

إستراتيجية جديدة لتصميم إعلانات للمكفوفين كمدخل لتدريس الإعلان المعاصر (طريقة برايل)

م.د/ إيمان محمد على فرماوي

مدرس بقسم الجرافيك -المعهد العالى للفنون التطبيقية- السادس من اكتوبر

efaramawy82@gmail.com

ملخص البحث Abstract :

تعتبر حاسة اللمس بالنسبة للكفيف الوسيط الذي يمكنه من تذوق الشعور بجمال العالم الخارجي كما أنها مصدر من مصادر اكتساب الخبرات ووسيلة من وسائل اتصاله بالعالم الخارجي .

إلا أن إستراتيجية التفكير فى تصميم إعلانات للمكفوفين تتطلب البحث في نقطتين الأولى هى فتح آفاق جديدة في كيفية تفعيل درجة ارتباط العميل بالمنتج، والأخرى فى أهمية حاسة اللمس بالنسبة للكفيف حيث أدركت بعض المجتمعات المتقدمة واستحدثت نوعاً من التدريب للمسي أطلقت عليه التربية اللمسية أو التعليم باللمس لتزويد المكفوفين بالمعلومات والخبرات الفنية والجمالية والتاريخية والجغرافية والاجتماعية وذلك بإنشاء متاحف ومعارض براعى فيها طبيعة الحركة والتنقل لدى المكفوفين لعرض التراث الثقافي والفني .

حتى تصبح لديه مهارات تلقائية ولا يجد صعوبة في التفاعل مع المثيرات البيئية، ويمكنه بعد ذلك مواصلة التعلم بشيء من السهولة والبسر والإقبال على تلك العمليات بالكثير من الأمل والتفاؤل، فتم التوجه إلى الإعلانات القائمة على فكر الإدراك اللمسي للكفيف؛ حيث يختلف هذا عن الإدراك البصري لدى المبصر إلا أن الكفيف يمكنه الربط و الدمج و الوصول إلى نتائج تبعاً لممارساته المستمرة و المتواصلة وطبيعة التمرينات و التدريبات التى تعرض لها، في استقلالية تامة دون الاعتماد على الغير، فكلما كان تدريب يده على اكتساب الخبرات والمعلومات مبكراً كلما كان لذلك أثر ايجابي على شخصيته واستعداده للاندماج في الجماعة و التفاعل معها بسهولة واعتماده على ذاته بشكل ملموس ولجوئه للآخرين في أضيق نطاق وفي ظروف معينة، فربما كانت الإعاقة هى الحافز التى زودتهم بشحنات من الدافعية.

ومن هنا تنحصر مشكلة البحث التي يمكن تلخيصها في محاولة الإجابة عن التساؤل الآتي :

كيف يمكن توظيف الملامس وكتابات برايل والكوفراج كاستراتيجيات جديدة فى تصميم إعلانات للمكفوفين و خلق حالة جديدة هدفها الوصول إلى لغة بصرية مختلفة بها نوع من الخيال يشعر بها ذو الإعاقة البصرية تجاه الإعلان عن المنتج ؟
ويهدف البحث إلى استخدام الكوفراج و الملامس وكتابات برايل من أجل تكوين أشكال جديدة للاستمتاع بالحالة المتخيلة داخل الإعلان، مما يعزز تحقيق تأثيرات شعورية تجاه المنتج، يكون لها بالغ الأثر في وضع إستراتيجية جديدة فى تصميم الإعلانات للمكفوفين بصرياً.

ويتبع البحث المنهج الاستقرائي لجمع المعلومات والبيانات عن المدركات الحسية والتخيلية لدى الكفيف بصرياً وكيفية استخدام طريقة برايل فى الجملة الإعلانية، ثم يتبع البحث المنهج التطبيقى لنماذج من طلبة اكااديمية الفن والتصميم _ قسم جرافيك وفنون الإعلان _ الفرقة الأولى ٢٠٢٠ فى التفرد بعرض أفكارهم وتصوراتهم فى كيفية تصميم الإعلان للكفيف بصرياً، وتسهيل إدراكه للفكرة الإعلانية المتخيلة عن طريق اللمس والتعرف على مضمون الرسالة الإعلانية.

وقد أظهرت الدراسة مدى تأثير الجانب التخيلي عن طريق الملامس تجاه الإعلان، والتنبيه للمتلقي بالإيحاء للصورة المتكونة داخل عقل (الكفيف بصرياً) وهى تلك المفاهيم التى يمكن إدراكها عن طريق استخدام الحواس (حاسة اللمس) وقد كانت هذه الرؤية لها استكشافها في تنفيذ تصميمات باستخدام الملامس معتمدة على الخيال في مجال الإعلان.

الكلمات الدالة: Key words

الإستراتيجية الإعلانية. طريقة برايل. الكفيف بصرياً. الملامس .