

دور الخطاب البصري في تعزيز مفاهيم التصميم الأخضر والاستدامة من خلال تحليل الصور بالحملات البيئية المعاصرة

The Role of Visual Discourse in Promoting Green Design and Sustainability Concepts through Image Analysis in Contemporary Environmental Campaigns

رانيا محمد همام الباز

مدرس بالمعهد العالي للفنون التطبيقية، التجمع الخامس raniarm804@gmail.com

كلمات دالة

الخطاب البصري، التصميم الأخضر، الاستدامة، الحملات البيئية المعاصرة
Visual Discourse, Green Design, Sustainability, Contemporary Environmental Campaigns

ملخص البحث

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور الخطاب البصري في تعزيز مفاهيم التصميم الأخضر والاستدامة، من خلال تحليل مضمون الصور البيئية المنشورة ضمن الحملات الرسمية لوزارة البيئة المصرية على صفحتها على فيسبوك، خلال الفترة من ١ ديسمبر ٢٠٢٤ إلى ١ يناير ٢٠٢٥م اعتمدت الدراسة على المنهج السيميولوجي وفقاً لنموذج رولان بارت لتحليل الرموز والدلالات البصرية والثقافية، مع توظيف أدوات مثل التحليل السيميولوجي والملاحظة غير التشاركية لرصد تفاعل الجمهور؛ ولقد تم اختيار عينة قصدية مكونة من (١٣) صورة تمثل أبرز الصور التي لاقت تفاعلاً كبيراً من المتابعين، بهدف دراسة العناصر البصرية المؤثرة ودورها في بناء خطاب بصري بيئي فعال؛ ولقد ركز التحليل على مؤشرات مثل الألوان، الرموز، التكوين البصري، واللغة المصاحبة، وتم تناول مستويات المعنى الثلاثة: الظاهري (التعيني)، الرمزي (الإيحائي)، والأيدولوجي (الأسطوري). ولقد أظهرت النتائج أن الصور المعتمدة على الرموز الطبيعية مثل الشجرة والماء واللون الأخضر، عززت الرسائل المتعلقة بالاستدامة، بينما حققت الصور التي تضمنت تمثيلاً بشرياً، خصوصاً للأطفال والعاملين في الميدان، مستويات تفاعل جماهيري أعلى. كما لوحظ وجود نمط بصري موحد في بعض الحملات، مما أضعف أحياناً عنصر الجاذبية والتجديد؛ وقد خرج البحث بعدد من التوصيات، من أبرزها: أهمية تنويع التصاميم البصرية، وتوظيف رموز ثقافية محلية، وتعزيز التمثيل البشري الواقعي في الصور، واستخدام أدوات تصميم حديثة مثل الإنفو غرافيك والرسوم التفاعلية، بما يضمن فاعلية أكبر للخطاب البصري البيئي في تحقيق أهداف التوعية والاستدامة.

Paper received May 04, 2025, Accepted July 13, 2025, Published on line September 1, 2025

مشكلة البحث: Statement of the Problem

● في ظل التحديات البيئية العالمية المتزايدة، باتت الاستدامة البيئية هدفاً مشتركاً تسعى إليه الدول والمنظمات على اختلاف توجهاتها؛ ولقد يلعب الخطاب البصري دوراً حيوياً في توعية المجتمعات، وتشكيل اتجاهات الأفراد نحو السلوك البيئي الإيجابي، خاصة في ظل التحول الرقمي وانتشار وسائل الإعلام المرئية؛ وتعد الحملات البيئية الرسمية واحدة من أهم أدوات الاتصال التي تعتمد بشكل متزايد على الصور والرموز والتصميمات الجرافيكية لنقل رسائلها؛ وفي مصر، أطلقت وزارة البيئة عدداً من الحملات الرقمية التي توظف عناصر بصرية متعددة لدعم مفاهيم التصميم الأخضر والاستدامة؛ إلا أن فعالية هذا الخطاب البصري، ومدى تماسكه الرمزي والثقافي، وقدرته على التأثير في وعي الجمهور، لا تزال بحاجة إلى تحليل علمي دقيق، يكشف عن دلالاته ومكوناته الرمزية؛ ومن هنا تبرز الحاجة إلى دراسة سيميولوجية تحلل هذا الخطاب البصري ضمن حملات وزارة البيئة الرسمية، للكشف عن مدى انسجامه مع أهداف الاستدامة والتصميم الأخضر؛ ومن خلال ما سبق نستطيع القول بأن مشكلة البحث تتمركز في الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي: "إلى أي مدى يسهم الخطاب البصري في تعزيز مفاهيم التصميم الأخضر والاستدامة من خلال تحليل الصور بالحملات البيئية المعاصرة عبر الصفحة الرسمية لوزارة البيئة المصرية علي الفيسبوك؟"

تساؤلات البحث: Research questions

● ما الرموز والعناصر البصرية الأكثر استخداماً في الحملات البيئية الرسمية؟ وما دلالاتها في تعزيز مفاهيم التصميم الأخضر والاستدامة؟

المقدمة: Introduction

شهد العالم في العقود الأخيرة تحولاً متسارعاً نحو تبني مفاهيم التنمية المستدامة، استجابة للتحديات البيئية العالمية المتزايدة، مثل تغير المناخ، وتدهور الموارد الطبيعية، وتلوث الهواء والماء؛ وقد أصبح من الضروري أن تلعب وسائل الإعلام والاتصال دوراً محورياً في رفع الوعي البيئي، ليس فقط من خلال المحتوى النصي، بل أيضاً عبر الخطاب البصري الذي يمتلك قدرة عالية على التأثير والإقناع، بفضل رموزه ودلالاته الثقافية الكامنة؛ وفي ظل الانتقال العالمي إلى الاقتصاد الأخضر، برز مفهوم التصميم الأخضر باعتباره أحد الأدوات المهمة لتحقيق الاستدامة، خاصة في المجال الإعلامي والبصري؛ ويعد الخطاب البصري البيئي أحد أبرز أشكال التواصل المؤثر، نظراً لما يتمتع به من طابع رمزي، ولغوي، وجسماني، يمكنه من نقل رسائل معقدة بصورة مبسطة وجاذبة للجمهور.

ومع تطور الإعلام الرقمي، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي وسيلة رئيسية تتبناها المؤسسات الحكومية في نشر حملاتها التوعوية، ومن بينها وزارة البيئة المصرية، التي طورت خلال السنوات الأخيرة حضوراً بصرياً واضحاً على منصة فيسبوك، من خلال حملات رقمية تعكس التزاماً بمفاهيم التحول الأخضر والاستدامة البيئية.

من هذا المنطلق، يهدف هذا البحث إلى دراسة دور الخطاب البصري في تعزيز مفاهيم التصميم الأخضر والاستدامة، وذلك من خلال تحليل مضمون الصور البيئية المنشورة في الحملات الرسمية لوزارة البيئة المصرية عبر صفحتها الرسمية على فيسبوك، خلال الفترة من ١ ديسمبر ٢٠٢٤ إلى ١ يناير ٢٠٢٥م؛ ويستند البحث إلى المنهج السيميولوجي، مستفيداً من نموذج رولان بارت في تحليل الرموز والدلالات الثقافية والبصرية لتلك الصور.

CITATION

Rania El-Baz, (2025), The Role of Visual Discourse in Promoting Green Design and Sustainability Concepts through Image Analysis in Contemporary Environmental Campaigns, International Design Journal, Vol. 15 No. 5, (September 2025) pp 377-394

وتأويله لهذه الرسائل وتأثيرها في سلوكه وتفاعله؛ ولقد ارتكزت الدراسة على نموذج رولان بارت في التحليل السيميولوجي لفهم إنتاج المعاني من خلال الدال والمدلول والدلالة الثقافية، وعلى نظرية الصورة الذهنية لرصد كيفية تشكل الانطباعات والإدراك العام لدى المتلقين؛ وتم اختيار هذين النموذجين نظرًا لملامتهما في تفسير الرسائل البصرية من حيث الإنتاج والتلقي؛ كما استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي مع الاعتماد على منهج سيميولوجي مزدوج يجمع بين تحليل المحتوى البصري عينة من (٤٩) منشورًا من صفحة بهية و(١٩) من صفحة مجدي يعقوب، وتحليل المجموعات النقاشية البورية لعينة من المتابعات النشطة (٣٢) من مؤسسة بهية و(٢٥) من مؤسسة مجدي يعقوب، باستخدام جلسات تفاعلية عبر واتساب؛ وعليه فقد أظهرت النتائج أن مؤسسة بهية تعتمد خطابًا بصريًا إنسانيًا يعكس الاحتواء والتمكين، بينما تبني مؤسسة مجدي يعقوب خطابًا بصريًا قائمًا على الاحترافية والرمزية الطيبة؛ ورغم اختلاف النهجين، فإن كلا المؤسساتين نجحتا في بناء صورة ذهنية قوية وتحفيز سلوك داعم من الجمهور؛ وقد أوصت الدراسة بضرورة توظيف الرموز البصرية بوعي يعزز الهوية المؤسسية، وبتطوير محتوى واقعي ومحفز، مع إشراك الجمهور في بناء الرسالة البصرية؛ كما أوصت الباحثين بالتوسع في الدراسات المقارنة ودمج التحليل السيميولوجي مع أدوات كمية لقياس السلوك الفعلي.

كشفت دراسة أميرة البسيوني (٢٠٢٥م)؛ بعنوان " دور التحليل السيميولوجي للخطاب البصري في إدارة السمعة المؤسسية - دراسة حالة تحذيرات بنك مصر من الهجمات الإلكترونية عبر الصفحة الرسمية " فيسبوك " عن الدور الذي يلعبه التحليل السيميولوجي للخطاب البصري التحذيري في إدارة السمعة المؤسسية، من خلال دراسة حالة تحذيرات بنك مصر من الهجمات الإلكترونية على صفحته الرسمية على "فيسبوك"؛ كما يتناول الدراسة كيفية استخدام الرموز البصرية والألوان وزوايا التصوير واللغة لتحقيق تواصل وقائي يعزز سمعة البنك في مواجهة التهديدات الرقمية؛ ولقد أعتمد الدراسة على المنهج السيميولوجي كنموذج تحليلي، حيث تم تحليل ١٣ منشورًا بصريًا نشرها البنك خلال الفترة (من يناير ٢٠٢٤م: حتى يناير ٢٠٢٥م)؛ وقد أظهرت النتائج أن استخدام الرموز مثل الدرع والقفل والألوان التحذيرية ساهم في تعزيز الرسائل الوقائية بشكل فعال؛ كما تبين أن تكرار الأنماط البصرية الموحدة ساعد في بناء هوية بصرية متماسكة للبنك، مما انعكس على ثقة الجمهور وتفاعله مع المنشورات؛ بالإضافة إلى ذلك، أظهرت اللغة العامية البسيطة دورًا مهمًا في تبسيط الرسائل التقنية وتوجيه سلوك الجمهور؛ وأوصى الدراسة بعدة توصيات أبرزها الاستمرار في استخدام الرموز البصرية والألوان ذات الدلالة الواضحة، مع الحفاظ على هوية بصرية متسقة؛ كما أوصى بتبني لغة محلية مباشرة، وتشجيع استخدام زوايا تصوير واقعية لزيادة تأثير الرسائل، مع تعزيز حملات التوعية الرقمية المستدامة.

رصدت دراسة رحاب محروس (٢٠٢٤م)؛ بعنوان " سيميائية صورة العنوان على غزة على صفحات المؤسسات الدينية وتفاعلية المستخدمين: الصفحة الرسمية للأزهر الشريف أنموذجاً " تحليل المعاني الدلالية الكامنة للصورة المستخدمة من قبل مؤسسة الأزهر الشريف على صفحاتها الرسمية في إدانة العدوان الإسرائيلي الغاشم على قطاع غزة أكتوبر ٢٠٢٣، وكذلك رصد وتحليل تفاعلية المستخدمين نحو المحتوى المقدم من جهة أخرى، وتحدد عينة الدراسة في الصور التي استخدمتها الصفحة الرسمية للأزهر الشريف للعدوان على قطاع غزة في أكتوبر ٢٠٢٣، في الفترة من ٧ أكتوبر/ ٢٠٢٣، حتى ٨/ نوفمبر/ ٢٠٢٣، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات النوعية التي تسعى للوصف الدقيق والمتعمق للصورة، والكشف عن الدلالات الكامنة لها، واستخدمت الدراسة أداة التحليل السيميولوجي، معتمدة على مقاربة رولان بارت في التحليل

- كيف يوظف الخطاب البصري التفاعلي في حملات وزارة البيئة لتعزيز الوعي البيئي لدى الجمهور؟
- ما مدى تأثير غياب أو حضور التمثيل البشري في الصور البيئية على فعالية الرسائل واتجاهات التفاعل الجماهيري؟
- هل تتميز التصميمات البيئية المستخدمة بتنوع بصري كافٍ يضمن جذب الجمهور، أم يغلب عليها النمط البصري الموحد؟

أهداف البحث: Research Objectives

- تحليل أبرز الرموز والعناصر البصرية المستخدمة في الحملات البيئية الرسمية، واستكشاف دلالاتها في دعم مفاهيم التصميم الأخضر والاستدامة.
- دراسة دور الخطاب البصري التفاعلي في تعزيز الوعي البيئي لدى الجمهور من خلال حملات وزارة البيئة.
- استكشاف أثر التمثيل البشري، سواء الواقعي أو الرمزي، في رفع فعالية الرسائل البيئية وزيادة التفاعل الجماهيري.
- تقييم مدى تنوع التصميمات البصرية المستخدمة في الحملات البيئية، والكشف عن أثر هذا التنوع على جذب انتباه الجمهور وتفاعله.

أهمية البحث: Research Significance

أولاً: الأهمية العلمية:

- تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات السيميولوجية العربية، من خلال تقديم تحليل بصري معمق لخطابات الحملات البيئية المعاصرة باستخدام أدوات رولان بارت.
- تربط الدراسة بين تخصصي الإعلام البيئي والتصميم البصري، وهو ما يفتح المجال لدراسات بينية تجمع بين علم الاتصال والدراسات البصرية.
- تقدم نموذجًا تطبيقيًا يمكن تعميمه على تحليل الحملات البيئية في الدول العربية الأخرى، مما يعزز من مقاربات البحث في قضايا الاستدامة البصرية.
- توفر إطارًا علميًا لتحليل الخطاب البصري المؤسسي في ظل التحول الرقمي، ما يتيح تطوير أدوات تحليل مستقبلية تتناسب مع الإعلام التفاعلي.

ثانيًا: الأهمية العملية:

- تقدم توصيات قابلة للتنفيذ للمؤسسات البيئية، بما يساعدها في تحسين الخطاب البصري لحملاتها وتطوير أدوات التواصل مع الجمهور.
- تسهم في رفع كفاءة الحملات التوعوية البيئية من خلال كشف نقاط القوة والضعف في التصميمات المستخدمة، ما يزيد من فعالية الرسائل الموجهة للجمهور.
- تدعم صانعي القرار في تطوير استراتيجيات إعلام بيئي رقمية تستند إلى تحليل فعلي لردود الفعل والتفاعل الجماهيري مع العناصر البصرية.
- توجه المصممين والمختصين في الإعلام البيئي نحو استخدام رموز وألوان وتكوينات بصرية أكثر تأثيرًا، بما يتماشى مع مفاهيم التصميم الأخضر.

الدراسات السابقة: Previous Studies

استهدفت دراسة أميرة البسيوني (٢٠٢٥م)؛ بعنوان " دور التحليل السيميولوجي للصفحات الرسمية للمؤسسات المجتمعية عبر موقع الفيسبوك وانعكاسها على الصورة الذهنية لدى متابعيها- دراسة تطبيقية على مؤسستي مجدي يعقوب للقلب ومؤسسة بهية لعلاج سرطان الثدي بالمجان " هذه الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين التحليل السيميولوجي لمحتوى الصفحات الرسمية لمؤسستي مجدي يعقوب وبهية على فيسبوك، وانعكاس هذا المحتوى على الصورة الذهنية لدى المتابعين؛ وقد سعت الدراسة لتحليل التكوينات البصرية والرموز والدلالات المستخدمة، إلى جانب فهم إدراك الجمهور

دراسة سيميائية لصورة المرأة على صفحات الفيسبوك " إلى التعرف على صورة المرأة الجزائرية وتمثيلها على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا فيسبوك بين المستخدمين؛ فهل صورة المرأة التي يرسمها المجتمع في الواقع الاجتماعي مختلفة عن تلك التي يتم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي؟ شكلت مواقع التواصل الاجتماعي عالماً جديداً للمرأة الجزائرية من حيث حضورها وتفاعلها؛ هل ساهم ذلك في تقديم صورة مختلفة عن الصور النمطية السائدة في مجتمعنا؟ للإجابة على هذا السؤال، اخترنا مجموعة من الصور المتداولة على صفحات الفيسبوك، والتي تفاعل الجمهور معهم باستخدام التحليل السيميولوجي للصورة، وتوصلنا إلى أن تمثيلات المرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تغلب عليها الصور النمطية والتي تعكس النظرة التقليدية لأدوارها في المجتمع.

هدفت دراسة رشا عادل (٢٠٢٢م)؛ بعنوان "التحليل السيميولوجي لجهود القوات المسلحة المصرية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة كما يتناولها المحتوى المرئي على الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري: صفحة الفيس بوك نموذج" إلى تحليل المحتوى المرئي المتعلق بتحقيق أهداف التنمية عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري على الفيس بوك تحليلًا سيميولوجيًا، كذلك التعرف على كيفية توظيف هذا المحتوى في إبراز جهود القوات المسلحة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، ورصد أهم الاستراتيجيات الاتصالية التي يتم استخدامها عبر صفحة المتحدث العسكري، وتمثلت مشكلة الدراسة في "تحليل المحتوى المرئي عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري على الفيس بوك تحليلًا سيميولوجيًا، والتعرف على مدى إسهام المؤسسة العسكرية المصرية في تحقيق التنمية المستدامة في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠"، وجاءت هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية، اعتمداً على منهج المسح الإعلامي، وتوصلت النتائج إلى: ارتفاع معدل التفاعلية على منشورات الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك من خلال (التعليقات/ المشاهدات/ المشاركات)، وكانت الاستمالات المنطقية هي أكثر الاستمالات الإقناعية استخداماً في المحتوى المقدم، وتوصلت نتائج الدراسة السيميولوجية إلى أن: الصورة المقدمة من خلال المحتوى المرئي عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري كانت قد ركزت على تلك الجهود، التي تقوم بها المؤسسة العسكرية المصرية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة ضمن رؤية مصر ٢٠٣٠، وذلك بالتعاون مع كافة مؤسسات الدولة في إطار إحكام المقاربة الشمولية إلى جانب مقاربة الفرد.

هدفت دراسة يسمينة بن عمار (٢٠٢١م)؛ بعنوان " تجليات العنف الرمزي في البيئة الافتراضية: مقارنة سيميولوجية لصور العنف الرمزي عبر صفحات الفيسبوك الجزائرية " إلى الدراسة في تجليات العنف الرمزي في البيئة الافتراضية، وقد تم اختيار عينة قصدية من صور عنف رمزي عبر صفحات الفيسبوك الجزائرية، كما تم اعتماد المنهج المسحي وتطبيق إجراءات المقاربة السيميولوجية من خلال أداة تحليل المحتوى لاستجلاء طبيعة مضامينها، ومعرفة الأساليب المستخدمة فيها، وصولاً لحصر مظاهره فيها؛ حيث توصلت الدراسة إلى أن ما يميز العنف الرمزي في البيئة الافتراضية: أنه امتداد للعنف الرمزي في البيئة الواقعية، كما تتعدد مضامينه ووفق أساليب عديدة منها التبخيس، السخرية، السب والإهانة، كما أنه يتسرب بحمولة رمزية لفظية وغير لفظية لينقل لنا قراءة لواقع يحمل الإيذاء الخفي للآخر، في دلالات رمزية احتضنها الفضاء الافتراضي، ضمن مظاهر اجتماعية (عنف رمزي ضد المجتمع)، إنسانية (عنف رمزي ضد الإنسان)، ثقافية (عنف رمزي متعلق بالهوية)، عنف رمزي سياسي (متعلق بالحكم).

كشفت دراسة Ibrahim Nouran Ehab (2017)؛ بعنوان " تفسير الصور المرئية: نهج إشاري اجتماعي لصور الفيسبوك " عن لقاء الضوء على نظرية كريس وفان ليوين التي تتعلق بتحليل الصور ودلالاتها لما لها من أثر فعال في التواصل؛ ولقد تستخدم

السيميائي للصورة بمستوياته التعييني والتضميني، ونظرية المجال العام لمعرفة طبيعة تعليقات المستخدمين، وكشفت الدراسة عن تنوع الرسائل اللسانية للصور عينة الدراسة، بين التحية والتقدير للشعب الفلسطيني المرباط والصامد على أرضه.

كشفت دراسة هدير طة (٢٠٢٣م)؛ بعنوان " سيميائية المحتوى المرئي المقدم عن قمة المناخ "COP27" عبر الحساب الرسمي لوزارة البيئة المصرية على موقع إنستجرام" عن الأبعاد الدلالية للمحتوى المرئي المقدم عن قمة المناخ "COP27" عبر الحساب الرسمي لوزارة البيئة المصرية على موقع إنستجرام، ورصد جهود وزارة البيئة على الصعيدين المحلي والدولي لتحقيق الاستدامة البيئية خلال الفترة من ١٩ أكتوبر ٢٠٢٢ إلى ٢١ نوفمبر ٢٠٢٢، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: تصدر "أمن الطاقة" مقدمة الموضوعات التي تناولها المحتوى المرئي عينة الدراسة، وجاء "نشطاء البيئة" في صدارة أهم الشخصيات الواردة بالمحتوى المرئي تلاهم "الوزراء المصريون"، وكانت "الأساليب المنطقية" ضمن الأساليب الإقناعية الأكثر استخداماً في المحتوى المرئي، كما عكس هذا المحتوى جهود وزارة البيئة لتحقيق الاستدامة البيئية والتي جاء على رأسها "تعزيز التعاون الدولي وإطلاق المبادرات البيئية" تلاها "الترويج للسياحة الخضراء بمدينة شرم الشيخ"، وأظهرت نتائج التحليل السيميولوجي للمحتوى أن هناك مجموعة من الرسائل الضمنية التي سعت وزارة البيئة لإبرازها بعناية منها التوعية بمخاطر تغير المناخ على حياة البشر، ضرورة الاهتمام بالزراعة واستخدام الطاقة النظيفة وصولاً إلى هدف عام ورئيسي وهو تحقيق الاستدامة البيئية.

كشفت دراسة محمود علي (٢٠٢٣م)؛ بعنوان "سيميولوجيا الصورة في الخطاب الإعلامي للتنظيمات الإرهابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: داعش نموذجاً" عن سيميولوجيا الصورة في الخطاب الإعلامي للتنظيمات الإرهابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ ولقد عرض الدراسة إطاراً مفاهيمياً تضمن على (سيميولوجيا الصورة)؛ ولقد اعتمد على منهج تحليل الخطاب (التحليل السيميولوجي). وتم اختيار عينة التحليل بالطريقة العمدية من مواقع التواصل الاجتماعي وتمثلت في (Facebook - Twitter - Instagram - Ask.fm)، كما اختيرت عينة خطاب تنظيم الدولة (تنظيم داعش) بالطريقة العمدية لمجموعة من الصور والتي بلغت (٧ صور) والتي كانت مليئة بالدلالات والرموز والعلامات السيميولوجية، وكان ذلك خلال الفترة من (٢٠١١-٢٠١٤) وحتى (٢٠١٨-٢٠٢١)؛ واعتمد التحليل السيميولوجي للصورة على ثلاث مستويات وهي (الوصف، المستوى التعييني، المستوى التضميني الدلالي)؛ واختتمت الدراسة بتوضيح أن تنظيم داعش هدف من خلال تلك الصور نقل مجموعة من الرسائل الضمنية.

سعت دراسة رباب بن عياش (٢٠٢٢م)؛ بعنوان " رمزية أسلوب التعبير النصي في الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر: دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من خطاب صفحات فيسبوك " إلى استجلاء الأبعاد الرمزية من لدن خطاب الفيسبوك كفضاء عمومي افتراضي إزاء قضية تهم الصالح العام وهي الانتخابات الرئاسية، إثر استخدام الجماعات الافتراضية لمواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن رأيها المحجوب باستخدام الأساليب الرمزية غير المباشرة في التعبير النصي عن ذلك، وبهذا لجأ الباحث إلى التحليل السيميولوجي لعينة قصدية أسفرت عن أربع تغريدات على موقع فيسبوك بالاعتماد على مقاربة تودوروف؛ ولقد تمثلت أهم نتائج الدراسة في استغلال الجماعات الافتراضية لساحة الفيسبوك لشحنها برمزيات عبرت عن واقع المجتمع الجزائري، واستخدام الرمزية الدينية كما اعتبر الأسلوب الساخر بأنواعه سمة هذه الخطابات المتنوعة ساهم في المتعة الجماعية، وحول الفضاء العمومي من مدلوله الوظيفي إلى مدلوله السيميائي.

اتجهت دراسة Naima Berardi (2022)؛ بعنوان " صورة المرأة الجزائرية على الفيسبوك: من الصورة النمطية إلى السخرية:

(بوعزيزي، ٢٠٠٠م، ص ٨٤)

٢- **مؤسس النموذج:** كان رولان بارت (١٩١٥م-١٩٨٠م) ناقداً أدبياً ومنظراً ثقافياً فرنسياً، ساهم بشكل كبير في تطوير دراسات السيميولوجيا والتحليل الثقافي؛ وتمثلت أعماله، مثل "عناصر السيميولوجيا" و"ميثولوجيات"، كانت محورية في فهم كيفية بناء المعاني في المجتمع.

٣- **فرضيات النموذج:** يقوم نموذج رولان بارت على فرضيتين رئيسيتين:-

- **العلامات تتكون من دال ومدلول:** أي أن كل علامة تتكون من عنصر مادي (الدال) ومعنى مرتبط به (مدلول).

- **الأساطير كأنظمة دلالية ثانوية:** حيث يتم تحويل العلامات إلى أساطير تحمل معاني أيديولوجية تخدم مصالح الطبقات المهيمنة، مما يجعل المعاني تبدو طبيعية أو بديهية بينما هي في الحقيقة مصنوعة.

٤- **النقد الموجه للنموذج:** رغم تأثير نموذج بارت الواسع، إلا أنه لم تسلم من النقد:-

- **التجريد المفرط:** اعتبر بعض النقاد أن تركيز بارت على البنية الدلالية قد يغفل السياقات الاجتماعية والتاريخية التي تؤثر في تفسير العلامات.

- **التحليل الأيديولوجي:** رأى البعض أن بارت يبالغ في تفسير المعاني الأيديولوجية للعلامات، مما قد يؤدي إلى تفسيرات غير مدعومة بأدلة كافية.

- **تجاهل تعددية التفسيرات:** أشار نقاد إلى أن النموذج قد لا يأخذ في الحسبان تعددية التفسيرات الممكنة للعلامات من قبل جماهير مختلفة. (منصور، ٢٠١٧م، ص ٣٨)

وعلى الرغم من هذه الانتقادات، يظل نموذج رولان بارت في السيميولوجيا أداة تحليلية قوية لفهم كيفية بناء المعاني في المجتمعات، خاصة في مجالات الإعلام والثقافة.

٥- **توظيف النظرية في البحث:** اعتمد هذا البحث على المنهج السيميولوجي وفقاً لنموذج رولان بارت لتحليل الخطاب البصري في الحملات البيئية لوزارة البيئة المصرية؛ ولقد يتيح هذا النموذج فهم الصور على مستويين: المعنى الظاهري والمعنى الرمزي؛ ففي المستوى الأول (التعيني)، ركز التحليل على العناصر الظاهرة في الصور مثل الألوان (الأخضر، الأزرق)، الرموز (الشجرة، المصنع، الترمومتر)، النصوص البيئية، وغياب أو وجود التمثيل البشري، لفهم التكوين العام للصورة ودلالاتها المباشرة؛ أما في المستوى الثاني (الإيحائي)، فقد تم تحليل المعاني الرمزية والثقافية التي تحملها هذه العناصر، مثل دلالة الشجرة على النمو والاستدامة، أو دلالة اللون الأخضر على الحياة والنقاء في السياق العربي، مما ساعد في تفسير كيفية بناء الرسائل البيئية بطريقة ثقافية؛ كما امتد التحليل إلى مستوى ثالث أعمق وهو البعد الأسطوري أو الإيديولوجي، حيث تم رصد كيف تستخدم الصور لتقديم الدولة كقائدة في مجالات الاستدامة والتحول البيئي الرقمي، وهو ما يعكس خطاباً رسمياً يتجاوز الإعلام إلى تشكيل وعي جماهيري طويل الأمد؛ ولقد يسهم هذا التوظيف لنموذج رولان بارت في كشف العلاقة بين الشكل والمضمون، ويظهر كيف تسهم اللغة البصرية في بناء خطاب بيئي متكامل يخدم أهداف التنمية المستدامة والتوعية البيئية في مصر.

فرضيات البحث:

- إذا تم توظيف اللون الأخضر والرموز البيئية (كالشجرة، والنباتات، والكرة الأرضية) في الحملات البصرية البيئية، فإن ذلك يسهم في ترسيخ مفاهيم التصميم الأخضر والاستدامة في وعي الجمهور.
- إذا تضمن الخطاب البصري البيئي عناصر رمزية بشرية (مثل الأطفال أو الغواصين أو أيقونات الحوار)، فإن مستوى التفاعل العاطفي والجماهيري مع الحملة يزداد بشكل ملحوظ.

نظرية كريس وفان ليوين (٢٠٠٦) أمثلة لصور تتمثل في رسومات الأطفال والكتب المدرسية والأعمال الفنية التقليدية والصور والإعلانات وتقوم بعرض طريقة تحليل والمعنى المقصود من تلك الصور باستخدام القواعد البصرية؛ ولقد تكمن قوة النظرية في أن إطارها يقوم على وظائف هلايدي الثلاثية التي يمكن تطبيقها على مختلف الصور المرئية؛ كما تمكن نظرية كريس وفان ليوين القراء النظر في الصور بطريقة منهجية؛ والغرض من ذلك هو إدخال طرق غير تقليدية لدراسة المرئيات وقدرتها على التعبير دون اللجوء إلى استخدام النصوص الكتابية لإيصال المعنى؛ وتوصل الدراسة إلى أن الصور المرئية بعناصرها مثل الإيماءات والإشارات والألوان والمسافات والرموز لها القدرة على توصيل المعنى وخاصة عندما تستخدم الصور السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي.

التعليق على الدراسات السابقة:

تتنوع المناهج والنظريات المستخدمة، مثل مقارنة رولان بارت، ونظرية المجال العام، ونظرية كريس وفان ليوين، ما يتيح إثراء الإطار النظري للدراسة الحالية؛ حيث تبرز الدراسة الحالية كإضافة نوعية من خلال دمج هذه الجوانب المختلفة ضمن دراسة واحدة عن دور المؤسسات المجتمعية.

تشارك جميع الدراسات في الاعتماد على التحليل السيميولوجي كأداة أساسية لتحليل الصور والمحتوى المرئي، مما يبرز أهمية هذا المنهج في دراسة الرسائل البصرية وتأثيرها.

تناولت الدراسات موضوعات متعددة، مثل القضايا السياسية (الدعوات الإسرائيلية)، البيئية (قمة المناخ)، الاجتماعية (صورة المرأة)، والتنمية (أهداف التنمية المستدامة)، مما يعكس مرونة التحليل السيميولوجي في معالجة موضوعات متنوعة.

أظهرت الدراسات قوة الصورة كوسيلة اتصالية فعالة في التأثير على الجمهور، سواء من خلال تعزيز الرسائل السياسية أو الاجتماعية أو البيئية، مما يدعم فكرة الدراسة الحالي حول انعكاس الصور على الصورة الذهنية؛ فلقد ركزت الدراسات على تحليل تفاعل الجمهور مع المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي (التعليقات، المشاركات، الإعجابات)، مما يسلط الضوء على دور الجمهور كجزء من عملية تشكيل الرسائل وإعادة تفسيرها.

تناولت بعض الدراسات الرمزية كوسيلة للتعبير غير المباشر (مثل دراسة رباب بن عياش)، بينما ركزت دراسات أخرى على الاستمالات المنطقية والعاطفية كأدوات إقناعية (مثل دراسة هدير طه ورشا عادل)، مما يبرز أهمية فهم هذه الأدوات في الدراسة الحالي.

تفتقر بعض الدراسات إلى الجمع بين التحليل النوعي والكمي لتقديم رؤية أكثر شمولية حول تأثير المحتوى البصري؛ فلقد اقتصر بعض الدراسات على سياقات محلية محددة، ما يمنح الدراسة الحالي فرصة لتوسيع النطاق ليشمل سياقات مجتمعية متعددة؛ كما تقدم الدراسات إطاراً غنياً من الأمثلة والنماذج التي يمكن الاستفادة منها، مثل التركيز على تحليل الألوان، زوايا التصوير، والرسائل الضمنية، مما يعزز تصميم الدراسة الحالي ويمنحه بعداً عملياً.

الإطار النظري: Theoretical Framework

يعد نموذج رولان بارت في السيميولوجيا من أبرز الإسهامات في فهم وتحليل الخطاب البصري والثقافي، حيث قدم بارت نموذجاً نظرياً لفهم كيفية إنتاج المعاني من خلال العلامات والرموز في المجتمع.

١- **نبذة مختصرة عن النموذج:** طور رولان بارت، المفكر الفرنسي البارز، مدخلاً السيميولوجيا التي تركز على دراسة العلامات والرموز وكيفية تفسيرها في السياقات الثقافية والاجتماعية في كتابه "ميثولوجيات" (Mythologies)، استعرض بارت كيف أن الثقافة تخلق "أساطير" من خلال تحويل المعاني الأولية للعلامات إلى معاني أيديولوجية تخدم مصالح معينة.

أ- مبررات اختيار الفترة الزمنية:

- تتزامن مع إطلاق مبادرات ومشروعات بيئية متعددة مثل تحسين جودة الهواء والمياه والتشجير.
- تمثل هذه الفترة ذروة الحملات الرقمية البيئية المرتبطة بالموسم الشتوي الذي يعد ذروة النشاط البيئي في مصر.
- تتيح تغطية متكاملة لحملة "Go Green" ومتابعة تفاعل الجمهور معها، ما يعزز من مصداقية التحليل ودقته.

ب- مبررات اختيار الصفحة الرسمية لوزارة البيئة المصرية على فيسبوك:

- توفر الصفحة أرشيفاً بصرياً متكاملًا يسهل تحليله وفق منهج سيميولوجي.
- تمثل الصفحة المنصة الرقمية الرسمية المعتمدة من الوزارة للتواصل مع الجمهور.
- تعد مصدرًا موثوقًا ومباشرًا للخطاب البصري البيئي الحكومي، مما يعزز من مصداقية العينة.
- الفيسبوك هو أكثر المنصات استخدامًا في مصر، ما يمنح الصور المنشورة عليها أكبر قدر من الوصول والتفاعل الجماهيري.

أدوات البحث: Research Tools

اعتمد البحث على أداتين رئيسيتين لجمع وتحليل البيانات، وهما:

- **التحليل السيميولوجي:** وذلك وفقًا لنموذج "رولان بارت"، لتحليل الدلالات الرمزية والثقافية والبصرية الكامنة في الصور البيئية، من خلال مؤشرات محددة مثل الألوان، الرموز، التكوين البصري، وأنماط الخطاب؛ وقد ساعد هذا النموذج في الكشف عن المعاني العميقة وغير المباشرة التي تحملها الصور في سياق تعزيز مفاهيم التصميم الأخضر والاستدامة.
- **الملاحظة غير التشاركية:** حيث قامت الباحثة بمتابعة الصفحة الرسمية لوزارة البيئة المصرية على فيسبوك خلال الفترة المحددة، ورصد الأنماط التفاعلية للجمهور (إعجابات، تعليقات، مشاركات)، ما ساعد في اختيار الصور ذات التأثير البصري الأعلى، وتعزيز فهم العلاقة بين الخطاب البصري وفعاليتها الجماهيرية.

حدود البحث: Research Limits

يحدد هذا البحث بعدد من الحدود التي تضبط نطاقها العلمي والمنهجي، وتشمل:

- **الحدود الموضوعية:** يتركز البحث حول تحليل الخطاب البصري في الحملات البيئية الرقمية، من خلال دراسة دلالات التصميم الأخضر والاستدامة، كما تم توظيفها في الصور المنشورة عبر الصفحة الرسمية لوزارة البيئة المصرية على منصة فيسبوك. وتم الاقتصار على تحليل الصور البيئية الثابتة دون التطرق إلى الفيديوهات أو المنشورات النصية المجردة.
- **الحدود الزمانية:** غطي البحث الفترة من ١ ديسمبر ٢٠٢٤ إلى ١ يناير ٢٠٢٥م، وهي فترة شهدت نشاطًا مكثفًا من وزارة البيئة في نشر حملات توعوية ضمن إطار التحول الأخضر، مما يجعلها فترة مناسبة لرصد الخطاب البصري الرسمي في ذروته التفاعلية.
- **الحدود المكانية:** اقتصر نطاق الدراسة على الصفحة الرسمية لوزارة البيئة المصرية على فيسبوك، بوصفها المنصة الرسمية التي تستخدمها الوزارة في التواصل الرقمي البيئي مع الجمهور، وتمثل المصدر الأول لتوزيع الخطاب البيئي الحكومي بصريًا.

- إذا تم الدمج بين الرموز البيئية التقليدية والتقنيات الرقمية الحديثة (مثل QRCode) أو الذكاء الاصطناعي، فإن الخطاب البصري يصبح أكثر جذبًا وتفاعلًا خاصة لدى الفئات الرقمية الشابة.
- إذا غاب التنوع البصري في التصميمات البيئية (كالاعتماد المتكرر على نفس الألوان والرموز)، فإن فعالية الرسائل البصرية في جذب الانتباه ونقل المفاهيم البيئية تقل بمرور الوقت.

نوع البحث:

هو بحث وصفي تحليلي يعنى بدراسة وتحليل الخطاب البصري في الحملات البيئية الرقمية التي أطلقتها وزارة البيئة المصرية، بهدف توصيف خصائص هذا الخطاب، ورصد مكوناته البصرية والرمزية، وتحليل مدى مساهمته في تعزيز مفاهيم التصميم الأخضر والاستدامة؛ ويعتمد البحث على توصيف الظواهر البصرية الظاهرة في الصور المنشورة وتحليلها بصورة منهجية للكشف عن دلالاتها الوظيفية والثقافية، دون التدخل في تغيير المتغيرات المدروسة.

منهج البحث: Research Methodology

يعتبر المنهج المستخدم فهو المنهج السيميولوجي، وتحديدًا وفق نموذج رولان بارت، حيث يوظف هذا المنهج لفهم وتحليل الرموز والعلامات البصرية المستخدمة في التصميمات البيئية الرسمية، بدءًا من العلامات التقديرية (مثل اللون، الشكل، الرمز)، ووصولًا إلى المعاني الرمزية الثقافية والأيدولوجية العميقة التي تحملها تلك الصور؛ ويساعد هذا المنهج في الكشف عن الطبقات الدلالية للخطاب البصري وتحليل تأثيره على المتلقي ضمن سياق ثقافي واجتماعي محدد.

مجتمع البحث: Research community

يتكون مجتمع البحث من جميع الصور البيئية المنشورة على الصفحة الرسمية لوزارة البيئة المصرية على موقع فيسبوك خلال الفترة من ١ ديسمبر ٢٠٢٤ إلى ١ يناير ٢٠٢٥م، ويعد هذا المجتمع مناسبًا لموضوع الدراسة نظرًا لأن الصفحة الرسمية تمثل المنصة الاتصالية الرقمية الأولى التي تعتمد عليها الوزارة في توجيه خطابها البصري البيئي إلى الجمهور العام، كما أنها تعد مرجعًا رسميًا موثوقًا لما تنشره الوزارة من حملات وتحديثات بيئية دورية، مما يمنح الصور المنشورة عليها قيمة تمثيلية قوية لخطاب الدولة في مجال الاستدامة والتصميم الأخضر.

عينة البحث: Research Sample

تم اختيار عينة قصدية من الصور البيئية المنشورة على الصفحة الرسمية لوزارة البيئة المصرية على موقع فيسبوك خلال الفترة الممتدة من ١ ديسمبر ٢٠٢٤ إلى ١ يناير ٢٠٢٥م، حيث بلغ عدد العناصر التي تم تحليلها (١٣ عنصر) تمثل الخطاب البصري الرسمي للحملات المعاصرة التي تبنتها الوزارة خلال هذه الفترة؛ وقد جاءت هذه العينة بناءً على رصد منهجي من قبل الباحثة، حيث تم تصفح وتحليل جميع الصور المنشورة في الإطار الزمني المذكور، مع اختيار الصور الأكثر تفاعلًا وانتشارًا بين المتابعين، باعتبار أن هذا التفاعل يعد مؤشرًا على قوة التأثير البصري والاتصالي لتلك المواد؛ ورغم وجود صور أخرى تم نشرها خلال نفس الفترة، إلا أن الباحثة عمدت سحب وتحليل الصور التي حازت على نسب تفاعل مرتفعة بشكل ملحوظ (من حيث الإعجابات والتعليقات والمشاركات)، نظرًا لقدرتها التمثيلية على التعبير عن الخطاب البصري الأكثر فاعلية وتأثيرًا، وبما يتوافق مع هدف البحث في قياس أثر الخطاب البصري في تعزيز مفاهيم التصميم الأخضر والاستدامة.

الإطار التطبيقي: التحليل السيميولوجي للعنصر الأول:

تعكس هذه الصورة خطاباً بصرياً واضحاً موجهاً نحو تعزيز مفاهيم التصميم الأخضر والتحول الأخضر في مصر، من خلال توظيف عناصر بصرية ورمزية تمثل دلالات الاستدامة بشكل مباشر؛ فاللون الأخضر هو العنصر البصري الأكثر هيمنة في التصميم، وقد استخدم كخلفية موحدة لإبراز العلاقة المباشرة بين الهوية البيئية والمحتوى المعروض؛ ولقد يرمز اللون الأخضر هنا إلى الطبيعة، الحياة، التجديد، والنقاء، وهي معاني ثقافية راسخة لدى المتلقي العربي، ما يساهم في تثبيت مفهوم التصميم الأخضر بصرياً في وعي الجمهور؛ وفي منتصف الصورة، يظهر شعار "Go Green" داخل شجرة ضخمة، وهو عنصر رمزي يتركز بصرياً ليؤكد على الرسالة المحورية؛ فالشجرة ليست فقط رمزاً بيئياً بل تعبير سيميولوجي عن الجذور، النمو، والتشبيك بين الجهات البيئية المختلفة؛ ويعزز ذلك رمز الخريطة المصرية في القسم الأيسر السفلي، والذي يربط الجهد البيئي بالدولة ككل، في حين تشير أيقونة الكتاب المفتوح على اليمين إلى دور التعليم والتوعية في ترسيخ مفاهيم الاستدامة، وهو تمثيل بصري دال على المعرفة المنظمة والدليل الإرشادي؛ كما تقدم الصورة خطاباً بصرياً مزدوجاً، حيث يربط بين المحتوى اللغوي (نصوص الإنجازات والبرامج) وبين العناصر البصرية بطريقة متناغمة؛ فالنصوص تذكر مشاريع

مرتبطة بالتحكم في التلوث الصناعي، وإدارة المخلفات، وتطوير المناهج البيئية، وهي كلها قضايا تعكس المفاهيم التي يحيل إليها اللون الأخضر والشجرة بصرياً؛ وبالتالي، يتحقق الانسجام الدلالي بين الصورة والنص المصاحب، وهو عنصر أساسي في نجاح أي خطاب بصري.

ومن اللافت غياب التمثيل البشري الواقعي في الصورة، حيث تم الاعتماد على رموز مجردة (رموز الأشخاص في وضع الجلوس أو الحوار مثلاً)، ما قد يضعف الأثر العاطفي أو الشعور بالمشاركة لدى الجمهور، لكنه يبقى الخطاب في طابعه الرسمي-التقني؛ إلا أن هذا التعمد ينسجم مع وظيفة الصورة كمادة معلوماتية مؤسسية توثق إنجازات لا كمادة ترويجية عاطفية؛ أما من حيث نوع الخطاب، فيصنف الخطاب البصري المستخدم كخطاب تحفيزي توثيقي، يعرض الأرقام والحقائق بلغة بصرية هادئة، ويحث بشكل غير مباشر على تبني السلوكيات الخضراء؛ ويلاحظ كذلك أن التصميم يستخدم نمطاً بصرياً موحداً، لكنه يفتقر إلى التنوع البصري من حيث الزوايا أو الشخصيات، ما قد يضعف عنصر الجذب البصري على المدى الطويل؛ وختاماً، تعكس هذه الصورة مثلاً واضحاً على كيفية دمج الرموز البصرية البيئية، واللغة الرمزية الثقافية (كاللون والشكل والخريطة)، مع المحتوى اللغوي الداعم، لتكوين خطاب بصري متماسك يخدم أهداف الاستدامة البيئية ويعزز من حضور التصميم الأخضر في الحملات الرقمية الرسمية.



التحليل السيميولوجي للعنصر الثاني:

تعتمد هذه الصورة على خطاب بصري يظهر التزام وزارة البيئة المصرية بمفاهيم التشجير، الحوار البيئي المجتمعي، والاقتصاد الأخضر التشاركي، وذلك ضمن إطار حملة "Go Green"؛ ولقد يتصدر المشهد بصرياً رمز الشجرة المركزية الذي يحمل الشعار "Go Green"، وهو استمرار للرمزية البيئية المستخدمة في الصورة الأولى، ما يعكس محاولة الوزارة الحفاظ على هوية بصرية موحدة لحملاتها، تعزز مفاهيم التصميم الأخضر من خلال استخدام اللون الأخضر كلون مهيم يعبر عن البيئة، النمو، والطبيعة المستدامة.

تبرز قوة الصورة في التوازن البصري ما بين الأعلى والأسفل، حيث يتوزع المحتوى النصي على شكل كتل متساوية تحيط بالشعار المركزي؛ ويلاحظ أن الرموز البصرية البشرية (كأيقونات الحوار والاجتماعات) تظهر في الجزء السفلي من الصورة، لتعبر سيميولوجياً عن الديمقراطية البيئية، والانفتاح المؤسسي على إشراك فئات المجتمع في قضايا الاستدامة؛ وهذه الأيقونات، رغم طابعها التجريدي، تضيف على التصميم معنى رمزي للحوكمة التشاركية وتشجع المتلقي على الشعور بالانتماء إلى هذه المبادرات؛ أما من حيث الدلالة الثقافية، فإن دمج النصوص الخاصة بزراعة الأشجار (١,٥ مليون شجرة) يعزز من صورة الدولة الخضراء، ويعيد توجيه الانتباه نحو البعد البيئي في السياسات العامة؛ كما تعكس الأرقام الضخمة المستخدمة في النصوص (٢٠٠ ألف، ٢٦٥ نموذج...) اعتماد الصورة على الحجة الرقمية لإقناع المتلقي، وهي

تقنية خطابية تستهدف بناء الثقة في الإنجاز البيئي؛ وعلى مستوى العلاقة بين الصورة والنص المصاحب، فإن الانسجام واضح، حيث تم استخدام الرموز البصرية الداعمة (اجتماع، حوار، تمويل، تشجير) لتعزيز المعنى اللفظي، مما يعزز من قابلية التلقي السريع ووضوح الرسالة؛ كما أن التمثيل البشري وإن غاب على المستوى الواقعي (لا توجد صور لأشخاص فعليين)، إلا أن حضوره الرمزي قوي من خلال الأيقونات التي تصور التفاعل المجتمعي؛ ولقد يتخذ الخطاب البصري في هذه الصورة طابعاً توعوياً تحفيزياً مدنياً، يبرز إنجازات ملموسة ويدعو إلى المشاركة، وهو ما يميز هذه الصورة عن سابقتها التي كانت ذات طابع تقني-مؤسسي؛ فالصورة تخلق توازناً بين إظهار الإنجاز وبين دعوة المواطن للمشاركة، ما يجعلها أقرب للخطاب الجماهيري؛ أما فيما يتعلق بالتنوع البصري، فبالرغم من اعتماد التصميم على نفس القالب المستخدم في الصورة السابقة، إلا أن إدخال رموز جديدة (مثل الأشخاص والاجتماعات) أضفى على الصورة بعض التنوع، مما يجعلها أكثر ديناميكية وإقناعاً بصرياً، لكنها لا تزال تقع في إطار خطاب بصري موحد قد يحتاج لتجديدات بصرية مستقبلاً.

وفي الممثل، تمثل هذه الصورة امتداداً ناجحاً للهوية البيئية الرقمية لوزارة البيئة، حيث تدمج بين الدلالة الرمزية (الشجرة، اللون، الأشخاص) والخطاب الرقمي التحفيزي، لتوصيل رسالة واضحة عن التزام الوزارة بتوسيع التشجير وتعزيز الحوار كجزء من استراتيجية التحول نحو الاستدامة.

#1 جهود وزارة البيئة في تعزيز التحول الأخضر في مصر

١,٥ مليون شجرة منزوعة خلال العام الأول
وتمثل من المبادرة الرئاسية للتحجير ١٠ مليون شجرة

٢٧١ مليون يورو من القروض والمبلغ للصناعة
بمبادرة توفير للصناعة من برنامج الصناعات الخضراء المستدامة (GSI)

٢٠٠ كارتونة مزبولة مهنة تصدر للعمالة غير الرسمية كمرحلة أولى

٢٦٥ نموذج مطهر لمخامير الفحم النباتي بالمحافظات المختلفة

بدء الجلسات الحوارية لإعداد الاستراتيجية الوطنية للاقتصاد الدوار

دمج البعد البيئي في كافة القطاعات التنموية للدولة المصرية

عقد سلسلة جلسات الحوار التفاعلية مع المستثمرين وأصحاب المصلحة للترويج للفرص الاستثمارية

إطلاق عدد من جلسات الحوار البيئي المجتمعي للتعريف بقضايا البيئة المختلفة

إطلاق حملات توعية بالتحضر للأخضر، رجع الطبيعة لطبيعتها، مبادرة E-Tadweer للتلخيص الأمن من المخلفات الإلكترونية، حكاوى من لاسها، ايكو ايجيبت

التحليل السيميولوجي للعنصر الثالث:

تحمل هذه الصورة بعداً بصرياً مختلفاً عن سابقتها، حيث تنتقل من اللون الأخضر المسيطر إلى استخدام اللون الأزرق السماوي كلون خلفية أساسي، وهو دلالة بصرية رمزية تمثل السماء، الهواء، والماء، أي العناصر الطبيعية المتأثرة مباشرة بتغير المناخ؛ فاللون الأزرق في الثقافة البصرية يرتبط بالهدوء والشفافية، وهو هنا يوحي بثقة الدولة في دورها البيئي العالمي.

ولقد يتوسط التصميم رمز الكرة الأرضية المصحوبة بترموتر حراري، وهو تمثيل سيميولوجي دقيق لأزمة الاحتباس الحراري. الجمع بين الأرض والترمومتر لا يستخدم فقط كرمز بيئي، بل يعكس أيضاً استعارة بصرية تشير إلى أن البيئة "مریضة" ودرجة حرارتها ترتفع، ما يعزز الوعي بأزمة تغير المناخ بشكل رمزي غير مباشر؛ ولقد تتوزع رموز إضافية أسفل الصورة مثل رمز المصافحة الذي يدل على التعاون الدولي، ورمز البصمة الكربونية (CO₂) الذي يعكس أثر النشاط الإنساني على البيئة، وهي رموز قوية تسهم في توليد معنى ثقافي عالمي، حيث يستحضر المتلقي مفاهيم الشراكة والمسؤولية البيئية المشتركة؛ كما يظهر رمز "COP29" ليحيل مباشرة إلى المشاركة الرسمية في المؤتمرات الدولية، ما يربط الصورة بمشهد سياسي-بيئي دولي.

أما من ناحية العلاقة بين الصورة والنص المصاحب، فإن التكامل واضح ومباشر، فكل رمز تم توظيفه لخدمة معنى محدد في النص:

التمويل المناخي – التفاوض – التكيف – السوق الطوعي للكربون؛ وهذا التناغم بين الرمز والمعنى يدعم الفهم الفوري للمحتوى ويسهم في بناء خطاب بصري منسجم؛ ولقد تفتقد الصورة إلى التمثيل البشري المباشر كصور لأشخاص، إلا أن حضور الإنسان يستعاض عنه عبر الرموز الرمزية (اليد – البصمة – الاجتماع)، ما يبقّي البعد الإنساني حاضراً في الخطاب لكن بأسلوب مؤسسي مجرد، يعكس الطابع الرسمي للموضوع المتناول.

ويمكن تصنيف نوع الخطاب هنا باعتباره خطاباً دبلوماسياً – دولياً – توثيقياً، حيث تهيمن مفردات التمويل، التعاون، والمشاركة العالمية؛ وهذا النمط يخاطب جمهوراً متخصصاً نسبياً، لكنه مع ذلك يوظف أدوات بصرية بسيطة تجعله قابلاً للفهم لدى الجمهور العام. ومن حيث التنوع البصري، تعد هذه الصورة نقلة نوعية عن الصور الخضراء السابقة؛ فهي لا تكرر العناصر البصرية نفسها، بل تقدم نمطاً بصرياً جديداً يعتمد على الأيقونات الجرافيكية والخلفية الفاتحة، مما يجعلها أكثر جذباً للانتباه من الزاوية التصميمية، ويمثل تنوعاً مرحباً به في الحملات؛ وختاماً، تعكس هذه الصورة تحولاً في الخطاب البصري البيئي المصري من المحلي إلى العالمي، وتظهر كيف يمكن توظيف الرمز البيئي بطريقة سيميولوجية دقيقة لتعزيز مفاهيم الاستدامة والعدالة المناخية، مع الحفاظ على لغة تصميم واضحة وذات بعد دولي.



أما بالنسبة إلى التمثيل البشري، فهو غائب تماماً على المستويين الواقعي والرمزي، ما يجعل الخطاب موجهاً بصيغة تقارير مؤسسية لا تركز على التفاعل العاطفي أو الاجتماعي المباشر، بل تعتمد على الحقائق والمشاريع؛ ورغم ذلك، فإن هذا الاختيار يخدم غرض الوثوقية والاحتراف، حيث يتم تسويق الإنجاز البيئي كعملية تقنية محايدة؛ فنوع الخطاب هنا هو خطاب توثيقي علمي إداري، يركز على الأداء المؤسسي والأثر القابل للقياس، ما يجعله مناسباً للخبراء والمهتمين بالشأن البيئي، لكنه قد لا يخلق تفاعلاً شعبياً قوياً بسبب افتقاره للرموز العاطفية أو التفاعلية؛ أما من حيث التنوع البصري، فيمكن اعتبار هذه الصورة متقدمة مقارنة ببعض الصور السابقة، كونها تقدم نمطاً بصرياً جديداً (استعمال الماء كعنصر رمزي كبير، وتدرج لوني أزرق احترافي)، ما يمنح التصميم طابعاً مميزاً لا يكرر الرموز المعتادة كاللون الأخضر أو الشجرة؛ وفي المحصلة، تمثل هذه الصورة نموذجاً متقناً للخطاب البصري الذي يوظف الرمز الطبيعي (الماء)، واللون الدال على الموضوع، لتحقيق أقصى درجات التماسك بين الشكل والمضمون، مع الحفاظ على نبرة رسمية تؤكد الجدية والدقة في معالجة قضايا المياه.

فالعنصر البصري المركزي في التصميم هو قطرة ماء ضخمة تتوسط الصورة بشكل مميز؛ وهذه القطرة ليست مجرد زخرفة، بل هي رمز دلالي مركزي يمثل الحياة، النقاء، والانتماء إلى البيئة الطبيعية؛ فوجود القطرة بهذا الحجم والموقع يؤثر كل المعلومات حولها، ويحولها إلى محور سيميولوجي تدور حوله باقي الرسائل؛ فالقطرة تأخذ شكلاً واقعيًا مائلاً إلى التجريد، ما يعزز البعد الرمزي ويربطه بالسياق المصري الذي يعتمد بشكل كبير على نهر النيل كمصدر حياة؛ ولقد يتوزع النص حول القطرة في شكل أعمدة متوازنة، تتضمن أرقامًا ومشاريع مثل "٦٩ موقعًا"، "٢٥ محطة"، و"١٠ منشآت"، وهي لغة رقمية توثق الجهد الحكومي وتعزز الخطاب المؤسسي البيئي؛ وهذا الاستخدام المكثف للأرقام يشير إلى البعد التقريري للخطاب، ويخدم وظيفة الإقناع من خلال التوثيق



التحليل السيميولوجي للعنصر الخامس:

تعتمد هذه الصورة على خطاب بصري بيئي متطور يجمع بين الرمزية التقنية والطبيعية الخضراء، بهدف تسليط الضوء على قضية تحسين جودة الهواء في مصر؛ فمن أول وهلة يلاحظ المشاهد استخدام لونين أساسيين هما الأخضر والأزرق، بدرجات هادئة ومتناغمة، ما يعكس المفهوم البيئي المرتبط بالهواء النقي والطبيعة؛ فالأخضر يرمز إلى الأرض والنباتات، بينما يعبر الأزرق عن السماء والهواء، وهما عنصران رئيسيان في الصورة يشكلان الخلفية الدلالية للرسالة؛ ولقد تتوسط الصورة عدة رموز بصرية، أبرزها رموز المراوح أو التوربينات الهوائية، والتي تعد أحد أكثر الرموز ارتباطاً بمفهوم الطاقة المتجددة في الخطاب البيئي العالمي؛ وهذا الرمز يحمل دلالة مزدوجة: فهو يشير من جهة إلى الطاقة النظيفة، ومن جهة أخرى إلى الرياح كعنصر طبيعي يرمز للنقاء والحركة؛ كما أن توزيع الرموز بشكل متوازن يعطي إحساساً بالحركة المستمرة، في انسجام مع موضوع الهواء المتجدد؛ وفي خلفية التصميم، تظهر أشجار صغيرة وغيوم بيضاء ناعمة، وهي رموز تدعم السياق السيميولوجي للصورة؛ أما الغيوم في هذا السياق لا تشير إلى التلوث، بل بالعكس، تم توظيفها بلون أبيض خفيف للدلالة على نقاء السماء بعد إزالة الملوثات، مما يعزز البعد الإيجابي للرسالة.

ولقد يعرض النص المصاحب بشكل مباشر ما تم تنفيذه: مشروعات للرصد والتحكم في الانبعاثات، ومنظومات للرصد المستمر؛ وهذه

المعلومات تعزز الوظيفة التقريرية للصورة، لكنها مكتوبة بلغة واضحة غير معقدة، ما يجعلها مفهومة للجمهور العام أيضاً؛ فالعلاقة بين الصورة والنص هنا قوية؛ فكل رمز بصري له مقابل كتابي يدعمه ويوضح دوره؛ ولقد تغيب الوجوه البشرية الواقعية عن الصورة، لكن يبقى الحضور البشري ضمنيًا من خلال الإشارة إلى المشروعات التي تستهدف تحسين صحة الإنسان وجودة معيشتة، وهو ما يفهم ضمنيًا من الرمز العام للصورة؛ وهذا الأسلوب يوظف التمثيل الرمزي غير المباشر للإنسان، وهو أمر شائع في الخطابات البيئية المؤسسية؛ ويمكن تصنيف نوع الخطاب المستخدم بأنه تحفيزي - بيئي - تقني، يعتمد على الربط بين جهود الدولة والتقنيات المستدامة، ويوصل الرسالة البيئية بأسلوب يوحي بالتقدم والتنمية؛ وهذا النمط يستهدف بناء صورة إيجابية عن الأداء البيئي الرسمي، ويخلق شعورًا بالأمان البيئي لدى المتلقي؛ ومن حيث التنوع البصري، تعد هذه الصورة من أكثر الصور تميزًا ضمن العينة؛ فهي تختلف في توزيع العناصر، وتنوع الرموز، واستخدام الخلفية الديناميكية؛ فلا تعتمد الصورة فقط على الألوان التقليدية أو الشعار المركزي، بل تدمج العناصر الرسومية الرمزية بشكل متجدد يجعل التصميم أكثر جاذبية وفعالية؛ وختامًا، تقدم هذه الصورة نموذجًا بصريًا ناجحًا لخطاب بيئي معاصر، يربط بين الطبيعة والتكنولوجيا، ويوظف رموزًا عالمية مثل التوربينات والأشجار والغيوم، في بناء رسالة واضحة ومقنعة حول أهمية تحسين جودة الهواء ضمن منظومة الاستدامة الوطنية.



التحليل السيميولوجي للعنصر السادس:

تمثل هذه الصورة نموذجًا بصريًا متقدمًا يجسد التحول الرقمي في الخطاب البيئي المصري، حيث تجمع بين رموز ببنية تقليدية وأخرى رقمية حديثة، ضمن تصميم جرافيكي احترافي يعكس اتجاهها متطورًا نحو التواصل البيئي عبر الوسائط الحديثة؛ فاللون الأزرق الغامق يهيمن على الخلفية، وهو رمز للعمق والمصداقية، بينما تتوسط الصورة الكرة الأرضية المرتبطة برمز التغير المناخي (الترموتر)، وهو تمثيل مباشر لأزمة الاحتباس الحراري، وشعور عالمي متشارك بالتهديد المناخي؛ ولقد تستخدم عناصر تقنية حديثة مثل رمز الاستجابة السريعة (QR Code)، إلى جانب شعارات وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وإنستغرام، ما يشير بوضوح إلى أن الصورة توجه لجمهور رقمي واع؛ ومن منظور سيميولوجي، يمثل هذا الدمج بين الرمز البيئي (الأرض/المناخ) والرمز التكنولوجي (الـ QR) نوعًا من التداخل الدلالي بين الطبيعة والتقنية، ويؤسس لخطاب بصري حديث يواكب وسائل الاتصال الجديدة.

توزيع الرموز في الصورة منظم بدقة، مع وجود مساحة فارغة كافية تتيح التركيز على كل عنصر بصري بشكل مستقل؛ فالترموتر والكوكب في أعلى التصميم يشيران إلى الخطر، بينما الوسائط الرقمية في الأسفل تعني الحل والوسيلة؛ وهذا الترتيب البصري يحمل دلالة سردية ضمنية: "من الأزمة البيئية إلى الحل الرقمي"، ما يجعل الصورة ذات بنية شبه سردية، لا تكتفي بوصف الواقع بل توحي أيضًا باتجاه التحرك؛ أما العلاقة بين الصورة والنص المصاحب، فهي عالية الوضوح والتكامل؛ إذ توضح

العبارات المكتوبة ما تحقق خلال عام ٢٠٢٤ في مجال المناخ، وربط مصر بمنظومة التمويل المناخي العالمي؛ فالنص يخدم وظيفة توثيقية-إعلامية، لكن عناصره البصرية تضيف عليه طابعًا عصريًا ومواكبًا.

وبالنسبة للتمثيل البشري، فالصورة لا تحتوي على شخصيات حقيقية ولا رمزية مباشرة (مثل أيقونات بشر)، لكنها تنقل رسالة إنسانية غير مباشرة من خلال الكرة الأرضية كبؤرة مشتركة للإنسانية، وبصمة الكربون كأثر بشري عالمي، ما يحافظ على حضور الإنسان ضمنيًا في الرسالة؛ فالخطاب البصري هنا يمكن تصنيفه على أنه خطاب رقمي توثيقي ذكي، يجمع بين الوظيفة الإعلامية (عرض الإنجازات البيئية)، والوظيفة الاتصالية الحديثة (دمج أدوات رقمية)، ما يجعله صالحًا للجمهور العام، وخاصة فئة الشباب والمستخدمين الرقميين النشطين؛ ومن حيث التنوع البصري، تعد هذه الصورة الأكثر تميزًا في المجموعة، إذ تختلف جذريًا عن الصور السابقة من حيث النمط، طريقة التكوين، الرموز، والاتجاه البصري العام؛ كما إنها مثال على تصميم بيئي رقمي يجمع بين الحدائق والرمزية البيئية الكلاسيكية، ما يضعها في مرتبة متقدمة من حيث الجاذبية والتأثير؛ وختامًا، تعبر هذه الصورة عن تطور الخطاب البصري البيئي الرسمي في مصر، من كونه خطابًا مؤسسيًا تقليديًا إلى خطاب رقمي تفاعلي، يراهن على التكنولوجيا لتوسيع دائرة التأثير البيئي، ويدمج بين المعنى الرمزي البيئي والوسيط الرقمي في قالب واحد منسجم.



التحليل السيميولوجي للعنصر السابع:

تعكس هذه الصورة خطاباً بصرياً ثنائي الأبعاد، حيث تعرض حملتين ببنيتين في تصميم واحد، الأولى عن جودة الهواء والثانية عن رصد وتحسين جودة المياه، مما يمنح الصورة طابعاً مزدوج الوظيفة ويعكس التكامل بين عنصري الهواء والماء ضمن مفهوم الاستدامة البيئية الشاملة؛ ومن الناحية البصرية، تنقسم الصورة إلى قسمين علوي وسفلي، كل منهما بلون مختلف؛ القسم الأيسر باللون الأزرق الفاتح المرتبط بالهواء، والأيمن باللون الأزرق المائل للسماء/الماء، في دلالة رمزية دقيقة على العناصر الطبيعية محل الاهتمام؛ كما أن استخدام الرموز البصرية مثل غيوم، مراوح (توربينات)، وقطرة ماء كبيرة يعزز الدلالة المباشرة للموضوعات المطروحة: النقاء، الرقابة، والحماية البيئية.

ولقد يحتوي التصميم على مستويات متعددة من الخطاب؛ حيث تستخدم الأرقام الكبيرة (مثل ٤٣ محطة، ١٢١ محطة، ٦٩ موقعاً، ١٠٠ ألف شجرة...) لعرض الإنجازات، مما يخلق خطاباً رقمياً تقريرياً يوثق الأداء البيئي بلغة كمية؛ وهذا الأسلوب يخاطب الثقة في المؤسسة من خلال دليل عددي على العمل، وهو ما يعزز وظيفة الخطاب الرسمي؛ أما على مستوى الدلالة الرمزية والثقافية، فإن الشجرة، الغيمة، والماء، كلها رموز ذات جذور ثقافية عميقة في المخيال البيئي العربي، حيث ترمز إلى الحياة، النقاء، والارتباط بالأرض؛ كما أن رمزية الماء في الثقافة المصرية تحديداً (نهر

النيل) تضيف قيمة وجدانية للصورة؛ ومن حيث العلاقة بين الصورة والنص المصاحب، نجد درجة عالية من التكامل، فكل رمز بصري مستخدم يقابله شرح كتابي واضح يعزز الفهم، مثل المراوح التي تمثل أدوات قياس تلوث الهواء، وقطرة الماء التي تتوسط النصوص حول مراقبة جودة النيل؛ أما التمثيل البشري، فهو غائب على المستوى الواقعي والرمزي معاً، ما يجعل الخطاب بصرياً مؤسسياً بحثاً يخاطب الأثر أكثر من العاطفة؛ وهذا النمط يخدم أهداف التوثيق الرسمي لكنه يقلل من احتمالات التفاعل العاطفي لدى الجمهور.

فروع الخطاب المستخدم هو خطاب تقني - إعلامي - إنجازي، يهدف إلى بناء صورة ذهنية قوية عن الأداء البيئي للدولة، ويقدم ذلك من خلال عرض الحقائق ضمن قالب بصري منظم وجاذب؛ وعلى مستوى التنوع البصري، تعد هذه الصورة تطوراً واضحاً مقارنة بالتصاميم السابقة، حيث تم دمج حملتين مختلفتين بشكل متوازن بصرياً، باستخدام ألوان وخطوط وكتل منظمة، ما يجعل الصورة سهلة القراءة وجاذبة للعين؛ وأخيراً، فإن ختام الصورة يحتوي على شريط معلومات إضافي وتفصيل من وزارة البيئة مع شعارات التواصل الاجتماعي ورمز QR، مما يحول التصميم إلى منصة تفاعلية ويشير إلى محاولة خلق تواصل رقمي مباشر مع الجمهور.



التحليل السيميولوجي للعنصر الثامن:

تعتمد هذه الصورة على خطاب بصري يربط بين الصناعة والاستدامة، من خلال تقديم مشروعات وزارة البيئة المصرية لتحسين الوضع البيئي للمنشآت الصناعية؛ ويمكن اعتبار هذه الصورة جزءاً من خطاب بيئي مؤسسي يهدف إلى "تبيئة القطاع الصناعي"، أي إدخال معايير الحفاظ على البيئة داخل المنظومة الإنتاجية؛ ومن حيث التكوين البصري، تبرز في منتصف التصميم أيقونة المصنع، وهي مرسومة بأسلوب كرتوني رمزي، تحيط به أوراق شجر خضراء تنمو من داخله، في دلالة سيميولوجية على فكرة "الصناعة الخضراء"؛ وهذا الدمج بين رمزية المصنع – باعتباره مصدرًا تقليديًا للتلوث – وأوراق النبات – كرمز للحياة والنقاء – يكون رسالة بصرية قوية مفادها أن التصنيع لم يعد يتعارض مع الاستدامة، بل يمكن دمجه بها؛ ولقد تهيمن على التصميم ثلاثة ألوان رئيسية؛ فلقد تم استخدام اللون الأخضر؛ والذي يرمز إلى التحول البيئي الإيجابي؛ بالإضافة إلى اللون الأبيض؛ والذي يرمز للحيادية والمعلومات؛ فضلاً عن الأزرق السماوي؛ والذي يعزز مصداقية الصورة في السياق البيئي؛ ومن الناحية اللغوية، يقدم النص المصاحب معلومات رقمية دقيقة حول عدد المشاريع والمنشآت والمخصصات المالية، مثل: "٧١٩٣ مشروع"، "٣٥٠١ منشأة"، "٢٧١ مليون يورو"، وهو ما يعزز الخطاب التوثيقي الإحصائي، ويخدم هدف بناء الثقة لدى المواطن والمستثمر في أن واحد؛ أما على مستوى الدلالة الثقافية، فإن اختيار المصنع

كرمز مركزي هو تعبير عن تحول الخطاب البيئي الرسمي من مجرد التركيز على الطبيعة أو التشجير إلى تضمين الصناعات ضمن منظومة الحلول البيئية، وهي دلالة حضارية على تطور الخطاب الوطني نحو اقتصاد أخضر مستدام؛ فالتمثيل البشري في هذه الصورة غائب تمامًا، سواء من خلال صور أشخاص أو حتى رموزهم، مما يؤكد أن هذه الصورة موجهة في المقام الأول لقطاع المؤسسات وليس الجمهور العام؛ لكنها بذلك أيضًا تقلل من الأثر العاطفي المباشر، وتبقى الخطاب في الإطار الرسمي؛ فالعلاقة بين الرمز البصري (المصنع + النبات) والمحتوى الكتابي علاقة متناقضة ومباشرة؛ إذ تعزز كل منهما الآخر، ولا يوجد تعارض بين الرسالة البصرية واللفظية.

وعليه فإن نوع الخطاب هنا هو خطاب اقتصادي-بيئي تنموي، يستهدف إظهار التوافق بين التنمية الصناعية وحماية البيئة، مما يجعله موجهاً لأصحاب القرار والمستثمرين، أكثر من كونه خطاباً توعوياً شعبياً؛ ومن حيث التنوع البصري، يقدم هذا التصميم قالباً جديداً عن الحملات السابقة، من خلال استخدام رموز فنية (illustration) بدلاً من الصور الفوتوغرافية أو الشعارات المعتادة، وهو ما يمنحه تفرّداً بصرياً ومرونة رمزية، تجعل الرسالة أكثر مرونة في التأويل؛ ومن ثم فيمكن القول إن الصورة تمثل نموذجاً لنجاح الوزارة في دمج الرموز الصناعية والبيئية داخل خطاب بصري متناعم، يدعو إلى تبني اقتصاد مستدام قائم على المسؤولية البيئية داخل المصانع المصرية.



التحليل السيميولوجي للعنصر التاسع:

تعد هذه الصورة واحدة من أكثر المواد البصرية حداثة في حملات وزارة البيئة المصرية، حيث تنقل خطابًا بيئيًا تكنولوجيًا معاصرًا، يقوم على إبراز التحول الرقمي كأداة استراتيجية في الإدارة البيئية؛ ولقد تبدأ الصورة بإطار رسمي من خلال شعار الوزارة في أعلى اليمين، ما يضفي طابعًا رسميًا ومؤسسيًا على الرسالة؛ ولقد يتصدر التصميم شعار جائزة SAG Award باللون الذهبي، في إشارة بصرية إلى التقدير الدولي والتميز، وتستخدم خطوط نظيفة وألوان رسمية (الأبيض، الكحلي، الذهبي) تعكس الرصانة والمصداقية؛ وهذه الألوان تهيمن على النصف العلوي من التصميم، بما يتناسب مع الخطاب المؤسسي المرتبط بالبيانات والجوائز الدولية؛ وفي النصف السفلي، نجد تحولًا بصريًا دراميًا حيث يظهر وجه رقمي مكون من خطوط الكترونية زرقاء، ويجاوره رمز القمر الصناعي ورمز "AI" (الذكاء الاصطناعي)، وهنا تبدأ الطبقة السيميولوجية الأعمق؛ إذ تنتقل الصورة من مجرد عرض لإنجاز إداري إلى إعلان دخول البيئة المصرية عصر التحول الرقمي عبر أدوات غير تقليدية.

فالوجه الرقمي هو استعارة بصرية تمثل الذكاء الاصطناعي، أي أنه ليس وجهًا حقيقيًا، بل ترميز لفكر/تقنية/قدرة تحليل؛ وهذه الاستعارة تحمل معنى ثقافيًا حديثًا: أن البيئة ليست فقط موضوعًا طبيعيًا بل أيضًا مجالًا للابتكار والتقنية، وهو تطور كبير في الخطاب البيئي؛ أما رمزي القمر الصناعي والتحليل البياني، فيدلان على أدوات

الرصد الحديثة، وهي رموز أصبحت مألوفة ضمن الخطاب البيئي العالمي، خصوصًا فيما يتعلق برصد الحوادث البيئية والمخاطر المناخية؛ فالعلاقة بين الصورة والنص المصاحب واضحة ومباشرة: كل رمز بصري (قمر صناعي، AI، شبكة) يرافقه تفسير كتابي يعزز معناه ويحدد الغرض منه، مما يعكس مستوى عاليًا من الاتساق بين المعنى البصري والمعنى اللغوي؛ أما التمثيل البشري غائب تمامًا، وهو غياب مبرر لأن الخطاب هنا ليس عاطفيًا أو توعويًا شعبيًا، بل تقني مؤسسي يستعرض الأدوات لا الأفراد، والمفاهيم لا المشاعر.

أما نوع الخطاب المستخدم هو خطاب رقمي – علمي – دولي، يقوم على توظيف المصطلحات الحديثة؛ وذلك مثل (AI, GIS, Esri) ضمن سياق مصري، مما يشير إلى تحول جذري في هوية المؤسسة البيئية من كونها جهاز رقابي تقليدي إلى كيان إداري ذكي يعتمد على التكنولوجيا التنبؤية والاستباقية؛ أما من حيث التنوع البصري، فالصورة مختلفة كليًا عن باقي الصور السابقة؛ فهي الأولى التي تستخدم رموزًا رقمية متقدمة، وتطرح البيئة كبيانات، وليس فقط كمنظر طبيعي؛ فالتصميم مقسم بوضوح، وكل قسم يؤدي وظيفة بصرية خاصة دون ازدحام، مما يمنحها جاذبية بصرية قوية؛ وختامًا، تمثل هذه الصورة إعلانًا رمزيًا عن تحول جذري في الخطاب البيئي المصري، من توثيق المشروعات إلى توظيف الذكاء الاصطناعي ونظم المعلومات في رسم السياسات، لتصبح البيئة جزءًا من ثورة البيانات والمراقبة الذكية.



الخطاب البيئي وهو: "البيئة الذكية = إدارة مستدامة للصناعة بالاعتماد على أدوات رقمية حديثة".

ومن ناحية العلاقة بين الصورة والنص المصاحب، نجد أن النص في الأسفل قد تم تنسيقه على هيئة بيان إعلامي مختصر، يخدم في توجيه المشاهد نحو الفهم السريع للرسالة الأساسية: "وزارة البيئة تستعرض جهودها لتحسين البيئة الصناعية وتطبيق التكنولوجيا الحديثة في المجالات البيئية خلال عام ٢٠٢٤؛ وهذا البيان يؤدي وظيفة "الخاتمة البصرية" التي توحد المحتوى تحت رسالة واحدة قوية؛ فالتمثيل البشري، كما في الصورة السابقة، غائب بصرياً لكنه حاضر ضمناً عبر التوجه إلى الصناع والمواطنين والمؤسسات من خلال البيانات والمشاريع؛ فنوع الخطاب هنا هو خطاب تجمياعي – تواصل – مؤسسي، يعمل على تكثيف المعلومات في صورة واحدة جامعة، ويعطي للمشاهد ملأً بصرياً سريع الاستهلاك والقراءة. أما من حيث التنوع البصري، فقد حافظ التصميم على عناصر الجذب، رغم اعتماد التكرار، بفضل حسن توزيع العناصر، والفصل اللوني، وتداخل الرموز؛ كما أن إدراج الروابط ومواقع التواصل الاجتماعي في الأسفل يؤكد توجه التصميم نحو جمهور رقمي تفاعلي؛ وختاماً، تمثل هذه الصورة نموذجاً متقدماً لـ"الملف البصري التفاعلي"، حيث يتم تقديم أكثر من حملة داخل لوحة واحدة، بشكل يعزز التماسك المفاهيمي، ويوظف الهوية البصرية البيئية الرقمية للوزارة لخدمة أهداف التوعية المؤسسية.

التحليل السيميولوجي للعنصر العاشر:

تقدم هذه الصورة نموذجاً بصرياً مزدوجاً يجمع بين خطابين بيئيين متكاملين هما: التحسين البيئي للقطاع الصناعي، وتطبيقات التحول الرقمي البيئي؛ ويتخذ التصميم شكلاً منسقاً يجمع بين عنصر التكرار البصري والاستمرارية في السرد، من خلال دمج الصور الثلاث السابقة في لوحة واحدة، مما يمنحها وظيفة توثيقية عالية الفعالية؛ وينقسم التصميم إلى جزئين رئيسيين:-

- **الجزء العلوي:** يتضمن إعادة عرض مختصرة للبيانات البيئية الخاصة بالقطاع الصناعي والتحول الرقمي.

- **الجزء السفلي:** يبرز ملخصاً نصياً يوظف الإنجاز ويعيد صياغته في جملة واحدة ترويجية.

وعلى مستوى الألوان، يسيطر الأخضر في الجزء الصناعي، والكحلي والأزرق التكنولوجي في الجزء الرقمي، بما ينسجم سيميولوجياً مع الموضوعين؛ فاللون الأخضر يرمز إلى "الصناعة النظيفة"، بينما الأزرق/الكحلي يرمز إلى "الذكاء، البيانات، والتخطيط"؛ أما العنصر البصري الأبرز هو تكرار أيقونة المصنع المزروع بالنباتات من الصورة السابقة، إلى جانب الوجه الرقمي ورمز الذكاء الاصطناعي؛ وهذا التكرار لا يضعف الرسالة بل على العكس، يعزز من هوية بصرية ثابتة ترسخ المفاهيم البيئية الجديدة في ذهن المتلقي؛ أما من حيث الدلالة الرمزية، فإن هذا التجاور بين الصناعة والتقنية ضمن تصميم واحد يعبر عن مفهوم متقدم في



كونه مبادرة جماعية تتطلب التعاون والتكامل؛ وهذه اللمسة تعكس التعدد البشري والتشاركية، وتعزز من قبول الصورة على المستوى الشعبي.

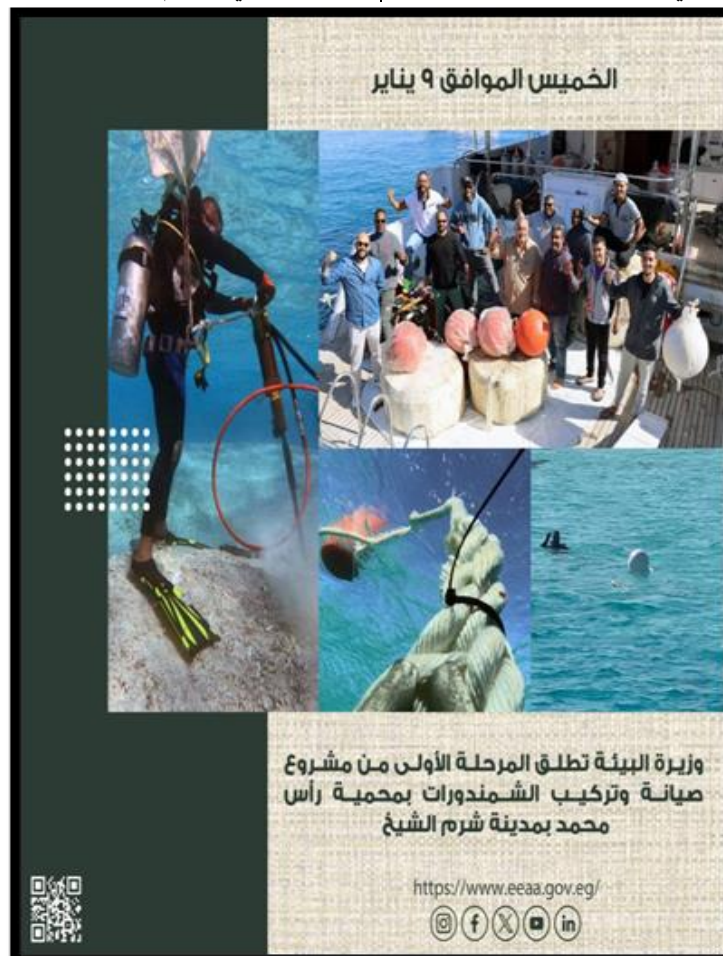
على مستوى العلاقة بين الصورة والنص المصاحب، هناك انسجام دقيق؛ إذ يشرح النص مهمة وزارة البيئة في إطلاق المرحلة الأولى من مشروع صيانة الشعاب المرجانية، وهو ما توضحه الصور مباشرة دون الحاجة إلى شرح إضافي، ما يجعل الصورة والنص في علاقة تكامل بصري-لغوي تام؛ أما نوع الخطاب البصري المستخدم هنا هو خطاب ميداني، تشاركي، توثيقي، وموجه للجمهور العام، ويخاطب المتلقي بلغة بصرية واقعية، تدعوه للمشاركة والتفاعل العاطفي بدلاً من الاكتفاء بالرسائل التقنية الجافة؛ أما من حيث التمثيل البشري، فهذه من أقوى الصور في الحملة من حيث الحضور البشري الكامل، ليس فقط عبر وجود الغواصين، بل أيضاً من خلال النقاط لحظات حقيقية للأشخاص المشاركين، وهو ما ينشئ علاقة وجدانية ومصادقية عالية لدى المتلقي؛ فالتنوع البصري واضح في تنقل الصورة بين أعماق البحر وسطحه، بين اللقطات المقربة والمشهد الجماعي، ما يثري المشهد البصري ويجعل الصورة قابلة للتأمل والقراءة المتعددة، دون أن تفقد رسالتها الجوهرية؛ وختاماً، تجسد هذه الصورة أحد أكثر أشكال الخطاب البصري البيئي تطوراً، حيث يمتزج الإنسان والتقنية والبيئة في مشهد واحد ينبض بالحياة، ويقدم حماية الطبيعة كفعل جماعي ممكن، واقعي، وملهم.

التحليل السيميولوجي للعنصر الحادي عشر:

تعكس هذه الصورة خطاباً بصرياً غنياً بالحيوية والديناميكية، يوثق واحدة من أكثر العمليات البيئية خصوصية وعمقاً وهي صيانة الشعاب المرجانية وتركيب المصدات البحرية داخل واحدة من أندر المحميات الطبيعية البحرية في مصر، رأس محمد؛ ولقد يتكون التصميم من أربع صور واقعية مرتبة داخل إطار واحد، وتعرض مراحل متعددة من عملية العمل تحت الماء، مما يمنح الصورة بنية سردية بصرية تتابعية.

ولقد تهيمن على الصورة ألوان البحر الطبيعية: الأزرق بدرجاته، الأخضر البحري، الشفافية البلورية للمياه، ما يخلق بيئة رمزية دالة على النقاء البيئي والتنوع البيولوجي؛ وتشكل هذه الألوان، بحضورها الطبيعي، خلفية وظيفية تعبر بصرياً عن البيئة التي تتم حمايتها، دون الحاجة إلى مؤثرات بصرية اصطناعية.

فالرموز الأكثر قوة في التكوين هي الغواصون العاملون تحت سطح البحر، الذين يظهرون بأجسامهم كاملة، وأدواتهم التقنية واضحة، ما يمنح الصورة بعداً إنسانياً ميدانياً قوياً؛ وهنا، لا يمثل الإنسان تهديداً للطبيعة كما في كثير من الصور البيئية التحذيرية، بل عنصراً شريكاً في الحماية والترميم، وهي دلالة سيميولوجية بالغة الأهمية تعيد صياغة العلاقة بين الإنسان والطبيعة؛ وفي الجانب الأيمن العلوي من التصميم، تظهر مجموعة من العاملين على المركب في لحظة احتفاء وتوثيق جماعي، ما يمنح الصورة بعداً اجتماعياً – إنسانياً – جماعياً، ويخرج العمل البيئي من كونه نشاطاً معزولاً إلى



التحليل السيميولوجي للعنصر الثاني عشر:

تقدم هذه الصورة نموذجًا بصريًا واضحًا للحكمة البيئية المؤسسية، حيث يتم توثيق اجتماع رفيع المستوى داخل مقر وزارة البيئة، بمشاركة عدد من ممثلي الوزارات والمحافظات؛ فالخطاب البصري هنا لا يعتمد على الحركة أو الرمز المجرد، بل يقوم على الواقعية المصورة التي تبرز التفاعل الحكومي الحقيقي خلف السياسات البيئية؛ ولقد يتمركز الاجتماع حول طاولة خشبية كبيرة بتوزيع هندسي متوازن، حيث تجلس الأطراف المشاركة على جانبي الطاولة بشكل متماثل، وهو ما يحمل دلالة رمزية على الحوار المتكافئ، التعاون المشترك، وتعدد الأطراف في صناعة القرار؛ ويعزز ذلك من سيميائية الاجتماع التشاوري مقابل القرارات الفوقية، ويقدم نموذجًا للحكم التشاركي في البيئة؛ ولقد تتوسط الخلفية شاشة ضخمة تحمل شعار وزارة البيئة، وهو عنصر بصري استراتيجي يرسخ هوية المؤسسة، ويعيد تركيز العين على صاحب المبادرة في اللقاء؛ أما اللون الخشبي الدافئ للطاولة، إلى جانب الإضاءة الناعمة، فيمنح الصورة إحساسًا بالثبات، والاستقرار، والجدية المؤسسية.

ومن حيث الدلالة الثقافية، تمثل الصورة لحظة عالية القيمة في السياق البيئي المصري، حيث يتم الربط بين البيئة والاستثمار، والمحميات والتنمية، ما يعيد تعريف البيئة ليس فقط كقضية خضراء، بل كأداة اقتصادية استراتيجية؛ فالتمثيل البشري قوي هنا؛

تظهر وزيرة البيئة في الجانب الأيسر في موضع يعبر عن القيادة، بينما الطرف الآخر يضم مسؤولين حكوميين كبارًا، في مشهد رسمي متوازن؛ أما لغة الجسد النشطة والتواصل البصري بين الأطراف تشير إلى حالة نقاش فعلي، وليست مجرد جلسة صورية، وهو ما يمنح الصورة مصداقية عالية ويعزز طابعها العملي؛ فالعلاقة بين الصورة والنص المصاحب واضحة ومباشرة، فالنص يلخص بدقة محتوى الصورة ويوضح الهدف من الاجتماع، مما يجعل التكامل البصري-اللغوي محققًا بوضوح؛ أما عن نوع الخطاب البصري، فهو رسمي-تنسيقي-سياسي بيئي، يخاطب جمهورًا متخصصًا نوعًا ما (صناع السياسات، الإعلام، المهتمون بالإدارة)، لكنه يحتفظ بدرجة من الوضوح والحياد تسهل فهمه حتى لدى الجمهور العام؛ وعلى مستوى التنوع البصري، لا تعتمد الصورة على عناصر رمزية أو لونية كثيرة، لكنها تتميز بـ غنى بصري في التفاصيل الواقعية: الأوراق، الأجهزة، الحضور البشري، الإضاءة، وهي تفاصيل تضيف على الصورة طابعًا وثائقيًا حيًا، يكفي وحده لتمرير الرسالة دون الحاجة للزخرفة؛ وفي المحصلة، تمثل هذه الصورة تجسيدًا قويًا لفكرة أن الاستثمار البيئي يبدأ من طاولة الحوار، وأن التفاهم بين مؤسسات الدولة هو شرط أساسي لتحويل المحميات والمناطق البيئية إلى أدوات دعم تنموي واقتصادي.



التحليل السيميولوجي للعنصر الثالث عشر:

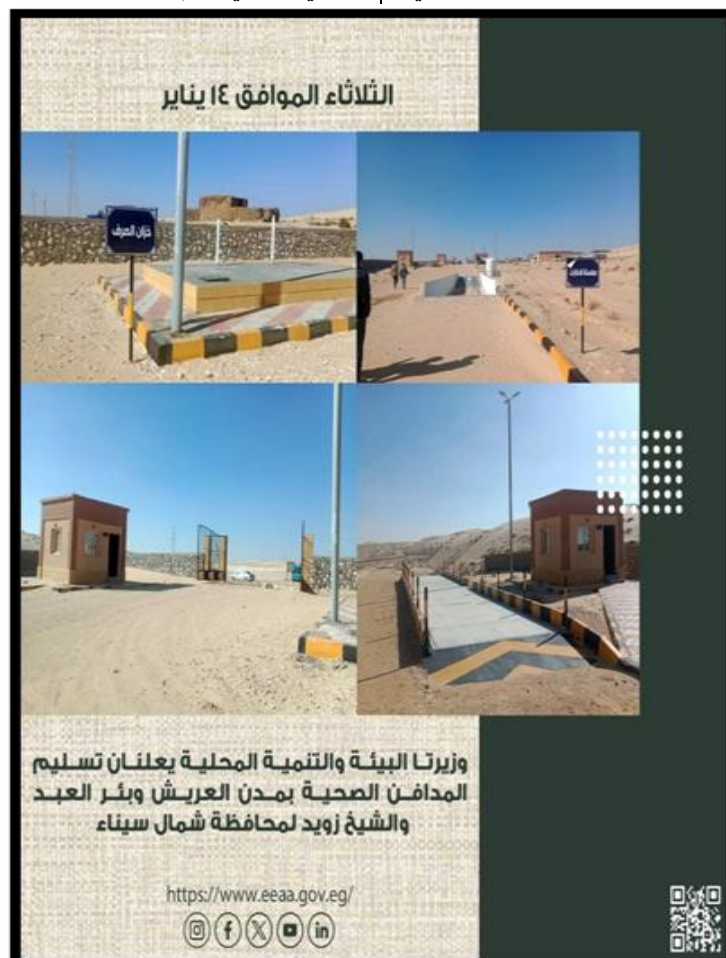
تقدم هذه الصورة خطاباً بصرياً ميدانياً واقعياً يعكس تحولاً جوهرياً في نمط التناول البيئي من داخل المكتب إلى قلب الصحراء، حيث تظهر جهود وزارة البيئة في تسليم بنية تحتية بيئية حيوية في منطقة شديدة الحساسية جغرافياً وأمنياً مثل شمال سيناء؛ ولقد تأخذ الصورة شكل كولاج مكون من أربع لقطات فوتوغرافية، تغطي زوايا متعددة لموقع المدافن الصحية، ما يعزز من الوظيفة التوثيقية ويظهر المصداقية في التنفيذ؛ ولقد تهيمن على المشهد الألوان الطبيعية الحقيقية: الرملية، الترابية، وظلال الأزرق في السماء الصافية، وهي ألوان لا تحمل دلالة رمزية مصطنعة، بل تنقل طبيعة البيئة الجغرافية الصحراوية القاسية؛ وهذا الإخلاص للواقعية يسهم في إبراز الإنجاز بشكل نزيه وببعد عن التجميل أو الإبهار البصري، وهو عنصر مهم في بناء الثقة البصرية مع المتلقي.

ولقد تشير اللافتات الظاهرة في المشهد – مثل "خزان الصرف" و"محطة الفلاتر" – إلى طبيعة المشروع البيئي الخدمي، وتوضح وظيفته العملية، كما تعزز من الشفافية المؤسسية؛ فوجود لقطات تظهر الممرات، البوابات، والبنية الخرسانية المتقنة يمنح المشروع قيمة عمرانية مستدامة، ويجسد تحول الخطاب البيئي من التظهير إلى التطبيق؛ ورغم أن التمثيل البشري مباشر لكن ثانوي (أشخاص في خلفية بعض الصور)، إلا أن البيئة العمرانية هي البطل الرئيسي للصورة، وهو ما يوجه الرسالة نحو الفعل المؤسسي أكثر من الشخصية الفردية؛ لكن مع ذلك، فإن وجود بعض الأشخاص يضيف

لمسة من الواقعية الميدانية التي تنعش المشهد وتظهر أن الإنجاز تم بأيدٍ عاملة في موقع حقيقي.

ولقد تنسم العلاقة بين الصورة والنص المصاحب بالوضوح والتطابق الكامل؛ فالنص يذكر المحافظات، طبيعة المشروع، وتوقيت الحدث، ما يغني المشاهد عن التأويل، ويحول الصورة إلى وثيقة بصرية مكتملة الأركان؛ ووجود شعار وزارة البيئة وأسفلها رابط الموقع الرسمي ومواقع التواصل يشير إلى أن هذه ليست مجرد وثيقة توثيقية، بل مادة موجهة للتفاعل الرقمي العام.

فروع الخطاب البصري في هذه الصورة هو تنموي خدمي واقعي، يخاطب الجمهور المحلي، المسؤولين، والشركاء الدوليين الذين يهتمون بإنجازات ملموسة على الأرض؛ كما أن عرض المشروع في شمال سيناء يحمل بعداً رمزياً وطنياً؛ فالوصول إلى هذه المناطق وتنفيذ مشاريع تنمية فيها يمثل رسالة سياسية بيئية بأن العدالة الجغرافية هي جزء من العدالة البيئية؛ ومن حيث التنوع البصري، فإن استخدام لقطات مختلفة وزوايا متنوعة يمنح التصميم طابعاً ثرياً ويظهر جوانب متعددة من المشروع دون ملل بصري، كما أن تجانس الألوان الطبيعية مع التصميم العام للصورة يجعلها هادئة وواضحة وفعالة وظيفياً؛ وفي المجمل، تعد هذه الصورة تمثيلاً حياً لفكرة "البيئة على الهامش"، حيث يتم دمج المناطق الطرفية داخل خريطة التنمية المستدامة البيئية، مما يجعلها مادة بصرية مؤثرة ومصداقية عالية، سواء على المستوى المحلي أو ضمن الخطاب البيئي الوطني العام.



الأخضر والاستدامة في وعي الجمهور، خاصة ضمن فئة المستخدمين الرقميين.

التوصيات: Recommendation

- يوصى بتضمين صور لأشخاص حقيقيين – خصوصاً فئات مثل الأطفال، المتطوعين، والعاملين في الميدان – بهدف تعزيز البعد العاطفي والاجتماعي للرسائل البيئية، وزيادة التفاعل الجماهيري مع المحتوى البصري.
- يفضل كسر النمط الثابت في التصميمات المتكررة (مثل هيمنة شعار "Go Green") عبر إدخال عناصر تصميم مبتكرة في كل حملة، واستخدام زوايا تصوير مختلفة، وخلفيات أكثر تنوعاً، بما يرفع من الجاذبية البصرية ويبقى اهتمام المتلقي نشطاً.
- ينصح باستخدام الإنفوغرافيك التفاعلي والرسوم المتحركة (motion graphics) لشرح المفاهيم البيئية المعقدة مثل التغير المناخي أو الاقتصاد الأخضر، مما يساعد على تبسيط الرسائل وزيادة قابلية مشاركتها على منصات التواصل.
- يوصى بتوظيف رموز ودلالات من الثقافة المصرية (مثل النيل، الفلاح، النخيل، التراث البيئي المحلي) لإضفاء طابع وجداني وتاريخي على الرسالة، وربط الاستدامة بالسياق الاجتماعي والثقافي المحلي.
- تدعو النتائج إلى الاستمرار في تبني خطاب بصري ذكي يوظف أدوات الذكاء الاصطناعي، الأقمار الصناعية، ونظم المعلومات البيئية، مع تطوير منصات تفاعلية تسمح للمواطنين بالاطلاع والمساهمة.
- يفضل تخصيص حملات بصرية موجهة للأطفال، والشباب، وكبار السن، باستخدام لغة بصرية مختلفة حسب الفئة، بما يزيد من الشمولية والتأثير الاجتماعي للرسائل البيئية.
- ينبغي الحفاظ على العلاقة العضوية بين الرموز البصرية والمحتوى النصي، بحيث لا تكون الصور تزيينية فقط، بل تحمل دلالة واضحة تدعم النص وتسهم في فهم الرسالة بعمق.
- يوصى بتضمين موضوعات مثل العدالة المناخية، الاستدامة في المناطق النائية، وحقوق الأجيال القادمة ضمن الرسائل البصرية، لتعزيز البعد الحقوقي والاجتماعي في الخطاب البيئي.

المراجع: References

- ١- سالم، أحمد (٢٠١٤م): صورة الإسلاميين علي الشاشة، بيروت، مركز نماء للبحوث والدراسات، الطبعة الأولى، ص ٥٥
- ٢- البسيوني، أميرة عبد العال (٢٠٢٥): دور التحليل السيميولوجي للخطاب البصري في إدارة السمعة المؤسسية - دراسة حالة تحذيرات بنك مصر من الهجمات الإلكترونية عبر الصفحة الرسمية " فيسبوك "؛ القاهرة، المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام، المجلد (٣)، العدد (٤)، ص ٢٤٥-٢١٦
- ٣- البسيوني؛ أميرة عبد العال (٢٠٢٥): دور التحليل السيميولوجي للصفحات الرسمية للمؤسسات المجتمعية عبر موقع الفيسبوك وانعكاسها علي الصورة الذهنية لدي متابعيها- دراسة تطبيقية علي مؤسستي مجدي يعقوب للقلب ومؤسسة بهية لعلاج سرطان الثدي بالمجان؛ القاهرة، مجلة بحوث الإعلام الرقمي، العدد (٧)، ص ٢٢٧-١٥٨
- ٤- جميل، حمداوي (٢٠١٠م): السيميولوجيا بين النظرية والتطبيق، دار الوارث للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ص ٥٢٩
- ٥- بن عياش، رباب (٢٠٢٢م): رمزية أسلوب التعبير النصي في الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر: دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من خطاب صفحات فيسبوك؛ الجزائر،

النتائج: Results

- يكشف تحليل الخطاب البصري في الحملات البيئية المعاصرة لوزارة البيئة المصرية عن بنية رمزية متماسكة، تستند بشكل رئيسي إلى توظيف اللون الأخضر كرمز مركزي للاستدامة والتصميم الأخضر، حيث جاء استخدام هذا اللون بشكل مهيم في الخلفيات والشعارات والعناصر البصرية، ليعبر عن مفاهيم الطبيعة، النمو، والتجديد، وهي دلالات ثقافية مستقرة في الوعي الجمعي العربي؛ كما يكمل اللون الأزرق هذه المنظومة البصرية باعتباره رمزاً للهواء والماء والصفاء، وارتبط ظهوره بالحملات المعنية بجودة الهواء والمياه والتغيرات المناخية، مما ساعد على خلق تمييز موضوعي واضح في البنية اللونية لكل حملة.
- وقد أظهرت الصور استخداماً بارزاً للرموز البيئية مثل الشجرة، التوربين الهوائي، قطرة الماء، المصنع الأخضر، والبصمة الكربونية، حيث حمل كل رمز دلالاته الوظيفية والثقافية؛ فالشجرة لم تكن مجرد نبات، بل رمزاً للحياة المتجددة والتشبيك المجتمعي، في حين جاء رمز المصنع المزروع بالنباتات ليعبر عن التحول الصناعي نحو المعايير البيئية، بينما ساعدت قطرة الماء على تأطير قضايا المياه داخل خطاب بصري نظيف وواضح.
- أما على مستوى العلاقة بين الصورة والنص، فقد تحقق قدر كبير من التناسق في معظم المواد؛ إذ جاءت النصوص داعمة للرموز، وموضحة لمعانيها، مما زاد من وضوح الرسائل وسرعة تلقيها؛ ويلاحظ أن الحملة اعتمدت بشدة على استخدام البيانات الرقمية (مثل عدد الأشجار، المحطات، الاستثمارات)، لتقوية الحجة وتأكيد حجم الإنجاز، وهي تقنية بصرية خطابية تعزز المصداقية والشفافية لدى الجمهور؛ فرغم هذا التماسك، فإن أحد أبرز الملاحظات كان غياب التمثيل البشري الواقعي في عدد كبير من الصور، حيث تم الاكتفاء بالتمثيل الرمزي (أيقونات الأشخاص، الاجتماعات)، مما قلل من فاعلية التأثير العاطفي، رغم أن الصور التي تضمنت وجوهاً بشرية حقيقية (مثل الغواصين أو الاجتماعات الرسمية) أظهرت تفاعلاً بصرياً وإنسانياً أعلى، وأعطت الخطاب البيئي بعداً ميدانياً حياً.
- كما يلاحظ أن الوزارة سعت إلى الحفاظ على هوية بصرية موحدة بين الحملات، خصوصاً باستخدام شعار " Go Green" واللون الأخضر، مما عزز ترابط الحملات، لكنه أدى في بعض المواضع إلى تكرار بصري وضعف في التنوع التصميمي؛ إلا أن هذا قد تم تعويضه نسبياً من خلال التنوع الموضوعي بين المشروعات (هواء - مياه - تكنولوجيا - صناعة - تشجير)، مما سمح بخلق سرد بصري شامل يعكس الاتساع الحقيقي لجهود الوزارة.
- ويعد التحول الرقمي من أبرز ملامح الخطاب البصري في هذه الحملات، حيث تم دمج رموز الذكاء الاصطناعي، الأقمار الصناعية، ورموز نظم المعلومات الجغرافية في عدد من الصور، مما عكس توجهها واضحاً نحو تقديم البيئة كمجال ذكي وحديث يعتمد على أدوات القياس والرصد والتحليل، وليس فقط كمجال طبيعي أو زراعي تقليدي؛ وهذا الخطاب التكنولوجي رفع من مستوى الخطاب الرسمي، وربطه بالسياق الدولي، كما في صور مشاركة مصر في COP29 أو تقارير المناخ؛ وبالمجمل، يمكن القول إن الخطاب البصري الذي تبنته وزارة البيئة المصرية في حملاتها الرقمية يعكس مزيجاً بين الوظيفة التوثيقية والمؤسسية، والرمزية البيئية الكلاسيكية، مع محاولات واضحة للانتقال إلى خطاب أكثر عصرية وتفاعلاً، يعتمد على الأرقام، الرموز، والتصميمات الرسومية المنظمة؛ ورغم بعض التحديات في التنوع البصري أو التفاعل الإنساني، فإن الرسائل قد وصلت بوضوح، وتم تعزيز مفاهيم التصميم

المعاصر، المجلد (١١)، العدد (١١٢)، ص ٨٤

١٢- علي، محمود سيد (٢٠٢٣م): سيميولوجيا الصورة في الخطاب الإعلامي للتنظيمات الإرهابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: داعش نموذجاً؛ القاهرة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ٢٥٦، ٥٩٩ - ٥٩٩.

١٣- طة، هدير (٢٠٢٣): سيميائية المحتوى المرئي المقدم عن قمة المناخ "COP27" عبر الحساب الرسمي لوزارة البيئة المصرية على موقع انستجرام؛ القاهرة، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ٢٥٤، ٤٣٧ - ٤٨٧.

١٤- بن عمار، يسمينة (٢٠٢١م): تجليات العنف الرمزي في البيئة الافتراضية: مقارنة سيميولوجية لصور العنف الرمزي عبر صفحات الفيسبوك الجزائرية؛ الجزائر، مجلة أنسنه للبحوث والدراسات، المجلد (١٢)، العدد (١)، ص ٢٥٤ - ٢٧٠.

- 15- Berardi, N. (2022): The Image of Algerian Women on Facebook: From Stereotypes to Cynicism: A Semiological study of the Image of Women on Facebook Pages. *Al-Risala Journal for Human Studies and Research*, Vol. 7, No. 4, 860-870.
- 16- Ibrahim, N.E.F., Zeitoun, H.A., and Tahami, M.M. (2017): Interpreting Visual Images: A Social Semiotic Approach to Facebook Images. *Journal of Scientific Research in Literature*, Issue 18, Vol. 5, 41-62

مجلة المعيار، مج ١٣، ٢٤، ٩٧٤ - ٩٨٥.

٦- محروس؛ رحاب حسين (٢٠٢٤م): سيميائية صورة العدوان على غزة على صفحات المؤسسات الدينية وتفاعلية المستخدمين: الصفحة الرسمية للأزهر الشريف أنموذجاً؛ القاهرة، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد (٢)، العدد (٦٩)، ص ٨٥٤-٨٥٥.

٧- العساف؛ صالح بن حمد (١٩٨٦م): الاستبانة: مفهومها، تصميمها، اختبارها، المملكة العربية السعودية، بحوث ودراسات في العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية، المجلد (١)، العدد (٤)، ص ٩٢.

٨- عجوة، علي (١٩٨٣م): العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ص ١٥-١٦.

٩- منصور، عواطف (٢٠١٧): الجسد والصورة في الخطاب الإعلاني من خلال السيميائية البارتية (رولان بارت)؛ مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (١)، العدد (١)، ص ٣٩.

١٠- لطفي، رشا عادل (٢٠٢٢): التحليل السيميولوجي لجهود القوات المسلحة المصرية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة كما يتناولها المحتوى المرئي على الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري: صفحة الفيس بوك نموذجاً؛ القاهرة، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد (٣)، العدد (٦١)، ص ١١٩٣ - ١٢٤٠.

١١- بوعزيزي؛ محسن (٢٠٠٠م): سيميولوجيا الأشكال الاجتماعية عند رولان بارت، القاهرة، مجلة الفكر العربي