

# الإتصال والتواصل وعلاقته بتداولية المنتج الصناعي

حنان غازي صالح<sup>1</sup>

مجلة الأكاديمي-العدد 97-السنة 2020 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229  
تاريخ استلام البحث 2020/7/12, تاريخ قبول النشر 2020/9/6, تاريخ النشر 2020/9/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص:

بتزايد التطورات الهائلة التي شهدتها العالم يوماً بعد يوم، عمل المصمم المعاصر على الكشف عن قابلياته على التطور ومواكبة التحولات في جميع أنواع الخطابات التصميمية كالخطاب التقني والوظيفي، ووسائل الإتصال العديدة التي تحويها هذه الخطابات واثراً على المتلقي، لما تحمله من مفردات مدركة ومحسوسة أو مضمرة تؤثر على علاقة المتلقي بتداولية المنتج الصناعي من خلال فاعلية وسائل الإتصال العديدة التي تحويها النواتج التصميمية والمتمثلة بالاتصال الوظيفي والشكلي والجمالي والتقني، ولغرض الوقوف على أهمية التداولية وفعاليتها ودورها التصميمي في المنتج الصناعي، ومن هذا اعتمدت الباحثة في بحثها على ثلاثة فصول تضمن الأول بيان مشكلة البحث والذي تحدد بالتساؤل التالي ما مدى فاعلية الإتصال والتواصل وانعكاسها على تداولية المنتج الصناعي؟ وعلى ضوءها تم تحديد هدف البحث تحديد آلية الإتصال والتواصل كرسالة اتصالية وعلاقتها بسمات التداول للمنتج الصناعي ومن ثم احتوى الفصل الثاني مبحثين، تناول الأول مفهوم آلية الإتصال والتواصل أما المبحث الثاني تناول المتلقي وتداولية المنتج الصناعي والفصل الثالث تضمن الاستنتاجات والتوصيات والمقترحات وتوصلت الباحثة الى اهم الاستنتاجات:

1. حققت واجهات الاستلام آلية الإتصال والتواصل من خلال ما تتضمنه من اشارات ورموز في المنتج الصناعي .
2. مثلت التداولية رؤية معاصرة للتخاطب والتواصل بين المنتج والمتلقي، فعدت التداولية من أهم سمات ابراز هوية المنتج الصناعي ، واتضح القيم التداولية لتقنيات تصميم المنتجات الصناعية المعاصرة من خلال سياقات قيم التداول التصميمي الجمالية والوظيفية والتكنولوجية والتقنية.

الكلمات المفتاحية: الإتصال، التواصل، التداولية.

<sup>1</sup> كلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد, [hananghazi.azawi@gmail.com](mailto:hananghazi.azawi@gmail.com)

تميز عصر الاتصال الذي نعيشه اليوم بتطور هائل في التكنولوجيا، وبتدفق المعلومات وسرعة تداولها بصورة لم يعرفها الجنس البشري من قبل. وبذلك تبرز أهمية الاتصال بكونه عملية أساسية في المجتمع، خصوصا أنه يتضمن تفاعلا بين المرسل والمستقبل في اطار بيئة اجتماعية معينة تعزز تلك البيئة الاجتماعية بما تقدمه الثورة التكنولوجية والعلمية بتقارب كبير في المعرفة والتواصل، فالابتكارات والتغيرات التقنية والتكنولوجية ظهرت من خلال النظام الاقتصادي والاجتماعي وما يحمله من تراكمات تؤدي دورها في ايقاد ذهن المصمم وطريقة تنظيمه للأشكال وتفعيلها وبما يعزز تداولية المنتج الصناعي كآلية تواصلية وكرؤية للتخاطب بين المصمم والمتلقي، اذ تعكس تلك الآلية تجلياتها العلاماتية من خلال ما قد يستعيره المصمم من مفردات ورموز متداولة وبخصوصية تصميمية ذاتية تعكسها أسلوبية المصمم.

وفي ضوء ما تقدم يمكن ان نستقرئ تفاعلية الاتصال والتواصل وانعكاسها في تداولية المنتج الصناعي بمستوى ما تقدمه من فاعلية في التداول للمنتج الصناعي ولذلك من الممكن صياغة مشكلة البحث بالشكل التالي: ما مدى فاعلية الاتصال والتواصل وانعكاسها على تداولية المنتج الصناعي؟

أهمية البحث: تتجلى أهمية البحث من خلال دراسة مفهوم الاتصال والتواصل لعددهما كرسالة اتصالية تؤدي الى اثاره استجابة نوعية لدى المتلقي والتأثير عليه نفسيا وعقليا وسلوكيا وانعكاسها في تداولية المنتجات الصناعية من الناحية الوظيفية والجمالية والابعاد السيكلوجية وما يحمله هذا المفهوم من ابعاد فكرية واجتماعية قد تنعكس سلبا او ايجابا في اقتناء وتداول المنتج الصناعي، كما يعد هذا الموضوع اضافة معرفية للمتخصص في التصميم عموما والتصميم الصناعي بشكل خاص.

هدف البحث : تحديد الية الاتصال والتواصل كرسالة اتصالية وعلاقتها بسمات التداول للمنتج الصناعي.

حدود البحث:

1. الحدود الموضوعية: منتجات ذات تصاميم صناعية تفاعلية.
  2. حدود زمانية:(2018).
  3. حدود مكانية: يتحدد البحث الحالي بدراسة نماذج مصنعة من شركة (SAMSUNG).
- تحديد المصطلحات:

الاتصال: توصل الى الشيء إي انتهى اليه او توصل اليه اي حاول بالتسامي الوصول اليه. ( Manaf, 2011, p. 21).

التواصل: يعني الاستمرارية، ويتضمن مفهوما اخر يتلامس معه وهو مفهوم الاتصال، ويعني التواصل العلاقة المتبادلة بين الطرفين (11, p. Mahibel, 2005).

التداولية: "ظاهرة خطابية وتواصلية واجتماعية في نفس الوقت (Blanche, 2007, p.15).

### الاطار النظري

#### المبحث الاول: مفهوم آلية الاتصال والتواصل

تميز عصر التكنولوجيا والتطور العلمي بتدفق سريع وبلا حدود للمعلومات والاكتشافات العلمية والتي عززت مستوى الاتصال والتواصل بين المجتمعات والمؤسسات بطريقة لم يشهدها الجنس البشري من قبل وبمستوى لا محدود من التقدم.

فالثورة العلمية التكنولوجية التي دخلتها الحضارة الانسانية المعاصرة تنطوي على امكانيات غير محدودة لتعاظم وتوالد المعرفة والمعلومات، والاسراع في نشرها وتداولها، وفي طرح تأثيراتها في صورة ملحة، وقد لا يجد الفرد ملاذا ليحمي ذاته في وجه تلك التأثيرات المتتالية والمتعاظمة.

فمن خلال فاعلية الاتصال تحدث تلك العملية التي من خلالها نقل الأفكار والمعلومات والآراء والتجارب وتداولها، على اختلاف طبيعتها ومجالاتها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والعلمية والثقافية، وعندما تتضمن هذه العملية تعاملًا مع جماهير ضخمة ومتنوعة، فإنها تشير الى مضمون ما يفرض بالاتصال الجماهيري والذي من خلال وسائل تطورت لهذا الغرض وبالوسيلة التي تكفل تحقيق أفضل تأثير ممكن.

يعرف الاتصال بأنه مجموعة الأنشطة الخاصة التي تعني بتبادل المشاعر والمعلومات والرغبات والمعرفة بشكل شفوي أو الكلمات والصور للإقناع وجعلها أكثر مألوفية وايجابية بين شخصين أو مجموعة (willyam, garfy, 1983,p.26).

كما ورد الاتصال أيضا بأنه "مجموعة الاتصالات والتعبيرات والأشكال التي تتم فيها بين البشر لغرض الابلاغ والايحاء والاملاء للعواطف والأفكار" (Al-Ghanmi, 1998, p. 52).

ويعرف الاتصال بأنه ذلك النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو المجتمع أو الانتشار أو الشيعوع عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعات باستخدام الرموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين (al-anbari,fethiye,1985,p.15). وكما موضح في الشكل رقم (1) الابداء والذي يقوم بنقل الافكار والمعلومات عن طريق الرموز والصور موضحا بذلك مفهوم الاتصال مع التطور الحاصل في العلوم والتكنولوجيا ليقابل التغيرات السريعة في منظومات الاتصال والتي تتكامل مع تغير وتطور النشاط الانساني وذلك من خلال تطوير الايقونات وانواعها بما تمثله من صور او اصوات او لغة مكتوبة والتي تعد وسائل للتعبير عن الافكار وتوصيلها من خلال واجهة الاستلام الوظيفي في الابداء والتي تمثل عنصرا اتصاليا مهما تتميز به عملية الاتصال والتواصل في المنتج الصناعي.



الشكل (1) يوضح ابياد ينقل المعلومات عن طريق الايقونات والرموز والصور <https://twasul.info> D

وهو ما أكده جون ديوي في أن الاتصال ما هو الا عملية مشاركة في الخبرة وجعلها مألوفة بين اثنين أو أكثر من الأفراد(Salama, 2001, p. 14).

بناء على ذلك يتصف عالمنا اليوم بالفيض المعرفي والتكنولوجي، اذ ينهال الى الوجود وباستمرار فيض غزير من المعارف نتيجة التقدم في البحث العلمي في ميادين الحياة كافة منها ميدان التصميم الصناعي. لقد توشح هذا العالم بمجموعة من المميزات أصبحت صفة هذا التقدم ، اذ يدل هذا التقدم على عملية الجمع بين العلم والعمل والتواصل والنظرية والتداولية والتواصلية مما قدم نتائج علمية وتطبيقية لها ظلالها على مستوى التنمية والتوجهات الانسانية والاجتماعية ، بشكل أتاحت مستوى عال من التكيف الانساني لمتغيرات الحياة متناغمة مع النمو السريع والتغير الكبير لمتطلبات المعرفة والبحث العلمي والتوصلي.وكما في الشكل رقم (2) الذي يوضح التطور في الشكل والتقنية من خلال مجموع الرموز والايقونات الموجودة على سطح الهاتف المحمول والذي يقدم العلاقة الارتباطية بين الادراك الحسي للمستخدم وعملية الاتصال والادراك والتي تعد عملية عقلية تعتمد على عمليات اخرى متمثلة بالانتباه والتركيز ومايمتلكه المستخدم من خبرات اكتسبها عبر مراحل التطور التقني للايقونات المستخدمة في الهاتف النقال واختزنها في ذاكرته كوسيلة قادرة على ربط المستخدم بكل ماحوله من مستخدمين حول انحاء العالم من خلال الايقونات والرموز والتي تعد ادوات للاتصال والتواصل على المستوى العالمي ، والتي يدخل المستخدم من خلالها في علاقات اتصالية لانه يرغب في بناء علاقات تربط بين بيئته والبيئات الاخرى ، اذ ان الاتصال بمصادر المعلومات والمعرفة يحقق علاقات اجتماعية وثقافية وفكرية على مختلف الاصعدة للأفراد ويساهم في تحقيق الانتماء والتكيف الاجتماعي ، ويحقق الترابط والتقارب بين افراد المجتمع الواحد كما يقارب بين ثقافات المجتمعات المختلفة من خلال الافكار التي جاءت بالرموز والايقونات المستخدمة في واجهة الاستخدام الوظيفي للهاتف النقال .



الشكل رقم (2) يوضح هاتف نقال يؤدي عملية الاتصال والتواصل عن طريق الرموز والايقونات

<https://5khtawat.com>

فالهاتف يوضح مجموعة الرموز والدلالات والايقونات والاشارات والالوان عزز من مستوى التواصل والتلقي والاتصال بين الأفراد والمجتمعات ، فالتواصل حالة الشيء ما مستمرا، وهي السلسلة المتعاقبة غير المنقطعة والاستمرارية هنا تعني بقاء الشيء في حالة وجود أو تأثير، والبقاء على حالة معينة أو نمط معين

من الفعالية، وهو أيضا متغير يرتبط في كل لحظة باللحظات المجاورة، كما هو نقل فعالية التراث من حالته غير الحاضرة الى وضع الحضور(Safadi, 1990, p.4).

قد يحدث الاتصال دون ارادة الانسان، فليس صحيحا أن الاتصال يقع فقط عندما يكون مقصودا، أو عن عمد، أو عندما يكون فعالا وناجحا، والاتصال يتضمن رسالة تنتقل من شخص أو أكثر لآخر أو آخرين، وهذه الرسالة قد لا تكون في شكل ألفاظ أو كلمات، فالإيحاء أو ابتسامة السخرية أو نظرات الاعجاب أو مظاهر التعبير الصامت على وجه المرء، أو المؤثرات الموسيقية، أو الرسوم، كلها رسائل تحمل معاني ومدلولاتها، تظل قائمة في حياة الفرد بصورة لا تنقطع، ولا تتوقف وهذا ما يلخصه بعض النقاد لهذه الحقيقة بأن ليس في وسع المرء أن يحيا دون اتصال(Rashad, 1984, p. 403). فالغرض من عملية الاتصال أنه يستهدف ايصال مفهوم الفكرة والمعنى وادراك فعل ما ، بمعنى آخر يهدف لإيصال فكرة تؤدي عملية مشاركة متبادلة أي حالة من التواصل بين تلك الخبرات والأحاسيس والمهارات من شخص لآخر أو لمجموعة أو عدة مجاميع بشكل تمنح لهذا الشخص القدرة على التأثير على أحد طرفي الاتصال ويحقق نوعا من التأثير الايجابي في سلوك الآخر وهو ما يعني بأن هناك شيئا من الذاكرة الفكرية والتصميمية من خلال العمل التصميمي يعدها كلغة متبادلة بينه وبين المصمم ، وهو يعني بان المستخدم يحمل في ذاكرته الفكرية شيئا من المعرفة التصميمية كلغة متبادلة بينه وبين المصمم عن طريق العمل التصميمي.

وهذا التفاعل يجعل من غير الممكن فهم جانب واحد من جوانب تلك العملية بمعزل عن الجوانب الأخرى من جهة، ويؤكد على الطبيعة الديناميكية للاتصال من جهة ثانية، كما أن هذا التفاعل والمشاركة بين المرسل والمستقبل يميز مفهوم الاعلام ويجعل المفهوم الأخير قاصرا عن التعبير عن العملية الاتصالية، لأنه غالبا ذو اتجاه واحد، ولا يتوافر في العادة لأفراد الجمهور امكانية توصيل آرائه أو تساؤلاته أو استفساراته الى المرسل اذا ما أراد ذلك (Rashad, 1984, pp. 11-12).

ان العمليات والنشاطات العقلية والعاطفية تمثل عمليات تفاعل اتصالية من خلال ما يتحقق من تأثير مسبق ويتبعه تبادل مشترك لتلك النشاطات بين الجماعات المشتركة فيه ، فالاتصال ذو صفة مستمرة ، لذا يوصف بالتواصل ، فتلك العملية التواصلية تمثل حركة متتابعة وديناميكية بلا بداية وبدون نهاية ، ويتضح الاستمرار أيضا في ردود أفعال المستقبلين وفي تعبيرهم عن تلك الردود، كما يتضح في امتداد الاتصال من الماضي الى الحاضر والمستقبل، وامتداد المعرفة نفسها الى الجذور، فضلا على تأثير السلوك الاتصالي للفرد والمجتمع بمستوى استعادة الوقائع الماضية والحاضرة وربطهما بما هو متخيل أو متوقع، فضلا عن كون أن انتقال المعاني ليست اجراء أليا، بل عملية معقدة ذات أبعاد بيولوجية ونفسية واجتماعية، فهي بيولوجية لارتباطها بالحواس والجهاز العصبي، وهي نفسية لارتباطها بالسلوك والعوامل النفسية، وهي اجتماعية لخضوعها للظروف والعلاقات الاجتماعية، فضلا على أنها تمثل حالات ونشاطات

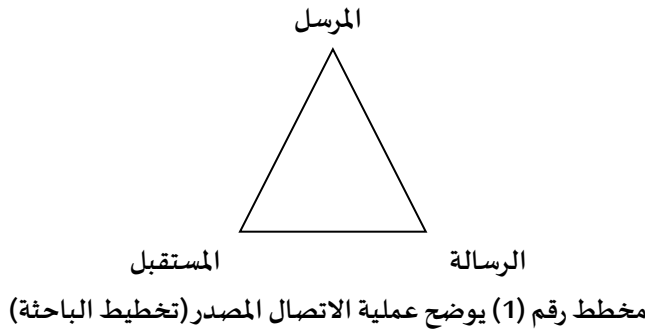
تفاعلية مشتركة , تنطوي على عمليات بايولوجية واجتماعية ونفسية ، ويفقد الاتصال فاعليته اذا لم ينتهي الى تفاعل، أو يمثل أغلب المتبادلين في العملية الاتصالية ولهذا نجد اتصالا فعالا واتصالا غير فعال .  
مما سبق ترى الباحثة أن لغة الاتصال في المنتجات الصناعية هي لغة اتصال بصرية ، والتي تتعلق بالأشكال والرموز والصور المتعلقة بالقيم الجمالية والوظيفية للمنتج الصناعي الذي يحقق عنصر جذب للمتلقى أو المستهلك.

ان أولى لغات الاتصال كانت الاشارات والرسوم التي كان يستخدمها الانسان القديم، اذ كانت مفرداته تنمو وفقا لبيئته وخصائص مجتمعه، وتمكن من تحويلها كأدوات فاعلة في نقل افكاره ومشاعره للآخرين، فالإشارات والألوان والرموز والأصوات والحركات كلها تحولت الى أدوات ووسائل تنقل المعرفة الى الآخرين(Al-Hussaini, 2008, p. 203).

يعد الاتصال من أقدم الممارسات الانسانية القديمة، ففك كانت حاجة الانسان لوجود لغة مشتركة مع الآخرين للتفاهم وتبادل الأفكار والآراء معهم، هي التي دفعت لعملية الاتصال التي تعد " حصول الفرد والجماعة على المعلومات والمعارف وايصال الآراء والأفكار والتجارب الى الآخرين بما يحقق تفاعلا اجتماعيا بين المرسل والمتلقي" (Qasim, 1986, p. 55).

ولهذا فقد تمت الاستعانة في الحالة الاتصالية بفنون وأساليب ووسائل عديدة تحقق هدف تعزيز المنتجات الصناعية، بما يتماشى وحاجات الانسان اليومية بما يطور القيمة النفعية والتداولية بشكل يعزز معه القيمة الاتصالية .

ويعد الاتصال البصري بأنه وسيلة نقل الأفكار والمعلومات في المنتجات الصناعية الى المتلقي من خلال عناصر الاتصال في التصميم، وهي العناصر التي تعتمد عليها رسالة التصميم في عملية انتقالها من المصمم الى المتلقي، وهي بذلك كأى رسالة بصرية أخرى لها مقوماتها الأساسية مع خصوصية الأداء الوظيفي الذي تؤديه هذه الرسالة وفق المخطط التالي:



المُرسل أو الترميز: هي العملية التي يقوم بها المرسل، وتشمل وضع الفكرة على شكل رسالة، والرسالة تتكون من صياغة للكلمات والصور، والرموز بالشكل الذي يمكن بثه، ويمثلها في فن التصميم المصمم ويشترك أيضا القائم على العملية الانتاجية للتصميم في حالة انتاجه الواسع في ميادين الصناعة المختلفة (Manaf, 2011, p. 19).

وأصل العملية التصميمية هو المصمم الذي يتطلب أن يكون مدركا بعناية كبيرة مغزى رسالته البصرية كفكرة يمكن قبولها من قبل الآخرين على المستويين الاجتماعي والثقافي، والى أي مدى يستطيع أن يحقق المقومات الأساسية التي تؤثر في انتاج وتعميق المعاني الايجابية لرسالته، والمصمم لا يقوم في انتاج أفكاره التصميمية وفق أهواء لا حسابات لها، وانما هو بأفكاره الخلاقة انما يعالج اشكالية جمالية ووظيفية ذات محتوى أو مفهوم محدد تتطلب الحاجات الانسانية حلها، وأن يكون بخبرته ومقدرته قادرا على اقناع الآخرين بأهمية رسالته والتأثير فيهم (Al-Hussaini, 2008, p. 218).

الرسالة: لا بد للمصمم أن يختار بعناية الوسيلة أو القناة التي يروم ارسال رسالته وآليات التوصيل لها، مراعى أهمية الوظيفة أو المنفعة واشباع الحاجة كضرورات أساسية تقدمها الرسالة . ولكي تكون الرسالة ذات جدوى تتطلب توفر أهم المواصفات التالية:

1. أن تكون ملائمة للغرض المقصود في فكرتها وشكلها ومضمونها ووظيفتها.
2. أن تكون واضحة ومفهومة ليسهل قبولها.
3. أن تلي الاحتياجات الحالية والمستقبلية للمتلقي.
4. أن تكون ذات تقنية مناسبة لطبيعة الوظيفة التي تؤديها (Al-Hussaini, 2008, p. 221).

المستقبل أو المتلقي: هو هدف عملية الاتصال، ونعني به الطرف الذي يستقبل الرسالة وهو المتلقي، فالمتلقي هنا يحاول ادراك فحوى المضمون المعبر عنه في الرسالة الاتصالية بواسطة الرؤية ومقارنتها بما يملكه من خبرات اتصالية للتوصل للمعنى الحقيقي من خلال عمليات الادراك والتعبير حتى يمكنه الاشتراك وفعاليتها في العملية الاتصالية كما في الشكل رقم (3) والتي توضح



الشكل رقم (3) يوضح التلفاز التفاعلي الذي

<https://www.new-educ.comA>

تلفزيون تفاعلي , وهي شاشة لمسية لوحية مسطحة تفاعلية ذكية الكترونية تعمل باللمس (K4) تقوم بعرض الفصول الدراسية والاجتماعات وهي ذات زاوية عرض واسعة وقوية وتعد رسالة اتصالية من المصمم الى المتلقي اي المرسل اليه لا يصال الفكرة من خلال عملية التواصل باستخدام وسائل جديدة تكنولوجية, وهناك عدة انواع من الاتصال والتواصل (كالسمعي , البصري, اللغوي) وينطلق الاتصال اللغوي من منطلق ان اللغة هي اداة الاتصال وهي عبارة عن نظام من الرموز لها عدة معاني صممت من قبل المصمم الصناعي وهي تمثل فكرة استلهمت من الواقع , وقد تكون هذه الرموز على شكل احرف وارقام واللوان وزوايا او خطوط او كلمات او اشارات .

وبهذا ومما سبق ذكره يتحقق التواصل نتيجة الفهم المتوخي من الرسالة من قبل المستلم، وذلك على ما يقوم به التواصل من وظيفة اجتماعية، كالمعتقدات والرغبات...، وان عملية الاتصال متلازمة مع التواصل، وتكمن أهمية التواصل في ايجاد وسائل جديدة لإيصال الفكر والذي يتطلب وعيا وتفهما وصرف جهد ذهني من قبل المتلقي، اذ أنه في زمن الثورة التكنولوجية تلتقي الأجناس وتتواصل فيها كل الثقافات واللغات والتجارب، فيصبح شأن الفكر أن يحرك طاقات المجتمع الكامنة ليصيح منه مجتمعا متقدما، ويحتاج هذا الى عملية توجيه تقتضي احداث بعض التغييرات الفكرية(Daofeng, 1989, p. 389).

من ذلك تحاول التداولية خلق النمذجة وتكرار النماذج والمفردات ، بينما التواصلية بتأسيسها للفعل التواصلية تحاول التفاعل مع الأنماط وخصوصا الأصلية منها بخرقها لمنظومة النماذج و لسلطة التداولية، فالتواصل أشمل وأعمق كسمة من التداول ويقعان على طرفي نقيض لكون الأول يتطلب خرقا للأنظمة المنمذجة السابقة وتحطيمها لدوائر الانغلاق التصميمي التي يحاول فرضها الثاني أي التداول(Safadi, 1990, p. 14).

ويعد المنتج الصناعي رسالة مصدرية حاول من خلالها المصمم الصناعي ان يؤثر في المتلقي ويجعله يتفاعل معه بلغة مشتركة، فلا يرتبط الاتصال بوظائف ثابتة يؤديها في مختلف النظم والمجتمعات. فوسائل الاتصال قد يكون هدفها الوصول لأكبر عدد من افراد الجمهور بهدف تحقيق اقصى ربح ممكن، كما هو الحال على وفق الفلسفة الرأسمالية، قد يصبح هدفها التوجيه والاعداد الكامل في التنشئة والارشاد والاقناع كما هو الحال وفق الفلسفة الاشتراكية، وقد يكون الاتصال مجالا خصبا لعمليات الاعلان والدعاية والتسويق وترويج الشائعات وغيرها من الامور، واداة لتحقيق تكامل الدولة ونشر المعايير والنماذج العقلانية بين عناصر وقطاعات ومؤسسات المجتمع، وتكريس القيم العصرية في عملية التعليم وتقوية عمليات الحراك الاجتماعي والمادي وايجاد نوع من الوحدة بدلا من التفكك والانقسام(Rashad, 1984, p. 176).



مما سبق ذكره ترى الباحثة أهمية وفاعلية الاتصال في المجتمع وفي جوانب الحياة كافة ومدى تأثيره على المجتمع بشكل عام ومدى تأثيره الواضح سلبا او ايجابا حسب التوجهات والاتجاهات. وسيتم توضيح اتجاهات الاتصال وهي:

1. اتجاه يؤيد أهمية فاعلية الاتصال وما يؤديه من عمليات ومهام كبرى في المجتمع المعاصر
2. اتجاه ينتقد دور الاتصال في المجتمع الحديث، وذلك في اطار التركيز على الجوانب السلبية، وما تنتجه وسائل الاتصال الحديثة من امكانيات للتضليل والدعاية والاكراه المعنوي وانعكاسها مجتمعيًا.

فالتواصل هنا هو تتابع صلة او علاقة مستمرة غير منقطعة، او متغير يرتبط في كل لحظة باللحظات المجاورة بخطوات صغيرة الى ابعد الحدود، وقد يكون التواصل في الزمان او المكان او العلاقة المنطقية (Kazem, 2000, p. 17)، وهو بذلك اشترك في شيء ما، ويفيد التفاهم والفهم المتبادل، لذلك يقتضي وسائط تتراوح بين انظمة رمزية ووسائل تقنية... بالتالي فالتواصل حالة ان يكون الشيء مستمرا، وهما السلسلة المتعاقبة غير المنقطعة، والاستمرارية هنا تعني بقاء الشيء في حالة وجود او تأثير، والبقاء على حالة معينة او نمط معين من الفعالية، وهو ايضا متغير يرتبط في كل لحظة باللحظات المجاورة، كما هو نقل فعالية التراث من حالته غير الحاضرة الى وضع الحضور (Safadi, 1990, p. 4). اذا التواصل هو التفاعل الاجتماعي الذي يحدث بين اثنين او اكثر من البشر بهدف فهم معطيات الحياة والتفاهم، وفي التصميم فهو عملية تفاعلية فيما بين المصمم والمتلقي من خلال الناتج التصميمي، من خلال كل تلك العلامات التي يحاول المصمم ان يؤلفها في نتاجه التصميمي وغاياته ايصال فكرته التصميمية، وتيسير عملية التفاعل الادائي والوظيفي والجمالي لذلك المنتج، ويعد التواصل في التصميم عملية تفاعلية فيما بين المصمم والمتلقي من خلال المنجز التصميمي، والتي تتم من خلال كل تلك العلامات التي يحاول المصمم ان يبتكرها ويؤلفها ويضمها في نتاجه التصميمي بقصدية يبغى من وراءها شرح وايصال فكرته التصميمية، ومن ثم تسهيل وتيسير عملية التفاعل الادائي والوظيفي والجمالي لذلك المنتج. مما تقدم ترى الباحثة أهمية التواصل ودوره في استمرار وتطور المجتمع الحديث، وأهمية التواصل ايجابا في المجتمع من خلال رسم صورة ممثلة للمجتمع، وتوضيح للمصالح العامة وصولا للأهداف المرجوة منها كما إنها تضيق بعدا حضاريا وفلسفيا ونفسيا في المجتمع إذ تعمل على رفع الثقافة المجتمعية بكل جوانبها.

#### المبحث الثاني: المتلقي وتداولية المنتج الصناعي.

تعالج التداولية علاقة العلامات بمؤولتها، وتعالج مظاهر حياتية بطريقة شاملة لمجموعة المظاهر التي ترتبط بعمل العلامات وتهتم بدراسة الشروط القبلية للتواصل كما هي، فلا يوجد لها طابع يرتبط بالظروف التجريبية، بل يرتبط بشروط الدلالة التواصلية العامة، وتتطرق اليها كظاهرة خطابية تواصلية واجتماعية معا، فالطريقة الوحيدة لتبليغ الأفكار هو من خلال القدرة التواصلية، إذ أن ما بين التداولية والتواصلية ليس فرقا، فالتداولية تعتمد على قوانين التعميم، وتستغني عن عامل الاقناع الكامن في المعلومة، دون

توسط الوعي والنقد وهي تقترب من المباشرة والحضور التام، في حين أن التواصلية تشكل خرقا للأنظمة المعلوماتية السائدة وهي لا تتطلب الذبوع أو الشبوع قبل أحداث الفعل التواصلية (Al-Makri, 1991, p. 49). حققت التداولية تحولات علمية وفكرية في المجتمع الانساني من خلال ما قدمته من منهج مادي ربط المنفعة بين العلم والمنتج ليقدم حافظا أساسيا في التطور الاقتصادي سرعان ما انعكس على الادب والفن والتصميم بشكل خاص. فالمصمم هنا يترجم الافكار الى منتجات او خدمات أو عمليات، او اي امور اخرى جديدة محققا فاعلية في قلب العملية التصميمية من خلال تحول تصميمي يمثل الواقع ويعبر عنه واحالة الواقع الى منتج صناعي يلبي حاجة الفرد (Armstrong, 2009, p. 42).

يرى جون ديوي ان المصمم لا يختلف كثيرا عن الفرد العادي الذي يمارس الفن كونه يعيش نفس تجربته ومعاناته فالخبرة الجمالية لا تتميز بشكل كبير عن الخبرة اليومية، فالتصميم يجب ان يرتبط بتطبيقاته العملية التجريبية ذات الاسلوب والمنحى الانساني والقيم الجمالية في التصميم لا تنفصل عن القيم الاجتماعية والدينية والاخلاقية لدى المجتمعات على مستوى التحولات الحضارية التاريخية وامتلاك الوعي المباشر يأتي من ضمن اساسيات وفي مقدمة الخبرات التي يتوجب على المصمم امتلاكها(Al-Hussaini, 2008, p. 32).

وهذا ما يعزز الفعل التداولي الاستخدامي الذي ينبع من شروط ومحددات التصميم المتميز، فعندما تنظم الوحدات والعناصر التصميمية فأنها تكون منجزا تصميميا ابداعيا. ان الخطاب التصميمي هو خطاب اجتماعي يرتبط بالمجتمع الذي يوجه اليه ويحمل قيمه ويحقق نتائجه من خلال مستوى التلقي لدى الفرد وتفاعله الاستخدامي مع المنتج، فهنا يتحقق المعنى والمفهوم والاتصال الذي يعرفه جون ديوي "بأنه عملية مشاركة في الخبرة وجعلها مفهومة بين اثنين أو أكثر" (Salama, 2001, p. 16).

وعلى وفق ذلك تدرس التداولية المعنى بين المصمم اي المرسل والمرسل اليه وهو المتلقي ضمن سياق معين، والذي يشير الى أهمية دراسة المصمم وخبرته في فهم الأبعاد النفسية والجمالية والمنفعية وما الى ذلك والذي تعد سياقات تداولية تحكم المنجز التصميمي وذلك عبر قيام المتلقي برد المعنى من خلال تفاعله واقتناؤه وتقبله للمنتج التصميمي الصناعي، وان تقبل المتلقي للمنتج التصميمي يضفي على المنتج وجودا وتكاملا وحضورا وذلك نتيجة لتواصل المتلقي مع المنتج.

يمثل المنتج الصناعي حاليا بما قدمته التقنية والتكنولوجيا ظاهرة ثقافية في المجتمع، اذ يعد آلية للتواصل بين المرسل والمتلقي والممثل ضمن هذه الآلية لا يعد بمثابة تعبير عن انفعال ذاتي تطلقه مخيلة المصمم عبر نتاج ذهني بحث، بل يمثل تخطيط ودراية معرفية متراكمة وصياغة مستويات وتأويل ومن ثم تحويل مجموعة كبيرة من العناصر المساهمة في المنجز التصميمي ، اذ ان سميولوجيا الخطاب البصري

لدى المتلقي تعد لغة معنية بالأشكال والخطوط والألوان والإشارات والايقونات الشكلية , وبمجموعها تؤلف نظاما تواصليا محملا بالرمز والإشارة ويمتلك مقوماته الخاصة . (Hanan,2017,p 191).

ومن خلال ما سبق تجدر الإشارة الى أهمية الأنظمة والقواعد والشروط التي يعتمدها المرسل وهو المصمم وخبرته في ايجاد وابتكار خطوات ملموسة تجد طريقها الى فهم المتلقي وهو المرسل اليه , اذ تبرز هذه الأهمية لدى خبرة المصمم ومعرفته بتلك الأنظمة والآليات والقواعد التي تعزز فهمه وادراكه ومخيلته في اظهار المنتج ( الرسالة ) بطريقة وصياغة تجعل من المتلقي في حالة من التشخيص الصحيح والفهم والادراك لينتج عنها حالة من التفاعل مع المنتج الصناعي .  
وهذا التفاعل يظهر من خلال رسالة المصمم فتتحقق هنا فاعلية الاتصال والتواصل وبالتالي القدرة التداولية أو الفعل التداولي من خلال تلك الآليات .

ترى الباحثة ان التداولية تعتمد على ما يقدمه المصمم الصناعي من منجز تصميمي يجد حضورا لدى المتلقي ويقابله قدرة المتلقي في فهم المعنى المقصود من المرسل من خلال فهمه لمجموعة الانظمة والقواعد والشروط التي وضعها المصمم لتجعل المتلقي في حالة من التفاعل مع المنتج الصناعي والتعاطي معه.

#### الاستنتاجات:

1. حققت واجهات الاستلام آلية الاتصال والتواصل من خلال ما تتضمنه من اشارات ورموز في المنتج الصناعي.
2. مثلت عملية التواصل في التصميم عملية تفاعلية بين المصمم والمتلقي من خلال الناتج التصميمي وكذلك عملية تفاعل بين المنتج الصناعي والمتلقي والتي تتم من خلال العلامات التي يضعها المصمم في نتاجه التصميمي بغرض اصال الفكرة التصميمية وتسهيل عملية التفاعل الادائي والوظيفي والجمالي للمنتج الصناعي، وقد تم توظيف (الايقونات، الرموز) لغرض الاداء الوظيفي.
3. ان التطورات التقنية والتكنولوجية الحديثة ووسائل توظيفها في تصميم المنتجات الصناعية كان نابعا من المتطلبات الانسانية المعاصرة لتكون سلعة قابلة للتداول والتواصل.
4. ان لاستخدام التكنولوجيا والتقنيات الذكية في تصاميم منتجات الالفية الثالثة اسهمت في تحقيق التداولية من خلال الوظائف التي يقدمها المنتج وتمكين المستخدم على التفاعل مع انواع مختلفة من واجهات الاستلام الذكية ذات الامكانيات المختلفة اذ تمكنت من تحقيق اهدافه المختلفة باستعمال منتج واحد فقط.
5. مثلت التداولية رؤية معاصرة للتخاطب والتواصل بين المنتج والمتلقي، فعدت التداولية من أهم سمات ابراز هوية المنتج الصناعي ، واتضح القيم التداولية لتقنيات تصميم المنتجات الصناعية المعاصرة من خلال سياقات قيم التداول التصميمي الجمالية والوظيفية والتكنولوجية والتقنية.

6. تمثل آلية الاتصال والتواصل رسالة انتقالية من المستخدم الى المستخدمين الاخرين عبر الرموز والايقونات المتداولة في واجهة الاستلام الوظيفي للمنتج الصناعي

#### التوصيات:

- 1- التأكيد على أهمية آلية الاتصال والتواصل في المناهج الدراسية لأقسام التصميم لما يمتلكه من سعة انتشار كبيرة ودوره البارز في المجتمعات المعاصرة .
- 2- الاهتمام بإعداد برامج ودراسات توضح أهمية الاتصال والتواصل واليته من خلال وسائل الاتصال والاعلام المختلفة المرئية والمسموعة ووسائل الاتصال الاخرى .

#### المقترحات:

زيادة الدراسات والبحوث المتعلقة بالية الاتصال والتواصل من خلال التقنيات الذكية وبكافة المجالات والقيام بدورات تدريبية لذوي الاختصاص من المصممين لغرض تنمية الوعي بأهمية التقنيات الذكية ودراسة المتغيرات التقنية والتي تعمل بالية الاتصال والتواصل على مستوى التصميم والتصميم الصناعي (وظيفية، شكلية، اجتماعية، نفسية، اقتصادية، فكرية) وتأثيرها على تصميم المنتجات الصناعية.

**References:**

1. Armstrong, Janice, Unleash Your Creativity, 1st Floor, Arab Science House Publishers, Beirut, 2009.
2. Blanche, Philip, Circulation from Austin to Goffman, Ter: Saber Al-Habasha, Dar Al-Hiwar Publishing and Distribution, Syria, 2007.
3. Al-Hussaini, Iyad Abdullah, The Art of Design in Philosophy, Theory and Practice, Part 1, Publications of the Department of Culture and Information, Sharjah, 2008.
4. Doving, Zaitlin, Contemporary Theory in Sociology, Ter: Mahmoud Odeh and Ibrahim Othman, Dar Al-Salasil, Kuwait, 1989.
5. Hanan Ghazi Saleh, Polarization and Communication Mechanism at the Commission of Green Industrial Products, No. 83, University of Baghdad, College of Fine Arts, 2017
6. Qasim, Siza, and Nasr Hamed Abu Zaid, Introduction to Simotology, Translated Articles and Studies, Dar Al-Yasir Al-Masria, Dar Al-Alem Al-Arabi, Cairo, 1986.
7. Salama, Abdel-Hafiz, Communication and Educational Technology, Dar Al-Fikr for Printing, Jordan, Amman, 3rd edition, 2001.
8. Rashad, Abdel Ghaffar, Studies in Communication, Nahdat Al Sharq Library, Cairo University, 1984.
9. Manaf, Alaa Hashem, Media and Communication Philosophy, Safa House for Publishing and Distribution, Amman, 1st floor, 2011.
10. Mahibel, Omar, The Problem of Communication in Contemporary Western Philosophy, Difference Publications, Algeria, 2005.
11. Al-Ghanmi, Abdul-Jabbar Mandeel, The Declaration between Theory and Practice, Al-Bazouri Scientific House, Jordan, Amman, 1998.
12. Al-Anbari, Fethiye, International or International Media and Advertising, University Knowledge House, Alexandria, Egypt, 1985.
13. Kazem, Jinan Abdul-Wahab, Dialectic of Communication in Iraqi Architecture, PhD thesis (unpublished), University of Baghdad, Architecture, Baghdad, 2000.
14. Al-Makri, Muhammad, Form and Speech, The Arab Cultural Center, Lebanon, Beirut, 1991.
15. Safadi, Obedience, Criticism of the Western Mind, Modernity and Postmodernism, National Union Center, Beirut, 1990.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts97/443-456>

## Communication and Outreach and their Relation to Industrial Product Circulation

Hanan Ghazi Saleh<sup>1</sup>

Al-academy Journal ..... Issue 97 - year 2020

Date of receipt: 12/7/2020.....Date of acceptance: 6/9/2020.....Date of publication: 15/9/2020



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

### Abstract

With the increase of the huge developments that the world witnesses day after day, the contemporary designer tried to reveal his abilities in development and coping with transitions in all types of design discourses such as the functional and technical discourses, and the numerous means of communications included in these discourses and their influence over the recipient, because they carry perceptible, tangible or implicit vocabulary that influences the recipient's relation with the circulation of the industrial product through the effectiveness of numerous means of communication contained in the design products represented by the functional, formal, aesthetic, and technical communication. In order to highlight the importance of circulation and its effectiveness and design role in the industrial product, the researcher conducted her study in three chapters. The first clarified the research problem which has been determined by the following question: what is the effectiveness of communication and outreach and their reflection on the circulation of the industrial product? In view of this, the research objective has been determined and the communication and outreach mechanisms have also been identified as a communicative message and its relation to industrial product circulation attributes. The second chapter included two sections, the first addressed the concept of communication and outreach mechanism, while the second tackled the recipient and the industrial product circulation. The third chapter consisted of conclusions, recommendations, and suggestions. The researcher reached at the following conclusions:

1-Reception interfaces achieved communication and outreach mechanism through the signs and symbols included in the industrial product.

2-Circulation represented a contemporary vision for the discourse and communication between the product and the recipient, that circulation is considered one of the most important features of highlighting the identity of the industrial product. The circulation values of mechanisms of the contemporary industrial products design have become clear through contexts of the aesthetic, functional, technological and technical design circulation values.

**Keywords: communication, outreach, circulation**

<sup>1</sup> College of Fine Arts / University of Baghdad, [hananghazi.azawi@gmail.com](mailto:hananghazi.azawi@gmail.com).