

الانعكاسات الاتصالية لإيماءات الصورة في التصميم الكرافيكي

أ.د. سحر علي سرحان
جامعة بغداد/كلية الفنون الجميلة

أ.م.د. إيمان طه ياسين
جامعة بغداد/كلية الفنون الجميلة

saharasarhan@gmail.com

eman.alhamad2010@gmail.com

الملخص

يعد الاتصال الإنساني منقوصاً، إذا لم تلازمه لغة التواصل البصري عبر الحركات والإيماءات، فاللغة اللفظية لا تكفي وحدها لإيصال المعارف والأفكار والمشاعر بشكل صحيح للمتلقي، فإيماءات الصورة التواصلية ذات أهمية في إيجاد التأثير العميق وتحقيق الفهم وإيصال رسائل بصرية إلى المتلقين. وهدف البحث الحالي هو الكشف عن الانعكاسات الاتصالية لإيماءات الصورة في أغلفة المجلات، وضم البحث أيضاً مشكلة البحث والحاجة إليه وأهمية وحدود البحث، فضلاً عن تحديد المصطلحات وأهم الاستنتاجات التي توصلت إليها الباحثتان عن طريق البحث.

الكلمات المفتاحية: الانعكاسات الاتصالية، إيماءات الصورة، التصميم الكرافيكي

Abstract

Human communication is incomplete if it is not accompanied by the language of visual communication through movements and gestures. Verbal language alone is not sufficient to convey knowledge, ideas and feelings correctly to the recipient. The gestures of the communicative image are important in creating a deep impact, achieving understanding and delivering visual messages to the recipients. The aim of the Research reflections of the image gestures in the covers of magazines, the research also included the research problem, the need for it, the importance and limits of the research, as well as defining the terms and the most important conclusions that the two researchers reached through the research.

Keywords (communicative reflections, photo gestures, graphic achievement)

الفصل الأول

أولاً: مشكلة البحث

يسعى المصمم الى إيجاد لغة بصرية مباشرة في التصميم الكرافيكي ولاسيما في تصميم اغلفة المجلات إذ تشكل الصور بصورة عامة عنصراً أساسياً في عملية الاتصال، كونها من الوسائل المهمة التي تهدف الى إيصال الفكرة والتأثير على الجمهور، إذ تكون واضحة ومفهومة، ويحاول المصمم تسليط الضوء عليها لأهميتها في تصميم اغلفة المجلات لجذب انتباه المتلقي ولتحقيق غاية وهدف محدد وهو ارسال الفكرة وتوضيح المعلومات لتكون الرسالة مؤثرة والتي أصبحت أكثر قدرة على الاعلام والابلاغ و التأثير الواسع في الحياة المعاصرة لما للصورة من ابعاد تعبيرية فاعلة ومعاملة لمواصفات الرسالة وانعكاسها الاتصالية . لتحقيق مضمون الرسالة في الخطاب الاتصالي ، التي يمكن ايصالها عن طريق لغة الايماءات للصور التي تستند الى الحركات والاشارات والرموز التي يوصلها الاشخاص عبر أجسادهم والتعابير التي تظهر عليهم، إذ تبين وبشكل واضح ما يقصدونه وما يشعرون به ، كما وتعمل على تحقيق فهم واستجابة اكبر تساعد في تعزيز الخطاب الاتصالي ويمكن ان تؤدي دوراً مهماً في تصميم المجلات، وعن طريق النقصي من قبل الباحثان على تصاميم اغلفة المجلات العالمية ، تم تحديد سؤال لمشكلة بحثهما بالتساؤل التالي : ماهي الانعكاسات الاتصالية لأيماءات الصورة في تصميم الفة المجلات انموذجاً ؟

ثانياً - أهمية البحث : تكمن أهمية البحث في إنه

١- تمثل المجلات واحدا من اهم المجالات التخصصية في التصميم الكرافيكي وايضاً من اهم الوسائل التي يعتمد عليها الاعلام ،فهي تعمل على تشويق المتلقين لحاجة معينة او حثهم على تقبل فكرة . لذا يمكن ان يسهم البحث في الاثراء المعرفي والعلمي في هذا الاختصاص.

٢- اثرء الجانب المعرفي لدى المصممين ومن ثم توظيف المفاهيم فيه بغية الوصول الى تصاميم تحاكي كونها احدى وسائل الاتصال المهمة التي تؤدي اهدافاً فكرية واجتماعية وسياسية واقتصادية، بوصفها رسالة تحمل معاني وظيفية وتعبيرية وجمالية .

ثالثاً - هدف البحث : يهدف البحث الحالي إلى :

الكشف عن الانعكاسات الاتصالية لإيماءات الصورة في تصاميم اغلفة المجلات

رابعاً - تحديد المصطلحات :

١.الإيماءات :

لغويًا :-

إيماء - إيماءه ، مصدر أومأ إلى/ أومأ لـ/ إيماءً إلى كذا: إشارة إليه- منها : فنّ الإيماء: فنّ يعتمد على الإشارات وتقاسيم الوجه وحركات اليد والجسد في التمثيل ، أومأ إليه / أومأ له : أشار إليه بيده أو بعينه أو بحاجبه أو برأسه أو غيرها ، كدلالة على الموافقة أو المعرفة أومأ إيماءً . اليه .: اشار اليه . اشار اشارةً . (جبران ، ١٩٨٢ ، ١١٠)

اصطلاحاً :-

هي الحركات التي تقوم بها بعض اعضاء الجسد وتحمل كل واحدة منها دلالة او دلالات واضحة تسهل عملية التواصل والاتصال، بوصفها لغة مساندة ومعززة للغة المنطوقة. (النوري ، ٢٠١٨ ، ١٦)

هي جميع القنوات غير اللفظية التي تصدر عن الجسد وتحوي دلالات معينة ، تحمل طابعاً جمالياً وتعبيرياً .(احمد ، ٢٠١٨، ٤٩)

٢.الصورة

لغويًا:-

مادة (ص. و. ر)، والجمع صُور، وقد صُوِّرَه فَتَصَوَّر، وتصورت الشيء توهمت صورته، فتصور لي، والتصاویر: التماثيل والصورة ترد في لسان العرب (لُغَتَهُم) على ظاهرها، وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته، وعلى معنى صفته، يقال: (صورة الفعل كذا وكذا اي هيئته، وصورة كذا وكذا أي صفته. أما التصور فهو مرور الفكر بالصورة الطبيعية التي سبق أن شاهدها وانفعل بها ثم اختزنها في مخيلته ومروره بها يتصفحها) (صلاح عبد الفتاح، ١٩٨٨).

الصورة (Image): تعتمد كلمة الصورة الى جذورها الى الكلمة اليونانية القديمة ايقونة (Icon) التي تشير الى التشابه والمحاكاة التي ترجمت الى الانكليزي (Image) (شاكر عبد الحميد، ٢٠٠٥، ١٧).

إيماءات الصورة

إجرائياً:—

هي أداة تضم على حركات وإشارات تصدر عن المرسل نابعة من باطن العقل ولها معاني وتعابير لا يؤثر لها لفظيا وهي مستقلة بذاتها او مكمله للغة اللفظية ومن اهم اشكال التواصل مع المتلقي.

الفصل الثاني/ الاطار النظري

أولاً:— مفهوم الإيماءة للصورة

تعد الإيماءة من اهم أشكال التواصل غير اللفظي والتي يمكن إن تحل محل الكلام في اغلب اشكالها، فيطلق عليها الإيماءات الرامزة وعن طريقها اصبح الاتصال غير اللفظي محاكيا للغة اللفظية، فالإيماءات هي سلوكيات حركية تقوم بها بعض أجزاء الصورة، منفردة أو مجتمعة أو يمكن القيام بها بأكمل الجسد، مما ينتج عنه رسالة تواصلية، كون الإيماءة والإشارة قد تغني عن الكلام وقد تصل إلى جمهور اكبر، ذلك إن الأشياء تدرك من بعيد

بصورة اكبر مما تسمعه الإذن. وإن الاتصال بالإيماءات، أصبح جزءاً أساسياً في الحوار ، فحضور الصورة بالإيماءات والإشارات هو من مكملات الحوار الأساسية ، ولا ينفك عنه ، فتمثل الاتصال غير اللفظي ، والكلام ، واللغة ، والسلوك الحركي، والعلامات الحركية (محمد العبد ، ٢٠٠٧ ، ١٠٠) فالإيماءة وسيلة من أهم الوسائل المكملة للحوار المنطوق في اللغة اللفظية ، وتعد اللغة لغة قائمة بذاتها ، إذ إنها قد تعبر عن بواطن ومضمور المعاني بشكل أدق واصدق من اللغة اللفظية ، فهي لغة غير لفظية ، وحركات ظاهرية تكون كتعبير الوجه وحركات العيون ، والأيدي والأرجل ، وكذلك الانحناءات والإشارات المعينة بالرأس أو الجذع ، يستعملها الإنسان لإيصال رسائل معينة للمتلقي المعني باستقبال الرسالة ، أو الغرض منها التعبير عن الحالة المزاجية للشخص و فرحاً كإن أوحزناً ، متعباً كإن أو مرتاحاً . والكثير من إيماءات الصور التي تبين الحالة النفسية للأشخاص (هيثم ، ٢٠١٣ ، ٣٣)

إن إيماءات الصورة ليست ظاهرة سطحية ، بل هي إيماءات ظواهر متكاملة تحمل دلالات وبنيات عميقة في الكشف عن كوامن ورغبات النفس وخفاياها . فهي هوية نفسية واجتماعية وثقافية ، ولا توجد ككينونة منعزلة ، لذا لا يمكن فصلها عن الخطاب أو الموضوع العام ، وهي لا تستقر بمفردها وإنما تحتاج إلى وجود عناصر تركيبية أخرى ، وإلى سلوك قراءتي يضاف إلى وسطها وأولها وآخرها ، حتى يكتمل كيانها المعنوي. ويضم أيضاً الحد الزمني والمكاني وكذلك الحيز الفضائي الفاصل بين اطراف العملية التواصلية، مما يشير إلى وجود دلالات جديدة تضاف إلى عملية التواصل، فحجم المسافة الفاصلة بين اطراف العملية التواصلية تشير أو تخبر عن نوع العلاقة بينهما في عملية الإبلاغ علاقة حميمة، علاقة عادية، علاقة عمل (سعيد ، ٢٠١٤ ، ١١) ومن هنا نجد إن للبعد الزمني والمكاني والحيز الفضائي، له دور كبير فاعل ومؤثر على عملية إنتاج المعنى للإيماءات والحركات والأفعال الجسدية.

ثانياً: - تمثّلث إيماءات الصورة في اغلفة المجالات :

تكشف الإشارات الناتجة من إيماءات الصور في غلاف المجلة عن الأفكار ، والمواقف ،
والعواطف ، والصفات فلغة الإيماءات وتعبيرات الوجه ، لها تأثير اعمق في عملية الاتصال
من الكلمات ونبرات الصوت مجتمعين (الفي ، ٢٠٠٨ ، ٩٦)

أن صنع الإيماءة يمكن إن تشترك عدة إيماءات لتحقيق المعنى، على سبيل المثال إيماءة "عدم
الدراية أو لا اعرف ولتوليد هذا المعنى للإيماء الصورة ، يتم عبر رفع الكتفين عالياً ، وإمالة
الرأس جانبا مع رفع الحاجبين وإطباق الشفتين وتقويسهما للأسفل ، مع فتح كفي اليدين أمام
الجسد . كما في الشكل(١)



استعمل المصمم لغة صامتة تكاد تحاكي اللغة اللفظية او ترتقي عليها للتواصل والتعبير
والتوضيح وظهرت مهيمنة في تصميم الغلاف لتحقيق التواصل سواء في التواصل اللفظي
المنطقي الذي يتم وجهاً لوجه كالمحادثة بين شخصين واكثر او التواصل الذي يتم عبر
الوسائل في اغلفة المجلات او الإشارات التي يؤديها وبالمعنى الواسع لعلم الإيماءات الجسدية،
يعرّف على إنه علم يختص بجميع القنوات غير اللفظية التي تصدر عن الجسد الإنساني
(الإيماءات هي حركات العين والأطراف ووضعية الجسد، وحركاته المختلفة، والمسافة بين
المتحدثين. وما يصدر عن الإنسان من تحرك أو صمت وسكون، فإن هناك إشارات إيمائية
تصدر عنه، تهدف إلى إيصال رسالة ما) (احمد عبد الأمير، ٢٠١٧، ٥) . ولا تعد الإيماءات
للصورة في التصميم ،نشاطاً أو سلوكاً عادياً أو تواصلياً فحسب بل تتعدى الإيماءات للصورة

ذلك النشاط والسلوك ، عبر محاولة إعادة صياغة الواقع ، وفق رؤيا خاصة تتجاوز عادية الأنشاء والبث والاستقبال ، وتخضع لمنظومة دلالية متكاملة من ناحية الشكل والمضمون و تجد لها معناً جمالياً ومعرفياً، تبتعد فيه عن الواقع والأسلوب المعتاد في التواصل.

تتمثل ايماءات الصورة بعدد من الحركات ، عدة وسائل للتأثير على المتلقين وتطوير أفكارهم وقراراتهم الشرائية أو لاعتناق رأي معين أو لإقناعهم لتبني اتجاهات معينة كذلك والتي يمكن ذكرها على السبيل المثال تمثل تعابير الوجه في وجه الإنسان اهم منطقة في الجسد يتم عن طريقها التواصل مع الآخرين فهو أول ما يستقبل من جسد الإنسان، لاحتوائه على اهم قنوات الاتصال المتمثلة بالاتصال اللفظي المتمثل باللسان والغير اللفظي المتمثل بتعابير الوجه (ولد النبيه ، ٢٠١١ ، ٨٧) فهو احد مصادر المعلومات المهمة التي يمكن ان نحصل عليها لتكوين صورة استنتاجية عن الأشخاص أو لإطلاق الأحكام عنهم . وتعابير وجه الإنسان جزء من مصادر هذه المعلومات التي تعكس ما يفكر به الشخص أو ما يشعر به وما سيقول كونها تخبر تعابير الوجه عن الحالة العاطفية والشعور، فالوجه مصدر أساسي للعواطف، وتتغير تعابير الوجه باستمرار عبر القيام بعملية الاتصال ، وتكون مراقبة ومفسرة من قبل المستقبل ، وهناك تعابير تبوح بالحالات الانفعالية اكثر من أي تعابير أخرى ، فمثلاً تميل العيون لإظهار السعادة أو الحزن أو الدهشة (ADEL، 2011، P778) كما في الشكل(2)



ويعد الوجه من الأدوات الفعالة في التواصل ، فالوجه من خلال ما يصدر عنه من تعابير وإيماءات يختصر الكلام والمشاعر والأفكار، وهو ذو تأثير فاعل من خلال قسماته المختلفة. ومتغيرات العصر تسير بخطى متسارعة وفقاً للتطورات العلمية والتقنية والمعرفية المتنوعة ، ونتيجة لسرعة إيقاعات هذه التطورات لم يعد ممكناً استعمال الجمل الكلامية الطويلة في التواصل ، لذا اقتضى العودة إلى لغة الإيماءات والإشارات الجسدية في عملية التواصل والاهتمام بها كونها تختزل وتختصر جملاً كثيرة وطويلة في العملية التواصلية ، ولكونها اصدق في التعبير كما هو الحال في تعابير الوجوه) (كامل ، ٢٠١٩ ، ٦) وتتشكل عبر تعابير الوجه علامات يمكن عن طريقها قراءة الانفعالات النفسية الإنسانية ، إذ عبر هذه العلامات الظاهرة على الوجه يمكن للمتلقي إن يعرف صاحب هذا الوجه ، مرتاح أو متعب ، مطمئن أو قلق ، فرح أو حزين . أو في حالة غضب أو خوف أو ترقب ، أو إحباط وغيرها من الانفعالات النفسية ، فالوجه هو الحاكي الأول لوضع الإنسان النفسي وانفعالاته الداخلية ، والتي أول ما تظهر على الوجه) (طلال ، ٢٠١٢ ، ١٥٩) فالوجه أشبه بلوحة تظهر ما يدور في العقول ومن مشاعر ، وكذلك أداة للتعبير والتواصل . وهذه التعبيرات التي يظهرها الوجه هي بمثابة لغة عامة في كل الثقافات وان تعبيرات الوجه تمد المتلقين بالأفكار ذات المعنى لما يفكر به المرسل أو ما يشعر به ، إذ يمكن في التصميم الاستفادة من كل إيماءة أو إشارة تصدر من الوجه ، كونها أداة للتعبير والتواصل تختزل الزمن وتعمل على إقناع المتلقين والتأثير فيهم وتحفيزهم لاستجابات معينة وتمثلت تعابير العيون التي تعد من اهم أشكال التواصل غير اللفظي ، التي يمكن إن يستدل على طبيعة الأشخاص ومعرفة نواياهم ، إذ إن لنظرات العين يمكن إن تبين دلالات عدة عبر حركاتها المختلفة والتي تظهر بشكل مباشر على الشخص . تركز أهمية لغة العيون من كونها تتخطى كل اللغات ، ففي لحظات يمكن إن تحكي ما يعجز عنه اللسان (فالعيون تتسلل إلى أعماق النفس لنقول كلماتها الخاصة ، فهي في الأغلب الأعم لا تعرف الكذب ، وهي مرآة صافية تعكس المشاعر وتبوح بالأسرار) (احمد ، ٢٠١٨ ، ١٣) وفي تصميم اغلفة المجلات ، نجد إن العيون تؤدي دوراً مهماً في التواصل ، وذلك بأرسالها لرسائل عدة في المجلات الى جمهور المتلقين ، إذ تحمل

في طياتها تعابير عدة مباشرة عن مضمون المجلة ، ومن الأمور الجاذبة التي يمكن إن تثير المتلقي في عملية التواصل هي الأسلوب اللغوي وطريقة ارتداء الثياب ، واختيار الألوان ، وكاريزما الشخص ، والإيماءات والإشارات الجسدية ومنها لغة العيون ، التي تبين مركز الشخص ووضعه الاجتماعي (هيثم ، ٢٠١٣ ، ٣٤) فالحاجبين من الأجزاء المعبرة وبدرجة كبيرة في وجه الإنسان، ويمكن استعمالها لتوصيل وأرسال كثير من المشاعر المختلفة ، على سبيل المثال بعض الأشخاص يرفع احد حاجبيه لأمر مقصود ، دلالة على عدم التصديق ، أو رفع الحاجبين دلالة على المفاجأة ، أو عندما يقوم الشخص بتجاعيد جبينه بسحب كلا الحاجبين إلى الداخل ، لتكوين تجاعيد مما يسهم في التركيز الشديد أو بيان حالة من القلق أو الغضب أو الإحباط (جيرارد ، ٢٣) كما في الشكل (٣)



يؤدي الفم ادواراً لا تقتصر على الكلام فقط ، وإنما له ادواراً ذات تأثير بائن وله تعابير جسدية تخبر عما يستكن في ذات الإنسان ومن غير كلام ، (فخارج اللسان شفتان تتحركان في كثير من الأحيان من غير كلام ، تعبيرات من خلال حركتيهما عن معان لا يمكن للسان بواسطة الكلام إن يعبر عنها ، فالشفاه حركات وتعابير يمكن إن تكون عنصراً أساسياً في لغة الإيماءات الجسدية) (رهام ، ٢٠١٨ ، ١١٦) وتبث الشفاه من الرسائل ما يكنه الضمير وهي ساكنة فقد يصمت اللسان ، وأما الشفاه ففي سكونها تفصح وتعبر ، فتدل بغلظها أو رقتها ،

بيروزها أو غورها، باسترخائها، عن إظهار الحب أو البغض أو الفرح والكدر أو الكبر أو الوداعة أو غير ذلك من العواطف وأظلالها (جرجي ، ٢٠١٢ ، ٥٠) كما في الشكل (٤)



تعد الابتسامة والضحك من خصائص الفم بعد الكلام وهما من العلامات الدالة عند معهود الناس على السرور والفرح والغبطة ، وإن التبسم قد يأتي دلالة على الغضب أو الاستهزاء ، وذلك حسب سياق الموضوع إذ يقال تبسم تبسم الغضبان أو تبسم تبسم المستهزئ (طراد ، ٢٠١٤ ، ٧٥) كما في الشكل (٥)



إن التبسم في حالة الغضب والاستهزاء معناه الرضا عن الطرف المقابل وإنما العكس هو الأصح. وللابتسامة دورٌ فاعلٌ في رضا المتلقين واكتساب ثقتهم إذ إنها تشعر المتلقين بالارتياح تجاه الأشخاص المبتسمين . فتعايير الابتسام تثبط ردود الأفعال والاستجابات العدوانية ، وتعمل على استمرار التفاعل الاجتماعي مع الآخرين ، والشخص الذي يعبر

بإبتسامة يعد شخصاً جديراً بالثقة ، ونزيهاً في أثناء التفاعلات الاجتماعية ومن هذا نجد إن التعابير الإيمائية للصور عبر تجسيد الابتسامة لها دور فاعل ومؤثر في عملية التواصل البصري لدى المتلقين في تصاميم أغلفة المجلات.

ثالثاً: الانعكاسات الاتصالية لإيماءات الصورة

ان الاتصال سمة من السمات الإنسانية المميزة، وجزء أساسي في متطلبات الحياة والأعمال، وله تأثير كبير على السلوك الإنساني، كما في التصميم الكرافيكي الذي يعد وسيلة من وسائل الاتصال البصري، ونشاط تنظيمي من خلال توظيف العلامات والإشارات والرموز أو الكلمات الكتابية والصور، بدلا من الكلمات الملفوطة، تحقيقاً للتواصل والتبادل الإنساني في عالمنا المعاصر (سحر ، ٢٠١٨ ، ٣٣) وامتد الاتصال ليضم قنوات عدة في العملية الاتصالية كالإيماءات للصورة والموسيقى وحتى الأزياء والأثاث .

للاتصال دور أساسي في العلاقات الإنسانية وبمختلف مجالات الحياة ، فهو مهارة يمكن أن تكتسب وتطبق لتحقيق المهام والأهداف وإيصال الأفكار والرسائل إلى الطرف الآخر .كونه لغة لتبادل الأفكار والآراء لدى الإنسان لتحقيق تفاعل فيما بينهم، وان هذا التفاعل يتم على وفق رموز واضحة ومعروفة للطرفين. فالاتصال من أقدم الممارسات الإنسانية القديمة، إذ انه يؤكد أمرين أساسيين: (محمود، ٢٠٠٣: ٢١).

١. استعمال نظام الرموز تكون واضحة للناس تعني شيئاً محدداً ذا معنى واضح ومتعارف عليه.

٢. تبادل الأفكار والمعاني أي تبادل المعلومات من قبل المجتمع لكي يتم الاتصال بين الناس لتحقيق التفاهم وتبادل الكلام في ما بينهم .فالاتصال جزء أساسي في أي عملية يقوم بها الإنسان التي عن طريقها يتم توصيل الفكرة ولكي تتم عملية الاتصال بنحو كامل وتام يجب أن تكون هنالك عناصر لتحقيق هذه العملية المتكاملة وهي: (محمد، ٢٠٠٥: ٨٣).

١. المرسل: هو صاحب الفكرة أي هو الذي يقوم بالاتصال بحيث يوضحها ويحسن إلقاءها كما هي في ذهنه بنحو واضح. كما يجب على المرسل أن يراعي الوسيلة التي يستخدمها، فقد تكون آلة أو إنساناً أو مطبوعات وغيرها من الوسائل.

٢. الرسالة: هي الفكرة التي يتم طرحها على المتلقي، إذ إنها تعد الجوهرية العملية الاتصالية. لذا يجب أن تلقى بطريقة تجذب المتلقي ويستطيع فهمها بنحو واضح، ولكي يتم تحقيق الهدف يجب أن يدرس المرسل الجانب السيكولوجي للمجتمع، أي يكون ذا اطلاع على ما يحدث من مستجدات في الحياة، فإذا طابق سلوك المرسل المجتمع تم تلقي الرسالة بنحو واضح. ومن هنا يمكننا أن نقول إن الرسالة حققت هدفها. (محمود، ٢٠٠٣: ١١٤) الغرض المقصود من الفكرة هي الوضوح وعدم الغموض ويجب أن تتشابه التقنية مع طبيعة الوظيفة.

٣. الوسيلة (قناة الاتصال): إن الوسيلة هي التي تتم عن طريقها ترجمة الموضوع الذي يحمل الكثير من المعاني والدلالات إيصال الرسالة إلى الجمهور المتلقي عن طريق آلة أو إنسان أو مطبوعات، أي قد تكون عبر التكنولوجيا - والانترنت أو قد تكون اتصالاً شخصياً أو جمعياً وغيرها من الوسائل. فيمكننا أن نقول بأن الوسيلة هي الوسيط بين المرسل والمستقبل (المتلقي) وتكون عبارة عن قنوات يتم نقل الرسالة بنحو واضح لنقل المعرفة. (بشير، ٢٠١٠: ٦٨) تختلف الوسيلة الاتصالية المستعملة باختلاف الأسلوب والهدف وطبيعة الجمهور المستهدف.

٤. المستقبل (المتلقي): يعد من عناصر العملية الاتصالية الذي هو المتلقي، أي هو الذي يتلقى الرسالة ويتفاعل معها عن طريق فك رموزها وقراءتها وفهمها وقد يكون المتلقي شخصاً واحداً أو جماعة. ونقاس نجاح عملية الاتصال بما يقوم به (المتلقي). إذ يعد المستقبل (المتلقي) هو الجهة التي يتم تزويدها بالمعلومات والأفكار. إذ ترى الباحثتان أنه لإتمام العملية الاتصالية في غلاف المجلة بنجاح لا بد على المرسل (المصمم) من أن يحقق أفكاره ويعددها عبر الصور والكلمات والإشارات مما تجعل مستقبل الرسالة (المتلقي) يفهم الرسالة كما يرغب المصمم وليس فهماً آخر بصورة مباشرة.

ومن هنا يمكننا أن نقسم الاتصال الى نوعان : (محمود، ٢٠١٢، ٤١).

١. الاتصال اللفظي (الشفوي):

تعد اللغة هي الأداة الاتصالية الرئيسة في الاتصال اللفظي فهي تكون منطوقاً شفهياً أو كتابياً. فالإتصال بنحوٍ عام يتكون من الكلمات، الإشارات، الرموز، لغة الجسد، والرموز تنقسم على أنواع عدة منها رموز صورية، ورموز لونية، ورموز رقمية، ورموز رسوم، فعندما تطورت المجتمعات وأصبحت قادرة على فهم ودراسة الرموز التي لها معانٍ مختلفة، فأفراد المجتمع يعتمدون على هذه الرموز والصيغ لفهم بعضهم بعضاً والتواصل في ما بينهم.

٢. الاتصال غير اللفظي:

توجد وسائل اتصالية أخرى غير الاتصال اللفظي، وهي التي يتم نقلها من دون استخدام الكلام أو من دون استخدام الألفاظ بما يتمثل بلغة الجسد، وتعبيرات الوجه، وحركة اليدين والرأس، وغيرها من التعبيرات التي لا يستخدم معها الكلام.

ترى الباحثتان ان الايماءات والصورة رافداً مهماً من روافد الاتصال، فهي لغة صامتة تكاد تحاكي اللغة اللفظية أو ترتقي عليها أحيانا في التواصل والتعبير والبيان على الرغم من التطور في وسائل الاتصال الحديثة، تبقى مهيمنة على التواصل الإنساني، سواء في التواصل اللفظي المنطوق الذي يتم وجهاً لوجه، كالمحادثة بين شخصين أو أكثر، أو في التواصل غير اللفظي. (محمود، ٢٠١٢، ٤٢).

الفصل الثالث

الاستنتاجات

١. تمثلت الانعكاسات الاتصالية لإيماءات الصورة في تصميم اغلفة المجلات ، بقصدية مباشرة من المصمم بتعابير مختلفة ، لتدل على معانٍ وإحالات واضحة ، تستدعي لأثارة حماس المتلقي ومشاعره.

٢. أن تنوع إيماءات الصور عن طريق القنوات الاتصالية في تصميم اغلفة المجلات ، عبر توظيف هيئات الشخصيات رئاسية وللشخصيات الثانوية، والمعبرة عن المواقف والأحداث المختلفة والمتعددة مما أدى الى تعزيز البعد التعبيري وتحقيق فهماً أكبر في عملية التلقي .

٣. إن توظيف صورة مشتركة في غلاف المجلة ، من اجل تحقيق البعد الوظيفي منها كوسيلة تأثيرية وإقناعية ، لتؤطر صوراً مختلفة للتواصل ، تعكس من ذاتها إلى المتلقي وإلى العالم الخارجي ، بشكل سلوكيات واتصالات غير كلامية معبرة عن جوهر ومضمون المجلة بصيغة فيها نوع من الغموض النسبي لشدة المتلقي لاستكشاف هذا الغموض ، ومحملة بتعابير ذات دلالات معبرة في غلاف المجلة.

التوصيات: توصي الباحثان بما يأتي:

١. الإفادة من الانعكاسات الاتصالية لإيماءات الصورة، كونها تعد أساساً ارتكازياً للعمل التصميمي في المجلات العالمية ، ولما لها من القدرة الفاعلة في العملية التواصل التواصالية مع المتلقين .

٢. ضرورة الابتعاد قدر الإمكان في استعمال التكتيف الشكلي الصوري لهيئات الشخصيات الموظفة في تصميم الغلاف ، فقد يكون سبباً في تشتيت فعل قراءة النص البصري من قبل المتلقين ، وسبباً أيضاً في فقدان التصميم للقيم الجمالية للمنجز التصميمي.

٣. الأيلاء بترجمة المصادر الأجنبية لما تتضمنه من معلومات غنية وحديثة عن إيماءات الصورة في التصميم الكرافيكي.

المصادر

١. أحمد توفيق حجازي . لغة الجسد الصامتة . عالم الثقافة للنشر . عمان . ٢٠١٨ .
٢. الجاحظ ، أبو عثمان عمرو بن بحر . البيان والتبيين . ط٧ . مكتبة الخانجي . مصر . ١٩٩٨ .
٣. جبران مسعود . معجم الرائد الصغير . دار العلم للملايين . بيروت . ١٩٨٢ .
٤. جرجي زيدان . علم الفراسة الحديث . مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة . مصر . ٢٠١٢ .
٥. جوزيف ماسنجر . المعاني الخفية لحركات الجسد . تر : محمد حسين شمس الدين . دار الفراسة للطباعة والنشر . بيروت . ٢٠٠٦ .
٦. جيرارد آي نيريج وآخرون . كيف تقرأ شخصاً مثل الكتاب . ترجمة ونشر مكتبة جرير . المملكة العربية السعودية . ٢٠١٦ .
٧. رهام عصام سعيد . لغة الجسد في شعر نزار قباني . رسالة ماجستير منشورة . جامعة النجاح . فلسطين . ٢٠١٨ .
٨. سحر علي سرحان . الاتجاهات النقدية وانزياحاتها في التصاميم الكرافيكية المعاصرة . مكتبة الفتح للنشر والتوزيع . بغداد . ٢٠١٨ .
٩. سعيد بنكراد . استراتيجيات التواصل من اللفظ إلى الإيماءة . مجلة علامات العدد ٢١ . المغرب . ٢٠١٤ .
١٠. شاكر عبد الحميد ، الفنون البصرية وعبقورية الإدراك ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، ٢٠٠٥ .

١١. طلال خليفة سلمان .علامات الوجوه في المشهد الآخروي.مجلة الباحث.المؤتمر الأول . ج٢ . ٢٠١٢ .
- ١٢.العلاق ، بشير، نظريات الاتصال ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،عمان، ٢٠١٠.
- ١٣.الفقي ، إبراهيم . البرمجة اللغوية العصبية وفن الاتصال اللامحدود . أبداع للعلوم والنشر . القاهرة . ٢٠٠٨ .
- ١٤.كامل سرمك حسن . لغة الجسد و الإتيكيت في العمل الإداري . دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع . عمان . ٢٠١٩ .
- ١٥.اللاحام ، ناصر. لغة الجسد في الإعلام الإسرائيلي . إصدار الكلية العصرية . فلسطين . ٢٠١٦ .
- ١٦.محمد الأمين موسى احمد . الاتصال غير اللفظي في القرآن الكريم . دار الثقافة والأعلام . حكومة الشارقة . ٢٠٠٣ .
- ١٧.محمد العبد . العبارة والإشارة . مكتبة الآداب . القاهرة . ٢٠٠٧ .
- ١٨.محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، الطبعة الثانية ، عالم الكتب ، ٢٠٠٥ .
- ١٩.محمود حسن أسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، الدار العالمية للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، مصر ، ٢٠٠٣ .
- ٢٠.محمود عبد الفتاح رضوان. الاتصال اللفظي وغير اللفظي . المجموعة العربية للتدريب والنشر . القاهرة . ٢٠١٢ .
- ٢١.النوري ، محمد جواد . لغة الجسد علم الكينات . دار الكتب العلمية . بيروت . ٢٠١٨ .

٢٢. هيثم منصور عبد القادر . لغة الجسد في برامج الرسوم المتحركة . رسالة ماجستير منشورة . جامعة الشرق الأوسط . الأردن . ٢٠١٣ .

٢٣. ولد النبيه يوسف . دلالات الحركات الجسدية في الخطاب القرآني . اطروحة دكتوراه منشورة . جامعة وهران . الجزائر . ٢٠١١ .

24.ADEL A.; SUZAN A.; COLT A. **The Importance of Non-Verbal Communication in Business** TIBISCUS UNIVERSITY TIMISOARA 2011.