنتباه للقيمة في الممارسة إلى مرحلة نقل القيمة للآخرين، والهوية الثقافية من خلال دلالات الرموز أو المعالجات الجرافيكية للتركيب الشكلي.
- (2) يمكن تطوير القيم لدى المصممين كل حسب القيمة التي يحتاج إلى تنميتها، ويتطلب هذا إختيار طرق تلقي مناسبة لترسيخها لديهم.
- (3) تشكل القيم الإسلامية في الممارسة المهنية بناء أساسيا لإستراتيجياتهم وممارساتهم الإبداعية في التصميم المؤكدة للهوية الثقافية.

#### (أ) الالتزام بالقيم الإسلامية في ممارسته المهنية يحقق:

- . نتاج العمل له أثر محلي عالمي، ويحقق أرباح، ويكسب عدد أكثر من العملاء والمستفيدين.
- . تحديد للعامل الأساسي الذي يعتد به في التعامل مع العملاء وللتأثير في سلوك المجموعة المستهدفة.
- . فهم العلاقة المهنية بين المصمم والعميل، وفهم بنود العقود التي تؤثر في التنظيم المهني.
- . اعترافا من جانب المصمم بأهمية الأداء المهني في فريق العمل الذين يساعدهم ويؤثر في أدائهم.

(ب) التقيد بإظهار الهوية الثقافية ذات القيم السامية يحقق:

- . البعد عن تضمين رموز تؤثر سلباً في الفكر ربما يعتاد الشباب عليها.
- . تضمين رموز وطنية وتراثية تؤكد على الهوية العربية والإسلامية.
- . الإطلاع الثقافي يجعل من أعمالهم سهلة الرصد على المستوى العالمي.
- . يؤكد الهوية الثقافية في التصميم، لأنه مؤثر ومتأثر بالثقافة فهو ينميها ويكتسبها عن الغير، من خلال تطور حياته فناً وفكراً وسلوكاً.
- . إستمرارية نقل الهوية مع إضافة كل جيل لما يكتسبه مما يستجد على حياته من أفكار



شكل رقم (2) نموذج مصفوفة الإستراتيجية المقترحة وفق ركائز القيم والهوية

نتائج تطبيق إستراتيجية الممارسة المهنية:

بتطبيق القيم الإنسانية والهوية الثقافية تكون صفات الممارسة المهنية للمصمم حسب نتائج البحث كالاتي:  
 الممارسة الإبداعية: توفر بيئة العمل المساعدة على الإبداع، وعادة ما يتصف أفرادها بالجرأة في إتخاذ قراراتهم؛ لأن الهوية الثقافة فعل إنساني منطور، لأنها من أهم القيم الإبتكارية لممارسة الثبات الوظيفي.  
 تحديد القيم الإستراتيجية في المؤسسة: للأفراد دور كبير في تحديد القيم الإستراتيجية المؤسسية، فالإدارة لا تستطيع أن تفرض شيء لا يؤمن بها أفرادها، كما أنه لا يمكن لفريق العمل من بينهم المصممين تفضيل إستراتيجية لا ترغب بها إدارة المؤسسة؛ أي تتم صياغة الخريطة المعرفية الجماعية المرتبطة بالقيم، خاصة وأن القيمة تأخذ أهميتها من حاجة فريق العمل في المؤسسات؛ لذلك يرى كل مصمم ترتيب أولياته في القيم.  
 التركيز على العمليات المهنية: وفيها يكون الأهتمام بطريقة إنجاز العمل وليس نتائجه، وعادة ما يكون الفرد الناجح فيها هو من يحمي نفسه ويكون منظماً ودقيقاً في عمله بطريقة احترافية.

ممارسة التعاون: ويكون التركيز فيها على الجانب الإنساني، ويسود في المنظمة الجو الأسري والتكامل بين العاملين؛ فيساعدون بعضهم البعض، ويتعاونون وتسود بينهم مشاعر الأخوة والصدقة.

**النمو في الممارسة المهنية:** يظهر من خلال علاقة الفرد مع الآخرين، وبالتالي فإن نمو علاقة التعاون تعتمد بدرجة كبيرة على مقدار الحب والتقبل، والاحترام والتقدير، والتشجيع الذي توفره هذه العلاقة؛ وان نجاح الفرد هو نجاح للفريق. تحقيق الأهداف المؤسسية: عادة ما تتأثر منظومة القيم في المؤسسة من خلال الأهداف التي تسعى لتحقيقها، فمثلاً لو أرادت المؤسسة أن ترفع من مستوى خدمة العملاء؛ فإنه يجب أن تركز في إستراتيجيتها على ترسيخ القيم المرتبطة بعلاقات العملاء والعاملين.

**التركيز في المخرجات التصميمية:** أن يكون نتائج العمل فيها يركز على مدى استخدام المصممين للموارد المتاحة لتحقيق أفضل لأهداف المؤسسة والمؤكدة على الهوية الثقافية.

**التقدم التكنولوجي:** فالممارسة المهنية للمصمم قائمة على استخدام التكنولوجيا لذا تقوم على القيم المتعلقة بالمهارات الفنية في إستراتيجيتها، جنباً لكونها مؤسسة خدمية فتقوم على قيم خدمة العملاء، والمهارات الشخصية في ذات الإستراتيجية والإطلاع الثقافي بشكل معاصر.

**حجم المؤسسة:** إنَّ إختلاف حجم المؤسسة لا يؤثر بالضرورة على قيمها الإستراتيجية، وإنما الذي يؤثر هو طريقة إدارة القيم وأساليب التصرف من خلالها وبالتالي هي من يؤثر في حجم المؤسسة؛ لأن المردود قد يكبر بإختيار وممارسة سليمة لتلك القيم.

**البيئة المكانية وما يتبعها من تنوع الأفراد:** إنَّ الطريقة التي تتعامل بها المؤسسة مع عناصر بيئتها الداخلية أو الخارجية سواء كانوا من العاملين أو العملاء أو المنافسين تؤثر في إختيار القيم وطريقة إظهار الهوية الثقافية. من خلال مرونة بناء الإستراتيجية مع المحافظة على إستمرارية وثبات المرتكزات بها.

### توصيات البحث:

- (1) بناء مصفوفة للقيم حسب حاجات فريق العمل، لكفايات المصمم وسلوكه بالمشاركة ضمن جماعة العمل.
- (2) تحديد أولويات قيم الممارسة المهنية المستدامة لدى المصمم الجرافيكي وعلاقتها بتشكيل ثقافة المجتمع.
- (3) من منطلق إحترام ثقافة الآخر، يتم التأكيد على إن للأفراد الحق في إختيار قيمهم ومبادئهم وإتجاهاتهم، وليس لأحد الحق في فرض قيم أو سلوكيات غير مرغوبة، تحقيقاً للوسطية.
- (4) إجراء المزيد من الدراسات التي تقدم للمصمم الجرافيكي طرق تسهم في تحقيق مفاهيم الهوية الثقافية.

### المراجع :

1. القرآن الكريم.

alquran alkarim.

2. الديب، إبراهيم . القيم الدافعة للتجديد في الفكر الإسلامي. قطر: مؤتمر نقل وتوطين التكنولوجيا في العالم الإسلامي، رابطة الجامعات الإسلامية، 2011.

aldiybu, 'iibrahim . alqiam alddafieat liltajdid fi alfikr al'iislami. qitar: mutamar naql watawtin altiknulujia fi alealam al'iislami, rabitat aljamieat al'iislamiat, 2011.

3. عبد الخالق، أحمد محمد. خصائص ولاء العملاء للعلامة التجارية كأداة لتحسين ربحية منظمات الأعمال، لندن: الجامعة الأمريكية (رسالة دكتوراه)، 2008.

eabd alkhaliq, 'ahmad muhmd. khasayis wala' aleumala' lilealamat altijariat ka'adat litahsin rabhiat munazamat alaiemali, linadana: aljamieat al'amrikiat (rsalat dukturah), 2008.



4. مصطفى، أمال شحاتة. القيم الأخلاقية المتضمنة في كتب التربية الدينية الإسلامية بالحلقة الثانية من التعليم الأساسي في ضوء المتغيرات العصرية، القاهرة: جامعة الأزهر (رسالة دكتوراه)، 2006.
- mustafaa, amal shahatatu. alqiam al'akhlaqiat almutadamanat fi kutib altarbiat aldiyniat al'iislamiat bialhalqat alththaniat min altaelim al'asasii fi daw' almutaghayirat aleisriati, alqahrt: jamieat alaizihar( risalat dukturah), 2006.
5. مخايل، ديان. ثنائية اللغة في التواصل البصري الصورة والمضمون في التايوغرافي العربية واللاتينية، الأردن: جبل عمر، 2017.
- makhayil, dayan. thunayiyat allughat fi altawasul albasrii alsuwrat walmadmun fi altaybughrafii alearabiat wallaatiniati, al'ardun: jabal eumr, 2017.
6. البيشي، سهام عبيد. العولمة والهوية الثقافية: دراسة على عينة من الطلاب والطالبات في جامعة الملك سعود. المملكة العربية السعودية: جامعة الملك سعود (رسالة ماجستير)، 2008.
- albayshi, saham eibayda. aleawlamat walhuiat althuqafiatu: dirasat ealaa eayinat min altullab waltaalibat fi jamieat almalik saeud. almamlakat alearabiat alsaediati: jamieat almalik sueud (rsalat majstayr), 2008.
7. طه، طارق. إدارة التسويق. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2008.
- tih, tariq. 'idarat altswyq. al'iiskandariat: dar alfikr aljamiei, 2008.
8. الشدياق، رندا. خطة الأمم المتحدة للتنمية المستدامة 2030. المؤتمر الإقليمي للاتحاد الدولي لجمعيات المكتبات و مؤسساته في المنطقة العربية، الحمامات، تونس: 20، تموز 2017، ص ص. 153-161.
- alshadiaqu, runda. khutat al'umam almutahidat liltanmiat almustadamat 2030. almutamar al'iiqlimiu lilaitihad alduwalii lijameiaat almaktabat w muasasatih fi almintaqat alearabiati, alhamamati, tuns: 20, tamuwz 2017, s s. 153-161.
9. قاسم، خالد. دور إستراتيجية الإقتصاد المعرفي في تحقيق التنمية المستدامة للصناعات المعرفية العربية. المؤتمر العربي حول الآثار الإقتصادية والتنموية لتقنيات النانو. الرياض: مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية. 2010، ص ص. 129 - 144.
- qasim, khalid. dawr 'iistratijiati alaiqtisad almuerifii fi tahqiq altanmiat almustadamat lilsinaeat almuerifiati alearabiati. almutamar alearabii hawl alathar alaiqtisadiat waltanmawiat litaqniat alnanw. alryad: madinat almalik eabd aleaziz lileulum waltaqniat. 2010, s s. 129 144.
10. العبيدي، باسم عباس. العلامة التجارية دلالاتها الوظيفية والتعبيرية. الأردن: دار أمواج للطباعة والنشر. عمان. 2019.
- aleubidi, biaism eibas. aleallamat altijariat dilalatiha alwazifiati waltaebiriatu. alairdina: dar'amwaj liltabaeat walnshr.emman. 2019.
11. العيسوي، عبد الرحمن. سيكولوجية الإبداع دراسة في تنمية السمات الإبداعية. بيروت: الأمل، 2007.
- aleiswi, eabd alrahmin. saykulujiati al'iibdae dirasat fi tanmiat alsinat al'iibdaeiati. birut: al'amal, 2007.
12. الرشيد، فريدة عايش. تصميم الهوية البصرية للمؤسسات الكويتية في ضوء نظرية الإتصال كمدخل لتدريس الإعلان المعاصر، القاهرة: جامعة حلوان (رسالة دكتوراه)، 2019.
- alrashidiu, faridat eayd. tsmyim alhawiat albasariat lilmusisaat alkuitiat fi dawa' nzryt alatsal kamudkhal litdris al'ielan almaeasr, alqahrt: jamieat hulwan (rsalt dukturah), 2019.
14. القطان، رانيا احمد. الهوية الثقافية وتأثيرها على تشكيل فكر المصمم الداخلي، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، المجلد 5، العدد 21، ربيع 2020، ص ص 1-18.
- alqatani, ranya aihmd. alhuiat althaqafiat watathiruha ealaa tashkil fikr almusmim alddakhilii, majalat aleamarat walfunun waleulum al'iinsaniitu, almujalid 5, aleadad 21, rbye 2020, s s 1 18.
15. الصرامي، مظفر. علامات السيروتونين، عمان: 2017.

alsarami, muzfir. ealamat alsiyrutunin, eanman: 2017.

16. الديب، إبراهيم. "الديب القيم التأسيسية في بناء الشخصية" إنسان15 النهضة <https://ikhwanwayonline.wordpress.com/2010/09/14> 18 مارس، 2018.

aldiyab, 'iibrahim. "aldayb alqiam altaasisiat fi bina' alshakhsiat" 'iinsan15 alnahdat<https://ikhwanwayonline.wordpress.com/2010/09/14> 18 mars, 2018.

17. رؤية المملكة 2030 <https://vision2030.gov.sa> 26 مارس، 2018.

ruyat almamlakat 2030 <https://vision2030.gov.sa>. 26 mars, 2018

18. الجيهني، عبد الله . منهجية الهوية <https://www.jazalh.com/blog> 24 مارس، 2018.

aljihni, eabd allah . manhajiat alhuiat <https://www.jazalh.com/blog/>. 24 mars, 2018.

19. عيد، محمد إبراهيم. الهوية الثقافية العربية في عالم متغير. الهوية.

<http://www.alukah.net/culture/0/104547/#ixzz5FHN3AN00>. 24 مارس، 2018.

edayda, muhamad 'iibrahima. alhuiat althaqafiat alearabiat fi ealam mutaghayira, alhawiat.

<http://www.alukah.net/culture/0/104547/#ixzz5FHN3AN00> 24 mars, 2018.

20. Brand strategy Aligning an organization's vision with its customers' experience is the goal of brand strategy.