دراسات فنية
مخبر الفنون والدراسات الثقافية
جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان
Algerian Scientific Journal Platform
المجلد: 12 العدد: الأول (2025) ص 08 / 19

أهمية توظيف العناصر الفنية في الخطاب البصري للحملات الإعلامية

دراسة تحليلية سيميولوجية لملصق حملة توعوية ضد سوء استخدام الأطفال للأنترنت

The Importance of Employing Artistic Elements in the Visual Discourse of Media Campaigns : A semiological analysis study of an awareness campaign poster Against children's misuse of the Internet

د. لمام فتيحة

جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية وتحليل الخطاب، fatiha.limam@univ-mosta.dz

معلومات المقال

تاريخ الارسال:
2025/09/26
تاريخ القبول:
2025/11/11

الكلمات المفتاحية:
- ✓ توظيف
- ✓ العناصر الفنية.
- ✓ الخطاب البصري.
- ✓ السيميولوجيا.
- ✓ الحملات الإعلامية.
- ✓ الاستخدام.

الملخص:

تعتبر الصورة أهم مكون في الرسالة الإعلامية، حيث تلعب دورا كبيرا في التأثير على المتلقي، وتستعين الصورة في إطار عملية التواصل البصري بمجموعة من العناصر الفنية كالألوان والأشكال والخطوط وزوايا التصوير، التي تساهم في جذب انتباه المتلقي وإثارة اهتمامه مما يزيد من فعاليتها في تحقيق الإقناع.

ترتبط وظيفة الإقناع في وسائل الإعلام خاصة بمجال الحملات الإعلامية التي تهدف إلى تنمية الوعي بمخاطر المشاكل الاجتماعية والصحية والبيئية، حيث يسعى القائم بالاتصال في مثل هذا النوع من المضامين الإعلامية إلى تغير السلوكات الخاطئة ونشر الثقافة التوعوية والقيم الإيجابية، وفي هذا الإطار فقد أصبحت قضايا استغلال الأطفال عبر الانترنت من أكثر أنواع الجريمة الإلكترونية تداولا في المحاكم الجزائرية، ولعل من أهم أسباب تفشي هذه الظاهرة هو نقص الوعي بمخاطر استخدام التكنولوجيا الرقمية من قبل الأطفال وأوليائهم.

وهو ما دفعنا لمحاولة البحث في هذا الموضوع الذي سنسلط فيه الضوء على أهمية توظيف الصورة في تحقيق فعالية الاتصال أثناء الحملات الإعلامية ودورها في تنمية الوعي ضد سوء استخدام الأطفال للإنترنت حيث قمنا بإجراء دراسة تحليلية سيميولوجية لملصق حملة إعلامية تم نشره على موقع وزارة البريد والمواصلات خلال الفترة من 08 فيفري إلى14 فيفري 2025.

Abstract :

Images are considered the most important elements of the message in mass media, playing a significant role in influencing the recipient. Images, within the framework of the visual communication process, rely on a set of artistic elements such as colors, shapes, typography, and shooting angles, which help attract the recipient's attention and spark their interest, thereby enhancing the message's effectiveness in persuasion.

The persuasive function in mass media is especially linked to campaigns aimed at raising awareness of social, health, and environmental problems. In such communications, the agent of communication seeks to change incorrect behaviors and disseminate awareness-raising culture and positive values. In this context, the issue of child exploitation via the internet has become one of the most discussed forms of cybercrime in Algerian courts. One of the main reasons for the spread of this phenomenon is the lack of awareness of the risks of digital technology use by children and their guardians.

which motivated us to explore this topic and shine a light on the importance of employing imagery to achieve effective communication during media campaigns and its role in increasing awareness against the misuse of the Internet. We conducted a semiotic analytical study of a public awareness poster published on the website of the Ministry of Post and Telecommunications during the period from February 8 to February 14, 2025.

Article info

Received ……..

Accepted ……..

Keywords:

- ✓ *employment.*
- ✓ *Artistic elements.*
- ✓ *visual discourse.*
- ✓ *Semiology.*
- ✓ *Media campaigns.*
- ✓ *usage.*

المؤلف المرسل: لمام فتيحة

1. مقدمة:

يحتل الخطاب البصري مكانة هامة في الدراسات الإعلامية والفنية التي تحاول الوصول إلى تحديد معنى الدلالات والرموز الظاهرة والخفية التي تعبر عنها الصورة كمحتوى إعلامي وثقافي، وتزداد أهمية الصورة في الوقت الراهن من حيث درجة تأثيرها على المتلقي حيث تقوم بتأدية وظيفة اتصالية، وهي أقدم وظيفة في تاريخ الحضارة الإنسانية.

يعتبر التفكير في الصورة عملية علمية ممنهجة الهدف منها هو استخراج المعنى الذي تدل عليه الصورة أو مجموعة الصور محل الدراسة، وعليه فإن القارئ ومن خلال محاولته لتأويل معنى الصورة فهو ينتج عددا غير محدود من الكلمات التي تعبر عن مستوى فهم المتلقي أو ثقافته المرجعية واليوم وفي الوقت الذي أثبتت فيه البحوث الكمية عدم جدواها في التعاطي مع الإشكاليات المعقدة التي تطرحها الصورة بات علينا كباحثين تسليط مجال الاهتمام حول البحوث الكيفية التي تمكننا من فهم الصورة وسبر أغوارها.

ضاعفت التكنولوجيا الرقمية من إمكانيات تأثير الصورة على المتلقي، في وقت يتزايد فيه استخدام الشاشات الرقمية من حاسوب وهاتف ذكي وجهاز لوحي، خاصة في ظل توسيع انتشار خدمة الانترنت الجوال وهو ما أكسب المستخدمين حرية أكبر في الإبحار عبر صفحات المواقع الإلكترونية والمنصات الرقمية.

إلا أننا لا يمكن أن نرى فقط الجانب المشرق والإيجابي لهذه التكنولوجيا، نظرا لتزايد حجم الأضرار الناجمة عنها بسبب سوء الاستخدام ومن أكبر تجليات مخاطر التكنولوجيا الرقمية، تلك التي تطال الأطفال نظرا لافتقارهم للوعي الكافي للتعامل معها وهو ما دفعنا للقيام بهذا البحث الذي نسعى من خلاله إلى تبيان أهمية توظيف العناصر الفنية في محتوى الحملات الإعلامية المصورة وعلاقتها بتنمية الوعي بمخاطر استغلال الأطفال عبر الإنترنت وهذا من خلال إجراء دراسة تحليلية سيميولوجية لمضمون ملصق حملة توعوية.

2. الإطار المنهجي للدراسة:

1.2 الإشكالية: من خلال ما تقدم ذكره يمكننا طرح الإشكالية التالية: ما هي مختلف دلالات ورموز العناصر الفنية للرسالة البصرية الموظفة في ملصق الحملة الإعلامية التوعوية ضد مخاطر استخدام الأطفال للأنترنت؟ وإلى أي مدى تساهم هذه العناصر في تحقيق الإقناع لدى المتلقي؟

2.2 التساؤلات الفرعية:

- ما هو مفهوم الخطاب البصري؟
- ما هي أهم العناصر الفنية الموظفة في الخطاب البصري للحملة الإعلامية محل الدراسة؟
- ما هي مختلف الدلالات الرمزية للعناصر الفنية الموظفة في ملصق الحملة الإعلامية محل الدراسة؟
- إلى أي مدى تساهم العناصر الفنية للرسالة البصرية في تحقيق فعالية الاتصال خلال الحملات الإعلامية؟
- ما هو دور الخطاب البصري في تنمية الوعي الرقمي لدى مستخدمي الإنترنت في الجزائر؟

3.2 نوع الدراسة: ينتمي البحث إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تعنى بوصف الظواهر الاجتماعية والإنسانية وتحليلها من أجل تحديد أسباب وقوعها وكيفية التكيف معها أو الحد من الأضرار الناجمة عنها، حيث ترتبط الدراسة بالبحوث الكيفية التي تهتم باستقراء الدلالات الرمزية للعناصر الفنية التي تتضمنها الصورة الإعلامية، وهذا بغية الوصول إلى فهم المعاني التي يسعى القائم بالاتصال إلى تبليغها من خلال رسالة الخطاب البصري.

4.2 **المنهج وأدوات البحث** : نظرا لخصوصية البحث وارتباطه بمجال الصورة وتوظيف العناصر الفنية في الخطاب الإعلامي المصور فقد اخترنا منهج التحليل السيميولوجي وهذا من خلال تطبيق مقاربة رولان بارث لاستقراء مختلف الدلالات الرمزية الواردة في مضمون الحملة الإعلامية المصورة التي اخترناها كعينة للدراسة.

5.2 مجتمع البحث والعينة : يرتبط مجتمع البحث في دراستنا هذه بكل الحملات الإعلامية التي تم تخطيطها في سبيل التوعية ضد مخاطر استخدام الأطفال للتكنولوجيا الرقمية، أما بالنسبة للعينة فهي عينة قصدية تم انتقاؤها بطريقة غير احتمالية وتتمثل في تحليل محتوى صورة ثابتة لملصق حملة إعلامية تم إطلاقها خلال الفترة الممتدة من 08 إلى 14 فبراير 2025 من قبل وزارة البريد والمواصلات بالتنسيق مع عدة وزارات وهيئات وطنية، حيث تم تحميل الصورة من الموقع الرسمي للوزارة المعنية.

6.2 **تحديد مفاهيم الدراسة:**

– **التوظيف: لغويا:** كلمة توظيف من أصل وظف، وهي على وزن التفعيل: وظف الشيء من الوظيفة (الحميري، 1999، صفحة 4)، كما ورد في معجم اللغة العربية المعاصرة تحديد معنى كلمة توظيف بإرجاعها إلى المصدر وظف، توظيف المال بمعنى تثمينه وتنميته (عمر، 2008، صفحة 164).

إجرائيا: أما بالنسبة للمفهوم الإجرائي للمصطلح في دراستنا هذه فالمقصود به هو فعل الاستخدام، أو الاستعمال، بحيث نسعى من خلاله إلى تحديد أهم العناصر الفنية التي استعان بها القائم بالاتصال في الصورة محل الدراسة من أجل تبليغ المعاني وتحقيق الإقناع لدى المتلقي بأهداف الحملة.

– **العناصر الفنية:** المقصود بالعناصر الفنية في هذه الدراسة هو كل ما تحتويه الصورة من مكونات لها علاقة بالفن كاستخدام الألوان والأشكال والخطوط وزوايا التصوير...إلخ، والتي تساهم في تعميق البعد الدلالي للرسالة البصرية المراد تبليغها.

– **الخطاب البصري:** هو مفهوم مركب من مصطلحين، مصطلح الخطاب ومصطلح الصورة، **فالخطاب:** اصطلاحا هو كلام موجه إلى متلق بقصد الإقناع والتأثير أو المشاركة الكلامية بين طرفي الاتصال، حوارا أو مشافهة أو كتابة. (قحلوص، 2016، الصفحات 74-75).**أما الصورة فهي** كلمة إغريقية الأصل: «IMAGO » وتعني ما يشبه أو ما ينتمي إلى حقل التمثيل (لعياضي، 2003، صفحة 35) la Représentation، في اللغة العربية كلمة صورة مشتقة من الفعل صوّر وهو يحمل معاني متعددة منها تمثيل الشيء، وصفه أو الدلالة على حقيقته، وقد جاء في الموسوعة الثقافية:" الصورة في اللغة تدل على ظاهر الشيء وهيئته وكذا صفته، يقال صورة الفعل كذا أي هيئته، ويقال صورة الأمر كذا أي صفته" (الرحمن، 2009، صفحة 25) أما في القرآن الكريم فقد جاءت كلمة صورة لتدل على القدرة الإلهية في خلق الكون وخلق البشر، وهذا من خلال قوله تعالى:" وهو الخالق البارئ المصور له الأسماء الحسنى" سورة الحشر الآية 24، وفي سورة الأعراف يقول سبحانه وتعالى:" ولقد خلقناكم ثم صورناكم" الآية 10.

أما اصطلاحا فتعتبر الصورة من العناصر الاتصالية غير اللغوية، يعرفها نصير بوعلي بأنها:" أداة تعبيرية اعتمدها الإنسان لتجسيد المعاني والأفكار والأحاسيس وهي بشكل عام تمثل بنية بصرية دالة " structure visuelle"وتشكيل تتنوع في داخله الأساليب والعلاقات والأمكنة" (بوعلي، 2010، صفحة 38). **وبالجمع بين المصطلحين (الخطاب والصورة)** فإننا بصدد الحديث عن مفهوم الخطاب البصري وهو فن مخاطبة العقول والقلوب، وهو فن لا يجيده إلا من يمتلك أدواته التي إذا اجتمعت مع ملاءمة الظرف الزماني والمكاني والوسيلة المناسبة أوصلت الفكرة بسرعة للقارئ وأثرت فيه تأثيرا بالغا (بلجي و العذاري، 2024، صفحة 45)."

– **السيميولوجيا:** يمكن تعريف السيميولوجيا بأنها" علم العلامات أو الإشارات أو الدوال اللغوية أو الرمزية سواء أكانت طبيعية أم اصطناعية، ويعني هذا أن العلامات إما يصنعها الإنسان اصطلاحا، وذلك عن طريق اختراعها واصطناعها والاتفاق مع أخيه الإنسان على دلالاتها ومقاصدها مثل اللغة الإنسانية ولغة إشارات المرور، أو أن الطبيعة هي التي أفرزتها بشكل عفوي وفطري، لا دخل للإنسان في ذلك، كأصوات الحيوانات وأصوات عناصر الطبيعة" (حمداوي، 2011، صفحة 67).

الحملات الإعلامية: يعرف جوران هيدبيرو الحملة الإعلامية بأنها" النشاط المكثف الذي يمتد لفترة زمنية محددة يتعامل مع موضوع محدد ويستخدم عادة مجموعة من الوسائل" (يخلف، 2012، صفحة 95)، أما Armand Mattelard فيعرفها على أنها نشاط اتصالي مخطط ومنظم، وخاضع للمتابعة والتقويم تقوم به جهة معينة، باستخدام وسائل الاتصال المختلفة، وباعتماد أساليب إستمالة العواطف وتغيير توجهات

الجمهور المستهدف إزاء موضوع أو قضية ما" (Mattelard, 2004, p. 3)، يتحدد مفهوم الحملات الإعلامية في دراستنا هذه في مختلف النشاطات الاتصالية التي تقوم بها المؤسسات العمومية في سبيل تنمية الوعي لدى الجمهور بخصوص المشاكل الاجتماعية والصحية والبيئية، بهدف تصحيح السلوكيات ونشر القيم الإيجابية.

– **الاستخدام: لغة:** عرف قاموس Le Robert Seuil de sociologie مصطلح « Usage » أو الاستخدام بأنه: " استخدام شيء ما مادي أو رمزي لأغراض خاصة، وبالتالي فالاستخدام الاجتماعي لأداة أو شيء ما يحيل إلى تسليط الضوء على المعاني الثقافية المعقدة التي تنشأ جراء هذا الاستخدام فيما هو يومي(Akoun & Ansart, 1999, p. 556) ".

اصطلاحا: وفقا لبيار شامبا Pierre chambat فإن مفهوم الاستخدام يشمل معان متعددة يمكن توزيع هذه المعاني على طول السلسلة المتواصلة من الاستعمال البسيط إلى التملك مرورا بالاستخدام والممارسة، "في علم اجتماع الاتصال، يتم بناء مفهوم الاستخدام نظريًا وتجريبيًا ويُعَدُّ هذا الأمر أكثر حساسية حيث يُقصد منه أن يُستخدم للكشف عن وصف وتحليل السلوكيات والتمثلات المرتبطة بمجموعة غامضة وهي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات"(chambat, 1994, p. 250) .

كما تؤكد "جوي Jouet " أن مفهوم الاستخدام ينطوي على التفاعل والحوار بين الإنسان والآلة ، مما يؤدي إلى مشاركة نشطة ومنتجة للمستخدم، وتشير كذلك إلى أن مفهوم الاستخدام في بحوث الإعلام والاتصال لم يكن حديثا بل يعود إلى ستينات القرن الماضي في البحوث الأنجلوساكسونية، تحت تسمية الاستخدامات والاشباعات والتي أعادت النظر في نموذج التأثير من زاوية معاكسة للتساؤل ماذا يفعل الأفراد بوسائل الاتصال؟ بدل ماذا تفعل وسائل الاتصال بالأفراد؟(Jouet, 2000, p. 493) . كما يعرف Yves Francois le coadic الاستخدام بأنه:" نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكررا ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام."(coadic, 1997, p. 19)

3. أبعاد قراءة الصورة وفهم تأويلاتها:

إن الصورة مادة اتصال تقيم العلاقة بين المرسل والمتلقي، فمرسل الصورة لا يقترح رؤية محايدة للأشياء، والمتلقي يقرأها انطلاقا مما يسميه الباحث الفرنسي Jean Duvignaud بالتجربة الجمالية والمخيال الاجتماعي، وذلك لأن الصورة لا تخاطب حاسة البصر لدى المتلقي فقط، بل تحرك حواسه وأحاسيسه، وميراثه العاطفي والاجتماعي، فدلالة الألوان، على سبيل المثال، تختلف من مخيال اجتماعي لآخر") لعياضي ,2003 , p. 36)، " فالصورة فضاء مفتوح على كل التأويلات ولهذا تكون مرفوقة في أغلب الأحيان بتعليق لغوي قد يطول أو يقصر وفي هذا الإطار تحيلنا الصورة على قراءة النص الذي يثبت فيه الداعي أفكاره وحججه." (خواني، 2016، صفحة 141) وحسب سعيد بنكراد فللصورة مداخلها ومخارجها، لها أنماط للوجود وأنماط للتدليل، إنّها نص وككل النصوص تتحدد باعتبارها تنظيما خاصا لوحدات دلالية متجلية من خلال أشياء أو سلوكات أو كائنات في أوضاع متنوعة (بنكراد، 2006، صفحة 31).

" لقد جاء خطاب الصورة ليتحدى تلك المعوقات التي كانت تضعها الكلمة والتي تقتضي ضرورة استعمالها من أجل تحقيق التواصل بين جميع الفئات الإنسانية، فخطاب الصورة أبلغ في تحقيق التواصل بل نقل هو حضارة في حد ذاته فالصورة هي الكل المركب الذي يشمل الجانب الحسي والعقلي والمعرفي والإبداعي" (خالدي و غشير، 2022، صفحة 206).

"فقراءة الصورة إذن تستوجب بعض المهارات منها ما هو تقني ومنها ما هو بلاغي ومنها ما هو تاريخي ومنها ما هو سيميائي دلالي لاستنطاق واستخراج خفاياها الدلالية الغائصة في قعر النص" (بوعلي، 2010، صفحة 41)، فبالنسبة للجانب التقني فعلى الشخص الراغب في دراسة الصورة وتحليل أبعادها وقراءة مدلولاتها ، أن يكون على دراية واسعة بأسس التصوير أو التقاط الصورة سواء كانت ثابتة أو متحركة.

وبالنسبة للأولى فالأمر يكون أقل تعقيدا فالنظر إلى الصورة هنا يكون فقط من خلال ما يتضمنه الإطار والتأطير وزاوية النظر، أما بالنسبة للثانية (الصورة الفيلمية) فيتطلب الأمر بذل جهد أكبر لأن الصورة هنا تتألف من عدد من اللقطات المتتابعة التي تألف في مجموعها مشاهد أو متتاليات لا يمكن دراستها إلا بتقطيعها إلى وحدات أصغر تسهل قراءتها وتحليلها، فاللقطات في المشهد الفيلمي تتواتر بسرعة كبيرة يصل معدلها إلى 24 صورة في الثانية بالنسبة للنظام التماثلي و50 صورة في الثانية في النظام الرقمي، وهو ما يجعل من المستحيل تتبع كل التفاصيل في الصورة لأن سرعة تواتر هذه الأخيرة تخادع العين البشرية.

تجزأة الصورة المتحركة أو الفيلمية إلى وحدات أصغر يتطلب إجراء عملية التقطيع التقني " Le Découpage technique" وهو خطوة جد هامة بالنسبة للباحث السيميولوجي الذي يسعى إلى استقراء رسالة النص الفيلمي سواء كان فيلما سينمائيا أو برنامجا تلفزيونيا، من خلال معرفة مختلف الدلالات التي تحيل إليها أنواع اللقطات، وزوايا التصوير وحركات الكاميرا، وهي العناصر التي يعرفها كريستيان ماتز بالعناصر التعبيرية للغة السينمائية حين يقول:" السينما ليست فن بل هي وسيلة اتصال وهي لغة تختلف عن اللغة اللفظية بحيث توظف أدوات تعبير تختلف عن أدوات التعبير في اللغة اللفظية" (إبراقن، 2001، صفحة 196) وهي اللقطة التي تعادل في النحو الكلمة وزوايا التصوير وحركات الكاميرا التي تعادل الجملة والنص، كما تعتمد قراءة الصورة على الجانب البلاغي الذي يقوم على البحث في أسس البلاغة البصرية التي تختلف عن البلاغة الكلاسيكية، ويتطلب الأمر هنا الرجوع إلى ما قدمه كل من رولان بارث وجاك ديران Jack Diron في هذا المجال.

أما بالنسبة للمهارات التاريخية فالأمر يتعلق بالقراءة التاريخية للصورة فلا تخلو أي صورة من البعد التاريخي حتى ولو كانت تعالج موضوعا آنيا مثال: تحليل صورة إعدام الرئيس الراحل صدام حسين لا تتعلق بالوقوف على معطيات الصورة في لحظة الإعدام وحدها بل بالعودة إلى تاريخ فترة حكم الرئيس صدام وصراعه مع الولايات المتحدة الأمريكية وكذا موقع بغداد من الخارطة السياسية الدولية، ووقوفها كحجر عثرة أما مشروع الشرق الأوسط الكبير وأمام مصالح الولايات المتحدة في المنطقة العربية ككل وفي فلسطين على وجه التحديد، وهذا ما يتطلب من القارئ التسلح بزاد معرفي هام في هذا الجانب، خاصة وأن تحليل الجانب التاريخي في الصورة لا يتعلق فقط بالرجوع إلى الماضي بل باستشراف المستقبل كذلك.

إلا أن تحليل الجانب الأيقوني في المادة المصورة تتطلب تمكن القارئ من الجانب السيميائي الدلالي الذي يسمح بالغوص في العمق الدلالي للصورة ومنه استخراج مكنوناتها وتفكيك رموزها المخفية وراء سنن الأشكال والألوان والخطوط والإيماءات وحركات الجسد.

4 . الإطار التطبيقي للدراسة التحليلية: تحليل ملصق الحملة الإعلامية التحسيسية حول مخاطر استخدام الأطفال للإنترنت



مصدر الصورة: الموقع الرسمي لوزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية

1.4 المستوى الوصفي:

المرسل: وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.

نوع الرسالة: ملصق إعلامي.

مضمونها: حملة توعية وتحسيس بمخاطر استخدام الأطفال للإنترنت.

زاوية التقاط الصورة: العادية Angle normale de prise de vue

شعار الحملة: الإنترنت بحر واسع، فلنساعد أبناءنا على الإبحار بأمان.

اللغة المستخدمة: العربية الفصحى.

الإطار الزمني للحملة: من 08 إلى 14 فيفري 2025.

الوسيلة: صفحة الفايسبوك الرسمية لوزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.

المتلقي: الجمهور العام

2.4المستوى التعييني:

الصورة التي بين أيدينا هي ملصق إعلامي لحملة إعلامية تحسيسية أطلقتها وزارة البريد والمواصلات بالتنسيق مع عدة وزارات وهيئات حكومية أخرى كوزارة التربية الوطنية ووزارة التعليم العالي، تم نشر الملصق على الصفحة الرسمية لوزارة البريد عبر موقع التواصل الاجتماعي (Facebook)، وهو يحمل الكثير من الرموز الأيقونية وكذا اللسانية.

يمكن تقسيم الصورة حسب مستوى النظر إلى جزأين: (جزء علوي وجزء سفلي)، حيث يبدو الجزء العلوي بمثابة السماء أثناء الليل وهي مضاءة بأنواع من الرموز التي جاءت كبديل عن النجوم الحقيقية، ومن هذه الرموز نجد رمز الوايفاي (wifi) والإعدادات(paramètre) ورمز القفل المفتوح، أما الجزء السفلي فهو ماء البحر الذي تنعكس فيه الأشكال والخطوط المضيئة كما تنعكس فيه أثار حركة قدمي الرجل والطفل ويفصل بين الجزأين خط رفيع أبيض بمثابة الأفق.

و بالنسبة للعناصر الأيقونية الأخرى تأخذ صورة الرجل الذي يمسك بيد طفل صغير السمة البارزة في إطار الصورة، بالإضافة إلى شعاع الضوء الذي يتوسط الصورة وهو بمثابة الباب ونجد في أعلى هذا الباب رمز تدفق الأنترنت wifi.

جاءت الرسالة الألسنية في هذا الملصق باللغة العربية الفصحى وهي مقسمة في الصورة على الشكل التالي: نجد في أعلى الصورة رمز الوزارة المسئولة عن إطلاق الحملة وفي الوسط شعار الحملة:" **الإنترنت بحر واسع، فلنساعد أبناءنا على الإبحار بأمان**" و في أسفل الصورة نجد الإطار الزمني للحملة وهو ما يعني شمولية الرسالة المراد إيصالها للمتلقي.

وبالنسبة للألوان فنجد اللون الأزرق الذي يأخذ الحيز الأكبر من إطار الصورة وهو يشكل لون السماء ولون البحر، وفي المرتبة الثانية نجد اللون الأبيض بالإضافة إلى اللونين البني والرمادي الواردين في ثياب كل من الرجل والطفل، أما بالنسبة للخطوط والأشكال فهناك العديد من الأشكال ومنها المربع والمستطيل والدائرة والخطوط المستقيمة والمنحنية.

3.4 المستوى التضميني:

يحمل الملصق الإعلامي رسالة واضحة ومباشرة الهدف منها هو توعية الآباء والمربين بضرورة مرافقة أبنائهم وتوجيههم أثناء استعمالهم للانترنت وذلك تفاديا للمخاطر التي من الممكن أن يقعوا فيها خلال إبحارهم في هذا العالم الواسع الذي تم تشبيهه في مضمون الحملة بالبحر نظرا لاتساع مداه، وقد تم إرفاق الصورة بالرسالة الألسنية التي توضح موضوع الحملة وشعارها، إلا أن ذلك لم يمنع من وجود العديد من الدلالات والرموز التضمينية في الصورة والتي أراد المرسل من خلالها فتح مجال للتأويل وللتعمق في تفكيك رموز الرسالة المراد إيصالها.

أهم ما يستدعي القراءة في الملصق الذي بين أيدينا هو صورة الرجل الذي يقف ممسكا بيد طفل صغير متجهان صوب باب يصدر منه شعاع مضيء، والمثير للاهتمام هو أن هوية الرجل والطفل تضل مجهولة بالنسبة للمتلقي نظرا لتصويرهما من الخلف، والتصوير من الظهر فيه دلالة على المعارضة كذلك، كما يوحي ضمنيا بالرفض والدعوة لوقف تصرف معين، ففي الملصق دعوة ضمنية من المرسل لإيقاف بعض السلوكات اللامسؤولة التي تصدر من بعض الأولياء والمتمثلة في إهمال أبنائهم و السماح لهم بالإبحار في عالم الأنترنت لوحدهم دون مراقبة ولا توجيه.

من جهة أخرى فقد تعمد المرسل على أن يكون المرافق للطفل رجلا وليس امرأة كدلالة على أن المسؤولية الكاملة يتحملها الأب في كونه هو رب الأسرة والمسؤول الأول والأخير عن التربية والتوجيه، وهو ما يهمله الكثير من الآباء في وقتنا الحاضر للأسف نظرا لانشغالهم بمسؤوليات أخرى تتعلق في الغالب بالشغل أو الأصدقاء، وبالنظر لعمر الطفل في الصورة فهو صغير جدا قد يتراوح سنه ما بين ثلاث إلى أربع سنوات وهو إشارة من المرسل على تنامي عدد مستخدمي الشاشات الرقمية من الأطفال دون سن الخمس سنوات.

أما بالنسبة لزاوية التقاط الصورة المتعلقة بالرجل والطفل فهي الزاوية العادية حيث لم تعلو الكاميرا عن الموضوع المصور كما لم تكن منخفضة عنه وهو ما يدل على الحياد والموضوعية في زاوية التصوير وما يؤكد على الموضوعية كذلك هو توسط الصورة للإطار حيث لم تأتي في يمين الإطار ولا في يساره.

لقد استوحى القائم بالاتصال المشهد الذي جاء في الملصق من الليل حيث تبدو السماء داكنة تنيرها بعض النجوم المضيئة ويختفي لونها الأزرق مما ينعكس على البحر الذي يختفي لونه في ظلمة الليل وهنا دلالة ضمنية يمكن استقراؤها على أن هناك جانب مظلم من الأنترنت ومن شأنه أن يشكل خطرا على أبنائنا مما يستدعي منا كأولياء مرافقتهم في هذا العالم و توجيههم نحو بر الأمان.

لقد طغى اللون الأزرق على الصورة، وهو من الألوان الأساسية وينتمي لمجموعة الألوان الباردة التي توحي للسماء والهواء والبحر، وللون الأزرق عدة دلالات تختلف باختلاف درجة اللون ما بين الفاتح والداكن فالأزرق الفاتح يرمز للصفاء والإلهام والحكمة والقدرة على التفكير العميق، كما يستخدم هذا اللون في التعبير عن الذات والتواصل حيث يمكن أن يعزز قدرتنا على التواصل والتعبير عن أنفسنا.

أما اللون الأزرق الداكن فيرمز سيميولوجيا للنصر والقيادة والقوة وهو لون يدل على الثقة والأمان والمسؤولية لذلك نجده يمثل اللباس الرسمي للشرطة ورجال الأمن في أغلب الدول. ولطالما حضي هذا اللون باهتمام كبير بالنسبة للعرب والمسلمين، حيث استخدم العرب القدامى اللون الأزرق للحماية من الشر والسحر والعين والحسد، كما يحمل هذا اللون دلالات سلبية عند المسلمين عامة حيث ورد ذكره في القرآن الكريم من خلال قوله تعالى:" ونحشر المجرمين يومئذ زرقا" **سورة طه الآية 102**، والمراد باللفظ زرقا هو سواد الحدقة عند ذهاب البصر.

ورد اللون الأبيض في قميص الرجل الذي يمثل دور الأب، كما ورد في الباب المفتوح وفي الخط الذي كتبت به العناصر اللغوية المرافقة للصورة، وللون الأبيض عدة دلالات لعل أهمها أنه يرمز للنقاء والصفاء وحسن النية والأمل والوضوح، كما يأخذ اللون الأبيض في الثقافة الإسلامية بعدا روحيا حيث يرمز للطهارة والتعفف وهو لون ثياب صلاة الجمعة وثياب الإحرام أثناء الحج والعمرة، وهو اللون الذي يكفن به الميت، واللون الأبيض يحمل رسالة الفوز بالجنة حيث يقول تعالى:" يوم تبيض وجوه وتسود وجوه" **سورة آل عمران الآية 106** وقوله:" وأما الذين ابيضت وجوههم ففي رحمة الله". سورة الآية.

حملت الصورة ألوانا أخرى كاللون البني والرمادي والتي لا تركز عليها العين كثيرا لكنها تحمل عمقا دلاليا يمكن تأويله كما يلي: ورد اللون البني في ثياب الأب وهو يرمز للأرض والأرض تعني الثبات والاستقرار مما يوحي على أهمية التوجيه الأسري في تحقيق ثبات النشء على مبادئه ومعتقداته مما يقلل من إمكانية تأثره بالسيل الجارف الذي يحمله الأنترنت من أفكار هدامة للعقيدة والأخلاق والثقافة، أما اللون الرمادي فقد ورد في ثياب الطفل وهو لون يرمز للغموض والخوف، وفي ذلك دلالة على خوف الطفل من المجهول الذي تحمله شبكة الأنترنت، والخوف دائما ما يرتبط بالخطر وهو الغاية التي جاءت من أجلها هذه الحملة التوعوية التي تهدف إلى تحسيس الأولياء بمخاطر الأنترنت وضرورة مرافقة الأطفال خلال استخدامهم للأجهزة التقنية والشاشات الرقمية المتصلة بالأنترنت من أجل ضمان أمنهم النفسي والجسدي وهو ما تؤكد عليه الرسالة الألسنية المرافقة للصورة " الأنترنت بحر واسع، فلنساعد أبناءنا على الإبحار بأمان" والأمان لا يتحقق إلا إذا كان هناك شخص واعي يرافق الطفل الصغير الذي تجد فيه الوحوش المنتشرة عبر هذه الشبكة لقمة سريعة للقضم.

بالنسبة لسنن الأشكال يمكننا القول بأن القائم بالاتصال قد وظف العديد من الأشكال الهندسية التي لها تأثير كبير على كيفية تلقي الرسالة من قبل المستقبل، حيث وظف المربع في الشكل العام لإطار الصورة وشكل السماء، والدائرة في رمز الوزارة المسئولة عن إطلاق الحملة، والمستطيل في شكل الباب وشكل البحر، تحمل الدائرة دلالة توحي بالاستمرارية والكمال، أما المربع فيرمز للثبات والاستقرار وقد ارتبط في الصورة بالسماء التي تعتبر الموجه الرئيسي لكل مسافر أو عابر للبحر والبر، فلا طالما اتخذ الإنسان النجوم وسيلة ليهتدي بها نحو الطريق ويعتبر النجم القطبي أحد النجوم التي تحدد اتجاه الشمال والمستطيل يدل على التغيير وقد ارتبط بالبحر وفي ذلك دلالة على التغير لأن البحر غير مستقر فتارة تجده هادئا وتارة يكون هائجا، كما ورد شكل المثلث في رمز الوايفاي وللمثلث دلالة على التقدم وفي ذلك إيحاء بالتطور التكنولوجي الذي تعرفه البشرية في عصرنا هذا.

بالنسبة للخطوط نجد بأن الصورة تحمل عدة أنواع من الخطوط منها المستقيمة والمنحنية والمنكسرة، حيث نجد الخط المستقيم في الأفق وهو الخط الأكثر وضوحا للنظر في الصورة، والذي تم رسمه ببنط غليظ نوعا ما، وجاء ليفصل الجزء العلوي في الصورة (السماء) بالجزء السفلي

(البحر)، والأفق يرمز لتحقيق الأهداف والطموحات والمستقبل، وفي ذلك دلالة على الأمل الذي تحمله الرسالة التضمينية في هذه الصورة والتي تتعلق بضرورة تحقيق استخدام آمن للأطفال لشبكة الأنترنت من أجل ضمان مستقبلهم.

أما الخطوط المنحنية فقد ظهرت في عدة عناصر في الصورة ومنها شكل حركة الماء تحت أقدام الأب والطفل وفي تعرجات ثيابهما كذلك، والخطوط المنحنية بصفة عامة تعبر عن الحركة إلا أن المبالغة فيها تعبر عن الاضطراب وعدم الاستقرار واللاتوازن، كما أن النهايات المسننة والمحدبة للأشكال والخطوط في الصورة لها دلالات سلبية بحيث ترمز إلى العنف وهي تظهر في انعكاس شعاع الضوء في الماء والتي توحي بالعنف الرمزي والأخطار التي تحملها الشاشات المتصلة بالأنترنت والتي تهدد نمو عقل الطفل وصحته النفسية وسلامته الجسدية.

بالنسبة للرسالة الألسنية فقد جاءت مختصرة وواضحة، لكي تسهل توجيه القارئ نحو التأويل الصحيح للمعاني التي تحملها العناصر الأيقونية في الصورة، وقد جاءت في جزءين، الجزء الأول: " **الأنترنت بحر واسع**" وهي جملة إسمية تم فيها تشبيه شبكة الأنترنت بالبحر للدلالة على اتساعها، كما تدل كلمة واسع على الغموض والحيرة والخوف، فكل ما كان الفضاء واسعا كنا أقل قدرة على التكيف معه ومن ثم مواجهة التغيرات والمفاجئات والصعوبات التي قد تصادفنا فيه، أما الجزء الثاني: " **فلنساعد أبناءنا على الإبحار بأمان**" فجاء في صيغة نداء للأولياء لمرافقة أبناءهم أثناء استخدامهم للأنترنت وكلمة الإبحار هنا لا تدل على البحر ولكنها تدل على تصفح الشبكة.

5. النتائج العامة للدراسة التحليلية:

- ركز القائم بالاتصال أثناء تصميمه لملصق الحملة الإعلامية المصورة على وضوح الرسالة لتسهيل استيعابها من طرف المتلقي، خاصة وأن الملصقات عادة ما لا تثير انتباه المتلقي.
- جاءت الرسالة الألسنية مختصرة ومباشرة ولا تحمل ألفاظا غامضة لكي تساهم في تحقيق التأويل الصحيح للعناصر الأيقونية الواردة في الصورة.
- عبر استخدام الألوان في الصورة على العمق الدلالي والرمزي الذي تحمله رسالة الحملة الإعلامية والتي يهدف المرسل من خلالها توعية الأولياء بمخاطر استخدام الأطفال للإنترنت.
- ركز القائم بالاتصال على عنصرين أساسين في الحملة التحسيسية وهي الوعي بالمخاطر وأهمية التوجيه حيث عبر عن المخاطر بالبحر الواسع المحفوف بالمغامرة وعبر عن أهمية التوجيه بالسماء، فالسماء في علم الفلك وفي الملاحة دائما هي الموجه والدال على الطريق فكل البحارة وعابري الصحاري يستخدمون النجوم في السماء للاستدلال على الطريق حيث يرمز النجم القطبي للشمال.
- تعتبر الخلفية الزرقاء في الصورة أهم ما يثير انتباه العين، وقد استخدم المرسل اللون الأزرق الداكن لعدة اعتبارات دلالية ورمزية، تتعلق بما يوحي به هذا اللون من الثقة والأمان والمسؤولية وكلها مفاهيم ترتبط بالمعنى العام للرسالة المراد تبليغها.
- وظف القائم بالاتصال العديد من الأشكال الهندسية التي لها تأثير كبير على كيفية تلقي الرسالة من قبل المستقبل، ومنها المربع والمستطيل والدائرة، بالإضافة إلى العمق الدلالي الذي يمكن أن تضفيه على بلاغة الرسالة الواضحة في الصورة.

6. خاتمة:

تشكل الأنترنت فضاء رحبا للتعلم وتبادل المعارف والثقافات، وكذا التواصل مع الأهل والأصدقاء، فقد ساهمت في تغيير حياتنا نحو الأفضل، إلا أنه لا يمكن الجزم بفوائدها مادامت الفائدة رهينة بطريقة الاستخدام، فكثيرا ما تعود هذه التكنولوجيا بالضرر النفسي أو العقلي أو الجسدي على المستخدم.

ولضمان الاستخدام الحسن لشبكة الأنترنت والتكنولوجيا الرقمية يجب تنمية الوعي بمخاطرها وطريقة الاستخدام الجيد لها، وهو الأمر الذي سعت وزارة البريد والاتصالات السليكية واللاسلكية لتحقيقه عن طريق إطلاق الحملة التوعوية للتحسيس بمخاطر الاستخدام السيء للأنترنت من قبل الأطفال، ونحن ومن خلال هذا المقال العلمي حاولنا الوقوف على الأبعاد الرمزية والدلالات التضمينية التي احتوى عليها الملصق الترويجي لهذه الحملة والذي لخص كل الأهداف والعناصر المراد تبليغها في رسالة بصرية، ومن النتائج التي توصلنا إليها: – استخدام الألوان في الصورة عبر عن العمق الدلالي والرمزي الذي تحمله رسالة الحملة الإعلامية.

- الاستعارة برمزية البحر والسماء للتعبير عن ثنائية المخاطر وأهمية التوجيه يعبر عن ذكاء مصمم الحملة المصورة وقدرته على إيقاظ حس التخيل لدى المتلقي.
- توظيف اللون الأزرق في خلفية الصورة لم يكن لإضفاء البعد الجمالي بقدر ما كان يهدف لتبليغ رسالة لا يمكن التنبؤ بها إلا من خلال التعمق في القراءة.
- ركز القائم بالاتصال أثناء تصميمه لملصق الحملة الإعلامية على وضوح الرسالة الألسنية المرافقة للصورة لكي تساهم في تحقيق التأويل الصحيح للعناصر الأيقونية الواردة في الصورة.

7. قائمة المراجع

أ) المراجع باللغة العربية:

- إبراقن محمود،(2001) علاقة السيميولوجيا بالظاهرة الاتصالية، دراسة حالة سيميولوجيا السينما، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب واللغات، جامعة الجزائر.
- الحميري شوان بن سعيد، (1999) معجم شمس العلوم ودواء كلام العرب من الكلوم، دار الفكر المعاصر، لبنان.
- بوعلي نصير، (2010) كيف نقرأ الصورة في زمن الإيديولوجيا والعولمة والقيمة، مجلة الاتصال والتنمية، العدد الأول.
- بن عمار عبد الرحمن،(2009) الصورة والرأي العام، السلطة الخامسة، دراسة سيميولوجية، منشورات البغدادي، الجزائر.
- بنكراد سعيد،(2006) سيميائات الصورة الإشهارية (الإشهار والتمثلات الثقافية) ، إفرقيا الشروق للنشر، الدرا البيضاء، المغرب.
- حمداوي جميل ، (2011) السيميولوجيا بين النظرية والتطبيق، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن.
- خالدي خالد، سامية غشير، (2022) سيميولوجيا الصورة في الخطاب الفوتوغرافي (قراءة في صور مختارة)، **مجلة دراسات فنية**، المجلد الثامن، العدد الأول، ص ص 140-146.

- خواني زهرة، (2016) التوظيف البصري للتراث الشعبي كتاب سيدي خالد أنموذجا، مجلة دراسات فنية، المجلد الأول، العدد الأول، ص ص 204- 2014.
- عمر أحمد مختار عمر، (2008) معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب، مصر.
- قحلوص صالح علي مسعود، (2016) سيميائية الخطاب البصري، مجلة كلية الفنون والإعلام، المجلد 02، العدد 03، ليبيا.
- لعياضي نصر الدين،(2003) جمالية الصورة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد الثاني.
- هبة قاسم بلجي، (2024) ثائر عبد المجيد العذاري، الخطاب البصري في الفن الروائي، Journal of College of Education، Vol 54، Issue 1.
- يخلف فايزة،(2012) الأسس المعرفية للحملات الإعلامية، الجوانب النظرية والتطبيقية، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 01، ص ص 94- 114.

2.7 المراجع باللغة الأجنبية:

- Armand Mattelard (2004) : la mondialisation de la communication, Paris, « que sais je ?».
- André Akoun , Pierre Ansart, (1999) Le Robert Seuil , Dictionnaire de sociologie.
- Pierre Chambat, (1994) usages des technologies de l'information et de la communication (TIC) : évolution des problématiques, TIS ,6(3).
- Jouet , (2000), Retour critique sur la sociologie des usages, Réseau n°100 .
- Yves francois le coadic, (1997)usage et usagers de l'information, Paris.