

"التحليل السيميولوجي للصفحات الرسمية لحملات المبادرات الحكومية عبر الفيسبوك وانعكاسها على تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور المصري - دراسة تطبيقية على حملة ١٠٠ مليون صحة"

أميرة عبد العال مرجب البسيوني
باحثة دكتوراة بكلية الإعلام بنات جامعة الأزهر

ملخص البحث:

يتناول هذا البحث العلاقة بين التحليل السيميولوجي لمحتوى الصفحات الرسمية للمبادرات الحكومية عبر "فيسبوك" وتشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور المصري، من خلال دراسة تطبيقية على حملة "١٠٠ مليون صحة"؛ وقد اعتمد البحث على تحليل العناصر البصرية كالصور، الألوان، الرموز، وزوايا التصوير، بهدف فهم الرسائل الضمنية وتقدير تأثيرها على إدراك وثقة الجمهور في أداء النظام الصحي.

كما استند الإطار النظري إلى نموذج رولان بارت في تحليل العلامات والدلالات البصرية، ونظرية الصورة الذهنية التي تفسر كيفية تشكل الانطباعات الجماهيرية؛ وتم توظيف هذين النموذجين لتحليل المحتوى الرقمي للحملة وفهم أثره الاتصالي والنفسي.



ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التحليلية، حيث اعتمد على المنهج السيميولوجي في تحليل (٣٠) منشورًا بصريًا من حملة "١٠٠ مليون صحة"، بالإضافة إلى استبيان ميداني شمل (١٩٦) مشارك، كما تم تنفيذ جلستين من جلسات النقاش البؤرية المركزة عبر تطبيق "واتساب" بمشاركة (٢٢) من المتابعين النشطين على فيسبوك؛ حيث بلغ حجم كل مجموعة (١١) مفردة؛ وقد تم تحليل البيانات باستخدام برنامجي **SPSS** للتحليل الكمي، و **Nvivo** للتحليل النوعي، بما أتاح تقديم قراءة متكاملة تجمع بين الأبعاد الإحصائية والدلالات السيميولوجية للخطاب البصري في الحملة.

وكشفت النتائج عن فاعلية العناصر البصرية للحملة في تعزيز الرسائل الصحية وتشكيل صورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور، مع تأكيد على دور الفيديوهات والألوان الرمزية في التأثير على السلوك الصحي؛ وأثبتت النتائج الإحصائية صحة الفرضيات، بوجود علاقة دالة بين الرموز وكثافة التعرض وبين الإدراك والثقة.

واختتم البحث بمجموعة توصيات علمية وعملية، دعت إلى تطوير الخطاب البصري الحكومي، تكثيف المحتوى المرئي الجذاب، وإجراء دراسات مقارنة وطولية، مع التأكيد على ضرورة إدماج السيميولوجيا في تحليل الاتصال الرقمي الصحي في السياق العربي.

الكلمات المفتاحية: التحليل السيميولوجي - الصفحات الرسمية - حملات المبادرات الحكومية- الصورة الذهنية- الجمهور المصري



"A Semiological Analysis of the Official Facebook Pages of Governmental Initiative Campaigns and Their Impact on Shaping the Public Image Among the Egyptian Audience: An Applied Study on the '100 Million Seha' Campaign"

Amira Abdel Aal Ragab El-Basuony

Abstract

This study explores the relationship between the semiological analysis of content published on the official Facebook pages of governmental initiatives and the formation of the public image among the Egyptian audience, through an applied case study of the "100 Million Health" campaign. The research relied on analyzing visual elements such as images, colors, symbols, and camera angles, with the aim of understanding the implicit messages and assessing their impact on the audience's perception and trust in the performance of the healthcare system.

The theoretical framework was based on Roland Barthes' model for analyzing visual signs and symbols, as well as the theory of the public image, which explains how audience impressions are formed. Both models were employed to analyze the campaign's digital content and examine its communicative and psychological effects.

This research falls within the category of descriptive and analytical studies. It employed a semiological approach to analyze 30 visual posts from the "100 Million Seha" campaign, in addition to a field survey that included 196 participants. Furthermore, two focused group discussion sessions were conducted via WhatsApp, involving 22 active Facebook users who had previously engaged with the campaign's content, with each group comprising 11 participants. Data were analyzed using both SPSS for quantitative analysis and NVivo for qualitative analysis,



enabling an integrated reading that combines statistical dimensions with the semiological interpretations of the campaign's visual discourse. The findings revealed the effectiveness of the campaign's visual elements in reinforcing health messages and shaping a positive public image, with emphasis on the role of videos and symbolic colors in influencing health behavior. Statistical results confirmed the validity of the hypotheses, indicating a significant relationship between symbols, exposure intensity, and both perception and trust.

The study concluded with a set of scientific and practical recommendations, calling for the development of government visual communication strategies, the intensification of engaging visual content, and the need for comparative and longitudinal studies. It also emphasized the importance of integrating semiological analysis into the study of digital health communication within the Arab context.

Keywords: Semiological Analysis – Official Pages – Governmental Initiative Campaigns – Public Image – Egyptian Audience

مقدمة البحث

يشهد العصر الرقمي تحولات جوهرية في أساليب الاتصال الجماهيري، حيث باتت شبكات التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها "فيسبوك"، وسيطا مركزيا في إنتاج وتداول الخطاب العام، خاصة في المجالات الحيوية كالصحة العامة؛ فلم يعد الجمهور مجرد متلقٍ سلبي للرسائل الرسمية، بل أصبح طرفًا فاعلًا في تفسيرها وتداولها، وهو ما أوجد تحديات جديدة أمام مؤسسات الدولة، التي وجدت نفسها مطالبة بإعادة تشكيل أدواتها الاتصالية بما يتناسب مع منطلق الإعلام الرقمي الذي يقوم على التفاعلية والاختزال والرمزية البصرية؛ وفي هذا الإطار، ظهرت الحاجة إلى قراءة هذه الرسائل الجديدة بمنهجيات تواكب طبيعتها، ولعل أبرزها التحليل السيميولوجي، الذي يتجاوز ظاهر الرسالة إلى بنيتها العميقة، ويفكك شفرات الصورة، اللون، الخط، والرمز، بوصفها مكونات دلالية تشكل المعنى في وعي الجمهور، وتلعب دورًا حاسمًا في تكوين الصورة الذهنية عن الجهة المرسلة.

وتعد الصفحات الرسمية للمبادرات الحكومية على فيسبوك نموذجًا مثاليًا لهذا التحول، حيث تعتمد في خطابها البصري على توظيف متقن للعلامات والأيقونات والشعارات والمشاهد المصممة بعناية، من أجل التأثير في سلوك الجمهور وتوجيهه نحو ممارسات صحية مرغوبة؛ وتبرز حملة "١٠٠ مليون صحة" في هذا السياق كواحدة من أكبر وأوسع الحملات الصحية التي أطلقتها الدولة المصرية، حيث لم تقتصر على نطاق جغرافي أو موضوع صحي واحد، بل اتسعت لتغطي قضايا الصحة العامة المرتبطة بالأمراض المزمنة، صحة المرأة، صحة الأم والجنين، وفحص الأطفال، وغيرها.

وقد تميزت هذه الحملة بحضور مكثف على منصات التواصل الاجتماعي، واعتمدت بصورة لافتة على إنتاج بصري ممنهج يمزج بين الرمزية الوطنية والرسائل الوقائية، ويعيد توظيف الهوية البصرية الرسمية بلغة شعبية مرئية قريبة من المتلقي؛



ومن ثم، فإن تحليل هذا الخطاب البصري لا يمكن أن يقتصر على التقييم الشكلي، بل يجب أن ينفذ إلى بنية المعنى، لفهم كيف تسهم هذه العناصر السيميولوجية في صناعة انطباعات الجمهور، وخلق علاقات وجدانية أو إدراكية مع الرسائل الاتصالية للدولة.

الدراسات السابقة

- استهدفت دراسة أميرة البسيوني (٢٠٢٥م)؛ بعنوان " 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 " 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 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 نظراً لملاءمتهما 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) منشوراً من صفحة بهية (١٩) من صفحة مجدي يعقوب، وتحليل المجموعات النقاشية البورية لعينة من المتابعات النشطات (٣٢) من مؤسسة بهية و(٢٥) من مؤسسة مجدي يعقوب، باستخدام جلسات تفاعلية عبر واتساب؛ وعليه فلقد أظهرت النتائج أن مؤسسة بهية تعتمد خطاباً بصرياً إنسانياً يعكس الاحتواء والتمكين، بينما تبني مؤسسة مجدي يعقوب خطاباً بصرياً قائماً على الاحترافية والرمزية الطيبة؛ ورغم اختلاف

النهجين، فإن كلا المؤسستين 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 وتفاعلهم 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 متنسقة؛ 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 العدوان 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 صفحتها الرسمية في إدانة العدوان الإسرائيلي الغاشم على قطاع غزة أكتوبر ٢٠٢٣، وكذلك رصد وتحليل تفاعلية المستخدمين نحو المحتوى المقدم من جهة أخرى، وتتحدد 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 بارث في التحليل 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 المرابط 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 ٢٠٢٢م)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: تصدر "أمن الطاقة" مقدمة الموضوعات التي تناولها المحتوى المرئي عينة الدراسة، وجاء "نشاط البيئة" في صدارة أهم الشخصيات الواردة بالمحتوى المرئي تلاهم "الوزراء المصريين"، 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 (١١-١-٢٠١٤م) وحتى (٣١-١٢-٢٠١٨م)؛ واعتمد التحليل السيميولوجي للصورة على ثلاث مستويات وهي (الوصف، المستوى التعيني، 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: 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 عالما جديدا 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 تحليلا سيميولوجيا، 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 تحليلاً سيمولوجياً، والتعرف على مدى إسهام المؤسسة العسكرية المصرية في تحقيق التنمية المستدامة في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠"، وجاءت هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية، اعتماداً 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 السيمولوجية 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 ٢٠٣٠م، 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 سيمولوجية 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 السيمولوجية 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 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 قدرتها 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.

- تشترك 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 (العدوان الإسرائيلي)، 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 يسלט 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.

مشكلة البحث

مع التطور الكبير في وسائل الاتصال الرقمي وانتشار استخدام منصات التواصل الاجتماعي، أصبحت الحملات الحكومية تعتمد بشكل متزايد على صفحاتها الرسمية للتواصل مع الجمهور وتعزيز وعيه بالمبادرات الوطنية؛ ولقد تعد حملة "١٠٠ مليون صحة" من أبرز المبادرات التي تمثل نموذجًا متكاملًا لاستخدام الإعلام الرقمي في



توصيل الرسائل الصحية والتوعوية؛ ومع ذلك، يبرز تساؤل جوهري حول كيفية صياغة هذه الرسائل البصرية والنصوص عبر الصفحات الرسمية لحملة على الفيسبوك، وما إذا كانت هذه العناصر تستخدم بشكل فعال للتأثير على الصورة الذهنية للجمهور.

ومن جانب آخر فقد يتيح التحليل السيميولوجي فهماً أعمق لكيفية توظيف الرموز، الألوان، والصور في تعزيز الهوية المؤسسية والتأثير على إدراك الجمهور، إلا أن الدراسات السابقة لم تول اهتماماً كافياً للعلاقة بين هذه العناصر السيميولوجية والصورة الذهنية التي تشكلها لدى الجمهور المستهدف؛ علاوة على ذلك، لم يتم التطرق بشكل وافٍ إلى مدى تأثير المحتوى الرقمي لهذه الحملات على تفاعل الجمهور المصري وتوجهاته تجاه دعم المبادرات الحكومية؛ ومن هنا، تنبع أهمية هذا البحث في سد هذه الفجوة من خلال تحليل العناصر السيميولوجية لحملة "١٠٠ مليون صحة" ودراسة انعكاسها على تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور، مما يساهم في تعزيز فهمنا للعلاقة بين الإعلام الرقمي والصورة الذهنية في السياق المصري؛ ومن خلال ما سبق نستطيع القول بأن مشكلة البحث سوف تتمركز في الإجابة عن التساؤل التالي: "ما تأثير التحليل السيميولوجي للصفحات الرسمية لحملة "١٠٠ مليون صحة" عبر الفيسبوك على تشكيل الصورة الذهنية للجمهور المصري تجاه المبادرات الحكومية"

أهمية البحث:

أ. الأهمية العلمية (النظرية)

- يقدم البحث إضافة نوعية في مجال التحليل السيميولوجي من خلال تطبيقه على محتوى الحملات الرقمية، وهو مجال ما زال يحتاج إلى مزيد من التأصيل العلمي في السياق العربي والمصري تحديداً.

- يربط البحث بين مفاهيم الإعلام الرقمي الحديث والرموز والدلالات المستخدمة في الحملات الحكومية، مما يفتح أفقاً جديداً لفهم التواصل المؤسسي الحكومي من منظور سيميولوجي

- يعد البحث من الدراسات القليلة التي تطبق أدوات التحليل السيميولوجي على حملات صحية حكومية، ما يجعله مرجعاً أكاديمياً للدراسات المشابهة في المستقبل.

ب. الأهمية العملية (التطبيقية)

- يساعد البحث صانعي القرار في الوزارات والمؤسسات الحكومية على فهم مدى تأثير المحتوى المنشور عبر فيسبوك، مما يسهم في تحسين الرسائل الاتصالية.

- تعزيز فعالية الحملات الصحية المستقبلية من خلال كشف عناصر القوة والقصور في حملة "١٠٠ مليون صحة"، يمكن الاستفادة من النتائج لتطوير استراتيجيات الحملات القادمة على وسائل التواصل.

- يقدم البحث توصيات عملية لصانعي المحتوى ومديري الصفحات الرسمية الحكومية حول أفضل الأساليب السيميولوجية لجذب انتباه الجمهور وبناء صورة ذهنية إيجابية.

- يساهم في تعزيز وعي الجمهور بكيفية تحليل واستيعاب الرموز والدلالات في المحتوى الحكومي، مما يرفع من وعيهم الاتصالي والنقدي.

- المساهمة في تقويم الأداء الاتصالي الحكومي: خلال نتائج التحليل، يستطيع مسؤولو الاتصال الحكومي تقييم فاعلية المحتوى المنشور وتحسينه بما يتماشى مع استراتيجيات بناء الصورة الذهنية المستهدفة.



أهداف البحث

يتمثل الهدف الرئيسي في الهدف التالي: "دراسة العلاقة بين التحليل السيميولوجي للصفحات الرسمية لحملة "١٠٠ مليون صحة" عبر الفيسبوك، وتأثير هذا التحليل على تشكيل الصورة الذهنية للمبادرات الحكومية لدى الجمهور المصري؛ **ويتفرع من هذا الهدف عدة أهداف فرعية؛ وهما على النحو التالي:-**

أ- الأهداف التحليلية:

- تحليل المعاني الظاهرة والدلالات التضمنية للعناصر البصرية (كالصور، الألوان، والنصوص) المستخدمة في الصفحة الرسمية لحملة "١٠٠ مليون صحة" لفهم الرسائل الموجهة للجمهور.
- دراسة توظيف الرموز والأشكال الهندسية ودلالات الألوان في تعزيز الرسائل الصحية والقيم الوطنية المرتبطة بالحملة وتأثير ذلك على إدراك الجمهور.
- تحليل زوايا التصوير وأساليب الإخراج البصري المستخدمة في الصفحة الرسمية للحملة ودورها في بناء رسائل إعلامية متكاملة تسهم في تعزيز الاتصال الفعال مع الجمهور.
- استكشاف تأثير العناصر السيميولوجية على التعبير عن الأهداف الصحية للمبادرة، ودورها في توجيه الجمهور نحو المشاركة الفعالة ودعم أهداف الحملة.

ب- الأهداف الميدانية:

- قياس مدى وعي وتفاعل الجمهور المصري مع العناصر السيميولوجية المستخدمة في الصفحة الرسمية لحملة "١٠٠ مليون صحة" عبر الفيسبوك.
- تقييم تأثير المحتوى السيميولوجي للصفحة الرسمية للحملة على تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور فيما يتعلق بالثقة والمصداقية والكفاءة في تنفيذ المبادرة.

- دراسة مدى تأثير المحتوى المنشور عبر الصفحة الرسمية على اتجاهات الجمهور نحو دعم أهداف الحملة، مثل إجراء الفحوصات الصحية أو نشر الوعي الصحي.
- تحليل طبيعة العلاقة بين المتابعين والصفحة الرسمية للحملة، وكيف تؤثر العناصر السيميولوجية (مثل الألوان والشعارات) على تعزيز هذه العلاقة.

تساؤلات البحث

يتمثل التساؤل الرئيسي في التساؤل التالي: "ما تأثير التحليل السيميولوجي للصفحات الرسمية لحملة "١٠٠ مليون صحة" عبر الفيسبوك على تشكيل الصورة الذهنية للجمهور المصري تجاه المبادرات الحكومية؟"؛ **ويتفرع من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية؛ وهما على النحو التالي:**

أ- التساؤلات التحليلية:

- ما المعاني الظاهرة التي تعكسها العناصر البصرية (كالصور، الألوان، والنصوص) المستخدمة في الصفحة الرسمية لحملة "١٠٠ مليون صحة"؟ وما الدلالات التضمينية التي تحملها تلك العناصر؟
- كيف يتم توظيف الرموز والأشكال الهندسية ودلالات الألوان في تعزيز الرسائل الصحية والقيم الوطنية المرتبطة بحملة "١٠٠ مليون صحة"؟ وما تأثير ذلك على إدراك الجمهور؟
- ما دور زوايا التصوير وأنماط الإخراج البصري في بناء الرسائل الإعلامية المتكاملة للصفحة الرسمية للحملة؟ وكيف تسهم في تحسين الاتصال الفعال مع الجمهور؟
- كيف تعبر العناصر السيميولوجية عن الأهداف الصحية للحملة؟ وكيف يتم استخدامها لتوجيه الجمهور نحو المشاركة الفعالة في المبادرة؟



ب- التساؤلات الميدانية:

- إلى أي مدى يدرك الجمهور المصري العناصر السيميولوجية المستخدمة في الصفحة الرسمية لحملة "١٠٠ مليون صحة" عبر الفيسبوك؟ وكيف يتفاعل معها؟
- ما الانعكاسات السيميولوجية للمحتوى المنشور على الصفحة الرسمية للحملة على تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور فيما يتعلق بالثقة والمصادقية والكفاءة في تنفيذ المبادرة؟
- كيف يؤثر المحتوى المنشور عبر الصفحة الرسمية للحملة على اتجاهات الجمهور نحو دعم أهدافها، مثل إجراء الفحوصات الصحية أو نشر الوعي الصحي؟
- ما طبيعة العلاقة بين المتابعين والصفحة الرسمية لحملة "١٠٠ مليون صحة"؟ وكيف تؤثر العناصر السيميولوجية (مثل الألوان والشعارات) على تعزيز تلك العلاقة؟

المفاهيم والمصطلحات الإجرائية:

تتمثل المفاهيم والمصطلحات الإجرائية في المفاهيم التالية:-

أ. مصطلح التحليل السيميولوجي

- يعرف التحليل السيميولوجي اصطلاحاً بأنه هو: "العلم الذي يدرس العلامات اللسانية والأيقونات البصرية والإشارات والرموز، ويتم التحليل السيميولوجي بالتحليل الكيفي لنظام الرسالة، وكذلك المعاني الخفية الغائبة عن ذهن القارئ، لهذا يفيد هذا المنهج في الرفع من القيمة الجمالية والاتصالية، وتطوير حسن الملاحظة ودقة النظر، واكتساب المعارف وتوسيعها". (جميل، ٢٠١٠م، ص ٥٢٩)
- يعرف التحليل السيميولوجي إجرائياً بأنه: الأسلوب المنهجي المستخدم في تفكيك وفهم المحتوى البصري والرمزي للمنشورات الرقمية على الصفحة الرسمية لحملة

"١٠٠ مليون صحة" على فيسبوك، من خلال تحليل العلامات البصرية مثل الصور، الشعارات، الألوان، الرموز، وزوايا التصوير، بهدف الكشف عن الرسائل الضمنية والدلالات الثقافية والاجتماعية التي تسهم في تشكيل المعاني والتأثير في المتلقي.

ب. مصطلح الصورة الذهنية

- تعرف الصورة الذهنية اصطلاحاً بأنها هي "تصور عقلي شائع، فردياً أو جماعياً نحو شيء معين، وقد يكون هذا الشيء فرداً، أو جماعة، أو شعباً، أو ديناً، أو رأياً، أو مذهباً، بحيث تتحول هذه الصورة إلي مدلول يستحضره الذهن بمجرد استحضار هذا الشيء؛ وقد يبني المتصور لهذه الصورة موافقة وعلاقاته مع هذا الشيء بناءً على هذا التصور، مما يؤدي مع التراكم إلي تحول الصورة الذهنية إلي مركب من الأحكام، والتصورات، والانطباعات المتنوعة" (سالم، ٢٠١٤م، ص ٥٥)
- تعرف الصورة الذهنية إجرائياً بأنها: الانطباع الإدراكي الذي يتشكل لدى الجمهور المصري المتابع لحملة "١٠٠ مليون صحة" عبر منشوراتها على فيسبوك، ويتجلى في مستوى الثقة بالمحتوى الصحي، وتقدير كفاءة الجهات القائمة على الحملة، ومدى التفاعل الإيجابي أو السلبي معهم، وذلك نتيجة التفاعل المستمر مع الرموز البصرية والخطاب الإعلامي المعروض في الصفحة الرسمية.

الإطار النظري للبحث (نموذج رولان بارت- نظرية الصورة الذهنية)

أ. المدخل النظري للبحث (نموذج رولان بارت)

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 معانٍ أيديولوجية تخدم مصالح معينة. (بوعزيزي، ٢٠٠٠م، ص ٨٤)
٢. **مؤسس النموذج:** كان رولان بارت (١٩١٥م-١٩٨٠م) ناقدًا أدبيًا ومنظرًا ثقافيًا فرنسيًا، 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 (المدلول).
 - الأساطير كأنظمة دلالية ثانوية: حيث يتم تحويل العلامات إلى أساطير تحمل معانٍ أيديولوجية تخدم مصالح الطبقات المهيمنة، مما يجعل المعاني تبدو طبيعية أو بديهية بينما هي في الحقيقة مصطنعة.
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:** يمكن توظيف مدخل رولان بارت في البحث من خلال النقاط التالية: يعتمد البحث على نموذج رولان بارت في التحليل السيميولوجي بوصفه إطاراً نظرياً لتحليل الرموز والعلامات المستخدمة في المحتوى الرقمي لحملة "١٠٠ مليون صحة" على فيسبوك؛ وفقاً لبارت، تتكون العلامة من "الدال" (التمثيل البصري أو اللغوي الظاهر)، و"المدلول" (المعنى الضمني أو الذهني)، وينتج عن العلاقة بينهما "الدلالة" التي تتجاوز المعنى الظاهري لتكشف عن القيم الثقافية والإيديولوجية الكامنة.

ب. نظرية الصورة الذهنية

١. **نبذة مختصرة عن النظرية:** تعد نظرية الصورة الذهنية من النظريات الأساسية في مجال الإعلام والاتصال، حيث تهتم بدراسة الطريقة التي تشكل بها وسائل الإعلام إدراكات الأفراد تجاه الأفراد والمؤسسات والأحداث؛ ولقد تعود جذور النظرية إلى أوائل القرن العشرين، عندما لاحظ الباحثون أن وسائل الإعلام لها قدرة على التأثير في تكوين تصورات الأفراد؛ وقد تعمقت الدراسات في هذا المجال مع تطور وسائل الإعلام ودخول الإعلام الرقمي، حيث أصبحت الصورة الذهنية جزءاً من استراتيجيات الاتصال المؤسسي

٢. **فرضيات النظرية:** ومن بين أهم فرضيات النظرية:

- الصورة الذهنية تعتمد على الرسائل الإعلامية المتكررة والمصممة بشكل استراتيجي.

- الصورة الذهنية ليست ثابتة، بل تتغير بناءً على محتوى الإعلام وتفاعل الجمهور معه.



- الرموز البصرية والنصوص الإعلامية تلعب دوراً محورياً في تعزيز الصور الذهنية وترسيخها.

- السياق الثقافي والاجتماعي للجمهور يؤثر على طريقة استقبال الرسائل الإعلامية وتكوين الصور الذهنية. (عجوة، ١٩٨٣م، ص ١٥)

٣. الانتقادات التي وجهت إلى النظرية:

- ينظر إلى النظرية أحياناً على أنها تبسط عملية تكوين الصور الذهنية دون مراعاة التعقيد الذي تتسم به عمليات الإدراك.

- تركز النظرية بشكل رئيسي على الرسائل الإعلامية دون دراسة التفاعل المتبادل بين الجمهور والمؤسسات.

- ينظر أحياناً إلى النظرية على أنها تضع وسائل الإعلام في موقع مركزي دون اعتبار للتأثيرات البيئية والثقافية الأخرى. (عجوة، ١٩٨٣م، ص ١٦)

٤. توظيف النظرية في الدراسة الحالية: تركز نظرية الصورة الذهنية في هذا البحث

على فهم الكيفية التي تتشكل بها انطباعات الجمهور تجاه المؤسسات الحكومية بناءً على ما يتعرضون له من محتوى إعلامي بصري ونصي عبر المنصات الرقمية؛ وتفترض النظرية أن الصورة الذهنية هي نتاج تفاعل مركب بين الخبرات السابقة والمعلومات الجديدة والمعالجة الذهنية للرسائل؛ وعليه، يتناول البحث الكيفية التي أسهمت بها الحملة الرقمية "١٠٠ مليون صحة" في ترسيخ صورة ذهنية إيجابية (أو سلبية) عن النظام الصحي المصري، من خلال الرسائل البصرية واللغوية، ومدى تطابق أو تعارض هذه الصورة مع الواقع الإدراكي لدى الجمهور المصري.

فرضيات البحث:

تتمثل فرضيات البحث في الفرضيات الفرعية التالية:

- **الفرضية الأولى:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الرموز البصرية (كالألوان، والأيقونات، والصور الطبية) في منشورات حملة "١٠٠ مليون صحة" عبر فيسبوك، وبين إدراك الجمهور المصري للرسائل الصحية الموجهة.
- **الفرضية الثانية:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع الخطاب اللغوي المستخدم (مثل: الخطاب الإقناعي، التقريري، العاطفي) في منشورات الحملة، وبين مستوى فهم الجمهور المصري للدلالات المضمنة في محتوى الحملة.
- **الفرضية الثالثة:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تكرار الرموز والدلالات (مثل رموز الدولة، رموز الثقة والأمان) في محتوى الحملة، وبين قدرة الجمهور على تفسير المعاني غير المباشرة للحملة.
- **الفرضية الرابعة:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لمحتوى حملة "١٠٠ مليون صحة" على الصفحة الرسمية بفيسبوك، وبين مدى إيجابية الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور المصري عن أداء القطاع الصحي الحكومي.
- **الفرضية الخامسة:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تفاعل الجمهور (تعليقات، إعجابات، مشاركات) مع منشورات الحملة، وبين وضوح وانسجام الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن جهود الدولة في مجال الرعاية الصحية.

نوع البحث: ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية، حيث يهدف إلى وصف وتحليل العناصر السيميولوجية في الصفحة الرسمية لحملة "١٠٠ مليون صحة" عبر الفيسبوك، واستكشاف علاقتها بتشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور؛ كما يتضمن البحث جانباً



تطبيقاً يعتمد على جمع البيانات الميدانية من الجمهور لتقييم مدى تأثير هذه العناصر على وعيهم وسلوكهم تجاه الحملة؛ ولقد تعدد البحوث الوصفية مناسبة لهذا النوع من الدراسات لأنها تركز على رصد الظواهر وتحليلها لفهم طبيعتها وتأثيرها في سياقات محددة، مع تقديم نتائج تساعد في تفسير العلاقة بين التحليل السيميولوجي والممارسات الاتصالية الفعالة

منهج البحث: يندرج البحث ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، نظراً لقيامه بوصف وتحليل الرموز والدلالات البصرية والنصية المستخدمة في محتوى حملة "١٠٠ مليون صحة" عبر فيسبوك، ومن ثم تفسير تأثيرها على تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور المصري؛ ويعتمد البحث بشكل أساسي على المنهج السيميولوجي بوصفه الأداة المناسبة لتحليل العلامات والرموز والرسائل الظاهرة والمضمرة في الخطاب الإعلامي الرقمي، إضافة إلى توظيف أدوات البحث الميداني (الاستبيان الميداني) لتحليل استجابات الجمهور المستهدف.

مجتمع وعينة البحث ومبررات اختيارها

يتكون مجتمع البحث من نوعين أساسيين: الأول يشمل جميع المنشورات والتفاعلات على الصفحة الرسمية لحملة "١٠٠ مليون صحة" على موقع فيسبوك خلال شهر رمضان لعام ٢٠٢٥م، والتي تمثل الخطاب البصري والنصي الرسمي المستخدم في التواصل مع الجمهور المصري؛ أما الثاني فيتكون من المستخدمين المصريين المتابعين لتلك الصفحة، باعتبارهم الفئة المستهدفة مباشرة من الحملة، والذين يعبرون عن استجاباتهم للرسائل الرمزية والمحتوى الإعلامي عبر سلوكيات التفاعل مثل الإعجابات والتعليقات والمشاركات؛ وتنقسم عينة البحث إلى:-

أ. **العينة التحليلية:** اعتمدت الباحثة في هذا المحور على أداة التحليل السيميولوجي لرصد وتفسير الدلالات البصرية والرمزية في محتوى حملة "١٠٠ مليون صحة"

على منصة فيسبوك؛ وقد شملت العينة التحليلية (٣٠) صورة تم اختيارها من الفترة الممتدة من ١ إلى ٣٠ مارس ٢٠٢٥م، وهي فترة تغطي شهر رمضان بالكامل، بما يمثله من زخم رسائلي في التوعية الصحية؛ ولقد تم اختيار صورة واحدة يوميًا من بين المنشورات الأعلى تفاعلًا، لضمان تحليل المحتوى البصري الأكثر تأثيرًا فعليًا على الجمهور، مع تحقيق تمثيل زمني متوازن؛ وقد تم تحليل الصور وفق أربعة محاور رئيسية: العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية، توظيف الألوان والرموز، زوايا التصوير والإخراج، ودور الرموز البصرية في توجيه سلوك الجمهور وتعزيز مشاركته؛ ولقد هدف هذا التحليل إلى الكشف عن الآليات البصرية لتشكيل الصورة الذهنية الصحية عبر المنصات الرقمية الرسمية.

ب. العينة الميدانية: تم استخدام عينة ميدانية عمدية مكونة من (١٩٦) مفردة من الجمهور المصري المتابع للصفحة الرسمية لحملة "١٠٠ مليون صحة" على فيسبوك، وذلك بهدف قياس إدراكهم للعناصر السيميولوجية المتضمنة في المحتوى البصري وتفاعلهم معها، وكذلك مدى تأثير هذه العناصر على تشكيل الصورة الذهنية وثقتهم في الحملة؛ وقد تم تحديد حجم العينة باستخدام المعادلة الإحصائية المناسبة عبر موقع Raosoft بما يضمن تمثيلًا واقعيًا للمجتمع المستهدف، وتحقيقًا لدقة النتائج؛ وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS لاستخراج التكرارات، النسب المئوية، التكرار المرجح، والوزن النسبي، مما أتاح تقديم قراءة كمية متكاملة حول تفاعل العينة مع الرموز والألوان والتصميمات المستخدمة؛ وضمن الجانب التطبيقي للبحث، أنشأت الباحثة مجموعة نقاش مركزة على تطبيق واتساب، وذلك كأداة نوعية للوصول إلى المشاركين المستهدفين في بيئة مرنة وغير رسمية تشجع على حرية التعبير؛ ولقد تألفت العينة من (٢٣) مشاركًا من الجمهور المصري النشط على فيسبوك ممن سبق لهم التفاعل مع منشورات الحملة، بهدف الاستفادة من خبراتهم وتحليلاتهم العميقة حول الخطاب البصري؛ ولقد روعي في اختيار العينة التنوع من حيث العمر، المستوى التعليمي، ودرجة التفاعل الرقمي؛



كما عرضت المنشورات البصرية داخل المجموعة على مدار أسبوع (من ١٨ مارس حتى ٢٥ مارس ٢٠٢٥)، حيث جرت جلسات تفاعلية تم توثيقها وتحليلها باستخدام برنامج NVivo، بناءً على أربعة محاور: الإدراك البصري، التفاعل، التمثيلات الذهنية، والتقييم السلوكي لمحتوى الحملة؛ ولقد تم تحديد حجم العينة باستخدام المعادلة الإحصائية التالية لضمان دقة النتائج وتمثيل المجتمع البحثي بشكل مناسب:

$$\frac{p(1-p) \times (Z)^2}{2E} = n$$

(n) = حجم العينة المطلوب

(Z) = درجة الثقة الإحصائية (عند مستوى ثقة ٩٥%، تكون قيمته ١.٩٦)

(p1-p) = النسبة المكتملة لـ P (أي ١ - ٠.٥ = ٠.٥)

(E) = هامش الخطأ المقبول (تم تحديده بـ ٧% أي ٠.٠٧)

$$\frac{(0.5-1) \times (0.5) \times (1.96)^2}{2(0.07)} = n$$

$$\frac{0.5 \times 0.5 \times 3.8416}{0.0049} = n$$

$$n = \frac{196 \times 0.9604}{0.0049}$$

وعليه فقد تم اختيار مستوى ثقة (٩٥%) لضمان دقة النتائج، مما يجعل قيمة (n) = ١.٩٦Z

ولتعزيز مصداقية المعادلة وتأكيد دقتها، استخدمت الباحثة أيضًا برنامج Raosoft Sample Size Calculator، والذي أوصى كذلك بحجم عينة يبلغ (١٩٦) مفردة عند نفس مستوى الثقة (٩٥%)، وهامش الخطأ (٧%)، وتوزيع استجابات (٥٠%) من مجتمع بحثي يقدر بـ ٥٠٠ مفردة؛ وبذلك تم التأكد من صدق المعادلة والنتائج، مما عزز من قرار الباحثة باعتماد هذا الحجم كعينة نهائية للدراسة؛ ويعد هذا الحجم مناسبًا لجمع بيانات موثوقة حول استجابات الجمهور تجاه الرموز والعناصر السيميولوجية المستخدمة في الحملة، بما يمكن من تقييم أثرها على تشكيل

الصورة الذهنية والاتجاهات التفاعلية، وبالتالي يدعم تعميم النتائج ويخدم أهداف البحث بدقة وموضوعية.

➤ ومن مبررات اختيار العينة الزمنية (شهر رمضان ٢٠٢٥م):-

- تمثل فترة رمضان وقتًا حيويًا يتزايد فيه النشاط الرقمي والتفاعل مع الحملات الصحية، خاصة في ظل تغير العادات الغذائية والصحية خلال الشهر.
- يعزز الشهر الفضيل من حضور الرسائل الحكومية على وسائل التواصل، بسبب ارتفاع معدلات التفاعل اليومي للجمهور المصري.

➤ مبررات اختيار الصفحة الرسمية لحملة "١٠٠ مليون صحة":

- تعد الصفحة المصدر الرسمي لنشر محتوى الحملة التوعوي والصحي، وتعكس توجه وزارة الصحة المصرية في الاتصال الرقمي.
- تمتاز الصفحة بانتظام النشر وتنوع الوسائط المستخدمة (صور، فيديو، نصوص)، مما يتيح تحليلًا سيميولوجيًا متكاملًا.
- تحظى بقاعدة جماهيرية واسعة من مختلف الشرائح المجتمعية، ما يجعلها أداة مؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور.

أداة البحث:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على مجموعة من الأدوات البحثية المتكاملة، التي تم اختيارها بما يتناسب مع طبيعة العنوان البحثي وأهدافه، وذلك لتحقيق تحليل شامل ومتعدد الأبعاد لمحتوى حملة "١٠٠ مليون صحة" عبر الفيسبوك، وقياس تأثيره على تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور المصري؛ وتمثلت الأدوات فيما يلي:-



١. **أداة التحليل السيميولوجي:** استخدمت الباحثة أداة التحليل السيميولوجي كأداة أساسية لرصد وتفسير الدلالات البصرية والرمزية التي تضمنها محتوى حملة "١٠٠ مليون صحة" على المنصة الرسمية للحملة عبر فيسبوك؛ وقد تم تطبيق هذه الأداة على (٣٠) صورة مختارة من المنشورات الأعلى تفاعلاً خلال شهر مارس ٢٠٢٥م، بهدف تحليل البنية السيميولوجية للرسائل الصحية، وتحديد مدى اعتماد الحملة على رموز وألوان وإخراج بصري يعزز من تشكيل الصورة الذهنية الإيجابية لدى الجمهور.
٢. **أداة الملاحظة:** اعتمدت الباحثة على الملاحظة غير التشاركية كأداة مساعدة لدعم التحليل السيميولوجي، من خلال تتبع التفاعلات الرقمية التي حظيت بها منشورات الحملة محل التحليل، مثل عدد الإعجابات، المشاركات، والتعليقات؛ وقد هدفت هذه الأداة إلى تقديم مؤشر واقعي حول مدى استجابة الجمهور للمحتوى البصري، مما يعزز من دقة التحليل وواقعية نتائجه.
٣. **أداة الاستبيان:** استخدمت الباحثة الاستبيان كأداة كمية لجمع بيانات ميدانية من عينة عمدية مكونة من (١٩٦) مفردة من الجمهور المصري المتابع للصفحة الرسمية للحملة؛ وقد هدفت هذه الأداة إلى قياس مدى إدراك الجمهور للعناصر السيميولوجية المتضمنة في المنشورات البصرية، ومستوى تفاعلهم معها، وكذلك تقييم تأثيرها على تشكيل الصورة الذهنية وثقتهم في الحملة؛ وقد تم تحليل بيانات الاستبيان باستخدام برنامج **SPSS** لاستخلاص المؤشرات الإحصائية للنتائج.
٤. **أداة مجموعات النقاش المركزة:** اعتمدت الباحثة على أداة مجموعات النقاش المركزة عبر تطبيق "واتساب"، لما توفره من بيئة مرنة تسهل التفاعل والتعبير بحرية؛ ولقد تم تشكيل مجموعتين نقاشيتين، ضمت كل منهما (١١) مشاركاً من الجمهور المصري النشط على فيسبوك بمجموع (٢٢) مفردة، ممن سبق لهم

التفاعل مع منشورات حملة "١٠٠ مليون صحة"؛ ولقد هدفت الأداة إلى تحليل إدراك المشاركين للعناصر السيميولوجية في الرسائل البصرية للحملة، ضمن سياقاتهم الاجتماعية والثقافية؛ وقد تم عرض منشورات مختارة عليهم، وطرح تساؤلات موجهة تتعلق بالإدراك البصري، التفاعل، التمثيلات الذهنية، والسلوك الاستجابي؛ ولقد تم توثيق الجلسات وتفريغها نصياً، ثم تحليلها باستخدام برنامج NVivo، للكشف عن الأنماط التكرارية والدلالات المشتركة، بما أتاح الوصول إلى تأويلات نوعية معمقة يصعب رصدها بالأدوات الكمية.

إجراءات الصدق والثبات

- يقصد بـ"صدق الاستبيان" التأكد من أن الأداة تقيس بدقة المتغيرات التي صممت من أجلها، ويشمل ذلك مدى ارتباط فقرات الأداة بأهداف الدراسة، وشمولها لجميع الأبعاد المتعلقة بالموضوع محل الدراسة، بالإضافة إلى وضوح صياغة فقراتها وسهولة فهمها. (العساف، ١٩٨٦م، ص ٩٢)
- **وعليه فلقد حرصت الباحثة على:** تفادي أخطاء القياس الشائعة، مثل عدم الترابط بين أهداف الدراسة ومحتوى الأداة، والصياغة الغامضة، أو استخدام مصطلحات معقدة قد تؤثر على دقة الاستجابة؛ ومن أجل ضمان درجة عالية من الصدق، اطلعت الباحثة على عدد من أدوات القياس المماثلة التي طبقت في بحوث سابقة عربية وأجنبية، مع مراعاة خصوصية البيئة المصرية، ما تطلب إجراء تعديلات لتناسب السياق الحالي.
- **أولاً: الصدق الظاهري (صدق المحكمين):** تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام، والتحليل السيميولوجي،



والإحصاء^(١)، وذلك للتأكد من مدى ارتباط فقراته بمحاور البحث، وقياسه الفعلي للمتغيرات المعنية مثل: العناصر السيميولوجية، الصورة الذهنية، الثقة والمصداقية، ودور الرموز البصرية؛ وقدم المحكمون عدة ملاحظات تتعلق بتحسين وضوح بعض العبارات، وتعديل صياغة فقرات أخرى لضمان اتساقها المفاهيمي مع النموذجين النظريين المعتمدين (رولان بارت، ونظرية الصورة الذهنية)؛ وبناءً على هذه الملاحظات، أجرت الباحثة التعديلات اللازمة، ثم قامت بإجراء دراسة استطلاعية على عينة تجريبية مكونة من (١٢) مفردة من مجتمع الدراسة الأصلي، بهدف التأكد من وضوح الفقرات وسهولة الاستجابة، ليتم بعد ذلك إعداد الاستبيان بصيغته النهائية وتطبيقه على العينة الأساسية البالغ عددها (١٩٦) مفردة.

■ **ثانياً: اختبار الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha):**
لقياس مدى ثبات الأداة واستقرار نتائجها، تم استخدام معامل "ألفا كرونباخ"، حيث

(١) أسماء السادة المحكمين

- أ.د/ منى محمود عبد الجليل - أستاذ العلاقات العامة والإعلان ورئيس قسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام بنات- جامعة الأزهر
- أ.د/ رزق سعد عبد المعطي - أستاذ العلاقات العامة بكلية الألسن والإعلام بجامعة مصر الدولية
- أ.د/ حلمي محمود محاسب - أستاذ الإعلام الإلكتروني وعميد كلية الإعلام جامعة جنوب الوادي
- أ.د/ دعاء محمد عبد الوهاب - أستاذ العلاقات العامة والإعلان بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة المنيا
- أ.د/ شيماء السيد سالم عمر - أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة عجمان ومنسقة مسار الاتصالات التسويقية المتكاملة في جامعة مصر الدولية
- أ.د.م/ السيد السعيد عبد الوهاب - أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد ورئيس قسم الاتصال التسويقي المتكامل بكلية الإعلام جامعة المنوفية

تعد القيمة المقبولة علمياً لثبات المقياس لا تقل عن (٠.٧٠)؛ ولقد أظهرت نتائج تحليل الثبات والصدق للأداة على النحو التالي:

جدول رقم (١) يوضح اختبارات الصدق والثبات

م	المحور	قيمة الثبات	قيمة الصدق
١	إدراك العناصر السيميولوجية (الألوان، الرموز، الصور)	٠.٨٢	٠.٨٥
٢	إدراك الجمهور لصورة الحملة الذهنية (الثقة، الكفاءة، المصداقية)	٠.٨٨	٠.٩٠
٣	مدى التفاعل مع الصفحة الرسمية للحملة	٠.٧٦	٠.٧٩
٤	العلاقة بين التفاعل مع الصفحة والتوجه نحو المشاركة في أهداف الحملة	٠.٨٠	٠.٨٣
	الدرجة الكلية	٠.٨٧	٠.٨٩

يتضح من الجدول أعلاه أن قيم معامل "ألفا كرو نباخ" لجميع المحاور تجاوزت الحد الأدنى المقبول (٠.٧٠)، حيث تراوحت بين (٠.٧٦ - ٠.٨٨)، كما أظهرت قيم الصدق نتائج مرتفعة أيضاً، مما يشير إلى تمتع الأداة بدرجة جيدة من الصدق والثبات، ويمكن الاعتماد عليها في تحقيق أهداف الدراسة واستخلاص نتائج دقيقة تعبر عن الواقع المدروس.

الأساليب الإحصائية المستخدمة

ولتحليل نتائج الدراسة قامت الباحثة باستخدام برنامج التحليل الإحصائي من خلال الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) Statistical Package (for Social Science))، حيث استخدمت الباحثة بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم مع طبيعة البيانات المطلوبة على الوجه التالي:

- التكرار المرجح لمقياس ليكرت: والذي يساوي: مجموع التكرارات × عدد الرتب
- الوزن النسبي للمقياس ليكرت: والذي يساوي: التكرار المرجح / المجموع × ١٠٠
- تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression): وذلك لاختبار تأثير متغير مستقل على متغير تابع.



- اختبار (Anova) تحليل التباين الأحادي: لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات مستقلة ومتغير تابع تعزى السمات الديمغرافية.
- جداول التكرارات البسيطة، المتوسطات الحسابية، النسب المئوية، والتكرارات، والوزن النسبي، الانحراف المعياري: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما، ويتم الاستفادة منها في وصف عينة الدراسة المبحوثة، وعرض نتائج الدراسة في جداول إحصائية.
- اختبار ألفا كرو: وكذلك اختبار التجزئة النصفية للتحقق من صدق وثبات عبارات وفقرات الاستبيان.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient): لقياس درجة الارتباط، ويقوم هذا الاختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين، وقد تم استخدامه لحساب الاتساق الداخلي، والصدق البنائي للاستبانة، والعلاقة بين المتغيرات .
- اختبار في حالة عينة واحدة (T – Test): لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة معنوية الكل فقرة من فقرات الاستبيان، وكذلك متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى الدرجة المتوسطة وهو ٣، أم زاد أو قل عن ذلك، ولقد تم استخدامه للتأكد من دلالة المتوسط لكل فترة من فقرات الاستبانة.

الإطار التطبيقي للبحث

- يعرض هذا الإطار نتائج البحث التطبيقية وفق منهج متكامل يجمع بين التحليل الكيفي والكمي؛ وقد تم تقسيم النتائج إلى ثلاثة محاور أساسية تغطي التحليل السيميولوجي للمحتوى، والتقييم الميداني لتفاعل الجمهور، وتحليل المجموعات النقاشية لفهم إدراك الرموز البصرية؛ وعليه فسوف يتم تناول المحاور التالية:-

- أ- تحليل المحتوى السيميولوجي لمنشورات حملة "١٠٠ مليون صحة": والذي يتناول هذا المحور تفكيك الرموز البصرية، الألوان، وزوايا التصوير في (٣٠) منشورًا مختارًا، بهدف فهم الاستراتيجيات البصرية المستخدمة في تشكيل الرسالة الصحية.
- ب- التحليل الكمي الميداني لتفاعل الجمهور المصري: والذي يشمل (تحليل البيانات الديموغرافية والسلوكية لعينة الاستبيان (١٩٦) مفردة؛ واختبار الفرضيات المتعلقة بتأثير العناصر السيميولوجية على إدراك الجمهور وثقته في الحملة.
- ج - التحليل الكيفي لمجموعات النقاش البصرية حول إدراك الرسائل البصرية: والذي يستعرض هذا المحور النتائج المستخلصة من نقاشات معمقة مع مجموعة مختارة من المشاركين، بهدف رصد التأويلات الشخصية والانطباعات الفعلية تجاه المحتوى البصري.

المحور الأول: نتائج تحليل المحتوى السيميولوجي لمنشورات حملة "١٠٠ مليون صحة"

تمهيد:

اعتمدت الباحثة في هذا المحور على أداة التحليل السيميولوجي لرصد وتفسير الدلالات البصرية والرمزية في محتوى حملة "١٠٠ مليون صحة" على فيسبوك، وذلك من خلال تحليل (٣٠) صورة تم اختيارها من الفترة الممتدة من ١ إلى ٣٠ مارس ٢٠٢٥، بما يغطي شهر رمضان كاملًا، وهي فترة تتميز بكثافة الرسائل الصحية؛ ولقد تم اختيار صورة واحدة من كل يوم من الصور الأعلى تفاعلًا بين المنشورات اليومية، لضمان تحليل النماذج البصرية الأكثر تأثيرًا على الجمهور فعليًا، ولتحقيق تمثيل زمني متوازن للعينة؛ وقد تم تفكيك الصور وفق أربعة محاور: العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية، توظيف الألوان والرموز، زوايا التصوير والإخراج، وأخيرًا دور الرموز في توجيه سلوك الجمهور وتعزيز المشاركة، وذلك بهدف الكشف عن كيفية صناعة الصورة الذهنية الصحية عبر المنصات الرقمية الرسمية.

التحليل السيميولوجي للصورة رقم (١) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ ٢٠٢٥/٣/١م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية: تظهر الصورة مجموعة من الأيقونات الصحية المرتبطة بالخدمات المقدمة، ما يدل على تنوع الخدمات الوقائية؛

أما النص في منتصف الصورة داخل مستطيل أصفر يجذب الانتباه فوراً، مما يعزز التركيز على مضمون الرسالة.



- توظيف الرموز والألوان والأشكال: يرمز اللون الأخضر إلى الصحة والطمأنينة، وهو مناسب لمجال الرعاية الصحية؛ فاستخدام الأيقونات الطبية (مقياس ضغط، رموز تحاليل، توعية)؛ ولقد يوصل الرسالة بسرعة وبسهل الفهم؛ أما الشعارات الرسمية في الأسفل (وزارة الصحة، ١٠٠ مليون صحة) تضيف مصداقية.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: يعد التصميم مسطح ومباشر، مركز على مركز الشاشة حيث توجد الرسالة الأساسية؛ أما توزيع الأيقونات حول العنوان يجعل المحتوى منظماً ويسهل تتبعه بصرياً.

- دور العناصر السيميولوجية في توجيه الجمهور: يعزز توظيف الرموز الصحية الوعي ويشجع النساء الحوامل على المشاركة والفحص؛ فإدراج فحوصات مثل تحليل الإيدز والسفلس يعطي انطباعاً بالاهتمام الشامل والمتكامل.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم (٢)

المنشورة عبر الصفحة بتاريخ ٢٠٢٥/٣/٢م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية: تعطي المقارنة البصرية بين طعام غير صحي وصحي تعطي دلالة مباشرة على المفاضلة بين الخيارات؛ فلقد يستخدم النص رمضان كمدخل ثقافي-ديني لتعزيز سلوك صحي.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال: يعكس اللون الأخضر الغامق الطابع الديني والطمأنينة؛ فاستخدام فوانيس وهلال رمضان يعزز من تقبل الرسالة وربطها بالشهر الكريم؛ ولقد يعزز الشعار الرسمي الجدية والمصادقية.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: يعد التركيز على الوسط حيث توجد المفاضلة بين نوعي الطعام، مما يدعو المشاهد للتفكير والاختيار؛ فالتوازن بين الجمالية الرمضانية والمحتوى الصحي فعال في التوصيل.

- دور العناصر السيميولوجية في التوجيه: يعزز الدمج بين الدين والصحة التأثير الثقافي والاجتماعي؛ فالرسالة تدفع الجمهور لتبني أنماط غذائية صحية انطلاقًا من دافع ديني.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم (٣)
المنشورة عبر الصفحة بتاريخ ٢٠٢٥/٣/٣ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية: يصب صورة زجاج الماء بشكل واضح تشير بصرياً إلى "الترطيب"؛ فالنص يعزز الرسالة بإعطاء توصية محددة (١٠ أكواب)، مما يضيف طابع إرشادي عملي.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال: يعتبر اللون الأخضر كخلفية مستمر، مما يربط بصرياً بين جميع منشورات الحملة؛ أما الماء الشفاف واللمعان حول الكوب يعطي إحساساً بالنقاء والحيوية.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج

البصري: تم وضع الزجاجات والكوب في مركز الصورة بزوايا واضحة لتوضيح الفعل؛ فضلاً عن التوازن بصري جيد بين الصورة والنص في الأسفل.

- تحليل العناصر السيميولوجية: ترمز الصورة مباشرة إلى العطش والحاجة للترطيب، مما يحفز المشاهدين على اتباع النصيحة، واستخدام الماء كرمز عالمي للنقاء يعزز التفاعل الإيجابي.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم (٤)
المنشورة عبر الصفحة بتاريخ ٢٠٢٥/٣/٤م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية: يعزز ظهور مجموعة من المشروبات المحتوية على كافيين الرسالة السلبية منها؛ كما أن النص يربط بين هذه المشروبات وبين أعراض سلبية كالجفاف واضطراب النوم.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال: يشير اللون البني الغالب في المشروبات إلى القهوة، وهي عنصر مألوف وجاذب بصرياً؛ ولقد يعادل اللون الأخضر للخلفية هذا التأثير البصري ويحافظ على طابع الرسائل الصحية.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري:

يخلق توزيع المشروبات على خط أفقي وضوحاً وتركيزاً متساوياً بينها؛ فإدراج النص أسفل المشروبات يجعل الرسالة واضحة بدون تشتت.

- دور العناصر السيميولوجية: تمثل المشروبات "إغراءً بصرياً"، ما يعزز فكرة "التحكم في الاختيارات"؛ فالربط بين العادة اليومية (الكافيين) والضرر المحتمل يوجه سلوك المشاهد.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم (٥) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ ٢٠٢٥/٣/٥ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية: يظهر المشهد أمًا وطفلًا في لحظة تفاعل حنونة، مما يعكس القرب والدعم؛ فالنص يوجه رسالة مباشرة: "خلي طفلك أقرب إليك"، تربط بين الرعاية والوعي الصحي.
- توظيف الرموز والألوان والأشكال: يستخدم اللون الأزرق في النص والملابس للدلالة على التوحد عالميًا؛ ولقد يعكس الخط الأبيض البسيط الوضوح والهدوء العاطفي؛ كما يضيف وجود الشعار الوطني وشعار الحملة مصداقية واهتمام رسمي.
- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: تظهر زاوية قريبة وواقعية التواصل البصري والجسدي بين الطفل والأم؛ فالتوازن جيد بين النص والصورة والهوية المؤسسية (رقم الخط الساخن، الموقع).
- دور العناصر السيميولوجية: تبني الصورة جسورًا عاطفية قوية، وتحت على ملاحظة العلامات باهتمام ورعاية.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم (٦) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ ٢٠٢٥/٣/٦م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية: تعتمد الصورة رمز السيجارة المقطوعة داخل دائرة حمراء (رمز عالمي للمنع)؛ اما النص يحفز عاطفياً ويوجه لاغتنام فرصة رمضان للتخلص من عادة سيئة.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال: يعطي استخدام اللون الأحمر مع السيجارة دلالة خطر ومنع، بينما الخلفية الخضراء توحى بالسلامة؛ اما الهلال والمدفع يعززان الارتباط بالهوية الرمضانية.

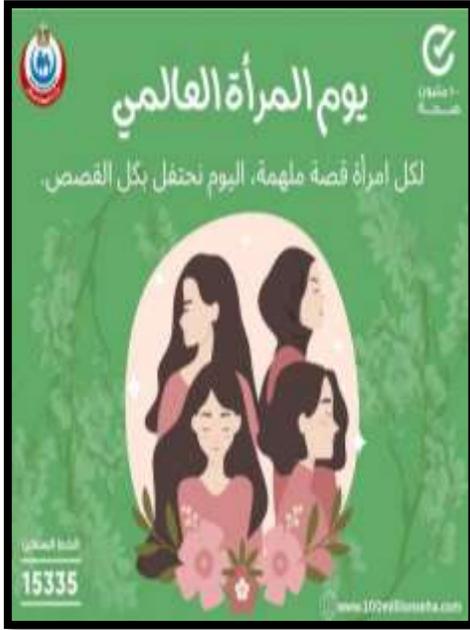
- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: تم استخدام زاوية تصوير مسطحة، والصورة مركزة بصرياً في المنتصف، مما يعطي وضوحاً فورياً؛ اما النص السفلي منسق مع الصورة بطريقة تجعله سهل القراءة.

- دور العناصر السيميولوجية: يحفز الرمز البصري القوي (علامة المنع) الجمهور لاتخاذ موقف حاسم؛ كما يضيف السياق الديني (رمضان) بعداً روحياً يعزز من احتمالية التأثير الإيجابي



التحليل السيميولوجي للصورة رقم
(٧) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ
٢٠٢٥/٣/٧م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية: يعبر الرسمة التوضيحية لفريق طبي عن التعددية المهنية والجهود الجماعية؛ ولقد تدل الكرة الأرضية في الخلفية على البعد العالمي للاحتفال.
- توظيف الرموز والألوان والأشكال: يوحي استخدام ألوان الأزرق والأبيض بالاحترافية والنقاء؛ أما الأدوات الطبية المرسومة (سماعة، حقنة، جوب) تربط بوضوح بالمجال الصحي.
- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: يستخدم التصميم منظورًا أماميًا مباشرًا للفريق الطبي، مما يعزز الإحساس بالاحترام والتقدير؛ ولقد تعطي الكرة الأرضية بالخلف إحساسًا بالانتشار والتأثير العالمي.
- دور العناصر السيميولوجية: تخلق الصورة رابطًا عاطفيًا وتقديرًا مع العاملين، ما قد يحفز الجمهور على احترام وتقدير الطواقم الصحية.



التحليل السيميولوجي للصورة
رقم (٨) المنشورة عبر الصفحة
بتاريخ ٢٠٢٥/٣/٨م

- تحليل العناصر البصرية
والدلالات السيميولوجية: تظهر
الصورة نساءً من أعمار مختلفة،
ما يرمز إلى الشمول والتنوع؛ اما
النص يربط بين "المرأة - الإلهام
- المستقبل"، مما يرفع من قيمتها
الاجتماعية.

- توظيف الرموز والألوان
والأشكال: تعكس الألوان الوردية

والخضراء الأنوثة والطبيعة والنمو؛ فاستخدام الزهور يرمز للعطاء والرقّة.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: يعطي أسلوب الرسم المسطح طابعاً
عصرياً وودوداً؛ اما الخلفية الزخرفية بالنباتات تكمل الإحساس بالجمال والنمو.

- دور العناصر السيميولوجية: يخاطب التصميم العاطفة والفخر، مما يشجع النساء
على الشعور بالتمكين؛ فالرسالة تعزز من قيمة المرأة في المجتمع، وتحفز على
تقدير دورها الفردي والمؤسسي.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم (٩) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ ٢٠٢٥/٣/٩م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية: يحتوي الطبق المقدم على مكونات صحية متوازنة (خضار، بقوليات، خبز)، يعكس نموذجًا مثاليًا؛ اما النص يوظف بشكل عملي لتوجيه الجمهور حول كيفية إعداد سحور صحي.
- توظيف الرموز والألوان والأشكال: تعزز الألوان الدافئة للطبق الشهية وتشجع على تطبيق النصيحة؛ اما الخلفية الرمضانية تخلق انسجامًا مع بقية منشورات الحملة.
- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: من الواضح أن صورة الطعام مأخوذة من زاوية علوية، وهي الزاوية المثالية لعرض التفاصيل الغذائية؛ اما توزيع النص والصورة في توازن جيد.
- دور العناصر السيميولوجية : تقدم الصورة نموذجا تطبيقيًا لما يجب تناوله، مما يسهل التفاعل والتنفيذ، أما الربط بين الوعي الغذائي والشهر الفضيل يعزز من فعالية الرسالة.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم

(١٠) المنشورة عبر الصفحة

بتاريخ ٢٠٢٥/٣/١٠ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات

السيميولوجية: يوجه استخدام رموز لأشخاص يمارسون الرياضة رسالة واضحة ومباشرة؛ ولقد يشرح النص الوقت الأنسب لممارسة الرياضة لتفادي الإرهاق.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال:

يعطي اللون الأسود للأشخاص طابعاً رمزياً (جنس وعرق محايد)؛ ولقد يعزز الحفاظ على الهوية البصرية الرمضانية الوحدة الشكلية للحملة.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: يعطي ترتيب الرياضيين من اليمين لليساار إحساساً بالحركة والتدرج؛ فتصميم بسيط يخدم وضوح الرسالة بدون تكديس بصري.

- دور العناصر السيميولوجية: تبسط الرموز البصرية المفهوم وتدفع الجمهور لفهم التوقيت الأمثل للرياضة؛ وهناك توجيه واضح وعملي يعزز احتمال التطبيق الفعلي.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم (١١) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ ٢٠٢٥/٣/١١ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية: تتمحور الصورة حول رضيع يرمز إلى البراءة والبدائية الصحية؛ ولقد تم توضيح الفحوصات الأساسية بثلاث أيقونات واضحة: فحص السمع، عينة الكعب، وتطعيم شلل الأطفال.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال: يوحي اللون الأخضر بالثقة والاطمئنان؛ ولقد تساعد الأيقونات البسيطة على إيصال الرسالة للأمهات دون تعقيد.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: ولقد يجعل توزيع دائري حول الرضيع المعلومة بصرية وتفاعلية؛ فالصورة متوازنة بين المركز (الطفل) والأطراف (الإجراءات).

- دور العناصر السيميولوجية: تحفز الأمهات للذهاب إلى الوحدة الصحية عبر الربط بين "الطفل الجديد" و"الاهتمام المبكر".



التحليل السيميولوجي للصورة رقم
(١٢) المنشورة عبر الصفحة
بتاريخ ٢٠٢٥/٣/١٢ م

- تحليل العناصر البصرية
والدلالات السيميولوجية:
تتمحور الصورة حول شاب
يبتسم وينظر للأعلى بحالة من
التفاؤل والانشراح؛ اما الشعار
"الصحة النفسية أولوية"
مباشر وقوي.

- توظيف الرموز والألوان
والأشكال: يرمز الأصفر في
الخلفية إلى الإشراق والأمل؛
ولقد توحى الدوائر المتركرة
بتعزيز الفكرة الرئيسية.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: تعزز زاوية التقاط أمامية للشخص
التفاعل والاقتراب؛ فالتصميم بسيط لكن فعال بصرياً.

- دور العناصر السيميولوجية: تكسر الصورة الوصمة عن الصحة النفسية وتعزز
مفهوم "الرعاية النفسية للجميع"؛ كما أن وجود الرقم الساخن يجعل الرسالة قابلة
للتطبيق الفوري.



التحليل السيميولوجي للصورة

رقم (١٣) المنشورة عبر

الصفحة بتاريخ ٢٠٢٥/٣/١٣ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية: تتمحور الصورة حول شخص يضع يده على بطنه مع تعبير بالألم، يوصل رسالة الألم بشكل مباشر؛ اما النص يربط بين الإفراط في الأكل ومشاكل صحية مباشرة.
- توظيف الرموز والألوان والأشكال: يعزز استخدام ألوان حمراء في منطقة الألم شعور التحذير؛ اما ألوان الطعام الغني بالدهون توصل المعنى بصرياً.
- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: تعتبر الصورة مركزة على الجذع، ما يوجه الانتباه لمكان الألم تحديداً؛ فالتوازن بين الصورة والنص يحافظ على التركيز على الرسالة الصحية.
- دور العناصر السيميولوجية: يقنع تمثيل المعاناة البدنية الجمهور بضرورة تعديل سلوكهم الغذائي، فتعزيز التوازن والوعي الصحي في رمضان هو الغرض الأساسي.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم
(١٤) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ
٢٠٢٥/٣/١٤ م

– تحليل العناصر البصرية والدلالات
السيميولوجية: يتناول الطفل في
الصورة وجبة غير صحية، ما
يعزز فكرة التحذير؛ فوجود صور
للأطعمة غير الصحية (عصائر،
حلويات، مقرمشات) يجعل الرسالة
مباشرة.

– توظيف الرموز والألوان
والأشكال: يعزز اللون الأحمر في
الجملة التحذيرية الشعور بالخطر؛

فأيقونات الطعام مصممة بشكل بسيط وواضح لتسهيل التفسير.

– تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: توجد صورة الطفل في المقدمة، محاط
برسائل واضحة وصور توضيحية أعلاه، مما يوجه العين للأعلى ثم للأسفل؛
فالتركيز على وجه الطفل المبتسم يعزز التناقض مع الرسالة التحذيرية.

– دور العناصر السيميولوجية: تحفيز الأمهات بشكل خاص لتغيير عادات التغذية من
خلال إظهار نتائج غير مرغوبة (السمنة وضعف المناعة)؛ كما أن اقتراح بديل
صحي مباشر (الفواكه والخضروات).



التحليل السيميولوجي للصورة رقم
(١٥) المنشورة عبر الصفحة
بتاريخ ٢٠٢٥/٣/١٥ م

- تحليل العناصر البصرية
والدلالات السيميولوجية:
تظهر الصورة شخصاً بوزن
زائد يقيس محيط بطنه، وهي
دلالة مباشرة على المشكلة
الصحية؛ ولقد يربط النص
التوعوي بين السمنة وارتفاع
ضغط الدم.

- توظيف الرموز والألوان
والأشكال: يستخدم اللون
الأخضر لتمييز المعلومة
الطبية؛ ولقد تم استخدام الخلفية
بيضاء لإبراز الصورة والنص.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: تركز الصورة ملتقطة من زاوية جانبية
على البطن والأداة (شريط القياس) لإبراز المشكلة.

- دور العناصر السيميولوجية: يعملان الصورة والنص معاً لإقناع المتلقي بأهمية
مراقبة الوزن لتجنب ضغط الدم المرتفع؛ كما أن وجود خط ساخن يشجع على
اتخاذ خطوة عملية.



التحليل السيميولوجي للصورة

رقم (١٦) المنشورة عبر

الصفحة بتاريخ ٢٠٢٥/٣/١٦ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية: يمسك رجل بوعاء سلطة وبيتسم، يربط بين التغذية الصحية والسعادة؛ كما استخدام الجملة "اختر طعامك بحكمة" تعزز من مفهوم المسؤولية الشخصية.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال: توحيان الخلفية الفاتحة والهواء المنعش بالنظافة والصحة؛ كما أن النص باللون الأحمر يلفت النظر ويوجه الانتباه للمعلومة المهمة.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: تخلق زاوية أمامية، نظرة مباشرة وابتسامة خفيفة ارتباطاً نفسياً إيجابياً مع المشاهد؛ ولقد يبرز الوعاء في المنتصف بشكل مقصود كمرکز الرسالة.

- دور العناصر السيميولوجية: تعزز الصورة السلوك الإيجابي وتشجع على اختيار الأطعمة الطازجة؛ اما النص البسيط مع الصورة القوية يعززان رسالة الاستمرارية والوعي.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم (١٧) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ ٢٠٢٥/٣/١٧ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية: تعرض الصورة قلبًا داخل يد، في دلالة رمزية على "الحماية" أو "المسؤولية"؛ ومن العادات المذكورة: الإجهاد، قلة النوم، الجلوس الطويل.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال: يرمز اللون الأحمر للخطر والصحة القلبية؛ ولقد يعطي الشكل الدائري في الخلفية تركيزًا بصريًا على المحتوى.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: تتمحور الصورة حول يد تحمل قلبًا مجسمًا بشكل واقعي، ما يعطي طابعًا توعويًا قويًا؛ فتوزيع النصوص واضح مع استخدام نقاط لإيصال الرسالة التعليمية.

- دور العناصر السيميولوجية: تعتبر الرسالة موجهة مباشرة لتحفيز السلوكيات الوقائية، من خلال لفت الانتباه إلى مخاطر "روتينية" يستهين بها الناس.



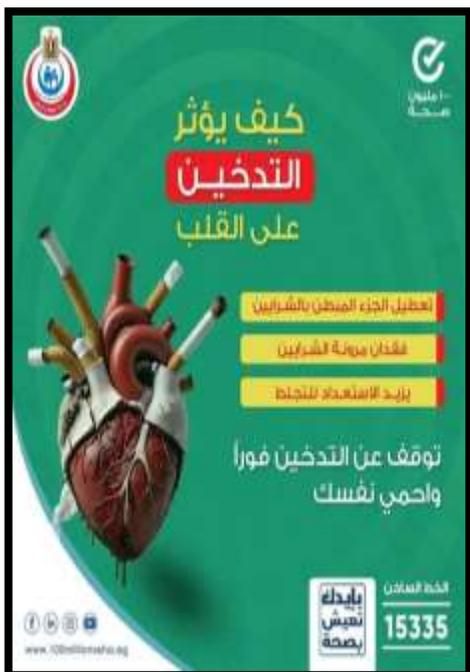
التحليل السيميولوجي للصورة رقم
(١٨) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ
٢٠٢٥/٣/١٨ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات
السيميولوجية: تتمحور الصورة
حول طفل نائم ويبدو عليه التعب،
ما يعكس بصرياً أثر الأنيميا؛ ولقد
تمثل الرموز التوضيحية الأعراض
بشكل مبسط ومباشر.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال:
يوحي اللون الأخضر بالسلامة
والصحة، والرموز بالأصفر تسلط
الضوء على الأعراض؛ كما أن
استخدام فيتامين B12 كحل بصري
واضح يعزز الرسالة الوقائية.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: تثير صورة الطفل بوضعية نوم تعاطف
الوالدين وتربط بصرياً بين النص والصورة؛ كما أن ترتيب المعلومات من الأعلى
للأسفل يسهل القراءة.

- دور العناصر السيميولوجية: تربط الأعراض الممثلة بأيقونات بين السبب (نقص
الحديد) والنتائج (تعب - تراجع دراسي)؛ ولقد تخلق الرسالة وعياً تدريجياً وتحفز
على التدخل الغذائي الوقائي.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم
(١٩) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ
٢٠٢٥/٣/١٩ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات
السيميولوجية: تتمحور الصورة
حول قلب أنسان محاط بسجائر
بشكل مخيف، مما يعكس التهديد
المباشر للتدخين؛ كما تأتي الرسالة
"توقف فوراً" بشكل حاسم ونهائي.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال:
يوازن الأحمر والأصفر ألوان
تحذيرية، والأخضر الشعور ويوحي
بالأمل في الإقلاع؛ كما أن استخدام
الخط الأحمر للنص يعزز الإلحاح.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: يعطي التركيز على القلب المصاب وقعاً
بصرياً قوياً؛ ولقد يسهل النص مقسم إلى أسباب ونتائج، الفهم والربط بين التدخين
والمضاعفات الصحية.

- دور العناصر السيميولوجية: يثير استخدام صورة صدمة (قلب مثقوب بالسجائر)
الوعي الذاتي والخوف الصحي؛ فالخطاب المباشر والرقم الساخن يعزز فرص
اتخاذ خطوة فعلية للإقلاع.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم
(٢٠) المنشورة عبر الصفحة
بتاريخ ٢٠٢٥/٣/٢٠ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات
السيميولوجية: يظهر طبق مقسوم
نصفين: حلويات تقليدية مقابل
فواكه، لتوضيح المقارنة بصرياً؛
فالرسالة مباشرة تربط بين الاختيار
الغذائي وصحة مريض السكر.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال:
يعزز استخدام إشارة x على
الحلويات و ✓ على الفواكه الرسالة
السلوكية؛ أما الخطوط الزرقاء
تعكس الهدوء والثقة المرتبطة
بالنصيحة الطبية.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: يعد التقسيم النصف- نصف يجعل الفكرة
واضحة حتى من دون قراءة النص؛ فالدمج بين التوضيح البصري والنصي قوي
وفعال.

- دور العناصر السيميولوجية: يدفع مريض السكري أو أسرته لتغيير السلوك
الرمضاني المرتبط بالعادات الغذائية؛ فالإشارة إلى صلاة التراويح تضيف سياقاً
دينيًا وسلوكيًا مقنعًا.



التحليل السيميولوجي للصورة
رقم (٢١) المنشورة عبر
الصفحة بتاريخ ٢٠٢٥/٣/٢١م

- تحليل العناصر البصرية
والدلالات السيميولوجية:
تتمحور الصورة حول طفل
يأكل سلطة ويبدو سعيداً، ما
يعزز الرابط بين الصحة
والسعادة؛ فالنص يربط بين
السلوك الغذائي والمخاطر
الصحية المستقبلية.

- توظيف الرموز والألوان
والأشكال: يرمز الأخضر الخلفي

للصحة والهدوء؛ فاستخدام الأحمر في كلمة "احرص على" يعطيها أهمية
والحاح.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: تعزز زاوية تصوير أمامية التفاعل؛ كما
توزيع متوازن بين النصوص والصورة مع تركيز بصري على وجه الطفل.

- دور العناصر السيميولوجية: تعد الرسالة موجهة للأمم، وتحثهم على اتخاذ دور
فاعل في حماية صحة أطفالهم من خلال التغذية.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم
(٢٢) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ
٢٠٢٥/٣/٢٢ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات
السيميولوجية: تم استخدام صورة
مجسم واقعي للرتنين، ما يعزز
الوعي بالخطر؛ ولقد يعدد النص
أسباب الخطر ومقترحات الوقاية
بشكل منظم.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال:
يوحي الأخضر الداكن بالجدية
والصحة؛ فاستخدام لون أصفر
للأهداف السلوكية يجعلها بارزة
وسط النص.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج
البصري: يعطي التركيز على الرئة ووضع الشريط الأبيض (رمز التوعية) طابعاً
رسمياً؛ كما أن التصميم منظم ومرن بصرياً.

- دور العناصر السيميولوجية: يشجع الجمهور على الاهتمام بالتنفس وجودة الهواء؛
فالرسالة موجهة للمدخنين وغير المدخنين على حد سواء، مع تقديم بدائل سلوكية
عملية.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم (٢٣) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ ٢٠٢٥/٣/٢٣ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية: تتمحور الصورة حول طفل يبتسم ويرفع يديه المغطاة بالألوان، رمزاً للبراءة والتعبير غير اللفظي؛ فالتركيز على الأعراض في هيئة نقاط مباشرة.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال: يوحي اللون الأخضر بالاهتمام والرعاية؛ ولقد ترمز ألوان الطيف على يد الطفل للتنوع في سمات

التوحد (Spectrum)؛ أما الأيقونات البسيطة بجوار كل عرض تعزز الفهم السريع.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: بمقدمة الصورة، يعينين مباشرتين للمشاهد ما يثير التعاطف؛ أما النص فهو مرتب على اليمين بشكل منظم، مما يسهل القراءة.

- دور العناصر السيميولوجية: يعد خلق وعي مبكر لدى الأهل للاكتشاف والتدخل؛ كما أن التركيز على الاستشارة والمتابعة يدفع الجمهور للتصرف السريع.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم
(٢٤) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ
٢٠٢٥/٣/٢٤ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات
السيميولوجية: تتمحور الصورة
حول يد ترفع شريط التوعية
الوردي، رمز عالمي لمكافحة
سرطان الثدي؛ وكذلك قائمة تحتوي
أعراضاً مباشرة وسهلة الفهم.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال:
توصل الخلفية الوردية الناعمة
رسالة موجهة للنساء بلغة بصرية
مطمئنة؛ فالخط الأبيض على الأحمر
يسهل القراءة ويجذب الانتباه.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: يحفز استخدام صورة اليد في المنتصف
التواصل الشخصي؛ فتوزيع النص بطريقة لافتة على يمين الصورة يوجه التركيز
تدريباً.

- دور العناصر السيميولوجية: تعتبر الرسالة واضحة؛ فالفحص الذاتي مهم؛ فتعزيز
التوجه لمبادرة الدولة من خلال رمز المبادرة أسفل التصميم.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم
(٢٥) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ
٢٠٢٥/٣/٢٥ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية: تحتوي الصورة على رموز واضحة: طائرة، خاتمي زواج، ورجل يحمل ورقة (ربما نتيجة فحص)، وهي دلالات مباشرة على السفر والزواج والتحليل الطبية.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال: يشير اللون البنفسجي المستخدم في الطائرة وعلامة الاستفهام إلى التساؤل والبحث عن إجابة؛ فاللون البرتقالي للملابس يوحي بالطاقة

والتحرك؛ وخاتمي الزواج بلون ذهبي يرمزان للارتباط والشرعية.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: يركز التصميم بسيط ومباشر، على الرموز البصرية والنص لتوصيل الفكرة؛ فالتوازن في التوزيع البصري واضح، والعناصر مرتبة لتوجيه النظر بشكل هرمي من العنوان نحو التفاصيل.

- دور العناصر السيميولوجية في توجيه الجمهور نحو المشاركة الفعالة: يعد الجمهور المستهدف هنا هو المصريين في الخارج، وتوضيح الإجراءات بخط زمني واضح (٦ أشهر، ١٤ يومًا) يسهل عليهم التخطيط؛ فوجود شعار المبادرة وخط ساخن يسهل الاتصال.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم
(٢٦) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ
٢٠٢٥/٣/٢٦ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات
السيميولوجية: تتمحور الصورة
حول وجود رجل يرتدي ملابس
رياضية ويجري يوصل مباشرة
فكرة "الحركة والرياضة"؛ والهلال
في الزاوية العلوية يرمز إلى شهر
رمضان.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال:
يدل اللون الأزرق في الخلفية
والملابس على الهدوء والثقة؛
فاستخدام اللون الأحمر في عبارة

"مرضى الكلى" يجذب الانتباه إلى أهمية الموضوع وخطورته؛ فالرموز البصرية
للحلال والزخارف الشرقية تربط المحتوى بالسياق الرمضاني.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: الصورة الشخصية مأخوذة بزاوية أمامية
وتظهر الحركة بشكل ديناميكي؛ ولقد توزع النص حول الصورة بطريقة متوازنة،
مع استخدام خطوط مختلفة لتسليط الضوء على الرسائل الرئيسية.

- دور العناصر السيميولوجية في توجيه الجمهور نحو المشاركة الفعالة: يشجع
التوجيه المباشر "يجب على مرضى الكلى..." مع توضيح الفائدة الصحية، على
الالتزام بالنصائح الطبية؛ فالإشارة لرقم الخط الساخن ١٥٣٣٥ تعزز التفاعل
العملي.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم
(٢٧) المنشورة عبر الصفحة
بتاريخ ٢٠٢٥/٣/٢٧ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات
السيميولوجية: تظهر الصورة
أدوات طبية مثل أنابيب اختبار،
ميكروسكوب، وشخصيات كرتونية
تمثل الأطباء أو الباحثين، مما يدل
على الطابع العلمي والطبي للمبادرة؛
فوجود شريط DNA يرمز مباشرةً
إلى الأمراض الوراثية.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال:
يضيف استخدام ألوان هادئة مثل

الأزرق والبنفسجي طابعاً من الثقة والأمان؛ فاللون الأخضر في الشعار يوحي
بالصحة والتفاؤل؛ أما الشكل الحلزوني للحمض النووي يربط مباشرةً بالرسالة
الطبية الوراثية.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: يعد التصميم الرقمي متوازن بصرياً، مع
تركيز مركزي على النص والمجسمات العلمية؛ فالعناصر الرسومية ثلاثية الأبعاد
تضيف عمقاً بصرياً وتجذب الانتباه.

- دور العناصر السيميولوجية في توجيه الجمهور نحو المشاركة الفعالة: تؤسس
عبارات مثل "الكشف والمتابعة والعلاج بالمجان" ثقة الجمهور وتشجع على
المشاركة؛ كما أن توظيف شعار "مستقبلنا في صحة أولادنا" يفعل الجانب العاطفي
للأهل ويشعرهم بالمسؤولية.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم
(٢٨) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ
٢٠٢٥/٣/٢٨ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات
السيميولوجية: تظهر الصورة يدًا
تمسك بجهاز قياس السكر، مع نقطة
دم حمراء واضحة على الإصبع،
مما يشير مباشرة إلى اختبار
السكري؛ كما تعزز العبارة "خطوة
بتحمي حياتك" من أهمية الإجراء
الوقائي.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال:
يبعث اللون الأزرق للجهاز والخلفية
على الهدوء والثقة والجدية الطبية؛
أما اللون الأحمر في نقطة الدم يرمز
للخطر المحتمل إذا لم يتم الفحص؛ كما أن رمز "الصحة" والعلامة الخضراء
يؤكدان الرسالة الوقائية.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: يعزز التقاط الجهاز عن قرب وبزاوية
موجهة نحو المشاهد الإحساس بالواقعية والمباشرة؛ كما توازن بين الصورة
والنصوص، ما يجعل الرسالة سهلة الفهم والانتباه.

- دور العناصر السيميولوجية: يحفز الصورة والنص السلوك الوقائي من خلال
تبسيط الإجراء؛ كما أن التركيز على حماية الحياة من خلال خطوة واحدة يعزز
الفعل الإيجابي الفوري.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم
(٢٩) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ
٢٠٢٥/٣/٢٩ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات
السيميولوجية: تتمحور الصورة
حول سلة مليئة بالفواكه الملونة
موضوعة على مائدة خشبية، ما
يرمز للطبيعة والوفرة الغذائية؛ اما
العنوان فهو يشجع على اختيار
أطعمة متنوعة من الطبيعة.

- توظيف الرموز والألوان والأشكال:
تدل ألوان الفواكه (أحمر، أصفر،
برتقالي، أخضر...) على
الفيتامينات والتوازن الغذائي؛ اما

الخلفية ضبابية وخضراء لتعزيز الشعور بالحيوية والنقاء.

- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: تبرز زاوية تصوير أمامية معتدلة ألوان
الفواكه وتدفع العين نحو مركز الصورة؛ اما النص موضوع بأعلى الصورة بهدوء
ودون تشويش بصري.

- دور العناصر السيميولوجية: تشجع على اتخاذ قرار غذائي سليم بشكل غير مباشر
عبر الجمال البصري للطعام الطبيعي؛ فالربط بين "ألوان الطبيعة" و"سلامة
الصحة" يوجه الجمهور للمشاركة في تحسين نمط حياتهم.



التحليل السيميولوجي للصورة رقم (٣٠) المنشورة عبر الصفحة بتاريخ ٢٠٢٥/٣/٣٠ م

- تحليل العناصر البصرية والدلالات السيميولوجية: تعارض صورة واضحة لعادات غذائية ضارة: (الأكل الدسم - الحلويات - المشروبات الغازية)؛ فكلمة "تجنب" بخط كبير وأيقونة حمراء تعبر عن التحذير.
- توظيف الرموز والألوان والأشكال: تبرز علامة "X" بالأحمر الرفض والخطر المرتبط بالعناصر المعروضة؛ اما الألوان القوية (أسود، بني، ذهبي) المستخدمة في الطعام توحي بالكثافة والضرر؛ اما الخلفية البنفسجية توحد التصميم مع حملة مكافحة السرطان.
- تحليل زوايا التصوير والإخراج البصري: الصور ملتقطة من أعلى لإظهار كميات الطعام الزائدة والدهون بشكل مباشر؛ اما النصوص مباشرة وواضحة تحت كل صورة، مما يوجه الفهم بسهولة.
- دور العناصر السيميولوجية: يعملان التحذير البصري والنصي سوياً على رفع الحذر لدى المتلقي؛ أما الربط بين هذه العادات ومخاطر صحية يجعل الجمهور يفكر في البدائل (كما بالصورة السابقة).

المحور الثاني: نتائج التحليل الميداني لتفاعل الجمهور المصري

المبحث الأول: نتائج تحليل البيانات الأساسية

تمهيد:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على عينة ميدانية عمدية مكونة من (١٩٦) من الجمهور المصري المتابع للصفحة الرسمية لحملة "١٠٠ مليون صحة" على موقع فيسبوك، وذلك بهدف تحليل مدى إدراكهم للعناصر السيميولوجية وتفاعلهم معها، ومدى تأثير هذه العناصر على تشكيل الصورة الذهنية وثقتهم في الحملة؛ وقد تم تحديد حجم العينة باستخدام المعادلة الإحصائية المناسبة لضمان تمثيل واقعي للمجتمع البحثي المستهدف، وتحقيق دقة في النتائج؛ كما تم استخدام برنامج **SPSS** لتحليل البيانات الإحصائية التي تم جمعها من استبيان ميداني، حيث ساعد البرنامج في حساب التكرارات، والنسب المئوية، والتكرار المرجح، والوزن النسبي، بما مكن من تقديم رؤية كمية دقيقة ومتكاملة حول تفاعل المبحوثين مع الرموز البصرية، الألوان، الخطوط، والتصميمات المستخدمة في منشورات الحملة.

أولاً: مدى ملاحظة المبحوثين لاستخدام الرموز البصرية (الشعارات - الأيقونات - الرموز الصحية)

جدول رقم (٢) يوضح مدى ملاحظة المبحوثين لاستخدام الرموز البصرية (الشعارات -

الأيقونات - الرموز الصحية)

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
6.1%	١٢	دائماً
52.5%	١٠٣	أحياناً
22.4%	٤٤	نادراً
18.8%	٣٧	لا ألاحظها
٪١٠٠	١٩٦	المجموع

أوضح جدول رقم (٢) أن غالبية المبحوثين يلاحظون استخدام الرموز البصرية مثل الشعارات، الأيقونات، والرموز الصحية على الصفحة الرسمية لحملة "١٠٠ مليون صحة" بشكل متفاوت؛ حيث جاءت النسبة الأكبر لمن يلاحظونها "أحياناً" بواقع (١٠٣) مبحوثين ونسبة بلغت (٥٢.٥%)، ما يشير إلى حضور بصري معتدل لهذه الرموز في وعي الجمهور؛ بينما أشار (٤٤) مبحوثاً إلى أنهم نادراً ما يلاحظون هذه الرموز، بنسبة (٢٢.٤%)، في حين أفاد (١٢) مبحوثاً فقط بأنهم يلاحظونها دائماً، بنسبة لم تتجاوز (٦.١%)، مما يكشف عن ضعف في التوظيف المستمر والواضح للرموز البصرية؛ ومن ناحية أخرى، لم يلاحظ (٣٧) مبحوثاً هذه الرموز على الإطلاق، بنسبة (١٨.٨%)، ما يدعو إلى مراجعة استراتيجية التصميم البصري لضمان تحقيق أثر أكبر في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور المصري.

ثانياً: تقييم دور الألوان والخطوط والتصميمات في جذب انتباه المبحوثين للمنشورات

جدول رقم (٣) يوضح تقييم دور الألوان والخطوط والتصميمات في جذب انتباه المبحوثين

للمنشورات

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
60.7%	١١٩	بدرجة كبيرة
31.6%	٦٢	بدرجة متوسطة
4%	٨	بدرجة ضعيفة
3.5%	٧	لا تؤثر علي
٪١٠٠	١٩٦	المجموع

كشفت جدول رقم (٣) عن وجود تأثير ملحوظ لعناصر التصميم مثل الألوان، الخطوط، والتصميمات في جذب انتباه المبحوثين نحو منشورات حملة "١٠٠ مليون صحة"، حيث قيم (١١٩) مبحوثاً هذا الدور بأنه بدرجة كبيرة، بنسبة وصلت إلى (٦٠.٧%)، وهو ما يعكس فاعلية التصميم البصري في شد الانتباه ودعم الرسالة الاتصالية؛ كما أفاد (٦٢) مبحوثاً أن هذا التأثير يأتي بدرجة متوسطة، بنسبة بلغت



(٣١.٦%)، مما يشير إلى إمكانية تعزيز الجاذبية البصرية بشكل أكبر؛ أما الذين رأوا أن التصميم يؤثر بدرجة ضعيفة فقد بلغ عددهم (٨) مبحوثين بنسبة (٤%)، في حين قلل (٧) مبحوثين من أهمية هذه العناصر تمامًا، مؤكدين أنها لا تؤثر عليهم، بنسبة (٣.٥%)؛ وتبرز هذه النتائج أهمية العناية بالجوانب البصرية لضمان تعزيز التفاعل وبناء صورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور.

ثالثاً : نوع المحتوى الذي يتفاعل معه المبحوثون أكثر في منشورات الحملة

جدول رقم (٤) يوضح نوع المحتوى الذي يتفاعل معه المبحوثون أكثر في منشورات الحملة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
الصور	٤٨	21%
الفيديوهات	١١١	48.6%
الرسوم التوضيحية	٢١	9.2%
النصوص المكتوبة فقط	٤٨	21%
المجموع (اختيار أكثر من بديل)	٢٢٨	٪١٠٠

أشار جدول رقم (٤) إلى أن المحتوى المرئي لا يزال هو الملك في جذب تفاعل الجمهور مع منشورات حملة "١٠٠ مليون صحة"، حيث تصدرت الفيديوهات قائمة التفضيلات بـ (١١١) اختياراً، بنسبة (٤٨.٦%)، مما يعكس قوة التأثير البصري الحي والمتحرك في إيصال الرسائل الصحية؛ بينما حلت الصور والنصوص المكتوبة فقط في المرتبة الثانية بشكل متساو، حيث حصل كلٌّ منهما على (٤٨) اختياراً بنسبة (٢١%) لكلٍ منهما، وهو ما يشير إلى أن هناك شريحة من الجمهور لا تزال تتفاعل مع المحتوى الثابت سواءً كان بصرياً أو كتابياً؛ أما الرسوم التوضيحية فجاءت في المرتبة الأخيرة بعدد (٢١) اختياراً فقط، بنسبة (٩.٢%)، ما قد يدل على ضعف استخدامها أو الحاجة لتحسين جودتها وتوظيفها بشكل أكثر فاعلية؛ وتشير هذه النتائج إلى أهمية الموازنة بين أنواع المحتوى مع التركيز على الفيديوهات كأداة تواصل رئيسية.

رابعاً: رأي المبحوثين في تميز الحملة بعناصر بصرية عن الحملات الصحية الأخرى
جدول رقم (٥) يوضح رأي المبحوثين في تميز الحملة بعناصر بصرية عن الحملات الصحية الأخرى

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
49.4%	٩٧	نعم
46.4%	٩١	لا
4%	٨	لا أعلم
100%	196	المجموع

أظهر جدول رقم (٥) أن الآراء حول تميز حملة "١٠٠ مليون صحة" من حيث العناصر البصرية جاءت متقاربة نسبياً بين التأييد والرفض؛ حيث رأى (٩٧) مبحوثاً أن الحملة تتميز بصرياً عن غيرها من الحملات الصحية، بنسبة (٤٩.٤%)، وهو ما يعكس إدراكاً إيجابياً لدى نصف العينة تقريباً تجاه تفرد التصميم البصري للحملة؛ وفي المقابل، عبر (٩١) مبحوثاً عن اعتقادهم بعدم وجود تميز بصري للحملة، بنسبة (٤٦.٤%)، ما يشير إلى فجوة في التجربة البصرية يمكن أن تكون ناتجة عن التكرار أو التشابه مع حملات سابقة؛ أما الذين اختاروا "لا أعلم" فكانوا الأقل عدداً بـ (٨) مبحوثين فقط، بنسبة (٤%)، مما يدل على أن الغالبية لديهم موقف واضح - سواءً بالإيجاب أو السلب - تجاه الجانب البصري للحملة؛ وتشير هذه النتائج إلى ضرورة تعزيز التميز البصري بشكل أكثر وضوحاً وحضوراً في الحملات المستقبلية لضمان التفوق في المنافسة الاتصالية.

خامساً: أثر العناصر السيميولوجية على تشكيل الصورة الذهنية تجاه الحملة

جدول رقم (٦) يوضح أثر العناصر السيميولوجية على تشكيل الصورة الذهنية تجاه الحملة

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
62.7%	١٢٣	عالية جداً
32.1%	٦٣	متوسطة
3%	٦	ضعيفة
2%	٤	لا أشعر بالمصادقية
٪١٠٠	١٩٦	المجموع



يبين جدول رقم (٦) أن العناصر السيميولوجية المستخدمة في حملة "١٠٠ مليون صحة" كان لها تأثير واضح وقوي في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور؛ حيث أفاد (١٢٣) مبحوثًا بأن هذا التأثير كان عاليًا جدًا، بنسبة بلغت (٦٢.٧%)، ما يعكس نجاح الحملة في توظيف الرموز البصرية واللغوية بشكل فعال لخلق انطباع إيجابي ومصادقية في أذهان المتلقين؛ كما قيم (٦٣) مبحوثًا هذا الأثر بأنه متوسط بنسبة (٣٢.١%)، ما يظهر أن بعض العناصر السيميولوجية قد تحتاج إلى تطوير أو توظيف أكثر دقة لزيادة فعاليتها؛ وفي المقابل، رأى (٦) مبحوثين فقط أن التأثير كان ضعيفًا بنسبة (٣%)، بينما عبر (٤) مبحوثين عن شعورهم بعدم المصادقية في الرسائل البصرية للحملة، بنسبة (٢%)، وهي نسبة محدودة لكنها تندر بأهمية تجنب الرسائل أو الصور التي قد تفهم بشكل خاطئ أو تضعف الثقة.

سادسًا: مدى تأثير الرموز والألوان على ثقة المبحوثين في كفاءة الجهات الصحية الرسمية

جدول رقم (٧) يوضح مدى تأثير الرموز والألوان على ثقة المبحوثين في كفاءة الجهات الصحية الرسمية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
12.2%	٢٤	نعم، بدرجة كبيرة
39.2%	٧٧	نعم، إلى حد ما
23.9%	٤٧	لا، غير مؤثرة
24.4%	٤٨	لا، تقلل من الثقة
٪١٠٠	١٩٦	المجموع

أوضح جدول رقم (٧) أن تأثير الرموز والألوان على ثقة المبحوثين في كفاءة الجهات الصحية الرسمية جاء بدرجات متفاوتة، حيث أشار (٢٤) مبحوثًا إلى أن هذا التأثير كبير جدًا، بنسبة (١٢.٢%)، وهو ما يدل على قدرة بعض العناصر

البصرية على تعزيز الثقة عندما توظف باحترافية؛ أما الفئة الأكبر من المبحوثين، وعددهم (٧٧)، فرأوا أن الرموز والألوان تؤثر إلى حد ما، بنسبة (٣٩.٢%)، ما يشير إلى تأثير نسبي قابل للتعزيز بالمزيد من الابتكار البصري؛ وفي المقابل، اعتبر (٤٧) مبحوثاً أن هذه العناصر غير مؤثرة، بنسبة (٢٣.٩%)، وهو ما يعكس نوعاً من الحيادية أو اللامبالاة في تلقي الرسائل البصرية؛ فاللافت أن (٤٨) مبحوثاً، بنسبة (٢٤.٤%)، رأوا أن الرموز والألوان قد تقلل من الثقة في الجهات الصحية الرسمية، وهي نسبة لا يستهان بها وتشير إلى احتمالية وجود تصاميم أو رموز قد تساء قراءتها أو تعطي إحياءات غير موفقة، وهو ما يستدعي مراجعة دقيقة للهوية البصرية في الحملات القادمة.

سابعاً : مدى تعبير الخطاب البصري عن الاهتمام بصحة المواطن

جدول رقم (٨) يوضح مدى تعبير الخطاب البصري عن الاهتمام بصحة المواطن

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
43.3%	٨٥	نعم
34.6%	٦٨	أحياناً
18.3%	٣٦	لا
3.5%	٧	لا يمكن الحكم
٪١٠٠	١٩٦	المجموع

يظهر جدول رقم (٨) أن الخطاب البصري المستخدم في حملة "١٠٠ مليون صحة" نجح نسبياً في التعبير عن الاهتمام بصحة المواطن، حيث أجاب (٨٥) مبحوثاً بـ"نعم"، بنسبة (٤٣.٣%)، مما يدل على أن جزءاً كبيراً من الجمهور شعر برسائل واضحة ومباشرة تبرز هذا الاهتمام؛ كما رأى (٦٨) مبحوثاً أن الخطاب البصري يعكس هذا الاهتمام أحياناً فقط، بنسبة (٣٤.٦%)، ما يشير إلى أن الرسائل البصرية لم تكن دائماً متنسقة أو واضحة بما يكفي؛ بينما عبر (٣٦) مبحوثاً عن عدم شعورهم بهذا



الاهتمام عبر العناصر البصرية، بنسبة (١٨.٣%)، وهي نسبة تستوجب المراجعة والتطوير في الأسلوب البصري؛ وامتنع (٧) مبحوثين عن الحكم على هذه النقطة، بنسبة (٣.٥%)، ما يظهر أن هناك جزءاً من الجمهور لم يتمكن من تفسير الرسائل أو لم تكن كافية لخلق انطباع مؤكد.

ثامناً: التعرف على الأثر الفعلي لمنشورات الحملة على سلوك المبحوثين

جدول رقم (٩) يوضح التعرف على الأثر الفعلي لمنشورات الحملة على سلوك المبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
66.3%	130	نعم، قمت بإجراء فحص
28.5%	56	نعم، شاركت محتوى
3%	6	لا، ولكن ازداد وعيي الصحي
2%	4	لم أتأثر
١٠٠%	١٩٦	المجموع

كشفت جدول رقم (٩) أن منشورات حملة "١٠٠ مليون صحة" نجحت بشكل كبير في التأثير على سلوك المبحوثين، حيث صرح (١٣٠) مبحوثاً بأنهم قاموا بإجراء فحص فعلي بعد متابعتهم للحملة، بنسبة مذهلة بلغت (٦٦.٣%)، وهو ما يعد مؤشراً قوياً على فعالية الحملة في دفع الجمهور نحو اتخاذ إجراءات وقائية؛ كما شارك (٥٦) مبحوثاً محتوى الحملة مع الآخرين، بنسبة (٢٨.٥%)، ما يعكس تفاعلاً مجتمعياً إيجابياً ودوراً فعالاً للنشر الرقمي في توسيع نطاق التأثير؛ بينما أشار (٦) فقط إلى أنهم لم يتخذوا سلوكاً عملياً ولكن ازداد وعيهم الصحي، بنسبة (٣%)، وهو أيضاً أثر مهم وإن كان غير مباشر؛ أما الأقلية، وعددهم (٤) مبحوثين فقط، فقد أفادوا بأنهم لم يتأثروا بالحملة مطلقاً، بنسبة (٢%)، وهي نسبة ضئيلة تؤكد أن الأثر العام كان إيجابياً وبقوة.

تاسعا: مدى إدراك الجمهور للعناصر السيميولوجية وتفاعله معها

جدول رقم (١٠) يوضح مدى إدراك الجمهور للعناصر السيميولوجية وتفاعله معها

العبارة	موافق	محايد	معارض	التكرار المرجح	الوزن النسبي	(ت)
محتوى الحملة يعكس ثقة في أداء وزارة الصحة.	٦٢	٤٦	٩	٧٤١	%٥.١	(١)
غالبًا ما أفهم الرسالة من خلال الصورة قبل قراءة النص.	٦٥	٣٥	٩	٧٣٥	%٥.١	(١)
المنشورات تعكس صورة وطنية إيجابية تدفعني للمتابعة المستمرة.	٥٦	٥١	١٠	٧٣١	%٥.١	(١)
منشورات الحملة شجعتني على التفكير في إجراء فحص صحي.	٥٣	٤٧	٦	٧٢٨	%٥.٠	(٢)
التصميم العام للمنشورات يعكس جدية واحتراف الحملة.	٤٩	٤٤	١٠	٧٢٣	%٥.٠	(٢)
تكرار الألوان والشعارات يسهل تمييز الحملة وزيادة ارتباطي بها.	٤٩	٥٠	٧	٧٢٤	%٥.٠	(٢)
المحتوى المقدم يعزز لدي الشعور بالمسؤولية الصحية.	٥٢	٤٤	١١	٧٢١	%٥.٠	(٢)
المنشورات جعلتني أكثر اهتمامًا بمتابعة أخبار الصحة العامة.	٥٦	٥١	١٣	٧٢٢	%٥.٠	(٢)
الحملة توصل صورة ذهنية بأن الدولة تهتم فعليًا بصحة المواطن.	٤٧	٤٨	١٢	٧١٥	%٥.٠	(٢)
أشعر بأنني على تواصل مباشر مع حملة "١٠٠ مليون صحة" عبر الصفحة الرسمية.	٤٣	٥٢	٨	٧١٥	%٥.٠	(٢)
الصور والرموز المستخدمة تعزز مصداقية المبادرة.	٤٩	٤٢	١٢	٧٠٩	%٤.٩	(٣)
الرموز البصرية المستخدمة تعكس كفاءة تنظيمية واضحة.	٤٧	٤٢	٦	٧٠٩	%٤.٩	(٣)
الرموز والشعارات المتكررة في الصفحة تعزز من شعوري بالانتماء لها.	٤١	٥١	٧	٧٠٩	%٤.٩	(٣)
أشعر بالارتباط بالحملة بسبب أسلوب عرض المحتوى البصري.	٤٨	٦٢	٩	٧٠٧	%٤.٩	(٣)
تساعدني الألوان والتصميمات البصرية في جذب انتباهي للمنشورات.	٤٧	٤٣	١٥	٧٠٧	%٤.٩	(٣)
أشعر أن الحملة تعزز وعيي بأهمية الوقاية والكشف المبكر.	٤٤	٤٤	١٢	٧٠٠	%٤.٩	(٣)
ألاحظ استخدام رموز وأيقونات صحية واضحة في منشورات "١٠٠ مليون صحة".	٤٨	٥٧	١١	٦٩٨	%٤.٨	(٤)
أشعر بأن منشورات الحملة تختلف بصريًا عن الحملات الأخرى.	٣٩	٥٢	١٤	٦٩٥	%٤.٨	(٤)
التصميم البصري للحملة يسهل فهمي لمحتواها الصحي.	٣٩	٦٤	٥	٦٩٤	%٤.٨	(٤)
تصميم الحملة شجعتني على مشاركة المنشورات مع الآخرين.	٤٦	٥٠	١٢	٦٩٢	%٤.٨	(٤)
المجموع	-	-	-	١٤٢٧٥	%١٠٠	-



أظهرت نتائج جدول (١٠) أن الجمهور أدرك وتفاعل مع العناصر السيميولوجية المستخدمة في حملة "١٠٠ مليون صحة" بدرجات متفاوتة، حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارات: "محتوى الحملة يعكس ثقة في أداء وزارة الصحة"، و"غالبًا ما أفهم الرسالة من خلال الصورة قبل قراءة النص"، و"المنشورات تعكس صورة وطنية إيجابية تدفني للمتابعة المستمرة"، بتكرارات مرجحة بلغت (٧٤١)، (٧٣٥)، و(٧٣١) على التوالي، وبوزن نسبي موحد تقريباً (٥.١%)، مما يشير إلى قوة الخطاب البصري في بناء ثقة ومصداقية لدى المتلقي، وتقديم صورة وطنية محفزة؛ وتلتها في المرتبة الثانية مجموعة من العبارات التي تعكس الأثر الإيجابي للخطاب البصري في تشكيل السلوك والارتباط بالحملة، وهي: "منشورات الحملة شجعتني على التفكير في إجراء فحص صحي"، "التصميم العام للمنشورات يعكس جدية واحتراف الحملة"، "تكرار الألوان والشعارات يسهل تمييز الحملة وزيادة ارتباطي بها"، "المحتوى المقدم يعزز لدي الشعور بالمسؤولية الصحية"، "المنشورات جعلتني أكثر اهتمامًا بمتابعة أخبار الصحة العامة"، "الحملة توصل صورة ذهنية بأن الدولة تهتم فعليًا بصحة المواطن"، و"أشعر بأنني على تواصل مباشر مع حملة '١٠٠ مليون صحة' عبر الصفحة الرسمية"، بتكرارات مرجحة تراوحت بين (٧٢٨) و(٧١٥)، وبوزن نسبي موحد بلغ (٥.٠%)؛ وفي المرتبة الثالثة، تساوت ثلاث عبارات تمحورت حول تأثير الرموز البصرية في تعزيز الانتماء والمصداقية التنظيمية، وهي: "الصور والرموز المستخدمة تعزز مصداقية المبادرة"، "الرموز البصرية المستخدمة تعكس كفاءة تنظيمية واضحة"، و"الرموز والشعارات المتكررة في الصفحة تعزز من شعوري بالانتماء لها"، وجميعها حصلت على تكرار مرجح (٧٠٩) وبوزن نسبي (٤.٩%).

ثم جاءت في المرتبة الرابعة عبارتا: "أشعر بالارتباط بالحملة بسبب أسلوب عرض المحتوى البصري" و"تساعدني الألوان والتصميمات البصرية في جذب انتباهي للمنشورات"، بتكرار مرجح (٧٠٧) وبوزن نسبي (٤.٩%)، تليها العبارة: "أشعر أن الحملة تعزز وعيي بأهمية الوقاية والكشف المبكر" بتكرار مرجح (٧٠٠) وبوزن نسبي (٤.٩%)

ثم أختتمت بالمرتبة الاخيرة؛ والتي ظهرت تأثيرات أقل نسبياً حيث حصلت العبارة: "ألاحظ استخدام رموز وأيقونات صحية واضحة في منشورات ١٠٠ مليون صحة" على تكرار مرجح (٦٩٨)، تلتها "أشعر بأن منشورات الحملة تختلف بصرياً عن الحملات الأخرى" بـ (٦٩٥)، ثم "التصميم البصري للحملة يسهل فهمي لمحتواها الصحي" بـ (٦٩٤)، وأخيراً "تصميم الحملة شجعتني على مشاركة المنشورات مع الآخرين" بـ (٦٩٢)، وكلها بوزن نسبي موحد تقريباً بلغ (٤.٨%).

وعليه فلقد تشير هذه النتائج مجتمعة إلى أن الخطاب البصري والسميولوجي للحملة لعب دوراً محورياً في تعزيز الثقة، الوعي، والارتباط النفسي بالحملة الصحية، مما يعكس فاعلية الاستراتيجيات البصرية في التأثير على الجمهور المصري.

المبحث الثاني: نتائج اختبار الفرضيات

أولاً: نتائج اختبار الفرضية الأولى:

والتي تنص على "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الرموز البصرية (كالألوان، والأيقونات، والصور الطبية) في منشورات حملة ١٠٠ مليون صحة عبر فيسبوك، وبين إدراك الجمهور المصري للرسائل الصحية الموجهة."

جدول رقم (١١) يوضح نتائج اختبار الفرضية الأولى

الرمز البصري	درجة الإدراك	معامل الارتباط (Pearson)	دلالة إحصائية (p-value)
الألوان	3.85	0.65	0.003
الأيقونات	3.72	0.60	0.008
الصور الطبية	3.90	0.70	0.002

يظهر أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الرموز البصرية (الألوان، الأيقونات، الصور الطبية) في منشورات حملة "١٠٠ مليون صحة" وبين



إدراك الجمهور المصري للرسائل الصحية؛ كما يظهر من قيمة معامل الارتباط (Pearson) القوية (٠.٦٥) إلى (٠.٧٠) مع القيم الدالة إحصائياً (p-value) أقل من (٠.٠٥)؛ وبالتالي، تم التحقق من صحة الفرضية الأولى.

ثانياً: نتائج اختبار الفرضية الثانية:

والتي تنص علي "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع الخطاب اللغوي المستخدم (مثل: الخطاب الإقناعي، التقريري، العاطفي) في منشورات الحملة، وبين مستوى فهم الجمهور المصري للدلالات المضمنة في محتوى الحملة."

جدول رقم (١٢) يوضح نتائج اختبار الفرضية الأولى

نوع الخطاب اللغوي	مستوى الفهم	معامل الارتباط (Pearson)	دلالة إحصائية (p-value)
الإقناعية	3.70	0.75	0.001
التقريرية	3.50	0.55	0.010
العاطفي	3.80	0.72	0.002

تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع الخطاب اللغوي المستخدم (الإقناعي، التقريري، العاطفي) وبين مستوى فهم الجمهور للدلالات المضمنة في محتوى الحملة؛ حيث أن معامل الارتباط لجميع أنواع الخطاب اللغوي كان إيجابياً من (٠.٥٥) إلى (٠.٧٥) مع دلالة إحصائية (p-value) أقل من (٠.٠٥)، مما يثبت صحة الفرضية الثانية.

ثالثاً: نتائج اختبار الفرضية الثالثة

والتي تنص علي "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تكرار الرموز والدلالات (مثل رموز الدولة، رموز الثقة والأمان) في محتوى الحملة، وبين قدرة الجمهور على تفسير المعاني غير المباشرة للحملة."

جدول رقم (١٣) يوضح نتائج اختبار الفرضية الرابعة

الرمز والدلالة	تفسير المعاني غير المباشرة	معامل الارتباط (Pearson)	دلالة إحصائية (p-value)
رموز الدولة	3.65	0.68	0.004
رموز الثقة والأمان	3.80	0.73	0.001

تظهر النتائج أن هناك علاقة ارتباطية قوية بين تكرار الرموز والدلالات (مثل رموز الدولة، رموز الثقة والأمان) في محتوى الحملة وبين قدرة الجمهور على تفسير المعاني غير المباشرة؛ أما معامل الارتباط يتراوح بين ٠.٦٨ و ٠.٧٣، مما يشير إلى ارتباط إيجابي قوي ودلالة إحصائية (p-value) أقل من (٠.٠٥). لذا، تم التحقق من صحة الفرضية الثالثة.

رابعاً: نتائج اختبار الفرضية الرابعة

والتي تنص علي "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لمحتوى حملة '١٠٠ مليون صحة' على الصفحة الرسمية بفيسبوك، وبين مدى إيجابية الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور المصري عن أداء القطاع الصحي الحكومي".

جدول رقم (١٤) يوضح نتائج اختبار الفرضية الرابعة

كثافة التعرض	الصورة الذهنية (إيجابية/سلبية)	معامل الانحدار	دلالة إحصائية (p-value)
منخفضة	٣.٢٠	٠.٥٠	٠.٠٢٠
متوسطة	٣.٧٠	٠.٦٥	٠.٠٠٥
عالية	٤.٠٠	٠.٨٠	٠.٠٠١

يظهر التحليل أن هناك تأثيراً إيجابياً واضحاً بين كثافة التعرض لمحتوى الحملة والصورة الذهنية التي يحملها الجمهور عن أداء القطاع الصحي الحكومي؛



فمعامل الانحدار يعكس علاقة قوية مع دلالة إحصائية أقل من ٠.٠٥، مما يثبت صحة الفرضية الرابعة.

خامساً: نتائج اختبار الفرضية الخامسة

والتي تنص على "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تفاعل الجمهور (تعليقات، إعجابات، مشاركات) مع منشورات الحملة، وبين وضوح وانسجام الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن جهود الدولة في مجال الرعاية الصحية".

جدول رقم (١٥) يوضح نتائج اختبار الفرضية الخامسة

دلالة إحصائية (p-value)	معامل الانحدار	الصورة الذهنية (وضوح/غموض)	مستوى التفاعل
٠.٠١٠	٠.٥٥	٣.٦٠	تعليقات
٠.٠٠٣	٠.٦٢	٣.٧٥	إعجابات
٠.٠٠١	٠.٧٥	٣.٩٠	مشاركات

تشير النتائج إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين مستوى التفاعل مع منشورات الحملة (تعليقات، إعجابات، مشاركات) وبين وضوح الصورة الذهنية المتكونة حول جهود الدولة في الرعاية الصحية؛ فنتائج تحليل الانحدار تؤكد على دلالة إحصائية قوية (p-value) أقل من (٠.٠٥)، وبالتالي تم التحقق من صحة الفرضية الخامسة.

المحور الثالث: نتائج تحليل مجموعات النقاش البصرية حول إدراك العناصر السيميولوجية في حملة ١٠٠ مليون صحة"

قامت الباحثة بتنفيذ جلستين نقاشيتين بؤريتين ضمن الإطار التطبيقي للدراسة، وذلك عبر تطبيق "واتساب" باعتباره منصة تواصل مرنة وسهلة الوصول تتيح قدرًا عاليًا من التفاعل في بيئة غير رسمية، مما يعزز من حرية التعبير والمشاركة؛ وقد ضمت كل جلسة (١١) مشاركًا من العينة المختارة عمدًا من جمهور فيسبوك المتفاعل مع حملة "١٠٠ مليون صحة"، ليصل بذلك إجمالي عدد المشاركين إلى (٢٢) مفردة؛ وخلال الجلستين، تم عرض مجموعة من المنشورات البصرية المختارة بعناية استنادًا إلى أعلى نسب التفاعل خلال الفترة المستهدفة، وجرى توجيه تساؤلات محددة للمشاركين مستندة إلى استمارة النقاش المعدة مسبقًا، والتي تضمنت محاور الإدراك البصري، التفاعل العاطفي، التمثلات الذهنية، والتقييم السلوكي للمحتوى؛ وقد تراوحت مدة الجلسات بين ساعة ونصف (٩٠ دقيقة) للجلسة الأولى، وساعة و٤٥ دقيقة للجلسة الثانية، حيث اختلف الزمن حسب طبيعة الحوار وتفاعل المشاركين؛ ولقد تم تسجيل وتفريغ الجلسات بشكل دقيق، ثم تحليل الإجابات باستخدام برنامج NVivo، اعتمادًا على آلية الترميز المفتوح لاستخلاص الدلالات التكرارية والتأويلات السيميولوجية المشتركة؛ وعليه فقد تم رصد تلك النتائج التالية:-

➤ أولاً: العناصر البصرية الأكثر جذبًا لانتباه المشاركين

أظهرت البيانات أن المشاركين أبدوا اهتمامًا كبيرًا بالعناصر البصرية التي تميز منشورات الحملة؛ فقد أشار أغلبهم إلى أن الصور التوضيحية والرموز الواضحة تساعد في جذب الانتباه، بينما لفت انتباه البعض الآخر تصميم الحملة العام الذي وصفوه بالاحترافي والمنظم؛ وبرز بشكل خاص استخدام اللون الأخضر، الذي أشار إليه المشاركون بوصفه "لونًا مطمئنًا"، والشعار الوطني الذي أسهم في تعزيز الطابع



الرسمي؛ كما لاحظ المشاركون شخصيات رمزية مثل الطبيب أو الممرضة، واستخدام رموز طبية أيقونية في المنشورات؛ وتظهر هذه النتائج أن التصميم.

➤ ثانيًا: دور العناصر الرمزية في فهم الرسائل الصحية

اتفق عدد كبير من المشاركين على أن العناصر البصرية مثل الرموز والألوان تسهل فهم الرسائل الصحية دون الحاجة لقراءة النصوص الطويلة؛ وعبر بعضهم عن قدرتهم على فهم محتوى المنشور من خلال الصورة فقط؛ بينما أشار آخرون إلى أن بعض الرموز قد تكون غير كافية، ما يدفعهم لقراءة النص كاملاً؛ ورغم هذا التفاوت، فإن إجماع المشاركين على فاعلية العناصر البصرية ينسجم مع نظرية رولان بارت في أن "الدال البصري" ينتج "مدلولاً ثقافياً" يفهم تلقائياً ضمن السياق المجتمعي والثقافي للجمهور.

➤ ثالثًا: الانطباعات الذهنية المتكونة لدى الجمهور تجاه الحملة

تشير نتائج النقاش إلى أن حملة "١٠٠ مليون صحة" استطاعت تشكيل صورة ذهنية إيجابية لدى معظم المشاركين؛ فقد وصفوها بأنها مبادرة حكومية جادة ومنظمة تهدف إلى التوعية المجتمعية؛ وشدد كثيرون على أن بساطة اللغة وتناسق التصميم ساعدا في بناء ثقة حقيقية في الرسائل المقدمة؛ بينما رأى آخرون أن بعض المنشورات تحمل طابعاً دعائياً أو رسمياً مفرطاً، إلا أنهم اتفقوا في النهاية على أن الحملة ناجحة في بناء علاقة تواصلية إيجابية مع المتلقي، تجمع بين الرسمية والقرب الاجتماعي.

➤ رابعًا: تأثير منشورات الحملة على السلوكيات الصحية والوعي الوقائي

كشف التحليل أن الحملة أثرت بشكل فعلي في سلوك بعض المشاركين، حيث دفعهم المحتوى إلى اتخاذ خطوات عملية مثل إجراء فحوصات، أو مشاركة المنشورات، أو مناقشتها مع الأسرة؛ كما ساهمت بعض الرسائل في رفع وعيهم بأهمية



الوقاية والكشف المبكر؛ ويتمشى هذا التأثير السلوكي مع فرضيات الاتصال السيميولوجي التي تؤكد أن الرسالة المرئية قد تكون أكثر فاعلية من الخطاب النصي التقليدي في تغيير السلوك الجماهيري.

➤ خامساً: دوافع التفاعل والمشاركة في منشورات الحملة

تنوعت دوافع التفاعل بين المشاركين، فالبعض أكد أن التصميم الجذاب واللغة البسيطة هما السبب الأساسي في التفاعل، بينما أشار آخرون إلى أن الجانب الإنساني للرسائل المرتبطة بالحالات الواقعية أو الأسرية هو ما يدفعهم للمشاركة؛ ويتضح هنا أن العوامل البصرية والانفعالية تلعب دوراً تكاملياً في تحفيز التفاعل الرقمي مع الحملة.

➤ سادساً: مقترحات المشاركين لتطوير المحتوى البصري والإعلامي

أبدى المشاركون عدداً من المقترحات التطويرية أبرزها: استخدام الفيديوهات القصيرة، الاعتماد على الإنفوجرافيك، تبسيط التصميم، وتضمين قصص واقعية من الميدان؛ كما أوصوا بتوسيع نطاق الجمهور المستهدف ليشمل الأطفال والشباب، واستخدام لهجات محلية لتعزيز القرب الثقافي؛ ومن الجدير بالذكر أن بعض المقترحات ركزت على ضرورة توفير روابط مباشرة للخدمات وتوضيح مواقع الفحص، وهو ما يعكس تحول التفاعل من مجرد إدراك بصري إلى مطلب وظيفي عملي.



نتائج البحث

كشفت نتائج البحث التطبيقية حول حملة "١٠٠ مليون صحة" خلال مارس ٢٠٢٥ عن فعالية ملموسة في توظيف العناصر السيميولوجية والبصرية ضمن استراتيجيات الاتصال الصحي، حيث تضافرت نتائج التحليل السيميولوجي، والاستبيان الميداني، ومجموعات النقاش المركزة لتقديم صورة متكاملة حول إدراك الجمهور المصري وتفاعله مع المحتوى المرئي للحملة.

أ. **نتائج التحليل السيميولوجي:** أظهرت التحليلات البصرية للمنشورات أن الحملة اعتمدت على مزيج دقيق من الرموز والألوان والأيقونات الطبية ذات الدلالة الواضحة، مثل شريط التوعية، وأدوات الفحص، والشخصيات الطبية، مما عزز من قوة الرسائل الاتصالية؛ ولقد ساهمت الألوان الهادئة مثل الأزرق والأخضر في بناء شعور بالثقة والطمأنينة، بينما استخدم الأحمر والبنفسجي للتنبيه والتمييز الموضوعي؛ كما تميزت المنشورات بزوايا إخراج منظمة تركز على خطوات وقائية عملية؛ وقد عززت العبارات البصرية المحفزة مثل "من بدري أمان" و"خطوة بتحمي حياتك" من قدرة الحملة على تحفيز الجمهور للتفاعل والمشاركة، وهو ما يعكس نجاحًا سيميولوجيًا واضحًا في التأثير على سلوك الجمهور بطريقة غير مباشرة ولكن فعالة.

ب. **نتائج الاستبيان الميداني:** أظهرت نتائج الاستبيان أن العناصر البصرية في منشورات الحملة كان لها تأثير قوي على وعي وسلوك الجمهور، حيث أكد أكثر من (٦٠%) من العينة أنهم تأثروا بشكل مباشر بالمحتوى المرئي؛ وقد جاءت الفيديوهات في صدارة أدوات الجذب، يليها الصور والنصوص، بينما ظهر ضعف نسبي في استخدام الرسوم التوضيحية؛ كما بين الاستبيان تباينًا في تقييم الهوية البصرية بين من رأى تميزًا واضحًا للحملة ومن اعتبرها تقليدية، مما يدل على أهمية التطوير المستمر؛ وإحصائيًا، فلقد أثبتت نتائج الارتباط والانحدار صحة

جميع الفرضيات الخمس للدراسة، مؤكدة وجود علاقات دالة بين استخدام الرموز وتفسير الرسائل، وبين كثافة التعرض للمحتوى وتكوين صورة ذهنية إيجابية عن أداء القطاع الصحي؛ وعليه فقد تعكس هذه النتائج فاعلية المحتوى البصري ليس فقط في التوعية بل في تشكيل السلوك الوقائي والثقة المؤسسية لدى المواطنين.

ت. **نتائج مجموعات النقاش المركزة:** أكدت نتائج النقاشات البؤرية التي أجريت عبر واتساب مع ٢٣ مشاركاً أن الرموز البصرية والألوان، خصوصاً اللون الأخضر والشعارات الطبية، ساعدت بشكل كبير في تسهيل الفهم ونقل الرسائل دون الحاجة إلى قراءة نصوص مطولة؛ وظهر إجماع على أن التصميمات المميزة والبساطة البصرية دعمت صورة ذهنية إيجابية للحملة، بوصفها منظمة وجادة؛ كما أشارت النقاشات إلى أن كثيراً من المشاركين قاموا فعلياً بإجراء فحوصات أو مشاركة المحتوى، مما يعكس الأثر السلوكي الفعال؛ وقد اقترح المشاركون تطوير المحتوى من خلال توسيع استخدام الفيديوهات والإنفوجرافيك، وتبسيط الرسائل، وتضمين لهجات محلية وقصص واقعية، بما يعكس وعياً جماهيرياً نقدياً ناضجاً يسعى لتطوير أدوات الاتصال الصحي الرسمية.

➤ **وعليه** فقد تتلاقى النتائج الثلاث في تأكيد الدور المحوري للعناصر السيميولوجية والبصرية في تشكيل الوعي والسلوك الصحي لدى الجمهور؛ كما تثبت أن التكامل بين التصميم البصري الفعال، والتحليل الإحصائي الدقيق، والتفاعل الجماهيري النوعي هو الأساس لبناء حملات صحية ناجحة تحقق التأثير المطلوب على المستوى الإدراكي والسلوكي والثقافي.



توصيات البحث

أولاً: توصيات موجهة للقائمين على الحملة (المؤسسة/ المبادرة)

١. ضرورة تطوير عناصر التصميم البصري بشكل دوري لتجنب التكرار البصري الذي أشار إليه الجمهور، مع الحفاظ على اتساق الشعار والألوان الرسمية لتعزيز الارتباط الذهني بالمبادرة.
٢. يوصى بتكثيف إنتاج فيديوهات ذات طابع قصير، بسيط، وعملي توضح الخطوات الوقائية والفحوصات، وتدمج بها رموز بصرية مألوفة نظراً لتصدرها لقائمة المحتويات الأقل جذباً.
٣. توظيف استراتيجيات "التفاعل النشط" مثل استطلاعات الرأي، المسابقات الصحية، والقصص الواقعية؛ لتحفيز الجمهور على إنتاج محتوى داعم يعكس تجربته الشخصية مع المبادرة.
٤. يجب إعادة تصميم الرسوم التوضيحية بطريقة أكثر وضوحاً وبساطة، وتكييفها مع السياق الثقافي واللغوي للمجتمع المصري، بما في ذلك استخدام اللهجات المحلية.
٥. توظيف الصور الواقعية لحالات مجتمعية فعلية من الميدان مما يعزز المصدقية ويخلق بعداً وجدانياً لدى الجمهور، خاصة إذا ارتبطت القصص بإطار درامي توعوي غير مباشر.
٦. يوصى بإضافة أكواد QR أو روابط مباشرة للحجز أو معرفة أقرب نقطة فحص ضمن المنشورات، مما يحول الرسالة البصرية من التوعية إلى الإجراء العملي الفوري.

ثانياً: توصيات موجهة للجمهور المصري

١. يوصى بأن يتعامل الجمهور مع الرسائل الصحية ليس فقط كمتلقي سلبي، بل كمشارك واع قادر على تحليل وتقييم المضمون وتحديد مصداقيته بناءً على سياقه الشخصي.
٢. تعزيز ثقافة "المشاركة الصحية"، عبر مشاركة الفيديوهات والمنشورات الرسمية للمبادرة على نطاق العائلة والعمل، بما يسهم في نشر الوعي عبر القنوات غير الرسمية.
٣. على الجمهور إدراك أن الضغط على "إعجاب" أو "مشاركة" ليس نهاية التفاعل، بل بداية لسلوك فعلي مثل الفحص، المتابعة، أو نشر التجربة الواقعية لتشجيع الآخرين.

ثالثاً: توصيات علمية وبحثية

١. يوصي البحث بتبني إطار مفاهيمي يجمع بين مبادئ التحليل السيميولوجي ونماذج الاتصال الجماهيري، بهدف تطوير أداة علمية يمكن من خلالها قياس تأثير الرموز والألوان واللغة البصرية على إدراك الرسائل الصحية وتكوين الصورة الذهنية.
٢. يقترح إجراء دراسات مقارنة تحليلية بين الحملات البصرية الرسمية وبين تلك التي تنفذها مؤسسات المجتمع المدني، لقياس الفروق في استخدام الدلالات البصرية ومستوى التفاعل، بما يدعم التوصيف الدقيق لعناصر الجذب والفعالية.
٣. يوصي البحث بإجراء بحوث مستقبلية تعتمد منهج الدراسات الطولية (Longitudinal Studies) لقياس الأثر المستدام للخطاب البصري الصحي على المدى البعيد، سواء في تعديل السلوك أو بناء المصداقية المؤسسية.

المراجع

أ. المراجع العربية

- 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 ٢١٦-٢٤٥
- 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 ١٥٨-٢٢٧
- 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
- بن عياش، رباب (٢٠٢٢م): رمزية أسلوب التعبير النصي في الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر: دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من خطاب صفحات فيسبوك؛ الجزائر، مجلة المعيار، مج ١٣، ع ٢٤، ٩٧٤ - ٩٨٥.
- بوعزيزي؛ محسن (٢٠٠٠م): سيميولوجيا الأشكال الاجتماعية عند رولان بارت، القاهرة، مجلة الفكر العربي المعاصر، المجلد (١١)، العدد (١١٢)، ص ٨٤
- جميل، حمداوي (٢٠١٠م): السيميولوجيا بين النظرية والتطبيق، دار الوارق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ص ٥٢٩
- سالم، أحمد (٢٠١٤م): صورة الإسلاميين علي الشاشة، بيروت، مركز نماء للبحوث والدراسات، الطبعة الأولى، ص ٥٥
- 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، ع ٢٥٤، ٤٣٧ - ٤٨٧
- عجوة، علي (١٩٨٣م): العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ص ١٥-١٦



- 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
- علي، محمود سيد (٢٠٢٣م): سيميولوجيا الصورة في الخطاب الإعلامي للتنظيمات الإرهابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: داعش نموذجا؛ القاهرة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ع٢٥٦، ٥٦٩ - ٥٩٩.
- 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 نموذجا؛ القاهرة، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد (٣)، العدد (٦١)، ص ١١٩٣-١٢٤٠
- محروس؛ رحاب حسين (٢٠٢٤م): سيميائية صورة العدوان على غزة على صفحات المؤسسات الدينية وتفاعلية المستخدمين: الصفحة الرسمية للأزهر الشريف أنموذجا؛ القاهرة، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد (٢)، العدد (٦٩)، ص ٨٠٥-٨٥٤
- منصور، عواطف (٢٠١٧): الجسد والصورة في الخطاب الإعلاني من خلال السيميائية البارتيية (رولان بارت)؛ مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (١)، العدد (١)، ص ٣٩

ب. المراجع الأجنبية

- 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.
- 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

