

دور الإتصالية في تكوين الرأي العام

(جماليات أغلفة الكتب مثلاً)

م.م. كمال خالد شلش *

الملخص

يسهم اسهاماً أساسياً في التعريف بطبيعة الكتاب وتحديد هيكله العام. إذ يهدف العنوان الى إعلام القارئ بمحتويات الكتاب وجذب انتباهه للاطلاع على هذه المحتويات وغالباً ما يدمج في العنوان عنصر الإثارة والاعلام

يهدف البحث الى إظهار القيمة الجمالية والمثيرات البصرية لغلاف الكتاب او المجلة، وكذلك دور الصورة الفوتوغرافية في ابراز الفكرة وعلاقتها بمضمون الكتاب أو المجلة كونها مثيرة بصريا فاعلا ومهماً والتركيز عليها اكثر من الحروف والعناوين.

مشكلة البحث

يعد موضوع الاخراج الفني لأغلفة الكتب المجالات من احد اهم المراحل التي لابد ان تمتاز بالإتقان التام والمتضمن التوافق الشكلي مع المضامين الحاملة لها لتحقيق التوازن الفاعل في

تناول البحث موضوع التقنيات والبرامج الحديثة في التصميم واثرها على تصميم غلاف الكتاب نظراً لما يمثله من أهمية، فهو الكلمة الأولى ما يبين القارئ والكتاب والمحفز الأول لاقتنائه. فالقارئ غير المتخصص، دائماً يبحث عن الشيء الجميل الذي يدفعه الى شراء الكتاب أو الرواية، فتقع عينه أولاً على الغلاف، لأنه قارئ هاو.. لا يهتم في موضوع محدد. وعليه يلجأ الكثير من المؤلفين، وكذلك الناشر، إلى بعض الفنانين التشكيليين؛ ليقدموا لوحة فنية مميزة على الغلاف.

وكذلك تناول البحث التحول الكبير والنوعية في تقنيات الطباعة، والتي رافقت ظهور التصوير الفوتوغرافي، مع توفر اليوم من برامج تصميم مذهلة جعلت حتى من المبتدئين وهواة الرسم والتصوير فنانين محترفين.

تم التركيز في البحث على عنوان الغلاف كونه

Kamal 0897@gmail.com

* بيت الحكمة

نقل المعلومة من خلال المثيرات البصرية وتحقيق الجذب البصري لمكونات الغلاف الشكلية سواء كانت اشكال حروفية او رسومية.. مع التركيز في عملية الاخراج لأغلفة الكتب على ضرورة إظهار المعلومة من دون الدخول في تفاصيل متعددة والتركيز على البيانات الاساسية والعناوين المهمة... ونظرا لمتطلبات العصر الحديث للحصول على سرعة المعلومة وضيق الوقت وكثرة المشاغل، وكذلك لجوء بعض المؤلفين والناشرين إلى مستخدمي الكمبيوتر لوضع غلاف قليل الكلفة لكنه يفتقد إلى الرؤية والاسس الفنية للتصميم.. أصبحت العملية الاخراجية لأغلفة الكتب تواجه تحديا كبيرا في كيفية الاستحواذ على شد انتباه المتلقي في ظل ثورة التكنولوجيا والتدفق الهائل للمعلومات المحيطة بالمتلقي من كل الاتجاهات التي تحتاج لتوفر مثيرات بصرية باعثة لقوى الجذب والاثارة لمداركه البصرية والعقلية، والذي يتطلب وجود وسيط معلوماتي اخر اسرع من الكلمة في نقل المعلومة وهو التزاوج الوظيفي ما بين العناصر التيبوغرافية الفاعلة في بنية فضاءات اغلفة الكتب والمجلات لمواكبة تلك الثورات التكنولوجية وظهور التقنيات الطباعة الجديدة في الابداع والمعرفة التي من خلالها يحدث التغيير الجذري على مستوى الممارسات الثقافية للمجموعات والافراد.

أهمية البحث:

تعد أهمية البحث انعكاسا لأهمية موضوعه، ففي ظل وجود المنافسة العالمية الشديدة لتصاميم اغلفة الكتب والمجلات أصبح لزاما على مصمم المطبوعات والمخرج الصحفي في ابراز عناصر الابداع فهو المصدر الاساس في

الحكم على سرعة التقدم والتطور الذي يعتمد على آلية تنظيم وتفعيل الاخراج الصحفي والتصميم في اظهار اغلفة الكتب بما يتناسب وتلك التطورات، لذا فإن الاهتمام وتبسيط الضوء على هكذا موضوعات قد تخدم الباحثين والعاملين في التصميم الطباعي والاخراج الصحفي.

مدخل لتصميم واخراج أغلفة المجلات الرئيسية

اتفق المؤلفون على أن غلاف الكتاب هو الكلمة الأولى ما بين القارئ والكتاب والمحضر الأول لاقتنائه. وهو الصورة الأولى التي يراها القارئ للكتاب»، فالقارئ غير المتخصص، دائماً ما يبحث عن شيء جميل يدفعه الى شراء الكتاب أو الرواية. فتقع عينه أولاً قبل كل شيء على الغلاف، ذلك لأنه قارئ هاو.. لا يهتم في موضوع محدد. ولهذا يلجأ الكثير من المؤلفين، وكذلك الناشرين، إلى بعض الفنانين التشكيليين؛ ليقدموا لوحة فنية رائعة على الغلاف.

أكدت الدراسات والاستبانات المتخصصة، على أن غلاف الكتاب يحوز أهمية محورية. فهو أول شيء يراه القارئ.. والعين دائماً تنجذب نحو المنظر الجميل المبدع، ويصل الأمر عند بعضهم، بالإشارة الى أن غلاف الكتاب، أصبح في وقتنا الحالي في ظل التطور التكنولوجي والتقنيات الفنية الرقمية، يمثل ٨٥٪ من قيمة الكتاب؛ فهو مصدر من مصادر مضمونه، إذ يكمل ويكمل الغنى المضموني، مانحاً إياه لمسات ولمحات تشويق وجذب وتجويد فني.

هذا التحول الكبير والنوعية في تقنية

الطباعة، والتي تزامن مع ظهور التصوير الفوتوغرافي، مع توفر اليوم الكثير من برامج التصميم المذهلة جعلت حتى المبتدئين وهواة الرسم والتصوير فنانين محترفين.

ويعد عنوان الغلاف هو لب الكتاب الذي لابد أن يكون معبراً عن محتواه بشمول ودقة. ومع التطور الفوتوغرافي والصور الرقمية حتى لو لم يكن للكتاب أو للمنشور عنوان فالصور والرسومات الدقيقة تغني عن ذلك. وبما ان المتلقي ليس بإمكانه التركيز الا لعدد محدود من المثيرات البصرية، لذا اصبح على المصمم ان يضع بالاعتبار تصميم غلاف الكتاب الذي يشترط وضع مجموعة من المعايير واسس التصميم الفنية التي تستوجب تنشيط العلاقة التبادلية بين عملية التلقي البصري وبين عناصر تكوين الصورة لـاغلفة الكتب. وذلك لكي يتم التوافق معاً لتحقيق الابعاد السيكلوجية بجانب المعلومات الخاصة بالمحتوى الفكري للكتاب كي لا يطغى احد طرفي تلك العلاقة التبادلية على الآخر فلا يتحقق الهدف المرجو من الرسالة الصحفية الاتصالية، ويستوجب تفعيل تلك المثيرات البصرية من خلال اتباع القوانين الاخراجية ضمن قواعد الاسس والمعايير التصميمية العلمية لتحقيق الاندماج الشكلي لغلاف الكتاب ليتوافق مع المنظومة الفكرية لتلك الصياغات الشكلية التي تحمل مثيرات بصرية بشكل ايجابي مع المتلقي، ويعتمد هذا النشاط الابداعي على تشكيل وصياغة الخلفية الجمالية المرافقة للصورة الفوتوغرافية المفروض تواجدها على ارضية الغلاف، اذ يشترط بالخلفية ان تكون منسقة ومنسجمة حتى تحقق رموزها

ودلالاتها واثارتها الجمالية والنفسية المطلوبة لدى المتلقي.

تعتمد عملية اختيار فكرة التصميم لهوية غلاف الكتاب على التعرف على التصميم كمركز يتم حوله تنظيم الأحداث التواصلية التي تجمع المؤسسة الإعلامية والمتلقي. إلمامه بداخل دوائر المتلقي، والهدف من اختيار شكل تصميم الهوية أو الترويسة لتحديد رمزية المؤسسة الإعلامية التي يصدر منها الكتاب من جهة، وتحقيق التميز ولفت الانتباه منها. من ناحية أخرى، من خلال الرسالة غير اللفظية التي تمثلها الكلمة والأحرف التي تشكل الترويسة.

الاسس الفنية في تصميم المطبوعات:

لأجل التعرف على العلاقات التصميمية لـاغلفة الكتب المطبوعة، لابد من توضيح الاسس الفنية في تصميم تلك المطبوعات.

وتمثل اسس التصميم «قانون العلاقات أو خطة للتنظيم أو السيطرة على الطرائق أو الاساليب التي تتحد فيها العناصر لانجاز عمل مؤثر (الخفاجي، ١٩٩٩: ٣٧).

ومن اهم الاسس الفنية التي تبني عليها تصاميم المطبوعات هي:

١- التباين (Contrast) الذي يعد من الوسائل التنظيمية المهمة في العمل التصميمي ثنائي الابعاد، كونه يشير الى التنوع، إذ يمنح التصميم الحيوية ويؤكد على العناصر المختارة، إذ يقصد بالتباين من خلال:

أ- اتحاد التناقضات عندما يحاط الشكل بفضاء ابيض.

ب- في حالة وجود هيئة أكبر من الأخرى.

ت- عندما يلتقي الخط المستقيم بالخط المنحني.

ث- عندما يتواجد في التصميم اتجاهين أحدهما أفقي وآخر عمودي.

انطلاقاً من ذلك يظهر ان التباين هو أبعد من ان يكون تعاكس مألوف، إذ تبرز فروقات واضحة بين مفردات التصميم، على وفق القاعدة والأرضية، فمثلاً هنالك شكلان قد يبدوان متشابهان ببعض العناصر ويختلفان في أخرى، فاختلافهما يبرز عندما يحصل التباين، كذلك فأن الشكل قد يبدو كبيراً عندما يكون بمفرده، لكنه يبدو أكبر عندما يقارن بالاشكال الصغيرة المجاورة له. (الدايني، ٢٠٠٠: ٤٥).

وتشير (شيرزاد) بهذا الصدد ان الاختلاف في أي تصميم هو امر محتوم وطبيعي، ويعتمد على مقدار الاختلاف وهذا يشير الى الوحدة في التباين، أي هنالك صلة بين الاجزاء المتضادة، فهي مرتبطة كتطرفات للخواص المميزة او المتماثلة فالاسود والابيض مرتبطان ببعضهما كما هو الحال بين الاحمر والاخضر والاعلى والاسفل والقصير والطويل (الرابعي، ١٩٩٩: ٦٨).

٢- الاتجاه (Direction):

للعمليات التصميمية (ثنائية الابعاد) اتجاهات عديدة، تنحصر في المحاور الثلاثة وهي (العمودي والافقي والمائل) وبالاتجاهين الايمن واليسر للمحور الافقي والاعلى والاسفل للمحور العمودي لا يختصر الاتجاه على الخطوط او الاشكال بل يتعدى ذلك الى العناصر البنائية

الأخرى كاللون او الملمس او القيمة الضوئية والحجم، ويمثل الاتجاه من الناحية الواقعية احد صفات الحركة فلا نستطيع ان نتصور حركة دون اتجاه والحركة هي الأخرى لا يمكن تصورها إلا من خلال الاشكال التي لها القابلية على توليد الفعل التي تغير موقفها السابق بموقع جديد لاحقاً (السلطان، ١٩٩٦: ٤٠).

٣- التوازن (Balance):

التوازن هو بمثابة العمود الفقري للعمليات التصميمية، ويعد الاساس الأكثر قوة وفعالية وتأثيراً من بقية الوسائل التنظيمية الأخرى، فبدون التوازن يسقط بناء وحدة التصميم وتتهار قيمه الفنية (الشيخلي، ١٩٨٧، ص ١٠٢). وهو الحالة التي تتعادل فيه القوى المتضادة، ويعرف كذلك بأنه العلاقات بين الازان البصرية في التصميم بحيث يشعر المتلقي بالاحساس بالاستقرار نتيجة المساواة في التعارض (العوادي، ١٩٩٠: ٢٨).

٤- السيادة (Dominance):

إن مفهوم السيادة أو الهيمنة في العمل التصميمي يعني سيطرة عنصر محدد على حساب العناصر الأخرى، إذ يعامل العنصر المهيمن كمركز تشويق واهتمام لدى المتلقي، حيث يصبح مفهوماً يكرس فكرة التصميم لخدمة الاهداف الاتصالية.

ويرى (داود) ان العنصر المهيمن سواء كان ذلك ملصقاً أو غلاف كتاب أو علامة تجارية وتمثل بالنسبة لاهدافها اهمية استثنائية كونه يحفز على اثارة الاهتمام والانتباه نحو ذلك

العنصر الذي يجعل من بقية العناصر الأخرى بمثابة التبعية له أو يكون دورها ثانوياً بالنسبة له (الصقر، ٢٠١١: ٦٠).

وهناك وسائل عديدة مستخدمة في تصاميم أغلفة الكتب يمكن بواسطتها توجيه البصر إلى مركز السيادة منها مثلاً:

١- تضمين الخطوط اتجاهها معيناً يمكن أن تكون وسيلة لنا للتركيز على مركز السيادة.

٢- التباين في القيم والألوان، فالمعروف تسود مساحة فاتحة في فضاء غامق والعكس صحيح، كما يمكن أن تسود مساحة من لون في وسط مكمل لها مثل الأحمر والأخضر والأزرق والبرتقالي والأصفر والبنفسجي، كما أن الأشكال القريبة تؤكد مبدأ السيادة على الأشكال البعيدة.

٣- عزل عنصر عن باقي العناصر الأخرى وهنا السيادة البصرية تتحقق بالانعزال المكاني.

٤- عن طريق الملمس، إذا كان لدينا مساحة ناعمة كبيرة وبجوارها مساحة صغيرة خشنة الملمس فسوف تسود الأخيرة، كذلك يسود جسم متحرك وسط أجسام ساكنة والعكس صحيح.

٥- تحقيق مبدأ السيادة عن طريق توحيد اتجاه النظر وشد الانتباه نحو شيء معين.

تعريف الغلاف:

الغلاف هو واجهة المطبوع التي تكسبه الشكل الجديد ويجب أن يتلائم مع توجه المطبوع وهو يحمل الفكرة التي لها وافع وحضور اعلاني على واجهة المطبوع (شفيق، ٢٠٠٤: ٦٥).

وعرفه (رشوان) بأنه الورقة الخارجية من الكتاب أو المجلة سواء أكانت من الورقة ذاتها أم كانت من الورق المقوى (أبو دبسة، ٢٠٠١: ٣٨).

والتعريف الاجرائي للبحث:

الغلاف هو واجهة الكتاب الذي يحيط به والذي يمتلك علاقات تصميمية للتعبير عن فكرة ومضمون الكتاب.

مكونات الغلاف الرئيس للكتاب

لا بد أن يكون غلاف الكتاب الرئيس (الامامي) للمجلة لافتاً ومثيراً وشاملاً وجاذباً، فمن غير هذه السمات الخارجية والمثيرات البصرية لا يمكن أن يتحقق الجذب والاتصال مع المتلقي أو القارئ، كما أن الغلاف الرئيس يعد عنواناً كبيراً للمجلة والكتاب أو مدخلاً لصفحاتها الداخلية التي من خلالها نحصل على الشد الانتباهي الذي يكون فيها محافظاً على الديمومة والتواصل، إضافة إلى أن الغلاف يعد الاعلان الحقيقي للكتاب بما يحويه من صور وعناوين (cover lines) التي تعد ادوات بيع محفزة للقارئ (بهية، ١٩٩٧: ٥٨). إذ ينال الغلاف الاهتمام الأكبر من قبل العاملين، وتستخدم آليات تنظيمية مميزة ومواد خام فاخرة ابتداءً من نوع الورق الصقيل الذي يساعد على إبراز النواحي الجمالية للصور والحروف والألوان، وقد تكون صفحة الغلاف آخر صفحة تصمم قبل عملية الطباعة النهائية لدفع الكتاب للأسواق (رشوان، ١٩٨٢: ٦٧).

ومن أهم العناصر التيبوغرافية الديناميكية والفاعلة في تصميم الغلاف الرئيس:

أولاً: العنوان:

للعناوين أهمية ومكانتها في تيبوغرافيا الكتاب لأنها تسهم اسهاماً أساسياً في التعريف بطبيعة الكتاب وتحديد هيكله العام.

إذ يهدف العنوان الى إعلام القارئ بمحتويات الكتاب وجذب انتباهه للاطلاع على هذه المحتويات وغالباً ما يدمج في العنوان عنصر الإثارة والاعلام، لأن العنوان اجمالاً يتضمن أجزاء عديدة هي:

أ- عنوان رئيس ب- عنوان فرعي ج- عنوان ثانوي ومشروح (حسين، ٢٠٠٤: ٨٩).

والعنصر الرئيس يوجد في العنوان الكبير (الهييتي، ٢٠١٢: ٣٠)، كقاعدة من اجل تحقيق الغرض الاساس لعنوان موجز واضح ليتمكن المتلقي من استيعابه وألتقاطه بسرعة (عبد الملك، ١٩٨٢: ٦٦)، وهو اجمالاً يحتوي على عنصر مثير يلفت الانظار ويثير الفضول ويدفع المتلقي نحو مطالعة محتويات الكتاب كذلك يجعل عناوين صفحات الكتاب في مجموعة متناسقة ذات مظهر مثير جذاب مع مراعاة اختيار حجم الحروف المناسبة ومقاساتها (الموسى، ٢٠١٢: ٢١) كذلك تأتي أهمية العنوان من خلال تأثيره البصري، فهو علامة الكتاب والتي تحتل المكان البارز على الغلاف، لذا ينبغي ان يتصف بالوضوح والبساطة بحيث يلتقطه المتلقي ويستوعبه عقله بسرعة (كفافي، ٢٠٠٨: ٤٣). وان عناوين الكتب الادبية وبسبب طواعية الحرف العربي تشكلياً وسحر تكويناته ورشاقته وانسيابيته تجعله اكثر حرية في الاستثمار اخراجياً والتعامل معه كقيمة تشكيلية تؤدي دوراً فاعلاً وبارزاً في عرض الشكل.

لهذا يرى الباحث انه ينبغي على مصمم الغلاف ان يتمتع بدراية وإلمام بكيفية استثمار العناوين كقيمة اخراجية دقيقة ومنسجمة وإضفاء الوضوح والسهولة في القراءة وجمال الشكل والتناسب في تكوينات الحرف مع التكوين العام مما يزيد من قيمة الكتاب ويكثر من تناوله.

انواع العناوين المعتمدة في إخراج وتصميم اغلفة الكتب

١- العنوان العريض Banner Line: يسمى بالمانشيت ليتصدر الاخبار الرئيسة التي تحددها سياسة دار النشر، ويكون بلون مغاير عن بقية العناصر التيبوغرافية.

٢- العنوان الممتد spread head: والذي يمتد ليأخذ مساحة محددة من الغلاف، اي أكثر من عمود اذا قيس على نظام أعمدة الجريدة واستخدامه في المجلة او الكتاب يعد بمثابة استخدام المانشيت في الجريدة.

٣ العنوان الجانبي Astonisher: و يستخدم تمهيدا للعنوان الاصلي عادة.

٤- العنوان الوصفي: والذي يعتمد على الالفاظ والعبارات الوصفية ذات الدلالات المكونة لمعاني تعبيرية مؤثرة ومعبرة عن الحدث او الموضوع بإيجاز وعمق رمزي عالي معبر عن الفكرة. (غايا، ١٩٨٣: ٨١) وهذا النوع من العناوين يستخدم في عينات البحث.

و للعناوين انواع عديدة منها:-

اولاً- التصنيف الشكلي:

- العنوان العريض

ثانياً: اسم المجلة name plat

- العنوان الممتد

يعد من العناصر التيبوغرافية ذات الثباتية الشكلية في الاعداد كافة والاصدارات الخاصة للمجلة، وهذه الثباتية الشكلية برغم ابعائها على الرتبة والملل ألا أن جانبها الوظيفي يحتم علماً هذا النوع من الاستخدام لاثبات هويتها.

- العنوان العمودي.

ثانياً- التصنيف الوظيفي:

- العنوان التمهيدي

مميزات تصميم اسم المجلة على الغلاف

- العنوان الفرعي وغيرها

- العنوان الثانوي

١- شكل احجام الحروف كبير وواضح لتحقيق السهولة في القراءة. واستقرار الخط (نوع الخط) لتحقيق الوحدة. أما اللون فيمكن أن متنوع ومرتبطة بتغيير لون الصور المنشورة في العدد وخلفية الغلاف. (الوحيشي، ٢٠٠٤: ٧٩) منوهاً إلى أن بعض المختصين في البيانات

- العنوان الرئيسي

- العنوان الجانبي

ثالثاً- التصنيف التحريري:

- عنوان الجملة المقتبسة

تؤثر سلباً على استقرار هوية المجلة. هذا يشمل جميع وسائل الإعلام المطبوعة. كما يجب أن يحافظ المصمم على استقرار الصحف من حيث حجم الحروف والألوان، ويمكن إجراء تغييرات في ترتيباتها المكانية ولا تؤثر على هويتها، ولكن وظيفتها هي مصدر التنوع والتجديد الذي ينعكس إيجاباً على المتلقي في استيعابه (اسم المجلة أو الكتاب) كمحفز بصري يجذب الانتباه ويجذب التصورات البصرية بعيداً عن الرتبة والملل. من أجل تحقيق عنصر الجذب ولفت الانتباه في التشكيلات الرسمية لاسم المجلة، لا بد من تطبيق آلية تنظيمية عند تصميم تلك المكونات

- عنوان تعجبي

- عنوان استفهامي

- عنوان استنكاري

- عنوان ملخص

- عنوان تقرير

- عنوان مخاطبة القارئ

- عنوان وصفي. (الحسين، ٢٠٠٢: ٤٤)

تطبيق آلية تنظيمية عند تصميم تلك المكونات الشكلية التي تحفز الإدراك البصري، حيث تعمل على تطوير تلك التصورات التي يتم أخذها في الاعتبار كالثقافات المكتسبة. مع التخزين المعرفي

إن ما يحكم استخدام أو تحديد بعض التصنيفات السابق ذكرها من العناوين، هو نوع المطبوع المصمم وإن تصميم وإخراج أغلفة الكتب والمجلات يحدد استخدام تلك الأنواع.

الناتج عن الصيغ الناتجة عن إصدار المجلة من خلال غلافها الذي يتضمن الاسم الأول المثير الذي يجذب المتلقي، لذلك من الممكن إخفاء جزء من اسم المجلة من خلال تراكمها بشكل رسمي أو رمزي أو الكتل الإرشادية، وما إلى ذلك، لكي يكمل المتلقي تلك النواقص الحرفية المرتبطة بالمخزون الفكري الناتج عن التنسيق المنظم لعرض وإصدار تلك الأغلفة التي تعطى بُعداً معرفياً يمكن من خلاله للإدراك العقلي أن يكمل نماذج الحروف المفقودة، كما لا يمكن للمفاهيم العقلية أن تكون قادرة على إكمال النواقص الحرفية دون البدء في التفسير إذا كانت تلك الأغلفة قد عُرضت على تصورات البصرية للوهلة الأولى، ومن خلال ملاحظتنا لأغلفة المجلات الأجنبية نجد الجراءة في التصميم لإخفاء جزء من أشكال الحروف التي نجدها شبه مفقودة في تصميمات بعض المجلات العربية، على الرغم من شهرتها وانتشارها المتكرر بين القراء وجمهورهم الواسع الواعي والقادر على إدراك أوجه القصور.

نستنتج من كل ما سبق أن التغيير في الاتجاهات المعرفية المخزنة في الذاكرة يرتبط بمعلومات جديدة تفرض نفسها وتتغلب على الأفكار والمعتقدات السابقة فالمعلومات الجديدة تزيج المعلومات القديمة كما يتحدث أرسطو على استعداد الجمهور نفسياً لتقبل الأفكار والأشكال برفضها أو تحريفها. (الحتو، ٢٠١٠: ٤٤).

٢- الشعار logo وملحقاته

يعد الشعار من العناصر المطبعية التي تتميز بالاستقرار التنظيمي المصاحب لاسم

المجلة (اللافتة). بالإضافة إلى الرمزية العالية للشعار الذي يحمل في جوهره دلالاته التعبيرية المكملة لاسم المجلة لتعريف وإثبات هويتها. يتم تحديد المكون الرمزي من خلال ترتيباته المكانية في الجزء العلوي من رأس المجلة، حيث يمثل شكلاً دلاليًا مثيراً للإدراك البصري الجذاب، يجب أن يأخذ هذا التنظيم المكاني في الاعتبار طريقة عرض المجلات على (حاملات) من أجل ملائمة العرض مع تلك المنظمة، ولتحقيق فعالية تصميم الشعار، لا يفضل وضعه بشكل عمودي، ولكنه منظم بطريقة تتناسب مع مستوى حركة العين، وسهولة القراءة، ولغة المجتمع الذي يتم توجيه هذا التصميم إليه (حجاب، ٢٠١١: ٣٣). هو عنصر اتصال مهم يعتمد على الأسس ومعايير التصميم التي تتبناها المؤسسات الصحفية في الترويج لأفكارها وإنتاجاتها وأنشطتها واتجاهاتها بطريقة فعالة ومتميزة (مشعل، ٢٠١٢: ٣٣).

٣- العنق أو الكعب

يتركز العنق دائماً عند كعب المجلة أو تحت اللافتة، وتتضمن وظيفة العنق بيانات من تاريخ الإصدار ورقم الإصدار وبيانات أخرى يتعرف من خلالها المستلم على مجلته (ملص، ١٩٨٤: ٦١).

٤- الصورة الفوتوغرافية

للصورة دور فاعل في تحفيز وتفعيل دور المحفزات البصرية لأغلفة الكتب والمجلات، وهي من أهم العناصر المطبعية التي تحفز الإدراك البصري، وتعد دورها كونها عنصراً جمالياً ليكون عنصراً اعلامياً وظيفياً رمزياً دلاليًا معبراً.

سيادة الصورة الفوتوغرافية وكفاءة العملية الاتصالية

تم استخدام المعنى الذي تنقله الصور والحروف المطبعية بطريقة جامدة لأنها فقدت النطاق التعبيري والمؤثر. لذلك حاول المصممون المعاصرون اتباع الفن المستقبلي لكسر هذه القاعدة. من خلال زيادة أو تقليل أحجام الحروف وأوزانها ومواقعها، يمكن أن تؤدي عملية إنتاجها إلى إضافة صوت إلى النص.. وهناك حاجة ملحة في القيام بأكثر من مجرد إرسال رسالة، يجب أن تكون هناك رغبة في أن يكون لتلك الرسالة خاصية مميزة. كما يفعل النص من خلال تحديد معنى التصميم (أي إعطائه الهوية والإدخال التعريفي) وكيفية قراءته. يمكن القول أن فهم الصورة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بثقافة الفرد، وينطبق الأمر نفسه على فهم اللغة اللفظية. حسب تجارب الفرد، رغبته في فهم محتويات الصور (الفوتوغرافية) التي يتم تقديمها له ومدى عمق تفسيره لها. بمعنى آخر، المعنى الذي تستحضره الصورة في عقل الإنسان لا ينطبق على التكامل والمعاني التي تحملها تلك الصورة، بل جزء منها موجود في الشخص الذي يشاهدها، وأن الصورة بكل ما فيها. المكونات ليست سوى حافز بصري يستدعي هذه المعاني ويرتبطها. (راغب، ٥٥: ٢٠١١).

ولعل من المعروف أيضاً أن الصحف لا تعتمد على الرموز اللفظية فقط في صياغة رسائلها اللفظية، بل تعتمد أيضاً على الصورة الصحفية التي تلعب دوراً رئيسياً في تأكيد المعاني والأفكار

التي تعكسها الرموز اللفظية من جهة، أو قد تنقل الصورة وحدها الأفكار والمعاني، وهي تعتبر رسالة اتصال. مستقلة عن الآخر.

تحققت نبوءات «كنت كوبر»، المدير العام لوكالة الأنباء (AP) عام ١٩٣٨، بأن نصف صحف المستقبل ستكون للصور والنصف الآخر للأخبار. (نوبلر، ١٩٧٨: ٩١)، هذا ما نلاحظه اليوم مع هيمنة الصورة مع الوظيفة التعبيرية الدلالية التي توضح وتشرح الأخبار المتوفرة على أغلفة المجلات العالمية والعربية.

ولعل هذه التغييرات والتطورات التي حدثت في تفعيل الجانب الوظيفي للصورة جاءت نتيجة تطور التصوير الصحفي من كونه مجرد فن جميل لا يهتم به الفنان إلا في الشكل والتشكيل الفني، وانتقاله إلى المسرح الإعلامي. كفن تطبيقي يهتم بالأخبار والقيم الصحفية. ولكي تظهر القيمة الاتصالية للصورة لا بد من إبراز القيم الإعلامية والإجابة على الأسئلة التي يبحث عنها المتلقي أو القارئ، والصورة التفسيرية أو التفسيرية التي تحتوي على التفاصيل الدقيقة التي تؤكد المعنى وتحقيقه. التواصل والتواصل معاً. (طلعت، ٨٨: ١٩٩٦)، هذا وحده لا يكفي لتحقيق كل ما تم ذكره، إلا من خلال الجمع بين عوامل إبراز الناتج عن علاقة النص بالصورة، وإبراز العامل الجمالي والجذاب الذي يعزز الوحدة المقنعة المتناغمة ودقة وسهولة. الحصول على المعلومات.

فالصورة تسلط الضوء على دقة الأمور التي يصعب على الصحفي تغطيتها، والصورة قادرة على إحياء المادة الإخبارية وزيادة إثرائها الدلالي لما

لها من إثارة قوية تحقق عوامل النجاح والجادبية، وأن عملية المزج بين الصورة والكلمة عامل خارجي مهم لنجاح تحقيق التصورات العقلية والتحكم في حواس المتلقي الناتجة عن تلك المنظومات والاستخدامات المدروسة لهذه العناصر المطبعية لتحويلها إلى محفزات بصرية. التي تجذب الانتباه وتنمي الخيال الذي يدفع القارئ إلى التأمل والاستمرار في تحفيز بقية مدركاته الحسية من أجل التنقل في بقية الموضوعات المنشورة على أغلفة المجلات والصفحات الداخلية، بالإضافة إلى تخزينها في ذاكرة طويلة المدى لفترات يمكن استدعاؤها من الذاكرة في أي وقت لأنها محفز بصرى ر قد تكون القبة أقوى من الكلمة المخزنة في الذاكرة قصيرة المدى، والتي يمكن محوها أو نسيانها بعد فترة قصيرة. لذلك نجد أن مصممي أغلفة المجلات يعتمدون على إظهار الصورة كمحفز بصرى فعال والتركيز عليها أكثر من الحروف والعناوين.

المعايير الإخراجية الواجب اعتمادها في اختيار الصورة الجيدة

- ان يكون حجم الصورة مناسب لتفاصيل محتوياتها (الوضوح والبساطة) من جهة ومع القدرة الإدراكية من جهة أخرى.

- تزيد التشويق وتأكيد هدف التصميم في إيصال الرسالة الاتصالية.

- وضوح الوصف والتوجه من خلال مرافقة النصوص التعليقية مع الصورة.

- توازن العلاقة الجدلية ما بين الصورة

والمضمون، وعدم طغيان أحدهما على الآخر كي لا تفقد

الرسالة دلالاتها أو معناها الذي يفقد قوتها في الشد والجذب.

- اعتماد الصورة الحديثة والانية افضل من استخدام الصور المؤرخة، إلا في حالات الموضوعات

التأريخية أو للضرورة (نيكولاس، ١٩٨٨: ٧٧).

وظائف الصورة في الغلاف:

١- الوظيفة الإعلامية: يمكن إيصال المحتوى بسرعة وبطريقة منظمة ومفهومة وبسيطة مقارنة بالتعابير اللفظية، وتفعيل الأخبار أو المعلومات بطريقة بيانية لإعطاء تفاصيل تتميز بالدقة العالية. بل هو الحافز البصري الذي تحمله الصورة، والذي يعطي الخبر دقة ومصداقية لأنه يلتقط الأخبار أو الواقعة أو المعلومات مقارنة بالأخبار اللفظية المعبر عنها بالحروف والكلمات التي تتبع ميول ورغبات ونقاط وجهة نظر كاتبها، بحيث تطغى ذاتيتها على الجوانب الموضوعية.

٢- الوظيفة النفسية: ترتبط الصورة ارتباطاً وثيقاً بعلم النفس البشري وتحل بعض المتطلبات النفسية والعقلية لها، وبما أنها يمكن أن تتحكم في شحن ذاكرة القراء المتأثرين بالمحفزات البصرية، فتكون الصورة مصحوبة بنصوص إعلامية وإخبارية لزيادة جاذبية تلك النصوص عندما نستمتع بشكل الأفكار التي وصلت إلينا

بالفاعلية في اظهار الكوامن الداخلية للمتلقى مع الرسالة الاتصالية (Turnbull، ١٩٧٤: p٣٤) إذا تم تصميمها وإنتاجها علمياً، بتطبيق أنظمة التصميم الصحيحة التي تمنح الصفحة حيوية وتنوعاً ونشاطاً وجاذبية تزيد من فرص قراءها، وهذه الخاصية تفيد عملية الترويج للمجلة وجذب الانتباه، والتي بدورها هي تنعكس في القوة الشرائية وعملية الترويج للمنتج وبيعها.

هنا يجب أن يكون للمصمم والمخرج الصحفي إحساسهما الفني والجمالي والتشكيلي، ويتم توظيف هذا الحس الجمالي بطريقة علمية في تنظيم الموضوعات والصور وتحديد شكلها العام وتوزيعها. هذا التفرد وإدراك القيم الجمالية تحكمهما الجودة الجيدة للورق التي توفر فرصاً للاستخدام الأمثل للعناصر المقروءة والمرئية من خلال الفرص التي تنتجها للطباعة الدقيقة للعناصر الصغيرة، بالإضافة إلى الحروف والنماذج من العناوين والألوان والصور، مما أتاح إنتاج المجلة وتصميمها أكبر فرصة لتحقيق التنوع وتوفير العناصر المطبعية. كمحفزات بصرية في محتوياتها ومعانها الدلالية والتعبيرية والجمالية في نفس الوقت (https://pro3xplain.com)

٥- العناوين والحروف الجاذبة في تصميم اغلفة المجلات

يتكون العناوين من مجموعة وتوليفة من الحروف، وهي من أهم العناصر المطبعية التي تجذب انتباه المتلقي، حيث تمثل ما يقرب من نصف العناصر المطبعية المتضمنة في هيكل

ونحولها إلى صورة ذهنية سابقة لدينا، وعندما نقرأ، نحاول بوعي تصوير الكلمات والعبارات في طريقة مقبولة عبر شاشات عقولنا. من هنا تنبع أهمية الصورة والعناصر والأشكال الحرفية المثيرة في تفعيل العمل الصحفي، وجذب الانتباه والجذب، وتوفير الوسائل الفعالة في سرد القصة الإخبارية. كثيراً ما تعجز الكلمات عن إيصال مضمون ما تحمله عناوين اغلفة المجلات، فالصورة تشبع رغبات القارئ إلى القراءة والاطلاع لما تملكه من مثيرات بصرية وقوى تعبيرية تتسيد بها على القوى اللفظية.

والصورة كذلك تصيغ بعداً آخر على الشخصية التي تستحق ان ينشر عنها شيئاً او تصورها.

٣- القيمة الجمالية:

اتفق العلماء على أن الفن هو (العلاج الواعي الحاذق مع وسيط من أجل تحقيق الهدف). الوسيط هنا يمثل غلاف المجلة، حيث يتجاهل الكثيرون معرفة أهمية الوسيط ولا يعطونه الأولوية في تحقيق الانجذاب والفت الانتباه، ويعتبرونه مجرد أداة تعبر عن الفكرة الفنية. بدون الوسيط (غلاف المجلة) الذي يقتصر دوره على عرض الفكرة على شيء مادي. يعتمد هذا العرض على تناسق الأشكال وتناغم الألوان وغرابة الموضوعات، وهي بحد ذاتها مثيرة بصرياً، مما يدفع المتذوق إلى الاستمتاع بالعمل الفني والتأمل فيه. هذا التأمل مرتبط بالجمال والتناسب التام المتمتع ووحدة العلاقات الشكلية بين المثيرات البصرية المدركة ايجابياً التي تمتاز

أغلقة المجلات، ولهذا السبب فإن يسعى المصمم إلى تسليط الضوء عليه، وخاصة العناوين التي تضعها الصحف على أغلفتها الرئيسية. يعتبر العنوان من وجهة نظر الإنتاج الصحفي عنصراً بنّاءً للبنية العامة للغلاف الرئيسي، حيث يساهم في تجميل الصفحة كونها من العناصر التي تجذب الانتباه ومن خلالها الجودة والفكرية. يتم تحديد اتجاهات المجلة. ينتج عنه حكم أولي للقارئ على الموضوع لأنه يقدم حقائق وأخبار ذات أهمية كبيرة. بالإضافة إلى كل ما سبق، تعتبر سطور الغلاف من أهم المحفزات المرئية المتحركة التي تعتمد وظيفتها على جذب الانتباه من خلال فهرسة وتقصير الموضوعات للصفحات الداخلية التي تعمل على تحقيق سرعة القراءة للمتلقي. تركز المعلومات في مساحة الغلاف الرئيسي التي تحفز العوامل النفسية للمتلقي لتكون نتاجاً محفزاً لفضوله ورغبته في الحصول على المعلومات.

المثيرات البصرية لأغلفة الكتب والمجلات:

هناك مجموعة من الوظائف لتلث المثيرات منها:-

١- تحقيق الانجذاب لامتلاك المجلة أولاً، وتحقيق التواصل مع الأعداد المتتالية والتنقل في أعماق الصفحات الداخلية ثانياً، مما يؤدي إلى التفاعل بين القارئ وتلك المحفزات المصممة على أغلفة المجلات بشكل نهائي.

٢- تحقق الديناميكية والحيوية لشكل المجلة والكتاب ومظهرها الجاذب للقراء المهتمين.

٣- تحقق الإثارة والشد الانتباهي الناتجة من جماليات اقتناء الصور الفوتوغرافية والرسوم والعناوين وغيرها.

٤- إمكانية الاحتفاظ بالمجلة لمدة أطول وإمكانية تداولها بشكل متكرر بعيداً عن الملل والرتابة.

٥- تحقق المختزلات الحروفية للعناوين الرئيسي المرتكزة على أهم محتويات المجلة لاعطاء فكرة شاملة عن موضوعاتها بطريقة مختزلة، والتي تعد أحد أهم محاور الرسالة الاتصالية.

اذن فإن وظيفة المحفزات البصرية كعناصر جذب ولفت الانتباه يتم من خلالها تزويد المتلقي بالمعلومات والحقائق والأخبار، والغرض منها تحقيق حلقة الاتصال وتكوين رأي حول مشكلة حلقة الاتصال. التي تطرحها المجلة أو الجريدة، وذلك لمخاطبة العقول أو الغرائز أو الانفعالات وخلق المعرفة والوعي والوعي والإحاطة الشاملة بالمواد المنشورة.

اللون في غلاف الكتاب أو المجلة:

تعمل الألوان كعناصر تيبوغرافية لها وزنها وتأثيرها السيكلولوجي في نفسية القارئ الذي يختلف باختلاف طبيعة اللون وطريقة وضعه وكثافته، وللالوان وظيفة جمالية تزيينية للغلاف ووظيفة تيبوغرافية إخراجية، ويمكن استخدام مصطلح اللون في تصاميم أغلفة الكتب المطبوعة بتفسيرين:

١- عندما تكون أرضية الغلاف بيضاء

والعناصر المطبوعة عليه ذات صبغة لونية أخرى.

٢- عند الإشارة للالوان المستخدمة في الطباعة من غير لون الحبر الاسود.

ويكتسب اللون قوة جذب للنظر بواسطة حوافر خارجية موضوعية تتصل بقوته وقيمته أو انسجامه، والتضاد اللوني أداة طيعة للمصمم فهو يستطيع مساعدته في انتزاع الشكل بعيداً عن خلفيته، ويؤدي الى خلق مسلك بصري تكون العين مدعوة للتنقل عبره وحسب التكوين. ولكن من الضروري في الوقت نفسه ان يتلائم التضاد مع البيئة التصميمية العامة .

فالمصمم الطباعي يقوم احياناً بتوظيف ظواهر بصرية محددة في موقع معين على سطح الغلاف المصمم بحيث يصبح مركز جذب لعين الناظر. فهناك ظاهرة لونية تلاحظ عند تثبيت العين حول حافات شديدة التضاد فتتولد نتيجة ذلك حالة ضوئية عابرة، او يمكن القول انها تأثيرات لونية (Achromatic Effects) وتظهر عقب كل حركة من العينين، وتبدو كما لو كانت تقفز هنا وهناك وتحدث هذه الظاهرة بكثرة حينما يتركز شكل مشبع بالأحمر في خلفية مشبعة بالأخضر إذ تنافس العين الواحدة في اقوى حالاته حين تكون الالوان تكميلية.

ويستشف الباحث مما تقدم ان عملية الاهتمام بالالوان الطباعية قد تعود للأسباب الآتية:

١- تباين الوان الطباعة مع الورق الابيض.

٢- الاستخدام الماهر للالوان الطباعية يجذب انتباه القارئ، فالورق الابيض والحبر الاسود يعطيان احساساً بغياب الالوان ولذلك فانهما يفقدان التأثيرات النفسية لطباعة الحبر الملون على الورق الملون.

وبذلك تؤدي الالوان وظائف تبيوغرافية عديدة في تصميم أغلفة الكتب وهي:

- جذب الانتباه.
- التأكيد والابراز.
- إضفاء الحيوية وتجميل الصفحات.
- تحريك رتبة الصفحات عن طريق الایحاءات التي تثيرها.

طريقة تصميم غلاف كتاب احترافي

نتيجة لهذا الطلب المتزايد على الكتب الإلكترونية، فإن جميع الكتاب أو حتى الأشخاص العاديين الذين يرغبون في نقل أفكارهم أو أي معرفة لديهم حول أي موضوع يفكرون بشكل كبير في استهداف سوق الكتب الإلكترونية من أجل نشر هذه الأفكار، و كما هو معروف، تحتاج الكتب الإلكترونية إلى غلاف جذاب. إنه أنيق ويعبر عن فكرة الكتاب، وعدد قليل فقط يجيد تصميم أغلفة الكتب لأن هذا يتطلب أولاً تعلم التصميم وإضفاء الطابع الاحترافي على بعض البرامج. لذلك، فإن معظم أولئك الذين يحتاجون إلى تصميم غلاف لكتاب معين يلجأون إلى مواقع الويب التي تبيع خدمات من أجل شراء خدمة تصميم غلاف الكتاب الإلكتروني الخاصة بهم.

الخاتمة

الكتاب يعرف ويظهر من عنوانه». إنه مثل قديم. جديد، يحمل في جعبته دلالات غنية كثيرة. لكن واقع الحال، يشير أن هناك جملة من العوامل رئيسة تؤدي الدور الأبرز في عكس قيمة الكتاب، واضفاء لمسات جاذبية وطابع لا غنى عنه، يأتي في مقدمتها تصميم الغلاف، واسم المؤلف. واللافت أن هذه المفردة والحيثية الرئيسة في صلب الموضوع، غدت تمثل، حالياً، ركيزة أساسية في إصدارات الكتب، أخذ الكتاب يولونها، اهتماماً نوعياً لا يقل في مستواه عن اعتنائهم بالمضمون المتميز..

حتى الآراء المتعددة في هذا المجال أصبحت تنظر إلى أغلفة الكتب على أنها لباس من الجمال يحتضن روح الثقافة. وهكذا، بعد أن اقتصر شكل الغلاف في الكتب العربية الصادرة حديثاً على استخدام الزخارف وشكل الخط، نجده في عصرنا الحالي في ظل التقدم التكنولوجي الهائل، في عصر صورة، عناية ورعاية فريدة، تحولت بها إلى لوحة فنية غنية بمدلولاتها تهر العين، وتأسر العقل، وتأسر القلب.

ومع ذلك، فإن هذا التطور والاهتمام الجاد من قبل المؤلفين بإخراج أغلفة كتبهم بطريقة جميلة ومعبرة وجذابة، أصبح للأسف كما يصفه بعض النقاد نقطة توظيف غير بناء للعملية الثقافية، من قبل مجموعة من الكتاب. حيث بدأوا يعتمدون بشكل أساسي على قيمة الغلاف وتميزه، متناسين أو متجاهلين الحاجة إلى إعطاء جانب المحتوى، أهمية لا تقل عن بريق الغلاف بين المبره والكلاسيكي.

تنوع أغلفة الكتب بين أغلفة كلاسيكية لا

تسعى إلى التطوير وأخرى تهدف إلى الإبهار وجذب العين.. ما هو الدور الفعلي الذي سيلعبه الغلاف في صناعة الكتاب؟ هل يمكن لتصميم الغلاف أن يحفز القارئ على شراء كتاب؟ أم أن يصرف انتباهه عن استحواذ آخر؟ هل فن تأليف الكتاب يغطي فنًا رئيسيًا اليوم في الساحة الثقافية؟

لكن، بشكل عام، تأتي فكرة التصميم، خاصة بالنسبة لي، من أساس عنوان الكتاب وطبيعته وأسلوب موضوعاته. لا مفر للمصمم الذكي، عند العمل على تصميم الغلاف، أن يدرك أن المؤلف لم يصدر الكتاب عبثاً، بل لأنه يريد توصيل معلومات أو فكرة معينة للقارئ، وبالتالي مهمته (المصمم) هو ترجمة كل هذا من خلال العنوان.

ومع ذلك، فإن أفضل طريقة للحصول على غطاء احترافي وجذاب هو التطوير. يؤدي التطور إلى الإبداع ودراسة الذوق العام. نتطلع إلى تلبية احتياجات ورغبات مختلف الأذواق. إنه شيء أساسي في فن التصميم.»

المصادر

- ١- الخفاجي، ساهرة، ١٩٩٩، تقييم واقع التصميم الدليل الاعلامي في العراق، رسالة ماجستير في منشورة، بغداد.
- ٢- الدايني، رافي صباح، ٢٠٠٠، المثير المرئي ودوره في اطلاق الدفق الحركي للمضامين في التصميم الطباعي، رسالة ماجستير غير منشورة، بغداد.
- ٣- الربيعي، عباس جاسم، ١٩٩٩، الشكل والحركة والعلاقات التصميمية ثنائية الابعاد، اطروحة دكتوراه غير منشورة، بغداد.
- ٤- السلطان، احمد عبيد كاظم، ١٩٩٦، الاسس الفنية لتصاميم المجالات العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، بغداد.

١٨- غسان عبد الوهاب الحسن، ٢٠٠٢، ايدولوجيا الاخراج الصحفي، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط١، عمان، الاردن.

١٩- الوحيشي، كمال عبد الباسط، اسس الاخراج الصحفي، ط١، دار النشر، منشورات جامعة قار يونس، ليبيا، بنغازي.

٢٠- محمد سلمان الحتو، مناهج كتاب الاخبار العالمية وتحريرها، ط١، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان الاردن.

٢١- حجاب، محمد منير، ٢٠١١، مدخل الى الصحافة، جامعة سوهاج، ط١، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

٢٢- عبد الجبار، مشعل سلطان، ٢٠١٢، ايدولوجيا الكتابة الصحفية، ط١، دار اسامة للنشر والتوزيع عمان، الاردن.

٢٣- ملمص، محمد بسام، ١٩٨٤، حول الاخراج الفني لصحافة الاطفال، دار الشؤون الثقافية، بغداد.

٢٤- نبيل راغب، العمل الصحفي، المقروء والمسموع والمرئي، ط١، الشركة المصرية العالمية للنشر، لونجمان، دار نوبار.

٢٥- نوبلر، ناثان، حوار الرؤيا، ترجمة: فخري خليل، دار المأمون، بغداد.

٢٦- همام، طلعت، ١٩٧٨، مائة سؤال عن الاعلام، دار الفرقان للنشر، عمان، د.ق.

٢٧- ويد نيكولاس، ١٩٨٨، الاوهام البصرية، فيها، علمها، ط١، ترجمة: مي مظفر، دار المأمون للنشر، بغداد.

28- Turnbull.Arther Russel. Baint the Craphics of communication typogra-phy Layout Designe Second Edition Oh University HoltRinchant End Win-ston and Neeyork 1974.

29- <https://pro3xplain.com/2015/05>

تصميم غلاف كتاب

٥- الشبخلي، مها، ١٩٨٧، دراسة تحليلية لتصاميم اغلفة المجلات في العراق قبل واثناء معركة قادسية صدام، رسالة ماجستير غير منشورة، بغداد.

٦- العوادي، منى وآخرون، ١٩٩٠، المدخل في تصميم الاقمشة وطباعتها، دار الحكمة للطباعة، بغداد.

٧- اياد الصقر، تصميم الصحافة واخراجها، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان.

٨- حسين شفيق، ٢٠٠٤، الاسس العلمية لتصميم المجلات، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة.

٩- داء حسين ابو دبسة وآخرون، فلسفة علم الجمال عب العصور، ط١، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان.

١٠- مهيبة، داود عبد الرضا، ١٩٩٧، بناء قواعد لدلالات المضمون في التكوينات الخطية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، بغداد.

١١- رشوان، د. علي، ١٩٨٢، الطباعة بين المواصفات والجودة، دار المعارف، القاهرة.

١٢- سمير محمد حسين، ١٩٩٦، الاعلام والاتصال والرأي العام، ط٢، عالم الكتب، القاهرة.

١٣- الهيبي، عبد الرزاق، الصحافة المتخصصة، ط١، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.

١٤- عبد الملث، جمال، ١٩٨٢، مسائل في الابداع والتصوير، ط١، دار التأليف والترجمة والنشر، جامعة الخرطوم، الخرطوم.

١٥- الموسى، عصام سليمان، ٢٠١٢، المدخل في الاتصال الجماهيري، جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، ط١، مطبعة اثراء للنشر والتوزيع.

١٦- علاء الدين احمد كفاقي وآخرون، ٢٠٠٨، مهارات الاتصال في عمليتي التعليم والتعلم، ط٢، دار الفكر، المملكة الاردنية، عمان.

١٧- غايا، فيليب، ١٩٨٣، تقنية الصحافة، ترجمة: فادي الحسيني، منشورات العويدات، بيروت.

The role of communicative in composition of general opinion (Aesthetics of book covers as a model)

Kamal Khalid Shalash

Bayt Al-Hikma

Abstract

This paper deals with modern techniques and programs in graphic designing and their influence upon the way of designing books cover as it considered the first motivation to get the book.

For non-specialist reader , as not looking for specific subjects , cover are the first interesting thing that draw attention and that is why many authors and publishers tend to use artistic paintings on covers of their books.

It also talks about the great quality leap in printing techniques which comes along with the appearance of photography reaching to the amazing designing programs of today which enable nonprofessional to be as professional ones.

This paper focuses on book cover because it gives a general idea of the book and its content , mostly mixing with suspense element to draw the reader attention.

The aim of this paper is to present the beauty value and visual effects of the book cover as well as the role of photographs in expressing the idea of the cover in relation to the book content as photographs may be considered a visual effect that is more effective than words.