

البحوث والدراسات

ثقافة الصورة والثقافة المرئية لدى الأطفال (قضايا تربوية - نفسية حديثة)

د. محمد قاسم عبد الله

mk.abdalah@yahoo.com

أستاذ علم النفس والصحة النفسية في كلية التربية
جامعة حلب، سورية

الملخص:

تعتبر ثقافة الصورة واحدة من القضايا المهمة في عالمنا المعاصر، وقد لاقى اهتماماً كبيراً في البحوث الأجنبية، ولكنها لم تلاق هذه الأهمية في عالمنا العربي. وهناك العديد من القضايا والموضوعات المتعلقة بظاهرة ثقافة الصورة والثقافة المرئية في مرحلة الطفولة، والتي تحتاج إلى مزيد من البحث والدراسة. لقد هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على مفهوم ثقافة الصورة من حيث التعريف، والخصائص، والآثار الإيجابية والسلبية، وعلاقتها بقضايا مثل إدراك الطفل للصورة، ودورها في النمو المعرفي للطفل وفي شخصيته عموماً. كما ناقشت الدراسة قضية الثقافة والكتب المصورة لدى الأطفال، وكذلك الاستجابة الجمالية، والآثار النفسية لألوان الصورة على الطفل وتكوين قناعاته. وقد توصلت إلى أن ثقافة الصورة توازي الثقافة ذاتها، لذلك تعتبر وسيلة أساسية ومهيمنة من وسائل تقنيات التعليم والإعلام، والتواصل الاجتماعي.

Image and Visual Culture of Children (New Educational- Psychological Issues)

Mohammad Q. Abdullah

Professor of Psychology and Mental Health
Department of Psychology, Faculty of Education
University of Aleppo, Syria

Abstract

Image culture is one of the most important issues in current age that has received research interests in foreign countries, but not in Arab World. There are many issues related to image culture and visual picture in childhood that need further research and study. Accordingly, this study aimed to shed lights on image and visual culture in terms of definition, characteristics, positive and negative effects, and related issues such as child perception of image and its role in cognitive development and personality. The study also shed some light on the issue of culture and image books, relationship to child's, Aesthetic response and the psychological effects of color's images on children and their power of persuasion. The study concluded that the image culture is parallel to culture itself, and therefore, it is regarded as an essential instrument in educational technology, media and social communication.

مقدمة:

تتصل الصورة بتاريخ الحضارات القديمة، وكانت أول صيغ التعبير الإنساني، وقبل أن تنشأ الحروف. إن الأنساق التعبيرية كثيرة، ويبقى لنسق الصورة التعبيري النسق الوحيد الذي ألغى الفروقات في الفهم عند الناس، كما قلص دور «اللغات: الشفاهي - الكتابي»، فلم يعد للغة تلك الأهمية لمعرفة ما يجري حولنا، وهذا ما أدى بالمقابل إلى تباين التفسير والتحليل، لذلك أطلق البعض على عصرنا اسم «عصر الصورة» سواء الصورة بمفهومها المادي (الشكل والألوان والهيئة) أم بمفهومها المعنوي في الدلالة (الصفة والجوهر)، حين نقول صورة الأمر هي كذا وكذا، أي صفته وحقيقته، والتي تعكس ثقافة الصورة عند الشخص نفسه.

وقد ارتبطت الصورة بالمقدسات، مثلما كانت مرتبطة بالإبداع والفن، وذلك في مختلف الثقافات الإنسانية عبر التاريخ، أما في عصرنا الحديث «عصر الصورة والرؤية» Visual and Image age فيظهر أن الصورة حاضرة حضوراً مركزياً في مختلف المجالات الثقافية: النظرية والتطبيقية، السياسية، والاجتماعية، والعسكرية، والأدبية، والفنية وغيرها من المجالات، مما انعكس على الخطاب التربوي والثقافي والأدبي، وترددت مصطلحات متعددة منها: المشهدية، والرؤية، والصورة الناطقة، والصورة الصامتة، والصورة المتحركة والثابتة، والصورة الجزئية والكلية، والصورة الملونة وغير الملونة، والصورة المكبرة والمصغرة (صادق، 2008).

تحتل الصورة مكانة متميزة في النمو المعرفي للطفل، وفي تكوين أفكاره وتصورات، وثقافته عامة. ويلعب النمو المعرفي وخاصة الخيال الذي تشكله الصورة والألوان دوراً مهماً في النمو الحسي، والإجرائي، ومن ثم النمو المعرفي عامة. وبسبب هذه الأهمية التي تحتلها الصورة في عصرنا الحالي، ومع تطور وسائل الاتصال ونقل المعرفة، نشأ مصطلح ثقافة الصورة والثقافة البصرية وأصبحت جزءاً لا يتجزأ من أدوات الاتصال، ليس على مستوى التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام، بل على المستوى التعليمي داخل المؤسسات التربوية والاجتماعية.

فالصورة في المجال التربوي والثقافي هي مرآة النص، كما تعطي الصورة النص كاملاً من خلال تصوير الشخصية في سلوكها ومزاجها، وقد لاحظ فودمان عام 1992 الطبيعة ذات التأثير المتبادل للصورة والنص، كما أشار إلى المساهمات الفريدة والمميزة لكل وسيط فيها، لأن الصورة قادرة على تغطية جميع مظاهر القصة أو الموضوع، بفعالية تفوق النص ذاته، فالمشاهد في النص يمكن أن تصف الشخصيات، والوضعيات التي يتضمنها النص أو الرسالة بشكل مركب بما لا يتيح للنص بمفرده أن يحققه، ولكن يبقى للنص (واللغة) من جهة أخرى تأثيراً في التعبير عن أدوار، وتأثيرات انفعالية متنوعة بما يساعد في تكوين صور ذهنية تشكل البنية المعرفية للطفل. وتعود هذه الأهمية للصورة إلى عاملين: الأول هو الصور في المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية والإعلامية، والثاني هو التطور الكبير للتكنولوجيا البصرية أو المرئية، مما طرح تساؤلات كثيرة بدرجة تفوق الإجابات، فالمختصين بالتكنولوجيات البصرية بدءاً من المصورين مروراً بالسينما والتلفزيون ووسائل التواصل الاجتماعي تعمل على فبركة الواقع Fabric of reality، مما جعل الصورة جزءاً لا يتجزأ من حياة الإنسان المعاصرة بما تتضمنه من توافق، وتحليل للأعراق، والطبقات الاجتماعية، والنوع الاجتماعي، والجنسية. والعودة إلى الصورة هو نتيجة متلازمة للثقافة باعتبارها استجابة لحاجات الإنسان في تنظيمه للواقع البشري. إضافة إلى ما تلقاه الصورة عامة والصورة التعليمية خاصة من مكانة متميزة في مناهج التعليم في مرحلة الطفولة (Manovich, 2001).

مشكلة الدراسة:

لم تلق ثقافة الصورة عند الأطفال في مجتمعنا تلك الأهمية التي تلقتها في المجتمعات الغربية، خاصة مع التطور التكنولوجي المتسارع لوسائل الاتصال والتكنولوجيا التعليمية. فتقافة الصورة؟ والصورة المرئية يكتنفها الغموض، والتداخل مع مفاهيم ومصطلحات أخرى تحتاج إلى مزيد من الإيضاح والدراسة مثل الصورة التعليمية. وتطرح مسألة ثقافة الصورة عند الأطفال الكثير من القضايا الملحة والتساؤلات التي تتطلب الإجابة، بما يساعد في توظيفها في العملية التربوية والتعليمية عامة، وفي نمو شخصية الطفل ووضع برامج التوجيه والإرشاد النفسي بشكل خاص. ومن هذه التساؤلات: ما ثقافة الصورة أو الثقافة المرئية؟ ما هي آلية الإدراك البصري عند الطفل؟ ما خصائص الصورة البصرية؟ وما دورها في النمو المعرفي للطفل؟ ما هي الفروق بين الصورة والكلمة؟ وكيف تشكل الصورة ثقافة الطفل؟ كيف يستثير النص الأدبي الصورة المرئية والحسية للطفل؟ وكيف تعمل الصورة على تشكيل الاستجابة الجمالية للطفل سواء من حيث الألوان، والشكل، أو من حيث المحتوى والدلالة والإقناع؟ ما التأثيرات النفسية للصورة على الطفل، وما علاقتها بسماته الشخصية؟

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- تعرف ثقافة الصورة والثقافة البصرية.
- تقصي آلية الإدراك البصري.
- تعرف دور الصورة في النمو المعرفي للطفل.
- خصائص الصورة البصرية.
- الثقافة والكتب المصورة، وأدب الأطفال.
- إثارة الصورة الفوتوغرافية للمشاهد المرئية الحسية عند الطفل.
- الصورة والاستجابة الجمالية.
- آلية تأثير الألوان في الصورة على الطفل.
- التأثيرات النفسية لألوان الصورة على الطفل.
- دور اللون في عملية الاقتناع، وعلاقتها بسمات الشخصية لدى الطفل.

أهمية الدراسة:

تلقي هذه الدراسة الضوء على ظاهرة قديمة وحديثة في الوقت عينه هي الصورة والثقافة المرئية، في عصر نعيشه وتهيمن عليه ثقافة الصورة، خاصة أنه لا توجد دراسات عربية تناولت هذه الظاهرة بالدراسة التحليلية والمنهجية العلمية لدى الأطفال. من جهة ثانية تمثل هذه الدراسة نقطة انطلاق لدراسات أخرى تتبع مناهج بحث مختلفة: وصفية وتجريبية وسريرية في مرحلة الطفولة. كما أنها توفر إطاراً نظرياً مهماً لمثل هذه الدراسات، من جهة ثالثة فإن القضايا التي عالجتها هذه الدراسة بالتحليل والمعالجة تنطوي على نتائج في غاية الأهمية، وتقدم إجابات عن الكثير من التساؤلات التي تهم العاملين في المجالات التربوية، والثقافية، والإعلامية، والأدبية، التي تخص مرحلة الطفولة، ويمكن الاعتماد عليها في تصميم البرامج والمناهج الموجهة للأطفال خاصة وفي تربيتهم بشكل عام.

ثقافة الصورة والثقافة البصرية:

الثقافة:

من أكثر المفاهيم تعقيداً، نظراً لشموليته وتكثيفه لمعاني ودلالات عديدة، ولارتباط المفهوم بأنماط السلوك الإنساني المختلفة، وقد رصد بعض الباحثين أكثر من 150 تعريفاً لمفهوم الثقافة، ومن بين التعريفات المبكرة للثقافة - كما ذكر علي (2011) - تعريف تايلور في كتابه "الثقافة البدائية"، حيث، عرفها بأنها "ذلك المركب الكلي الذي يشتمل على المعرفة والمعتقد والفن والأدب والأخلاق والقانون والعرف والقدرات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان بصفته عضواً في المجتمع". وتنطوي الثقافة على بعدين أحدهما سكنوي والثاني ديناميكي، كما ترتبط بالعامل الاجتماعي لها. وقد عرفها (علي) على أنها «نسق معرفي يشمل جميع الخبرات والمعارف والعلوم والقيم وطرائق التفكير والتنظيم الاجتماعي لجماعة إنسانية معينة، ينظمون على أساسه سلوكهم وعلاقاتهم الاجتماعية، ويضعون لأنفسهم سلم أفضليات في الوصول إلى المعرفة ووسائل الكسب والعيش لإشباع حاجاتهم المادية والروحية المختلفة (علي، 2011).

الصورة:

المدلول اللغوي للمصطلح:

إذا بحثنا في القرآن الكريم عن مادة (ص، و، ر) نجدها وردت ست مرات، مرتين بصيغة الفعل الماضي وهما «صوركم»، (سورة غافر: 64)، و«صورناكم»، (سورة الأعراف: 11)، ومرة بصيغة المضارع «يصوركم»، (سورة آل عمران: 6)، ومرة بصيغة فاعل «المصور»، (سورة الحشر: 24)، وبصيغة الجمع مرة «صوركم»، (سورة غافر: 64)، ومرة بصيغة المفرد «صورة»، (سورة الانفطار: 8). أدى هذا التعدد في الصيغ إلى إيجاد متنفس دلالي، فترسخت تراكيبيها، وتطورت معانيها، فاستوت دلالاتاً مخصوصة لها جذور في معجم اللغة العربية. مثلاً قول الحق سبحانه وتعالى: «والله الذي جعل لكم الأرض قراراً والسماء بناءً، وصوركم فأحسن صوركم»، (سورة غافر: 64)، كما أن مادة (ص، و، ر) في كتاب الله لا تقتصر على ما يتعلق بالإنسان، وإنما جاءت على صيغ أخرى، لتدل على قدرة الباري سبحانه وتعالى، «ومثلت حقلاً رقد المعجم العربي بمدلول يتسع في طبيعته ووسيلته وموضوعه وغايته كل اتساع، من هنا وجدنا الصورة في الدراسات النقدية، واللغوية، والفكرية والتربوية تمثل نبعاً لمفهوم الصورة، ونتج عنه تأصيل، وتفرع، ليمثل الهيئة والصفات والأمور»، (البصير، 1987).

ورد في معجم اللغة العربية المعاصرة: الصورة المائية: (فن) رسم أو لوحة استخدمت فيها الألوان المائية. صورة متحركة: رسوم يدوية تحرك بسرعة لتبدو حركات شخصياتها طبيعية، وتسمى الصور المتحركة. وتعرف الصورة بأنها "الهيئة، أو تركيب الأشياء، وليست صورة العمل الفني بأكثر من هيئته وترتيب أجزائه أو جانبه المرئي. فإننا سنجد شيئاً ما دامت هناك هيئة. وتتكون الصور في جوهرها من أجزاء أو أقسام من الخبرة البصرية التي تجري معالجتها، ويتكون التنسيق بينها من خلال عملية إدراكية سماها وولتر ليبيرمان الصور الموجودة في رؤوسنا. وتمتد كلمة صورة Image بجذورها إلى الكلمة اليونانية القديمة icon التي تشير إلى التشابه والمحاكاة، والتي ترجمت إلى Imago في اللاتينية، وImage في الإنكليزية»، (آجلين، 1425هـ). وللصور أنواع كثيرة منها الصورة البصرية، والصورة الذهنية، وصور الأحلام، وصور التخيل والخيال، والصور اللاحقة التي تحدث عند حاسة الإبصار بعد انتهاء المنبه الحسي، وصور الذاكرة، والصور الفوتوغرافية، والصور الرقمية «المولدة من جهاز الكمبيوتر، أو معززة بالكمبيوتر» وهناك صور الواقع الافتراضي، والصور المتحركة كالتي نراها على شاشات التلفزيون، أو في السينما.

المدلول العلمي للمصطلح:

يعتبر عز الدين إسماعيل (1981) الصورة «تركيبية عقلية في جوهرها تنتمي إلى عالم الفكر أكثر من انتمائها إلى عالم الواقع». أما العفيفي (2001) فيعتبرها «تجسيماً للأفكار والخواطر النفسية والمشاهد الطبيعية حسية كانت أم خيالية على أساس التأزر الجزئي، والتكامل في بنائها، والتناسق في تشكيلها والوحدة في ترابطها والإيحاء في تعبيرها».

أما الصورة التعليمية Educational Image فهي الصورة التي تستخدم للتعبير عن مضمون حالة معينة لغرض إيصال المعلومة إلى الطلبة بأقل وقت وجهد ممكنين، وهي «تسجيل دقيق للظواهر والأشكال التي يصعب الاتصال بها: مثل الشلالات، والسدود، والبراكين، والزلازل، وبعض المعادن النادرة، ويلجأ إليها المعلم عندما لا توجد الظاهرة موضوع الدرس في البيئة، أو يصعب الوصول إليها»، (المناصفي، 2014). كما تدخل الصور ضمن الوسائل والمواد التعليمية التي تشمل الأفلام والأسطوانات والخرائط والصور والنماذج، وتكون على شكل صور ثابتة Still Pictures التي تشمل: الصور الفوتوغرافية، والصور الشفافة - الشرائح Slides والصور المجسمة Stereph، الأفلام الثابتة، والشرائح المجهرية المعروضة Microprojection. ومن الصور الثابتة في التعليم ما يستخدم دون أجهزة عرض، ومنها ما يحتاج إلى أجهزة عرض خاصة مثل جهاز عرض الأفلام الثابتة Filmstps Projector (الفضلي، 2010).

ثقافة الصورة:

توازي ثقافة الصورة Image or picture culture أو الثقافة المرئية visual culture مفهوم الثقافة ذاته، فيشير مصطلح ثقافة الصورة إلى المكونات المحددة للثقافة عامة باعتبارها مجموعة من الممارسات والخبرات المرئية أو البصرية التي أصبحت مجال تخصص علمي حديث العهد. فإذا كانت الثقافة هي نسق معرفي يشمل جميع الخبرات والمعارف، والعلوم، والقيم، وطرائق التفكير، والتنظيم الاجتماعي لجماعة إنسانية معينة، ينظمون على أساسه سلوكهم وعلاقاتهم الاجتماعية، ويضعون لأنفسهم سلم أفضليات في الوصول إلى المعرفة ووسائل الكسب والعيش لإشباع حاجاتهم المادية والروحية المختلفة من جهة أولى، وأن الصورة هي تجسيد للأفكار والخواطر النفسية والمشاهد الطبيعية حسية كانت أم خيالية على أساس التأزر الجزئي، والتكامل في بنائها والتناسق في تشكيلها والوحدة في ترابطها والإيحاء في تعبيرها من جهة ثانية، فإن ثقافة الصورة هي ذلك التجسيد والتجسيم التصويري المركب للنسق المعرفي الذي يشمل الخبرات والمعارف، والقيم، والنظم الاجتماعية التي تتمثل في سلوك الناس وعلاقاتهم الاجتماعية، ووسائل معيشتهم ونمطها التي تشبع حاجاتهم المادية والمعنوية. من هنا فإن ثقافة الصورة توازي مفهوم الثقافة ذاته (Jonathan, 2005).

لمحة تاريخية عن المفهوم:

ويعتبر جيمس الكينز James Elkins من رواد هذا المجال، حيث استخدم المصطلح للمرة الأولى عام 1972 حين أشار إلى أن هذا المفهوم قد استعمل في كتاب ميشيل باكساندال Michael Baxanall المعنون «الرسم والخبرة في إيطاليا القرن الثامن عشر» وأن الاستعمال الأحدث للمفهوم هو «الثقافة المرئية» الذي يحتل مكانة باعتباره مؤشراً على التحول التاريخي لأهمية الرؤية أو الصورة بذاتها في عملية التعرف والتمييز البصري وما يسمى «المنطق الآخر». وقد أوضح الكينز Elkins أن أصل مفهوم «الثقافة المرئية البصرية أو ثقافة الصورة» قد نشأ ضمن ميدان أكاديمي هو «الدراسات الثقافية حول الحركة» التي بدأت في إنكلترا في خمسينيات القرن الماضي، وأنه انتشر في أمريكا من

خلال الدراسات التي ركزت على «البصر والصورة» وذلك حتى عام 1990، (Cartwright, 1995) فرؤية الصورة: كيف تظهر؟ وكيف تؤثر في كل مظهر من مظاهر حياتنا وسلوكنا الاجتماعي؟ هو أحد الميادين العلمية الجديدة في وقتنا الحالي فلا يمكن تصور حياتنا الراهنة بدون صور، فالصورة حاضرة في الأسواق وفي وسائل الإعلام والفنون المرئية، وعلى شاشات الكمبيوتر والموبايل. وقد حذر البعض من سيطرة الصورة على ثقافة الإنسان، والتي تحل محل ثقافة الكلمة. فإذا كانت الثقافة - كما عرفها إدوار هريو - بأنها «ما يبقى للإنسان عندما ينسى كل شيء» فإن الصورة تتصف بقدرة عالية على الدخول إلى ذاكرة الفرد والاستقرار فيها «الذاكرة البصرية والذاكرة طويلة المدى» (Jonathan, 2005).

يتضمن مفهوم ثقافة الصورة عدداً من الإشكالات التي تستدعي إجابات في اللحظة الراهنة (ونهاية القرن العشرين): لأنه يتعلق بعمليات معرفية ونفسية مثل: الفهم الجديد لدور الرؤية والصورة في الإدراك العقلي، والتقنيات البصرية، التي أصبحت مادة ملحة للدراسة لدى الباحثين. فعصر المعلومات، ومجتمع الإعلام Media Society، ومجتمع ما بعد الصناعة Postindustrial، وما بعد الحداثة Postmodernism، والعولمة Globalization تتضمن جميعها درجة من الفضاء الاجتماعي من خلال التقنيات البصرية التي تفترض تحول في الوظيفة الاجتماعية والمغزى الاجتماعي، إننا نعيش بالفعل في عصر الصورة. فللصورة خصائص تجعلها ذات أهمية خاصة، لأنها قادرة على التأثير أكثر من الكلمة، وما يستخدم في مجال الدعاية، وفي الحرب النفسية، والإعلام والاتصال الجماهيري أمثلة على ذلك (مصطفى، 2006).

الإدراك البصري للصورة عند الطفل: «عملية معرفية متعددة الجوانب»:

يشمل الإدراك perception أنشطة معرفية متعددة، أولها وأهمها الانتباه Attention، حيث يقرر الفرد ما ينتبه إليه، فحين يقرأ الطفل كتاباً مدرسياً، فإنه يلقي نظرة سريعة على الرموز السوداء دون أن يكون لها معنى، أو يركز على كلمات أو حروف معينة. وحين يكون في فصل دراسي يمكنه التركيز على الضجيج أو على همسات الطلاب في الصف الخلفي. وحين يركز انتباهه، يكون له القدرة على إيجاد معنى للمعلومات التي جمعها وربطها بخبراته السابقة، فالخبرة Experience لها دور في عملية الإدراك. كما يؤثر الوعي Consciousness في الإدراك، فاللوحة التي يراها قد تستدعي لديه حالة من السعادة أو الحزن. من جهة رابعة تدخل الذاكرة Memory في عملية الإدراك من عدة نواح، فالحواس لها القدرة على اختزان المعلومات التي تصلها لفترة مؤقتة، وبفك رموز المعاني يقارن بين المرئيات، والأصوات، وغيرها من الأحاسيس بخبرات مماثلة في الذاكرة. كما أن تجهيز المعلومات أو معالجتها Information Processing أثناء الإدراك يعطي المثيرات التي ينتبه إليها معنى بحيث يقارن الخبرات الماضية بالحاضرة ليصل إلى تفسيرات وتقويمات، كما أن اللغة Language تؤثر في المعرفة وفي صياغة الإدراك بطريق غير مباشر، وحينها يعبر عما يدركه بطريقة لفظية. وحين إن هذه العمليات المعرفية (الانتباه، والخبرة، والوعي، والذاكرة، ومعالجة المعلومات، واللغة) متشابكة بدرجة كبيرة فإن الفرد يبدأ بالإدراك لأن الإدراك يعتبر نقطة التقاء المعرفة بالواقع، كما أنه «أكثر الأنشطة المعرفية محورية وأساسية، ومنه تنبثق الأنشطة الأخرى» (منصور، 2005).

فالإدراك عملية معقدة، وأجسامنا مزودة بأجهزة الحسية Sensory Systems أو أنظمة متخصصة لجمع المعلومات نسميها الحواس senses، هذه الأجهزة الحسية هي التي تمكن الفرد من التخطيط والتحكم في سلوكنا. وقد ذكر علماء النفس الفيزيولوجي خمس حواس هي البصر، والسمع، واللمس، والشم، والتذوق، واعتبروا اللمس عدة أنشطة حس جسمية Somatosensory مختلفة تضم: التلامس Physical Contact وشدة الضغط Deep Pressure، والدفء Warmth، والبرودة Cold، والألم Pain. ويعتبر الجهاز

البصري من الأجهزة المهمة جداً، حيث يتم تجهيز المعلومات البصرية الكثيرة والواردة من البيئة المحيطة، ويعتبر الإدراك البصري هو المهيم، لأن الإنسان غالباً ما يصدق ما يراه حين تتعارض المعلومات الحسية، فهو أساس التثبيت والبرهان. وتلعب الخلايا العصبية في القشرة المخية دوراً مهماً حيث تخصص في معالجة الأنواع المختلفة من المعلومات البصرية (Crary, 1999).

علاوة على ذلك يتم إدراك المثيرات وفقاً لألية الشكل والخلفية، كما يتم تجميعها وفقاً لمبادئ التشابه Similarity والتقارب Proximity، والتماثل Summity، والاستمرار Continuity، والإغلاق Closure. وتقوم الشبكية بتسجيل الصور في بعدين من اليسار إلى اليمين، ومن أعلى إلى أسفل، ونستخدم المنبهات الفيزيولوجية والمرتبطة بالحركة والمنبهات المصورة لنرى العمق والمسافة (إبراهيم، 2003).

ويذكر علماء النفس المنبهات المصورة أو المرتبطة بالصورة، والتي يعتمد عليها الإنسان دون وعي بذلك، حيث توجد ست فئات من المنبهات المنفردة المتصلة بالعمق وهي: الحجم المألوف، والضوء والظل، ومجال التركيب، والمنظور الخطي، والمنظور الجوي، والتداخل. ويستخدم الإنسان آلية التكيف للتشويه البصري التي تتيح له التعود على النظرة الجديدة للأشياء، ومن ثم استخدام المعلومات آلياً. وتجدر الإشارة إلى أن للبيئة تأثيراً كبيراً على الإدراك، على الرغم من أن الوراثة هي التي تحدد تشكل الأجهزة الحسية والعصبية التي تؤثر في الإدراك، ولكن هذه الأجهزة لا تكون كاملة عند الميلاد، حيث يلزمها بعض الوقت حتى تنضج وتكتسب الدقة في التعامل مع كميات هائلة من المعلومات والمثيرات، وللعوامل البيئية تأثير هام على عملية الإدراك من خلال: الخبرات الحسية الحركية التي لا يمكن تفاديها في مرحلة الطفولة، وفترات الحرمان الحسي القصيرة في الطفولة، والحالات العقلية، والبيئة الثقافية. فالضوء هام جداً لنمو المهارات البصرية، لأن التأثيرات الناتجة عن الحرمان من الضوء متنوعة على الصحة الجسمية والنفسية، مع الأخذ بالاعتبار نوع وتوقيت الحرمان، والتي تؤدي إلى تدمير الخلايا التي تعود إلى عدم الاستعمال، من جهة أخرى فإن الحركة النشطة ضرورية لنمو المهارات الحركية البصرية عند الطفل، من هنا تلعب هذه العوامل مجتمعة دوراً مهماً في تكوين ثقافة الصورة والثقافة المرئية عند الطفل. وبالمقابل تؤثر الخبرات في ثقافة معينة على طريقة التعامل مع المعلومات، وكما ذكر دافيدوف، فالصور مثلاً أقزام البامبوتي BaMbuti Pygmies الذين يعيشون في الغابات الاستوائية الكثيفة في الكونغو حيث يندر وجود المناظر البعيدة (100 قدم) من أعلى شجرة على الأرض، ولكن أحد هؤلاء الأقزام ويدعى كنج Kenge قام برحلة مع أحد علماء الأنثروبولوجيا (كولن تيرنبول Colin Turnbull) إلى سهل منبسطة حيث رأى لأول مرة في حاسته مسافة تمتد أميالاً، وذكر كولن ما حدث «نظر كنج إلى مكان يوجد فيه قطيع من الثيران على بعد ميل، فسألني ما هذه الحشرات، فأخبرته بأنها ثيران، وهي ضعف حجم ثيران الغابة المعروفة لديه. فضحك بصوت عال وأخبرني ألا أحكي هذه الحكايات السخيفة، وسألني مرة عن نوع من الحشرات، ثم تحدث إلى نفسه، وكأنه يبحث عن رفيق أكثر ذكاء وحاول أن يجد رابطة بين الثيران وأنواع الخنافس والنمل المألوفة لديه..» (دافيدوف، 1983). وقد درس علماء النفس الخداعات البصرية على مجموعة من البشر في مدن أمريكية وأوروبية وأفريقية، فتبين أن الأمريكيين حساسون للخداعات ذات الزوايا المنفرجة والحادة، وكانت استجاباتهم عادية للخداعات ذات الخطوط الرأسية والأفقية، أما الأفارقة فأظهروا استجابة عكسية. وتفسر هذه الاختلافات الفروق في الخبرات الثقافية، لأن الأمريكيين يعيشون في عالم من المستطيلات، وبذلك يفسرون - وبدون وعي - الأشكال ذات الزوايا الحادة والمنفرجة على أنها أجزاء من أشكال مستطيلة ثلاثية الأبعاد. وكما تؤثر الخبرات الثقافية في الإدراك البصري للأشكال والزوايا، فإنها تؤثر في منبهات العمق والحجم والمسافة في الصورة (Crary, 1999).

الصورة من الناحية المعرفية:

من سمات عصرنا الراهن أنه «عصر الصورة»، مما يعني هيمنة الصورة باعتبارها إحدى أهم أدوات علمنا المعرفية والثقافية والاقتصادية والإعلامية، وعلى الرغم من أنها قديمة عبر التاريخ، إلا أنها تحولت من الهامش (الثانوي) إلى المركز (الأولي)، ومن الحضور الجزئي إلى موقع السيادة على غيرها من العناصر الثقافية والمعرفية.

الصورة تعبير عن التمثيل العقلي للخبرة الحسية، حيث يتشكل الوعي بالصورة، والصورة الذهنية Mental Image ليست مماثلة أو مطابقة للصورة الحسية Sensational Image. فالصورة بوصفها قيمة ثقافية تقع في مرحلة تالية بعد عدد من المراحل التي عاشتها البشرية عبر تاريخها الطويل، بداية بالشفاهة ثم التدوين والكتابة، ثم تلت الصورة بوصفها علامة ثقافية ومصدر استقبال وتأويل واستجابة. وقد أتت الصورة لتردم الفجوة والحاجز الثقافي والتمييز الطبقي بين الفئات، حيث وسعت من دوائر الاستقبال لتشمل جميع البشر، وتوسعت القاعدة الشعبية للثقافة، وأصبح الجميع متشابهيين في التعرف على العالم واكتساب معارف جديدة والتواصل مع الوقائع والثقافات. فيمكن لأي إنسان أن يعرف ويفهم ما يجري عن طريق الصور التي تتدفق بسرعة خاصة عبر وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي، هذه الصور التي تبقى في الذاكرة (البصرية)، والتي يسهل استرجاعها لما لها من تأثير في الشخصية. والصورة بوصفها قيمة ثقافية تقع في مرحلة تالية بعد عدد من المراحل عاشتها البشرية عبر تاريخها الطويل، بداية بالشفاهة، ثم التدوين والكتابة، باعتبارها تمثل مع هذه المراحل أشكال التعبير في الثقافة البشرية، ومن ثم تجلت الصورة بوصفها علامة ثقافية ومصدر استقبال وتأويل.

تلعب الصورة البصرية دوراً مهماً في سد الفجوة الثقافية بين الطبقات والفئات الاجتماعية المختلفة، لأنها وسعت من دائرة الاستقبال لتشمل جميع البشر، كما وسعت القاعدة الشعبية للثقافة، ومن ثم اكتساب الجميع لمعارف جديدة، وزيادة التواصل بين الثقافات.

إن معرفة ما يجري عن طريق التدفق المستمر للصورة البصرية وحضورها الدائم في الحياة اليومية جعلنا داخل سيطرة إعلامية، لا تتيح للفرد مجالاً للتأمل، ويبقى انطباعها في الذاكرة (وفق نظرية الأثر)، وبفعل الثورة التكنولوجية فإننا نعيش عصر الصورة، حيث يعتبر التصوير الرقمي مميزاً لحقبة ما بعد الحداثة. وقد قال بورديان: «إن العالم مجرد صورة نقلا عن صورة، وأصبحنا في عالم تهيمن عليه الصورة، والواقع في خلفيتها، فلم تعد هناك صورة وأصل، بل صور ذات أصول متعددة، إنه عالم أزرار إلكترونية تجعل المرء يشعر ويحس بإحساسات واقعية» (Jonathan, 2005).

وما تقدمه وسائل الإعلام ولاسيما الإلكترونية كالتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي، قد أدت إلى تحولات عميقة في حياة الإنسان، فهذه الوسائل لا تعرض لنا العالم، أو تعكسه، بل تحده، وتعيد تعريف ماهية العالم، لأن الوقائع التي تنقلها للأفراد في جميع أنحاء العالم بمختلف تفصيلاتها ستؤكد لنا أنها تنقل ما يسمى «عالم الواقع المفرط» والواقع الحقيقي غير موجود بالفعل فاستعيض عنه بما نشاهده من صور.

بواسطة الصورة بات بالإمكان استعمال الحواس الخمس، فهي تسجيل للحظة مرئية في مكان ما، وحين تكون منتجاً غربياً بسبب تقنياتها، فإنها تدخل حيز التنميط Typing والنمذجة Modeling في أبعادها الإعلامية والثقافية والترفيهية. وقد تدخل المنظومات الفكرية للفرد، وتشكلها بما يتفق مع مصدرها ومنتجها وما يحملونه من فكر وثقافة. إن مصدر قوة الصورة يكمن في أنها نص مرئي مفتوح على اللغات كافة

وأنها ثرية، فاحتلال الصورة للطاقة البصرية مهدت لاختراق المتخيل العام، ومن ثم الانشغال الذهني، وصولاً إلى هيمنة الدوافع اللاشعورية على الوعي، وعبور الرسالة المنقولة في الصورة إلى البناء العميق للشخصية، مما يجعل للصورة مهمة مخفية (Latent) (غير معلنة) تتجاوز البصر إلى مضخة معرفية تحمل الكثير من الدلالات والإيحاءات والتعبيرات، مما يجعلها أداة ذات تأثير عاطفي وانفعالي ومعرفي عالي المستوى. من جهة ثانية فإنها الصورة بتشكيلها للوعي الفردي تتجاوز الخطابات والدلالات حين تقدم مادتها بطريقة جمالية أو فنية على درجة من الجاذبية، مما يصعب مقاومته. ومن هنا فإن في ثنائياتها رسائل ثقافية وفكرية تؤدي وظيفتها بشكل فعال في تطويع المشاهد المستهلك لها (Creary, Couch & Caropreso, 2016).

تنطوي الصورة دائماً على تأويل معناها سواء كانت صورة ثابتة أم متحركة أم ناطقة، حيث تنطوي على قدر من التعبير عن موضوعاتها، ومع الثورة الرقمية أصبح للصورة دلالات ومعطيات لا تعتمد على قياساتها التقنية وأبعادها الضوئية، بل تنبع أيضاً من المشاهد الدرامية التي تعبر عن أحداثها. فالصورة قد تكون رقمية متحركة، وتسمى المقطعية (الصور السينمائية والتلفزيونية وصور الفيديو) وهناك الصور الثابتة (الصور الجمالية الفنية) كاللوحات، وهناك الصور الوثائقية، والإشهارية، والصور الإخبارية، والصور ثلاثية الأبعاد. وتختلف جميعها عن بعضها البعض في كيفية بث المعنى وإيصال الرسالة Message إلى المشاهد. أما الصور الذهنية أو الصور العقلية Mental Images فهي جزء مهم من العمليات العقلية للفرد، فهي في خيال الشاعر أو الرسام، فالتخيل كعملية عقلية معرفية له القدرة على تكوين صور ذهنية لأشياء وأحداث قد غابت عن متناول الحس، وعندما تتعدد المعاني التي تعطيها الصورة، وتعتبر هذه العملية العقلية مصدر خصب للإبداع Creativity.

وقد انتقد عدد من المثقفين في القرن الماضي - مثل الفيلسوف الفرنسي ميشيل فوكو- الإفراط في استنزاف حاسة البصر بفعل ما أنتجته هذه الحاسة في العالم الحديث خاصة من حيث الآثار التي تركتها على العقل، وأن الصورة أضعفت سلطة المثقف بوصفه حارساً تقليدياً على المعرفة، وأداة تغيير المجتمع، وبذلك فإن الإعلام الجماهيري، قد أنزل دوره إلى دور المتلقي والمراقب، وهو ما سماه «مجتمع المراقبة».

إن الأنساق التعبيرية كثيرة، ولكن يبقى نسق الصورة التعبيري الوحيد الذي ألقى الفروق عند بني البشر، وتجاوز اللغات، حيث لم تعد اللغة مهمة في معرفة ما يجري حولنا، فنسق الصورة التعبيري أدى إلى تباين التفسير والتحليل، ويقول عبد الله إبراهيم العسكر: «لعل الأشد وطأة على المتابع هو شيوع المعادلة التالية مصاحباً لثقافة الصورة، والتي يمكن قراءتها كالتالي: مكتوب - شفاهي - شفاهي مصور. حيث كان يعتقد بأن الناس ينتقلون في أنساقهم الثقافية من الشفاهي إلى المكتوب، طالما أن الكتابة هي التطور الأخير في سلم المعرفة التعبيرية، والاعتقاد شيء، وقوله عند البعض شيء آخر» (Bishop, 1992).

خصائص الصورة البصرية: للصورة العديد من الخصائص أو الصفات المهمة:

التشويق والجاذبية: الصفة الأولى التي تتميز بها المادة الثقافية الإعلامية الجديدة (الصورة)، أنها تقدم نفسها بشكل مشوق وجذاب ليصل تأثيرها إلى حد السحر والإيحاء الذي يستسلم المتلقي له. ويكون ذلك بسبب الجاذبية التي تلامس الوجدان من جهة، وخفض عملية النقد لدى المتلقي من جهة ثانية، وهذا ما يتيح له استقبال خطاب الصورة دون فرز Scanning وتنقيح Faltering ونقد.

اللغة الخاصة: الصفة الثانية التي تتمتع بها الصورة أنها تلغي اللغة، وتصنع لها لغة خاصة بها. وعلى الرغم من مصاحبة اللغة للصورة أحياناً كما في النشرات، وبرامج

الأطفال، والبرامج الغنائية، فإن قوة الذي يعرض في الصورة تفوق قوة ما ينقل في اللغة (الكلمة)، بما يساعد في حدوث تطابق بين محتوى الصورة ومحتوى ذهن المتلقي.

الإقناع: الصفة الثالثة أن الصورة تحتل مكانة إقناعيه Persuasion، وحين ترتبط بالكلمة أو الصوت تصبح مصدر تواصل ومعلومات مكتمل العناصر فيما تحمله من مفاهيم Concepts وقيم Values وعناصر ثقافية مادية وغير مادية، من هنا يحتل عصر الإعلام السمعي - البصري دوراً مهماً في الاختراق الثقافي الاجتماعي، وإحلال الثقافة المجتمعية لتحل محلها ثقافة الصورة التي تعمل على نشر ثقافة العولمة بما يصيغ العالم، وتشكيله بشكل نمطي يتجاوز حدود الزمان والمكان. فالصورة أداة إعادة تشكيل الوعي.

التفرد والتميز Unique: إن محتوى المعنى التي يتم تشربها عبر وسائل الإعلام Media، تصبح حدثاً منفرداً ووحيداً فيما تحمله من مفاهيم. فمنذ ستينات القرن الماضي كانت الصورة تروج للاستهلاك أو تجسده، وكانت النزعة الاستهلاكية والاتصالات الجماعية تدفع الأفراد للقيام بأدوار قد حددها الغير Roles، وهو ما يمثل من الناحية السيكلوجية نوعاً من الاستحواذ Obsession على الثقافة الجماهيرية.

الفضاء الثقافي والعلمي: تستغرق الصورة الفضاء الثقافي، كما تسجل حضورها في مختلف الحقول العلمية والمعرفية والاتصالية، لأنها في السينما، والتلفزيون، ومواقع التواصل الاجتماعي، وفي الكتب المدرسية، وعلى الجدران، واللوحات الإعلانية التي أصبحت جزءاً من المشهد اليومي. وفي مجال النقد الأدبي، يلاحظ التحول الثقافي والأدبي حيث انتقل الجمهور من ثقافة الأدب إلى الثقافة العامة أي ثقافة الصورة وثقافة الدراما وغيرها. وأن الصورة لم تعد لحظة زمنية جامدة، ولا حالة ثقافية محايدة كما يقول دوبريه: «فالمكتوب نقدي أما الصورة فمرجسية»، وبسبب ذلك أصبح الإنسان أمام كم هائل من التأويلات، بما يفتح آفاق التأمل والتفسير على وقع الإشعاعات الثقافية المنبثقة من الصورة لا بوصفها ذاتاً محنطة أو تسجيلاً محايداً للحظة زمنية، بل بكونها «حافضة لمعان مضغوطة» تثبت لحظة بلوغها نقطة المشاهدة. فالناقد البصير يستطيع أن يستعمل أدواته النقدية لفحص النص المكتوب، لكنه قد يقف عاجزاً أمام صورة التقطت بعناية ومهارة فنية (الغزالي، 2011).

أما عن تأثير الصورة جماهيرياً، فيمكن القول بأن البصر أهم حواس الإنسان، وأكثر استخداماً في اكتساب المعلومات، وقد استندت نظرية جون لوك المعرفية إلى دور الخبرات الحسية في تشكيل الوعي والشخصية. وأن الخبرات الحسية البصرية تحتل المكانة الأولى والأهم بين الحواس في اكتساب المعرفة. ويشدد علماء النفس على دور الحواس الخمس في تكوين المدركات والتصورات والأفكار التي تشكل الشخصية. وأن حاسة البصر هي أولى هذه الحواس، لأن قوة الإبصار تنطلق من مفهوم التصديق والتكذيب، على اعتبار أن الرؤية البصرية هي أساس التصديق، فمن «سمع ليس كمن رأى» فالصورة تخاطب جميع البشر، المتعلم والأي، الصغير والكبير خلال مراحل النمو، كما تكسر حواجز اللغات.

الصورة والكلمة:

علاوة على ذلك فإن الصورة تختلف عن الكلمة المنطوقة أو المكتوبة لأنها ترتبط باللمس والمحسوس والمحدد، أما الكلمة فهي تجريد Abstraction «غير ملموس»، كما تتصف «بالتعميم» Generalization. علاوة على ذلك فالصورة تختلف عن الكلمة المكتوبة في سهولة التلقي، لأن القراءة تتطلب درجة عالية من أعمال الفكر والتأمل، بينما الصورة لا تتطلب هذا الجهد العقلي في تلقيها. كما تختلف الصورة عن النص المكتوب الذي يتطلب تفكيك العلاقات القائمة بين الكلمات بجهد وتركيز عقليين وببطء،

عكس الصورة التي تقدم الرسالة دفعة واحدة. من هنا يقال « الصورة تساوي ألف كلمة». وبسبب هذا الاختلاف بينهما تحدث البعض عما نسميه: « ثقافة الصورة Image Culture»، و«ثقافة الكلمة Word Culture».

الصورة الثابتة والصورة المتحركة:

يجب التمييز بين الصورة الثابتة والصورة المتحركة. فالصورة التلفزيونية مثلاً، أخذت بعداً جديداً يزيد على الصورة الثابتة، فهي صورة حية تتكلم وتتحرك، مما أعطها فعلاً تأثيراً إضافياً، ويزداد تأثير الصورة المتحركة، بسبب تكوينها التقني وبلاغتها التكنولوجية، وإشباعها بالألوان، والأصوات والمؤثرات، بحيث تستثير أحاسيس المشاهد وتستحوذ عليه. من هنا تفوق التلفزيون على جميع وسائل الاتصال والإعلام بسبب سطوة الصور المتحركة، هذه الصورة التي توجد في بيت كل واحد منا، وفي غرفة النوم، وجهاز الكمبيوتر، والهاتف المحمول في جيبك. وقد أجرت الجمعية الألمانية للطب النفسي دراسة مبكرة عام (1971) للإجابة عن سؤال مفاده «هل نستطيع نحن الذين عشنا في عصر التلفزيون الاستغناء عنه»، وهل يمكننا العيش بدونها». وذلك للتأكد من أننا مدمنتو مشاهدة Addiction. وقد طلبت من الناس أن يتقدموا إليها لتجري تجربة عليهم لمدة عام كامل، بشرط أن يمتنع المشتركون عن مشاهدة التلفزيون، وحتى يرغب هؤلاء بالمهمة قررت الجمعية منح مكافأة مالية في حال المشاركة، وقد اتفق على إجراء التجربة 184 مشتركاً من المواظبين على مشاهدة التلفزيون. فبعد ثلاثة أسابيع فقط بلغ أحد المشاهدين الجمعية بأنه لا يستطيع الاستمرار في الامتناع عن المشاهدة، وتتابع المنسحبون الواحد تلو الآخر، وبعد خمسة أشهر كان جميع المشتركين قد عدلوا عن الاستمرار بالاختبار. وقد كان الباحثون في الجمعية يتابعون كل مشترك خلال فترة انقطاعه عن متابعة البرامج التلفزيونية، حيث ثبت زيادة النشاط الاجتماعي لهؤلاء المشتركين، وكل رجل وامرأة خلال فترة إغلاق التلفزيون زادت مرات زهابهما لزيارات الأهل، والأصدقاء، وزيادة أنشطة القراءة، والرياضة، والألعاب. وهكذا يتم الانتقال من الشفوي إلى الرؤيوي، والتي أدت إلى الاستلاب بخليط من الصور المتكاثفة التي فتحت شراهة لرغبات معرفية، ويفسر علماء النفس الديناميكي أن هذه المرحلة تشبه شفوية الطفل الرضيع الذي تغذيه أمه، ويلتهم بشراهة ما يقدم له من صور دون مجهود، وهو التهام لا واع وتحديد ما ناكل، وما نلبس، وكيف نتصرف، حتى نتلبس الحالة الجديدة التي يتم عرضها ونراها بصرياً (طريية، 1999)، وقد توصلت إحدى الدراسات إلى أن التلفزيون والمحطات الفضائية من بين الأسباب الرئيسية لعزوف الشباب عن القراءة، مما يدل على هيمنة الرؤيوي على الشفاهي (علي 2011).

الثقافة والكتب المصورة عند الطفل:

لقد وصف سكواركز (1990) Schwarz الصورة في الكتاب بالوسيط الذي لا يقاوم Irresistible Medium، حيث تلعب الصورة والنص دوراً متفاعلاً لإيصال الرسالة إلى الطفل. فالصورة ليست مجرد شكل، بل مادة تحتوي الكثير من الخطابات والرسائل والدلالات، وحين تستوفي الشروط الفنية (وخاصة اللون، والتناسق الجمالي) فستكون على درجة كبيرة من الجاذبية والإغراء والإفناع، مما يصعب مقاومته. وفي تضاعيف هذا الشكل الجذاب، تكمن رسائل ثقافية تؤدي دورها في تطوير الطفل وتعليمه، إنها احتلت مقام الكلمة في الخطاب التقليدي، مع فارق يكمن في قدرتها على تعميم مضمونها مما لا تستطيع الكلمة بلوغه.

إن الصفة الأولى التي تتميز بها هذه المادة الثقافية الجديدة (الصورة) أنها تقدم نفسها بطريقة مشوقة، وقد يصل تأثيرها إلى السحر في الطفل. من هنا تحتل مكانة مهمة في تكوين الاستجابة الجمالية، والصفة الثانية للصورة أنها تلغي اللغة، وتصنع

لنفسها لغتها الخاصة، وقد يكون لهذا مخاطره. صحيح أن هناك مادة لغوية مصاحبة للصورة في الكتاب أو برامج الأطفال... إلا أن قوة ما يعرض ليس في الكلمة بل في المصور وما يشاهد بصرياً. فإذا كان للصورة هذه القوة الإقناعية خاصة حين ترتبط بالصوت أيضاً (لأننا نعيش عصر الصوت والصورة) مما يحدث اختراقاً ثقافياً، لتصبح من آليات العولمة. من هنا فإن وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي مستجيبة ليس للتنشئة الاجتماعية بل لظهور وتمثل الاجتماعي لدى المتلقين والأطفال حيث يتم تمثيل الدلالات والمعاني للرموز، ويتم امتصاصها دينامياً في شخصية الطفل (دويري، 1997).

هل لثقافة الصورة حدود ومخاطر، لقد انتقد عدد من المفكرين أمثال « ميشيل فوكو» الإفراط في استنزاف حاسة البصر بفعل ما تنتجه هذه الحاسة في العالم الحديث، لأنه يؤدي إلى إلحاق الضرر بالعقل. فقد خففت الصورة من سلطة المثقف والمعلم ودورهما بوصفهما حراساً تقليديين على المعرفة وأداة تغيير الواقع. ويرى فوكو أن المجتمع المعاصر ليس مجتمع المشاهد، لكنه مجتمع المراقبة، فنحن لسنا في قاعة المسرح ولا على خشبته، لكننا موجودون داخل منظومة الرؤية الكلية للمراقبة. فالصورة تستغرق الفضاء الثقافي، وتسجل حضورها في الحقول العلمية والتربوية والمعرفية والتواصلية، لأنها في السينما والتلفزيون، وفي الصحف والمجلات، وفي مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت، وعلى الجدران والإعلانات التجارية التي أصبحت جميعها جزءاً من المشهد اليومي (Creany, Couch, & Caropresco, 2016).

أما في المجال التربوي فتحل الصورة مكانة متميزة في تحصيل الطفل ونموه العقلي، حيث إن تفسير الطفل لمضمون الصورة يعتمد على ملاحظة الأشياء المتضمنة فيها، وخصائصها المرئية، وألوانها، والعلاقات المكانية لمحتواها، ويعتمد ذلك كله على قدرة التلميذ على التمييز الإدراكي (مصطفى، 2006). فالمتعلمون البصريون يعتمدون بالدرجة الأولى على حاسة البصر في المدخلات الحسية، ومن ضمنها المادة المكتوبة، وتمثل هذه الفئة 60% تقريباً من مجموع الأطفال المتعلمين. ويتعلم هؤلاء بسهولة من خلالها، ويسهل التذكر واستدعاء التفاصيل. فالطفل المتعلم يراقب ويرى ما يفعله الآخرون، وهو يحب التطبيقات العملية، ويميز الكلمات بالنظر، ويحب الصور والأشكال، ويتميز بالتصورات الحية، ويتخيل ويفكر بصورة ملونة، كما يلاحظ الألوان والحركة، ويتذكر الوجوه أكثر من الأسماء. وتعد الرسوم والصور وسيطاً مهماً في التعليم والتثقيف في مرحلة الروضة، حيث إن إهمال التنشيط العقلي المرتبط بالصور يؤدي إلى مشكلات لغوية نسبتها تتراوح بين 40-60% في سن ما قبل المدرسة. من هنا يفضل علماء التربية تصنيف الأفلام التعليمية حسب موضوعاتها: علمية، تربوية، تاريخية، جغرافية، زراعية، صحية، علوم منزلية، فنية، أفلام التربية البدنية، أفلام اللغة، وأفلام القصص والأدب (بدوي وعبد الرحمن، 2012).

علاوة على ذلك فإن الصورة الهادفة لأغراض التقويم والتشخيص النفسي، حيث تستخدم بشكل فعال في مجال قياس القدرات العقلية للطفل كما في مصفوفات ريفن المتدرجة (عبد الخالق، 2006)، وفي التشخيص النفسي للاضطرابات النفسية ومعالجتها، وفي كشف البناء العميق للشخصية (كما في الاختبارات الإسقاطية مثل: اختبار تفهم الموضوع TAT)، وفي التقويم النفسي العصبي (Hogan, 2003؛ عبد الله، 2014).

الصورة في أدب الطفل:

أول من استعمل مصطلح «الصورة» في الأدب هو الجاحظ، حيث اعتبر الشعر «صناعة وضرباً من النسج وجنبساً من التصوير» (الجاحظ، 1938). أما الجرجاني فقال: «نعلم أن المشاهدة تؤثر في النفوس مع العلم بصدق الخبر» (الجرجاني، 1954)، ويذهب القرطاجني (في: الغزالي 2013) إلى القول بأن «التخيل أن تتمثل للسامع

من لفظ الشاعر المتخيل أو معانيه أو أسلوبه ونظامه، وتقوم في خياله صورة أو صور ينفعل لتخليها وتصورها، أو تصور شيئاً آخر بها انفعال من غير رؤية إلى جهة الانبساط والانقباض»، وفي النقد العربي الحديث يركز الأدباء على تحديد طبيعة الواقع، وكيفية تمثله في صور الشاعر، واتفقوا على أن المؤثرات النفسية هي أحداث الحياة والتجربة الشخصية للشاعر، وانعكاس هذه المؤثرات في النفس وطبيعة انفعالها، وقد تتبع علماء النفس والنقاد أثر شخصية المبدع في العمل الفني، والصورة هي أداة التعبير عن الخبرة الشعرية. والصور الأدبية أنواع: الصورة التشبيهية، صورة المدركات (التشخيص والتجسيد)، الصور الرمزية (والرمز المقنع).

لقد قيل إن الشعر رسم ناطق، وأن الرسم شعر صامت، فالمؤثرات في أعصاب شبكة العين تكون بلا معنى، ما لم يتم تفسيرها عن طريق العقل (الدماغ)، والفن هو الإحساس والقدرة وتفسيرهما، ويعبر الفن أصدق تعبير عن الأصل والواقع، ونحكم على فن الرسم والصورة واللون من خلال التعبير عن الفكرة. والطفل في مراحل الأولى من النضج لا يقدر الفن، ولكنه يعجب بالصور التي توضح له مراحل القصة، وبمجرد إعجابه بالصور الجيدة يبدأ بملاحظة الألوان، لذلك يجب أن نزيد من خبرة إطلاع الطفل على الصور، وتقليد هذه الصور، بحيث تشكل لديه خبرة ودافعية للتعبير عن الأفكار والمشاعر من خلال الرسم وتكوين الصورة. ويمكن تنمية ذلك عن طريق تقدير قيمة الأصل للصورة التي سينقل عنها التلميذ مع العناية بهذا النقل، وتعزيز استجابة الطفل من خلال عمله المنجز، وبت روح الإرادة والصبر على العمل للوصول إلى النتائج المطلوبة (العفيفي، 2011).

ويعتبر التصوير وخاصة التصوير الضوئي من أكثر النشاطات انتشاراً لارتباطه بنشاطات أخرى مثل: الرحلات، والسفر، والمخيمات، والتنزه، والصيد. وقد غدت عملية التصوير أكثر سهولة نتيجة تطور تقنيات التصوير الحديثة من خلال الجوال (المحمول)، وخاصة لضبط المسافة، كما يسرت اقتناء الصور وإنتاجه. وتعتبر هواية التصوير من الهوايات المحببة للأطفال بما يتيح اقتناء الصور التي تشكل تاريخاً خاصاً وعماماً، وتدفع بالعديد منهم إلى الاشتراك بمعارض الصور والسعي للحصول على الجوائز (الجبالي، 2006).

بسبب هذا التأثير للصورة في المشهد الفكري والثقافي والتعليمي، ظهرت تحولات تهدد تراثنا الثقافي والأدبي، وهذا ما استدعى تحولاً في النقد الأدبي تبعاً للتحول الثقافي من ثقافة الأدب إلى ثقافة العولمة، ومن ثم تغيير الأدوات النقدية. من هنا تحتل الكتب التعليمية المصورة دوراً مهماً في آلية التأثير في الطفل من خلال محتوياتها، والاستجابات التي تستدعيها في ذهن الطفل وخياله من جهة. وفي الاستجابات الجمالية التي يكتسبها من جهة ثانية.

إثارة الصورة الفوتوغرافية للمشاهد (المواقف) المرئية الحسية عند الطفل:

يقصد بـ «الصورة الفوتوغرافية» الصورة الحية التي تبتث المشاهد بواقعية مرئية مرسومة بدقة من دون إغراق في التخيل، والتشظي المشهدي: إذ تأتي الصور مرسومة بدقة متناهية من حيث الإشارة المشهدية المبالغية من غير صدمات تصويرية تبعثر الصور، وتنحو بها إلى حيز التحديد. ويظهر هذا العمل الإبداعي الثقافي في مجال «أدب الأطفال»، ففي المثال التالي لجأ الشاعر إلى هذا النوع من الصور، بغية تركيز مدلولها، وبت الصورة بواقعيته المرئية، لتتمثل للمتلقى بصداها الواقعي، وبعدها المشهدي التصويري، وكأنها مرسومة بأبعاد ومقاييس خاصة، ومحددة بدقة كما في قوله: "كلما حطت على أجفاني التعبى عصافير النعاس/ رحت أعدو في دروب الثلج... أعدو جامعاً وجهك عن صمت المقاعد/ عن أزهار الكستناء/ مثلما أجمع لغزاً/ مثلما

أجمع عطراً ذائباً في مسامات الهواء/ باحثاً عن بيتك الدافئ/ والبيت يعاند...» (زين الدين، 2003). «أتلوى صارخاً: أعرف هذا الحي، أشجاراً وأحجاراً/ صغاراً وكباراً/ كيف ذاب البيت؟ أين اختفت الأبواب؟/ لم لا يخرج الناس إلى الشارع كالعادة؟». (زين الدين، 2003).

يؤسس الشاعر شعريّة هذه القصيدة على إيقاع الصورة المبتكرة الإبداعية، التي تحمل بعداً واقعياً على الرغم من نحتها التصويري الجمالي الأخاذ، الذي يبث معالمها الحسية بروى تجريدية مثيرة، كما في قوله: «كلما حطت على أجفاني التعبى عصفير النعاس/ رحت أعدو في دروب الثلج.. أعدو جامعاً وجهك عن صمت المقاعد/ عن أزهار الكستناء». فالشعر يقوم بنقل الصور إلى حيز المرئي باستخدام ألفاظ ومدلولات من الطبيعة المرئية أو المشاهدة، وذلك بأبعاد ومقاييس محددة، كما في الدوال التالية: (خمارة الحارة، البيت، الأبواب، الشاعر، أحجار، أشجار، حجرة الهاتف، الحي، بيتك الدافئ)، وكأنه يرسم بعدسة فوتوغرافية دقيقة أبعاد المكان، ومقاييسه، ولكنه سرعان ما ينقلنا فجأة إلى حيز مثير من النحت التصويري الشعري الجميل كما في قوله: «أصحو، في فمي بضعة أرقام ودهر من يباس».

وقد يؤسس الشاعر شاعريته على الصورة الموقفية (ذات الموقف الشعري المجسد)، أو الصورة المشهدية ذات المشهد الحسي المرئي (الواقعي)، كما في قول الشاعر: «تمتم المقعد لما أغلق الحارس أبواب الحديقة؛ لست أخشى الليل والوحدة. عندي من حصاد اليوم ما يغني: صغاراً رفرقوا حولي.. / فتاة خضبت جسمي بكحل دافئ/ لست أخشى الليل... عندي جعبة مألوف/ وأحلام طليقة». وبهذه القصيدة يؤسس الشاعر على تقنية التركيز المدلولي والمشهدي، المرئي الحسي، الذي يرسم أبعاده رسماً تصويرياً يعتمد حيز التجسيد المكاني، ويجمع عدة صور متفرقة مرئية في مشهد واحد، هو مشهد الحديقة ومثيراتها البصرية، بما يتلاءم وطبيعة الموقف الشعري من جهة، والصورة اللقطة أو الصورة المشهد من جهة أخرى (شترج، 2011).

يلجأ الكثير من الأدباء والشعراء إلى أيقاع المزاجية بين الصورة الحسية والمجردة في عملهم الإبداعي، والتي أخذت تشق طريقها في حقول الإبداع التي تنفرد بأسلوب جمالي جديد، حيث تدخل القصيدة في فضاءات حداثية من بوابة التقصي العاطفي، والترسيم المشهدي الحسي للأحداث واللقطات أو المشاهد والوقائع الشعريّة الحسية المباشرة، والتي تظهر في كتب أدب الأطفال (بدوي، وعبد الرحمن، 2012).

الصورة والاستجابة الجمالية عند الطفل:

ترى معظم الأدبيات أن الجمال هو مثير يولد لدى المتلقي جملة تغييرات جسمية ونفسية، ويستثير انتباهه وملاحظته، ويجعله يندفع إلى الاستجابة له. وقد عرف برلين (Crary, 1999) الاستجابة الجمالية Aesthetic Response التي تتشكل بالصورة بأنها: سلوك، يمتد في معظم استجاباتنا، وينعكس في إحساس الاستمتاع بالجمال يؤدي إلى درجة ما من تقبل أو رفض الموضوع الذي أثار فينا الإحساس بالجمال، ويثير فينا أحاسيس عديدة مثل الإحساس بالسرور، والنشوة، والمتعة...إلخ، أو حتى رغبة المتلقي في رؤية المثير الجمالي مرات عديدة.

المفهوم النفسي للاستجابة الجمالية عند الطفل:

وجه علماء النفس الاهتمام إلى دراسة العلاقة بين المنبه (الموضوع الجمالي في الصورة)، والمتلقي الذي يستجيب لهذا المنبه، وتختلف استجابات المتلقين وخاصة الأطفال، فقد تكون فسيولوجية (كتسارع ضربات القلب) أو استجابة عقلية، أو استجابة عصبية كأحاسيس التوتر التي تنشأ مصاحبة للانفعال الذي تولده الاستجابة الجمالية،

وقد تكون الاستجابة لفظية أو حركية.

ولمعرفة كيف تتم عملية الاستجابة ينبغي دراسة تأثير المنبه والعمليات التي يتضمنها التنبيه هي:

1- الشعور: الشعور هو أحد وظائف المخ، وهو مرتبط بطرفين هما الطفل والموضوع الجمالي، وله ثلاثة جوانب متداخلة هي:

(أ) الجانب الإدراكي (المعرفي).

(ب) الجانب الوجداني (الانفعالات والعواطف).

(ج) الجانب النزوعي (العمل التنفيذي).

2- الانتباه: هو تركيز الشعور في شيء، وتهيئة وتوجيه الحواس نحو استقبال مثيرات المحيط الخارجية.

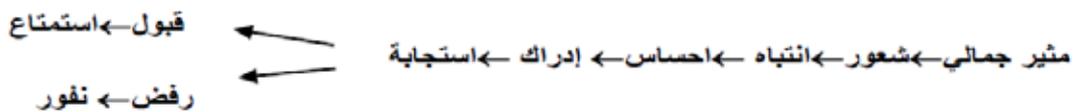
3- الإحساس: هو الأثر النفسي الذي ينشأ مباشرة من تنبيه عضو حاس وتأثر مراكز الحس في الدماغ، بعد توافر مثيرات مناسبة للحاسة المعنية وشدة كافية.

4- الإدراك: وهو عملية نفسية قوامها وعي الأشياء الخارجية وصفاتها وعلاقتها بما له صلة مباشرة بالعمليات الحسية. والإدراك هو العملية التي يفسر المتلقي عن طريقها المثيرات الحسية، فالإحساس يسجل المثيرات البيئية ويفسرها الإدراك، ويصوغها في صور يمكن أن يفهمها الطفل (إبراهيم، 2003).

وهنا يمكن القول إن الإدراك هو نوع من الاستجابة للأشكال والأشياء الخارجية في الصورة، وتهدف الاستجابة إلى القيام بنوع معين من السلوك، ويتوقف ذلك على طبيعة المنبه الخارجي والحالة الشعورية والوجدانية للطفل المتلقي ونموه المعرفي إزاء مثيرات سابقة. ويعد الإدراك نشاطاً (نفسياً - حسيًا - عقلياً)، فهو يعتمد على فاعلية النظام الحسي في الصورة ومدخلاته، إذ أن عملية الإدراك تبدأ عادة بوجود منبهات أو مثيرات من حولنا يستقبلها المتلقي عبر الحواس لتُنقل بعد ذلك إلى الدماغ الذي يقوم بدوره بتنظيمها وإعطائها معنى مناسباً، مع ربطها بالخبرة السابقة للمتلقي. ويتأثر الإدراك بمجموعتين من المؤثرات هي:

(أ) المؤثرات الخارجية: التي تتعلق بخصائص الموضوع المدرك في الصورة.

(ب) المؤثرات الداخلية: التي تتعلق بذات المتلقي. لذلك فهي سلوك يختلف من موقف جمالي لآخر، ومن متلق لآخر. وهي معطى اتصالي يقوم على جوانب الشعور الثلاثة (الإدراك، الوجدان، النزوع) فالطفل المتلقي يدرك أولاً الموضوع الجمالي إدراكاً قد يكون إدراكاً حسيًا، أو عقلياً، ثم تثار لديه حالة وجدانية (انفعال أو عاطفة)، ثم يتخذ موقفاً تجاه هذا العمل، فهي سلوك يتم وفقاً للآلية الآتية:



ومع ذلك فإن هناك جهات نظر متعددة يمكن تلخيصها بما يأتي:

1- النظرة الموضوعية Objective: أنصار المذهب الموضوعي يرون الجمال قائماً بذاته وموجود خارج النفس الشاعرة به (محتوى الصورة)، فالجمال ظاهرة موضوعية لها وجودها الخارجي وكيانها المستقل، مؤكدين تحرر مفهوم الجمال من الناثر بالمزاج

الشخصي، فالشكل يبدو جميلاً إذا توافرت فيه صفات معينة.

2- النظرية الذاتية Subjective: نشأ هذا المذهب كرد فعل على التطرف الشديد في تصوير الجمال وتقويمه، فقد عد أصحاب هذا المذهب معنى الجمال ليس صفة في الشيء الجميل تقوم بمعزل عن إدراك المتلقي، فقد عدوا الجمال ظاهرة نفسية وخبرة ذاتية، فالجمال يوجد في ذات المتلقي. ويحتل الخيال دوراً مهماً في استجابة الطفل (الفضلي، 2010).

تأثير ألوان الصورة على الطفل (التأثير السيكولوجي للألوان):

اللون: هو شكل من أشكال قدرتنا المرئية، لأنه الأكثر تأثيراً علينا، وهو الذي يجعل الأشياء محددة ودقيقة، وهو ببساطة ضوء ذو أطوال موجية مختلفة، فنحن محاطون بموجات طاقة كهرومغناطيسية، واللون هو جزء صغير منها. وتقع في منتصف جهاز الطيف ألوان الطيف السبعة مرتبة وفقاً لتردداتها، فاللون البنفسجي يقع في قمة الهرم على الرغم من أنه أقصر طول موجي وأعلى تردد، والأحمر في القاعدة على الرغم من أنه أعلى طول موجي وأقل تردد، ويمكن مشاهدة هذه الألوان عن طريق تمرير الضوء الأبيض من خلال الموشور، وتسمى الألوان الثلاثة في أعلى الهرم (البنفسجي، الأزرق، النيلي) الألوان الباردة، أو الإلكترونية، وهي هادئة بشكل عام، أما الألوان الثلاثة السفلية (الأصفر، البرتقالي، الأحمر) فتسمى الألوان الدافئة أو المغناطيسية وهي دافئة ومنشطة، ويعد اللون الأخضر هو اللون الموازن بين الأشعة الدافئة والباردة (شاهين، 2013).

وكلمة اللون تدل على الكثير من المعاني، فهي تشمل:

1- الإحساس البصري على اختلاف أطوال الموجات الضوئية في الأشعة المنظورة، وهو الإحساس الذي يترتب عليه إحساس العين بألوان مختلفة بداية من الأحمر، وهو أطول الموجات الضوئية، ومنتهاياً بالبنفسجي، وهو أقصر الموجات الضوئية، وهذا ما يسمى كنه اللون.

2- يدخل في معنى كلمة اللون ما يعبر عنه باسم تشبع اللون (Saturation)، أي مدى اختلاط أصل اللون بأي من الدرجات المحايدة (الأبيض والأسود، الرمادي) وهي الخاصية التي تجعلنا نقول عن اللون في اللغة الدارجة أنه مركز أو غير مركز (مدى نقاء اللون).

3- تدل كلمة اللون على ما يعبر عنه باسم قيمة اللون (Value)، أو ما يطلق عليه كلمة (Tone)، وهو ما يستخدم للتعبير عن المناطق الفاتمة أو الفاتحة (Dark and Light) كما تعبر عن التدرج اللوني (Tonal Graduation)، وهو ما يستخدم للتعبير عن التباين (Contrast)، وهو ما نطلق عليه في لغتنا الدارجة: لون ساطع أو لون قاتم.

والمواصفات الثلاث السابقة تسمى طريقة (منسل لتحديد مواصفات اللون) التي تعتمد على وصف الألوان وفق خصائص ثلاث هي: أصل اللون (كنه اللون) - قيمة اللون - تشبع اللون.

ويمكن تحديد وظيفة اللون في النقاط الآتية:

1- جذب الانتباه (Attention).

2- توصيل المعلومات (Communication).

3- التخيل (Imagination).

4- إثارة المشاعر.

ولتأثير اللون في الصورة لابد من فهم القواعد الآتية:

القاعدة الأولى: قاعدة التنسيق المبنية على لون واحد، وذلك باستخدام أحد الألوان التي لها دلالة محددة مرغوبة لدينا مثل الأحمر الذي هو لون الطاقة والمشاعر الفياضة، والذي يعمل على رفع الروح المعنوية. أو الأصفر الذي يدعو للبهجة والتفاؤل، وهو لون نابض بالحياة والدفء أو الأخضر المعروف بالطبيعة الهادئة، ويخفف من الغضب، ويجلب الهدوء للنفس، ويتم التلاعب بدرجاته وكثافته وتوزيعه. من الألوان التي يعتبر استخدامها بهذا الأسلوب، ومضمون النتيجة هو الأصفر والأحمر، ومن الأهمية إدخال الألوان المحايدة في هذا النوع من التنسيق مثل الأبيض والبيج.

القاعدة الثانية: قاعدة التنسيق المبنية على الألوان الأساسية، وهي معروفة بالقوة والصفاء وعند استخدامها في درجاتها الأولية يجب استخدامها بمقاييس متساوية قدر الإمكان بحيث لا يطغى لون على لون آخر، ومن المهم استخدام لون محايد للأرضية مثل الأبيض.

القاعدة الثالثة: قاعدة التنسيق المبنية على استخدام ألوان مترافقة على الدائرة اللونية، وهي أبسط الطرق لخلق الألوان انسجاماً وتناغماً مع بعضها البعض حتى ولو كنت لا تملك التدرج اللوني نفسه، وطريقة استخدامه يتم بمقاييس مختلفة مما يعطي مساحة حرية أكبر في التصميم.

القاعدة الرابعة: هي عبارة عن مزج لونين من الألوان الأساسية (الأحمر والأصفر والأزرق) فإننا نحصل على ثالث ثانوي هو مكمل للون الذي لم يدخل في المزج بمعنى الأحمر + الأصفر = برتقالي، وهو اللون المكمل للأزرق الأحمر + الأزرق = الليموني، وهو مكمل للون الأخضر الأزرق + الأصفر = الأخضر، وهو اللون المكمل للأحمر.

القاعدة الخامسة: المزج بين أي لون مكمل أو ثانوي وأحد الألوان التي تدخل في تركيب هذا المكمل نفسه بمعنى آخر المزج بين البرتقالي والأحمر أو الأصفر، وبين الليموني والأحمر أو الأزرق، وبين الأخضر والأزرق أو الأصفر.

القاعدة السادسة: قاعدة التنسيق المبنية على استخدام الألوان المتناقضة: المزج بين لونين متناقضين من الوسائل الشائعة في مجال التصميم الداخلي والديكور، وهي من الوسائل المضمونة النتائج مثل المزج بين الأبيض والأسود أو الأسود والأصفر أو الأبيض والليموني (شيخاني، 2005، عزت، 1988).

آلية التأثير السيكولوجي لألوان الصورة على الطفل:

إن التأثير الفسيولوجي الخاص بوظائف أعضاء الجسم الناتج على شبكية العين سواء كان ناتجاً عن المادة الملونة أو الضوء الملون، ولون الإشعاعات التي تنعكس من أي سطح تمثل لونه. فاللون يرى كألويات بالإضافة لأن له قدرة كبيرة على استثارة أكبر قدر من الاستجابات الحسية والعاطفية على الرغم من كونه ليس شرطاً أساسياً في إبداع الأعمال الفنية، إلا أنه يوحى بالإحساس العام وعمق العمل الفني على نحو يصعب تحقيقه من خلال غيره من العناصر. وتؤثر الألوان على النفس فتحدث أحاسيس ينتج عنها اهتزازات بعضها يحمل سمات الراحة والاطمئنان، والآخر يحمل صفات الإرهاق والاضطراب...، لذا نرى أن تأثير الألوان قد ينتج عنه حالة من الفرح والمرح أو الحزن والكآبة. وتنقسم هذه التأثيرات إلى:

1- تأثيرات مباشرة كالفرح والحزن.

2- تأثيرات غير مباشرة تتغير حسب الفرد.

وقد يحمل اللون الواحد تأثيراً مختلفاً من شخص إلى آخر كالأخضر مثلاً، فقد يوهم البعض بالقلق والاضطراب، ويوحى لآخرين بالخضرة والطبيعة.

وقد حاول الباحثون تحديد الخصائص السيكولوجية للألوان من وجهة نظر فردية، ولكنها تتغير تبعاً لعوامل عديدة. ففوة تأثير الألوان تظهر كما يأتي:

1. الأحمر Red: النار - الدم - الحرارة - الثورة - الحيوية - الحركة.
2. البرتقالي Orange: التوهج - الاشتعال - الدفء - الاحتراق - الإثارة.
3. الأصفر Yellow: الشمس - الشرور - علاج الأمراض العصبية.
4. الأخضر Green: الطبيعة - الانتعاش - الهدوء - الراحة.
5. الأزرق Blue: السماء - الماء - الشفافية - الهدوء - الراحة.
6. الأبيض Wight: الطهارة - النقاء - الصفاء.

ولقد ذكر (مارتن لانج Martin Lang) في كتابه (تحليل الشخصية عن طريق اللون Personality Analysis by Colors) أن البحث في سيكولوجية اللون مجال جديد يمكن الإضافة إليه كلما تقدمت بحوث علم النفس حيث الأثر السيكولوجي للون يرتبط بالمعرفة الدقيقة لنفسية الإنسان (شيخاني، 2005). أمثلة على التأثير الفسيولوجي للون:

* استخدام اللون الأحمر والأصفر في مطعم وجبات سريعة أدى إلى حث زوار المطعم أن يأكلوا بسرعة وينصرفوا، تاركين الأماكن لغيرهم من الزوار.

* استخدام اللون الأخضر بدلاً من الأحمر في أحد المصانع التي كثر فيها الشجار بين العمال، أدى ذلك إلى الوئام والمحبة بين العمال.

* استخدام اللون الأصفر والأحمر في أحد الواجهات العامة بإحدى المدن أدى ذلك إلى حدوث مشاحنات واضطرابات شديدة من القريبين من تلك الواجهة، لأنه سبب لهم صدمة نفسية.

وفيما يلي فكرة مبسطة عن التأثير النفسي والبدني للألوان على الطفل:

اللون الأحمر: مثير ويدعو للغضب، ويساهم في التوتر العضلي وزيادة ضغط الدم. لذا اللون الأحمر: يسبب الإحساس بالدفء، ويزيد من الانفعال الحركي والنفسي يزيد من سرعة الحركة والنشاط.

اللون البرتقالي: باعث للحركة، ويعطي إحساساً بالراحة، ويساهم في زيادة حالة المرح، إلى جانب عملية الهضم. لذا اللون البرتقالي: يعطي الإحساس بالدفء، ويساهم في زيادة النشاط والحيوية، وقد يسبب التوتر للبعض.

اللون الأصفر: منشط لخلايا الدماغ في حالات العجز الذهني أو المعاقين والتوحيدين، قد يكون في بعض الأحيان مهدئاً بصفة عامة. لذا اللون الأصفر: يعمل على تعديل المزاج mood، ويدخل البهجة والسرور على النفس، وهو محفز للنشاط والحيوية.

اللون الأزرق: يعتبر مسكناً لكثير من حالات الألم، وقد يسبب حالة من الشعور بالتعب. لذا اللون الأزرق الفاتح: يعطي الإحساس بالخفة ويعمل على تهدئة النفس، ويساعد على التعبير عما في داخلها من دوافع وصراعات Conflicts.

اللون البنفسجي: يعمل على تهدئة النفس من الاضطراب والاسترخاء Relaxation، له تأثير حسن على الأوعية الدموية، يزيد مقاومة أنسجة الجسم. لذا اللون البنفسجي: قد يوحى بالحزن والكآبة Depression وخاصة إذا كان غامقاً.

اللون الأخضر: له تأثيره الفعال لحالات الغضب والتعب أو الأرق، يعطي الشعور بالراحة، ويسهم في تخفيف ضغط الدم. لذا اللون الأخضر: يسهم في الانتعاش Euphoria، ويعطي شعوراً بالراحة وبالانضباط الحركي.

اللون البني: يعطي الإحساس بالصلابة والقوة Power، ويسهم في ضبط التوترات العضلية.

اللون الأسود: باعث قوي للغموض، يقلل النشاط والحيوية، ويبعث الشعور بالكسل والخمول (شاهين، 2013).

وعليه فإن تحليل العمل الفني للطفل من خلال الدلالات اللونية والقيم اللونية وبناء التكوينات وفهم توزيع العناصر تحتاج إلى متخصصين في دراسة سيكولوجية فن الطفل، وإن قراءة هذا العمل تحتاج إلى قدرات وكفايات ثقافية وفنية وتخصصية لا تتوافر إلا لدى القادرين على فهم لغة التعبير (عبد الحميد، 2005).

وقد أثبتت التجارب أن للألوان في الصورة تأثيراً قوياً على العواطف والأحاسيس والانفعالات، وخاصة عند الأطفال، مما دعا علماء النفس لاستخدام الألوان في معالجة الاضطرابات العقلية والمشكلات السلوكية لديهم Emotional and Behavioral Problems. ويرون أنه كلما كان اللون فاتحاً كان بارداً ساكناً معطياً إحساساً بالهدوء أما الألوان الناصعة فهي رمز الحركة والمرح والبهجة، وقد أجرى علماء نفس الطفل تجارب باستخدام الإضاءة الملونة، وتوصلوا إلى أن الوقت يبدو أطول في الضوء الأحمر، كما أن الأشياء تبدو أكثر ثقلاً في الوزن، في حين أن الوقت يبدو أقصر في الضوء الأخضر والأزرق، وتبدو الأشياء أصغر وأخف وزناً، ويجب أن تؤخذ هذه المعايير في إخراج الصورة في برامج تعليم الأطفال ومناهجهم التربوية (عبد الله، 2013).

الألوان المتقدمة والمتأخرة وتسويق الصورة:

أثبتت التجارب السيكولوجية أن هناك ألواناً تبدو بعيدة أو متأخرة، ومن ذلك نستخلص أن الألوان تلعب دوراً في الإحساس بالعمق الفراغي أي أن لها دلالة على الإحساس بالبعد الثالث، فالألوان كالأحمر والأصفر والبرتقالية في فصيلة الألوان المتقدمة، بينما تبدو الألوان الزرقاء والخضراء متأخرة، والألوان الأقل تشبعاً التي اختلطت بالأبيض تبدو أكثر تقدماً من الألوان القاتمة.

ويعتبر اللون منبهاً قوياً ومؤثراً، وهو عنصر جذب فعال إذا ما تم توظيفه بشكل صحيح لجذب انتباه الطفل المتلقي، ويمكن تعريف الانتباه Attention أنه: تركيز العملية العقلية شعورياً تجاه منبه معين وترك المنبهات الأخرى جانبا بحيث لا تصل إلى الشعور في نفس الوقت التي يتم فيها هذا التركيز. والانتباه نوعان:

(1) انتباه إرادي. (2) انتباه لا إرادي.

(1) في الانتباه الإرادي: يلاحظ الطفل المتلقي الإعلان بإرادته ووعيه، بحيث يكون المنبه أو المثير داخل الفرد نفسه، وعلى سبيل المثال إذا أراد الطفل شراء لعبة مثلا فإنه سيوجه انتباهه مباشرة لإعلانات الألعاب، ونوع الألعاب.

(2) انتباه لا إرادي: وهو الذي لا يتطلب من المستقبل أي مجهود، حيث تأتي المنبهات من خارجه، أي: من بيئته المحيطة، وقد يلعب اللون هنا مثيراً قوياً إذا ما تم توظيفه بشكل صحيح.

وبعد نجاح عملية الانتباه يأتي دور عملية الإدراك Perception، ويمكن تعريف الإدراك أنه: (عملية تنظيم وتفسير لها الزيادة في وعينا بما يحيط بنا). وهناك ما

يسمى بالإدراك الاختياري، أي: أن المتلقي يختار ما يراه طبقاً لحاجاته الفردية وحالته المزاجية والعاطفية، أو المصمم الواعي يجب أن يدرك جوهر عملية الإدراك اللوني لدى الفرد المستهدف، وما من شأنه أن يدعم ويقوي اتجاهاته، وما يناسب نطاق إدراكه (دافيدوف، 1983).

فالإدراك اللوني هو أحد أشكال الإدراك البصري، فنحن لا نتعرف فقط على الألوان، بل نحس بها أيضاً، كذلك فإن دلالات ورموز الألوان تؤثر بشكل مباشر في عملية الإدراك.

والمرحلة الحسية والوجدانية في الإدراك ترتبط بالتأثيرات السيكولوجية للون، والتي تشمل التأثير المباشر الخاص بالإحساس القوي باللون، والتأثير غير المباشر الذي يتغير تبعاً للمتلقى نفسه سواء بالنسبة لتفضيلاته اللونية أو اتجاهاته نحو اللون، بالإضافة للجانب الدلالي للون الذي يرتبط بشكل دقيق مع ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الفرد. وقد تؤدي المبالغة في استخدام اللون كعنصر منبه إلى اختلال توازن انتباه الفرد، وفي هذه الحالة يتحول اللون لعنصر تشويش، ويحدث ما يسمى بـ: تذبذب الانتباه (شاهين، 2013).

واستخدام الخروج عن المألوف في اللون في التعبير عن الفكرة يعتبر أحد العناصر الهامة في عملية جذب الانتباه، بشرط ألا يتعدى هذا الخروج نطاق الغرابة النسبية، أو تبعد بالطفل المتلقي عن فهم محتوى الصورة، ومن ثمن تتم عملية الانتباه بدرجة أكثر تركيزاً، قد يلجأ مصممو المناهج أو البرامج لاستخدام اللون لتحقيق أهداف محددة منها:

- 1- زيادة جذب الانتباه عن طريق استخدام عنصر التباين اللوني.
- 2- زيادة جذب الانتباه عن طريق استخدام ألوان غير مألوفة مع الموضوع التعليمي، وذلك بطريقة محسوبة بصرياً.
- 3- استخدام ألوان تعتمد على البيئة المحيطة، وعلى طبيعة محتوى الرسالة في الصورة نفسها.
- 4- التأكيد على الصورة الذهنية للطفل بتكرار اللون الأساسي في سلسلة صور متتالية.

ويمكن استخدامات اللون في المنهاج والكتاب المدرسي لتسهيل:

- 1- توصيل الفكرة إلى ذهن الطفل:
- هناك عدة عوامل تؤثر في إدراك المعنى، ومن أهم هذه العوامل الصياغة الشكلية للون فتقديم اللون الأحمر من خلال أشكال لورود أو قلوب يعبر عن الرومانسية، ومن خلال مساحات الخطوط الحادة، يعبر عن العنف أو الانطلاق.

2 - الترميز:

(أ) فعلى سبيل المثال يستطيع اللون إضافة صفة الأنوثة أو الرجولة أو الشباب أو الطفولة أو الهرم، وبعض المؤسسات تلجأ إلى استخدام اللون الذهبي للمنتجات المقدمة للإناث والفضي للمنتجات المقدمة للذكور (مثل منتجات العطور)، وفي بعض الأحيان يكون المنتج ذا طبيعة شبابية فيستخدم اللون البنفسجي للنساء والأخضر للرجال، كما أن اللون الفضي مثلاً بمقارنته بالذهبي هو أكثر قوة، وأقل تالقاً، ويميل للأسود والرمادي الذي يلائم للرجال، في حين يتميز الذهبي بالإشراق والدفء، ويميل للأصفر فهو مناسب للنساء.

(ب) الاعتماد على الدلالات المباشرة للألوان كاستخدام الأخضر للتعبير عن الطازجة على عبوات الأطعمة المحفوظة، أو استخدام الأخضر أيضاً على عبوات المنظفات للتعبير على أنها صديقة للبيئة.

(ج) الترميز اللوني للماركات المنتجة للعصائر أو الحلوى، حيث يرتبط اللون بطعم الفاكهة، وهذه الألوان التي تعبر عن الطعم أو الرائحة أو النكهة تسمى طعم الألوان، وهو يعني ما يثيره اللون من مشاعر ترتبط ببعض الأطعمة فيتم تذكر الطعم والرائحة بمجرد رؤية عبوة الغذاء (الأحمر لمنتجات مصنوعة من الفراولة أو الكرز، والأصفر لمنتجات مصنوعة من الموز أو الليمون أو الأناناس، والبني للشوكولاتة، والأخضر للنعناع أو التفاح).

3 - تدعيم الاتجاهات العاطفية والوجدانية:

فاللون يثير المشاعر والاستجابات الحسية والعاطفية، وترتبط الاتجاهات والمشاعر والانفعالات المتولدة عن اللون بشكل عام بالأبعاد الثقافية للدلالات اللونية (الجوانب الدينية، التراثية، التاريخية)، فالتأثير النفسي للون يختلف من مجتمع لآخر، ويختلف من فرد لآخر تبعاً لثقافة الفرد وتفضيلاته اللونية. فمن المعروف أن تأثير الإناث باللون يفوق تأثير الذكور، وكذلك فإنهن أكثر ميلاً تجاه التفضيلات اللونية.

4 - الاستخدام التشكيلي للون (كيفية توزيع اللون): يتم الاستخدام التشكيلي للون عن طريق:

(أ) التركيز على العناصر المهمة، واستبعاد العناصر الأخرى، وتهدف عملية التركيز إلى جذب انتباه الطفل إلى العناصر الأهم، أو ذات الأولوية في الهوية البصرية، وتتم عملية التركيز ليس فقط باستخدام اللون الأساسي للهوية باعتباره الأقدر على جذب الانتباه، ولكن يتم ذلك من خلال التكوين اللوني بشكل عام، فأفضل وسيلة لتركيز ذهن الطفل يتم عن طريق التباين، فالتباين يضمن توجيه عين الطفل المتلقي إلى عناصر أكثر من غيرها تبعاً لنوع التباين والدرجات اللونية المستخدمة.

(ب) الترتيب بمعنى استخدام اللون في أحداث ما يسمى بالترتيب البصري الأهم فالمهم.

(ج) التبسيط (تبسيط وصول المعلومة عن طريق استخدام لون وحيد بدرجاته أو لونين) بهدف المساهمة في تبسيط المعلومة البصرية المقدمة.

5 - الاستخدام الجمالي للون:

الاستمتاع بالألوان قدرة عالمية يشترك فيها البشر باختلاف ثقافتهم، ويعتمد هذا الاستمتاع على ما يحدثه اللون من انفعالات، وعملية الاستمتاع باللون تعتمد على التفضيلات اللونية لكل طفل، وما يستدعيه من مشاعر وذكريات وإشارة المشاعر من خلال اللون، وذلك من خلال الاعتماد على إظهار القيم الجمالية للون خاصة بالنسبة للفتيات لأنهن يتأثرن باللون وما يرتبط به من موضة.

الإستراتيجيات اللونية:

1 - إستراتيجية التمييز: ويقصد بالتمييز الاختلاف الذي يؤدي إلى عملية التعرف بشكل سهل وسريع، وبمجرد رؤية الأشكال والألوان الخاصة بالهوية، هذا التعرف الذي يخلو من الشك أو الحيرة، وتتم غالباً عملية التمييز من خلال الاختلاف.

إن الاعتماد على اللون في تحقيق عملية التمييز والاختلاف، تتم من خلال اختيار المخطط اللوني الذي يستطيع التعبير عن الماركة دون غيرها، ويتم ذلك من خلال الدراية الكاملة بالمخططات اللونية للماركات المنافسة، سواء من حيث الدرجات اللونية أو القيم

الظليلة، أو الصياغات البصرية التي تعتمد عليها في تقديم هذا المخطط

لقد نجحت كوكاكولا في أن تصبح واحدة من أهم وأشهر الماركات العالمية على مدى يقرب من 100 عام، اعتمدت فيها على اللون الأحمر، (الأحمر الأقرب للون الكولا البني)، وقد اتخذت هذا اللون الذي ضمن لها قدرة عالية من التميز، إلى جانب قدرته على إثارة مشاعر المرح والانطلاق التي كانت القيمة الأساسية التي تسعى لتوصيلها من خلال الجمل الإعلانية على مر الأعوام (Debrary, 1996).

2- إستراتيجية الرؤية: وتعني وضع إستراتيجية تستفيد من اللون لزيادة القدرة المرئية للهوية البصرية، ويمثل لفت الانتباه الجوهر الأساسي لتحقيق ونجاح إستراتيجية الرؤية، لأن جذب الانتباه هي الخطوط الأساسية لعملية التواصل بين الماركة والخلفية بشكل عام. ولا يشترط اختيار أكثر الألوان تشبهاً أو أكثرها إضاءة. ولكن الأهم هو قياس قدرة هذا اللون على أن يكون مرئياً وسط الكم الهائل من الصور. مثلاً نلاحظ خاصية في مناطق المطاعم في الأسواق التجارية تشابه الألوان بين الماركات المختلفة، واعتماد الكثير منها على اللون الأحمر، والذي يؤثر على الرؤية، وقد أصبح من الضروري النظر إليه بشكل أكثر شمولية.

3- إستراتيجية الاستمرارية: تلجأ الكثير من المؤسسات إلى وضع خطط زمنية لتقديم هويتها البصرية تمر بمراحل التعرف والانتشار، ثم المراحل الانتقالية بين الهوية السابقة والصورة الجديدة لها. ولكن عملية التطوير الناجحة يجب أن تتم من خلال خطط مدروسة تضمن الحفاظ على الصورة المؤسسية المبنية في ذهن الجمهور لتلافي عمليات التشويش والحيرة من الهوية الجديدة (الجبالي، 2006).

التأثيرات النفسية المختلفة لألوان الصورة:

عوامل التأثير النفسي: هي مجموعة العناصر والعوامل التي يعتمد عليها المصمم في نقل مضمون الرسالة، من خلال الصور والرسوم والأشكال والكتابات والألوان، والمؤثرات الخاصة وغيرها. حيث يختلف توظيف عوامل التأثير النفسي من وسيلة إعلانية أو كتاب أو برنامج إلى آخر، وبما أن التأثير في اتجاهات المستجيبين المرتقبين وإقناعهم، هو الهدف الأساسي للرسالة المعلنة والتعليمية، كان لابد من دراسة عوامل التأثير النفسي التي تصاغ من خلالها الرسائل، بالشكل والطريقة التي تضمن لها إحداث الأثر المرغوب.

وباعتبار اللون أحد عوامل التأثير النفسي الهامة، فإن مصمم الصورة ومخرج الكتاب أو الإعلان يستطيع خلق انطباع قوي وسريع بالنسبة لمادته المرسله، من خلال التوظيف اللوني الصحيح، ليصل بالصورة إلى الحد الأقصى من الرؤية وإثارة الاهتمام بمضمون الرسالة التثقيفية والتربوية والإعلانية، مما يضيف ميزة الواقعية عليها، إضافة لعنصري التشويق والإبهار، ويكون تأثير اللون إما بشكل مباشر أو غير مباشر.

1- التأثير المباشر:

ويتحقق هذا التأثير بأن يصل إلى الطفل مباشرة الإحساس الذي يحمله اللون بالفرح أو الحزن أو الثقل أو الخفة أو البرودة أو السخونة من خلال اللون (تأثير مباشر).

2- التأثير غير المباشر:

يتغير التأثير غير المباشر تبعاً للأشخاص والأطفال، ويرجع مصدره للانطباعات الموضوعية المتولدة تلقائياً من تأثير اللون، فعلى سبيل المثال اللون البرتقالي يحدث

تأثيراً بالحرارة والدفء، وهو يمثل موضوعياً النار والشمس، والأزرق يحدث تأثيراً بالبرودة، ويمثل موضوعياً البحر والشمس.

دور اللون في عملية الاقتناع وتكوين معتقدات الطفل وشخصيته:

يهدف عرض الصورة إلى التأثير في الأفراد والجماعات باختلاف الثقافات والحاجات والدوافع، ووفقاً للظروف الاجتماعية والاقتصادية والتربوية.

ويُعد تحقيق الاقتناع الهدف الأساسي من الصورة، وهو يعني أن تكون لدى الجمهور المستهدف من الأطفال الاتجاهات والآراء المؤيدة للصورة أو الفكرة، مع الأخذ في الاعتبار الرغبات والدوافع الخاصة بالطفل المستهدف.

والاقتناع: هو عملية تغيير أو تعزيز المواقف أو المعتقدات أو السلوك، فعملية الاتصال لا تتم فقط بتحقيق الإدراك أو الانتباه فقط، حيث لابد أن يقوم الاتصال بإقناع الطفل بمحتوى الصورة.

ويمكن تقسيم الاقتناع إلى:

اقتناع فكري: يقوم الطفل بالتفكير في الرسالة، وتحليل الأسباب والدلائل المقدمة في الصورة.

اقتناع لافكري: لا يتخذ الطفل سوى القليل من الوقت في محتوى الرسالة، ثم يقوم باتخاذ قرار مفاجئ (قد يكون بسبب تأثره عاطفياً). ويبدأ الاقتناع بالمصادقية، وهنا يظهر دور المرئي المرسل في محاولة زيادة واقعية الرسالة في الصورة (عبد الحميد، 2005).

أما عن العلاقة بين السمات الشخصية للطفل ومدى استعدادة للاقتناع، فقد تبين أن هناك مجموعة من السمات الشخصية تجعل الطفل أكثر تقبلاً أو مقاومة للاقتناع، وهذه السمات هي:

الأولى: تشمل مجموعة الدوافع المرتبطة بالاستعداد المرتفع للاقتناع، مثل: انخفاض تقدير الطفل لذاته، والإحساس المستمر بالقلق، والتردد، والتفتح الذهني.

الثانية: تشمل مجموعة الدوافع المرتبطة بالاستعداد المنخفض للاقتناع مثل: الميل للعزلة الاجتماعية، والتعصب الشديد (Creany, Couch, & Caropresco, 2016).

الخلاصة والنتائج:

- إن الأنساق التعبيرية كثيرة، ويبقى لنسق الصورة التعبيري أهميته، لأنه ألغى الفروقات في الفهم عند الناس، كما ألغى « اللغات: الشفاهي - الكتابي»، وقد أطلق البعض على عصرنا اسم «عصر الصورة».
- وقد ارتبطت الصورة تاريخياً بالمقدسات، مثلما كانت مرتبطة بالإبداع والفن، وذلك في مختلف الثقافات الإنسانية عبر التاريخ، أما في عصرنا الحديث «عصر الصورة والرؤية» Visual and Image age فيظهر أن الصورة حاضرة حضوراً مركزياً في مختلف المجالات الثقافية: النظرية والتطبيقية، السياسية، والاجتماعية، والعسكرية، والأدبية، والفنية وغيرها من المجالات.
- تحتل الصورة مكانة متميزة في النمو المعرفي للطفل، وفي تكوين أفكاره وتصورات، وثقافته عامة. فالصورة في المجال التربوي والثقافي هي مرآة النص، كما تعطي الصورة النص كاملاً من خلال تصوير الشخصية في سلوكها ومزاجها.

- توازي ثقافة الصورة أو الثقافة المرئية مفهوم الثقافة ذاته، فيشير مصطلح ثقافة الصورة إلى المكونات المحددة للثقافة عامة باعتبارها مجموعة من الممارسات والخبرات والقيم والمعارف والسلوكيات المرئية أو البصرية التي أصبحت مجال تخصص علمي حديث العهد.
- يعتبر جيمس الكينز James Elkins من رواد هذا المجال، حيث استخدم المصطلح للمرة الأولى عام 1972. أما في العصر الحديث، فقد حذر البعض من هيمنة الصورة على ثقافة الإنسان، والتي تحل محل ثقافة الكلمة. فإذا كانت الثقافة - كما عرفها إدوار هريو - بأنها: «ما يبقى للإنسان عندما ينسى كل شيء» فإن الصورة تتصف بقدرة عالية على الدخول إلى ذاكرة الفرد والاستقرار فيها «الذاكرة البصرية والذاكرة طويلة المدى».
- الإدراك البصري للصورة عند الطفل عملية عقلية متعددة الجوانب، لأنها مرتبطة بكل من الانتباه، والخبرة، والوعي، والذاكرة، ومعالجة المعلومات وتفسيرها، كما ترتبط بكل من اللغة والحواس.
- تلعب الصورة البصرية دوراً مهماً في سد الفجوة الثقافية بين الطبقات والفئات الاجتماعية المختلفة، لأنها وسعت من دائرة الاستقبال لتشمل جميع البشر، كما وسعت القاعدة الشعبية للثقافة، ومن ثم اكتسب الجميع لمعارف جديدة، وزيادة التواصل بين الثقافات. وما تقدمه وسائل الإعلام ولاسيما الإلكترونية كالتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي، قد أدت إلى تحولات عميقة في حياة الإنسان.
- بواسطة الصورة بات بالإمكان استعمال الحواس الخمس، فهي تسجيل للحظة مرئية في مكان ما، تتصف بالتشويق والجاذبية، إنها تلغي اللغة وتساعد في الإقناع، كما تتصف بالتميز وبالفضاء الثقافي والعلمي، وينطبق ذلك على الصور الثابتة والمتحركة.
- الصورة في كتب الأطفال ومناهجهم هي الوسيط الذي لا يقاوم، لذلك تستخدم في الوسائل التعليمية وفي الأدب، والاجتماعيات والعلوم المختلفة. ولكن الصور الفوتوغرافية تجسد المواقف الحسية بواقعية وبدقة. ولذلك تم توظيفها في الشعر والأدب لتنمية خيال الأطفال وتفكيرهم الإبداعي، وخاصة من خلال الصور التشبيهية، كما تجسد الحالة النفسية والانفعالية للشاعر.
- تستدعي ثقافة الصورة الاستجابة الجمالية لدى الطفل سواء من خلال المثيرات الخارجية (الصورة والألوان) أو من خلال المثيرات الداخلية للطفل نفسه. واللون: هو شكل من أشكال قدرتنا المرئية لأنه الأكثر تأثيراً علينا، ويمكن تحديد وظيفة اللون في جذب الانتباه، وتوصيل المعلومات والتخيل وإثارة المشاعر.
- إن تحليل العمل الفني للطفل من خلال الدلالات اللونية والقيم اللونية وبناء التكوينات، وفهم توزيع العناصر تحتاج إلى متخصصين في دراسة سيكولوجية فن الطفل، وإن قراءة هذا العمل تحتاج إلى قدرات وكفايات ثقافية وفنية وتخصصية لا تتوافر إلا لدى القادرين على فهم لغة التعبير (عبد الحميد، 2005).
- يمكن استخدامات اللون في المنهاج والكتاب المدرسي لتسهيل: توصيل الفكرة إلى ذهن الطفل، والترميز، وتدعيم الاتجاهات العاطفية والوجدانية. وتعمل الألوان في الصورة على إحداث التأثير النفسي المطلوب سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، بما يساعد في تكوين الإقناع، والتأثير في سلوكيات الطفل ومواقفه.
- إذا كان لثقافة الصورة حدود ومخاطر كما قال «ميشيل فوكو» لأنها تستنزف

حاسة البصر، وتؤدي إلى إلحاق الضرر بالعقل، كما أنها تقلص من سلطة المتقف والمعلم ودورهما بوصفهما حراساً تقليديين على المعرفة. وأصبحنا مجتمع مشاهدة لأن الصورة تستغرق الفضاء الثقافي، وتسجل حضورها في الحقول العلمية والتربوية والمعرفية والتواصلية، لأنها في السينما والتلفزيون، وفي الصحف والمجلات، وفي مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت، وعلى الجدران والإعلانات التجارية التي أصبحت جميعها جزءاً من المشهد اليومي، إلا أن تنوع الصورة من النواحي التقنية والشكلية (لأن هناك: المشهدية، والرؤية، والصورة الناطقة، والصورة الصامتة، والصورة المتحركة، والصورة الجزئية، والصورة الكلية، والصورة الملونة وغير الملونة، والصورة المكبرة والمصغرة، والصورة البصرية، والصورة الذهنية، وصور الأحلام، وصور التخيل والخيال، والصور اللاحقة، وصور الذاكرة، والصور الفوتوغرافية، والصور الرقمية، وصور الواقع الافتراضي، والصور المتحركة التي نراها على شاشات التلفزيون)، ودور هذه الصورة في تكوين شخصية الطفل من النواحي المعرفية، والانفعالية، والجمالية، والسلوكية والأخلاقية، نقول: إن هذا قد دفع ببعض الباحثين إلى اعتبارها موازية للثقافة ذاتها، ومن ثم خففت من دور اللغة (الشفاهي والكتابي) وقربت بين الثقافات في ظل العولمة. من هنا يجب توظيف الصورة بطريقة تربوية موجهة للحفاظ على الخصوصية الثقافية للمجتمع، ويتطلب هذا تعاوناً بين مختلف المؤسسات الاجتماعية، والتربوية والإعلامية، والثقافية، والتقنية.

المراجع

المراجع العربية:

- القرآن الكريم
 إبراهيم، عبد الستار (2003). *علم النفس: أسسه ومعالم دراسته*. الرياض: دار العلوم للطباعة والنشر.
- أجلين، جاري (1425هـ). *تكنولوجيا التعليم: الماضي والحاضر والمستقبل*. ترجمة: الدباسي، صالح بن مبارك. الرياض: النشر العلمي والمطابع، جامعة الملك سعود.
- إسماعيل، عز الدين (1981). *التفسير النفسي للأدب*. بيروت: دار العودة.
- بدوي، عبد الهادي، وعبد الرحمن، عبد الحفيظ محمد (2012). دراسة مقارنة لمهارات استخدام الصور والرسوم التوضيحية في الدراسات الاجتماعية والعلوم لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية. *مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 2، 109-78.
- البصير، كامل حسن (1987). *بناء الصورة الفنية في البيان العربي*. العراق: المجمع العلمي.
- الجاحظ، أبو عثمان عمرو بن بحر (1938). *الحيوان*. تحقيق: عبد السلام هارون. القاهرة: مطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده.
- الجبالي، حمزة (2006). *الوسائل التعليمية*. الأردن: دار المشرق الثقافي.
- الرجباني، عبد القاهر بن عبد الرحمن بن محمد (1954). *أسرار البلاغة*. تحقيق: هـ ريتز، إسطنبول، تركيا: مطبعة وزارة المعارف.
- دافيدوف، لندا (1983). *مدخل إلى علم النفس*. ترجمة: سيد الطواب، ومحمود العمر، ونجيب خزام، (ط 4)، القاهرة: منشورات مكتبة التحرير.
- دويري، مروان (1997). *الشخصية: الثقافة والمجتمع العربي*. القدس: مطبعة النور.
- زين الدين، ثائر (2003). *هزيم الرياح*. دمشق: منشورات وزارة الثقافة.
- عبد الله، محمد قاسم (2013). *العلاج النفسي*. حلب: مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، جامعة حلب.
- عبد الله، محمد قاسم (2014). *علم نفس الشوان*. عمان: دار الإعمار العلمي.
- عبد الحميد، شاكر (2005). *عصر الصورة: السلبيات والإيجابيات*. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. عالم المعرفة، العدد (311).
- عبد الخالق، أحمد (2006). *تقنين مصفوفات ريفن المتدرجة القياسية على عينات كويتية من 15-8 سنة*. مجلة الطفولة العربية، 27، 16-8. الكويت.
- عزت، حسن دري (1988). *صحتك النفسية والألوان*. مجلة العربي، 353، 154-147. الكويت.

- علي، سمير الشيخ (2011). القراءة وثقافة الشباب السوري: دراسة ميدانية لعينة من طلاب جامعة دمشق، *مجلة جامعة دمشق لآداب والعلوم الإنسانية*. (27) (2-1)، 489-457.
- العفيفي، محمد الصادق (2011). *الاتجاهات الوطنية في الشعر الليبي الحديث*. ط2. القاهرة: دار الكشاف.
- الغزالي، خالد (2011). أنماط الصورة والدلالة النفسية في الشعر العربي الحديث في اليمن. *مجلة جامعة دمشق لآداب والعلوم الإنسانية*، 27، (2-1)، 287-263.
- شاهين، صفاء (2013). التداوي بالألوان: ثورة في عالم الطب البديل. *مجلة المعلم العربي*. 448، 145-138، دمشق: وزارة التربية.
- شرتح، عصام (2011). *إيقاع المزاوجة بين الصورة الحسية والمجردة عند نائريين الدين*. دار رند للطباعة. 109-101، دمشق: وزارة التربية.
- شيخاني، سمير (2005). *علم النفس في حياتنا اليومية*. بيروت: دار الآفاق الجديدة.
- صادق، علاء (2008). عصر الثراء البصري وتطبيقاته التكنولوجية. *مجلة التطوير التربوي*، 44، 129-122، عمان.
- طربية، مأمون (1999). دخول التلفزيون: من الشفوي إلى الرؤيوي. *مجلة الفكر العربي*، 79، 196-177، بيروت.
- الفضلي، سعاد (2010). *ثقافة الصورة ودورها في إثراء التنوع الفني لدى المتلقي*. المملكة العربية السعودية: جامعة أم القرى، كلية التربية.
- مصطفى، فهيم مصطفى محمد (2006). التعليم عن بعد وتنمية التفكير العلمي لدى الأطفال. *مجلة الطفولة العربية*، (7) 27، 82-65، الكويت.
- المناصفي، قمر (2014). الصورة ودورها في التربية والتعليم. *مجلة المعلم العربي*، 455، 50-59، سورية: وزارة التربية.
- منصور، علي (2005). *علم النفس التربوي*. دمشق: جامعة دمشق: مديرية الكتب والمطبوعات.

المراجع الأجنبية:

- Bishop, R. S. (1992). Multicultural literature for children. In Harris Gordan (Ed). *Teaching multicultural literature in grades K-8*, (37-54). New York: Christopher Gordon Publishers.
- Cartwright, L. (1995). *Screening the body: Tracing medicine's visual culture*. Minneapolis: University of Minnesota press.
- Crary, J. (1999). *Suspensions of perception: Attention and modern culture*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Creany, A., Couch, R. & Caropresco, E. (2016). *Representation of culture in children's picture books*. ERIC. ED 370 570.
- Debrary, R. (1996). *Media manifestos: On the technological transmission of cultural forms*: Eric Rauth, London. Verso.
- Jonathan, B. (2005). Visual Culture. Retrieved from: <http://WWW.enceclpedia.com/doc/102>.
- Hogan, T. P. (2003). *Psychological testing: A practical introduction*. New York: Wiley.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, Mass: MIT Press.

دعوة إلى الباحثين العرب للمشاركة في مجلة الطفولة العربية بثوبها الجديد

تسترعي الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية عناية الباحثين العرب إلى أن مجلة الطفولة العربية انتهجت خطة إصدار جديدة اعتباراً من العدد (33) - ديسمبر 2007 وفقاً للمحاور الآتية، والتي ستصبح بمثابة الملفات الخاصة لأعداد المجلة، وسيكون كل محور منها عنواناً بارزاً لأغلفتها:

- 1 - الأطفال والديمقراطية.
- 2 - الأطفال وثقافة التسامح.
- 3 - الأطفال والعلوم.
- 4 - الأطفال وثقافة الصورة.
- 5 - الأطفال وفضاء اللعب.
- 6 - الأطفال والثقافة الإلكترونية.
- 7 - الأطفال والعدالة التربوية.
- 8 - مدارس المستقبل لأطفال ما قبل المدرسة والرياض (المبنى - التآييث - اللعب - وسائل الإيضاح - الخبرات ... إلخ).

لذا، فإنه يسعد الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية دعوة الباحثين العرب أينما وجدوا للمساهمة في مجلة الطفولة العربية ببحث يعدونه خصيصاً لأي من المحاور المذكورة، هذا وستقوم الجمعية بتقديم مكافأة مالية رمزية* تشجيعاً للأبحاث والدراسات المقدمة، على أن تكون تلك الأبحاث وفقاً لقواعد وشروط النشر في المجلة التي يجدونها على موقع الجمعية الآتي: www.ksaac.org

آملين استجابتكم الكريمة، مع موافاتنا بعنوان الدراسة التي ترغبون في إعدادها وفقاً للمحاور الثمانية المذكورة، ومن ثم تزويدنا بدراسنكم حال الانتهاء منها.

ترسل جميع المكاتبات على العنوان الآتي:

الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية

مجلة الطفولة العربية

ص. ب: 23928 - الصفاة: 13100

دولة الكويت

هاتف: 24748250، 24748479، فاكس: 24749381

البريد الإلكتروني: haa49@ksaac.org.kw

* (500 دولار أمريكي) للأبحاث الميدانية والتجريبية، و(150 دولاراً أمريكياً) للأبحاث والدراسات النظرية.

دعوة إلى الباحثين العرب للمشاركة في المرحلة الثالثة من مشروع مبارك العبد الله المبارك الصباح للدراستات العلمية الموسمية

تسترعى الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية انتباه الباحثين العرب بأنها سوف تبدأ باستقبال وتمويل الخطط البحثية للمشاركة في مشروع الدراسات العلمية الموسمية، والذي يهدف لتشجيع الباحثين القيام بالدراسات والبحوث المتعلقة بالطفولة العربية واحتياجاتها وفقاً للقواعد التالية:

- يجب أن يعالج موضوع الدراسة مشكلة متعلقة بالطفولة العربية، وتعطى أولوية للدراسات ذات الامتدادات الإقليمية.
- يجب أن تكون الدراسة أمبريقية، مع التقيد بأن يكون الحد الأعلى لصفحات الدراسة خمسين صفحة فقط.
- مدة الدراسة ثمانية أشهر من تاريخ الموافقة عليها.
- يقدم الباحث خطة تفصيلية للدراسة، وتخضع هذه الخطة للتحكيم وفق شروط الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية.
- يلتزم الباحث التزاماً كاملاً بما جاء في خطة الدراسة التي تمت الموافقة عليها.
- يلتزم الباحث بتقديم تقارير مرحلية عن كيفية سير الدراسة.
- لا تقبل الدراسات والبحوث المستقلة من رسائل الماجستير أو الدكتوراه أو بحوث سبق نشرها.
- لا تلتزم الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية بإعادة المشروعات التي لا تحظى بالموافقة.
- يتقدم الباحث للجمعية بميزانية مالية لتكاليف البحث من كل وجوهه.
- تقوم الجمعية بدراسة خطة البحث والتكاليف المالية، وعند إقرارها توقع مع الباحث عقداً ينظم عملية التنفيذ وتغطية التكاليف المالية الخاصة بها.
- تكون حقوق النشر الناجمة عن البحث العلمي محفوظة للجمعية على أن يوضع اسم الباحث على الدراسة التي يقوم بتنفيذها.
- ترسل جميع المكاتبات تحت اسم الدراسات الموسمية إلى رئيس المشروع على العنوان التالي:

الدكتور / حسن علي الابراهيم

رئيس مجلس الإدارة

الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية

ص.ب: 23928 الصفاة

الرمز البريدي: 13100 - دولة الكويت

تلفون: 24748250 / 24748479

فاكس: 24749381

البريد الإلكتروني: haa49@ksaac.org.kw