

التحليل السيميوطيقي لتصميم الأيقونات البيكتوجرامية والأيدوجرامية في الحملات التوعوية: دراسة سيميائية

د. حازم ناصر حسين*

ملخص الدراسة:

أُلقت هذه الدراسة الضوء على الأيقونات البيكتوجرامية التوعوية من خلال التحليل الدلالي لعناصر الأيقونات البيكتوجرامية والأيدوجرامية في قضايا الزواج المبكر، التدخين، الإدمان، التحرش، التعصب الرياضي، التتمر، العنصرية، العنف ضد المرأة، العنف ضد الأطفال ذوي الإعاقة، سرطان الثدي، واعتمدت هذه الدراسة علي النظرية الرمزية والتي تشير أبعادها إلى أن معاني الموضوعات والرموز التي يتكون منها العالم هي التي تكون الصورة الذهنية لفهم المعنى لدى الفرد، وتتمثل متغيرات المشكلة البحثية في: التحليل السيميوطيقي للعلامات البيكتوجرامية والأيدوجرامية كمتغير مستقل، وتأثيرها في التوعية كمتغير تابع، سلطت هذه الدراسة الضوء على أهمية ودور البيكتوجرام والأيدوجرام في عمليات تصميم الإعلان بصفة عامة وإعلانات المجال التوعوي بشكل خاص، كما اعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستعان الباحث بأداة التحليل السيميائي في تحليل البيكتوجرام والأيدوجرام عينة الدراسة، وعلى عينة عمدية من العلامات والرسومات والصور البيكتوجرامية والأيدوجرامية التوعوية. ومن النتائج التي توصلت إليها اعتبار منظومة العلامات التوعوية هي منظومة بصرية لتدفق المعلومات التي تخدم حركة الإنسان داخل الأماكن والمؤسسات المختلفة.

الكلمات المفتاحية: التحليل السيميوطيقي، الأيقونات، البيكتوجرام، الأيدوجرام، الحملات التوعوية.

* المدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب- جامعة الوادي الجديد.

Semiotic analysis in the design of pictogram and ideogram icons in awareness campaigns. (a semiotic study)

Abstract:

This study sheds light on awareness-raising pictogram icons through semantic analysis of the elements of pictogram and ideogram icons on issues of early marriage, smoking, addiction, harassment, sports fanaticism, bullying, racism, violence against women, violence against children with disabilities, breast cancer., This study relied on symbolic theory, the dimensions of which indicate that the meanings of the objects and symbols that make up the world are what constitute the mental image for understanding meaning for the individual. The variables of the research problem are represented in: the semiotic analysis of pictographic and ideographic signs as an independent variable, and their impact on awareness as a dependent variable. This highlighted The study sheds light on the importance and role of pictograms and ideograms in the process of designing advertisements in general and advertisements in the awareness field in particular. The study also relied on a survey approach, and the researcher used the semiotic analysis tool to analyze the pictograms and ideograms of the study sample, and on a deliberate sample of signs, drawings, pictograms, and awareness-raising ideograms, from the results I reached is that the awareness system is a visual system for the flow of information that serves human movement within different places and institutions

keywords: semiotic analysis, icons, icons pictogram , ideogram ,awareness campaigns.

المقدمة:

يعرف إن الإنسان هو أول من ابتدع من الشكل ما يعبر به من مخاوفه أو مشاعره أو أفراحه إذن فالشكل كان وما زال منذ القدم وعلى مر العصور وسيلة التعبير ووسيلة الاتصال عبر الحضارات المختلفة. فالشكل يحزر الأشياء والأفعال من التشتت والتخبط والابتذال وهو أكثر الطرق لنقل الخبرة، الفكرة التصميمية وصياغتها داخل شكل هندسي هي والتواصل بين البشر ببسر وسهولة من أهم عناصر جذب الشخص، وهي ما تؤثر في انجذاب الحواس في بداية التفاعل مع الشكل المحيط مما يؤدي إلى انجذاب العين إلى تصميم Pictogram البيكتوجرام، والأيديوجرام، Ideogram فالإنسان بطبيعته يتمتع بفلسفة معينة من خلال انتقاء التصميم الجيد Pictogram. وتطورت مجالات وتقنيات العلامة البيكتوجرامية وهي ترتبط بكثير من الخدمات التي يتم تقديمها مباشرة إلى الجمهور في جميع أنحاء العالم. ودورها كالاتي تفيد المتلقي عند السير في أي مكان سواء داخلي أو خارجي وكذلك يساعد على خلق جو حضاري داخل المكان مما يسهل على الزائر الوصول إلى المكان المطلوب فيهدف هذا المصمم في المحيط الذي يعيش فيه على تلبية احتياجاتهم وسلامتهم من المخاطر، وتعتبر من العناصر الهامة التي يحتاج إليها المصمم الأسس الفنية التي تمثل كياناً أساسياً في جميع المراحل التي يمر بها أثناء تصميم البيكتوجرام، وتلقي هذه الدراسة الضوء على العلامات البيكتوجرامية والأيديوجرامية التوعوية من خلال التحليل الدلالي لعناصر الأيقونات البيكتوجرامية والأيديوجرامية في قضايا، الزواج المبكر، التدخين، الإدمان، التحرش، التعصب الرياضي، التنمر، العنصرية، العنف ضد المرأة، العنف ضد الأطفال ذوي الإعاقة، سرطان الثدي.

الإطار المعرفي للدراسة:

أولاً: التحليل السيميولوجي:

إن التحليل السيميولوجي، ورغم الجدال القائم حول كونه منهج بحث أو مقارنة علمية أو مجرد أسلوب أو أداة تحليل، يسعى من خلال وضع قواعد علمية إلى تجاوز مشكلة تعدد المعنى التي تميز الصور وفرض تطبيق إجراءات وخطوات تسمح بالكشف عن الدلالة الموضوعية والتي تحقق أكبر قدر من التوافق بين مجموع الباحثين العلميين، وهو ما يميز التحليل السيميولوجي كمقاربة علمية عن النقد كعملية إيديولوجية، وضمن هذا تم تطوير أجهزة منهجية إجرائية تتعامل مع الصورة في أنيتها لتحليلها، وهو جوهر الفكر البنوي الذي تنتمي إليه السيميولوجيا (1).

- مفهوم السيميولوجيا:

التعريف اللغوي للسيميولوجيا: تتكون من الكلمة اليونانية (Semeion) الذي يعني علامة، و (Logos) الذي يعني خطاب وبناءً عليه تُعني السيميولوجيا "خطاب العلامة" أي ما تقوله العلامة (2).

السيميولوجيا: هي علم يدرس حياة العلامات داخل المجتمع (3).

الدراسات السيميائية هي دراسات متشعبة، بدءاً من دراسة السلوك التواصلية وصولاً لتحليل الأنظمة التي تدل على الاتصالات الجسدية البشرية (علم الحركة)، والنظرية الجمالية والبلاغية (4).

وقد اشار (إمبريتو إيكو) في كتابه بعنوان نظرية السيميائية الي أن السيميائية هي المعنية بدراسة كل ما يمكن أن يؤخذ كعلامة(5).

أما في علم السيميولوجيا فيجب علينا أن نتعامل مع الأنظمة المختلفة التي تنطوي علي أنواع مختلفة من المادة (الصوت والكتابة والصورة وما إلي ذلك) (6).

وبذلك يمكن للسيميولوجيا بحسب بويسنس أن تُعرف باعتبارها دراسة طرق التواصل، أي دراسة طرق المستخدمة في التأثير علي الغير والمعتزف بها بتلك الصفة من قِبل الشخص الذي تتوخي التأثير عليه، فالسيميولوجيا كما يقول "برييطو" ينبغي عليها أن تهتم فيما يري بويسنس بالوقائع القابلة للإدراك والمرتبطة بالحالات للوعي والمنتجة بقصد التعريف بحالات الوعي هاته. وبعبارة أخرى "إن التواصل هو الذي يشكل موضوع السيميولوجيا، والتواصل المقصود من جنس التواصل اللساني لأن هذا التواصل هو التواصل الحق" (7).

ويمكننا التمييز بين ثلاث أنواع من الأمارات هي:

الإمارات العفوية: وهي التي تتكون من وقائع تمدنا بإشارات، دون أن تكون هذه الوقائع قد أنتجت لهذا العرض سواء تعلق الأمر بالوقائع الطبيعية أم بالوقائع المصنوعة من قِبل الانسان بشكل لا إرادي أو وقائع مصنوعة ذات قصد مغاير لقصد الإشارة: مثل لون السماء الذي يشير بالنسبة لصياد السمك، الي حالة البحر يوم غد.

الإمارات العفوية المغلوطة: مثلاً علي ذلك اللكنة التي ينتجها متكلم ما راغب في ايهامنا بأنه أجنبي.

الإمارات القصدية: ويتعلق الأمر بالوقائع التي توفر إشارات أنتجت قصداً لتوفيرها وهي إشارات لا تبلغ هذا الهدف إلا شريطة الاعتراف بها بوصفها أنتجت لتبليغ ذلك الهدف، مثال: علامات المرور. وتسمى الإمارة القصدية علامة(8).

ويتم التواصل غير اللساني عبر أنساق اللغة ومن خلال ثلاثة معايير طبقاً لبويسنس (Buysens):

- معيار الإشارية النسقية الثابتة مثل: الدوائر، المستطيلات، علامات السير.
- معيار الإشارية اللانسقية المتحولة (المتغيرة) مثل: الملصقات الدعائية.
- معيار الإشارية ذات العلاقة الجوهرية بين معني المؤشر وشكله مثل: الشعائر الصغيرة التي توضع فوق واجهات المتاجر قصد ترويج البضائع(9).

- المنهج السيميولوجي:

ولذلك فإن المهم في التحليل السيميولوجي ليس الوصول إلى المعنى الذي يكشف عنه النص، بل الكيفية التي قال بها النص ما قاله. وذلك يتطلب منا مراعاة مستويين في النص: المستوى السطحي ومستوى العمق(10).

تتجلي وظيفة العلامة في إيصال أفكار بواسطة الرسالة، وهذا يستلزم مرجعاً، وعلامات، وإنه يستلزم أيضاً قاعدة وأداة توصيل. وكذلك يفترض وجود مُرسِل ومُرسل إليه(11).

- السيميولوجيا والإدراكات الحسية البصرية.

فإدراك الإنسان لعالمه الخارجي ليس عملية بسيطة تكفي بالربط بينات مدركة وموضوع مدرك ضمن علاقة مباشرة لا تحتاج إلي وسائط، إنها على العكس من ذلك عملية بالغة التعقيد، فهي تستدعي سلسلة من العمليات غير المرئية من أجل نقل العوالم الحسية من موقعها داخل الطبيعة لإدراجها ضمن الأكوان التي تمثلها المخططات المجردة.

الأنساق غير اللفظية ووظيفتها التواصلية.

الرموز كأداة للاتصال وهو الجانب الأوسع انتشاراً والأساس في استخدام الرموز في كل أنماط الإتصال الفعال، وبدون الرموز فإن الإتصال يصبح غير ممكناً سواء عن طريق اللغة المنطوقة أو اللغة المكتوبة، فنحن نستخدم الرموز لتوصيل بعض الأفكار البسيطة.

تقوم القناة البصرية بدور أساسي في التواصل بصفة عامة والتواصل البيداغوجي بصفة خاصة * هناك مجموعة من الآليات والمفاهيم الإجرائية التي ينبغي الاعتماد عليها في تحليل أنظمة التواصل وهي:

1- العلامة: تعد العلامة المفهوم الأساسي للسيميولوجيا(12). والعلامة في اللغة العلاقة بين الدال (صورة صوت) والمدلول (مفهوم ذهني)، فكل خطاب منطوق أو مكتوب هو نسق من العلاقات اللغوية، أما العلامات غير اللغوية فهي نظام الإشارات غير المنطوقة كعلامات المرور أو المؤشرات والرموز المرئية والملصقات والإشهار والصورة وغيرها، وقد وضع بيرس تعريفاً منطوقاً للعلامة علي أنها شيء ما يمثل شيئاً ما، بالنسبة لشخص ما، بمظهر ما، أو امكانية ما(13).

2- الأيقونة: وهي تمثيل محسوس لشيء قصد تبيان خصائصه وسماته مثل صورة شخص أو خريطة بلد، فالأيقونة تحتوي على تشابه إلى ما نعرفه بالفعل أو نتصوره حول كائن أو شخص، وتشمل الأيقونات، واللوحات، الخرائط والصور الفوتوغرافية(14).

3- المؤشر **Indice** : وهو ما يخبر عن شيء مستتر كالدخان فهو مؤشر على النار إذا لم تكن مرئية، وعلامات الوجه قد تكون مؤشرا على فرح أو غضب أو حزن.

4- الرمز **Symbole**: وهو كل علامة تشير إلى هوية شيء مثل الحمامة للسلام أو الميزان كرمز للعدالة، والرمز هو نظام لمعنى مشترك بين مجموعة من الناس بينهم ثقافة مشتركة(15)، والرمز كأداة للتعبير لا يقدم فقط بيانات اتصال أساسية، ولكنه يقدم أفكار أو مفاهيم بالطريقة التي يمكن للمتلقي أن يفهمها(16).

إذا، فالتواصل غير اللفظي هو تواصل بدون اللغة الإنسانية أي بدون تحقق سمعي وصوتي(17).

* مبادئ التصميم البصري:

- البساطة:

أول مبدأ في التصميم هو البساطة، وهو يعني أن كل صورة أو رسم ينبغي أن يتعامل مع مفهوم واحد فقط، ويقدم المعلومات الضرورية للمشاهدين لإستيعاب هذا المفهوم، والصورة توصل الرسائل المطلوبة بشكل فعال إذا احتوت فقط على التفاصيل الضرورية.

- الوضوح:

هو مبدأ ينص على أن العناصر البصرية التي يتم تصميمها يجب أن تتميز بوجود تفاصيل كافية تمكن المشاهد من قراءتها بوضوح. وهو سمة للبصريات التي تضمن وصول المعنى إلي المتلقي المستهدف، فالمعلومات المتضمنة في الصورة لا بد وأن تكون داخل خبرات المشاهد السابقة بحيث يكون قادر على استدعاؤها مرة أخرى.

- الاتزان:

وهو مبدأ يهتم بوضوح أجزاء أو مكونات الصورة في ترتيب فني مرغوب فيه، وإذا انتبهنا إلى إتزان الصورة فإن كل عنصر له وزن يتناسب مع حجمه، أو لونه، أو شكله.

- التوافق:

وهو مبدأ ينص على أن كل أجزاء الصورة يجب أن ترتبط ببعضها البعض، وهذا يتضمن كل أساليب الرسم، والألوان المستخدمة، والبنية والنسيج، بالإضافة إلى أحجام العناصر والأجزاء.

- التنظيم:

وهو يشير إلي وضع العناصر المكونة للصورة والرسم، ويعني ضرورة وجود مسار واضح للعين يجب أن تتبعه، ويتم هذا عن طريق ترتيب العناصر من الأعم إلي الأخص.

- التركيز:

الهدف من التركيز هو جعل أحد عناصر الصورة تبدو متميزة عن بقيتها، ويجب أن يكون هذا العنصر هو العنصر هو أهم جزء من الصورة، بل ويعتبر هو بؤرة الصورة.

- الوحدة:

وهو المبدأ الذي يتعلق بوضع عناصر الصورة أو مكوناتها بحيث تبدو للمشاهد كما لو كانت وحدة واحدة أو كم متكامل.

- المنظور:

هو عبارة عن تمثيل العلاقات الميكانيكية أو الفراغية للأشياء بالطريقة التي تبدو بها العين البشرية وكأنها حقيقية(18).

* الأنساق غير اللفظية ووظيفتها التواصلية:

البناء الثقافي والاجتماعي للشخصيات: في كل المجتمعات، فإن المظهر الشخصي يشكل أحد أهم الجوانب في التفاعل الاجتماعي فالمظهر الشخصي يمكنه أن يعكس معلومات دقيقة أو غير دقيقة من وإلى الشخص الملاحظ وذلك الذي يلاحظه، فالملابس يمكنها أن تحدد هوية الشخص، وذوقه، ومنزله، وهيئته، وقيمه وشخصيته، واتجاهه نحو الآخرين⁽¹⁹⁾.

حيث إن الزي يمثل إحدى التي تكشف الشخصية وابعادها الدرامية داخل المنجز المرئي، نتيجة العلاقة التي تربط الزي بالشخصية. لذا يلجأ صانع العمل الفني إلى الاهتمام بالزي، لكي يثير من خلاله الخيال وليعبر عن طبيعة الشخصية، عبر إيصال المعاني والأفكار والدلالات الموحية بهذا الزي، وهذا بطبيعة الحال نابع من الصور الذهنية المتخيلة ودورها في بناء الشخصية وأبعادها وتأثيرها على المتلقي⁽²⁰⁾.

- **الإشارات الدالة على القرب:** يتعلق باستعمال الانسان للمجال المكاني في وصف قرب أو بعد المكان وعلاقة المكان بالشخصيات والتأصيل الثقافي.

- **التواصل البصري والسمعي والشمي واللمسي والذوق:** يتعلق باستعمال أنساق دلالية غير لفظية لجميع أنواع التواصل الشمي واللمسي.

- **التواصل الشبني:** هي الأنساق القائمة على أشياء يروضها الإنسان، وينتجها، ويستعملها سواء، ثياب، حلي، وزخارف، وأدوات مختلفة، وآلات من كل نوع، وموسيقي وفنون رمزية.

- **التواصل المؤسسي:** المقصود به كل الأنساق المتصلة بروابط القرابة والطقوس والأعراف والعادات والديانات والمستوي الاقتصادي⁽²¹⁾.

الأزياء: يمثل الزي احدي أهم الوسائل التي تكشف الشخصية وأبعادها الدرامية داخل المنجز المرئي، نتيجة العلاقة التي تربط الزي بالشخصية لذا يلجأ صانع العمل الفني إلى الاهتمام بالزي، لكي يثير من خلاله الخيال وليعبر عن طبيعة الشخصية، عبر إيصال المعاني والأفكار والدلالات الموحية بهذا الزي، وهذا بطبيعة الحال نابع من الصور الذهنية المتخيلة ودورها في بناء الشخصية وأبعادها وتأثيرها على المتلقي⁽²²⁾.

1- **الألوان ودلالاتها:** للألوان دلالات نفسية واجتماعية وثقافية متعددة حسب طرق استخدامها وموقعها حيث أنها تدل على بعض المعاني الخاصة وتعطي تأثيرات ثابتة.

فاللون الأبيض مثلاً: هو لون يجمع الألوان جميعاً، وهذا اللون استخدم دائماً للتعبير عن النصر والطهارة وهو يوحي بالغبطة والسلام، ومعناه في اليونانية السعادة والمرح.

الأسود: فهو عكس الأبيض تماماً، فهو لون الحداد والسلم والبؤس والتشاؤم.

الأصفر: لون أساس يمثل أحياناً الغش والخداع.

الأحمر: لون أساسي وهو يدل على القسوة والثورة والغضب والإثم والخطر، ويثير الغرائز، والدم والحروب.

الأزرق: فهو ثالث الألوان الأساسية وهو لون نبيل، ويرمز إلى الصدق والحكمة والخلود والإخلاص والثبات.

البنفسجي: لون الطغيان والسلطان والحب مع الحكمة وهو لون له دلالات مختلفة فعندما يختلط مع الأبيض أو الأسود فإنه يبدو تشاؤمياً فيه معني الموت والجنائز.

الأخضر: هو أكثر الألوان تنوعاً ويمكن الحصول عليه في أماكن مختلفة، وقد فضله الفنانون دائماً على جميع الألوان، وهو يرمز إلى النبل والأمل والحياة الزاهية(23).

سيميولوجيا الأنساق البصرية:

مفهوم الصورة ووظائفها:

الصورة نسق سيميائي دال يتضافر أو يتفاعل فيه ما هو لغوي بما هو غير لغوي(24). وفي قاموس " روبير " تُعرف بانها: اعادة انتاج طبق الاصل أو تمثيل متشابه لكائن أو شيء(25). أما في الاصطلاح السيميوطيقي فان الصورة تنطوي تحت نوع اعم يطلق عليه الأيقون (Icon)، وهو يشمل العلامات التي تكون فيها العلاقة بين الدال والمرجع قائمة علي المشابهة والتمثيل(26). حيث أن أدوار الصورة ووظائفها تكاملية مع النص أو الصوت المنطوق في وسائل الإعلام وهذا ما يسعى إلى توظيفه بدقة المصمم التلفزيوني ليظهر المنتج الإعلامي وفقاً لرؤية ووظائف الصورة وتوافقها مع النص(27).

التواصل البصري وشروطه:

إن من شروط قيام تواصل بصري سليم عدم وجود موانع تفصل بين المرسل والمتلقي كالرؤية الضعيفة أو المنعدمة مثلاً علي خلاف التواصل اللساني الذي يتم في كافة الأحوال وفي كل المواقع والمناسبات(28).

الصورة مادة اتصال تقيم علاقة بين المرسل والمتلقي، فمرسل الصورة لا يقترح رؤية محايدة للأشياء والمتلقي يقرأها انطلاقاً ما يسميه الباحث الفرنسي جون دافينو "J. Duvignaud" بالتجربة الجمالية والمخيال الاجتماعي، وذلك لأن الصورة لا تخاطب حاسة البصر لدي المتلقي فقط، بل تحك حواسه وأحاسيسه وميراثه العاطفي والاجتماعي(29).

ثانياً البيكتوجرام:

تُعد الفكرة التصميمية وصياغتها داخل الشكل الهندسي من أهم عناصر جذب المتلقي إليها، فالإنسان يتمتع بفلسفة معينة من خلال انتقاء التصميم الجيد للبيكتوجرام وهي ما تؤثر في انجذاب الحواس في بداية التفاعل مع الشكل المحيط مما يحقق انجذاب العين إلى تصميم البيكتوجرام الموضح.

لقد توسعت مجالات وتقنيات الأيقونات البيكتوجرامية والتي تعتبر من المجالات التي ترتبط بكثير من الخدمات التي يقدمها مباشرة إلى جمهورها في جميع أنحاء العالم لأنها من الوسائل المهمة التي تفيد المتلقي عند السير في أي مكان سواء داخل أو خارج مما يساعد على خلق جو حضاري داخل المكان ومما يسهل على الزائر الوصول إلى المكان المطلوب، ويعتمد ذلك على المصمم الذي لديه دور مهم في المحيط الذي يعيش فيه من تلبية احتياجاتهم وسلامتهم من المخاطر(30).

مفهوم البيكتوجرام والأيديوجرام:

عرف القاموس المورد بأن كلمة Pictogram باللغة الإنجليزية تتكون من مقطعين لغويين Pict وهي اختصار لكلمة Picture ومعناها صورة والمقطع Gram وهي لاحقة بمعنى شيء مرسوم أو مكتوب. عرفه العجاوي والريفي وحسين بأنه " الكتابة باستخدام الصور" (31).

البيكتوجرام هو تطور لنظم الكتابة بأشكال بسيطة تمثل المفردات الأساسية للأشياء ومفاهيمها وقد تطورت هذه الرموز إلى الأيديوجرام ثم إلى الفونوغرام والذي يمثل مقاطع أو أصواتاً أساسية، ثم تطورت اللغة الصورية من الأشكال الرقمية إلى الإشارة أو الرمز (32).

هو الرسم التخطيطي أو ببساطة الصورة هي رمز رسومي ينقل معناه من خلال تشابهه التصويري مع كائن مادي. غالباً ما تستخدم الرسوم التوضيحية في أنظمة الكتابة والرسوم البيانية حيث تكون الشخصيات إلى حد كبير تصويرياً في المظهر. يمكن أيضاً استخدام الرسم التخطيطي في مواضيع مثل الترفيه والسياحة والجغرافيا.

الرسم التخطيطي هو شكل من أشكال الكتابة الذي يستخدم رسومات تمثيلية وتصويرية، على غرار الكتابة المسماوية، وإلى حد ما، الكتابة الهيروغليفية، والتي تستخدم أيضاً الرسومات كأحرف صوتية أو قوافي حاسمة. بعض الصور التوضيحية، مثل الرسوم التوضيحية للمخاطر، هي عناصر من اللغات الرسمية.

ولهذا يصبح للمصمم الإعلاني دوراً كبيراً في توفير أفضل السبل التي تجعل إدراك وإحساس الإنسان يعمل بصورة جيدة، حيث إن أفراد المجتمع يفترضون في المصمم الذي قام بعمل تصميم العلامات الإرشادية أنه قام بعملهم بإخلاص ويضعون ثقتهم في الإرشادات والدلالات الموجودة، وبإدراك هذه الطبيعة نتفهم مدى أهمية منظومة العلامات الإرشادية والتوعوية وأهمية لأن تكون واضحة وغير مضللة خاصة الموجهة لأماكن ذات رعاية خاصة كدور المسنين والمستشفيات لمراعاة الحالة النفسية المتوترة للمرضى حيث ينبغي أن توفر العلامات الإرشادية والتوعوية لدى الفرد بأنه مازال على الطريق الصحيح وذلك باستعمال علامات مميزة وعلامات إرشاد مما يساعد عند الحاجة إلى اتخاذ القرارات وتغيير الاتجاهات.

الأيديوجرام: يعرف بأنه رسم فكري لموضوع يستقيه المصمم من خياله تجاه قضية معينة أو تسويق ما بحيث يصبح مألوفاً لدى الجمهور بعد فترة معينة ومعبراً عن هذه الفكرة أو المنتج ومرتبطة بالموضوع ذاته وذلك بقصد إيصال رسالة اتصالية معينة.

وقد تتضمن الأيقونة خليط مزدوج من الأيقونات الدلالية التصويرية والفكرية أي قد تتضمن الأيقونة مزج بين العلامة البيكتوجرامية والأيدولوجية وفي هذه الحالة يطلق على الأيقونة أو العلامة بيكتوجرام أو أيديوجرام ولكن يرى الباحث أن الأقرب هو تسميتها بيكتوجرام حيث يكون المدلول الأساسي من الرسالة الاتصالية في هذه الحالة هو الرسم التصويري المعبر عن الرسالة الاتصالية من خلال المزج بالأيقونة الأيديوجرامية متمثلة في التحذير، التنبيه، التوعية أو الإرشاد.

متى يستخدم البيكتوجرام Pictogram والأيدويوجرام ideogram:

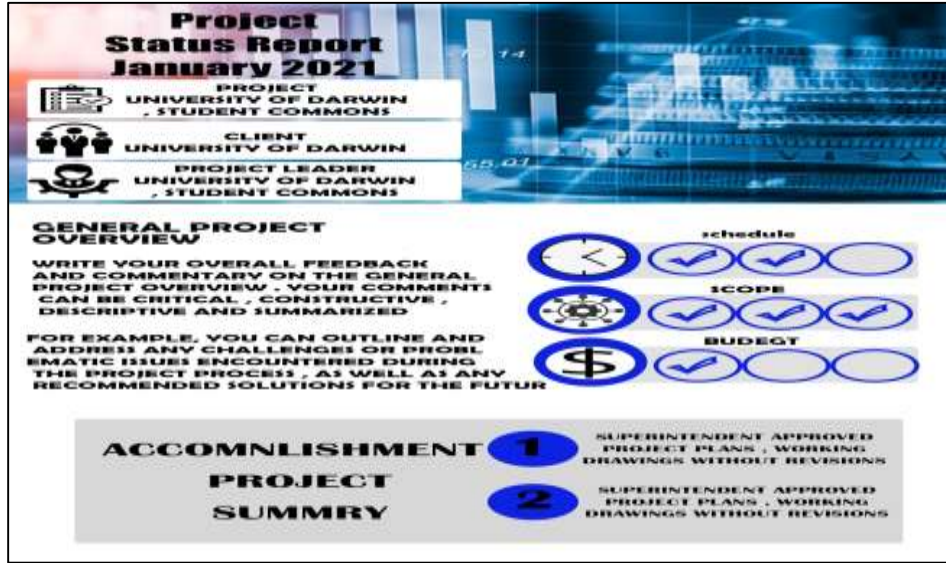
Pictogram يمكن أن تكون الصور التوضيحية مفيدة في كثير من الأحيان عند تصور البيانات في الرسوم البيانية والتقارير والعروض التقديمية وحتى السير الذاتية، يمكنك استخدام الرسم التخطيطي متى أردت أن تجعل البيانات البسيطة أكثر تشويقاً بصرياً أو لا تنسى، أو أكثر جاذبية. سواء كنت تريد إظهار حجم إحصاء مهم أو تصور جزء أو نسبة مئوية، يمكنك استخدام الصور التوضيحية لإضافة تأثير مرئي على البيانات البسيطة. ومن استخداماتها:

استخدم رسماً تخطيطياً لإظهار التصنيفات أو النتائج نحن نعلم أن الصور التوضيحية رائعة لإظهار النسب أو النسب المئوية البسيطة، أصبح من المألوف للجميع أشكال وتصميم مواقع التواصل الاجتماعي بحيث عند رؤية أي منها تصل رسالة اتصالية من خلال عملية الاتصال البصري بشكل سريع لاسم ونوع التطبيق بغض النظر عن وجود مفردات لفظية من عدمه حيث أن تصميم التطبيق ما هو إلا عبارة عن رسم تخيلي فكري أصبح مألوفاً مع مرور الوقت وانتشاره.



صورة (أ) توضح الرسم الفكري لبعض تطبيقات التواصل الاجتماعي

- 1- تستخدم في السيرة الذاتية بملخصات مهارات الرسم التخطيطي تظهر السيرة الذاتية للمعلومات المصورة كطريقة إبداعية لتوصيل مهاراتك وخبراتك لأصحاب العمل المحتملين.
- 2- تستخدم في تحقيق الهدف في تقرير حالة المشروع يمكن أيضاً استخدام الصور التوضيحية للإشارة إلى الحالة أو التقدم نحو الهدف. يمكن أن تستفيد جميع المستندات مثل خطط المشروع وخرائط طريق المنتج وتقارير حالة المشروع من مؤشر مرئي للتقدم في شكل رسم تخطيطي.



صورة(ب) توضح استخدام الأيقونات الدلالية في تبسيط الرسالة الاتصالية

1- استخدم الصور التوضيحية كإحصاءات مرئية لتلخيص نتائج الاستطلاع تعتبر الرسوم البيانية مثالية لتلخيص نتائج الاستطلاع وتقديمها. إنها أكثر إثارة للاهتمام من الأرقام الموضوعية ببساطة في الجداول وجداول البيانات، ويمكن أن تساعد القراء على استيعاب رؤى الاستطلاع الرئيسية.



صورة (ج) استخدم الصور التوضيحية كإحصاءات مرئية لتلخيص النتائج

2- ما هي استخدامات pictogram؟ تعد الرسوم التوضيحية طريقة رائعة لتعريف الجمهور بمعالجة البيانات، لأنها مرئية للغاية وسهلة الفهم والتفسير بشكل عام يمكن للجمهور ببساطة عد العناصر لمعرفة عدد الأشياء التي يمثلها كل خيار. على سبيل المثال، رسم تخطيطي لكيفية سفر الطلاب إلى المدرسة سيكون لكل خيار تمثيله صورة لهذا النوع من وسائل النقل.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على النظرية الرمزية التي ظهرت كحركة فنية في أواخر القرن التاسع عشر في دول فرنسا، وروسيا، وبلجيكا. وهي عبارة عن أسلوب فني يستخدم بكثرة في الفنون، لها طريقتها الخاصة في التفسير من خلال تضمين الرموز، أو الأشكال، أو الألوان، أو الصور المحددة التي يتم توصيلها إلى المشاهد برسالة أو بيان مقصود⁽³³⁾.

انتقل استخدام مصطلح "الرمزية" من الفنون في البداية إلى الأعمال الأدبية الأخرى مثل الكتاب عندما بدأ الكتاب في استخدام الرمزية في عملهم. وكلمة الرمز مشتقة من الكلمة اللاتينية التي تعني "العقيدة، أو الرمز المميز، أو العلامة". وأيضاً من الكلمة اليونانية التي تعني "الرمز المميز، أو الشعار، أو الإشارة"⁽³⁴⁾.

تتمتع الرموز بالعديد من المزايا مقارنة بالكلمة المكتوبة أو المنطوقة، فهي تتجاوز الحواجز الاصطناعية مثل حواجز اللغة وتحدث مباشرة إلى عقولنا؛ حيث يمكن فهم رسالتها واستيعابها على الفور. فالرموز هي أشكال اتصال قوية ومعقدة على الرغم من بساطتها الرسومية⁽³⁵⁾.

وتستخدم كلمة "الرمزية" حالياً بالمعنى الواسع؛ حيث يتم تطبيقها على الأشياء مثل الشعارات، والنمائم، والرسوم الزخرفية، والرموز، والعلامات، والشارات. كما تم استخدامها للإشارة إلى أشكال مختلفة من الخطاب وأنماط التفكير مثل التشبيه، والاستعارة، والكنائية، والمجاز المرسل، وكلها تختلف بالطبع عند علماء اللغة⁽³⁶⁾.

وتسعى النظرية الرمزية إلى الإشارة ضمناً من خلال الصور إلى ما يمكن وصفه فعلياً بوسائل اللغة، حيث يتم استخدام الرموز للإيحاء أكثر مما يمكن التعبير عنه بالكلمات. وبالتالي، حاولت الرمزية من خلال استخدام لغة ضمنية استحضار صورة فكرة معينة باستخدام بعض العوامل الخارجية ووسعت نطاق الخيال، وسلطت الضوء على المجهول والظلام والغامض⁽³⁷⁾.

كما أن هناك العديد من الكلمات المستخدمة لوصف الرموز. تستخدم كلمة "صورة" للإشارة إلى أي شبه مادي لشخص أو شيء، ويمكن للصورة أن تتخذ أي شكل، فكلمة "صورة" مأخوذة من الكلمة اللاتينية التي تعني نسخ أو تشابه أو ما يعادلها. لذلك، فإن الصور هي رموز يمكن كتابتها أو طباعتها⁽³⁸⁾.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات متعلقة بالتحليل السيميولوجي:

(1) دراسة محمد هاشم، برهان الدين عرفة (Muhammad Hasyim, 2023) و(Burhanuddin Arafah & (39) التي هدفت إلى تحديد كيفية تواصل الثقافات مع الوسائط المتعددة السيميائية لعصر الإعلام الجديد. النهج المستخدم هو السيميائية، أي النهج الذي ينظر إلى وسائل الإعلام كوسيلة لتبادل علامات تعدد الوسائط (الإشارات اللفظية وغير اللفظية المعقدة المستخدمة في الوقت الحقيقي). ويخلص هذا البحث إلى أن وسائل الإعلام الجديدة تنتج ثلاثة نماذج للتواصل بين مستخدمين وسائل التواصل الاجتماعي، وهي التواصل اللفظي واللفظي (الإشارة)، والتواصل اللفظي وغير اللفظي، والتواصل غير اللفظي وغير اللفظي. تضيف هذه الدراسة إلى أهمية مستخدمي الإنترنت في التواصل من خلال استخدام النماذج الثلاثة لتبقى حاسمة في الاستجابة لمختلف المعلومات الواردة والمنشورة. لأن استخدام الوسائط المتعددة السيميائية المتوافقة مع نماذج الاتصال يمكن أن يسبب مشاكل في معنى الرسالة المنقولة.

(2) دراسة إيمانويلا بلاكوياناكيس وآخرون (Emmanuella Plakoyiannaki, 2022) (40) التي هدفت إلى معالجة الدعوات البحثية لمعرفة كيفية حمل تجارب الاستهلاك (البصري) للمعاني وإيصالها إلى الأفراد. تطبيق نموذج نقل المعنى لمكراكن على الصورة الفوتوغرافية في المعرض. استخدم هذا البحث دراسة حالة تفسيرية لمعرض الصور الفوتوغرافية "مواجهة المرايا" الذي استضافته كجزء من بينالي الفن المعاصر، ويعتمد على مصادر متعددة للأدلة، أبرزها 50 مقابلة معمقة مع الزوار، والملاحظات والسجلات الأرشيفية. وضحت الدراسة ليس فقط التفاعل بين الممثلين ضمن سياق جمالي (أي حيث يتواجد المعنى ويبدأ في التدفق)، ولكن أيضاً كيف يسهل هذا التفاعل اكتساب المعنى ونقله داخل سياق جمالي (أي الفنانين كمصدر للرمز الرمزي). المعاني التي تساعد المستهلكين على المطالبة بمعنى تجربتهم). تتناول هذه النتيجة، من خلال الجمع بين نموذج نقل المعنى مع النهج السيميائي، دعوات للتحقيق في كيفية قيام المستهلكين بتخصيص المعاني الناشئة عن تجارب الاستهلاك (البصرية).

(3) دراسة محمد جعفر (Moehammad Gafar, 2021) (41) التي هدفت إلى معرفة معنى القومية في التصوير الصحفي لرياضات كرة القدم على إنستغرام الخاصة ببيكسي كاهيو. كما نعلم فإن إنستغرام عبارة عن وسيلة تواصل اجتماعية تم تصميمها بشكل جذاب باستخدام تقنية النشر السهلة جداً والقابلة للتطوير. يتيح وجود إنستغرام للأشخاص التعبير عن أفكارهم ليكونوا مبدعين. وفي الوقت نفسه، التصوير الفوتوغرافي هو فن ينعكس في الصورة. يرتبط التصوير الفوتوغرافي وإنستغرام ارتباطاً وثيقاً جداً لأن إنستغرام يُستخدم لنشر أعمال الصور. تستخدم هذه الدراسة منهجاً نوعياً باستخدام منهج التحليل السيميائي لرولان بارت لمعرفة معنى القومية في صور كرة القدم. وأظهرت النتائج أن المعنى الدلالي للصورة هو معنى كفاح الرياضي للدفاع عن الوطن وجعل الوطن فخوراً. ومعنى دلالة الصورة هو الرغبة

في الشعور بالحب والانتماء للوطن. ومعنى الرموز القومية من الصورة أن هناك العديد من الرموز القومية مثل النسر الذي له معنى كبير وقوي. العلم الإندونيسي الذي باللون الأحمر يعني الجريء واللون الأبيض يعني المقدس. تعبيرات الوجه التي تغني أغنية إندونيسيا رايا لها معنى الوحدة الوطنية والنزاهة. وتظهر أيضاً لفتة الاحترام والألوان الحمراء والبيضاء التي تميز الدولة الإندونيسية.

(4) دراسة مارينا لورينساو (Marina Lourenção, 2020)⁽⁴²⁾ التي هدفت إلى تحليل تأثير نوع الاتصال الخاص بصور الوجهة وشعار العلامة التجارية لبلد الوجهة والشعار المستخدم في الإعلانات على الاهتمام البصري للسائحين وفعالية الإعلان الملموسة. تم إجراء تجربة متعددة الأساليب باستخدام تتبع العين لقياس الاهتمام البصري، واستبيان لتحليل فعالية الإعلان المتصورة. تعمل هذه الورقة على توسيع النظرية المؤسسية في الإعلان السياحي من خلال الإشارة إلى أن الصور الفوتوغرافية للوجهة المقدمة من الاتصالات المستحدثة لها تأثير أكثر إيجابية على فعالية الإعلان المتصور لدى السائحين من الاتصال المشترك. علاوة على ذلك، يشار إلى أن شعار العلامة التجارية لدولة الوجهة يساهم في جذب انتباه السياح بشكل أكبر للإعلان بأكمله. يجب على المنظمات السياحية تطوير إعلانات باستخدام وسائل الاتصال المستحدثة وشعار العلامة التجارية للدولة للحصول على استجابات أفضل للسائحين.

(5) دراسة باتريشيا بيكازو وسيرجيو مورينو جيل (Patricia Picazo & Sergio Moreno-Gil, 2019)⁽⁴³⁾ التي حاولت تقييم وتحليل صورة الوجهة بشكل أساسي من منظور تصورات السياح. وحاولت الدراسة سد الفجوة من خلال إجراء مراجعة شاملة للأدبيات حول الصورة المتوقعة للوجهة على الصور الفوتوغرافية، والتي تغطي مصادر المعلومات التي تم تحليلها، والوجهات المضمنة، وعدد الصور، والإطار الزمني، والمنهجية، والتصنيف بشكل خاص (الأشخاص، والأنشطة الممثلة، والسياق السياحي) والسمات المحددة المستخدمة. وقامت الدراسة بتحليل محتوى الصور المعروضة في أي وسيلة إعلامية، وتحليل محتوى تلك الصور وتفكيكه. تم النظر في المقالات المنشورة بين عامي 1996 و 2015. وبشكل استثنائي، تم تضمين مقالة دان (1988) كعمل أساسي حول هذا الموضوع. تم جمع المقالات الكاملة فقط.

وأظهرت النتائج أن هناك عدد قليل جداً من الدراسات التي تقارن أكثر من وجهتين. وكانت المناطق الأكثر شعبية التي تم تحليلها هي آسيا وأوروبا. وقد تم تحليل الصور من خلال وسائل الترويج المختلفة، في حين أن هناك دوراً مهماً للكثيرات وتزايد شعبية المحتويات الرقمية (المواقع الإلكترونية). تولد وسائل التواصل الاجتماعي لمشاركة الصور (مثل إنستجرام فليكر) قدرًا كبيرًا من الصور ذات التأثير المتزايد وقد تم حذفها بشكل أساسي.

(6) دراسة (Douglas A. Ferguson & Clark F. Greer, 2018)⁽⁴⁴⁾ التي تناولت هذه الدراسة كيفية تصوير المحطات التجارية في جميع أنحاء الولايات المتحدة لنفسها من خلال المنشورات على إنستجرام. باستخدام المنهجية النوعية والنظرية السيميائية الاجتماعية، كشفت نتائج الدراسة عن موضوعين مهمين لمشاركات المحطات - الترويج للمحطة

والمجتمع - اللذان يدلان على جوهر محطات الراديو. أظهرت مشاركات قليلة جداً لمهن محددة. وكان الاستثناء الوحيد هو صورة تظهر المستجيبين للطوارئ يقفون أمام سيارة إطفاء. وظهرت صورة أخرى تظهر فيها امرأة تعمل مع زبونة في صالون تجميل. حددت المحطات مجتمعاتها في المقام الأول بناءً على الأشخاص والأنشطة، لكنها نادراً ما تعترف بمساهمات مستمعيها في المجتمع من وجهة نظر الشركات أو المنظمات. إنه يتناقض مع صور موظفي المحطة الذين تم عرضهم في الاستوديو أو في عمليات البث عن بعد. ويبدو أن هذا يدل على أن المحطة كانت تعمل، بينما كان المجتمع منخرطاً في أشكال مختلفة من الترفيه والأنشطة. ونشأ بين الفئات المهملة موضوعان: المعلومات الجادة والمحتوى الجمالي بصرياً.

(7) دراسة ياريت بوكيك كوهين (Ya'arit Bokek-Cohen, 2017)⁽⁴⁵⁾ التي هدفت إلى تحليل بصري سيميائي لـ 48 صورة أطفال متبرعين بالحيوانات المنوية من ستة من أكبر بنوك الحيوانات المنوية الأمريكية، باستخدام طريقة كريس وفان ليوين في "قراءة الصور" الموصوفة في قراءة الصور: قواعد التصميم المرئي (2006). تعمل صور الأطفال المتبرعين، التي يتم تصويرها على أنها إعلانات ذاتية، على جذب مستخدمي الحيوانات المنوية المحتملين بسبب طبيعتها الحدية. تتم معالجة المشكلات التالية: كيف يستخدم المتبرعون بالحيوانات المنوية صور الأطفال لنقل الرسائل إلى المستلمين المحتملين؟ ما هي القيم الثقافية التي تنقلها الصور؟ هل هناك تطابق بين روايات المتبرعين اللفظية والمعاني المشفرة في صور الأطفال؟ علاوة على ذلك، تم اقتراح فئة جديدة من الصور "المختارة/المختارة" لتصنيف الصور التي لم يتم إنشاؤها لغرض الدراسة ولم يعثر عليها الباحث. يعد اختيار الصورة أمراً استراتيجياً ويعمل على إشراك متلقي الحيوانات المنوية في علاقات خيالية مع الجهات المانحة. علاوة على ذلك، فإن الرسائل التخريبية المنقولة ضمناً في صور الأطفال تقلل من سمية بعض القيم المعلنة في الروايات اللفظية.

(8) دراسة بورهان عرفه ومحمد هاشم (Muhammad Hashyim, 2023) (Burhanuddin Arafah & ⁽⁴⁶⁾ التي هدفت إلى زيادة منشورات صور الأطفال على الانستجرام والتي يتم استخدام الكثير من هاشتاج (#babystagram)، ويركز هذا البحث على إيجاد المعنى في منشورات صور الأطفال على حساب إنستجرام الأطفال. والغرض من هذا البحث هو معرفة معنى الصورة الموجودة على الحساب التي يتم نشرها ومعرفة ما إذا كان تحميل صور الأطفال الإنستجرام يمكن أن يكون أحد أسباب استغلال الأطفال. أسلوب التحليل لبحث البيانات يستخدم الوصفي النوعي. تم تحليل البيانات بالطريقة السيميائية لرولاندر بارث. وبينت الدراسة أن معنى الدلالة من الصور الموجودة على حساب بيبي إنستغرام هي لأغراض عديدة مثل المتعة، والترفيه، وإظهار الرحمة، وشكل الفخر. في حين أن معنى الدلالة هو الرياء والشعبية وإرضاء الهوس الذاتي، للمصالح الاقتصادية مثل الحصول على العديد من التأييد والعروض الإعلانية والأفلام وسفير العلامة التجارية والموديل والنتيجة مع الهدف الرئيسي هو المصالح الاقتصادية أو المال. وأظهرت الأسطورة من البحث أسلوب حياة مترقفاً بلغ ذروته في تكوين الأيديولوجيا؛ النرجسية، مذهب المتعة، النزعة الاستهلاكية.

(9) دراسة ساذجه رشدي وزهرة صبرندجد (Zahra & Sadegh Rashidi, 2015) Sabournedjad⁽⁴⁷⁾ التي هدفت إلى دراسة مفهوم الشهرة بعد الإنترنت ودراسة تأثيرات الوسائط الافتراضية الجديدة في تغيير معنى النجومية. دراسة حالة محلية والنظر في معنى الشهرة والنجوم في الفيلم من وجهات نظر مختلفة حاولنا دراسة دور الإنترنت والمساحات الافتراضية في تحويل معنى نجم السينما. في البحث النوعي، تناولت الدراسة من منظور الدراسات الثقافية واستخدمنا السيميائية كطريقة.

وتشير النتائج إلى أن مشاهير السينما أحدثوا تغييرًا كبيرًا من خلال التفاعل المباشر مع الجمهور. كما أحدثت مشاركة الصور الشخصية للمشاهير تغييرًا كبيرًا في الطريقة التي ينظر بها الناس إلى معنى النجومية. إن صناعة المشاهير التي كانت في السابق عملية في أيدي وسائل الإعلام، أصبحت الآن تتأثر بالمثلث أنفسهم. في الواقع، النجومية ما بعد الإنترنت هي المعنى الجديد للنجومية.

(10) دراسة تشيلسي بيفينز (Chelsea Bevins, 2014)⁽⁴⁸⁾ التي هدفت إلى تحليل إدارة العلامة التجارية، باستخدام إطار عمل David Aaker، لشركة Target Corporation لمعرفة ما إذا كانوا يستخدمون الموارد الحديثة، عبر إنستجرام بشكل فعال. سنتظر هذه الأطروحة أيضًا في كيفية استخدام نظرية السيميائية الاجتماعية المرئية، المطبقة على الاتصالات، لفك المعنى المقصود. تجسد إدارة العلامة التجارية الشركة والأفراد مدفوعون بما تصوره العلامة التجارية. الناس مدفوعون بالقيم والعواطف والجودة داخل العلامة التجارية. يربط الناس المنتجات بالذكريات والمشاهير والصفات والرموز. العلامات التجارية هي أكثر من مجرد اسم. تم استخدام تحليل المحتوى النوعي للنظر في المواضيع والمشاركة لمعرفة ما إذا كانت الشركة تدير علامتها التجارية من خلال إنستجرام الخاص بها. أظهرت النتائج استخدام الشركة أصول أسهم علامتها التجارية من خلال حملتها على إنستجرام وظلت وفيه جوهر هويتها وجوهر هويتها الموسعة. وجدت هذه الدراسة أيضًا أن السيميائية الاجتماعية المرئية ساعدت في خلق شخصية فعالة للعلامة التجارية. استهدف الصور المرئية والنصوص المستخدمة من أجل التأكيد على نقطة ما.

المحور الثاني: دراسات متعلقة بالعلامات البيكتوجرامية:

1- دراسة سونج لي (C. Song, 2023)⁽⁴⁹⁾ التي حاولت رصد وتحديد تأثير العلامات البيكتوجرامية على الجمهور ومدى فاعليتها في فهم الرموز وذلك باستخدام تصميم البحث الاستقصائي، عن طريق استخدام الأدوات الميدانية مثل الاستبانات والمقابلات، من خلال التطبيق على عينة من الجمهور العام، تم الاعتراف بنجاح العلامات البيكتوجرامية في توصيل الرسالة بشكل أسهل من القراءة إلى الجمهور.

2- دراسة (غادة دسوقي 2022)⁽⁵⁰⁾، تمحورت هذه الدراسة حول رصد وتحليل مبادئ التصميم الأيكولوجي ومفهوم الاستدامة في تصميم نظم التوجيه والإرشاد، كما يوجه الاهتمام نحو التعامل مع النظام الإرشادي بدقة وموضوعية وعدالة لكافة شرائح المجتمع لتحقيق العملية الاتصالية بكفاءة، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة التكامل بين المنهج الأيكولوجي

ومبادئ الاستدامة وأسس التصميم الجرافيكي في تصميم نظم المعلومات والتوجيه والإرشاد لمواكبة الفكر التصميمي الحديث وتحقيق جودة الحياة والحد من الأثار السلبية على البيئة.

3- دراسة (تانيا كاشلوكوفا 2021 Tatyana Kachlcova) (51) التي تناولت تأثير العلامات البيكتوجرامية على تسويق الخدمة، من خلال التطبيق على عدد مفردات 200 مفردة من المتعاملين مع شركة Nordic telecom التي توفر خدمات الإنترنت والهاتف والتلفزيون في التشيك وشركة UPC Czech واعتمدت الدراسة على أداة جمع البيانات الميدانية من خلال توزيع استمارة استبيان على المتعاملين مع الشركات محل الدراسة وتوصلت الدراسة إلى أن العلامة البيكتوجرامية محل ثقة لدى الجمهور ومن خلال الرسم البيكتوجرامي الخاص بالشركة يعي الجمهور وجود رسالة اتصالية مقدمة في شكل خدمة جديدة

4- دراسة ندى سمير احمد (2019) (52) التي حاولت تحديد مدى تأثير نظم المعلومات البيكتوجرامية على الجمهور، من خلال تطبيق نظم المعلومات البيكتوجرام في تعزيز المباني الذكية في المملكة العربية السعودية وتوصلت هذه الدراسة إن عرض هذا النظام المعلوماتي (البيكتوجرام) داخل المباني الذكية بالطرق والتقنيات الحديثة تحقق لمستخدمي المكان سرعة الوصول بأقل جهد، بالإضافة إلى استخدام التقنيات الحديثة لعرض المعلومات يتيح للمستخدم سهولة الاستخدام الذاتي وبالتالي التقليل من الاستعانة بالمجهود البشري في طرح المعلومات، واتفقت الدراستان السابقتان في نتيجة أن العلامات البيكتوجرامية تحقق الفهم بشكل أسرع لدى الجمهور.

5- دراسة أميرة مصطفى محمد (2018) (53) التي كشفت على أن النسبة الذهبية على الشبكة في تصميم البيكتوجرام من أهم المعايير التي يجب اتباعها في تصميم البيكتوجرام، تلعب الأسس الفنية لتوظيف النسبة الذهبية على الشبكة فل تصميم البيكتوجرام دورا هاما في نجاح التصميم للقراءة، يمكن تمثيل نفس المعنى بتصاميم مختلفة للرسم التخطيطي. يجب أن نستكشف التصميم المناسب وفقاً للموضوعات والظروف المستهدفة.

6- دراسة (داليا أحمد 2018) (54)، حاولت هذه الدراسة رصد وإيجاد طريقة أو أسلوب للتأكيد على وجود الخط في العمل مع الحفاظ على القيمة التصويرية والإستفادة من الضوء والظل كأساس حتمي في بناء اللوحة التصويرية، وتستهدف هذه الدراسة الحفاظ على قيمة فنية تشكيلية، وكذلك بالإضافة إلى إضفاء التفرد وإبراز الشخصية الفنية وإعادة رؤية الواقع بطريقة تؤكد على الخط وجمالياته والإستفادة من الضوء والظل كأساس حتمي في بناء اللوحة التصويرية.

7- دراسة (أماني عادل السيد 2017) (55)، هدفت هذه الدراسة إلى الوصول لمغزى استخدام البيكتوجرام كأساس في بناء العديد من الأعمال الفنية المعاصرة وذلك بافتراض أن الهدف من ذلك هو إثارة حوار جدلي من خلالها، نظراً لاكتساب الفنان اليوم لسمات الشخصية المعاصرة التي أصبحت تبحث عن لعب دور مؤثر في الواقع مماثل لما اعتادت عليه عبر الإنترنت وشاشات التلفاز وغيرهما من الوسائط المعاصرة، وهي شخصية تتعامل بمنطق الحوار والجدل والمشاركة والتأثير في المجتمع، ومع اكتساب الفنان لسمات تلك الشخصية أصبح لا

يكتفي بالاستلهام من المثيرات البصرية التي يراها في حياته إنما وضعها في محل جدل خلال أعماله الفنية، حيث ظهرت العلامات في الأعمال الفنية في شكل حوار نشط جمع بين العديد من التناقضات الجدلية الدافعة للتساؤل عن مضمون الحوار الجدلي وأطرافه.

8- دراسة (نهير رمضان 2016) (56)، سعت هذه الدراسة إلى معرفة المزج بين جماليات الخط العربي والرموز البصرية التشكيلية في لوحات البيكتوجراف كمدخل لإثراء الفن المصري المعاصر، استعرضت الدراسة إطاراً مفاهيمياً نزيهاً تضمن مفهوم الخط العربي، والمصطلح اللغوي، والمصطلح الوظيفي، والمصطلح الفني، والبيكتوجراف، واعتمد على المنهج الوصفي، وأوضح أن الكتابة مظهرًا بصرياً من مظاهر اللغة، ووظيفته الأساسية تمثيل ألفاظها والتعبير عن معانيها بأشكال رمزية تفيد الاستدلال على الأشياء في الوجود الخط العربي، متضمناً أنواع الخط العربي، وهي الخط النسخ والرقعة والكوفي وخط الثلث وخط الإجازة والخط الديواني، والمغربي والفارسي وخط الطغري، وتطرق إلى جمالية الخط العربي.

وتوصلت الدراسة إلى نجاح أسلوب البيكتوجراف في المزج بين جماليات الخط العربي والرموز البصرية التشكيلية بأسلوب فني مميز أثر الفن المصري المعاصر، وأوصت الدراسة بضرورة توجيه الدارسين وإرشادهم لدراسة الحركة الفنية في مصر والطريق الذي تسير فيه كذلك العقبان التي تتصدى لهذا الطريق.

9- دراسة زووزين (ZHOU Zhen, 2013) (57) التي تناولت كيفية تطوير طرق وتصميم رسم تخطيطي جديدة يعتمد على الأساليب التكوينية لصور المصورة، بغرض تطوير صور توضيحية مفهومة ومنهجية ومثيرة للاهتمام مرتبطة بالطب الصيني التقليدي حيث صممت بعض الصور والرسوم التوضيحية للطب الصيني التقليدي، وتم قياس ذلك على الجمهور من خلال الاستقصاء وذلك لاختبار قابلية قراءة هذه الصور التوضيحية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها سهولة قراءة الصور والرسوم التوضيحية التي صممت للطب الصيني التقليدي، ثبت أن طرق التمثيل التصويري فعالة في إنشاء صور توضيحية قابلة للقراءة أصعب مهمة هي تمثيل المعنى المجرد باستخدام أشكال مجردة بحتة. ومع ذلك فإن طريقة إضافة الرموز المجردة إلى الأشكال الملموسة والتمثيل المنتظم قد ينتج عنه تصميمات أكثر قابلية.

10- دراسة (Carlos Filipe Paulo, 2013) (58) التي تمحورت حول مشكلة التعرف التلقائي على إشارات المرور من خلال الصور الملتقطة أثناء القيادة وتحليلها، لتقديم مساعدة السائق. وتوصلت الدراسة إلى أنه أمكن الكشف عن إشارات المرور بناءً على لونها وتصنيفها، أيضاً وفقاً لشكلها، في فئة الخطر أو المعلومات أو الالتزام أو الحظر - الحالات الخاصة هي علامات التوقف والعائد والطريقة الخاطئة. بعد ذلك، يمكن التعرف على إشارات المرور بناءً على الصور التوضيحية الخاصة بها، حيث أن كل رسم تخطيطي فريد من نوعه داخل فئة إشارة معينة. تحلل خوارزمية التعرف المقترحة الخطوط الخارجية للرسم التخطيطي. عندما تتكون الصور التوضيحية من عدة مناطق غير متصلة.

المحور الثالث: دراسات متعلقة بالحملات التوعوية:

(1) دراسة مارك فالفيردو جوردي وإستيلا مارين رويج (Marc Vallverdu-Gordi & Estela Marine-Roig, 2023) (59) التي هدفت إلى استكشاف فائدة التصميم الجرافيكي في حملات التوعية التي تروج للوجهات السياحية المستدامة وتحديد مساهمتها في نجاح الحملات من حيث توليد حماية متزايدة للموارد الطبيعية والاجتماعية والاقتصادية للوجهة. تطبق الدراسة السيميائية على مجال التسويق الاجتماعي لبناء نموذج مفاهيمي يربط التصميم الجرافيكي للحملة بالوعي البيئي العام والحفاظ على الوجهة. ومن أجل اختبار النموذج المفاهيمي في جبال البرانس الفرنسية كدراسة حالة للتحليل.

أظهرت النتائج أن سيميائية التصميم الجرافيكي تؤثر على الوعي البيئي العام والحفاظ على الوجهة من خلال توليد رد فعل حساس وعاطفي ومعرفي لدى الجمهور تجاه الحملة. يمكن تكيف هذا الإطار المبتكر للتصميم الجرافيكي مع حملات العلامات التجارية أو التسويق الأخرى لتحسين الصور المقصودة.

(2) دراسة جون ك. أهياكبا وآخرون (John K. Ahiakpa, 2022) (60) التي حاولت استقصاء آراء السكان الأفارقة البالغين تجاه التطعيم وإمكانية المشاركة أو عدم المشاركة في جهود الحكومات لتطعيم المواطنين. تم إجراء مسح مقطعي عبر الإنترنت للأفارقة البالغين في الفترة من ديسمبر 2020 إلى مارس 2021. وكانت الردود مجهولة المصدر. تم إجراء اختبار بيرسون لتحديد ما إذا كانت هناك أي اختلافات في المعرفة والوعي والإدراك وقبول لقاحات كوفيد-19 بين المشاركين أم لا. تم استخدام الانحدار اللوجستي ذي الحدين لتقييم العوامل المرتبطة بالاستعداد لقبول لقاحات كوفيد-19 والمشاركة في برامج التحصين.

أشارت النتائج إلى أن لقاحات كوفيد-19 من المرجح أن يستخدمها الأفارقة البالغون الذين تزيد أعمارهم عن 18 عامًا والذين يتمتعون بالذكاء التكنولوجي إلى حد كبير (55 بالمائة) إذا أصبح اللقاح متاحًا على نطاق واسع. وقال ما مجموعه 33% ممن استجابوا إنهم من غير المرجح أن يتلقوا اللقاح، بينما ذكر 15% أنهم لم يقرروا بعد. وبصرف النظر عن ذلك، وجدنا أن التردد في اللقاح كان مرتبطًا ارتباطًا وثيقًا بالخصائص الاجتماعية والديموغرافية مثل العمر والجنس والتعليم ومصدر المعلومات. ووجدنا أيضًا أن هناك مؤامرات وخرافات منتشرة حول لقاحات كوفيد-19.

(3) دراسة كاتالينا تشيني وآخرون (Catalina Chinie, 2021) (61) التي حاولت تقييم فعالية الحملات التوعوية على سلوك المستهلك في إهدار الطعام من خلال إجراء دراسة بين المواطنين الرومانيين، بناءً على دراسة استقصائية. وتم تحليل تأثير الإلمام بحملات التوعية التي تهدف إلى مكافحة هدر الطعام الاستهلاكي على سلوك المستهلك في إهدار الطعام بناءً على 384 استجابة تم جمعها من خلال استطلاع ذاتي عبر الإنترنت موجه إلى المواطنين الرومانيين.

وقد تم تحليل البيانات باستخدام اختبار مربع كاي ونموذج الانحدار بروبوت. وأشارت النتائج إلى أن معظم المشاركين قاموا بالفعل بتقييم هدر الطعام لديهم على أنه صغير إلى متوسط،

بغض النظر عن إمامهم بحملات هدر الطعام، وقد يكون الأمر كذلك أن إجراءاتهم الإضافية لتقليل هدر الطعام هي فقط المرتبطة بمواجهتهم لنفايات الطعام حملات التخفيض.

(4) دراسة سعاد بلغريميت وغالب ربابة (Souad Belgrimet & Ghaleb Rabab'ah, 2021) (62) التي سعت إلى الخوض في تعقيدات تحليل الخطاب متعدد الوسائط فيما يتعلق بملصقات حملات التوعية بالعنف ضد المرأة. ولتحقيق هذه الغاية، يتم إجراء دراسة على الملصقات الإنجليزية. وفي هذا الصدد، تم وضع الأنماط السيميائية المختلفة المعتمدة في الملصقات الإنجليزية تحت المجهر. وبالمثل، تحاول الدراسة استكشاف كيف يمكن أن يساهم اعتماد الأنماط السيميائية المختلفة في بناء المعنى عند التعاون مع اللغة. ولتحقيق هذه الغاية، تم اختيار ثلاثة ملصقات باللغة الإنجليزية من مصادر إلكترونية مختلفة ووضعها قيد التحقيق.

أشارت النتائج إلى أن الملصقات الإنجليزية استخدمت مجموعة متنوعة من الأساليب السيميائية. وعلى نفس المنوال، أشارت النتائج الناتجة إلى أن غالبية الملصقات التي تم أخذ عينات منها هي مفاهيمية. يوضح هذا التوصيف البصري أن الملصقات الإنجليزية تميل إلى أن تكون ثابتة وغير متحركة.

(5) دراسة إيرازو فيجوريا وآخرون (Iranzu Viguria, 2020) (63) التي هدفت إلى دراسة ما إذا كانت مبادرات أسبوع التوعية باضطرابات الأكل قد أدت إلى زيادة حجم ونشر محادثات تويتر المتعلقة باضطرابات الأكل والتحقق من المحتوى الذي يثير أكبر قدر من الاهتمام على تويتر. على مدار 12 يومًا متتاليًا في عام 2018، قامت الدراسة بجمع تغريدات تحتوي على الهاشتاج (wakeupweightwatchers) المتعلقة بأسبوع التوعية باضطرابات الأكل. تم تصنيف محتوى كل تغريدة على أنه طبي، أو شهادة، أو عرض مساعدة، أو توعوي، أو مؤيد للأناء، أو مناهض للأناء. قامت الدراسة بتحليل عدد إعادة التغريدات والمفضلة التي تم إنشاؤها، بالإضافة إلى مدى الوصول والتأثير المحتمل لعلامات التصنيف وخصائص المساهمين.

أشارت النتائج أن عدد تغريدات الهاشتاج أعلى من عدد تغريدات أسبوع التوعية باضطرابات الأكل (3900، 2056، 1057 على التوالي). وكان المحتوى الطبي أقل في حملات التوعية. كان مستوى الوعي والمساعدة في تقديم المحتوى أقل في تغريدات الهاشتاج. كانت نسب إعادة التغريد والمفضلة هي الأعلى في تغريدات الهاشتاج. حقق أسبوع التوعية باضطرابات الأكل أعلى الأثر، ومساهمين مؤثرين للغاية.

(6) دراسة كوستوف ساها وآخرون (Koustuv Saha, 2019) (64) التي هدفت إلى فهم طبيعة محتوى الصحة العقلية الذي تمت مشاركته في حملات الصحة العقلية على تويتر خلال اليوم العالمي للتوعية بالصحة العقلية في عام 2017 والمشاركة فيه. قامت الدراسة بجمع 14,217 مشاركة على تويتر من 10,805 مستخدمين فريدين بين سبتمبر وأكتوبر 2017. بمشاركة خبراء المجال، أجرت الدراسة تحليلًا للمحتوى لفهم كيفية انتشار المعلومات حول مواضيع مختلفة عبر الشبكات الاجتماعية.

وجدت الدراسة أن منشورات تويتر الملهمة كانت الأكثر انتشارًا بمتوسط 4.17 إعادة تغريد، وجاء المحتوى المسيء في المرتبة الثانية بمتوسط 3.66 إعادة تغريد. يقدم تصنيف تفاعلات الصحة العقلية المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي رؤية قيمة حول المشاعر العامة بالإضافة إلى نافذة على العالم المتطور للمساعدة الذاتية عبر الإنترنت والموارد المتنوعة بداخلها. وأشارت النتائج إلى دور مهم لدعم الأقران القائم على وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط لتوجيه الباحثين عن المعلومات إلى المحتوى المفيد والموارد المحلية. ومع ذلك، تعكس النتائج أيضًا تحديات قياس عدم تجانس محتوى الصحة العقلية على وسائل التواصل الاجتماعي والحاجة إلى أساليب جديدة للتعلم الآلي مخصصة لتحديات هذا المجال.

(7) دراسة ريناتا سواريس بينتو وآخرون (Renata Soares Pinto, 2018) (65) التي هدفت إلى اختبار مبادرة تهدف إلى الحد من هدر الطعام في مقصف مدرسة الزراعة (جامعة لشبونة، البرتغال). تم تقييم نفايات الأطباق في مقصف كلية الزراعة، إحدى مدارس جامعة لشبونة الـ 18 (ISA-UL)، على عدد سكان يبلغ حوالي 240 طالبًا يوميًا خلال شهر ونصف، وهي فترة الدوام الكامل المحاضرات، وعندما يستخدم معظم الطلاب مقصف (ISA-UL). لم تعمل هذه المنشأة خلال عطلات نهاية الأسبوع والعطلات الرسمية وتغلق في أغسطس. تم تنفيذ العمل الميداني من قبل بعض الطلاب في العام الأخير من فصل درجة الهندسة البيئية.

أظهرت هذه الدراسة كيف يمكن تقليل الهدر الذي يمكن تجنبه ببساطة عن طريق توعية الطلاب بموضوع هدر الطعام. قد تكون الاستراتيجيات البسيطة مفيدة لتحسين السلوكيات وزيادة استدامة المقاصف في الجامعات على الرغم من أن ذلك أثبت فعاليته فقط من خلال تعاون موظفي المقاصف الذين يحتاجون إلى تعليم قوي. ومن النتائج تم تقديم مجموعة من التدابير إلى الخدمات الاجتماعية بالجامعة لاعتمادها لضمان التخفيض الدائم لمخلفات الطعام والمواد القابلة لإعادة التدوير في مقاصف الجامعة.

(8) دراسة شيراز شيخ وآخرون (Shiraz Shaikh, 2017) (66) التي هدفت إلى تحديد مدى فعالية الحملة الإعلامية لتوعية الناس بأهمية إفساح المجال لسيارات الإسعاف في زيادة نسبة المركبات التي تفسح المجال لسيارات الإسعاف. كانت هذه الدراسة شبه تجريبية اعتمدت على التصميم قبل وبعد. تم إجراء ثلاثة مسوحات للمراقبة في مناطق مختلفة من مدينة كراتشي بباكستان قبل الحملة وأثناءها وبعدها بواسطة مراقبين مدربين قاموا بتسجيل نتائجهم في قائمة مرجعية. تم إجراء كل ملاحظة في ثلاثة أوقات مختلفة من اليوم لمدة يومين على الأقل على كل طريق.

بشكل عام، تم تضمين 245 ملاحظة في التحليل. كان الازدحام المروري والإهمال/المقاومة من قبل سائقي المركبات الذين كانوا أمام سيارة الإسعاف، السببين الرئيسيين لعدم إفساح المجال لسيارات الإسعاف. وتشمل الأسباب الأخرى: التوقف المفاجئ للحافلات الصغيرة والتسبب في عرقلة هذه العملية، وعدم سرعة سيارات الإسعاف لتنبه مشغلي المركبات لإفساح المجال وتوقف حركة المرور بسبب حركة الشخصيات المهمة. بعد التعديل للموقع،

والوقت من اليوم، ونوع سيارة الإسعاف وعدد السيارات أمام سيارة الإسعاف، والمركبات أثناء وبعد الحملة كانوا أكثر عرضة بشكل ملحوظ لإعطاء مساحة لسيارات الإسعاف.

(9) دراسة بريندا شولتز وآخرون (Brenda Scholtz, 2016) (67) التي هدفت إلى بحثت في أثر حملة وسائل التواصل الاجتماعي على الوعي البيئي لدى العاملين في مؤسسة التعليم العالي. تم تصميم الحملة بناءً على نموذج نظري وتم تنفيذها في دراسة حالة لمؤسسة التعليم العالي في جنوب إفريقيا. شكل موقع الويب المركزي مع وسائل التواصل الاجتماعي المختارة الأساس التكنولوجي للحملة. طوال الحملة، تم توزيع المعلومات حول الإدارة البيئية عن طريق هذه التقنيات على مجموعة مختارة من الموظفين في دراسة الحالة، تم إجراء المسوحات والمقابلات على فترات منتظمة طوال فترة الحملة.

أظهرت النتائج أن الحملة كان لها العديد من الفوائد الإيجابية، وخاصة فيما يتعلق بتعزيز الوعي البيئي. تتمثل قيود الدراسة في صغر حجم العينة الذي يمكن معالجته من خلال الأبحاث المستقبلية. وأظهرت النتائج الرئيسية إلى أن المؤسسات، مثل الجامعة التي شملتها الدراسة، يجب أن تستثمر في حملات التوعية بشأن مبادراتها البيئية، وجعلها في متناول الموظفين. وهذا ما كان يفقده في السابق دراسة الحالة الجامعية التي تم التحقيق فيها.

(10) دراسة جانيت إي براي وآخرون (Janet E. Bray, 2015) (68) التي هدفت إلى قياس تأثير الحملات على مكالمات الإسعاف بسبب السكتة الدماغية في جميع أنحاء أستراليا في المناطق المعرضة (الإعلانات المدفوعة أو المجانية). قدمت جميع خدمات الإسعاف في أستراليا بيانات شهرية عن إرسال سيارات الإسعاف بين يناير/كانون الثاني 2003 ويونيو/حزيران 2014. أجرينا انحدارًا متعدد المتغيرات لقياس تأثير التعرض للحملة على حجم مكالمات الطوارئ المرتبطة بالسكتة الدماغية، بعد التحكم في الإرباك.

أشار النموذج النهائي إلى أن 11 حملة من حملات المؤسسة الوطنية للسكتة الدماغية الـ 12 ارتبطت بزيادة في حجم المكالمات المرتبطة بالسكتة الدماغية (تتراوح بين 1% و9.9%) في المناطق التي تتعرض للإعلانات. استمرت هذه الزيادة لمدة 3 أشهر، مع زيادة نسبية إضافية بنسبة 10.2% في حجم المكالمات في المناطق التي بها إعلانات مدفوعة. لم نجد أي تأثير إضافي كبير للحملات على مكالمات السكتة الدماغية حيث يتم تمويل خدمات الإسعاف من القطاع العام.

أوجه الإفادة من الدراسات السابقة:

اتضح من الدراسات السابقة التي تم استخدامها في هذا البحث الآتي:

- وضح من دراسات المحور الأول التي تناولت التحليل السيميولوجي أن معظم الدراسات التحليل السيميولوجي لمحتويات الإنستجرام مثل دراسة محمد جعفر (Moehammad Gafar, 2021) التي تناولت معنى القومية في التصوير الصحفي لرياضات كرة القدم على إنستغرام الخاصة ببيكسي كاهيو، ودراسة مارينا لورينساو (Marina Lourenção, 2020) التي هدفت إلى تحليل تأثير نوع الاتصال الخاص بصور الوجهة وشعار العلامة

التجارية لبلد الوجهة والشعار المستخدم في الإعلانات على الاهتمام البصري للسائحين وفعالية الإعلان الملموسة، ودراسة (Douglas A. Ferguson & Clark F.) التي تناولت كيفية تصوير المحطات التجارية في جميع أنحاء الولايات المتحدة لنفسها من خلال المنشورات على إنستجرام. بالإضافة إلى الجمع في استخدام الدراسات التحليلية والميدانية.

وبالنظر أيضًا إلى دراسات المحور الأول نجد التنوع في الموضوعات المستخدمة في الدراسات كالعلامة التجارية في دراسة دراسة تشيلسي بيفينز (Chelsea Bevins, 2014) التي هدفت إلى تحليل إدارة العلامة التجارية، ومفهوم الشهرة بعد الإنترنت ودراسة تأثيرات الوسائط الافتراضية الجديدة في تغيير معنى النجومية في دراسة سادجه رشيدي وزهرة صبرندجد (Zahra Sabournedjad & Sadegh Rashidi, 2015).

- وضح من دراسات المحور الثاني التي تناولت علامات البيكتوجرامية التنوع في استخدام الدراسات الميدانية وتحليل المضمون، والتنوع في الموضوعات التي عالجتها، حيث تناولت رصد وتحديد تأثير العلامات البيكتوجرامية على الجمهور ومدى فاعليتها في فهم الرموز في دراسة سونج لي (C. Song, 2023) ودراسة ندى سمير احمد (2019)، وهناك دراسات تناولت رصد وتحليل مبادئ التصميم الايكولوجي في دراسة (غادة دسوقي 2022)، ودراسة أميرة مصطفى محمد (2018)، ودراسة زوزين (Zhou Zhen, 2013)، ودراسة (تانيا كاشلوكوفا 2021) (Tatyana Kachlcova) التي تناولت تأثير العلامات البيكتوجرامية على تسويق الخدمة، ودراسة (داليا أحمد 2018) لإيجاد طريقة أو أسلوب للتأكيد على وجود الخط في العمل كأساس حتمي في بناء اللوحة التصويرية، ودراسة (أماني عادل السيد 2017) التي هدفت إلى الوصول لمغزى استخدام البيكتوجرام كأساس في بناء العديد من الأعمال الفنية المعاصرة، ودراسة (نهير رمضان 2016) التي سعت إلى معرفة المزج بين جماليات الخط العربي والرموز البصرية التشكيلية في لوحات البيكتوجراف، ودراسة (Carlos Filipe Paulo, 2013) التي تمحورت حول مشكلة التعرف التلقائي على إشارات المرور من خلال الصور الملتقطة أثناء القيادة وتحليلها.

- وضح من دراسات المحور الثالث التي تناولت الحملات التوعوية التنوع في استخدام الدراسات الكيفية والكمية، كاستخدام دراسة سعاد بلغريميت وغالب ربابة (Souad Belgrimet & Ghaleb Rabab'ah, 2021) تحليل الخطاب متعدد الوسائط فيما يتعلق بملصقات حملات التوعية بالعنف ضد المرأة. على الجانب الكمي تناولت دراسة مارك فالفيردو جوردي وإستيلا مارين رويج (Marc Vallverdu-Gordi & Estela Marine-Roig, 2023) استكشاف فائدة التصميم الجرافيكي في حملات التوعية التي تروج للوجهات السياحية، ودراسة جون ك. أهياكبا وآخرون (John K. Ahiakpa, 2022) التي حاولت استقصاء آراء السكان الأفارقة البالغين تجاه التطعيم، ودراسة كاتالينا تشيني وآخرون (Catalina Chinie, 2021) تقييم فعالية الحملات التوعوية على سلوك المستهلك في إهدار الطعام، ودراسة إيرانزو فيجوريا وآخرون (Iranzu Viguria, 2020) عن مبادرات أسبوع التوعية باضطرابات الأكل، ودراسة كوستوف ساها وآخرون (Koustuv

(Saha, 2019) عن طبيعة محتوى الصحة العقلية، ودراسة ريناتا سواريس بينتو وآخرون (Renata Soares Pinto, 2018) عن الحد من هدر الطعام في مقصف مدرسة الزراعة، ودراسة شيراز شيخ وآخرون (Shiraz Shaikh, 2017) عن مدى فعالية الحملة الإعلامية لتوعية الناس بأهمية إفساح المجال لسيارات الإسعاف، ودراسة بريندا شولتز وآخرون (Brenda Scholtz, 2016) عن حملة وسائل التواصل الاجتماعي على الوعي البيئي، ودراسة جانيت إي براي وآخرون (Janet E. Bray, 2015) عن قياس تأثير الحملات على مكالمات الإسعاف بسبب السكتة الدماغية في جميع أنحاء أستراليا،

مشكلة الدراسة:

أمكن الوصول إلى تحديد المشكلة البحثية في ضوء خطورة الظاهرة الاتصالية وما تمثله من تحديات على مستوى الفرد والمجتمع، في ضوء ما شهدته مصر من الاتجاه نحو الحملات الإرشادية والتوعوية في شتى المجالات وما يشهده العصر من أفاق تكنولوجية جديدة في الحملات الإعلامية، وأهمية الأيقونات الدلالية البيكتوجرامية والأيديوجرامية في مجال الاتصال. مما أدى إلى ضرورة البحث في التحليل الدلالي بكل عناصره للأيقونات البيكتوجرامية والأيديوجرامية في الحملات الإعلامية التوعوية والإرشادية سواء داخل المؤسسات أو خارجها أو على مواقعها الإلكترونية أو في الوسائل الاتصالية المختلفة. ومن هذا المنطلق تتمثل متغيرات المشكلة البحثية في: التحليل السيميوطيقي للعلامات البيكتوجرامية والأيديوجرامية كمتغير مستقل، وتأثيرها في التوعية كمتغير تابع.

أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة بين الأهمية التطبيقية والأهمية الأكاديمية:

أولاً: من الناحية التطبيقية:

- تحليل نمط اتصالي (للعلامات الأيديوجرامية والأيديوجرامية) وتأثيراته على عملية الاتصال البصري للأشخاص ودوره في تشكيل التوعية للجمهور كأسلوب اتصالي فعّالة.
- مدى قدرة الأيقونات الأيديوجرامية في عملية الاتصال البصري على التأثير على الأفراد وبناء ثقافة إعلامية للجمهور.
- تكتسب الدراسة بعداً مجتمعياً مهماً في إطار التعرف على حقيقة البناء التصميمي للأيقونات البيكتوجرامية والأيديوجرامية وتوظيفها في الحملات التوعوية ومن ثم تنبيه المتلقي ولفت انتباهه.
- تفيد هذه الدراسة مصممي الحملات الإعلامية في توظيف العلامات البيكتوجرامية والأيديوجرامية البصرية ضمن مراحل الصراع لتحقيق أكبر قدر من التنمية الثقافية.
- تحليل نمط اتصالي متميز في نقل وتكوين الثقافة بأساليب فعّالة.

- تكتسب الدراسة بعداً مجتمعياً مهماً في إطار التعرف على حقيقة دور الرموز والدلالات في البيكتوجرام والأيديوجرام ومن ثم تنبيه القائمين علي الجانب التوعوي من الانتباه لمضامينها.

ثانياً: فيما يتعلق بالناحية الأكاديمية:

- تتبع أهمية هذه الدراسة من قلة الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت تأثير بناء وتصميم الأيديوجرام في الحملات الإعلامية الأيديوجرامية على سلوك الأفراد والجمهور.

- تتبع أهمية هذه الدراسة من قلة الدراسات العربية والأجنبية التي تبحث عن الدلالات والاشارات التي يقدمها البيكتوجرام والأيديوجرام بشكل عام والبيكتوجرام و الأيديوجرام التوعوي بشكل خاص.

- تقدم هذه الدراسة قاعدة معلوماتية لدراسات لاحقة في مجال توظيف الأيقونات البيكتوجرامية والأيديوجرامية.

- ترجع أهمية هذه الدراسة إلي كونها تبحث في الاتصال البصري في عملية الاتصال ودوره في التنمية الثقافية.

- يحتاج موضوع الأيقونات البيكتوجرامية والأيديوجرامية إلى المزيد من الدراسات بهدف فهم تصميمها ودورها الاتصالي على سلوك الفرد.

أهداف الدراسة:

- تسليط الضوء على أهمية ودور البيكتوجرام الأيديوجرام في عمليات تصميم الإعلان بصفة عامة وإعلانات المجال التوعوي بشكل خاص.

- التعرف على البنية التكوينية للبيكتوجرام والأيديوجرام التوعوي.

- إبراز مختلف الدلالات والمعاني الخفية في البيكتوجرام و الأيديوجرام التوعوي بقراءتها قراءة دقيقة تسمح بتفكيك الرموز والدلائل وتحليل الرموز الأيقونية والانساق الشكلية.

تساؤلات الدراسة:

تنطلق تساؤلات الدراسة من واقع الدراسات الكيفية التي لا تكتفي بالرصد والتحليل، ولكن تبحث الأسباب والمسببات وراء الظاهرة، وللإجابة على التساؤل الرئيسي **كيف تم توظيف البيكتوجرام والأيديوجرام في الجانب التوعوي**، وذلك من خلال الإجابة على مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

1- كيف تم توظيف البيكتوجرام والأيديوجرام في الجانب التوعوي؟

2- ما أنظمة الاشارات البصرية المستخدمة في البيكتوجرام والأيديوجرام التوعوي؟

3- ما أنظمة الاشارات اللغوية التي اعتمد عليها البيكتوجرام والأيديوجرام؟

4- ما دلالات أنواع الرسم التصويري المستخدم في البيكتوجرام والأيديوجرام التوعوي؟

5- ما دلالات أنواع الرسم الفكري المستخدم في البيكتوجرام والأيديوجرام التوعوي؟

6- كيف تم توظيف الألوان في البيكتوجرام والأيديوجرام وما دلالة هذه الألوان؟

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التشخيصية التي تهدف إلى وصف ظواهر أو أحداث أو أشياء معينة وجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات عنها، ووصف الظروف الخاصة بها، وتقرير حالتها كما توجد عليه في الواقع، بالإضافة إلى ذلك تهتم بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الأشياء والظواهر التي يتناولها البحث وذلك في ضوء قيم أو معايير معينة، واقتراح الخطوات أو الأساليب التي يمكن أن تتبع للوصول بها إلى الصورة التي ينبغي أن تكون عليه في ضوء هذه المعايير والقيم. لذا، تحاول هذه الدراسة التعرف على أيقونات البيكتوجرام والأيديوجرام ودورها في التوعية بالقضايا الاجتماعية التي نعاصرها.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وهو من أهم المناهج الوصفية المستخدمة، حيث تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تسعى إلى التعرف على البيكتوجرام والأيديوجرام في التوعية، وقد استخدم الباحث المنهج المسحي بهدف التحليل الكيفي للبيانات وتفسيرها ومن ثم الخروج باستنتاجات منها، ويعرف المنهج الوصفي بأنه (أسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، أو فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية، بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة. وتقوم الدراسة على مسح بعض الصور التي تمثل قضايا التحرش والإدمان والتنمر والتدخين والتعصب الرياضي.

أداة التحليل:

استعان الباحث بأداة التحليل السيميائي في تحليل البيكتوجرام والأيديوجرام عينة الدراسة، فطرق التحليل تختلف باختلاف الهدف التي تسعى إليه الدراسة، ويتم ذلك باختيار طريقة التحليل التي تشمل عملية الوصول إلى الهدف الرئيسي، لذلك اعتمدنا على المدخل السيميوطيقي لتحليل الصور سيميائياً للوصول إلى دلالات معينة للتعرف على دورها في التوعية.

عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على عينة عمدية من الأيقونات البيكتوجرامية والأيديوجرامية من (٧) مواقع إلكترونية تشمل وزارات الصحة، السكان والشباب والرياضة، والمجلس القومي لحقوق المرأة، المجلس القومي لمكافحة وعلاج الإدمان، المجلس القومي للأشخاص ذوي الإعاقة، والمجلس القومي لحقوق الإنسان، وتم اختيار عدد (١٠) عشرة أيقونات بيكتوجرامية وأيديوجرامية من هذه المواقع .

ويرجع اختيار الباحث لهذه العينة من المواقع الإلكترونية عينة الدراسة كونها تحتوي على أيقونات توعوية دون غيرها، حيث تناولت الأيقونات البيكتوجرامية والأيديوجرامية

موضوعات: لا للزواج المبكر، لا للتدخين، لا للإدمان، لا للتحرش، لا للتعصب الرياضي، لا للتمييز، لا للعنصرية، لا للعنف ضد المرأة، لا للعنف ضد الأطفال ذوي الإعاقة، لا لسرطان الثدي.

محددات الدراسة:

المحددات الزمنية: تم تطبيق الدراسة في الفترة الزمنية خلال ثلاث شهور ما بين ١ أغسطس الي ٣٠ أكتوبر 2023م.

المحددات المكانية: تم تطبيق الدراسة علي المواقع الرسمية لوزارات الصحة، والسكان، والشباب والرياضة، والمجلس القومي لحقوق المرأة، المجلس القومي لمكافحة وعلاج الأدمان، المجلس القومي للأشخاص ذوي الإعاقة، والمجلس القومي لحقوق الإنسان.

المحددات الموضوعية: ذلك بالتطبيق علي صور البيكتوجرام المنشورة في المواقع الرسمية لوزارات الصحة، والسكان، والشباب والرياضة، والمجلس القومي لحقوق المرأة، المجلس القومي لمكافحة وعلاج الأدمان، المجلس القومي للأشخاص ذوي الإعاقة، والمجلس القومي لحقوق الإنسان. حيث تناولت الأيقونات البيكتوجرامية والأيديوجرامية موضوعات: لا للزواج المبكر، لا للتدخين، لا للإدمان، لا للتحرش، لا للتعصب الرياضي، لا للتمييز، لا للعنصرية، لا للعنف ضد المرأة، لا للعنف ضد الأطفال ذوي الإعاقة، لا لسرطان الثدي.

نتائج الدراسة:

يمكن اعتبار منظومة العلامات التوعوية هي منظومة بصرية لتدفق المعلومات التي تخدم حركة الإنسان داخل الأماكن المختلفة والمؤسسات الخدمية العامة، وهي ذلك الكل المركب من مجموعة من العلامات تقوم بينها علاقات تبادلية من أجل وظائف وأنشطة خاصة بمكان ومجتمع معين تكون محصلتها النهائية بمثابة الناتج الذي يحققه النظام الكلي بوظائفه المتعددة داخل هذا المجتمع من تعريف وتوجيه وتحذير.

تستخدم كلمة اتصال لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز، وذلك المفهوم ينطبق تمامًا على البيكتوجرام كوسيلة اتصال رمزية، فهو يعد نوعًا من الرموز التصويرية، ويرمز بصورة خاصة إلى شكل ما يعنيه بصورة مباشرة وعلى ذلك فهو يعتبر أكثر الرموز التصويرية فاعلية، وهو يعد عملاً فنيًا يتسم بالسمة الاتصالية كباقي مجالات الإبداع الفني الأخرى، فهو ليس مجرد خلق لصور أو إبداع لأشكال، وإنما هو أيضًا نشاط تتولد عنه منتجات تصلح لأن تكون بمثابة منبهات أو مثيرات، تثير لدى الغير بعض الاستجابات المرضية، ونشاهد العديد من العلامات البيكتوجرامية في الشوارع والمحلات وعلى المنتجات المختلفة.

• نتائج الدراسة التحليلية:

1- لا للزواج المبكر:



صورة رقم (1)

نلاحظ في الصورة رمز ل (عروسة وعريس) داخل دائرة حمراء وعليها علامة الخطر، ظهر بالصورة فارق شاسع في الطول والحجم الجسدي بين الفتاة والشاب لدلالة على صغر عمر الفتاة، وظف المصمم الألوان لخدمة الغرض التوعوي، جاءت العروسة مرتدية فستان أبيض وهو ما يتوافق مع نراه في الحياة الطبيعية حيث أن اللون الأبيض لون الزفاف، ونلاحظ أيضاً ظهور باقي جسد الفتاة باللون الأزرق وهو ما يتوافق مع لون شعار منظمة (اليونيسيف) المتواجد على يسار الصورة نجد هنا ربط ما بين لون خلفية شعار المنظمة ولون الفتاة للدلالة على الترابط بين ما تقوم به المنظمة لحماية الطفل وأيضاً للدلالة على قوة المنظمة حماية الأطفال، فاللون الأزرق دليل على الصفاء والنقاء وهو ما يمثل الطفولة، ظهرت رأس الشاب باللون الأسود للدلالة على أنه له يد في تدمير حياة الطفلة وحرمانها من حياتها الطبيعية وأيضاً للدلالة على عمق تفكيره وسوء اختياره وظلمه لها، حيث أن اللون الأسود دلالة على الظلام الظلم وكذلك الجهل، وحيث أن الرأس تمثل ما يحمله الشخص من تعليم وفكر وثقافة لذلك وظف المصمم اللون الأسود للدلالة على فراغها من كل ذلك، وظف في الصورة الدائرة الحمراء وبها علامة الخطر للدلالة على الأخطار التي تتعرض لها الفتيات نتيجة الزواج المبكر واللون الأحمر وكذلك للمنع والتجريم، ظهرت جملة في أسفل الصورة (لنتعبي جميعاً ضد الزواج المبكر) جاءت باللون الأحمر لتأكيد ما يرمز له ما بالصورة من خطر وأيضاً لجذب الانتباه.

وظهرت العلامة هنا في اللغة من خلال جملة (لنتعبي جميعاً ضد الزواج المبكر)، فكل خطاب منطوق أو مكتوب هو نسق من العلاقات اللغوية، أما الأيقونة وهي تمثيل محسوس لشيء قصد تبيان خصائصه وسماته مثل صورة شخص نجد وجود صورتين لشخص كبير وفتاة صغيرة للدلالة عن وجود فوارق كبيرة بينهم، في حين لا نجد للمؤشر شيئاً واضحاً، وهو ما ينطبق على الرمز وهو، إذا فالتواصل غير اللفظي هو تواصل بدون اللغة الإنسانية أي بدون تحقق سمعي وصوتي.

اعتمدت الحملة على البساطة والوضوح من خلال وجود صورتين يوضحو الهدف المطلوب للرسالة الاتصالية ووجود معلومات واضحة عن التوعية بقضية الزواج المبكر، أيضاً نلاحظ الاتزان والتوافق من خلال وضوح مكونات الصورة مرتبة بشكل يتسق مع الرسالة الاتصالية وأن الألوان مناسبة للهدف من الحملة والترابط بين عناصر البيكتوجرام، كما نلاحظ وجود التنظيم من خلال العناصر المكونة للصورة ووجود مسار واضح للعين تتبعه من خلال ترتيب العناصر، من ناحية أخرى نجد الترتيب والتركيز في وجود صورتين لشباب وفتاة للدلالة على الموضوع، وتظهر الوحدة وهو المبدأ الذي يتعلق بوضع عناصر الصورة أو مكوناتها بحيث تبدو للمشاهد كما لو كانت وحدة واحدة أو كم متكامل. في حين أن التحليل لا يدل على وجود المنظور نظراً لأن العلامة البيكتوجرامية لا تحتوي على تمثيل للعلاقات الميكانيكية أو الفراغية للأشياء بالطريقة التي تبدو بها العين البشرية وكأنها حقيقية.

- تم توظيف الأيديوجرام والبيكتوجرام في الجانب التوعوي هنا للتوعية بمخاطر الزواج المبكر وللمحد من هذا السلوك.
- أنظمة الإشارات البصرية المستخدمة في البيكتوجرام هنا إشارة إنذار بقدوم الخطر.
- الإشارات اللغوية التي اعتمد عليها البيكتوجرام هنا لغة الإشارة، تعتمد على الحركات اليدوية للوصول للمعنى مع الوقوف كلا من العريس والعروسة بجانب بعضهم البعض.
- دلالات أنواع الرسم التصويري أو الفكري المستخدم في الصورة هنا نلاحظ أن الرسم مزج بين التصويري من خلال رسم دلالي للعريس والعروسة أما الرسم الفكري فتمثل في الدائرة باللون الأحمر مقسومة نصفين.
- تم توظيف الألوان في البيكتوجرام و الأيديوجرام بما يتناسب مع الرسالة الاتصالية المراد إرسالها دلالة هذه الألوان فاللون الأزرق دليل على الصفاء والنقاء والأسود للدلالة على الظلام الظلم والجهل، والأحمر للدلالة على الأخطار وكذلك للمنع والتجريم.

2- لا للتدخين:



صورة رقم (2)

تناولت الصورة قضية توعوية ضد التدخين، ظهر بالصورة رسم توضحي للسيجارة وبجوارها عود من الكبريت المشتعل، ومحاطة بدائرة حمراء عليها علامة الخطر، جاءت السيجارة باللون الأسود وأيضا الكبريت، للدلالة على خطورتها وكذلك اللون الأسود من المعروف نفور الناس من هذا اللون وربطه بالتشاؤم دائما حيث أن اللون الأسود لون الحداد في حالات الحزن والوفاة وهو ما يؤدي له التدخين جاء هنا ربط ضمني بين لون السيجارة والموت وتدمير الصحة، أحيطت السيجارة والكبريت من الخارج بدائرة حمراء عليها علامة الخطر والمنع للفت الانتباه وكذلك لتأكيد خطرها على صحة الانسان، تميزت الصورة بالبساطة في الفكرة والألوان.

ولم تظهر العلامة هنا في اللغة بسبب عدم وجود للغة، أما الأيقونة وهي تمثيل محسوس لشيء قصد تبيان خصائصه وسماته مثل وجود سيجارة وبجوارها عود الكبريت المشتعل للدلالة على وجود علاقة بينهم وأنهم مكملين بعض، في حين لا نجد للمؤشر شيء واضح، وهو ما ينطبق على الرمز.

اعتمدت الحملة على البساطة والوضوح من خلال وجود شكل يمثل السيجارة وعود الكبريت لتوضيح الهدف المطلوب للرسالة الاتصالية ووجود معلومات واضحة عن التوعية بقضية ضرر التدخين على الصحة، أيضا نلاحظ الاتزان والتوافق من خلال وضوح مكونات الصورة مرتبة بشكل يتسق مع الرسالة الاتصالية وأن الألوان مناسبة للهدف من الحملة والترابط بين عناصر البيكتوجرام، كما نلاحظ وجود التنظيم من خلال العناصر المكونه للصورة ووجود مسار واضح للعين تتبعه من خلال ترتيب العناصر، من ناحية أخرى نجد الترتيب والتركيز في وجود شكل للسيجارة وعود الكبريت للدلالة على الموضوع، وتظهر الوحدة وهو المبدأ الذي يتعلق بوضع عناصر الصورة أو مكوناتها بحيث تبدو للمشاهد كما لو كانت وحدة واحدة

أو كم متكامل. في حين أن التحليل لا يدل على وجود المنظور نظرًا لأن العلامة البيكتوجرامية لا تحتوي على تمثيل للعلاقات الميكانيكية أو الفراغية للأشياء بالطريقة التي تبدو بها العين البشرية وكأنها حقيقية.

- تم توظيف البيكتوجرام والأيديوجرام في الجانب التوعوي هنا للتوعية بمخاطر التدخين ومدى أضراره على الصحة وللحد من هذا السلوك.
- أنظمة الاشارات البصرية المستخدمة في البيكتوجرام والأيديوجرام هنا إشارة للخطر.
- لم يعتمد البيكتوجرام هنا على أي نوع من الاشارات اللغوية التي تعتمد على الحركات اليدوية للوصول للمعنى.
- دلالات أنواع الرسم التصويري أو فكري المستخدم في الصورة، نجد هنا الرسم مزج بين التصويري من خلال رسم دلالي للسيجارة وعود الأشتعال أما الرسم الفكري فتمثل في الدائرة باللون الأحمر مقسومة نصفين.
- تم توظيف الألوان في البيكتوجرام والأيديوجرام بما يتناسب مع الرسالة الاتصالية المراد إرسالها دلالة هذه الألوان أن اللون الأحمر يدل على لفت الأنتباه والتحذير، جاءت اللون الأسود للدلالة للخطر والتشاؤم.

3- لا للإدمان:



صورة رقم (3)

تتناول الصورة (بيكتوجرام وأيديوجرام) توعوي ضد الإدمان، ظهرت الصورة مقسمة بالتساوي تناولت ثلاثة أنواع من الإدمان تمثل في المخدرات بأنواعها والخمور والتدخين، جاء تقسيم الإعلان بالتساوي كدلالة على خطورة كل نوع وأنه مساو للأخر في تدمير الصحة، حيث ظهر في الشق الأيمن بعض من أنواع المخدرات تمثلت في الحقنة وأعشاب مخدرة جاءت جميعًا باللون الأسود كدلالة على خطورتها، وبالمنتصف ظهر كأس من الخمور ظهر باللون الأسود أيضًا، وفي الجانب الأيسر ظهرت سيجارة متقدة باللون الأسود كذلك، جمعت الصورة بين أنواع الإدمان واشترك الجميع في اللون الأسود حيث أن ذلك اللون يمثل الخسارة

سواء كانت خسارة للصحة أو خسارة مادية وكذلك الخسارة المعنوية، واتفقت الثلاث أنواع من الإدمان بإحاطة كلاً منهم بدائرة حمراء عليها علامة الخطر كدلالة أيضاً على تساوي كلا منهم في أهمية الحذر ولفت الانتباه ولتوضيح الضرر الناجم عنهم، لم تعتمد الصورة على أي من الكلمات ولكن اكتفى المصمم بالجانب التصويري، وأيضاً اعتمدت على لونين فقط اللون الأحمر واللون الأسود فاللون الأحمر دلالة على التحذير ولفت الانتباه، واللون الأسود دلالة الشر والموت.

وبالنظر إلى وجود العلامة اللغوية في الرسم الفكري والتصويري السابق نجد عدم وجود العلامة اللغوية هنا في اللغة بسبب عدم وجود اللغة مكتوبة، أما الأيقونة وهي تمثيل محسوس لشيء قصد تبيان خصائصه وسماته ظهرت في الرسم السابق في أكثر من موضع مثل وجود سيجارة مشتعلة لدلالة على التوعية بإدمان المخدرات ووجود كأس لشرب الكحول لدلالة على التوعية بإدمان شرب الكحول ووجود حقنة للدلالة على إدمان المواد الكيميائية المخدرة وهو ما يشير إلى عنصري الرمز والمؤشر حيث كل العناصر السابقة ترمز إلى الإدمان بأشكاله المختلفة كما أن هذه العناصر مؤشر، في حين لا نجد للمؤشر شيئاً واضحاً.

من خلال النظر إلى مكونات الصورة نلاحظ أنها اعتمدت على البساطة والوضوح من خلال وجود رسم تصويري وفكري يمثل السيجارة المشتعلة والكأس والحقنة لتوضيح الهدف المطلوب من الرسالة الاتصالية وهو التوعية بقضية ضرر الأدمان على الصحة، أيضاً نلاحظ الاتزان والتوافق من خلال وضوح مكونات الصورة بشكل يتسق مع الرسالة الاتصالية وأن الألوان مناسبة للهدف من الحملة، كما نلاحظ وجود التنظيم من خلال العناصر المكونة للصورة ووجود مسار واضح للعين تتبعه من خلال ترتيب الرسوم الفكرية والتصويرية، وتظهر الوحدة وهو المبدأ الذي يتعلق بوضع عناصر الصورة أو مكوناتها بحيث تبدو للمشاهد كما لو كانت وحدة واحدة أو كم متكامل. في حين أن التحليل لا يدل على وجود المنظور نظراً لأن العلامة البيكتوجرامية لا تحتوي على تمثيل للعلاقات الميكانيكية أو الفراغية للأشياء بالطريقة التي تبدو بها العين البشرية وكأنها حقيقية.

- تم توظيف البيكتوجرام والأيديوجرام في الجانب التوعوي هنا للتوعية بمخاطر الأدمان.
- أنظمة الاشارات البصرية المستخدمة في البيكتوجرام والأيديوجرام هنا إشارة إنذار بقدوم الخطر.
- الاشارات اللغوية التي اعتمد عليها البيكتوجرام هنا أي لغة الإشارة وهي لغة تعتمد على حركات بشكل معين للوصول للمعنى وظهرت في شكل الدخان المتصاعد من السيجارة.
- دلالات أنواع الرسم أو التصويري الفكري المستخدم في البيكتوجرام والأيديوجرام هنا الرسم مزج بين الرسم التصويري من خلال رسم دلالي حيث ظهر في بعض المخدرات تمثلت في الحقنة وأعشاب مخدرة، وبالمنتصف ظهرت في الكأس، وفي الجانب الأيسر ظهرت في السيجارة، أما الرسم الفكري فتمثلت في الدائرة باللون الأحمر مقسومة نصفين في اليمين والوسط واليسار.

- تم توظيف الألوان في البيكتوجرام والأيديوجرام بما يتناسب مع الرسالة الاتصالية المراد إرسالها فنجد أن دلالة هذه الألوان أن الأسود للدلالة على الخطر والشر والموت، والأحمر على التحذير ولفت الانتباه.

4- لا للتحرش:



صورة رقم (4)

تناولت الصورة قضية التحرش، نلاحظ وجود الأيقونة من خلال ظهور رسم تصويري لفتاة في المنتصف ترتدي ملابس واسعة ومحتشمة، ونجد الرمز من خلال مسكها لحقيبة خروج بيدها دلالة على أنها بالخارج، ويظهر لنا عنصر المؤشر عندما ظهرت الفتاة بشعرها ونلاحظ وهنا فرق بين جسد الفتاة ورأسها أي أن رأسها منفصلة عن الجسد هنا ظهر معني ضمنى أن من يتحرش بالفتاة لا يهتم إلا بجسدها بغض النظر عن فكرها أو دينتها أو طريقة تعاملها فكل هذا محله الجسد، ما أكد هذه الفكرة هو ظهور الكلمات المنافية للتحرش بجوار جسد الفتاة حيث ظهرت صورة ليد داخل دائرة حمراء وعليها علامة النفي مكتوب بداخلها (لا بالأفعال) جاءت اليد مدللة على ما يقوم به المتحرش من لمس للفتاة أو استخدام يده وجسده لمضايقتها وهذا ما يوضح وجود عنصر اللغة، على الجانب الآخر من الصورة ظهرت بعض من الكلمات والرموز غير المفهومة محاطة بعلامة خطأ كدلالة على الكلمات غير الأخلاقية والتي ليس لها وجود في عادتنا وقيمنا بالأخص التي يستخدمها الشباب للتحرش بالفتيات في هذه الفترة، جاءت الخلفية باللون الأصفر حيث أن هذا اللون يمثل العقل والطاقة فالمرأة نصف المجتمع وأيضًا تتمتع بمستوي راقى من التعليم وتشغل مناصب عالية في الدولة، ومن ناحية أخرى يمثل اللون الأصفر البهجة والسعادة والمرح وهو ما ستحصل عليه الفتاة إذا تم القضاء على التحرش بالشوارع وإعطاءها حرمتها وكرامتها واللون الأحمر للدلالة على الانتباه والتحذير من جسامة الفعل المشين في حين جاء اللون الأسود للدلالة على التجريم والظلم.

اعتمدت الحملة على البساطة والوضوح من خلال وجود رسم تصويري لفتاة لتوضيح الهدف المطلوب للرسالة الاتصالية ووجود معلومات واضحة عن التوعية بقضية التحرش، أيضاً نلاحظ الاتزان والتوافق من خلال وضوح مكونات الصورة مرتبة بشكل يتسق مع الرسالة الاتصالية وأن الألوان مناسبة للهدف من الحملة من خلال استخدام اللون الأحمر للتحذير واللون الأسود للعواقب والأضرار السلبية للفتاة واللون الأصفر الذي يدل هلى البهجة للفتاة التي لا تتعرض للتحرش والترابط بين عناصر البيكتوجرام، كما نلاحظ وجود التنظيم من خلال العناصر المكونة للصورة ووجود مسار واضح للعين تتبعه من خلال ترتيب العناصر، من ناحية أخرى ظهر الترتيب والتركيز في وجود رسم تصويري للفتاة وممسكه أيديها حقيقية وعلى يمينها ما يوضح التحذير من التحرش بالفعل وعلى يسارها ما يدل على التحذير من التحرش باللفظ، وتظهر الوحدة وهو المبدأ الذي يتعلق بوضع عناصر الصورة أو مكوناتها بحيث تبدو للمشاهد كما لو كانت وحدة واحدة أو كم متكامل. في حين أن التحليل لا يدل على وجود المنظور نظراً لأن العلامة البيكتوجرامية لا تحتوي على تمثيل للعلاقات الميكانيكية أو الفراغية للأشياء بالطريقة التي تبدو بها العين البشرية وكأنها حقيقية.

- تم توظيف البيكتوجرام والأيديوجرام في الجانب التوعوي هنا للتوعية بظاهرة التحرش.
- أنظمة الاشارات البصرية المستخدمة في البيكتوجرام والأيديوجرام، أي أن تشمل إشارة أي علامة أو رمز أو دلالة أو حركة للدلالة على أمر، إشارة الخطر، إنذار بقدوم الخطر، تحذير من فعل مشين، علامة توضع على المواد السامة، أو القابلة للاشتعال، أو الانفجار وهنا إشارة للتحذير من فعل مشين.
- الاشارات اللغوية التي اعتمد عليها البيكتوجرام والأيديوجرام هنا، أي لغة الإشارة وهي لغة تعتمد على حركات بشكل معين للوصول للمعنى وهنا نلاحظها في كف الأيد الذي يشير إلى ضرورة منع أمر ما وهو التحرش كما نلاحظه في فتح أيدي الفتاة ومسكها للحقيه وهي تسير في مأمّن.
- دلالات أنواع الرسم التصويري أو الفكري المستخدم في البيكتوجرام والأيديوجرام هنا الرسم التصويري مزج بين الرسم التصويري من خلال رسم دلالي حيث ظهر في رسم تصويري لفتاة والحقيبة واليد، أما الرسم الفكري فتتمثل في الدائرة باللون الأحمر مقسومة نصفين في اليمين والوسط واليسار وعليها علامة النفي بعلامة خطأ.
- تم توظيف الألوان في البيكتوجرام والأيديوجرام بما يتناسب مع الرسالة الاتصالية المراد إرسالها فنجد أن دلالة هذه الألوان كالأتي، فاللون الأصفر يمثل العقل والطاقة والبهجة والسعادة والمرح، واللون الأحمر للدلالة على الانتباه والتحذير واللون الأسود للدلالة على التجريم والظلم.

5- لا للتعصب الرياضي:



صورة رقم (5)

ظهر بالصورة (بيكتوجرام وأيديوجرام) ضد التعصب الكروي، جاءت الصورة مقسومة نصفين النصف الأول به جملة (لا للتعصب) والنصف الآخر شخص يشير بيده للتوقف وعليه دائرة الخطر، جاء الشخص باللون الأبيض فهذا اللون دلالة على النقاء والبراءة والعدل والانصاف، وكذلك خلفية الصورة بيضاء لنفس الدلالات، جاءت علامة دائرة المنع وحرف (لا) باللون الأحمر للدلالة على التحذير والتنبيه من الخطر والمنع وذلك لتأكيد المعني، جاء البيكتوجرام بسيطاً وواضحاً مستخدماً القليل من الدلالات البسيطة والواضحة وجاء اللون الأسود في كلمة للتعصب ليبدل على الخطورة والسواد نتيجة هذا الفعل.

وظهرت العلامة هنا في اللغة من خلال جملة (لا للتعصب)، فكل خطاب منطوق أو مكتوب هو نسق من العلاقات اللغوية، أما الأيقونة وهي تمثيل محسوس لشيء قصد تبيان خصائصه وسماته مثل صورة شخص نجد وجود صورة لشخص للدلالة على الرفض والتحذير، في حين نجد المؤشر واضح في رفع ذراع الشخص وطلبه التوقف عن التعصب، في حين نجد عدم وجود للرمز، إذا فالتواصل غير لفظي هو تواصل بدون اللغة الإنسانية أي بدون تحقق سمعي وصوتي.

اعتمدت الحملة على البساطة من خلال وجود صورة شخص يوضح الهدف المطلوب للرسالة الاتصالية ووجود معلومات واضحة عن التوعية بقضية التعصب الرياضي حيث تعاملت الصورة مع مفهوم واحد وهو لا للتعصب الرياضي كما احتوت الصورة على التفاصيل الأساسية.

كما ونلاحظ الوضوح في الحملة فالمعلومات المتضمنة في الصورة بالفعل داخل خبرات المشاهد السابقة بحيث يكون قادر على استدعاؤها مرة أخرى، كما أن العناصر البصرية المصممة بها رسالة اتصالية واضحة تفاصيلها تساعد المشاهد من قراءتها بوضوح وهو سمة للبصريات التي تضمن وصول المعني إلي المتلقي المستهدف.

وفيما يتعلق بالأتزان وهو مبدأ يهتم بوضوح أجزاء أو مكونات الصورة في ترتيب فني مرغوب فيه، وإذا انتبهنا إلي اتزان الصورة فإن كل عنصر له وزن يتناسب مع حجمه، ولونه، وشكله.

وبالنظر إلى الرسم التصويري أو الفكري للصورة نجد أن التوافق يظهر من خلال ترابط كل أجزاء الصورة ببعضها البعض، من خلال أساليب الرسم، والألوان المستخدمة، والبنية والنسيج، وأحجام العناصر والأجزاء.

ونجد أن التنظيم واضح من خلال وضع العناصر المكونة للصورة والرسم، ووجود مسار واضح للعين تتبعه. وظهر التركيز وهو جعل عنصر (التعصب) في الصورة مميز باللون الأسودن بقيتها، وهذا العنصر هو أهم جزء من الصورة، بل ويعتبر هو بؤرة الصورة.

وتحققت الوحدة بوضع عناصر الصورة ومكوناتها حيث تبدو للمشاهد كما لو كانت وحدة واحدة أو كم متكامل. تم توظيف البيكتوجرام في الجانب التوعوي هنا للتوعية بظاهرة التعصب الرياضي. أنظمة الاشارات البصرية المستخدمة في البيكتوجرام والأيديوجرام أي أن تشمل إشارة أي علامة أو رمز أو دلالة أو حركة للدلالة على أمر، إشارة الخطر، إنذار بقدم الخطر، تحذير من فعل مشين، علامة توضع على المواد السامة، أو القابلة للاشتعال، أو الانفجار وهنا إشارة للتحذير من فعل مشين.

- الاشارات اللغوية التي اعتمد عليها البيكتوجرام والأيديوجرام هنا، أي لغة الإشارة وهي لغة تعتمد على حركات بشكل معين للوصول للمعنى وهنا نلاحظها في رفع الذراع الذي يشير إلى ضرورة منع أمر ما وهو التعصب الرياضي.
- دلالات أنواع الرسم التصويري أو الفكري المستخدم في البيكتوجرام والأيديوجرام هنا الرسم التصويري مزج بين الرسم التصويري من خلال رسم دلالي حيث ظهر في رسم تصويري لشاب يرفع ذراعه، أما الرسم الفكري فتمثل في الدائرة باللون الأحمر مقسومة نصفين وعليها صورة الشاب يشير إلى المنع.
- تم توظيف الألوان في البيكتوجرام والأيديوجرام بما يتناسب مع الرسالة الاتصالية المراد إرسالها فنجد أن دلالة هذه الألوان كالأبيض يدل على النقاء والبراءة والعدل والانصاف، اللون الأحمر للدلالة على التحذير والتنبيه من الخطر والمنع واللون الأسود للدلالة على الخطر والسوء.

6- لا للتنمر:



صورة رقم (6)

تتناول الصورة قضية التنمر، حيث ظهر بالصور رسم توضيحي لشابين أحدهما جالساً على الأرض واضعاً يديه على أرجله ووجهه لأسفل دلالة على الحزن وقلة الحيلة، في المقابل يقف شاب آخر يعطيه خلفه بتعال رافع أحد ذراعيه ويتلفظ بألفاظ مسيئة إلى الشاب الآخر، استخدم المصمم شابين مع تشابه الرسم التصويري لهم من حيث العمر والجسد، دلت بذلك على تقاربهم وأن التنمر من الممكن أن يحدث لأي شخص، وأن الجميع عرضة له مع اختلاف المواقف، وكذلك وضح مدى الحزن التي يتعرض له الشخص المتضرر من التنمر وذلك بجلوسه وحيداً حزيباً، وكالمعتاد احيط الشابين بدائرة حمراء عليها دائرة المنع باللون الأحمر للدلالة على المنع، اعتمد المصمم على الأيديوجرام والبيكتوجرام على البساطة والوضوح في عرض فكرته.

ولم تظهر العلامة هنا في اللغة من خلال أي جملة، أما الأيقونة وهي تمثيل محسوس لشيء قصد تبيان خصائصه وسماته مثل صورة شخص نجد في الصورة وجود رسم تصويري لشخصين للدلالة على تنمر احدهم على الآخر، في حين نجد المؤشر واضح في انحناء الأول للدلالة على تنمره على الآخر الجالس، في حين نجد عدم وجود للرمز.

اعتمدت الحملة على البساطة من خلال وجود صورة شابين يوضح وضعهم الهدف المطلوب للرسالة الاتصالية ووجود رسالة واضحة عن التوعية بقضية التنمر حيث تعاملت الصورة مع مفهوم واحد وهو لا للتنمر.

وبالنظر إلى الصورة نلاحظ أن الوضوح في الحملة حيث أن القضية المتضمنة في الصورة بالفعل داخل خبرات المشاهد السابقة بحيث يكون قادر على استدعاؤها مرة أخرى، كما أن العناصر البصرية المصممة بها رسالة اتصالية واضحة تفاصيلها الغير لغوية تساعد المشاهد من فهمها بوضوح وهو سمة للبصريات التي تضمن وصول المعنى إلي المتلقي المستهدف.

وفيما يتعلق بالأتران وهو مبدأ يهتم بوضوح أجزاء أو مكونات الصورة في ترتيب فني مرغوب فيه، وإذا انتبهنا إلي اتران الصورة فإن كل عنصر له وزن يتناسب مع حجمه، ولونه، وشكله حيث لا تتضمن الصورة عناصر كثيرة.

وبالنظر إلى الرسم التصويري للصورة نجد أن التوافق يظهر من خلال ترابط كل أجزاء الصورة ببعضها البعض، من خلال أساليب الرسم التصويري والفكري، والألوان المستخدمة، والبنية والنسيج، وأحجام العناصر والأجزاء. ونجد أن التنظيم واضح من خلال وضع العناصر المكونة للصورة والرسم، ووجود مسار واضح للعين تتبعه.

وبالنظر إلى الصورة ومن خلال تحليلها ظهر التركيز وهو جعل عنصر الشخصين في الصورة مميز باللون الأسود عن بقيتها، وهذا العنصر هو أهم جزء من الصورة، بل ويعتبر هو بؤرة الصورة. وتحققت الوحدة بوضع عناصر الصورة ومكوناتها حيث تبدو للمشاهد كما لو كانت وحدة واحدة أو كم متكامل.

- تم توظيف البيكتوجرام والأيديوجرام في الجانب التوعوي هنا للتوعية بظاهرة التنمر.
- أنظمة الاشارات البصرية المستخدمة في البيكتوجرام والأيديوجرام وهي أن تشمل إشارة أي علامة أو رمز أو دلالة أو حركة للدلالة على أمر، إشارة الخطر، إنذار بقدوم الخطر، تحذير من فعل مشين، علامة توضع على المواد السامة، أو القابلة للاشتعال، أو الانفجار وهنا إشارة للتحذير من فعل مشين.
- الاشارات اللغوية التي اعتمد عليها البيكتوجرام والأيديوجرام هنا، أي لغة الإشارة وهي لغة تعتمد على حركات بشكل معين للوصول للمعنى وهنا نلاحظها في وجود شابين أحدهم واقف يتنمر حيث يقوم بإيصال رسالة تنمر إلى شخص آخر جالس.
- دلالات أنواع الرسم التصويري أو الفكري المستخدم في الصورة هنا الرسم مزج بين الرسم التصويري من خلال رسم دلالي حيث ظهر في رسم تصويري لشابين، أما الرسم الفكري فتمثل في الدائرة باللون الأحمر مقسومة نصفين.
- تم توظيف الألوان في البيكتوجرام والأيديوجرام بما يتناسب مع الرسالة الاتصالية المراد إرسالها فنجد أن دلالة هذه الألوان كالآتي، اللون الأبيض يدل على النقاء والبراءة والعدل والانصاف، اللون الأحمر للدلالة على التحذير والتنبيه من الخطر والمنع واللون الأسود للدلالة على الخطر والسوء.

7- لا للعنصرية:



صورة رقم (7)

تناولت الصورة قضية العنصرية، ظهر بالصورة يد مقسومة لنصفين نصف باللون الأبيض ونصف باللون الأسود ونجد يتخلل كلا النصف الأبيض لون أسود ويتخلل النصف الأسود لون أبيض نجد هنا دمج بين الألوان للفت الانتباه بأهمية القضية، جاءت خلفية النصف الأبيض سوداء، وخلفية النصف الأسود بيضاء، وذلك للإيضاح وجذب الانتباه، من المحتمل هنا أن تكون العنصرية ضد اللون ولذلك نوعت الصورة بين اللون الأبيض والأسود، وعمد المصمم إلي دمجهم ببعض للدلالة على الاتحاد والقوة، وعمد أيضاً على الإنصاف في تقسيم لون اليد وذلك دلالة أكبر على التساو فيهم بينهم، جاءت كلمات بالأسفل (لا للعنصرية) باللون الأحمر للدلالة على التحذير ولفت الانتباه تجاه العنصرية وما تؤثر به على الشعوب من تفرقة.

وظهرت العلامة هنا في اللغة من خلال جملة (لا للعنصرية) باللغة العربية و (Stop Racism) باللغة الإنجليزية، أما الأيقونة وهي تمثيل محسوس لشيء قصد تبيان خصائصه وسماته مثل صورة كف الأيد نجد وجود رسم تصويري لكف يد شخص، في حين نجد المؤشر واضح في وجود الكف للدلالة على وجود أمر ما هام، في حين نجد عدم وجود للرمز.

اعتمدت الحملة على البساطة من خلال صورة كف الأيد يتخلل كلا النصف الأبيض لون أسود ويتخلل النصف الأسود لون أبيض يوضح ذلك الهدف المطلوب للرسالة الاتصالية ووجود رسالة واضحة عن التوعية بقضية لا للعنصرية حيث تعاملت الصورة مع مفهوم واحد وهو لا للعنصرية.

وبالنظر إلى الصورة نلاحظ الوضوح في الحملة حيث أن القضية المتضمنة في الصورة بالفعل داخل خبرات المشاهد السابقة بحيث يكون قادر على استدعاؤها مرة أخرى، كما أن العناصر البصرية المصممة بها رسالة اتصالية واضحة تفصيلها اللغوية والتصويرية وذلك يساعد المشاهد من فهمها بوضوح وهو سمة للبصريات التي تضمن وصول المعني إلي المتلقي المستهدف.

وفيما يتعلق بالأتران وهو مبدأ يهتم بوضوح أجزاء أو مكونات الصورة في ترتيب فني مرغوب فيه، وإذا انتبهنا إلي اتزان الصورة فإن كل عنصر له وزن يتناسب مع حجمه، ولونه، سواء العناصر المكتوبة أو الرسم التصويري أو الرسم الفكري.

وبالنظر إلى الرسم التصويري للصورة نجد أن التوافق يظهر من خلال ترابط كل أجزاء الصورة ببعضها البعض، من خلال أساليب الرسم التصويري والفكري، والألوان المستخدمة، والبنية والنسيج، وأحجام العناصر والأجزاء.

ونجد أن التنظيم واضح من خلال وضع العناصر المكونة للصورة والرسم، ووجود مسار واضح للعين تتبعه.

وبالنظر إلى الصورة ومن خلال تحليلها ظهر التركيز وهو جعل عنصر (لا للعنصرية) في الصورة مميز باللون الأحمر عن بقيتها، وهذا العنصر هو العنصر الأهم جزء من الصورة، بل ويعتبر هو بؤرة الصورة.

وتحقت الوحدة بوضع عناصر الصورة ومكوناتها حيث تبدو للمشاهد كما لو كانت وحدة واحدة أو كم متكامل.

- تم توظيف البيكتوجرام والأيديوجرام في الجانب التوعوي هنا للتوعية بظاهرة العنصرية.
- أنظمة الاشارات البصرية المستخدمة في البيكتوجرام والأيديوجرام وهي أن تشمل إشارة أي علامة أو رمز أو دلالة أو حركة للدلالة على أمر، إشارة الخطر، إنذار بقدوم الخطر، تحذير من فعل مشين، علامة توضع على المواد السامة، أو القابلة للاشتعال، أو الانفجار وهنا إشارة للتحذير من فعل مشين.
- الاشارات اللغوية التي اعتمد عليها البيكتوجرام والأيديوجرام هنا، أي لغة الإشارة وهي لغة تعتمد على حركات بشكل معين للوصول للمعنى وهنا لا نلاحظ وجود لها.
- دلالات أنواع الرسم التصويري أو الفكري المستخدم في الصورة هنا الرسم مزج بين التصويري من خلال رسم دلالي لكف شخص، أما الرسم الفكري فتتمثل في الدائرة باللون الأبيض مقسومة نصفين أحدهم أبيض والآخر أسود وعليهم كف شخص.
- تم توظيف الألوان في البيكتوجرام والأيديوجرام بما يتناسب مع الرسالة الاتصالية المراد إرسالها فنجد أن دلالة هذه الألوان كالاتي، اللون الأبيض في الخلفية يدل على النقاء والبراءة، اللون الأحمر للدلالة على التحذير والتنبيه والمنع من أمر ما والمنع واللون الأسود للدلالة على الخطر والسوء.

8- لا للعنف ضد المرأة:



صورة رقم (8)

توضح الصورة اليوم العالمي (للعنف ضد المرأة)، ظهرت الصورة مقسومة لنصفين، جاء في النصف الأول سيدات يمسكن بأيدهن بعضها البعض وبخلفهم أشجار، وجاء في النصف الثاني رجل يمسك بعصا وبمقابله سيدة ويعلوه يد ممسكة بمقص تقص الخيط المتصل بالعصا، جاء النصف الأول للدلالة على القوة والاتحاد وتماسك السيدات بأيدهن البعض يظهر من خلفهم الشجر كدلالة على الحياة والازدهار، في المقابل يظهر في الجانب الآخر امرأة تتعرض للعنف من قبل رجل، ظهر الرجل ممسكًا بالعصا وفي نفس الوقت يظهر مقص يقطع العصا المتصلة بالخيط للدلالة على مناهضة العنف وقطع هذه العادة السيئة، جاء كلمات مصاحبة للصورة (لا للعنف ضد النساء) ظهر حرف (لا) باللون الأحمر لتأكيد منع العنف وخطره على الصحة النفسية والصحية لها.

وظهرت العلامة هنا في اللغة من خلال جملة (لا للعنف ضد النساء) باللغة العربية و (25 Nov) باللغة الإنجليزية للتأكيد على اليوم العالمي لمناهضة العنف ضد المرأة، أما الأيقونة وهي تمثيل محسوس لشيء قصد تبيان خصائصه وسماته مثل سيدات يمسكن بأيدهن بعضها البعض وبخلفهم أشجار، ورجل يمسك بعصا وبمقابله سيدة ويعلوه يد ممسكة بمقص تقص الخيط المتصل بالعصا، في حين نجد المؤشر واضح في صورة رجل يمسك بعصا وبمقابله سيدة يحاول الإعتداء عليها وهذا مؤشر على وجود العنف ضد المرأة كما أن وجود سيدات يمسكن بأيدهن بعضهن البعض مؤشر على رفضهن العنف واتحادهن ضده، كما أن وجود يد ممسكة بمقص تقص الخيط المتصل بالعصا مؤشر على رفض سلوك ما وقطعه من جذوره.

وفيما يتعلق بالبساطة نجد أن الصورة هنا مركبة وتحتوي على عناصر عديدة وأفكار متنوعه كما شملت على تنوع في الألوان ويوضح ذلك الهدف المطلوب للرسالة الاتصالية ووجود رسالة واضحة عن التوعية بقضية لا لعنف ضد المرأة.

وبالنظر إلى الصورة نلاحظ الوضوح في الحملة حيث أن القضية المتضمنة في الصورة بالفعل داخل خبرات المشاهد السابقة بحيث يكون قادر على استدعاؤها مرة أخرى، كما أن العناصر البصرية المصممة بها رسالة اتصالية واضحة تفاصيلها اللغوية والتصويرية وذلك يساعد المشاهد من فهمها بوضوح وهو سمة للبصرييات التي تضمن وصول المعني إلي المتلقي المستهدف.

وفيما يتعلق بالأتزان وهو مبدأ يهتم بوضوح أجزاء أو مكونات الصورة في ترتيب فني مرغوب فيه نجد أن الصورة راعت الأتزان من خلال تقسيمها إلى جزئين وكل جزء به ألوان مختلفة حيث نجد أن الجزء الأيسر اعتمد على تدرج الألوان بين البرتقالي والأصفر في حين الجزء الأيمن تضمن ألون مثل الأبيض والأحمر والأسود، وإذا انتبهنا إلي اتزان الصورة فإن كل عنصر له وزن يتناسب مع حجمه، ولونه، سواء العناصر المكتوبة أو الرسم التصويري أو الرسم الفكري.

وبالنظر إلى الرسم التصويري للصورة نجد أن التوافق يظهر من خلال ترابط كل أجزاء الصورة ببعضها البعض، من خلال أساليب الرسم التصويري والفكري، والألوان المستخدمة، والبنية والنسيج، وأحجام العناصر والأجزاء.

ونجد أن التنظيم واضح من خلال وضع العناصر المكونة للصورة والرسم، ووجود مسار واضح للعين تتبعه.

وبالنظر إلى الصورة ومن خلال تحليلها ظهر التركيز وهو جعل حرف (لا) في جملة (لا للعنف ضد النساء) في الصورة مميز باللون الأحمر وبخط أكبر عن بقيتها، كما أن ذلك ظهر من خلال رسم تصويري لرجل يمسك بعصا وبمقابله سيده يحاول الاعتداء عليها ووضعها في الجانب الأيسر من الصورة بألوان مختلفة متدرجة بين البرتقالي والأصفر وهذا العنصر هو العنصر الأهم جزء من الصورة، بل ويعتبر هو بؤرة الصورة.

وتحقت الوحدة بوضع عناصر الصورة ومكوناتها حيث تبدو للمشاهد كما لو كانت وحدة واحدة أو كم متكامل.

● تم توظيف البيكتوجرام والأيديوجرام في الجانب التوعوي هنا للتوعية بظاهرة العنف ضد المرأة.

● أنظمة الاشارات البصرية المستخدمة في البيكتوجرام والأيديوجرام وهي أن تشمل إشارة أي علامة أو رمز أو دلالة أو حركة للدلالة على أمر، إشارة الخطر، إنذار بقدوم الخطر، تحذير من فعل مشين، علامة توضع على المواد السامة، أو القابلة للاشتعال، أو الانفجار وهنا إشارة للتحذير من فعل مشين.

- الإشارات اللغوية التي اعتمد عليها البيكتوجرام والأيديوجرام هنا، أي لغة الإشارة وهي لغة تعتمد على حركات بشكل معين للوصول للمعنى وهنا نلاحظ وجود نساء يمكن بأيديهن بعضهم البعض للدلالة على الاتحاد ورفض هذا السلوك كما أن وجود حركة تدل على أعتداء أحدهم على سيدة تدل على حدوث العنف ووجود آخر يمسك مقص لقطع الخيط يدل على رفض هذا الفعل المشين.
 - دلالات أنواع الرسم التصويري والفكري المستخدم في البيكتوجرام والأيديوجرام هنا الرسم اعتمد فقط على الرسم التصويري (البيكتوجرام) ولم يعتمد على الرسم الفكري (الأيديوجرام) من خلال رسم دلالي لسيدات يمكن كل منهم أيدي الأخرى، ورسم تصويري لرجل يحاول الأعتداء على سيدة ورسم تصويري ليد شخص يمسك مقص.
- تم توظيف الألوان في البيكتوجرام والأيديوجرام بما يتناسب مع الرسالة الاتصالية المراد إرسالها فنجد أن هناك تنوع في كالاتي، اللون الأبيض في الخلفية يدل على النقاء والبراءة، اللون الأحمر للدلالة على التحذير والتنبيه والمنع من أمر ما والمع واللون الأسود للدلالة على الخطر والسوء واللون البرتقالي يدل على الغطرسة والغرور وعدم المبالاة بمشاعر الآخرين والأصفر يمثل قمة التوهج والإشراق وهو أكثر الألوان إضاءة ونورانية يدل على إشراقه جديده مثل إشراق الشمس.

9- لا للعنف ضد الأطفال ذوي الإعاقة:



صورة رقم (9)

تناولت الصورة توعية لقضية العنف ضد الأطفال ذوي الإعاقة، في البداية نرى دائرة باللون الأحمر مقسومة إلى نصفين ودلالة اللون الأحمر هنا للتنبيه والتحذير من سلوك وفعل مشين، وجاءت عبارة (لا للعنف ضد ذوي الاحتياجات الخاصة) للتعريف بموضوع الحملة وجاءت الجملة باللون الأسود للدلالة على الخطر والظلم نتيجة هذا السلوك حيث ظهر بالصورة شخص يجلس على كرسي متحرك وفي المقابل رجل يعتدي بالضرب على آخر ويظهر من الصورة أنه في طريقه إلى السقوط دون محاولة منه للدفاع عن نفسه، في حين نرى آخر يعتدي على أحد

المعاقبين والذي قد تكون إعاقته عقلية، ظهر الجميع بلون الأسود للدلالة على الظلم وأكد ذلك من يقومون بالأعتداء بالضرب ما يوضح مدى العنف التي يتعرض له هؤلاء الأطفال، وقد ظهر الأطفال مستسلمين ولا يوجد رد فعل منهم للدلالة على ضعفهم وقلة حيلتهم ليس لهم سوى الأستسلام للأمر الواقع.

وظهرت العلامة هنا في اللغة من خلال جملة (لا للعنف ضد الأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة)، أما الأيقونة وهي تمثيل محسوس لشيء قصد تبيان خصائصه وسماته ظهر في وجود شخص يجلس على كرسي متحرك ورجل يعتدي بالضرب على آخر ويظهر من الصورة أنه في طريقه إلى السقوط وآخر يعتدي على أحد المعاقبين.

وفيما يتعلق بالبساطه نجد أن الصورة هنا بسيطة وتحتوي على عناصر بسيطة وفكرة محددة كما شملت على ألوان بسيطة ويوضح ذلك الهدف المطلوب للرسالة الاتصالية ووجود رسالة واضحة عن التوعية بقضية (لا للعنف ضد الأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة).

وبالنظر إلى الصورة نلاحظ الوضوح في الحملة حيث أن القضية المتضمنة في الصورة بالفعل داخل خبرات المشاهد السابقة بحيث يكون قادر على استدعاؤها مرة أخرى، كما أن العناصر البصرية المصممة بها رسالة اتصالية واضحة تفاصيلها اللغوية والتصويرية وذلك يساعد المشاهد من فهمها بوضوح وهو سمة للبصرييات التي تضمن وصول المعني إلي المتلقي المستهدف.

وفيما يتعلق بالأئزان وهو مبدأ يهتم بوضوح أجزاء أو مكونات الصورة في ترتيب فني مرغوب فيه نجد أن الصورة لم تراعي الأئزان في توضيح حالات الأعتداء من خلال تقسيمها إلى جزئين الجزء الأول به حالتين أم الجزء الآخر به حالة واحدة، في حين أن الأئزان ظهر في استخدام اللون الأسود في كل حالة.

وبالنظر إلى الرسم التصويري للصورة نجد أن التوافق يظهر من خلال ترابط كل أجزاء الصورة ببعضها البعض، من خلال أساليب الرسم التصويري والفكري، والألوان المستخدمة، والبنية والنسيج، وأحجام العناصر والأجزاء.

لم نلاحظ أن التنظيم واضح من خلال وضع العناصر المكونة للصورة والرسم، ووجود مسار واضح للعين تتبعه.

وبالنظر إلى الصورة ومن خلال تحليلها لم يظهر التركيز وهو جعل حرف في جملة (لا للعنف ضد الأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة) في الصورة مميز بالون معين وبخط أكبر عن بقيتها أو شكل معين، لكن ذلك ظهر فقط من خلال رسم تصويري لشخص يجلس على كرسي متحرك.

وتحقت الوحدة بوضع عناصر الصورة ومكوناتها حيث تبدو للمشاهد كما لو كانت وحدة واحدة أو كم متكامل.

- تم توظيف البيكتوجرام والأيديوجرام هنا في الجانب التوعوي هنا للتوعية بظاهرة العنف ضد الأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة).
 - أنظمة الاشارات البصرية المستخدمة في البيكتوجرام والأيديوجرام وهي أن تشمل إشارة أي علامة أو رمز أو دلالة أو حركة للدلالة على أمر، إشارة الخطر، إنذار بقدوم الخطر، تحذير من فعل مشين، علامة توضع على المواد السامة، أو القابلة للاشتعال، أو الانفجار وهنا إشارة للتحذير من فعل مشين.
 - الاشارات اللغوية التي اعتمد عليها البيكتوجرام والأيديوجرام هنا، ويقصد به لغة ظهور شخص يجلس على كرسي متحرك وهي إشارة لوجود طفل من ذوي الإعاقة وشخص يعتدي بالضرب على آخر للدلالة على العنف وآخر يظهر أنه في طريقه إلى السقوط للدلالة على العجز وآخر يعتدي على أحد المعاقين للدلالة على العنف والظلم.
 - دلالات أنواع الرسم التصويري والفكري المستخدم في البيكتوجرام والأيديوجرام هنا الرسم اعتمد على المزج بين الرسم التصويري والذي ظهر في الطفل الجالس على الكرسي المتحرك وشخص يساعده وشخص يعتدي بالضرب على طفل معاق كما اعتمد على الرسم الفكري من خلال رسم دلالي فكري ظهر في الدائرة المقسومة إلى نصفين باللون الأحمر.
 - تم توظيف الألوان في البيكتوجرام والأيديوجرام هنا بما يتناسب مع الرسالة الاتصالية المراد إرسالها كالاتي، اللون الأبيض في الخلفية يدل على النقاء، اللون الأحمر للدلالة على التحذير والتنبيه والمنع من أمر ما واللون الأسود للدلالة على الخطر والسوء والشر.
- 10- لا لسرطان الثدي:



صورة رقم (10)

جاء بالصورة توعية ضد سرطان الثدي، ظهرت الأيديوجرام بسيط جدا وغير ممتلأ بالتفاصيل، ولكن اعتمد المصمم على علامة سرطان الثدي وجوارها عبارة (أكتوبر شهر التوعية بسرطان الثدي) ركز هنا على الكلمات المكتوبة لإيضاح المعني وتفسيره، فجاء دور

الكلمات واضحًا، وظهر ربط بين لون كلمة أكتوبر وعلامة سرطان الثدي لتأكيد المعنى وتوضيحه أيضًا. وظهرت العلامة هنا في اللغة من خلال جملة (شهر التوعية أكتوبر بسرطان الثدي) وجاءت كلمة أكتوبر للفت النظر والتركيز على الشهر، أما الرسم التصويري استبدل وجود الأيقونة برسم فكري لعلامة أيديوجرام ارتبطت بالتوعية بسرطان الثدي، في حين لا نجد للمؤشر شيئًا واضحًا، وهو ما ينطبق على الرمز.

اعتمدت الحملة على البساطة والوضوح من خلال وجود علامة أيديوجرامية لتوضيح الهدف من الرسالة الاتصالية في التوعية بسرطان الثدي ووجود معلومات واضحة عن التوعية بسرطان الثدي، أيضًا نلاحظ الاتزان والتوافق من خلال بساطة مكونات الصورة بشكل يتسق مع الرسالة الاتصالية وأن الألوان مناسبة للهدف من الحملة والترابط بين عناصرها، كما نلاحظ وجود التنظيم من خلال وجود مسار واضح للعين تتبعه، من ناحية أخرى لا نجد الترتيب بشكل واضح نظرًا لقلّة عناصر الصورة في حين يظهر التركيز في وجود رسم فكري لعلامة الأيديوجرام المرتبطة بموضوع التوعية بسرطان الثدي بألوانها المميزة المرتبطة بشكل أكبر بالفتيات، وتظهر الوحدة وهو المبدأ الذي يتعلق بوضع عناصر الصورة أو مكوناتها بحيث تبدو للمشاهد كما لو كانت وحدة واحدة أو كم متكامل. في حين أن التحليل لا يظهر وجود المنظور نظرًا لأن العلامة البيكتوجرامية لا تحتوي على تمثيل للعلاقات الميكانيكية أو الفراغية للأشياء بالطريقة التي تبدو بها العين البشرية وكأنها حقيقية.

وبالنظر إلى الرسم التصويري للصورة نجد أن التوافق يظهر من خلال ترابط كل أجزاء الصورة ببعضها البعض، من خلال أساليب الرسم الفكري، والألوان المستخدمة، والبنية والنسيج، وأحجام العناصر والأجزاء. ونجد أن التنظيم واضح من خلال وضع العناصر المكونة للصورة والرسم، ووجود مسار واضح للعين تتبعه. وبالنظر إلى الصورة ومن خلال تحليلها ظهر التركيز وهو جعل عنصر الحملة الرئيسي باللون الوردي الفاتح الخفيف مميز عن بقية العناصر، وهذا العنصر هو العنصر الأهم، بل ويعتبر هو بؤرة الصورة. وتحققت الوحدة بوضع عناصر الصورة ومكوناتها بحيث تبدو للمشاهد كما لو كانت وحدة واحدة أو كم متكامل.

- تم توظيف الأيديوجرام في الجانب التوعوي هنا للتوعية بقضية ومرض سرطان الثدي.
- أنظمة الإشارات البصرية المستخدمة في الأيديوجرام وهي أن تشمل إشارة أي علامة أو رمز أو دلالة أو حركة للدلالة على أمر، إشارة الخطر، إنذار بقدوم الخطر، تحذير من فعل مشين، علامة توضع على المواد السامة، أو القابلة للاشتعال، أو الانفجار وهنا إشارة إنذار بقدوم الخطر.
- الإشارات اللغوية التي اعتمد عليها الأيديوجرام هنا، أي لغة الإشارة وهي لغة تعتمد على حركات بشكل معين للوصول للمعنى وهنا لا نلاحظ وجود لها.
- دلالات أنواع الرسم التصويري، أو الفكري المستخدم في الصورة هنا نلاحظ أن الرسم فقط فكري تمثل في علامة سرطان الثدي.

- تم توظيف الألوان في الأيديوجرام بما يتناسب مع الرسالة الاتصالية المراد إرسالها فنجد أن دلالة هذه الألوان كالألوان كالألوان، اللون الأبيض المتقطع في الخلفية يدل على النقاء والبراءة والصحة السليمة، اللون الوردي الفاتح يدل على الأنوثة والجاذبية والسعادة والبهجة، اللون الأسود دلالة على المرض والخطر والشر والموت.

النتائج العامة للدراسة ومناقشتها:

1- اعتمد استخدام العلامات الأيديوجرامية والبيكتوجرامية علي البساطة والوضوح في توصيل الرسالة الاتصالية للتأثير على الجمهور. وتتفق النتيجة مع دراسة ندى سمير احمد (2019) التي حاولت تحديد مدى تأثير نظم المعلومات البيكتوجرامية على الجمهور، من خلال تطبيق نظم المعلومات البيكتوجرام في تعزيز المباني الذكية في المملكة العربية السعودية وتوصلت هذه الدراسة إن عرض هذا النظام المعلوماتي (البيكتوجرام) داخل المباني الذكية بالطرق والتقنيات الحديثة تحقق لمستخدمي المكان سرعة الوصول بأقل جهد، بالإضافة إلى استخدام التقنيات الحديثة لعرض المعلومات يتيح للمستخدم سهولة الاستخدام الذاتي وبالتالي التقليل من الاستعانة بالمجهود البشري في طرح المعلومات، واتفقت الدراستان السابقتان في نتيجة أن العلامات البيكتوجرامية تحقق الفهم بشكل أسرع لدى الجمهور.

2- يعد البيكتوجرام من وسائل الاتصال الهامة في نقل الرسالة الاتصالية من خلال إدراكها بصريًا بسهولة ويسر خاصة للأُميين. وتتفق النتيجة مع دراسة زوزين ZHOU (Zhen, 2013) التي تناولت كيفية تطوير طرق وتصميم رسم تخطيطي جديدة يعتمد على الأساليب التكوينية لصور المصورة، بغرض تطوير صور توضيحية مفهومة ومنهجية ومثيرة للاهتمام مرتبطة بالطب الصيني التقليدي حيث صممت بعض الصور والرسوم التوضيحية للطب الصيني التقليدي، وتم قياس ذلك على الجمهور من خلال الاستقصاء وذلك لاختبار قابلية قراءة هذه الصور التوضيحية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها سهولة قراءة الصور والرسوم التوضيحية التي صممت للطب الصيني التقليدي، ثبت أن طرق التمثيل التصويري فعالة في إنشاء صور توضيحية قابلة للقراءة أصعب مهمة هي تمثيل المعنى المجرد باستخدام أشكال مجردة بحتة. ومع ذلك فإن طريقة إضافة الرموز المجردة إلى الأشكال الملموسة والتمثيل المنتظم قد ينتج عنه تصميمات أكثر قابلية.

3- يعتبر البيكتوجرام أكثر الرموز التصويرية تأثيرًا وذلك لسرعة نقل الرسالة الاتصالية. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (أماني عادل السيد 2017) التي هدفت إلى الوصول لمغزى استخدام البيكتوجرام كأساس في بناء العديد من الأعمال الفنية المعاصرة وذلك بافتراض أن الهدف من ذلك هو إثارة حوار جدلي من خلالها، نظرًا لاكتساب الفنان اليوم لسمات الشخصية المعاصرة التي أصبحت تبحث عن لعب دور مؤثر في الواقع مماثل لما اعتادت عليه عبر الإنترنت وشاشات التلفاز وغيرهما من الوسائط المعاصرة، وهي شخصية تتعامل بمنطق الحوار والجدل والمشاركة والتأثير في المجتمع، ومع اكتساب

- الفنان لسمات تلك الشخصية أصبح لا يكتفي بالاستلهام من المثيرات البصرية التي يراها في حياته إنما وضعها في محل جدل خلال أعماله الفنية، حيث ظهرت العلامات في الأعمال الفنية في شكل حوار ي نشط جمع بين العديد من التناقضات الجدلية الدافعة للتساؤل عن مضمون الحوار الجدلي وأطرافه.
- 4- - أن تطبيق السيمياء بالبيكتوجرام يحقق عنصر جذب الانتباه من خلال التفاعل مع الحدث المصور من خلال استخراج العديد من الرموز والدلالات والوسائط المتعددة المختلفة من الصورة، وهذا ما هدفت إليه دراسة هاشم محمد، برهان الدين عرفة (**Burhanuddin**) و (**Arafah & Muhammad Hasyim, 2023**)، والتي أكدته نتائج هذه الدراسة.
- 5- تعتبر السيمياء هامة جدًا في خلق المعاني والرموز والدلالات داخل صورة البيكتوجرام وتعريفها وتوضيحها لإيصال الرسالة الاتصالية للجمهور، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مارينا لورينساو 2020)، التي توصلت إلى أن الصور الفتوغرافية للوجهة المقدمة من الاتصالات المستحدثة لها تأثير كبير أكثر إيجابية على فاعلية الإعلان.
- 6- فيما يتعلق بعلاقة المركز – بالأطراف تم التركيز على المركز في الصور البيكتوجرامية سواء في فكرة الرسم التصويري أو الفكري الأساسية أو ما يحيط بها من رسوم تصويرية وفكرية متعلقة بالهدف الاتصالي وذلك للتركيز وجذب انتباه الجمهور المستهدف وتوصيل الرسالة بشكل أسهل وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سونج لي (**C.Song le 2023**) التي توصلت إلى نجاح الأيقونات البيكتوجرامية في سرعة إيصال الرسالة بسهولة ووضوح.
- 7- توصلت الدراسة إلى أن بناء الأيديوجرام والعلامات والرموز مثل الدوائر عادة تكون بألوان أحادية كالأزرق أو الأحمر.
- 8- تساهم الأسس الفنية والرمزية في تحقيق البناء المتوازن للمنظم للبيكتوجرام التوعوي. وتتفق النتيجة مع دراسة (غادة دسوقي 2022) التي تمحورت حول رصد وتحليل مبادئ التصميم الأيكولوجي ومفهوم الاستدامة في تصميم نظم التوجيه والإرشاد، كما يوجه الاهتمام نحو التعامل مع النظام الإرشادي بدقة وموضوعية وعدالة لكافة شرائح المجتمع لتحقيق العملية الاتصالية بكفاءة، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة التكامل بين المنهج الأيكولوجي ومبادئ الاستدامة وأسس التصميم الجرافيكي في تصميم نظم المعلومات والتوجيه والإرشاد لمواكبة الفكر التصميمي الحديث وتحقيق جودة الحياة والحد من الأثار السلبية على البيئة.
- 9- ظهرت ألوان الكلمات المصاحبة للرسوم مشابهة لها وذلك لتأكيد المعنى وتقويته. وتتفق النتيجة مع دراسة (Carlos Filipe Paulo, 2013) التي تمحورت حول مشكلة التعرف التلقائي على إشارات المرور من خلال الصور الملتقطة أثناء القيادة وتحليلها، لتقديم مساعدة السائق. وتوصلت الدراسة إلى أنه أمكن الكشف عن إشارات المرور بناءً على لونها وتصنيفها، أيضًا وفقًا لشكلها، في فئة الخطر أو المعلومات أو الالتزام أو الحظر - الحالات الخاصة هي علامات التوقف والعائد والطريقة الخاطئة. بعد ذلك، يمكن التعرف على إشارات المرور بناءً على الصور التوضيحية الخاصة بها، حيث أن كل

- رسم تخطيطي فريد من نوعه داخل فئة إشارة معينة. تحلل خوارزمية التعرف المقترحة الخطوط الخارجية للرسم التخطيطي. عندما تتكون الصور التوضيحية من عدة مناطق غير متصلة.
- 10- ظهر في البيكتوجرام والأيديوجرام التناسب والتوازن بين جميع أجزاء التصميم الهندسي والعناصر المصاحبة له.
- 11- اعتمد المصممون على البساطة التي تعمل على تحقيق الوحدة في التصميم واختيار عناصر بسيطة من السهل التعرف عليها.
- 12 تم الاعتماد على اللونين الأحمر والأسود للدلالة على لفت الانتباه والتحذير والمنع والخطر.
- 13- تم توظيف الأشكال الهندسية في تصميم الأيديوجرام حيث جاءت الدائرة أكثر ارتباطاً بالخطر وكذلك للمنح والتحذير والخطر أيضاً.
- 14- الاهتمام بالأسس الفنية في تصميم الأيديوجرام والتنوع بين الأشكال الهندسية والرموز التعبيرية وتنوع وتباين الألوان. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أميرة مصطفى محمد (2018) التي كشفت على أن النسبة الذهبية على الشبكة في تصميم البيكتوجرام من أهم المعايير التي يجب اتباعها في تصميم البيكتوجرام، تلعب الأسس الفنية لتوظيف النسبة الذهبية على الشبكة في تصميم البيكتوجرام دوراً هاماً في نجاح التصميم للقراءة، يمكن تمثيل نفس المعنى بتصاميم مختلفة للرسم التخطيطي. يجب أن نستكشف التصميم المناسب وفقاً للموضوعات والظروف المستهدفة.
- 15- تتمثل الوظيفة الاتصالية للأيقونات البيكتوجرامية والأيديوجرامية في توصيل الرسالة المستهدفة إلى الجمهور، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سونج لي (C. Song, 2023) التي حاولت رصد وتحديد تأثير العلامات البيكتوجرامية على الجمهور ومدى فاعليتها في فهم الرموز وذلك باستخدام تصميم البحث الاستقصائي، عن طريق استخدام الأدوات الميدانية مثل الاستبيانات والمقابلات، من خلال التطبيق على عينة من الجمهور العام، تم الاعتراف بنجاح العلامات البيكتوجرامية في توصيل الرسالة بشكل أسهل من القراءة إلى الجمهور.
- 16- تؤثر الاعتبارات الجمالية عند تصميم البيكتوجرام في سهولة توصيل الرسالة الاتصالية المطلوبة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نهير رمضان 2016) التي سعت إلى معرفة المزج بين جماليات الخط العربي والرموز البصرية التشكيلية في لوحات البيكتوجراف كمدخل لإثراء الفن المصري المعاصر، وتوصلت الدراسة إلى نجاح أسلوب البيكتوجراف في المزج بين جماليات الخط العربي والرموز البصرية التشكيلية بأسلوب فني مميز أثر الفن المصري المعاصر، وأوصت الدراسة بضرورة توجيه الدارسين وإرشادهم لدراسة الحركة الفنية في مصر والطريق الذي تسير فيه كذلك العقبات التي تتصدى لهذا الطريق. وكذلك دراسة (داليا أحمد 2018) التي حاولت رصد وإيجاد طريقة أو أسلوب للتأكيد على وجود الخط في العمل مع الحفاظ على القيمة التصويرية والإستفادة من الضوء والظل

كأساس حتمي في بناء اللوحة التصويرية، وتستهدف هذه الدراسة الحفاظ على قيمة فنية تشكيلية، وكذلك بالإضافة إلى إضفاء التفرد وإبراز الشخصية الفنية وإعادة رؤية الواقع بطريقة تؤكد على الخط وجمالياته والإستفادة من الضوء والظل كأساس حتمي في بناء اللوحة التصويرية.

17- تم توظيف الألوان والعناصر الدلالية المكونة للأيقونة البيكتوجرامية والأيدوجرامية بما يتناسب مع الرسالة الاتصالية المراد إرسالها في عملية التوعية فنجد أن دلالة هذه الألوان كالألوان كالألوان، اللون الأبيض في الخلفية يدل على النقاء والبراءة، اللون الأحمر للدلالة على التحذير والتنبيه والمنع من أمر ما والمنع واللون الأسود للدلالة على الخطر والسوء، وهذا ما أكدته دراسة **مارك فالفيرو جوردو وإستيلا مارين رويج (Marc Vallverdu-Gordi & Estela Marine-Roig, 2023)** حيث أشارت إلى أن سيميائية التصميم الجرافيكي تؤثر على الوعي لدى الجمهور.

18- أنظمة الاشارات البصرية المستخدمة في البيكتوجرام والأيدوجرام شملت إشارة أي علامة أو رمز أو دلالة أو حركة للدلالة على أمر، وهو ما سعت وتوصلت إليه دراسة (**نهير رمضان 2016**) التي أفادت إلى أن المزج بين جماليات الرموز البصرية والتشكيلية بأسلوب فني مميز له تأثير على الجمهور المستهدف.

19- تم الاعتماد على الاشارات اللغوية في البيكتوجرام والأيدوجرام هنا، أي لغة الإشارة وهي لغة تعتمد على حركات بشكل معين للوصول للمعنى.

توصيات الدراسة:

1. توسع المؤسسات والهيئات المختلفة في طرح المزيد من الرسم الفكري وترسيخه داخل المجتمعات لما له من بساطة ووضوح وسهولة في نقل الرسالة الاتصالية دون عناء القراءة أو الترجمة.
2. الاعتماد بشكل أكبر على الرسوم التصويرية في الحملات المختلفة
3. الاستعانة بخبراء ومتخصصين في تصميم الأيقونات البيكتوجرامية والأيدوجرامية لما للمتخصص من قدرة على إثراء الأيقونات.
4. التنوع في استخدام الألوان المختلفة وفقا لدلالاتها العلمية وعدم اقتصارها على اللون بسيطه ومحددة.
5. توظيف المؤثرات الضوئية في الأيقونات البيكتوجرامية والأيدوجرامية لما لها من قدرة على جذب الإنتباه .
6. توظيف المؤثرات الصوتية مع الأيقونات البيكتوجرامية والأيدوجرامية خاصة في حملات الشوارع.
7. تحويل الأيقونات البيكتوجرامية والأيدوجرامية من مجرد رسم فكري وتصويري كاريوكي إلى مجسمات ثابتة ومتحركة.

ما تثيره الدراسة من مقترحات مستقبلية:

1. البحث والدراسة في دور الأيقونات البيكتوجرامية والايديوجرامية في الحملات الإرشادية.
2. البحث والدراسة في دور الأيقونات البيكتوجرامية والايديوجرامية في الإعلانات الترويجية والتسويقية.
3. البحث والدراسة في آليات وأسس تصميم الأيقونات البيكتوجرامية والايديوجرامية.
4. البحث في كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على الأيقونات البيكتوجرامية والايديوجرامية وتطويعها في مجال الإعلام.
5. دراسة سيكولوجية المتلقي في أكثر العناصر المكونة للأيقونات البيكتوجرامية والايديوجرامية تأثيرًا ومراعاة ذلك عند تصميمها مستقبلاً..

مراجع الدراسة:

- (1) Tuomo Hiippala, **Helsinki: A Multisemiotic Analysis of Tourist Brochures**, Master's Thesis, University of Helsinki, Department of English, 2021, p.57.
- (2) فيصل الأحمر (2010)، معجم السيميائيات، ط1، الجزائر، الدار العربية للعلوم، ص8.
- (3) Berge A.(2010)The objects of affection semiotics and consumer culture. New York: Palgrave Macmillan. p3.
- (4) Hawkes , T. (2004) Structuralism and semiotics. New York: Rout ledge. p101.
- (5) Elsevier. (2014) The semiotic perspectives of Peirce and Saussure , The international conference on communication and media PP 4 9.
- (6) Cobley , P. The Deaths of semiology and mytoclasm: Bartes and media studies , International association for semiotic studies. p6.
- (7) حنون مبارك (1987)، دروس في السيميائيات، المغرب، مكتبة الأدب المغربي، ط1، ص 73.
- (8) حنون مبارك (1987)، دروس في السيميائيات، المغرب، مكتبة الأدب المغربي، ط1، ص 73.
- (9) عبد الناصر حسن محمد (2002)، سيميوطيقا العنوان في شعر عبد الوهاب البياتي، القاهرة، دار النهضة العربية، ط1، ص24.
- (10) الاتجاه السيميولوجي ونقد الشعر، مرجع سابق، ص46.
- (11) بيير جيرو (2016)، السيميائيات: دراسة الأنساق السيميائية غير اللغوية، ت منذر عياش، دمشق، دار نينوي، ط1، ص6.
- (12) Leeuwen , T. (2005), Introducing social semiotics. New York: Rout ledge. P3.
- (13) هواري بلقندوز، المعطي التداولي لنظرية العلامة في السيميائيات الأمريكية: المنطلقات والحدود، المركز الجامعي - سعيدة، الملتقى الدولي الخامس، السيمياء والنص الأدبي، ص365 ص373.
- (14) Harrison , c. (2003), Visual social semiotics: understanding how still images makes meaning , Technical communication , No 50 , PP 46 60.
- (15) Parsa , A. Interpreting still images by using semiotic approaches , Visual semiotics: How still image mean ? PP 844 853.
- (16) فرانسيس دواير وديفيد مايبك مور (2015)، الثقافة البصرية والتعلم البصري، نبيل جاد عزمي، القاهرة، مكتبة بيروت، ط2، ص137.
- (17) <https://venngage.com/blog/pictogram/>

(18) <https://www.twinkl.com/teaching-wiki/pictogram>

- (19) الثقافة البصرية: والتعلم البصري، مرجع سابق.
- (20) تعبيرية الجسد في الفيلم السينمائي، مرجع سابق، ص773.
- (21) جميل حمداوي (2015)، التواصل اللساني والسيميائي والتربوي، ط1، ص 39.
- (22) فيصل لعبيبي حمود (2015)، تعبيرية الجسد في الفيلم السينمائي، جامعة بغداد، مجلة كلية التربية الأساسية، المجلد 21، العدد 91، ص ص 757 776.
- (23) عفيف البهنسي، النقد الفني وقراءة الصورة، دمشق – القاهرة، دار الكتاب العربي، ص 38.
- (24) ابرير بشير (2008)، الصورة في الخطاب الاعلامي دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والأيقونة، جامعة عنابة، الملتقى الدولي الخامس، السيميائية والنص الأدبي، ص 29 ص180.
- (25) أمال منصور (2006)، سيميوطيقيا الصورة: سلطة الصورة ام صورة السلطة "سقوط النظام العراقي" نموذجاً، محاضرات الملتقى الرابع، السيميائية والنص الأدبي، ص 67 ص84.
- (26) سعيد عموري (2014)، من النص السردي إلى الفيلم السينمائي قراءة في اشتغال المصطلحات، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، قسم الآداب والفلسفة، العدد 12، ص 13 ص22.
- (27) سلمان باقر الخفاجي (2014)، الجدلية السيميائية بين الكلمة والصورة في صياغة الأخبار التلفازية، الكلية الاسلامية الجامعة، مجلة الباحث العلمي، العدد 24 – 25، ص 169 ص180
- (28) خاين محمد، العلامة الأيقونية والتواصل الاشهاري، محاضرات الملتقى الخامس، السيميائية والنص الأدبي، ص202.
- (29) جمال شعبان شاوش، قراءة في سيميولوجيا الصورة السينمائية، الملتقى الدولي السادس، السيميائية والنص الأدبي، جامعة الجزائر، قسم علوم الاعلام والاتصال، ص ص 565 588.
- (30) ايهاب العجموي، الاستفادة من الدراسات الإثنوجرافية في تصميم نظم البيكتوجرام، مصر، مجلة علوم وفنون، العدد 3
- (31) ايهاب العجموي، الاستفادة من الدراسات الإثنوجرافية في تصميم نظم البيكتوجرام، مصر، مجلة علوم وفنون، العدد 3
- (32) عرفات النعيم، رموز الحب والكارهية في تصميم الجرافيك المعاصر، بلغاريا: صوفيا، الأكاديمية الوطنية للفنون، كلية الفنون والتصميم، جامعة العلوم التطبيقية، ندى سمير 54
- (33) Ravindran Munusamy & Jasni Dolah (2016), Symbolic form in Patrick Low's Photography from 2005-2010, 2nd International conference on creative media: Design & Technology, p.2.
- (34) Tiffany Yunita (2017), Symbolism and their meanings in the little prince, Faculty of language and arts, Soegijapranata catholic university, p.6

- (35) Keri Lemon (2003), Symbolism meanings of brands / products: A symbolic interactionism perspective, **A Thesis master of arts**, the Graduate Faculty of Texas Tech University, p.6.
- (36) Ernest Jones (1916), The theory of symbolism, **the British Psychological Society**, p. 182.
- (37) Rakesh Chandra Joshi (2016), Symbolism and T.S. Eliot's Theory of Objective Correlative, **International Research Journal of Interdisciplinary & Multidisciplinary Studies**, Vol. II, Issue. X , p. 49.
- (38) Emad Jabor Awadasid (2015), Symbolism and Imagery In Nathaniel Hawthorne's The Scarlet Letter, **A Thesis master of arts**, Sudan university of science and technology, p.12.
- (39) Hasyim, M., & Arafah, B. (2023). Semiotic Multimodality Communication in the Age of New Media. **Studies in Media and Communication**, **11(1)**, 96-103.
- (40) Plakoyiannaki, E., Stavraki, G., & Tsapi, V. (2022). The artist and the photograph: a semiotic analysis of consumers' experiences with photographs. **Qualitative Market Research: An International Journal**, **25(2)**, 256-271.
- (41) Yoedtadi, M. G. (2021, August). Nationalism in Sports Photos (Semiotic Analysis of Football Sports Journalistic Photos on Peksi Cahyo's Instagram). **In International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)** (pp. 667-672). Atlantis Press.
- (42) Lourenção, M., Giraldi, J. D. M. E., & de Oliveira, J. H. C. (2020). Destination advertisement semiotic signs: Analysing tourists' visual attention and perceived ad effectiveness. **Annals of tourism research**, **84**, 103001.
- (43) Picazo, P., & Moreno-Gil, S. (2019). Analysis of the projected image of tourism destinations on photographs: A literature review to prepare for the future. **Journal of Vacation Marketing**, **25(1)**, 3-24.
- (44) Ferguson, D. A., & Greer, C. F. (2018). Visualizing a non-visual medium through social media: The semiotics of radio station posts on Instagram. **Journal of Radio & Audio Media**, **25(1)**, 126-141.

(45) Bokek-Cohen, Y. A. (2017). A visual semiotic analysis of sperm donors' baby photos as major marketing material at the s [u] permarket. **Visual Communication**, 16(2), 239-263.

(46) Saragi, L. N., Wulan, R. R., & Malau, R. M. U. (2016, November). Babystagram phenomenon among indonesia celebrities instagram accounts: semiotic analysis on photographs at babystagram account. In Proceeding of **International Conference on Communication, Culture and Media Studies (CCCMS)**.

(47) Rashidi, S., & Sabournedjad, Z. (2015). Cinema Superstars and Online Identity: A Semiotic Study on the Concept of Stardom After the Internet (A Case Study of Elnaz Shakerdoost's Instagram Photos). **New Media Studies**, 1(3), 165-200.

(48) Bevins, C. (2014). **Get Schooled: A visual social semiotic analysis of Target's branding using Instagram**. Liberty University.

(49) Song Li's (2023) , Pictogram Signs and The Ability To Deliver The Communicative Message To The Public , Master's Hgesis, Beijing University Of Posts and Telecommunications.

(50) غادة دسوقي (2022)، التصميم الايكولوجي المستدام لنظم المعلومات والتوجيه والإرشاد في المواقع الأثرية والمباني العامة، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، العدد خاص، 624_597

(51) Tatyana Kachlcova(2021), The Impact Of Corporate Ideograms in Service Marketing, University Of New york in Prague (Unyp),<https://WWW.unyp.cz>".

(52) ندي سمير احمد(2019) دور نظم المعلومات البيكتوجرام في تعزيز المباني الذكية في المملكة العربية السعودية، المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، العدد الخامس عشر، ص ص 48 68.

(53) أميرة مصطفى محمد (2018) توظيف النسبة الذهبية على الشبكة في تصميم البيكتوجرام، مجلة الفنون والعلوم التطبيقية، العدد 1، ص ص 37 51.

(54) داليا أحمد (2018)، التفرد الشخصي والهوية الفنية الشخصية من خلال جماليات الخط، مجلة التصميم الدولية مج 8، ع 3،

(55) أماني عادل السيد (2017)، جدلية البيكتوجرام في الأعمال الفنية المعاصرة، مجلة امسيا، العدد 12، ص ص 147 170.

(56) نهير رمضان (2016)، المزج بين جماليات الخط العربي والرموز البصرية التشكيلية في لوحات البيكتوجراف كمدخل لإثراء الفن المثري المعاصر: دراسة تحليلية وصفية لمختارات من أعمال محمد طوسون، المجلة العلمية لجمعية إمسا التربوية عن طريق الفن، ع 5، 6، ص 238: 264

(57) ZHOU Zhen., Analysis of Dongba Pictographs and Its Application to Pictogram Design Higher Education of Social Science Vol. 5, No. 2, 2013, pp. 85-88.

Available from: URL:<http://www.cscanada.net/index.php/hess/article/view/j.hess>.

DOI: <http://dx.doi.org/10.3968/j.hess.1927024020130502.2745>

(58) Carlos Filipe Paulo(2010), Traffic Sign Recognition Based on Pictogram Contours, Ninth International Workshop on Image Analysis for Multimedia Interactive Services, Journal of Clinical Epidemiology 63. 655e659.

(59) Vallverdu-Gordi, M., & Marine-Roig, E. (2023). The Role of Graphic Design Semiotics in Environmental Awareness Campaigns. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 20(5), 4299.

(60) Ahiakpa, J. K., Cosmas, N. T., Anyiam, F. E., Enalume, K. O., Lawan, I., Gabriel, I. B.,... & Doherty, F. V. (2022). COVID-19 vaccines uptake: Public knowledge, awareness, perception and acceptance among adult Africans. **PLoS One**, 17(6), e0268230.

(61) Chinie, C., Biclesanu, I., & Bellini, F. (2021). The impact of awareness campaigns on combating the food wasting behavior of consumers. **Sustainability**, 13(20), 11423.

(62) Belgrimet, S., & Rabab'ah, G. (2021). A multimodal discourse analysis of English posters in violence awareness campaigns against women. **Theory and Practice in Language Studies**, 11(2), 191-201.

(63) Viguria, I., Alvarez-Mon, M. A., Llaverro-Valero, M., Asunsolo del Barco, A., Ortuño, F., & Alvarez-Mon, M. (2020). Eating disorder awareness campaigns: thematic and quantitative analysis using Twitter. **Journal of medical internet research**, 22(7), e17626.

(64) Saha, K., Torous, J., Ernala, S. K., Rizuto, C., Stafford, A., & De Choudhury, M. (2019). A computational study of mental health awareness campaigns on social media. **Translational behavioral medicine**, 9(6), 1197-1207.

(65) Pinto, R. S., dos Santos Pinto, R. M., Melo, F. F. S., Campos, S. S., & Cordovil, C. M. D. S. (2018). A simple awareness campaign to promote food waste reduction in a University canteen. **Waste management**, 76, 28-38.

- (66) Shaikh, S., Baig, L. A., & Polkowski, M. (2017). Effectiveness of media awareness campaigns on the proportion of vehicles that give space to ambulances on roads: An observational study. **Pakistan Journal of Medical Sciences**, **33(1)**, 221.
- (67) Scholtz, B., Burger, C., & Zita, M. (2016). A social media environmental awareness campaign to promote sustainable practices in educational environments. In **Advances and New Trends in Environmental and Energy Informatics: Selected and Extended Contributions from the 28th International Conference on Informatics for Environmental Protection** (pp. 355-369). Springer International Publishing.
- (68) Bray, J. E., Straney, L., Barger, B., & Finn, J. (2015). Effect of public awareness campaigns on calls to ambulance across Australia. **Stroke**, **46(5)**, 1377-1380.