

التفكير البصري والإيكولوجي: رؤى متكاملة في تصميم الصورة الاشهارية



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

مریم القماطي

أستاذة مساعدة متعاقدة بجامعة القيروان، تونس.

نشر إلكترونيًا بتاريخ: ٢٣ ديسمبر ٢٠٢٤م

الكلمات المفتاحية: التفكير البصري، التفكير الإيكولوجي،
الصورة الاشهارية.

* المقدمة

يتناول هذا المقال أهمية دمج التفكير البصري والتفكير الإيكولوجي في العمليات البيداغوجية ضمن حقل الفنون وتصميم الصور الإشهارية، بهدف تحقيق تجربة تفاعلية للمستهلكين وتكريس مبدأ الاستدامة، والسعي الى فهم التأثير المتبادل بين عناصر التفكير البصري، التي تتناول الجماليات والجاذبية البصرية، والتفكير الإيكولوجي، الذي يركز على الارتباط بالبيئة والاستدامة. ونرجو الى تحقيق التوازن المثلى بين الجوانب الفنية والمفهوم البيئي وفسح المجال للطلبة لإظهار تصوراتهم البصرية التي اكتسبوها من المشاهدات العامة كمرجعية لخبراتهم في الممارسات الفنية في صناعة الصور الإشهارية باعتبارها إحدى أهم السمات المميزة للحياة اليومية

للمجتمعات الحديثة، نتيجة المرحلة الفكرية المتقدمة التي وصل إليها الإنسان، سواء في الميدان الاقتصادي أو ثقافي، لان الإشهار بحكم طبيعته يمس قطاعات مختلفة، كالثقافة، والمجتمع، والتعليم، والترويج للسلع، بالإضافة الى تكريس مبدأ الايكولوجيا، والذي يمثل قضية شائكة لا بد من التطرق إليها والغوص في مختلف جوانبها.

يقدم هذا المقال تحليلا لمفاهيم التفكير البصري والإيكولوجي، مشيراً إلى التكامل بينهما لتعزيز قوة وجاذبية الصورة الإشهارية، سعياً منها لبلوغ الطالب حد إدراك ما يتعلمه من العلوم والمعارف مما يمكنه من الوصول إلى مستوى تعليم ذات معنى وأثر يستمر أطول فترة ممكنة مما يسهم في توجيه الانتباه وتعزيز الفهم العميق للرسالة الترويجية. كما يستعرض استراتيجيات تطبيقية لتحقيق توازن مثلى بين العناصر البصرية المبهرة والتأثيرات الإيكولوجية، مما يعزز

فعالية الإشهار وتأثيره الإيجابي على الجمهور. والسعي الى تحقيق نجاح فعّال في حقل التسويق وترسيخ الهوية البصرية والبيئية عبر الصورة الاشهارية، للتأثير في سلوك الفرد اتجاه البيئة من خلال خلق طرق جديدة حول عرض الرسالة الاشهارية التي تعمل على جذب المستهلك لإراديا وتهديب رؤية المجتمعات الى جماليات البيئة الطبيعية من حولنا، ثم تطويرها الى أعمال ذات أفق تصميمية متطورة تسعى الى لمس مشاعر المتلقي تجاه البيئة، خاصتنا وأما عرفت في الآونة الأخيرة انتهاكات خلقت نوع من عدم التوازن البيئي، حيث أصبح النظام البيئي يعاني العديد من المخاطر التي تهدد توازنها واستقرارها، مما يتطلب البحث عن سبل للمحافظة على البيئة التي نعيش فيها وفهم العلاقات والقوانين الطبيعية التي تحكم هذه البيئة والتعامل الجدي مع مختلف مكوناتها، والحد من مشكلاتها، وأيضا وضع خطط وإستراتيجيات عبر الصورة الاشهارية على المدى البعيد من أجل تحقيق التنمية المستدامة وغرس القيم البيئية في نفوس الأفراد منذ سن مبكرة لأنهم أجيال المستقبل وذلك عبر اعتماد منهجية التفكير البصري كركيزة لتدريس مادة تصميم الصورة والتي تساهم بشكل مباشر في تنمية سلوك الطالب وتوجيهه فنياً وجمالياً، وبالتالي وردت فكرة التدريس وفقا لمهارات التفكير البصري، كخطوة لتنمية قدرات الطالب من جميع جوانبه حيث يمكنه ان يرى ويحلل ويحدد ويميز عناصر الصورة، علاوتا على رفع درجة تذوقه الابداعي للفن وفهم الموضوعات المطروحة في الصور الاشهارية واستيعابها وترجمتها الى لغة لفظية ثم توظيفها، وانطلاقا من هذه الفرضيات تحاول دراستنا معرفة دور

الإشهار في تعزيز الفكر الايكولوجي عبر اعتماد مهارات التفكير البصري هدف تحقيق التأثير وترسيخ المعلومات البيئية. من هنا يمكن تلخيص مشكلة البحث الحالي، لإجابة عن التساؤلات التالية:

كيف تساهم الصورة الاشهارية عبر استراتيجيات التفكير البصري في خلق الفكر الايكولوجي؟ وهل ستؤثر طريقة تدريس تصميم الصورة وفقا لمهارات التفكير البصري ودعمها لمقومات الفكر الايكولوجي على اداء الطلاب وعلى التأثير في المتلقي، لذا جاء المقال الحالي لبحث في الرؤى المتكاملة للتفكير البصري والإيكولوجي في تصميم الصورة الاشهارية

* التفكير البصري

نشأ هذا التفكير في مجال الفن، فعندما ينظر المتلقي إلى رسم ما فإنه يفكر تفكيراً بصرياً لقراءة الرسالة المتضمنة في الصورة، وبالتالي يقوم بعملية الجمع بين أشكال الاتصال البصرية واللفظية في جملة من الأفكار، علاوة على انه وسيط للاتصال والفهم الأفضل لرؤية الموضوعات والتفكير فيها. يمثل التفكير البصري أحد اهم انماط التفكير التي تسعى الى توظيف المثيرات البصرية التي تلتقطها عين المتلقي كالصور والرسوم والاشكال، كما عبر عليه "Mileman": "قدرة المتعلم على تخيل وعرض فكرة أو معلومة ما، باستخدام الصور والرسوم بدلا من الكثير من الكلام الذي نستخدمه في الاتصال مع الآخرين." (Mileman, 1993) والتي تبني الى التصورات العقلية المرتبطة بالجوانب البصرية والحسية المبنية على ترجمة الاشكال البصرية، والتي تساهم بدورها في اثارة المتلقي ودفعه

التفكير البصري	
الإبصار	التخيل
عبر حاسة البصر يستطيع المتلقي فهم الأشياء وتحديد أماكنها وأشكالها ووظائفها، فضلا عن معرفة ما يحيطه وما يدور حوله من أحداث تختبرها ذاكرته والتي تمثل خزينة المعرفي.	التخيل فهو عملية تكوين صور جديدة من خلال استرجاع الذاكرة، ويتم ذلك في ظل انعدام المثيرات البصرية، حيث تعمل ملكة الخيال على استحضار الصور والعمل عليها سواء بالإضافة أو الحذف أو التجريد للخروج بأشكال جديدة غير معروفة.

جدول عدد ١ التفكير البصري: التفكير والابصار

في حين يرى "الهويدي" ان للتفكير البصري ست مهارات هي: "مهارة القراءة البصرية، مهارة التمييز البصري، مهارة إدراك العلاقات، مهارة تفسير المعلومات، مهارة تحليل المعلومات، مهارة استنتاج المعنى." (Howaidi, ٢٠٠٤)

* التفكير الإيكولوجي

مثلت الإيكولوجيا علم يدرس العلاقات العضوية في علاقة بالمحيط والوسط الذي يعيش فيه الانسان، وتعمق العالم الألماني هياكل "haeckel" في هذا الموضوع وهو من ادخل هذا الفكر في الدراسات المعاصرة. وقسم مصطلح ايكولوجيا في الجامعات الأمريكية إلى قسمين مختلفين: القسم الأول هي الايكولوجيا العميقة "l'écologie profonde" والتي تجعل من البيئة والحياة مركزا للكون. والقسم الثاني هي الايكولوجيا السطحية "L'écologie superficielle" وتسمى كذلك بالايكولوجيا المحيطية وقد جعلت من الإنسان مركزا للكون. (Morfaux, ٢٠٠٥)

لقد وقف ميشال سير "serres Michel" ضد نزعة مركزية الإنسان من خلال حقوق الطبيعة، وقد غير "سير" من ايكولوجيا المفكرين السياسيين للعقد الاجتماعي إلى العقد الطبيعي بحيث يصبح الكون كله موضوعا للحق

نحو اكتشاف مضامين تلك الرموز مما يساعد في تحسين عملية التفكير من اجل قراءة الرسالة المضمرّة في ذلك العمل الفني. وفي هذا السياق اهتم العلماء والباحثون والفلاسفة بالتفكير كوسيلة تدعم تطور الفرد والمجتمع.

تعد اكتساب مهارات التفكير البصري من الوسائل التي تساهم في إمكانية التمثيل البصري للمعلومات العلمية والمعرفية من خلال دمج تصورات المتلقي البصرية الخاصة منها الخبرات المبنية على الخبرات السابقة مع مرجعياته المعرفية، واستعمالها في بناء العلاقات البصرية الجديدة وتحليلها وتركيب المفاهيم، فالتفكير البصري يمثل: "منظومة من العمليات تترجم قدرة الفرد على قراءة الشكل البصري وتحويل اللغة البصرية التي يحملها ذلك الشكل الى لغة لفظية مكتوبة أو منطوقة، واستخلاص المعلومات منه" (Aleufun, ٢٠١٢). كما يعتبر التفكير البصري أحد أهم إستراتيجيات الذكاء في علاقة بالجانب البصري نتيجة اعتماده على الصور والرسوم والأشكال، علاوتا على التصور البصري وعمليات التمثيل العقلية واستحضار الصور من الذاكرة. كما يعتمد التفكير البصري على عمليتين اساسيتين هما التفكير والابصار، بذلك يقتصر "دور العين في التفكير البصري على توفير المثيرات الحسية، واثارة المتعلم، في حين يعمل الخيال على الربط بين التخيلات والتجارب السابقة." (Alqawasima, ٢٠١٢)

واعتبار الإنسان مركزاً للكون حسب "سير": "بمجرد أسطورة بل يجب أن نحفظه أولاً من نفسه قبل كل شيء." (نيتشه، ٢٠١٠)

عرف التفكير الإيكولوجي أنه نهج في التفكير يقوم على العلاقة بين الإنسان وبيئته. وفهم كيفية بلورة أفكارنا وسلوكياتنا على البيئة كي تتوافق مع الاستدامة البيئية. عبر النظر في القضايا البيئية والاجتماعية والاقتصادية كنظام مترابط. وتبرز أهمية التفكير الإيكولوجي في تعزيز الوعي بأهمية الحفاظ على البيئة والاستدامة. من خلال خلق التفكير الإيكولوجي يمكن للأفراد والمجتمعات اتخاذ قرارات أكثر وعياً بشأن استخدام الموارد الطبيعية ودراسة تأثيرها على البيئة، كما يسعى التفكير الإيكولوجي في تطوير مناهج وسياسات واقتصاديات هدفها الأساسي الحفاظ على البيئة والحد من التأثيرات السلبية عليها.

يساعد التفكير الإيكولوجي على فهم كيفية تأثير سلوكياتنا وقراراتنا على البيئة وكيفية التفاعل المستدام معها. يمكن للأفراد والمجتمعات اتخاذ قرارات أكثر وعياً بشأن استخدام الموارد وتأثيرها على البيئة، مما يساهم في تعزيز الاستدامة، بالإضافة إلى تطوير السياسات والاقتصاديات والحد من التأثيرات السلبية عليها عبر فهم العلاقة بين الإنسان والبيئة واتخاذ قرارات مستدامة تسعى إلى تحسين نوعية الحياة والحفاظ على الموارد للأجيال القادمة علاوة على تعزيز الحفاظ على التنوع البيولوجي والحياة البرية والبحرية. كل هذه النقاط توضح أهمية التفكير الإيكولوجي في تحقيق الاستدامة والحفاظ على البيئة وتحسين نوعية الحياة.

* الصورة الاشهارية

* دلالة الصورة الاشهارية

لطالما أتيحت للإشهار استعمال رموز اللغة والصورة وسحرها المتمازج و"استغلال لما تمنحه اللغة من إمكانات مكتوبة ومنطوقة، إضافة إلى استغلال إمكانات الصورة ثابتة كانت أو متحركة". (François، ٢٠٠٢)، وعند رجوعنا إلى نظرية اللسانيات "السوسيرية"، من حيث أن العلامة دال ومدلول، يرى "بارت" أن الرسالة الاشهارية تحوي على رسالتين، الرسالة الأولى هي الدال الذي يمثل العبارات أو الكلمات من حيث معانيها الحرفية، بغض النظر عن مقاصدها التجارية. والرسالة الثانية هي المدلول أي المعاني المباشرة. لعل ما يميز الأولى هو قابليتها للتحليل وما يميز الثانية شموليتها نظراً لوجود الوحدة والمعنى في كل الرسائل الاشهارية. وهنا يكون الدال أساليب البلاغة والمجاز، وأما المدلول فجودة المنتج ومزاياه، ويخلص "بارت" إلى القول بأن الرسالة الأولى برمتها، أي دالا ومدلولاً، إنما هي دال للرسالة الثانية. (Barthes R).

مثلت الصورة الإشهارية عند "رولان بارت" مجموعة من الدلالات البصرية والتشكيلية والأيقونية دون أن يفصل الصورة عن ثنائية الدال والمدلول وقد حصر نسيج الصورة في ثلاثة أطراف الأول الفاعل، وهو المصور والمشاهد وهو المتلقي والباحث وثالثا الهدف من الصورة دال. وانطلق "رولان بارت" في دراسته للصورة من رؤية "سوسيولوجية" تمكنه من تفكيك الصورة معتمداً على علم العلامات واللسانيات. واعتمد في تحليل الصورة الإشهارية تأويلها

حسب مستويين الأول هو المستوى التقريبي الذي يكون المعنى فيه واضحا أما الثاني فهو المستوى الإيحائي يكون فيه المعنى مضمرا.

وتضيف "كارين ب.ج" "Karine"

Berthelot-Guiet " أن "العلاقة بين الإشهار واللغة غنية وكذلك يرى الدكتور "بشير إبرير" أن لغة الإشهار "تحمل فكرة رئيسية واحدة تود تبليغها إلى المتلقي في أحسن الظروف والأحوال" (بشير، إ.، ٢٠٠٥)، فعنصر اللغة إذن بالغ الأهمية في الرسالة الإشهارية، ولا يمكن للنشاط الإشهاري الاستغناء عنه.

* مظهرات الإشهار

تعددت أنواع الإشهار واختلفت باختلاف المعايير والزوايا والتعاريف، فمن الدارسين من عرف الإشهار حسب الهدف المرجو منه، إذ توجد العديد من الأسس التي صنف بها الإشهار لعل منها التقسيمات الشائعة التي يمكن أن يقسم بها الإشهار (ناشف، ١٩٩٩):

١- الإشهار حسب نوعية الجمهور الموجه إليه ويعرف بالإشهار الاستهلاكي وهو إشهار موجه إلى المستهلك النهائي وإشهار الأعمال، وهو إشهار موجه إلى رجال الأعمال، المؤسسات، وخدمات خاصة.

٢- الإشهار المبرمج وفقا للمنطقة الجغرافية التي يغطيها، والتي تحكم فيه الرقعة الجغرافية إذ يغطي مدينة معينة أو منطقة معينة.

(ناشف، ١٩٩٩)

٣- إشهار يوجه إلى كل من يقيم داخل الدولة الواحدة.

٤- إشهار عالمي وهو الذي يتجاوز إقليم الدولة كإشهارات الشركات العالمية.

كما تتعدد أنواع الإشهار حسب نوع الاستجابة المطلوبة: -

١- استجابة سريعة ومباشرة تدعو إلى إقبال الجمهور فوراً، مثل إشهار التخفيضات.

٢- استجابة تدريجية غير مباشرة: يكون التأثير فيها تدريجياً وبطيئاً.

كما يمكن تقسيم الإشهار حسب الأهداف المتوخاة فيه: -

الإشهار التعليمي: يتعلق بتسويق سلعة جديدة

وهدفه إعلام الجمهور بتوفر السلعة في السوق

١- الإشهار الإرشادي: هو نشر المعلومات حول المنتجات وتقديمها للجمهور في أقصر وقت وجهد وتكلفة.

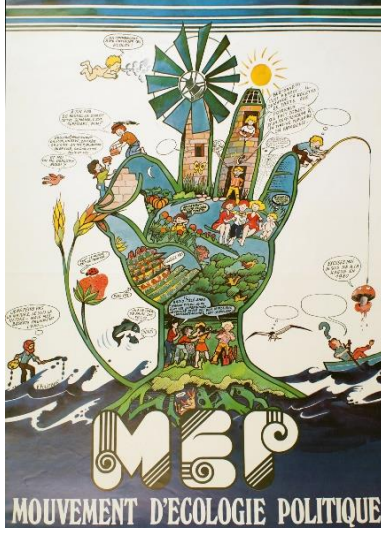
٢- الإشهار الإعلامي: يعمل على تقديم خدمات ومعلومات للجمهور عن طريق وسائل الإعلام.

٣- الإشهار التذكيري: هو إشهار يساهم في تذكير المستهلك بالمنتج أو بالخدمات.

٤- الإشهار التنافسي: نظراً إلى تنوع السلع والخدمات لابد من وجود الفعل التنافسي فهو السبيل للوصول إلى أعلى الدرجات لذلك يحرص كل طرف على سبق الآخر في بلوغ الهدف.

وتتعدد وسائل الاشهار بين الوسائل المسموعة وهي

الإعلانات الإذاعية التي تبث على موجات الأثير الإذاعي، ويتم الإشهار فيها من خلال الكلمة المسموعة، إذ يلعب الصوت



ملصق من عام ١٩٧٩ لحركة البيئة السياسية التي تضم العديد من المنظمات البيئية.^١

تأسست حركة البيئة السياسية في عام ١٩٧٩، والتي كانت تُعرف سابقاً بالحركة البيئية التي تأسست في عام ١٩٧٤ على يد "أنطوان ويشتر" و"سولانج فيرنيكس"، وتجمع العديد من الجمعيات البيئية. تم حله عندما تم إنشاء منظمة "Les Verts - حزب البيئة" في عام ١٩٨٢. تعتبر الحركة البيئية أو الحركة الأيكولوجية، مجهود جماعي للحفاظ على البيئة والسياسة الخضراء، في إطار علمي واجتماعية وسياسية هدفه الأساسي معالجة القضايا الأيكولوجية. وساهم علماء حماية البيئة في العالم في السعي الى المحافظة على الموارد البيئية عبر إجراءات وتغييرات في السياسة العامة والسلوك الفردي. كما تعترف الحركة الأيكولوجية بالفرد كعنصر فعال في المحافظة على النظم الأيكولوجية، وتمحور الجهود حول البيئة والصحة وحقوق الإنسان. ونتج في هذا السياق العديد من الوسائل الإعلامية والاشهارية لدعم الفكر الأيكولوجي

دورا كبيرا في التأثير في المتلقي وإيقاظ مشاعره. (إبرير، تموز، ٢٠٠٥). يعتبر اختيار القنوات المناسبة لتنفيذ الحملات الإشهارية من أهم القرارات المتخذة في مجال إدارة الإشهار. ولعل تنوع وسائل الاشهار وتعدددها ما هو إلا سعي وراء تحقيق وظائفه.

* الاشهار الأيكولوجي

يمثل الاشهار أحد اهم مقومات الحفاظ على البيئة حيث تتجسد مهمته الأساسية في نشر المعرفة للمتلقي وتحقيق الوعي البيئي الازمين لتسيير الاتجاهات والنوايا نحو الفكر الأيكولوجي الذي يقوم على نقل المعلومات وعلى انشاء بيئة خصبة للتعليم وفق المقومات البيئية، كما يعول على الجمهور نفسه ليكون أداة توعية مساهمة بشكل فعال في نشر القيم البيئية، وتتجلى أهم أهداف الاشهار الأيكولوجي في تحقيق وعي بالبيئة كمسؤولية مشتركة للجميع وتنمية الحس بما لدى كل متلقي للرسالة الاشهارية الأيكولوجية حتى يتمكن من الحصول على مواطنين فاعلين حقاً، مساهمين في تحقيق التنمية المستدامة المتواصلة بمحافظتهم على البيئة.

^١ اطلعت عليه من موقع: <https://www.aetherium.fr/21-> [visuels-percutants-avenir-planete]

* عودة الى اشهار ليب للبيئة

* اجراءات البحث

هدفت هذه الدراسة على التعرف على فعالية تدريس تصميم الصورة وفقا لمهارات التفكير البصري على تحصيل طلاب السنة الأولى تصميم صورة. حيث كان المنهج التحريي المنهج المتبع في الدراسة على عينة من الطلاب بين ٢٠٢٢/٢٠٢٣ و ٢٠٢٣/٢٠٢٤ وقد تراوحت أعمار الطلبة ما بين ١٨ و ٢١ سنة تجمعهم عوامل مشتركة كالمستوى الثقافي واللغة، مما اتاح لنا السيطرة على المتغيرات المؤثرة في



التفكير البصري والإيكولوجي: رؤى متكاملة في تصميم الصورة الاشهارية

* تحديد مهارات التفكير البصري

القراءة البصرية	تعني القدرة على تحديد أبعاد وطبيعة الشكل أو الصورة المعروضة
التمييز البصري	تعني القدرة على التعرف على الشكل أو الصورة المعروضة، وتمييزها عن الأشكال الأخرى أو الصور الأخرى
إدراك العلاقات	القدرة على رؤية علاقة التأثير والتأثر من بين المواقع الظاهرية المتمثلة في الشكل أو الرسم المعروضة
تفسير المعلومات	القدرة على إيضاح مدلولات الكلمات والرموز والإشارات في الأشكال وتقريب العلاقات بينهما
تحليل المعلومات	تعني قدرة المتعلم في التركيز على التفاصيل الدقيقة والاهتمام بالبيانات الكلية والجزئية.
استنتاج المعنى	تعني القدرة على استخلاص معاني جديدة والتوصل إلى مفاهيم ومبادئ علمية من خلال الشكل أو الصورة المعروضة

جدول عدد ٢: مهارات التفكير البصري (الهويدي، ٢٠٠٤، ١٩٣)

صياغة فقرات الاختبار: صيغة فقرات الاختبار في

صورة الاختبار من متعدد وقد بلغت عدد فقرات الاختبار ٦

فقرات لكل مهارة، وقد روعي في صياغتها ملائمة الفقرات للمستوى الفكري لطلاب العينة.

ثبات البيانات وصدقها: يجب في هذا السياق اتخاذ

بعض الإجراءات المنهجية الكافية لضمان درجة مناسبة من

ثبات البيانات وصدقها ويذكر "فيرتشيلد"

"H.Fairchild" (شبير) أن الثبات: يعني مدى الاتساق

بين البيانات على نفس الأفراد ونفس الظروف إلى أكبر حد

ممكن. والصدق فيعني أن تكون الإجابات على الأسئلة صادقة

وأن يقاس كل سؤال فعلا على ما صمم لقياسه.

الخطوة التدريسية: وضعنا خطة تدريسية تتمثل

بتحديد الأهداف العامة والخاصة، ومن ثم اختيار طريقة

التدريس على وفق لمعير التدريس بالتفكير البصري التي تم

طبيعة سير البحث وتعد هذه العينة مثال للمجتمع، وقد

اعتمدنا الاختبار التحصيلي في مقارنة بين هاتين السنتين كأداة

للدراصة التحصيل البيداغوجي لك سنة، حيث ظهرت في

الدراصة أهم النتائج إنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في

متوسط درجات الاختبار التحصيلي المعرفي بين طلاب

٢٠٢٢/٢٠٢٣ و ٢٠٢٣/٢٠٢٤ وبين المجموعة التجريبية

الذين يدرسون تصميم الصورة المبنية على مهارات التفكير

البصري وتبني فكر ايكولوجي عبر وحدة مبرمجة والمجموعة

الضابطة طلبة ٢٠٢٢/٢٠٢٣ الذين يدرسون المشاريع نفسها

بالطريقة التقليدية، إذ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في

التحصيل المعرفي بين المجموعتين.

اذن أعدنا اختبار يعتمد على مهارات التفكير

البصري في تصميم الصور الاشهارية على وفق الخطوات

التالية:

تحديد الهدف من الاختبار: قياس قدرة الطلبة (عينة

البحث) على فهم الاشكال والرموز البصرية التي تتضمنها

الاعلانات فضلا عن انواع اصور الاشهارية وتحويلها إلى لغة

لفظية منطوقة.

اشتقاقها من خلال مهارات التفكير البصري متمثلة بستة خطوات في عرض عبر "Data show".

تنفيذ الاختبار: تم تنفيذ الاختبار باستخدام برنامج العرض حيث تم تحديد دقيقة لكل سؤال من اسئلة الاختبار. عرض النتائج: أثراء الأنشطة البصري لتنمية مهارات التفكير البصري لدى طلبة السنة اولى تصميم صورة قدمت الدراسة مشروعا لإثراء الأنشطة البصرية واستغرق المشروع ٢ سنوات حيث قدمت الدراسة مجموعة من أنشطة تقوم على دراسة وتحليل بعض الصور ذات ابعاد اجتماعية وايكولوجية، وقد قدم المشروع مجموعة من اختبارات للتفكير البصري، وتمثلت أهم النتائج إلى أن الطلبة الذين يتمتعون بمهارات التفكير البصري ودرسوها وقاموا ببحوث حولها، قد حققوا معدلات جيدة في اكتساب المفاهيم العلمية وفي انتاج اعمال ومشاريع أكثر حرفية.

* تحليل المعلقة الاشهارية للبيئة بالاعتماد على مهارات التفكير البصري



صورة عدد٢: صورة اشهارية "ليبب للبيئة" ٢

* تقديم الملصق

المصمم: عمل جماعي لشركة الاشهارية في

تسعينات القرن الماضي

١- المكون: مكون لساني ومكون ايقوني

٢- الأبعاد: ينبغي أن تكون بدقة ١٧٠×١٧٠ بيكسل على

الكمبيوتر و١٢٨×١٢٨ بيكسل على الهاتف الذكي.

٣- النشر: في الشوارع وعلى الحائط

٤- التقنية: تقنية الرسم باليد

٥- المحمل: الطباعة علي عدة محامل ورقية

٦- الجمهور المستهدف: يستهدف هذا الملصق كل الفئات.

* رسالة لغوية Message Linguistique

شعار: وزارة البيئة والتهيئة الترابية، البرنامج الوطني

للتحسيس والتربية البيئية

شعار شد الانتباه: "ليبب للبيئة حبيب"

* تحليل الشعار الاشهارية

ورد الشعار "ليبب للبيئة حبيب" باللغة العربية وقد

استهلت الجملة باسم "ليبب" كتعريف وتذكير بخصيصة

التميمة تليها كلمة "للبيئة" لوضع الأمور في سياقها وهي تحيل

على معرفة شيء جديد وكلمة "حبيب" تعبر عن حب

الشخصية للبيئة.

القراءة البصرية	تعني القدرة على تحديد أبعاد وطبيعة الشكل أو الصورة المعروضة
التمييز البصري	نبدأ بقراءة الملصق من الأعلى إلى الأسفل ومن اليسار إلى اليمين بطريقة المسح البصري المعروفة لوصف محتوى الملصق
إدراك العلاقات	تأثير شخصية لبيب علي المتلقي تأثير الألوان: ألوان الطبيعة الأخضر الأزرق لون الارض دلالة الأرض الصحراوية دلالة الأشجار وخاصة شجرة النخيل
تفسير المعلومات	دراسة العلاقة بين الطبيعة والبيئة دواعي اختيار المكان في الصورة العلاقة بين الألوان في الصورة (العلاقة بين الأخضر والأزرق ولون الأرض...) طريقة رسم تميمة لبيب وملامح وجهه حركات اليد، طريقة وقوفه...
تحليل المعلومات	دواعي اختيار حيوان لمجسم لبيب وماذا يرمز هذا الحيوان، رمزية الأذنين الكبيرين، شكل الجسد... دواعي ورمزية اختيار الزخارف التونسية على حقيبة لبيب
استنتاج المعنى	المعنى من اعتماد الطبيعة التونسية في المشهد واعتماد الزخارف التونسية في الحقيبة (ماهي الرسالة الضمنية التي سعت وزارة البيئة الي نشرها)

بين التحليل السيميائي المعتمد في تحليل الصورة الاشهارية والتحليل بالاعتماد على مهارات التفكير البصري اعتقد اننا نمر بنفس المراحل ولاكن بتدرج أكبر فبين نظرية "بارت" لتحليل الصورة الاشهارية من صورة تقريرية (الرسالة التعيينية) Image Constative وهي الدال تمثل المرحلة الاولى والثانية من التفكير البصري التي تمثل القراءة البصرية والتمييز البصري، وبقية المراحل وهي إدراك العلاقات، تفسير المعلومات، تحليل المعلومات استنتاج المعنى والتي تمثل عند "بارت" البلاغة.

* الخاتمة

في ختام هذا المقال العلمي الذي تطرقنا فيه الى الكشف عن خفيا الاشهار الايكولوجي في تونس في بعده الدلالي والرمزي، في علاقته بالفكر البصري، عبر قراءة دلالية

لبعض الصور الاشهارية البيئية في تونس والتي تضمن خطابا لمتلقيها يحمل أبعادا تقوي الوعي البيئي بحيث يكون التركيز على النسق الأيقوني في الصورة الاشهارية باعتبارها الأكثر تأثير في نفسية المتلقي، كما أنها تشد انتباهه وتثير فيه الرغبة والاستجابة. واعتمدنا على مهارات التفكير البصري لدي الطلاب تصميم الصورة لاستنتاج المعنى عبر الاستجابة الى المثيرات البصرية في الاشهارات البيئية وترجمتها الى لغة واستنتاج معلومات عبر التصورات البصرية المبنية على خبراتهم المعرفية. وعلى ضوء البحث توصلنا الى نتائج مفادها أن هنالك علاقة ايجابية بين مهارات التفكير البصري وتعليم مادة تصميم الصورة ودمج الفكر الايكولوجي بشكل متوازن مما ساعد على رفع مستوى القدرات الفكرية للطلبة بالشكل الذي يتناسب مع تعلم التصميم. كما يعتمد مستوى قدرة الطالب على تحليل محتوى المادة الاشهارية انطلاقا من خبرة ودراية من المصمم في ايصال فكرة اشهارية بشكل صحيح ومباشر. كما ندعو الي مجموعة من النتائج والمقترحات في هذا السياق والتي من شأنها أن تدعم الفكر الايكولوجي عبر تنمية سبل الذكاء البصري من طرف القائمين على الإشهار. أهمها العودة الملحة لتميمة لبيب والمحافظة عليها.

١- رأينا أن الصورة الاشهارية بكل مكوناتها ودلالاتها وسيلة تعمل على اقناع المتلقي بإرشاد سلوكه إلى ما هو أفضل.

٢- اعتماد الذكاء البصري في الصورة الاشهارية والتركيز على تنمية الجانب الأخلاقي والعقائدي عند المتلقي، إذ يمثل هذا الجانب ضرورة التعامل بوعي واخلاق مع البيئة من منظور إيماني يدعو المتلقي الى ضرورة وأهمية احترام البيئة

والطبيعة والتعامل معها بأخلاق، والسعي على عدم تدمير ثروتها.

٣- العمل على تضمين الفكر الايكولوجي في المناهج التعليمية في مختلف المراحل الدراسية وتكريس افكار ولو مختصرة عن البيئة وكيفية التعامل الإيجابي معها وذلك كفيل بتحقيق وتنمية مفهوم الوعي البيئي تدريجيا.

٤- السعي الى الزيادة من فاعلية الفكر الايكولوجي عبر تواجده في وسائل التواصل الاجتماعي.

٥- اعتماد مهارات التفكير البصري التي تساهم وتشجع المتلقي على التمثيل البصري للمعلومات العلمية والمعرفية لان الاشهار الذي يغيب فيه التفكير البصري يصبح قادر على الاندثار، قد يتأثر المستمع في تلك اللحظة وبعدها ينسى الامر، على عكس الخطاب الذكي.

٦- الصورة الإشهارية التي تمس الفكر الايكولوجي وكيفية حمايتها ويجب ان تستحوذ على تفكير كل الناس الذين من الممكن أن يتنامى لديهم الوعي الايكولوجي من خلال عدة وسائل مثل أن يكون مصممي الصور الاشهارية من ذوي الاختصاصي من أصحاب دراسة لاختيار الصورة المناسبة لظاهرة المناسبة.

٧- التشجيع على رسكلة الفضلات عبر وضع حاويات للفرز مثل (الورق، الحديد، البلاستيك...) وفرض عقوبة مالية على كل من تجار الأكياس البلاستيكية ومستعمليها، واجبارهم على استعمال القفة العادية لتشجيع المنتج التونسي وللمحاضاة على البيئة.

* المراجع

اولاً- المراجع العربية

إبرير بشير. (٢٠٠٥). قوة التواصل في الخطاب الإشهاري، دراسة في ضوء اللسانيات التداولية، (منشورات ثالثة، المحرر) مجلة اللغة العربي (العدد ١٣)، ص٢٣٥.

القاضي أنطوان ناشف. (١٩٩٩). الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد. بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية.

بشير إبرير. (تموز، ٢٠٠٥). بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الخطاب الإشهاري: نظرة سيميائية تداولية. مجلة الموقف الأدبي (العدد ٤١١)، ص٢٣.

د. وليد شلاش شبير. (بلا تاريخ). محاضرة لمناهج البحث الاجتماعي.

فريدريش نيتشه. (٢٠١٠). غسق الاوثان أو كيف نتعاطى الفلسفة قرعا بالمطرقة. (ترجمة: علي مصباح، المحرر) بيروت-بغداد: منشورات الجمل.

ثانياً- المراجع الاجنبية

Ahmad & Mohammed, Abu gazala Alqawasima. (٢٠١٢). Developing teaching, thinking and research skills. Dar Safaa for publishing & Distribution (، p178.

Albert Morfaux. (٢٠٠٥). Dictionnaire de la philosophie. Bordas.

- Amer Tariq & Ehab Almasry .(٢٠١٦) .
Visual thinking his concept
skills his strategy .p165.
- Chantal Ammi ..Le marketing un outil
de décision face à l'incertitude .
Paris: Ellipses.
- Jamin.P. Français .(٢٠٠٢) .méthodes et
exercices guidés .Bréal.
- Nadia & muntahaa Alsaheb Aleufun .
(٢٠١٢).Thinking its patterns
and theories and methods of
teaching and learning ، p177.
- Nadia & muntahaa Alsaheb Aleufun .
(٢٠١٢).Thinking its patterns
and theories and methods of
teaching and learning . p178.
- R. Barthes .(١٩٨٥) .Aventure
sémiologique .seuil.
- R-E Mileman .(١٩٩٣) .Visual
Communication .Engle wood
Cliffs ،p20.
- Roland Barthes :١٩٨٥ .Le seuil. Coll.
points. L'aventure
sémiologique.
- Zaid Howaidi .(٢٠٠٤) .Creativity ،
quiddity, discovery,
development) .First Edition) ،
p193.