

## سرعة تلقي عناصر أغلفة المجلات العالمية

م.م. حاتم كاطع لكن العطواني

المديرية العامة للتربية في الرصافة/٣

ali128638@gmail.com

### المخلص:

يمكن لتباين سرعة تلقي عناصر اغلفة المجلات العالمية، أن تسهم في ترسيخ التواصل عبر التركيز على عناصر صورية ورسومية لغرض تحقيق سرعة التلقي مع الجمهور، اذ تناول البحث الحالي: (سرعة تلقي عناصر أغلفة المجلات العالمية) فجاءت العنوانات بحسب التسلسل الاتي ففي الفصل الاول اُبتدأ بالملخص العربي والانكليزي ثم مشكلة البحث التي كالاتي: ما سرعة تلقي عناصر اغلفة المجلات العالمية؟ تبعها هدف البحث بـ:(الكشف عن سرعة تلقي عناصر أغلفة المجلات العالمية)، جاء الاطار النظري بثلاثة مباحث هي: (مفهوم التلقي)، (تباين تلقي عناصر اغلفة المجلات العالمية ) ، (أنواع اغلفة المجلات العالمية) واما الفصل الثالث فشمّل : إجراءات البحث و منهج البحث ، و ٣ نماذج لغرض التحليل الوصفي، ومن النتائج :- جاءت اغلفة المجلات العالمية، محققة سرعة تلقي عالي من خلال المبدئين الجماليين هما الانسجام والتباين واستعانة بالعناصر الصورية والرسومية والعناوين الكتابية وفقراتها. و - وظف المصمم الجميع العناصر لأجل تحقيق سرعة التلقي عالية حتى أنه وظف ملابس (شخصية الغلاف) كأرضية للعناوين التاييجرافية . ثم ألق البحث بالتوصيات والمصادر .

الكلمات المفتاحية: سرعة ، تلقي . عناصر ، اغلفة

### Abstract:

The variation in reception of cover elements of international magazines can contribute to consolidating reception by focusing on

specific elements with important advantages for the purpose of communicating with magazines, as the titles came according to the following sequence. In the first chapter, it began with the English summary, then the research problem was embodied in the following: What is the variation in the reception of cover elements? International magazines? This was followed by the objective embodied in: (revealing the variation in reception of elements of international magazine covers), the theoretical framework that initiated the research, the research methodology, and 3 models for the purpose of descriptive analysis, and among them. The second – the designer employed everyone to achieve contrast, even employing the cover character's clothing as the background for the typographic titles.

**Keywords:** Speed, Receive, Element, Cover

### المقدمة:

أن اهتمام الإنسان في التلقي له جذور تاريخية ، فضلا عن قيمته الإدراكية للأشياء التي تضمن سمات جمالية ووظيفية، ففي بيئة من الوقائع والنشاطات تلعب الاغلفة دورا نشيطا في مجال التلقي البصري بنوعيه الوظيفي والجمالي، وتأتي هذه القيمة من الحاجة إلى استيعاب العلاقات الحيوية في بيئته ، عبر تجسده فيها ، إذ يمثل التلقي الجزء المستهدف ، ومن ثم يتجسد في التصميم بأنواعه وعلى وظيفة كل جزء فيه ، فالفاعلية الحقيقية التي تكسبها العناصر وتأثيرها تأتي عبر غلاف المجلة التي تتسجم عناصرها ذات الدلالة الجمالية والوظيفية والتلقي. إن التوجه يتحقق طبقا للعلاقة بين العناصر، كالانسجام والتباين والتنوع ، و تكمن وظيفته والمعرفة الأساسية فيما يتضمنه من معان وتجسيده لسرعة التلقي؛ إن أهمية اغلفة

المجلة ، وأولوياتها في التلقي تنبع من المعالجات التصميمية التي تحقق سرعة التلقي والغرض الوظيفي ، لذلك ركزت مشكلة البحث في التساؤل الآتي : ما دور سرعة تلقي عناصر اغلفة المجالات العالمية.

وتكمن أهمية البحث الحالي في:

١- الإسهام في تعزيز وتجسيد الامكانية الجمالية والوظيفية في مجال اغلفة المجالات العالمية وبالتالي سرعة تلقي عالية .

٢- إمكان ترسيخ وتقوية قدرات مصممي اغلفة المجالات العالمية ، واثرها الوظيفي والجمالي على الغلاف.

**هدف البحث :** يكمن هدف البحث في : (الكشف عن سرعة تلقي عناصر اغلفة المجالات العالمية وما تحققه)

وحدوده في:

**الحدود الموضوعية:** اغلفة المجالات العالمية .

**الحدود الزمنية :** ٢٠٢٣ - ٢٠٢٤ وهي سنتا كتابة البحث .

**والحدود المكانية:** اغلفة المجالات العالمية ، لسنتي ٢٠٢٣ - ٢٠٢٤ على وفق المبررات الآتية:

١- جودتها العالية بالمقارنة مع المجالات الاخرى .

٢- تتفق اغلفة المجالات العالمية مع هدف البحث، اذ تعد عناصرها ذات سرعة تلقي عالية من قبل الجمهور .

٣- كما ان انتشارها وشيوعها ، يسهم في إمكانية توظيفها واستثمارها لصالح مصممين اغلفة المجالات.

٤- ثم انها تعد ملهمة للكثير من مصممي اغلفة المجالات . اذ يمكن تحقيق تصاميم رائعة عبر استثمار اغلف المجالات العالمية وتوظيفها لصالحهم .

### تحديد المصطلحات:

#### سرعة:

لغة: ضد البُط تقول منه(سرغاً)بوزن عنب فهو (سريع) وعجبت من(سرعته). (وأسرع) في السير وهو في الاصل متعدد، و(المسارعة)الى الشيء المبادرة اليه . و(تسرع)الى الشيء و(تسارعوا) اليه بمعنى اجتهدوا. ويبدو ان السرعة ضد البطيء. (الرازي ، ١٩٨٣، ٣٧٣ ص)

اصطلاح: هي معدل تغيير المسافة بالنسبة للزمن. (خالد الغامدي ، ٢٠٢٠ ، ص ٢٣ )

اجرائي: هي سهولة استقبال دلالي لمعاني عناصر غلاف المجلة العالمية والتفاعل والتواصل وتحقيق احساس بالتعلق بها .

تلقّي: اي دفعه اليه أو اخذه اليه اي بحوزته ، او في يده. (لويس معلوف ، ١٩٦٤، ص ٣٦ )

لغة: تلقى من الفعل لَقِيَ وتلقى بمعنى :

تلقى ضيفه بالترحاب: استقبله بوجه طلق

تلقى الهدية: أخذها .

تلقاه بالاحضان: رحب به

تلقى العلم بالجامعة: تعلمه بها وتلقنه (ماهر جنمار ، ١٩٩٩ ، ٣٣١ )

وبهذا سيكون معنى التلقي في البحث: هو الاستقبال للشيء وفهمه والأخذ بما فيه من فائدة.

(سعدون عرعور، ٢٠٢١، ٢٠٣١)

**اصطلاحاً:** الاستلام، مقبول عموماً على أنه حق أو صواب ، يتعلم أكثر . (محمد خالد

المعلوفى، ٢٠٢١، ص ٢٨٦)

**إجرائي:** اي استقباله وفهم قصد البيانات المرئية المستلمة من الصفحة الاولى للغلاف

المجلة العالمية .

## الفصل الثاني

### (الاطار النظري )

#### المبحث الاول

#### مفهوم التلقي :

اعتاد الانسان على استيعاب الاشياء التي حوله ومن ثم تلقيها عبر تفسيرها وتأويلها والاكثر من ذلك توضيحها ، هذا هو حال الانسان وعلاقته بالبيئة التي تحيط به . اذن هي علاقة تفسيرية وتأويلية توضيحية فالإنسان مخلوق ادراكي وتفسيري، اعتاد على تفسير وتلقي الاشياء التي حوله .، من هنا فإن الانسان غالبا ما يصنع قيمة ادراكية لكل الاشياء التي تحيط به لذا فان الانسان حينما يبصر شكلا تصميمي في غلاف مجلة عالمية فإنه بشكل آلي يقوم بالمقارنة مع الاشكال التي في ذهنه ،اذن هذا يفسر موقف الانسان المتلقي من بعض العناصر التصميمية اي ان الاشكال لها موقف مؤثر في داخل ذهن الانسان ، والفنان المبدع يقدر تلك الاشكال ويعرف تأثيرها لدى المتلقي مما يتوافر نجاح بعض التصاميم وفشل اخرى ، من ذلك نرى نجاح وشياع بعض التصاميم في اغلفة المجلات العالمية ويذاع صيتها وانتشارها ، وهنا يسهم دور الانسان في تفسير و تلقي اغلفة في المجلات العالمية كذلك مدى قدرته على تلقي تصاميم اغلفة المجلات العالمية ، فالقيمة التلقي في فن التصميم لها دورها كبير في غلاف

المجلة العالمية وترويج لها وحتى مدى نجاحها اي ان التصميم له هدف وهو التلقي من قبل الجمهور كذلك يمكن القول لها القدرة حتى على تسويقها عبر الترويج لها تصميميا ، بحيث لكل تصميم له موقف في ذهن المتلقي ويحمل دورا تذكاري ، وهذا يعتمد على الاحساس بأاساسيين مهمين لدى المتلقي وهما : (اياد حسين عبد الله ، ٢٠٠٨ ، ٨٩)

١-الموضوع : ويكون منفصل ومتنوع وخاضع لحالات الزمان المكان.  
٢-الذات : وتمثل الحواس اي الجزء الاهم في (المتلقي) ، وتختلف من شخص الى اخر ، بالاعتماد على خزين الانسان البصري ودور حواسه واستقبالها للاشكال ومدى تفسيرها وتاويلها للموضوع والتفاعل معه ومن ثم تلقيها، ويمكن القول ان التلقي يمثل المحور في العملية التصميمية في غلاف المجلة ، وهو يمثل حالة تأويلية وتفسيرية للأشكال وما تعني عنده بحسب الخزين الصورية لديه ،اي ان ذهن المتلقي يمثل المرجعية عند استقبال بيانات بصرية لتصميم ما لغلاف مجلة عالمية ، وتفسير عناصرها لأجل تقييمها وبالتالي تلقيها ، فمثلا كل متلقي لديه تصور خاص وتفسير وتأويل يمثله ويمثل احد الاسباب التي تظهر امكانيته وقدرته وتفوقه الفكري ومستواه العقلي ومقدار تناوله للمواضع التصميمية وكيفية تناولها من خلال ما يحويه من خزين بصري وخبرات سابقة ومقدار ما يجمعه ويشاركه من صور بصرية في ذهنه. وفق ذلك تمثل قدرة التلقي مدى ما يحمل من ثقافة فنية وكيفية تفسير وتأويل البيانات المرئية والاشكال التصميمية وموقفه منها . من هنا يجب ان يحمل المتلقي ذهن بصوري عالي الجودة ، اي القدرة على التحليل التلقائي للتصميم ، يقول الباحث (سند فؤاد محمد ) : (أن التفكير في العمل التصميمي يأتي خلال الاشكال والصور وعلاقتها مع بعضها وقابليتها للتغير والتطوير )

( سند فؤاد محمد ، ٢٠٢٢ ، ص ٤٩ )

وكما هو واضح في الشكل (١)

بتلك القدرات الفكرية اي امكانية التلقي وقدرته على التفسير والتأويل والتقبل . ثم ان تمتع



المتلقي بخزين بصوري ذهني يمثل مقدار ما يحمله من ثقافة تفسيرية تأويلية في مخيلته ويرى الباحث ان ما يتحقق لدى المتلقي من خزين بصوري ذهني يأتي من مقدار تطلعه ومقدار متابعته للتصاميم

الابداعية ومدى محاولة تفسيره للأشكال التصميمية حتى توضيحها ومن ثم تلقيها .

## المبحث الثاني

### تباين تلقي عناصر اغلفة المجلات العالمية

لا شك أن عناصر التصميم تختلف في مدى تأثيرها على الجمهور المتلقي ومقدار تعلقها به ، بسبب ما تحويه من تأثير وجذب الانتباه لديه ، كما انها تتباين في مقدار تأثيرها على الجمهور وما تحويه من امكانات وتأثيرات تبقى في ذهن المتلقي .

من هنا فإن الباحث العالمي (سكوت) يؤكد على تلك الحقيقة عبر قوله : (تسعى البيانات المرئية للمنتج الى المتلقي تباعا، فتبدأ اولا بالرسوم، والصور بعد ذلك العناوين ، ثم تأتي الفقرات الكتابية ( Tex Body ) ثم يأتي دور المتلقي في التحليل الى أن يصل الى الادراك) (سكوت جيلام ، ١٩٨٦، ص ٧)

من هذا الاستلال نستنتج ان العناصر التصميم ليست بقدر واحد بمستوى التلقي، بل ان عملية التلقي متباينة بالنسبة حتى لأفراد الجمهور المتلقي نفسه ، اي ان التلقي يأتي تباعا للبيانات المرئية للعناصر كما في التسلسل الاتي :

١- الرسوم

٢- والصور:

٣- العناوين :

٤- الفقرات الكتابية (النصوص الكتابية) :

اي ان تلقي العناصر التصميمية يأتي تباعا بالترتيب المذكور اذا اردنا أن نحدد العناصر

ومقدار دور تأثيرها لدى الجمهور ،لذا يرى الباحث أن ابراز

العناصر التي ممكن أن تكون ذات دور في تلقي اي لها القدرة

على سهولة ادراكها ومن ثم تلقيها ( كما يظهر من خلال الاستلال

السابق). فالعناصر الرسومات والصورية ، يتم تلقيها بالتسلسل

السابق ، اي ان العناصر التصميمية تختلف في مقدار تلقيها

وادراكها ، لربما ان التباين في مقدار التلقي يسهم في اختيار



شكل (٢)

العناصر التي يتم تلقيها بسهولة كذلك يجعل المصمم ميال الى التركيز على

العناصر التي سهل تلقيها كي يجعله في اغلفة المجلات ، كي ان هذه الطريقة في

سهولة تلقي الاغلفة ومن ثم الترويج لها ، مما يحقق هدف المصمم وبالتالي يسهم

كذلك في سعة انتشار الغلاف ومقدار شهرته . لذا يرى الباحث ان مصمم الغلاف الذي

يدرك تلك الحقيقة انه يمكن ان يحقق دور مهم ورائج للغلاف يقوم التاكيد على ذلك

الاسلوب كما في الشكل (٢) المجاور . فمصمم الغلاف اتبع الاسلوب نفسه اي استعان

بالرسوم والصور والعناوين كي يرسخ التلقي والرواج من قبل الجمهور . ومقدار اولويته

في تصميم غلاف المجلة العالمية يأتي عبر حرصه في نشر الرسوم والصور ثم

العناوين واخيرا الفقرات الكتابية ، اي ان المصمم ادراك ان بعض العناصر لها اولوية

في التلقي من قبل الجمهور، تلك الحقيقة مكنته في كيفية تحقيق التلقي والترويج

للغلاف مجلته العالمية ، بالتالي عرف كيف يحقق الرواج والتلقي من خلال امكانيته

الفكرية ومقدار اطلاعه وتوظيف تلك الحقيقة لصالحه .

### أنواع اغلفة المجلات العالمية:



ان تناول موضوع (انواع اغلفة المجلات العالمية) يسهم من وجه نظر الباحث في تسليط الضوء على الانواع المهمة ، كما يسهم في جذب المتلقي ، وتأكيده في التلقي ومن ثم مقدار الانتشار بين الجمهور ، كما انه يحقق التواصل والتفاعل مع الجمهور المتلقي، فضلا على انه يسهم على ترسيخ قدرت الجمهور المتلقي. ومن ثم معرفة اولويات الاطلاع . لذا تناول الباحث هذا المبحث ( أنواع اغلفة المجلات العالمية ) و ابرز انواع اغلفة المجلات العالمية هي :

Tom and Ereg , 1916-15March ,Magazine cover Design – 4 Deferent Types , <https://mapsystemsindia.com/resources/Different-types-of-magazine-covers.html>

#### ١- اغلفة المجلات المستندة الى الصورة : (الاعلغة الصورية) ان ما يثير المتلقي في

تلك الاعلغة هو تركيزها بشكل رئيس على الغلاف ومقدار التأثير الذي يحققه على الجمهور ، كما ان الصورة قد تشير الى حدث مهم أو مقالة مهمة في داخل المجلة ، ثم أن تلك الصورة ربما تسهم في الترويج للمجلة كما في الشكل (٤) ومقدار انتشارها



، وقد لجأ المصمم الى توظيف العنصر الصوري في الغلاف لان العنصر الصوري غالبا ما يثير ويستغزه الجمهور، وقد يسهم في تلقي المجلة بكاملها ليس للغلاف فقط ، ثم ان العنصر الصوري كما ذكر في اعلاه تسهم وبقوة في التعبير عن الحدث ، ومن ثم تحقق تأثير كبير لدى الجمهور .



## ٢- اغلفة المجلات القائمة على الرسوم : (الاعلغة الرسومية) ان

العنصر الرسومي غالبا ما يحقق التلقي لدى (الجمهور) أدرك المصمم تلك الحقيقة جيدا ووظفها لصالحه لأجل تحقيق حق التلقي من قبل الجمهور ، كما في الشكل (٤) ، فالرسوم تسهم

كثيرا في التلقي لأن الجمهور قد يتسأل حول تلك الرسوم ما

الغرض منها ؟ وما الذي يمكن أن تحققه في تحقيقه؟ والعديد من الاسئلة ، لذا فتلك الاسئلة قد تحقق مقدار عالي من التلقي للغلاف وبالتالي المجلة بكاملها . ويرى الباحث ايضا أن التلقي قد يحتاج الى رسوم اعمال فنية غريبة أو مثيرة لتأكيد الاثارة لدى الجمهور ! وهذا بالضبط ما تحققه الرسوم التوضيحية لدى المتلقي .

## ٣- اغلفة المجلات على اساس النوع : (المتخصصة) ان المجلات المتخصصة غالبا ما

تتناول موضوع معين لذا فانها لا تشمل مواضيع متنوعة ، كأن تكون في موضوع الازياء أو مواضيع السياسة ، أو مواضيع التكنولوجيا ، تلك المواضيع يجذبها ناس معينين ويتابعها متلقين متخصصين لذا فان الباحث يرى انها من المواضيع التي تحقق التلقي لأن الجمهور التي يبحث عنها بشكل خاص وبذلك تسهم في التلقي الذي ينشده اصحاب المجلة العالمية ، التي تتخصص بمواصفات معينة دون غيرها . كما في الشكل (٥) .



## ٤- اغلفة المجلات القائمة على المفهوم (الاعلغة المفهومية) :

هذا النوع من اغلفة المجلات يشكل جميع المجلات ، لذا فهو يعبر عن كل تلك الانواع ، كما ان طريقة استخدامه يحدد تنوع الجمهور المتلقي ، ومن المهم ان نذكر ان طبيعة هذا النوع يحدد الموقع الجغرافي كذلك يحدد مزاج الجمهور و يسهم في

تحديد طبيعة تصميم غلاف المجلة كما أن تصميم الغلاف يمثل نوع المتلقين . كما  
في الشكل (٦).

### مؤشرات الإطار النظري :

#### أولاً :

ان تلقي البيانات المرئية يأتي تباعا اي وفق الترتيب الاتي:

- ١- الرسوم والصور.
- ٢- العناوين.
- ٣- الفقرات الكتابية (النصوص الكتابية) .

#### ثانياً :

أن الاساسيين المهمين في ذهن المتلقي ويحمل دور تذكري هما :

- ١- الموضوع
- ٢- الذات

#### ثالثاً :

٢ - ان ابرز أنواع اغلفة المجالات العالمية هي: ١- اغلفة المجالات المستندة الى الصورة.  
(الاغلفة الصورية) و٢- اغلفة المجالات القائمة على الرسوم التوضيحية (الاغلفة الرسومية)  
و٣- اغلفة المجالات القائمة على اساس النوع (الاغلفة التخصصية) ٤- اغلفة المجالات  
القائمة على المفهوم (الاغلفة المفهومية).

### الفصل الثالث

#### (إجراءات البحث)

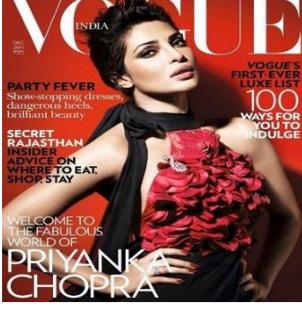
**منهجية البحث:** أعتمد المنهج الوصفي لأغراض تحليل المحتوى للوصول إلى أهداف البحث؛  
فهو من أنسب المناهج البحثية التي تلائم موضوع البحث بما يتيح إمكانية إجراء التحليل  
والاستدلال على سرعة تلقي عناصر اغلفة المجالات العالمية.

مجتمع البحث: يتضمن مجتمع البحث اغلفة المجلات العالمية.

عينة البحث: اعتمد الباحث الطريقة القصدية في اختيار نماذج العينة والبالغة ٣ عينات اي ٣٠ % من النماذج المختلفة المضامين والأساليب والمعالجات التصميمية وتوافر الأسباب الموضوعية في كل منها، والتي تتعلق بموضوع البحث الحالي، بعد استبعاد التصاميم المتشابهة والمكررة والتي لا تتفق مع البحث، بلغت عدد اغلفة المجلات العالمية (١٠) اغلفة للمجلات العالمية، وجدها الباحث مستوفية ومنققة مع هدف البحث.

### جدول بأغلفة المجلات العالمية (مجتمع البحث )

ت	اسم المجلة	صورة	عناصر التلقي	صورة الغلاف
١	CEC	صوري	الصور	
	TIME	مفهومي ة	رسوم توضيحية	
٣	Parents	صوري	صورية	

	<p>رسومية</p>	<p>رسومي</p>	<p>Print</p>	<p>٤</p>
	<p>رسومية</p>	<p>رسومي</p>	<p>BOGART</p>	<p>٥</p>
	<p>صور</p>	<p>صورية</p>	<p>ELEGANT</p>	<p>٦</p>
	<p>رسومي</p>	<p>رسومي</p>	<p>TIME</p>	<p>٧</p>
	<p>الصورة</p>	<p>Vogue</p>	<p>VCGUE</p>	<p>٨</p>

	<p>رسوم</p>	<p>TODAY Y</p>	<p>TODAY</p>	<p>٩</p>
	<p>صور</p>	<p>VOGU</p>	<p>VOGUE</p>	<p>١٠</p>

**عينة البحث:** بعد الاختيار اتبع الباحث الاختيار القسدي غير الاحتمالي من مجتمع البحث بواقع (٣) نماذج ٣٠٪، من مجتمع البحث طبقاً لموضوع الدراسة وطبيعة مشكلته؛ وارتباطها مع فكرة سرعة تلقي عناصر اغلفة المجلات العالمية .

**أدوات البحث:** للوصول إلى أهداف البحث صممت استمارة تحديد محاور التحليل، وعرضت على الخبير (أ.د. فؤاد أحمد شلال ) استاذ جامعي ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد تضمنت محاور تناولها الإطار النظري، إذ استند الباحث في تصميمها إلى ما تمخض عنه الإطار النظري من مؤشرات تمثل خلاصة لأدبيات التخصص اشتملت محاور عدة ذات تفصيلات تفي بمتطلبات البحث وتسهم في تحقيق أهدافه.

**صدق الأداة:** جرى التأكد من صدق أداة التحليل بعد عرضها على عدد من الخبراء وهم :

١- أ. د راقى نجم الدين ، استاذ جامعي ، كلية الفنون الجميلة / جامعة بغداد .

٢- م.أ.د. سند فؤاد محمد ، استاذ جامعي ، كلية الفنون الجميلة / جامعة بغداد  
والمتخصصين بمناهج البحث العلمي قبل تطبيقها، أجمعوا على صلاحية مفرداتها بعد  
إجراء التعديلات وبذلك اكتسبت صدقها الظاهري من الناحية البحثية.

الوسائل الإحصائية: احتسبت النسبة المئوية لعدد التكرارات المتحققة في نماذج العينة  
للوصول إلى النتائج الكمية للبحث.

### تحليل النماذج

#### (نموذج ١)

نوع الغلاف للمجلة العالمية	الغلاف	نوع عناصر التلقي	صورة الغلاف
اغلفة المجلات المستندة الى الصورة	CEC	صورة	

يبدو أن المصمم استعان بالغللاف الصوري لدوره الكبير في تحقيق سرعة تحقيق التلقي من قبل الجمهور لذا قام بتكبير الصورة قريب من حجم الغلاف ، وبدقة عالية ، ثم بعد ذلك حرص



شكل (٧)

المصمم اضافة لذلك على تركيب اضافة للصورة عدة عناوين مع عنوان الواضح مستعينا باللون الغامق للملابس الشخصية موظفا لها كخلفية للكتابة التي جاءت بالقيمة اللونية البيضاء لعنوان رئيسي ليضمن تباين عالي لذلك العنوان، كذلك لجأ الى نوع خطي جميل للعنوان ليضمن قدرته الجمالية المتلقي التي ذات جذب عالي

للجمهور، كذلك حرص على انسجامة شكليا مع اسم المجلة، اذن حرص على صفتين للعنصر الكتابي للعنوان الرئيس وهي ١- الانسجام مع عنوان الجملة ٢- التباين العالي من هنا استعان المصمم بأسلوب مميز من خلال استخدام الصورة والعنوان أي على تباين وانسجام العنصرين لتحقيق التلقي للغللاف الحالي للمجلة العالمية، ثم انه وظف كذلك العنصرين لضمان التلقي بعد ذلك اعطى تغشية لونية (البيضاء) ليضمن التباين للعنصر للتايوغرافي ، وحرص كذلك على توزيع العناوين الكتابية بشكل دائري حول الصورة الرئيسة للغللاف المجاور اي ابتعد مركز الصورة ، من اجل لا يؤثر على عدم تلقي الصورة بصريا كما في الشكل (٧) ، كذلك لجأ المصمم الى وضع رأس شخصية الغلاف قريبا من عنوان المجلة كي يساهم في التركيز على الصورة بصريا من قبل الجمهور .

### تباين تلقي عناصر اغلفة المجلات العالمية

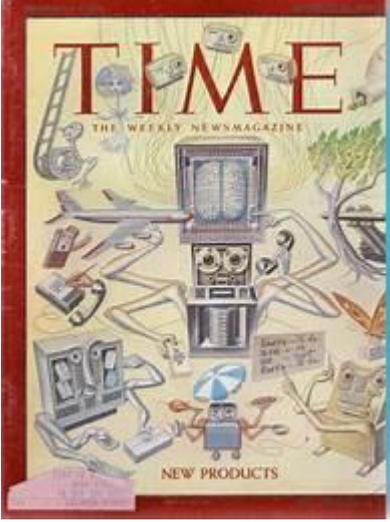
يبدو ان المصمم لجأ الى توظيف الصورة لشخصية معروفة في غلاف المجلة الحالي وهي صورة معروفة ومشهورة فضلا عن العناوين كذلك استعان بأسلوب توزيع عناصر على اطراف الصورة بطريقة شعاعية لأجل تحقيق التركيز والتخلص من التشويش البصري للجمهور المتلقي

، وكذلك تغطية العناوين بالقيمة اللونية البيضاء لضمان التباين و بروز العناوين من جهة وكذلك لأثارة المتلقين من جهة اخرى ، اذن استعان المصمم باساليب تضمن التلقي من قبل الجمهور وهي ١- العناصر الرسومية والصورية ٢- العناوين التي تغطي بقيمة لونية متباينة كحمر او القيمة بيضاء لتحقيق التلقي من قبل الجمهور.

### انواع اغلفة المجالات العالمية

كما ذكر الباحث سابقا فأن المصمم استعان بالعنصر الصوري ظنا منه في توثيق العلاقة بين الغلاف والمجلة فان المصمم استعان بالعنصر الصوري لغرض توثيق العلاقة مع المتلقي وبالتالي تحقيق التلقي وبذلك يحقق الغرض الذي من اجله قام بعملية نصميم الغلاف الحالي ، ثم استعان كذلك بالعناوين واستعان بنفس الاسبوب بأن وضعها بأطراف الصورة اي استعان بطريقة وضعها بطريقة شعاعية اي اطراف الصورة ، فيما بعد استعان المصمم بعنوان رئيس وهي عبارة ( ELON MUSEK ) ولغرض تمييز تلك العبارة عن باقي العناوين لجأ : ١- وسط العبارة الرئيسة ٢- جعلها اكبر حجما ، نتيجة لهذه النقطنين فأن العنوان الرئيسيين تحققت رغبة المصمم في تمييز العبارة ،ولن ينسى المصمم الكرافيكى بأن وضع جاءة بالفقرة الكتابية لتحقيق التلقي من قبل الجمهور ، وبذلك حقق المصمم التلقي من قبل الجمهور من خلال استعان بعناصر التلقي التي وصى بها الباحث (سكود) وتلك العناصر هي: ١- الصورة ٢- الرسومات ٤- الفقرات الكتابية .

**تحليل أنموذج (٢)**

اسم الغلاف للمجلة العالمية	المجلة	نوع الغلاف العالمي	صورة الشعار
اغلفة المجلات على اساس النوع	Parents	على اساس النوع	

**مفهوم التلقي:**

لا شك ان الحاسوب من الاجهزة المعاصرة الشديدة التأثير لدى الجمهور لذا لجأت مجلة تايم (Time) الى وضعه في غلاف مجلتها لكن بطريقة رسومية كي تحقق التلقي من قبل الجمهور كما أكد بذلك الباحث الامريكي (سكود) من خلال استلاله في المبحث الثاني اذ عد الرسوم من ضمن العناصر التي تحقق التلقي بالإضافة على ذلك العناصر الصورية والعنوانات وال فقرات الكتابية ، ثم الباحث لجأ الى وضع اسم المجلة في منتصف الموقع الاعلى الذي يعد اكثر المواقع التي يركز عليها الجمهور في غلاف المجلة الحالية ، وعمد الى اختيار القيمة اللونية الحمراء ، لما للقيمة اللونية الحمراء من لصفات جذب النظر ومقدار من تلقي من قبل الجمهور ، ثم انه لجاء الى العناوين الكتابية لتوزيعها على اطراف الرسوم بشكل شعاعي كما

لجأ المصمم في النموذج الاول حيث وزع العناوين بشكل اشعاعي مع صورة الغلاف ، اذن هنالك اسلوب ثابت لدى مصممي اغلفة المجلات العالمية وهو تركيب العناصر التلقي وهو الرسوم و الصورة ثم توزيع العناوين تلك بشكل اشعاعي على اطرافها ، لترسيخ التلقي لدى الجمهور وتجنب التشويش البصري لديه

### تباين تلقي عناصر اغلفة المجلات العالمية:

وكما هو واضح بصريا وبسهولة فأن المصمم استعان بعناصر صورية وهي الرسوم والعناوين التي تتوزع على اطراف الرسوم بطريقة ذكر الباحث كما سلف وبالماضع سابقا ، اذن استعان المصمم بعناصر تسهم في التلقي ، بتغشية لونية تحقق التباين والانسجام كما هو واضح بصريا في الغلاف الحالي ، وفوق ذلك استعان برسوم تمتاز بخطوط مستقيمة كي تنسجم مع عنوان المجلة .

### انواع اغلفة المجلات العالمية :

لجاء المصمم الى الاستعانة بالعنصر الرسومي كأحدى الاغلفة التي تسهم بتحقيق التلقي ، وهي الصورية والرسومية والمفهومية هذا ما دعى المصمم بأختيار العنصر الرسومي لترسيخ تلقي الغلاف الحالي ، من هنا لجاء المصمم الى الترويج الى جهاز منزلي حديث كذلك يمكن تسميته مثيرا للانتباه ، لأجل تعزيز التلقي مع الجمهور المتلقي ، اذن استعان المصمم بالعنصر الرسومي كأحدى عناصر التلقي كذلك لجأ الى القيمة اللونية الجاذبة المنسجمة مع القيمة اللونية مع عنوان المجلة وهي القيمة اللونية الحمراء ، ولا تحقيق المبدأ الجمالي الذي يهدف الى تحقيق التلقي وهي الانسجام اللوني وهي القيمة الحمراء والانسجام الشكلي بين العنصر الرسومي وعنوان المجلة ، وبلك حقق ورسخ المبدأ الجمالي وهو الانسجام اللوني والشكلي ، كاحدى الطرق لتحقيق التلقي .

## تحليل أنموذج (٣)

اسم المجلة	نوع الغلاف	نوع التلقي	صورة للجدارية المدرسية
BOGART	رسوم توضيحية	سهولة الادراك	

مفهوم التلقي:

وكالمعتاد استعان المصمم بعناصر ذات تأثير تسهم بالتلقي من قبل الجمهور فالعنصر الرسومي له تاثير (تلقي) كذلك استعان بالتوزيع العناوين بشكل شعاعي على اطراف العنصر الرسومي مع العناوين كما موضح بالشكل (٦) ، كذلك استعان بتغشية ذات قيمة بيضاء لأجل تباينه كما ذكرنا سابقا . حتى انه لجأ الى التغشية اللونية منسجمة مع العناوين لتحقيق انها منسجمة مع اسم المجلة ، اي ان اسم المجلة والعنصر الرسومي وعنصر العناوين كانا منسجمين تماما لونيا ، لذا فإن القيم الجمالية كالانسجام والتباين كانا حاضرين في الغلاف الحالي لتحقيق صفة التلقي مع جمهور المجلة.

تباين تلقي عناصر اغلفة المجلات العالمية:

لاشك أن المبادئ الجمالية التي تحكم العلاقة بين الجمهور وغلاف المجلة تسهم في تأكيد التلقي للغلاف والجمهور ، من النظرة الأولى للباحث يبدو أن المبادئ الجمالية واضحة جدا وموجودة في الاغلفة الحالية ، فاللون الاحمر واضح وجاذب وكذلك التباين يظهر واضحا جدا في الغلاف الحالي فاللون البرتقالي يتباين مع اللون الأزرق لينتأ مبدئ جمالي واضح كما في الشكل فالتباين واضح بين القيم اللونية الاحمر والرمادي ، كذلك التناسب والنسبة الذهبية

موجودة في العنصر الرسومي للغلاف وكذلك فإن الغلاف الحالي لا يفقد الكثير من الانسجام والتباين اي المبادئ الجمالية التي تسهم في الكثير من التلقي من قبل الجمهور .

### أنواع أغلفة المجلات العالمية :

اذن استعان المصمم بالعناصر التي تحقق التلقي ، كما حرص على تحقيق الانسجام بين تلك العناصر ، مثل اسم المجلة والعنصر الرسومي والعناوين كما ان المصمم حرص على تحقيق غلاف مجلة يحقق فيه صفة الانسجام والتباين في اللون وصفة اخرى وهي التوزيع الشعاعي مع الرسوم ، كذلك التأكد من ان العناصر هي عناصر رسومية كذلك عناوين كتابية (تاييوجرافية) من هنا حقق المصمم التلقي في الغلاف الحالي كما حققه الاغلفة الاخرى .

### الفصل الرابع :

#### عرض النتائج

بعد اكمال عملية التحليل توصل الباحث الى النتائج الاتية:

- ١- جاءت اغلفة المجلات العالمية، محققة سرعة تلقي من خلال استعانة بالعناصر الصورية والرسومية والعناوين التاييوجرافية ولفقراتها. فضلا عن توفر مبدئين جماليين هما الانسجام والتباين.
- ٢- وظف المصمم جميع العناصر لأجل تحقيق تباين لوني لتحقيق سرعة التلقي العناصر وحتى انه استعان بملابس (شخصية الغلاف) كإرضية متباينة للعناوين التاييوجرافية.
- ٣- حرص المصمم على تحقيق مبدأ الانسجام والتباين للعناوين لأجل تحقيق سرعة تلقي عالية للغلاف ، لضمان التواصل مع الجمهور المتلقي للأغلفة .
- ٤- وظف مصممو اغلفة المجلات كل العناصر لتحقيق هدف سرعة التلقي كهدف مبدئي جمالي كالانسجام والتباين او الاستعانة بالعناصر الصورية أو الرسومية لغرض تحقيق سرعة تلقي عالية.

٥- لجأ المصمم بنظام خاص لأجل توزيع العناصر التايوغرافية وهي الطريقة الشعاعية لغرض عدم التشويش على تلقي العناصر الصورية والرسومية ، بالتالي تحقيق السرعة العالية للتلقي لأغلفة المجلات العالمية وعناصرها ، العالمية

بعد إتمام عرض النتائج يؤشر الباحث الاستنتاجات الآتية :

#### الاستنتاجات:

١- قد تتخذ البنية الشكلية للأغلفة المجلات العالمية شكلا معيناً عبر التماثل كعنصر تعبيري وفي كل نوع من التماثل يعكس فعلاً وظائفاً لتلك البنية ، وبذلك تحقق أداء يتقبله الموقف البصري للمتلقي ليعوض بذلك موقفاً فكرياً آخر أكثر ترسيخاً في الذاكرة .

٢- تكمن قوة تمثيل الغلاف المجلة ، من حيث التأثير والاشتغال المفاهيمي الى استنادها إلى الشروط البنائية التي تتكون منها ومدى تأثير تلك المعطيات على الطريقة التقليدية في تنظيم المساحات وصيغة تغيير النمط الذي يعزز الاشتغال الوظيفي والجمالي والتعبيري.

٣- ما تحقق من تمثيل غلاف المجلة كشكل له دلالة تعبيرية وجمالية؛ يؤشر مدى تأثير غلاف المجلة في التعبير والقدرة على تحقيق أهداف التلقي التي يخطط لها المصمم المنفذ وأن يحصل على إنشائية الحقل المرئي بذلك تمثيل الغلاف والتي تمثل محور ارتكاز ينبغي فرزه والاهتمام به .

٤- إن الارتباط الناتج في ترسيخ التمثيل الغلاف عبر التباين مع العنصر المجاور ، يستمد طاقته عبر التنوع والاختلاف من تلك المعطيات والظهور بطريقة تجعل الفعل الرسومي المحاكي ذا قيمة تذكيرية عالية على مستوى التلقي زمانياً ومكانياً .

## التوصيات:

- ١- ضرورة اهتمام الشركات ومؤسسات المجالات في توظيف المجلة العالمية في منصاتها الصحفية .
- ٢- الإفادة من المؤلفات والبحوث الأكاديمية للباحثين وللمتخصصين في مجال تمثيل اغلفة المجالات لأغراض وظيفية تحقق أهدافهم في التلقي ومدى تأثير معطياتها .
- ٣- إيلاء أهمية للمجلات العالمية للترويج والدعاية الإعلانية التجارية للشركات والمؤسسات ودور النشر وكافة المؤسسات الحكومية لما تحمله من دور إبداعي وترويجي وظيفي وجمالي معاصر ، لضمان مواكبتها والإفادة منها؛ لتحقيق الجودة للاغلفة المجالات والشركات الصحفية بالعموم .

المقترحات : تواملا مع البحث الحالي ، يقترح الباحث الدراسة الآتية :

"العناصر الإدراكية ودورها في تحقيق البعد الوظيفي لأغلفة المجلات العالمية"

المصادر العربية :

- 1- (Abdul-Ghana Abu Al-Azm, Al-Ghani Al-Zahir Dictionary, Al-Jadeed al-Kootb, Amman, 2020
- 2- (Fouad al-Samarrai, The Structure of the Visual Text in Digital Graphic Design, 2016.
- 3- Abd al-Salam bin Abd al-Aali, Metaphysics of Science and Technology, .
- 4- Al-AtwaniHatam Kata ، The Functions of Typefaces،Baghdad, Dar Al-Fateh for Pub & Dis ، 2020 .
- 5- Al-Raed Dictionary, Gibran Masoud, Dar Al-Alam Al-Malayn, 2011.

- 6- *Muhammad Ibn Abi Bakr Ibn AbdulAbd Qadir Al-Razi, House of the Arab Book, Baghdad, 1981.*
- 7- *Prof. NassifJasim Muhammad, university professor, Department of Design.*
- 8- *Sand Fouad Mohamed, aesthetes expression in graphic design, Dar Al-am ,2022.*

المصادر الأجنبية :

- 1- *Anna Guerrero, How to design with White Space ?,6 A.M ,6/6/2020<https://www.canva.com/learn/white-space-design/>.*
- 2- *[Diana Guta](#) , White Space In Graphic Design: Guidelines Examples,[blog.bannersnack.com/white-space-in-graphic-design/](http://blog.bannersnack.com/white-space-in-graphic-design/) , [April 1, 2019](#).*
- 3- *Dr. Robert Gillam, Foundations of Design, translated by Mohamed Mahmoud, Dar Al-Nahda, Cairo, 1980.*
- 4- *Samantha Coates ,WHITE SPACE: AN OVERLOOKED ELEMENT OF DESIGN , Honors College Graduate Distinction at Western Kentucky University, 2014, P12.*