

فاعلية فن الجرافيك في تصميم وتسويق كتب الأطفال

منى كاظم هاشم

رئاسة جامعة بابل / مديرية الأنشطة الطلابية

Monakathem@gmail.com

رشا شافي عبد السادة

كلية الفنون الجميلة / قسم التربية الفنية

Rashashafi135@gmail.com

معلومات البحث
تاريخ الاستلام: 2020 / 9 / 9
تاريخ قبول النشر: 2020 / 10 / 10
تاريخ النشر: 2020 / 9 / 28

المستخلص

يهدف بحث(فاعلية فن الجرافيك على تصميم وتسويق كتب الأطفال) للتعرف على الأفكار والرؤى والطرق والبرامج الجرافيكية لتصاميم أغلفة كتب الأطفال في(العراق ومصر) ، ابتداءً من التصميم وانتهاءً بالمنجز الطباعي للغلاف، بما أن عملية تصميم أغلفة كتب الأطفال لا تقتصر على الفكرة الإخراجية الآتية المتمثلة بوضع الفكرة التصميمية لوحدها بمعزل عن الطريقة التنفيذية التي توصلنا للمخرج النهائي للمطبوع، قامت الباحثتان بتقسيم بحثهما على أساس:

1- الأفكار والأساليب التصميمية بحسب نوع الكتاب:

أ- معرفي. ب- تعليمي. ج- تجاري.

2- التقنيات الجرافيكية الحديثة للبرامج المستخدمة لتصاميم أغلفة كتب الأطفال .

3- أ-أدوبي فوتوشوب ب- واليستريتور ج- واندراين)

4- الفئة العمرية للأطفال. ((3-6))

5- تقنيات التجليد والتغليف ونوع الخامة:

أ- ورق كارتوني. ب- كارتون مقوى (مشمع) .

إذ إن للخامة الطباعية أثراً مهماً في إظهار وإبراز جانب أو مقطع يراه المصمم ضرورياً لإخراج الفكرة الإعلانية والترويجية التي يستهدفها الغلاف أساساً، وبما أن الغلاف هو الرسالة المرئية الأولى التي تستهدف اجتذاب الطفل المتلقي وتسترعي اهتمامه، فقد عني المصممون باستخدام العناصر التيبوغرافية للغلاف لإيصال الفكرة في كثير من الأحيان عبر رسالتين الأولى نصية متمثلة بعنوان الكتاب والثانية صورية تتجلى بما يبحثه الكتاب في طياته.

ويعد فن التصميم الجرافيكي أحد فنون الاتصال البصري المهمة الذي يكون فعالاً وحيوياً في شتى مجالات الحياة في العالم الحديث، حيث يعتمد الطفل عند اختياره لكتاب على العناصر التصميمية المستخدمة التي تؤثر في النهاية على التصميم ويجذبه الطفل ويجعله يحب هذا الكتاب على الأخص للشراء، ومن هنا يمكننا أن نقول: إن كتب الأطفال بائع صامت تسوق نفسها بنفسها من خلال التكامل بين عناصر التصميم ليتحقق الجذب للأطفال.

وتناول البحث أربعة فصول فالفصل الأول تناول المشكلة والهدف والاهمية والحدود والمنهجية، والفصل الثاني تناول مبحثين الأول: الأسس والقواعد التشكيلية الراسخة في تصميم الأغلفة الخاصة بسلسلة كتب الأطفال والمبحث الثاني: تسويق كتب الأطفال والفصل الثالث: إجراءات البحث، والفصل الرابع: تحليل النماذج لأغلفة كتب الأطفال، والنتائج واستنتاجات والتوصيات والمقترحات.

الكلمات الدالة: فن الجرافيك، تصميم وتسويق، كتب الأطفال

The Effectiveness of the Graphic Art in Designing, and Marketing Children's Books

Rasha Shafi Abdel-Sadah

*University of Babylon, College of Fine Arts/ Departement of Education
Presidency of*

Mona Kathim Hashim

the University of Babylon / Student Activities Directorate

Abstract

The study (The Effectiveness of Graphic Art on Designing and Marketing Children's Books) aims to identify the ideas, visions, methods, and graphic programs for designing children's book covers in (Iraq-Egypt), starting from designing and ending with the cover print, since the design process for children's book covers is not limited to the immediate production idea. Represented by placing the design idea on its own in isolation from the operational method that we reached for the final output of the publication.

1 -Design ideas and methods according to the type of book:

A- Knowledge. B - educational. C- Commercial.

2 -Modern graphic techniques for the programs used for closed designs for children's books.

3 -a- adobe photoshop b- illustrator c- in design

4 -The age group of the children((6-3))

5 -Binding techniques and types of material:

A - Carton paper. B- Corrugated cardboard.

As the print material has an important role in showing and highlighting a side or a section that the designer deems necessary to bring out the advertising and promotional idea that the cover mainly targets, and since the cover is the first visual message aimed at attracting the recipient and drawing his attention, designers have been concerned with using the typographical elements of the cover to convey the idea in many. Sometimes through two messages, the first is a text represented by the title of the book, and the second is graphic, which is reflected in what the book is looking for in its folds.

The art of graphic design is considered one of the important visual communication arts, which is considered effective and vital in various areas of life in the modern world, where the child depends when choosing a book on the design elements used that ultimately affect the design and attract the child and make him love this book in particular to buy, and from here we can say that children's books are a silent seller who markets themselves by integrating design elements to achieve the attraction of children.

The research study also dealt with four chapters. The first chapter dealt with the problem, purpose, importance, limits and methodology, and the second chapter dealt with two topics. The research, and the fourth chapter deals with the analysis of models for children's book covers, the results, conclusions, recommendations and proposals.

Key words: Graphic art, design and marketing, children's books

مشكلة البحث

فن التصميم الجرافيكي فن واسع لا ينحصر بفئة دون اخرى، فهو يعتمد على الفكرة والاسلوب

الاخراجي لتنفيذها.

فكتب الاطفال تعد من أقدم الوسائل لإعداد النشئ، واستقر رأي متخصصي التربية وعلماء النفس على

أن الأسلوب التصميم على كتب الاطفال هو أفضل وسيلة يقدم عن طريقها ما نريد ايصاله للأطفال فهي تحتل

المرتبة الأولى في أدب الأطفال، وهي من أبرز فنون أدب الطفل الذي يمتلك مقومات فنية خاصة تقوم على

مجموعة من الحوادث المترابطة والمستوحاة من الواقع والخيال أو منهما معاً، وترتبط بالزمان والمكان،

وتمثل قيمةً إنسانيةً جماليةً وأخلاقيةً، ويتوجب أن تكون خيرةً، وجميعهم يسعى لتأكيد النسق القيمي الإيجابي وحذف القيم السالبة.

يلاحظ ان بعضها ينفذ بطريقة لا تتناسب مع اهمية الكتاب من حيث الرؤية الاخراجية للغلاف، وبما ان الاساليب والتقنيات الطباعية قد وصلت مراحل مهمة من التطور نجد ان بعضا من اغلفة الكتب مصممة بشكل جيد لكنها منفذة بأسلوب طباعي لا يتناسب مع الفكرة التصميمية لعمر الطفل أو العكس، وبناء على ما تقدم فإن الباحثين حددتا مشكلة بحثهما بالسؤال التالي:

1- افتقار كتب الأطفال العربية لبعض العناصر التصميمية مقارنة بالكتب الأجنبية مما يؤثر على تسويق الكتب العربية في دور النشر والتوزيع.

2- ما تأثير برامج الجرافيك على العملية التصميمية؟

هدف البحث

((يهدف البحث إلى مدى فاعلية برامج الجرافيك على تصميم وتسويق كتب الأطفال)).

أهمية البحث

1- اثراء الجانب المعرفي والجمالي الذي يعنى بالتصميم وبالطرق الاخراجية للمطبوعات عموماً ولاسيما أغلفة كتب الأطفال خصوصاً لما لها من أهمية جمالية ومردودات إيجابية تتعلق بالنشر والتسويق والترويج.

2- التعرف على الأساليب الإخراجية لتصاميم أغلفة كتب الأطفال وعلاقتها بالتقنيات التنفيذية الحديثة ومدى التناغم الحاصل بينهما من خلال برامج الجرافيك وتأثير ذلك على الذائقة الجمالية للمتلقي، ومدى التنوع الجمالي للمكتبة عند عرض الكتاب.

3- افادة المصممين لاسيما العاملين في دور النشر لاثراء الجانب المعرفي والمهاري لديهم.

فرضية البحث

إذا وقفنا على نقاط القصور التي تواجه المصمم في تصميم كتب الأطفال العربية وتم تداركها وحلها فسوف يؤثر على القدرة التسويقية ودرجة منافستها للكتب الأجنبية؛ لأن هناك علاقة إيجابية بين تصميم كتب الأطفال المطبوعة والقيمة التسويقية لها.

حدود البحث

الحدود الموضوعية: تصميم اغلفة كتب الاطفال بواسطة برامج التصميم الجرافيك (اودبي فوتوشوب واليستریتور - واندراين) للفترة العمرية من (3-6) سنوات وكذلك تأثير التصميم على تسويقها.

الحدود الزمانية: تبدأ بظهور برامج الجرافيك الرقمي كادوبي فوتوشوف إليستریتور واختيارات الاغلفة للفترة الزمنية (2010-2015).

الحدود المكانية: اغلفة الكتب الصادر من دور النشر في مطابع (العراق ومصر).

المصطلحات

تعريف الفاعلية لغة واصطلاحاً Effectiveness

الفاعلية في اللغة: الأصل اللغوي للفاعلية هو الفعل "فعل" الذي مشتقاته "فاعل" و"فعل"، والفاعلية مصدر صناعي، اختاره مجمع اللغة العربية بالقاهرة، للدلالة على وصف الفعل بالنشاط والاتقان (1،ص143).

وورد في القرآن الكريم لفظ: "فَعَال" في قوله تعالى: (فَعَالٌ لِمَا يُرِيدُ)(2،ص16)، وهو يدل على أن ما يريده الله تعالى وما يفعله في غاية الكثرة، وصيغ من هذا الاسم مصدر آخر هو "الفعالية" الذي كثيراً ما كان يستعمله المفكر الإسلامي المعروف "مالك بن نبي" في كتاباته. ويبدو أن مصطلح "الفاعلية" هو الأكثر استخداماً وشيوعاً بين المتقنين، ولذلك اخترناه على غيره في هذه الدراسة.

الفاعلية اصطلاحاً: Effectiveness

هي القدرة على التأثير في أداء معلمي العلوم والرياضيات والمجال الثاني أثناء الخدمة وبلوغ أهداف البرنامج التدريبي وتحقيق النتائج بأقصى حد ممكن(3،ص17) .

ويمكن تعريف الفاعلية إجرائياً

بأنها مقدار الأثر الذي يحدثه البرنامج التدريبي في تنمية الجانب المعرفي والوجداني والأدائي لمهارات الذكاء الوجداني لدى عينة الدراسة حسب معايير كوهين .

فن الجرافيك

لغة: بمعنى الفنون التخطيطية (كالتصوير، الزخرفة، الكتابة، والطباعة) (4،ص20)

أما اصطلاحاً: اتفقت جميع التعاريف على أن فن الجرافيك هو فن الرسوم المطبوعة، أو هو فن طباعة نسخ متماثلة من (وسيط واحد) يقوم الفنان بأداء كل مراحل من عمل التصميم وتجهيز السطوح الطباعية وحفرها وطباعتها.

وهو تصميم الإعلانات الورقية باحدى البرامج الخاصة بالتصميم التي تعنى بإدخال (مكونات أي تصميم) من خلال الحاسوب وإخراجها بما يتلاءم والشكل النهائي للعمل.(5،ص18)

التصميم Design

لغة: صمم في كذا شيء، مضى في رأيه ثابت العزم". صمة، مخطط للعمل يضعه رجل الإدارة أو رجل الحكم أو رجل العلم ليسير على وفقه. (6،ص57)

اصطلاحاً: العملية الكاملة لتخطيط شكل شيء ما، وإنشائه بطريقة ليست مرضية من الناحية الوظيفية أو النفعية فحسب، ولكنها تجلب السرور إلى النفس أيضاً، إشباع حاجة الإنسان نفعياً وجمالياً في وقت واحد(7،ص217)

التعريف الاجرائي: عملية تنظيم للعناصر والأسس التصميمية داخل بنية العمل الفني الرقمي من أجل التعبير عن الأفكار جمالياً ووظيفياً.(8،ص43)

المبحث الاول: الأسس والقواعد التشكيلية الراسخة في تصميم الأغلفة الخاصة بسلسلة كتب

الأطفال

تعني الطفولة التخطيط والاعداد لمستقبل أعلى واثمن ما تملكه البشرية، وتلعب كتب الأطفال دوراً في التنقيف، إذ يمكن أن تسهم بشكل فعال في تنمية عقل الطفل، وإثراء شخصيته معرفياً، كما أنها تصقل إبداعاته، وتنمي مواهبه، من خلال القصص والرسوم والألوان والصور والكلمات، فإن دراسة الطفولة، والاهتمام بها يعد اهتماماً بمستقبل البشرية ككل حيث تحتل مرحلة الطفولة مكانة هامة ضمن الاستراتيجيات والسياسات التنموية في كافة المجتمعات المتقدمة.(9،ص42)

وترى الباحثتان أن السلسلة الواحدة لأغلفة كتب الأطفال الورقية، والتي في الغالب نجدها تشترك في لغة فنية واحدة تربطهم معا، سواء كانت تلك اللغة تم التعبير عنها بالمساحة أو باللون أو بالشكل أو بالكلمة أو بالعلامة التجارية فتلك أدوات الربط بين السلسلة الواحدة، وبذلك نوع من التشكيل التي يقوم على تنقيف المتلقي وتمتع الطفل بما فيه من إثارة وتشويق وجاذبية، وما يحويه من شخصيات وخلفيات وألوان وكتابات وشعار، والتي تعد عناصر درامية هامة في تصميم سلسلة أغلفة كتب الأطفال، وحكاية تثير اهتمام الطفل المتلقي لتلك الكتب، يعايشها الطفل ويتفاعل معها.

شكل (1) يوضح غلاف كتاب (ليلي والذئب)



والغلاف ليس مجرد صورة جميلة تزيينية، بل يعد قراءة إبداعية أخرى للكتاب ومدخلاً مهما لعالمه، فهو حامل لثقافة بصرية تشير أو تلمح لمضمون الكتاب مع التأكيد على عامل الجذب للمتلقي، وتعد الصورة أحد أهم العناصر التشكيلية الداعمة لصياغة تصميم غلاف الكتاب، فهي اللغة الذهنية الفعالة والمعبر الأقوى عن محتوى الكتاب، وأن أغلفة الكتب بمثابة اللغة الجذابة التي تتناغم وتتجاوز مع المدارك البصرية للمتلقي، فأخرجها فن يقوم على العناصر التشكيلية المختلفة والمتعددة مثل الصورة والكلمة والإيقاع والخط وغيرها فهي اللغة الذهنية الفعالة والمعبر الأقوى عن محتوى الكتاب. (10، ص 17)

وترى الباحثتان أن أهمية القيم الفنية في تصميم غلاف كتاب الطفل في كونه مؤلفاً من مفردات تشكيلية وتصميمية عديدة منها:

1. الخطوط والكتابات والعبارات.
2. المساحة الكلية للغلاف وتشتمل على وجه وظهر وكعب .
3. الأشكال وتمثل الأشكال الهندسية أو المشتقة أو الرسم والصور والعلامة التجارية وغيرها.
4. سيكولوجية اللون ويراعى فيها مبدأ اللون ودلالاته.
5. الفراغ يعد من الأمور الهامة في عملية تصميم أغلفة كتب الأطفال.
6. الملابس وتعد مصدراً هاماً في إيصال المعنى الحقيقي للطفل المتلقي مثل الخشب وغيرها وهذا ما يعبر عنه المصمم سواء باللون أو بالخامة الحقيقية أو عن طريق البرامج المختلفة في الحاسب.
7. الخامات والأساليب الطباعية ونوع الورق -نوع الطباعة مثل الكوفراج وتعد مصدر قيمة هاماً لإنتاج أغلفة كتب الأطفال.
8. التجليد ونوعية أغلفة كتب الأطفال يعد من الأمور الهامة في رفع قيمة غلاف كتاب الطفل سواء كان تغليفاً عادياً أم فاخراً. (11، ص 39)

هناك معايير خاصة يجب أن يؤخذ بها عند تصميم سلاسل اغلفة كتب الأطفال.

1. مراعاة عدم إهمال الفراغ حتى لا تكون الأغلفة مزدحمة بالعناصر
2. محاولة استخدام ألوان جميلة و محببة للأطفال.
3. مراعاة التوازن بين مفردات التصميم فنجد المستطيل أعلى التصميم والذي يوجد فيه أسم السلسلة يخلق علاقة وطيدة بين العلامة التجارية أسفل التصميم.
4. لتباين الحادث بين العناصر التصميم فى الغلاف والأرضية المتدرجة التي تكاد تكون بلونين بينهما انسجام، فنجد تبايناً واضحاً بينهما والخلفيات. الشخصيات واضحة من بين الخلفيات، والكتابات والعلامة التجارية أيضاً.
5. الأخذ فى الاعتبار عنصر التوحد فى الأسلوب المتبع فى الرسم والتلوين والاضاءات والظلال، الاختلاف الواضح فى العناصر الرئيسة المرسومة بين غلاف كتاب وآخر ، فنجد الخط التعبيري الذي يحيط الشكل ويوضح تفاصيله، فهو ذو لون واضح مميز والدرجات المستعملة لكل لون بحيث لا تزيد عددها عن ثلاث درجات فى اللون الواحد.
6. مراعاة خطوط Fonts موحدة لنوع والحجم والموضع فى أسم السلسلة (روضة الألوان) وعنوان الكتب الخاصة بهذه السلسلة، وإن اختلف اللون فى كل كتاب.
7. يجب وضع العلامة التجارية فى مكان وحجم ولون موحد.
8. لا يوجد ما يمنع من أن يرسم على سلسلة أغلفة كتب الأطفال شخصية كرتونية لرجل أو امرأة، أو شخصية كرتونية لحيوان أو طائر، أو لكائن خيالي.
9. يجب وضع اسم مصمم السلسلة فى مكان ثابت وبحجم موحد وإن كان اختلاف اللون مأخوذاً من خلفية كل كتاب حتى لا يكون لون اسم المصمم واضحاً وجاذباً للانتباه عن باقي العناصر التي هى بالطبع لها الأهمية.



شكل (2) يوضح غلاف كتاب (الاميرة الحسنة)

أسس التصميم:

تعد أسس التصميم دعامة هامة وأساسية فى التصميمات وعند تصميم قصص الأطفال فإن أسس التصميم تحقق الجاذبية والانتباه عن طريق التباين بين الأشكال والمساحات المستخدمة، ويختلف استخدام المساحات الكبيرة عن الصغيرة فالأطفال يفضلون الأغلفة ذات الصور والرسوم التي تحتل مساحة كبيرة من الغلاف لتجذب إنتباههم إلى المحتوى الداخلي للقصة مثلاً بين العنصر المستخدم والارضية يعطى درجة عالية من الجاذبية أما جنب الإنتباه فيتحقق نتيجة الألوان المستخدمة بين العناصر المستخدمة، وتنفيذ أسس التصميم

(التوازن - الوحدة - البساطة - التباين - الانسيابية والتناسق - التكرارية والتوظيف) ليعبر عن مفهوم وفلسفة وفكر، فهذه الأسس تجعل المصمم يقرر ماذا يفعل بكل عنصر من عناصر التصميم كما تساعده على الربط بين تلك العناصر. (12، ص63)

ويمكن القول أ

إن التصميم هو فن الإتصال البصري الذي من خلاله يتم توصيل رسالة يدركها المتلقي سريعاً معتمداً فيها المصمم على تطبيق أسس التصميم واستخدام عناصر التصميم الإستخدام الأمثل ليحقق الهدف المطلوب من التصميم.

وتعد كتب الاطفال إحدى الوسائل التي تهدف إلى النمو الوجداني والمعرفي لدى الطفل، وتساعده في إثراء المعرفة وحل المشكلات، ولكن كيف ننمي فكرة القراءة؟ وذلك من خلال حث الطفل على القراءة من خلال ذلك التصميم الذي يجذب الانتباه ويدفع بالوجدان ليحقق الشراء وبهذا يتحقق التسويق الناجح.

ذلك من خلال أغلفة كتب الأطفال نجد أن غلاف كتاب الأطفال يجب أن يصمم ليحذب الطفل للكتاب ويحثه على قراءته وشرائه، لذلك يجب على المصمم إدراك عناصر التصميم ودراستها ليكون منها غلافاً ناجحاً يجذب الطفل ويحقق القوة الشرائية المطلوبة. (13، ص52)



شكل (3) يوضح غلاف كتاب (ا ب ج)

الخصائص التي يجب أن تتوفر في كتب الأطفال لتزيد من قدرتها التسويقية

لشد إنتباه وتشويق الأطفال لإتخاذ قرار الشراء من خلال الإعتماد على الرسوم والصور والألوان والطباعة بجودة عالية، هناك مجموعة من الخصائص التي تضمن النجاح التسويقي للكتاب المسوق وهي كما يأتي:

1. التحرر من الشكل التقليدي:

وينجذب الأطفال للكتب المتحررة من الشكل التقليدي، فهناك كتب تكون على أشكال طيور أو حيوانات أو سيارات وهناك كتب بها أجزاء متحركة وكتب مجسمة. والتي تأخذ شكل موضوع القصة نفسه، وإذا لم يتحقق القطع على شكل موضوع الكتاب فإن المصمم قد يميل إلى القطع المستطيل لسهولة استخدام العناصر التصميمية.

وعلى المصمم أن يراعي عند تصميم أغلفة كتاب الأطفال روح المرح والبعد عن الرسوم والألوان المحزنة والكئيبة، حيث تفضل الرسوم البسيطة الملونة كبيرة الحجم والتي تشغل حيزاً كبيراً من الصفحة، ولا

بد من استخدام العناصر البسيطة الخالية من التفاصيل، فهي لغة مقروءة غير لفظية تمتاز بالحركة والنشاط تجذب الأطفال.

2. اللون

يعد اللون من العناصر الأساسية في التصميم وله القدرة على جذب الإنتباه، إذ يمكنه أن يدخل الفرح والسعادة أو الحزن أو يشعرنا بالبرودة أو السخونة، فاللون الأحمر لون قوي حيوي باعث للنشاط والحيوية وهو لون يعطي الحرارة واللون البرتقالي لون محبب للنفس اجتماعي واللون الأصفر منشط للفكر واللون الأخضر يدعو للتفاهم والثقة واللون الأزرق يعطي الإحساس بالبرودة أو الإنتعاش واللون الأبيض يدل على الصفاء والطهارة واللون الرمادي هادئ ومحايد .

والألوان لا بد أن تكون زاهية وصريحة مع التركيز على اللون الأحمر والأصفر والأزرق وأن يستخدم في تلوين كل مساحة لونا واحداً صافياً غير مختلط بأي لون آخر، مع الحفاظ على الجودة الطباعية المناسبة، بشرط أن تكون زاهية ويفضل تحديد الشكل بخطوط واضحة سوداء تفصل مساحات الألوان المستخدمة عن بعضها. (14، ص23)

3. التباين

هو القاعدة المهمة لجذب الإنتباه أن تكون الألوان التي تظهر عليها خفيفة ومضيئة والعكس في حالة الأرضيات البيضاء أو الرمادية ومن ثم إذا كانت الخلفية معتممة كان من الأفضل.

4. التأكيد والإبراز .

يحقق اللون قيمة أساسية بين العناصر التصميم المستخدمة فيها، وعلى ذلك يمكن استغلال هذه الخاصية في تأكيد بعض العناصر المهمة في التصميم وإبرازها أمام عين الطفل القارى، واللون لا يحقق الإبراز للعناصر فقط بل العلاقات المختلفة في التصميم.

5. التذكير والربط :

يستخدم اللون كنغمة تربط العناصر مع بعضها البعض. و يخلق اللون قيمة مميزة ويصل بسهولة إلى ذهن الطفل، كما أنه يربط العناصر مع بعضها حيث يستخدم لإضافة الوحدة إلى العناصر التيبوغرافية (15)

6. الترويج والاتصال

يعرف هو أحد عناصر المزيج التسويقي يهدف إلى تحقيق غاية اتصال ناجحة بين السلع أو الخدمة التي تقدمها المؤسسة وبين حاجات ورغبات المستهلك بما يتناسب مع إمكانياته المادية والعلمية، ويعرف أيضاً الترويج بأنه مجموعة من أنشطة الإتصال التي تقوم بها المنشأة التسويقية بغرض الإخبار أو الإقناع أو التذكير بمنتجاتها وأنشطتها لتحقيق هدف تسويقي معين، وهذا ما وضحه طلعت أسعد عام 2003، وقد يكون الترويج مباشراً أو غير مباشر حسب طبيعة السلعة. وهناك أربعة عناصر أساسية للترويج، وهي البيع الشخصي والاعلان وتنشيط المبيعات والتسويق المباشر والتسويق الإلكتروني، ولأن مهنة النشر لا تحظى بالإهتمام بأساليب الترويج الكافية كغيرها من باقى المنتجات لدى الجمهور، فإن الكتب والقصاص وعلى الأخص الكتب الأطفال تقف بمفردها فى ترويج نفسها بين العديد من الكتب والقصاص المنافسة لها ولا يملك البائع أو المروج للكتب أو القصاص سوى الحديث عن أهمية الكتاب وما يدور بداخله من معلومات وأفكار ويبقى الحكم الأخير فى قرار الشراء للمستهك وقد يساعده فى اتخاذ القرار غلاف الكتاب، حيث يقف الغلاف بائعاً صامتاً يحكي بمعان بسيطة ما يدور بداخله إلى جانب جنبه للمستهك ويقوم الترويج فى أداء رسالته على الإتصال الفعال بين أربعة عناصر متصلة ومتشابهة ومتداخلة مع ظروف نفسية واجتماعية (16، ص52)

1. المرسل Sender أو القائم بالاتصال
2. الرسالة Message وهو تصميم الغلاف وما يحمله من افكار
3. المستقبل Receiver أو المتلقى Audience وهو الطفل المستقبل
4. الأهداف المرجوة من عملية الاتصال أو الاستجابة Response أو رجع الصدى أو رد الفعل.

1- المرسل:

هو المصمم الذي يصيغ أفكاره والمتمثلة في عناصر التصميم ويطبقها طبقاً لأسس التصميم ودرس المادة المقدمة في للكتاب ونفسية الأطفال الموجة إليهم العمل فإذا نجح المصمم في اختيار العناصر واستخدام الأسس المناسبة للتعبير عن محتوى كتابه تعبيراً صحيحاً ودقيقاً وجذب انتباه الأطفال، فيكون بتلك قد وضع قدمه على الطريق الصحيح لنجاح عملية التسويق أما إذا عجز المصمم عن صياغة أفكاره فقد أهم عناصر النجاح وهو الجذب الذي يعد خطوة مهمة وأساسية في عملية التسويق.

2- الرسالة

وهو غلاف الكتاب الموجة للتسويق حيث يخضع المجموعة من القواعد الفنية والدلالات النفسية لكي يحقق هدفه ويجذب الطفل للاقتراب من القصة والتسويق لشرائها وقرائنها .

3- المستقبل

الطفل هو المحور الأساسي في عمليتنا التسويقية، لأنه الهدف الموجه إليه الكتاب والقائم عليه العملية التسويقية، وعندما يرى الطفل غلاف الكتاب فإنه قد يحدث أحد الأمرين إما أن يجذبه الغلاف ويوفق الطفل في فك وتفسير الرسالة على النحو الذي يقصده المصمم فتصل الفكرة إليه بوضوح، وإما أن يفشل في إستخلاص المعنى المقصود، ومن ثم تفشل عملية الإتصال فتفشل الرسالة التسويقية. (17، ص23)

4- التغذية العكسية أو المرتدة:

لكي تكتمل عملية الإتصال وقياس نجاح عملية التسويق فلا بد أن يحقق هذا المنتج نجاحه في السوق ويقاس هذا النجاح بزيادة الطلب عليه مما سبق نستخلص أننا لنحقق أعلى تسويق لكتب الأطفال يجب أن يتم التكامل بين المرسل(المصمم) والرسالة (الكتاب) والمستقبل (الطفل) ليتحقق النجاح للعملية التسويقية. وهنا يعد الكتاب بائعاً صامتاً (إتصال غير مباشر) يجذب الطفل إليه من خلال التصميم المرتكز على الأسس والعناصر العلمية المناسبة. (18)



شكل (4) يوضح غلاف كتاب (الفيل النشيط)

المبحث الثاني: تسويق كتب لأطفال

يعرف R.Barthers عام 1970م التسويق بأنه هو تلك العملية التي تقوم بها المؤسسة بأشباع رغبات المستهلكين ويقوم التسويق الناجح بوضع ثلاث جوانب أساسية في الاعتبار، تقييم السوق للوصول إلى السوق المستهدف، دراسة سلوك المستهلك لمعرفة حاجاته ورغباته، تقديم مزيج تسويقي مناسب للمستهلك وبحدود إمكانيات المؤسسة والذي يتضمن المنتج والسعر والتوزيع والترويج والمعروفة ب'4s ونوضحهم فيما يلي باختصار:-

المنتج (Product): - ويعني ما تعرضه أو تقدمه المؤسسة من منتجات تشبع متطلبات المستهلك، مع الوضع في الاعتبار المنتج والتغليف (الشكل المقدم به) ومجموعة الخدمات التي يحصل عليها المستهلك عند إتخاذ قرار الشراء.

التوزيع أو المكان (Place): - الترتيبات والتنظيمات التي تجعل المنتج يصل إلى المستهلك المستهدف. **الترويج (Propotion):** - يعني أنشطة الإتصال المختلفة. مثل الإعلان وترويج المبيعات والبريد المباشر، ولجعل المستهلك على معرفة بوجود المنتج في السوق. التنوير أو تذكير السوق المستهدف بخصوص المنتج وفوائده. (19)

السعر (price): - يعني سعر المنتج، وهو سلاح ذو حدين إما أن يفقدك العميل وإما أن يفقدك ربحك - وهذا ما أوضحه طلعت أسعد عام 2000 لذا فعلمية التسعير عملية مهمة وعلى المؤسسة أن تضع السعر المناسب الذي يتناسب مع السلعة المقدمة ليحقق البيع للسلعة المقدمة والربح المناسب للمؤسسة. (20) وإن تصميم أغلفة سلسلة كتب الأطفال تتشابه في جوانب عدة فيحسبها المتلقي أنه كتاب واحد ولكن في نفس الوقت تختلف في أمور أخرى جوهرية، وبذلك يحدث التواصل الفني بين الكتب في نفس السلسلة. يعتمد الترويج لأغلفة الكتب على عاملين أساسيين:-

العامل الأول: هو قدرة غلاف الكتاب على جذب انتباه الطفل لإتخاذ قرار الشراء - ويعني غلاف الكتاب بما يشتمل عليه من عناصر وأسس تصميمية ساعدت بانجذاب الطفل إليه ومنها إلى الشراء- وبهذا يعد (غلاف الكتاب) بائعاً صامتاً يقوم بجذب القارئ(الطفل) إليه وهو يعبر جمالياً عن ما بداخله الكتاب. **والعامل الثاني:** وهو تشجيع الأسرة للأطفال على القراءة .

أساليب التواصل الفني في أغلفة كتب الأطفال قبل سن 4 سنوات

ومن بداية الشهر الخامس عشر من عمر الطفل، ينشأ لديه اهتمام كبير بالصور والرسم الملون، وأفضل أغلفة الكتب في هذه المرحلة تلك المصنوعة من الكرتون المقوى أو البلاستيك غير الحاد. يظهر الطفل اهتماماً عابراً بالكتب في العام الأول من حياته، فيتعامل معه كما يتعامل مع أى شيء حوله يضعه في فمه، يمسكه بيده، يسقطه على الأرض، ينتزع أوراقه، (21).



ويمزقه"، فيجذبه أغلفة الكتب المحتوية على صور ورسوم ملونة



شكل (5) يوضح غلاف كتاب (الحيوانات الالفية) شكل (6) يوضح غلاف كتاب (الحيوانات الالفية)
وكذلك تلك الكتب التي تقترب شكلها من الألعاب "كأن تكون لها عجلات أو تكون على شكل سفينة أو طائرة" وأيضاً تلك التي بها نوع من التجسيم وتمتاز بأجزائها المتحركة.
قبل سن الرابعة إلى بعد سن السادسة بقليل نظل الصورة هي البطل الحقيقي في كتب الأطفال بالرغم من تواجد الكلمات القليلة المكتوبة بحروف كبيرة، واللون يقوم بدور أساسي في جذب اهتمام الأطفال وفي تنمية تذوقهم الفني، ذلك أن حصيلة الأطفال اللغوية في هذا العمر لا تمكنهم من قراءة الموضوعات المعتمدة على الكلمات، ثم معرفة المعنى من خلال الرسم، مهما اختلفت اللغات أو اللهجات، فمثلاً عندما يقول طفل في الثالثة إنه يقرأ، وفي سن الرابعة تصدر من الطفل تعليقات تدل على المشاركة الوجدانية لما في الصور مثل (لا تبكي مسكين أو طيب أو شرير - وقع على الأرض) ويسمى الشخصيات المرسومة في الكتاب بأسماء أصدقائه. (22، ص28)
فمعنى ذلك أنه يتأمل مع الصورة في كتاب، ويعد عملية التطلع إلى الصورة قراءة، ونجده يردد أسماء الأشياء التي عليها الصور، أو يقلد أصوات الطيور والحيوانات الموجودة بالصور.

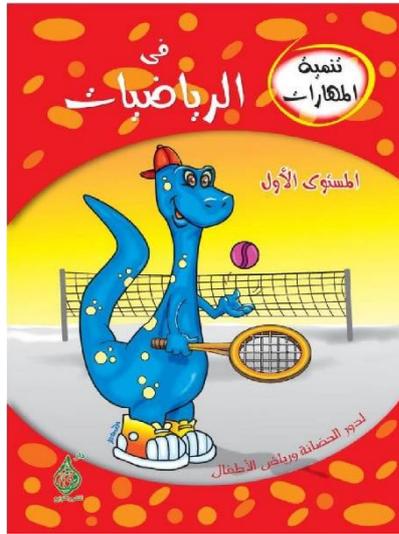
الفرق بين الرسم والكلمة في أغلفة كتب الأطفال من 3 إلى 6 سنوات

الكلمة المكتوبة تستدعي بعض الجهد لقراءتها وفهمها عند الطفل، في الوقت الذي لاتستدعي فيه الصورة ذلك، لأن الطفل متعته في التطلع للصور، وذلك لسهولة فهمها، ولأنها تجذب حاسة البصر بألوانها المتعددة وتتغلغل في عقله وخياله فتساعده على التعرف على العالم من حوله.

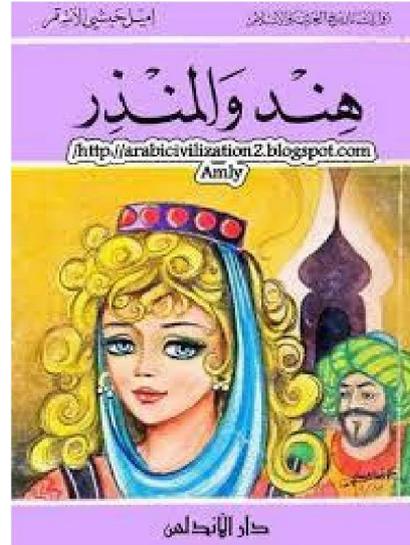
الكتابة للبطل هي نوع من أنواع التجريد، فالأطفال بصفة عامة لا يفهمون المجردات، فهم في الغالب يعتمدون على حواسهم، وعبر تاريخ الإنسانية، فالرسوم ليست مجرد عنصر من عناصر إخراج أغلفة كتب الأطفال، بل هي مادة حية لها قيمتها الجمالية والثقافية الكبيرة. (23، ص83)

ظلت الرسوم أداة للتعبير والتواصل، ويرى الكاتب الروماني شيشرون "١٠٦ ق.م - ٣٤ ق.م" أن للرسم أهمية كبرى في الاتصال؛ لأنه يساعدك على تذكر المجردات، كما اضاف الفيلسوف والخطيب والكاتب المسرحي الروماني سينكا "٤ ق.م - ٦٥ م" أن الناس يصدقون الرؤية أكثر من تصديقهم الكلام وقد تفوق المادة المكتوبة في تأثيرها خاصة في قدرتها على توضيح كثير من الوقائع والمفاهيم، ولا شك بأن الموضوع الذي يكتبه المؤلف هو الذي يحدد موضوع الرسم، وذلك لأن الهدف من الرسم هو توضيح مفهوم النص المكتوب، لذلك فإن الواجب الأول على الرسام هو ألا يخطئ بالرسم في التعبير عن النص المكتوب، فيرسم قميصاً بدلاً من معطف أو شعراً أسود بدلاً من أصفر (24، ص63)

فلا يوجد ما يمنع من أن يكون المرسوم على غلاف الكتاب شخصية كرتونية لرجل أو امرأة، أو خيالية لكائن خيالي أو حيوان أو طائر، أو ماشابه ذلك .



شكل(8) يوضح غلاف كتاب (تنمية المهارات)



شكل (7) يوضح غلاف كتاب (هند والمنذر)

المؤشرات

- 1- إن السلسلة الواحدة لأغلفة كتب الأطفال الورقية، والتي في الغالب نجدها تشترك في لغة فنية واحدة تربطهم معاً، سواء كانت تلك اللغة تم التعبير عنها بالمساحة أو باللون أو بالشكل أو بالكلمة أو بالعلامة التجارية.
- 2- الغلاف ليس مجرد صورة جميلة تزيينية، بل يعد قراءة إبداعية أخرى للكتاب ومدخلاً مهماً لعالمه، فهو حامل لتقافة بصرية تشير أو تلمح لمضمون الكتاب مع التأكيد على عامل الجذب للمتلقي.

- 3- هناك معايير وأسس خاصة يجب أن يؤخذ بها عند تصميم سلاسل أغلفة كتب الأطفال (التوازن - الوحدة - البساطة - التباين - الانسيابية - التناسق - التكرارية - التوظيف).
- 4- يقوم الترويج في أداء رسالته على الإتصال الفعال بين أربعة عناصر متصلة ومتشابكة ومتداخلة مع ظروف نفسية واجتماعية (المرسل - الرسالة - المستقبل - التغذية المرتدة).
- 5- التسويق هو تلك العملية التي تقوم بها المؤسسة باشباع رغبات المستهلكين ويقوم التسويق الناجح بوضع ثلاث جوانب أساسية في الإعتبار وهي (المنتج - التوزيع - الترويج).
- 6- الرسوم ليست مجرد عنصر من عناصر إخراج أغلفة كتب الأطفال، بل هي مادة حية لها قيمتها الجمالية والثقافية الكبيرة .

إجراءات البحث

مجتمع البحث: اقتصر مجتمع البحث الحالي على أغلفة الكتب الاطفال في (العراق -مصر) حصراً عن طريق تحديد بعض المرتكزات، وهي:-

1. الأساليب التصميمية بحسب فئة العمر من (3-6) سنوات .
 2. التقنيات والبرامج الجرافيكية المستخدمة لتصاميم الملائمة للفكرة التصميمية.
 3. الصور والرسوم المختارة تناسب مستوى اعمارهم .
- طريقة اختيار العينة:** جرى اختيار العينة بأسلوب الاختيار القصدي للعينة الممثلة لخصائص المجتمع الأصلي، وقد تم استبعاد بعض النماذج المتشابهة وعلى هذا الأساس فقد اختارت الباحثتان (5) عينات قصدية كونها نماذج تلبى متطلبات البحث الحالي.
- مصادر جمع المعلومات:** استطاعت الباحثتان جمع ما يخص مجتمع بحثهما من خلال نماذج مختلفة من طباعات كتب الاطفال، التي حصلتا عليها عن طريق المتابعة والتشخيص المباشر في المكتبات والانجاز الشخصي.

أداة البحث: حددت الباحثتان أداة بحثهما بتحليل العينة على وفق المنهج العلمي بغية تحقيق أهداف البحث

1. الأساليب التصميمية بحسب نوع الكتاب من حيث كونه معرفياً أو تعليمياً أو تجارياً.
2. استخدام التقنيات الحديثة وبرامج التصميم الجرافيكي لتصميم اغلفة الكتب.
3. طرق التجليد والتغليف من حيث خاماتها مثل الكارتون المقوى ذات الالوان الزاهية .
4. توظيفات أسس وعناصر التصميم من حيث اللون والملمس والسيادة والتوازن.

تحليل العينات

نموذج (1)



تتمثل العينة بغلاف كتاب اطفال تعليمي لفئة العمرية من (03-6) سنة من السلسلة كتاب برامو السكون والتشديد المستوى الثالث من قطع (A4) قياس (29.7*21سم) عمودي، سنة الطبع (2013)، يهدف الغلاف بحسب تصميمه الى تعليم الاطفال على القراءة يظهر من خلال الرسومات الجميلة الجذابة الشكل والتقنية الطباعية التي استخدمت لطباعة الغلاف هي باحد برامج الجرافيك

الفوتوشوب تحتوي على صورة طائرة ملونة بدرجات الازرق محاطة بلون البنفسجي التي تحتل الجزء الاكبر من الغلاف الذي يمثل الارضيات ذات اللون الاخضر ودرجاته في اعلى واسفل الغلاف التي تظهر العنوان في الربع الاول من الغلاف في الجهة العليا بلون ابيض وهو لون الورق وكذلك الارضية تكون بلون الازرق المتدرج، اذ تمت الطباعة على ورق آرت سميك من عيار (300غم)، ولاظهار جوانب جمالية ملمسية على المطبوع استخدمت طريقة الطباعة البارزة

وكذلك يتميز المطبوع بشكله اللامع، اذ تم تغطيته بطبقة خفيفة من مادة (السليمان) للامع ذات المظهر الجذاب، أما الاسلوب التصميمي فقد تميز بالتوازن الوهمي اللوني بين جزئي التصميم الاعلى والاسفل، وجديراً بالذكر ان العنوان الرئيسي الذي اعطى بدوره لمسة حركية شكلية وجمالية والرسام الماهر يمكن أن ينقل الى الأطفال أحاسيس ومعان من خلال الصور ولاشك أن الطفل يستجيب للصورة حتى قبل أن يستوعب الكلمات التي تفسرها أو الدلالة عليها أو على المشهد.

وتؤسس الصورة المرسومة دوراً مهماً لغلاف كتاب الأطفال وتتزايد هذه الأهمية كلما كان الأطفال أصغر سناً وأقل معرفة بالقراءة، والرسم وحده يصبح لغة في الغلاف معبرة في مراحل العمر الأولى والاهتمام بالصورة غلاف كتب الأطفال يتبع ما تضيفه عليها من عناصر التشويق وما فيها من ألوان وسحر وجاذبية وماتهيئه للأطفال من تصوير محسوس للشخصيات والحوادث التي تعرض لها الكتاب فتساعد خيالهم على تصور ما يرونه في الرسم، وكأن شيئاً واقعياً حدث الحقيقة يلجأ بعض الرسامين الى إضفاء صفات الأدمية على الحيوانات والطيور في رسوماتهم فإنه كلما كان سن الطفل أقل وجب التقليل من التفاصيل الرسوم المقدمة له مع الاهتمام بوضوحها. لأن كثرتها تشتت اهتمام الطفل وتؤدي الى صعوبة الفهم. وقد ظلت الصورة المرسومة هي السائدة في أغلفة كتب الأطفال وتفوقها مجال تنمية الإحساس الفني لدى الطفل، لأن الطفل لا يدرك الصورة الفوتوغرافية جيداً ..

نموذج (2)



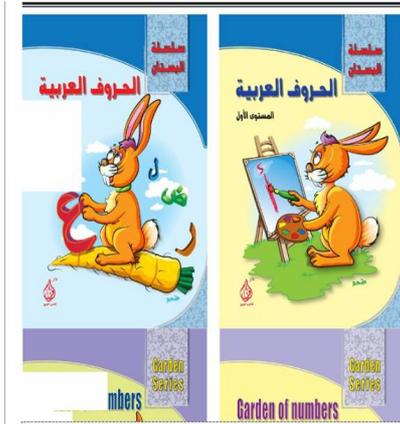
تتمثل العينة بغلاف كتاب اطفال تعليمي لفئة العمرية من (03-6) سنة من السلسلة ا كتب براعم السكون المستوى الثالث -القراءة من قطع (A4) قياس (29.7*21سم) عمودي، سنة الطبع (2012) عمل التصميم ببرنامج السترسنور والفوتوشوب يتميز به العنوان حجم حروفه والوانه وعلاقة العنوان بالصورة المحببة للطفل المتمثلة بالشخصية الكارتونية الارنب. فالعنوان عنصر تشويق وما يوفره من إثارة يعد من اهم عناصر جذب المتلقي ويختلف عنصر الاثارة هذا من كتاب الى آخر ومن بلد الى اخر وحسب طبيعة المجتمع .

الصور والرسوم: تظهر الصور والرسوم كوحدات مساهمة بنية تصميم كتب الأطفال اذ تعد أغلفة الكتب الصورية لغة عالمية لأنها تتخطى حدودها الإقليمية بشكل أوسع وكما يقول المثل الصيني الصورة تساوي عشرة آلاف كلمة وإذا كان الاهتمام يوجه الى شكل الكتاب بشكل عام اضافة الى المحتوى فإن ذلك ينطبق بصفة خاصة على كتب الأطفال، ذلك لأن الشكل بالنسبة للأطفال له دور مهم في اجتذابهم أو تغييرهم وكثير

من الصور المنشورة لكتب الاطفال تعادل المئات من الكلمات المكتوبة ومنها يضيف على الكتابة رونقاً وجمالاً ويكمل معانيها ومدلولاتها .

والرسم الماهر يمكن أن ينقل الى الأطفال أحاسيس ومعان من خلال الصور ولا شك أن الطفل يستجيب للصورة حتى قبل أن يستوعب الكلمات التي تفسرها أو الدلالة عليها أو على المشهد. وتؤسس الصورة المرسومة دوراً مهماً لكتب الأطفال وتزيد هذه الأهمية كلما كان الأطفال أصغر سناً وأقل معرفة بالقراءة، والرسم وحده يصبح لغة معبرة من مراحل العمر الأولى والاهتمام بالصورة الأطفال يتبع ما تضيفه عليها من عناصر التشويق وما فيها من ألوان وسحر وجاذبية وماتهيئه للأطفال من تصوير محسوس للشخصيات والحوادث .

النموذج (3) .



تتمثل العينة بغلاف كتاب اطفال تعليمي الفئة العمرية من(03-6) سنة من السلسلة كتب البستان (الحروف العربية) المستوى الاول من قطع (A4) قياس(29.7*21سم) عمودي،سنة الطبع (2012).

تتمثل شخصية الأرنبالذي هو يعتبر من الحيوانات المحببة للأطفال، بأوضاع مختلفة مع الأخذ في الاعتبار أنه يؤدي أشياء أيضاً محببة للأطفال في هذه المرحلة 3-6 سنوات فتارة للمستوى الأول من كتاب الحروف العربية بانه يقوم الأرنب برسم لوحة عليها حرف الألف دلالة على عنوان الكتاب "الحروف العربية" أما في المستوى الثاني من نفس الكتاب "الحروف العربية" فالأرنب يمتطي جزيرة طائرة وتلعب معه بعض الحروف العربية أثناء طيرانه.

في السلسلة بعض العناصر الثابتة "نوع الخط وحجمه والوانه" مثل أسم السلسلة المساحة المستطيلة التي هي أسفل اسم السلسلة، والمساحة التي هي تكون أسفل الاغلفة والمشاركة في اللون مع المستطيل المشار اليه في المساحة الزرقاء التي تعلو الغلاف في عنوان الكتاب "الحروف العربية"، كلمة المستوى الأول أو المستوى الثاني السبب في السماء العلامة الخاصة بدار النشر .

النموذج (4) .



تتمثل العينة بغلاف كتاب اطفال تعليمي للفئة العمرية من (03-6) سنة من السلسلة كتب البيان (الحروف العربية) المستوى الاول من قطع (A4) قياس(29.7*21سم) عمودي، سنة الطبع (2013)

الاختلاف الواضح في العناصر الرئيسة المرسومة بين غلاف كتاب وأخر، الأخذ في الاعتبار عنصر التوحد في الأسلوب المتبع في الرسم والتلوين والاضاءات والظلال، فنجد الخط التعبيري الذي يحيط الشكل ويوضح تفاصيله، فهو ذو لون واضح مميز

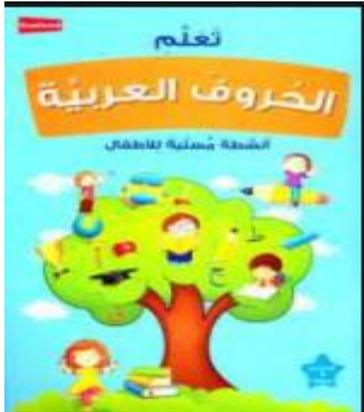
الاحمر والازرق " والدرجات المستعملة لكل لون بحيث لا تزيد عددها عن ثلاث درجات في اللون الواحد لخلفية توحد المساحات اللونية كخلفيات مع تغيير في التدرجات اللونية لها. - وضع العلامة التجارية في

مكان وحجم ولون موحد. وإن كان اختلاف اللون مأخوذاً من خلفية كل كتاب حتى لا يكون لون المصمم جاذب للانتباه عن باقي العناصر التي هي بالطبع لها الأهمية.

العنوان عنصر أساس في الغلاف الكتاب يتصف بالوضوح والبساطة وأن تلتقطه عين الطفل ويستوعبه عقله بسرعة لذا على المصمم أن تكون له الدراية بكيفية تقطيع وتوزيع العناوين ومعالجتها كقيمة إخراجية رقيقة ومنسجمة .

النموذج (5) .

تتمثل العينة بغلاف كتاب اطفال تعليمي للفئة العمرية من(03-6) سنة من السلسلة كتب (الحروف



العربية) المستوى الاول من قطع (A4) قياس (29.7*21سم) عمودي، سنة الطبع (2014) يتميز به العنوان من حجم حروفه والوانه وعلاقة العنوان بالصورة المحببة للطفل المتمثلة بالشجرة المملوءة بالاقلام والحروف العربية ويوجد ايضا عليها فتيات يدرسن فوق الشجرة واسفلها.

فالعنوان عنصر تشويق وما يوفره من إثارة يعد من اهم عناصر جذب المتلقي ويختلف عنصر الاثارة هذا من كتاب الى اخر واللون يقوم بدور أساسي في جذب اهتمام الأطفال وفي تنمية تذوقهم الفني، ذلك أن حصيلة الأطفال اللغوية في هذا العمر لا تمكنهم من

قراءة الموضوعات المعتمدة على الكلمات، ومن ثم ينتقل المعنى من خلال الرسم، الى آخر ومن بلد الى اخر وحسب طبيعة المجتمع.

النتائج

من خلال ما تقدم في مسيرة البحث توصلت الباحثتان الى نتائج تتعلق بهدف بحثهما وهي:

- 1- ان استخدام التقنيات الرقمية من برامج التصميم الجرافيكي مختلفة يساعد على إضفاء قيمة جمالية عليا لأغلفة كتب الاطفال من خلال الشد البصري والمميزات الإظهارية للتقنيات الحديثة.
- 2- ايصال رسالة المطبوع عن طريق الغلاف على هيئة لوحة تجذب المتلقي من خلال الاخراج الشكلي المبرر للعين.
- 3- اكتمال الفكرة التصميمية يعتمد على طريقة برامج التصميم الجرافيكي وقابليتها على استيعاب الفكرة من حيث وضوح الصورة والمؤثرات التكميلية بعد عملية تصميم أغلفة كتب الاطفال.
- 4- الغلاف ليس مجرد صورة جميلة تزيينية، بل يعد قراءة إبداعية أخرى للكتاب ومدخلاً مهما لعالمه، فهو حامل لثقافة بصرية تشير أو تلمح لمضمون الكتاب مع التأكيد على عامل الجذب للمتلقي .
- 5- يقوم الترويج في أداء رسالته على الإتصال الفعال بين أربعة عناصر متصلة ومتشابهة ومتداخلة مع ظروف نفسية واجتماعية (المرسل -الرسالة - المستقبل -التغذية المرتدة)

الاستنتاجات

- من خلال ما تقدم في البحث وفي النتائج توصلت الباحثتان إلى استنتاجات تتمثل بالآتي:
- 1- وجود علاقات وروابط أساسية بين البرامج التصميم الجرافيكي لأغلفة كتب الاطفال وخطوات التصميم الأساسية.
 - 2- زيادة قيمة الغلاف الجمالية تعتمد على نوع التناغم بين التقنيات التنفيذية.
 - 3- كلفة الغلاف تفوق في بعض الأحيان نسبة 30% من قيمة المطبوع بأكمله، كونه ذا قيمة اعلانية وتسويقية.
 - 4- تظهر الصور والرسوم كوحداث مساهمة ببنية تصميم كتب الأطفال، اذ تعد اللغة الصورية لأغلفة الكتب لغة عالمية

التوصيات

- 1- استخدام تقنيات برامج الجرافيك الحديثة بتوازن وتنوع فيما بينها لانتاج تصاميم تتميز بالحدائثة والجمال.
- 2- اطلاع المصممين على الانواع المختلفة من تصميمات التداخل بين التقنيات الرقمية الحديثة والتنوع في برامج الجرافيك لتنفيذ تصاميم أكثر قوة.

المقترحات

الاهتمام بدراسة تصميم اغلفة كتب الاطفال في مقرر الجرافيك.

CONFLICT OF INTERESTS

There are no conflicts of interest

المصادر:

- 1) "القاموس المحيط"، (ص1043).
- 2) (البروج / 16)
- 3) خليفة، 2013
- 4) 11 إبراهيم مصطفى، وآخرون: المعجم الوسيط، مصدر سابق، ص ٥٧
- 5) جبران مسعود: الرائد معجم لغوي عصري، مصدر سابق، ص ٢١٧
- 6) إسماعيل شوقي: الفن والتصميم، مطبعة العمرانية، القاهرة، ١٩٩٩
- 7) محمد الحفناوى "دكتور" (الإعلان الصحفى) العلم والإيمان للنشر والتوزيعدسوق - مصر-2٠1٤م
امحمد عبد الحميد "دكتور" (نظريات الإعلام واتجاهات التأثير) عالم الكتب القاهرة - مصر - طبعة
ثانية 2٠1٠م
- 8) محمد منير حجاب "دكتور" (نظريات الاتصال) دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة طبعة أولى 010 ٢م
- 9) يعقوب الشارونى (تنمية عادة القراءة عند الأطفال) سلسلة اقرأ دار المعارف العدد ٤٨٢ - 2٠٠٥م - مصر.
- 10) د. يعقوب الشارونى (قصص وروايات الأطفال - فن وثقافة) سلسلة اقرأ - دار المعارف العدد ٧٦٨ - ٠١٤م مصر.
- 11) نشوى محمد شعلان (الحدوتة وسيلة اتصال) سلسلة الدراسات الشعبية عدد ١٦٣ الهيئة العامة لقصور الثقافة مصر.

12) Fred C. Lunenburg (Communication :The Process، Barriers، And Improving Effectiveness) schooling volume 1، number1، 2010 - Sam Houston State University - first Page .

- 13) عليه عابدين: دراسات فى سيكولوجية الملابس، دار الفكر العربى، 1 6، .
- 14) ايمان على محمد الشرقاوى: " الرسوم والتخطيطات المولدة مسبقا بالكمبيوتر وتوظيفها تشكيليا فى اثرء اللوحة الزخرفية " رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس كلية التربية قسم التربية الفنية، 011 .
- 15) محمود بسيونى: التربية الفنية فى عالم تكنولوجيا متغير، صحيفة التربية الفنية، العدد الاول، القاهرة، مطبعة دار العالم العربى، 23 نوفمبر، 70 .
- 16) محمد دسوقى: حوار الطبيعة فى الفن التشكيلي مطبعة نصر الاسلام، القاهرة، 01 1، ص 15 .
- 17) ياسر سهيل: الابتكار وفن التصميم باستخدام الكمبيوتر، دار الكتاب الحديث، 2016.
- 18) ياسر سهيل: التصميم فى مجالات الفنون التطبيقية والعمارة، مرجع سبق ذكره .
- 19) دينا احمد نفاذى: " التكعيبيية كقيمة تشكيلية لابتكار تصميم طباعة المعلقات المعاصرة من خلال الحاسب الالى " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية فنون تطبيقية، جامعة حلوان .
- 20) رباب محمد عبد السلام: "القيم التعبيرية فى رسوم المخطوطات الايرانية لاستحداث نمط تعبيرى للوحدة الطباعية لدى طلاب المرحلة الثانوية "، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة عين شمس.
- 21) اسماعيل شوقى: " عوامل اتساق العلاقة الترابطية بين الهيئات والاشكال فى اللوحة الزخرفية المتعددة الاسطح " رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، 11.
- 22) ايمان محمد على نوار: " مداخل الاستحداث وصياغة مفردات تشكيلية فى مجال تصميم اللوحة الزخرفية " رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة عين شمس، 2001.
- 23) بدرية محمد حسن الحاج فرج: جدلية العلاقة بين البنية الوظيفية والبنية الجمالية فى التصميم الداخلى، أطروحة دكتوراه، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 2003.
- 24) حكمت رشيد العزاوي: الجذب فى بنية تصاميم أغلفة المجلات، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 3004.
- 25) شوقى حساني محمود، تقنيات وتكنولوجيا التعليم -القاهرة المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2008.