

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR  
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE  
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA  
Faculté des lettres et langues  
Département de la langue et littérature arabe



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة 8 ماي 1945 قالمة  
كلية الآداب واللغات  
قسم اللغة والأدب العربي

الرقم: .....

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة

الماستر

تخصص: (أدب جزائري)

إعلانات وزارة الصحة الجزائرية في جائحة كورونا  
-دراسة سيميائية-

مقدمة من قبل:

الطالب (ة): حمزاوي فريال

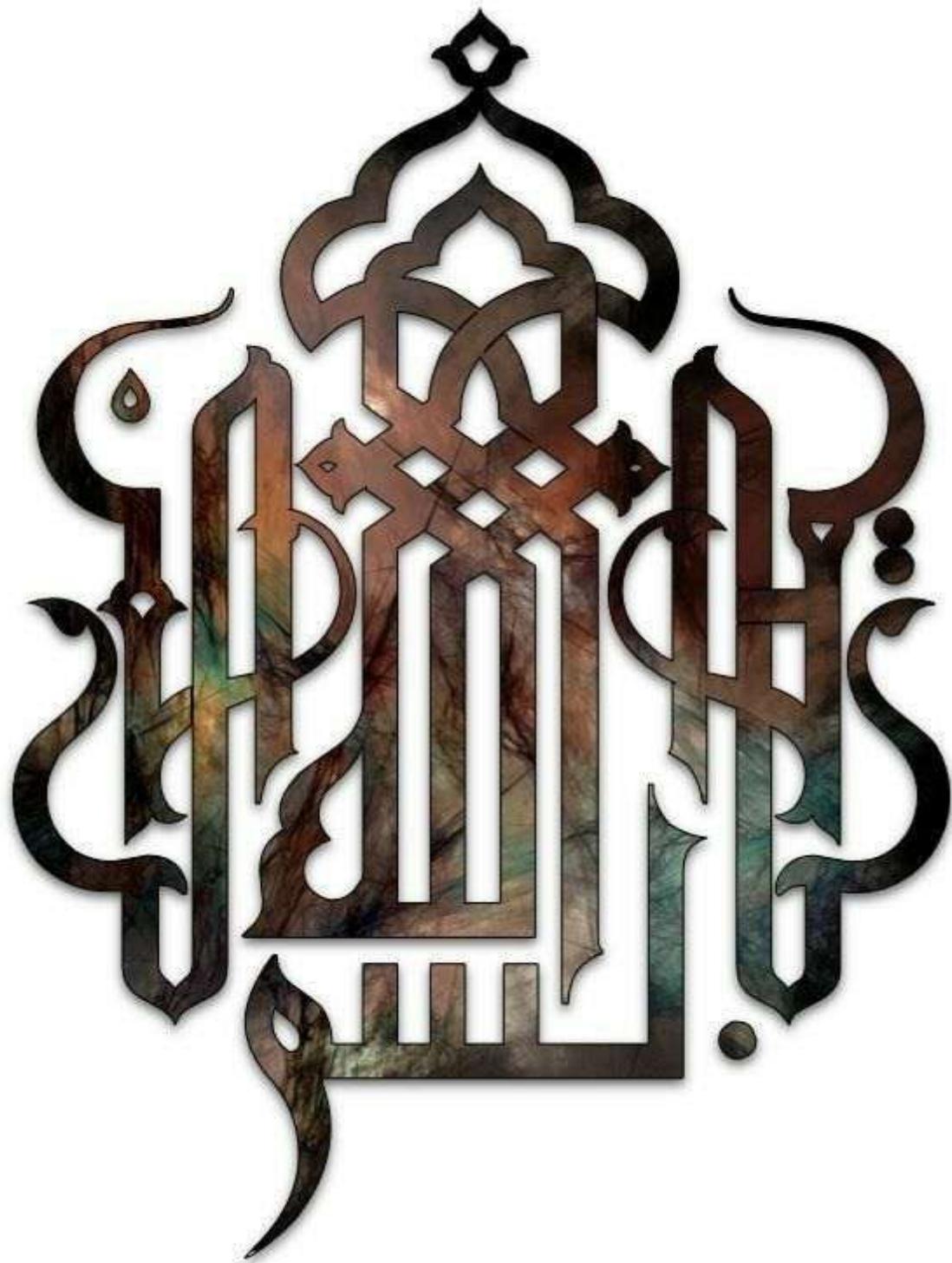
الطالب (ة): بديار صفاء

تاريخ المناقشة: 2023 / 06 / 19

أمام اللجنة المشكلة من:

الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
موات نادية	أستاذ محاضر -أ-	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	رئيسا
عبد الغني خشة	أستاذ محاضر -أ-	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	مشرفا ومقررا
عفيف الطاهر	أستاذ محاضر -ب-	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2023/2022



# شكر وتقدير

نبث كل عبارات الشكر والتقدير لأستاذنا

عبد الغني خشة

الذي لم يبخل علينا بالتوجيه والمتابعة طوال فترة إنجاز المذكرة.

لك منا كل الشناء، ولك من الله كل الجزاء.

## الإهداء:

إلى أعز الناس وأقربهم إلى قلبي. والدتي العزيزة ووالدي العزيز اللذان  
كانا عوننا وسندا لي وكان لدعائهما المبارك أعظم الأثر في تسيير  
سفينة البحث حتى ترسو على هذه الصورة.

إلى من ساندتني وسيرت لي الصعاب وخطت معي الخطوات  
وتشجيعها المستمر للوقوف بهذا البحث زميلتي وصديقتي فريال  
حمزاوي (ميساء).

إلى إخوتي اللذين وقفوا بجاني وأدخلوا البهجة والطمأنينة إلى قلبي من  
أجل رفع المعنويات وإتمام البحث على خير محمد، سفيان، إيمان،  
إكرام أطال الله بعمركم وحفظكم الله وأدام الله محبتنا وشعلتنا.  
إلى كل هؤلاء أهديهم هذا العمل المتواضع سائلة الله العلي القدير أن  
ينفعنا به ويمدنا بتوفيقه.

بديار صفاء

## الإهداء:

إلى من اختطفه الموت مني، إلى روحك الطاهرة أبي. والتي من لم  
تقصر في عطفها، والدتي.

إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمد لي طريق العلم أخي أسعد  
الله أوقاته.

إلى ملائكتي في الحياة، شددن ساعدي وتقاسمن معي الحمل دون  
كل أو مل، إخوتي.

إلى أبناء قلبي: أسيل ميار أيلافرح أكرم.

إلى جميع الأصدقاء دون استثناء.

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي

حمزاوي فريال

# فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	شكر وعرفان
	إهداء
أ - ج	مقدمة
<b>49-05</b>	<b>الفصل الأول: الجانب النظري</b>
05	1- مفهوم السيمياء
07	2- الفرق بين السيميائيات و السيميوطيقا والسيميولوجيا
08	2- تقسيمات السيميوطيقا العلاقة بين الدال و المدلول
11	<b>ثانيا: الصورة وتجلياتها</b>
11	1- مفهوم الصورة
17	2- عناصر الصورة
20	3- وظائف الصورة
24	4- أنواع الصورة
27	5- الصورة وسيلة اتصالية
28	6- خصائص الاتصالية للصورة
30	7- تأثير الصورة
32	8- لغة الصورة وايدولوجيتها
34	<b>ثالثا: بين السيمياء والصورة</b>
34	1- سيميائية الصورة
34	2- الصورة بين الادراك ونتاج الدلالة
37	3- التمثيل المزدوج للصورة
38	4- الصورة وتسنين الثقافي

38	رابعاً: الإعلان وأبعاده
38	1- مفهوم الإعلان
40	2- خصائص الاعلان
41	3- أنواع الإعلان
42	4- أهداف وأهمية الاعلان
43	5- دلالة الألوان في الاعلان
44	6- الأدب الأوبئة
<b>60-49</b>	<b>الفصل الثاني: الجزء التطبيقي</b>
68	خاتمة
71	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

الحق من سنه

تعتبر الحملات الإعلامية من النشاطات الاتصالية المهمة، فهي سلسلة من الرسائل الإعلانية التي تحمل فكرة أو موضوعا ما. فالإعلان يعتمد عادة على محاولة التأثير على فئة معينة من الناس وذلك عن طريق التواصل بتلك الرسائل التي تؤثر على سلوكهم من أجل إقناعهم باتخاذ قرار معين. إذن فالإعلان هو أي وسيلة يتم التواصل بها مع أي شخص بهدف إقناعه بأمر معين. وارتبط مفهوم الإعلان بالصورة. ولا أحد يجادل اليوم في المكانة التي أصبحت تحتلها الصورة لدى الإنسان المعاصر.

فالصورة تجد لها مكانا في البيت والشارع والمدرسة، وغيرها. ثم جاءت الرقمنة لتزيدها قوة على قوة، مساهمة في خلق مفاهيم جديدة على كافة الأنشطة الثقافية.

لقد أدى التطور التكنولوجي إلى ظهور الصورة في قوالب حديثة، سمحت لها بأن تتهيمن على محتوى الخطاب البصري لتكون الصورة بذلك مجالا خصبا للدراسات السيميائية.

وقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بأبعادها المتداخلة في تغيير أنماط التفاعل داخل المجتمعات، والتوعية من مخاطر انتشار الجائحة العالمية ألا وهي فيروس كورونا (كوفيد 19)، الذي اجتاحت العالم أواخر 2019. وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين الأول يتضمن من مخاطر انتشاره وجانب آخر يهتم بنشر كيفية الوقاية منه.

إن الجوائح تنتج أدبا هو أدب عابر للقارات كما الجوائح ذاتها، فأدب الأوبئة يعد بالنسبة للأديب أو الشاعر أو الفنان وحتى الإنسان البسيط أحيانا متنفسا للتخفيف من وطأة الألم والمعاناة عليه من جهة، وعلى القارئ من جهة أخرى. حيث تنطلق العلاقة بين الأعمال الأدبية بالمجمل وبين الأوبئة التي شهدتها البشرية، من كون أن الأدب في حقيقته تعبير عن حركة الحياة في مختلف الأوقات سواء في الماضي والحاضر والمستقبل.

وهنا نجد أنه ليس من وظيفة الأدب تاريخ الأوبئة، بل ملامسة آلام ومعاناة الإنسان، كالوباء العالمي الأخير "فيروس كورونا"، الذي مس كل أرجاء العالم كأنه يطير بجنينا حين يحتاج كل المدن.

إن موضوع دراستنا الموسوم ب: إعلانات وزارة الصحة الجزائرية في جائحو كورونا دراسة في سيميائية الصورة. هو في واقع الأمر محاولة للوقوف على أهم آليات الإعلان وارتباطه بسيميائية الصورة. كما نطمح من جهة أخرى إلى الإمام بجانب الصورة والنص في الرسالة الإعلانية. إن هذه الدراسة تهدف إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية: كيف عملت الصورة وهياكل الإعلان في التوعية ضد الوباء؟

ولقد اخترنا لدراسة هذا الموضوع خطة مفصلة متكونة من الإطار المنهجي: أسباب الدراسة، حدود الدراسة، مقدمة، إشكالية، ثم فصلين. وفي النهاية خاتمة. أما الفصل الأول كان يعتمد على خمسة مباحث. المبحث الأول فجاء بعنوان مفهوم السيميائية ونشأتها مع إعطاء بعض الفروق بين السيميائيات والسيميوطيقا والسيميولوجيا. كذلك تطرقنا إلى علاقة الدال بالمدلول. أما المبحث الثاني فتناولنا مخراله مفهوم الصورة ونشأتها كما حاولنا الوقوف على عناصرها ووظائفها وأنواعها من جهة ومن جهة أخرى ركزنا على أن الصورة وسيلة اتصالية، فذكرنا خصائصها وأيديولوجيتها. وفي المبحث الموالي، ربطنا السيميائية بالصورة فبرزنا بعض نقاط السيميائية الصورة، وذلك بالتطرق إلى الصورة بين الإدراك وإنتاج الدلالة. ومحاولة الوقوف عند التمثيل المزدوج للصورة بالإضافة إلى التسنين الثقافي لها.

المبحث الرابع يقوم على مفهوم الإعلان وخصائصه، مع ذكر بعض عناصره، ذكرنا كذلك أنواعه المتعددة، ودلالة الألوان فيه، وبعض الأهداف التي تبرز أهميته الكبيرة على الفرد والمجتمع. وفي المبحث الأخير تطرقنا إلى عالم الأوبئة، فدرسنا علاقة الأدب بالوباء وذكرنا بعض الأوبئة التي لامست المجتمع الجزائري منذ الأزل إلى غاية الجائحة الجديدة العالمية كوفيد 19.

الفصل الثاني: قمنا بدراسة تطبيقية على كل ما سبق ذكره في مجموعة من إعلانات وزارة الصحة في جائحة كورونا، دراسة سيميائية للصور، فأخذنا ستة إعلانات وقمنا بتحليلها سيميائيا من حيث الصورة واللون والعنوان.

وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج السيميائي الذي يقوم على دراسة العلامة، والبحث عن المعنى. فكشف مكنونات الحملات الإعلانية ودورها.

ولالإلمام بمقتضيات الدراسة تمت الاستعانة بكتابين: سيميائية الصورة لصاحبه قدور عبد الله ثاني.

والأکید أن هذا البحث لا يشكل سوى لبنة إضافية إلى أخرى سابقة لها، ولعلها تكون أرضية لبناء دراسات أخرى. فمجال السيمياء والإعلان لا يزال ثريا والبحث فيه لا ينفك شيقا وممتعا.

الفصل الأول :

الجانب النظري

أولاً: السيمياء وتجلياته:

### 1- تحديد مفهوم السيمياء:

يقول فيه: علم السيمياء يقصد به تمزيج القوى التي في جواهر العالم الأرض ليحدث عنها قوى يصدر عنها فعل غريب وهو أنواع: فمنه ما هو مرتب على الحيل الروحانية، ومنه ما هو مرتب على خفة اليد والسرعة الحركة، ومن هذه الأنواع هناك السيمياء....، أما في مقدمة ابن خلدون بحث كامل عنوانه "علم أسرار الحروف" أو علم السيمياء كما فهمه القدماء.

هذا وقد ورد هذا المعنى في القرآن الكريم عدة مواضع منها:

قوله تعالى: ﴿تَعْرِفُهُمْ بِسِيمَاهُمْ لَا يَسْأَلُونَ النَّاسَ إِلْحَافًا﴾<sup>1</sup>

وقوله: ﴿وَبَيْنَهُمَا حِجَابٌ وَعَلَى الْأَعْرَافِ رِجَالٌ يَعْرِفُونَ كُلًّا بِسِيمَاهُمْ﴾<sup>2</sup>

وقوله: ﴿وَنَادَى أَصْحَابُ الْأَعْرَافِ رِجَالًا يَعْرِفُونَهُمْ بِسِيمَاهُمْ﴾<sup>3</sup>

هذه أهم المواضع التي وردت فيها كلمة سيمياء أو سيما، فما هو الأصل اللغوي لهذا المصطلح.

### - السيمياء لغة:

أصلها وسمة، ويقولون السومة والسيمة والسيمياء: العلامة وقال الليث: سوم فلان فرصة أي: جعل عليه السيمة، وقال الأصمعي "السيمياء والسيماء".

وروي عن الحسن أنها معلمة ببياض وحمرة، وقال غيره: مسومة بعلامة يعلم بما أنها ليست من حجارة.

يتضح مما أوردنا أن كلمة سيمياء مشتقة وهي بغى العلامة أو الآية وبالفرنسية signe.

وبهذا فأولى لنا من استخدام هذا المصطلح (سيمياء) دون غيره لأنه مصطلح ضارب في الأصل العربي،

ويعبر عنه حالياً بمصطلحين هما sémiologie و sémiotique

وهذان المصطلحان مشتقان من اللفظة الإغريقية sémion بمعنى الإشارة أو العلامة.

<sup>1</sup> - القرآن الكريم سورة البقرة الآية 273.

<sup>2</sup> - القرآن الكريم سورة الأعراف الآية 46.

<sup>3</sup> - سورة الأعراف الآية 48.

– مفهوم السيمياء اصطلاحاً:

إن مصطلح السيمياء في أبسط تعريفاته وأكثرها استخداماً نظام السمة أو الشبكة من العلامات النظامية المتسلسلة وفق قواعد لغوية متفق عليها في بيئة معينة<sup>1</sup> وهناك شبه اتفاق بين العلماء، يعطي مكانة مستقلة للغة يسمح بتعريف السيمياء على أنها : دراسة الأنماط والأنساق العلامية غير اللسانية، إلا أن العلامة قد تكون في أصلها لسانية وغير لسانية.<sup>2</sup>

فالسيمياء هي : علم الإشارة الدالة مهما كان نوعها وأصلها، وهذا يعني أن النظام الكوني بكل ما فيه من إشارات ورموز هو نظام ذو دلالة ، والسيمياء بدورها تختص بدراسة بنية هذه الإشارات وعلاقتها في هذا الكون وكذا توزيعها ووظائفها الداخلية والخارجية.

3- نشأة السيميولوجيا:

إن من النتائج الكبرى التي توصلنا إليها الدراسات النقدية الحديثة هو تأسيس ما أسمته بالسيميولوجيا *semiology* ويعود الفضل في نشأة هذا العلم الى المنطق مع أرسطو وأفلاطون والرواقين ومن بعدهم منطقة العرب والفلاسفة في القرون الوسطى الذي أصبح علم الدلالة على أيديهم من مقدمات علم المنطق التي لا تبنى عنها غير أن هذا العلم لم يشهد ولادته الفعلية إلا على يد الفيلسوف الأمريكي "تشارلز ساندرس بيرس" *charles sanders* الذي قال أنا، على ما أعلم، الرائد أو بالأحرى فاتح الباب وفي توضيح ما أسفته بعلم السيميولوجيا أي مذهب الطبيعة الجوهرية والتنوعات الأساسية للدلالة الممكنة<sup>3</sup>.

فقبل هذا كان أول ظهور للسيميائية سنة 1752م مكتوب كالتالي *semiology* دالاً في علم التشريح والطب على علم دراسة الأعراض.

<sup>1</sup>-Girrems,couteesemiotique. Hedrette paris,1979, p339.

<sup>2</sup>– حنون مبارك، دروس في السيميائيات ، دار تو بقال دار البيضاء ، المغرب، ط1، 1987، ص27.

<sup>3</sup>– ملاس مختار، دلالة الأشياء في الشعر العربي الحديث، عبد الله البردوني نموذجاً، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية الجزائر 2002، ص11.

وأول مرة اقترح هذا العلم فيها سنة 1910 م في محاضرات "فرديناند دوسوسير" ferdinand desaussure الذي وصفها كعلم مستقبلي يوسع دائرة اللسانيات بدراسة حياة العلامات في المجتمع ، قال : " ينبغي أن يتساءل أصحاب السيميولوجيا عندما ينتظر أمرها كعلم إذا كانت طرق التعبير التي تقوم على دلائل طبيعية صرفة كالتعبير الكلي بالإشارات هي من مشمولات علمهم أم لا فإذا افترضنا أنه يشملها فإن موضوعه الأساسي سيبقى لا محالة مجموع الأنظمة القائمة على اعتبارية الدليل.

وكما ذكر أن ظهور علم السيميولوجيا كانت مع "بيرس" عام 1839 - 1914 ونصه الشهير حول كون السيميولوجيا علم الإشارة الذي يشمل جميع العلوم الإنسانية والطبيعية الأخرى ويقول في هذا الصدد ليس باستطاعتي أن أدرس أي شيء في الكون كالرياضيات والأخلاق والميتافيزيقا والجاذبية الأرضية والديناميكية والكيمياء وعلم الفلك وتاريخ العلوم والكلام وعلم القياس والموازن إلا على أنه نظام سيميائي ويبدو أن تصور بيرس لهذا العلم الذي يقول أنه تجريبي بشكل ما، يمر برحلة تصبح فيه السيميولوجيا وصفاً منهجياً للعلوم والمعارف قبل أن تثبت هذه المعطيات لتصبح بديهيات تشمل كل العناصر المشكلة للخطاب العلمي.<sup>1</sup>

## 2- الفرق بين السيميائيات والسيميوطيقا والسيميولوجيا:

السيميوطيقا والسيميولوجيا هو شيء واحد وإنما الفرق في اللفظ فالسيميوطيق لفظ منقول من sémiotique من غير تصرف لفظي، أما السيميائيات ففيها تصرف في تعريب اللفظ حتى ينضبط تحت جمهرة من الالفاظ ذلك الصيغة الجمعية مثل اللسانيات والاجتماعات والانسانيات.... أما السيميولوجيا فهو مصطلح مختلف عن السيميائيات مصطلح يدل على نظرية لدراسة العلامات كما عرفها "شارلز سندرس بيرس" الأمريكي وعرف الاصطلاح تطوراً كبيراً فيما بعد مع ظهور نظريات لسانية واجتهادات جديدة في علم العلامات والرموز والصور والمفاهيم اللغوية كالدلالة والصرف والأصوات.... وتعني السيميائيات بقوانين إنتاج العلامات والعلاقات الرابطة بين هذه العلامات والمفاهيم والأفكار....

<sup>1</sup> - فيصل الأحمر، الدليل السيميولوجي. دار الألفية للنشر و التوزيع الجزائر، 2010، ط1، ص8،9.

وعرف المصطلح تطوراً على يد شارل موريس الذي حدد للسيميائيات ثلاثة أبعاد هي :

- الدلالة أي العلاقة بين الدوال والمدلول.

- التركيب أي علاقات العلامات فيما بينها.

- التداوليات أي علاقات العلامات بمستعملها.

وتجد السيميائيات جذورها في الايستيمولوجيا وفلسفة العلوم المنطق وفي علم النفس أما السيميولوجيا أو علم العلامات فقد كانت في البداية شعبة من شعب الطب، تعني بالعلامات السريرية *Signes chimiques* وأعراض الأمراض وينتسب وضع المصطلح إلى الباحث في الطب وجاء دوسوسير فيما بعد فوسع دلالة المصطلح فأصبح علماً يدرس حياة العلامات داخل المجتمع.

### 3- تقسيمات السيميوطيقا العلاقة بين الدال والمدلول:

لقد قسم الفيلسوف الأمريكي تشارلز ساندرس بيرس السيميوطيقا إلى ثلاثة فروع وهي:

- فرع براغماتي : تداولي إذ يشمل المعارف الموصوفة من منظور المتكلم، الذات الدراسة .

- فرع دلالي : يهتم بالصلة بين الدليل والمدلول ( أو بين الظاهرة وما تدل عليه ) . او بين التصور وموضوع التصور.

- فرع تركيبى: يهتم بوصف الصلات الشبكية بين هذه الأدلة.<sup>1</sup>

### 1/ تقسيمات العلامة:

أشهر تقسيمات بيرس الثلاثية للعلامة:

### 1/1- الأيقونة *icone* :

<sup>1</sup>- فيصل الأحمر، الدليل السيميولوجي، مرجع سابق، ص 09.

وهي دالة على موضوعها عن طريق المشابهة هي إشارة تحتوي على قرينة تجعلها تعيدنا إلى الشيء المعني دلالاتها غير مشابهة وهي الأكثر عدداً في ميدان السيميولوجيا مثل : الآثار - الصورة - الرسومات ، المنحوتات، البيانات، التصميم.....وكل ما يرتبط بأثر غير كتابي.

### 2/1- الأمانة (indice):

هي دلالة شبه مباشرة شرطها وجود الأمانة ووجود الموضوع أيضاً مباشرة خلف إمارته والعلاقة هي المجاورة والترتيب المنطقي والتتابع المباشرة كالعلاقة بين القدمين والخطوة بين الدخان والنار والسحاب والمطر.

### 3/1- الرمز : symbole:

علاقته الدلالية تواضعية لا توجد صلة ولا شبه صلة بين العلامة وموضوعها الا ما تواضع عليه الناس سواء من خلال التراكم الزمني او المعطيات الثقافية، وقد يكون طبيعياً قديماً أنصحت آثاره.....أغلب أهل الاختصاص بعد الصلة اعتباطية مثل الدلالات الدينية الطقوس الدينية، الرموز التاريخية، العادات والتقاليد.<sup>1</sup>

### 2/ العلاقة بين الدال والمدلول:

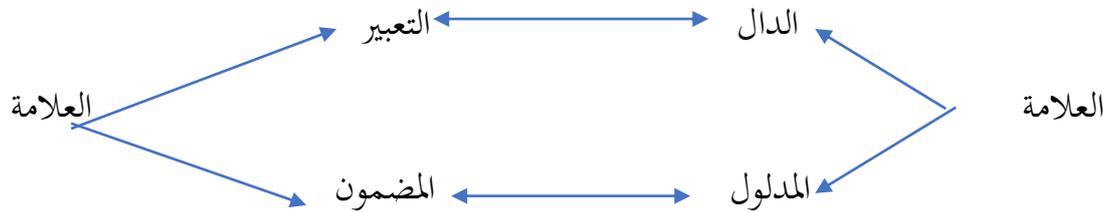
السيميولوجيا هي دراسة الأشكال لأنها تقوم بدراسة الدلالات بمعزل عن مضمون وأود هنا أن أقول كلمة حول ضرورة مثل هذا الحدث الشكلي وحول حدوده<sup>2</sup>.

سأذكر إذن بأن السيميولوجيا تفترض وجود علاقة بين حدين هما الدال والمدلول وهذه العلاقة بين الحدين ليست علاقة مساواة بل هي علاقة تكافئ هنا يعترف ولأن بارت بأن العلامة السيميولوجية تتكون من دال ومدلول بيد أن العلامة السيميولوجية ترتبط بالاستعمال وفي سياق محدد يقول في الصدد " تتكون العلامة السيميولوجية بدورها مثل نموذجها من دال ومدلول " فلون الضوء في قانون السير مثلاً أمر يتعلق بالسير أو التوقف في قانون إشارات المرور لكنها تختلف غايات الآلية ، فاللباس يقي

<sup>1</sup> - فيصل الأحمر، الدليل السيميولوجي ، مرجع سابق، ص10.

<sup>2</sup> - نفس المرجع ص 52.

الجسم ويغطيه غالباً أشياء للاستعمال حملها المجتمع غايات الآلية ، فاللباس يقي (الجسم ويغطيه كما أن الطعام يخدم في مجال التغذية ، لكنهما يصلحان للدلالة ، فاللباس يقي الجسم ويغطيه كما أن الطعام يخدم في مجال التغذية ، لكنهما يصلحان للدلالة على شيء ما أيضاً ، ثم يضيف بارت موضحاً أن السياق الاستعمالي الوظيفي للعلامة يجعلها تتشعب بالدلالة ويقترح تسميتها بالوظائف الدلالية التي تحمل معنى محدداً لها في وجه أول ثم تتوجه نحو اكتساب معانيها الدلالية الوجه الثاني وذلك بتأثير المجتمع الذي بتأثير المجتمع الذي يحول كل استخدام الى دليل على هذا الاستخدام<sup>1</sup> وهذا يتجلى في الفكرة التي وضعها ميلسليف الآتية :



تحتل الصورة مكانة هامة في حياة الانسان ليس فقط من التنمية القربولوجية من خلال الرؤية والبصر وإنما الناحية الاجتماعية، ويبرز ذلك من خلال عملية التواصل التي تعتمد على الصورة فالصورة هي اللغة التي يفهمها جميع الناس مهما كانت انتماءاتهم ، وللصورة العديد من الأنواع أهمها الصورة التي يحملها الناس حول أمور معينة أو أشخاص أو قضايا معينة فهي تحدد طريقة السلوك الذي سيتخذه الفرد اتجاه هذه الأمور أو الأشخاص التي تدور حولهم هذه الصورة وتشكل هذه الصورة وفق العديد من العوامل ولعل أبرزها وسائل الإعلام التي أصبح لها بفعل تطور تقنياتها ووسائلها حصة الأسد في تكوين أو تشكل الصوت للأفراد، فهي تعتمد بشكل كبير على الصورة سواء من خلال الصحافة او الوسائل السمعية البصرية الأخرى.

<sup>1</sup> - فيصل الأحمر، مرجع سابق، ص 54.

ثانياً: الصورة وتجلياتها.

### 1- مفهوم الصورة:

#### - الصورة لغة:

ورد مصطلح صورة : في المعاجم العربية من مادة صور يصور تصويراً ، صورة شكلاً قال تعالى في كتابه العزيز: ﴿ هُوَ الَّذِي يُصَوِّرُكُمْ فِي الْأَرْحَامِ كَيْفَ يَشَاءُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ﴾<sup>1</sup>.

وجاء في لسان العرب، صورة في أسماء الله الحسنى المصور هو الذي صور جميع الموجودات ورتبها فأعطى كل شيء منها صورة خاصة وهيئة مفردة ويتميز بها على اختلافها وكثرتها.<sup>2</sup>

كما جاء في معجم الوسيط تعريفاً للصورة على النحو التالي :

صورة الشيء أو الشخص رسمه على الورق أو الحائط ونحته بالقلم .. أو آلة التصوير ، صور الأمر وصفه وصفاً يكشف عن جزئياته ، تكونت له صورة وشكل .. الخ<sup>3</sup>.

أما العلامة الشيخ عبد الله العلايلي " فيعرفها في معجمه الصحاح في اللغة والعلوم بقوله " الصورة جمع صور عند أرسطو " تقابل المادة وتقابل على ما به وجود الشيء أو حقيقته أو كماله وعند كانط صورة المعرفة هي المبادئ الأولية التي تتشكل بها مادة المعرفة وفي المعرفة الصورة هي الشيء الذي تدركه النفس الباطنة والحس الظاهر معاً، لكن الحس الظاهر يدرك أولاً ويؤدي الى النفس<sup>4</sup>، وفي معجم الوسيط كذلك الصورة : الشكل والتكامل الجسم وفي التنزيل العزيز: ﴿ لَّذِي خَلَقَكَ فَسَوَّاكَ فَعَدَلَكَ فِي أَيِّ صُورَةٍ مَّا شَاءَ رَكَّبَكَ ﴾<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - سورة آل عمران، الآية 06

<sup>2</sup> - شاعر عبد الحميد، عصر الصورة، الايجابيات والسلبيات، منشورات عالم المعرفة الكويت 2005 ص17.

<sup>3</sup> - محمود أدهم مقدمة الى الصحافة المصورة الصورة الصحفية وسيلة اتصال دط مطابع دار البيضاء ص16.

<sup>4</sup> - الجوهري، أبو نصر بن حماد، الصحاح في اللغة والعلوم تقديم عبد الله العلايلي دار الحضارة، بيروت ص744.

<sup>5</sup> - سورة الانفطار، الآية 7 8.

والصورة المسألة أو الامر يقال: هذا الأمر على ثلاث صور وصورة الشئ وماهيته المجردة وخياله في الذهن والعقل<sup>1</sup> وجاء القاموس المحيط "الصورة بالضم صُوْرٌ وَ صَوْرٌ" وتستعمل بمعنى النوع والصفة.<sup>2</sup>

وفي الصباح المنير نجد الصورة هي التمثال صور مثل غرفة وغرف وتصورت الشئ مثلت صورته هو، وقد تطلق الصورة ويراد بها الصفة كقولهم صورة الأمر كذا، أي صفته، وصورة المسألة كذا أي صفتها.<sup>3</sup>

والصورة في قاموس المصطلحات اللغوية والأدبية هي: "خيال الشئ في الذهن والعقل وصورة الشئ، ماهيته المجردة"<sup>4</sup>.

## 2- الصورة اصطلاحاً:

من الصعب تحديد مفهوم دقيق بسيط بحوارية الصورة نظراً لتعدد الآراء وتضارب الأفكار وتناسق المعاني فهي تقريباً تلج الى علم النفس المعرفي والفلسفة والمنطق وعلم الاجتماع وغيرها من العلوم وبالتالي فإنها تحظى بكثير من الثقافات في تحديد الأفكار والمعاني وغير ذلك.

فإن للصورة خصوصية في نظامها الدقيق التعليمي فهي ليست إلا تعبيراً بصرياً وإبداعاً يسلك سبل التخيل وترجبه الأفكار والمعاني المستمدة من البيئة الثقافية التي يتحرك فيها خطاب الصورة والذي يختلف باختلاف الصورة التي هي دائماً متعددة، سمعية تخزن أشياء كثيرة ومن ثم دلالات كثيرة وبالتحضر الثقافي يجعل منها إطار قابلاً لتأويلات مختلفة<sup>5</sup>.

وذلك فإن الصورة تختلف باختلاف الدلالات وتنوع بتنوع الثقافات ولهذا فهي الوحيدة التي يمكن أن تأخذك الى مسaire الأحداث وأفكار البشر على اختلاف طبعمهم وإيديولوجياتهم الواقعية.

<sup>1</sup> - ابراهيم مصطفى حسن الزيات وآخرون، المعجم الوسيط ط1، دار الدعوة اسطنبول 1989، ص 525.

<sup>2</sup> - الفيروز أبادي مجد الدين محمد بن يعقوب، قاموس المحيط المطبعة الحسنية المصرية ط2، 1344هـ، ص73.

<sup>3</sup> - أحمد بن محمد بن علي المقرئ، المصباح المنير المكتبة المصرية بيروت 1996، ص182.

<sup>4</sup> - إميل يعقوب وآخرون، قاموس المصطلحات اللغوية والأدبية دار العلم، مؤسسة القاهرة للتأليف والترجمة والنشر، بيروت ط1، 1987، ص247.

<sup>5</sup> - عبد الحق بالعباد ثقافة الصورة في الأدب والنقد، منشورات جامعة مرقفيللا، دار مجداولي ليبيا ط1، 2008، ص148.

وهكذا ومن هنا انطلق علماء الغرب في اتخاذ تقريب بشكل الصورة بالإيديولوجيا للنشاط البصري وللنشاط الفعلي لهذا يجب أن نضع في حساباتنا الجوانب السياقية والسياسية والثقافية ونتحدث عن هذه الصورة.<sup>1</sup>

ومجمل القول فإن الصورة على اختلاف مناهجها التعليمية فإنها ستظل تشمل الجانب الحسي والعقلي والحقل المعرفي والمحتوى الإبداعي فالتمعن فيها يوضح لك الكثير من الدلالات للعبور بها الى العالم على صورته الحقيقية.

### 3- نشأة وتطور الصورة:

ارتبط ظهور الصورة في الحضارات الإنسانية بظهور الإنسانية وبظهور الانسان على سطح الأرض، وذلك من بداية وجوده عليها ساكناً في الكهوف الى أن انتقل الى عصر التمدن الاجتماعي في حياته فيما بعد حياة الكهوف<sup>2</sup>، حيث حرص الجنس البشري منذ بدايات تواجده على سطح الأرض على نقل أفكار والتعبير عن ما يجول في خاطره من عواطف وأحاسيس، مستعملاً في ذلك مختلف الطرق والأساليب، وقد كانت الصورة أكثر الفنون التصاقاً بحياة الإنسان<sup>3</sup> الأول الذي اعتاد التعبير عن حياته ومحيطه عن طريق النقش على الصخور وعلى جدران الكهوف والمغارات فالرسم والتخطيط وحدة يؤكد ولادة إنسان منذ حوالي 35000 سنة قبل الميلاد أي في نهاية العصر الحجري الوسيط<sup>4</sup> وقد كانت هذه الرسومات كمحاولات من طرف الإنسان ليجد آثار أعماله بإمكاناته البسيطة وتبعاً لظروف حياته البدائية للتعبير عن مكوناته ورغباته الملحة في تعريف الآخرين بمنتجاته العقلية واليدوية وكان ذلك بمثابة تاريخ محفوظ ومكتوب والسبب أن الصورة هي لغة عالمية يفهمها جميع الناس.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - شاعر عبد الحميد، عصر الصورة الإيجابية والسلبية، عالم المعرفة، الكويت 2005، ص 17، 18.

<sup>2</sup> - عبد الكريم السمك، الصورة ونشأتها في تاريخ الحضارات، د ط، 2013، ص 225.

<sup>3</sup> - بدره كعسيس، سيميائية الصورة في تعليم اللغة العربية مذكرة ماستر، جامعة فرحات عباس 2010، الجزائر، ص 09.

<sup>4</sup> - ريجس دويري، حياة الصورة وموتها، ترجمة فريد الزاهي، د ط، إفريقيا الشرق 2002، المغرب، ص 92.

<sup>5</sup> - شريف درويش، تكنولوجيا النشر الصحفي، الدار المصرية اللبنانية 2001، القاهرة، ص 61.

وانتقلت الصورة من مرحلة الكتابة على الجدران الى مرحلة التجسيد والتشكيل لترتبط بعد ذلك بكل العناصر التي يتبع الحصول عليها من القتل كالعظام والقرون والجلود الناتجة عن عمليات الصيد<sup>1</sup>. وقد وافق هذا التطور انتقال الإنسان من العيش حياة بدائية فردية إلى بدائية تكوينية للعشائر والقبائل في محاولة منه الى تكوين مجتمعات مترابطة يسودها جو من التواصل ومن هنا زادت قيمة الصورة كأداة تواصلية بحتة.

ففي الأول استخدم الإنسان جثة الميت لصنع الصورة واستخدامها بمثابة المادة الخام والمادة الأولى لصناعة الصنع كتجسيد شخصية الميت، هذه الجثة جعلت من الانسان الحر عبد الفكرة التخلص من رائحتها بتحنيطها أولاً ثم استخدام القرون والجلد لصناعة شيء جميل وفاتن ، بدون وعي هذا الانسان بأنه منهمك في صناعة فن معين، فالصورة البدائية لها علاقة بالعظام والقرون والجلد وكل الأدوات التي تؤخذ من الموتى.<sup>2</sup>

ولكن هذه الفكرة كانت جد سلبية لأنها مرتبطة بمعتقدات بدائية عن الانتقال من الحياة الحالية الى الحياة الأخرى بعد الموت فمن ناحية المحافظة على جثة الميت للذكرى ومن ناحية أخرى المحافظة عليها بهدف إبقائها على نفس وضعيتها الحالية عند الانتقال الى الحياة الأخرى.

وقد برزت الصورة خلال العصور التي اتسم بها الإنسان بالحضارة وقد كانت الحضارة الفرعونية واحدة من أهم الحضارات التي اعتمدت ثقافتها على الصورة ذلك أنها أخذت مكانها من الزمن لم يكن مؤسف هذه الحضارة يتقنون القراءة والكتابة حيث استطاع الفرعوني عن طريق وعيه بالموت أن يرسم لنفسه صورة تجعله خالداً في عين إنسان المستقبل، ولعل سر خلودها يكمن في تمكنها واستيعابها مدى قيمة السلطة الرمزية وبالتالي سلطة الصورة التي كانت فعالة في صنع متاحف استطاعت حضارة اليوم أن تصنع منها متاحفها الخاصة ليصبح الميت من يعطي للحى القيمة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - بدرة كعسيس، مرجع سابق ص 09.

<sup>2</sup> - سعاد العالمي، مفهوم الصورة عند رجيس، افريقيا الشرق، 2010، المغرب، ص 41.

<sup>3</sup> - رجيس دوبيري، مرجع سابق، ص 92.

وتوالت العديد من الحضارات التي جعلت معاني وأفكار ونظرة مخالفة للصورة بين ما كانت عليه في السابق وبين ما آلت إليه فيما بعد وقد جاءت الحضارة الإغريقية مباشرة بعد الحضارة الفرعونية وقد تميزت بدورها بالعديد من المميزات مكنتها من السير خطوة أخرى في تاريخ الصورة حيث كانت الحضارة الإغريقية في جذورها حضارة بصرية تلك الثقافة العاشقة والرؤية إلى حد عدم التفريق بينهما، فالحياة بالنسبة للإغريق ليست كما لدينا مرتبطة بالنفس وإنما بالرؤية والموت وفقدان البصر، نحن الفرنسيون نقول عن المبيت لفظ نفسه الأخيرة، أما الإغريق يقولون أطلق نظرتة الأخيرة<sup>1</sup>.

ومن هنا تميزت الحضارة الإغريقية بما توليه من أهمية كبيرة للصورة ومعانيها حيث أن الحضارة الإغريقية أدركت الحتمية التي أضافتها الصورة في الحضارات الإنسانية وما تحمله من معاني ولم تفصل بين ذوي الطبقات العالية والطبقات المنخفضة، وفي تعبيرهم عن الصورة حيث أنه بالنسبة لذوي الطبقة المنخفضة فقد جاءت لتكسر ذلك الحاجز الثقافي والتمييز الطبقي بين الفئات فوسعت دوائر الاستقبال وتشمل ذلك كل البشر إن استقبل الصورة لا يحتاج إلى جادة القراءة وهو في الغالب لا يحتاج إلى كلمات أصلاً<sup>2</sup>، وعليه فإن الصورة يمكنها إيصال المعاني بدون حاجتها إلى الكلمات.

### ظهور الصورة عند العرب:

كذلك تواصلت الصورة في التطور خلال الحضارة الإسلامية وأخذت تأخذ سماتها المعنوية والتقنية في كل مرحلة من المراحل ولكن الأساس الحقيقي للصورة الحديثة والصورة في مجال الإعلام والاتصال ظهر مع بداية الدولة الإسلامية وتطورها، فقد طور العرب من طرق إبراز الصورة على أحسن وجه ويبرز ذلك من خلال فن النحت وفن التصوير ولكن سرعان ما تم تطوير هذه التقنيات بهدف التوصل إلى أحسن تصوير للواقع بكل أبعاده ونتيجة لهذه الاعتبارات قام العرب باختراع تقنية التصوير الضوئي، كما وضع العرب أسس التصوير الضوئي ليأخذه الأوروبيون فيما بعد ذلك ومن سنة تطبيقها ويقوموا بصنع آلة تنقل صورة الأجسام لتعرف فيما بعد بالكاميرا<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - بدرة كعسيس، مرجع سابق، ص 17.

<sup>2</sup> - ريجيس دويري، مرجع سابق، ص 17.

<sup>3</sup> - عبد الجبار محمد علي، التصوير الصحفي، دار المعرفة، د ط، 1980 بغداد، ص 02.

وقد كان التصوير الضوئي منذ ظهور موضع جدول حول مكائته بين الفنون المختلفة ولاسيما في بدايته ووجد فيه بعض الفنانين، ومنهم تالبوت، طريقة صحيحة أخطاء الرسم بقلم الرصاص وإطلاق تالبوت على تجربته اسم قلعة الطبيعة - وجاره فيها يعد كثيرون ونفس المصورون التشكيليون في اعتماد هذا المبدأ، وسادت الأفكار الفنية التي تدعو الى تصوير الطبيعة بهذا الأسلوب في لوحات تحاكي التصوير التشكيلي طوال الحقبة الأولى من تاريخ التصوير الضوئي.<sup>1</sup>

ولكن الأساس في التصوير الضوئي قد وضع في البداية على يد العلماء العرب المسلمين ومن خلال تجاربهم لظاهرة الغرفة المظلمة في مدينة بغداد عندما كانت عاصمة الدولة الإسلامية وقد أشار لذلك العلامة العربية (أبو جعفر الخارن) في كتابه (الآلات العجيبة) في عام 960 م كما البصريات والفلك في عام 1137 م ومن هنا فإن تنسيبي ظاهرة التصوير الى ترجع الى تاريخ تمكن الباحثين من الحصول على صورة فوتوغرافية لها صفة البقاء والدوام هو ما أرخ له معظم الكتب التي تتحدث عن التصوير وقد كتب العالم العربي (أبو الحسن بن الهيثم) 1092 م في فكرة آلة التصوير.<sup>2</sup>

وفي منتصف القرن الثامن عشر أسس العالم الإنجليزي فوكس تايلر الريقة السالبة والموجبة التي تنتج الحصول على أي عدد من النسخ وبدأ الاهتمام بإدخال الصورة الى الصحافة منذ أن استطاع (جون دارين) الأستاذ بجامعة نيويورك في عام 1840 التقاط أول صورة فوتوغرافية<sup>3</sup> ومن هنا تعميم استعمال الصورة في مجال الاتصال الجماهيري وأصبحت عنصر مهم في نقل الأحداث.

## 2- عناصر الصورة:

في الوقت الذي يكون فيه وظيفة العين الاستبصار، فإن عناصر الصورة والصوتية تدخل علاقات داخلية تصل على أن تكون الصورة بأكملها مقروءة بقدر ماهي منظورة<sup>4</sup>. والمقصود من هذا الحديث

<sup>1</sup> - خليل محمد الراتب، التصوير الصحفي، دار أسامة ط1، 2012، الأردن، ص17.

<sup>2</sup> - عبد الجبار محمد علي التصوير الصحفي، مرجع سابق، ص06.

<sup>3</sup> - خليل محمد راتب، مرجع سابق، ص21.

<sup>4</sup> - عدنان خوجة، اشكالية الصورة في الثقافة العربية، دار مجدلاوي، دط، عمان، 2008، ص31.

هو أنه على جميع العناصر المكونة للصورة أن تكون قابلة للفهم من طرف الأشخاص الذين تعرض عليهم بحيث تكون غير قابلة للتأويل أو غير مفهومة "وتتكون الصورة عادة من "شخصيات، الديكور، اكسسورات، الكادر.. الخ".

وهناك عناصر فرعية وأخرى أساسية كما في الصورة الفوتوغرافية كما يشمل عنصر الصورة أربعة مفردات وهي حركة الكاميرا وحركة الأشخاص والموضوعات والنظر (الديكور) وملحقاته وتملك جميع مفردات الصورة علاقة وطيدة فيما بينها.<sup>1</sup>

فالصورة تتكون من مجموعة من العلاقات التفرعية وتعكس غيرها عناصر ذاتية وموضوعية وتكاملها تصور فرد أو مجموعة من الافراد في فترة معينة فالصور تعبر عن كل ما يشمل العنصر الفني والتقني والفلسفي والجمالي.<sup>2</sup>

" واجتماعي وليست الصورة أمراً مستجداً من التاريخ الإنساني فعندما ينظر المرء إلى الصورة فإنه سيواجه بمحتوياتها وإذا ما بحث عن هذه المحتويات فإنه يجد نفسه أمام مجموعة من العناصر لا عنصر واحداً وربما تتكون الصورة من عنصر واحد وربما تحتوي على عناصر عديدة لا يمكن حصرها وهذا التحليل البسيط لمحتويات أو عناصر الصورة هو ما يسمى بقراءة الصورة وهي محاولة التعريف على محتويات الصورة الأساسية والثانوية والتعرف على العلاقات التي تربط بين هذه العناصر بمستوياتها المختلفة وما يمكن استنتاجه من أبعاد الصورة"<sup>3</sup> فقراءة الصورة يعني محاولة استخراج جميع العناصر المكونة لها سواء في إطارها الفني أو في إطارها التقني وسواء كانت هذه العناصر أساسية أو ثانوية في محاولة لفهم هذه الصورة واستقراء أبعادها المختلفة.

<sup>1</sup> - عباس فاضل، الصورة في وكالات الأنباء العالمية بين الاستمالة والاقناع، دار أسامة ط1، 2012، عمان ص26.

<sup>2</sup> - عدنان خوجة مرجع سابق ص 32.

<sup>3</sup> - عباس فاضل مرجع سابق ص26.

"وهو نفس الشيء الذي يحتاجه أصحاب المهن المختلفة كالصحفيين ومراسلي وكالات الأنباء والعاملين في المجال التعليمي وكذلك من يحتم عليهم عملهم الاحتكاك بالجمهور لتوصيل رسائل ذات أهداف محدودة فمن المهم لهم استخدام الصورة لتأكيد ما يريدونه من هذه الرسائل" <sup>1</sup>

وذلك من خلال التقنيات المستخدمة في إنتاج الصورة واستقبال الجمهور لها لما تحتوي على عناصر جذابة، إذا أن الخبر المدعوم" <sup>2</sup>

بصورة يكسبه مصداقية أكثر ويكون قريباً من المتفرج ويرفع الملل عنه <sup>3</sup> وإن عدد العناصر الموجودة في الصورة ترتبط بموضوع الذي من أجله التقطت الصورة إذا أن كثرة أو قلة العناصر ترتبط بموضوع الذي من أجله التقطت الصورة إذا أت كثرة أو قلة العناصر ترتبط بموضوع الصورة وقد تكون الصورة التي لا تحتوي إلا على عنصر واحد تتوافر فيها جوانب الفتنة الأخرى المتعلقة بعملية التصوير كزاوية الالتقاط وحجم اللقطة ونوعية وكمية الإضاءة وغيرها فتكون ذات تأثير قوي في إيصال الرسالة المنوطة بها وقد تحدث وعياً مباشراً للهدف من الصورة وهناك عناصر أساسية وثانوية للصورة يجب إيجاد التوازن بينها جميعاً كي لا يتشتت نظر المشاهد، فضلاً عن التفوق على العلاقة بين العناصر من أجل توسيع دائرة الفهم لمحتويات الصورة والإفادة منها بأفضل المستويات والتخلص من العناصر الغير ضرورية حتى لا تشوش على المشاهد ويضيع الهدف من استخدامها. <sup>4</sup>

"وتعد معرفة هذه العلاقة بين عناصر الصورة ضرورية يوجبها الموقف والموضوع وأهميته كل عنصر مما يجعل المصور والمستخدم في مساحة واسعة من الاختبار أو الالتقاط وفق الأسس الخاصة بالتصوير. <sup>5</sup>

<sup>1</sup>-www.alwasail- frees-ervers.com 2023/3/11 ،11:56

<sup>2</sup>- عباس فاضل، مرجع سابق ص 27

<sup>3</sup>- المرجع نفسه، ص 27.

<sup>4</sup>- المرجع نفسه، ص28.

<sup>5</sup>-www.alwasail- frees-ervers.com 2023/3/11 ،11:56

"وفي كثير من الأحيان الصورة تتحدث عن نفسها عبر عناصرها الواضحة ودون الحاجة إلى تعليق، فالصورة قد تُغني عن المقال"<sup>1</sup>

إذا استطاعت الصورة أن توصل مفاهيم لم تستطع الكلمة أو الصورة النمطية إيصالها فالتغيير الثقافي الحالي جاء نتيجة التحويل من الخطاب الأدبي إلى خطاب الصورة.<sup>2</sup>

## 2/ تحديد عناصر الصورة:

"يعد تحديد لأجسام أهم قاعدة في التصوير في المكان المراد تصويره وهذا يمكننا من وضع حدود الصورة التي ستلقطها، ويتحكم أمران هما:"<sup>3</sup>

أولاً: تحديد الأجسام المطلوبة: أي انتقاء الأشياء والمكان المراد تصويرها.

ثانياً: إبراز تلك العناصر: أي التفاوت بين الأشياء المصورة ودى التركيز على بعضها وإبرازها عن غيرها لذلك ينبغي عدم ظهور جميع الأجسام والأشياء المصورة في الصورة الواحدة على القدر نفسه من البروز والأهمية لتحقيق التفاوت المطلوب بين العناصر المرتبة يجب اللجوء إلى تحديد كل عنصر بالصورة، فهنا يجب أن ترتب العناصر ضمن حدود الصورة التي استوعبتها الكاميرا، وعندما تركز عليه من عناصر لا بد من خلق إحساس لدى المتلقي أو المشاهد بأأن ما يراه هو تجسيد للمكان بأبعاده الحقيقية.<sup>4</sup>

## ● للصورة ثلاث مكونات رئيسية:

- 1- المكون الإدراكي: ويعني الجانب المعلوماتي من الصورة أي البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع ما
- 2- المكون العاطفي: ويتضمن تكوين اتجاهات سلبية وإيجابية نحو موضوع الصورة.

<sup>1</sup> - بينز سبرنتيجماليات التصوير والإضاءة في السينما والتلفزيون (ت) فيصل الياصري مركز الحضارة العربية ، 2002، القاهرة ، ص11.

<sup>2</sup> - عباس الفاضل، مرجع سابق، ص 27.

<sup>3</sup> - عبد الجبار محمود علي التصوير الصحفي مرجع سابق، ص 32.

<sup>4</sup> - مرجع نفسه ، ص 33.

3- المكون السلوكي : ويظهر في بعض السلوكيات المباشرة للظاهرة مثل: التحيز لجماعة ما<sup>1</sup>

### 3- وظائف الصورة:

للصورة بصفة عامة العديد من الوظائف التي تقوم بها في إطار الهدف الذي وجدت من أجله وتختلف هذه الوظائف حسب طبيعة ونوع الصورة ولكنها تشترك في الوظائف التالية:

#### 1/ الوظيفة الرمزية (الدينية):

طالب أحد الأباطرة في الصين من كبير الرسامين في القصر أن يمحو صورة الشلال الذي رسمه في لوحة جدارية لأن خريير الماء كان يمنعه من النوم.<sup>2</sup>

فمنذ آلاف السنين أدخلت الصورة في نسق من المقابلات الرمزية بين النظام الكوني والنظام الاجتماعي إنه نظام من المراسلات الرمزية، على اعتبار أن الرمز عن الإغريق نقيض للشيطان ووجه التناقض يكمن في أن الشيطان يفرق بعكس الرمز الذي يوجد في الصورة، فالصورة كرمز تمتلك هذه الوظيفة العقلانية، حيث أنها تصنع علاقة بين أشياء لا علاقة بينها أو أشياء متعارضة فالميت كان دائماً مفهوماً ومعارضاً للحَي بالرغم من ذلك فالصورة قد ربطت بينهما الحضارة الرومانية مثلاً<sup>3</sup>.

فالصورة حسب ريجيسدوبري régis Debray رمزية غير أنها تمتلك الخصائص الدالة للغة إنها طفولة العلامة، ولا يخفى أن هذه الأصالة تمنحها فترة على الإيصال لا مثيل لها فالصورة ذات فضل لأنها أداة ربط.<sup>4</sup>

وهذا يعني أن وظيفة الصورة الأساسية هي وظيفة تواصلية فهي تستطيع إيصال أكبر قدر من المعلومات في أقل مجهود ممكن وهذا يحتم وجود مجموعة بشرية متماسكة لتوفير الحيوية والرمزية كما أن

<sup>1</sup> - وسام فاضل راضي: دور القنوات الفضائية في تشكيل الصورة الإعلامية في العراق، مجلة الباحث الإعلامي العدد 5، بغداد ، 2009، ص 14.

<sup>2</sup> - ريجيس دوبري: مرجع سابق، ص 45

<sup>3</sup> - بدرة كعسيس : مرجع سابق ص 55.

<sup>4</sup> - ريجيس دوبري: مرجع سابق، ص 174.

الصورة ساهمت في تشكيل هوية دينية للكثير من المجتمعات خاصة تلك التي تعتمد التمثيل كالمعتقدات القديمة.

إن الصورة هي أيضاً وسيلة لممارسة نوع من السلطة ولكن سلطة الصورة لا يمكن أن تتحقق إلا إذا استطعنا أن نصل الى الدلالات التي تحملها ومما لا شك فيه أن مصدر قوة الصورة يكمن في أنها بمثابة نص مرئي مفتوح على لغات قاطبة وأن مجموعة دلالتها ثرية لدرجة يسمح بقراءات متعددة<sup>1</sup> ويمكن القول أن رمزية الصورة تكمن في ما تحتويه من معاني إذا ما أسقطناها على الواقع المعاش.

## 2/ الوظيفة التواصلية (ثقافية):

يقول "دونيس موريل" يعني التوصل أن تقول ويقول لك الآخر أن ترغب في تلك الرحلة تلك المغامرة من الآخر إلى الأنا وهذا تبادلياً<sup>2</sup>.

والباحث في مجال الاتصال يجد أن هناك قنوات كثيرة تسمح بنقل الرسائل التواصلية والتي منها القناة البصرية (opticalchannel) هذا النوع من الاتصال يرتبط بالرؤية ويعتمد أساساً على ما يعرف بالاتصال غير اللفظي وعلاماته الحركات الجسمية والأوضاع الجسمية، تغيرات الوجه والعين ونحوهما.<sup>3</sup>

إنَّ التوصل بالصورة وغيرها ينتج باقتراب من وحدتها الأصلية ويجعلها مصدر إبداع ووسيلة تواصل فنية وإثماً ترتبط بالثقافة وتعتبر في نفس الوقت إحدى مكوناتها .

إنها تنقل المعارف والأنماط الثقافية الأخرى ( التقنيات، المعلومات، القواعد، الأخلاقية، داخل المجتمع)<sup>4</sup>.

كما أن للصورة القدرة على إيصال أكبر قدر من المعلومات كما أنها لغة يفهمها جميع الناس فهي لغة مشتركة بين جميع الثقافات المختلفة.

<sup>1</sup> - المرجع سابق، ص 174 .

<sup>2</sup> - محمد أشبوكة : الصورة السيميائية ، التقنية والقراءة سعد الحورازي للنشر ، ط 1 ، 2005 ، المغرب، ص 17.

<sup>3</sup> - محمد العبد: العبارة و الإشارة- دراسة في نظرية الاتصال مكتبة الأداب ط 2، 2007 القاهرة، ص 12.

<sup>4</sup> - محمد أشبوكة ، مرجع سابق ، ص 20/19.

إن الصورة من خلال دورها في عملية التواصل تعتبر وسيلة شديدة الأهمية لنقل الثقافة خاصة إذا عرفنا الثقافة على أنها ما يبقى الانسان عندما ينسى كل شيء.

فالصورة تنعدم بقدرة التسلسل والإقامة الطويلة في الذاكرة فقد ينسى أحدنا كتاب قراءة لكنه بالتأكيد لا ينسى مشهداً بصرياً أو صوراً سيما تلك التي تفعل يجر عنه عالية من الجاذبية والدهشة.<sup>1</sup> وقد بدأت الثقافة التصويرية تأخذ مجراها في السياق العام داخل المجتمعات العربية وهو ما يعني أن التوصل ينخرط في حملة القيم التي تنتجها الثقافة ويصبح بالتالي الفصل بين الثقافة والاتصال فصلاً واهماً.<sup>2</sup>

"وقد فاقت الصورة وسائل التوصل الأخرى حيث أسقطت عامل السن فهي قابلة للإدراك والقراءة من كل الفئات العمرية."<sup>3</sup>

### 3/ الوظيفة التربوية:

لقد أصبحت الوسائل غير اللفظية من بين أهم الأدوات التربوية للتعليم وبصورة خاصة الوسائل البصرية والتي من أبرزها الصورة التي برزت في إطار مجريات العملية والعلمية" ويجمع 80% من مدخلاتنا الحسية مدخلات بصرية كما ذكر عالم التربية المعروف " جيروم برونز" المشهور بدراساته عن التفكير والتربية من خلال الاستكشاف والإبداع، دراسات عديدة تبين أن الناس فقد يتذكرون 10% فقط مما يسمعون و 30% مما يقرؤونه في حين يصل ما يتذكرونه ومن بين ما يرونه أو يقومون به 80%.<sup>4</sup>

"وقد زاد الاهتمام بالصورة في التعليم في الآونة الأخيرة تبعاً للمكانة التي أصبحت تحتلها كوسيلة اتصالية وبث القيم الثقافية المختلفة خاصة بالنظر الى ما تتمتع به الصورة من ثراء المعنى والجاذبية في الشكل والألوان ، لتكون مؤثرة في جميع الفئات العمرية ولاسيما بالنسبة للأطفال من مراحل

<sup>1</sup> - كعسيس بدر، مرجع سابق، ص 48.

<sup>2</sup> - محمد حاسم ولي: الصورة وتأثيراتها النفسية والتربوية والسياسية ، مؤتمر فيلادلفيا حول ثقافة الصورة ( إلكتروني) .

<sup>3</sup> - بدر كعسيس : مرجع سابق، ص 48.

<sup>4</sup> - إيهاء كمال مفاتيح النجاح ، دار الحرية ، دط، 2015 القاهرة، ص 26.

التعليم الأولى حيث أصبحت طرق القراءة تعتمد بشكل أساسي البصرية في مثل هذه الحالة على تمكين الرسالة فتكون إما للتعزيز أو المساعدة على قراءة الكلمات.<sup>1</sup>

"كما يمكننا الاستغناء عن الكلام أو اللغة في حال إيصال المعلومات بصرياً فعندما تستعمل الناس القراءة فإن قراءة الصورة تساعد في القراءة اللغوية<sup>2</sup> ولكن بالإضافة علينا القول أن رؤى الناس للصور تختلف ولهذا فنجد أن الصورة قابلة للتأويل فلكل قراءته الخاصة للصورة.

"كما أن للصورة القدرة على تنشيط عمليات الانتباه و الإدراك والتذكر والتصور والتخيل وهي العمليات المهنية أيضاً في التعليم والتعلم وأن العامل الحاسم هو الطريقة التي تقدم الصورة من خلالها وكذلك طرائق التعرض اليومية لهذه الصور وأساليب توظيفها بطرائق إيجابية أو سلبية.<sup>3</sup> "مما لا ريب فيه أن الصورة قد ساعدت في تسهيل استيعاب الطلاب للنظريات العلمية المعقدة فكان حضورها في العلوم التطبيقية والنظرية والطبية والهندسية حتى العلوم الإنسانية مساعداً في جعل المادة العلمية سهلة الهضم".

إن هذا هو ما جعل الصورة تشغل حيز هاماً في مناهج التعليم المدرسي خاصة إذا رجعنا الى الكتاب المدرسي أين تشغل مساحته واسعته على حساب النص المكتوب الذي بات مرهونا بالعون الذي تقدمه الصورة في إكمال وظيفة التعليمية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - بدرة كعسيس: مرجع سابق ص 55.

<sup>2</sup> - فريدزمر: الصورة في عملية الاتصال وتصميمها من أجل التنمية ترجمة : خيل إبراهيم المعهد الدولي لطرائق محو الأمية للكبار 1978 إيران ص 21.

<sup>3</sup> - شاعر عبد الحميد: عصر الصورة سلبيات و إيجابيات عالم المعرفة يناير 2005 دط ص 12.

<sup>4</sup> - بدرة كعسيس: مرجع سابق، ص 55.

#### 4- أنواع الصورة:

تعد الصورة من أهم الفنون التي تعمل بها في حياتنا اليومية فهي ملازمة لنا هي لحظتنا الصغيرة والكبيرة حتى أصبحت مرتبطة بنا في كل جوانب الحياة ولها أهميته كبرى في نقل العالم الموضوعي بشكل كلي اختصاراً أو إيجازاً<sup>1</sup>.

وتشمل الصورة عدة أنواع وهي على الشكل التالي:

#### 1/ الصورة البصرية:

تعتبر أكثر استخداماً بالنسبة للاستخدامات العينية ( الملموسة المحسوسة) ويظهر ذلك بشكل خاص في انعكاس موضوع ما على المرآة أو العدسات أو غيرهما، فالصورة الشبكية هي الصورة التقريبية لشيء الذي ينعكس على شبكية العين عندما ينكسر الضوء على جهاز الإبصار في الشكل المناسب<sup>2</sup>.

#### 2/ الصورة الذهنية:

والتي هي في درجة أعلى من مجرد إعادة البناء في الخبرة الحسية ومع تشابه هذا الاستخدام مع كثير من الأفكار الشائعة حول مفهوم الصورة الذهنية أو العقلية فإن بعض التحذيرات يجب أن توضع في الحسبان هنا<sup>3</sup>. ومن أهمها ما يلي<sup>4</sup>:

أ/ تكون هذه الصورة من قبيل الصورة التي تبدو كما لو كانت الصورة الأصلية.

ب/ تتضمن هذه الصورة عمليات بناء وتركيب مثال يمكنك أن تتصور حيوان ( قط) وهو يقود دراجة نارية وهي صورة لا يمكن أن تكون نسخة للصورة الواقعية.

ج/ هذه الصورة عكس الصورة (ب) وهي قابلة للتكيف ولذلك يمكن أن تتصور أن القط يقود

دراجة نارية أو يطير بها.

<sup>1</sup> - عبد الحق بالعباد، ثقافة الصورة في الأدب والنقد، منشورات جامعة مرقفيلادارمجدولي ليبيا ط1 2008، ص148.

<sup>2</sup> - شاكر عبد الحميد، مرجع سابق، ص10.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه ص11.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه، ص12.

د/ وليس المقصود بها التمثيلات البصرية بالضرورة فمثلاً يمكن أن يقوم المرء بتفصيل أو تنويع معين بصورة سمعية.

ه/ وهي تهتم بالعلم من الناحية التي تهتم بدراسة أصل الكلمات وتاريخها ألا وهو الخيال.

### 3/ الصورة الفوتوغرافية:

هي خطاب مشكل كمتتالية غير قابلة للتقطيع حسب (rolandgerardbarthes) بكونها ذات استقلالية بنيوية : تتشكل من عناصر منتقاة ومعالجة وفق المطلبين: المهني والجمالي والايديولوجي اللذين يعطيان لها بعداً تضمينياً توجه إلى المتلقي الذي يكتفي بتسليمها فقط بل يعيد قراءتها على ضوء ما يملكه من زاد ثقافي ورمزي أي انطلاقاً من مرجعية ثقافية حضارية.<sup>1</sup>

### 4/ صورة الخيال:

الخيال هو القدرة العقلية التنشيطية على تكوين الصور والتصورات الجديدة ويشير هذا المصطلح الى عمليات الدمج والتركيب وإعادة التركيب بين مكونات الذاكرة الخاصة بالخبرات الماضية وكذلك الصور التي يجرى تشكيلها وتكوينها خلال ذلك في تركيبات جديدة والخيال الإبداعي والبنائي ويتضمن كثيراً من عمليات التنظيم والتحويل العقلية ويشتمل على خطط خاصة بالمستقل.<sup>2</sup>

### 5/ الصورة الرقمية:

تعني في مفهومها البسيط حفظ الصور في صيغة رقمية على هيئة ملفات يمكن عرضها باستخدام الكمبيوتر.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - قدور عبد الله الثاني : سيميائية الصور، مغامرة السيميائية بأشهر ارساليات الصرية في العالم ، التقدم طاهر عبد المسلم، تيري لونسيان (خبيران في سيميائية الصورة) دار الغرب ، مكتبة الادب المغربي د ت ، دط ، ص 25 - 24.

<sup>2</sup> - شاكر عبد الحميد مرجع سابق، ص 12.

<sup>3</sup> - إعداد الطالبتين ( شيخة عثمان الداود، ثماني المحسن الدلبحي/ مذكرة الصورة التعليمية ، جامعة المملكة السعودية سنة 2014).

## 6/ الصورة الكاريكاتورية:

وهي تلك الصورة الرسومية لشخص ما بهدف السخرية من وضع ما أو شخص ما باستعمال آلية التضخيم والتكبير أو استخدام آلية التقزيم والتصغير والتحفيز وارتبطنا هذه الصورة بشكل خاص للصحافة العربية وتكون غالباً هادفة وبناءة ومثمرة تحمل رسالة سياسية أو واقع معاش ولا يمكن أن يكون هذا النوع من الصور جائزاً إذا كان يسخر من شكل شخص ما أو عقيدة ما فهذا لا يتماشى مع ثقافتنا العربية.<sup>1</sup>

## 7/ الصورة المتحركة:

يرتكز هذا المصطلح الصورة المتحركة على نحو مماثل بالنسبة الى التلفزيون والسينما، فالفكرة الخاصة برؤية فيلم شاشة التلفزيون في المنزل تبدو مقارنة لرؤيته في قاعة العرض السينمائي ومع ذلك فإن طبيعة الخبرة الخاصة بصورة الفيديو تختلف عن صورة الفيلم السينمائي بطرائق عدة تشمل على ظروف منها: ظروف المشاهدة ، انتباه المشاهد وتوقعه، النور والظلمة أو الضوء والعتمة وحجم الشاشة واستخدامها.<sup>2</sup>

## 8/ صورة التلفزيون:

وهي صورة متحركة تحتاج الى تأثيرات خاصة والتي قد تطورت بشكل كبير من حيث الابتكار والتسويق مثلاً زيادة عدد الأجهزة المنزلية وزيادة عدد البرامج الموجهة<sup>3</sup>

## 9/ صورة الواقع الافتراضي:

الواقع الافتراضي هو مصطلح صاغه عالم الكمبيوتر جاردن لانير JARDIN LANIER

لوصف الطريقة التي يشعر بها مستخدمو الكمبيوتر بينما هم يعايشون العوالم التي يقوم بها الكمبيوتر

<sup>1</sup> - ينظر، جميل حمداوي، أنواع الصورة، د ط ، 2004، مج 1، ص12.

<sup>2</sup> - شاكر عبد الحميد، عصر الصورة - سليات وإيجابيات، مرجع سابق ص 16.

<sup>3</sup> - مرجع نفسه ص 16.

بتخليقيها في العلم وفي أبعاد الكمبيوتر والتي انتشرت منذ أواخر الثمانينات القرن العشرين وعبر تسعينياته الان.<sup>1</sup>

### 10/ الصورة التشكيلية:

حاول "إيروينبانوفسكي" erwinpanofsky بمنهجيته التأويلي التاريخ أن ينشل مبحث الأيقونات من مأزق التحليل المدوناتي ليحوّله إلى صناعة معجمية تتبنى تصنيف الصور الرمزية تصنيفاً ألقائياً متبوعاً بشروح وصياغات لفظية ، ذلك أن المغزى التأويلي - حسبه - الأيقونات لا يتحدد إلا بضبط فواصل الوصف والتحليل بين مستويات العمل التصويري: ( الوصف المقابل ايقونوغرافي التحليل الأيقونوغرافي التأويل الأيقوني) فمن عرض الحواجز والتدقيق في الدلالات إلى استنطاق القيم الرمزية والابداع الفني<sup>2</sup>.

### 5- الصورة وسيلة اتصالية:

إن الدراسات المختلفة في مجال الأنساق البصرية، يبين لنا جلياً أهمية الصورة ودورها الاتصالي ومن خلال تعريف د. محمد أدهم للدور الاتصالي للصورة الصحفية يتبين لنا أن الصورة الصحفية ليست وسيلة اتصالية فحسب بل هي عامل أساسي في تمتين العلاقات الإنسانية وتنمية الحس الجماعي بواسطة الإحساس بالآلام الأخر ويمكن مطابقة هذا التعريف مع المظاهرات التي عمت أرجاء المعمورة مناهضة للحرب في العراق ، بما في ذلك شعوب الدول التي أعلنت الحرب ضد العراق وقادتها بحيث اجتمعت الشعارات التي رفعها المتظاهرين في أماكن مختلفة من أنحاء العالم على إيقاف الحرب، وتقتيل الأبرياء ونعت مفتعلها بالقتلة ومجرمي الحرب، وكل هذا نتيجة الصورة التي تناقلتها وسائل الاعلام عن الحرب<sup>3</sup>

كما يمكن إثبات أن الصورة وسيلة اتصالية من خلال المرحلة البدائية الإنسانية أي كانت الصورة هي وسيلة الإنسان للتعبير عن حاجاته والإنسانية لأجل التواصل. فالصورة الموجود في

<sup>1</sup> - مرجع سابق، ص 19.

<sup>2</sup> - عبد القادر الشماني، معالم السيميائية العامة ، أسسها ومفاهيمها ط 1 ، سيدي بالعباس، الجزائر، 2008، ص 124.

<sup>3</sup> - محمود أدهم، مقدمة الى الصحافة المصورة ، الصورة الصحفية وسيلة اتصال د ط ، مطابع الدار البيضاء، ص 20.

"الطاسيليدليل على أن الانسان كان يتصل مع غيره بواسطة تلك الرسومات الصور التي بقيت الى وقتنا الحالي لتؤدي دورها الاتصالي مع الأجيال المتتالية، وكذلك الشأن مع باقي اللغات القديمة " كالسنسكريتية ولغة الفراعنة، وهي كلها عبارة عن رسوم وصور وجدت لدور اتصالي تجاوز حاجز الزمن.

## 6- الخصائص الاتصالية للصورة:

تتجلى الخصائص الاتصالية للصورة من خلال الصور البدائية أو ما يصطلح عليه اللغات القديمة كالهيلوغرافية، السنسكريتية، الفرعونية... الخ لأن هذه اللغات كانت عبارة عن رسوم ونقوش تصويرية وصور.

بحيث كانت تؤدي دور الإشارة الى حيوان ما أو عدما أو عامل طبيعي على سبيل التعريف أو التحذير أو التوجيه، أو حتى الإعلان عن خوف من الصواعق والبراكين ) وكذلك للدلالة على أنشطته وتعريفها لغيرها.

هذه الصور الأولى في تاريخ البشرية اتصفت بخصائص اتصالية مميزة وهي:

### 1/ كسر الحواجز الزمنية:

ويتجلى ذلك من خلال الصور والرسوم التي رسمها الإنسان الأول والتي بقيت بمثابة نافذة للأجيال الحالية على الماضي، بحيث مكنت علماء هذا العصر من دراسة الحضارات القديمة والكشف عن نظمها الاقتصادية، السياسية والاجتماعية ومن ذلك الدراسات العديدة التي خضت بها الحضارة الفرعونية على أساس لغتها والصور التي تملأ جدرانها الأهرامات وكذلك فعل العلماء في دراسة باقي الحضارات القديمة<sup>1</sup>.

وكذلك كانت الصور التي تبرز لنا الحروب التي خاضها الانسان وما جلبت له من مآسي كالصور التي تعرض لنا الدمار والظلام الذي غرق فيه الانسان بعد الحربين العالميتين الأولى والثانية ونفس الشأن بالنسبة للصور عن حرب الخليج الأولى ، والثانية ومنها صور عن مجزرة يلجأ العامرية .

<sup>1</sup> - المرجع السابق ص 20.

## 2/ عمومية المعرفة:

لاشك أن الصورة تؤدي دورها الوظيفي المتميز المعقود عليها والمرجو مثل هذه الصورة تمثل وسيلة اتصالية تتميز بكل ما ينتج لها عمومية المعرفة ونعني به أنه يتيح لهذه الصورة اتصالياً في حالة نشرها على صفحات الجريدة أو عرضها بطريقة أخرى تحقيق إثارة انتباه القراء ولفت أنظارهم...<sup>1</sup> بغى أن الصورة بوصفها وسيلة اتصالية تحقق لنا عمومية المعرفة فهي تخاطب أذهان القراء بمختلف مستوياتهم ، فحتى تفهم مضمون صورة ما ليس شرط ان تحس القراءة أو تملك مستوى ثقافي معين.

أي أنها تتوجه الى الكل تحمل إليهم مضموناً ما فتحقق بذلك هذه الدرجة من عمومية المعرفة.<sup>2</sup>

## 3/ عالمية المعرفة:

إن الصورة هي لغة عالمية فالإنسان في أي مكان يستطيع أن يشاهد صور غيره المنشورة على صفحات الصحف والمعروضة على الشاشات وأن يفهم منها ما يتلاءم مع مستواه الفكري والثقافي متى أتيح له ذلك وليس شرط دائماً أن يكون من العالمين بلغة كتابتها أو تقديمها.<sup>3</sup> وبالتالي يمكن القول بأن الصورة تسقط وتزيل حواجز وعوائق اللغة ، بين بني البشر بحيث يمكن فهم مضمون الصورة دون أن نكون متمكنين من لغة مرسلها فالصورة التي ثبتت عن قصف بغداد وضحايا هذا القصف فهمها جل سكان المعمورة رغم اختلافهم اللغوي والعرقي والعقائدي.

## 4/ المقدرة على تحقيق الرابطة الإنسانية:

من أبرز الخصائص للصورة أنها تستطيع أن تلعب دوراً فعالاً ومؤثراً كوسيلة اتصال إنسانية عامة ، تساعده في حياته وبالأخص في إزالة العوائق والحدود التي تكسر الروابط الإنسانية وتقوية العلاقات بين البشر من خلال تضاعف الدور الاتصالي للصورة بل أن دور هذه الصورة قائم على الخصائص الفريدة كوسيلة اتصال لا يمكن إنكاره أيضاً في تحقيق هذا القرب " للمجتمع الإنساني وتحويل الكرة

<sup>1</sup> - مرجع سابق ص 20.

<sup>2</sup> - مرجع نفسه ص 20.

<sup>3</sup> - مرجع نفسه ، ص 21.

الأرضية الى قرية صغيرة " تجتمع على السراء والضراء. وتتجلى هذه الخاصية من خلال توحيد الرأي العام العالمي في نبذه وكره مظاهر التمييز العنصري في بعض المناطق ، ومن ذلك الصور التي كانت تبرز معاناة السكان السود في جنوب إفريقيا من نظام الأبرتي " التي أثارت في المجتمع الدولي روح المساندة والتآخي مع المضطهدين من سكان جنوب افريقيا . كذلك صور ضحايا القصف الأمريكي على بغداد ، دفعت الملايين من سكان العالم الى إعلان تضامنهم مع العراقيين والتظاهر ضد هذه الحرب.<sup>1</sup>

## 7- تأثير الصورة:

بعد أن علمنا أن الصور هي وسيلة اتصالية ناجحة نتيجة خصائصها الاتصالية التي تمتلكها يمكننا الآن أن نلقي الضوء على الخصائص التأثيرية والأثر الذي تحققه هذه الصورة المتميزة. ومن بين هذه الخصائص المؤثرة نجد مايلي:

### 1/ سرعة أكبر في لفت الأنظار:

إن الصورة هي أكثر الأنواع الصحفية من حيث جذب انتباه القراء ولفت أنظارهم نحوها "أي أن الصورة الصحفية الناجحة تسبق غيرها من المواد - وبالتالي وفي معظم الأحوال المادة المصاحبة لها - في الاستحواذ على عين القارئ والاستثمار باهتمام ، بل وتسبق أيضاً في إثارة عنايته بقراءة هذه المادة في معظم الأحوال أيضاً.<sup>2</sup> حتى أنه يمكننا القول أن صور بعض المواضيع المنشورة على صفحات الجرائد والصحف تتحكم في انتقاء القراء للمواضيع التي يقرؤونها .

وقد وجدت دراسة ماريو جارسيا m.garcia وبياجي شارك أن نسبة 80 % من قراء الصحف ينظرون إلى الأعمال الفنية ونسبة 79% ينظرون إلى الصور ونسبة 56 % يقرؤون العناوين ونسبة 25 % يقرؤون النص.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - محمود أدهم، مرجع سابق، ص 109.

<sup>2</sup> - مرجع نفسه، ص 115.

<sup>3</sup> - أسامة عبد الرحيم علي ، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القراء، د ط ، جامعة المنصورة كلية التربية النوعية قسم الاعلام التربوي 2003، إينراك للطباعة والنشر والتوزيع ، ص 136.

## 2/ سرعة أكبر في الفهم وإمكانية التأثير:

لا يتوقف تأثير الصورة الصحفية عند لفت الأنظار وجذب انتباه القراء إلى الصورة فحسب بل يتعداها إلى الوصول بتفكير القارئ بمساعدة المضامين التي تحملها الصورة إلى فهم الصورة ، وإمعان الفكر لأجل فك رموز الصورة وإدراك موضوعها والمعاني التي تحتلها. وعن ذلك يقول "د محمود أدهم" "... أن يتوافق للصورة الصحفية الناجحة من معالم ودلائل إلى سرعة أكبر، ويسير بسهولة بالنسبة للوصول إلى ذلك الشيء ذلك العنصر أو هذه الفكرة أو ذلك العمل الذي يريد المصور قوله من خلال صورة بالذات ولاشك هنا أن الصورة الجذابة اللافتة للأنظار إذا اتبعت ذلك بوضوح في تفاصيلها وببساطة في مضمونها وإشراف في جوانبها فإن ذلك يمكن أكثر مدعاة لفهمها أو لفهم ما يقوله مصورها.<sup>1</sup>

## 3/ قاعدة أكبر من المتأثرين:

ولأن الصورة تتيح لأكثر عدد من الجمهور رؤيتها أو مشاهدتها ويمكن تجعل من فهم خطوطها وجزياتها ومضمونها كله شيئاً متاحاً بالنسبة لأكثر عدد من المشاهدين فإنها بذلك كله عندما تعمد إلى التأثير فإن أثرها في هذه الحالة عندما تقع فإنه يمتد طويلاً وعرضاً عند قطاعات عديدة من الناس يصل إليهم في مختلف الأماكن والمواقع ومن مختلف مراحل العمر والمستوى الثقافي التعليمي بحيث نجد أنفسنا أمام قاعدة كبيرة من القراء والمشاهدين....<sup>2</sup>. من خلال هذا التعريف يتبين لنا أن تأثير الصور يمس قاعدة كبيرة من القراء أو المشاهدين وها نتيجة للخصائص السابقة وهي سرعة لفت الانتباه والفهم لأن استيعاب مضمونها لا يشترط مستوى ثقافي أو تعليمي معين.

<sup>1</sup> - د محمود أدهم، مقدمة إلى الصحافة المصورة ، مرجع سابق، ص 117.

<sup>2</sup> - مرجع نفسه ، ص 118.

4 / التأثير العميق:

الصورة الصحفية تصل إلى التأثير العميق في القارئ نتيجة لما تتمتع به من إمكانيات تخاطب به الجانب النفسي في الانسان.

ويتجلى هذا التأثير من خلال :

1-4- تعطي الصورة القراء إحساساً بالشعور بأنهم يشاهدون ويشتركون في الحدث وهذا يضيف صفة الحالية للمطبوع، مثل النقل المباشر لقصف بغداد.

2-4- توضح الصورة للقراء ردود أفعال ومشاعر الناس المشتركين في الاحداث فالقراء يهتمون بشعور الآخرين ويمكن من خلال الصور التعبير عن عاطفة الفرح، الحزن ، الخوف، الغضب وذلك أكثر من الكلمات، ومثل ذلك الصور التي تبرز حزن وغضب العراقيين وهم يدفنون ضحايا القصف وصور مستشفيات بغداد وهي مملوءة عن آخرها بالجرحي والموتى.

3-4- الصور تجعل القراء عاطفيين وذلك بإثارة الذكريات الماضية وتوقعات المستقبل فصور طفل يلعب يمكن أن تجعل القراء سعداء.<sup>1</sup>

صورة الأطفال العراقيين المشوهين والمصابين بأنواع مختلفة لداء السرطان وهم يموتون ببطء نتيجة الأسلحة البيولوجية التي استعملتها الولايات المتحدة الامريكية في حرب الخليج الأولى، تثير أحاسيس الانسان مهما كان انتماءه.

8- لغة الصورة وإيديولوجيتها:

ابتداء من سنة 1961 عمل بارت على تطوير نظريته السيميولوجيا حول الفوتوغرافيا بوضع مجموعة من الإشكاليات ومناقشة بعض المشاكل المنهجية والنظرية التي لم تحظ باهتمامه من قبل وخاصة مكونات ( اللغة الفوتوغرافية).

<sup>1</sup> - أسامة عبد الرحيم علي، ، مرجع سابق ، ص 142، 141.

إن الصورة هي في المقام الأول خطاب تناظري دون سنن يبين الشئ وصورته الفوتوغرافية لا لزوم لرابط أي سنن<sup>1</sup>. وبعبارة أخرى إن الصورة الفوتوغرافية خطاب مشكل كمتتالية غير قابلة للتقطيع. وإن تشكيل المعنى الثاني عبر مدلول حبابي أو إيديولوجي يحيلنا إلى ثقافة متلقي الرسالة تتميز الصورة الفوتوغرافية حسب ( رولانبارث rolandparth ) بكونها ذات استقلالية بنيوية : تتشكل من عناصر منتقاة ومعالجة وفق المطللين: المهني والإيديولوجي اللذين يعطيان لها بعداً تضمينياً توجه إلى المتلقي الذي لا يكتفي بتسلمها فقط ، بل يعيد قراءتها على ضوء ما يملك من زاد ثقافي ورمزي أي انطلاقاً من مرجعية ثقافية حضارية<sup>2</sup>.

لقد ارتبطت الصورة على الدوام وعبر القرون بالحضارة وعلى العموم يدين تصور الانسان الحديث عن بابل واليونان القديمة أو العصر الوسيط الى البصر، أي الى الصورة، عوض القراءة<sup>3</sup> وإن الهدف من مساءلة الصورة الفوتوغرافية هو استخراج التمثلات الذهنية التي تبين هذا النوع من الإنتاج ، وهي تمثلات تتحكم في السلوكيات اليومية للإنسان وفي القيم التي تنتجها.

<sup>1</sup> -le message photographique.in obvie et lobus:p11

<sup>2</sup> - عبد الرحيم كمال ،سيمولوجية الصورة الفوتوغرافية موقع محمد سليم ن مجلة علامات ، العدد 162001.

<sup>3</sup> - حميد سلامي، ماهي الصورة. موقع سعيد بنكراد، مجلة علامات ،العدد 5 ، 1996.

ثالثاً: بين السيمياء والصورة.

### 1- سيميائية الصورة:

إننا لا ننكر أننا نعيش في عصر ثقافة ما بعد المكتوب، عصر الصورة والمجتمع الفرجوي وإنه من المعروف أن المعركة التي تدور رحاها اليوم بين الدول الصناعية الكبرى، وهيمنتها على الدول الفقيرة، هي معركة السيطرة على الصورة بشتى أشكالها، ومختلف معانيها، بدءاً بالصورة التلفزيونية المباشرة عن طريق الأقمار الصناعية والصورة السينمائية وأفلام الكرتون وصولاً الى صورة في مجال الإشهار وكتب الأطفال وهي ليست محايدة، بل تحمل أهدافاً ورسالة.<sup>1</sup> وحتى تستطيع مقارنة منظومة الفنون البصرية الجديدة وتأمل بعض ملامحها الحتمية ووظائفها الجمالية وخاصة إيقاع هيمنتها على حياتنا المعاصرة وتوجيهها لأهم استراتيجيات التواصل الإنساني يجعلها بؤرة إنتاج المعنى في الثقافة المعارضة فمن يملك القدرة على المناورة بالصورة والتحكم في إنتاجها وتسويقها يستطيع إدارة المواقف لصالحه<sup>2</sup>، ولعل السبب الذي جعل من الصورة تفقد بلاغتها وسلطتها التي أعطاها إياها الصينيون القدامى، خصوصاً في مجتمعاتنا العربية الإسلامية هو راجع أساساً إلى سيادة ما يسميه علماء الاتصال بالثقافة اللفظية verbal أو الشفوية Orale التي مازال بعضهم يحاربها بكل قوة<sup>3</sup> لأولويتها، والبعض حياتنا اليومية وبيوتنا دون استئذان وتقوم بتوجيهنا في غالب الأحيان.<sup>4</sup>

### 2- الصورة بين الإدراك وإنتاج الدلالة:

يعد الإدراك من أكثر المواضيع أهمية لدى المختصين بالدراسات النفسية والاجتماعية فهو يمثل العملية الرئيسية التي من خلالها يتم تصور الأشياء في العالم الخارجي وإعطائها المعاني الخاصة بها والإدراك عند علماء النفس هو العملية النفسية التي تسهم في الوصول الى معاني ودلالات الأشياء

<sup>1</sup>-<http://www.altshkeely.com/2003/index2003/rainbtv.soura.htm>

قدور عبد الله ثاني: سيميولوجية التلقي البصري، ومسائلة الرسائل البصرية.

<sup>2</sup>- صلاح فاضل، قراءة الصورة، دار الشروق، القاهرة، ط1، 1997، ص5.

<sup>3</sup>- محمود إبراهيم، عناصر البلاغة ونظائرها في البلاغة العربية سيميولوجية السينما: مجلة الاتصال، العدد، السنة ص 63 .

<sup>4</sup>- قدور عبد الله ثاني: سيميولوجية التلقي البصري، ومسائلة الرسائل البصرية ص55 .

والأشخاص والمواقف التي يتعامل معها الفرد عن طريق تنظيم المثيرات الحسية المتعلقة بها وتفسيره في كلمات ذات معنى<sup>1</sup>.

وللإدراك أهمية بالغة في حياة الانسان يمكن إيجازها في النقاط الآتية:<sup>2</sup>

● الإدراك يقدم معارف وحقائق عن حالة التأثير المتبادل بين الفرد والمدرك والعالم الخارج، كما يوفر آليات لاستقبال المعلومات ومعالجتها على المستوى الحسي للفرد، فهو بذلك يلعب دوراً أساسياً في عملية تكوين نماذج معرفية جديدة.

● يهتم الإدراك بالسلوك البشري حيث يقوم بضبطه وتوجيهه والتنبيه به أما من الناحية العلمية فإن الإدراك يساهم في تأمين سلامة الفرد واستمراره وجعله دائماً متكيفاً ومتواصلاً مع الوسط الاجتماعي والطبيعي الذي يعيش فيه.

● يساهم الإدراك في العمليات العقلية التي تتصل بالتخيل والتذكر والتفكير والتعلم ولذلك فإن الانسان لا يستطيع أن يقوم بأي عمل هادف دون الإدراك.

● عند دراستنا للصورة الاعلانية والصورة بين الإدراك وإنتاج الدلالة على وجه الخصوص قمت بطرح بعض الأسئلة من بينها ما المقصود بالإدراك البصري؟ وكيف ندرك مكونات الصورة وكيف يساهم الإدراك في توليد الدلالات وإنتاج المعاني؟

فمن خلال البحث المكثف من أجل الإجابة عن الأسئلة السابقة توصلت الى :

أن الإدراك البصري هو " سيرورة زمانية تستقبل مادة الشئ الذي ندركه، بل هو تطابق يتحقق بين الذات المدركة وموضوع الإدراك كما أننا نتعرف في الإدراك بطريقة متدرجة على خصائص كيفية للشئ في استقلال عن الذات بل الإدراك اتحاد بين الذات والكيفيات الصورية للشئ، فهل الإدراك

<sup>1</sup> - نبيل عبد الفتاح حافظ ، صعوبات التعلم والتعليم العلاجي، ط1 مكتبة زهراء الشرق، عمان ، الأردن 2000، ص 50.

<sup>2</sup> - ينظر: محمد محمود الخوالدة مقدمة في التربية ط1، دار الميسرة، عمان، د ت، ص51.

هو حصول صورة الشيء في النفس.<sup>1</sup> وما يؤكد ذلك أن إدراكنا للعالم الخارجي لا يكون ثابتاً بل متغيراً حسب حالتنا النفسية ففي الحزن نرى العالم كئيباً اسوداً وفي الفرح نراه جميلاً ملوناً وأثر العاطفة يتجلى في آن الشخص الذي نحبه مثلاً لا ندرك فيه إلا المحاسن والعكس ينطبق على الشخص الذي نكرهه حيث لا تجلبنا إليه إلا المساوئ ويظهر دور الإدارة في توجيه الوعي نحو الموضوع المدرك، لأن الأشياء التي لا تهتم بها ولا تثير انفعالنا تبقى خارجة عن ساحة الإدراك إن الصورة تحفز على البحث في المعارف بغية إدراكها، بدءاً بالخصائص الأيقونية التي قد تماثل أشياء الواقع، فتشكل منطلقاً لسنن التعرف وبذلك تمهيداً للقراءة تنطلق منها سيرورة التدليل في بناء الدلالة، فكل صورة لها وجهان ، وجه مباشر مرئي يتمثل في الموضوعات التي تقدمها ووجه غير مباشر غير مرئي لكنه ينطلق من المرئي ليصل الى وحدات دلالية أخرى، فالصورة هي التي تدفع المتلقي الى البحث عن المدلولات الممكنة عن طريق المشاهدة ومحاكاة الواقع ، لكن هذا لا ينفي عدم تطابقها مع الحقيقة واختزالها للواقع لأنها نابعة من الممارسة الإنسانية. فالصورة تبنى معناها تراكم من معرفة عن التجربة الإنسانية، إنها تحتاج إلى معارفنا ومكتسباتنا القبلية من أجل فك إبهامها ، فالعلامات البصرية رغم حالتها على تشابه ظاهري لاتقدم لنا تمثيلاً محايداً المعطى الموضوعي مفصول عن التجربة الإنسانية.

فالوقائع البصرية في تنوعها تشكل لغة مسننة أودعها الاستعمال الإنساني قيماً للدلالة والتواصل والتمثيل لذا فإن بناء الصورة بدلالة العلامات التي تكتسب قيمتها من التجربة الإنسانية والرجع الثقافي وعليه فإن الأمر لا يتعلق بالمشاهدة فقط بل يعتمد على الرجوع الثقافي فاستعمال الألوان مثلاً يكون انطلاقاً من دلالاتها المسبقة، فكل لون يحيل على حالة نفسية معينة يدركها تمام الإدراك كل من المرسل والمتلقي. وللتدليل على علاقة الإدراك بالمرجعية الثقافية والتجربة الإنسانية ما نجد عند الأطفال الصغار مثلاً: فالإدراك لديهم يتسم بنوع من البساطة لأنهم لا يملكون من عالمهم هذا إلا نظرهم

<sup>1</sup> - عز العرب حكيم البناني، الظاهراتية وفلسفة اللغة: تطور مباحث الدلالة في الفلسفة النمساوية د، ط، إفريقيا الشرق، المغرب 2003، ص 155 - 156.

الضيقة وحيالهم البسيط والامر نفسه ينطبق على الكبار، فمفهوم السعادة عند الفقير يختلف عن نظيره عند الغني، وبالتالي فالذات المدركة بيست نفسها وهذا ما يحتم على مرسل الصورة ضرورة الإحاطة بكل ما يخص المتلقي لضمان تحقق عملية الإدراك ومن خلال ما سبق تظهر جلياً أهمية العين كعضو رئيسي في عملية الادراك فالشخص الذي يولد أعمى لا يمكنه أن يدرك ماهية البصر إطلاقاً ولا يستطيع أن يميز ماهية الألوان لأنه لم يبصرها بذاته حسيّاً ، ومن ثقة فإن صورها العقلية وماهيتها الكلية لن تتكون عندهً أبداً ولن تظهر في شعوره إطلاقاً.

ومن هذا المنطلق يمكن الفصل داخل تحليل الصورة بين مستويين: <sup>1</sup>

- ما يعود الى الادراك ( كيف ندرك الصورة؟)
- ما يعود الى انتاج الدلالة ( كيف يأتي المعنى الى الصورة؟ )
- استنادا إلى هذا التصور الخاص بالإدراك يمكن القول إن التسنين الذي يحكم عالم العلامات الأيقونية هو نفسه التسنين الذي يحكم التجربة الإنسانية ككل: فكل محاولة لإدراك وتحديد كمنة مضمون علامة أيقونية يقتضي الإمام بمعرفة سابقة مفتوحة على عوالم متعددة ويعود الأمر لسبيين: <sup>2</sup>
- 1- إن ما تدركه العين هو علامات لا موضوعات معزولة والعالم تسكنه العلامات وليس خزاناً للأشياء
- 2- إن العلامة الأيقونية لا تدل من تلقاء نفسها، فالمعنى داخلها يستدعي استحضر التجربة الثقافية كشرط أولي للإمساك بممكنات التدليل.

### 3- التمثيل المزدوج للصورة:

تتكون العلامة الأيقونية عموماً والصورة على وجه الخصوص من وحدات صغرى تتمثل في الأشكال والرسومات التي تحتوي عليها وهذا ما ظهر منها وما يسمى بالعلامة الشكلية وبدورها تتكون من تمفصلين شكل forméme وهو الوحدة الشكلية الصغرى<sup>3</sup>، والتمفصل الثاني هو اللون coloréme الوحدة اللونية الصغرى أي أن العلامة الشكلية تتكون من الأشكال والألوان الخطوط

<sup>1</sup> - سعيد بنكراد، السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها ط2، دار الحوار للنشر والتوزيع سوريا، 2005، ص 145.

<sup>2</sup> - مرجع نفسه، ص 145.

<sup>3</sup> - ينظر، دومنجوجان كلود، المقاربة السيميولوجية ، ترجمال العربي، بحوث سيميائية، ص 60.

وهذه الأخيرة تشكل لنا الدال الأيقوني وهذا ما ذهب إليه إيكو<sup>1</sup> وأطلق بريطو بدوره على عناصر هذا التمثيل بالملفوظات الأيقونية فهذه الأخيرة تعد معاني قابلة للتفكيك إلى أشكال<sup>2</sup>

#### 4- الصورة والتسنيين الثقافي:

من المعروف أن كل صورة تتكون من أشكال وألوان وهذا ما يسمى بالعلامة الشكلية وأما البعد الأيقوني هو ما ترمي إليه هذه الصورة فيكون تأويلها وتحديدتها وفهم دلالتها داخل صرح ثقافي الذي يسمى بمجتمع ما<sup>3</sup> فالإبتسامة عند مجتمع قد تدل على السرور أما في مجتمع آخر قد تدل على الحزن والسخرية والتسنيين الثقافي وحدة هو الكفيل بتحديد معالم الصورة وكوامنها وهذا يعني أن لا تؤول الصورة إلا من خلال ثقافة المتلقي والسياق الذي استعملت فيه وهذا ما دعا إليه رولان بارت بإدراجه المعطى الإجمالي و الإيديولوجي لمتلقيها ويعيد قراءتها وفق قراءة الرموز انطلاقاً من مرجعيته الثقافية الحضارية<sup>4</sup> ولتحديد مفهوم الصورة ومحتواها أستوجب وجود ثقافة أو لغة مرجعية مشتركة بين المرسل والمرسل اليه.

#### رابعا: الإعلان وأبعاده.

##### 1- مفهوم الإعلان:

##### الإعلان اصطلاحاً:

تعددت المحاولات لحصر مفهوم الإعلان ضمن حدود معينة ، لكن بالرغم من ذلك لا يزال يختلط المفهوم مع الكثير من المفاهيم الأخرى، وإذا ربطنا المفهوم بالأصل اللغوي بمعنى إعلان publicité فهو يعني كل ما هو مشهور ومعروف من طرف عدد كبير من الناس.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - قدور عبد الله الثاني: سيميائية الصورة الشهارية، مغامرة في أشهر الرسائل البصرية في العالم دار الورق عمان الأردن 2008 ص 26.

<sup>2</sup> - ينظر إيكو امبرتو، سيميائيات الأنساق البصرية تر محمد توهامي دار الحوار اللادقية سوريا 2008، ص 122.

<sup>3</sup> - السعيد بن كراد، السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها، ص 55.

<sup>4</sup> - ينظر قدور ، عبد الله الثاني، الصورة الشهارية، مرجع سابق ص 27.

<sup>5</sup> - grand dictionnaire encyclopédique : ton 1997.art . pub . paris

عرف " كروفورد crowford الإعلان أنه : فن الإغراء على السلوك بطريقة معينة ، لكن هذا التعريف لا يميز الإعلان عن الداعية والإعلام ووسائل الترويج الأخرى، رغم أنه يعطي فكرة التأثير على السلوك موقعا مركزيا في التعريف .<sup>1</sup>

وعرفه الباحث الاقتصادي أوكسيتفلد A.oxitfeld بأنه عملية اتصال تهدف إلى التأثير على المشتري من خلال إجراءات وطرق ووسائل غير شخصية يقوم بها البائع حيث يفصح المعلن عن شخصيته ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة.<sup>2</sup>

وهناك تعريف آخر للإعلان هو اتصال مدفوع الثمن غير شخصي وآحادي الجانب ، والذي يتم بتدخل وسيط يعمل على إيصال رسالة تتعلق بمنتج أو علامة أو مؤسسة معينة الى مجموعة المستهلكين قصد التأثير في سلوكهم<sup>3</sup>

ويعرف ريموندياميكو rimandiamico الإعلان بقوله : إن الإعلان وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار والسلع والخدمات وترويجها وتأكيدها حضورها والاشادة بها بواسطة معلومة مقابل أجر مدفوع<sup>4</sup>. ويذكر مؤلف آخر بأن الإعلان هو، نشاط مخطط له على أسس علمية والهادفة الى خلق طلب على السلعة أو الخدمة أو الفكرة أو إشباعه مقابل أجر مدفوع وذلك من خلال وسائل نشر مناسبة شريطة مراعاة كافة الضوابط العينية والشكلية المتأثرة والمؤثرة فيه لإيجاد الأثر الإيجابي في الجمهور المراد مخاطبته.<sup>5</sup>

فهو اتصال غير شخصي وغير مباشر لنقل المعلومات الى المستهلك او المستعمل عن طريق وسائل مملوكة للغير مقابل أجر معين مع الإفصاح عن شخصية المعلن ، أما الإعلان كمنشأ فيقصد به كل

<sup>1</sup> - أحمد عادل راشد الإعلان: دار النهضة للطباعة والنشر ، ص 37.

<sup>2</sup> - طاهر محسن الغالي وأحمد شاعر العسكري بين النظرية والتطبيق، الأردن ، د ط 2003. ص 19.

<sup>3</sup> - هناء عبد الحليم سعيد الإعلان والترويج الإسكندرية ، مصر، دار الكتب 2003، ص 60.

<sup>4</sup> - بشير العلاق وعلي محمد الربابعة : الترويج والاعلان التجاري ، دار اليازوري د ط ، 2007 عمان ، ص 135.

<sup>5</sup> - المرجع نفسه، ص 136

الجهود الموجهة لدراسة السوق وتصميم الأموال الحملات الإعلانية واختيار وسائل النشر وتخصيص الأموال اللازمة لتغطية نفقات هذا النشاط وقياس نتائجه<sup>1</sup>.

وقد عرفته جمعية ممارسين الإعلان التابعة للجمعية البريطانية لوكالات الإعلان كما يلي: الإعلان هو الرسالة البيعية الأكثر إقناعاً والموجهة إلى العميل الأكثر احتمالاً ، سواء لمنتج أو لخدمة بتكلفة أقل<sup>2</sup>.

### 2- خصائص الإعلان:

التلفزيون كوسيلة له كافة مميزات الوسائل الإعلانية، فهو يعتبر من أنجح الوسائل رغم حداثة عهده، حيث يسمح للمعلن باستخدام كافة المؤثرات البيعية مثل الصوت، الصورة، الألوان، الحركة وغيرها. سنستعرض باختصار لأهم خصائص الميزة للإعلان:

لكون التلفزيون يتميز بالتغطية الكبيرة من حيث عدد الجمهور الذي يشاهده، فإن تكلفة الإعلان للفرد الواحد ستكون منخفضة نسبياً بالرغم من ارتفاع المبلغ الإجمالي المطلوب للإعلان التلفزيوني من حيث الزمن الذي يتم شراؤه وتكاليف اخراج الإعلان<sup>3</sup>.

إمكانية الاختيار بين العديد من البرامج التلفزيونية لوضع الرسالة الإعلانية خلالها ، فيمكن للمعلن اختيار الوقت المناسب والقناة المناسبة للوصول إلى المشاهدة المطلوب والتأثير عليه بشكل إيجابي كي يقنع بالفكرة التي يعرضها المعلن عبر هذه الوسيلة<sup>4</sup>.

يمكن للتلفزيون كوسيلة إعلانية المعلن من انتقاء المشاهدين من خلال عدة طرق منها يوم عرض الإعلان ووقته، نوعية البرنامج التلفزيوني المعروض حيث يتمكن المعلن من الوصول إلى الفئة من المشاهدين الذين يمثلون بالنسبة له القطاع السوقي المستهدف<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - زكي خليل المساعد ، التسويق في المفهوم الشامل ، عمان دار زهران للنشر 2001.

<sup>2</sup> - طاهر مرسي عطية، فن الإعلان وترويج المبيعات القاهرة دار النهضة ، د ط ، ص 87.

<sup>3</sup> - أحمد عادل راشد، مرجع سابق ص 210.

<sup>4</sup> - فريد الصحن، الاعلان، دار الجامعة الاسكندرية ط 1، 1997، ص 200.

<sup>5</sup> - سمير عبد الرزاق العبدلي الترويج والاعلان ، زهران للنشر ، ص 67 - 68.

- عند عرض الإعلان عن طريق التلفزيون فإن السلعة أو الخدمة موضوع الإعلان سوف تظهر بشكل منفرد على المشاهدين بخلاف المنافسة الاعلانية في حالة الإعلانات في الصحف أو المجلات.<sup>1</sup>
- يستطيع التلفزيون أن ينقل الرسالة الاعلانية الى العائلة الواحدة بشكل مجتمع وهذا ما لا يمكن الوصول له في حالة الصحف والمجلات حيث يتيح فرصة التأثير من خلال الكلمة لأحد الأفراد على الأسرة ككل.<sup>2</sup>

### ويتشكل الإعلان من العناصر التالية :

أولاً: المعني: وهو فرد لديه خدمة أو سلعة ويرغب في الإعلان عنها و المعلن من وجهة نظر الوكالة هو عميل وقد يكون للعميل إذا كان منظمة إدارة مختصة بالإعلان وقد تتولى إدارة الإعلان بالمنظمة جزء من عمل الإعلان بينما تولى الوكالة الجزء الأخر وقد تعهد المنظمة الى وكالة الإعلان بكل المهمة ثانياً: وكالات الإعلان : تقوم بالنيابة عن المعلن ببعض أو كل ما يتعلق بإعلاناته وقد تكون كبيرة أو صغيرة وأياً كان حجمها فإنها تمارس وظائف أساسية لاغنى عنها.

### \* وسائل الإعلان:

تمثل هذه الأخيرة وسائط الاتصال.<sup>3</sup>

### 3- أنواع الإعلان:

هناك عدة أنواع من وسائل الإعلان منها المرئية والمسموعة والمرئية المسموعة .

1. الصحف : الاستخدام الواسع من طرف المستهلك

- أوقات العمل اقبال قصيرة : يقصد بها آخر موعد لتسليم نسخة الإعلان الى الصحف قبل القيام وطبعها ونشرها.

- إمكانية استخدام الألوان الخاصة بالسوق.

- زيادة في المرونة الخاصة بالسوق.

<sup>1</sup> - إسماعيل حمد السيد: الإعلان المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، ص 458.

<sup>2</sup> - أحمد عادل راشد، مرجع سابق، ص 211.

<sup>3</sup> - طاهر مرسي عطية ، مرجع سابق، ص 180.

- الترويج الذي يهدف الى الحصول على تصرف مباشر وسريع من المستهلك عن طريق استخدام التخفيضات.
  - 2. التلفزيون: أهم مزاياه
    - الجمع بين الصوت والصورة
    - التغطية الجماهيرية حيث يتوافر على هذا الجهاز العديد من الأسر
    - القدرة على جذب انتباه المشاهدين خاصة اذا تم تصميم الإعلان وتحريره بطريقة مشوقة.
  - 3. الإذاعة: تتميز بما يلي: الاستخدام الجماهيري، السرعة والمرونة ، انخفاض التكاليف ، التأثير النفسي الجيد.
  - 4. المجلات: تتميز بالقدرة على التعامل مع قطاعات سوقية محددة
    - القدرة العالية لقارئ المجلات على ملاحظة الإعلان.
  - 5. وسائل الإعلان الخارجية ( كالمصقات ، واللافتات) تعد هذه الوسيلة من أقدم وسائل الإعلان ولكنها لاتزال من أهمها وتتميز ب: المرونة ووجود جمهور متحرك كالأفراد يشاهدون المصقات بينما هم يتحركون.
  - 6. الإعلان عبر الانترنت : تقوم شركات عديدة بالإعلان لمجموعات أخبار عن توفر معلومات عن منتجاتها كإعلان ناشروا الكتب عن اصداراتهم الجديدة كلها في قائمة واحدة في مجموعات الكتب.
- ### 4- أهداف وأهمية الإعلان:

جاء الإعلان بصفة عامة ليؤطر مجموعة من الأهداف نذكر منها:

- يعمل الإعلان على تحقيق الزيادة المستمرة في المبيعات<sup>1</sup>
- لفت انتباه الناس الى منتج معين وتذكيرهم به وبأماكن تواجده<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - جمال محمد أبو شت، أشرف محمد خوجة، الدعاية والاعلان المفاهيم، الأطر النظرية التطبيقات، د، ط، 2005، مصر ص

20.

<sup>2</sup> - عابد فبصل الشعراوي ، الإعلان والعلاقات العامة، مصر اليازوري، ط، عمان 2010 الاردن ، ص 21.

- خلق الطلب على سلعة معينة في مرحلة أولية ثم العمل على إشباعها في مرحلة التالية. أي أن مهمة الإعلان لا تتوقف عند شراء السلعة فقط بل متابعة الجمهور وجعله وفيًا لاقتناء ذاك المنتج.
- بناء صورة ذهنية طيبة لسمعة المؤسسة، وتدعيم اسمها التجاري ليس فقط في أذهان المستهلكين ، بل حتى لدى أطراف أخرى، مثل الموردين، الموزعين حملة الأسهم والمتعاملين معها فكثير ما نجد المؤسسات أنها الأنشطة الثقافية أو القيام بالأعمال الخيرية وغيرها.<sup>1</sup>
- فتح أسواق جديدة أسواق لم تكن موجودة من قبل توجيه الحملات الاعلانية ومن ثمة إتاحة الفرصة أمام المنشآت المعلقة لتسويق سلعتها أو خدماتها ومن ثم تعظيم نصيبها النسبي من السوق.<sup>2</sup>
- ارتفاع عدد منافذ الاتصال والعروض الهائلة لوسائل الإعلامية ساهم في رفع الانفاق على الاتصال.<sup>3</sup>
- إذا كان الإعلان في أبسط معانيه هو تعريف بالشئ أي نشر البيانات التي تزود القارئ بفكرة صحيحة عن السلعة أو الخدمات المعلن عنها ، وغالباً ما يكون المقصود هو حثه على اتخاذ خطوات تتماشى مع رغبة المعلن فإن تعريف المستهلكين المترتبة بالمنتجات والخدمات التي تقدمها المنشآت وخصائصها ومميزاتها تعد أهم وظائف الإعلان.<sup>4</sup>

## 5- دلالة الألوان في الإعلانات:

إن اللون يقوم بدور هام في عملية تحليل الصورة، فلكل لون دلالة معينة يحاول المصور من خلالها أن يوصل معنى معين إلى القارئ.

فاللون هو الترجمة التي تقوم بها عيوننا وأدمغتنا لأشعة الضوء المنعكسة وهو يختلف باختلاف طول الشعاع الذي يعبر العين لكل ما بعين مكان الضوء يحدد موقعه في مجال متشابه ، يولد لونا او يصطفيه، والفرضيات السيميائية نوعان: يفترض من جهة تنافر فضاء التشبث ، ويفترض من جهة أخرى وجود حالة فصل عن مصادر ثانوية يفسر تحديد مكان الألوان وفضاء التواتر الضوئي الذي

<sup>1</sup> - بشير عبادي العلاق وعلي محمد الدباغة: الترويج والاعلان التجاري ، دار اليازوري عمان، 2007، ص 129.

<sup>2</sup> - جمال محمد أبو شنن، مرجع سابق، ص 36.

<sup>3</sup> - زياد محمد الشمران، عبد الغفور عبد السلام، مبادئ التسويق دار الصف، ط 1، 2001، عمان ص 183.

<sup>4</sup> - عابد فضل الشعراوي مرجع سابق، ص 23 .

نسعى لمفصلته كنتيجة لتعديد الطاقة في فضاء غير متجانس ، تشغله المادة متراكم بالعقبات ومقسم إلى مواقع إلى التشكيلة الفرعية للون نقوم إذا على العبور من الكلبي الى المحلي.<sup>1</sup>

واللون هو ذلك التأثير الفيزيولوجي أي الخاص بوظائف أعضاء الجسم الناتج عن شبكة العين سواء كان ناتجا عن المادة الملونة أو الضوء الملون. فاللون إذن إحساس وليس له وجود خارج الجهاز العصبي للكائنات الحية الى جانب أن اللون ليس له أي حقيقة الا ارتباطه بالعين التي تسمح بإدراكه شرط وجود الضوء.<sup>2</sup> كما أن الرسالة الاعلانية تتكون من العناصر المرئية للشخصيات والألوان التي تعمل على جذب الانتباه والإثارة الاهتمام حيث الأبحاث المقدمة في هذا المجال أثبتت أن الألوان تجذب الانتباه أكثر من الأبيض والأسود كما تساعد الألوان على تكوين صورة ذهنية صحيحة وأن المشاهد يمكن أن يتحصل على فكرة دقيقة عن الشكل الذي يكون عليه الإعلان في الواقع.

### دلالات الألوان:

الأحمر : لون النار والدم فهو يسبب الإحساس بالحرارة، فاللون الأحمر يزيد من الانفعال ولهذا فإنه يسبب ضغط دمويًا وتنفس أعمق فهو لون الحيوية والحركة وله تأثير قوي على طباع ومزاج الانسان.

البنفسجي : يعتبر أقل الألوان سطوعا ويعتبر هذا اللون دليل الغموض والتردد في اتخاذ القرارات ولقد اتخذ العشق رمزا لهم يثير خيالهم ويدعو الى العاطفة الهادئة.

الأخضر: هو الذي يتخذ دائما رمزا للحياة والنمو والتطور والنماء

الرمادي : لون غامض سلبي، عديم الشخصية طفيلي يقف في الخلفيات يرمز الى التداخل والنفق والصياغة في كل شيء.

الأبيض يوحي بالنقاء والوضوح والطهر والاستقرار والحرية.

الأزرق : يرمز الى الليل الطويل الذي ينتظر شروقه وهو لون السماء يعطي الشعور بالعمق.

الأصفر يرمز الى السرور والبهجة والنور والاشعاع.

<sup>1</sup> - قدور عبد الله ثاني، سيميائية الصورة ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن ط1، سنة 2007، ص 113.

<sup>2</sup> - زعتر مريم، مضمون الإعلان التلفزيوني في الجزائر، تركي على خصائص السلع وتغيير العلمية في المخاطبة الاعلانية 2017، ص

الأسود : الاستغناء وانعدام الثقة ، ثورة على الظروف مبالغة في البحث عن المنطق.

## 6- مدخل إلى علم الأوبئة:

الإبداع عند الخطر ، فإن الجوائح أيضا تنتج أدبا.

فيعرف الأدب غالبا بأنه ضرب من ضروب الفن الإبداعي، ابتكره ليعبر عما يدور في نفسه من خلجات إزاء الجمال والعاطفة والخيال ويعرف الوباء بأنه حزن وسقم ومرض يتعلق بقلب الانسان وكيونته وينطلق العلاقة بين الاعمال الأدبية بالمجمل وبين الأوبئة التي تشهدها البشرية، من كون أن الادب في حقيقته تعبير عن حركة الحياة في مختلف الأوقات سواء في الماضي والحاضر والمستقبل، إذا قرأنا أدب القرن التاسع عشر والعشرين والواحد والعشرين، نلاحظ ظاهرة سميث أدب الوباء" ويرجع هذا عملياً الى تفشي عدد من الأوبئة على مر العصور وأثرها في السرد الغربي، وكان من الطبيعي أن ينعكس هذا الادب ، كما على شتى مجالات الحياة الإنسانية ، فالأدب فن يعكس صورة حياة الناس في المجتمع ، فلهذا نجد الامراض تستفز إبداع الكاتب ليوظفها في أدبه وكما أن الأوبئة تسببت بتحولات اجتماعية واقتصادية وثقافية على حياة الفرد بشكل خاص والمجتمع بشكل عام وأكثر مثال على الواقع الحي لتأثير الوباء على المنطقة العربية عندما تفشى الطاعون في بلاد الشام من خلال العصر الأموي ممتداً الى العراق ومصر وشمال افريقيا وهكذا لعب الطاعون دور أساسي آنذاك في سقوط الدولة الأموية وفق ما ذكر في كتاب الطاعون في العصر الاموي لأحمد العدوي.

وهنا نميز بين علاقة الادب بالأوبئة من جهة وبين علاقة القراءة بأزمة الوباء من جهة، فنرى أن القراءة تزيد بأزمة الوباء حيث أن البشر بطبيعتهم يتجهون الى القراءة محاولة منهم لكسر العزلة التي يعيشونها.

أثناء فترات الحجر الصحي وغالبا ماترى الناس أثناء هذه الفترات يقرأون الأعمال التي تكلمت عن الأوبئة، وأكبر دليل على هذا التقارير الصحفية التي أكدت أن رواية الطاعون لأبير كامو كانتا الأكثر قراءة أثناء فترة انتشار فيروس كورونا، فيما ارتفعت نسبة مبيعات رواية العمى.

وانتقلت الاعمال الأدبية التي تناولت الوباء في مستويات توظيفية مختلفة، فغلب الطابع الأسطوري في مسرحية "أوديب مكالسوفوكليس" وكان رمزياً في الطاعون لكاموا وواقعياً في قصيدة الكوليرا لنازك الملائكة.

وهنا نجد أنه ليس من وظيفة الأدب تأريخ الأوبئة ، بل ملامسة آلام ومعاناة الانسان ، وهنا الأعمال الأدبية التي كان الوباء موضوعاً لها:

- حصان شاحب فارس شاحب 1939: عمل الأمريكية آن بورتر تروي قصة وباء الانفلونزا الذي قتل الأميركيين أكثر مما فعلت الحرب ع 1

- الطاعون: 1947 للفرنسي ألبير كامو، وتحدث عن الطاعون الذي تفشى في وهران الجزائرية ويرمز الكاتب في روايته الى العقاب الإلهي، حيث أن الطاعون عنده لم يكن حقيقياً.

- قصيدة الكوليرا: 1947 للشاعرة العراقية نازك الملائكة ، كتبها عندما سمعت في المذيع خبر إصابة الشعب المصري بوباء الكوليرا.

- الحب في زمن الكوليرا 1985 يروي فيها غابرييل ماركنز قصة حب معقدة بين رجل وامرأة منذ المراهقة وتستمر بعد السبعين ، رواية تسكنها الحيرة، فهي خيال يتجسد أمامنا كحقيقة ولا فارق واضح بين داء الكوليرا وداء الحب.

- العصى 1995 : ويصور فيها البرتغالي خوسيه ساراماغو الرعب الغريزي عند تفشي الوباء الأبيض، حيث يدفع الخوف من الوباء الى تحبط الناس في فوضى غاب فيها حس المسؤولية اللازم لمواجهة الازمة فيخرج الوباء عن السيطرة ويغمر ساراماغو في الرواية إلى انعدام البصيرة الفكرية مع غياب البصر من العيون.

- عام الطوفان 2009: تتحدث فيه الكاتبة الكندية مارغريتا ثوود عن المجتمع عثش فيه الوباء ما أدى الى ان تصل البشرية الى حافة الانقراض وتدور أحداث العمل بعد 25 عام من فناء غالبية سكان الأرض بسبب طوفان من دون ماء تمثل بوباء خبيث انتقل عبر الهواء كأنه طير بجناحين ليحتاج المدن كما يحتاجها الحريق.

- إيولا: للسوداني أمير تاج السر وتحدث عن رجل كان يذهب الى الكونغو لأغراض ذميمة ، يلتقط هناك الفيروس ويتخذ من المرض جسرا يعبر به نحو جنوب السودان.
- وقد أشار بعض الرحالة الأوروبيين أن الجزائر كانت خالية من الأمراض المعدية والابوثة، وإنما وصلت إليها عن طريق الحجاج والطلبة الأتيتين من المشرق والتجار الأوروبيين والسودانيين وغيرهم التي كانت تتعامل معهم إيالة الجزائر.<sup>1</sup>
- ومن أهم الأمراض المنتشرة في الجزائر أواخر العهد العثماني من 1770 م – 1830 م نذكر منها:
- مرض السل : من أشهر الأمراض التي عرفتها الجزائر حيث ضرب هذا المرض ما بين سنتين 1532 – 1782 م حوالي 26 مرة .
- مرض الأحمر ( الحصبة ) la rougeoul حيث قتل العديد من الأطفال<sup>2</sup>
- مرض التيفوس: يدعي بالهواء الأصفر وارتبط بسنوات المجاعة تكرر تقريبا كل 20 سنة وهو نوعان: الطفحي ومورين<sup>3</sup>.
- مرض الجدري قدم الى الجزائر من أوروبا عن طريق اللاجئين الاسبان والتجار الايطاليين حيث كان يفتك بالسكان كل 4 / 5 سنوات<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - محمد الزين، نظرة على الأحوال الصحية بالجزائر العثمانية، أواخر عهد الديانات ، مجلة البحوث والدراسات 17 – 2012، ص 192

<sup>2</sup> - عثمان بوحجرة الطب والمجتمع في الجزائر خلال العهد العثماني أوائل الاحتلال 1518 – 1871 رسالة ماجستير في التاريخ الحديث جامعة وهران 2015، ص 50.

<sup>3</sup> - محمد الزين المرجع السابق ص 209

<sup>4</sup> - نفس المرجع ، ص 22

# الفصل الثاني:

دراسة تطبيقية على نماذج

ملصقات إعلانات

وزارة الصحة الجزائرية

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

جائحة فيروس كورونا 2019 أو جائحة كوفيد 19، أو المعروفة أيضا باسم جائحة فيروس كورونا، هي جائحة عالمية مستمرة حاليا لمرض فيروس كورونا تفشت للمرة الأولى في مدينة ووهان Wuhan الصينية في أوائل شهر ديسمبر 2019. أعلنت منظمة الصحة العالمية رسميا في 30 يناير أن تفشي الفيروس يشكل حالة طوارئ صحية عامة تبعث على القلق الدولي، وأكدت تحول الفاشية إلى جائحة يوم 11 مارس، أبلغ أكثر من 29 مليون إصابة في أكثر من 188 دولة ومنطقة. وتعتبر الولايات المتحدة أكثر الدول تضررا من الجائحة حيث سجلت أكثر من ربع مجموع عدد الإصابات المؤكدة، وسجلت الجزائر أول حالة رسمية للوباء ابتداء من 25 فبراير 2020، ثم كشفوا عن حالات أخرى مصابة. وقد تبلغ مجموع الحالات المؤكدة في الجزائر 44833 حالة من بينها 1518 وفاة و31493 حالة تعاف فيما سجلت 11822 حالة نشطة حتى 22 أوت 2020<sup>1</sup>.

فيروسات كورونا هي من الفيروسات التي يمكنها أن تسبب أمراضا مثل الزكام والالتهاب التنفسي الحاد الوخيم ومتلازمة الشرق الأوسط التنفسية. وقد تشتمل مؤشرات المرض و الأعراض الشائعة: الحمى، السعال، الإسهال، احمرار العين، الشعور بالإرهاق.. وتتضمن الأعراض المبكرة فقدان حاسة الشم والتذوق. كما أظهرت الدراسات أن الفيروس المسبب لمرض كوفيد 19 ينتشر بسهولة بين الأشخاص، ينتقل بشكل أساسي من شخص إلى آخر من خلال المخالطة اللصيقة أو عن طريق الرذاذ أو عبر الهواء أو اللمس.

نظرا لخطورة المرض ولسرعة انتشاره نصحت وزارة الصحة بأخذ الحيطة والحذر عبر تدابير وقائية تخفف من حدة الخطر، والاعتماد على اللقاح كمساعد كبير على الوقاية من الإصابة بكوفيد 19. أضحت شبكات التواصل الاجتماعي أهمية بالغة في الحياة اليومية للأفراد، فقد ساهمت بأبعادها المتداخلة في تغيير أنماط التفاعل داخل المجتمعات ووسط هذا التطور ظهر الفيسبوك الذي يعتبر أحد التقنيات الفعالة، يشارك فيها الجميع بالأخبار والمعلومات على اختلاف مستوياتهم.

<sup>1</sup> ضياء السبيري، مصر في زمن الوباء، ببلومانيا للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020، ص 65.

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

صفحة فيسبوك "وزارة الصحة الجزائرية": هي عبارة عن صفحة حكومية تنشر كل يوم أخبار ومعلومات جديدة أنشئت هذه الصفحة في تاريخ 01 أكتوبر 2019، ولها عدة منصات للتواصل تنشط فيها كاليوتيوب والسكايب .... يتابعها حاليا أكثر من 2 مليون متابع، وقد تم تغيير هذه الصفحة إلى Ministère de la santé algérien في 2 سبتمبر 2021 وهو اسمها الحالي لحد الساعة .

كما تقوم الصفحة بنشر حوارات مع دكاترة وأهل الاختصاص في المجالات التي تهتم بصحة المواطن الجزائري ، يقدمون من خلالها تدابير وقائية وإرشادات من الملاحظ أن هذه المبادرات الصحية لها دور كبير في بعث الوعي الصحي ومرافقة الأسرة الجزائرية وهكذا قد لعبت دور إنساني وصحي إيجابي لهم.

فبعد ظهور فيروس كورونا وانتشاره في كل أقطار العالم، يمكن القول أن الجزائر كانت ضمن الدول القليلة التي نجحت إلى حد ما في مواجهته انتشار الوباء، راجع ذلك إلى لحظة الوطنية التي سطرها الدولة المتمثلة في التدابير الوقائية والحملات التحسيسية التوعوية الصحية بتلقي لقاح كوفيد 19 عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة وعبر الفايسبوك خاصة، حيث أعطت نتائج إيجابية للحد من العدوى.

وتسعى هذه الصفحة إلى عرض محتوياتها من أجل التوعية والإرشاد وبذل مجهود كبير لإعطاء

معلومات دقيقة حول الإحصائيات الجديدة وهي إجمالا تهدف إلى :

- تحسين الوعي الصحي لدى الأفراد
- وقاية وتوعية المجتمع من الأمراض.
- تشجيع الجميع على تفهم أفراد المجتمع لسبل تحقيق الوقاية من الأمراض.
- توثيق المعلومات الجديدة والتي تخص مرض كوفيد 19 ونشرها لجميع فئات المجتمع.
- غرس الثقافة الصحية.
- الوقوف على واقع الصحة العالمية.

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

- وضع برامج تحسيسية لتوعية الصحية.
  - تنظيم ندوات للمرضى والمتلقين للمعلومات وذوهم لتوعيتهم.
- فسلطنا الضوء على بعض النماذج من صفحة وزارة الصحة الجزائرية وقمنا بتحليل صورها سيميائياً.

### تحليل صور الدراسة:

### في إطار الصورة:



عرضت هذه الصورة كإعلان عن وجود حل أمثل لتجنب فيروس كورونا وقد كانت من الصور الأكثر عرضاً وانتشاراً في صفحة وزارة الصحة الجزائرية بإجراءات الوقاية، وهي رسالة إعلامية جمعها، جماهيرية موجهة إلى الرأي العام وخاصة المجتمع الجزائري.

وهي عبارة عن لقطة متكئة على عبوة لقاح كبيرة، وبجانبا طبيب يمسك بيده حقنة كبيرة الحجم أيضاً تحمل بداخلها ذلك اللقاح، فنلاحظ أنهم يظهرون بالزي الطبي الأزرق ومئزر أبيض

مفتوح إضافة إلى كمامة زرقاء مبرزة ابتسامتهم ، بينما تظهر كورونا منتشرة في الجو على شكل جسيمات متوسطة الحجم، كروية الشكل تقريباً ، وذات نتوءات سطحية زرقاء اللون تحوم حولهم وهذا الغريب في الصورة أن الفيروس ذائع إلا أنهم واقفين بكل ثقة ويقين أنهم لن يصابوا بأية عدوى، ودليل ذلك لباسهم على غير العادة، فالأطباء عادة يرتدون الزي الأبيض المغلق تماما حتى رأسهم مع نظارات أو خوذة طبية تحميهم من انتقال العدوى ، لكن هذين الطبيين قد قاما بحماية أنفسهم باللقاح مما جعل الخطر عندهم يقل يكاد يختفي.

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

في إطار العنوان: جاءت الصورة مصاحبة لجملتين : وعينا يحمينا ، اللقاح هو الحل نلاحظ أن الجملتين كلتهما جمل اسمية وهذا ما يفيد التوكيد، الثبات، والاستقرار والدوام ، فالجملة الأولى ترمي إلى المساهمة في رفع درجة الوعي والتقييد بإجراءات الوقاية واحترام معايير السلامة والجملة الثانية تقول أن المنقذ الوحيد من فيروس كورونا هو اللقاح لاغير يبدو أن اللقاح هو الحل الوحيد للخروج من الأزمة العنيفة التي مررنا بها، نتيجة انتشار الكوفيد وتفشييه.

في إطار الألوان: إن اللون يقوم بدور هام في عملية تحليل الصورة، فلكل لون دلالة معينة توصل من خلالها معنى معين للقارئ.

فقد غلبت على الصورة اللون الأزرق حيث نجده في الزي الطبي وفي عبوة اللقاح والإبرة، كذلك نجده في لون كتابة الجمل يرمز إلى الصفاء والنقاء والهدوء فهو لون ملطف ومتحفظ يدل على التميز والسمو ويرتبط بالطب وأزياء الأطباء ليعتد الهدوء والسكينة في المرضى. كما ظهر اللون الأبيض، الذي يرمز إلى الضوء، السلام، الحرية، والبداية الجديدة والإتقان والنظافة.

### المجال الثقافي والاجتماعي:

السنن التشكيلية: من خلال تفحصنا للافتة تفهم أن هنا لم يستخدم الأشكال بشكل عشوائي ( الإبرة، عبوة اللقاح...) وكذلك فتموضع الشخصيات كان جيدا بحيث لم يشتمت العين من خلال توازن أجزاءه واستقراره مكوناته وبهذا فكل شخصية تتفاعل مع أخرى وكله يرمز ويهدف الى نتيجة واحدة هو إبراز المعنى الأول أو الفكرة الأساسية للإعلان والذي كان عنوانه : اللقاح هو الحل / وعينا يحمينا.

### مقاربة سيميولوجيا: مجال البلاغة والرمزية في الرسالة: تحوي اللافتة الإعلانية العديد من

العلامات البصرية والتشكيلية والرموز بدأ بأشكال فيروس كورونا المنتشرة ، في الفضاء وكذا أشكال الوقاية الصحية المشكلة من 6 دوائر صغيرة ، الأولى تحث على تجنب المخالطة اللصيقة مع أي شخص مريض أو لديه أعراض كذلك تجنب التجمعات والأماكن المغلقة ضعيفة التهوية والثانية تحوي

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

إلى غسل اليدين كثيرا والأخرى تركز على استخدام مطهر يدوي يحتوي على الكحول للقضاء على البكتيريا ، تليها أيقونة لارتداء الكمامة في الأماكن العامة سواء تلقيت اللقاح أم لا والأيقونة الأخرى توصي بتهوية الأماكن المغلقة جيدا لتفادي المرض أو العدوى.

تدل السيميائية الصورة على مدى وجوب الوعي والالتزام بإجراءات الوقاية لتقليل نقل الفيروس إلى الآخرين ، كذلك محاربة المرض باللقاح فهو يساعد على الوقاية او الحماية من التعرض لمضاعفات خطيرة في حال الإصابة بالإضافة إلى ذلك يمكن للقاح كوفيد 19 أن يمنح حماية أفضل من الحماية التي تحصل عليها جراء الإصابة بالفيروس.

ترمز الصورة إلى الثبات والثقة والحرفية التي يتمتع بها القطاع الصحي أثناء تعاملهم مع المرض فهذا الخير يقف دائما على الخطوط الأمامية في مواجهة تفشي الفيروس ، يتحمل مخاطر كبيرة في سعيه لإنقاذ المرضى.

**مرسل الصورة وعلاقته بالمستقبل:** مرسل هذه الأيقونة أو من يقف وراء بثها أنها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية ، وزارة الصحة الجزائرية *Ministère de la santé*. وهي الصفحة المتخصصة في نقل الأخبار وكل ما يتعلق بالصحة والمعروف عنها أنها الدعامة الإعلامية الأولى في نشر الوعي الصحي وخلال جائحة كورونا أدت الصحة الالكترونية دوراً مهماً في الاستجابة والتعافي السريع فساعدت أفراد المجتمع الجزائري على إجراء اختبارات وتحليل كورونا وأخذ اللقاح اللازم وتثقيفهم بممارسات العزل الذاتي والوقاية ، وتعزيز كفاءة وجودة خدمات الوزارة الصحية في جميع أنحاء الجزائر.

**المعنى التقريري والتضميني للإعلان:** من خلال تحليلنا لهذه الرسالة البصرية والتي هي عبارة عن لافتة إعلانية لمحاربة فيروس كورونا، يتجلى لنا أن المعنى التقريري الذي كان يقترحه منح الرسالة هو واضح وجلي بحيث عنوان اللافتة يعكس لنا المحور الرئيسي أو الفكرة الرئيسية التي يركز عليها الإعلان وهكذا أيضا من خلال التركيبات والألوان والرموز والتي أدت وظائفها وأبلغت الرسالة التي كانت تطمح إليها وزارة الصحة ألا وهي إقناع المجتمع الجزائري بضرورة اللقاح، ونشر الوعي فيما بينهم،

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

والحرص على اطمئنانهم وزيادة ثقتهم به. وبهذا نقول أن وزارة الصحة لعبت دور مهم في سلامة الفرد والمجتمع.

إن اللغة وسيلة يستطيع أن يستخدمها الإنسان ليقوم بعملية التواصل مع الآخرين فهي تعبر عن كل ما يمكن أن يتبادر إلى ذهن الإنسان من أفكار ورغبات وعواطف وبأي شيء كان التعبير سواء بالحركات أو العبارات أو الإشارات أو الرموز. إن أنظمة التعبير غير اللسانية في الأنظمة الرئيسية التي لاقت اهتماما كبيرا من قبل السيميائية أو المنهج السيميائي الذي حظي باهتمام كبير من قبل النقاد والباحثين سواء على الصعيد العربي أو الغربي فقد كانت السيميائية واحدة من بين هذه الدراسات التي اهتمت بدراسة العلامات سواء أكانت لسانية أم غير لسانية.

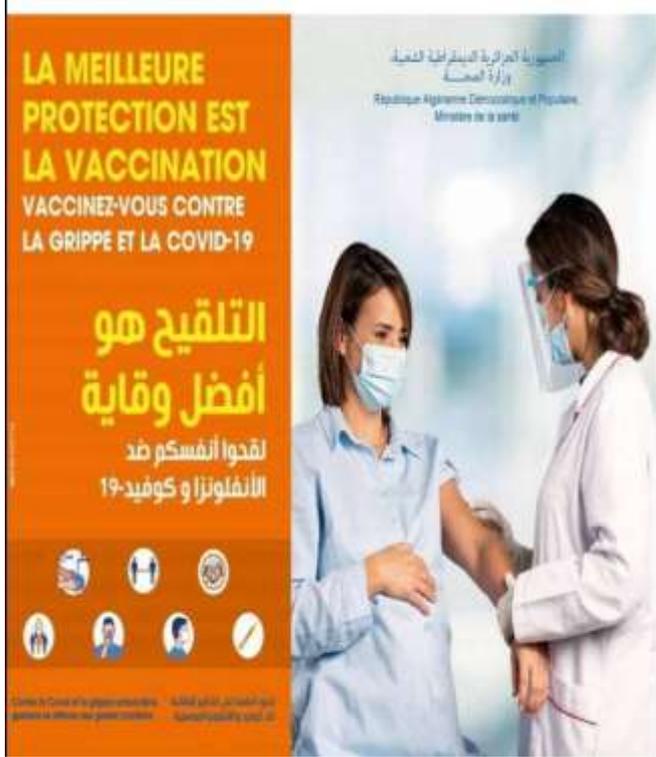
فقد وضع أوغسطين مؤسس السيميائية غير اللغوية تصورا عاما للعلامات وقسمها إلى قسمين الأول العلامات الطبيعية والتي تستخدم أصلا لنقل المعنى ومثالها الدخان علامة على النار والثاني: العلامات الاصطناعية والتي هي يستخدمها الإنسان بقصد التوصيل بشكل متفاعل لإيصال أفكاره ومشاعره ومعتقداته وتصوراتة. وقد وجد أوغسطين بين نظرية العلامات ونظرية اللغة وتعرف على جنس العلامات التي تشمل العلامات اللغوية من بينها اللافتات والحركات والإيماءات وذلك قبل دوسوسير بستة عشر قرنا. فنلاحظ من خلال ما تقدم أن الإعلان الأول من قبل وزارة الصحة الجزائرية الموسوم بعنوان "وعينا يحمينا" كما يوجد في صورة الإعلان طبيين حاملين "إبرة وعبوة لقاح" أن الحل جرعة دوائية وهي اللقاح المضاد لفيروس كورونا بالنسبة للطبيب الذي يحمل إبرة وهو فاتح مؤزره واضعا كمامة واقية.

كذلك الوضعية التي تقف بها الطبيبة واضعة يدها على الجرعة أو قارورة العلاج دلالة على أنها مطمئنة وإشارة إلى أن هناك حل فعال ألا وهو اللقاح ضد الفيروس مع اتخاذ بعض الإجراءات الوقائية والاحترازية لعدم الإصابة بالعدوى فالكمامة إشارة على أنها عازلة ومانعة أي أنها وقائية كذلك الإبرة والجرعة إشارة على أنها الحل الفعال. وهنا تكمن أهمية السيميائية في كونها تعطينا مدلولات ومعاني يمكن أن نكون مدركين لها وعلى علم بها لكن في ذات الوقت نغلفها. الغموض نتيجة اللغة المعبرة

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

عنها فالسيميائية تكمن أهميتها كون الإشارات تعتمد عليها في ربط المجتمع بعضه ببعض عن طريق التواصل.

في إطار الصورة: تمثل هذا الإعلان في التقاط صورة نصف مقربة، تظهر فيها امرأتان الأولى،



امرأة مرتدية كمامة واضعة يدها على بطنها دلالة على أنها حامل، تتلقى إبرة لقاح مضاد لفيروس كورونا على يد طبيبة مرتدية الزي الطبي مئزر، كمامة وقفازات طبية، إضافة إلى خوذة وجه تحميها من تلقي أي نفس يحمل الفيروس covid19.

بما أن المرأة حامل وتتلقى العلاج المطلوب للقضاء على فيروس كورونا، إذا فاللقاح ليس فيه أي خطورة، على العكس فهو يكون المساعد الأول والأكبر في حمايتها وحماية جنينها.

نرى كذلك، بجانب الصورة ملصق إعلاني متداخل فيه مجموعة من الجمل باللغة الفرنسية والعربية

la meilleure protection est la vaccination vaccinez-vous contre la grippe et la covid-19.

التلقيح هو أفضل وقاية، لقحوا أنفسكم ضد الأنفلونزا والكوفيد-19 وذلك لنشر الوعي أكثر.

وهنا يكمن دور إعلانات وزارة الصحة الجزائرية وهو تحسين الوعي الصحي ووضع إرشادات مساعدة على تحقيق الوقاية من الأمراض.

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

كما نلاحظ أن أغلب الإعلانات نجد أيقونات صغيرة تحث على تجنب المخالطة اللصيقة ، ووجوب ارتداء الكمامة وغسل اليدين جيداً وتعقبهم ، عدم المصافحة ، وإلزام اللقاح ، وذلك للتقليل من خطورة المرض وتفادي العدى.

**في إطار الألوان:** يركز الإعلان على لونين بارزين في خلفية الصورة، الأزرق في صورة المرأتين ، والبرتقالي في ملصق الكتابة .

يشع اللون البرتقالي بالطاقة ، يلفت انتباه الناظر ، يساعد المرء على الإحساس بالصحة والرغبة في الشفاء ، وتجاوز الأوجاع ، كذلك يعزز نشاط الشخص وثقته بنفسه ، إضافة لقدرته على تحفيز النشاط العقلي وغيرها من المؤثرات المفيدة للصحة العامة للأشخاص وهنا قد حققت وزارة الصحة غرضها في جذب أفراد المجتمع الجزائري ولفت انتباههم لما هو مكتوب في الإعلان.

نرى أن اللون الأصفر في الكتابات ، خادم للون البرتقالي، فالأصفر يمنح الشخص الذي يختاره الطاقة والحيوية ، كما يمدده الحماسة الأمل والطاقة الإيجابية .

وبالنسبة للون الأزرق كما هو معروف أنه لون ملطف ، متحفظ يدل على السمو والارتقاء ، أما اللون الأبيض في مئزر الطبيبة وقفزاتها الطبية يدل على النقاء والنظافة.

### الدلالات الضمنية السيميولوجية للإعلان: يحتوي الإعلان العديد من الدلالات الضمنية

السيميولوجية حيث أن تصوير اللقطة نصف المقربة للطبيبة والمرأة الحامل دلالة على وعيهم وحرصهم على تجنب المرض ويريد مصمم الإعلان من خلال توظيفه لهذا المشهد إيصال رسالة مهمة مفادها من ناحية أن الصفحة وزارة الصحة تقوم برفع مستوى الصحة وتعزيزه لمواجهة الأزمة أي أنها تهتم بصحة المجتمع الجزائري ، ومن ناحية أخرى يشير إلى أن اللقاح هو الحل الأنسب للقضاء على فيروس كورونا ، ولا خطورة فيه فالحامل أيضاً يمكنها تلقيه دون ضرر.

وقد دعم هذه الصورة بملصق آخر من خلال مجموعة من الكتابات والألوان التي توحى بالنشاط والحيوية إضافة إلى التعليق الذي كان بلغتين عربية وفرنسية لإيصال مغزى إعلانه لجميع الفئات.

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

فسيمائية الصورة هنا تدل على مدى وجوب الوعي وأخذ الحيطة وتقليل المخاوف من اللقاح، فاللقاح هو المساعد الوحيد للخروج وتقليل المخاوف من اللقاح، فاللقاح هو المساعد الوحيد للخروج من هذه الأزمة حيث يجب على كل أفراد المجتمع تلقيه لحماية أنفسهم وحماية غيرهم دون تردد أو خوف من اللقاح.

فعنوان الإعلان واضح يعكس لنا المحور الرئيسي المراد إيصاله وهو أن التلقيح هو أفضل وقاية وهنا أبرز أهمية اللقاح وفائدته على الفرد والمجتمع.

وليكتمل لدينا الوضوح من خلال ما سبق ذكره وتحقيقا لذلك في قول الدكتور اسماعيل ابراهيم حول صورة الإعلان: يقول أخصائي والإعلان أن الصورة تعادل ألف كلمة وأن صورة الأشخاص تجذب الانتباه أكثر مما تجذبه صورة الأشياء الأخرى، وأن الصورة الموجودة في الإعلان تكون أكثر جذبا لعين القارئ حين تكون ملونة مما لو كانت بلون واحد لهذا فان حصيلة الإعلان الملون أكثر حصيلة الإعلان الأسود والأبيض.

إذ يطرح قدور عبد الله الثاني سؤال: ماهو العنصر المعرفي للصورة؟

عن طريق استعمال السند والمتغير، ليكن تأسيس المعنى في الصورة وكشف العنصر المهم فيها. مثال: ارتداء الطيبة للقفازات الطيبة، القفازات هي السند أما المادة فهي المتغير قد يكون القفاز من جلد، صوف ..، بوجود المتغير يختلف المعنى.

إذ لا يقتضي التواصل الإنساني مع الآخرين المتعاملين معه على تحريك اللسان والشفيتين ذلك أن التواصل تتعاون وسائل كثيرة على لفظيه في تحقيقه منها تعابير الوجه وما يحتويه من عينين وحاجبين ففي ذلك عن طريق حركة اليد والذي أسماه الجاحظ "النصية" في قوله: وأما النصية فهي الحال الدالة التي تقوم مقام تلك الأصناف ولا تقتصر على تلك الدلالات... وهي التي تكشف لك عن أعيان المعاني في الجملة فالنصبة تختلف عن الدلالات الأخرى لكونها علامة لغوية خاصة فهي لا تتشكل من دال ومدلول بل هي محلول فقط وهي المعاني اللامحدودة إنها الوجود كله ومن هذه المستويات الخمسة باللفظ والعقد والإشارة والنصبة تمثل الوسائط التعبيرية التي تكشف عن المعاني الخفية وتحقق البيان

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

والدلالات فهي التي تكشف عن المعاني في الحيلة وكما يكون منها لغوا وبهجرا وساقطا مطرحا وبهذا نرى أن للتواصل مسلكين اثنين الأول لفظي منطوق والثاني مسلك غير لفظي تشترك فيه الجوارح الأخرى أسبق من الكلمات المنطوقة في التواصل فإيجاءات الجسد وتعايره تنقل بصمت مشاعرك وعواطفك.

فهذه الجزئية تخدم الإعلان الثاني بكثير فهي معبرة بدقة.

فمن خلال الإعلان نلاحظ أن المرأة الحامل وهي تتلقى اللقاح بصدر رحب وفرح وسرور وهي مبتسمة من خلال حاجبيها وعينيها وطريقة وضع يدها على بطنها بأنها عند أخذ اللقاح فهي تحيي جنينها وتوفر الحماية لنفسها أيضا.

**لغة الجسد:** تعد لغة الجسد من الفنيات التي تكتسب أهمية بالغة سواء في الصور الفوتوغرافية أو الإعلانية، فهي أحد أساليب توصيل المعلومات والأفكار للمتلقى، وتشمل لغة الجسد كل تعابير الوجه، حركة العينين، اتجاه وطريقة النظر، حركة ووضع اليدين وكذلك الرجلين، ووضع الجسم. ومن أبرز حركات الجسد الموجودة في الصورة:

- **مسك الطبيبة للإبرة بثبات:** توحى هذه الإيماءات بحالة الطبيبة النفسية وهي الاستقرار والثقة بالنفس.

- **وضع المرأة يدها على بطنها:** توحى هذه الإيماءة بوجود جنين في بطنها، وعدم اكتراثها بخطورة الفيروس لأن اللقاح سيحميها.

- **عينين المرأة، وطريقة النظر:** توحى عينيها إلى شعورها بالأمان والراحة، كما نلاحظ ابتسامة خفيفة تبرزها نظراتها الثابتة.

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

في إطار الصورة: حرصت وزارة الصحة الجزائرية على إتباع بعض التدابير الوقائية للحد من خطر

الإصابة بكوفيد 19 وتقليل احتمال نشر العدوى بين الآخرين فأوصت عبر هذا الإعلان بإتباع بعض الأفعال التي تبعد الخطر نرى في هذا المنشور الإعلاني ست أيقونات دائرية ، لكل واحدة دلالة معينة حيث داخل كل أيقونة صورة مفهومة ومعبرة عنها، فالأيقونة الأولى نرى بها مجموعة من الناس مكتظين بصفة لصيقة ببعضهم



وأمامهم علامة X باللون الأحمر دلالة على خطأ التصرف فبحلول هذه لمشكلة فإن الطريقة الأكثر فعالية لحماية الفرد والمجتمع هي تنفيذ التباعد بسرعة .

الأيقونتين الموالتين بهما قارورة صابون سائل وحنفية ماء رسالتهما غسل اليدين بانتظام باستخدام مطهر اليدين الكحولي أو باستخدام الماء والصابون للقضاء على فيروسات والجراثيم العالقة المتسببة في المرض تنتقل إلى الأيقونة الأخرى بها شخصين متباعدين وبينهما مسافة 2 متر وهذا للحفاظ على مسافة فاصلة بينهم وتجنب الحشود والمخالطة.

والأخرى تحت على تجنب المصافحة، والأخيرة تحرص على وضع الكمامة سواء كان مرتديها متلقي للتلقيح أم لا فهي ضرورية .

تعاقبت في هذا الإعلان أفعال الأمر: تجنب ، استخدم ، اغسل ، تباعد ، تجنب ، ضع ... ، وجاءت كلها لتوجيه ذهن المتلقي إلى التصرف الصحيح في حال الاختلاط أو وجود الفيروس.

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

فالم تداول أن الفيروس ينتقل بشكل أساسي من شخص إلى آخر عبر المخالطة اللصيقة ، وينتشر عن طريق الرذاذ التنفسي الذي يخرج من شخص المصاب حين يسعل أو يعطس أو يتحدث وربما يستنشق شخص قريب منه أو يدخل لأحد أعضائه .

فحرصت وزارة الصحة عبر أفعال الأمر هذه ليكونوا أكثر احتراز.

وقد يعدل أحيانا خطاب الوزارة عن الأمر إلى المصدر ، وهذا أطف في الطلب وأخف من التوجيه المباشر بالأمر. كهذا المنشور المرفق مع إحدى التغريدات ، الذي يتضمن مصادر عوضنا عن الأفعال، وهي الامتثال، المواظبة، الالتزام، ارتداء.

وفي هذا الاعلان كمن التواصل غير اللساني، لأنه اعتمد على أنظمة سننية غير أنساق اللغة، وهي في رأي "بوسينس" تصنف حسب معايير ثلاثة :

أ- معيار الإشارية النسقية: حيث تكون العلامات ثابتة ودائما كعلامة "كورونا".

ب- معيار الإشارية غير النسقية: عندما تكون العلامات غير ثابتة وغير دائمة على عكس

المعيار الأول نحو الملصقات أو الأيقونات.

ج- معيار الإشارية: عندما تكون العلاقة

جوهرية بين معنى المؤشر وشكله. كصورة الإعلانات التي توضع في وجهات المتاجر أو

الحفلات... وضمن هذا المعيار الأخير يوجد

معيار آخر: الإشارية ذات العلاقة الاعتبائية،

كأيقونات المرسوم فيهم كمامة وحنفية ويدين...

يشيرون إلى نشر الوعي الصحي.





في إطار الصورة : المعروف أن لكل دواء اسم خاص به، يدونه الأطباء لمرضاهم لتلقي علاجهم المناسب لكن من الملاحظ في هذه الصورة أن علبة الدواء لا تحمل اسم، لكن بما جملة اقعد في دارك " وهذه هي فكرة الإعلان ، فالدواء الأنسب لداء كورونا هو " اقعد في دارك" نرى علبة الدواء، بيضاء،مفتوحة، تخرج منها أربعة حبات. يتوسط العلبة منزل صغير متعدد الألوان ، به نافذتان باللون الأزرق ، وباب أحمر مغلق لونه مثل لون السقف المثالي تحيط به مساحة خضراء منظره مبهج يبعث الراحة والأمان .

فوق ذلك المنزل مكتوب " علاج فيروس كورونا" وتكملة الجملة مكتوبة تحت المنزل " اقعد في دارك" ندرك أنها مكتوبة بخط كبير وباللون الأحمر للفت انتباه المشاهد كذلك تتكون اللافتة الإعلانية أيضا من كتابات عديدة وبلغتين مختلفتين مثل العربية الإنجليزية stay at home وهي كلها ترمز إلى أن اللافتة ليس الهدف منها الوصول إلى المجتمع الجزائري فقط بل أنها عالمية وهذا ما يدل على المساهمة في نشر الوعي في جميع أنحاء العالم للقضاء على فيروس كورونا.

في إطار العنوان: شهدت حملة " اقعد في دارك " رواجاً كبيراً على مواقع التواصل الاجتماعي ، فسرعة انتشار ذلك الفيروس رهيبه لايمكن التحكم فيها، ولاخيار للمجتمع الجزائري سوى المكوث بالمنزل، فوزارة الصحة الجزائرية ترى أن الالتزام بالبيت وعدم الخروج منه إلا بالضرورة ، مساعدة قوي في تفادي الفيروس ، خاصة مع الإجراءات التي أقرتها رئاسة الجمهورية والتي سمحت لملايين الموظفين بترك مقاعد العمل والدخول في عطلة مدفوعة الأجر لحماية أسرهم من العدوى، هذا الواقع المرير دفع إلى

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

حظر التحوال الليلي في العديد من الولايات أين عملت هذا المصالح الأمنية على تفريق المواطنين وحثهم بالالتزام بيوثم والعمل بتوصيات الحيطة والوقاية ، حيث اضطروا إلى استعمال القوة لتفريق التجمعات خلال النهار وإلزام المواطنين بالالتحاق بمنزلهم وعدم الخروج.

**في إطار الألوان:** يركز هذا الإعلان على عدة ألوان بارزة أولها اللون الأبيض السائد في صورة الإعلان بأكملها دليل على الطهارة والسمو والراحة، يمثل في العديد من الثقافات مفهوم النقاء والبراءة وهو رمز يشير إلى الضياء ، يتوافق عادة مع السلام والخير والأمانة والبداية والتجدد.

يليه اللون الأحمر الذي يعد واحد من أبرز ألوان الطيف نجده بارز في الكتابة وسقف المنزل والباب، وهذا دليل على قدرته الكبيرة على جذب انتباه الأشخاص بسرعة، وعليه يستخدم اللون الأحمر كوسيلة لتحذير الناس من الخطر، كذلك يدل علم النفس على التحفيز والطاقة والقوة والرغبة . ننتقل بعدها إلى اللون الأصفر ، لون المنزل فهو يعتبر من أشد الألوان الشمس ومصدر الضوء واهب الحياة والنشاط والتفاؤل ويطهر اللونين الأزرق والأخضر بصفة قليلة في الصورة يدلان على التغيير والنظرة الإيجابية للحياة وهم أكثر الألوان التي تمنح شعور الاسترخاء والتناغم مع الطبيعة. ونلاحظ جملة في جانب العلبة مكتوبة باللون الأسود، والمعروف عن الأسود أنه لون غامض يوحي بالموت والإحباط والخوف لكن من جانب آخر هو لون من ألون الحكمة، يعبر بداخله عن السلطة والقوة والكتمان.

فقد كان المتلقي في الماضي يذهب إلى الصورة بحثا عن المعرفة لكي يبدو أن الأمر مختلف في العصر الحاضر، فقد اختلف الأمر كثيرا حيث أصبحت الصورة تأتي إليه دون أن يستطيع مقاومة حضورها، ولهذا قال الفرنسي جان بودريار: إن هناك علاقة نفسية بين الصورة وموضوعها، وعن إمكان وجود نقلة مضادة في هذه العلاقة فهذا يعود إلى الآليات النفسية التي تؤدي إلى ترويض الأعين. فهناك حالة من السلبية لدى الجمهور، حيث يؤدي الترويض إلى ذهول العقول بالصور وقبولها بما تحمله من مضامين وإملاءات وهنا يكمن الظفر الكبير الذي حققته تكنولوجيا الاتصالات في أنها تتدخل بقوة في إنتاج وعي المتلقي من خلال فضاءات ثقافة الصورة.

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

أطلقت وزارة الصحة الجزائرية إعلاناً وطنياً يوم 4 سبتمبر تحت شعار بالتلقيح تستمر الحياة



حيث شملت هذه الحملة ربوع الوطن بما فيها من مدن كبرى، مناطق معزولة ، قرى ، مداشر، وتعتبر هذه المبادرة أكبر حملة وطنية توعوية للتلقيح ضد هذا الفيروس الفتاك وما يحمله من مخاطر فالإعلان جاء كوسيلة فعالة لنشر التوعية والحذر من هذا المرض وذلك من خلال تلقي العلاج أي التطعيم ضد الفيروس ( كورونا 19).

فالهدف الرئيسي من هذا الإعلان الرسمي الذي صمّمته وزارة الصحة الجزائرية هو توفير الصحة للجميع وتشجيعهم على تفهم أهم المشكلات الصحية سعيًا وراء القضاء عليها ،

وغالباً ما تستخدم التكرار المكثف لتحقيق الهدف المرجو كما عرفنا سابقاً أن التوعية الصحية هي : العملية التي تستهدف نشر المعارف والحقائق قصد تغيير أو تعديل أو تثبيت اتجاهات الفرد أو الجماعة نحو حدث من الأحداث ومساعدتهم على التفاعل معها بموضوعية وفي الوقت نفسه نقوم بتوجيههم الى أنسب أساليب الوقاية من التحديات المحيطة بهم لمنعها والتقليل من أثارها المحتملة.

فقد استهل ووسم الإعلان بشعار دقيق في كلماته ومعانيه واضحاً في أهدافه ومبتغاه بالتلقيح تستمر الحياة جاء هذا الأخير مؤكداً وملحاً على ضرورة اقتناء أو أخذ المضاد أي اللقاح فبالتلقيح نحمي أنفسنا نجعل حاجزاً بيننا وبين المرضى وتفادي خطورته من أجل الاستمرار في الحياة أي أن هناك حل وحيد ألا وهو التلقيح والتطعيم ضد الفيروس المنتشر.

كما جاء في البيان وتصريح وزارة الصحة الجزائرية حول لقاح كورونا كوفيد 19. أن هذا الأخير هو لقاح آمن وفعال يوفر حماية قوية من المرض الشديد أي يوفر بعض الحماية الطبيعية أو المناعة من

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

تكرار العدوى بالفيروس المسبب لكوفيد 19 وأخذ للقاح يؤدي إلى انخفاض خطر تكرار العدوى بنفس السلالة وهناك عدة لقاحات حاصلة على تصريح أو اعتماد لاستخدامها الطارئ من بينها. لقاح كوفيد فايزر، لقاح موديرنا المضاد لفيروس كوفيد 19 ، ولقاح يانسن جونسون أند جونسون.

إذا خضعت وزارة الصحة أو الدولة الجزائرية أسبوعاً كاملاً يبتدئ من 4 سبتمبر إلى 11 سبتمبر 2021 وهو أسبوع الحملة الوطنية الكبرى حيث عنيت به جميع ولايات الوطن للتلقيح ضد كوفيد 19 مما يسمح باستفادة أكبر عدد من المواطنين من جرعات التطعيم ضد الفيروس ، كما خصص وزير الصحة الجزائرية يوم 11 سبتمبر كأكبر يوم تلقيح BIG DAY يتم من خلاله مضاعفة الجهود والإمكانات طيلة اليوم لتلقيح أكبر عدد من السكان.

وفي هذا الشأن تم تسطير خارطة صحية وذلك عن طريق التنسيق مع السلطات المعنية لكل ولاية لتحديد المناطق التي ستستفيد من التلقيح كما نلاحظ من خلال الإعلان المبرمج من طرف وزارة الصحة الجزائرية أن هنا جهات مساعدة لإنجاح الأسبوع الوطني الكبير أسبوع التلقيح ضد كوفيد 19\*9 ومن بينهم الراعي الرسمي ، سونالغاز كذلك المساهمون من بينهم شركة موبيليس ، وجيزي - سونطراك ، ونافطال.

كما ساهم الشركاء الإعلاميون بتغطية الحدث طيلة الأسبوع من بينهم ( القناة الأولى والقناة الثانية كذلك AMEP ، وذلك من أجل تحسيس السكان بأهمية هذه المبادرة.

**دراسة على مستوى الألوان:** لدينا خريطة الوطن ( الجزائر ) مخفوفة أو يحيط بها اللون الأحمر يحدها هذا اللون شرقاً وغرباً شمالاً وجنوباً، فاللون الأحمر مرتبط بالعاطفة والرغبة والحب فهذا اللون يمثل كثافة أو جرعة عاطفية عالية من الحب الشديد للوطن بأكمله ولا فرق بين هذا وذاك فالحبة والعاطفة متساوية بينهم كما يتربط هذا اللون بزيادة في معدل ضربات القلب بمعنى آخر الخوف على الوطن من المخاطر المحدقة به إذ لدينا هذا الفيروس الفتاك فائق الانتشار متوسط على كامل تراب الوطن فالحب اتجاه هذا الأخير يولد في أنفسنا التعاون والاتحاد ، إذ يطلب من صاحب الإعلان ومهم التكتاتف

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

والإتحاد ضد الخطر وتضييق الخناق عليه وذلك من خلال التحلي بالثقیف الصحي ونشرالتوعية الصحية بين الجماعة فالحب يولد كل شيء جميل.

كذلك نلاحظ أن هناك ذراع لرجل غير مرخية القبضة بل مشدودة وضعت عليها حقنة تحمل لقاح كوفيد 19 كأنه يقول لنا شدوا الأيدي وذلك دلالة على الخطر أو الاستعداد لأي طارئ لكن الحقنة جاءت مطمئنة بأن التلقيح هو الحل لأن في ذلك قوة وسلامة وطمأنينة فاللون الأحمر يدل على الطاقة والقوة فطول الذراع صممت بالأحمر وفي ذلك دلالة ومعاني كثيرة كما نلاحظ أيضاً أن داخل الخريطة مقابل الطبيعة فهو يرمز للأمن والصحة والمقاومة والاستقرار ، إذن بالتلقيح نحمي أنفسنا ونحافظ على صحتنا وصحة من حولنا وبذلك نكون قد وفرنا الاستقرار والأمان والاستمرارية في الحياة وكل هذا الفضل والمجهود الجبار راجع لبلاغة وقوة الرسالة التي يحملها هذا الإعلان من معاني مضمرة ومعلنة ودورها في ضمان الصحة.

**في إطار العنوان:** إن العنوان سيميائياً عامة يقف عندها القارئ موقف الدهشة والحيرة إذ تشير اهتمامه وفضوله لمعرفة ما يحتويه النص واهتمام السيميائ بالدلالة هو اهتمام بالعنوان ذاته فإذا كانت السيميائ هي ذلك العلم الذي يفي بدراسة العلامة والدلالات فليس من القريب أن تتخذ من العنوان موضوعاً لدراسته وتحليله في لغته وتركيبه وإشارته ووظائفه ومن جانب نصية النص فالعنوان "ليس ذلك العمل المتكون من مجموعة من الجمل المترابطة في مسار دلالي واحد وإنما هو تلك المنطقة المشتركة بين المبدع والقارئ التي تحددها مجموعة النصوص المتجاورة والمتفاعلة فالعنوان كيان لغوي يحمل في باطنه كتلة من الدلالات ونصيته ليست مستقلة تمام الاستقلال وإنما هي تلك العلاقات التي تربطها بالمتن والخطابات والنصوص الأخرى وعلى هذا الأساس فالعنوان مقارنة سيميائية تفرض وجودها على النص لتضيف إليه تأويلاً لسياقه الدلالي حيث تبرز حقيقة الحاملة للمغزى ومن هنا يغدو العنوان إشارة محتزلة ذات بعد سيميائي وهو إشارة سيميائية لفضاء نصي واسع قد يفجر ما كان هاجعاً أو ساكناً في وعي المتلقي أولاً وعيه من حمولته ثقافية أو فكرية يبدأ المتلقي معها فوراً عملية التأويل. فمن خلال ما قدمته

## الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على نماذج ملصقات إعلانات وزارة الصحة الجزائرية

سعيدة عميروش في سيمائية العنوان يمكننا القول أن العنوان من المنظور النسقي قد لا يتجاوز كلمة أو كلمتين لكن بالرغم من ذلك فهو يحقق تأثيرا كبيرا غي المتلقى ويجعله يبحر في تأويلات عدة. كما نلاحظ الإعلان الصحي الذي أعدته وزارة الصحة الجزائرية خلال جائحة كورونا الذي يحمل عنوان "بالتلقيح تستقر الحياة" الذي أحدث ضجة غير مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الصفحة الرسمية لوزارة الصحة كان المقرر لهذا الإعلان من 4 إلى 11 سبتمبر 2021 الأسبوع الوطني للتلقيح.

من خلال قراءتنا للعنوان توصلنا إلى أنه لم يكن اعتباطيا أو كتب عبثا بل له مقصودية وأبعاد منها المعلنة والمضمرة فالعنوان هو الخروج إلى الواقع وفهمه كذلك الأثر والظهور الذي سيتزكه في نفسية المتلقي للأثر الإيجابي والسريع مما سيدفع بالمتلقي بالتوجه إلى الهدف المتبغى الوصول إليه ألا وهو التلقيح والحماية من وباء كوفيد 19 كما يبعث ويشجع على الإرادة والدفع نستنتج أن العنوان رسالة وجهت للمتلقى جاءت مشحونة بالدلالات وجب على القارئ تشرحها. فمن الملاحظ أن وزارة الصحة اختارت هذا الإعلان الذي أعد بدقة وأكثر تعبير فهذه المادة الإعلانية تهدف إلى توعية وتثقيف كافة أفراد المجتمع في الجانب الصحي خاصة وباء كورونا والتأثير فيهم وتقديم معلومات ودراسات حول لقاح كورونا وليس صعب عليها أن تسعى إلى كسب أكبر عدد ممكن من الجمهور وجذب اهتمامه نحو الموضوعات التي تساهم في توعيتهم من قبل الصفحة.

ومما سبق ذكره، يمكن القول أن العنونة سيرورة ثقافية لأنها تحدد كثيرا من خصائص النصوص لتجنيس النص، تحديد شكله ودلالته، كما أنها تفتح شهية القارئ وتشوقه للقراءة وتوعيته على فك مغاليق النصوص.

الجمعة

### الخاتمة:

في ختام دراستنا هذه وعلى ضوء ما قدمناه هدفت الدراسة إلى معرفة دور الحملات الإعلانية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بأهمية لقاح كورونا لها دور كبير في توجيه وتثقيف الجمهور الجزائري بأهم المستجدات حول فيروس كورونا والتي تعتبر أسرع وأحدث تقنية في إيصال المعلومة وأداة محورية للتفاعل مع تطورات البيئة الصحية.

ومن خلال تحليلنا لصفحة وزارة الصحة الجزائرية توصلنا إلى أن لها دور فعال في إيصال مضامينها في تنمية الوعي الصحي بضرورة التلقيح معتمدة على الوضوح والبساطة واستخدام الصور كما تعلم الصورة خير من ألف كلمة وبعد تحليل المعلومات المتحصل عليها توصلنا إلى جملة من النتائج التي تفسر لنا دور كل واحدة والتي هي إجابات عن التساؤلات التي تم طرحها بداية الموضوع.

- توصلنا إلى ان سيمولوجيا التواصل في الصورة تكمن في مدى احتوائها على كثافة توليدية للدلالة والمعنى وبهذا تصبح الصورة صارحة أكثر مما هو عليه النص ملفوظا كان أو مكتوبا.

- قراءة الصورة سيميائيا تخضع لقواعد قراءة النص وذلك بالبحث عن أهم الظواهر التي نميزها ليتم تناولها من خلالها وإبرازها كمثال عن تلك الظاهرة أو الظواهر إن تعددت.

- توصلنا أيضا أن الصورة وسيلة فعالية في جذب المتلقي لما تحمله من معاني.

- كذلك شكلت الصورة وسيطا فعالا للتواصل الإنساني على مر العصور وتعاقب الحضارات فقد اتخذها الإنسان القديم وسيلة لتفريغ همومه وانشغالاته والتعبير عن أحاسيسه وعواطفه.

- إن استخدام العبارات السهلة والبسيطة والواضحة في الإعلانات تسهل عملية الوصول والانتشار على نطاق أوسع في أوساط الجماهير.

- التركيز على استخدام الإعلان بشكل مناسب عن طريق اختيار المضمون الفعال والوسيلة المناسبة قوة الرسالة.

- توصلنا أيضا إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت إلى حد ما في توعية وتحسيس المجتمع الجزائري بطرق الوقاية من خلال استخدام هذه الأخيرة كأداة توعية في ظل وباء كورونا حيث يمكن الاستفادة منها لخدمة أغراض التوعية الصحية حيال فيروس كورونا.
- تصميم استراتيجية توعية صحية وطنية تساهم فيها كل مكونات المنظومة الصحية في الجزائر، بتصميم إعلانات تفرض رسالتها بمكوناتها اللسانية والأيقونية.

قائمة المصادر

والشمس اجمع

– القرآن الكريم

1. ابراهيم مصطفى، حسن الزيات وآخرون، المعجم الوسيط ط1، دار الدعوة اسطنبول 1989.
2. إيهاء كمال ، مفاتيح النجاح ، دار الحرية ، دط، 2015 القاهرة.
3. أحمد بن محمد بن علي المقرئ، المصباح المنير المكتبة المصرية بيروت 1996.
4. أحمد عادل راشد الإعلان، دار النهضة للطباعة والنشر .
5. أسامة عبد الرحيم علي ، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القراء، د ط ، جامعة المنصورة كلية التربية النوعية قسم الاعلام التربوي 2003، إنبراك للطباعة والنشر والتوزيع .
6. إسماعيل حمد السيد، الإعلان المكتب العربي الحديث، الإسكندرية.
7. إميل يعقوب وآخرون، قاموس المصطلحات اللغوية والأدبية دار العلم، مؤسسة القاهرة للتأليف والترجمة والنشر، بيروت ط1، 1987.
8. إيكو امبرتو، سيميائيات الأنساق البصرية، تر محمد توهامي، دار الحوار اللادقية، سوريا، 2008.
9. بدرة كعسيس، سيميائية الصورة في تعليم اللغة العربية مذكرة ماستر، جامعة فرحات عباس 2010، الجزائر.
10. بشير العلاق وعلي محمد الرابعة ، الترويج والاعلان التجاري ، دار اليازوري د ط ، 2007 عمان .
11. بشير عبادي العلاق وعلي محمد الدباغة، الترويج والاعلان التجاري ، دار اليازوري عمان، 2007.
12. بينز سبرنتيجماليات التصوير والإضاءة في السينما والتلفزيون (ت) فيصل الياسري مركز الحضارة العربية ، 2002، القاهرة .
13. جمال محمد أبو شت، أشرف محمد خوجة، الدعاية والاعلان المفاهيم، الأطر النظرية التطبيقات، د، ط، 2005، مصر.
14. جميل حمداوي، أنواع الصورة، د ط ، 2004، مج 1.
15. الجوهري، أبو نصر بن حماد، الصحاح في اللغة والعلوم تقدم عبد الله العلايلي دار الحضارة، بيروت.
16. حميد سلامي، ماهي الصورة. موقع سعيد بنكراد، مجلة علامات ، العدد 5 ، 1996.
17. حنون مبارك، دروس في السيميائيات ، دار تو بقال دار البيضاء ، المغرب، ط1، 1987.
18. خليل محمد الراتب، التصوير الصحفي، دار أسامة ط1، 2012، الأردن.
19. دومنجوجان كلود، المقاربة السيميولوجية ، ترجمال العربي، بحوث سيميائية.

20. ريجس دويري، حياة الصورة وموتها، ترجمة فريد الزاهي، د ط، افريقيا الشرق 2002، المغرب.
21. زعتر مريم، مضمون الإعلان التلفزيوني في الجزائر، تركي على خصائص السلع وتغييب العلمية في المخاطبة الاعلانية 2017.
22. زكي خليل المساعد ، التسويق في المفهوم الشامل ، عمان دار زهران للنشر 2001.
23. زياد محمد الشрман، عبد الغفور عبد السلام، مبادئ التشويق دار الصف، ط 1، 2001، عمان .
24. سعاد العالمي، مفهوم الصورة عند رجيس، افريقيا الشرق، 2010، المغرب.
25. سعيد بنكراد، السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها ط2، دار الحوار للنشر والتوزيع سوريا، 2005.
26. سمير عبد الرزاق العبدلي، الترويج والاعلان ، زهران للنشر .
27. شاكر عبد الحميد، عصر الصورة، الايجابيات والسلبيات، منشورات عالم المعرفة الكويت 2005.
28. شريف درويش، تكنولوجيا النشر الصحفي، الدار المصرية اللبنانية 2001، القاهرة.
29. شيخة عثمان الداود، تهاني المحسن الدلبحي/ مذكرة الصورة التعليمية ، جامعة المملكة السعودية سنة (2014).
30. صلاح فاضل، قراءة الصورة، دار الشروق، القاهرة، ط1، 1997.
31. ضياء السبيري، مصر في زمن الوباء، بيلومانيا للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020.
32. طاهر محسن الغالي وأحمد شاكر العسكري، بين النظرية والتطبيق، الأردن ، د ط 2003.
33. طاهر مرسي عطية، فن الإعلان وترويج المبيعات، القاهرة، دار النهضة ، د ط .
34. عابد فبصل الشعراوي ، الإعلان والعلاقات العامة، مصر اليازوري، ط، عمان 2010 الاردن .
35. عباس فاضل، الصورة في وكالات الأنباء العالمية بين الاستمالة والاقناع، دار أسامة ط1، 2012، عمان.
36. عبد الجبار محمد علي، التصوير الصحفي، دار المعرفة، د ط، 1980 بغداد.
37. عبد الحق بالعابد، ثقافة الصورة في الأدب والنقد، منشورات جامعة مقرفيل، دارمجداولي، ليبيا، ط1، 2008.
38. عبد الرحيم كمال ، سيميولوجية الصورة الفوتوغرافية ، موقع محمد سليم ، مجلة علامات ، العدد 16. 2001.

39. عبد القادر الشماني، معالم السيميائيات العامة ، أسسها ومفاهيمها، ط 1 ، سيدي بلعباس، الجزائر، 2008.
40. عبد الكريم السمك، الصورة ونشأتها في تاريخ الحضارات، د ط، 2013.
41. عثمان بوحجرة، الطب والمجتمع في الجزائر خلال العهد العثماني أوائل الاحتلال 1518 – 1871 ، رسالة ماجستير في التاريخ الحديث جامعة وهران 2015.
42. عدنان خوجة، اشكالية الصورة في الثقافة العربية، دار مجدلاوي، دط، عمان، 2008.
43. عز العرب حكيم البناي، الظاهرية وفلسفة اللغة، تطور مباحث الدلالة في الفلسفة النمساوية د ، ط، إفريقيا الشرق، المغرب 2003.
44. فريد الصحن، الاعلان، دار الجامعة الإسكندرية، ط1، 1997.
45. فريدزمر، الصورة في عملية الاتصال وتصميمها من أجل التنمية ، تر خيل إبراهيم المعهد الدولي لطرائق نحو الأمية للكبار 1978 إيران .
46. الفيروز أبادي، مجد الدين محمد بن يعقوب، قاموس المحيط، المطبعة الحسنية المصرية، ط2، 1344هـ.
47. فيصل الأحمر، الدليل السيميولوجي، دار الألفية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2010، ط9.
48. قدور عبد الله الثاني ، سيميائية الصور، مغامرة السيميائية بأشهر ارساليات البصرية في العالم ، التقديم طاهر عبد المسلم، تيري لونسيان (خبيران في سيميائية الصورة) دار الغرب ، مكتبة الادب المغربي د ت ، دط .
49. قدور عبد الله الثاني، سيميائية الصورة الاشهارية، مغامرة في أشهر الارساليات البصرية في العالم، دار الورق، عمان، الأردن، 2008 .
50. قدور عبد الله ثاني، سيميائية الصورة ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن ط1، سنة 2007.
51. قدور عبد الله ثاني، سيميولوجية التلقي البصري، ومسائل الرسائل البصرية.
52. محمد أشبوكة : الصورة السيميائية ، التقنية والقراءة سعد الحورازي للنشر ، ط1 ، 2005، المغرب.
53. محمد الزين، نظرة على الأحوال الصحية بالجزائر العثمانية، أواخر عهد الديانات ، مجلة البحوث والدراسات 17 – 2012.
54. محمد العبد، العبارة و الإشارة- دراسة في نظرية الاتصال مكتبة الأداب ط 2، 2007 القاهرة.

55. محمد جاسم ولي، الصورة وتأثيراتها النفسية والتربوية والسياسية ، مؤتمر فيلادلفيا حول ثقافة الصورة ( إلكتروني)
56. محمد محمود الخوالدة ، مقدمة في التربية، ط1، دار الميسرة، عمان، د ت.
57. محمود إبراقنّ، عناصر البلاغة ونظائرها في البلاغة العربية سيميولوجية السينما، مجلة الاتصال .
58. محمود أدهم، مقدمة الى الصحافة المصورة ، الصورة الصحفية وسيلة اتصال، د ط ، مطابع الدار البيضاء.
59. ملاس مختار، دلالة الأشياء في الشعر العربي الحديث، عبد الله البردوني نموذجاً، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية الجزائر 2002.
60. نبيل عبد الفتاح حافظ ، صعوبات التعلم والتعليم العلاجي، ط1 مكتبة زهراء الشرق، عمان ، الأردن 2000.
61. هناء عبد الحليم سعيد، الإعلان والترويج الإسكندرية ، مصر، دار الكتب، 2003.
62. وسام فاضل راضي، دور القنوات الفضائية في تشكيل الصورة الإعلامية في العراق، مجلة الباحث الإعلامي العدد 5، بغداد ، 2009.
63. -Grremas,couteesemiotique. Hedrette paris,1979.
64. -www.alwasail- frees-ervers.com 11:56 ،11/3/2023
65. le message photographique.in obvie et lobus.
66. -http://www.altshkeely.com/2003/index2003/rainbtv.soura.htm
67. -grand dictionnaire encyclopédique : ton 1997.art . Pub .paris

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة الصحة

# #وعينا\_يحمينا #اللقاح\_هو\_الحل



[www.sante.gov.dz](http://www.sante.gov.dz)

[@sante\\_Gouv\\_dz](https://twitter.com/sante_Gouv_dz)

[f SanteDZA](https://www.facebook.com/SanteDZA)

**LA MEILLEURE  
PROTECTION EST  
LA VACCINATION**  
VACCINEZ-VOUS CONTRE  
LA GRIPPE ET LA COVID-19

**التلقيح هو  
أفضل وقاية**

لقحوا أنفسكم ضد  
الأنفلونزا و كوفيد-19

MAKEL/02/2021/174



Contre la Covid et la grippe saisonnière,  
gardiens le réflexe des gestes barrières

لتفادي انتشار الفيروسات،  
ضد كوفيد و الأنفلونزا الموسمية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة الصحة

République Algérienne Démocratique et Populaire,  
Ministère de la santé



## الوقاية من كوفيد-19



اغسل يديك



استخدم الصابون



تجنب التجمعات



ضع كمامة



تجنب المصافحة



تباعد جسديًا

#وعينا\_يحمينا

## التدابير الوقائية ضد



# فيروس كورونا COVID-19

INSIDE  
WORKPLACES

## داخل أماكن العمل



1- يجب المواظبة على غسل اليدين جيدا بالماء والصابون أو مطهر اليد الكحولي



2- الامتثال للتدابير الحكومية بخصوص المهمات الخارجية وتنظيم الاجتماعات



3- المواظبة على تعقيم الأسطح، الخزانات، مقابض الابواب والنوافذ والمستلزمات المكتبية ( الهواتف، لوحات المفاتيح و أدوات العمل )



4- الالتزام بأماكن العمل وتفادي التنقل داخل المصالح إلا في حالة الضرورة واللجوء الى وسائل الاتصال الرقمية ما أمكن



5- ارتداء القناع الواقعي

علاج فيروس كورونا



اقتعد في دارك

وعينا يحمينا

اقتعد في دارك

Stay At Home



## الملخص:

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مدى ضرورة وأهمية الحملات الإعلانية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية من خلال الإطلاع على المستجدات الصحية لوباء كورونا، وتعزيز الوعي بنشر المعلومات الضرورية حول خطورته، وتزويد المستخدمين وإرشادهم وتثقيفهم، من أجل الاستقرار الاجتماعي، فكان لابد من إعطاء أهمية للموضوع في هكذا ظروف إستثنائية.

ولقد أظهرت نتائج الدراسة أن صفحة وزارة الصحة بالجزائر التي من شأنها توعية الأفراد مما جعلها تكتسب جمهورا عريضا، يتفاعل مع محتوياته وتلبي إحتياجات الأفراد من المعلومات حول اللقاح من خلال إدراج الأنواع الفعالة للوقاية من مرض كوفيد 19.

## الكلمات المفتاحية:

الإعلان ، كورونا، صفحة وزارة الصحة.

## Abstract :

This study seeks to shed light on the necessity and importance of advertising campaigns through social networks in health awareness by reviewing the health developments of the Corona epidemic, and enhancing awareness by publishing the necessary information about its seriousness, and providing users, guiding them and educating them, for the sake of social stability, so it was necessary to give The importance of the subject in such exceptional circumstances.

The results of the study showed that the page of the Ministry of Health in Algeria, which would educate individuals, made it gain a wide audience, interact with its contents and meet the needs of individuals for information about the vaccine by including the effective types for the prevention of Covid 19 disease.

## Key words:

Announcement, Corona, Ministry of Health page