

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونبندر قسنطينة 3



قسم الفنون البصرية وفنون العرض

كلية الفنون والثقافة

أثر الممارسة الفنية على سلوك المستهلك

في ظل فلسفة التسويق الأخضر

إعادة تدوير مادة الكرتون أنموذجا

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في شعبة الفنون البصرية

تخصص: فن الإشهار

إشراف الأستاذة:

د. زبيدة بوغواص

إعداد الطالبة:

لبنى بوفنش

لجنة المناقشة:

رئيسا

جامعة صالح بونبندر قسنطينة 3

د. محمد بلعربي

مشرفا ومقررا

جامعة صالح بونبندر قسنطينة 3

د. زبيدة بوغواص

ممتحنا

جامعة صالح بونبندر قسنطينة 3

د. أحمد بن عزة

السنة الجامعية: 2021-2022

البسمة

الشكر والتقدير

الإهداء

4-1..... الفهرس:

4-2 1- فهرس المحتويات

4..... 2- فهرس الأشكال

4 3- فهرس الصور

18-6 مقدمة

الفصل الأول: مقارنة مفاهيمية حول الممارسة الفنية في التسويق الأخضر وأثرها على سلوك المستهلك

65-19.....

20..... مدخل

28-20..... المبحث الأول: التسويق الأخضر

21-20 أولاً: مفهوم التسويق الأخضر

23-21 ثانياً: مفهوم المزيج التسويقي الأخضر

25-23 ثالثاً: أهداف التسويق الأخضر

28-26 رابعاً: أهمية التسويق الأخضر

40-28..... المبحث الثاني: سلوك المستهلك

30-29 أولاً: مفهوم المستهلك

30 ثانياً: مفهوم سلوك المستهلك

33-30 ثالثاً: أهمية دراسة سلوك المستهلك

34-33 رابعاً: أنواع سلوك المستهلك

40-34 خامساً: العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي

63-540 المبحث الثالث: الممارسة الفنية وإعادة التدوير

43-40..... أولاً: مفاهيم أساسية

63-43..... ثانياً: المعايير الفنية في إعادة تدوير مادة الكرتون

.....	الفهرس
65-64	خلاصة الفصل
84-66.....	الفصل الثاني: التطبيق الميداني للممارسة الفنية
67.....	مدخل:
73-67.....	المبحث الأول: تصميم عمل فني رقم (1)
68-67	أولاً: الفكرة الفنية للعمل الفني
70-68	ثانياً: المراحل المنهجية لتصميم عمل فني رقم (1)
70	ثالثاً: وظائف العمل الفني
73-70	رابعاً: تحليل العمل الفني
83-74.....	المبحث الثاني: تصميم عمل فني رقم (2)
75-74	أولاً: الفكرة الفنية للعمل الفني
77-75	ثانياً: المراحل المنهجية لتصميم عمل فني رقم (2)
77	ثالثاً: وظائف العمل الفني رقم (2)
83-77	رابعاً: تحليل العمل الفني
84	خلاصة الفصل
88-85.....	خاتمة
93-89	قائمة المراجع
96-94	ملخصات

2- فهرس الأشكال :

الصفحة	العنوان	الرقم
37	مخطط يوضح أهم العوامل الداخلية المؤثرة في السلوك الاستهلاكي.	01
39	مخطط يوضح أهم العوامل الخارجية المؤثرة في السلوك الاستهلاكي.	02

3- فهرس الصور :

الصفحة	العنوان	الرقم
22	صورة توضح فلسفة التسويق الأخضر.	01
24	صورة توضح عناصر المزيج التسويقي الأخضر.	02
63	صورة توضح النموذج الأول المتمثل في لوحة فنية بطابع الخط العربي وجمالياته.	03
63	صورة توضح النموذج الثاني المتمثل في دفتر الملاحظات بلمسة فنية عصرية.	04
63	صورة توضح النموذج الثالث المتمثل في أعمال فنية ذات وظائف متعددة.	05
69	صورة توضح رسم مبدئي للعمل الفني رقم 01	06
70	صورة توضح الإخراج النهائي للعمل الفني رقم 01	07
75	صورة توضح رسم تخطيطي للعمل الفني رقم 02	08
76	صورة توضح الإخراج النهائي للعمل الفني رقم 02	09
83	صورة توضح المشروع الفني لموضوع دراستنا	10

الملخص:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى فعالية الممارسة الفنية (إعادة تدوير مادة الكرتون بواسطة الرسم) في التأثير على سلوك المستهلك وبلاغة أهميتها في سياسة التسويق الأخضر، حيث أخذ البحث رؤية جديدة تركز على إدراج البعد الفني ضمن استراتيجيات التسويق الأخضر، وذلك بالاعتماد على أحد أنواع الفنون البصرية ألا وهو الرسم في إنتاج أعمال فنية لها أهداف ترويجية وفنية وتوعوية وبيئية، وهذا بغية إحداث التغيير والتعديل في سلوك المستهلك الذي ينعكس بصورة كاملة على الحياة الطبيعية والاجتماعية والاقتصادية من جهة، أما من جهة أخرى توعيته بدور وبلاغة أهمية الفن في جوانب حياته الاجتماعية، والشخصية...، ولتحقيق تلك الأهداف تما الاستعانة بمنهج الممارسة الفنية والمنهج الجمالي والمنهج البيئي في تصميم أعمال فنية إبداعية تحمل في مضامينها أهدافها التوعوية والترويجية التي صغت بطريقة فنية لتوظف كأسلوب ترويجي فني في أنشطة التسويق الأخضر وكتقنية عصرية في استمالة الزبائن والتأثير عليهم بصفة خاصة وعلى سلوكيات المجتمع والمنظمات بصفة عامة ...

الكلمات المفتاحية: الممارسة الفنية، الرسم، إعادة التدوير، سلوك المستهلك، التسويق الأخضر، المخلفات الورقية (مادة الكرتون).

Summary:

The study aimed to reveal the effectiveness of artistic practice (recycling of cardboard by drawing) in influencing consumer behavior and the eloquence of its importance in green marketing policy. Visual, which is drawing in the production of artistic works that have promotional, artistic, awareness and environmental objectives, in order to bring about change and modification in consumer behavior, which is fully reflected on the natural, social and economic life on the one hand, but on the other hand, it raises awareness of the role and eloquence of the importance of art in aspects of his social and personal life..., and to achieve these goals, the artistic practice approach, the aesthetic approach, and the environmental approach were used to design creative artworks that carry in their contents their awareness and promotional objectives that were formulated in an artistic way to be employed as an artistic promotional method in green marketing activities and as a modern technique in attracting customers and influencing them in particular and on the behavior of society and organizations in general...

Keywords: artistic practice, draw, recycling, consumer's behaviour, green marketing, paper waste (carton material).

Résumé :

L'étude visait à révéler l'efficacité de la pratique artistique (recyclage du carton par le dessin) pour influencer le comportement des consommateurs et l'éloquence de son importance dans la politique de marketing vert visuel, qui est le dessin dans la production d'œuvres artistiques qui ont une notoriété promotionnelle, artistique. Et des objectifs environnementaux, afin d'apporter un changement et une modification du comportement des consommateurs, qui se répercutent pleinement sur la vie naturelle, sociale et économique d'une part, mais d'autre part, sensibilisent au rôle et à l'éloquence de l'importance de l'art dans les aspects de sa vie sociale et personnelle..., et pour atteindre ces objectifs, l'approche de la pratique artistique, l'approche esthétique et l'approche environnementale ont été utilisées pour concevoir des œuvres d'art créatives qui portent dans leur contenu leurs objectifs de sensibilisation et de promotion qui ont été formulées de manière artistique pour être employées comme méthode promotionnelle artistique dans les activités de marketing vert et comme une technique moderne pour attirer et influencer les clients en particulier et sur les comportements de la société et des organisations en général.

Mots-clés: pratique artistique, la peinture, Recyclage, comportement du consommateur, commercialisation verte, Déchets de papier (matériau en carton).