



جامعة أكلي محمد أولحاج البويرة
Université Akli Mohand Oulhadj Bouira

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة اكلي محند أولحاج - البويرة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



جامعة أكلي محمد أولحاج البويرة
Université Akli Mohand Oulhadj Bouira

قسم التاريخ

الموضوع:

سيمولوجية ملصقات التوعية الصحية لكوفيد -19- في
المؤسسة الجامعية دراسة سيمولوجية لملصقات جامعة
- البويرة -

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

* د. نورالدين دحمار

إعداد الطالبات:

* سيليا أمزيان

* صافية توزير

* إيمان عداد

لجنة المناقشة:

- 1- رئيسا في جامعة البويرة.....
- 2- مشرفا ومقررا في جامعة البويرة.....
- 3- عضوا ومناقشا في جامعة البويرة.....

السنة الجامعية: 2020-2021

شكر وتقدير

يقول عز وجل: ﴿ وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ ﴾ لقمان: 12

أولاً وقبل كل شيء نحمد الله ونشكره حمداً كثيراً طيباً على توفيقه لنا في إنجاز هذه الدراسة

التي نأمل أن تكون نموذجاً نافعا في دراسات علوم الاتصال.

ثم .. نتقدم بجزيل الشكر للأستاذ الدكتور " نورالدين دحمار " على إشرافه على عملنا وتوجيهه

وإرشاداته التي لعبت دوراً مهماً في تحقيق هذا العمل.

كما ونشكر كل من ساهم في وصولنا إلى هذه المرحلة من أساتذة ومعلمين - جامعيين

وغيرهم - انتم من صقل عقولنا وأنار دروبنا.

لكم منا جميل الشكر والتقدير وخير الدعاء

ونشكر مؤسسة غوغل التي لم تبخل علينا بالمعلومات والكتب الإلكترونية والرسائل العلمية

والمقالات ... والشكر موصول لموقع التواصل الاجتماعي

" تلغرام " الذي شهد على كل مناقشاتنا ومجادلاتنا أثناء القيام بالدراسة.

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أبي وأمي اللذان لم يبخلا

علي بشيء يوما.

أقول لهم وهبتموني الحياة والأمان.

وإلى زوجي وإخوتي وأسرتي جميعا.

ثم إلى كل من علمني حرفا في مساري ودربي .

أ.سيليا

إهداء

إلى نفسي التي لم ترغب بهذا التخصص قبل خمس سنوات
من الآن لكنها اليوم تحبه بملء فؤادها.

ت. صافية

إهداء

إلى :

أنا....

أبي....

أمي....

ع.إيمان

ملخص الدراسة:

تندرج دراستنا دراسة سيميولوجية لملصقات التوعية الصحية بكوفيد_19 في جامعة آكلي محند أولحاج، ضمن الدراسات التحليلية التي تعني باهتمام الباحثين نظرا لارتباطها بمجالات معرفية عديدة، وتمثل التساؤل الرئيسي للدراسة: في ما تتمثل أساسيات ملصقات التوعية الصحية بكوفيد_19 في المؤسسة الجامعية؟

طبقت هذه الدراسة المقاربة السيميولوجية على الملصقات بغية معرفة دلالاتها ورمزية ألوانها ومحاولة تفكيك معانيها الخفية، فالسيميولوجيا علم العلامات الذي يدرس الأنساق اللفظية وغير اللفظية ويكشف عن إحياءاتها الظاهرية والباطنية.

اعتمدنا في الدراسة على منهج التحليل السيميولوجي باعتبارها الأنسب لها كما استخدمنا الملاحظة لأهميتها في التحليل، ونظرا لتباين طرق التحليل السيميولوجي باختلاف المنظرين اتخذنا من مقاربة مارتن جولي في تحليل الصورة الثابتة منهج التحليل العلامات في دراستنا.

* استعمال عنصر التكرار من أجل ترسيخ فكرة الوقاية من فيروس كوفيد - 19 في ذهن الطالب.

* الأحجام حجم الملصقات الغالب هو A.O.

* تم استعمال مقاربة مارتن جولي في تحليل الصورة الثابتة القائمة على منهج التحليل السيميولوجي.

Summary :

Our study –a semiological study of health awareness posters with Covid 19 at the University of Bouira– falls within the analytical studies that are concerned with the interest of researchers due to its connection to many fields of knowledge, The main question of the study is :” **What are the basics of COVID–19 health awareness posters in the university institution ?”**

Through it, we sought to apply the semiological approach to these posters in order to know their connotations and the symbolism of their colors and to try to dismantle their hidden meanings. Semiology is the science of signs that studies verbal and non–verbal systems, and reveals their outward and esoteric implications. Based on this, we analyzed the posters semiologically on the basis that they are a means of communication that carry both iconic and linguistic messages.

In our study, we relied on the semiological analysis method as the most appropriate one, and we also used the observation for its importance in the analysis. In view of the different methods of semiological analysis by different theorists, we took Martin Jolly’s approach to the analysis of the still image as a method in our study as a tool for analyzing the signs.

Résumé :

Notre étude – une étude sémiologique d’affiches de sensibilisation à la santé au Covid 19 à l’université de Bouira – s’inscrit dans les études analytiques qui intéressent l’intérêt des chercheurs du fait de son lien avec de nombreux domaines de la connaissance. La question principale de l’étude est :” **Quelles sont les bases des affiches de sensibilisation à la santé COVID-19 dans l’institution universitaire ?**”

A travers elle, nous avons cherché à appliquer l’approche sémiologique à ces affiches afin de connaître leurs connotations et la symbolique de leurs couleurs et d’essayer de démanteler leurs significations cachées, La sémiologie est la science des signes qui étudie les systèmes verbaux et non verbaux et révèle leurs implications extérieures et ésotériques, En conséquence, nous avons analysé les affiches sémiologiquement sur la base qu’elles sont un moyen de communication porteur de messages à la fois iconiques et linguistiques.

Dans notre étude, nous sommes appuyés sur la méthode d’analyse sémiologique comme la plus appropriée, et nous avons également utilisé l’observation pour son importance dans l’analyse. Compte tenu des différentes méthodes d’analyse sémiologique par différents théoriciens, nous avons adopté l’approche de Martin Jolly

pour l'analyse d'images fixes comme méthode dans notre étude en tant qu'outil d'analyse des signes.

مقدمة

مقدمة:

تختلف وسائل الإعلام والاتصال باختلاف أنواعها وتعتبر من أهم التقنيات المستخدمة لتزويد الفرد بالمعلومات والأخبار المتنوعة خاصة في عصرنا الحالي نتيجة للتطور الكبير الحاصل في التكنولوجيا، جعلتها تكتسح جميع مجالات الحياة وجعله يواكب تطورات العالم وما يحدث به أولا بأول وخاصة مع تفشي فيروس كوفيد-19، ظهرت قوة هذه الوسائل وجعلت كل الأفراد أدري بكل ما يحدث حول العالم، ويعرف كل صغيرة وكبيرة حول هذا الفيروس فيروس كوفيد-19.

يعتبر هذا الفيروس من أشعب وأخبث الفيروسات وأخبث الفيروسات على مر السنين، فالعالم أصبح كله يعاني بسببه في مختلف المجالات، السياسية، الاقتصادية، التربوية، الثقافية، وخاصة الصحية، فقد هلك أكثر من 04 مليون شخص حول العالم، وقد قامت كل البلدان باستعمال كل الطرق للتعريف بهذا الفيروس وكيفية محاربتة والوقاية منه.

وتحديدا الجزائر، والتي حاولت توفير كل الإمكانيات اللازمة من موارد بشرية ومادية بحكم أنها تأثرت بشكل كبير بسبب الفيروس، فقد راح ضحيتها أكثر من 130 ألف شخص، كما مسئ الفيروس جل قطاعاتها خاصة قطاع التعليم العالي والبحث العلمي من جامعات ومراكز، ومدارس وطنية وخاصة، وهذا ما جعل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي تفرض بروتوكول صحي في أوساط المؤسسات الجامعية حفاظا على سلامة مكوناتها من أساتذة وطلبة، وعمال ومسؤولين، ونلقى الضوء على أهم ما جاء في البروتوكول، فقد أوصت بضرورة التباعد بين الطلبة والأساتذة وضرورة إحضار القناع الواقي والمعقم ولا يسمح بالدخول إلى المؤسسة الجامعية بدونهم، أما بالنسبة إلى الدراسة فقد كانت عن التعليم عن بعد في بدايات تفشي الفيروس ثم بعد انخفاض الحالات أصبح التدريس عن طريق أفواج لا يقل طلبتها عن 20 طالب، إضافة إلى تخفيض عدد ساعات التدريس إلى 50 دقيقة، ويقوم المدرس ومسؤولي المؤسسة الجامعية دائما بتذكير وتحذير الطلبة بخطر الفيروس وضرورة

احضار الأشياء سابقة الذكر، ومن أمثلة الجامعات جامعة أكلي محند أولحاج بولاية البويرة، التي سخرت كل الموارد اللازمة للوقاية من هذا الفيروس وفرض إجراءات الوقاية الصحية قامت بنشر ملصقات توعوية في مختلف كليات الجامعة للتعريف بالفيروس، التذكير بأعراضه وكيفية الوقاية منه.

فالمصقات تعتبر فنا من فنون الإعلان وواحدة من وسائل الإعلام المتعددة ولها وظائف وأدوار تساهم بشكل كبير في معالجة الظواهر السلوكية، فهي من الوسائل التي تعتمد على الصورة بشكل كبير لنشر وإيصال المعلومات وذلك لبساطتها وسهولة فهمها وتمس مختلف الفئات العمرية.

وكان استخدام الملصق منذ القديم من طرف قدماء المصريين والرومانيين والأوروبيين على الأحجار والكنائس وذلك لنشر أخبار وقوانين الحاكم في ذلك الوقت ومنذ ذلك الوقت إلى وقتنا الحالي لازالت مختلف المؤسسات تعتمد على الملصق في إيصال المعلومات للجمهور الخاص بها وبذلك نستنتج أن للمصقات تأثيرا قويا على المجتمع.

وهنا يتبين لنا أن موضوع دراستنا يتعلق بملصقات التوعية الصحية لكوفيد -19- وتحليلها تحليلًا سيميولوجيًا كونه موضوع مهم في وقتنا الحالي وتختص دراستنا في تحديدًا في ملصقات التوعية الصحية بكوفيد -19- في جامعة أكلي محند أولحاج- البويرة بمختلف كلياتها، فهدفهم نشر قدر المستطاع مختلف المعلومات حول هذا المرض وتوعية الطالب بأعراضه وكيفية الوقاية منه.

دراستنا كان هدفها التحليل السيميولوجي لملصقات التوعية الصحية بكوفيد -19-، أي معرفة الدلالات الكامنة وراء هذه الملصقات وما تريد إيصاله إلى الطالب حول الفيروس ولمعرفة هذه الدلائل وظفنا في دراستنا هذه التحليل السيميولوجي للملصق، واعتبر رولان بارث أول من جاء به وتم تطبيقه على أرض الواقع وبذلك تم التطرق في دراستنا إلى إطارين الإطار المنهجي والتطبيقي وثلاث فصول نظرية جاءت كالآتي:

الفصل المنهجي للدراسة، تحديد مشكلة الدراسة، تساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، تحديد المفاهيم، الدراسات السابقة، صعوبات الدراسة.

تناولنا في الفصل الأول والذي ينقسم إلى مبحثين المبحث الأول: المتمثل في السيميولوجيا مفهومها، نشأتها، مدارسها، المبحث الثاني: تمثل في سيميولوجيا التواصل، مكانه السيميولوجيا في الاتصال، فائدة المقاربة السيميولوجية في الاتصال.

تناولنا في الفصل الثاني الملصقات والذي تم تقسيمه إلى مبحثين المبحث الأول تمثل في ماهية الملصقات مفهومها، نشأتها، وخصائصها، المبحث الثاني تمثل في أنواع ومجالات الملصقات: أنواعها، ومجالاتها، وظائفها، وكيفية تصميم الملصقات.

تناولنا في الفصل الثالث الكوفيد والتوعية الصحية والذي تم تقسيمه أيضا إلى مبحثين المبحث الأول: الكوفيد، مفهومه، أعراضه وكيفية الوقاية منه، كوفيد 19 في الجزائر، أما المبحث الثاني تمثل في: التوعية الصحية ماهيتها، خصائصها، أهدافها، الإعلام في التوعية الصحية.

وأخيرا تطرقنا إلى الإطار التطبيقي والمتمثل في: تحليل ملصقات التوعية الصحية الخاصة بفيروس كوفيد-19 في جامعة البويرة والذي جاء فيه:

- تحليل سيميولوجي لملصق التوعية رقم 01 والذي جاء فيه تعريف الفيروس، ما هي أعراضه وكيفية الوقاية منه، وتمت دراسته على المستوى الوصفي، والمستوى التعييني الذي يتضمن دراسة الرسالة الألسنية والأيقونية والتشكيلية، إضافة إلى المستوى التضميني.
- تحليل سيميولوجي لملصق التوعية رقم 2،3،3، وتم التطرق فيها إلى إعطاء شرح مفصل حول استعمال المطهر وكيفية الوقاية منه وبعض النصائح حول التعامل معه.
- على المستويات الثلاث التضميني والتعيني والوصفي من إخراج وتركيب.
- تحليل سيميولوجي لملصق التوعية رقم 5،6، ملصقات تم فيها تقديم رسالة بسيطة.
- لكن مهمة بالتأكيد على وجوب أخذ الحيطة ووضع الكمامة في كل مكان.



- تحليل سيميولوجي لملصق التوعية رقم 7،8، ملصقين بسيطين يؤكدان على احترام مسافة الأمان من أجل سلامة الغير وسلامة الغير وتمت دراستهما أيضا على مختلف المستويات.

- تحليل سيميولوجي لملصق التوعية 9، 10، التأكيد على عدم المصافحة واستخدام المعقم دائما، وبالتأكيد تمت دراستهم دراسة دقيقة على كل المستويات الثلاث من خلال المقاربة السيميولوجية.



الإطار المنهجي

للدراسة

1- إشكالية الدراسة:

تعد وسائل الإعلام من أهم الوسائل لتنمية المجتمع في جميع مجالات الحياة، و نظرا لدوره الكبير في مجال تثقيف أفراد المجتمع وتوعيتهم، فإن دور الإعلام في التثقيف الصحي أو الطبي يعد مدخلا فاعلا لتغيير سلوك المجتمع نحو عادات صحية سليمة، وتحمل التوعية والإعلام الصحي أهمية قصوى في حياة الأفراد والمجتمعات لذلك تتعدد المؤسسات التي تشكل سلوكيات المجتمع وتؤثر على عاداتهم الصحية حيث تعتبر التوعية الصحية حقا أصيلا بكل أفراد المجتمع.

ومن أهم المؤسسات المعنية بالتوعية الصحية: مؤسسة الأسرة والمؤسسة التعليمية والإعلامية مع المدني وتعد علاقة المؤسسة الإعلامية بالتوعية الصحية من موضوعات الإعلام الصحي والوقائي الذي يهدف إلى خلق وعي صحي ووقائي عام والأمر الذي جعل عودة الإعلام الصحي إلى واجهة الكتب والمجلات أين يشهد العالم اليوم جائحة صحية بظهور فيروس خطير اجتاح كل دول العالم دون استثناء إلا وهو فيروس كورونا كوفيد 19 حيث أربك جميع الدول وجعل البشرية في حالة هلع وقلق هذه الأخيرة تتسابق في اكتشاف لقاح مناسب للحد من انتشار هذا الوباء الذي هو من سلالة جديدة من فيروس كورونا تم التعرف عليها في أول مره في مجموعه من حالات الالتهاب الرئوي الذي في الصين مدينه ووهان وهذا الفيروس يمكن ان يصيب الأطفال والبالغين على حد سواء ولكن الحالات المسجلة والمؤكدة هي إصابة البالغين، ومن بين هذه الدول التي مسها الضرر من هذه الأزمة الخطيرة دوله الجزائر التي خسرت العديدة من الضحايا إثر هذا الفيروس، ومع انتشار كوفيد19، وقيام منظمه بالصحة العالمية بإعلان فيروس كورونا المستجد جائحة عالميه وظهر أولى الحالات في الجزائر صدرت توجيهات أخرى للقطاعات المختصة بهدف تعزيز إجراءات الوقاية الصحية في جميع المؤسسات من بينها المؤسسة الجامعية التي تعد همزة وصل بين ولايات الوطن، حيث يجتمع أكبر عدد من المجتمع بمختلف أراضي الوطن،

ومنه فإن كل من الإعلام والقطاع الصحي يحاول إلزام الأفراد بالتقيد بالبروتوكول الصحي والأخذ بعين الاعتبار الحجر الصحي الوقاية من هذه الجائحة .

إن هذا التحول كانت تداعياته واضحة على المشهد الإعلامي، أين لاحظنا تعاظم دور الإعلام بمختلف أشكاله التقليدي والجديد في نشر الوعي الصحي لدى الشعوب، فحياة الإنسان وصحته وسلامته مقياس هام لحياة الأمم ومستقبلها خاصة، لذا فإنه من الضروري بذل الجند على كافة المستويات لتنظيف الجمهور وإشعار كل فرد بمسئوليته اتجاه صحته وصحة من يرعاهم، لذلك تبرز الحاجة إلى الملصقات للتوعية الصحية "الإعلام الصحي"، متوازنة تعمل على التجديد والطرح لكافة القضايا الصحية المختلفة، ولأن الملصقات الإعلامية لها دور في توفير المعلومات الصحية اللازمة، فإن الإعلام اعتمد عليها في نشر الوعي بين الطلبة والتذكير بالبروتوكول الصحي الموقر من منظمة الصحة العالمية.

استنادا على ذلك فإن الملصقات الإعلامية لها أشكال وألوان ورموز مختلفة يمكن لها أن تجذب الطلبة من أجل سلامتهم وإكسابهم سلوك صحي سليم، لهذا فإن عالم السيميولوجية يدرس دلالات ما وراء هذه الإشكال والرموز، هذه الأخيرة كما قال: "برنار توسان": أنها العلم الذي يدرس العلامات اللسانية والأيقونات البصرية والإشارات والرموز وتستند منهجيا إلى عمليتي التفكيك والتركيب ويجسد التحليل السيميولوجي عملية البحث عن المعنى والدلالة واستخلاص البنية المولدة للنصوص منطقيا⁽¹⁾، وتعد الملصقات باختلاف مجالاتها ذات أهمية ولها مكانتها في اللغة والفنون ولهذا تتناول مجموعة من الإشكال والرموز، إذ لا يمكن للصور الموجودة في الملصقات أن تكون سوى قراءة وتأويل لعالم الأشياء، وإنما بناء مزدوج حيث ترتب عناصرها حسب الشكل والحجم واللون حيث تقدمها للعين من خلال نمط خاص في التمثيل من خلال زاوية النظر.

¹- برنار توسان، ما هي السيميولوجيا، ترجمة محمد نظيف، ط2، المغرب، الدار البيضاء، 2000، ص ص 9_11.

وعلى هذا الأساس فإن السيميولوجية تعني علم العلامات وهي العلاقة بين اللغة والفنون⁽¹⁾. إن الملصقات من بين الوسائل الإعلامية الأكثر قدما وهي تعتمد على رؤية الصور و الألوان والأشكال، وقراءة الكلمات والعبارات لإيصال رسالة معينة، وإعلان معين إلى المتلقي وهي من أهم وأولى الوسائل المستخدمة لهذا الغرض، وقد لقيت الملصقات توافدا جماهيريا كبيرا وذلك الاختلاف أنواعها، وعلى هذا الأساس اخترنا هذا الموضوع بالذات دون غيره من أجل معرفة ما تود إبلاغه ملصقات التوعية الصحية من الصور والرسائل اللسانية، هذا ما دفعنا لنطرح التساؤل الرئيس التالي: فيما تتمثل أساسيات سيميولوجية ملصقات

التوعية الصحية لكوفيد -19- الخاصة بجامعة محند أولحاج بالبويرة ؟

2- تساؤلات الدراسة :

- ما هي دلالات الأشكال والألوان في ملصقات التوعية الصحية ؟

- ما أهمية الملصقات الإعلامية في التوعية الصحية؟

- ما نوع الملصقات في هذه الدراسة ؟

- فيما تكمن العناصر التصميمية لملصقات التوعية الصحية ؟

3- أهداف الدراسة:

على الباحث قبل الشروع في بحثه أن يضع مجموعة من الأهداف التي تكون عوناً

له وأساساً يرتكز عليه في توجيه بحثه في مختلف مراحلته ومحطاته، فلا يمكن بحث دون

أهداف وعليه فإن دراساتنا تهدف إلى ما يلي:

- إبراز أهمية الملصقات في التوعية الصحية .
- الملصقات في التأثير على الطلبة معرفة مدى قدرة في الجانب الصحي.
- إبراز مختلف الدلالات والرموز وتحليل الملصقات الخاصة بكوفيد-19- في جامعة البويرة .

¹- توف كندار، الأصوات والإشارات، ترجمة جلال شوتي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1972، ص10.

- استخراج المقاربة السيميولوجية للملصقات الإعلامية.
- إبراز مكانة الملصقات الإعلامية في المؤسسة الجامعية.
- دعوة الباحثين للاهتمام بمثل هذه يرمي البحث إلى المواضيع، ويولوها القدر الكافي من البحث والدراسة.

4- أهمية الدراسة :

- إن أهمية أي دراسة تكمن في أهمية المصطلحات التي تتعامل معها، ودراستنا تدور حول السيميولوجية وملصقات التوعية الصحية لكوفيد-19، وترجع أهمية الدراسة إلى:
- * أهمية وسائل الإعلام في التوعية الصحية بالنسبة للطلبة والانتشار الكبير لكوفيد-19.
 - * تكمن أهمية الدراسة في كونها تعبيراً عن الحقائق الواقعية والآراء التي تحدث في المجتمع.
 - * تعتبر هذه الدراسة محاولة يمكن الاستفادة منها مستقبلاً في المجالين العلمي والأكاديمي نظراً لقلّة الدراسات المشابهة في هذا المجال "السيميولوجيا" والملصقات الإعلامية.
 - * معرفة أهمية الملصقات وخصوصيتها الشكلية والفنية وقوة حضورها في الأونة الأخيرة .
 - * معرفة مدى نجاح الملصقات الإعلامية التوعية في خلق توعية صحية لدى طلبة جامعة البويرة.
 - * الوقوف على بعض النقاط والجوانب المهمة التي تناولت موضوع السيميولوجية وفيروس كورونا كموضوع مهم بصور علمية وشاملة، كما تساهم هذه الأخيرة في تحقيق تراكم معرفي وبحثي.
 - * تركز هذه الدراسة على ظاهرة من أهم ظواهر العصر وهي حديث العالم، موضوع كوفيد-19 وكيفية نشر الوعي من خلال المؤسسات الإعلامية التوعية وخاصة في الجامعات، وهو ما سنتناوله هذه الدراسة التي تركز على تحليل ملصقات سيميولوجية حول فيروس كورونا بجامعة البويرة .

5- أسباب اختيار الموضوع :

إن الباحث عادة ما يختار موضوع دراسته بناء على العديد من الأسباب والاعتبارات، ومن أبرز الأسباب التي دفعت بنا إلى اختيار هذا الموضوع هي :

أ- الأسباب الذاتية :

- اهتمامنا بالتحليل السيميولوجي وما يحمله من معاني ودلالات خفية .
- الرغبة في دراسة الموضوع بشكل معمق.
- كون الظاهرة ملفتة للانتباه خاصة مع انتشار فيروس كورونا .
- إشباع الفضول الذاتي والموضوع على ملصقات التوعية الصحية .
- مواكبة التغييرات التي تحدث في الآونة الأخيرة وهذا الوباء الذي حاصر كل البلدان، فقد أصبحت ظاهرة تتطلب الدراسة .
- رغبتنا في الإلمام بكل المعلومات المتعلقة بالسياسيولوجيا و الملصقات الإعلامية .

ب/ الأسباب الموضوعية :

- قلة الدراسات العلمية، إن لم نقل ندرتها في هذا الموضوع وفي هذا المجال خاصة في جامعة البويرة .
- قابلية الموضوع للدراسة و البحث معرفيا ومنهجيا.
- إلقاء الضوء والتركيز على مجال الإعلام و الإعلام الصحي في الجزائر .
- الإبداع في تصميم الملصقات الإعلامية .
- إدراك للحاجة المتزايدة لمكتبة العلوم الإنسانية إلى مزيد من البحوث والدراسات العلمية المتخصصة في السيميولوجيا والإعلام الصحي.
- الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في الدراسات العلمية المستقبلية حيث ستكون نقطة انطلاق لدراسات مستقبلية وفتح الباب أمام الباحثين للتعلم أكثر في السيميولوجيا والتوعية الصحية لدراساتها من زوايا مغايرة .

6- تحديد المفاهيم: تتعامل دراستنا مع عدد من المفاهيم من المهم توضيحها:

6-1- السيميولوجية :

أ- لغة: السيميولوجيا مشتقة من الكلمة اليونانية ومعناها العلامة وهي مركبة Semieon وتعني العلامة Logos وهو العلم، إذن السيميولوجيا في مجموعها تعني علم العلامات(1).

ب- اصطلاحاً: السيميولوجية معناها اصطلاحاً علم الإشارات أو علم الدلالات وذلك انطلاقاً من الخلفية الإبستمولوجية الدالة حسب " غريماس " على أن كل شيء حولنا في حالة بث غير منقطع للإشارات، فالمعاني لصيقة بكل شيء(2).

وعرف أيضاً سوسور السيمياء أو السيميولوجيا أنها علم يدرس حياة الإشارات ضمن المجتمع وستظهر السيميولوجية ما ينشئ الإشارات وما القوانين المتحكمة بها... والألسنية هي فقط جزء من العلم العام للسيميولوجيا... فمهمة السيميولوجية عند سوسور هي الكشف عن العوامل أو الشروط المؤدية إلى نشوء الإشارات وتحديد القوانين التي تخضع لها(3) .

فالهدف من دراسة السيميولوجية هو دراسة المعنى الظاهر والخفي لكل نظام علاماتي فهي تدرس لغة الإنسان اللفظية وغير اللفظية وما يحيط به باعتبارها نسق من العلامات مثل : العلامات التجارية ، إشارات المرور والخرائط والصور الفوتوغرافية...إلخ.

التعريف الإجرائي حسب الدراسة:

في هذه الدراسة نعرف السيميولوجية بأنها علم يدرس المعاني الخفية والدلالات التي تكمن وراء ملصقات التوعية الصحية الموجودة في جامعة البويرة .

2- الملصقات:

¹ - عبد الفتاح عبد الكافي إسماعيل، معجم مصطلحات عصر العولمة، ط1، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، 2004، ص 130.

² - الزامل، منير، التحليل السيميائي للمسرح، - سيميائية العنوان-، - سيميائية الشخصيات-، - سيميائية المكان -، سوريا، دار مؤسسة للطباعة والشر والتوزيع، 2014، ص55 .

³ - برنار توسان، المرجع السابق، ص 12.

أ- لغة: تعرف الملصقات ولغويًا أنها كل ما يلصق على لوحة خاصة أو على الجدران من إعلانات للترويج وملصقات إعلامية.

ب- اصطلاحًا: الملصق ويقابله في اللغة الإنجليزية لفظ Poster في اللغة الفرنسية Affiche ويطلق على الإعلان الكبير الذي يوضع أو يلصق أو يعلق على الحائط، في الطرقات العامة و الأماكن المختلفة(1).

وهناك تعريف يرى أن الملصق هو تعبير عن فكرة ما بواسطة رسم وكتابة معا يقصد إثارة أفعال، ويعرفه الدكتور محمد أبو فرحة: " بأنه فكرة معبر عنها بالرسم والكتابة بطريقة بسيطة وفعالة ومركزة تجذب الانتباه وتفهم في لمح البصر"(2).

وتعرف الملصقات في دراستنا بأنها تلك المطبوعات أو اللافتات المعلقة في الحائط أو في اللوحات المخصصة لها في الجامعة لتوعية الطلبة ونشر الثقافة الصحية لتفادي انتشار فيروس كورونا.

3- التوعية الصحية:

أ- اصطلاحًا: يقصد بها عملية تعليم الناس عادات صحية سليمة وسلوك صحي جديد، ومساعدتهم على نبذ الأفكار والاتجاهات الصحية الخاطئة واستبدالها بسلوك صحي سليم، وخلق وعي صحي لدى أفراد المجتمع وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة و الأمراض التي تهدد الإنسانية، وتربيتهم على القيم الصحية والوقاية المنبثقة من عقيدة المجتمع و طبيعة ثقافتنا(3).

4- كوفيد-19:

¹ - عناب أسماء، الوافي فيروز، " الأساليب الإقناعية في الملصقات الإعلانية "، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ، 2015 - 2016، ص ص 53-54.

² - المرجع نفسه، ص ص 55-57.

³ - عبد السلام المعاينة، مصعب، "دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي"، دراسة في برنامج صحتك بالدنيا، رسالة ماجستير، جامعة البترا الأردن، 2013-2014، ص23.

أ- اصطلاحاً: فيروسات كورونا هي مجموعة من الفيروسات التي تصيب الحيوانات و البشر على حد سواء يمكن أن تسبب فيروسات كورونا البشرية أمراض شبيهة بالبرد في حين تتسبب أمراض أخرى بأمراض أكثر خطورة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية ومتلازمة الجهاز التنفسي الجلد (MERS) .

عن المفهوم أن مصطلح الفيروس الناجي الجديد يعني سلالة جديدة من الفيروس الناجي الذي لم يتم تحديدها من قبل في البشر، يعرف فيروس كورونا الجديد الذي تم التعرف عليه لأول مرة خلال التحقيق في وباء في ووهان " الصين" في ديسمبر 2019 باسم والمصدر الأكثر ترجيحاً هو الأصل الحيواني 2019 -ncov، وتجري التحقيقات لتحديد مصدر وطريقة انتقال العدوى(1).

5- المؤسسة الجامعية:

5-1- المؤسسة:

أ- لغة: المؤسسة لغوياً هي كل تنظيم يرمي إلى الإنتاج والمبادرة للحصول على الربح.
ب- اصطلاحاً: هي تلك المنظمة التي تجمع الأشخاص ذوي كفاءات عالية ومتنوعة، تستعمل رؤوس أموال لإنتاج سلعة ما والتي يمكن أن تباع بسعر أعلى مما تكلفه. ومنه يمكن تعريف المؤسسة بأنها تركيبة من الفاعلين يجتمعون لتحقيق هدف مشترك وفق إستراتيجية ما تضمن للمؤسسة الاستمرارية و البقاء(2).

5-2- الجامعة:

أ- لغة: هي مؤسسة التعليم العالي، تهتم بتدريب وتعليم الطلاب الذين ينهون دراستهم الثانوية، وتضم عدداً من المعاهد أو الكليات التي تتولى التدريس في مختلف الدراسات

¹ - <http://covid19.sante.gov.dz>, 11/06/2021, 13 :30.

²- خدنة يسمينة، " البحث العلمي في الجامعة الجزائرية من خلال مذكرات تخرج طلبة الماجستير في العلوم الإنسانية والاجتماعية "، دراسة ميدانية لبعض جامعات الشرق الجزائري، أطروحة دكتوراه: إدارة الموارد البشرية، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2 ، 2017-2018 ، ص 51 .

العليا، الجامعة كلمة مشتقة من اللفظ اللاتيني الذي يعني مجموعة أو اتحاد أو رابطة Universités يشتغلون في شغل أو عمل واحد أو حرفة واحدة(1).

ب- اصطلاحا: يعرفها رامون ماسيا ماسو أنها: " مجموعة أشخاص نظام ونسق خاصين تستعمل وسائل تنسق بين مهام مختلفة للوصول بطرق ما إلى المعرفة العليا ".

اختلف الباحثون في تعريفهم للجامعة بين من يعرفها على أساس عنصرها ومن يعرفها على أساس طبيعتها فالجامعة لا تحدد أهدافها بمفردها وتوجهها بل تتلقاها من المجتمع الذي يعطيها معنى ووجودا(2)، وحسب المرسوم رقم 03-579 المؤرخ في 24 أوت 2004 المتضمن القانون الأساسي النموذجي في الجامعة: تعتبر الجامعة في الجزائر مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي(3).

ونعرف المؤسسة الجامعية في دراستنا بأنها منظمة علمية تسعى في المساعدة لتنمية قدرات المجتمع وتنقيفهم، ونشر الوعي والرقى بين الأفراد وهي مثل المؤسسات الأخرى لها هيكل تنظيمي معين في تحديد مهام كل من موظفيها .

7- الدراسات السابقة:

تمهيد:

إن للدراسات السابقة والمشابهة ما يكفي من الأهمية لجعل أي باحث في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة يطلع عليها، ذلك لأنها تساعدهم على الاختيار السليم لموضوع بحثه وضبطه وتجنبه التكرار كما تساعده في استخلاص نتائج دراسته والمقارنة

1- خدنة يسمينة، المرجع السابق، ص 52.

2- المرجع نفسه ، ص53.

3- المرسوم رقم 03-579 يتضمن القانون الأساسي النموذجي للجامعة، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة التعليم العالي و البحث العلمي.

بينها، كما لا ننسى فضلها في إبراز أهمية دراسة الباحث من خلال توضيح ما يتميز به عن البحوث الأخرى(1).

وقد عثرنا خلال انجاز هذا البحث على 4 دراسات سابقة ومشابهة ترتبط بموضوع الدراسة وكانت مفيدة لنا في إتمام دراساتنا هذه المتمثلة في سيميولوجية الملصقات التوعوية.
7-1-1- الدراسة الأولى(2):

7-1-1-1- عنوان الدراسة: التحليل السيميولوجي للإشهار في التلفزيون الجزائري - دراسة تحليلية سيميولوجية لومضتي دانون ACTIVIA، ومنتوج زربية تابي دور .
7-1-1-2- اسم الباحثان: حمزة زيان بوزيان وراضية أحمد بن سلطان.
7-1-1-3- طبيعة الدراسة: مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والتنمية المستدامة .

7-1-1-4- سنة النشر : 2017 - 2018

أ/ إشكالية الدراسة: يتمثل التساؤل الرئيسي في ما هو البعد الفني والدلالي للإشهار في التلفزيون الجزائري ؟

ب/ منهج الدراسة :

اعتمد الباحثان على التحليل السيميولوجي الذي يهتم بالتحليل الكيفي لنظام الرسائل، أي الكشف عن المعنى الحقيقي للرسالة وكذا المعاني الخفية الغائبة عن ذهن القارئ والتي يصعب عليه فهمها وقراءتها بشكل صحيح حيث اعتمدوا علي مقارنة رولان بارت.

1- خدنة يسمينة، المرجع السابق، ص 19.

2- زيان بوزيان حمزة، راضية احمد بن سلطان " التحليل السيميولوجي للإشهار في التلفزيون الجزائري"، مذكرة ماستر، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة ، 2017-2018 .

كما أنهم أتبعوا أسلوب القصدي في اختيار عينة البحث وذلك لما تفرضه طبيعة التحليل السيميولوجي وتتمثل العينة في الومضتين الأشهاريتين الجزائريتين آكتيفيا وتابي دور، وهما منتوجين جزائريين الصنع، وتم اختيارها للتركيز على الأسرة الجزائرية وعلى دور المرأة في الأسرة وعلى صورة المرأة الجزائرية.

ج/نتائج الدراسة:

تحمل هذه الومضات أبعادا جمالية و فنية حيث ظهرت جماليات الإضاءة و الألوان و تعددت استخداماتها الفنية و الشعرية، بالإضافة إلى جمالية الشخصيات و المونتاج، كما ركزت على جماليات المرأة من خلال مزج الجمال الأنثوي بالجمال الطبيعي، إن التطابق الحاصل بين ما هو لغوي و ما هو أبقوني في الومضات الاشهارية هو علمية مقصودة لإنتاج معاني ضمنية يدركها المتلقي بعد تأويل دلالات الرسالة البصرية، وفي ومضة "دانون" حصل تطابق بين الرسالة الايقونية و الرسالة المدونة أي الجانب اللغوي، تميز بنسق أبقوني جعلها تصل إلى المعنى البعيد جراء تكثيف الرموز البصرية و سرعتها الذي مكن من فعل التبليغ، فاستطاعت الصورة أن تسرد ذلك المعنى لمشاهد من خلال الفضاء البصري؛وفي الومضة الثانية غابت الرسالة الألسنية.

تعكس الرسالة الإشهارية خصائص المنتج و قدرته على دفع المتلقي للقيام بالتصرفات و إحياء لو بالحاجة للمنتج، فالرسالة التي يحملها هذا الإشهار غير مباشرة ليست ترويجية فقط بل تحمل معاني و دلالات سيكولوجية تعتمد على إعطاء شعور نفسي بالراحة و الارتياح والسعادة و بذلك الوصول إلى التأثير على الفرد، هذا ما لاحظناه في ومضة دانون من خلال إبراز المنتج للمنتج على أنو يعالج حالة مرضية.

استعملت صورة المرأة الجزائرية في هذه الومضات في مختلف المواقع بامرأة عصرية إلى امرأة محترمة إلى امرأة نجم " بهية راشدي"، كما ركز كثيرا المخرج على إقامة علاقة بين المنتج المشهر به و المرأة بكونها تحافظ على عادات و تقاليد المجتمع.

الإشهار عبارة عن خطاب بصري يعتمد أساسا على الحركات و الصور للتأثير و التأثير فالصورة تحمل دال و مدلول و توافق في العلامات اللسانية و قوة إيحائية، فتركز الاشهارات على جذب و ترسيخ الصورة في ذهن المتلقي، و هذا ما يظهر في ومضة دانون حيث اعتمد على صورة اشهارية تحاكي المنتج و تجسده من خلال إستراتيجية التجريب وإبراز الصورة الطيبة حتى يجعل المشاهد يتعايش مع ما يراه، كما استعمل مقارنة نجم بتوظيف شخصيات مشهورة حتى يكون التأثير فعال أكثر؛ فكثير من الاشهارات أصبحت تعتمد على شخصية مشهورة + شراء السمعة = تقليد سلوك الشخصية المشهورة و بذلك تؤثر بطريقة مباشرة في سلوك الجمهور.

أوحت تلك الومضات إلى أن المرأة الجزائرية عملت على قيم المجتمع الجزائري المبنية على التشبث بالأصالة و الطموح إلى مستقبل أفضل و هذا ما لمسناه في ومضة زربية تابي دور، بالإضافة إلى العلاقة الاخوية و المحبة و الاحترام و الثقة، تجسد هذا في ومضة دانون، الإشهار التلفزيوني الجزائري إشهار بسيط ليس ضخم و جذاب لا يوجد فيه إبداع مقارنة مع الدول الغربية.

7-2- الدراسة الثانية⁽¹⁾: دراسة ماستر في علوم الإعلام والاتصال للباحثين العايب سمية ومسعودي دنيا تحت عنوان القيم الثقافية للمجتمع الجزائري في الومضات الإشهارية بالقنوات التلفزيونية الجزائرية دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الومضات الإشهارية ومضة مجمع ثقه كسكس سيم زيت عافيه تركز هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة القيم الثقافية الموظفة في الومضات الإشهارية التلفزيونية مع الوقوف على الجوانب الايجابية والسلبية لاستعمال القيم الثقافية في الاشهارات التلفزيونية الجزائرية أضافه إلى إجراء تحليل سيميولوجي على عينه مكونه من ثلاث اشهارات جزائرية وانطلقت الباحثين في هذه الدراسة

¹- العايب سمية، مسعودي دنيا، " القيم الثقافية للمجتمع الجزائري "، مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2017_ 2018 .

من تساؤل رئيسي متمثل في إلى أي مدى تجسد الومضات الإشهارية بالقنوات التلفزيونية الجزائرية القيم الثقافية للمجتمع الجزائري ضمنه مجموعه من التساؤلات الفرعية تتمثل في :

01- ما هي طبيعة القيم الثقافية الموظفة في الومضات الإشهارية التلفزيونية الجزائرية ؟

02- كيف وظفت القيم الثقافية في الومضات الإشهارية بالقنوات التلفزيونية الجزائرية ؟

03- ما هي طبيعة التركيبة الدلالية للومضات الإشهارية التلفزيونية الجزائرية؟

وفي هذه الدراسة تم الاعتماد على المقاربة السيميولوجية كمنهج متبع والتي تقوم على مفهوم النسق الانيه والدليل وبهذا الثالث تعتبر هذه المقاربة من أهم طرق البحث الكيفي، وتمثلت أدواتها على حسب رولان بارث في المستوى التعييني الاشهاري ومستوى التضميني دلالات الصورة و يتم تحليل المحتوى السيميولوجي لعينه الدراسة وفق شبكه تحليل الرسائل البصرية التالية وصف الرسالة متمثلة في المرسل،الرسالة المنهج، المقاربة النسقية، المقاربة الايكونولوجية، المقاربة السيميولوجية، أما بالنسبة لمجتمع البحث فقد تمثل في نماذج من الاشهارات التلفزيونية الجزائرية للقنوات التالية قناة الأرضية الجزائرية قناة النهار، قناة الشروق تي في وتحددت عينه البحث في ثلاثة ومضات اشهاريه تلفزيونيه ومضة مجمع ثقة ومضة كسكس سيم ومضة زيت عافية كونها تشتمل على جملة من القيم الثقافية.

النتائج العامة للدراسة نذكر منها:

* يعتمد الخطاب اللغوي الاشهاري بشكل كبير على اللهجة العامية على اعتبار أنها تخاطب فئات متنوعة المستويات وفي نفسي الوقت تتعرض اللغة العربية للتهميش حيث يكاد ينعلم استعمالها تضمنت الومضات الإشهارية اللباس التقليدي الجزائري بأزيائه المختلفة من شمال البلاد إلى جنوبها ومن شرقها لغربها وهذا يخدم بشكل كبير ترسيخ العادات والتقاليد الجزائرية المتمثلة في اللباس التقليدي والذي يعبر عن أصالة المجتمع الجزائري وصوره للثقافة الجزائرية وهذا محاولة الومضات الإشهارية تجسيده بالربط بين المنتج والثقافة الجزائرية بالنسبة لأساليب الإعداد والتصوير الإضاءة الإخراج توصلنا انه توجد هناك

واضحة في صناعه الاشهارات في الجزائر فهي متأخرة مقارنة بالبلدان الأخرى وهذا ما يؤكد أن صناعه الإشهار في الجزائر تحتاج الكثير من الجهود والاستثمار لتطويرها من الناحية التقنية والفنية.

* إن طريقه الإقناع لاقتناء المنتج في هذه الومضات ليست غريبة عن محيطه الثقافي المحلي سواء في الديكور الملابس أو اللغة المستعملة حتى لا تختلف لدى المتلقي نوعا من الاغتراب وبالعكس تجعل المتلقي قريبا من بيئته وبالتالي قريبا من المنتج، اعتمدت الومضات الاشهارية في القنوات التلفزيونية الجزائرية على توظيف القيم الثقافية للمجتمع الجزائري من خلال تجسيد نمط المعيشة المتمثل في نظام الأكل العمران الديكور اللباس اللغة الموسيقى الجزائرية لربط المنتج بالثقافة والأصالة الجزائرية من جهة أخرى.

7-3- الدراسة الثالثة(1):

وكانت للباحثة بن سلطان سامية بعنوان الأبعاد السوسيوثقافية للصورة الاشهارية المتحركة دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الصور الإشهارية المتحركة في التلفزيون الجزائري، ونوع هذه الدراسة هي مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة .

حيث هدفت هذه الدراسة إلى الهدف العام الذي يكمن في استخراج الأبعاد السوسيوثقافية للألوان الموجودة في الصورة الاشهارية المتحركة، وإبراز العلاقة الموجودة بين الرسالة الألسنية البصرية في الصورة الإشهارية المتحركة.

انطلقت الباحثة في دراستها من تساؤل رئيسي هو: **فيما تتمثل الأبعاد السوسيوثقافية**

للصورة المتحركة في التلفزيون الجزائري؟

¹- بن سلطان سامية، " الأبعاد السوسيوثقافية للصورة الإشهارية المتحركة "، مذكرة ماستر ، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018_2019 .

وضمنته مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية :

1. ما هي أهم المستويات التعيينية المستخدمة في الصور الإشهارية المتحركة محل

الدراسة ؟

2. ما هي المعاني والدلالات التي تكمن وراء الأشكال والخطوط والألوان في الصور

الإشهارية المتحركة محل الدراسة؟

3. ماهي العناصر التصميمية للصور الإشهارية المتحركة التي تعكس البيئة الثقافية

والاجتماعية للمجتمع الجزائري ؟

4. ماهي العلاقة الموجودة بين الرسالة الألسنية والرسالة البصرية في الصورة الشعرية

المتحركة؟

استخدمت الدراسة المنهج التحليل السيميولوجي لأهميته في الدراسة السيميولوجية ومنه

يمكن الباحث من تحليل الصور الإشهارية المتحركة التي تعد كعينة لمجتمع البحث لهذه

الدراسة واستعانت بالملاحظة لمأمتها بطبيعة الدراسة و لأنها من أهم أدوات البحث العلمي،

حيث أنها اعتمدت على مقارنة رولان بارث في تحليلها للإشهار الجزائري .

تناولت هذه الدراسة نظريتين مختلفين هما نظرية الغرس الثقافي، ونظرية التفاعلية

الرمزية واعتمدت الباحثة على نظرية الغرس الثقافي لأنها تؤكد الأفكار الخاصة بتأثير

التلفزيون على إدراك الأفراد والجماعات والمجتمع في رسم صورة العالم الخارجي في أذهانهم

كما يقدمها التلفزيون، وبالتالي فإن اختبار النظرية يمكن أن يمتد ليشمل تأثير التلفزيون في

رسم مدركات الأفراد لصورة وأفكار متعددة في العالم الخارجي، كما اعتمدت أيضا على

عملية التفاعلية الرمزية لأنها عملية التفاعل الاجتماعي التي يكون فيها الفرد على علاقة

اتصال بعقول الآخرين وحاجاتهم ورغباتهم الكامنة في تحقيق أهدافهم واستخدام هذا المفهوم

بتمييز النمط من العلاقات الاجتماعية ولتفسير بعض الملاحظات الخاصة بالإنسان وسلوكه

وتفاعله مع غيره من أعضاء مجتمعه تلك التفاعلات التي تقوم على استخدام الرموز وتتخذ أشكال وصور مختلفة.

النتائج العامة للدراسة:

* استعمال المخرج لشخصيات تبرز العائلة الجزائرية من خلال تعدد الأشخاص من مختلف ولايات الوطن ومظاهر العيش التي تحاكي الواقع المعاش كما تبرز لنا مظاهر التمسك بالعادات والتقاليد والمحافظة على التراث الجزائري.

* ركز الإشهار التلفزيوني الجزائري الخاص بالمنتجات الغذائية على إظهار القيم الثقافية التي لازالت إلى يومنا هذا نمارسها الأسرة الجزائرية المتمثلة في اللمة والقعدة مع العائلة والاجتماع مع الأحباب والأقارب والتعاون مع بعضهم في المناسبات في إعداد الحلويات والمأكولات التقليدية .

* توظيف الألوان المتعلقة بالمنتجات الغذائية كانت _منسجمة مع طبيعة المنتج كما تم استعمالها في الديكور والملابس للدلالة على المنتج في حد ذاته.

* تم تصوير الومضات الإشهارية التلفزيونية في المنزل وذلك راجع لطبيعة المنتج حيث أنه منتج غذائي يستعمل للطهي .

العلاقة الموجودة بين الرسالة الألسنية والرسالة البصرية في الصور الإشهارية المتحركة هي علاقة ارتباطية حيث نجدها متكاملة ومتناسقة بين الخطاب اللغوي والصورة وهذا ما دلت عليه اللقطة التي تم فيها عرض مكونات منتج "زيت عالية" حين ربط المصمم بين ما هو موجود في الصورة بالصوت في "بالصوجا و الذرة جات عافية"، وذلك هو الحال في باقي اللقطات والومضات الإشهارية الأخرى.

7-4- الدراسة الرابعة(1):

للباحثة سمية فايد وسامية منصور، السنة 2016-2017 وكانت تحت عنوان صورة المرأة في الإشهار بجريدة الشروق اليومي- دراسة سيميولوجية-، حيث طرحت الإشكالية التالية : كيف تظهر صورة المرأة في الإشهارات المقدمة بجريدة الشروق اليومي ؟ وتخللتها مجموعة من التساؤلات الفرعية :

- هل تعكس الصورة التي تظهر فيها المرأة في الاشهارات المقدمة بجريدة الشروق اليومي الصورة الحقيقية للمرأة الجزائرية؟
- ما هو النموذج الذي تظهر فيه المرأة في الإشهارات المدروسة لجريدة الشروق اليومي الجزائري ؟
- ما هي البلاغة الموظفة في الإشهارات المدروسة؟

- هل يتوافق تصميم الاشهارات المدروسة مع المعايير السوسيو ثقافية للمجتمع الجزائري؟
هذه الدراسة هدفت إلى محاولة معرفة النموذج الذي يظهر فيه المرأة في الاشهارات المقدمة بجريدة الشروق اليومي ،معرفة مدى مراعاة واحترام الصورة التي تظهر فيها المرأة بالاشهارات المقدمة بجريدة الشروق اليومي للصورة الحقيقية للمرأة الجزائرية، وأخيرا معرفة مدى توظيف عينة الدراسة لعناصر الدلالة البلاغية .

وتمثلت عينتها القصدية في بعض الاشهارات التي تحمل صورة المرأة في جريدة الشروق اليومي ،حيث استخدمت أداة لجمع البيانات وفق منهج التحليل السيميولوجي الذي أظهر نجاعته في التحليل والكشف عن مختلف الدلالات .

¹- فايد سمية، منصور سامية، " صورة المرأة في الإشهارات بجريدة الشروق اليومي الجزائري "، مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2016- 2017 .

وأبرز نتائج هذه الدراسة كالتالي:

* أوضحت نتائج الدراسة أنه تم توظيف صورة المرأة كزوجة وكأم لتتبلور بذلك الصورة النمطية للمرأة.

* تبين من خلال الدراسة أن وجود المرأة في الإشهارات أصبح أمر محتوم لجذب الانتباه وتأكيد نظرا لأهميتها داخل المجتمع.

* كشفت نتائج الدراسة أن الغرض من توظيف المرأة في الإشهارات بأنها أصبحت تنافس السلعة والخدمة في الجذب حيث وجدنا أن الإشهارات قد تكررت وهي تعكس نفس الدلالات على أفكار وخدمات مختلفة.

* لاحظنا خلال دراستنا أن الصورة التي تعكسها الإشهارات المستخدمة في جريدة الشروق اليومي لا تمثل المرأة المحافظة للمجتمع الجزائري والعربي وإنما هي مستوحاة من ثقافة دخيلة عن مجتمعاتنا وعاداتنا وتقاليدنا خاصة من حيث اللباس والحركات.

* من خلال الإشهارات المدروسة نلاحظ أن المصممين قد ركزوا على إبراز ابتسامة المرأة ونظرا للجذابة لغرض الحث على السلع .

* أظهرت النتائج أن الرسالة الألسنية الموظفة في الإشهار هي رسائل مهمتها التفسير والتوضيح والتأكيد لما يعد به التمكين الايقوني .

* أوضحت الدراسة أن تصميم الإشهارات المدروسة لا يتوافق مع المعايير السوسيو ثقافية للمجتمع الجزائري، ولم تأخذ بعين الاعتبار الأطر التفكيرية للمستهلك المستهدف للمجتمع وأغفلت ضرورة تجسيد صورة المستهلك الثقافي الحقيقي في مضمون الرسالة الإشهارية.

أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة:

اتفقت الدراسات السابقة على هدف مشترك أولا وهو معرفة العلاقة بين الرسالة الألسنية والايقونية الموجودة في إشهارات الجزائر بمختلف أنواعها، حيث وظفت كل من

الدراسات السابقة المذكورة في هذه الدراسة منهج التحليل السيميولوجي الذي يبحث على معرفة دلالات كل من هذه الأشهارات، بحيث اختلفت في اختيار عينة البحث لكنها تدرس نفس الموضوع وهو سيميولوجية الإشهار التلفزيوني الجزائري .

من خلال استعراض أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة نشير أن الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة في موضوعها الرئيس وهو دراسة سيميولوجية وهدفها العام في التحليل ومعرفة الدلالات السيميولوجية، إلا أنها تختلف عنها في عدة جوانب تمثل الفجوة العلمية التي تعالجها هذه الدراسة:

* تضمنت هذه الدراسة ربط للمشكلة البحثية بالمتغيرات المعاصرة .

* لم تقتصر هذه الدراسات على عينة واحدة فقط وإنما تضمنت مجموعة من العينات لضمان تشخيص الواقع .

ومن العرض السابق يتضح لنا أن الدراسة عالجت فجوة علمية متعددة الجوانب بتطرقها لموضوع سيميولوجية ملصقات التوعية الصحية الكوفيد-19- في جامعة البويرة.

5- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- ساعدت الدراسات السابقة الدراسة الحالية في تحديد تساؤلات الدراسة والاستفادة منها لاستخدامها.

- كما ساعدتنا في تحديد المشكلة البحثية للدراسة والتعرف على متغيرات الدراسة بدقة، وأهدافها إضافة إلى تحديد طريقة مناسبة بتحليل مجموعة من ملصقات التوعية الصحية الكوفيد-19-، وبما أن كل دراسة تبدأ من حيث ينتهي الباحثين فإننا بدأنا دراستنا هذه من حيث توقف مجموعة من الباحثين الأكاديميين، لأن البحث العلمي لا بد أن يكون تراكمياً يكمل ما توصل إليه من كان قبلنا، فإننا نستطيع القول بأن هذه الدراسة سيميولوجية ملصقات التوعية الصحية الكوفيد-19- في جامعة البويرة هي استكمال لما توصل إليه مجموعة من الباحثين ويمكن القول أن البحوث متشابهة لكن تختلف في زوايا البحث.

8- صعوبات الدراسة:

- من أهم الصعوبات التي صادفتنا أثناء دراستنا هذا الموضوع مايلي :
- ضيق الوقت المخصص لإنجاز المذكرة.
 - قلة المراجع حول موضوعنا المتمثل في السيميولوجيا والملصقات الإعلامية .
 - تأثير الكوفيد على الطلبة الجامعية.

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول: السيمولوجيا

تمهيد:

تعتبر السيمولوجيا علما حديثا مقارنة مع غيرها من العلوم، إذ ظهرت ملامحه المنهجية بدايات القرن العشرين، وأصبح اليوم علما قائما بذاته له قوانينه ومبادئه وأسسها، كما أنه يرتبط بعدة مجالات معرفية على غرار العلوم الإنسانية واللغوية. يهتم هذا العلم بدراسة المعاني والعلامات اللفظية وغير اللفظية، كما يدرس كيفية تكوين المعنى في ذهن المتلقي أيا كان نسقها، حيث يناقش فكرة فهذا المتلقي لشفرة الكلمات والصور وفقا لمراجعته الشخصية والثقافية والاجتماعية. يتناول هذا الفصل في المبحث الأول ماهية السيمولوجيا، مفهومها ونشأتها ومختلف مدارسها واتجاهاتها، كما يتطرق في المبحث الثاني لسيمولوجيا التواصل بداية بمفهومها ونشأتها، مروراً على أهم روادها وأخيراً أهمية السيمولوجيا في علوم الاتصال.

المبحث الأول : ماهية السيمولوجيا

أولاً: مفهوم السيمولوجيا:

تعددت التعريفات وتتنوع بتنوع العلماء والمدارس واختلاف استعمالات المصطلح العلمية والعملية التطبيقية. غير أن التعريف المتداول والشائع هو أن السيمولوجيا علم العلامات ويتعلق بالعلامات التي تكون الإرسالات الأساسية للتواصل الإنساني سواء كانت سمعية، بصرية، حركية أو رمزية أو غيرها، سنقدم تعريفا لغويا ثم اصطلاحيا للمصطلح حتى نفهمه أكثر.

1- لغة: يرجع أصل كلمة سيمولوجيا إلى الكلمة اليونانية بمعنى العلامة وهي مركبة من كلمة بمعنى علامة أو إشارة وكلمة التي تعني علم وبذلك تكون السيمولوجيا علم العلامات كما عرفها دي سوسير (1).

يطلق على السيمولوجيا باللغة العربية السيميائية أو علم الإشارات، وأصل الكلمة في "سيمياء" من الكلمة "وسمة" أو "سيمة" و"سيماء" وتعني علامة (2)، كما وردت في القرآن الكريم بنفس المعنى في عدة آيات منها قوله تعالى: " سيماهم في وجوههم من أثر السجود..**" وقوله عز وجل في آية أخرى: " تعرفهم بسيماهم لا يسألون الناس إلحافاً***" وجاء في غريب القرآن أن كلمة سيماهم تعني علاماتهم.

1- برنار توسان، ما هي السيمولوجيا، ترجمة محمد نظيف، إفريقيا الشرق، المغرب، الطبعة 2، 1994، ص 88.
2- قدور عبد الله ثاني، سيميائية الصورة مغامرة في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، دار الغرب للنشر والتوزيع، المغرب، ص 88.

*عالم لسانيات سويسري، أول من تطرق لدراسة السيمولوجيا ومؤسس علم اللسانيات.

**سورة الفتح : 29.

***سورة البقرة : 273.

كما ذكر نفس المعنى في الآية 12 من سورة القلم في قوله تعالى : " سنسمه على الخرطوم" * وفي آية أخرى ذكر عز وجل أيضا : "والخيل المسومة والأنعام والحرث" * * والخيول المسومة هي التي عليها علامة.

عرفت السيمولوجيا في عدة معاجم منها :

1- المعجم الفرنسي: يعتبر الكلمة الفرنسية سيميوتيك مقابلة للمصطلح الانجليزي سيميوطيقا ذات الأصل اليوناني، ويعرف السيميائية على أنها النظرية العامة للدلائل والأنظمة الدلالية - لسانية أو غير لسانية- أما السيمولوجيا فيعتبرها العلم الذي يدرس الدلائل والأنظمة الدلالية في إطار الحياة الاجتماعية مثل اللغات وأنظمة الإشارات(1).

2- المعجم الوسيط : علم السيمياء هو علم يبحث دلالة الإشارات في الحياة الاجتماعية وأنظمتها اللغوية(2)، يهدف لدراسة المعنى الخفي لكل نظام علاماتي.

3- معجم لاروس: يستعمل مصطلح السيميائية تارة كنظرية الدلائل العامة وتارة أخرى كدراسة الممارسات الدلالية في مختلف مجالات التواصل ويعرف السيمولوجيا على أنها العلم العام للعلامات والقوانين التي تنظمها في ظل الحياة الاجتماعية(3).

2- اصطلاحا:

لا يختلف المعنى الاصطلاحي للسيمولوجيا عن المعنى اللغوي، حيث أنه يأخذ عنه ويستمد منه معناه، فالسيمائية تمثل العلاماتية مشتقة من كلمة علامات وتترجم في الدراسات التحليلية بمصطلح سيمولوجيا أو سيميوطيقا، وهي تحدد بكيفية معيارية وقياسية

1 - نجيم حناشي، مرجع سابق، ص 12.

2 - عواطف منصور، "الجسد/الصورة في الخطاب الإعلاني من خلال السيميائية البارثية"، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، العدد 1 تونس ، 2017 ص 14.

3- نجيم حناشي، المرجع نفسه، ص 13.

*سورة القلم : 16

*سورة آل عمران : 14

دلالة الإشارات والعلامات والرموز⁽¹⁾، بذلك يكون مفهومها الاصطلاحي العلم الخاص بالعلامات الذي يهدف لدراسة المعنى الخفي لكل نظام علاماتي لفظي أو غير لفظي باعتبارها نسقا من العلامات مثل الرسوم والصور وما إلى ذلك.

عرفها سعيد بنكراد* على أنها أداة لقراءة كل مظاهر السلوك الإنساني بدءا من الانفعالات البسيطة مرورا بالطقوس الاجتماعية وانتهاءً بالأنساق الإيديولوجية الكبرى⁽²⁾، وبذلك تقوم السيمولوجيا أو السيميائية على دراسة العلامات اللفظية وغير اللفظية في أبعادها الترتيبية والدلالية والتداولية، وتتجاوز اللغة لدراسة الأشكال الرمزية والعلاماتية. كما يمكن القول أن السيمولوجيا هي علما لإشارة الدالة مهما كان نوعها وأصلها، وهذا يعني أن النظام الكوني بكل ما فيه من رموز وإشارات هو نظام ذو دلالة، وهذا العلم يختص بدراسة بنية هذه الإشارات ووظائفها الداخلية والخارجية⁽³⁾.

يقصد بالدلائل اللغة وغيرها، لذلك يرى دي سوسير أن علم اللسان أو اللسانيات هي جزء من السيمولوجيا، غير أن رولان بارث يرى عكس، إذ يرى بأن السيمولوجيا تعد جزءا من اللسانيات، وحسبه أن السيمولوجيا تفتقد للمناهج التي أخذتها عن علم اللسان⁽⁴⁾. يعرفها جاكوبسون السيمولوجيا على أنها علم الإشارات العام الذي يشكل حقلًا لألسنية، أي علم الإشارات المنطوق أساسا⁽⁵⁾.

1- نجيم حناشي، مرجع سابق، ص 13.

2- سعيد بنكراد، السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها، الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية، سوريا، طبعة 3، 2012، ص 25.

3- شيقر نادية، سيميوطيقا الصورة البصرية الثابتة دراسة في الإعلان السياحي -جريدة السياحي أنموذجًا-، مذكرة نيل شهادة ماستر، تخصص اللسانيات والسياحة، قسم الآداب واللغة العربية، كلية الآداب واللغات، جامعة محمد خيضر، 2014، ص 11.

* سعيد بنكراد : باحث سيمولوجي مغربي، أستاذ سيميائيات بكلية الآداب بجامعة أكدال والمدير المسؤول لمجلة علامات المتخصصة في الدراسات السيميائية.

4- قدور عبد الله ثاني، مرجع سابق، ص 37

5- حامد مجيد الشطري، "الدلالة السيميائية للصورة الإعلانية"، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 16، الجزائر، ص 368

أما موان فإشار إلى أنها منهج من مناهج البحث، على غرار شارل بيرس الذي يقول عن السيمولوجيا أنها نظرية شبه ضرورية أو شكلية للعلامات(1).

بيير غيرو - أحد أساتذة جامعة نيس الفرنسية- عرف السيمولوجيا بأنها العلم الذي يهتم بدراسة أنظمة العلامات، اللغات، أنظمة الإشارات والتعليمات..الخ(2)، وهذا التحديد يجعل اللغة جزءا من السيمولوجيا، أما أمبيرتو إيكو عرفها : السيمولوجيا هي كل ما يمكن اعتباره إشارة، ويهتم السيميائيون بكيفية صناعة المعنى وتمثيل الواقع(3).

3- إشكالية المصطلح:

يستعمل في الحقل العلمي أكثر من مصطلح للإشارة لعلم العلامات وهي: سيمولوجيا سيميائية وسميوطيقا على سبيل الترادف، مع ذلك فقد فرق بعض العلماء بين هذه المصطلحات من حيث المفهوم والاستخدام العلمي، فبالنسبة للأمريكي شارل بيرس السيميائيات هي اسم اخر للمنطق: النظرية الصورية للعلامات(4)، وشارلموريس* اعتبرها علما من بين العلوم: علم العلامات، وفي الوقت نفسه أداة لفهم العلوم(5). نجد أيضا أن معجم هاشتي قد فرق بين المصطلحات الثلاثة كما يلي عرف السيمولوجيا على أنها علم يدرس العلامات وأنساقتها داخل المجتمع، وحدد مفهوم السميوطيقا على كونها النظرية العامة للعلامات والأنظمة اللسانية وغير اللسانية، في حين قدم تعريفا للسيميائية على أنها دراسة اللغة من زاوية الدلالة(6).

1 - قدور عبد الله ثاني، المرجع نفسه، ص 37.

2- عبيدة صبطي ونجيب بخوش، مرجع سابق، ص 9.

3- حامد مجيد الشطري، المرجع نفسه، ص 368.

4- قدور عبد الله ثاني، مرجع سابق، ص 98.

5- المرجع نفسه، ص 99.

6 - حامد مجيد الشطري، "الدلالة السيميائية للصورة الإعلانية"، مرجع سابق، ص 322.

كما قامت أيضا اللجنة الدولية التي أنشأت الجمعية الدولية للسيمياتيات سنة 1979 بتقديم تعريفات للمصطلحات حسب ما: إن السيميوطيقا مصطلح يغطي معنى اللفظين معا سيمولوجيا وسيمياتيات(1).

في فرنسا غالبا ما يستعمل مصطلح سيمياتيات بالمعنى العام أي للتعبير عن السيمياتيات العامة في حين يستعمل مصطلح سيمولوجيا للدلالة على السيمياتيات الخاصة (سيمولوجيا الصورة أو سيمولوجيا الإشهار مثلا)، حدد غريماس* الفرق بين المصطلحين في الفرنسية حيث جعل السيميوطيقا تحيل إلى دراسة أنظمة العلامات المختلفة (اللغة، الصور، الألوان وغيرها)، أما السيمولوجيا فهي الهيكل النظري لعلم العلامات بصفة عامة دون تخصص(2).

مع ذلك لا زال السيميائيون لم يحددوا فرقا واضحا بين هذه المصطلحات، وما زالوا يستعملونها بشكل مترادف حتى الآن، حيث أن كلا من مصطلح سيمولوجيا وسيميوطيقا يشتركان في الشطر الأول وهي كلمة سيميو وتعني علامة ويختلفان في الشطر الثاني فنجد في المصطلح الأول لوجي من لوجوس وسبق وذكرنا ان معناها علم وفي المصطلح الآخر نجد اللاحقة "تيك" التي تضاف عادة لما يكون شبه ديداكتيكية تعليمية.

يتبين لنا من خلال الدراسات والأبحاث العلمية أن الباحثين والسيمياتيين يستعملون المصطلحات الثلاثة للتعبير أو الدلالة على علم الإشارات أو علم العلامات، كل حسب لغته وثقافته فمصطلح سيمولوجيا يستعمل في الثقافة الفرنكوفونية بعدما قدمه عالم اللسانيات السويسري بهذا المفهوم لأول مرة، يقابله في الثقافة الأنجلوساكسونية مصطلح سيميوطيقا الذي عبّر به الأمريكي بورس عن هذا العلم، أما العرب فيتداولون مصطلح سيمياتية نسبة لكلمة سيمياء (علامة) أو سيماء الضاربة في عمق اللغة العربية.

¹ - جان كلود دومينجوز، "المقاربة السيمولوجية"، ترجمة جمال بلعربي، مجلة البحوث السيمياتية، الجزائر، العدد 4، 2007، ص 40.

² - قدور عبد الله ثاني، المرجع نفسه، ص 98.

ثانيا: نشأة السيمولوجيا وتطورها:

إن الاهتمام السيمولوجي قد يفيد الحياة البشرية فالمصطلح عرف بداية إدراك الإنسان الأولي لمحيطه ورغبته في التواصل مع مفرداته الخاصة والعامة، أما السيمولوجيا كعلم فلم يعرف إلا حديثا أواخر القرن التاسع عشر ويعود الفضل في ذلك لكل من السويسري فريدينان دي سوسير، والأمريكي ساندرس بورس، اللذان كانا أول من أرسى قواعد هذا العلم ومن اهجه غير أنه قبل ذلك مر بمراحل تطور خلالها حتى صار علما قائما، وتلك المراحل كما يلي :

أ- **مرحلة الإغريق**: كان علم العلامات عند الإغريق مرتبطا بالطب، أطلق عليه لفظ سيميو وكان مرادفا للعلامة اللسانية حيث تدل على الأعراض المرضية أو المسماة سيمبتموم، كان هدف هذا العلم تأويلا لأعراض المرضية، فباللغة الأفلاطونية نجد مصطلح سيميو طبقا إلى جانبنا لنحو ممتدا من البلاغة ومندمجا مع الفلسفة أو فن التفكير، ويبدو أنه دفال سيميو طبقا الأفلاطونية لميكنسوى تصنيف علامات الفكر(1).

أما أرسطو فقد جعل فرقا بين العلامة اللسانية و سيميو وحسبها بأن العلامة اللسانية تفتقر للقدرة على الاستدلال عكس سيميو، ابتداء التفكير السيميائي عندهم نخلا لإشارته إلى أن الإنسان قد تحرر من الدنيا الحيوانية وسما بفكره حينما لجأ لاستعمال اللغة والترميز(2).

ب- **مرحلة الرواقيين***: وهي مرحلة تطورت فيها السيميائية أكثر، حيث يعتبر الرواقي ونأول من قال أن العلامة دال ومدلول، ولم يقتصر وافي وصفا لعلامات على العلامات اللفظية فقط، وإنما تعدوا ذلك إلى مختلف العلامات في مناحي الحياة الاجتماعية، وقد ميزوا بين ثلاثة عناصر فوجود العلامة هي مضمون العلامة، العلامة وما هو موجود في الواقع فعليا(3).

1 - برنار توسان، مرجع سبق ذكره، ص 37.

2- نجيم حناشي، مرجع سبق ذكره، ص 191.

3- عبيدة صبطي ونجيب بخوش، مدخل إلى السيمولوجيا، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص 10.

ج- **مرحلة القديس أوغسطين**** : أكد أوغسطين على إطار الاتصال والتواصل والتوصيل عند معالجة موضوع العلامة، حيث شكل تساؤله: ماذا يعني أن نفسر ونأول؟ نظرية التأويلا لنصي، لذلك يعتبر أول من وضعا لأكبر لاستتطاق الغرب للعلامات، وقد أولى أوغستين اهتماما بالإشارة ورأى أنها تتكون من دال ومدلول ذهني ودعا لوجوب التركيز على قطبي التواصل مرسل متلقي عند استعمال الكلام أو الإشارة(2).

صنفا لإشارة حسب رؤيته كما يلي: وفقا لطريقة الإشارة مثلا لصوت أو الحركة، وفق الأصل الإشارة، وفق الوضع الإشارة الاجتماعي إما طبيعية أو وضعية، وفقا لطبيعة العلاقة الرمزية إما حقيقية أو مجازية(3).

د- **مرحلة العصور الوسطى** : تميزت بكونها فترة التأمل في العلامات واللغة على يد أعلا مفي الفكر السيميائي أمثال بيكونو أبيلاروسكوت، وهذا الأخير كان لها لأثر في سيميائية بورس فيما بعد(4)، همشت هذه المرحلة عند غالب السيميائي رغم تطور نظرية العلامة فيها تطورا ملحوظا، حيث كشفت عن معالم منهجية السيميائية واكتسبت العلامة فيها طابعا، وبذلك صار لزاما أن يكون للعلامة اللسانية موضوع محدد واضح لتكون دالة(5).

هـ- **مرحلة جون لوك** : بدأت هذه المرحلة أوائل القرن السابع عشر، وقد تميزت بتعدد أنشطة المفكرين في إرساء معالم نظرية العلامات والإشارات والذين كان من أبرزهم جون لوك الذي ألف كتابا بعنوان: "مقال في الفهم البشري" سنة 1960، قسمه لثلاثة أقسام كان ثالثها تحت عنوان "السيمولوجيا" وقصد به ذلك العلم الذي يهتم بدراسة الوسائط والطرق

• الرواقيون : مجموعات كنعانية الأصل، انتقلت إلى أثينا من إفريقية، أصحاب الفلسفة الرواقية (300 ق.م) يؤمنون بأن جميع البشر إخوة.

1- عبيدة صبطي ونجيب بخوش، المرجع نفسه، ص 10.

2- نجيم حناشي، المرجع السابق، ص 173.

3- نجيم حناشي، المرجع نفسه، ص 174.

**أوغسطين : كاتب وفيلسوف نوميدي لاتيني، ولد بمدينة طاغاست (سوق أهراس حاليا)

4- عبيدة صبطي، نجيب بخوش، مرجع سبق ذكره، ص 10.

5- نجيم حناشي، المرجع السابق، ص 175.

التي يحصل من خلالها على معرفة نظام الفلسفة والمنطق و الأخلاق وتنشيط معرفتهما، كما يعود له الفضل في إدخال هذا المصطلح إلى الفكر الفلسفي(1).

و- مرحلة ولادة علم السيمولوجيا: هي المرحلة التي تشكلت فيها مناهج نظريا تعلم السيمولوجيا مطلع القرن العشرين، كان من أهم منظريها عالم اللسانيات دي سوسبير والفيلسوف بورس، إذ دعا كلاهما حقيقي هذا العلم غير أنكلا منهما أطلق عليها سما مختلفا عن الآخر، فسا هوسبير "سيمولوجيا"، وبورس أطلق عليه "سميوطيقا"، ساهم في زيادة الاهتمام بالسيمولوجيا انتشار الأبحاث اللسانية والتيار البنيوي خلال القرن الماضي.

تجلت في هذه المرحلة نظرية السيمولوجيا ومنهجها اللغوي النقدي والتحليلي فيما بعد بأسس صحيحة وخطوات منهجية سليمة. حيث تمثلت السيميائية للبحث عن أنماط العلامات، تصنيفاتها وحدودها(2)، برزت في هذه الفترة جوليا كريستيفا** * وبحثت في لغة التواصل المباشرة، كما شاركت في تأسيس مجلة عنيت باللسانيات والسيميائيات، وتعدت آنذاك الأنساق السيميائية إلى نماذج كثيرة مثل لغة المسرح، الإيماءات، أنماط الخطابات، التصوير، الرسم والعمارة وغير ذلك(3)، وبذلك كانت السيمولوجيا علما عاما يدرس الأنساق اللفظية وغير اللفظية.

جاء بعدها رولان بارث الذي كان تلميذ سوسبير، وكان خير من مثلا لمنهج السيمولوجي، رأى أن البحث السيمولوجي هو دراسة للأنظمة والأنساق الدالة وجميعا لأشكال الرمزية والأنظمة اللغوية، وعليه يجب تطبيق المقاييس اللسانية على الوقائع غير اللفظية إلى جانب اللفظية، وبذلك أكد على وجود أنساق غير لفظية حيث التواصل غير إرادي و لكن البعد الدلالي موجود(4)، من كل ذلك يتبين لنا ان السيمولوجيا ما هي إلا

1- نجيم حناشي، المرجع السابق ، ص 185.

2 - نجيم حناشي، المرجع نفسه، ص 187.

3- عبيدة صبطي ، نجيب بخوش، مرجع سبق ذكره، ص 13.

4- نجيم حناشي، المرجع نفسه، ص 177.

تتويج لاهتماما تقديمية، كما يمكن القول أنها امتداد من البلاغة والفلسفة لتصبح علما قائما بفضل سوسيير وبيرس ومن جاء بعدهم.

ثالثا : مدارس السيمولوجيا واتجاهاتها :

1- مدارس السيمولوجيا :

أ- **المدرسة الأمريكية :** ممثلة بسان درس بيرس يطلق على السيميائية في المدرسة الأمريكية مصطلح سيميوطيقا، أو تبعا لبيرسرايد هذه المدرسة الأول السيميائية علما لإشارة، وهو يضم جميع العلوم الإنسانية والعلوم الطبيعية حيث أنه يقول: " ليس باستطاعتي أن أدرس أي شيء في هذا الكون كالرياضيات، الأخلاق أو علم النفس إلا على أنه نظام سيميائي⁽¹⁾، فحسبه السيميائية هي الإطار المرجعي لأي ممارسة فكرية وقدم نظرية عامة في العلامات تؤكد على الوظيفة المنطقية للعلامة ويقول حول ذلك أن المنطق عموما هو ليس إلا كلمة أخرى للسيميوطيقا⁽²⁾، يمكن اعتبار سيميوطيقا بورس بحث رمزي موسع، ذات وظيفة منطقية فلسفية.

عرف بورس العلامة أو الدليل على أنها تمثيل لشيء ما وهي متعددة الأوجه، قسمها

إلى ثلاثة أنواع هي :

* **الأيقونة:** علامة تحيل إلى الشيء الذي تشير إليه بفضل صفات تمتلكها، خاصة بها دون غيرها، وترتكز على مبدأ التشابه بين الدال والمدلول مثل الرسم أو الصورة الفوتوغرافية⁽³⁾، ونجد ثلاثة أنواع للأيقونة هي: الصورة الرسم البياني و الاستعارة⁽⁴⁾.

1 - قدور عبد الله ثاني، المرجع السابق، ص 82.

2- عذيري فاطمة الزهراء، إجراءات التحليل السيمولوجي عند صلاح فضل من خلال كتابه: "شفرات النص"، دراسة سيمولوجية في شعرية القص والقصيد"، مذكرة نيل شهادة ماستر، تخصص نقد أدبي حديث، قسم اللغة والأدب العربي، كلية الآداب واللغات، جامعة المسيلة محمد بوضياف، 2017، ص 67.

3- صالح علي مسعود قحطوص، "سيميائية الخطاب البصري"، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد 3، ليبيا، ص 73

4- سيزا قاسم وتصر حامد أبو زيد، مدخل إلى السيميوطيقا، دار إلياس العصرية، القاهرة، مصر، 1976، ص 142.

* **المؤشر:** هو ما يتناسب مع الدلائل الطبيعية وقد يكون لأغراض الاتصال والإشارة المتعددة، فالعلامات الطبيعية عند بيرس كالضحك مثلا مؤثر السعادة، أما الإشارة اللغوية هي ما تتلخص في توجيه المخاطبين إلى ما يجب الالتفات إليه⁽¹⁾.

* **الرمز:** عند بورس هو علامة تحيل إلى الشيء الذي يشير إليه بفضل قانون غالبا ما يقدمه على التداعي بين أفكار عامة، فالرمز اعتباطي بحيث لا تكون هناك علاقة تجاور أو صلة فيزيقية بين الدال والمدلول⁽²⁾، ومثال ذلك الميزان الذي يرمز للعدل.

ب- **المدرسة الفرنسية:** وأهم روادها ويعتبر مؤسسها دي سوسير، أول من وضع السيمولوجيا كعلم يعنى بالدلائل، وقد نشأت في كنف اللسانيات ونظرية المعرفة، أعلن دي سوسير منذ القرن الماضي الحاجة لتأسيس علم جديد اقترحه اسم السيمولوجيا، حيث قال: "يمكننا تصور علم جديد يدرس حياة الدلائل داخل الحياة الاجتماعية ... سوف نسمي هذا العلم بالسيمولوجيا، ومن شأنه أن يطلعنا على كافة الدلائل والقوانين التي تحكمها ... واللسانيات ليست سوى فرع من هذا العلم.

وقد ساعد ليعلنى بالمستوى البراغماتيل لسيمولوجيا أي فاعلية العلامة وتوظيفها في الحياة العملية وعمليات الاتصال ونقل المعلومات، إن هدف السيمولوجيا الأول عند المدرسة الفرنسية هو اكتشاف المدلولات واختراعها، فالمقاربة السيمولوجية هي تحليل المدلولات، وقد قدم بول فابر وبايلون كريستيان تصنيفا أكاديميا للدليل في شكل ثنائيتين هما:

* **ثنائية القرينة والإشارة:** تتجسد القرينة في⁽³⁾:

أ- **اللغة:** في اللغة العربية مثلا القرينة هي ما يصاحب الكلام ويدل على المراد به، تعطي اللفظ مدلولاً إضافياً مثل أدوات التعريف وأدوات التتوين وغيرها.

1- صالح علي مسعود قحطوص، المرجع السابق، ص 73.

2- سيزا قاسم ونصر حامد أبو زيد، المرجع السابق، ص 142.

3- عبدة صبطي، نجيب بخوش، المرجع السابق، ص ص 91-92-93.

ب- البلاغة: مثل المجاز اللغوي، القرينة في هذه الحالة هي الاستعارة وقد تكون لفظية أو حالية.

ج- القانون: هي قرائن قانونية غير مباشرة يستخلص منها القاضي الحقيقة القانونية.

د- السيمولوجيا: القرينة تكون واقعة يمكن إدراكها فورا وتعرفنا على واقعة أخرى غير مذكورة، مثلا السماء الغائمة تعني المطر.

أما الإشارة تتمثل في :

أ- إشارة دلالية: هي إشارة تحمل رسالة وتدل على شيء، إلا أن وظيفتها الأساسية تكمن في الدور الذي أنشأت لأجله¹ المسجد مثلا أقيم لأجل الصلاة، إلا أن هندسته المعمارية بمثابة بصمة ثقافية لحضارة ما.

ب- إشارة اتصالية : إشارات وضعت أساسا لحمل رسالة أو نقل خبر⁽²⁾، مثل إشارات المرور أو الطرقات.

2- اتجاهات السيمولوجيا : نظرا لتعدد الدارسين والمنظرين لعلم السيمولوجيا وتعدد اختصاصاتهم وحقولهم المعرفية من لسانيات وفلسفة ومنطق وغيرها، تعددت أساليب دراستهم لهذا العلم ومناهج عملهم كل حسب مجاله وبالتالي ظهرت اتجاهات مختلفة للسيمولوجيا حسب ما يلي :

أ- سيمولوجيا الدلالة :

يمثل رواد المدرسة الفرنسية هذا الاتجاه وأهمهم رولان بارث الذي أولى اهتماما كبيرا للدلالة، وجعل عدة حقول معرفية ومجالات ترجع أساسا إلى الدلالة مثل علم النفس، النقد

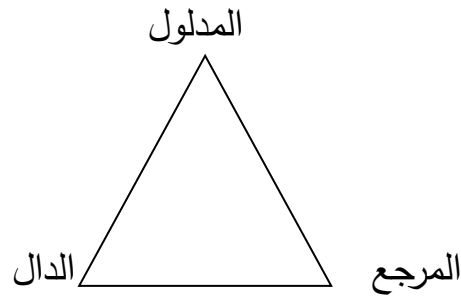
¹- قدور عبد الله ثاني، المرجع السابق، ص 90.

²- عبد الواحد لمرايط، السيميائية العامة وسيميائية الأدب -من أجل تصور شامل-، منشورات مشروع البحث النقدي ونظرية الترجمة، المغرب، طبعة 1، 2005، ص 68.

اللغوي .. وغيرها⁽¹⁾، يتجه أصحاب هذا الاتجاه لدراسة جميع الأنظمة الدالة على غرار الأنظمة العلاماتية بين البشر، حيث يرون أن العلامة وحدة ثنائية تتألف من دال ومدلول، أي هناك علامتين إحداها لسانية والأخرى سيميائية، لا تفهم إحداها إلا بفهم طبيعة الأخرى⁽²⁾. تتوزع عناصر الاتجاه السيمولوجي الدلالي على أربع ثنائيات مستقاة من الألسنة البنيوية* وهي : اللغة/الكلام، الدال/المدلول، المركب/النظام، التقرير/الإيحاء⁽³⁾.

تعنى سيمولوجيا الدلالة بدراسة الوقائع من حيث كونها ذات دلالة ومعنى، ويرى بارث- أهم من مثل هذا الاتجاه- أن الصور والسلوكيات تقوم على اللغة وهي غير مستقلة، إذ أن كل نظام دلالي يمتزج، فالماهيات البصرية من سينما وملصقات وصور صحفية تعضد دلالتها عن طريق اقترانها برسالة لفظية لسانية⁽⁴⁾، فاللغة حسبها إذا هي ما يحقق للوجود الإنساني عالم المدلولات وتدعم الاتصال والتواصل.

ب- سيمولوجيا الثقافة : تمخض هذا الاتجاه عن الأعمال المنهجية لجماعة "موسكو تارتو" عام 1962 والتي ضمت كلا من (لوتمان، إيفانوف، بوريف، لاندي وغيرهم) وقالوا أن العلامة تتألف من وحدة ثلاثية المبنى الدال والمدلول والمرجع أو الموضوع⁽⁵⁾.



1- عذيري فاطمة الزهراء، إجراءات التحليل السيمولوجي عند صلاح فضل من خلال كتابه : "شفرات النص" دراسة سيمولوجية في شعرية القص والقصيد"، مذكرة نيل شهادة ماستر، تخصص نقد أدبي حديث، قسم اللغة والأدب العربي، كلية الآداب واللغات، جامعة المسيلة محمد بوضياف، 2019، ص 29.

2- نجيم حناشي، المرجع السابق، ص 87.

3- عبدة صبطي ونجيب بخوش، المرجع السابق، ص 27.

4- عبدة صبطي ونجيب بخوش، المرجع نفسه، ص 28.

5- كمال جدي، المصطلحات السيميائية السردية في الخطاب النقدي عند رشيد بن مالك، مذكرة نيل شهادة ماجستير، تخصص نقد عربي ومصطلحاته، كلية الآداب واللغات، جامعة ورقلة قاصدي مبراح، 2012، ص 27.

استفاد أنصار هذا الاتجاه من الفلسفة الماركسية، وحسبهم ليس للعلامة دلالة إلا من خلال وضعها في إطار ثقافي، كما يبحثون في العلاقات التي تربط بينها داخل الثقافة الواحدة⁽¹⁾، يولي أصحاب هذا الاتجاه عناية خاصة للثقافة كونها الإطار الأصلي لعموم السلوك الإنساني، وأيضا فإنهم يربطون بين السلوك وبين إنتاج العلامات واستخدامها.

يؤكد أنصار هذا الاتجاه أن البشر يودعون في لغتهم نظرتهم للعالم وفق أنظمة في شكل تصور ذهني، كما يضيفون أن العلامة تكتسب دلالتها عند وضعها في إطار الثقافة ويعتبرون النص رسالة تثبت باللغة وتحمل معنى متكاملًا : رسم، عمل فني، موسيقى.. الخ⁽²⁾، حيث قدموا مقالة تحت عنوان نظريات حول الدراسة السيميوطيقية للثقافات، أبرز ما جاء فيها : من الممكن تشكيل ثقافات عديدة ذات وحدة بنائية من منظور سياقي أوسع، أيضا يمكن اعتبار الثقافة مجموعة من الأنظمة السيميائية الخاصة⁽³⁾.

ج- سيميولوجيا التواصل : يقوم هذا الاتجاه على القول بأن للعلامة وظيفة تواصلية إيلاعية، كما ويؤكدون على ضرورة الرجوع إلى الفكرة السوسيرية القائلة بالطبيعة الاجتماعية للعلامات⁽⁴⁾، أبرز أنصار هذا الاتجاه هم "بويسنس، برييتو.." وغيرهم ممن ساهم في مجالي السيميولوجيا والاتصال. حسبهم أن العلامة تتشكل من وحدة ثلاثية المبنى هي الدال والمدلول والقصد⁽⁵⁾، نظرا لارتباط هذا الاتجاه بعلوم الاتصال، تطرقنا للحديث عنه في المبحث الثاني بشكل أكثر تفصيلا.

1- علوي أحمد الملجمي، "السيميائيات الحديثة : الأصول والإمتدادات"، مجلة سيميائيات، العدد 1، اليمن، 2021، ص 44.

2- كمال جدي، المرجع السابق، ص 28.

3- عذيري فاطمة الزهراء، المرجع السابق، ص 30.

4- عبد الواحد لمرايط، المرجع السابق، ص 61.

5- عذيري فاطمة الزهراء، المرجع السابق، ص 38.

المبحث الثاني: سيمولوجيا التواصل

1- سيمولوجية التواصل:

1-1 - مفهوم سيمولوجيا التواصل : تتعلق سيمولوجيا التواصل بدراسة العلامات من منظور اتصالي أي العلاقة الاتصالية ما بين الباث والمتلقي، وتعنى بالاتصال اللفظي وغير اللفظي على حد سواء، إذا ما جئنا للحديث عن مفهوم سيمولوجيا التواصل نجد أن الكلمة مكونة من كلمتين هما سيمولوجيا واتصال، أما سيمولوجيا فسبق أن عرفناها لغة واصطلاحا (انظر المبحث الأول من الفصل الأول) وبالنسبة للتواصل :

1- تعريف التواصل :

أ- لغة : يفيد التواصل في اللغة العربية معنى الاقتران، الاتصال، الصلة والترابط، الالتئام والإبلاغ، والانتهاة والإعلام، أما في اللغة الأجنبية تعني إقامة علاقة وتراسل وترابط وإرسال وتبادل وإخبار وإعلام⁽¹⁾.

ب- اصطلاحا: عملية تفاعل بين مرسل ومستقبل في مضامين اجتماعية معينة، يتم فيها نقل الأفكار والمعلومات بين الأفراد عن قضية أو معنى، فهو يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء⁽²⁾، أو هو الميكانيزم الذي بواسطته توجد العلاقات الإنسانية وتتطور، يتضمن رموز الذهن ووسائل التبليغ، كما يتضمن تعابير الوجه وهيئات الجسم والحركات، نبرة الصوت والكلمات والكتابات والمطبوعات والتلغراف.. الخ⁽³⁾.

وعليه :

¹- جميل حمداوي، المرجع السابق، ص 60.

²- حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد، المرجع السابق، ص 34.

³- جميل حمداوي، المرجع السابق، ص 61.

سيمولوجيا التواصل أو الإتصال : هي دراسة أو منهج تحليلي يستخدم لفهم العلامات وتفسيرها في العملية الاتصالية، أو هو منهج يفهم الاتصال على أنه إشكالية سيمولوجية كعملية تفاعلية مكونة من أنظمة مفتوحة عن طريق تدفق المعلومات(1).

تعتبر السيمولوجيا علما مهما في دراسة الاتصال حيث أن العلامات والأمارات هي الأساس لجميع أشكال الاتصال والتواصل، دي سوسير يرى مثلا أن العلامة هي حركة يقصد بها الاتصال بشخص ما وإعلامه، حسب رومان جاك وبسلف الاتصال يستند إلى ستة عناصر أساسية: هي المرسل، المرسل إليه، الرسالة، القناة أو الوسيلة، المرجع أو الموضوع، وأخيرا اللغة وهي ما يشكل العملية الاتصالية(2).

تتشكل العلامة في سيمولوجيا الإتصال من وحدة ثلاثية المبنى هي الدال والمدلول والقصد، إذ يقوم هذا الاتجاه على القول بالوظيفة التواصلية البلاغية للعلامة.

يقسم الاتصال في السيمولوجيا إلى محورين أو فرعين هما:

• اتصال لفظي: يتم عبر الفعل الكلامي والتبادل الحوارية(3).

• اتصال غير لفظي: يعتمد على أنظمة غير لغوية(4)، تصنف كما يلي :

➤ أنظمة إشارية نسقية : تتميز بديمومة العلامات وثباتها مثل إشارات المرور .

➤ أنظمة إشارية لانسقية: تتسم فيها العلامات بعدم الثبات، أي أنها تكون مؤقتة أو

محددة زمنيا مثل الملصقات الدعائية أو الإعلامية.

➤ أنظمة إشارية : تقوم على العلاقة بين المؤشر والمضمون وشكله، على سبيل

المثال الشعارات على واجهات المحلات، تنطلق العلامة في سيمولوجيا الاتصال من

¹– Irene Machado and Vinicius Romanini, semiotics of communication: from semiosis of nature to culture, Biosemiotics magazine, Sao Paulo university,2012

²– غمثنى بن عمر، مرجع سبق ذكره، ص ص 73.

³– إيريك بويسنس، السيمولوجيا والتواصل، ترجمة جواد بنيس، رؤية للنشر والتوزيع، القاهرة، طبعة 2، 2017، ص 80.

⁴ – إيريك بويسنس، المرجع نفسه، ص 81.

توافق الدال والمدلول وتصنف فيها إلى: إشارة وذلك مثل أعراض المرض والبصمات،
والمؤشر والرمز والإيقونة.

1-2- نشأة سيمولوجيا التواصل : تعد سيمولوجيا التواصل أو سيمولوجيا الاتصال فرعا من فروع السيمولوجيا أو اتجاها انبثق عنها، وقد كان ميلادها مع إيريك بويسنس سنة ١٩٤٣ الذي نشر كتاب " اللغات والخطابات، محاولة في اللسانيات الوظيفية في إطار السيمولوجيا"، وقد أعيد النظر في الكتاب ونشر مجددا سنة ١٩٦٧ تحت عنوان "التواصل والتعبير اللساني" المطبوعات الجامعية ببروكسل⁽¹⁾، كان بويسنس على رأس قائمة الدارسين الاتصال الذين من بينهم جورج موانان، كرايس، برييتو ومارتيني وغيرهم، كلهم ساهم في تحديد هذا الفرع ووضع مبادئه، يقوم على دراسة الاتصال وأساليبه وطرقه أي الوسائل المستخدمة للتأثير على الغير، حيث يؤكد موانان: " لا يمكن أبدا أن يكون هناك مسار سيمولوجي بدون علم أحد الطرفين يقصد الباحث والمتلقي"⁽²⁾.

لقد حصر علماء سيمولوجيا التواصل دراسة الأنساق في العلامات التي لها وظيفة تواصلية، فالاتصال في نظرهم هو وحده ما يؤلف موضوع السيمولوجيا وحدودها⁽³⁾، والوظيفة التواصلية لا تختص بالرسالة اللسانية فقط، بل توجد في أنظمة غير لسانية أخرى، كالإعلانات، الشعارات، الخرائط، اللافتات، الملصقات، المجلات، النصوص المكتوبة، والبيانات، كل ذلك يشكل علامات ومضامينها رسائل أو مرسلات، يمكن تقسيم التواصل السيميائي إلى قسمين هما:

¹- غمشي بن عمر، سيمولوجيا الاتصال في الخطاب الديني -قصص الأنبياء في القرآن الكريم أنموذجا- ، أطروحة نيل شهادة الدكتوراه، تخصص إعلام واتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 2011، ص 8.

²- لواتي ربيعة، "سيمولوجيا التواصل -قراءة في علاقة السيميائيات بالأنساق والأنظمة التواصلية"-، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 2، الجزائر، 2019، ص 71.

³- غمشي بن عمر، المرجع السابق، ص 8

• **سيمولوجيا التواصل اللفظي** : ذهب مجموعة من السيمولوجيين إلى أن اللغة وظيفتها الاتصال والتواصل، و يرى دي سوسير في كتابه "محاضرات في اللسانيات" الذي كتبه سنة 1916 أن اللغة نسق من العلامات والإشارات هدفها الاتصال والتواصل خاصة أثناء اتحاد الدال مع المدلول أو تقاطع الصورة السمعية مع المفهوم الذهني⁽¹⁾.

ويرى مارتيني اللغة على أنها تم فصل مزدوج وظيفتها التواصل مما يعني أن اللغة تنقسم إلى كلمات وأصوات ومقاطع صرفية⁽²⁾، أما جاك وبسن فيذهب إلى أن اللغة ذات بعد وظيفي لها مرسل وظيفته انفعالية، مرسل إليه وظيفته تأثيرية، الرسالة وظيفتها جمالية المرجع ووظيفته مرجعية، والقناة ذات وظيفة حفاظية وأخيرا اللغة ووظيفته وصفية⁽³⁾.

هناك من يضيف وظيفة أخرى هي الوظيفة الإيقونة وكل أولئك يرون أن اللغة تؤدي وظيفة الاتصال الشفاف بين طرفي العملية الاتصالية على عكس الذي يرى أن اللغة قد تكون لغة إضمار وإخفاء وغموض للتمويه والتخفية وإخفاء النوايا والمقاصد⁽⁴⁾، ويكون ذلك ناتجا عن أسباب دينية واجتماعية ونفسية وسياسية وأخلاقية.

• **سيمولوجيا التواصل غير اللفظي** : تقوم الأداة البصرية بدور أساسي في الاتصال على أساس أن فعل الاتصال بين المرسل والمرسل إليه لا يوظف نسقا منطوقا فحسب.

يستعمل الاتصال نظاما من الحركات والإشارات والإيماءات التي تتدرج تحت تسمية الاتصال غير اللفظي وتستعمل هذه اللفظة للدلالة على الحركات وتوجيهات الجسم وعلى خصوصيات جسدية واصطناعية بل وعلى كيفية تنظيم الأشياء التي بفضلها تبلغ المعلومات.

يساعدنا التواصل المرئي على تحديد ما يلي :

1 - لواتي ربيعة، المرجع السابق، ص 71.

2- تريكي حمزة، "الخطوات المنهجية في التحليل السيمولوجي للأعمال الفنية المعاصرة"، مجلة سيميائيات، العدد 1، الجزائر، 2021، ص 190.

3- لواتي ربيعة، المرجع السابق، ص 71.

4- تريكي حمزة، المرجع السابق، ص 191.

- الخطاب اللفظي اللغوي واعتناء وغناء الرسالة بتدعيمها بالحركات لضمان استمرارية العملية الاتصالية.
- معرفة المؤشرات الدالة على الانفعالات والعلاقات الوجدانية بين الباث والمتلقي كما حددها هاريسون عناصر تتصل بالاتصال غير اللفظي حصرها في كل من :
 - التعابير والحركات والملاحم وتمثل شفرة الإنجاز.
 - العلامات الثقافية كطريقة اللباس وتمثل الشفرة الاصطناعية
 - استعمال المجال والديكورات وتمثل الشفرة السياقية .
 - الآثار والألوان مثل نظام إشارات المرور تمثل الشفرة الوسيطة⁽¹⁾.

لقد حظي الاتصال غير اللفظي مؤخرًا باهتمام كبير من الدارسين مع تطور أساليب ووسائل الاتصال، والسيميوطيقا وعلم النفس الاجتماعي وتزايد الإهتمام، وتتضمن علاماته غير اللفظية: اللمسية والشمية، العلامات الإشارية أو الإيمائية، العلامات البصرية أو الإيقونية.

2- رواد سيمولوجيا التواصل :

تأسست سيمولوجيا التواصل خلال الحرب العالمية الثانية وذلك راجع لنتامي مراكز عديدة لدراسة الاتصال، وكان لعدة علماء وسيمولوجيين فضل في ذلك، أهمهم :

2-1- إيريك بويسنس (1910-2000) لغوي وسيمولوجي، كان ميلاد سيمولوجيا التواصل على يديه أين نشر كتابه سنة 1943 "اللغات والخطابات، محاولة في اللسانيات الوظيفية في إطار السيمولوجيا" أعاد نشره سنة 1967 بعنوان "التواصل والتعبير اللساني"، وقد عرف سيمولوجيا التواصل على أنها دراسة طرق التواصل أي دراسة الوسائل المستعملة للتأثير على الغير⁽²⁾، والسيمولوجيا لدى بويسنس تهتم بحالات الوعي لدى المستقبل والمرسل معا فالوظيفة الأساسية للغة هي الاتصال، التبليغ والإقناع والتأثير في الغير.

¹- لواتي ربيعة، المرجع السابق، ص 72.

²- لواتي ربيعي، المرجع السابق، ص 70.

2-2- لويس خورخي برييتو (1926-1996): لسانياتي ولغوي أرجنتيني، عمل على تطبيق الاستبدال الصوتي في الدلالات، شغل منصب أستاذ بجامعة جنيف، يرى أن السيمولوجيا تدرس العلامات وأنساقها سواء كانت لفظية أو غير لفظية، يقول برييتو: "السيمولوجيا هي العلم الذي يبحث في أنظمة العلامات أيا كان مصدرها"⁽¹⁾، وموضوع العلامات عنده قائم على القصدية التواصلية.

يميز برييتو بين أمارات ثلاث في تصنيفه للدلائل اللغوية وأنظمة التواصل هي :

أ- الأمارات العفوية : هي وقائع ذات قصد مغير للإشارة تحمل إبلاغا عفويا وطبيعيا مثل لون السماء الذي ينبئ بحالة الطقس⁽²⁾.

ب- الأمارات العفوية المغلوطة : يراد بها إخفاء الدلالات التواصلية للغة كأن يستعمل متكلم ما لكنة لغوية ينتحل من خلالها شخصية أجنبية⁽³⁾.

ج- الأمارات القصدية : تهدف إلى تبليغ إرسالية ما، مثل علامات المرور، فكل خطاب لغوي أو غير لغوي يتجاوز الدلالة إلى الإبلاغ والقصدية الوظيفية⁽⁴⁾، في أمريكا مثلا من يرفع العلم الأحمر في الحملة الانتخابية للولايات المتحدة فهو يؤيد الحزب الجمهوري.

2-3- جورج مونان (1910-1993) : لغوي ومترجم فرنسي معاصر، ساهم في المجال اللغوي والسيمولوجي والاتصال، يعرف السيمولوجيا بأنها دراسة طرق التواصل على أنها دراسة طرق التواصل أو الوسائل المستخدمة للتأثير على الغير⁽⁵⁾، وقد حدد شرطين أساسيين لحصول عملية الاتصال هما :

- النية في الإبلاغ عند المرسل .

1- لواتي ربيعة، المرجع نفسه، ص 71.

2- جميل حمداوي، المرجع السابق، ص 53.

3- جميل حمداوي، المرجع نفسه، ص 54.

4- جميل حمداوي، المرجع نفسه، ص 55.

5- لواتي ربيعة، المرجع السابق، ص 70.

- اعتراف المتلقي بالرسالة المرسله إليه أي حصول الإدراك بعملية التلقي⁽¹⁾.
ومنه نستنتج أن موانع يعتبر العلامة مجرد أداة تواصلية تؤدي وظيفة التبليغ وتحمل قصداً تواصلياً. من مؤلفاته (مدخل إلى السيمولوجيا، التواصل الشعري.. الخ).

3- المقاربة السيمولوجية في علوم الاتصال

3-1- مفهوم المقاربة :

هي أساس نظري يتكون من مجموعة من المبادئ. يتأسس عليها البرنامج أو المنهاج، وبناء عليه فالمقاربة هي الطريقة التي يتناول بها الباحث أو الدارس موضوع بحثه أو دراسته⁽²⁾، إذا هي مجموع الأساليب والمبادئ المنهجية المستخدمة والمتبعة في الدراسات والبحوث. تعتمد المقاربة السيمولوجية على المنهج التحليلي السيمولوجي.

3-2- منهج التحليل السيمولوجي : هو مجموعة التقنيات والخطوات المستخدمة لوصف

وتحليل شيء باعتبار أن له دلالة في حد ذاته وبإقامته علاقات مع أطراف أخرى⁽³⁾، يهتم أساساً بالكشف عن العلاقات الداخلية لعناصر الرسالة الاتصالية الإعلامية لفظية أو غير لفظية، وإعادة تشكيل نظام الدلالة بأسلوب يتيح فهماً أفضل لوظيفة هذه الرسالة داخل النسق الثقافي.

يمثل التحليل السيمولوجي عند رولان بارث شكلاً من أشكال البحث الدقيق في المستويات العميقة للرسائل الإيقونية أو الألسنية على حد سواء⁽⁴⁾. أو هو شكل من أشكال البحث الدقيق في المستويات العميقة للرسائل الأيقونية واللسانية على حد سواء⁽⁵⁾.

1 - لواتي ربيعة، المرجع نفسه، ص71.

2- <http://sociology.com>, 15:15, 13.06.2021

3 - بلخيري رضوان، جابري سارة، "إشكالات تطبيق منهج التحليل السيمولوجي -دراسة تطبيقية في الأبعاد السوسيو ثقافية لصورة المرأة في الإعلانات التلفزيونية-"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 13، الجزائر، ص 488.

4 - بلخيري رضوان وجابري سارة، المرجع السابق، ص 489.

5- محمد الفاتح وسميرة سطوطاح، مناهج البحث في علوم الاتصال وطريقة إعداد البحوث، دار حامد للنشر والتوزيع ، الجزائر، طبعة 1، 2019، ص 155.

إذا التحليل السيميولوجي هو تلك التقنية التي تكشف عن معاني ودلالة العلامات في نفق ما والغوص في أخبار ما هو ظاهر لاكتشاف ما هو باطن ويركز على المحتوى الرمزي.

3-3- فائدة المقاربة السيميولوجية في علوم الاتصال :

تقدم المقاربة السيميولوجية الكثير للاتصال اللفظي وغير اللفظي سواء كان بصريا أو أيقونيا أو سمعيا أو غيره، إذ أنها تسمح بضبط الأشكال المتعددة للمعقول البشري، وتوفر بشكل خاص الوسائل النظرية والتطبيقية التي تسمح بتحليل الخطابات والرسائل الاتصالية⁽¹⁾، أما وسائل الإعلام الجماهيري تقوم بتحليل تجهيزاتها نفسها قبل كل شيء، وتسمح المناهج والوسائل المتوفرة داخل حقل السيميولوجيا بوصف الخطابات البصرية وشرحها وتسخير مضمونها الباطني، وبذلك فهم كيفية تشكيل إنتاج المعنى⁽²⁾، في وسائل الإعلام المطبوعة تبحث الدراسة السيميولوجية غالبا في الأيديولوجية وراء التغطية الإعلامية، كما يمكن الاستعانة في الدراسة السيميولوجية بتقنيات التحليل الكمية والنوعية⁽³⁾. التحليل السيميولوجي يمنحنا إمكانية أن نبين كيف أن الدلالة الإجمالية لرسالة اتصالية ما تبدو في الغالب للوهلة الأولى عادية، تنتج عن بناء يقوم على مشاركة في ترتيب تشكيلات دالة تجذب القارئ أو المشاهد على عدة مستويات، من جهة أخرى يمكن للمقاربة التحليلية السيميولوجية أن تسمح بإبراز طرق الإقناع التي تتضمنها كل ممارسة خطابية لغوية أو بصرية.

إن ما تقدمه السيميولوجيا في مجال علوم الاتصال في ضبط المقولات الأساسية للغة البصرية وتوضيح العمليات المستغلة في إنتاج المعنى بالغ الأهمية، لكن يمكن لها أن تعتبر

¹- جان كلود دومينجوز، المرجع السابق، ص 68.

²- جان كلود دومينجوز، المرجع نفسه، ص 69.

³- Ibrahim and Sulaiman, "semiotic communication: an approach of understanding a meaning in communication", international journal of media and communication research, volume 1 , 2020, page 28

كذلك واحدة من الوسائل التي تسمح للفرد أن يقيم مسافة بينه وبين وسائل الاتصال والخطابات التي تنقلها وممارسة سلوك نقدي حيالها.

خلاصة الفصل :

يتبين لنا مما سبق ذكره، أن السيمولوجيا علم يهتم بكشف الدلالات والمعاني العلاماتية والأيقونية والألسنية له ارتباطا مختلف الحقول المعرفية، إذ نجد أن له علاقة باللسانيات وعلوم اللغة، علم النفس الاجتماعي و علوم الاتصال.. الخ، لذلك تطورت على عدة مراحل ومع مختلف المنظرين والسيميائيين التابعين لمدارس متباينة، منهم من اعتبرها منهجا ومنهم من اعتبرها نظرية علمية تابعة لعلم اللسانيات، غير أن ذلك لا ينفي كونها اليوم علما قائما له مبادئ وأسس وقواعد علمية ينتهجها.

كما نستخلص أن سيمولوجيا التواصل ذات الوظيفة التواصلية والإبلاغية من خلال الربط بين الدال والمدلول والوظيفة القصدية، تهدف عبر علاماتها وأماراتها وإشاراتنا للإبلاغ والتأثير على الغير عن وعي أو دون وعي. و لها صلة مباشرة بالأنظمة والأنساق التواصلية اللفظية (كاللغة مثلا) وغير اللفظية (كلغة الإشارة أو الملصقات مثلا) على حد سواء.

الفصل الثاني: الملصقات

تمهيد:

تعتبر الملصقات من الفنون ذات الأهمية البالغة ووسيلة فعالة في مجال علوم الإعلام والاتصال، فهي تتميز بمزيج ومطابقة الرسومات والألوان والبيانات النصية حيث لا توجد قيود على كيفية تصميم الملصق بصرف النظر عن بعض القواعد الأساسية التي يجب إتباعها وله جاذبيته الخاصة وبالتالي الوصول إلى أكبر عدد من الجماهير وهنا نرى أن للملصق دور هام في جذب المتلقي وهذا سيخلق انطبعا جيدا في أذهان الجمهور والتأثير على مشاعره بغرض إقناعه فما هي الملصقات؟ وفيما تتمثل خصائصها وأنواعها وكيف يتم تصميمها؟.

المبحث الأول: ماهية الملصقات

1- مفهوم الملصقات

تعتبر الملصقات إحدى أبرز وسائل الإعلان التي يمكن توظيفها بشكل فعال في إيصال معلومات مهمة والتأثير والتغيير من سلوك الجمهور بطريقة بسيطة وجذابة، وهي عبارة عن مجموعة من الرموز والأشكال والإشارات وعبارات ذات دلالة محددة والتي تستخدمها العديد من المنظمات لتمييز منتجاتها عن المنتجات المشابهة والمنافسة⁽¹⁾، والتي تكون على شكل لوحات مصورة على صحائف كبيرة من الورق تلتصق داخل إطار خشبي أو معدني وتعلق على قوائم خاصة بذلك أو على جوانب الطريق أو المعارض...، وتعتمد في مشاهدتها على الضوء الصناعي الذي يخلل بعضها للشاهد البديلة⁽²⁾.

الملصق هو عبارة عن لافتة مدعمة بالصور والرسومات والرموز والأوان تلتصق على قطع خشبية أو كرتونية أو زجاجية مخصصة لنشر الإشارات توضع في أماكن التجمعات المختلفة مثل: دور الرياضة، أو محلات التسوق الكبرى، أو جدران الشوارع أو وسط الميادين الرئيسية التي تربط الشوارع معا هدفها الرئيسي إيصال فكرة معينة بشكل جذاب ولافت كما أنها وسيلة اتصالية تتجه إلى جمهور غير متجانس يشمل كلا الجنسين وبكافة الأعمار⁽³⁾.

¹ - كنزة قدراني، دور الملصق في الترويج للثقافة المحلية دراسة سيميائية لبعض ملصقات مؤسستي الثقافة والمكتبة العمومية مدينة أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، شهادة ماجستير، جامعة العربي بن المهدي، أم البواقي 2016-2017، ص26.

² - كنزة قدراني، المرجع نفسه، ص26.

³ - مهني عائشة، دور الملصق في التحسيس بالإعاقة السمعية تصميم ملصق اعلاني، تصميم جرافيكي، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم 2018-2019، ص ص 20 -21.

إذن الملصقات هي ورقة مطبوعة مصممة لغرض معين ويمكن إصاقها على الحائط والهدف منها أن يستنبط القارئ معلومات عن محتوى الملصق بشكل سريع(1).

2- نشأة الملصق

يرجع استخدام الملصق إلى ما قبل الميلاد وأول استخدمها قدماء المصريين، حيث وجدت مساحات حجرية في الأهرام المصرية ويرجع تاريخها إلى 196 ق.م نقش عليها رسالة من الملك إلى الشعب بثلاث لغات وهي الهيروغليفية اليونانية والديمقراطية. وتعتبر الملصقات واللافتات بالمحلات والشوارع وعلى أعمدة الإضاءة من أقدم وسائل الإعلان ويوجد حتى الآن ما يزيد عن 270.000 شكل لمثل هذه الإعلانات ويتوقف تخطيط اللوحة على مضمون الإعلان أو المعلومات والصور المطلوب عرضها وقد تأخذ هذه اللافتات شكل "Poster" (2).

ويرتبط ظهور عهد الملصقات بلحظة معينة في الحضارة الأوروبية وهي لحظة التحول الحادث في دور الصورة والكلمة والذي ظهر في النصف الثاني من القرن التاسع عشر ففي ذلك الوقت بدأت الثورة الصناعية في خلق جو اقتصادي استهلاكي وأصبح دور الملصق هو العمل على الإقناع وترويج البيع.

وفي تلك الأثناء بدأ التطور في أجهزة الطباعة إلى أخرى أكثر تعقيدا مسها إمكانية إعادة الإنتاج المكثف، وكانت الانتعاشة الأولى للملصق الروائي الذي قدمه في فرنسا جميع الفنانين بداية من جوليه شاريت، هنري دي تولوس لوتريك، كما انتشر الملصق الرمزي التابع لأسلوب "Art nouveau" وفي انجلترا والنمسا وألمانيا(3).

1- عهد الجرف، الملصقات/ البوستيرات واستخداماتها، الأكاديمية التعليمية لتعليم البحث العلمي، نقلا عن الرابط <http://educad.m> 12-6-2019، 16:33.

2- مهني عائشة، المرجع السابق، ص 21.

3- عمرو محمد سامي عبد الكريم، فن الدعاية والإعلان رؤية معاصرة، رسالة ماجستير منشورة، جامعة حلوان، مصر، 1998، صص 35 - 36.

وتزامنا مع ظهور الطباعة تطورت الملصقات واللافتات بشكل كبير ويعتبر ملصق أصدرته جماعة من تجار الأسماك في بريطانيا، يحث الجماهير على مراعاة أيام الصيد هو الملصق الوحيد والمحفوظ في جمعية الآثار بلندن، أما عن ظهور أول ملصق بإنكلترا كان عام 1377 أما في فرنسا فقد أصدر فرانسيس الأول مجموعة من الصور تلصق على الجدران وفي عام 1482م طبعت رسالة في باريس لكنسية "نوتر دام" تطلب فيها التبوع للكنسية بمناسبة دينية وقد أحفرت على الخشب صور العذراء مع مخطط الكنيسة، وقد أصبح الملصق بعدها أداة إعلانية فعالة وفي القرن 16 كانت إعلانات الحكومة والبلديات شعبية الانتشار.

وأدى التوسع الصناعي الذي حدث في القرن 19 إلى ظهور فن الجيوغرافي أو الطباعة على الحجر وقد ساعد هذا على طباعة الملصقات المكونة بسهولة وكلفة قليلة ومؤسسة "روستون" في باريس واحدة من المؤسسات الرائدة في طبع هذا النوع الفن وكان نتاجها ملصقات ملونة يعود تاريخها إلى 1845م⁽¹⁾.

وفي القرن التاسع بدأت الملصقات تأخذ مساحة كبيرة وكانت تستخدم لونين أو لون واحد وكان هذا بعد الطباعة الحجرية، ومن الفنانين في الربع الأخير من القرن 19 هم (مانيه، بونار، كولز تريك) وقد قدم الفنان الياباني ملصقات امتازت بمساحات متجاورة من الألوان المتميزة جامعا هذه الأشكال الملونة بخطوط رفيعة تعطي تأثيرا بصريا رائعا وامتازت ملصقاته باستعمال القليل من الحروف الكتابية وقد قدم حوالي ثلاثين ملصقا مختلف ومن أبرز المدارس الحديثة التي طورت نظام يقن الملصق برمته ما يعرف بالملصق البولندي الذي يعتبر ظاهرة فريدة حيث تطور بشكل عام من الشكل المرئي الأول البسيط الذي كانت مادته الأساسية الأحرف والكلمات إذ في عام 1892 صدر أول ملصق بولندي ملون في وارسو بمطابع ماكسيميليا نفايانس، وموضوعه بحار صغير على ظهر زورق خشبي متواضع

¹ - عمرو محمد سامي عبد الكريم، المرجع السابق ، ص ص 36-37.

يلوح بيده لسفينة تجارية بولندية على سطح نهر فيستولا وتظهر على الضفة الأخرى المدينة القديمة وبعد الحرب العالمية الأولى بدأت تظهر المميزات الأساسية للملحق الذي كان في البداية يعمل على تحقيق أهداف تجارية وتسويقية وبالتالي يؤدي وظيفة الإعلام والإقناع⁽¹⁾.

3- خصائص الملصقات:

إن للملصق الإعلامي وسيلة إعلانية يتميز بعدة خصائص نذكر منها ما يلي:

أ- الإيجاز: كلما كانت عناصر الملصق الطبرغرافية مختصرة ومركزة ومطبوعة بأحرف كبيرة وبلغة مفهومة من قبل المستقبل للرسالة تمكن المتلقي من التركيز والإدراك والفهم بسرعة لأن الملصق يتطلب قراءة سريعة ربما تكون لثواني معدودات.

ب- البساطة: على الملصق الدعائي أن يكون ذات تعبيرات بسيطة سواء كان ذلك باستخدام الرموز والحركات والدلالات وحتى الصورة وأن لا تكون متداخلة فيما بينها ولا تكون مشوشة في فضائيات ومتداخلة في عناصر بنائها.

ج- التكرار: إذ يشاهدها الملصق في أماكن كثيرة مفتوحة فتتاح بذلك فرص كبيرة للتأثير على الجمهور.

د- المرونة: تمتاز الملصقات بالمرونة لكون محتوياتها في كثير من الأحيان يصل إلى المشاهدة عن طريق قنوات اتصال أخرى فتتوفر فرصة اهتمام أكبر ما يزيد من رغبة الجمهور لمعرفة المزيد عن محتوى الموضوع.

هـ- المصداقية: ففي الإعلانات التجارية لا يثق الناس بالمنتج المرتبط بمنشئه الأصلي فعندما يعلن عن الجينز أنه أمريكي والعطر أنه فرنسي يوحي هذا الارتباط بأفضل جودة وكسب ثقة المشاهد هذه المصداقية هي أيضا إحدى ما تستند إليها أنواع الملصق من أجل إقناع المتلقي.

¹ - عمرو محمد سامي عبد الكريم، المرجع السابق، ص 37 - 38.

المبحث الثاني: أنواع ووظائف الملصقات، وكيفية تصميمه

1- أنواع الملصقات:

باعتبار الملصقات وسيلة إعلامية التي تتميز بعدة أنواع والمتمثلة فيما يلي:

أ- من حيث الوظيفة: تتمثل في:

- **الملصقات السياسية:** وهي الملصق الذي يرتبط ارتباطاً مباشراً بالجمهور لكونه وسيلة بارزة لإيجاد الوعي الثقافي إلى جانب الوعي السياسي ويعد الملصق ذو طابع فكري سياسي موجه يشمل الأحداث السياسية ويعمل على الأفكار والشعارات.
- **الملصقات الدعائية:** وهي التي تستخدم للدعاية السياسية ولسلعة تجارية أو صناعية والترويج عنها في الأسواق والأماكن العامة والطرق الخارجية والهدف منها الربح وقد استخدمت الملصقات الناخبين عن طريق إظهار المترشحين لصورهم ولبرامجهم وقد ظلت الملصقات الدعائية تلعب دوراً في كسب الجمهور سواء سياسياً أو اجتماعياً.
- **الملصقات السياحية:** وهي الملصقات التي توظف لإبراز نشاط المرفق السياحية التي يتضمنها الموقع السياحي سواء كان أثرياً أو دينياً وإعطاء انطباع مؤثر عن الخدمات التي تقدمها الجهة المعلنة وإيصال صورة الواقع السياحي عن تلك المواقع التي لا يستطيع المشاهد الوصول إليها.
- **الملصقات التعليمية:** يتم هذا النوع من الملصقات لأغراض تعليمية، لذلك يطغى في التلخيص والتصميم بل البساطة بشكل كبير ذلك أن هذه الملصقات في العادة تحتوي على موضوع معين تدس بل يمكن استخدامه كذلك في الجامعات عللاً سبيل المثال هذا النوع من الملصقات قد يطلب من طلاب السنة التأهيلية أو الأولى⁽¹⁾.

¹ - كنزة قدراني، المرجع السابق، ص 32.

ب- من حيث الحجم:

• **ملصقات صغيرة الحجم:** يتراوح حجمها ما بين (35 سم * 45 سم) يمتاز هذا النوع من

الملصقات بصغر الحجم، فمن خلال هذه الصفة يمكن لصقه أو توزيعه في أماكن مختلفة، وعليه فإنه يحقق انتشاراً أوسع وأثر سريعاً على المتلقي لصغر حجمه و عدم اعتماده على التفاصيل الدقيقة و التركيز فيه على العبارات الإعلانية المباشرة.

• **ملصقات كبيرة الحجم:** يتراوح حجمها من (2م * 5م): تستخدم مثل هذه الملصقات في

حالات الترويج الجماهير وهي:

- **ملصقات كبيرة الحجم:** واسعة الانتشار في جميع المجالات، ان كانت ثقافية صحية، تربية...

- **الملصقات الجدارية:** يمتاز هذا النوع من الملصقات بكبر الحجم، ويتم تنفيذها بخامات مختلفة بشكل مباشر مرتفعة، وذلك بهدف تحقيق الجذب البصري للملصق من قبل المشاهد وغالباً ما يكون هذا النوع من الملصقات عبارة عن نسخة واحدة، وقد انتشر هذا النوع من الملصقات بهدف الترويج التجاري للثورة ومبادئها، أو 53 في الدور الرأسمالية واستخدمه هذا النوع من الملصقات بهدف ترويج التجاري⁽¹⁾.

ج- من حيث المضمون:

فقد تحتوي الملصقات على كتابة فقط أو صور فوتوغرافية أو رسوم أو تخطيطية أو كاريكاتورية...، وقد تجمع بين الكتابة والصور والرسوم وطبيعة أو تخطيطية وكاريكاتورية...، وقد تحتوي على 54 الرسوم المتسلسلة أو المقسمة أو المركبة، بحيث يصعب في المجتمعات المعاصرة العثور على مجال من المجالات المتصلة بالجماهير لا يعتمد فيه الملصق ففي الصناعة والتجارة سعياً وراء مزيد من التسويق والترويج للسلع قديماً وحديثاً، ويعد الملصق أداة رئيسية لدعم مكانة القديم وحسن تقديم الحديث والترويج له في سوق البيع

¹ - كنزة قدراني، المرجع نفسه، ص34.

والشراء، وواقع الحال أن الحياة الحديثة وضعت الصناعة والتجارة في رأس قائمة مجالات الملصق، حتى إن الذهن يتجه مباشرة إلى هذا المجال لدى الحديث عن الملصق.

ويستخدم الإعلان استخداما واسعا في الحياة السياسية الداخلية والخارجية وله مكانته المهمة في الإعلام الحكومي حين تنتج الدولة إلى إثبات سلامة سياستها وإقناع الناس بها، كما أن الملصق دوره الفعال في الانتخابات في بعض البلدان ونشر التوعية السياسية بين الجماهير ولاسيما حين يكون المجتمع عرضة لتبادلات ثورية.

وللملصق أهمية كبيرة في مجالات العلوم والآداب وما يتم تنظيمه من معارض ومواسم وحفلات موسيقية وسينمائية ومناسبات ثقافية، يضاف إلى ذلك أيضا ما يتصل بالألعاب والمباريات الرياضية محليا ودوليا، أما الملصقات التي تدخل في شؤون الدفاع فلها مكانتها في السلم والحرب فهي تهدف أولا إلى إغراء الشباب بالانضمام إلى مؤسسات الدفاع المختلفة في وقت السلم وإلى رفع الروح المعنوية وتعزيز الاستعداد للقتال دفاعا عن الوطن والنفس في وقت الحروب والأزمات⁽¹⁾.

2- وظائف الملصقات⁽²⁾:

تعددت وظائف الملصقات واختلافه من ملصق إلى آخر وهي كالتالي:

أ- الإعلام والإخبار: اتخذت هذا المسار منذ أقدم العصور وبما أن الملصق وسيلة اتصالية لغرض سريع الانتشار وسهولة الإدراك.

ب- تحديد الهوية: بما أن الملصق وسيلة بصرية تحمل مضمون مرسلها أي الجهة التي أنتجه وصممه لذا فلا يحمل شعار أو وسم الجهة التي أنتجته.

¹- أسماء عناب، فيروز الوافي، الأساليب الإقناعية في الملصقات الإعلامية دراسة ميدانية على عينة من موظفي المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار - فرع قسنطينة-، مذكرة ماستر: اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2015-2016، ص ص 61-62.

²- أسماء عناب، فيروز الوافي، المرجع السابق، ص ص 62-63.

ج- **التثقيف والتوعية:** لعب الملصق دورا مهما في مجال التثقيف والتوعية والإرشاد لأنه ساعد على نشر الثقافات السياسية والاجتماعية والفنية والتوجيه في شرائح المجتمع عن طريق لصقه وتوجيهه.

د- **الوظيفة الإقناعية:** إن الإقناع هو العنصر الأساسي الذي يجب على الملصق أن يؤديه فالهدف الرئيسي من الملصق هو تبليغ رسالة معينة باستخدام مختلف أشكال الإقناع سواء عن طريق الأمل أي الحث على سلوك معين أو النهي أي إقناع المتلقي بالتخلي عن ذلك السلوك.

هـ- **الوظيفة الجمالية:** إن اللمسة الجمالية في حقيقة الأمر تستخدم في الملصقات الإعلانية لمنتج معين وذلك لجذب الانتباه ومحاولة خلق الرغبة لدى المستهلك لإقناعه فالمختصون يعتمدون اللجوء إلى أسلوب جمالي تتلاعب فيه الألوان والأشكال والصور.

و- **الوظيفة الإبداعية:** هو جمال توضع فيه المعايير الاجتماعية والثقافية المكونة لرصيد الفرد بين أيدي المنجز أي صياغة الرسالة الإعلانية في قوالب مقبولة ومفهومة من طرف الجمهور وهي صيغة ينتبأ إليها بتحقيق رد فعل ايجابي على رسالته ويعتمد المصمم في هذا النوع من الرسائل على حدسه وذلك لعدم وجود مقاييس أخرى ثابتة يقاس عليها ما عدا مراعاة المحيط السوسيوثقافي للجمهور وذلك أن عملية الإبداع مرتبطة بصفة مطلقة بمصمم أو منجز رسالة الملصق.

3- كيفية تصميم الملصقات:

أ- **طرق التصميم:** هناك طريقتان: التصميم ذو البعدين و التصميم ذو ثلاث أبعاد. ويختلف التصميم ذو ثلاث أبعاد عن تصميم ذو البعدين في تجسيمه الأشكال الناتجة عن سهولة الرؤية والإحساس بالخاتمة لما له من قدرة على رؤية بأكثر من زاوية من مختلف الجهات، ولذا فهو أقل تعقيدا من التصميم ذو البعدين الذي يرى على مساحة دون حيز فراغي.

ب- مراحل العملية الاتصالية: إن إبداع أي عمل تصميمي لابد وأن يمر بثلاث مراحل هي:

- الدافع وسيلة (المثير أو المصدر).
- التعبير (التنفيذ والتجسيد).
- عملية التشكيل (الصياغة).

وأهم ما يعني من هذه الدراسة من ذلك التسلسل هو عملية التصميم بعناصرها وأسسها وحيث أن هناك خلط من الكثيرين بين عناصر التصميم وأسسها(1).

ج- شروط نجاح الملصق(2):

هناك ثلاثة شروط أساسية على مصممي الملصقات أو الدعاية الأخذ بها وهي: التوقيت المناسب: إذ يجب الالتزام بالوقت المناسب والملائم لطرح موضوع الملصق لأن ذلك يرتبط بتوقيت الجمهور مع الموضوع وتعود نسبة الاستعداد الجماهير لتقبل الأفكار فلا بد من أن يرتبط بتوقيت زمني محدد ومكان معين التعبير عن الحقيقة. إن أكثر مصممي الملصقات يجسدون أفكارا أو واقعي، وإحداثا تكون سياسية أو دعائية أو توجيهية أو إرشادية أو ثقافية أو اجتماعية فلا بد أن يكون الملصق فيه جانب كبير من الصدق رغم وجود المبالغة في تجسيد المضامين داخل ملصقات الفضاءات. الاختبار الصحيح للمفردات: ان الاختبار الأفضل للكلمات يلعب دورا في أسلوب التأثير في العواطف والانفعالات مع الأخذ بنظر الأساسية ومن خلال الوحدة والانسجام بين المظهر العلوي للملصق والمادة المذكورة.

1- كنزة قدراني، المرجع السابق، ص 27.

2- أسماء عناب، فيروز الوافي، المرجع السابق، ص 58.

خلاصة الفصل:

إن الميزة الرئيسية للملصقات تتمثل في كونها عبارة عن شكل من أشكال التواصل بين الهيئات الرسمية الغير الرسمية، ومختلف الجماهير المستهدفة غايتها تبليغ رسائلها من أجل التأثير عليها وجعلها تقبل على استهلاك المضمون الذي يحمله هذا الملصق.

الفصل الثالث: الكوفيد 19 والتوعية الصحية

تمهيد:

يعتبر فيروس كوفيد -19- من الفيروسات الخبيثة التي مست العالم كله وهدد حياة الكثيرين، حيث كانت بداياته تحديدا في من مدينة ووهان الصينية، حيث انقل إلى باقي دول العالم، فأصبحت جميع البلدان تبذل قصارى جهدها للتخفيف منه وأخذ الاحترازمات اللازمة في حالة تفشي الفيروس وانتشاره بشكل كبير عن طريق توعية شعبها حول الفيروس وكيفية وقاية وتحصين أنفسهم وماذا يجب فعله في حالة إصابتهم، فالتوعية الصحية تعتبر هي من أهم ما يجب فعله في حالة وقوع حوادث مثل هاته بهدف نشر الوعي الصحي وتقديم النصائح ونشر المفاهيم الصحية الوقائية بين الأفراد.

المبحث الأول: الكوفيد 19

1- تعريف فيروس كورونا:

فيروس كوفيد 19 أو مرض فيروس كورونا 2019 هو مرض يسببه نوع مستجد من فيروسات كورونا اكتشف لأول مرة عندما حدث تفشي للمرض في ديسمبر 2019. وفيروسات كورونا هي عائلات كبيرة من الفيروسات التي يمكن أن تسبب أمراضا تتراوح ما بين الأمراض الطفيفة مثل نزلات البرد الشائعة، إلى أمراض أكثر شدة مثل المتلازمة التنفسية الحادة الشديدة (سارس) ومتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS) ولأن فيروس كورونا المستجد يرتبط بفيروس كورونا المسبب لمرض سارس (- SARS COV) فقد أطلق عليه فيروس كورونا 02 المرتبط بمتلازمة التنفسية الشديدة (SARS-COV-2) ولم يتأكد المتخصصون بعد من مصدر كورونا المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة بالضبط الذي يسبب كوفيد 19 ولكن من المحتمل أنه انتقل إلى البشر من الخفافيش.

يمكن للفيروس أن ينتقل من شخص لآخر من خلال قطرات الرذاذ الصغيرة التي تنتشر من الأنف أو الفم عند السعال أو عندما يستنشق شخص آخر هذا الرذاذ، أو يلمس سطحاً أو فمه، العطس، بحيث يستقر عليه هذا الرذاذ ثم يلمس عينيه أو أنفه فإنه قد يُصاب بمرض كوفيد-19⁽¹⁾.

أ- فيروس كورونا:

فيروسات كورونا هي فصيلة كبيرة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان، ومن فيروسات كورونا تسبب لدى البشر حالات عدوى الجهاز التنفسي التي المعروف أن عدداً تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامة

¹ - ميربي جينيفير مارخام، فيروس كورونا و كوفيد 19، ما الذي تحتاج إلى معرفته إذا، (2021/12/12)

<http://www.cocer.net>

مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (السارس) ويسبب فيروس كورونا المكتشف مؤخراً مرض فيروس كورونا(1).

ب- مرض كوفيد -19:-

ولم يكن هناك أي علم بوجود مرض كوفيد-19 هو مرض معدي سببه فيروس كورونا المكتشف مؤخراً هذا الفيروس وهذا المرض المستجدين قبل اندلاع الفاشية في مدينة ووهان الصينية في كانون الأول /ديسمبر 2019.

ج- عدوى الفيروس الناجي الجديد:

الفيروس الناجي الجديد، المعروف أيضاً باسم COVID 2019-، هو نوع من الفيروسات التي تسبب مرضاً في الجهاز التنفسي، وهذا قد يؤدي إلى التهاب وتراكم المخاط والسوائل في مجرى الهواء وفي الرئتين (التهاب الرئوي)، هنا كالعديد من الفيروسات التاجية المختلفة. ومعظم هذه الفيروسات تؤثر فقط في الحيوانات، ولكن في بعض الأحيان يمكن أن تتغير هذه الفيروسات وتصيب البشر(2).

2- أعراض مرض الكوفيد -19- وكيفية الوقاية منه(3):

أ- أعراض مرض الكوفيد -19:-

تتمثل الأعراض الأكثر شيوعاً لمرض كوفيد -19- في الحمى والإرهاق والسعال الجاف، وقد يعاني بعض المرضى من الآلام و الأوجاع؛ أو احتقان الأنف أو الرشح أو ألم الحلق أو الإسهال، وعادة ما تكون هذه الأعراض خفيفة وتبدأ تدريجياً. ويصاب بعض الناس بالعدوى دون أن تظهر عليهم أي أعراض ودون أن يشعروا بالمرض، ويتعافى معظم الأشخاص (نحو 80%) من المرض دون الحاجة إلى علاج خاص، وتشتد حدة المرض

1- فيروس كورونا المستجد دليل توعوي صحي شامل - UNRWA <https://www.unrwa.org>

2- فيروس كورونا المستجد دليل توعوي صحي شامل - UNRWA <https://www.unrwa.org>

3- [http:// covid 19 , santé. Gov , dz.](http://covid19.santé.Gov.dz)

لدى شخص واحد تقريباً من كل أشخاص يصابون بعدوى كوفيد، حيث يعانون من صعوبة التنفس، وتزداد احتمالات إصابة المسنين والأشخاص المصابين بمشكلات طبية أساسية مثل ارتفاع ضغط الدم أو أمراض القلب أو داء السكري، بأمراض وخيمة، وقد توفى نحو من الأشخاص الذين أصيبوا بالمرض، وينبغي للأشخاص الذين يعانون من الحمى والسعال وصعوبة التنفس التماس الرعاية الطبية ويتم تشخيص المرض بظهور العلامات والأعراض الخاصة بالفيروس إذا كان الشخص:

- يعيش في منطقة تفشي الفيروس الناجي الجديد.
- سافر مؤخراً من أو إلى منطقة تفشى فيها الفيروس.
- يوفر الرعاية أو يعيش مع شخص تم تشخيصه بالفيروس الناجي الجديد.

ب- كيفية الوقاية من فيروس كورونا:

تدابير الحماية للجميع اطلع باستمرار على أحدث المعلومات عن فاشية مرض كوفيد - 19- التي تتاح على الموقع الإلكتروني للمنظمة وعن طريق سلطات الصحة العمومية الوطنية والمحلية، ومازال معظم المتضررين من مرض كوفيد-19 - يتركز ونفي الصين، في حين توجد بعض الفاشيات في بلدان أخرى، ويعاني معظم الأشخاص الذين يصابون بالعدوى من مرض طفيف ثم يتعافون، ولكن المرض قد يكون أشد وخامة بالنسبة للأشخاص آخرين، وعليك الحفاظ على صحتك وحماية الآخرين بإتباع ما يلي:

- تنظيف اليدين جيداً بانتظام بفركهما مطهر كحولي لليدين أو بغسلهما بالماء و الصابون.
- تنظيف اليدين بالماء والصابون أو فركهما بمطهر كحولي من شأنه أن يقتل الفيروسات التي قد تكون على يديك.
- الاحتفاظ بمسافة لا تقل عن متر واحد 3 (أقدام) بين كويين أي شخص يسعل أو يعطس.

- عندما يسعل الشخص أو يعطس، تنتثر من أنفه أو فمه قطرات سائلة صغيرة قد تحتوي على الفيروس، فإذا كن تشديد الاقتراب منه يمكن أن تتنفس هذه القطرات، بما في ذلك الفيروس المسبب لمرض كوفيد19 - إذا كان الشخص مصاباً به.
- تجنب لمس العينين والأنف والفم.
- تلمس اليدين العديد من الأسطح ويمكنها أن تلتقط الفيروسات، وإذا تلوثت اليدين فإنهما قد تنقلان الفيروس إلى العينين أو الأنف أو الفم، ويمكن للفيروس أن يدخل الجسم عن طريق هذه المنافذ ويصيبكم المرض.
- التأكد من إتباعك أنت والمحيطين بكل ممارسات النظافة التنفسية الجيدة، ويعني ذلك بتغطية الفم والأنف بالمرفق المثنى أو بمنديل ورقي عند السعال أو العطس، ثم التخلص من المنديل المستعمل على الفور.
- إن القطرات تنشر الفيروس، وإتباع ممارسات النظافة التنفسية الجيدة تحمي الأشخاص من حولك من الفيروسات مثل فيروسات البرد والأنفلونزا وكوفيد- 19 -
- التزام المنزل إذا شعرت بالمرض، إذا كنت مصاباً بالحمى والسعال وصعوبة التنفس، التماس الرعاية الطبية والاتصال بمقدم الرعاية قبل التوجه إليه، وإتباع توجيهات السلطات الصحية المحلية.
- تتوفر للسلطات الوطنية والمحلية أحدث المعلومات عن الوضع في المنطقة، والاتصال المسبق بمقدم الرعاية الصحية سيسمح له بتوجيهك سريعاً إلى مرفق الرعاية الصحية المناسب، وسيساهم ذلك في حمايتك ومنع انتشار الفيروسات وسائر أنواع العدوى.
- الاطلاع المستمر على آخر تطورات مرض كوفيد 19 - وإتباع المشورة التي يسديها مقدم الرعاية الصحية أو سلطات الصحة العمومية الوطنية والمحلية أو صاحب العمل بشأن كيفية حماية النفس والآخرين من مرض كوفيد19 .

- تتوفر للسلطات الوطنية والمحلية أحدث المعلومات عما إذا كان مرض كوفيد19 - ينتشر في المنطقة، فهي الأقدر على إسداء المشورة بشأن الإجراءات التي يمكن أن يتخذها الأشخاص في منطقة كل حماية أنفسهم(1).

3- الكوفيد 19 في الجزائر

كوفيد 19 هو المرض الناجم عن فيروس كورونا المسمى فيروس كورونا - سارس 2 وقد اكتشفت منظمة الصحة العالمية هذا الفيروس لأول مرة في 31 كانون الأول ديسمبر 2019 بعد الإبلاغ عن مجموعة من حالات الالتهاب الرئوي الفيروسي في يوهان بجمهورية الصين الشعبية وبعد ذلك بدأ ينتشر في جميع أنحاء العالم وصولاً إلى بلدان قارة افريقيا منها بلدي الجزائر حيث أصبح هذا المرض شبحاً يزاول كل إنسان صغير وكبير نساء ورجالا.

مع انتشار الفيروس وقيام منظمة الصحة العالمية بإعلان فيروس كوفيد-19 جائحة عالمية وظهور أولى الحالات في الجزائر فهي لرجل ايطالي وصل البلاد يوم 17 فبراير / شباط نقلا عن وزير الصحة عبد الرحمن بن بوزيد بتصريحه "تم اليوم تسجيل حالة مؤكدة ويتعلق الأمر بمواطن ايطالي"، وأضاف المسؤول الجزائري " كانا اثنين أحدهما ظهرت عليه أعراض المرض في 17 فبراير / شباط في الجزائر وقد خضع مع المواطن الايطالي الآخر لفحوصات طبية في مركز باستور (في العاصمة) وأظهرت هذه الفحوصات أن واحدا منهم مصاب بهذا المرض.

وبعدها أصبح المرض منتشرا في جميع أنحاء البلاد بل في جميع أنحاء الولايات وبشكل رهيب وسريع وكل يوم أصبحت المستشفيات تستقبل عشرات الإصابات وصولاً إلى مئة مصاب يوميا دون إيجاد حل لهذا المرض مع ندرة العتاد الصحي الذي أصبح يشكل

¹- فيروس كورونا المستجد دليل توعوي صحي شامل - UNRWA <https://www.unrwa.org>

هاجسا للقطاع الصحي في الجزائر، فمثلا نجد في ولاية البليدة بتاريخ 2 مارس 2020 عدد الحالات 1643 حالة فيحين كان عدد الوفيات.

الولاية	عدد الحالات	عدد الوفيات	عدد حالات الشفاء	تاريخ تسجيل أول حالة
البليدة	1643	131	133	2020/03/02
الجزائر العاصمة	1495	145	261	2020/03/13
سطيف	1281	61	2	2020/03/19
وهران	858	22	235	2020/03/19
قسنطينة	603	25	0	2020/03/22
ورقلة	474	26	100	2020/03/26
تيزابزة	447	37	0	2020/03/21
عين الدفلة	432	9	1	2020/03/17
باتنة	360	17	1	2020/03/25
بجاية	356	28	73	2020/03/18
المدية	307	19	107	2020/03/16

الجدول رقم (01): يمثل الإصابات وحالات الشفاء وحالات الوفاة سنة 2020.

تأخر السلطات الجزائرية في إدراك المخاطر الصحية التي يخلفها فيروس كورونا على نظام الرعاية الطبي، تجسدت في تصريح وزير النقل الجزائري للإعلام زعم فيه " أنّ الوباء سينجلي مع بداية ارتفاع لدرجة الحرارة"، ومع استفتاح الأعداد ضحايا الوباء خارج الدائرة الجزائرية، بدت أزمة الكمادات ووسائل التنفس "المهمة الأساسية"، التي تعمل عليها الحكومات للاستحواذ عليها إضافة إلى عدم احترام الشعب الجزائري لتدابير الوقاية والعلاج من فيروس كورونا خاصة في بداية انتشاره أدى إلى انتشاره بشكل كبير لكن بعد الازدياد

الكبير لفيروس كورونا فرضت الحكومة الجزائرية حضرا تاما بكافة مناطق الدولة داعية المواطنين البقاء في بيوتهم، وعززت إجراءاتها بتعليق الدراسة وغلق المساجد وصرف الإداريين غير الأساسيين وتمشيط للأسواق الشعبية ورصد للممارسات الاجتماعية وتعطي لحركة النقل العام، وبدأ التسابق نحو السيطرة على منحنى عدوى الجائحة، وأصبح الشعب الجزائري يطبق كل التدابير الوقائية خوفا على صحتهم وعلى صحة آبائهم وأولادهم وزوجاتهم لكن هذا لم يمنع الفيروس من أخذ أرواحا لنا خاصة فئة الشيوخ والمصابين بأمراض مزمنة.

اعتمدت الجزائر بروتوكول علاج فيروس كورونا "الكلوروكين" الذي أظهر فعاليته في علاج بعض المصابين، غير أنّ منظمة الصحة المقررة لفاعلية دواء الملاريا مازالت متمسكة بالإجراءات الاستباقية للتباعد الاجتماعي، والتي ترتب عنها اختلالات اجتماعية وخسائر اقتصادية ضخمة بالعالم، ومن الأشياء التي أثرت ولها نتيجة ايجابية في توعية المجتمع الجزائري مواقع التواصل الاجتماعي حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة "إعلام مواز"، يؤثر في معالجة الأزمات التي تحدث في المجتمع وطريقة إدارتها في هذا الظرف الذي يتميز بتوتر عال تم ضبط العمل الإعلامي خلا لأزمة كوفيد-19- ضمن شبكة قيادات منظمة في ثلاث تسلسلات هرمية ذات طابع استراتيجي وتكتيكي وعملياتي و التبعات القضائية الصارمة.

وقد كان يتم متابعة كوفيد-19- عن طريق أطباء متخصصين ولجنة علمية مختصة تحت إشراف وزير الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات وكانت مهمتها متابعة تطور انتشار الوباء وإبلاغ الرأي العام يوميا على الساعة الخامسة مساء بمقر وزارة الصحة بثلاث لغات: العربية، الأمازيغية، والفرنسية كما دعت سلطة ضبط السمعي البصري كافة وسائل الإعلام الوطنية إلى تكييف برامجها مع مقتضيات الوضع الراهن وتزامنا مع شهر رمضان المبارك إضافة إلى توجيه برامجها نحو التحسيس والتوعية بخطورة الوضع واليقظة التي

يجب تحليلها دون الدخول في الهلع والرعب، كما قد تم ضبط قائمة رسمية للأئمة والأطباء للمشاركة في وسائل الإعلام أيضا إنشاء مركز لاستقبال المكالمات على الرقم المجاني 3030، إضافة إلى الموقع الإلكتروني <http://covid19.sante.gov.dz> للتحسيس بمخاطر فيروس كورونا وشرح سبل تفادي العدوى.

وفي إطار المجهود الوطني لمكافحة فيروس كوفيد-19 وتطبيق المخطط الإعلامي المؤسساتي وضبط العمل الإعلامي على ثلاث تسلسلات هرمية ذات طابع استراتيجي وتكتيكي وعملياتي ويؤكد وزير القطاع أن القيادة الإستراتيجية استلزمت وجود مستويين لاتخاذ القرار تحت سلطة رئيس الجمهورية وهما المجلس الأعلى للأمن والحكومة⁽¹⁾.

¹ - فيروس كورونا المستجد دليل توعوي صحي شامل - UNRWA <https://www.unrwa.org>

المبحث الثاني: التوعية الصحية :

1- مفهوم التوعية الصحية:

يقصد بالتوعية الصحية مجموع الخدمات والإجراءات الوقائية التي تقدمها الرعاية الصحية الأساسية و المؤسسات التابعة لها ، لجميع أفراد المجتمع عامة بهدف رفع المستوى الصحي للمجتمع و تقديم حلول دون وقوع الأمراض وانتشارها .

وتعرف أيضا بأنها تستعمل وسائل تعليمية لتوعية الأفراد على سلوكهم وتحذيرهم من المخاطر المحيطة بهم من أجل تربية المجتمع على القيم الصحية(1).

2- خصائص التوعية الصحية، أهميتها وأهدافها:

- أ- خصائص التوعية الصحية: للتوعية الصحية مجموعة من الخصائص تتمثل في :
- تتم التوعية عادة في أماكن تواجد وتجمع الجمهور .
 - توجيه جهود التوعية نحو جمهور متجانس في اهتماماته ، ورغم هذا التجانس إلا أن هذا الجمهور يكون غير متجانس في بعض التغيرات الأخرى مثل : العمر، الجنس، الخبرة ، ...إلخ.
 - التوعية الصحية عملية مكتسبة عن طريق التعليم وهي خاضعة للتغيير من شخص لآخر أو من مجتمع لآخر ومن جيل إلى جيل آخر.
 - الجمهور في التوعية غير ملزم أو مقيد بإتباع نظام شكلي كمواظبة الحضور إنما يتم ذلك بمحض إرادته .
 - مدة البرامج والملصقات التوعوية غير محدود، فقد تقصر أو تطول حسب الغرض منها، هناك الدورية والموسمية وهناك من تستمر لسنوات كإعارة الطفل والأم ومختلف الأزمات الغير متوقعة مثل فيروس كورونا(2).

1- أحمد مزاهرة وآخرون، علم اجتماع الصحة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، طبعة 1، الأردن، 2001، ص 67.

2- سمير محمود، الإعلام العلمي، دار الفجر للنشر والتوزيع، طبعة 1، مصر، 2008، ص 108.

ب- أهمية التوعية الصحية :

للتوعية أهمية كبرى لنقل وتوصيل هذه الحقائق الجديدة إلى أفراد المجتمع بكل فئاته، وتبرز هذه الأهمية في :

- تساهم عملية التوعية في تغيير سلوك الأفراد وعاداتهم واتجاهاتهم ، ولهذا للتغيير دور: إذ به تنمو المجتمعات وتتطور وتزدهر .

- تتعرض المجتمعات لعملية تغيير مستمر، وتظهر حقائق جديدة وتلغي أخرى كانت قائمة، لذلك تبرز أهمية التوعية في نقل هذه الحقائق الجديدة حتى يعلم الأفراد هذه التغييرات.

- تعتبر التوعية عملية مكملة لعملية التربية ونقل الثقافة، غير أن الفرق بين التربية والتوعية هو أن التربية شاملة لجميع النواحي، فيما تركز التوعية على جانب واحد وهو "السلوك".

- تمكن الفرد من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعد في تغيير الظاهرة الصحيحة وتجعله يحقق عن أسباب المرض وكيفية معالجتها والوقاية منها .

- أنها رصيد معرفي يستفيد منه الإنسان من خلال توظيفه لها وقت الحاجة في اتخاذ القرارات الصحية المناسبة لها خلال ما يتعرض له من مشكلات صحية(1).

4- أهداف التوعية الصحية :

- إدخال تعاليم صحية وسلوكيات توفر لها الصحة والسلامة التي تتماشى مع المجتمعات وتشمل أهداف التوعية الصحية في مجالات توعوية مثل: الصحة الشخصية ، التوعية الصحية العامة، التوعية الصحية في المنزل، الصحة المدرسية، إجراءات الصحة الوقائية التوعية الصحية للمرضى والمراجعين ،والتوعية الصحية الغذائية.

1- أحمد مزاهرة وآخرون، المرجع السابق، ص 55.

- فهم واستيعاب أفراد المجتمع أن حل مشكلاتهم الصحية والحفاظ على صحتهم وصحة مجتمعهم هي مسؤولياتهم قبل أن تكون مسؤولية الجهات الرسمية عن طريق إتباعهم لإرشادات صحية ورغبتهم بها.
- إلمامهم بالمعلومات المتصلة بالمستوى الصحي في مجتمعهم ومعدل الإصابة بها وأسبابها وطرق انتقالها وأعراضها وطرق الوقاية منها.
- تعرف أفراد المجتمع على الخدمات الصحية الأساسية والمساندة في مجتمعهم وكيفية الانتفاع بها⁽¹⁾.

3- دور الإعلام في التوعية الصحية:

إن الإعلام بوسائله المتعددة وبتقنياته الحديثة والمتطورة وباعتباره أداة تعليمية موجهة للجمهور، مكن الفرد من معايشة العصر والتفاعل معه في ظل ثورة الاتصالات، بغض النظر عن الدور الذي يؤديه من أخبار وتوفيه، تعليم له أيضا له دور بارز تمثل في توعية الأفراد صحيا وحماية المجتمعات من الإصابة بالأمراض الخطيرة وخاصة مع انتشار فيروس كورونا " كوفيد -19- " المستجد، والعمل على الوقاية منها عبر الوسائل المتعددة سواء المقروءة، المرئية، أو المسموعة كانت.

لقد تم الإعلام وعبر وسائله المتعددة من فرض مكانته ضمن الشعوب والمجتمعات من خلال ما يلعبه من دور فعال في توصيل المعلومات لعدد كبير جدا من الناس في أقل وقت⁽²⁾ .

¹- أحمد محمد بدح وآخرون، الثقافة الصحية، دار المسيرة، طبعة 4، عمان، 2012، ص ص 15-16.

²- سامية بن سلطان، المرجع السابق، ص 56.

خلاصة:

يعد فيروس كوفيد -19- من الفيروسات الأكثر خطورة ووخامة على صحة الإنسان والتي قد تؤدي بحياة الفرد في فترة جد قصيرة لذلك يجب دائما أخذ كل الاحتياطات اللازمة وعدم الاستهزاء بهذا المرض، ويجب على كل شخص أحس بأعراض هذا المرض أن ينتقل إلى أقرب مستشفى له، وزارة الصحة العالمية ووسائل الإعلام ومختلف المؤسسات عملت على تقديم كل المعلومات وأخر المستجدات حول هذا المرض وأكدت على الوقاية والعلاج دائما والابتعاد عن كل ما يؤثر سلبا على الفرد من أخبار كاذبة إلى شائعات لا أساس لها من الصحة وهذا للحفاظ على صحتهم الجسدية والنفسية، وبالتالي التأثير على سلوكياتهم بطريقة ايجابية.

الإطار التطبيقي:

نتائج الدراسة التحليلية

السيمولوجية وتفسيرها

1- مجالات الدراسة:

أ- المجال المكاني:

يمثل المجال المكاني للدراسة قمنا باختيار جامعة أكلي محند أولحاج ولاية البويرة.

ب- المجال الزمني:

امتدت هذه الدراسة 2021/03/20 إلى غاية يوم 2021/07/15، للحصول على

كل المعلومات وانجاز مذكرة ذات معلومات قيمة وطريقة تحليل مناسبة للموضوع .

2- الإجراءات المنهجية للدراسة :

أ- نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمي الدراسة الراهنة إلى نمط الدراسات السيميولوجية تسعى إلى الوصف الدقيق المعمق للصورة والإشهار بمختلف أنواعه، ومحاولة الكشف عن الدلالات الكامنة في (الأشكال والرموز) الرسالة الألسنية والرسالة الأيقونية في ملصقات التوعية الصحية لكوفيد-19 في الجامعة الجزائرية في ضوء مقاربة "مارتن جولي" للتحليل السيميولوجي، من خلال الكشف عن المعاني الكامنة والرسائل الضمنية المقدمة في تلك الملصقات وما تحمله من دلالات، وكلمة المنهج كما عرفه موريس أنجرس: " هو مجموعة منظمة من العمليات التي تسعى لبلوغ هدف" (1).

أما السيميولوجيا هي علم تدرس مسيرة العلامات في كنف الحياة الاجتماعية وقوانينها التي تحكمها، فالتحليل السيميولوجي يركز على المحتوى الرمزي، ولا يهتم بالمحتوى الظاهر للرسالة، حيث يهتم تحليل المحتوى سميولوجيا باستخدام المعاني الضمنية والدلالية لمختلف الرسائل وتعني الدلالية المعنى المحدد غير متغير لأي علامة، وتمثل الضمنية المعنى المتغير لنفس العلامة، حيث تهتم هذه الأخيرة بالكشف عن العلاقات الداخلية لعناصر

¹- موريس، أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تص، جمة بوزيد صحراوي، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004_2006، ص98.

المصقات وإعادة تشكيل نظام الدلالة بأسلوب يتيح فهما أفضل لوظيفة الخطاب الديني الإلكتروني داخل النسق الثقافي⁽¹⁾، ومن أوائل من كتب في هذا التحليل هو "رولان بارت". حيث سيميولوجية "سوسور" تعد الفضاء الشرعي الذي انبثقت فيه سيميولوجية بارت حيث هذا الأخير وسع في مجال الألسنية رغما عن هذا فإن الدراسة الحالية اعتمدت على مقارنة مارتن جولي لأنها عالجت الصورة بشكل أدق ومفصل حيث تعتمد الدراسة في سعيها لتفكيك شفرات الصورة الثابتة كالتالي⁽²⁾:

❖ مقارنة مارتن جولي⁽³⁾:

إن الأنساق البصرية تتميز بكونها تتوفر على بناء محكم خاص تتضافر فيه مختلف مكوناته التعبيرية لتبليغ رسالة محددة، وهناك بعض العناصر التي تتوفر في نسق وتغيب في الآخر، إلا أن هناك العديد من العناصر المشتركة في كل نسق بصري وقد حددت مارتن جولي هذه العناصر في:

1- الوصف: يعتبر الوصف مرحلة بسيطة وبديهية، لكنه جوهرى لأنه بشكل ترجمة للمدركات البصرية بلغة لفظية، وهو بالنتيجة جزئي ومتحيز، والوصف عملية ملازمة للفكر الإنساني يوظف في توفير المعلومات الكافية التي تساعد على إبراز السمات والخصائص المميزة للموضوع.

2- المستوى التعييني: وفيه نقوم بقراءة الرسالة التشكيلية والأيقونية واللسانية كما يلي :

أ/ تحليل الرسالة التشكيلية: وتتمثل في مجمل العناصر التشكيلية المضافة للعلامات الأيقونية والمساهمة في تشكيل النسق البصري لاسيما الصورة الثابتة، اللوحات الفنية، الصورة الإشهارية.

¹- موريس، انجرس، المرجع السابق، ص 422 .

²- برنار، توسان، المرجع السابق، ص 9.

³- محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاح، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الجزائر، 2019، ص 155.

العلامات التشكيلية حسب "جولي" هي علامات مرئية وتتجسد في مجمل العناصر التشكيلية للصورة، تعطي علامات مليئة مركبة التي تمثل العلامة الايقونية، بالإضافة إلى أن جانب كبير من دلائل الرسالة المرئية تعرف من خلال الاختيارات الشكلية، وليس فقط من خلال العلامات الايقونية التماثلية، لذلك يسبق تحليل ما هو تشكيلي قبل تحليل ما هو ايقوني.

أي أن الرسالة التشكيلية تعني كل المعلومات التي تتوفر لدينا عن طريق الرؤية، أي حصر مجموعة من الدلائل التي توضح معنى الرسالة البصرية، وندناول فيها العناصر التالية:

- **الحامل:** يعني تعيين حامل الصورة أي تحديد الأرضية أو المادة التي نسخ أو طبع أو حفر عليها الرسم أو التقطت الصورة عليها فوتوغرافيا، فيديو، كاميرا (وحاملها) ورقا، خشبا، معدنا، في السينما، التلفزيون، الانترنت... الخ.
- **الإطار:** كل صورة لها حدود فيزيائية، فالإطار حتى وان لم يوجد فنحن نشعر به فتحديد حدود الصورة وحافة الحامل لها نتائج محددو على مخيلة المتلقي، فهي تدفع الجمهور إلى بناء مخيلة للذي لا نراه في المجال المرئي المقدم.
- **التأطير:** له علاقة بحجم الصورة ويكشف عن العلاقة بين الموضوع والهدف، أي الحيز الموضوعي للصورة في أبعادها القياسية الموجودة.
- **التركيب والإخراج على الورقة:** ويعني الطريقة التي نتبعها في تمثيل الصورة وقراءتها، فالعين لا يمكنها أن تقوم بمسح شامل للصورة، فهي تحدد في منطقة معينة منها، ثم تنتقل إلى باقي العناصر الأخرى حتى وإن كانت الصورة صغيرة تدرك كاملة، ففي الصورة الشهيرة مثلا التركيب مدروس يوجه العين إلى الأساسيات والهدف منه.
- **الألوان والإضاءة:** فالمدونة اللونية أو شفرتها تحمل دلالة، معاني دلالات الألوان تختلف حسب الانتماء الاجتماعي والثقافي والإيديولوجي لمجتمع ما، فلا يمكن مقارنة لون من الألوان إلا من وجهة نظر المجتمع والحضارة التي نشأ فيها، وعلى صعيد التأويل الجمعي الذي ينتج منهما، لذلك فاللون ينتقل إلى المحتويات بطرق مختلفة

ومتعددة تبعاً لتعدد الثقافات والانتماءات الاجتماعية، والبارز أن سيميولوجيا اللون تعكس مجموعة قيم والذي يتمثل فيها اللون نفسه كنظام من العلامات والدلائل، أما فيما يخص الإضاءة فهي من العناصر التي تثير الانتباه في الصورة، فالآلة الضوئية تعمل على تقريب أو تبعيد أو إبراز أو تهميش الموضوع أو الشخصية، كما تمنحها قيمة أو دلالة.

ب/ الرسائل الأيقونية: إن الأيقونة تركز على مبدأ التشابه بين الدال والمدلول كالتماثل أو التشابه السمعي في مثل إنتاج صوت ما يحاكي صوت الطبيعة، أو التشابه البصري كرسوم كاريكاتور أو الصورة الفوتوغرافية، فهي الطريقة البسيطة أو المباشرة التي تسمح بالتعرف على الشيء أي تمثيله الخاص به، إما تصويره أو ترسمه أو وضع مخطط يمثله فهي تقوم على فكرة إعادة تمثيل السمات الخاصة بهذا الشيء.

والعلامة الأيقونية عبارة عن رموز لها مداليل تناسبها صنفاتها الباحثة في الجدول التالي:

الدوال الأيقونية.	المداليل في المستوى الأول	التضمين في المستوى الثاني
Signifiant iconique	Signifiant de 1^{er} niveau	Connotation de 2^{er} niveau

الجدول رقم (02): يمثل المداليل في الدوال الأيقونية

ج- الرسالة الألسنية: إن الصورة عادة ما تكون متعددة المعاني فجاءت الرسالة اللسانية لتحديد معنى الصورة المراد تبليغه، وترى "جولي" إذا كانت الصورة متعددة المعاني، سوى لأنها تحمل الكثير من المعلومات كأبي ملفوظ طويل، وتتفق "جولي" مع "بارث" في كون الدراسة اللسانية تتوقف على دراسة وظيفتي الترسخ والمناوبة.

- **وظيفة الترسخ:** يتحقق هذا البعد بعدم تجاوز حدود معينة في تأويل الصورة، فوظيفة اللغة الألسنية هنا توجيه المتلقي إلى معنى معين، وتثبيته في ذهنه على أنه المعنى المركزي، مما يظهر من عبارات مرافقة للصورة الفوتوغرافية والملصقات الإشهارية مثلاً. فهو إيقاف سلسلة من المعاني التي تتولد من دلالات الصورة من طرف الرسالة اللسانية وذلك للتأكيد على قراءة محددة لها من خلال تحديد المعنى الصحيح المراد توصيله إلى القارئ.

- **وظيفة المناوبة:** يحددها "بارث" بأنها نوع من التكامل بين الصورة والكلمة، حيث تقوم الصورة بالتعبير عن المعاني التي لم تستطع الصورة توضيحها للقارئ فجاءت وظيفة المناوبة لسد الفراغ في المعنى الذي لم تستوفيه الصورة.

3- المستوى التضميني: من خلال المراحل السابقة التي تم فيها استخراج الأشكال، الألوان، والتمثيلات الأيقونية وتحديد معانيها الأولية، والرسالة الألسنية التي لها دور فعال في قراءة الصورة يمكننا في هذه المرحلة ربط تلك العناصر وبناء معنى حقيقي للرسالة المرئية والهدف الذي يطمح إليه المرسل.

ب- أدوات جمع البيانات: استخدمنا في هذه الدراسة الملاحظة كأداة لجمع المعلومات والبيانات، نظراً لملائمتها في هذا النوع من الدراسات، حيث كلما نمر من كليات جامعة البويرة نلاحظ مجموعة من هذه الملصقات الإعلامية، التي خطرت ببالنا دراستها والغوص فيما تكمن الدلالات الخفية وراء الرسائل الألسنية، والرسائل الأيقونية، ومجموعة الألوان المختلفة والهدف منها⁽¹⁾.

¹- محمد الفتاح حمدي، المرجع السابق، ص 56 .

ج- مجتمع البحث وعينته:

1- مجتمع البحث: عندما ينتهي الباحث من كتابته للعناصر المهمة للمنهجية يذهب مباشرة في تحديد مجتمع البحث الذي هو في الأصل مهم جدا لأي دراسة كانت . ويعرف مجتمع البحث عل أنه المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي تستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، كما يعني جميع المفردات أو الأشياء التي تزيد معرفة حقائق معينة عنها، فإن المجتمع هو جميع الأفراد التي تهمهم الدراسة(1).

2- عينة البحث:

أ-تعريف العينة القصدية : هي عبارة عن معلومات التي تقصد عدد الوحدات التي تؤخذ من المجتمع الأصلي لموضوع الدراسة بحيث تكون ممثلة تمثيلا صادقا لصفات المجتمع(2). بما يخص دراساتنا هذه المتمثلة في سيميولوجية ملصقات التوعية الصحية فقد اتبعنا أسلوب العينة القصدية ،فهذا الصنف من العينات لا يخضع لقوانين الإحصاء والصدفة بل هي مجرد مواصفات ومعايير يعتمدها الباحث في بحثه .

حيث قمنا باختيارها بطريقة عمدية "مجموعة ملصقات التوعية الصحية لكوفيد-19 " وهذه العينة يتم اختيارها باعتماد الباحث على تخصصه ومستوى خبرته العلمية، لأنه هو من يحدد مجال الظاهرة وإطار بحثه محل الدراسة .

1- أحمد بن مرسل ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 288.

2- محمد الفتاح حمدي، المرجع السابق ، ص ص 57-58.

3- نتائج تحليل ملصقات التوعية الصحية لفيروس كوفيد-19- الخاصة بجامعة البويرة:

تمهيد:

الملصقات هي ورقة مطبوعة مصممة لغرض معين، ويمكن إصاقها على الحائط أو لوحات معينة مختلفة ومتعددة، وقمنا بتحليل هذه الملصقات والتي تتمحور في التوعية الصحية لكوفيد-19- في جامعة البويرة تحليلا سيميولوجيا.

1- تحليل الملصق رقم 1 :



الملصق -1-

1- الوصف: يلفت انتباهنا أن الملصق الجداري الأول مستطيل الشكل، يتضمن عدة رسائل

السنية وأخرى أيقونية، حيث نلاحظ الرسائل اللسانية البارزة من أعلى إلى أسفل على الترتيب

كما يلي: (الرابطة الوطنية للطلبة الجزائريين المكتب الولائي البويرة، فيروس كورونا المستجد كوفيد 19، ما هو؟، أعراض الإصابة، عزيزي الطالب ... للوقاية من فيروس كوفيد 19)، كما يرافق كل رسالة أيقونية رسالة ألسنية تبسط وتشرح مضمونها، من هذه الأيقونات نجد مجسمات فيروس كوفيد 19، ورسومات أخرى بشرية ومادية.

2- المستوى التعيني :

أ- الرسالة التشكيلية: تقوم على عناصر هي:

• **الحامل:** نشر هذا الملصق على مستوى جدران كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية وكلية التسيير والاقتصاد بجامعة ألكلي محند أولحاج بالبويرة.

• **الإطار:** الملصق الإعلامي أعلا هي حدد بإطار ذو مقياس: A0 أي 1189×841

• **التأطير:** يركز الملصق على أعراض الإصابة بفيروس كوفيد 19 وطرق الوقاية منه، كما نلاحظ مجسمات لفيروس كورونا على خلفية الرسائل الألسنية والأيقونية، ونرى أن الرسائل الألسنية شغلت المساحة الأكبر من الملصق للتعريف بالفيروس المستجد.

• **التركيب والإخراج:** الملاحظ في هذا الملصق أن أول ما تقع عليه عين المشاهد هي الرسائل الألسنية بالخط الكبير أعلى الملصق، ثم نجد الأشكال والرسومات التوضيحية وسطو أسفل الملصق، يكون ترتيب هذه العناصر حسب ما يلي :

- رسائل ألسنية أعلى الملصق.

- رسائل أيقونية وألسنية وسطو أسفل الملصق.

• **الأشكال:** يمكن رصد الأشكال الموجودة في الملصق كالتالي :

- دوائر حول الرسائل الأيقونية.

- مستطيلات بمثابة إطارات للرسائل الألسنية.

- مجسمات كوفيد 19 .

- رسومات بشرية ومادية تمثل الرسائل والأنظمة الأيقونية.

• **اللون والإضاءة:** اعتمد مصمم الملصق على مجموعة من الألوان ذات دلالات

مختلفة نذكرها:

- **اللون الأبيض:** يحتل المساحة الكلية للملصق فالخلفية بيضاء، كما يظهر أعلى الملصق

في اسم الرابطة وشعارها، تم اختيار هذا اللون للخلفية بغية وضوح الرسائل عليه وسهولة التعبير عنها بألوان مغايرة.

- **اللون الأحمر:** غلب على مجسمات فيروس كورونا، وعلى علامة الحظر (المنع)

تعبيرا عن خطر الفيروس، وفي الرسومات البشرية يرمز بشكل عام للشعور بالمرض والتعب، ونجده في شعار المنظمة يوحي بالقوة والاتحاد والترابط .

- **اللون الأزرق:** نلاحظه في الأنساق الأيقونية وهو يرمز للوعي والأمن الوقائي الصحي.

- **اللون الأسود :** استعمل في الجانب التيبوغرافي (الرسائل الألسنية) لانعكاسه ووضوحه على الخلفية البيضاء وبالتالي جذب انتباه المتلقي لشدة بروزه.

ب- الرسالة الأيقونية: تتمثل ضبط الأنظمة الأيقونية ودلالاتها كما يوضح الجدول التالي:

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	التضمين في المستوى الثاني
- أشكال بشرية	- فتاة - شاب	- تمثل شخص تظهر عليه أعراض فيروس كورونا. - يمثل شخص يلتزم بارتداء الكمامة للوقاية من الفيروس.
- أشكال مادية	- معقم يدين إشارة حظر المصافحة شعار الرابطة: كتاب، ريشتين، ذراعين، سيفين والشمس.	- تعبر عن طرق الوقاية وتوحي للوعي الصحي. - ترمز للعلم والوحدة والتضحية.

الجدول رقم (03): يمثل ضبط الأنظمة الأيقونية ودلالاتها.

ج- الرسالة الألسنية: يحتوي الملصق على رسائل ألسنية في مختلف أجزائه و زوايا هو هي خمسة :

- الرابطة الوطنية للطلبة الجزائريين المكتب الولائي البويرة تمثل مصدر الرسالة أو الملصق (الجهة المسؤولة عن نشره).

- فيروس كورونا المستجد كوفيد 19 : يعبر عن موضوع الملصق.

- ما هو؟ تساؤل حول ماهية هذا الفيروس، يقابله تعريف مبسط له : هو فيروس من فصيلة فيروسات كورونا حيث ظهرت أغلب الحالات في مدينة ووهان الصينية نهاية شهر ديسمبر 2019 على شكل التهاب رئوي حاد.

- يليه مباشرة أعراض الإصابة تقابلها رسائل أيقونية وألسنية تشرحها، كالأيقونة تمثل واحدة من الأعراض، وهي على التوالي: الصداع، الحمى، سيلان الأنف والسعال، إتهاب الحلق، الشعور العام بالتعب.

- (عزيزي الطالب ... للوقاية من فيروس كوفيد 19)، تمثل توجيهات وإرشادات موجهة للطلبة للوقاية من الفيروس، كرسالة أيقونية تصاحبها رسالة ألسنية لشرحها والتأكيد عليها، هي كآلاتي: غسل اليدين بالماء والصابون بانتظام واستخدام المعقم، تجنب الاتصال المباشر مع أي شخص تظهر عليه أعراض أمراض الجهاز التنفسي مثل السعال والعطس، تغطية الأنف والفم عند السعال والعطس.

3- المستوى التضميني: نشر هذا الملصق على جدران كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية وكلية علوم التسيير والاقتصاد بجامعة البويرة، من طرف الرابطة الوطنية للطلبة الجزائريين - مكتب البويرة - الذي تأسس سنة 2012 (1)، ويرأسه حاليا حسان عميري.

توحي الرسائل الألسنية والأيقونية في هذا الملصق على أنها إرشادات وتوجيهات للوقاية من فيروس كورونا موجهة لطلبة جامعة أكلي محند أولحاج بالبويرة.

¹-www.oussamaimad.wixsite.com, 03-07-2021, 19:15

نجد أن عبارة كوفيد 19 تكررت عدة مرات للتأكيد على موضوع الملصق وأهميته في فهم الأنساق سواء اللسانية أو الأيقونية، يساعد لون الخلفية الأبيض في سهولة إيصال الفكرة للمتلقي لوضوحها عليه، اللون الأحمر يرمز للخطر من خلال هذا الملصق فقد عبر به عن فيروس كوفيد 19 باعتباره فيروساً مميتاً.

أما الأزرق فهو لون النقاء والصفاء وهو ما ظهر على أيقونات ورسومات توجيهات الوقاية من فيروس كورونا التي توحى بالأمن والوعي الصحي لذلك كلما هو إيجابي ويرمز لفعل صح يحتم تصميمه باللون الأزرق.

بالنسبة للرسائل الألسنية فإن الخط الواضح الكبير يدل على أهميتها وقيمتها في تبيان موضوع الملصق، لذلك كان إبرازها لازماً، وذلك لا يقلل من قيمة باقي الرسائل اللسانية إلا أنها تتبع ذات الحجم الكبير، كذلك يبعث على ترسيخ المعلومات والإرشادات في عقل المتلقي.

يقوم هذا الملصق على الوظيفة التوجيهية عن طريق التركيز على أعراض فيروس كوفيد 19، وكيفية الوقاية منه بهدف التقليل من الإصابات والابتعاد عنك لما يمكن أن يؤدي إليها، وبغية التوعية الصحية لدى الطلبة بجامعة البويرة.

2- تحليل الملصق رقم 2 :



الملصق -2-

1- الوصف: الملصق الجداري أعلاه مستطيل الشكل يحمل رسائل لفظية وأخرى غير لفظية ذات دلالات متباينة، نلاحظ أعلى الملصق رسالتين لسانيتين (الرابطة الوطنية للطلبة الجزائريين) و (الطريقة الصحيحة لاستخدام مطهر اليدين الكحولي).

كما نلاحظ ثلاث رسائل أيقونية إحداها تمثل رسم توضيحي لمعقم يدين والرسالتين المتبقيتين تمثلان شعار منظمة الرابطة، في حين نجد أسفل الملصق رسائل لفظية وغير لفظية مرتبة بانتظام جنبا إلى جنب وتشرح بعضها البعض.

2- المستوى التعييني :

أ- الرسالة التشكيلية: تقوم على :

- الحامل: نشر الملصق على جدران كليات جامعة أكلي محمد أولحاج بالبويرة.

- **الإطار:** يحدد إطار الملصق بمقياس A.0 ما يساوي 1189×841.
- **التأطير:** يركز الملصق على رسومات تشرح كيفية استعمال معقم اليدين لتفادي التقاط الفيروسات وانتشار العدوى، يتبين لنا التساوي فيما بين الرسائل اللسانية والرسائل الأيقونية، فكل رسالة أيقونية تصاحبها رسالة لفظية توضيحية.
- **التركيب والإخراج:** أول ما تقع عليه عين المتلقي عند رؤية الملصق هو الرسالة اللفظية بالخط العريض واللون الأزرق أعلاه، ثم تتراءى له الأشكال الأيقونية أسفله، وهو ترتيب منا سبل موضوع الملصق حيث هناك دمج بين الرسائل الألسنية والأيقونية وتناغم فيما بينها.
- **الأشكال:** نعاين أشكالا هندسية مختلفة كما يلي:
 - مستطيل يمثل الإطار الكلي للملصق، ومستطيلات أصغر منه تمثل حدود للرسائل اللفظية.
 - دوائر تحدد الرسائل غير اللفظية وتحدد ترقيم هذه الرسائل.
- **اللون والإضاءة:** تمت صميم الملصق بالاعتماد على مجموعة ألوان دلالية هي :
 - **اللون الأبيض:** لون خلفية الملصق، تم اختياره لتوفيره إضاءة جيدة بالنسبة لبقية الألوان وسهولة وضوحها عليه، موجود كذلك في اسم الرابطة وشعارها.
 - **اللون الأزرق:** نلاحظ أن اللون الأزرق اعتمد كثيرا في تصميم الملصق فهو يرمز للإيجابية في الأنظمة اللسانية والإشارية، نجده في الرسالة اللفظية (الطريقة الصحيحة لاستخدام مطهر اليدين الكحولي)، وفي الرسالة الأيقونية التي تمثلها يعبر عن صحة وسلامة الفعل، كذلك نجده في ترقيم خطوات استخدام المعقم واستخدام كلون للمعقم والوقت المخصص للتعقيم.

- اللون الأحمر: نلاحظ هذا اللون في الرسائل الغير لفظية التي تمثل رسومات تمثيلية ليدين تقومان بالتعقيم إحياءً على ثقافة وقائية وصحية، الأحمر في المجال غالبا ما يعبر عن الخطر لأنه لون الدم.

- اللون الأسود: استعمل كما في الملصق الذي سبق تحليله في الجانب التيبوغرافي لوضوحه وسهولة ملاحظته على الخلفية البيضاء.

ب- الرسالة الأيقونية : نقوم بمعالجة الأنظمة الأيقونية حسب ما يوضحه الجدول الآتي:

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	التضمين في المستوى الثاني
- أيقونات بشرية	يدين	- تمثل الوقاية والتعقيم عن طريق استعمال معقم يدين
- أيقونات مادية	مطهر كحولي ساعة مؤقتة	- تعبر عن الوقاية - توحى بالوقت اللازم لاستخدام المعقم

الجدول رقم (04): يمثل الأنظمة الأيقونية.

ج- الرسالة الألسنية: يتضمن الملصق رسائل موزعة مع الرسائل الأيقونية تعبيراً عنها نذكرها كما يلي: (الرابطة الوطنية للطلبة الجزائريين) بمثابة مصدر أو مرجع الوسيلة الاتصالية (الملصق)، (الطريقة الصحيحة لاستخدام مطهر اليدين الكحولي) هي ما يمثل عن عنوان أو موضوع الملصق، ثم نجد رسائل لفظية تصاحب رسائل أخرى غير لفظية (صور رسومات توضيحية) على الترتيب كما يلي:

- وضع كمية كافية من مطهر اليدين الكحولي لتغطية راحة اليد.

- افراك راحة اليد باليد الأخرى.

- افراك راحة اليد اليمنى بظهر اليد اليسرى مع تشبيك الأصابع وبالعكس.
- افراك راحتي اليدين مع تشبيك الأصابع.
- افراك الأصابع من الخلف مع راحة اليد الأخرى والأصابع مضمومة.
- افراك الإبهام الأيسر بطريقة دائرية في راحة اليد اليمنى وبالعكس.
- افراك أصابع اليد اليمنى بحركة دائرية في راحة اليد اليسرى وبالعكس.
- ترك اليدين تجف.

نلاحظ في أسفل الملصق رسائل أسنوية تمثل إرشادات الوقت اللازم لعملية التعقيم والمعقم الواجب استعماله للوقاية التامة، وهي كما يلي :

- استعمال مطهر اليدين الكحولي الذي يحتوي على نسبة من الكحول لا تقل عن ستين بالمئة.

- عملية تعقيم اليدين المثالية لا تقل عن عشرين ثانية.

3- المستوى التضميني : نشر الملصق-2- بجامعة البويرة من طرف الرابطة الوطنية للطلبة الجزائريين وتمثل كلا الرسائل الألسنية والأيقونية تعليمات للاستعمال الصحيح لمطهر اليدين الكحولي من أجل تعقيم صحيح ضد فيروس كوفيد 19.

تم اعتماد اللون الأزرق للتعبير عن موضوع الملصق سواء في رسالته اللفظية (الطريقة الصحيحة استخدام مطهر اليدين الكحولي)، أو في الرسالة الغير لفظية الممثلة برسم توضيحي (يد بشرية تستعمل معقم اليدين)، أسفل الملصق نجد شرحا مفصلا لطريقة استخدام المعقم عن طريق أنساق أسنوية وأيقونية، يغلب على هذه الأخيرة اللون الأحمر الذي يجذب انتباه المتلقي ويوحي بخطورة ترك اليدين بلا تعقيم.

في ما يخص الرسائل اللسانية نعائنا اسم جهة المسؤولة عن نشر الملصق وموضوع الملصق مدونا بخط كبير واضح أبيض في اسم الرابطة، وأزرق في تصميم عنوان رسالة الملصق، يقوم هذا الملصق على الوظيفة التعليمية الإرشادية من خلال توضيح كيفية

استخدام المطهر الكحولي في محاولة للتوعية بضرورة استعماله للحد من انتشار عدوى فيروس كورونا.

3- تحليل الملصق رقم 03:



الملصق -3-

1- الوصف: تتمثل في أربعة رسائل الفنية تحذر من مدى خطورة الفيروس باللون الأحمر وستة وسائل الثانية متمثلة في طرق الوقاية من الفيروس للحد من خطورة الوضعية باللون الأزرق المستوى التعليمي تتمثل في دراسة الرسالة التشكيلية و التي تتمثل عناصرها في الحامل.

أ- الرسالة التشكيلية: تتمثل عناصرها في :

- الحامل: على مستوى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة أكلي محمد اولحاج في البويرة.
- الإطار: هذه الصورة بإطار دون قياس.

● **التأطير:** كما نرى في الصورة فهي بعيد كل البعد عن الزخرف هو الرسومات الكثيرة التي تأخذ حيزا منها بدون معنى وتم الاعتماد فيها على مساحة بيضاء وهذا رجال الموضوعية وزع على كل المساحة وهذا ما نراه في الرسائل الإنسانية التي أخذت اغلب المساحة الكلية ومرتببة بشكل جميل ومنظم ومفهوم وهذا ما يؤكد على أهميتها لموضوعنا كل منها ممنوع التجمع والمصافحة وتجنب الازدحام قدر المستطاع باعتباري كوفيد 19، خطر بيولوجي على البشرية ثم تأتي مجموعة من البقائيات المتمثلة في ضرورة وضع الكمامة مسافة الأمان إجباري التخلص من الكمامة في السلة والجلوس في المكان المخصص داخل قاعة التدريس.

● **التركيب والإخراج:** ان تركيبه و إخراجها هذه هي الصورة جاءتك المبسط ومفهوم للمشاهد وتركيزه على الرسالة الإنسانية في أعلى وعلى يسار الصورة ثم بعد ذلك على رسالتي الأيقونية يمين الصورة حيث احتوت الصورة على العناصر التالية الرسالة الإنسانية، مركز ويسار الصورة.

● **الأشكال:** تحديد الأشكال الموجودة في الصورة كما يلي المستطيلات المكتوبة عليها الرسائل اللسانية الأيقونية، الدوائر الأيقونية.

● **اللون والإضاءة:** تمثلت ألوان هذا الملصق في لونين أساسيين هما الأحمر واللون الأزرق واللذان لهما معنى وطيد مع الموضوع حيث يتمثل اللون الأحمر في التنبيه من مدى خطورة المرض والحضري منهم وهذا ما نراه في الرسالة الإنسانية في الأربع جمل الأولى.

- **الأزرق:** يشير إلى الهدوء والحكمة، النظافة والراحة، وهو ما نراه في الرسائل الألسنية الإيجابية والمتمثلة في التوجيهات الوقائية مثل: تعقيم اليدين، عند العطاس يوضع الفم على المرفق، احترام مسافة الأمان. الخ.

- تعتبر الإضاءة متوسطة ومريحة لعين المشاهد وبالتالي تشعرك بالراحة ولا تجعلك تمل من التركيز وملاحظة المحتوى.

ب- الرسالة الأيقونية: تقوم على دراسة الدوال الأيقونية :

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	التضمين في المستوى الثاني
أيقونات بشرية	- رجل يرتدي كامامة ومئزرا ويعلق سماعات طبية حول عنقه. - مجسمات بشرية تقوم بأعمال مختلفة ممثلة بألوان مختلفة.	- طبيب للتعبير على أن موضوع الملصق صحي. شخص يضع قناع طبي وآخر يرميه بعد الاستعمال. شخصان متباعدان عن بعضهما البعض، تعبر عن الممارسات الصحيحة للوقاية من فيروس كورونا.
أيقونات مادية	- مجسم فيروس كوفيد 19. - معقم وكمامات.	للدلالة على خطر الفيروس وضرورة الاحتياط منه.

الجدول رقم (05): يمثل الدوال الأيقونية

ج- الرسالة الألسنية : تعددت الرسائل الألسنية في الملصق وأخذت حيزا كبيرا من المساحة الكلية على عكس الرسالة الأيقونية وذلك لأهميتها وتحقيق هدفها بالتأثير على سلوك الطالب والعمل بهذه النصائح والتوجيهات المتمثلة في التوجيهات الوقائية من كوفيد -19.

فجاءت الرسالة الأولى لتحديد عنوان الموضوع: كوفيد-19، أما العنوان الفرعي كتب بحجم أقل من العنوان الرئيسي مع الحفاظ جاذبيته وأهميته، فهو الذي يمثل محتوى الملصق عامة لذلك يجب العمل بها وأخذها بعين الاعتبار وذلك للحفاظ على سلامة الغير وتجنب خطورة المرض .

2- المستوى التضميني: إن الملصق الذي بين أيدينا بعنوان : كوفيد - 19 نشر على باب مدخل كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة آكلي محند اولحاج بالبويرة الخاصة بانتشار فيروس كوفيد -19 والصورة تنقل مجموعة من الإرشادات الوقائية للعمل بها والتأكيد على الوقاية دائما.

غلبت على هذه الصورة الرسائل الألسنية الحائزة على أكبر مساحة من الملصق ولكل رسالة ألسنية رسالة أيقونية معبرة عن محتواها، تتمثل الرسائل الألسنية باللون الأحمر في تعليمات لا يجب على الشخص فعلها لأنها تؤثر سلبا على صحته وصحة المجتمع، فعلامة خطر بيولوجي تنبه من خطورة الفيروس الذي يهدد الكائنات الحية، ثم رسالة تؤكد على منع التجمعات وعدم المصافحة فهي التي تنقل العدوى بشكل سريع بين الناس وبالتالي انتشار المرض بشكل كبير، كما أكد على تجنب الازدحام والبقاء والابتعاد عن ما قد يؤدي إلى التلامس من أشخاص قريبين .

غسل اليدين واستخدام المحلول الكحولي أو الماء والصابون لتعقيم اليدين وذلك لقتل الجراثيم المتراكمة بسبب اللمس في الأماكن العامة مثلا لنقل والمواصلات والمقاهي الخ، وضع الكمامة دائما خاصة عندما لا يكون التباعد الجسدي ممكنا مع ضرورة احترام مسافات الأمان على الأقل مترا واحدا، والحرص على تغطية الأنف والفم بالكوع أو بمنديل ورقي عند السعال أو العطس، فهذه من الأشياء التي تجعل الفيروس ينتقل بسرعة ثم تذكيره بضرورة رمي الكمامة المستعملة في سلة المهملات، مع التماشي مع نظام المؤسسة كالمؤسسة الجامعية واحترام بروتوكولاتها منها الجلوس المخصص في قاعة التدريس، كل هاته الإرشادات وضعت من أجل حماية الطالب وضمان صحته والبعد قدر الإمكان عن كلما يؤدي إلى هلاك صحته ووضعها في دائرة الخطر.

4- تحليل الملصق رقم 4:



الملصق -4-

1- الوصف: يتضمن الملصق من أعلاه إلى أسفله رسائل إنسانية وارده باللغة العربية و مترجمة إلى اللغة الفرنسية كتبت باللون الأسود على خلفية الصورة إضافة إلى رسائل أيقونية تشرح أكثر معنى الجمل والكلمات بالأشكال والرسومات بضرورة الحرص على النظافة وكيفية الوقاية فيروس الخطير كوفيد 19 وقد جاء هذا الملصق على شكل مستطيل طولي .

2- المستوى التعييني:

أ/ الرسالة التشكيلية: يقوم تشكيل الرسالة الإعلامية على العناصر الآتية :

- الحامل: نشر هذا الملصق على حائط المكتبة المركزية لجامعة البويرة أكلي محند أولحاج .
- الإطار: تتحدد هذه الصورة الإعلامية بإطار ذو مقياس (42 × 59.4)A2.

• **التأطير:** يحتوي الملصق على إرشادات الوقاية من فيروس كورونا، ويشرح لكل من الطلبة وكل من العمال بمختلف مناصبهم بصفة عامة كيفية الحرص على النظافة، وتوخي الحذر من الفيروس من خلال الرسائل الأيقونية المرفقة برسائل ألسنية التي تشرح وتصف خطوات الوقاية، حيث تعبر بعض الرسومات على شخص مصاب وما عساه سوى الاستعجال، واستشارة الطبيب .

• **التركيب والإخراج على الورقة :** عناصر هذا الملصق مركبة بشكل منظم، حيث أن العين تقع مباشرة على الرسائل الأيقونية حيث هذه الأخيرة أخذت المساحة الأكبر من الملصق الإعلامي مرفقة بجمل لسانية تشرح المعنى حيث وضع كل 3 أيقونات في مستطيل مرفق بجملتها تشرحها .

احتوت هذه الصورة على العناصر بهذا الشكل:

1- الرسالة الألسنية أعلى الملصق.

2- الرسالة الأيقونية في وسط الملصق مرفقة برسائل لفظية تشرحها .

• **الألوان والإضاءة:** هنا كعدة ألوان في هذا الملصق حيث رتبها المصمم على النحو التالي :

- **اللون الأزرق الفاتح:** استخدمه كخلفية عامة للملصق حيث يرمز القطاع الصحي والهدوء .

- **اللون الأصفر:** هو عبارة عن تنبيه واستخدم كخلفية للمستطيل الأول أما الأيقونات الأولى تم عرضها بخلفية خضراء مائلة إلى الأزرق وهذا اللون يدل على النظافة، الصحة، الطبيعة، الهدوء .

- **اللون الأصفر:** الذي يدل على التنبيه والفتنة ويدل أيضا على شيء مؤقت استخدم كخلفية للأيقونات الثانية.

وهنا كشكلين غير لفظيين بخلفية ذات اللون الأزرق الفاتح وأخرى خضراء دائما يرمز إلى القطاع الصحي، السلام لأن هذه الملصقات الإعلامية توعوية صحية مجالها محدود.

- اللون الأحمر: اعتمد عليه المصمم في لباس الرسومات البشرية ليدل على خطورة المرض وأيضا على الحمى الشديدة وهذا كله من أجل إيصال فكرة خطورة الفيروس .

استخدم أيضا اللون الوردي كخلفية لمستطيل الأيقونات الأخيرة ليدل على الاستعجال والتذكير بغرف الإنعاش، وأيضا وضوح الأيقونة .

الإضاءة في الصورة تبدو اصطناعية لأن الملصق بحد ذاته مجرد رسومات ترشد الجمهور بالحرص على النظافة والوقاية .

ب- الرسالة الأيقونية :

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	التضمين في المستوى الثاني.
أيقونية بشرية	رسومات شخصية رجالية. - مجسمات أيادي بشرية تقوم بفعل معين.	تمثل إحداها طبيب والأخرى تعبر عن شخص تظهر عليه أعراض فيروس كورونا مع التنبيه لما يلزم القيام به. مجسمات اليدين توحى بالطريقة الصحيحة لاستخدام معقم اليدين.
أيقونية مادية	صابون، معقم يدوي، مناديل، أقنعة طبية.	الوسائل المستخدمة في العملية الوقائية من فيروس كوفيد 19.

الجدول رقم (06): يمثل المداليل الأيقونية

ج- الرسالة الألسنية: وردت الرسائل اللسانية من أعلى إلى أسفل الملصق باللغة العربية والفرنسية بالترتيب التالي: وزارة السكان وإصلاح المستشفيات المديرية العامة الوقاية وترقية الصحة،

2- المستوى التضميني: تم نشر هذا الملصق على مستوى حائط مدخل المكتبة المركزية بجامعة البويرة العقيد أكلي محند أولحاج، على شكل مستطيل عمودي، وقسمة المصمم إلى خمسة أجزاء عموديا ونذرها على الشكل التالي :

* القسم الأول: يمثل الشكل العلوي من الملصق مخصص للرسالة الألسنية فقط وهي عبارة عن عنوان كبير للملصق بصفة عامة .

* القسم الثاني: في هذا القسم يبدأ تصميم الرسائل الأيقونية الأولى والتي تعبر عن كيفية الغسل باستمرار أو استعمال المعقم أو مطهر كحولي بكثرة، مرفقة للرسالة ألسنية تعبر عنها وتشرحها أكثر.

* القسم الثالث: وفي هذا الجزء من الملصق أيضا عبارة عن رسائل غير لفظية حيث غلبت الأخيرة الرسالة اللفظية التي وردت باللغتين العربية، الفرنسية" وهنا يصف كيفية استعمال المناديل ورميها مباشرة بعد الاستعمال.

* القسم الرابع: كما ذكرنا سابقا هذا الجزء مخصص للرسائل الأيقونية مرفقة برسالة لسانية بلغتين أيضا، تصف نوعا ما هذه الرسومات حالة شخص مصاب بفيروس كوفيد- 19 وكيفية التصرف في هذه الحالة وتوعية كل من الطلبة وجيع من له علاقة بالمؤسسة الجامعية باختلاف منا صبهم خطورة الفيروس وعدم الاستهزاء به.

* القسم الخامس: والأخير مخصص للرسائل الألسنية في الجانب السفلي للملصق حيث أعطى معلومات حول الموقع الصحي " المزيد من الإرشادات "، أي هنا يوجه المصمم لمجتمع البحث بأن هنا كمواقع، وهنا كرقم خاص مجاني من أجل التواصل معهم والاستفادة من النصائح وتوعي تهمل ما هو أحسن .

كتبت الوسائل اللسانية بالخط الأسود لتركيزها وظهورها أكثر على خلفيات الملصق لأن له عدة خلفيات بألوان مختلفة وهي : الأزرق الفاتح، الأصفر، الوردى، الأخضر الفاتح للإشارة إلى ألوان القطاع الصحي بصفة عامة.

يحقق هذا الملصق براءة استخدام الألوان خاصة المتعلقة بالقطاع الصحي للتذكير بخطورة الفيروس ويذكر وهم بغرف الإنعاش، ولهذا فإنه حقق نوعاً ما اتصال من خلال دمجها للألوان وبراعة تصميم الرسائل اللفظية وغير اللفظية ببراعة.

5- تحليل الملصق رقم 5 و6:



الملصق -6-



الملصق -5-

1- الوصف: يتم وصف الملصقين الخامس والسادس من خلال ما جاء من عناصر، نلاحظ في كلا الملصقين وجود رسائل ألسنية وأيقونية على حد سواء، وتم وصف الملصقين الخامس والسادس من خلال ما جاء من عناصر أن كلا الملصقين مستطيلين الشكل لكن الملصق الخامس جاء مستطيل طولي أما الملصق الثاني ورد على شكل مستطيل عرضي

ويحمل كلاهما رسائل ألسنية وأيقونية، وردنا لرسائل للسانية التي تظهر في أعلى الملصق فبالنسبة للرسالة الأولى هي عبارة عن عنوان الملصق وكتبت بحجم كبير باللون الأصفر أما الرسالة الثانية فهي عبارة عن عنوان فرع يكتب بالخط المتوسط باللون الأبيض أما الرسالة الثالثة التي كتبت بحجم صغير في أسفل الملصق هي عبارة عن هاشتاغ "# سنهتار استهتارك _سيفتل_ أحبائك"، أما الرسالة الألسنية في الملصق السادس نجدها على اليمين في أعلى الملصق وفقا إلى هذه الرسائل الايقونية.

2- المستوى التعييني: يستدعي دراسة الرسالة التشكيلية التي تحتوي على مجموعة من العناصر وهي:

أ- الرسالة التشكيلية: تقوم على عناصر هي:

- **الحامل:** نجده ذين الملصقين الجداريين في المكتبة المركزية حيث علق في جدار قاعات المطالب.
- **الإطار:** الملصق الخامس والسادس كلاهما محدودين بإطار ذو مقياس (297+ A4 (210).
- **التركيب والإخراج على الورقة:** في الملصق الأول تبدو العناصر مركبة حيث أن العين تركز على الرسالة اللفظية مع الرسالة غير اللفظية بزواوية واحدة أي أن المصمم استغلال مساحة الوسطى للملصق أما الملصق الثاني فإن العين تقع مباشرة على الشخص الذي يلبس الكمامة ثم الرسالة للسانية .
- **الأشكال:** يمكن ضبط الأشكال على التالي :
 - شكل دائري.
 - المستطيلات الطولية والعرضية.
 - رسومات بشرية.

• **الألوان والإضاءة:** يمكن التركيز في هذين الملصقين على اللون الأزرق الفاتح الذي يدل على القطاع الصحي.

- **اللون الأصفر:** تم استخدامه في العنوان الرئيسي للملصق وهو اللون الذي يرمز إلى الفطنة، هو رمز الفكر والذكاء، يعمل في تنشيط العقل وتحفيزه إيجابيا .

- **اللون الأبيض:** استخدم في لباس للشخص في الأولى واستخدم أيضا في العنوان الفرعي والهاشاج من أجل وضوحه وإظهاره على الخلفية الزرقاء ويمثل أيضا خلفية للأيقونة الأولى أما في الملصق الثاني فنجد في الخلفية فقط من أجل توضيح الرسائل بمختلف أنواعها.

- **اللون الأزرق الغامق:** استخدم كخلفية في الملصق الأول لإظهار الرسائل شعوريا لأنه يعطي الشعور بالعنف والتأمل في زوال الفيروس.

- **الأزرق الفاتح:** في الملصق استخدم في إطار الأيقونة كما استخدم في قناع الوجه للوقاية، أما في الملصق الثاني نجد في خلفية الرسالة الألسنية وقناع الوجه لوضوح هذه الرسائل ويرمز أيضا إلى الصحة.

- **اللون الأسود:** نجد في عنوان الملصق الثاني لأنه أكثر وضوحا خاصة وأن الخلفية زرقاء، ونجد في الأيقونة الأولى في مثل لباس الشخص الذي في الصورة.

- **اللون الأحمر:** نجد في الملصق الثاني وهو عبارة عن إشارة تدل على الخطورة لأن الشخص هنا وضع قناع الوجه للوقاية في عنقه وليس على مستوى الوجه لتقيه من إصابته بالفيروس.

ج- **الرسالة الألسنية:** وردت الرسائل الألسنية في الملصق الأول على شكل عنوان رئيسي وفرعي أعلى الملصق، أما أسفل الملصق فهو عبارة عن هاشاج يوحى إلى المزيد من المعلومات وأخذ الاستفسارات من الموقع وهي على الترتيب التالي:

- ارتداء الكمامة .

- أنا أحميك وأنت تحميني.

- # استهتارك - سيقتل - أحبائك.

أما الملصق السادس نجد هناك رسالة واحدة ألسنية في يمين الملصق هي :

- وضع الكمادات.

3- المستوى التضميني: نشرت كلا الملصقين الخامس والسادس على مستوى المكتبة المركزية، فالملصق الخامس كان تصميمه على شكل مستطيل أفقي يحتوي على الرسالة اللفظية وغير اللفظية بشكل منظم وتسلسلي، أما الملصق السادس فكان تصميمه على شكل عمودي وزعت في هذه الرسائل الأيقونية بشكل مركب في وسط الملصق، أما الرسالة اللسانية كانت بعنوان رئيسي باللون الأسود على يمين الملصق لإبراز أهمية الرسائل غير اللفظية وظهور الرسومات بشكل واضح.

كتبت الرسالة الألسنية باللون الأصفر في الملصق الخامس للتببيه على خطورة كوفيد- 19، وأيضاً باللون الأبيض لظهورها بشكل أوضح على الخلفية الزرقاء أما في الملصق السادس وردت باللون الأسود لفخامته والتركيز عليه لأنه بحجم خط كبير لإبرازه على الرسالة الأيقونية، حيث جاءت هذه الملصقات من أجل توصيل فكرة إلى أن هذا الفيروس خطير على الفرد وأفاد بتفادي التجمع لأنه يتفشى بمجرد التقارب بين الأشخاص ويوصي على بعد متر بين الأفراد وارتداء قناع الوجه الواقى.

6- تحليل الملصق رقم 07:



الملصق -7-

هذه الصورة هي صورة ثابتة نشرت من طرف منظمة الإتحاد العام الطلابي الحر الذي تأسس عام 2001 على يد ساعد عزاز يتزأسه حاليا أسامة طيبب جامعة اكلي محند اولحاج بالبويرة، مرتبطة بفيروس كوفيد-19- تحديدا بعنوان إرشادات الوقاية منه .

1- الوصف: من خلال رؤيتنا لهذه الصورة فإنها جاءت في إطار مستطيل وفضاوية رؤية منا لأمام بحجم نو أبعاد (841 + 1186)، حيث نرى في المستوى الأول صورتين كبيرتين فعلى اليمين يوجد صورة طبيب واضعا كمامة (قناع واقي)، ثم على اليسار شعار المنظمة الطلابية الإتحاد العام الطلابي الحر تحت الشعار توجد عبارة هي عبارة متمثلة في دعاء " اللهم ارفع عنا الوباء " باللون الأسود في إطار أبيض، بعدها تأتي عبارة " الوقاية خير من العلاج" بحجم جيد باللون الأحمر، ثم في المستوى الثاني نرى مجسما كبيرا عبارة

عن الفيروس باللون الأحمر على يمين الصورة، أيضا نرى عبارة " وعينا يحمينا" باللون الأحمر في وسط الصورة والتي تؤكد على ضرورة الوعي لكل طالب يشاهد الصورة، في المستوى الثالث نرى عبارة طويلة باللون الأزرق مفادها "عزيزي الطالب إليك هذه التعليمات للوقاية من الفيروس المستجد" فيها مجموعة من الرسائل الأيقونية المتمثلة في تعليمات الوقاية وللأسف لرسالة أيقونية رسالة أسنوية وهي ترجمة كتابية للرسائل الأيقونية، ثم وأخيرا المستوى الرابع نجد شعار المنظمة مرة أخرى بحجم صغير على يسار أسفل الصورة مع شعارهم: "وحدة، حرية، عمل"، باللون الأصفر في إطار أخضر.

2- المستوى التعييني: إن دراسة المستوى التعييني تستدعي دراسة الرسالة التشكيلية التي تحتوي بدورها على مجموعة من العناصر هي : الحامل، التأطير، زاوية التقاط النظر واختيار الهدف، التركيب والإخراج، أعلى الورقة الأشكال وأخيرا الألوان والإضاءة.

أ- الرسالة التشكيلية: ويتم في تشكيل الرسالة على عناصر هي:

- **الحامل:** نشرت هذه الصورة على مستوى كليات جامعة آكلي محند أولحاج.
- **الإطار:** تحددت هذه الصورة بإطار ذو مقياس (841+1186) .
- **التأطير:** تم التركيز في هذه الصورة على كلتا الرسالتين الأيقونية والألسنية الموجودة على كل مساحة الصورة وذلك للتأثير على المشاهد بكل الطرق وإيصال الرسالة بطريقة بسيطة وفعالة والمتمثلة في التأكيد على الوقاية والعمل بكل الإرشادات الصحية المنشورة ومن هاته الإرشادات التأكيد على استعمال المعقم، عدم المصافحة، استعمال المنديل أثناء العطس، تجنب ملامسة العينين، وترك مسافة الأمان دون نسيان ضرورة وضع القناع في كل الأوقات.
- **التركيب والإخراج على الورقة :** تركيبة الصورة بسيطة مفهومة ومريحة للعيني تقبل فيها المشاهد محتواها ومضمونها فجاءت الرسالة اللسانية والأيقونية في مركز الصورة

ورسائل أخرى أيضا أيقونية والثانية أعلى وأسفل الصورة على الترتيب وبالتالي

تستجيب العين لكل الرسائل حيث احتوت الصورة على العناصر التالية :

- الرسالة الألسنية في وسط وأسفل الصورة .
- الرسالة الأيقونية في أعلى وأسفل الصورة.

• الأشكال: تمثلت في الدوائر الأيقونية، مجسم فيروس كوفيد 19 ، طبيب بشري، شعار الجامعة.

• اللون والإضاءة: هناك مزيج متناسق بين الألوان في الصورة ولها دلالات رمزية مختلفة نجد منها الأبيض، الأحمر، الأصفر والأخضر.

- اللون الأحمر: يرمز إلى الخطر والتحذير وهذا ما نراه في الرسالة الألسنية " الوقاية خير من العلاج " و "وعينا يحمينا" ومجسم فيروس كوفيد_19.

- اللون الأبيض: يحيل الى الطمأنينة والأمل والتفاؤل وهذا ما نراه في لون منزر الطبيب والدعاء " اللهم ارفع عنا الوباء " ، إضافة إلى جزء من الخلفية الخاصة بالرسائل الأيقونية المتمثلة في الدوائر الأيقونية.

- اللون الأصفر: لون الشمس والذي يشير إلى الإشراق التلاحم والحيوية والإيجابية وهو مصدر نور وإضاءة وهذا ما ينعكس على الإتحاد الطلابي الحر من كلماتهم وحدة، حرية، عمل.

- اللون الأزرق: وهو لون الهدوء والسكينة والراحة والطمأنينة ويرمز إلى قطاع الصحة عامة وبالتالي معرفة أنه ملحق صحي توعوي، أما الإضاءة فهي إضاءة هادئة مريحة للعين تشعرك بالاستقرار وتجعل المشاهد يحسب الاحتواء ومدى صدق الصورة والرسالة.

ج- الرسالة الألسنية: ظهرت الرسالة الألسنية " الوقاية خير من العلاج" على يسار الصورة، وضعت مزامنة مع موضوع الملصق الخاص بكوفيد-19 والرسائل الموجودة فيه إضافة إلى الرسالة الألسنية الموضوعية وسط الملصق " وعينا يحمينا" والتي جاءت إلى

جانب الرسالة "عزيري الطالب إليك هذه التعليمات للوقاية من الفيروس المستجد" كل هذه الرسائل تهدف إلى ضرورة أخذ الطالب بكل الإرشادات الوقائية المذكورة والعمل بها دون الاستهزاء بالوضع الصحي الخطير فالرسائل كلها مترابطة مع بعضها البعض فتعبر عن كيفية من فيروس كوفيد_19، فالوقاية هي طريقة لتجنب الضرر، والعلاج هو حل للمشكلة المرضية لذلك على الطالب بالوقاية خير من الإصابة والبدأ في البحث عن العلاج خاصة في حالة عدم وجود الحل وبالتالي إلحاق الضرر بالنفس وعلى الجسد خاصة والتأكيد على الوعي الصحي برفع درجة وعي الطالب وضرورة الالتزام والتقييد بإجراءات الوقاية واحترام معايير السلامة.

3- المستوى التضميني: تم نشر الملصق في مختلف كليات جامعة آكلي محند أولحاج بالبويرة بعد انتشار فيروس كوفيد_19، في كل أنحاء البلاد مع بداية شهر مارس إلى يومنا هذا وقد جاءت الصورة على شكل منقسم إلى عدة أقسام كل قسم يحتوي على رسائل إما أيقونية أو ألسنية .

* **القسم الأول:** والمتمثل في رسائل أيقونية وهي عبارة عن طبيب مرتديا قناعا واقيا وينظر نظرة من زاوية جانبية تعبر عن المستقبل لمجهول بهذا المرض، أسفله مجسم يعبر عن الفيروس وبالتالي معرفة خطورة الوضع، فالفيروسات معروفة بأنها خطيرة ويتم التحذير منها، ثم تأتي الرسالتان " الوقاية خير من العلاج " و "وعينا يحمينا" .

تؤكد أن على أهمية خطورة الوضع الصحي بسبب تفشي فيروس كوفيد_19 ، وأن يحافظ الطالب على نفسه وعلى صحته خير من أن يصاب دون معرفة إذا ما كان سينجو أم لا بحكم أنه لا يوجد علاج لهذا المرض مع ضرورة التثقيف ومعرفة ماذا يعني هذا المرض، ما هي أعراضه؟ وكيفية الوقاية منه، ومتابعة الأخبار والنصائح من خلال وسائل الإعلام أي أن يكون واعيا بخطر وأهمية الموضوع، وهذا ما يجعله محميا منه عن طريق عبارة وعينا يحمينا.

ثم تأتي الرسائل الأيقونية التي تسهل عملية الفهم للطالب والتي هي عبارة عن التعليمات الوقائية من الفيروس مترجمة برسائل ألسنية تحتك الأيقونة متمثلة في تجنب المصافحة لعدم تلقي العدوى غسل اليدين دائما من مدة إلى مدة لتجنب إمكانية الإصابة، فكل الأماكن تمس من قبل الأشخاص مع ضرورة استخدام المعقم دائما لتطهير اليدين وضرورة وضع القناع الواقى دائما خاصة في الأماكن العامة أو مع الأصدقاء لتفادي كلما يجعل الإنسان يشك، مع احترام مسافة الأمان على الأقل مترا واحدا والحفاظ على المكان بعدم رمي القناع أو المعقم أو المنديل المستعمل في الطرقات والأماكن العامة بل رمية في الأماكن الخاصة برمي الأوساخ وبالتالي أخذ كل التدابير والاحتياطات اللازمة للوقاية من فيروس كوفيد-19.

7- تحليل الملصق رقم 8 و 9 :



الملصق -9-



الملصق -8-

1- الوصف: نلاحظ في الملصقين الثامن والتاسع التشابه في التصميم والمضمون، فمن ناحية التصميم كلاهما مستطيل بشكل عرضي، ومن جهة المضمون فهما يحملان نفس الرسائل الألسنية والأيقونية، والاختلاف بينهما طفيف يتمثل في لون الخلفية المختارة لكل منهما وتباين بعض ألوان الرسومات، وعليه بصفة عامة فإننا نعاين أعلى الملصقين وأسفلهما رسائل لسانية متوازية فيما بينها (لأجل سلامتكم و سلامة الآخرين، احترموا مسافة الأمان)،

أما وسطهما نلاحظ تداخل فيما بين الرسائل اللفظية والغير لفظية (إشارات، أيقونات، أنساق لفظية).

2- المستوى التعيني: يتمثل من خلال:

أ- الرسائل التشكيلية: تقوم على ما يلي :

• الحامل: نشر الملصقين على مختلف جدران أروقة الكليات بجامعة أكلي محند أولحاج بالبويرة.

• الإطار: أبعاد الملصقين حددت بمقياس

• التأطير: يركز الملصق 8 و9 على ضرورة الأخذ بمسافة الأمان (1.5 متر) خلال فترة انتشار جائحة كورونا، للحد من انتشار المرض وانتقال العدوى، وذلك من خلال أيقونات تدل على التباعد وأنظمة كلامية ترافقها وتبين معانيها.

• التركيب والإخراج : هناك تناسق فيما بين الرسائل التي يتضمنها الملصقين، إذ أنها موزعة داخل حدود الملصق بشكل يسمح برؤيتها ومعاينتها على تباينها واختلافها، ما يلاحظه مستقبل الرسالة هو عبارة (كوفيد - 19) بالخط الأسود الغليظ وسط الملصق وشتى الأيقونات والإشارات التي تتوزع على جانبيها.

• الأشكال: يتضمن الملصق -8- أشكال هندسية تتمثل في مستطيلين أعلاه وأسفل هو دائرة صغيرة وسطه، والملصق -9- تضمن دائرة صغيرة فقط في الوسط. كما نلاحظ في كلاهما سهمين متعاكسين في الاتجاه على أطراف الدوائر.

• الألوان والإضاءة: صمم الملصقين بألوان متقاربة باختلاف بسيط، إذ نجد :

الأحمر، الأسود والأبيض في كل منهما، وهذه الألوان تمثل في:

- اللون الأبيض: في الملصق -8- استعمل كخلفية للرسالتين اللفظيتين أسفل وأعلى الملصق، من أجل إبرازها وتوجيه الأنظار نحوها، أما في الملصق -9- تم تغليب الأبيض على كل المساحة الخلفية لتوضيح جميع الرسائل المتضمنة داخله.

- اللون الأحمر: استخدم في تصميم الدوائر التي تمثل خلفية للمسافة الواجب التزامه الضمان الوقاية الصحية من الفيروس، اختيار اللون لجذب الانتباه لهذه المسافة والتنبيه على أنها أهم ما ركز عليه الملصق.
- اللون الأسود: تم اعتماده في تصميم الرسائل الألسنية لإمكانية لفت الانتباه له ووضوحه.
- اللون الرمادي: استخدم في تصميم رسائل أيقونية من الملصق -9- إشارة على شخصين.

ب- الرسالة الأيقونية: ضبط الدوال الأيقونية حسب الجدول :

الدوال الأيقونية	التدليل في المستوى الأول	التضمين في المستوى الثاني
- رسومات بشرية	- مجسم شخصين بالأسود في الملصق الأول، وباللون الرمادي في الملصق الثاني.	- ضرورة التباعد بسبب جائحة كورونا.
- أشكال	- سهمين متعاكسين في الاتجاه	دلالة على التباعد الاجتماعي.

الجدول رقم (07): يمثل تحليل الرسالة الأيقونية للملصق -8- و-9-

ج- الرسالة الألسنية: نلاحظ وجود رسائل لفظية أعلى، وسطو أسفل الملصقين، توزعت وتمثلت فيما يلي :

- الرسالة الألسنية الأولى: (لأجل سلامتكم وسلامة الآخرين .. احترموا مسافة الأمان) رسالة واحدة وزعت على الجزء الأعلى والأسفل من الملصقين، بحيث اعتمد المصمم تصميمًا خاصًا لحركة عين المتلقي التي تلاحظ الجزء الأول من الرسالة، ثم تعين أيقونات توضيحية فالجزء الثاني من الرسالة الألسنية.

- الرسالة الألسنية الثانية: (كوفيد 19) جاءت هذه الرسالة وسط كلا الملصقين توضيحا لأسباب ضرورة التباعد والتزام مسافة الأمان التي يؤكدان عليها.
- الرسالة الألسنية الثالثة: (1.5) داخل الدائرة الحمراء في الوسط، دلالة على المسافة اللازم اتخاذها بين الأفراد للوقاية من الفيروس.
- 3- المستوى التضميني: تم رصد هذا الملصق منشورا على مستوى مختلف كليات الجامعة
- أكلي محند أولحاج- ضمن البروتوكول الصحي الذي تتبعه إدارة الجامعة منذ تفشي فيروس كوفيد 19، للحد من انتشار العدوى والوقاية منه.
- 8- تحليل الملصق رقم 10 و 11 :



الملصق -11-



الملصق -10-

1- الوصف: نلاحظ أن الملصق -10- و -11- ملصقات حائطية مربعة الشكل، يحملان رسالة أيقونية واحدة وأخرى ألسنية، الرسائل اللفظية تقع أسفل الملصق كما يلي على الترتيب : (استخدام المعقم لليدين) (لسلامتكم ممنوع المصافحة)، وبالنسبة للرسائل غير اللفظية نجد في الملصق -10- معقم وقطرة منه مع اليد، وفي الملصق -11- يظهر لنا يدين تتصافحان مع علامة "ممنوع".

2- المستوى التعييني: يتطلب دراسة تحليلية للرسائل التالية :

أ- الرسالة التشكيلية: تقوم على ما يلي :

- **الحامل:** جدران أروقة ومداخل كليات جامعة آكلي محند أولحاج - البويرة-
- **الإطار:** تم تحديد أبعاد الملصقين بمقياس 48×48.
- **التأطير:** في الملصق -10- تم التركيز على رسالة أيقونية تحمل صورة توضيحية لموضوع الملصق، تغطي تقريبا كاملا لمساحة، وهي ما يستحوذ على نظر المتلقي، وفي الملصق -11- يغلب على المساحة الكلية علامة أيقونية تمثل الموضوع الأساسي والوحيد للملصق، أسفلها رسالة ألسنية تشرح معنى العلامة غير اللفظية.
- **التركيب والإخراج :** التصميم الكلي للملصقين بسيط ومفهوم بحيث أول ما يترأى للمتلقية والرسائل الأيقونية التي تمثل الموضوع.
- **الأشكال:** الشكل الوحيد هو الدائرة التي توطر الرسائل الأيقونية في كلا الملصقين.
- **اللون والإضاءة :** في الملصق -10- تم الاعتماد على لونين هما :
 - **اللون الأزرق:** في الرسالة الأيقونية (قارورة التعقيم واليد) وفي الرسالة الألسنية (استخدام المعقم لليدين) ، دلالة على صحة الفعل وضرورة على اعتبار أن اللون الأزرق يرمز للتفاؤل والإيجابية ويستخدم في الميدان الصحي.
 - **اللون الأبيض:** استخدم في الخلفية من أجل إبراز العلامات وتوضيحها، و في الملصق -11- تم الاعتماد على اللون الأزرق والأبيض اللذين يحملان نفس الدلالات، ثم استعمال اللون الأحمر في العلامة الأيقونية التي تمثل إشارة " المنع" للدلالة على التحذير والتنبيه من خطر المصافحة مع تفشي الفيروس.
- ب- **الرسالة الأيقونية:** تم تحليل الرسائل الأيقونية من خلال الجدول التالي :

الدوال الأيقونية	التعيين في المستوى الأول	التضمين في المستوى الثاني
- العلامات البشرية	- رسم اليدين.	- التعقيم والوقاية.
		- منع التصافح للحد من انتقال العدوى.

الجدول رقم (8): يمثل تحليل الرسالة الأيقونية

ج- الرسالة الألسنية: هناك رسالة ألسنية في أسفل كل ملصق، وهي كما يلي : في الملصق العاشر " استخدام المعقم لليدين " ، رسالة تفسر العلامة الأيقونية وتوضح معناها، ترمز إلى ضرورة تعقيم اليدين، وفي الملصق الحادي عشر " لسلامتكم ممنوع المصافحة" جاءت تحت إشارة منع المصافحة لتبين معناها ومضمونها.

3- المستوى التضميني: رصد الملصقان أعلاه في أروقة ومداخل كليات جامعة آكلي محند أولحاج -البويرة-، حيث تم نشرهما من طرف إدارة الجامعة للتنبيه على ضرورة الأخذ بالإجراءات الوقائية منذ انتشار فيروس كورونا، ومن خلال تحليل مختلف الرسائل تبين أن الموضوع الرئيسي للملصقين -10- و -11- هو التأكيد على إتباع الإجراءات الاحترازية للحد من انتشار الفيروس وانتقال العدوى.

وقد اعتمد في التصميم على شكل مبسط برسائل واضحة مفهومة (علامة أيقونية وعلامة ألسنية في كل ملصق)، واستخدم في ذلك ثلاثة ألوان هي: الأزرق للدلالة على الفعل اللازم للوقاية، الأبيض كلون للخلفية حيث يعتبر لونا مناسباً للكتابة عليه، وذلك في كلا الملصقين. والأحمر في الملصق الثاني للتنبيه والتحذير تماشياً مع علامة الحظر، ومنه نستنتج أن الملصقين أعلاه، يقومان على الوظيفة التوعوية الإلزامية التي تفرض على المتلقي المعني بالالتزام بالوقاية والتوجيهات.

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة:

تتمثل نتائج الدراسة فيما يلي:

- * الملصقات المعتمدة في التوعية بفيروس كوفيد -19 في جامعة البويرة كلها ملصقات ورقية جدارية، ليس هناك نوع آخر غيرها (لا ضوئية ولا الكترونية).
- * كشفت لنا الدراسة أن الملصقات وسيلة اتصالية إعلامية تلعب دورا في التنقيف الصحي.

* الألوان المعتمدة بكثرة في تصميم الملصقات هي:

* الأحمر ← للتنبية وجذب الانتباه.

* الأزرق والأخضر ← للوقاية وترمز إلى الصحة.

* الأسود ← يستعمل في الجانب التيبوغرافي.

* أن السيميولوجيا علم يدرس العلامات الألسنية والأيقونية على حد سواء.

* هناك توازن فيما بين الرسائل اللفظية وغير اللفظية في أغلب الملصقات.

خاتمة

خاتمة:

تعتبر الملصقات من أكثر الوسائل تأثيراً على القيم السلوكية للفرد، وهذا ما نراه في ملصقات التوعية الخاصة بكوفيد-19- بجامعة البويرة، حاولنا فيها تحليل مجموعة من الملصقات الخاصة بكوفيد 19 مقدره ب 11 ملصق بتطبيق مقارنة مارتن جولي وذلك بإبراز أهمية هذه الملصقات في تحقيق التوعية والتثقيف الصحي وبالتالي الانتقال من عادات سيئة إلى عادات ايجابية عن طريق الوقاية والعلاج.

وباعتبار الملصقات من أساسيات الإعلان التي تقوم عليها مختلف المؤسسات، فهي تقوم بجذب المشاهد والتأثير على سلوكياته وتزويده بمختلف المعلومات الخاصة بمحتوى الملصق بطريق جذابة بسيطة وسهلة الفهم خاصة من الجانب الصحي وبالإسقاط على موضوع دراستنا المتعلق بكوفيد 19 المرض الخبيث الذي أودى بحياة الآلاف من كل بقاع العالم لسرعة انتشاره وعدم إيجاد دواء خاص به.

ففيروس كوفيد 19 يعتبر مرضاً ناجماً عن فيروس كوفيد المستجد والمسمى بفيروس كورونا سارس 02، له أعراض كثيرة منها الحمى والصداع والغثيان وفقدان حاسة الشم...إلخ، لذلك يجب دائماً احترام القوانين الخاصة بالوقاية والعلاج وبالتالي تحقيق أهداف الملصقات الصحية.

وبالتالي الحفاظ على صحة النفس والجميع.

من خلال دراستنا وتحليلنا لبعض ملصقات التوعية الصحية الخاصة بكوفيد 19 دراية سيميولوجية بجامعة البويرة توصلنا إلى مجموعة من النتائج منها: ملصقات توعوية بحتة تقوم على إعطاء كل المعلومات اللازمة معرفتها حول الفيروس، تقديم كل طرق العلاج والوقاية وكيفية التعامل مع المرض، الملصقات جدارية ورقية ألصقت على مختلف جدران كليات الجامعة، تلعب الملصقات دوراً في التثقيف الصحي باعتبارها أداة ووسيلة إعلامية، أغلب الألوان المستعملة في تصميم الملصقات هي الأحمر لجذب الانتباه ومعرفة

خطورة الأمر والحذر والأزرق والذي يعبر عن الوقاية والاهتمام واللون، بالإضافة إلى اللون الأخضر والأسود، استعمال عنصر التكرار من أجل ترسيخ فكرة الملصق والعمل بالإرشادات المكتوبة فيها، وبالطبع استعمال مقارنة مارتن جولي القائمة على منهج التحليل السيميولوجي.

كان الهدف من هذه الدراسة الخاصة بملصقات التوعية الصحية بكوفيد 19 هي معرفة الدلالات المخفية للرسائل والرموز والأشكال الموجودة فيها باستخدام التحليل السيميولوجي والتأكيد على أهمية الملصقات وتطبيق ما جاء في مضمونها وذلك بالأخذ بكل الإرشادات الوقائية والنصائح المذكورة فيها.

وفي الختام نشير أن بحثنا ما هو إلا عمل متواضع من طرف ثلاث طالبات في طورهما الأول وما يحمله من آرائنا الشخصية المتواضعة هي الأخرى، وذلك محاولة منا للإجابة عن الإشكالية المطروحة في مذكرتنا.

قائمة المراجع

والمصادر

قائمة المصادر والمراجع :

أولاً: باللغة العربية:

أ- القرآن الكريم:

ب- الكتب:

1. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
2. أحمد محمد بدح وآخرون، الثقافة الصحية، دار المسيرة، طبعة 4، عمان، 2012.
3. أحمد مزاهرة وآخرون، علم اجتماع الصحة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، طبعة 1، الأردن، 2001.
4. جميل حمداوي، السيميولوجيا بين النظرية والتطبيق، دار الريف للطبع والنشر الإلكتروني، طبعة 2، المغرب، 2020.
5. حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، طبعة 1، القاهرة (مصر)، 1998.
6. سعيد بنكراد، السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها، الحوار للنشر والتوزيع، طبعة 3، اللاذقية (سوريا)، 2012.
7. —، سيميائيات الصورة الإشهارية والإشهار والتمثلات الثقافية، الدار البيضاء (المغرب)، 2006.
8. سمير محمود، الإعلام العلمي، دار الفجر للنشر والتوزيع، طبعة 1، مصر، 2008.
9. سيزا قاسم ونصر حامد أبو زيد، مدخل إلى السميوطيقا، دار إلياس العصرية، القاهرة (مصر)، 1986.
10. عبد الواحد لمربط، السيمياء العامة وسيمياء الأدب - من أجل تصور شامل- منشورات مشروع البحث النقدي ونظرية الترجمة، طبعة 1، المغرب، 2005.

11. عبيدة صبطي ونجيب بخوش، مدخل إلى السيميولوجيا، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.
12. قدور عبد الله ثاني، سيميائية الصورة مغامرة في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، طبعة 1، الأردن، 2008.
13. كلود عبيد، الألوان (دورها، تصنيفها، مصادرها، رمزيتها، ودلالاتها)، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، طبعة 1، بيروت، 2013.
14. محمد الفاتح وسميرة سطوطاح، مناهج البحث في علوم الاتصال وطريقة إعداد البحوث، دار حامد للنشر والتوزيع، طبعة 1، الجزائر، 2019.
15. منير الزامل، التحليل السيميائي للمسرح - سيميائية العنوان - سيميائية الشخصيات - سيميائية المكان، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2014.
16. نزار كمال المحلاوي، إبداعات لونية وتأثيراتها النفسية، ن. ك المحلاوي، 2007.

ج: الكتب المترجمة :

1. إيريك بويسنس، السيميولوجيا والتواصل، ترجمة جواد بنيس، رؤية للنشر والتوزيع، طبعة 2، مصر، 2017.
2. برنار توسان، ماهي السيميولوجيا، ترجمة محمد نظيف، إفريقيا الشرق، طبعة 2، المغرب، 1994.
3. كندار توف، الأصوات والإشارات، ترجمة جلال شوقي، الهيئة المصرية العلمية للكتاب، القاهرة، 1972.
4. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006.

د: رسائل وأطاريح:

* الرسائل:

1. أسماء عناب وفيروز الوافي، الأساليب الإقناعية في الملصقات الإعلامية دراسة ميدانية على عينة من موظفي المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار - فرع قسنطينة-، مذكرة ماستر: اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2015-2016.
2. حليلة حبجوب، دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية الصحية -دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة أم البواقي-، مذكرة ماستر: اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2014-2015.
3. حمزة زيان بوزيان، راضية أحمد بن سلطان، التحليل السيميولوجي للإشهار في التلفزيون -دراسة تحليلية سيميولوجية لومضتي دانون Activia ومنتوج زربية Tapi d'or، مذكرة ماستر: وسائل الإعلام والتنمية المستدامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجيلالي بونعامة - خميس مليانة، 2017-2018.
4. رانيا سلوغة، اعتماد الشباب الجزائري على وسائل الإعلام في التوعية الصحية دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة أم البواقي، مذكرة ماستر: صحافة وإعلام إلكتروني، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016-2017.
5. سامية بن سلطان، الأبعاد السوسيو ثقافية للصورة الإشهارية المتحركة دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الصور الإشهارية المتحركة في التلفزيون الجزائري، مذكرة ماستر: اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018-2019.

6. سمية العايب ودنيا مسعودي، القيم الثقافية للمجتمع الجزائري في الومضات الإشهارية بالقنوات التلفزيونية الجزائرية، دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الومضات الإشهارية "ومضة مجمع ثقة، كسكس سيم، زيت عافية"، مذكرة ماستر: اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2017-2018.
7. سمية فايد وسامية منصور، صورة المرأة في الإشهارات بجريدة الشروق اليومي الجزائري، مذكرة ماستر: صحافة مكتوبة، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2016-2017.
8. عائشة مهني، دور الملصق في التحسيس بالإعاقة السمعية - تصميم ملصق إعلاني-، مذكرة ماستر: تصميم جرافيكي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018-2019.
9. عمر ومحمد سامي عبد الكريم، فن الدعاية والإعلان رؤية معاصرة، رسالة ماجستير (منشورة)، جامعة حلوان، مصر، 1998.
10. فاطمة الزهراء عذيري، إجراءات التحليل السيميولوجي عند صلاح فضل من خلال كتابه: " شفرات النص"، "دراسة سيميولوجية في شعرية القص والقصيد"، مذكرة ماستر: نقد أدبي حديث، قسم اللغة والأدب العربي، كلية الآداب واللغات، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2016-2017.
11. كمال جدي، المصطلحات السيميائية السردية في الخطاب النقدي عند رشيد بن مالك، مذكرة ماجستير: نقد عربي ومصطلحاته، كلية الآداب واللغات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2011-2012.
12. كنزة قدراني، دور الملصق في الترويج للثقافة دراسة سيميائية لبعض ملصقات مؤسستي الثقافة والمكتبة العمومية لمدينة أم البواقي، شهادة ماستر، قسم العلوم

- الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016-2017.
13. مصعب عبد السلام المعاينة، دور التلفزيوني الأردني في التنقيف الصحي دراسة في برنامج " صحتك الدنيا"، رسالة ماجستير: الصحافة والإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا، الأردن، 2013-2014.
14. غمشي بن عمر، سيميولوجيا الاتصال في الخطاب الديني - قصص الأنبياء أنموذجا-، أطروحة دكتوراه: إعلام واتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 03، 2011-2012.
15. نجيم حناشي، سيميائية الصورة الكاريكاتورية في الصحافة الجزائرية، أطروحة دكتوراه: لسانيات، قسم اللغة والأدب العربي، كلية اللغة والأدب العربي، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2017-2018.
16. يسمينة خدنة، البحث العلمي في الجامعة الجزائرية من خلال مذكرات تخرج طلبة الماجستير في العلوم الإنسانية والاجتماعية دراسة ميدانية لبعض جامعات الشرق الجزائري، أطروحة دكتوراه: إدارة الموارد البشرية، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة لمين دباغين سطيف 2، 2017-2018.

هـ: المجالات :

1. بلخير يرضوان وجابري سارة، " إشكالات تطبيق منهج التحليل السيميولوجي -دراسة تطبيقية في الأبعاد السوسيو ثقافية لصورة المرأة في الإعلانات التلفزيونية-"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي التبسي تبسة، العدد 13، الجزائر.
2. تريكي حمزة، " الخطوات المنهجية في التحليل السيميولوجي للأعمال الفنية المعاصرة"، مجلة سيميائيات، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، العدد 1، الجزائر، 2021.

3. جان كلود دومي نجوز، " المقاربة السيميولوجية "، ترجمة جمال بلعربي، مجلة بحوث سيميائية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، العدد 4، الجزائر، 2007.
4. حامد مجيد الشطري، " الدلالة السيميائية للصورة الإعلانية"، مجلة آداب ذيقار، كلية الآداب جامعة ذيقار، العدد 17، العراق، 2016.
5. صالح علي مسعود قحطوص، "سيميائية الخطاب البصري"، مجلة كلية الفنون والإعلام، مدرسة الإعلام والفنون الأكاديمية الليبية، العدد 3، ليبيا.
6. علوي أحمد الملجمي، " السيميائيات الحديثة: الأصول والامتدادات"، مجلة سيميائيات، جامعة البيضاء، العدد 1، اليمن، 2021.
7. عواطف منصور، " الجسد/ الصورة في الخطاب الإعلاني من خلال السيميائية البارثية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المعهد العالي للفنون والحرف، جامعة القيروان، تونس، 2017.
8. لواتي ربيعة، سيميولوجيا التواصل - قراءة في علاقة السيميائيات بالأنساق والأنظمة التواصلية-، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، جامعة الجزائر 3، العدد 2، الجزائر، 2019.

و: المعاجم:

1. عبد الفتاح عبد الكافي إسماعيل، معجم مصطلحات عصر العولمة، الدار الثقافية للنشر، طبعة 1، القاهرة، 2004.

ثانيا: باللغة الفرنسية:

أ- الكتب باللغة الفرنسية:

1. Ibrahim and Sulaiman, "semiotic communication: an approach of understanding a meaning in communication", International journal of media and communication research, volume 1, 2020.

2. Irene Machado and Vinicius Romanini, “semiotics of communication: from semiosis of nature to culture”, Biosemioticmagazine, Sao Paulo university, Brazil, 2012.

ب- المواقع الإلكترونية :

1. www.aljazeera.net.
2. [-www.b-sociology.com](http://www.b-sociology.com).
3. www.cancer.net.
4. www.educad.me.
5. www.entv.dz.
6. www.france24.com.
7. www.oussamaimad.wixsite.com.
8. www.ar.m.wikipedia.org.
9. [http:// covid 19 , santé. Gov , dz](http://covid19.santego.dz).

ملاحق الدراسة

الرابطة الوطنية للطلبة الجزائريين
المكتب الولائي البويرة

Bouira

فيروس كورونا المستجد

كوفيد 19

ما هو؟

هو فيروس من فصيلة فيروسات كورونا حيث ظهرت أغلب الحالات في مدينة ووهان الصينية في نهاية شهر ديسمبر 2019 على صورة التهاب رئوي حاد.

أعراض الإصابة

عزيمي الطالب...
للوفاية من فيروس كوفيد 19

الصداع
الحصى
الشعور العام بالتعب
سيلان الأنف والسعال
إلتهاب الحلق

تغطية الأنف والضم عند السعال والعطس

جُنب الإتصال المباشر مع أي شخص تظهر عليه أعراض أمراض الجهاز التنفسي مثل السعال والعطس

غسل اليدين بالماء والصابون بانتظام واستخدام المعقم

الرابطة الوطنية للطلبة الجزائريين
المكتب الولائي البويرة

Bouira

الطريقة الصحيحة لاستخدام مطهر اليدين الكحولي

1. ضع كمية كافية من مطهر اليدين الكحولي لتغطية راحة اليد

2. افرك راحة اليد باليد الأخرى

3. افرك راحة اليد اليمنى بظهر اليد اليسرى مع تشبيك الأصابع وبالعكس

4. افرك راحتي اليدين مع تشبيك الأصابع

5. افرك الأصابع من الخلف مع راحة اليد الأخرى والأصابع مضمونة

6. افرك الإبهام الأيسر بطريقة دائرية في راحة اليد اليمنى وبالعكس

7. افرك أصابع اليد اليمنى بحركة دائرية في راحة اليد اليسرى وبالعكس

8. اترك اليدين لتجف

استعمل مطهر اليدين الكحولي الذي يحتوي على نسبة من الكحول لا تقل عن 60 بالمئة

عملية تعقيم اليدين المثالية لا تقل عن 20 ثانية

وزارة الصحة و إصلاح المستشفيات
المديرية العامة للوقاية و ترقية الصحة

**كيف تحمي نفسك من الفيروسات
مثل فيروس كورونا COVID-19 ، أو الأنفلونزا الموسمية ؟**

**Comment se protéger contre les virus
comme le coronavirus COVID-19 ou la grippe saisonnière ?**



اغسل يديك باستمرار بالماء و الصابون أو إستعمل مطهر كحولي.
Se laver fréquemment les mains avec de l'eau et du savon ou utiliser une solution hydro-alcoolique.



عند السعال أو العطس، يجب استخدام منديل ورقي والتخلص منه، و غسل اليدين مباشرة، أو تغطية الفم و الأنف بالمرقق.
En cas de toux et d'éternuement, utilisez un mouchoir en papier, jetez le mouchoir et lavez-vous les mains tout de suite après, ou couvrez-vous la bouche et le nez avec le coude fléchi.



إذا كنت مصابا بالحمى 38°، السعال و صعوبة في التنفس، إستعمل القناع الواقي و استشر الطبيب فوراً.
En cas de fièvre plus de 38°, de toux ou de difficultés respiratoires, utilisez une bavette et consulter un médecin sans tarder.

للمزيد من المعلومات
Plus d'information

3030 www.sante.gov.dz

Organisation ministérielle de la Santé
unicef

الإتحاد العام الطلابي الحر
فرع البجيرة




اللسهم ارفع عنا الرباه

الوقاية خير من العلاج

وعينا بحمينا

عزيزي الطالب اليك هذه التعليمات للرقابة من الفيروس المستجد



غسل اليدين باستمرار
استعمال التاديات
اتناء العطس
رغم التاديل في السلة
تجنب الصانعة
ترك مسافة الامان
استعمال القناع
تجنب سمس العينين
استعمال المعقم

وحدة . حرية . عمل





الفهرس

الفهرس

الصفحة	العناوين
	شكر وعرفان
	الإهداء
	ملخص الدراسة
أ-هـ	مقدمة
26-6	الإطار المنهجي للدراسة
7	1- إشكالية الدراسة
9	2- تساؤلات الدراسة
10-9	3- أهداف الدراسة
10	4- أهمية الدراسة
11	5- أسباب اختيار الموضوع
15-12	6- تحديد المفاهيم
25-15	7- الدراسات السابقة
26	8- صعوبات الدراسة
-27	الإطار النظري للدراسة

52-28	الفصل الأول: السيميولوجيا
29	تمهيد
42-30	المبحث الأول: ماهية السيميولوجيا
34-30	1- مفهوم السيميولوجيا
37-35	2- نشأة السيميولوجيا
42-38	3- مدارس السيميولوجيا
52-43	المبحث الثاني: سيميولوجيا التواصل
46-43	1- سيميولوجيا التواصل
48-47	2- رواد سيميولوجيا التواصل
51-49	3- المقاربة السيميولوجية في الاتصال
52	خلاصة
64-53	الفصل الثاني: الملصقات
54	تمهيد
58-55	المبحث الأول: ماهية الملصقات
55	1- مفهوم الملصقات
56	2- نشأة الملصقات
58	3- خصائص الملصقات

64-59	المبحث الثاني: أنواع ووظائف الملصقات، وكيفية تصميمه
60-59	1- أنواع الملصقات
62-61	2- وظائف الملصقات
63-62	3- كيفية تصميم الملصقات
64	خلاصة
78-65	الفصل الثالث: الكوفيد 19 والتوعية الصحية
66	تمهيد
74-67	المبحث الأول: الكوفيد 19
68-67	1- ماهية الكوفيد 19
70-68	2- أعراض الكوفيد 19 وكيفية الوقاية منه.
74-71	3- الكوفيد 19 في الجزائر
78-75	المبحث الثاني: التوعية الصحية
75	1- مفهوم التوعية الصحية
76-75	2- خصائص التوعية الصحية، أهميتها وأهدافها
77	3- دور الإعلام في التوعية الصحية
78	خلاصة
116-79	الإطار التطبيقي : نتائج الدراسة التحليلية السيميولوجية

	وتفسيرها
80	1- مجالات الدراسة
80	أ- المكاني
80	ب- الزماني
80	2- الإجراءات المنهجية للدراسة
84-80	أ- نوع الدراسة ومنهجها
84	ب- أدوات جمع البيانات
85	ج- مجتمع البحث وعينته
116-86	3- نتائج تحليل ملصقات التوعية الصحية لفيروس كوفيد -19 الخاصة بجامعة البويرة.
86	تمهيد
90-86	1- تحليل الملصق رقم 1
94-91	2- تحليل الملصق رقم 2
98-95	3- تحليل الملصق رقم 3
102-99	4- تحليل الملصق رقم 4
106-103	5- تحليل الملصق رقم 5 و6
110-107	6- تحليل الملصق رقم 7
113-111	7- تحليل الملصق رقم 8 و9

116-114	8- تحليل الملصق رقم 10 و 11
118	نتائج الدراسة
121-120	خاتمة
129-123	قائمة المراجع
134-130	ملاحق الدراسة
141-135	الفهرس

فهرس الجداول:

الصفحة	رقم الجدول
72	الجدول رقم (01)
83	الجدول رقم (02)
88	الجدول رقم (03)
93	الجدول رقم (04)
97	الجدول رقم (05)
101	الجدول رقم (06)
113	الجدول رقم (07)
115	الجدول رقم (08)