



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of higher education and scientific research
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي – تبسة-
Echahid Cheikh larbi Tebessi University – Tebessa –
كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية
Faculty of humanities and social sciences

قسم : علوم الإعلام و الإتصال

تخصص: سمعي بصري

مذكرة ماستر تحت عنوان

صورة المرأة في الحملات الإعلامية للتوعية الصحية عبر منصة أنستغرام

دراسة سيميولوجية تحليلية لعينة من الصور الثابتة المنشورة على صفحة "مطبخ سيدتي"

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر LMD

إشراف الأستاذة :
أ.د راضية قراد

إعداد الطالبة:
شروق براكنتية

أعضاء لجنة المناقشة :

الاسم و اللقب	الرتبة العلمية	الصفة
أ.د أكرم بوطورة	أستاذ تعليم عالي	رئيسا
أ.د راضية قراد	أستاذ تعليم عالي	مشرفا و مقررا
د نعيمة عطوي	أستاذ محاضر - أ -	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

{ يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ
المجادلة: 11 }

الحمد لله على نعمة العلم و العقل

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، الحمد لله و الصلاة

و السلام على عبده الذي اصطفى

الحمد لله الذي وفقني بتوفيق من عنده و ما توفيقى إلا به لإنجاز
هذه المذكرة و يسر لي طريقي و دبر أمري بفضلته و رحمته ،
أتقدم بجزيل الشكر و الإمتنان ، و وافر التقدير و الإحترام إلى
أستاذتي الفاضلة البروفيسورة " قراد راضية " التي سخرها الله
عزّ و جلّ لتكون سببا في توفيقى لإنجاز هذه المذكرة و التي
جادت علي بجهداها و وقتها و عملها بضمير حي

كما أوجه خالص الشكر و التقدير لأعضاء لجنة المناقشة
المحترمين لتفضلهم بمناقشة هذه المذكرة و إثرائها بتوجيهاتهم
و إرشادتهم القيمة .

الإهداء

إلى من كانا سنداً لي و عوناً بعد الله عزّ و جلّ في توفيقني
على مدى مسيرتي التعليمية آخذين بيدي لتجاوز مطبات
الحياة و عراقيلها "أبي" و "أمي" لن أوفيكما حقكما
بآلاف الحروف و الكلمات .. أرجو من الله عز و جلّ أن
يجعلني فخراً لكما

إلى أخوتي الأعزاء و بسمتي في الحياة سالم، باسم، ذكرى

أهدي لكم ثمرة جهدي داعية من الله أن يحميكم و يحفظكم
بعينه التي لا تنام و أن يرزقكم العفو و العافية في الدنيا
و الآخرة .

فهرس المحتويات

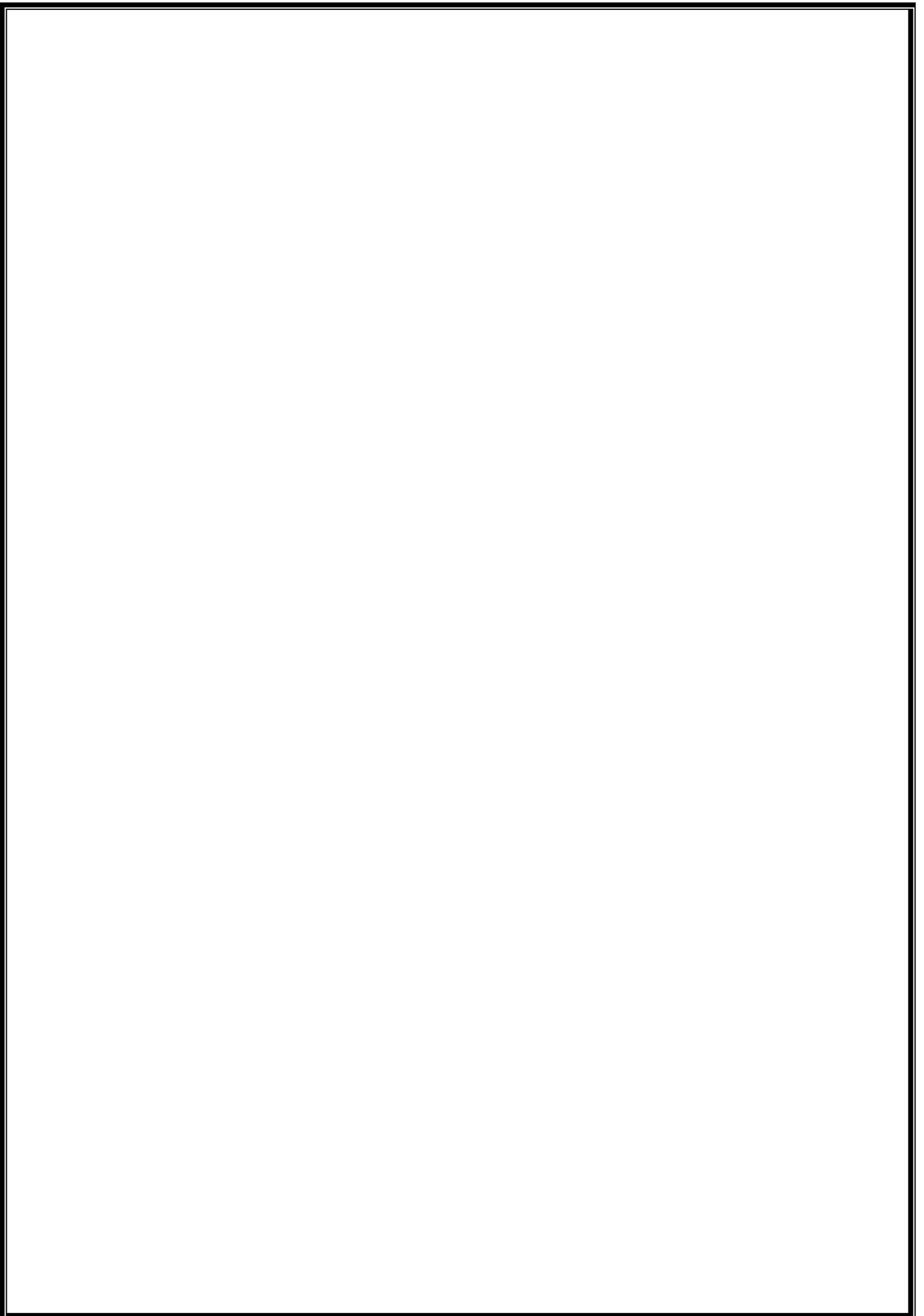
الصفحة	الموضوعات
	شكر و عرفان
	إهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
أ_ب	مقدمة
الفصل الأول: موضوع الدراسة مقاربتها النظرية وإجراءاتها المنهجية	
04	أولاً: موضوع الدراسة
04	1. تحديد المشكلة
06	2. أسباب اختيار الموضوع
07	3. أهمية الموضوع
08	4. أهداف الدراسة
09	5. الدراسات السابقة و المشابهة
23	6. تحديد المفاهيم
33	ثانياً: المقاربة النظرية للدراسة
33	1. مقارنة رولان بارث
34	2. مستويات التحليل السيميولوجي رولان بارث
35	3. رسائل الصورة وفق رولان بارث
35	4. سيميائية الصورة
37	ثالثاً: الإجراءات المنهجية
37	1. منهج الدراسة
40	2. حدود الدراسة
40	3. مجتمع البحث و عينة الدراسة
42	4. مادة التحليل
الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية و صورة المرأة عبر الأنستغرام	
43	تمهيد

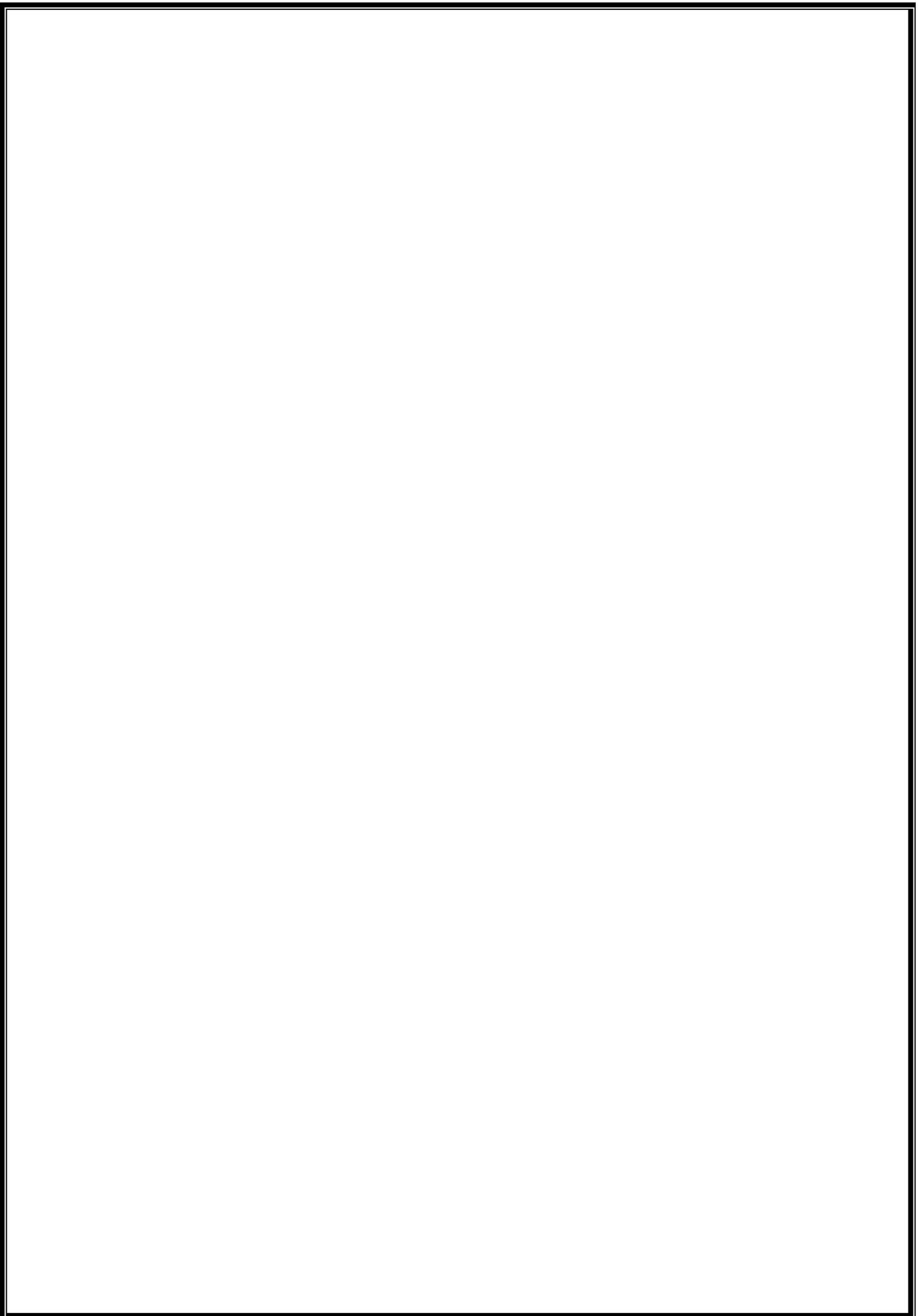
فهرس المحتويات

45	أولاً: المرأة في الاعلام الصحي:
45	1. مفهوم المرأة
45	2. مفهوم الاعلام الصحي
46	3. اهمية الاعلام الصحي و دوره
47	4. صورة المرأة في الاعلام الصحي
50	ثانيا : الحملات الإعلامية للتوعية الصحية
50	1. أنواع الحملات الإعلامية
53	2. مراحل تصميم الحملات الإعلامية
67	3. أهداف الحملات الإعلامية
68	4. الحملات الإعلامية كاستراتيجية للثقافة الصحية
71	5. التثقيف الصحي عبر منصات التواصل الاجتماعي
73	ثالثاً: ماهية منصة أنستغرام
73	1. نشأة منصة أنستغرام
74	2. خصائص و مزايا منصة أنستغرام
75	3. احصائيات استخدام منصة أنستغرام
76	4. صفحة مطبخ سيدتي
78	رابعاً : صورة المرأة صفي محلات التوعية الصحية عبر منصة أنستغرام
78	1. الحملات الإلكترونية للتوعية الصحية
80	2. توعية المرأة بمرض سرطان الثدي من خلال منصة أنستغرام
82	3. نماذج عن حملات التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي في الوطن العربي
الفصل الثالث: التحليل السميولوجي لصور للتوعية الصحية المنشورة على صفحة مطبخ سيدتي	
86	تمهيد
87	أولاً: تحليل الصور التوعوية المنشورة على صفحة مطبخ سيدتي عبر منصة أنستغرام
87	(1) تحليل الصورة الأولى
96	(2) تحليل الصورة الثانية
106	(3) تحليل الصورة الثالثة
114	(4) تحليل الصورة الرابعة
123	(5) تحليل الصورة الخامسة

فهرس المحتويات

130	6) تحليل الصورة السادسة
140	7) تحليل الصورة السابعة
149	8) تحليل الصورة الثامنة
157	ثانيا: النتائج العامة للتحليل السيميولوجي
157	1) دلالات ومعاني الرسائل التشكيلية والألسنية والأيقونية لصور التوعية الصحية المنشورة على صفحة مطبخ سيدتي عبر منصة أنستغرام:
161	خاتمة
162	قائمة المصادر و المراجع
166	ملخص الملاحق





مقدمة

نعيش اليوم في بيئة رقمية تشهد يوميا تطورا علميا وتكنولوجيا في مختلف نواحي الحياة ومجالاتها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وخاصة في الميدان الإعلامي والاتصالي حيث أصبحت هناك طرق حديثة للتواصل بين الأفراد والمجتمعات ليظهر الإعلام الجديد بمختلف وسائله الاتصالية من بينها المدونات الإلكترونية، البريد الإلكتروني، ومنصات التواصل الاجتماعي إذ تعد هذه الأخيرة من أهم طرق التواصل الحديثة التي تلعب دورا بارزا في نشر الأخبار والمعلومات وتبادلها بين مستخدميها كما تتميز بالعديد من الخصائص التي تجعلها تحتل مكانة من هامة في الإعلام الجديد وأبرزها خاصية التفاعل والانتشار والتوسع ومن بين منصات التواصل الاجتماعي التي تتوفر على هذه المزايا نجد موقع أنستغرام الذي احتل مكانة كبيرة بين وسائل التواصل الاجتماعي، وتعددت فئة مستخدميها لتشمل كافة الأعمار والأجناس إذ لم يكن حكرا على فئة معينة دون أخرى .

وعلى اعتبار الدور المحوري الذي تلعبه المرأة للنهوض بالمجتمع والمساهمة في نموه حيث تعد من ركائزه الأساسية فأصبح واجبا على كافة الحكومات والمؤسسات الاهتمام بالقضايا التي تخص المرأة والتي تعد أهمها في الوقت الراهن نظرا لتفاقم الوضع الصحي هي الأزمات الصحية حيث انتشرت في العقود الأخيرة أمراض خطيرة تصيب النساء كسرطان عنق الرحم وسرطان الثدي الذي يهدد صحة المرأة .

وعليه فإنه عند وجود الأزمات ينبغي إيجاد الحلول وسبل القضاء عليها أو التحكم في تفاقمها، وهذا من خلال تصميم حملات بهدف نشر الوعي إزاء فكرة أو قضية معينة والعمل على تغيير سلوكيات معتقدات الأفراد، وظهرت الحملات الإعلامية للتوعية الصحية بهدف رفع وتيرة الوعي الصحي لدى

النساء حول مرض سرطان الثدي وتثقيفهم فيما يخص سبل الوقاية منه و مواجهته وتذكيرهن بأهمية الفحص المبكر لتفادي تفاقم المرض في حالة الإصابة به ما قد يؤدي إلى عواقب وخيمة وحتى الوفاة، ومن هنا جاءت هذه الدراسة لرصد صورة المرأة في حملات التوعية الصحية عبر موقع أنستغرام دراسة سيميائية لصفحة مطبخ سيدتي وعليه قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول كما يلي:

الفصل الأول :

ضم الفصل الأول المعنون ب "موضوع الدراسة مقاربتها النظرية وإجراءاتها المنهجية"، إشكالية الدراسة، وأسباب اختيار الموضوع، وكذا الأهمية والأهداف التي نسعى إلى بلوغها من خلال دراستنا بالإضافة إلى إدراج بعض الدراسات السابقة لموضوع بحثنا التي كانت قريبة منه إلى حد كبير كما أشرنا إلى المفاهيم المهمة لدراستنا من ثم تطرقنا إلى الإجراءات المنهجية التي اعتمدنا فيها بالأساس على المنهج السيميائي وهو المنهج الملائم للتعمق في معاني ودلالات الصور وتحليلها كما قمنا بضبط حدود الدراسة الموضوعية الزمنية المكانية وتحديد مجتمع البحث وحصر عينة الدراسة لنكشف عن المادة المراد تحليلها في بحثنا.

الفصل الثاني :

قمنا بتخصيص هذا الفصل للسرد النظري حول حملة التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي المنشورة عبر صفحة مطبخ سيدتي على منصة أنستغرام يتضمن أربعة محاور أساسية على النحو التالي :

المحور الأول بعنوان المرأة في الإعلام الصحي تطرقنا فيه إلى تنكير بمفهوم المرأة ومفهوم الاعلام الصحي ودوره وأهميته وصولاً إلى صورة المرأة في الإعلام الصحي أما المحور الثاني خصصناه للتعمق في أنواع الحملات الإعلامية ومراحل تصميمها وأهدافها، كما أدرجنا فيه الحملات الإعلامية كإستراتيجية للثقافة الصحية والتثقيف الصحي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، أما المحور الثالث

جاء بعنوان ماهية منصة أنستغرام، تضمن نشأة منصة أنستغرام وخصائصه ومزاياه وكذا آخر الإحصائيات لاستخدام الموقع وتعريف بصفحة مطبخ سيدتي فيما تمثل المحور الرابع في صورة المرأة في الحملات الإلكترونية للتوعية الصحية عبر منصة أنستغرام تحدثنا فيه عن الحملات الإلكترونية للتوعية الصحية وتوعية المرأة حول مرض سرطان الثدي من خلال موقع أنستغرام وقمنا بإدراج نماذج مختلفة عن صورة المرأة العربية في حملات التوعية الصحية .

الفصل الثالث :

تضمن هذا الفصل الجزء التطبيقي المخصص للتحليل السيميولوجي لصور الحملة التوعوية التي قامت بها صفحة (مطبخ سيدتي) عبر موقع أنستغرام والتي تمثلت في ثمانية صور توعوية وذلك للتعرف على مختلف الدلالات والمعاني الضمنية التي تحملها بالإضافة إلى خاتمة الدراسة التي تتضمن أهم المراجع التي استندنا إليها .

الفصل الأول

موضوع الدراسة، مقارباتها النظرية
وإجراءاتها المنهجية

أولاً: موضوع الدراسة

1_ تحديد المشكلة

2_ أسباب اختيار الموضوع

3_ أهمية الموضوع

4_ أهداف الدراسة

5_ الدراسات السابقة و المشابهة

6_ تحديد المفاهيم

ثانياً: المقاربة النظرية للدراسة:

1_ مقارنة رولان بارث

2_ مستويات التحليل السيميولوجي رولان بارث

3_ رسائل الصورة وفق رولان بارث

4_ سيميائية الصورة

ثالثاً: الإجراءات المنهجية:

1_ منهج الدراسة

2_ حدود الدراسة

3_ مجتمع البحث و عينة الدراسة

4_ مادة التحليل

أولاً: موضوع الدراسة

1_ تحديد المشكلة :

في ظل ما نعيشه من تقدم تكنولوجي ثورة تقنية، أحدث الإعلام الجديد نقلة نوعية في حياة الجمهور بمختلف مجالاتها ومجرياتها من خلال العديد من المزايا التي ظهر بها والتي تعد أبرزها انتقال الجمهور من مرحلة تلقي المعلومات والرسائل الإعلامية دون التأثير بها أو التأثير عليها إلى كونه متحكم أساسي في هاته الرسائل وحجمها ونوعها وحتى في مكان وزمان تلقيه لها فأصبح بإمكان الجمهور على اختلاف فئاته اختيار المعلومات والمواد الإعلامية التي تلبي احتياجاته ورغباته المتنوعة في كافة مجالات حياته اليومية سواء السياسية منها أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو الترفيهية أو الصحية .

ونظرا لما يمر به العالم في العقود الأخيرة من انتشار للأمراض والأوبئة والأزمات الصحية وكذا تقشي الأمراض المزمنة كأمراض القلب والسكري وضغط الدم والسرطان بأشكاله المختلفة والتي تهدد حياة الملايين يوميا ومن أكثرها انتشارا سرطان الثدي حيث أوضحت آخر الإحصائيات التي قامت بها منظمة الصحة العالمية انه بنهاية سنة 2020 تم تشخيص 7.8 مليون امرأة مصابة بسرطان الثدي خلال السنوات الخمس الماضية ليصبح هاجسا يطارد نساء العالم¹.

وباعتبار مكانة المرأة البارزة في المجتمع ودورها المحوري في الحفاظ على توازنه، فالمرأة تمثل الأم والأخت والزوجة والإبنة، وغيرها من الأدوار التي تبرز أهميتها أصبح يقع على عاتق كافة مؤسسات المجتمع والمؤسسات الإعلامية خاصة رفع مستوى الوعي الصحي لدى المرأة فيما يخص مرض

¹ _ متاح على الموقع : <https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/breast-cancer#:~:text=>

، بتاريخ 2023/02/08 على الساعة 11:48.

سرطان الثدي، والتوعية بضرورة الفحص المبكر وهذا من خلال الوسائل الاعلامية على شكلها التقليدية والحديثة.

وباعتبار فعالية الاعلام الجديد التي سبق لنا ذكرها والذي تعد من أهم وظائفه التوجيه والإرشاد صار يجب تكريس أدواته المختلفة من وسائل تواصل اجتماعي كاليوتيوب والفيس بوك والأنستغرام للقيام بحملات التوعية الصحية للمرأة وقد طرأ على الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد العديد من المزايا والسمات التي تساهم في الوصول إلى الجمهور والتأثير به بطريقة أكثر فعالية وهذا بالإعتماد على المهارات والتقنيات التي تتطلبها أدوات الإعلام الجديد و تطبيقاته و التي تتوافق مع متغيراته، هذا بالإضافة إلى الوسائط الإعلامية المتعددة والتي تستطيع من خلالها أن تكون الأسرع ظهورا والأكثر نشاطا والأشد أثرا والأكثر فعالية في وصولها إلى الجماهير المستهدفة والمتابعة، حيث تقوم هاته الحملات الإعلامية على أسس وقواعد منهجية وعلمية وكذا مجموعة من الخطوات والمراحل التي يجب على مصمم الحملة الالتزام بها ورسم رؤية منهجية يقوم من خلالها بتصميم وتقييم ومتابعة وتنفيذ العناصر الإتصالية للحملة الإعلامية وهذا لضمان نجاحها وتحقيق أهدافها المطلوبة .

من ضمن مواقع الشبكات الإجتماعية التي انبثقت من الإعلام الجديد منصة إنستغرام والتي كمنظيراتها من منصات التواصل الإجتماعي تحظى بالعديد من المزايا والخصائص المختلفة أبرزها سهولة الإستخدام وحيوية العرض وكذا التفاعل والوسائط المتعددة وحسب آخر الإحصائيات فإن تطبيق أنستغرام يمتلك أكثر من مليار مستخدم نشط شهريا ويقع في المرتبة الرابعة ضمن منصات التواصل الإجتماعي الأكثر نشاطا في العالم، ما يجعله بيئة مناسبة لحملات التوعية الصحية، من خلال عرض المنشورات والصور التي بدورها تحمل رسائل توعوية وارشادية في الشأن الصحي والمساهمة في نشر المعلومات والإرشادات والتوجيهات التي تسعى الى رفع الوعي الصحي عبر المعاني والدلالات الشكلية والضمنية والرسائل الألسنية التي تتضمنها صور التوعية الصحية، وهذا ما أثار

فضولنا وكان دافعا لنا لتكريس دراستنا قصد البحث والقراءة العميقة والتحليلية لعينة من الصور الثابتة المنشورة على صفحة (مطبخ سيدتي) عبر منصة أنستغرام خلال شهر أكتوبر الوردي إتجهت هذه الدراسة لمعالجة الإشكال التالي : فيما تتمثل الدلالات والمعاني التي تتضمنها صور التوعية الصحية لمرض السرطان الثدي على صفحة (مطبخ سيدتي) عبر منصة انستغرام؟

2_ التساؤلات الفرعية :

_ فيما تتمثل أبرز دلالات وأبعاد الرسالة الألسنية التي تحملها الصور الثابتة المستخدمة في حملات التوعية الصحية لمرض سرطان الثدي عبر صفحة (مطبخ سيدتي) ؟

_ ما هي دلالات وأبعاد الرسالة الأيقونية التي تحملها الصور الثابتة المستخدمة في حملات التوعية الصحية لمرض سرطان الثدي عبر صفحة (مطبخ سيدتي) ؟

_ ما المعاني الضمنية للأشكال والألوان المستخدمة في الصور الثابتة لحملات التوعية الصحية لمرض سرطان الثدي عبر صفحة (مطبخ سيدتي) ؟

_ ما هي أهم الأبعاد النفسية والصحية والثقافية التي يتم محاكاتها من خلال الصور الثابتة المستخدمة في حملات التوعية الصحية لمرض سرطان الثدي عبر صفحة (مطبخ سيدتي) ؟

3_ أسباب اختيار الموضوع :

أ_ أسباب ذاتية :

_ الإهتمام بالحملات الإعلامية بجميع أنواعها وخاصة الإرشادية والتوجيهية منها .

_ الرغبة في التعرف على الأسس الصحيحة والعلمية لتصميم حملات التوعية الصحية خلال شهر أكتوبر (الوردي) وكافة المعلومات المتعلقة بحيثياتها .

_ الإهتمام الشخصي بالتحليل السيميائي ومعانيه ودلالاته، وملاحظة اهتمام صفحات منصة أنستغرام بالتوعية الصحية لمرض السرطان الثدي خلال شهر أكتوبر (الوردي) أثار فضولي كباحثة لمعرفة كافة الحثيات المتعلقة بالموضوع .

_ المساهمة في التعريف بحملات التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي في وسطي الاجتماعي .

ب_ أسباب موضوعية :

_ أهمية حملات التوعية الصحية في المجتمعات الحديثة .

_ نقص الدراسات السيميولوجية حول الحملات الإعلامية للتوعية الصحية على الرغم من أهميتها .

_ التعمق في الدراسات السيميولوجية .

3_ أهمية الموضوع :

لكل دراسة علمية أهمية بارزة بين غيرها من البحوث والدراسات وقد قمت باختيار هذا الموضوع بالذات نظرا للأهمية البالغة التي تحظى بها الحملات الإعلامية في أوساط المجتمعات والدور المهم الذي تظهره من خلال رفع وعي الأفراد تجاه القضايا والمشكلات المعاصرة وخاصة في الشأن الصحي، وهذا ما تطرقنا إليه من خلال دراستنا لإبراز أهمية حملات التوعية الصحية وخاصة النسائية.

خلال شهر أكتوبر (الوردي) المعني بالتوعية حول مرض السرطان الثدي الفحص المبكر عبر منصة انستغرام محاولين الكشف عن الدلالات الضمنية والشكلية في الصور المنشورة عبر صفحات انستغرام وإبراز الإرشادات والتوجيهات التي تعرضها.

على غرار ما سبق، من شأن هاته الدراسة تعزيز المكتبة الجامعية بالدراسات والبحوث السميولوجية والمعلومات المتعددة .

4_ أهداف الدراسة :

إنقسمت أهداف الدراسة إلى :

أ_ أهداف علمية : نهدف من خلال مناقشتنا لموضوع " صورة المرأة في حملات التوعية الصحية " إلى :

_ التعرف على دلالات وأبعاد الرسالة الألسنية التي تتضمنها الصور الثابتة المستخدمة في حملات التوعية الصحية لمرض سرطان الثدي عبر صفحة (مطبخ سيدتي) .

_ التعرف على دلالات وأبعاد الرسالة التشكيلية التي تحملها الصور الثابتة المستخدمة في حملات التوعية الصحية لمرض سرطان الثدي عبر صفحة (مطبخ سيدتي) .

_ كشف المعاني الضمنية للأشكال والألوان المستخدمة في الصور الثابتة المستخدمة في حملات التوعية الصحية لمرض سرطان الثدي عبر صفحة (مطبخ سيدتي) .

_ إبراز الأبعاد والقيم النفسية والصحية والثقافية التي يتم محاكاتها من خلال الصور الثابتة المستخدمة في حملات التوعية الصحية لمرض سرطان الثدي عبر صفحة (مطبخ سيدتي) .

_ التمكن من معرفه قدرة الصورة على إيصال المعاني والأفكار إلى ذهن المتلقي .

ب_ أهداف عملية :

_الرغبة في التحكم في أدوات ومنهج التحليل السيميولوجي والتمكن من خطوات البحث العلمي والتحكم في آليته .

_التعمق في ميدان التحليل السيميولوجي والمساهمة في اثرائه .

5_ الدراسات السابقة و المشابهة :

تبنى الدراسات و البحوث العلمية على المعرفة الموجودة والخلفيات السابقة لتكون بمثابة أساسا ودليلا للوصول إلى نتائج دقيقة فتصبح المنطلق الذي ينطلق منه الباحثون لبناء معرفتهم العلمية، حيث تعد المعرفة عملية مشتركة تبنى بجهود الأجيال المتعاقبة، تمكننا من تكوين مجموعة من الدراسات السابقة والمشابهة التي تتعلق بموضوع دراستنا كالتالي :

1_ الدراسة الأولى :

_ معلومات ببليوغرافية :

أ_ عنوان الدراسة: حملات التوعية الإعلامية الإلكترونية الصحية ودورها في ترسيخ الثقافة الصحية¹.

ب_ إسم و درجة الباحث: عائشة قرّة، باحثة دكتوراه .

ج_ الجامعة : جامعة الإنتساب _ محمد لمين دباغين _ سطيف2 (2020) .

المضمون :

1_ مشكلة الدراسة :

¹ عائشة قرّة، حملات التوعية الإعلامية الإلكترونية الصحية و دورها في ترسيخ الثقافة الصحية، _دراسة سيميولوجية

في حملة الوقاية من سرطان الثدي_، (مجلة مصداقية، مجلد 01، العدد 02، 2020)، متاح على الموقع :

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/125992>، بتاريخ: 2023/03/04 على الساعة 16.00 .

تناولت هاته الدراسة أهمية ودور وسائل الإعلام الجديد ومواقع التواصل الإجتماعي في التوعية بمرض سرطان الثدي خلال شهر أكتوبر الوردي والكشف عن مدى فعالية الحملات الإعلامية بصفة عامة والحملات الإلكترونية على وجه الخصوص في تكريس الثقافة الصحية .

2_ الإجراءات المنهجية :

تتدرج هاته الدراسة ضمن الدراسات التحليلية السيميائية وقد اعتمد الباحث على نظرية التسويق الاجتماعي كمقاربة للدراسة، ويقصد بالتسويق الاجتماعي عملية استخدام تقنيات التسويق التجاري للتأثير على الرأي العام بهدف حث الأفراد على اكتساب سلوك جديد من شأنه أن يحسن نوعية حياتهم وصحتهم وبالتالي للنهوض بالمجتمع ككل ما يعني أن التسويق الاجتماعي هو عملية نمطية لتطوير برنامج تسويق السلع ولكن لهدف أكثر إنسانية .

وهذا لتفكيك شفرات الصور المختار اعتمد الباحث في المقاربة السيميولوجية على مقاربة مارتن جولي . Marten Joly

3_ عينة الدراسة :

مجموعة من الصور الثابتة لحملات التوعية الصحية حول مرض سرطان الثدي خلال شهر أكتوبر الوردي .

4_ نتائج الدراسة :

توصلت الدراسة إلى إبراز مدى تعبير الصور المستخدمة في حملات التوعية الصحية لمرض سرطان الثدي، حيث سايرت الحملة التوعوية و أسست لها وفق رموز وإشارات وشعارات تختزل الهدف المرجو منها، والمتمثل في تقليص نسب الإصابة بسرطان الثدي، بتوفير الدعم المعنوي والمساعدة على

الوقاية من المرض والتكيف مع مراحل العلاج ولعل هذه الصور تقوم باستدراج المتلقي لتبني الفحوصات اللازمة وإقناعه بجدوى الوقاية من المرض بدل الوقوع في إكراهات العلاج، وتهدف إلى تعزيز الوعي حول المرض من خلال تثقيف الأفراد بأهمية الكشف المبكر .

_ اتسمت الصور بجرأة الطرح وبمحاولة التعرض لهذه المسألة الهامة، وهذا لم يمنع من استخدام الإضمار كوجه بلاغي يخفي بعض عناصر الصورة ويفتح المجال أمام المتلقي للتخيل .

_ من حيث الشخصيات النمطية البارزة من خلال الصور فقد ركزت هذه الاخيرة على الشخصية النسوية كطرف محوري في الخطاب المرئي، وهو ما يظهر اهتماما بالغا بسلوكيات هذه الفئة، باعتبارها المستهدف الأكبر من الحملة التوعوية .

5_ علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية :

أوجه التشابه:

الدراسة السابقة وكذا الدراسة الحالية اعتمدا على وسائل الإعلام الجديد لدراسة الحملات الإعلامية للتوعية الصحية واهتما بالمرأة تحديدا من خلال اختيار عينة الدراسة لحملات التوعية الصحية لمرضى سرطان الثدي خلال شهر أكتوبر الوردي عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال دراسة سيميولوجية تحليلية .

أوجه الاختلاف:

الدراسة السابقة اهتمت على وجه الخصوص بفعالية الحملات الإلكترونية ودور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي والثقافة الصحية، بينما الدراسة الحالية اهتمت بصورة المرأة بالتحديد في حملات التوعية الصحية عبر الإعلام الجديد .

أوجه الاستفادة:

أهم ما استقدنا به من خلال هاته الدراسة الجانب التطبيقي لها وهذا بالتعرف على تطبيق مقارنة مارتن جولي في تحليل الصور الثابتة وكذا كشف أهمية مدى تأثير الإعلام الجديد على نشر الوعي الصحي لإثراء دراستنا الحالية .

2_ الدراسة الثانية :

_ معلومات ببليوغرافية :

أ_ عنوان الدراسة: دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية (دراسة تطبيقية على حملة 100 مليون صحة)¹.

ب_ اسم و درجة الباحث: رشا عبد الرحمان حجازي مدرس العلاقات العامة والإعلان بالمعهد الدولي العالي للإعلام_ أكاديمية الشروق.

ج_ الجامعة: جامعة الأزهر (2020).

المضمون:

1_ مشكلة الدراسة: تحاول الدراسة تسليط الضوء على الدور الذي تقوم به الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية بالتطبيق على حملة 100 مليون صحة و دورها في إمداد المرأة بالمعلومات الصحية، واعتمادها على هذه الحملة في التزود بالمعلومات حول الكشف المبكر لمرض سرطان الثدي والأمراض غير السارية .

¹ رشا عبد الرحمان حجازي، دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية، دراسة تطبيقية على حملة 100 مليون صحة، (مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 53، العدد 02، 2022)، متاح على الموقع : https://jsb.journals.ekb.eg/article_97525.html ، بتاريخ 2023/03/25، على الساعة: 22:44 .

التساؤل الرئيسي ما دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية بالتطبيق على حملة 100 مليون صحة ؟

2_ تساؤلات الدراسة:

قامت الباحثة بتقسيم التساؤلات إلى ثلاثة محاور تماشيا مع الأهداف التي سبق وحددتها وذلك على النحو التالي:

المحور الأول: التعرض للحملات الصحية :

- 1_ ما مدى الحرص على متابعة الحملات الصحية ؟
- 2_ ما أهم الحملات التي تتابعها العينة البحثية ؟
- 3_ ما أسباب متابعة العينة البحثية للحملات الصحية ؟
- 4_ ما الوقت المفضل لمتابعة الحملات الصحية ؟
- 5_ ما شعور العينة البحثية أثناء مشاهدة الحملة ؟
- 6_ ما تقييم الجمهور لحملة دعم صحة المرأة الصحية ؟
- 7_ ما أكثر المصادر التي اعتمدت عليها العينة البحثية في الحصول على معلومات خاصة بموضوع الحملة ؟¹

المحور الثاني : التأثير على الوعي الصحي للمبحوثات :

- 1_ هل هناك دور مؤثر لحملة دعم صحة المرأة على رفع الوعي الصحي للمبحوثات ؟

¹ _ المرجع السابق، ص ص 883_ 884.

- 2_ ما مدى تأثير الحملة على مستوى الوعي الصحي للمبحوثات ؟
- 3_ ما أشكال تفاعل المبحوثات مع المعلومات التي تعرضن لها في الحملة ؟
- 4_ هل أكسبت الحملة المبحوثات عادات صحية جديدة ؟ وماهي هذه العادات ؟

المحور الثالث: تقييم الجمهور للحملة :

- 1_ ما وجهة نظر المبحوثين تجاه الحملة ؟
- 2_ ما أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للحملة ؟
- 3_ ما مدى نجاح حملة دعم صحة المرأة المصرية ؟
- 4_ ما أسباب نجاح أو عدم نجاح الحملة ؟
- 5_ ما أهم جوانب القصور في الحملة ؟
- 6_ ما مقترحات المبحوثات لتحسين الحملة ؟

3_ فروض الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى اختبار مجموعة من الفروض فيما يتعلق بدراسة دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية، نوضحها على النحو التالي :

1_ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أشكال التفاعل مع الحملة والمتغيرات الديموغرافية للعينة البحثية .

2_ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للحملة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية .

3_ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للحملات الصحية وتأثيرها على الوعي الصحي للمبحوثات.

4_ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الحملات الصحية والمتغيرات الديموغرافية للعينة البحثية.

5_ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لوجود دور مؤثر للحملة وممارسة المبحوثات للأنشطة الصحية.

4_ الإجراءات المنهجية:

أ_ نوع الدراسة :

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف طبيعة وخصائص مجتمع ما أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة ما والحصول على بيانات كافية عنها بالإضافة إلى تصنيف هذه البيانات وتحليلها واستخلاص نتائج منها .

ب_ منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي في إطار البحوث الوصفية لإلقاء المزيد من الضوء عليها بهدف تحديد المشكلة بدقة ووضع الفروض العلمية لاختبارها .

5_ مجتمع و عينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في المرأة المصرية من سن 18 فأكثر، وتم اختيار عينة عمدية من السيدات المصريات من سن 18 فأكثر من داخل مراكز الصحة التي تقدم الكشف المبكر عن سرطان الثدي (مراكز الحملة) و هي الفئة المستهدفة للحملة.

6_ نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من المؤشرات والنتائج العامة المتعلقة بالموضوع الذي بحثته، وتتمثل أبرز هذه النتائج فيما يلي:

1_ أكد 46,5 % من أفراد العينة البحثية أنهم كن حريصات على متابعة الحملات الحية بشكل دائم, وأن أهم الحملات الصحية التي تابعتها جاءت في مقدمتها حملة (فيروس سي و علاج المصابين به) و(الكشف عن الأمراض غير السارية مثل السكري و الضغط و السكر) بنسبة 93%.

2_ فيما يتعلق بأسباب متابعة العينة البحثية للحملات الصحية, أظهرت النتائج أن أبرز هذه الأسباب تتمثل في أن القضية الصحية التي تتناولها الحملة لها صلة بالواقع الصحي في المجتمع بوزن نسبي بلغ (93%) كما أبدى 38,5 % من أفراد العينة البحثية شعورهن بالرضا أثناء مشاهدتهن للحملات.

3_ حول تقييم العينة البحثية ل(حملة مليون 100 صحة) جاءت أعلى نسبة أن الحملة (جيدة جدا) بنسبة 80%.

4_ فيما يتعلق بأكثر المصادر التي حصلت منها العينة البحثية على معلومات خاصة بالحملة أوضحت النتائج أنها (الإعلانات المذاعة بالتلفزيون) بنسبة بلغت 70.5%.

5_ أكد 55.2 % من عينة الدراسة وجود دور مؤثر لحملة 100 مليون صحة على رفع الوعي الصحي لديهم، و حول مدى تأثير الحملة على مستوى الوعي الصحي لدى العينة البحثية أظهرت النتائج أن الحملة أدت دورا مهما في تعزيز مفهوم الوقاية .

7_ علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية :

أوجه التشابه :

كلا من الدراسة الحالية والدراسة السابقة اهتمتا بدور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي لدى المرأة حول مرض سرطان الثدي وأهمية الفحص المبكر.

أوجه الاختلاف :

ركزت الدراسة السابقة على دور الحملات الإعلامية الصحية في نشر الوعي الصحي من خلال دراسة حملة إعلامية ميدانية وتطبيق حملة توعوية على أرض الواقع وتحليل نتائجها، بينما الدراسة الحالية قامت بتحليل حملة توعوية صحية على موقع التواصل الاجتماعي أنستغرام وركزت على تحليل العينة من أجل الكشف عن صورة المرأة في حملات التوعية الصحية عبر الإعلام الجديد.

نقاط الاستفادة :

تمثلت أوجه استفادتنا من الدراسة السابقة في الجانب المنهجي وبالتحديد في تحديد مفاهيم الدراسة وكذا الاطلاع على العديد من الدراسات السابقة المعتمدة التي كانت عوناً لنا في تثرية موضوعنا البحثي .

3_ الدراسة الثالثة:

معلومات ببليوغرافية :

1_عنوان الدراسة :

Effective Use of media Awareness Campains for Breast Cancer Care among Women : A Comparative Study¹

¹ _Nelson okorie and abiodun salawu, effective use of media awareness campains for breast cancer care among women _a comparative study_, (journal f international women's , studyarticle 12, volume 17, issue 4, 2016), Available at .https://vc.bridgew.edu/jiws/vol17/iss4/12

أ_ إسم الباحث : Okorie Nelson ، Abiodun Salawu .

ب_ الجامعة : BRIDGEWATER State University (2016) .

المضمون :

1_ مشكلة الدراسة :

بحثت هذه الدراسة في تأثير حملات التوعية الإعلامية على الإهتمام بمرض سرطان الثدي بين النساء في جنوب غرب نيجيريا ومقارنة نسبة الوعي بالمرض بين ثلاث ولايات مختلفة في المنطقة الجيوسياسية وأهمية وسائل الاتصال الجماهيري في زيادة الوعي والمعرفة بالمشكلات الصحية والأمراض السارية وتغيير سلوكيات الجماهير وإرشادهم نحو الاتجاهات السليمة لحماية صحتهم.

2_ منهج الدراسة :

إعتمدت الدراسة على منهج المسح للوصول إلى أهداف الدراسة كما إتخذت إستمارة الإستبيان كأداة لجمع المعلومات .

وقياس الخصائص الديموغرافية، والتوعية بحملات سرطان الثدي ومصادر الوعي به وأهمية الفحص المبكر .

3_ عينة الدراسة :

تمثلت عينة الدراسة في نساء المنطقة الجيوسياسية الجنوبية الغربية لنيجيريا، الدول الثلاث تم اختيار ولاية لاغوس وأويو وإكيتي بشكل مقصود، تتكون الدراسة من النساء اللاتي تتراوح أعمارهن بين 25_50 سنة، و قد تم تحديد هاته الفئة العمرية كون النساء في هاته الفترة أكثر عرضة للإصابة بمرض سرطان الثدي .

4_ فرضيات الدراسة :

1_ لا يوجد فرق كبير بين في مستوى المعرفة حول سرطان الثدي بين ولايات لاغوس و أويو وإيكي .

2_ لا يوجد فرق كبير في مستوى تعرض نساء ولايات لاغوس وأويو وإيكي لمعلومات وسائل الإعلام حول سرطان الثدي .

3_ لا يوجد فرق كبير في مصادر المعلومات حول سرطان الثدي بين ولايات لاغوس، أويو وإيكي .

5_ نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثلت في النقاط التالية :

_ وجود فرق كبير في مستوى المعرفة بين ولايتي لاغوس وأويو .

_ وجود اختلاف كبير في مستوى المعرفة بين ولايتي لاغوس وأيكي .

_ تتمتع ولاية لاغوس بمتوسط درجات معرفة عالية مقارنة بالولايات الأخرى، كونها قاعدة لمعظم وكالات التوعية بسرطان الثدي .

_ بناء على الفرضية الثانية تم التوصل إلى أنه لا يوجد فرق معنوي في مستوى تعرض النساء في ولايات لاغوس وأويو وإيكي للمعلومات الإعلامية حول الاهتمام بسرطان الثدي .

_ التعرض لمعلومات وسائل الإعلام يمكن أن يساهم بشكل كبير في التعلم وتنمية الأمة والقضاء على الأمية الصحية .

_ أهمية استمرار التوعية الإعلامية بالقضايا الصحية في نيجيريا وتثقيف النساء بأهمية الفحص المبكر و إتخاذ التدابير الوقائية .

_ بناءا على الفرضية الثالثة تم التوصل من خلال الدراسة إلى وجود فرق كبير في مصادر المعلومات المستخدمة بين الولايات الثلاثة، وهناك أيضا اختلاف كبير بين نساء ولايتي أويو وإكيتي في مصادر المعلومات المعتمدة من طرفهم بينما عدم وجود فرق بين نساء ولايتي لاغوس وإكيتي و يمكن إرجاع هاته الفروقات إلى مستوى معرفة القراءة والكتابة بين الولايات الثلاثة .

_ أظهرت الدراسة أن الصحف والمجلات مصادر رئيسية في نشر الوعي والمعرفة بسرطان الثدي بين نساء المنطقة الجيوسياسية الغربية الجنوبية بنيجيريا .

6_ علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية :

أوجه التشابه :

إهتمت كل من الدراسة السابقة والدراسة الحالية بأهمية الحملات الإعلامية للتوعية الصحية النسائية ودور حملات التوعية في نشر الثقافة الصحية والوعي بمرض سرطان الثدي تحديدا وأهمية الفحص المبكر .

أوجه الاختلاف :

ركزت الدراسة السابقة على الكشف عن مدى فعالية استخدام وسائل الاتصال الجماهيري في التوعية الصحية في جنوب غرب إفريقيا ومقارنة مصادر المعلومات المعتمدة من طرف المبحوثات بين الثلاث ولايات المختارة، فيما تناولت الدراسة الحالية أهمية حملات التوعية الصحية عبر وسائل الإعلام الجديد وتحديد منصة أنستغرام ومحاولة الكشف عن صورة المرأة في حملات التوعية الصحية

عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مجموع المعاني والدلالات الضمنية المختلفة التي تتشكل منها صور التوعية الصحية للمرأة بمرض سرطان الثدي .

نقاط الاستفادة :

أهم ما استفدنا به من الدراسة السابقة التأكد من النقلة النوعية التي أحدثها الإعلام الجديد والثورة التكنولوجية والدور الفعال الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي حاليا في نشر حملات التوعية الصحية، فحسب الدراسة السابقة والتي أجريت سنة 2016 أوضحت أن عدد كبير من النساء لا يمتلكون المعرفة حول مرض سرطان الثدي والمعلومات المهمة المتعلقة به، فيما أن باقي المبحوثات تقتصر مصادر معلوماتهم على المجلات والجرائد بشكل كبير .

6_ تحديد المفاهيم :

1_ تعريف الحملات الإعلامية :

لغة: جمع حملات وهو ما يحمل دفعة واحدة حملة عيدان وحملة عسكرية وهي كل عملية ذات مدة معينة وهدف دعائي وهي محاولة لتوجيه الرأي العام إلى ما يدور حوله من خلاف أو جدل في قضية ما .

اصطلاحا: هي تصميم وتنفيذ وعمل برنامج محكم يستهدف زيادة نسبة تقبل فكرة اجتماعية أو اكتساب عادة أو سلوك معين لدى الجماهير المستهدفة مع مراعاة التخطيط والمنهج والترويج والتوزيع وبحوث التسويق .¹

¹ _ نصري منال، سعيدون ليلي، دور الحملات الإعلامية في توعية المرأة بسرطان الثدي _ المرأة الجزائرية أنموذجا_، (مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 12، العدد 01، 2022)، ص492، متاح على الموقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/196992> ، بتاريخ 2023/03/07، على الساعة : 16:27

إجرائيا: هي مجموعة من الأنشطة الاتصالية المتناسقة مع بعضها البعض والتي تقوم بتنظيمها جهة معينة بهدف الترويج لفكرة أو منتج أو خدمة من اجل تغيير السلوك الاجتماعي أو رفع وعي الأفراد اتجاه الأزمات والقضايا الراهنة ليتم التخطيط لها وفق مراحل منهجية ومدة زمنية محددة بغرض التأثير في الجمهور المستهدف .

تعريفات أخرى للحملة الإعلامية: الحملات الإعلامية هي نشاطات مقصودة للتأثير في أفكار واتجاهات وسلوك الآخرين عن طريق استخدام الإستمارات الإعلامية للتأثير في الجمهور وتتشابه الحملات الإعلامية مع الخطط الإعلانية في الإطار والبناء .

تعريف رفعت الضبع للحملة الإعلامية : عملية نقل المعلومات الصحيحة عن السلع أو الخدمات أو الأفكار من مكان أو من زمان لآخر بهدف إقناع الجمهور للاستفادة بها .¹

2_ تعريف التوعية الصحية:

التوعية لغة: التوعية اسم وهي مصدر الفعل وعى وتوعية الناس أي جعلهم يدركون حقائق الأمور ونقول وعى يوعي، وع، توعية فهو موعي، والمفعول موعى، ووعى فلانا اي نصحه وحمله على إدراك موضوع ما وعى الشيء أي جمعه في وعاء أما وعى الحديث فيعني حفظه و فهم و قبله، ووعى الأمر أي أدركه على حقيقته، و كذلك يأتي الوعي بمعنى الحفظ والتقدير ومنها قوله تعالى " و تعيها أذن واعية " الحاقة 21 (أي حافظة)، كما يأتي الوعي بمعنى الفهم وسلامة الإدراك.²

التوعية اصطلاحا:

¹ _ رفعت عارف الضبع، الحملات الإعلامية،(المكتب المصري للمطبوعات، الطبعة 2012)، 2013، مصر، ص12.

² نصري منال، سعيدون ليلي، موقع سابق، ص493.

التوعية عموماً هي عملية إثارة الوعي وتنميته تجاه قضية أو قضايا معينة بهدف تغيير الأنماط السلوكية أو تغيير وتعديل اتجاهات الرأي العام تجاه هذه القضايا، من اتجاهات سلبية إلى اتجاهات إيجابية، ومن تعاطف إلى رفض، حسب طبيعة القضية وتأثيرها في المجتمع، والموقف الذي يتعين على المجتمع إتخاذ منه ¹.

التوعية إجرائياً :

هي عملية نشر الأفكار والمعلومات تجاه قضية معينة بهدف تغيير سلوكيات الأفراد ورفع الوعي في المجتمع .

3_ تعريف الصحة :

الصحة لغة: السلامة من الأمراض، وضدها * السقم و العلة ، يقال صح المريض يصح صحة أي * شفي وسلم، وجسم صحيح أي * سليم و خالي من الأمراض ، وأصل الصحة البراءة من كل عيب ونقص، وتطلق الصحة بمعنى * الصدق مطابقة الواقع، كقول * خبر صحيح أي صادق، ومن معاني الصحة أيضا * الاستواء والصلاح والثبوت ².

الصحة اصطلاحاً: عرف " برنكز " الصحة بانها حالة التوازن النسبي لوظائف الجسم وتنتج حالة التوازن هذه من تكييف الجسم مع العوامل الضارة التي يتعرض لها، وإن تكييف الجسم عملية إيجابية تقوم بها قوى الجسم للمحافظة عليه .

¹ حامدي كنزة، الحملات الإعلامية التوعوية الصحية لسرطان الثدي، _ دراسة ميدانية لمديرية الصحة و السكان بولاية الجزائر، _ أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة محمد لمين دباغين، 2020، ص46 .

² _ الجمهرة ، الموسوعة الشاملة لمفردات المحتوى الإسلامي، متاح على الموقع:

<https://islamic-content.com/>، بتاريخ: 2023/03/03، على الساعة: 23:22.

كما عرفت منظمة الصحة العالمية الصحة بأنها " حالة السلامة والكفاية البدنية والنفسية والاجتماعية وليست الخلو من الأمراض أو العجز "، وبالتالي فهناك ارتباط بين الصحة البدنية والعقلية والاجتماعية.¹

الصحة إجرائيا: الصحة هي السلامة الجسدية والعقلية والاجتماعية وعمل كافة وظائف الجسم والعقل بصفة طبيعية لا تشوبها أية عيوب .

4_ تعريف التوعية الصحية :

التوعية الصحية اصطلاحا: هي العملية التي تستهدف تعليم الناس عادات صحية سليمة، وسلوك صحي جديد ومساعدتهم على نبذ الأفكار والاتجاهات الخاطئة واستبدالها بسلوك صحي باستخدام وسائل الاتصال الجماهيري وهي إدراك المعارف والحقائق الصحية والأهداف الصحية أي أنها عملية إدراك الفرد لذاته وإدراك الظروف الصحية المحيطة وتكوين اتجاه عقلي نحو الصحة العامة للمجتمع.²

التوعية الصحية إجرائيا: هي التثقيف ونشر السلوكيات الصحيحة والصحية بين الأفراد وتوجيههم نحو أسلوب حياة صحي بعيدا عن الاتجاهات الخاطئة الضارة بصحتهم وإحاطتهم بالمعلومات الكافية حول الأمراض وأسبابها وسبيل الإحاطة والحذر منها، وكذا التحكم فيها معالجتها وخاصة الأمراض الخطيرة والمنتشرة بشكل كبير كالسرطان عام وسرطان الثدي على وجه الخصوص .

5_ تعريف الصورة :

الصورة لغة :

¹ بريك الزهرة، وسائل الاعلام و دورها في نشر الوعي و التثقيف الصحي، (مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 01، العدد02، 2019)، ص03، 04. متاح على الموقع : <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/154832> بتاريخ : 2023/03/25، على الساعة : 16:41 .

² _ رشا عبد الرحمان حجازي، موقع سابق ص892.

جاء في لسان العرب لابن منظور، مادة (ص، و، ر) الصورة في الشكل، و الجمع صور، وقد صوره فتصور، و تصورت الشيء توهمت صورته، فتصور لي، و التصاوير: التماثيل .

قال " ابن الأثير " : الصورة ترد في لسان العرب (لغتهم) على ظاهرها، وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته، وعلى معنى صفته، يقال: صورة الفعل كذا وكذا أي هيئته، وصورة كذا وكذا أي صفته.¹

الصورة إصطلاحاً : حسب Jean Martinet الصورة هي الطريقة المباشرة للتعريف بالشيء للغير بتقديم الموضوع نفسه حتى يستطيع أن يدرك طبيعة هذا الموضوع بكافة أحاسيسه، حيث تستطيع أن تحدث نفس الأحاسيس .

وتعتبر الصورة المصورة عن الجانب التقني في الصورة أي الشيء الظاهر كما هو، أو الصورة الخام، أما الصورة الذهنية فتعبر عن الإيحاء الذي يحمله ذلك الشيء في الصورة .²

6_ تعريف سرطان الثدي:

هو نمو غير طبيعي للخلايا المبطننة لقنوات الحليب أو لفصوص الثدي، وغالبا ما يتكون الورم السرطاني في قنوات نقل الحليب وأحيانا في الفصوص وجزء بسيط جدا في بقية الأنسجة كما أنه قد يكون مبكر ويمكن علاجه وقد يكون منتشرا و هنا لا يمكن علاجه وإنما يقدم العلاج فقط للتحكم في الآلام.³

¹ متاح على الموقع :

<https://www.uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/9/9>، بتاريخ 2023/03/23، على الساعة 23:03

² _ بلخيري رضوان، سيمبولوجيا الصورة بين النظرية و التطبيق، (دار قرطبة للنشر و التوزيع، الجزائر، 2012)، ص ص 71 72 .
3 منصورى ليلى، جلدي بشير، الصدمة النفسية للمرأة المصابة بسرطان الثدي، _دراسة ميدانية_، (مجلة دراسات إنسانية و اجتماعية، المجلد 11، ط01، 2022)، ص 276، متاح على الموقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/21/11/1/177221> ، بتاريخ: 2023/03/07، على

الساعة: 16:32.

7_ تعريف المرأة المصابة بسرطان الثدي: هي المرأة التي ثبت من خلال التحاليل والفحوصات الطبية الخاصة بالأورام السرطانية إصابتها بالمرض .

ثالثاً: الإجراءات المنهجية :

1_ منهج الدراسة :

في سبيل نجاح أي دراسة علمية، يعتمد الباحثون على مناهج بحثية مختلفة للحصول على الحقائق العلمية والمعلومات الدقيقة والواقعية، وهذا من خلال الالتزام بالتطبيق الصحيح للمنهج المتبع قصد الارتقاء بالبحث العلمي وإكسابه دقة وموضوعية وإتقانا .

إنَّ المنهجية مصطلح علمي يعني الطريقة الذي يهتدي الباحث باستخدامه مجموعة من المبادئ والوسائل والأساليب والأدوات والقواعد في مختلف مراحل البحث، وذلك للتثبت من صحة المعرفة الأصلية المطروحة على بساط البحث والوصول إلى نتائج وحقائق علمية واضحة باعتبار أن المنهج هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة ومن الناحية العلمية فالمنهجية تعني القدرات الذهنية للباحث في الفهم والتحليل والتفسير للكشف عن الحقيقة العلمية.¹

كما يعرف منهج البحث العلمي بأنه :

أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة .

وفي تعريف آخر :

¹ حسن محمد جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي _ مدخل لبناء المهارات البحثية _، (ط 02 دار الصفاء للنشر و التوزيع، دار صادق الثقافية، الأردن، 2014)، ص 115.

الأسلوب الذي يستخدمه الباحث في دراسة ظاهرة معينة والذي من خلاله يتم تنظيم الأفكار المتنوعة بطريقة تمكنه من علاج مشكلة البحث.¹

إن هذا المنهج لا يتحدد بكيفية غامضة ولكنه يكون قائما على اقتراحات تم التفكير فيها ومراجعتها جيدا والتي تسمح له بتنفيذ خطوات عمله بصفة صارمة بمساعدة الأدوات والوسائل التي تضمن له النجاح، وفي نفس الوقت مدى صحة المسعى أي الطريقة. إن هذين الجانبين، أي المنهج والصحة مترابطان، فإذا لم يكن السعي منهجيا فإن النجاح سيكون سطحيا أو ظاهريا فقط.²

وبما أن طبيعة الدراسة العلمية هي التي تحدد المنهج الواجب إتباعه لتقصي الحقائق العلمية حولها، وبالنظر إلى موضوع هذه الدراسة " صورة المرأة في حملات التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي عبر منصة أنستغرام"، وهي من الدراسات الحديثة المهمة بخبايا الرسالة الألسنية والأيقونية

والدلالات الضمنية للألوان والأشكال في الصور الثابتة، لا بد من الاعتماد على منهج التحليل السيميائي، الذي رأينا أنه الأسلوب الأنسب والأنجع بين المناهج للمساعدة في تحليل صور الحملة التوعوية بسرطان الثدي على منصة أنستغرام، كونه من أقدر المناهج على تحليل دلالات ووظائف ومعاني الرموز والعلامات الاتصالية.

¹ محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، (ط 03، دار الكتب، اليمن، 2015)، ص35.

² موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، (تر، بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، السعيد سبعون، دار القصة للنشر، الجزائر 2004_2006)، ص37.

حيث حظيت الصورة ودلالاتها باهتمام خاص من قبل السيميائيين، و أدى هذا الاهتمام إلى الإختلاف في مستويات تحليل الصورة، مما جعل سيميائية الصورة تفتح على الطرق المنهجية والإجراءات الفنية المعتمدة في التحليل والتأويل والبحث عن الدلالة.¹

منهج التحليل السيميولوجي، الذي أصبح منهاجا وتصورا و"علما" لا يمكن الاستغناء عنه لما أظهر عند الكثير من الدارسين والباحثين من نجاعة تحليلية وكفاءته في شتى التخصصات وخاصة في ميدان علوم الإعلام والاتصال وعلم اجتماع الاتصال.²

كما أن التحليل السيميولوجي يمنحنا إمكانية أن نبين كيف أن الدلالة الإجمالية لرسالة، تبدو في الغالب للوهلة الأولى، كما لو أنها عادية، تنتج عن بناء يقوم على مشاركة في ترتيب تشكيلات دالة تجذب القارئ المتفرج على عدة مستويات، من جهة أخرى يمكن للمقاربة التحليلية للسيميولوجيا أن تسمح بإبراز طرق الإقناع التي تتضمنها كل ممارسة خطابية.³

إعتمدنا على مقاربة " رولان بارث"، تتركز هذه المقاربة التي تستقي أصولها من تحليل الإشهار على الاستدلال على مداخل الصورة ومخارجها وآليات اشتغالها في سبيل بناء دلالة معينة، فهي إذن مقاربة تحدد العوامل الإدراكية التي تحيل بها الصورة.⁴

¹ _ نشوى يوسف أمين اللواتي، التحليل السيميولوجي لصور جائحة كورونا في المواقع الإخبارية،(مجلة البحوث الإعلامية، العدد 08، الجزء 04، 2021)، ص1722. متاح على الموقع :

https://journals.ekb.eg/article_189172.html ، بتاريخ : 2023/03/03 على الساعة : 18:18 .

² _ بلخيري رضوان، جابري سارة، إشكالات تطبيق منهج التحليل السيميولوجي، _ دراسة تطبيقية في الأبعاد السوسيوثقافية لصورة المرأة في الإعلانات التلفزيونية _ (مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، العدد 13، الجزائر، 2017)، ص 487. متاح على الموقع :

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/59257>، بتاريخ: 2023/04/11، على الساعة : 14:52 .

³ _ جان كلود دومينجور، المقاربة السيميولوجية، تر جمال بلعربي، (مجلة بحوث سيميائية المجلد 08 العدد 01، الجزائر، 2019)، ص68.

⁴ _ فايزة يخلف، سيميائيات الخطاب و الصورة،(دار النهضة العربية، لبنان، ط2021، 01)، ص 120.

2_ مجتمع البحث و عينة الدراسة:

أ_ مجتمع البحث:

حدد الباحث مجتمع البحث، الذي يعرف على أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي، إن مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً والتي تركز عليها الملاحظات.¹

ولإيجاد تمثيل علمي منهجي للدلالات والمعاني المختلفة في الصور المنشورة على صفحة مطبخ سيدتي عبر منصة أنستغرام تم تحديد مجتمع البحث في كل الصور التي مثلت حملات التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي ونشرت عبر موقع أنستغرام .

ب_ عينة الدراسة:

وهي تمثل جزء من مفردات المجتمع الكلي للبحث يتم اختيارها بطريقة علمية ثم دراسة خصائص ذلك الجزء لغرض التعرف على خصائص المجتمع الذي اختير منه ذلك الجزء.²

كما تعرف على أنها " مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج، وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي ".³

¹ موريس أنجرس، مرجع سابق، ص 298 .

² حسن محمد جواد الجبوري، مرجع سابق، ص 118 .

³ محمد سرحان علي المحمودي، مرجع سابق، ص 160.

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية ويكون الاختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر من قبل الباحث وحسب طبيعة بحثه بحيث يحقق هذا الاختيار هدف الدراسة أو أهداف الدراسة المطلوبة .

ونظرا إلى أن موضوع الدراسة يهتم بتحليل دلالات الصور في الحملة التوعوية بمرض سرطان الثدي على صفحة مطبخ سيدتي عبر موقع أنستغرام وما تتضمنه من دلالات ورموز ومعاني ضمنية قمنا بتحليل ثمان صور منشورة على صفحة مطبخ سيدتي التي تمتلك أكثر من 1,000,000 متابع على منصة أنستغرام حيث قامت بتصميم حملة توعوية بمرض سرطان الثدي دامت طوال شهر أكتوبر الوردي المتضمن لفعاليات التوعية بسرطان الثدي والفحص المبكر حيث تم نشر الصور التي تحمل رسائل دلالية وتضمينية في طابع توعوي بتاريخ مقاربة طوال الشهر .

ج_ مادة التحليل:

تمثلت مادة التحليل في مجموعة الرسائل والمعاني والدلالات التي حملتها الصور المنشورة عبر صفحة (مطبخ سيدتي) ومختلف أسس وركائز الصور المنشورة من خلالها المتمثلة في:

الرسالة التشكيلية.

الرسالة الألسنية.

الرسالة الأيقونية.

الرسالة التضمينية.

د_ حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: الرسائل الدلالية والمعاني الضمنية في صور حملة التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي على منصة أنستغرام دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من اللافتات المنشورة على صفحة (مطبخ سيدتي).

الحدود الزمانية: يمكنه تحديدها في شهر أكتوبر من سنة 2022 .

الحدود المكانية: الوطن العربي .

ثانيا: المقاربة النظرية للدراسة:

1_ مقارنة رولان بارث :

نسعى من خلال هذه الدراسة التحليلية إلى الكشف عن خبايا الدلالات والمعاني للرسائل التي تحملها الصور التي قامت بنشرها صفحة مطبخ سيدتي خلال شهر أكتوبر (الوردي) والمعني بالتوعية الصحية حول مرض سرطان الثدي بهدف نشر الوعي والمعلومات الصحية حول المرض وكذا التأكيد على أهمية الفحص المبكر، من خلال ما تحمله هاته الصور من رسائل ضمنية تظهر على شكل رموز وأشكال وخطوط وألوان مختلفة، لتشكل رسائل توعوية تهدف إلى جذب المتلقي والتأثير فيه، حيث إعتدنا على مقارنة التحليل السيميولوجية للعالم " رولان بارث " .

استطاعت السيميائيات بوصفها علما حديثا، توفير فرصة دراسة الصورة على أساس أنها علم يختص بدراسة الأنساق التواصلية اللسانية وغير اللسانية كما حددها سوسير، مما دفعه إلى اعتبار اللسانيات فرعا من هذا العلم الأعم الذي يدرس حياة العلامات داخل الحياة الإجتماعية لهذا العلم الذي قد يصير فرعا من علم النفس الاجتماعي ومن ثم علم النفس العام، ومن هنا ينظر الى الصورة على أنها نسق مؤهل لإنشاء الدلالة كغيره من الأنساق ومن ثم الإستعانة به في عمليات التواصل.¹

ويعتبر رولان بارث أول من طبق منهج التحليل السيميولوجي على الصورة ولقد أوضح "بارث"هدف هذا العلم الذي أسماه "سميوطيقا" كل النظم الرمزية أي كان الجوهر أو المضمون وأيأ كانت الحدود، الصورة، الإشارات، الأصوات النغمية الرموز التي نجدها في الأساطير البروتوكولات والعروض التي تعتبرها جميعا لغات أو على الأقل نظاما للمعنى.

¹ إسمهان عدوان، الخطاب البصري للصورة الكاريكاتورية للمنظور السيميائي التداولي، (مجلة الاتصال و الصحافة، مجلد06، العدد02، 2019)، ص 145 ، متاحة على الموقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/93291> بتاريخ: 2023/03/25، على الساعة: 16:15.

وهو ما يؤدي بنا إلى القول أن التحليل السميولوجي هو مقارنة يمكن تطبيقها على كافة الأنساق على اعتبار أنها أنساق تحمل في ثناياها معاني ودلالات.

2_ مستويات التحليل السميولوجي لدى رولان بارث :

تقوم مقارنة رولان بارث على مستويين أساسيين وهما :

أ_ **المستوى التعييني** : ويقصد به المعنى السطحي أو الفوري للصور والذي تتم فيه القراءة الأولية أو الظاهرية للعناصر المشكلة للصورة ووصفها وصفا جزئيا لا يحيلنا إلى المعنى الدقيق للصورة .

ب_ **المستوى التضميني** : يعرف على أنه ما وراء الصورة، إنه مستوى القراءة الرمزية أو مستوى التفكيك والذي يتوقف حسب " فاستون باشلار " على الخيال النشط المنتج المحرف للصور الثابتة

وهو أفضل حليف للتأويل.¹

3_ رسائل الصورة حسب رولان بارث :

يرى بارث أن للصورة ثلاث رسائل :

الرسالة اللغوية Le message l'inguistique.

الصورة التقريرية L'image dénotée.

بلاغة الصورة Rhétorique de l'image.²

¹ إسمهان عدوان، موقع نفسه، ص 147 .

² قدور عبد الله الثاني، سيميائية الصورة مغامرة سيميائية في أشهر الارساليات البصرية في العالم، (دار الغرب للنشر والتوزيع، 2004)، ص 41 .

سيمائية الصورة :

استحالت الصورة في عصرنا الراهن من بين المقومات البصرية المهمة في سرد وتحليل الوقائع غير اللسانية وتصنيفها، فالخطاب المعاصر بالنسبة للصورة، أصبح خطابا تحليليا سيميائيا ودلاليا، يجعل المبصر للعمل الفني يسعى إلى مقارنة هذا المبحث التشكيلي حسب الأبعاد التأويلية للمستوى الأيقوني للمادة البصرية و مكوناتها الظاهرة والباطنة، من حيث هي لغة التواصل والخطاب الذي تمرره سواء كان ذلك من خلال الصورة الفوتوغرافية والسينمائية والإشهارية، أو التلفزية أو في المواقع الاجتماعية للإنترنت.¹

إن الصورة تشمل على علامات ورموز وقواعد ودلالات لها جذور في التمثلات الاجتماعية والفكرية السائدة في المجتمع، وتكمن سيميائية الصورة في فهمنا لهذه الرموز والقواعد والدلالات الموجودة بالصورة، وبالتالي إمكانية قراءتها ومعرفة دلالتها، أو بمعنى آخر التعرف على سيميائية الصورة.²

إن افتراض منهجية متكاملة لتحليل الرسائل البصرية الثابتة تبدو معقدة وصعبة، وعلى القارئ أن يكون مجهزا بترسانة من الأدوات الإجرائية التي تمكنه من اكتشاف خبايا الصورة، لأن شروط إعداد وتكوين واستقبال هذه الرسائل تشرك معارف وثقافات من النوع التاريخي والاقتصادي والسياسي والاجتماعي والنفسي، فلذا نجد الفوتوغرافية من مساءلة الصورة خلال المقاربة السيميولوجية الحديثة، هي ليست جردا لدوالها التقريرية بل عليها أن تبحث عن المدلولات الإيحائية للوصول إلى النسق

3_ طه الليل، سيميولوجيا الخطاب البصري _ رهانات الصورة و سطوتها_، (دار المجلة العربية للنشر و الترجمة، العدد 560، السعودية، 2014)، متاح على الموقع :

<https://www.arabicmagazine.net/arabic/articleDetails>، بتاريخ 2023/05/07، على الساعة :

. 14:58

² أسمهان عدوان، موقع سابق، ص 145 .

الأيديولوجي الذي يتحكم في هذا النوع من العلامات وهذا ما يسميه بارث Roland Barthes " الأسطورة".¹

ثالثا : الإجراءات المنهجية للدراسة :

1_ منهج الدراسة :

في سبيل نجاح أي دراسة علمية، يعتمد الباحثون على مناهج بحثية مختلفة للحصول على الحقائق العلمية والمعلومات الدقيقة والواقعية، وهذا من خلال الالتزام بالتطبيق الصحيح للمنهج المتبع قصد الارتقاء بالبحث العلمي وإكسابه دقة وموضوعية وإتقانا .

إنَّ المنهجية مصطلح علمي يعني الطريقة التي يهتدي بها الباحث باستخدامه مجموعة من المبادئ والوسائل والأساليب والأدوات والقواعد في مختلف مراحل البحث، وذلك للتثبت من صحة المعرفة الأصلية المطروحة على بساط البحث والوصول الى نتائج وحقائق علمية واضحة باعتبار أن المنهج هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة ومن الناحية العلمية فالمنهجية تعني القدرات الذهنية للباحث في الفهم و التحليل والتفسير للكشف عن الحقيقة العلمية.²

كما يعرف منهج البحث العلمي بأنه :

أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة .

وفي تعريف آخر :

¹ قدور عبد الله الثاني، مرجع سابق، ص 20 .

² حسن محمد جواد الجبوري، مرجع سابق، ص115.

الأسلوب الذي يستخدمه الباحث في دراسة ظاهرة معينة والذي من خلاله يتم تنظيم الأفكار المتنوعة بطريقة تمكنه من علاج مشكلة البحث .¹

إن هذا المنهج لا يتحدد بكيفية غامضة ولكنه يكون قائما على اقتراحات تم التفكير فيها ومراجعتها جيدا والتي تسمح له بتنفيذ خطوات عمله بصفة صارمة بمساعدة الأدوات والوسائل التي تضمن له النجاح، وفي نفس الوقت مدى صحة المسعى أي الطريقة.

إن هذين الجانبين، أي المنهج والصحة مترابطان، فإذا لم يكن السعي منهجيا فإن النجاح سيكون سطحيا أو ظاهريا فقط .²

وبما أن طبيعة الدراسة العلمية هي التي تحدد المنهج الواجب إتباعه لتقصي الحقائق العلمية حولها، وبالنظر إلى موضوع هذه الدراسة " صورة المرأة في حملات التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي عبر منصة أنستغرام "، وهي من الدراسات الحديثة المهمة بخبايا الرسالة الألسنية والأيقونية والدلالات الضمنية للألوان والأشكال في الصور الثابتة، لا بد من الاعتماد على منهج التحليل السيميائي، الذي رأينا أنه الأسلوب الأنسب والأنجع بين المناهج للمساعدة في تحليل صور الحملة التوعوية بسرطان الثدي على منصة أنستغرام، كونه من أقدر المناهج على تحليل دلالات ووظائف ومعاني الرموز والعلامات الاتصالية .

حيث حظيت الصورة ودلالاتها باهتمام خاص من قبل السيميائيين، وأدى هذا الاهتمام إلى الإختلاف في مستويات تحليل الصورة، مما جعل سيميائية الصورة تنفتح على الطرق المنهجية والإجراءات الفنية المعتمدة في التحليل والتأويل والبحث عن الدلالة .¹

¹ محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، (دار الكتب، اليمن، الطبعة 03، 2015)، ص35.

² موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر، بوزيد صحراوي ، كمال بوشرف، السعيد سبعون، (دار القصبه للنشر، الجزائر، ط02)، ص 37

منهج التحليل السيميولوجي، الذي أصبح منهجا وتصورا و"علما" لا يمكن الاستغناء عنه لما أظهر عند الكثير من الدارسين والباحثين من نجاعة تحليلية وكفاءته في شتى التخصصات وخاصة في ميدان علوم الإعلام والاتصال وعلم اجتماع الاتصال.²

كما أن التحليل السيميولوجي يمنحنا إمكانية أن نبين كيف أن الدلالة الإجمالية لرسالة، تبدو في الغالب، للوهلة الأولى، كما لو أنها عادية، تنتج عن بناء يقوم على مشاركة في ترتيب تشكيلات دالة تجذب القارئ المتفرج على عدة مستويات، من جهة أخرى يمكن للمقاربة التحليلية للسيميولوجيا أن تسمح بإبراز طرق الإقناع التي تتضمنها كل ممارسة خطابية.³

إعتمدنا على مقاربة " رولان بارث "، تتركز هذه المقاربة التي تستقي أصولها من تحليل الإشهار على الاستدلال على مداخل الصورة و مخارجها و آليات اشتغالها في سبيل بناء دلالة معينة، فهي إذن مقاربة تحدد العوالم الإدراكية التي تحيل بها الصورة.⁴

2_ حدود الدراسة:

أ_ الحدود الموضوعية: الرسائل الدلالية والمعاني الضمنية في صور حملة التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي على منصة أنستغرام دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من اللافتات المنشورة على صفحة (مطبخ سيدتي) .

ب_ الحدود الزمنية: يمكنه تحديدها في شهر أكتوبر من سنة 2022 .

¹ نشوى يوسف أمين اللواتي، التحليل السيميولوجي لصور جائحة كورونا في المواقع الإخبارية، (مجلة البحوث العلمية، 2021)، ص1722.

² بلخيري رضوان، جابري سارة، موقع سابق، ص 487

³ جان كلود دومينجور، المقاربة السيميولوجية، تر جمال بلعربي، (مجلة بحوث سيميائية، المجلد 08 العدد 01، الجزائر، 2019)، ص68.

⁴ فايزة يخلف، سيميائيات الخطاب و الصورة، (دار النهضة العربية ، لبنان، الطبعة 01، 2021)، ص 120.

الحدود المكانية: الوطن العربي .

3_ مجتمع البحث و عينة الدراسة:

أ_ مجتمع البحث :

حدد الباحث مجتمع البحث، الذي يعرف على أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي، إن مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً والتي تركز عليها الملاحظات.¹

ولإيجاد تمثيل علمي منهجي للدلالات والمعاني المختلفة في الصور المنشورة على صفحة مطبخ سيدتي عبر منصة أنستغرام تم تحديد مجتمع البحث في كل الصور التي مثلت حملات التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي ونشرت عبر موقع أنستغرام .

ب_ عينة الدراسة:

وهي تمثل جزء من مفردات المجتمع الكلي للبحث يتم اختيارها بطريقة علمية ثم دراسة خصائص ذلك الجزء لغرض التعرف على خصائص المجتمع الذي اختير منه ذلك الجزء.²

كما تعرف على أنها " مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج، و تعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي ".³ وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية ويكون الاختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر من قبل الباحث وحسب طبيعة بحثه بحيث يحقق هذا الاختيار هدف الدراسة أو أهداف الدراسة المطلوبة .

¹ موريس أنجرس، مرجع سابق، ص 298 .

² حسن محمد جواد الجبوري، مرجع سابق، ص 118 .

³ محمد سرحان علي المحمودي، مرجع سابق، ص 160.

ونظرا إلى أن موضوع الدراسة يهتم بتحليل دلالات الصور في الحملة التوعوية بمرض سرطان الثدي على صفحة مطبخ سيدتي عبر موقع أنستغرام وما تتضمنه من دلالات ورموز ومعاني ضمنية قمنا بتحليل ثمان صور منشورة على صفحة مطبخ سيدتي التي تمتلك أكثر من 1,000,000 متابع على منصة أنستغرام حيث قامت بتصميم حملة توعوية بمرض سرطان الثدي دامت طوال شهر أكتوبر الوردي المتضمن لفعاليات التوعية بسرطان الثدي والفحص المبكر حيث تم نشر الصور التي تحمل رسائل دلالية وتضمينية في طابع توعوي بتواريخ متقاربة طوال الشهر .

جـ مادة التحليل:

تمثلت مادة التحليل في مجموعة الرسائل والمعاني والدلالات التي حملتها الصور المنشورة عبر صفحة مطبخ سيدتي ومختلف أسس وركائز الصور المنشورة من خلالها المتمثلة في:

الرسالة التشكيلية.

الرسالة الألسنية.

الرسالة الأيقونية.

الرسالة الضمنية.

الفصل الثاني :

حملات التوعية الصحية و صورة المرأة عبر الانستغرام

تمهيد

أولا : المرأة في الاعلام الصحي:

1_ مفهوم المرأة

2_ مفهوم الاعلام الصحي

3_ دور الاعلام الصحي و أهميته

4_ صورة المرأة في الاعلام الصحي

ثانيا: الحملات الإعلامية للتوعية الصحية:

1_ أنواع الحملات الإعلامية

2_ مراحل تصميم الحملات الإعلامية

3_ أهداف الحملات الإعلامية

4_ الحملات الإعلامية كاستراتيجية للثقافة الصحية

5_ التثقيف الصحي عبر منصات التواصل الاجتماعي

ثالثا: ماهية منصة أنستغرام:

1_ نشأة منصة أنستغرام

2_ خصائص و مزايا منصة أنستغرام

3_ احصائيات استخدام منصة أنستغرام

4_ صفحة مطبخ سيدتي

رابعا : صورة المرأة في محلات التوعية الصحية عبر منصة أنستغرام:

1_ حملات الكترونية للتوعية الصحية

2_ توعية المرأة بمرض سرطان الثدي من خلال منصة أنستغرام

3_ نماذج عن حملات التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي في الوطن العربي

تمهيد

أصبحت التوعية الصحية ضرورة اقتضتها المشاكل والأزمات الصحية التي يعيشها العالم في العقود الأخيرة لتركز مختلف وسائل الإعلام والاتصال على رفع مستوى الوعي والثقافة الصحية لدى أفراد المجتمع، وهذا من خلال الحملات الإعلامية التي تعد أداة قوية وفعالة لتوعية الجمهور والتأثير فيه والعمل على تغيير سلوكياته واتجاهاته، حيث تقوم الحملات الإعلامية على مجموعة من الخطوات والمراحل المنهجية التي تؤدي إلى بلوغها الأهداف المراد إيصالها إلى الجمهور المستهدف الذي يختلف حسب هدف الحملة، فالحملات الإعلامية للتوعية الصحية بمرض سرطان الثدي موجهة بصفة أولى إلى النساء، و تهدف إلى توفير المعلومات والتوجيهات اللازمة لهن حول سبل الوقاية من سرطان الثدي وأهمية الكشف المبكر، عن طريق وسائل الإعلام والاتصال المختلفة، وأهمها منصات التواصل الاجتماعي نظرا لخصائصها التي تساهم في انتشار الحملة التوعوية وفعاليتها كخاصية التفاعل والمشاركة، ومن بينها منصة أنستغرام التي شهدت صفحاتها تداول المعلومات الصحية والطبية حول مرض سرطان الثدي خلال شهر أكتوبر الوردي .

للإمام بكافة الجوانب السابقة، قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى أربعة مباحث لمحاولة التعمق في الحملات الإعلامية للتوعية الصحية وصورة المرأة في هاته الحملات، خصصنا المبحث الأول في مفهوم المرأة وماهية الإعلام الصحي، ثم تطرقنا إلى صورة المرأة في الإعلام الصحي، فيما تضمن المبحث الثاني تصميم الحملات الإعلامية انطلاقا من أنواعها، وخطوات تصميمها، وصولا إلى أهدافها كما شمل المبحث الحملات الإعلامية كاستراتيجية للتثقيف الصحي، ودور وسائل التواصل الاجتماعي في نشره، فيما تحدثنا في المبحث الثالث على ماهية موقع أنستغرام لنوضح نشأته، خصائصه، ومزاياه، وآخر إحصائيات استخدامه، وتعريف بصفحة مطبخ سيدتي، لنختم بالمبحث الرابع الذي خصصناها للحديث عن صورة المرأة في الحملة الإلكترونية التوعية الصحية عبر منصة أنستغرام من خلال توعيتها بمرض سرطان الثدي، وقمنا أخيرا بإدراج مجموعة من النماذج عن استخدام صورة المرأة العربية في حملة التوعية الصحية .

أولاً: المرأة في الإعلام الصحي

1_ مفهوم المرأة :

المرأة في المعجم الوجيز وهي أنثى الإنسان البالغة، وتستخدم الكلمة للتمييز بين الفرق الحيوي (البيولوجي) بين أفراد الجنسين الرجل والمرأة، أو للتمييز بين الدور الاجتماعي بين المرأة والرجل في الثقافات المتنوعة، والمرأة أو الإمراة هي أنثى الإنسان البالغة، وعادة ما تكون كلمة " امرأة " مخصصة لأنثى البالغة بينما تطلق كلمة "فتاة" أو "بنت" إلى الإناث الأطفال وغير البالغات، وفي بعض الأحيان يستخدم مصطلح المرأة لتحديد هوية الأنثى بغض النظر عن عمرها، كما هو الحال في عبارات "حقوق المرأة"، عادة ما تكون المرأة ذات النمو الطبيعي قادرة على الولادة من سن البلوغ حتى سن اليأس.¹

2_ الإعلام الصحي :

الإعلام الصحي هو " تزويد الناس بالمعلومات السليمة والحقائق الثابتة عن مواضيع تتعلق بصحتهم، لتوعيتهم بمخاطر المشكلات الصحية، وتوجيههم في كيفية مواجهة تلك المشكلات، بهدف المحافظة على صحة الأفراد والمجتمعات، بإستخدام وسائل و أساليب الإتصال المختلفة" .

و يذهب محمد نجيب الصرايرة وآخرون في منشورات اليونسيف إلى أن مفهوم الإعلام الصحي " هو مفهوم متشابك ومتداخل يمتاز بالشمولية والتكامل ويعني مجموعة من التداخلات التي تتميز بالشمول والتكامل والتي تهدف إلى تعزيز وتحقيق عملية تغيير المواقف والسلوكيات لدى جمهور معين

¹ مهري شفيقة ، صورة المرأة العربية عبر الاعلام الجديد،(حوليات جامعة الجزائر 03، المجلد 35، العدد 01، 2020)، ص750، متاح على الموقع : <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/93291>، بتاريخ : 2023/03/21، على الساعة : 14:54 .

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

باستخدام مزيج التقنيات والمنهجيات والعمليات الإعلامية بطريقة مرنة بالمشاركة ومن خلال طرق بحثية منظمة ودقيقة¹.

3_ أهمية الإعلام الصحي و دوره :

يعتبر الإعلام الصحي من أبرز وأهم حقول الإعلام تأثيرا على حياة المجتمعات لما يقدمه من برامج صحية وتنموية والتي أصبحت مضمونا إعلاميا دسما ومشروعا مستهدفا من قبل جميع المختصين في قطاع الإعلام لإستقطاب فئات المجتمع كافة، فمع إزدياد الوعي والحاجة الماسة نحو التوعية الصحية والرغبة الملحة في إيجاد سبل لعلاج الأمراض المزمنة وطرق الوقاية منها أضحت وسائل الإعلام المرئية والمسموعة هدف النساء والشباب والأسر وشغلهم الشاغل في الآونة الأخيرة، للإطلاع على آخر مستجدات العالم وما يدور حولهم من حالات مرضية وقضايا صحية من شأنها العمل على تعزيز الوعي بالبحث عن طرق وقائية للوقوف أمام تيار الأمراض .

يهتم الإعلام الصحي بنشر الوعي الصحي بين الأفراد من خلال مختلف وسائل الإعلام والاتصال وذلك بهدف إكساب الأفراد المعلومات والمفاهيم المرتبطة بالصحة الشخصية والمجتمعية والبيئية، والوقاية من الأمراض الشائعة بينهم، وكذا العمل على تغيير مفاهيم الأفراد فيما يتعلق بالصحة والمرض، من خلال النظم الاجتماعية القائمة، ومستوى التعليم و الحالة الإقتصادية كما يهدف نشر الوعي الصحي إلى تمكين الأفراد من ممارسة السلوكيات الصحية السليمة مما يؤدي إلى تقليل المخاطر الصحية المختلفة في بيئتهم المحيطة بهم .

كما يمكن تحديد أهداف الإعلام الصحي بنقاط عدة أهمها :

¹ نصري منال ، سعيدون ليلي، موقع سابق ص ص 493_ 494 .

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

_ توفير قاعدة علمية موثوقة من المواد الإعلامية الصحية .

_ نقل الخبرات الصحية والطبية العالمية .

_ إستثمار وسائل الإعلام المختلفة لتحسين نوعية الحياة في المجتمع من خلال نشر الوعي.

_ غرس العادات والتقاليد الإجتماعية التي من شأنها تدعيم الجانب الصحي وتطوره مثل ممارسة

الرياضة لترسيخ السلوك الصحي السليم وتغيير الخاطئ .

_ تحسين وتطوير مهارات العاملين في المجال الصحي وتلافي السلبيات والأخطاء الطبية.¹

4_ صورة المرأة في الإعلام الصحي :

الإهتمام بقضايا المرأة المختلفة يعني الإهتمام بالمجتمع ككل فالمرأة هي نصف المجتمع ومن ركائزه الأساسية، وهذا بإعتبار الدور المهم الذي تمثله المرأة في نسيج المجتمع والذي يخلت بإختلالها، ومن بين القضايا الأساسية والتي تهتم المجتمعات والمرأة خاصة القضايا الصحية، وتعد الإحاطة بكافة المعلومات والإرشادات والتوصيات في المجال الصحي من بين أهداف الإعلام الصحي الذي هو شكل من أشكال الإعلام المتخصص الذي يعمل على نشر الثقافة الصحية والتوعية من خلال وسائل الإعلام والاتصال المختلفة وهذا بهدف نشر السلوكيات السليمة والصحيحة ونبذ الخاطئة منها للحد من الأمراض المنتشرة والتحكم فيها.

حسب العديد من الأبحاث والدراسات المهمة بصورة المرأة وخاصة المرأة العربية، فإن وسائل الإعلام تعمل على تقديم المرأة بصورة نمطية وتقليدية، وحصرها في أدوار محدودة كدور الأم والزوجة والأخت

¹ حنان مجاهد، دور الاعلام الصحي في إدارة الأزمات، جائحة كورونا أنموذجا، (المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي المجلد 08 العدد 02، مستغانم، 2021)، ص89،90، متاح على الخط :

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/166598>، بتاريخ : 2023/03/17، على الساعة : 19:55.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

والبنات، دون تجاوزها بشكل كبير إلى أدوارها الإبداعية والفكرية والمهنية، فيما ذهب الباحث محمد شومان إلى المفارقة القائمة على الإشكال التالي " لماذا الإهتمام بصورة المرأة في الإعلام دون الإهتمام بصورة الرجل ؟ وهل يعني الإهتمام بالتعرف على صورة المرأة دون الرجل نوعاً من التمييز ضد المرأة يضاف إلى أشكال و مظاهر التمييز الأخرى التي تعاني منها ؟ "، لتتلخص إجابته في وجود خصوصية تاريخية ومجتمعية لواقع المرأة ومشاكلها في المجتمع مقارنة بوضعية الرجل والأدوار التي يقوم بها، كما أوضح أن إستمرار مشاكل المرأة في المجتمع يفرض على وسائل الإعلام الإهتمام بمناقشتها والبحث عن حلول لها.¹

ومن بين هاته المشاكل التي تعاني منها المرأة نجد القضايا الصحية، والتي أصبحت مصدر إهتمام من طرف وسائل الإعلام كافة التقليدية وكذا وسائل الإعلام الجديد التي إهتمت بنشر الوعي الصحي للمرأة من خلال المعلومات والنصائح المختلفة التي تقدمها خاصة فيما يخص الأمراض المنتشرة بشكل كبير كأمراض السكري وضغط الدم وأمراض السرطان عامة وبالتحديد سرطان الرحم وسرطان الثدي الذي أصبح يهدد صحة المرأة وهذا من خلال حملات التوعية الصحية كالتالي يشهدها شهر أكتوبر والذي أطلق عليه " أكتوبر الوردي " من أجل نشر الوعي والثقافة الصحية حول سرطان الثدي والتأكيد على أهمية الفحص المبكر، فيتم تكريس كافة وسائل الإتصال الجماهيري لهدف التوعية الصحية للمرأة، وإبراز مكانتها ودورها في المجتمع وعرض صورة المرأة على أنها عنصر فعال ومهم لبناء المجتمع .

يقول الباحث طبي منير "يبدو أن صورة المرأة في الإعلام يجب أن تقدم وفق معايير وأنماط قيمية مجتمعية تعطي للمرأة وزنها الحقيقي في المجتمع، من خلال أظهر أهميتها ودورها في المجتمع، من

¹ شومان محمد، ملاحظات على بحوث صورة المرأة في الاعلام، (مصر، 2017) اليوم السابع، متاح على الموقع: <https://m.youm7.com/amp/2017/12/23/>، بتاريخ: 20/03/2023، على الساعة 16:37 .

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

خلال إظهار أهميتها ودورها في بناء الأسرة والمجتمع، وكذلك من خلال توعيتها بأهمية دورها التربوي في بناء الأجيال المتلاحقة، بمعنى آخر يجب أن تقدم صورة المرأة في وسائل الإعلام المختلفة، في

شكل يعزز من قيمتها وأهميتها وأدوارها المجتمعية المختلفة.¹

المبحث الثاني الحملات الإعلامية للتوعية الصحية

1. أنواع الحملات الإعلامية :

توجد أنواع متعددة للحملات الإعلامية وتعريف كل نوع ينبع من الأهداف المراد منه تحقيقها أو

الوصول إليها ومن أنواع الحملات الإعلامية ما يلي:

1_ حملات تعديل السلوك :

ويهدف هذا النوع من الحملات إلى إحداث تغيير أو تعديل في سلوك الأفراد في المجتمع وذلك من خلال عملية الإتصال الإقناعي والذي يعتبر أفضل طريقة لربط الأفكار والفئة المستهدفة معا لتغيير السلوك .

2_ حملة إعلامية جماهيرية:

تقوم بتزويد الأفراد بالمعلومات العامة المفيدة بالإضافة إلى سعيها إلى التعرف على مدى معرف الأفراد و إدراكهم لحدث معين .

3_ حملة الوعي الجماهيري:

¹ طبي منير، صورة المرأة في الاعلام العربي الثابت و المتحرك، (مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، مجلد 05، العدد 2019،02)، ص97 متاح على الموقع : <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/111755>، بتاريخ : 2023/03/11، على الساعة : 17:26 .

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

تسعى حملة الوعي الجماهيري إلى تعريف الأفراد ببعض الأمور والمعلومات وتتراوح أهمية هذه المعلومات من أمر بسيط إلى حدث مدوي .

4_ حملة تربية جماهيرية:

وهي حملة للتعليم تذهب بخطوة إضافية خلف الوعي والمعلومات إلى التفسير ومقدرة الجمهور على تطبيق المعلومات وتحويلها إلى سلوك يومي¹.

وهناك تصنيف آخر للحملات الإعلامية وفقاً لوظيفة الحملة :

5_ حملات المعلوماتية :

هي حملة معلومات عامة تسعى وراء معرفة الجمهور وإدراكه لحدث ما وتزويده ببعض المعلومات العامة الحيوية .

6_ الحملات الأمنية :

هي نوع من الحملات التي تستهدف خلق وعي أمني من المخاطر والتهديدات المختلفة لدى الجمهور بالتركيز على متابعة النشاطات المشبوهة المتعلقة بالإرهاب والجريمة .

7_ الحملات الانتخابية :

هذا النوع من الحملات دوري، ويتركز قبل الانتخابات في الدول ويعمل على إيصال الرسالة السياسية للمرشح ومنهجيته القادمة بغية إنتخابه .

8_ حملات الحرب الدعائية :

¹ رفعت عارف الضبع، مرجع سابق، ص22.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

تستخدم هذه الحملات في الحروب والنزاعات، وتستهدف المجتمعات بغية التأثير على معنوياتهم والإستسلام للطرف الآخر.

9_ حملات الدعاية المضادة:

ينفذ هذا النوع المعالجة الحملات الدعائية المضادة التي تستهدف المجتمع وخلق حالة توازن فكري ومعلوماتي و نفسي للوقاية من الدعاية المضادة.¹

كما حدد الباحثون في تقسيم آخر أربعة أنواع رئيسية لحملات التوعية وهي :

_ الحملات الإخبارية _ الحملات التعليمية

_ حملات الصورة الذهنية _ الحملات الإقناعية

10_ الحملات الإخبارية :

و تعمل على إيصال المعلومات إلى الجمهور وتقديم الحقائق والبيانات عن موضوع الحملة.

11_ حملات الصورة الذهنية :

المعنية أساسا بنشر وترسيخ صورة ذهنية عن الجهاز أو المؤسسة أو المشكلة وترسيخها في أذهان المتلقين .

12_ الحملات التعليمية :

و التي يكثر إستخدامها أثناء الكوارث والأزمات وتعنى بتعليم الناس كيف يتصرفون ويسلكون .

13_ الحملات الإقناعية :يمتاز هذا النوع بصعوبته وحاجته للتخطيط والتصميم والتنفيذ الدقيق، حيث

تعنى أساسا بزرع إتجاهات جديدة أو تغيير أو تعديل إتجاهات قديمة .

¹ حامدي كنزة، موقع سابق، ص ص 126،125

2. مراحل و خطوات تصميم الحملة الإعلامية:

يمكن تقسيم مراحل إعداد و تصميم الحملات الإعلامية إلى ثلاثة مراحل أساسية كالتالي :

أولا _ المرحلة التمهيديّة (تحديد المشكلة و جمع المعلومات) :

تقوم هذه المرحلة على مجموعة من الخطوات، بداية بتحديد المشكلة أو القضية أو الموضوع وجمع معلومات حوله .

تهدف هذه الخطوة إلى التعرف على المشكلات لإيجاد الحلول بجمع المعلومات حول :

_ المشكلة والموارد المالية والبشرية المتاحة والجمهور المستهدف .

_ المتغيرات والعوامل المؤثرة في المجتمع والظروف البيئية السائدة .

_ الأنماط الإجتماعية السائدة وفئات الجمهور وخصائصه .

_ تحليل الوضعية الداخلية للمنظمة .

_ دراسة الوسائل الإتصالية .

_ تحديد المشكلة في مرحلة التي تسبق وضع الخطة .

يمكن معرفة المشكلة أو القضية المراد معالجتها من خلال:

أ_ التعريف بالمشكل ، مظاهره؟، طبيعته؟، تاريخه؟ ، تطوره؟، علاقته بالمشاكل الأخرى؟، كيف يراه

الجمهور .¹

¹ محاضرات الحملات الإعلامية، جامعة باجي مختار، عنابة_ الجزائر، ص 03، متاح على الموقع : <https://facslchs.univ-annaba.dz/?p=6631>، بتاريخ: 2023/03/21، على الساعة : 16:47 .

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

ب- إجراء بحوث مسحية لمعرفة حجم المشكلة والإحتياجات، وتتم عن طريق المصادر الأولية والثانوية بفضل الدراسات والبحوث المتوفرة، إضافة إلى المعلومات الجديدة عن طريق إجراء بحوث مسحية لمعرفة حجم إنتشار المشكلة.¹

وتتضمن الخطوة الثانية والتي تعنى بالبحث وجمع البيانات مجموعة من العوامل والمتغيرات التي تؤثر في نجاح الحملة ومن أهمها :

1_ معرفة الجمهور لوضع الوسائل التي تتناسب معه حيث أن المبدأ الأساسي في الحملة هو معرفة الجمهور وتقسيمه لإمكان الوصول إليه من حيث توزيعه الجغرافي والديموغرافي، والإعتقادات والسلوك السائد المراد تغييره حيث من الخطأ الوصول إلى كل إنسان بنفس الرسالة .

2_ الظروف والعوامل البيئية والاقتصادية والاجتماعية ودراساتها دراسة مستفيضة على أن تتضمن العوامل القانونية والتشريعية والتكنولوجية .

3_ السياسات الترويجية الخاصة بالخدمة أو الفكرة أو تكلفة الترويج و التنشيط .

4_ الأنشطة الترويجية الأخرى كالعلاقات العامة والدعاية والنشر وتنشيط المبيعات و غيره .²

المرحلة الثانية تحديد و صياغة أهداف الحملة :

تعد خطوة تحديد الأهداف هامة حيث على أساسها تحدد مهمة الحملة وتحصر الجهود لتحقيق هذه الأهداف، وتحديد الأهداف يمكن إستخدامها كمقياس للرقابة أثناء التنفيذ وبعده لأنها تحدد ما يجب تحقيقه بالإضافة إلى أنها وسيلة من وسائل تقييم الحملة ومعرفة النجاح الذي تم، كما يفيد تحديد

¹ محاضرات الحملات الإعلامية، مرجع نفسه، ص 4 .

² حامدي كنزة، موقع سابق، ص140.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

الأهداف في المساعدة على وضع الميزانية الدقيقة للحملة وتوجيهها الإتجاه السليم وإختيار الرسائل والوسائل الإعلامية المناسبة وإستخدامها بطريقة سليمة¹.

يمكن التمييز بين أهداف الحملات الإعلامية حسب موضوع الحملة ودرجة تأثيرها في الجمهور وهي كالتالي :

1_هدف معرفي :

هناك العديد من القضايا المجتمعية والتي يهتم بها القائم بالاتصال في الحملات الإعلامية فيعد لها العدة، لكن ما يجب أن يدركه المصمم هو أن الكثير من هذه القضايا يجهلها الجمهور أولاً يعرف الكثير عنها لذلك أصبح لزاماً عليه إعداد حملة إعلامية هدفها الأول والأخير هو توعية الجمهور بهذه القضايا وبخطورتها على المجتمع دون الحديث عما يجب أن يفعله الجمهور إزاء هذه القضايا كمرحلة أولى .

2_هدف سلوكي :

إن كل الأفعال والنشاطات التي تصدر عن الفرد سواء كانت ظاهرة أو غير ظاهرة والسلوك ليس شيئاً ثابتاً ولكنه يتغير ولا يحدث في فراغ وإنما في بيئة ما وقد يحدث بصورة لا إرادية وعلى نحو آلي مثل التنفس أو الحركة أو يحدث بصورة إرادية وعندها يكون بشكل مقصود وواعي وهذا السلوك يمكن تعلمه ويتأثر بعوامل البيئة والمحيط الذي يعيش فيه الفرد.

ولكن تعديل السلوك طريق يمكن اكتسابه من خلال حملات إعلامية ترشدنا إلى السلوك السوي إزاء قضايا معينة من خلال كبح العادات والاستجابات غير المقبولة، وتعزيز الإستجابات المقبولة وتدعيمها ويهدف تعديل السلوك إلى :

¹ رفعت عارف الضبع، مرجع سابق، ص18.

_ زيادة السلوك المقبول .

_ تشكيل السلوك الجديد المراد تقبله .

_ إضعاف السلوك الغير مقبول .

3_ هدف تغيير الإتجاه أو الأفكار :

تعد عملية تغيير الاتجاهات ليست سهلة ولعل السبب في هذا يرجع إلى أن الاتجاهات تتحول بمرور الزمن إلى أن تصبح من بين مكونات شخصية الفرد الأساسية، إذا كانت هذه الاتجاهات من النوع القوي. لهذا نرى الكثير من الدول تنفق الأموال الطائلة لتغيير اتجاهات مواطنيها في حملات إعلامية للتدخين أو تناول المخدرات أو الحفاظ على البيئة أو الوقاية من بعض الأمراض والآفات الإجتماعية دون أن تجني فائدة طائلة من ذلك، ومع ذلك فتغيير الاتجاهات يظل في نطاق الممكن.

4_ هدف عقائدي :

تعتبر المعتقدات أقوى ما يؤمن به الإنسان لما تمثله من إطار مرجعي وروحي، يمكن أن يكون أساسا دينيا أو ايدولوجيا، أو اجتماعيا كالتقاليد، والعادات الراسخة والذاكرة الجماعية، وتعد عملية تغيير المعتقدات من أصعب عمليات التغيير الاجتماعي، لأنها معتقدات راسخة تتحكم في العديد من سلوكيات الأفراد، مما يتطلب معالجة هذه القضايا من خلال حملات إعلامية تعتمد على قادة الرأي باعتبارهم ممثلين للجمهور لتحويل الأثر السلبي إلى قيم إيجابية.¹

¹ رشا عبد الله، موسى أحمد، علي السيد إبراهيم عوجة، هدى إبراهيم الدسوقي جمعة_ دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية للمرأة المصرية_ دراسة مقارنة بين المرأة في الريف و الحضر، (المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان، العدد 22، 2021)، ص ص 253،254.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

إن صياغة أهداف الحملة من الخطوات المهمة في عملية تصميم الحملات الإعلامية التي تساهم في تحديد وتوجيه كافة مهام الحملة وحصر الجهود لتحقيقها، ما يفرض على المصمم صياغتها بدقة متناهية، فعلى أساسها يتم إختيار الرسائل والوسائل المناسبة للحملة وكذا تقييمها ومعرفة الإنجازات المحققة والإخفاقات الواجب تجنبها مستقبلا، وعليه تختلف مستويات أهداف الحملة من الرغبة في نشر المعرفة إزاء قضية معينة مجهولة من طرف الجمهور، إلى هدف تغيير السلوك أو تعديله أي إستبدال السلوكيات السلبية الغير مرغوب فيها بسلوكيات إيجابية مرغوب بها أكثر، لننتقل إلى مستوى أو نوع آخر من الأهداف وهو هدف تغيير الإتجاه أو الأفكار وهو أكثر تعقيدا من سابقه كونه يتعلق بشخصية الفرد الأساسية، فبإمكان الإتجاهات توجيه فكر وسلوك وإحساس الفرد نحو منحى معين، وبالتالي فإن عمل الحملات الإعلامية على تغيير إتجاهات وأفكار الأفراد من الأهداف المعقدة، فيما نجد هناك مستوى آخر من الأهداف وهي التي تكون طويلة المدى كالتهدف العقائدي والذي يتطلب تغيير معتقدات أو عادات وتقاليد راسخة في المجتمع وهي أشد صعوبة

وتعقيدا مما سبق، كونها تطمح إلى إقتلاع تلك المعتقدات من جذور المجتمع الراسية في أعماقه .

المرحلة الثالثة: تحديد الجمهور المستهدف :

يقول Doerte peters " إعرف جمهورك " بمعنى أن تعرف من الذي تريد أن تصل الرسالة إليهم.¹

إن الجمهور هو العنصر الرئيسي في عملية الإتصال والذي يعمل على المصممون في الحملات الإعلامية على الوصول إليه والتأثير فيه ومعرفة الجمهور من الأسس الهامة لنجاح الحملة الإعلامية،

لأنه إن لم تستطيع أن تصل إلى الجمهور فلن تستطيع التأثير فيه.¹

¹ _حنان أحمد سليم، الحملات الإعلامية عبر الاعلام الجديد، رؤية مستقبلية لنموذج تفاعلي_، (المجلة المصرية للبحوث، المجلد 12، العدد01، 2013)، ص 308، متاح على الموقع: <https://joa.journals.ekb.eg>، بتاريخ: 2023/03/21، على الساعة: 20:48.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

و يجب أن يقوم المرسل بالتعرف على المعايير والثقافات المحلية السائدة في المجتمع وكذلك التعرف على الخصائص الديموجرافية للجمهور المستهدف حتى يتم إعداد رسالة تتناسب مع خصائص الجمهور المستهدف.²

و ذلك من خلال خطوتين :

1_ دراسة الجمهور :

و تقوم على معرفة الفئات الإجتماعية التي يمسهما المشكل من حيث معرفة إحتياجاتهم، رغباتهم آرائهم، معتقداتهم، إتجاهاتهم، مشاكلهم، مستوياتهم التعليمية، والثقافية، أخلاقهم، عاداتهم ومركباتهم السوسيو ديموجرافية، والبسكيو إجتماعية .

2_ تصنيف الجمهور :

يعتبر تصنيف الجمهور من مفاهيم الحملات الإعلامية الأكثر أهمية ذلك أن القائم بالإتصال في الحملة الإعلامية الناجحة هو الذي يدرك توقعات ومخاوف ومشكلات جمهوره.³ يمكن تحديد نوعين من الجمهور :

الجمهور الأولي، ويقصد به الجمهور الأساسي للحملة الإعلامية .

الجمهور الثانوي، وهو الجمهور الذي يمكن من خلاله الوصول إلى الجمهور الأولي والتأثير عليه بصفة مباشرة أو غير مباشرة .

¹ زكريا بن صغير، محاضرات تصميم الحملات الإعلامية، جامعة محمد خيضر بسكرة، متاح على الموقع:

<https://www.researchgate.net/profile/Zakaria-Benseghier>

بتاريخ: 2023/03/21، على الساعة: 20.48، ص01.

² رفعت عارف الضبيع، مرجع سابق، ص28.

³ زكريا بن صغير، موقع سابق، ص02.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

ثانياً_ مرحلة إتخاذ القرارات و تحضير الإستراتيجية :

وبدورها هذه المرحلة تتضمن مجموعة من الخطوات تتمثل في :

1_ صياغة و تصميم الرسالة الإتصالية، فالرسالة هي المحتوى والمضمون المعد بالمنطق والحجج

لإقناع الجمهور، وعلى معد الحملة العمل على نجاح رسالته من خلال :

_ إختيار اللغة المناسبة .

_ تحديد مضمون الرسالة بدقة .

_ معالجة الرسالة، إختيارات المرسل لطريقة تقديم المضمون .

عناصر تشكيل الإستراتيجية :

_ إستراتيجية الجماهير من هم ؟

_ إستراتيجية الرسالة ما نريد قوله ؟

_ إستراتيجية الوسيلة كيف ؟ و متى ؟ و أين ؟ يمكن الوصول للجمهور ؟

أهم الإستراتيجيات المعتمدة في الحملات :

_ الإعلام و التعلم .

_ الإقناع المباشر .

_ الضغط الإجتماعي .

_ الحوافز الإقتصادية .

_ الإلزام القانوني¹.

فمن خلال المعرفة الجيدة للعناصر المكونة للحملة بداية بطبيعة الجمهور المستهدف وخصائصه وكذا معرفة فحوى الرسالة المراد إيصالها وتبليغها إلى هذا الجمهور وعبر أي وسيلة يمكن الوصول إليه، يتم تحديد الإستراتيجية المناسبة من السابق ذكرهم لضمان نجاح الحملة والتأثير في الجمهور، كما يمكن أن تتداخل أكثر من إستراتيجية مع بعضها البعض لتحقيق الهدف المرغوب .

2_ إختيار وسائل وأساليب الإتصال، التي يمكن إستخدامها بشكل فعال في تحقيق أهداف الحملة من بين الوسائل التالية :

_ الإتصال الشخصي .

_ الجماهيري .

_ الجمعي .

_ الإلكتروني .

ويتم هذا الإختيار حسب الهدف المراد تحقيقه والوسيلة المناسبة لدى الجمهور وكذا الرسالة الإعلامية، ومناسبة إمكانيات القائم بالإتصال .²

3. تحديد المخطط الإداري و التنظيمي :

إن مفهوم إدارة وتنظيم الحملات الإعلامية لا يختلف في بعده النظري عن الإدارة الإعلامية ومفهومها والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، أين تعد هذه المرحلة جانبها التطبيقي في إدارة كل الوحدات

¹ محاضرات الحملات الإعلامية، موقع سابق، ص 05 .

محاضرات الحملات الإعلامية، الموقع نفسه، ص 06²

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

التنظيمية داخل الهيكل التنظيمي للحملة مع توزيع كل المهام والصلاحيات بشكل مستقل، ومن أساليب تنظيم الحملة :

الطريقة الأولى :

وتعني إنشاء إدارة متكاملة لها وضعها وكيانها في الهيكل التنظيمي، بها مختصين ممارسين لمجال الدعاية والإعلام والعلاقات العامة، ولها مسؤول وأنشطة مستمرة تؤدي طبقا لطبيعة الوظيفة والمسؤوليات التي تقع على عاتقها والهدف الذي ترغب في تحقيقه من وراء إنشاء هذه الوظيفة ¹.

الطريقة الثانية :

وهي الإستعانة بمستشار خارجي للحملة وهو شخص يخصص جزء من وقته أو كل وقته لمؤسسة معينة، فقد يكون فردا واحدا أو مؤسسة وقد يكون شخصا معنويا كوكالات العلاقات العامة .

الطريقة الثالثة :

وهي الجمع بين الأسلوبين وتوجد العديد من المؤسسات التي تتبع هذه الطريقة ويرجع ذلك إلى محاولة التقليل من العيوب والحصول على مزايا الطريقتين السابقتين .

4_ تحديد الموارد المتاحة:

ويقصد به تحديد الإمكانيات المادية والبشرية والمالية المتوفرة والتي يمكن توفيرها ويعتبر ذلك من الخطوات المهمة والضرورية من أجل إتخاذ القرارات اللاحقة المتعلقة بالرسالة والوسيلة التي يجب أن
1 فطومة بن مكي، دروس مقياس تصميم الحملات، أولى ماستر تخصص اتصالات وعلاقات عامة، الجزائر، 2020، ص10. متاح على الموقع :

<https://fsic.univ-alger3.dz/wp-content/uploads/>، بتاريخ : 2023/03/03 على الساعة 17:47 .

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

تكون حسب الإمكانيات المتاحة والميزانية هي مجمل التقديرات التي يضعها القائم بالحملة ويتم تحديد الميزانية الإجمالية للحملة ثم الميزانية الفرعية للفعاليات التي سيتم القيام بها في الوسائل الإعلامية¹، وعليه يتم تحديد الموارد المالية والبشرية بالارتكاز على :

_ حجم الحملة، أهدافها ومدتها .

_ المواد الإعلامية المطلوب إنتاجها .

_ فعاليات الحملة ونوع النشاطات .

_ الإمكانيات المدية المتوفرة لدى الجهة التي ستقوم بالحملة².

5_ إعداد الجدولة الزمنية للحملة :

الفترة الزمنية، يجب أن يصادف اختيار الفترة الزمنية التي يكون فيها الأفراد أكثر قابلية لتلقي الرسالة :

التوزيع الزمني، بمعنى توزيع الإعلانات على فترات الحملة (الأيام، الأسابيع، الشهور).³

ويبدأ التخطيط الزمني للعملية بأن يتم وضع الجداول بعد إختيار الوسائل والشكل الذي ستأخذها الحملة الإعلامية حيث يبدأ المخطط بإعداد ما يلي :

¹ _ مقبل نسيمية، محاضرات في مادة حملات الإتصال العمومي، مطبوعة دروس موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس، جامعة الجزائر، 2020، ص 64، متاح على الموقع :

<https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/8340>، بتاريخ : 2023/03/10، على الساعة : 18:02.

² _ محاضرات الحملات الاعلامية ، موقع سابق، ص14 .

³ تباني عيبر، الحملات الإعلامية الاذاعية الخاصة بالتوعية المرورية بالجزائر_ دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف_ (مذكرة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011)، ص119.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

1_ قائمة بالوسائل الإعلامية التي سيتم إختيارها لحملة .

2_ التواريخ المحددة لإستخدام كل وسيلة إعلامية .

3_ المساحات والمواقع الإعلانية .

4_ التكلفة التقديرية للإعلان في الوسائل .¹

ثالثا مرحلة التنفيذ، المتابعة و التقييم :

التنفيذ : التطبيق الفعلي لحملة الإعلامية خلال الفترة الزمنية المحددة ووفقا للبرمجة المحددة سلفا، وعادة ما يسبق ذلك نوع من التمهيد لحملة وذلك لتهيئة الجو العام المرتبط بموضوع الحملة سواء عن طريق وسائل الإعلام أو الإتصال المباشر .

وتعد مرحلة التنفيذ هي مرحلة إختبار الجهود التي بذلت في مرحلة الإعداد، حيث يتم تقديم المضامين والموضوعات من خلال الوسائل الإعلامية التي تم إختيارها و إنتقاؤها .²

المتابعة : إن المتابعة عملية فكرية وإتصالية خلاقية ومبدعة وليست مجرد عملية إدارية بيروقراطية. ولذلك يجب أن يكلف بالقيام بها عناصر مقتدرة تدرك جيدا إستراتيجية الحملة أهدافها، وتساهم في عملية التخطيط للحملة، ولديها خبرة إتصالية وتنظيمية مناسبة .³

تبدأ مرحلة المتابعة والمراقبة منذ اليوم الأول لوضع الحملة وإن المتابعة تعد أهم الأمور، لأنها تساعد في الوقوف على النجاحات والإخفاقات والصعوبات والتعرف على الإحتياجات التي يتطلبها العمل

التطبيقي خلال مراحل التنفيذ .¹

¹ رفعت عارف الضبع، مرجع سابق ، ص 24

² تباي عبير، مرجع سابق ، ص 121 .

³ أديب محمد خضور، حملات التوعية المرورية العربية، مركز الدراسات و البحوث، (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية،السعودية، 2007)، ص 104.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

وبالتالي فالمتابعة عملية إستشرافية تتم من خلال ملاحظة تنفيذ تجميع المعلومات التي توضح مدى فاعلية الأنشطة الخاصة بالتوعية، وتفيد المتابعة في :

_ التأكد من حسن سير الحملة ومدى مطابقتها للمخططات .

_ تحديد المشكلات فور ظهورها، وإجراء التعديلات اللازمة على الرسائل الإتصالية أو قنوات الاتصال .

_ توفير معلومات دقيقة عن الحملة تتيح الفرصة لإتخاذ القرارات الخاصة بزيادة فعالية وكفاءة الحملة.

_ إعادة توزيع الرسائل بالسرعة الممكنة من أجل إحداث التأثير المطلوب .²

التقييم: تتبع أهمية التقييم من حقيقة مؤداها أن النمط الفكري أو الإطار الدلالي القائم بالإتصال قد لا

يتفق كلياً أو جزئياً مع الجمهور المستهدف أو مع بعض شرائحه كما أن الوسيلة أو التوقيت الذي تبث

فيه الرسالة قد لا تلائم هذا الجمهور بل إن الموقف الذي يتم فيه الإتصال قد يضاعف من تأثير

الرسالة أو العكس مما يشكل عنصراً أساسياً مؤثراً على الهدف الذي تسعى الرسالة إلى تحقيقه .³

يعتبر تقييم الحملة خطوة غاية في الأهمية لأنه على أساسها يتخذ مصممو الحملة مجموعة من

الإجراءات مثل :

_ الإستمرار في الحملة إذا كانت الرسالة التي تتضمنها مفهومة ومقبولة لدى الجمهور .

_ تعديل الرسالة إذا كان يشوبها بعض أوجه النقص أو سوء الفهم .

¹ فطومة بن مكي، موقع سابق ، ص 11

² تبناني عبير، مرجع سابق ، ص 122

³ رفعت عارف الضبع، مرجع سابق ، ص 38

_ وقف الحملة إن أثبتت فشلها وعدم فعاليتها .¹

أساليب التقييم و التقويم

1_ القياس القبلي: هي مرحلة يتم فيها إجراء إختبارات أولية لقياس صحة القرارات ومدى فاعلية الوسائل المستخدمة ومدى النجاح في تحديد الأهداف و كذلك قدة الأهداف على تحقيق الأهداف المرجوة منها .

ويتم تطبيق هذه الإختبارات على المجموعات التالية :

1_ جمهور المتخصصين في الشكل الفني .

2_ الجمهور المستهدف من الرسالة الإعلامية .²

2_ التقييم و التقويم المرحلي :

وهو ما يتم لمعرفة مدى التقدم الذي أحرزه تنفيذ الحملة الإعلامية من خلال تنفيذ مختلف البرامج والأنشطة المبرمجة خلال المرحلة الأولى لعملية التنفيذ تطبيقا للجدولة الزمنية التي تم إعدادها وفق التصميم المعتمد، وتقوم بعملية مراجعة وتنقيح ما إذا كان هناك أي جوانب سلبية كي نقف عليها ونقوم بتصحيحها وتقاديها مستقبلا والجوانب الإيجابية لتثمينها في مراحل التنفيذ اللاحقة .

3_ التقييم و التقويم الشامل :

التقييم و التقويم الشامل هو تقييم كل أداءات الحملة الإعلامية من تصميم الحملة إلى الرسائل والوسائل والإدارة وعملية التنفيذ و فريق العمل وإلى مدى تم تحقيق

أهداف الحملة الإعلامية .¹

¹ عيسى بوكرموش، استراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية ، _دراسة وصفية لاستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية أنموذجا_، (ماجيستير في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2012)، ص 76.

² رفعت عارف الضبع، مرجع سابق ، ص 38.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

عملية التقييم تهدف بصفة عامة إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات :

1_ ماهي الطريقة التي اتبعت في التنفيذ؟ وهل كانت مناسبة؟ وهل تم التخطيط للبرنامج بالأسلوب الملائم؟

2_ ما نوع وكمية الأهداف التي إستطاعت الحملة أن تحققها؟

3_ هل كل ما انفق في الحملة انفق في موضعه المحدد؟

4_ ما هي الإجراءات التي اتخذت لقياس النتائج؟ و هل كانت موضوعية وكافية؟²

أهداف التقييم و التقييم الشامل للحملة :

_ التعرف على مدى تحقيق أهداف الحملة .

_ تحديد مواطن القوة ومواطن الضعف في الحملة الإعلامية من حيث التصميم و التنفيذ .

_ الإرتقاء بمستويات فريق العمل من خلال تثمين الجهود في حالة النجاح المحقق .

_ إشعار المجتمع بكافة فئاته بمستوى الخدمات التي تقدمها الحملات الإعلامية .

_ مراجعة التصميم الحالي وتطويره بناء على ما تظهره نتائج التقييم والتقييم .

ضمان إستمرارية الحملات الإعلامية لما لها من فوائد للمجتمع، ومدى قيامها بتعزيز الإيجابيات

ومعالجة السلبيات .¹

¹ مقبل نسيمة، موقع سابق، ص 65.

2 علي حجازي إبراهيم، الحملات الإعلامية و فن مخاطبة الجمهور، (دار المعتز للنشر و التوزيع، ط01، الأردن 2017)، ص 279 .

3. أهداف الحملات الإعلامية :

تتمثل أهم أهداف الحملات الإعلامية في النقاط التالي ذكرها:

_ تزويد الجماهير المستهدفة بالمعلومات والبيانات المتوفرة حول الموضوعات والقضايا ذات الصلة بحياتهم والمطلوب إحداث التعديلات المطلوبة فيها .

_ التأثير على مواقف وإتجاهات الجماهير المستهدفة نحو قضايا محددة أو عامة .

_ إقناع الجماهير المستهدفة بإحداث تعديلات تدريجية في مواقفهم تجاه أهداف سياسية أو إقتصادية أو إجتماعية، وحول قضايا عامة كقضايا البيئة والتسول والبطالة وغيرها وبإستخدام إستراتيجيات وتكتيكات مقبولة من طرفهم .²

_ تعديل الأنماط السلوكية للجماهير المستهدفة بما يحقق وفورات مادية أو بما يقلل من حجم الخسائر في أنماط سلوكية شرائية وإستهلاكية محددة وخاصة أوقات الأزمات أو الكساد الإقتصادي .

_ توضيح الحقائق الإجتماعية وتوعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم في المجتمع كالحملات التي تستهدف توعية المواطنين بقوانين المرور وإحترام الإشارات والتقليل من السرعة ... الخ .

_ تنبه إلى مخاطر الآفات الاجتماعية وتبرز مضارها فهي بمثابة الدعامة القوية والركيزة الهامة للبحث عن أرضية مشتركة لتبادل المفاهيم .³

1 خلفلاوي شمس ضيات، مداخلة حول الحملات الإعلامية و مساهمتها في الوقاية من مشكلة المخدرات، جامعة باجي مختار، 2020، ص 17، متاح على الموقع: <https://dspace.univ-guelma.dz>، بتاريخ 2023/03/23، على الساعة : 21:15 .

² تبناني عبير، مرجع سابق، ص 93.

³ خلفلاوي شمس ضيات، موقع سابق، ص 8.

4. الحملات الإعلامية كاستراتيجية للثقافة الصحية :

عرف الإنسان منذ فجر التاريخ أهمية الترويج للرسالة عبر الوسائط الإتصالية المتاحة للوصول إلى الجماهير وإقناعهم، فكانت الخطابة والمناظرة العلنية أو الكتابية وسائل ترويجية قديمة استخدمت في سياق الترويج السياسي والديني، وبمجيء العصر الصناعي وبدء تطور تقنيات الإتصال الجماهيري واتسعت وظائفه خصوصا في البيئات الديمقراطية والرأسمالية ، وبالتالي أصبحت الحملة الإعلامية ممارسة احترافية يخطط لها وتصمم ومن ثم تنفذ بناءا على معايير دقيقة وأصبحت عملية ذات طابع مؤسسي، مرتبطة إرتباطا وثيقا بالسياق التاريخي الذي تطورت فيه وسائل الإتصال .¹

إن ثنائية الإعلام والصحة تمثل القاعدة التي يتأسس عليها الوضع الصحي فالصحة مطلب إنساني مشروع، والإعلام هو الوعاء الملائم الذي يساهم في في الترويج لهذا المطلب الإنساني والتأكيد عليه على أرض الواقع حيث يدرك القائمون مسؤوليتهم اتجاههم. فعالم اليوم هو عالم الثورة الإعلامية حيث أصبح الإعلام بكل وسائله على إختلافها (المقروءة، المسموعة، المرئية) ملازما لنا في كل لحظة من لحظات حياتنا وفي كل مكان، بل وأصبح المشكل والمهيم على قيمنا وأفكارنا وقناعاتنا وعاداتنا وسلوكياتنا فهو المصدر الأول والأساسي لما يجري من أحداث ووقائع تدور حولنا ويساهم في توعيتنا لسلامة صحتنا .²

¹ _ بوسعيد رندا، الحاج سالم عطية، الحملات الإعلامية و دورها في التوعية الصحية للمرأة أثناء موسم الحج_ دراسة حول قافلة الديوان الوطني للحج و العمرة_ (مجلة المواقف و البحوث و الدراسات في المجتمع و التاريخ، مجلد 14، عدد 01)، 2019، ص 81، متاح على الموقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/80787>

بتاريخ: 2023/03/19، على الساعة: 19.48.

² _ نصري منال، سعيدون ليلي، موقع سابق، ص 495.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

وتعني الثقافة الصحية تقديم المعلومات والبيانات والحقائق الصحية التي ترتبط بالصحة والمرض لكافة المواطنين، والهدف الأساسي منها هو الإرشاد والتوجيه بمعنى الوصول إلى الوضع الذي يصبح فيه كل فرد على إستعداد نفسي وعاطفي للتجاوب مع الإرشادات الصحية، وعند التطرق إلى لهذا المفهوم لابد من التفريق بين العادة الصحية والممارسة الصحية، حيث أن العادة هي ما يؤديه الفرد بلا تفكير أو شعور نتيجة كثرة تكراره، أما الممارسة فهي ما يفعله الفرد عن قصد نابع من تمسكه بقيم معينة، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن الممارسة الصحية السليمة يمكن أن تتحول إلى عادة تؤدي بلا شعور نتيجة كثرة التكرار.¹

و في العلاقة بين الثقافة الصحية والإعلام تم تحديدها من خلال مستويين هما :

_ المستوى التعاوني : يهدف إلى توظيف الإعلام قصد تحقيق تنمية ثقافية صحية بالإضافة إلى التعريف ببرامج الإعلام الصحي الوقائي، حيث يقوم الإعلام بإنتاج برامج صحية ويعمل على نشرها بين الناس بوسائله المختلفة .

المستوى الوظيفي: يعرف بأنه سياسة إعلامية تواصلية تحترم عقيدة المجتمع وثقافته عن طريق معرفة الخبر الصحيح ونشر القيم الصحية بين أفراد المجتمع، فهو الإستراتيجية التي تتبناها المؤسسة الصحية في مجال التنقيف الصحي .

تهدف الثقافة الصحية إلى تغيير مفاهيم وإتجاهات وسلوكيات و عادات الأفراد فيما يتعلق بالصحة والمرض وذلك لتحسين مستوى صحة الفرد والأسرة والمجتمع بشكل عام، وكذا العمل على تنمية وإنجاح المشروعات الصحية في المجتمع وذلك عن طريق تعاون الأفراد مع المسؤولين و تفهمهم

¹ طبي منير، الثقافة الصحية في وسائل الاعلام بين إشكالية التوعية و عادات السلوك،(المجلة الجزائرية للأبحاث و الدراسات، المجلد 04، العدد 01، 2021)، ص 177_178، متاح على الموقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/142583>، بتاريخ: 2023/03/24، الساعة: 13.39 .

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

للأهداف التي من أجلها تم تجهيز و إنشاء تلك المشروعات، كما تعمل على نشر الوعي الصحي بين أفراد المجتمع والذي بدوره سيحثهم على إدراك وتحمل المسؤولية الفردية والاجتماعية الملقاة على عاتقهم، عن طريق بذل الجهد في الإهتمام بصحتهم وصحة غيرهم من المواطنين .¹

تمثل حملات التوعية الصحية دورا مهما في تجسيد الثقافة الصحية ونشر الوعي الصحي بين أفراد المجتمع من خلال الأهداف التي تسعى لتحقيقها والمذكورة سابقا، ما يجعل منها إستراتيجية معتمدة ونموذجا لعملية التثقيف الصحي .

5. التثقيف الصحي عبر وسائل التواصل الاجتماعي :

تشكل شبكة الانترنت بختلف خدماتها ومواقعها أحد أبرز مصادر التثقيف، وتقديم المعلومات حول قضايا الصحة الفردية والجماعية، ووفر ظهور مواقع التواصل الاجتماعي مزيدا من الفرص لنقل العملية الإعلامية والتواصلية إلى آفاق غير مسبوقه، و تعد التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة الأنشطة التواصلية والإعلامية التحسيسية والتربوية الهادفة إلى خلق وعي صحي، باطلاع الناس على واقع الصحة وسبل الحفاظ عليها، وتقديم المعلومات الصائبة حول قضايا الصحة النفسية، العقلية والجسدية .²

¹ _ بن عمروش فريدة ، ساكر صباح ، دور وسائل الاعلام في نشر الثقافة و الوعي الصحي،(مجلة علوم الانسان و المجتمع، المجلد 09، العدد 04،الجزائر، 2020)، ص 277، متاح على الموقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/134050> ، بتاريخ: 2023/03/24، على الساعة

.13.41

² _ مدفوني جمال الدين، التوعية الصحية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، _دراسة ميدانية لاستخدامات المراهقات لموقع يوتوب وانعكاساته على الوعي الصحي_، (مجلة المعيار، مجلد 24، العدد 51، الجزائر، 2020)، ص 443، متاح على الموقع :

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/117443> ، بتاريخ: 2023/03/24 على الساعة: 16:05.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

فمفهوم التثقيف الصحي يدور بشكل أساسي حول تقديم النصح والتواصل الصحي مع أفراد المجتمع بهدف إستثارة الدوافع لديهم، أو إمدادهم بالمعرفة والمهارات اللازمة لتبني السلوكيات الصحية السوية، وبالتالي لرفع مستوى الصحة أو الوقاية من المرض، أو التقليل ما أمكن من مضاعفاته، والمعروف أن العادة هي سلوك مكتسب بالتعليم، والإنسان يكتسب عاداته ولا يرثها والصحة هي محصلة عوامل أهمها العادات الصحية، إضافة إلى العوامل الوراثية والبيئية التي يعيش بها الإنسان، لذلك فالتثقيف الصحي هو عملية توجيه المجتمع لحماية نفسه من الأوبئة والأمراض المعدية ومشاكل البيئة المحيطة به .¹

فقد أسهمت وسائل الإعلام الجديد في زيادة قدرات التواصل وتبادل المعلومات بين المؤسسات الصحية والجمهور، مما يعزز الفعل التوعوي من خلال إنشاء المحتوى ونشر التوعية والتثقيف الصحي عبر دمج عناصر الوسائط المتعددة في الإستراتيجية العامة للتوعية، وتعزيز دافعية سريان المعلومات في إتجاهين أو الإتصال متعدد الإتجاهات بين المؤسسات الصحية والجمهور، وإذ أصبحت السياسات التوعوية الصحية الحديثة تعتمد على دمج المنصات الاليكترونية مع بعضها البعض، مثل اليوتيوب والفيسبوك، مما يسهل للمنظمات الصحية إدارة المواد أو الصور أو الرسائل أو الصوت والفيديوهات الخاصة بها، وكذلك التفاعل مع مستخدمي الإعلام الجديد .²

وعليه باتت وسائل التواصل الإجتماعي والمواقع الإلكترونية في الأونة الأخيرة تلعب دورا كبيرا في تداول المعلومات الصحية والطبية، وساعدت في نقل مهنة الطب من الغرف المغلقة إلى الفضاء

¹ أحمد محمد بدح، أيمن سليمان مزاهرة، زين حسن بدران، الثقافة الصحية، (درة المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة) (د،س،ن)، ص ص 14_15 .

² هويدا محمد السيد عزوز، اعتماد الجمهور على موقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي أثناء جائحة كورونا، (مجلة البيئية و الطاقة، جامعة المنفية، القاهرة2020)، ص 76، متاح على الموقع: https://jbet.journals.ekb.eg/article_134849.html ، بتاريخ: 2023/03/24، على الساعة: 16:59.

الإلكتروني، كما ساهمت أيضا في نشر التوعية الصحية في حال تفعيلها بالشكل المطلوب من قبل الأطباء المختصين .¹

المبحث الثالث ماهية منصة أنستغرام:

1. نشأة منصة أنستغرام :

تم إطلاق منصة انستغرام في أكتوبر 2010 بواسطة كل من مايك كريجر و كيفن سيزروم، وإعتبارا من عام 2012، أصبح انستغرام مملوكا بشكل رسمي لمنصة فايسبوك.²

هو تطبيق مجاني لتبادل الصور، وشبكة إجتماعية مستحوذ من الفيس بوك، يعزز الإتصالات السريعة عبر الصور والتعليق عليها، أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي و المؤسسي .

وهو انستغرام أحد أهم وسائط التواصل التي ظهرت حديثا ولكنه إستحوذ على إهتمام كبير من طرف المستخدمين خلال مدة قصيرة كانت بدايتها سنة 2010 حينما توصل إلى تطبيق يعمل على إنتقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها و إرسالها عبر خدمات الشبكات الإجتماعية، كذلك مشاركة فيديوهات مباشرة، مع إمكانية مشاركتها في وسائط التواصل الإجتماعي الأخرى مثل، فايسبوك، تويتر و غيرها.³

¹ _ طبي منير، موقع سابق، ص 182 .

² _ خثر شين، إيمان ببة، دور الإعلانات في تفعيل نية شراء المرأة الجزائرية لمستحضرات التجميل، (مجلة الرسالة للدراسات و البحوث الإنسانية، المجلد 07، العدد 05، 2022)، ص 181، متاح على الموقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/202856> ، بتاريخ 2023/03/03، الساعة: 16:21.

³ خديجة شرفية، عبد الرحمان بن مبارك زغدود، تطبيق أنستغرام كمستحدث تكنولوجي يدعو للترويج السياحي الثقافي، _دراسة تحليلية لصفحة انستغرام -constantinedz-، (مجلة الميدان للعلوم الإنسانية و الاجتماعية، المجلد 04، العدد 01، 2021)، ص 94، متاح على الموقع :

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/143536> ، بتاريخ 2023/03/25، على الساعة: 13:07.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

كان دعم انستغرام في البداية على الايفون والآي باد والآي بود تاتش، وفي ابريل 2012 تمت إتاحتته على منصة أندرويد فرويو (2.2)، يتم توزيعه عبر متجر آيتونز وجوجل بلاي، وفي يونيو 2013 جرى وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المنقطع للمستخدمين .

شهد موقع انستغرام نموا كبيرا من حيث عدد المستخدمين منذ بدء تحميله على الأجهزة الداعمة لنظام الأندرويد، ليبلغ عدد مستخدميه 30 مليون مستخدم، وخلال عام واحد فقط بلغ العدد الكلي ما يزيد عن 300 مليون مستخدم¹.

2. خصائص و مزايا موقع انستغرام :

تتميز منصة أنستغرام بالعديد من الخصائص والمزايا التي تزيد من فعاليتها وجاذبيتها لدى رواد العالم الافتراضي ومن بين هاته المزايا نذكر ما يلي :

_ المحتوى الرقمي عبر انستغرام قابل للتخصيص ويتضمن عناصر، مثل الفلاتر والنصوص .

والموسيقى وإستطلاعات الرأي والإختبارات والملصقات المتحركة (صور جيفت) .

_ خاصية ال " الستوري " " القصص "، وهي منشورات (صور أو مقاطع فيديو) تعرض في شكل شرائح، وتستمر لمدة 24 ساعة فقط، حيث يمكن للمستخدمين إنشاء مقاطع فيديو طويلة ومشاركتها.

_ توفر المنصة ميزة إضافية تسمى IGTV ، وهي عبارة عن مقاطع فيديو متعددة تصل مدتها إلى

30 ثانية تجذب المستخدمين، ميزة Reels هي أخرى من أجل تقديم محتوهم الرقمي بطريقة

إبداعية.¹

¹هالة ياحي ،خالد بوشارب بولوداني، استخدام وسائط التواصل الاجتماعي و دورها في تعزيز القيم الاجتماعية _أنستغرام أنموذجا_،(مجلة السراج في التربية و قضايا المجتمع، مجلد 06، العدد 02، 2022)، ص 95_96، متاح على الموقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/189643>، في تاريخ: 2023/03/25، على الساعة: 13.09.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

_ إتاحة الجدولة وهي تتيح للمستخدمين أن يختاروا بشكل مسبق التوقيت الذي سوف تظهر خلاله منشوراتهم إلى المتابعين .

_ إمكانية إعداد إستطلاعات للرأي وعرضها على جمهورهم، يكفي أن تختار ملصق للبحث والإستطلاع الخاص بك وتثبيته في أي مكان من القصة .²

_ ميزة التسوق، من خلال عرض العديد من المتاجر الإلكترونية والإطلاع على السلع و المنتجات المعروضة التي تمكن من الإحالة إلى صفحة المتجر للتعرف على كافة تفاصيل المنتج .

3. إحصائيات منصة أنستغرام:

جدول رقم: 01 جدول يبين آخر إحصائيات منصة أنستغرام

عدد المستخدمين النشطين شهريا	أكثر الحسابات متابعة على الانستغرام (2023)	متوسط السعر الأدنى لكل مشاركة للحسابات التي تملك أكثر من مليون متابع (2021)	صافي عائدات الإعلانات في منصة انستغرام (2023)	التصنيف العالمي
1,21 بليون مستخدم نشط (أي ما يقارب 28 بالمئة من مستخدمي الانترنت	_ انستغرام 623 مليون متابع _ كريستيانو رونالدو 566 مليون متابع _ ليونيل ميسي	_ 1200 دولار أمريكي	_ 20,03 مليار دولار أمريكي	يحتل انستغرام المركز الرابع عالميا من حيث أكثر مواقع التواصل الإجتماعي إستخداما

¹ _ ختر شين، إيمان ببة، مرجع سابق، ص 182 .

² _ متاح على الموقع: <https://ab7as.net> /، بتاريخ: 2023/03/25، على ساعة: 13.07 .

4. صفحة مطبخ سيدتي :

تأسست مجلة سيدتي في مارس 1981م، وهي مجلة الأسرة العربية والموجهة بشكل خاص للمرأة في الوطن العربي ودول مجلس التعاون الخليجي وتعتبر المجلة منبر ثقافي شامل يهدف إلى تقديم محتوى يلبي اهتمامات الأسرة العربية في كل المجالات، أسسها هشام ومحمد علي حافظ تصدر عن الشركة السعودية للأبحاث والنشر، إحدى شركات المجموعة السعودية للأبحاث والإعلام SMRG، ومع الألفية أطلقت سيدتي منصتها الالكترونية إذ تعتبر مجلة رائدة في مواكبتها للتغيرات الرقمية حيث تمتلك حسابات في المنصات الرقمية تقدم محتوى يتناسب مع جمهور كل منصة .²

تنشط فروع مجلة سيدتي في العديد من منصات التواصل الاجتماعي من بينها، قناة على اليوتيوب، حساب تويتر، و صفحة انستغرام (مجلة سيدتي)، التي يتابعها أكثر من 4 مليون مستخدم، كما تمتلك صفحة خاصة بالطبخ وتقديم الوصفات من مختلف المطابخ الشرقية والغربية تقوم بالنشر يوميا، يتابع الصفحة حوالي مليون و400 ألف مستخدم، على غرار إهتمام صفحة (مطبخ سيدتي) بإحدى أبرز المجالات التي تهم المرأة وهي الطبخ وكل ما يتعلق به، فإنها أيضا ظهرت كمصدر للتوعية الصحية للمرأة حول مرض سرطان الثدي وأهمية الكشف المبكر وهذا على مدى شهر أكتوبر من خلال العديد من المنشورات التي خصصت لنشر المعلومات الصحية حول المرض و طرق الوقاية منه، كما تتميز

¹ متاح على الموقع:

<https://fr.statista.com>، بتاريخ 2023/03/25 على الساعة: 13:03 .

² _ متاح على الموقع:

<https://www.sayidaty.net/>، بتاريخ: 2023/03/26، على الساعة: 14:59.

صفحة (مطبخ سيدتي) بطابع خاص للمنشورات وجودة التصوير العالية والتناسق ما يبرز هوية الصفحة وحيويتها .

المبحث الرابع: صورة المرأة في الحملات الإلكترونية للتوعية الصحية عبر منصة أنستغرام :

1. الحملات الإلكترونية للتوعية الصحية :

لقد ظهر مصطلح الحملات الإلكترونية بعد الإنتشار الهائل لشبكة الانترنت وتزايد عدد مستخدميها على المستوى العالمي، وعندما أصبح متاحا لكل الأفراد والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية على إختلاف أهدافها القيام بتصميم حملات إتصالية وإستخدام شبكة الأنترنت كوسيلة لنشرها مع الإستفادة بالأساليب والتقنيات كافة التي توفرها تلك الشبكة .¹

يمكن تعريف الحملة الإلكترونية على أنها "عمل فردي يتحول إلى عمل جماعي (تطوعي) منظم يستهدف إحداث التغيير الإجتماعي والثقافي والسياسي داخل المجتمع عن طريق إستخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط لحجم التفاعلات أو المزج بينه وبين فاعليات على أرض الواقع"، وتحظى الحملات الإلكترونية بمواصفات تقنية وفنية لا تتوافر في الإعلام التقليدي من حيث الحالية في البث والتلقي، والتفاعلية، وعوامل الجذب في الصوت والصورة والحركة والعديد من التقنيات الفنية المتطورة والمتجددة، بالإضافة إلى العديد من المميزات تجاوز الرقابة، تكاليف محدودة، فئوية وجماهيرية أكبر.²

هناك مجموعة من الأسباب التي جعلت من إستخدام الحملات الإلكترونية أمرا حتميا أبرزها :

¹ إيناس حسن عبد العزيز، محاضرات الحملات الإعلامية و تخطيط البرامج ، متاح على الموقع: <http://app.svu.edu.eg/ecourses/files/Pro212/>، بتاريخ: 2023/03/27، على الساعة: 15:12.

² عائشة قره، موقع سابق، ص115 .

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

- _ أسباب إقتصادية، تتمثل في سهولة الإتصال بشبكة الأنترنت بأقل تكلفة .
- _ أسباب سياسية، وتتمثل في تواجد معظم كيانات المجتمع المدني إفتراضيا على الأنترنت ومواقع التواصل الإجتماعي على وجه الخصوص .
- _ أسباب إجتماعية، تتمثل في تزايد الطلب الإجتماعي على إستخدام شبكة الأنترنت في التعليم الإلكتروني والبحث عن المعلومات والحصول على السلع .
- _ أسباب جغرافية، تتمثل في سهولة التواصل بين الأشخاص والمؤسسات رغم الحواجز المكانية والجغرافية¹.
- على إعتبار الأهمية البالغة التي أصبحت تجسدها تكنولوجيات الإعلام والإتصال في العديد من وظائف حياة الفرد اليومية، ومن بينها القضايا الصحية حيث أصبحت مواقع التواصل الإجتماعي على وجه الخصوص مصدرا لتقصي المعلومات والأخبار في المجال الصحي فيما يخص كل ما يتعلق بالأمراض المنتشرة وطرق الوقاية وحتى العلاج منها، كما خصصت صفحات لنشر الوعي الصحي وكيفية إتخاذ أسلوب حياة صحي لضمان السلامة البدنية والعقلية والبعد عن كل ما يهدد صحة الفرد، ومن بينها موقع انستغرام الذي يعد بدوره من أكثر مواقع التواصل الإجتماعي إستخداما يحتل المركز الرابع عالميا من حيث عدد المستخدمين مما يجعله وسيلة مهمة لنشر حملات التوعية الصحية وخاصة النسائية حيث أثبتت الإحصائيات أنه بلغ عدد النساء المستخدمين لموقع انستغرام حوالي 47 بالمائة من مختلف الفئات العمرية .

¹ محمد سيد ريان، الحملات الإلكترونية في المجال الثقافي، مؤسسة مؤمنون بلا حدود، متاح على الموقع: <https://www.mominoun.com/articles/> ، 2020 ، بتاريخ: 2023/03/27، على الساعة: 15:23.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

لتبرز أهمية الحملات الإعلامية الإلكترونية للتوعية الصحية والتي تعرف على أنها مجموع الأنشطة التواصلية والإعلامية والتربوية الهادفة إلى خلق وعي صحي لإطلاع الناس على واقع الصحة، وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض المحدقة بالإنسان من أجل تربية فئات المجتمع على القيم الصحية، والوقاية المنبثقة من عقيدة المجتمع ومن ثقافته، كما تعرف بأنها " العملية التي تستهدف تعليم الناس عادات صحية سليمة، وسلوك صحي جديد، ومساعدتهم على نبذ الأفكار والاتجاهات الخاطئة واستبدالها بسلوك صحي سليم باستخدام وسائل الإتصال الجماهيرية .¹

2. توعية المرأة لمرض سرطان الثدي من خلال موقع أنستغرام:

لقد أسهمت شبكات التواصل الإجتماعي في زيادة قدرات التواصل وتبادل المعلومات بين المؤسسات الصحية والجمهور، مما يعزز الفعل التوعوي من خلال إنشاء المحتوى ونشر التوعية والتثقيف الصحي عبر دمج عناصر الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الإجتماعي في الإستراتيجية العامة للتوعية.

ويعد موقع أنستغرام من بين مواقع التواصل الإجتماعي التي إهتمت بالقضايا الصحية ونشر الوعي الصحي، مبرزة التطور الذي شهده قطاع الإعلام والاتصال من خلال الانتقال من حملات التوعية

¹ _ رمضان إبراهيم محمد عطية، تقييم الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في حملات التوعية الإلكترونية المقدمة عبر صفحات وزارة الصحة و منظمة الصحة العالمية على الفايسبوك لتنمية الوعي الصحي للجمهور، (المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الاعلام، مجلد 2022، العدد 24، القسم 01، 2022)، متاح على الموقع: <https://sjocs.journals.ekb.eg/?action=article&kw=> ، بتاريخ: 2023/03/27، على الساعة : 16:37، ص 307.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

الصحية عبر الإعلام التقليدي إلى الإعلام الجديد، بما يتضمنه من مزايا وخصائص على رأسها التفاعلية والسرعة في الإنتشار، لتكون منصة أنستغرام أحد وسائل التوعية الصحية .¹

من بين حملات التوعية الصحية التي شهدتها الموقع نجد إهتمام كبير بمرض سرطان الثدي الذي يعد من أخطر أمراض السرطان التي تهدد المرأة حول العالم، وإنتشاره بشكل كبير هو نتيجة بصفة أولى للجهل وعدم المعرفة بطرق الوقاية منه، وكذا أهمية الفحص المبكر الذي يعد سبيل مهم للتشخيص والحد من أعراضه والتحكم في إنتشاره، فحملات التوعية الصحية عبر موقع أنستغرام والمصممة من طرف سواء أطباء متخصصين يمتلكون صفحات خاصة بالتوعية والتثقيف الصحي، أو حتى مرضى سابقين من أصحاب التجربة مع المرض تعمل على نشر الإرشادات والتوجيهات الصحية حول مرض سرطان الثدي، تتضمن هذه التوجيهات نصائح لإتباع نظام غذائي متوازن والحث على ممارسة الرياضة ونشر قوائم المأكولات التي تساهم في الوقاية من المرض وكذا الممنوعة على المرضى، كما تعمل حملات التوعية الصحية عبر موقع أنستغرام على التأكيد بأهمية الفحص المبكر وإجراء الفحص الطبي الدوري .

إحتلت منصة أنستغرام شعبية كبيرة فيما يخص التوعية بسرطان الثدي، فقد بلغ عدد المنشورات حول المرض حوالي 147 ألف منشور يحتوي على هاشتاغ سرطان الثدي .

¹ خالد بن الفيصل الفرم، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، _دراسة تطبيقية على المدن الطبية و مستشفياتها الحكومية لمدينة الرياض السعودية_، (المجلة العربية لبحوث الاعلام و الاتصال، العددان 14، 15 2016)، ص170 ، متاح على الموقع:
https://jkom.journals.ekb.eg/article_109340.html ، بتاريخ: 2023/03/27، على الساعة: 17:02.

3. نماذج عن حملات التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي في الوطن العربي :

فيما يلي سنقوم بعرض مجموعة من حملات التوعية الصحية للمرأة العربية على وجه الخصوص التي تم إطلاقها حول مختلف دول الوطن العربي وخارجه :

حملة " الفحص المبكر وعي "، قامت بإطلاقها الجمعية السعودية الخيرية لمكافحة السرطان ممثلة بمركز عبد اللطيف للكشف المبكر عن سرطان الثدي خلال شهر أكتوبر من سنة 2020، والتي هدفت إلى نشر الوعي حول أهمية الكشف المبكر عن سرطان الثدي ومسبباته وطرق الوقاية منه وزيادة معدلات الفحص المبكر .¹



حملة " وعيك أمانك "، أطلقت الحملة من طرف مركز البحرين للأورام سنة 2019 بمجمع سيتي سنتر ، وهذا تزامنا مع فعاليات الشهر العالمي للتوعية بسرطان الثدي شهر أكتوبر الوردية، وتهدف الحملة إلى توعية المجتمع بأهمية الكشف المبكر الذي من شأنه أن يساعد من تشخيص سرطان الثدي في مراحله الأولى مما يسمح بالوصول إلى أحسن النتائج العلاجية .²

¹ _ متاح على الموقع : <https://m.eyeofriyadh.com/ar/news/details> ، بتاريخ : 2023/03/25 ، على الساعة : 17:01.

² _ متاح على الموقع : <https://bna.bh/.aspx?cms=> ، بتاريخ : 2023/03/25 ، على الساعة : 16:59 .



حملة مبادرة " أنتي الأهم " وهي مبادرة رائدة أطلقتها مؤسسة مصر للصحة والتنمية المستدامة، تهتم هذه المبادرة بمختلف قضايا المرأة من بينها حقوق المرأة والدفاع عنها و إطلاق حملات حول العنف ضد المرأة، كم تم إطلاق سنة 2021 في إطار احتفالات شهر مارس باليوم العالمي للمرأة ويوم المرأة المصرية وعيد الأم حملة طبية توعوية لصحة المرأة وأسرتها.¹



حملة " كملتي بطولاتك "، أطلقت الحملة وزارة الصحة السعودية سنة 2017 في جميع مناطق المملكة، وتتضمن العديد من الفعاليات والأنشطة التوعوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمراكز التجارية، وتأتي هذه الحملة مشاركة من وزارة الصحة دول العالم في تفعيل الأنشطة التوعوية للشهر العالمي للتوعية بسرطان الثدي للعام 2017، كما عملت على إقامة ندوات تتضمن المناقشة حول ما هو

¹ _ صفحة أنتي الأهم Enty El Aham متاح على الموقع : <https://m.facebook.com>، بتاريخ 2023/03/28، على الساعة : 16.30.

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

السرطان وماهي أعراضه ومسبباته وأهمية الفحص المبكر في الوقاية منه وكذا دور الرضاعة الطبيعية الفعال في الوقاية منه، استهدفت هذه الندوات مختلف فئات النساء في المملكة السعودية¹.



حملة " لا تأجليها "، هي مبادرة تطوعية تم إطلاقها سنة 2017 من طرف مركز صحة المهاجرين، تستهدف الحملة السوريات اللاجئات في تركيا، هدفها نشر الوعي حول ضرورة الكشف المبكر عن سرطان الثدي وإعطاء النصائح للمصابات بهذا المرض، بالاعتماد على عربية متقلبة تؤمن فحص سرطان الثدي للنساء السوريات في تركيا².



¹ _ متاح على الموقع : <https://sp.spa.gov.sa> ، بتاريخ : 2023/03/28 ، على الساعة : 15:26 .
² _ صفحة لا تأجليها _ حملة التوعية ضد مرض سرطان الثدي _ متاح على الموقع : <https://m.facebook.com/story.php> ، بتاريخ : 2023/03/28 ، على الساعة : 16:12 .

الفصل الثاني: حملات التوعية الصحية وصورة المرأة عبر الأنستغرام

حملة " أنت محور إهتمامنا "، نظم قسم الطب الباطني (صحة المرأة) في مستشفى الملك فيصل التخصصي ومركز الأبحاث _ الرياض بالسعودية، وهذا سنة 2019، حملة إلكترونية تحت هاشتاغ أنت_محور_إهتمامنا ، تهدف الحملة إلى المساهمة في على الحساب الخاص بالتحقيق الصحي الإلكتروني KFSHRC_HE زيادة الوعي بصحة المرأة .¹



¹ _ متاح على الموقع : <https://www.kfshrc.edu.sa> ، بتاريخ : 2023/03/28، على الساعة : 16:32 .

الفصل الثالث

التحليل السميولوجي لصور للتوعية الصحية المنشورة على صفحة مطبخ سيدتي

تمهيد

أولاً: تحليل الصور التوعوية المنشورة على صفحة مطبخ سيدتي عبر منصة أنستغرام:

1_ تحليل الصورة الأولى.

2_ تحليل الصورة الثانية.

3_ تحليل الصورة الثالثة.

4_ تحليل الصورة الرابعة.

5_ تحليل الصورة الخامسة.

6_ تحليل الصورة السادسة.

7_ تحليل الصورة السابعة.

8_ تحليل الصورة الثامنة.

ثانياً: النتائج العامة للدراسة:

1_ دلالات ومعاني الرسائل التشكيلية والألوانية والأيقونية لصور التوعية

الصحية المنشورة على صفحة مطبخ سيدتي عبر منصة أنستغرام:

تمهيد:

الجانب التطبيقي هو تكملة للدراسة النظرية في البحث العلمي، الذي من خلاله يتوصل الباحث إلى النتائج الدقيقة ويمكنه من الكشف عن الحقائق، و على هذا الأساس ارتأينا في هذا البحث اختيار عينة مكونة من ثمانية صور خاصة بالحملة التوعوية حول مرض سرطان الثدي المنشورة على صفحة مطبخ سيدتي عبر منصة أنستغرام، معتمدين في عملية التحليل السيميولوجي للكشف عن الدلالات والمعاني التي حملتها صور التوعية على مقاربة الباحث " رولان بارث "، وذلك بإتباع الخطوات العلمية الآتية :

أ_ الوقوف على المستوى التعييني : ويقصد به القراءة الظاهرية والبسيطة لأجزاء الصورة عن طريق وصف ما تراه العين من (خطوط، ألوان، أشكال) .

ب_ الوقوف على المستوى التضميني : وهو المستوى الأكثر تعقيدا وتعمقا من الأول، يتم من خلاله القراءة الضمنية والمعمقة للرسالة والكشف عن ما تحمله من دلالات ومعاني خفية على مستوى الرسالة التشكيلية والأيقونية والألسمية في صور التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي المنشورة على صفحة (مطبخ سيدتي) عبر منصة أنستغرام .

أولاً: تحليل الصور التوعوية المنشورة على صفحة مطبخ سيدتي عبر منصة أنستغرام:

1. تحليل الصورة الأولى :



المستوى التعييني :

وصف الصورة : الصورة من اليوم الثالث لشهر أكتوبر وبداية الحملة التوعوية الإلكترونية بمرض سرطان

الثدي من خلال صفحة مطبخ سيدتي عبر منصة أنستغرام، تظهر الصورة مجزئة إلى قسمين، يتضمن

القسم الأول على الجهة اليمنى رسالة ألسنية مفادها :

معلومة عالسريع

يعتبر الشاي الأخضر من أهم المشروبات الصحية، حيث أنه يحتوي على مركبات مثل الكاتيكين ومشتقات الزانثين وغيرها، من التي تساعد في الحد من تطور الخلايا السرطانية، ومنع الجذور الحرة من إتلاف الخلايا. وفقاً لدراسة صينية، فإن الشاي الأخضر له تأثيرات وقائية من أمراض الجهاز الهضمي والثدي والرئة والبروستات. كما أن شرب 4 أكواب من الشاي الأخضر يومياً، يساعدك في جني فوائده المضادة للسرطان، كتبت بالون الأسود وبحجم عادي بإستثناء عبارة " عالسريع " في العنوان والتي كتبت

بالبنط العريض ومؤطرة بخط أفقي سميك باللون الوردى فيما برز شريط وردي متوسط الحجم إلى جانب العنوان يشير إلى موضوع الصورة، أما القسم الثاني على يسار الصورة فشمّل صورة توضيحية مستطيلة الشكل لفنجان شفاف كبير الحجم يظهر ما بداخله مشروب باللون الأخضر الفاتح، موضوع على صحن شفاف هو كذلك متوسط الحجم، تظهر الصورة على خلفية بيضاء يبرز على جانبها الأيسر العلوي أوراق خضراء اللون تضفي تباين على ألوان الصورة .

كما يظهر أسفل الصورة على الجانب الأيسر عبارة باللغة الأجنبية في أولها علامة # تمثلت في . breastcancerawareness

الرسالة التشكيلية :

الحامل : نشرت هذه الصورة على صفحة (مطبخ سيدتي) عبر موقع أنستغرام، قدرت مساحته على على شاشة الكمبيوتر بـ 44.89 سم²، أي بنسبة 95%.

الإطار: يتحدد إطار هذه الصورة التوعوية باعتبار الحجم الأصلي لصور أنستغرام المربعة الشكل بـ 1080*1080 بيكسل .

التأطير : يمثل التأطير حجم الصورة الناتج إفتراضاً عن المسافة الفاصلة بين موضوع الصورة والعدسة¹، صممت الصورة بشكل يظهر ترابط وتكامل الرسالة الألسنية مع الصورة الضمنية الداعمة لمضمون الرسالة لتبرز الصورة الكلية على وجه متناسق بين كافة المدلولات الأيقونية، والتي كان أبرزها الشريط الوردى الممثل للرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي، على يسار عنوان الصورة وهو ما يوحي بطبيعة الموضوع المتضمن لحملة توعية بسرطان الثدي .

¹ _ عائشة قرة، موقع سابق، ص 118 .

زاوية التقاط الصورة : ركز مصمم الصورة على التصوير الأفقي أو ما يسمى على مستوى النظر، ما يمكن المتلقي من تركيز بصره مباشرة إلى مضمون الصورة .

الخطوط :

الخطوط العمودية و الأفقية : ظهرت الخطوط الأفقية في تأطير عبارة " عالسريرع " في عنوان الصورة لتدل على أهمية الموضوع وجذب إنتباه القارئ ، كما ترمز إلى الثبات والتساوي، فيما برزت الخطوط الأفقية متحدة مع الخطوط العمودية وممثلة لزاويتين قائمتين على جانبي الصورة التي جاءت على شكل مستطيل لتدل جملة هاته الخطوط على الإستقرار والثبات.

الأشكال :

الدوائر: وظهرت في شكل فوهة الفنجان والصحن الموضوع عليه، كما ظهرت في شعار الصفحة، ليوحي طابعها الإنسيابي بالحركة والرشاقة، كما ترمز إلى الليونة والأنوثة وتمنح إحساس بالحب والعاطفة .

المستطيل: و تبين في شكل الصورة إلى جانب الرسالة الألسنية في دلالة على المطابقة والتماثل كما يوحي بالإستقرار والصلابة والمساواة .

الألوان: ظهرت الألوان في الصورة على الشكل التالي :

اللون الوردي: برز اللون الوردي في الخطوط الأفقية والعمودية للصورة وفي لون الشريط إلى جانب العنوان، ظهر بشكل جذاب ومريح للعين، حيث يمتلك اللون الوردي تأثيرات مهدئة كما يرمز إلى الرقة والأنوثة والعطف، ويعد في علم النفس علامة على الأمل كونه من الألوان الإيجابية الملهمة للمشاعر الدافئة و المريحة .

اللون الأبيض: يصر بعض الباحثين على عدم إعتبار اللون الأبيض لونا، يصفونه على أنه قيمة لونية.¹ سنقوم في دراستنا بتحليله كلون محايد، ظهر اللون الأبيض بشكل بارز في خلفية الصورة الكلية المتضمنة لرسالة ألسنية وكذا في الصورة الضمنية المرافقة لها، ليبعث شعور بالهدوء والطمأنينة والسلام، كما يرمز إلى السكينة والصفاء ويبعث على حب التأمل، واستخدامه في الصورة يساهم في الرغبة على مضمونها مدلولاتها الأيقونية .

اللون الأخضر: ظهر في الصورة بدرجتين مختلفتين، درجة فاتحة في لون الشاي و درجة أخرى داكنة في لون أوراق النعناع، وهو لون بارد، هادئ، لون الطبيعية، منعش، رطل، يضيفي السكينة على النفس يوحي بالصبر، سمح، حساس، يدعو للثقة ويرمز للخسوبة والأمل.²

اللون البرتقالي: وظهر في لون الدائرتين الممثلتين لشعار الصفحة، يدل على الحيوية والنشاط ويرمز إلى السعادة والحماس والإثارة .

الرسالة الألسنية: الرسالة اللسانية تعد حاسمة في عملية التأويل الإجمالي لصورة معينة، لأن هذه الصورة متعددة السمات الدلالية، فاللغة تعد أنظمة تعبيرية تساهم في توجيه معاني الصورة و كذا المتلقي نحو غرض مطلوب.³

جاءت الرسالة الألسنية في هذه الصورة على شكل فقرة ذات أسلوب خبري باللغاة العربية الفصحى، كتبت باللون الأسود وبجسم عادي بإستثناء عبارة " معلومة عالسريع" التي مثلت عنوان الصورة فكتبت بحجم

¹ _ بلخيري رضوان، سيميائية الخطاب المرئي، دراسة في الأبعاد القيمية للصورة السينمائية، (مجلة العلوم الإنسانية، جامعة وهران، العدد 10 ، 2016)، ص 8، متاح على الموقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/41544>، بتاريخ: 2023/03/03 على الساعة: 17:32.

² _ موقع نفسه، ص 9 .

³ _ عائشة قرة، موقع سابق، ص191.

متوسط فيما كتبت كلمة "عالسريع" بالبنط العريض لجذب الإنتباه وتحديد طبيعة الرسالة الألسنية التي كان مفادها :

معلومة عالسريع : يعتبر الشاي الأخضر من أهم المشروبات الصحية، حيث أنه يحتوي على مركبات مثل الكاتيكين ومشتقات الزانثين وغيرها، من التي تساعد في الحد من تطور الخلايا السرطانية، ومنع الجذور الحرة من إتلاف الخلايا. وفقا لدراسة صينية، فإن الشاي الأخضر له تأثيرات وقائية من أمراض الجهاز الهضمي والثدي والرئة والبروستات. كما أن شرب 4 أكواب من الشاي الأخضر يوميا، يساعدك في جني فوائده المضادة للسرطان .

وعليه فقد تمثلت الرسالة الألسنية في حقائق علمية حول فوائد الشاي الأخضر على صحة الجسم عامة وفي محاربة سرطان الثدي على وجه الخصوص .

المستوى التضميني :

الرسالة الأيقونية :

1_ المدلولات على المستوى الأول :

أ_ الفكرة العامة الأساسية :

صورة مستطيلة الشكل بخلفية بيضاء لفنجان شفاف يحتوي على الشاي الأخضر البارز من خلال الفنجان الزجاجي وموضوع على صحن صغير بنفس الخصائص كما تبرز بعض أوراق النعناع الأخضر على يسار الصورة من الجهة العلوية .

ب_ الشريط الوردي :

يمثل الشريط الوردي الرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي .

ج_ الأشكال و الخطوط : خطوط أفقية وعمودية، مستطيل، دوائر .

2_ المدلولات على المستوى الثاني :

_ تدل الصورة الممثلة لفنجان من الشاي الأخضر المنعش وأوراق النعناع على الأهمية والفوائد الكبيرة التي يحتويها وخاصة في محاربة مرض السرطان، إذ يوفر الشاي الأخضر بالنعناع حماية كبيرة ضد الإصابة ببعض أنواع السرطان، مثل سرطان الثدي والقولون و البروستات كونه يحتوي على مضادات الأكسدة التي تساهم في مكافحة الشوارد الحرة في الجسم ومنعها من التأثير على الخلايا.

_ يرمز الشريط الوردي إلى الدعم العالمي لمرض سرطان الثدي، وانتشار حملات التوعية خلال شهر أكتوبر الوردي الذي تكثر فيه رؤية الأشرطة الوردية والتي تعد أبرز رموز التوعية بسرطان الثدي من أجل رفع وتيرة الوعي لدى النساء بشكل عام ولدى المصابات بسرطان الثدي وأهاليهم بشكل خاص والحث على ضرورة الفحص المبكر، فيما يرمز إلى القوة والأمل والقدرة على مواجهة المرضو الإنتصار عليه .

_ توحى الخطوط في الصورة على الثبات والصلابة والإستقرار والتساوي، فيما يوحي المستطيل إلى التماثل والتطابق والأمل ويبعث على الهدوء والراحة، كما تدل الدوائر على الحركة والإنسيابية والأنوثة والليونة .

المستوى التضميني : يعرفه " رولان بارث " على أنه وضع يأتي من أجل مضاعفة الوضع الأول في المستوى التعييني الذي له مدلوله، فالتضمين هو القراءة المعمقة للرسالة أي قراءة ما بين أسطر النص وقراءة ما وراء الصورة لمعرفة الدلائل والرموز التي تحملها، و يؤكد بارث على قوة الصورة وقدرتها على الإيحاء، بمعنى ثاني تنطلق من المعنى التعييني (إرتباط الدال والمدلول) ليصبح الدليل التعييني المتحصل عليه دالا ثانيا لمدلول ثاني، لنصل أخيرا لتحليل تضميني¹.

يمكننا الإستدلال تضمينيا من خلال قراءة مختلف رموز الصورة وما حملته من معاني ودلالات بإتباع الخطوات التالية :

¹ _ بلخيري رضوان، موقع سابق، ص 06 .

الرسالة التشكيلية : تتكون الرسالة البصرية من علامات مرئية من بينها العلامات التشكيلية، ونقصد بها كل المعلومات التي تتوفر لدينا عن طريق الرؤية، أي حصر مجموعة الدلائل التي توضح معنى الرسالة البصرية¹.

جاءت الصورة معنونة بعبارة " معلومة عالسريع "، وهو عنوان خبري تذكيري يحيل القارئ إلى أساس الموضوع وأهميته وخاصة من خلال تأطير كلمة "عالسريع" من العنوان بخط أفقي سميك باللون الوردية، يشير إلى القوة والصلابة كما يجذب إنتباه القارئ إلى فحوى الصورة التي حملت طابع توعوي برز من خلال الدلائل الأيقونية رغم قلتها إلا أنها أوصلت المعنى المطلوب مع الرسالة الألسنية المرسخة للحملة التوعوية المتعلقة بسرطان الثدي والتي إحتوت حقائق علمية ومعلومات طبية حول فوائد الشاي الأخضر والنعناع في الوقاية من مرض سرطان الثدي .

الرسالة الألسنية : تضمنت الرسالة الألسنية المكتوبة على شكل فقرة بأسلوب خبري باللغة العربية

الفصحى مجموعة من المعلومات الطبية في قالب تثقيفي صحي مفادها ما يلي :

معلومة عالسريع : يعتبر الشاي الأخضر من أهم المشروبات الصحية، حيث أنه يحتوي على مركبات مثل الكاتيكين ومشتقات الزانثين وغيرها، من التي تساعد في الحد من تطور الخلايا السرطانية، ومنع الجذور الحرة من إتلاف الخلايا. وفقا لدراسة صينية، فإن الشاي الأخضر له تأثيرات وقائية من أمراض الجهاز الهضمي و الثدي والرئة و البروستات. كما أن شرب 4 أكواب من الشاي الأخضر يوميا،يساعدك في جني فوائده المضادة للسرطان .

كما هو ملاحظ من خلال تحليل الرسالة الألسنية إستخدام بعض المصطلحات العلمية كالكاتيكين وهي أكبر نوع من الفلافونويدات في أوراق الشجر النامية والتي تعمل على زيادة معدل الأيض وتقليل الإجهاد

¹ عائشة قره، موقع سابق، ص118.

التأكسدي، وكذا مشتقات الزانثين وهي قاعدة بيرونية توجد في معظم أنسجة وسوائل الجسم البشري والحيوانات الأخرى يشتق منه عدد من المنبهات مثل الكافيين، وفي هذا إشارة على الفوائد المهمة التي يحتويها الشاي الأخضر من أجل التمتع بصحة جيدة والوقاية من الأمراض غير السارية كالسرطانية مثل سرطان الثدي، والتأكيد على ضرورة شرب 4 أكواب من الشاي الأخضر يوميا من أجل الحصول على فوائده المضادة للسرطان وهذا إستنادا لدراسة صينية .

أما بخصوص الرسالة الألسنية التي ظهرت باللغة الإنجليزية breast cancer awareness فهي تمثل شعار الحملة الذي إعتمه مصمم الحملة، وتعني باللغة العربية الوعي بسرطان الثدي، ما يوضح هدف الحملة وغايتها وتم إدراجه بهاشتاج "#" والذي يساهم في إنتشارها على نطاق واسع.

الهاشتاج هو عبارة عن علامة الشباك متبوعة بكلمة، شعار، أو عبارة مؤثرة، أو رقم، تستخدم

الهاشتاجات من أجل تصنيف المحتوى، وتعزيز نشر الوعي وزيادة المشاركات الإجتماعية .

وعليه فقد أدت الرسالة الألسنية بشكل واضح وظيفية التوجيه نحو إتباع نظام غذائي صحي يشمل شرب الشاي الأخضر ووظيفة الترسخ إذ قادتنا إلى القراءة التضمينية للصورة المرفقة .

يقول " بارث " : الترسخ هو نوع من التلاعب المتبادل بين الصورة والنص مهمته توجيه القارئ نحو

مدلولات خاصة بالصورة وذلك لتثبيت سلسلة المعاني الطائفة .¹

الرسالة الأيقونية : ظهرت المدلولات الأيقونية في الصورة بشكل ضئيل فتمثل أبرزها في الشريط الوردي

الذي ظهر على يسار عنوان الصورة، وهو الرمز الدولي للتوعية بمرض سرطان الثدي ليرمز إلى الأمل

والكفاح والسند والدعم العالمي لمرضى سرطان الثدي ما جعل الصورة تحمل معاني العاطفة والتكافل

والحب، فشكلت الصورة من خلال النسق المرئي المتضمن لفنجان زجاجي شفاف من الشاي الأخضر

¹ بلخيري رضوان، موقع سابق، ص 05 .

وأوراق النعناع الطازجة، وكذا إتحاد الخطوط الأفقية والعمودية تكاثف المداليل الأيقونية لإبراز مغزى الصورة وهو التوعية بسرطان الثدي بشكل بسيط وواضح و متزن .

2. تحليل الصورة الثانية :



المستوى التعييني :

وصف الصورة : الصورة من الأسبوع الأول واليوم الرابع لشهر أكتوبر الوردي المتضمن لفعاليات التوعية بمرض سرطان الثدي في جميع أنحاء العالم .

تظهر الصورة خلفية وردية اللون تغطي كامل نطاقها تتخللها خطوط منحنية باللون الوردي الأفتح درجة من الأول تبعث على الراحة البصرية، تتضمن الصورة رسالة ألسنية مكتوبة باللون الأسود وبجسم خط عادي موضحة في شكل 5 جمل متباعدة عموديا، في بداية كل جملة رسم تعبير يوضح الرسالة، من بينها رسم لشكل بشري جزئي مهكل بخطوط عمودية وأفقية ومنحنية، يتأس هاته النقاط أو الجمل عنوان رئيسي مفاده " نصائح ذهبية للوقاية من سرطان الثدي "، حيث كتبت العبارة السفلية من الجملة " سرطان الثدي " بالبنط العريض وأطرت بخط مستقيم أفقي باللون الأبيض ما يوجه بصر المتلقي نحوه لإثبات

أهميته، برز إلى جانب الرسالة الألسنية شريط وردي على طول الرسالة مراقفا لها ممثلا المركز البصري للنسق المرئي ومعبرا عن موضوع الصورة .

كما يظهر أسفل يمين الصورة دائرتين صغيرتي الحجم باللون البرتقالي بدرجتين مختلفتين إحداها داكن والآخر فاتح مرفقة برسالة ألسنية أسفلها تضمنت عبارة " مطبخ سيدتي "، ويقابلها بالغة الإنجليزية عبارة # breastcancerawareness، بمعنى التوعية لسرطان الثدي في إشارة لحملة التوعية بمرض سرطان الثدي .

الرسالة التشكيلية :

الحامل : نشرت هذه الصورة على صفحة (مطبخ سيدتي) عبر موقع أنستغرام، قدرت مساحته على على شاشة الكمبيوتر ب 44.89 سم²، أي بنسبة 95%.

الإطار: يتحدد إطار هذه الصورة التوعوية باعتبار الحجم الأصلي لصور أنستغرام المربعة الشكل ب 1080*1080 بيكسل .

التأطير : ركز مصمم الصورة على إظهار تكامل بين الرسالة الألسنية والأيقونات المرفقة لها التي تبدو على العموم أشكال مرسومة واضحة موزعة بطريقة منظمة على الرسالة الألسنية كما تعتبر عناصر أساسية تم الإعتماد عليها لتوضيح فكرة الموضوع ومضمونه صورة، كما قام مصمم الصورة بإبراز الشريط الوردي الذي ظهر بحجم كبير يسار الصورة وعلى طول الرسالة الألسنية مبرزا تكاملهما وتوافق ثنائية الصورة مع اللغة اللسانية .

زاوية إلتقاط الصورة : تم تصميم الصورة على أساس التصوير الأفقي أو ما يسمى المشاهد المقابل، ما يجعل المشاهد ينصب بصره مباشرة إلى مركز الصورة .

الخطوط :

الخطوط المنحنية : غطت خلفية الصورة مجموعة من الخطوط المنحنية البارزة من أعلى الصورة إلى أسفلها ، و التي توجي إلى الأنوثة والرقّة كونها رفيعة وكذا إلى الحركية و بإعتبار كثرتها يمكن أن تدل على الإضطراب والتشوش، كما برزت في شكل الشريط الوردي لتضفي دلالة على العاطفة .

الخطوط العمودية والأفقية : ظهرت في الرسوم التعبيرية وفي تأطير عبارة " سرطان الثدي " في العنوان ، دالة على الإستقرار والتساوي من خلال الخطوط الأفقية كما هو موضح في الرسم الأول الممثل لشكل بشري جزئي لقدمين تسير على أرض مستوية كما أوجت بالصلابة، بالإضافة إلى إبراز خط أفقي على طول عبارة "سرطان الثدي" في الرسالة الألسنية ممثلا تأطيرا و تحديدا لها ما يوحي إلى أساس الموضوع و يدل على أهميته .

الخطوط المائلة : و ظهرت في منتصف الدائرة في الشكل الأيقوني للتحذير من التدخين، لتدل على الخطر و الحذر و المنع من القيام بعمل ما .

الأشكال :

الدوائر : ظهرت في الأيقونة المرافقة لعبارة " الإقلاع عن التدخين" لتدل على دوام و إستمرارية التحذير من خطر التدخين .

المستطيل : و برز في الرسم التعبيري لوصفة طبية إلى جانب الرسالة الألسنية التي تحت على إجراء الفحص الطبي الدوري في دلالة على الرسمية والجدية .

الألوان :

اللون الوردي: غلب على الصور اللون الوردي بثلاث درجات متباينة حيث ظهر بدرجتين فاتحتين في خلفية الصورة والتموجات التي تخللتها، ليضفي عليها السكينة والراحة البصرية كونه من الألوان الهادئة، كما يبرز في لون الشريط المصمم بحجم كبير بدرجة داكنة تدل على الليونة والرقّة والجمال كونه شمل بريقا على جانبه ما زاده رونقا و جمالا .

اللون الأبيض: ظهر مؤطرا لعبارة " سرطان الثدي " ، بخط أفقي بارز ، ليوحي بأهمية الموضوع كما يدل على الصفاء والكمال والبرودة وهو رمز البراءة والطهارة والعفة والتواضع¹ كما ساهم في إضفاء إضاءة ونورا على الصورة كونه من الألوان المضيئة .

اللون الأسود: تم إعتقاد اللون الأسود في كتابة الرسالة الألسنية والرسوم التعبيرية ليساهم في توضيحها وكذا زيادة أثر اللونين الوردي والأبيض .

الرسالة الألسنية: ركز مصمم الصورة على إظهار الرسالة الألسنية بشكل واضح وبسيط حيث إعتد كتابتها باللون الأسود بحجم عادي، بإستثناء عبارة " سرطان الثدي " المكتوبة بالبنط العريض مؤطرة باللون الأبيض لإبرازها بوضوح والتي تدل على جدية و همية الموضوع، والتي تمثلت فيما يلي

نصائح ذهبية للوقاية من سرطان الثدي

- _ ممارسة رياضة المشي يوميا .
- _ إتباع نظام غذائي متوازن .
- _ المحافظة على وزن مثال .
- _ الإقلاع عن التدخين .

_ بلخيري رضوان، موقع سابق ، ص 08¹.

_ إجراء الفحص الطبي الدوري .

كما كتبت الأفعال على رأس الجمل الممثلة لإرشادات وتعليمات بالبنط العريض كذلك لتوضيح النصيحة والعمل المطلوب من القارئ القيام به، ويوحى ذلك إلى الإهتمام بصحة المرأة وتوجيهها نحو الأسلوب الصحيح للوقاية من المرض والتمتع بصحة جيدة .

الرسالة الأيقونية :

1_ المدلولات على المستوى الأول :

شريط وردي : يمثل الرمز الدولي للتوعية بمرض سرطان الثدي .

الأشكال و الخطوط : تعددت الأشكال في الصورة بين الدوائر التي ظهرت في أيقونة " ممنوع التدخين "

و شكل التفاحة في الرسم التعبيري، والمستطيل الممثل لقائمة الوصفة الطبية، كما تضمنت الصورة شكل شبه منحرف المبين في رسمة الميزان، بالإضافة إلى الخطوط الأفقية التي برزت ممثلة شكل الأرض في الرسم التعبيري الأول، كما ظهرت الخطوط المنحنية في خلفية الصورة باللون الوردي .

2_ المدلولات على المستوى الثاني :

_ يرمز الشريط الوردي إلى الدعم العالمي لمرضى سرطان الثدي كما يدل على المؤازرة و الإهتمام بصحة نساء العالم على وجه الخصوص، يرمز كذلك إلى الأمل والكفاح والإرادة والإنتصار على المرض ما يبعث بالقوة والصمود والتعلق في الحياة وعدم اليأس من الشفاء والعلاج .

_ توحى الدائرة في الصورة إلى الديمومة والحركة والسيرورة فيما يرمز المستطيل إلى الصلابة والتوسع والجدية كما هو موضح في الوصفة الطبية التي تدل على أهمية الفحص المبكر، فيما أوجت الخطوط الأفقية الممثلة للأرض إلى التساوي والإستقرار والثبات، كما دلت الخطوط المنحنية على الأنوثة والرقّة

والعاطفة ما يوحي إلى فكرة الموضوع وإهتمامه بالعنصر النسوي، كما توحى إلى الإحساس بالهدوء والطمأنينة .

المستوى التضميني :

الرسالة التشكيلية : طبعت على الصورة دلائل متعددة ترمز إلى الأنوثة والهدوء والأمل والجدية، كما عمل مصمم الصورة على إبراز الدعم العالمي لمرضى سرطان الثدي والإهتمام بالتوعية الصحية للوقاية منه، وذلك من خلال إظهار الرمز الدولي للوقاية من السرطان " الشريط الوردي "، بحجم كبير على طول الرسالة اللسانية المرفقة له، ما يساهم في جذب نظر المتلقي له، كما تم تصميمه على الجهة اليسرى من الصورة وهي جهة القلب في دلالة على محاولة سلب عاطفة القارئ للرسالة الظاهرة والضمنية للصورة .

الرسالة الألسنية : جاءت الرسالة الألسنية ممثلة لجزء كبير من الصورة على شكل جمل فعلية متتالية عموديا مكتوبة باللون الأسود بحجم عادي، فيما كتبت الأفعال في بداية كل جملة بالبنط العريض، وهذا لتوجيه تركيز المتلقي نحوها ما يدل على أهميتها، فقد تضمنت إرشادات وتوصيات موجهة للنساء بصفة أولى لغرض حمايتهن من الإصابة بسرطان الثدي تحت عنوان " نصائح ذهبية للوقاية من سرطان الثدي"، حيث كتبت عبارة " سرطان الثدي " بالبنط العريض ومؤطرة باللون الأبيض الذي برز مخترقا اللون الأسود للعبارة لتبدو ظاهرة وواضحة بمجرد رؤيتها وللاستدلال على أهمية الموضوع (سرطان الثدي)، كما دل على البساطة والوضوح، تضمنت الرسالة الألسنية النصائح والتوجيهات الآتية:

_ ممارسة رياضة المشي يوميا .

_ إتباع نظام غذائي متوازن .

_ الاحتفظة على وزن مثالي .

_ الإقلاع عن التدخين .

_ إجراء الفحص الطبي الدوري .

وبهذا فقد جاءت الرسالة الألسنية في الصورة لتوجيه النساء نحو سبل الوقاية من مرض سرطان الثدي من خلال القيام بخطوات مهمة لإكساب الجسم مناعة قوية كممارسة رياضة المشي يوميا لما لها من فضائل على جسم الإنسان وإكسابه الطاقة اللازمة للتعامل مع الوظائف اليومية وحمايته من الأمراض التي تصيب المناعية، كما دعت إلى ضرورة إتباع نظام غذائي متوازن والمحافظة على وزن مثالي، فكما هو متعارف عليه فإن النظام الغذائي الغير صحي ويهدد صحة الجسم على العكس من إتخاذ أسلوب حياة صحي والحرص على التغذية السليمة من أجل إكتساب الوزن بطريقة صحية والحصول على وزن مثالي، ما يساهم في الوقاية من الأمراض المختلفة والغير سارية الناجمة عن التصرفات الغير صحية، كالتدخين والذي تمت الإشارة إليه على غرار باقي التوجيهات ، فالإقلاع عن التدخين يعمل على تقوية جهاز المناعة و تمكينه من العمل بطريقة أفضل ما يعمل على الحد من الأمراض المكتسبة، ومن بين أهم النصائح التي تضمنتها الرسالة الألسنية " إجراء الفحص الطبي الدوري "، وهذا للإطمئنان على حالة الأثناء فعند وجود أي أمر يثير الشك يمكن أن يساهم الفحص المبكر في السيطرة على الحالة المرضية دون أن تتفاقم إلى مخاطر وخيمة والمؤدية للوفاة.

أما بخصوص الرسالة الألسنية التي ظهرت باللغة الإنجليزية breast cancer awareness فهي تمثل شعار الحملة الذي إعتده مصمم الحملة، وتعني باللغة العربية الوعي بسرطان الثدي، ما يوضح هدف الحملة و غايتها و تم إدراجه بهاشتاج "#" والذي يساهم في إنتشارها على نطاق واسع .

وبهذا فقد أدت الرسالة الألسنية بشكل كبير وضيقة الترسخ والتوجيه كون الرسومات التعبيرية لوحدها غير كافية لإيصال معنى ودلالة الصورة لتقوم اللغة المكتوبة بإيضاح الدلالات الأيقونية وترسيخ المعاني الضمنية لها لدى القارئ .

الرسالة الأيقونية : حملت الصورة دلالات أيقونية متعددة بالغة الأهمية تحمل في طياتها معاني الأنوثة والعاطفة والتي تكاثفت مع الدلائل الألسنية المرسخة للحملة التوعوية لسرطان الثدي، لترسم بعد تقاؤلي توضحه الصورة من خلال الخطوط والأشكال المعبرة، والتي تمثلت في أشكال الفواكه والخضر وكذا الميزان وأيقونة عدم التدخين بالإضافة إلى أقدام تسير على أرض مستوية و قائمة لوصفة طبية، كل هاته الأشكال المعبرة لخصت أسلوب حياة صحي وسليم تتخلله التغذية الصحية الصحيحة، والحث على الإبتعاد عن السلوكيات الخاطئة التي تؤثر سلبا على جسم الإنسان وتجعله عرضة للأمراض، كما تبعث الصورة من خلال الدلالات الأيقونية إلى الأمل في الوقاية من مرض سرطان الثدي وإمكانية علاجه ما إذا تم التقطن له في المراحل الأولى وإشارة إلى أهمية القيام بالفحص المبكر دوريا في سبيل التحكم في المرض .

3. تحليل الصورة الثالثة :



المستوى التعييني :

وصف الصورة : الصورة من اليوم السادس لشهر أكتوبر المتضمن لفعاليات التوعية بمرض سرطان الثدي في جميع أنحاء العالم .

الملاحظ في هاته الصورة أنها مجزئة إلى قسمي، القسم الذي على الجهة اليمنى يحمل رسالة ألسنية مفادها :

معلومة عالسريع: يحتوي الرمان على كمية جيدة من مضادات الأكسدة، التي تساعد في الحد من مخاطر سرطان الثدي والقولون والكبد والجلد والبروستات. و أنه من الفواكه الغنية بمزيج من الفينولات والفلافونويد والأنثوسيانين والتانينات فإنه يساعد في تعديل الكيمياء الحيوية الخلوية في الجسم .

حيث أطرت كلمة " عالسريع " بخط أفقي سميك باللون الوردي و كتبت بالبنت العريض وإلى جانبها شريط متوسط الحجم وردي اللون، فيما كتبت الرسالة الألسنية باللون الأسود وبجسم عادي على خلفية بيضاء اللون، أما القسم الثاني من الصورة جاء على شكل مستطيل متموضع على يسارها وعلى خلفية بيضاء يتخللها اللون الرمادي بشكل خفيف وممثلا أجزاء عشوائية فقد تضمن صورة لثلاث حبات من فاكهة الرمان إحداهن مفتوحة من مركزها ومقابلة لعدسة التصوير لتظهر بذورها وما بداخلها بشكل واضح، فيما يبرز أسفل يسار الصورة جزء من صحن جانبي صغير الحجم بداخله بذور من فاكهة الرمان .

ظهرت الصورة محددة على أعلى اليمين وأسفل يسارها بخط أفقي وآخر عمودي ممثلين لزاويتين قائمتين الزاوية العلوية كبيرة الحجم والسفلية أقل حجما لتبدو كأنها مفتوحة لتظهر ما بداخلها .

الرسالة التشكيلية :

الحامل : نشرت هذه الصورة على صفحة (مطبخ سيدتي) عبر موقع أنستغرام، قدرت مساحته على
على شاشة الكمبيوتر بـ 44.89 سم²، أي بنسبة 95%.

الإطار : يتحدد إطار هذه الصورة التوعوية باعتبار الحجم الأصلي لصور أنستغرام المربعة الشكل بـ
1080*1080 بيكسل .

التأثير : ركز مصمم الصورة على إبراز التناسق والتكامل بين الرسالة الألسنية والمداليل الأيقونية
التي حملتها الصورة الضمنية المرافقة للرسالة الألسنية من خلال إظهار قسمين من الصورة الكلية،
كما وضع الشريط الوردي الممثل للرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي على يسار العنوان الرئيسي
للصورة وهو ما لاحظناه في باقي الصور ما يوحي إلى الرغبة في سلب عاطفة المتلقي .
زاوية التقاط الصورة : جاءت الصورة في شكل مقابل للقارئ لإثارة إهتمامه وهذا في الصورة الضمنية
وكذا في الرسالة الألسنية المقابلة لها والتي إعتد مصممها على التصوير الأفقي العادي لجذب تركيز
المتلقي على مضمون الصورة وتوضيحها .

الخطوط و الأشكال :

الخطوط الأفقية و العمودية : ظهرت في زاويتي شكل المستطيل العلوية على اليسار والسفلية
على اليمين ممثلة زاويتين قائمتين ليدل طابعهم الثابت على الإستقرار، كما برز خط أفقي مؤطرا
لعنوان الرسالة الألسنية ليدل على أهمية الموضوع .

الأشكال :

المستطيل : ظهر في شكل الصورة المرفقة للرسالة الألسنية ليوحي بالمطابقة والتماثل كما يرمز إلى
الإستقرار والصلابة والمساواة .

الدوائر: وظهرت في شعار الصفحة، توحى بالنعومة والأنوثة كما تمنح إحساس بالعاطفة والحب ومن جانب آخر توحى الحركة في الدوائر بالطاقة والقوة والوحدة والإنسجام .

الألوان :

اللون الوردي: وظهر بدرجتين متقاربتين في الخطوط الممثلة لزاويتي المستطيل وتأطير عبارة "عالسريع" وفي الشريط البارز بحجم متوسط على يسار العبارة، يرمز إلى الأنوثة والرقّة والحلاوة، كما يمثل إلى العناية والرحمة والحب، وهو من الألوان الإيجابية فهو علامة على الأمل ويوحى بالمشاعر الدافئة والمريحة و الأمان.

اللون الأحمر: برز بشكل جذاب في لون حبات الرمان وبذورها ليدل على نضجها، تختلف دلالاته بين دلالات إيجابية كالإيحاء بالحب والقوة والعاطفة، فيما يمكن أن يكون سلبيا حيث يمثل الغضب أو الحذر أو الخطر، ويتميز بقدرته على جذب إنتباه الأشخاص، لذا يتم إستخدامه لتحذير الناس من الأخطار المحيطة بهم .

اللون الأبيض : وظهر في خلفية الصورة الكلية بشكل كبير وكذا في خلفية الصورة الضمنية داخلها يدل على السلام والسكينة والهدوء، كما يبعث على التأمل .

اللون الرمادي : وظهر متخللا خلفية صورة حبات الرمان بشكل خفيف وعشوائي في أجزاء صغيرة منها، يرمز عادة إلى الإكتئاب والحزن، وعدم الوضوح كونه بين اللونين الأبيض والأسود .

الرسالة الألسنية : ظهرت الرسالة الألسنية في الصورة على شكل فقرة كتبت باللغة العربية الفصحى

وباللون الأسود بحجم عادي، فيما كتب عنوان الفقرة بحجمة متوسط بنفس اللون بإستثناء عبارة

"عالسريع" التي كتبت بالنط العريض ومؤطرة بخط أفقي سميك وردي اللون لتبدو واضحة بمجرد رؤيتها

وممثلة لموضوع الصورة، ليتمثل فحوى الرسالة الألسنية في :

معلومة عالسريع: يحتوي الرمان على كمية جيدة من مضادات الأكسدة، التي تساعد في الحد من مخاطر سرطان الثدي والقولون والكبد و الجلد والبروستات. ولأنه من الفواكه الغنية بمزيج من الفينولات والفلافونويد والأنثوسيانين والتانينات فإنه يساعد في تعديل الكيمياء الحيوية الخلوية في الجسم .

وعليه فقد جاءت الرسالة الألسنية بصيغة الإخبار عن حقائق علمية، مؤدية وظيفة التوجيه إلى المعنى الذي جاءت به الصورة وهو نشر المعلومات الصحية لفوائد فاكهة الرمان في الوقاية من الإصابة بمرض سرطان الثدي .

الرسالة الأيقونية :

1_ المدلولات على المستوى الأول :

الفكرة العامة الأساسية : صورة لحبات من فاكهة الرمان على خلفية مستطيلة الشكل وبيضاء اللون يتخللها اللون الرمادي في أشكال عشوائية يحد أعلى المستطيل على الجانب الأيسر وعلى أسفله من الجهة اليمنى زاويتين قائمتين مختلفة الحجم باللون الوردي .

شريط وردي : الرمز الدولي للتوعية بمرض سرطان الثدي .

الأشكال و الخطوط : خطوط عمودية وأفقية، دوائر .

2_ المدلولات على المستوى الثاني :

_ يدل اعتماد فاكهة الرمان في الصورة على الأهمية الكبيرة التي تحتويها على إختلاف حالاتها، فيعد الرمان مصدرا جيدا لفيتامين سي، ك، الحديد، الكالسيوم، البوتاسيوم، حمض الفولويك، فهو يساعد على تقوية صحة القلب والحفاظ على مستويات الكوليستيرول في الجسم، فيما يساعد الرمان على تقوية

المناعة كونه غني بالمركبات المضادة للإلتهاب وفيتامين ج، كما تتمثل الفائدة الأساسية من فوائد الرمان، بقدرته على تقليل نمو وانتشار خلايا سرطان الرئة أو حتى منع ظهوره، كما يعمل الرمان على تقليل خطر الإصابة بفقر الدم كونه يحتوي على الحديد المعزز لإنتاج خلايا الدم الحمراء، تمثل كل هاته الحقائق الفوائد الكبيرة التي تحملها فاكهة الرمان و خاصة في محاربة مرض سرطان الثدي .

_ يرمز الشريط الوردي إلى الدعم العالمي للنساء المصابات بسرطان الثدي حيث يستخدم للإشارة إلى حملات التحسيس بسرطان الثدي، يرمز إلى الأمل والتكافل، فيما يتميز مرتديه بالدعم المعنوي للمرضى بسرطان الثدي كما يمكن استخدامه كأداة لتذكير المرضى بالحرص على تلقيهم العلاج في الوقت المناسب، ومن جهة أخرى يساهم في تشجيع غير المصابين بالمرض على التطوع لزيادة الوعي في المجتمعات بخطورة المرض وأهمية الفحص المبكر لتفادي تفاقم المرض وانتشاره في كامل الجسم .

_ دلت الخطوط الأفقية والعمودية في الصورة على الإستقرار والهدوء والإتزان، فيما رمزت الدوائر إلى الليونة والحيوية والنشاط الذي تميزت به حملات التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي .

المستوى التضميني :

الرسالة التشكيلية : عنونت الصورة بعبارة " معلومة عالسريع "، وهو عنوان خبري تذكيري يشير إلى أساس الموضوع، يحمل طابع الإرشاد والتوجيه ونشر المعلومات المهمة والمفيدة .

وردت الصورة فقيرة من ناحية المدلولات الأيقونية التي كان أبرزها الشريط الوردي الممثل للرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي والذي ظهر إلى جانب عنوان الصورة مشيرا إلى لب الموضوع ومتكاملا مع الرسالة الألسنية التي أفادت نشر حقائق علمية حول فوائد فاكهة الرمان وأهمها المساعدة في الحد من سرطان الثدي، ليتم إرفاقها بصورة توضيحية ممثلة حبات من فاكهة الرمان تبدو ناضجة وتوحي إلى الصحة والقوة لتحمل الصورة معاني الحب والوعي والقوة للإنتصار على مرض سرطان الثدي .

الرسالة الألسنية: جاءت الرسالة الألسنية على شكل فقرة إخبارية متضمنة العديد من المصطلحات العلمية على غرار: مضادات الأكسدة، وهي عبارة عن جزئيات تحافظ على الخلايا من التلف، كما نجد عبارات الفينولات، الفلافونويد، والأنثوسيانين، والتانينات، والكيمياء الحيوية الخلوية، لتوحي بالفوائد المثبتة علميا لفاكهة الرمان، حيث ذكر أنه غنيا بالفينولات والتي بها مضادات للبكتيريا ومضادات للفيروسات ومضادات للسرطان، كما يحتوي على الفلافونويد وهي مجموعة مركبات عضوية قابلة للإنحلال في الماء والتي تتميز بخصائصها المضادة للأكسدة والالتهاب ما يساهم في محاربة أنواع السرطان، بالإضافة إلى إحتوائه على مواد عضوية تحت إسم الأنثوسيانين والمذكورة في الرسالة الألسنية وتتميز بلونها الأسود أو الأزرق الغامق وتعد ضرورية في غذاء الإنسان تتواجد في الفجوات في خلايا الأجزاء الملونة في النباتات، كما تم الإشارة إلى مادة التانينات والتي يمكن تحديدها كعض مركبات فينولية قابلة للذوبان في الماء، ولها طعم مرير وخشن وتعد من مضادات الأكسدة الطبيعية المفيدة للصحة يساعد في تعديل الكيمياء الحيوية الخلوية في الجسم وهي المتعلقة بالعمليات الأيضية داخل الخلية والمتعلقة بجهاز الغدد الصماء، هذا المزيج الثري بالفوائد والمنافع لصحة الجسم تشملها فاكهة الرمان لتكون من أهم الأغذية المساهمة في الوقاية من الأمراض عامة والأمراض السرطانية خاصة كمرض سرطان الثدي، أما بخصوص الرسالة الألسنية التي ظهرت باللغة الإنجليزية breast cancer awareness فهي تمثل شعار الحملة الذي إعتده مصمم الحملة، وتعني باللغة العربية الوعي بسرطان الثدي، ما يوضح هدف الحملة وغايتها و تم إدراجه بهاشتاج "#" والذي يساهم في إنتشارها على نطاق واسع .

الرسالة الأيقونية : حملت الصورة جانب تعبيرى بسيط وواضح ساهم في إيصال المعنى التضميني للصورة بسلاسة من خلال الإعتداد على صورة موضحة لحبات من فاكهة الرمان الناضجة الحمراء اللون، وإبراز إحداهن مفتوحة من منتصفها لتظهر البذور بداخلها بشكل يوحي إلى نضجها و لذتها بالإضافة إلى صحن جانبي يحتوي مجموعة من بذور الرمان، كما تم إرفاق الصورة بشريط وردي إلى

جانب العنوان، لتتناسق كافة المداليل الأيقونية للصورة التي تحمل في طياتها معاني العاطفة والأنوثة والليونة والحب والنشاط الذي يبرزه اللون الأحمر الجذاب، كما تحمل بعد تفاؤلي تبرزه الخطوط العمودية والأفقية والألوان المستخدمة لتبعث الشعور بالأمل لمواجهة مرض سرطان الثدي والتوعية بسبل الوقاية منه .

4. تحليل الصورة الرابعة :



المستوى التعيني :

وصف الصورة : الصورة من اليوم الثامن من شهر أكتوبر المعني بحملات التوعية بسرطان الثدي،

الملاحظ في الصورة أنها مجزئة إلى قسمين، قسم على الجهة اليمنى يضم رسالة أسنية مفادها :

معلومة عالسريع: وفقاً للدراسات العلمية، فإن تناول طبق من الجرجير يزيد عدد الجزيئات المقاومة

للسرطان في الجهاز الدوري للجسم، والمسؤولة عن سرطان الثدي من النوع الثاني .

فيما يضم الجزء على اليسار صورة تظهر على شكل مستطيل يحده من الجهة العلوية على اليسار ومن

الجهة السفلية من اليمين زاوية قائمة ممثلة بخطين سميكين أفقي وآخر عمودي باللون الوردي، لتتبين

الصورة كأنها مفتوحة ليظهر ما بداخلها وهي صورة طبق مستوي أبيض اللون بداخله أوراق من الجرجير

أخضر اللون على خلفية بيضاء يتخللها القليل من السواد، على الجانب الأيمن أسفل الصورة ظهر إسم

الصفحة (مطبخ سيدتي)، يقابله من الجهة الأخرى عبارة بلغة أجنبية تمثلت في breast cancer awarness، و في أولها علامة # (هاشتاج).

الرسالة التشكيلية :

الحامل : نشرت هذه الصورة على صفحة (مطبخ سيدتي) عبر موقع أنستغرام، قدرت مساحته على على شاشة الكمبيوتر ب 44.89 سم²، أي بنسبة 95%.

الإطار: يتحدد إطار هذه الصورة التوعوية باعتبار الحجم الأصلي لصور أنستغرام المربعة الشكل ب 1080*1080 بيكسل .

التأطير : وردت الصورة مقسمة إلى جزئين متكاملين حيث غلب على الجهة اليمنى منها رسالة ألسنية برز على رأسها الشريط الوردي الممثل للرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي، فيما تضمن القسم الثاني من الصورة على الجهة اليسرى صورة ضمنية لطبق من أوراق الجرجير، للتعبير عن أهمية الغذاء الصحي في محاربة سرطان الثدي بشكل بسيط وواضح .

زاوية التقاط الصورة : تم إعتداد تقنيتين من التصوير في هذه الصورة، فقد جاء تصميم الرسالة الألسنية في شكل مقابل للقارئ أي تقنية التصوير الأفقي العادي، فيما تم إستخدام زاوية عالية لتصوير طبق الجرجير لتكون بمثابة عين الشخص للطبق وهو جالس على طاولة الطعام .

الخطوط :

الخطوط العمودية و الأفقية : ظهرت الخطوط الأفقية في تأطير عبارة " عالسريع " من عنوان الصورة،

لتدل على أهميته كما ترمز إلى الثبات والتساوي، وظهرت الخطوط الأفقية والعمودية متحدة في شكل

الزاويتين القائمتين، إذا اجتمعت الخطوط العمودية بالأفقية دلت على النشاط والعمل.¹

الخطوط المنحنية : تبينت في شكل الطبق، تعطي إحساسا بالليونة والطبيعة .

الأشكال :

الدوائر: وظهرت في شكل الطبق وكذا في رسمة شعار الصفحة، تشير إلى الكمال وتتسم بالرشاقة

والحركة الحرة وإستدارتها توجي بالنعومة والأنوثة و الدفاء و الراحة تمنح الإحساس بالعاطفة والحب.

الألوان :

اللون الأبيض: برز في خلفية الصورة ولون الطبق، هو رمز الصفاء والعفة، والنظافة، والطهارة،

والوضوح،² يبعث على السكينة والهدوء والسلام .

اللون الوردي: ظهر اللون الوردي في خطوط الصورة و كذا في الشريط الوردي على يسار العنوان، يعبر

عن الرقة والنعومة والعاطفة، يبعث على الإسترخاء والهدوء كما يدل على الأنوثة واللفظ والرحمة .

اللون الأخضر: تلونت به أوراق الجرجير الموضوعة في الطبق، كما يرمز إلى الأمل والخير والنماء كما

يدل على الإنتعاش والطبيعة والحياة .

اللون الأسود: وظهر بشكل خفيف في خلفية الصورة يدل على الغموض والرسمية كما يرمز إلى الأناقة

والجاذبية ومن جهة أخرى يدل على الحزن والكآبة والموت .

¹ _ بلخيري رضوان، موقع سابق، ص09 .

² _ كلود عبيد، الألوان، مراجعة و تقديم محمد حمود، (المؤسسة الجامعية للنشر و التوزيع، الطبعة 01، لبنان، 2013)،

الرسالة الألسنية: جاءت الرسالة الألسنية على شكل فقرة مكتوبة باللغة العربية الفصحى وباللون الأسود كالتالي :

معلومة عالسريع: وفقا للدراسات العلمية، فإن تناول طبق من الجرجير يزيد عدد الجزيئات المقاومة للسرطان في الجهاز الدوري للجسم، والمسؤولة عن سرطان الثدي من النوع الثاني .

كتبت الرسالة الألسنية بحجم خط عادي بإستثناء عنوان الصورة الذي كتب بحجم متوسط مفاده " معلومة عالسريع " وهو عنوان خبري تذكيري كتبت عبارة " عالسريع " منه بالبنت العريض ومؤطرة بخط أفقي سميك وردي اللون .

الرسالة الأيقونية :

1_ المدلولات على المستوى الأول :

الفكرة العامة الأساسية : صورة مستطيلة الشكل، تظهر مفتوحة من الجانبين العلوي والسفلي من خلال زاويتين قائمتين، لطبق من أوراق الجرجير الأخضر اللون .

الشريط الوردي : الرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي .

الخطوط و الأشكال : خطوط أفقية وعمودية، دوائر .

2_ المدلولات على المستوى الثاني :

_ يدل إعتقاد صورة طبق الجرجير ضمن الحملة التوعوية بمرض سرطان الثدي على أهميته الكبيرة في الوقاية منه، حيث يحتوي الجرجير على نسبة عالية من الفيتامينات والمعادن وخصائص مضادات الأكسدة " اللوتين و" بتا كاروتين " التي تحد من الإصابة بسرطان الثدي وغيرها من العناصر الغذائية الهامة التي تساهم في تعزيز جهاز المناعة كما تعمل على الحد من إنتقاله إلى المرحلة الثانية منه والأكثر خطورة .

_ يدل الشريط الوردي على حملات التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي وهو رمز دولي معتمد في كافة أنحاء العالم يعبر عن الدعم العالمي لجميع مرضى سرطان الثدي حيث يعتبر رمزا قويا للتوعية بسرطان الثدي والكفاح من أجل إيجاد العلاج له، كما يعتبر اللون الوردي فيه تعبيراً عن الأناثة والأمل وحب الحياة والمرح كما يبعث على الهدوء وتخفيف التوتر .

_ تدل الخطوط الأفقية والعمودية في الصورة على الثبات والإستقرار والتساوي وتسامي الروح فيما تعد الدوائر دلالة على الحركة والكمال والنشاط .

المستوى التضميني :

الرسالة التشكيلية : عنونت الصورة بعبارة " معلومة عالسريع "، أطرت كلمة " عالسريع " بخط أفقي سميك يدل على الخشونة والقوة باللون الوردي كما يجذب القارئ إلى مضمون الصورة المقسمة إلى جزئين قسم يحتوي على رسالة ألسنية كتبت باللون الأسود على خلفية بيضاء، وقسم ثاني يضم صورة طبق من الجرجير، ما يوحي إلى طابع الصورة التوعوي بأهمية الغذاء الصحي للوقاية من سرطان الثدي الذي رمز له بشريط وردي على يسار الصورة الممثل للرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي .

الرسالة الألسنية : تضمنت الرسالة الألسنية معلومات طبية حول فوائد الجرجير وفق دراسات علمية مفادها :

معلومة عالسريع: وفقا للدراسات العلمية، فإن تناول طبق من الجرجير يزيد عدد الجزيئات المقاومة للسرطان في الجهاز الدوري للجسم، والمسؤولة عن من سرطان الثدي من النوع الثاني .

إستطاع مصمم الصورة إيصال مجموعة من الحقائق العلمية على شكل فقرة مختصرة ركزت على أهمية تناول الجرجير الذي يعد من الأغذية الصحية التي تساهم في الوقاية من الأمراض السرطانية وخاصة سرطان الثدي، وحتى الحد من إنتقاله إلى المرحلة الثانية في حالة الإصابة به، وهي المرحلة التي يكبر

فيها حجم الورم حيث تستدعي هذه الحالة الإستئصال الكامل للثدي مع العلاج الإشعاعي والكيميائي لتقليص حجم السرطان، لتحمل الرسالة الألسنية نصائح توعوية للوقاية من سرطان الثدي والحد من إنتشاره وتفاقمه .

أما بخصوص الرسالة الألسنية التي ظهرت باللغة الإنجليزية breast cancer awareness فهي تمثل شعار الحملة الذي إعتده مصمم الحملة، وتعني باللغة العربية الوعي بسرطان الثدي، ما يوضح هدف الحملة وغايتها وتم إدراجه بهاشتاج "#" والذي يساهم في إنتشارها على نطاق واسع .

الرسالة الأيقونية :

جاءت الصورة فقيرة من ناحية الرموز الأيقونية، ليمثل أهمها وأبرزها في الشريط الوردي الممثل للرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي، الذي وضع إلى جانب عنوان الصورة ليوحي بأساس الموضوع وهو الحملة التوعوية بسرطان الثدي، عند التمعن في الصورة محل التحليل يتضح لدينا مدى التناسق والتكامل بين أجزاء النسق الأيقوني المتضمن بالإضافة إلى الشريط الوردي صورة لطبق من أوراق الجرجير الدالة على الغذاء الصحي السليم، كما نلاحظ إتحاد الخطوط الأفقية والعمودية مشكلة لزوايا قائمة باللون الوردي، حملت هاته الدوال الأيقونية في طياتها معاني العاطفة والأنوثة والرحمة كما رسمت بعد تفاؤلي يبعث يجسد الأمل والإرادة والكفاح والإصرار للوقوف بوجه مرض سرطان الثدي ومكافحته .

تحليل الصورة الخامسة :



المستوى التعييني :

وصف الصورة :

الصورة من اليوم العاشر لشهر أكتوبر " شهر التوعية بسرطان الثدي "، تظهر الصورة مقسمة إلى شطرين على خلفية بيضاء، الجزء الأول تمثل في رسالة ألسنية، فيما تمثل الجزء الثاني في صورة توضيحية مكمل للجزء الأول .

احتوى الشطر الأيمن من الصورة على رسالة ألسنية مكتوبة باللغة العربية الفصحى فحواها ما يلي :

" في دراسة حديثة، تم إجراؤها في جامعة " هارفرد " الشهيرة في الولايات المتحدة الأمريكية، أكدت أن تناول النساء و الفتيات خصوصا في سن المراهقة لحبوب الشوفان، يعمل على حمايتهن من التعرض للإصابة بمرض سرطان الثدي مع تقدم العمر. و ذلك كونها تحتوي على كميات عالية من المركبات النباتية المفيدة التي تقي من الإصابة بهذا المرض" .

ترأس الرسالة الألسنية عنوان بالبنط العريض " معلومة عالسريع "، تم تأطير كلمة " عالسريع " بخط أفقي عريض باللون الوردي، إلى جانبه شريط بنفس اللون .

في أسفل يمين الصورة ظهرت دائرتين صغيرتين متقاربتين بدرجتي اللون البرتقالي الأولى باللون البرتقالي الداكن على يسار الصورة، تظهر من خلالها رسمة لشوكة طعام بارزة من أسفل الدائرة ومتمركزة في

منتصفها، فيما تظهر الدائرة على الجهة اليمنى باللون البرتقالي الفاتح رسمة لمعلقة طعام بارزة من الجهة اليمنى ومتمركزة في منتصفها، وفي أسفل الدائرتين كتبت عبارة " مطبخ سيدتي " .

يبرز الشطر الأيسر للصورة مجموعة من الألوان المختلفة والأشكال المادية، ظهر في الصورة صحن أبيض اللون يحتوي على خلطة أكثرها من الفواكه والتي كانت مصدرا لتنوع الألوان في الصورة، برزت بشكل التالي، اللون الأحمر والأخضر للفراولة وأوراقها، ظهرت قطع منها مقطعة إلى شرائح رقيقة متوسطة الصحن كما تم وضع حبتين منها خارج الصحن إلى جانبه العلوي، اللون الأصفر لقطع الموز المقطعة بشكل دائري بحجم صغير ممثلة قوس منحنى على جانب الصحن، اللون الأزرق الداكن لحبات توت العليق التي تظهر مغموسة في خليط أبيض اللون يملأ الصحن و مجموعة أخرى منها وضعت في صحن جانبي أصغر حجما، اللون البني لرقائق الشوفان التي تظهر مستحوذة على نصف الصحن .

يظهر أسفل الصورة على الجانب الأيسر عبارة باللغة الأجنبية في أولها علامة # تمثلت في breastcancerawareness .

الرسالة التشكيلية

الحامل : : نشرت هذه الصورة على صفحة (مطبخ سيدتي) عبر موقع أنستغرام، قدرت مساحته على على شاشة الكمبيوتر بـ 44.89 سم²، أي بنسبة 95%.

الإطار: يتحدد إطار هذه الصورة التوعوية باعتبار الحجم الأصلي لصور أنستغرام المربعة الشكل بـ 1080*1080 بيكسل .

_ التأيير: ركز مصمم الصورة على إظهار شطري الصورة بطريقة متكاملة، حيث أدرجت الرسالة اللسانية على يمين الصورة لجذب القارئ العربي لجذب القارئ العربي كونها مكتوبة باللغة العربية وعادة ما يتوجه بصر قراء اللغة العربية إلى اليمين، وهذا لضمان قراءة محتوى الصورة، فيما ألحقت الرسالة اللسانية بصورة لخلطة من الفواكه المتنوعة ورقائق الشوفان و الزبادي لإيضاح فحوى الرسالة الألسنية، كما ترأس الصورة إلى جانب العنوان الرئيسي شريط وردي والذي يمثل الرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي في الجهة اليسرى من العنوان و التي تمثل جهة القلب وذلك لجذب عاطفة المتلقي .

زاوية التقاط الصورة : بما أن الصورة الكلية مقسمة إلى جزئين فسنوضح زاوية التقاط كل جزء :

والتي تبدو كأنها قطعة قماش باللون الأبيض، كما ظهر في لون الصحن والمزيج الذي داخل الصحن، يدل على الوضوح والنقاء والسلام والهدوء كما يبعث على الإرتياح وصفاء الذهن .

اللون الوردي : وظهر في الشريط بجانب العنوان الرئيسي للصورة " معلومة عالسريع "، كما برز في أربعة خطوط سميكة ممثلة زاويتين قائمتين على أعلى يأسر إطار الصورة وأسفل يمينه و كتبت به كلمة " هارفرد" في الرسالة الألسنية، يدل على الرقة والعاطفة والأنوثة والدفء والنعومة، كما يوحي إلى الهدوء والبراءة .

اللون البرتقالي: ظهر في شعار الصفحة، وهو لون حار يعبر عن الترحيب، يوحي بالدفء والإثارة، فعال في الإتصال، يراه البعض سببا للتوتر، ويراه آخرون مهدئا .

اللون الأحمر : ظهر في حبات الفراولة، ويدل على الحب والنشاط والحيوية .

اللون البني : ظهر في رقائق الشوفان ،ويرمز إلى الإستقرار والطمأنينة والطبيعة كونه لون التراب والأرض، يشجع على النظام والتنظيم .

اللون الأصفر : وظهر في قطع الموز بدرجة فاتحة، يدل على الإشراق والبهجة والنشاط، ساهم في إضاءة الصورة كونه من أكثر الألوان إضاءة بإعتباره لون الشمس ومصدر الضوء .

اللون الأزرق الداكن : ظهر في حبات توت العليق، وكمختلف الألوان ذات الدرجات الداكنة عادة ما يدل على الحزن والإكتئاب كما يرمز للسيطرة والثقة .

اللون الأخضر : وظهر في أوراق حبات الفراولة الموضوعه خارج الصحن، وهو لون الطبيعة يرمز إلى الإنتعاش والنضج، والخصوبة ويدعو إلى الأمل .

الرسالة الألسنية :

كتبت الرسالة اللسانية باللون الأسود لتظهر بشكل واضح على الخلفية البيضاء بإستثناء عبارة " هارفرد " التي كتبت باللون الوردي، ترأسها عنوان خبري تذكيري مفاده " معلومة عالسريع" باللون الأسود وبحجم متوسط، فيما كتبت عبارة " عالسريع" بالبنيط العريض .

تمثل الرسالة الألسنية في هذه الصورة جزءا كبيرا منها، يمكننا القول نصفها على إعتبار الصورة مقسمة إلى شطرين، جاء في فحواها ما يلي :

معلومة عالسريع

" في دراسة حديثة، تم إجراؤها في جامعة " هارفرد " الشهيرة في الولايات المتحدة الأمريكية، أكدت أن تناول النساء والفتيات خصوصا في سن المراهقة لحبوب الشوفان، يعمل على حمايتهن من التعرض للإصابة بمرض سرطان الثدي مع تقدم العمر. و ذلك كونها تحتوي على كميات عالية من المركبات النباتية المفيدة التي تقي من الإصابة بهذا المرض " .

وفي نفس الجانب من الصورة ظهر إسم الصفحة (مطبخ سيدتي)، يقابله من الجهة الأخرى عبارة بلغة أجنبية تمثلت في breast canser awarness ،وفي أولها علامة # .

الرسالة الأيقونية :

1_ المدلولات على المستوى الأول :

الفكرة العامة الأساسية : صورة مستطيلة الشكل لصحن متوسط الحجم، يحتوي على مجموعة من الفواكه والحبوب مغموسة في مزيج أبيض اللون، بجانبه صحن أصغر حجما يحتوي على حبات من فاكهة توت العليق و إلى جانبهم حبات فراولة .

الأشكال و الخطوط : خطوط أفقية وعمودية، دوائر، مستطيل .

2_ المدلولات على المستوى الثاني :

_ تدل الصورة على الغذاء الصحي السليم والمتوازن الذي يحتوي على مختلف العناصر الغذائية التي

يحتاجها الجسم، كما ترمز إلى أسلوب حياة صحي ما يضمن سلامة جسم الإنسان من الأمراض

والعلل، تظهر في الصورة وصفة لخلطة صحية من الفواكه المتمثلة في الفراولة والموز وتوت العليق

والتي بدورها لها العديد من المنافع لما تحتويه من فيتامينات وبروتينات وألياف فهي مصدر للتغذية

الصحية، كما تحتوي الوصفة كذلك على رقائق الشوفان وهو نوع من الحبوب تستخدم بذوره في تغذية

الإنسان وحتى الحيوان وخاصة الدواجن والأحصنة حيث يعد مصدرا للطاقة ويساهم في تقليل الإصابة

من العديد من الأمراض كالسكري وخطر الإصابة بالسمنة كما يعمل على تعزيز صحة القلب .

_ يرمز الشريط الوردي الممثل للرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي إلى الأمل والقوة والإرادة

والصمود، كما يعد على دليل على مساندة مرضى سرطان الثدي ومآزرتهم و تشجيعهم على الكفاح
للإنتصار عليه، وبعث الأمل في نفوسهم .

_ يدل المستطيل في إطار الصورة على الجانب الأيسر على الإمتداد والتوسع والثبات ، كما يرمز إلى
الطموح، فيما ترمز الدوائر الظاهرة في شعار الصفحة إلى الأنوثة و الليونة والضعف، وهي من خصال
المرأة عموما .

_ تدل الخطوط الأفقية على الأساس والثبات والتساوي، فيما تدل الخطوط العمودية على تسامي الروح
والحياة والهدوء ما يبعث الأمل والطمأنينة لمرضى سرطان الثدي وتشجيعهم على التمسك بالحياة .

المستوى التضميني :

يمكننا الإستدلال تضمينيا من خلال قراءة مختلف رموز الصورة وما حملته من معاني ودلالات
بإتباع الخطوات التالية :

الرسالة التشكيلية :

كما هو موضح من خلال الصورة فالموضوع هو حملة للتوعية الصحية بمرض سرطان الثدي،
والتي ميزتها الألوان المعتمدة والتي بدورها تتضمن دلالات متعددة توجي إلى مشاعر ومعتقدات
عميقة، و قد حملت الصورة في طياتها معاني الأنوثة والعاطفة والأمل والقوة المنبثقة من تمازج
الألوان الدالة على الأنوثة والرقي كاللون الوردي مع ألوان البهجة والأمل كاللون الأصفر
والأخضر، قسمت الصورة إلى شطرين جزء حمل رسالة لسانية والجزء الآخر إهتم بتوضيحها،
حيث ظهر في شكل مستطيل دالا على الطموح والتمدد يحده زاويتين من أعلى وأسفل مختلفتين
في الحجم تبدو وكأنها مسحوبة من خلالها لتظهر الصورة بشكل كلي .

الرسالة اللسانية :

كتبت الرسالة اللسانية باللون الأسود لتظهر بشكل واضح على الخلفية البيضاء بإستثناء عبارة
"هارفرد " التي كتبت باللون الوردي، جاءت الرسالة الألسنية باللغة العربية مخاطبة نساء الوطن
العربي، وفي فحواها نصائح لهن بإتخاذ أسلوب غذاء صحي مبرزة أهمية حبوب الشوفان على
وجه الخصوص في الوقاية من مرض سرطان الثدي، وبهذا فإن الرسالة الألسنية في الصورة
جاءت لإبراز أهمية التغذية الصحية السليمة من أجل الوقاية من مرض سرطان الثدي، مركزة

على أهمية إتخاذ أسلوب حياة صحي وتناول أغذية صحية ذات منافع كحبوب الشوفان الذي يعد غذاء أساسي لجميع الفئات العمرية بخلاف الجنسين لما يحتوي من فوائد صحية، أهمها ما تم إدراجه من خلال الرسالة الألسنية والتي تتمثل في إحتوائه على كميات عالية من المركبات النباتية المفيدة، والتي تعمل على حماية النساء من الإصابة بمرض سرطان الثدي، كما تم الإشارة إلى فئة المراهقات بإعتبارهن لبنة أساسية في المجتمع، والتأكيد على أهمية إتخاذهن لحبوب الشوفان كغذاء أساسي للوقاية من هذا المرض، مستدلة بدراسات تم إجراؤها على مستوى جامعة هارفرد في الولايات المتحدة الأمريكية، وهذا لإثبات مصداقية المعلومة.

أما بخصوص الرسالة الألسنية التي ظهرت باللغة الإنجليزية breast cancer awareness فهي تمثل شعار الحملة الذي إعتده مصمم الحملة، وتعني باللغة العربية الوعي بسرطان الثدي، ما يوضح هدف الحملة وغايتها وتم إدراجه بهاشتاج " # " والذي يساهم في إنتشارها على نطاق واسع .

حيث أدت الرسالة الألسنية الرسالة الألسنية وظيفة الترسخ إلى المعنى الذي جسده الصورة فالصورة لوحدها غير كافية تماما لإيصال المعنى المراد وتميرير المعاني التوعوية للصورة الكلية

الرسالة الأيقونية :

حملت الصورة دلالات أيقونية بالغة الأهمية جمعت بين فواد الغذاء الصحي ودوره في الوقاية من مرض سرطان الثدي، فظهور الشريط الوردي على يسار الصورة الذي يمثل الرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي يحاكي الدلالة التضمينية لصورة الخلطة الصحية بإعتبارها تمثل الغذاء السليم والصحي الواجب على كافة الأفراد إتخاذه للوقاية من الأمراض، كون الخلطة تحتوي على العديد من الأغذية ذات القيمة الغذائية العالية، كالشوفان الذي يعد غني بالمغذيات والعديد من الفيتامينات والمعادن، كما يعمل الزبادي الملاحظ في الخلطة على تحسين صحة الجهاز الهضمي وتعزيز المناعة، بالإضافة إلى فائدة الفواكه التي تم إدراجها بالخلطة، وهي الموز والفراولة وتوت العليق، حيث يعد الموز مصدر غني بالألياف، البوتاسيوم، فيتامين B6، فيتامين C، والعديد من مضادات الأكسدة وهي عناصر تساهم في تعزيز مختلف وظائف الجسم، كما تعد الفراولة مصدرا ممتازا للفيتامينات ومضادات الأكسدة من بينها أقوى مركبات "الفلافونويد" وهو (الأنثوسيانين) ويرجع إلى اللون الأحمر النابض بالحياة الذي يميز هذه الفاكهة، بالإضافة إلى الفوائد الكثيرة التي تتميز بها فاكهة توت العليق إذ تعد أحد أغنى الفواكه بمضادات الأكسدة ومنها فيتامين C و فيتامين E، التي تعمل بدورها على تعزيز الذاكرة والتفكير وتعزيز صحة الدماغ والأعصاب، كل هاته الأنواع من الأغذية الصحية تمثل طريقا سليما للحصول على جسم صحي وخالي من الأمراض

كما تساهم في الوقاية من الأمراض الخطيرة أبرزها مرض السرطان، وهذا ما عملة الرسالة التضمينية للمدائل الأيقونية في الصورة على تبليغها للمتلقي.

تحليل الصورة السادسة :



المستوى التعييني :

وصف الصورة : الصورة من يوم 11 أكتوبر من الحملة الإلكترونية للتوعية بسرطان الثدي المصممة عبر صفحة (مطبخ سيدتي) على منصة أنستغرام، ظهرت الصورة بخلفية باللون الوردي يغطي كافة مجالها، فيما إحتوت الصورة على مجموعة من الرموز البصرية أبرزها جزء من سماعة طبية على يسار الصورة فيما يظهر شريط وردي صمم ليبدو كأنه مستلقي على السماعة الطبية .

غلب على الصورة رسالة ألسنية مكتوبة باللون الأبيض بإستثناء العنوان الذي كتب باللون الأسود بحجم متوسط ماعدا عبارة " لمرضى سرطان الثدي "، التي كتبت بالبنت العريض ومؤطرة بخط أفقي سميك أبيض اللون، أرفقت الرسالة الألسنية المكتوبة على شكل عناصر متتالية أفقياً مجموعة من الأشكال التوضيحية المتضمنة ألوان وأشكال مختلفة .

الرسالة التشكيلية :

الحامل : نشرت هذه الصورة على صفحة (مطبخ سيدتي) عبر موقع أنستغرام، قدرت مساحته على على شاشة الكمبيوتر بـ 44.89 سم²، أي بنسبة 95%.

الإطار: يتحدد إطار هذه الصورة التوعوية باعتبار الحجم الأصلي لصور أنستغرام المربعة الشكل بـ 1080*1080 بيكسل .

التأطير : ركز مصمم الصورة كما هو الحال في باقي الصور على تناسق الرسالة الألسنية مع المداليل الأيقونية التي أبرزها ليظهر طابع الصورة التوعوي بشكل واضح ومتكامل بين مختلف مكوناتها .

زاوية إلتقاط الصورة : صممت الصورة بإعتبار التصوير الأفقي أو ما يسمى المشهد المقابل، فيما ظهرت الصورة الضمنية التي تمثلت في سماعه طبية وشريط وردي مصورة بوضع جانبي .

الخطوط :

الخطوط الأفقية : ظهرت الخطوط الأفقية في الصورة في تأطير عبارة " لمرضى سرطان الثدي"، وفي قاعدة الشكل التوضيحي لصحن المكسرات، تدل على الثبات والإستقرار و التساوي .

الخطوط المائلة : إتضحت مقسمة للدائرة الممثلة للأطعمة غير المطبوخة في الرمز الأيقوني، تدل على الحركة و النشاط كما ترمز إلى السقوط والإنزلاق وعدم الإستقرار والخطر .

الأشكال:

الدوائر : برزت لأحجام مختلفة في شكل السماعه الطبية والرمز الأيقوني الممثل للأطعمة غير المطبوخة وشكل حبة الليمون وكذا في شعار الصفحة، ترمز للحبوية والكمال واللانهاية كما توجي بالحركة والنشاط .

الألوان :

اللون الوردي : يتجلى اللون الوردي في خلفية الصورة بدرجة داكنة وبدرجة وبدرجة أفتح في لون الشريط الموضوع على السماعة الطبية .

قال عدد الباحثين أنه ثبت علميا أن جزءا من المخ يتفاعل مع اللون الوردي بحيث ينتج عن هذا التفاعل الحؤول دون أن يفرز الجسم هرمون الأدرينالين، مما يساعد على تهدئة عمل عضلات القلب وتهدئة الأعصاب، كما يرمز اللون الوردي إلى العاطفة والحب غير الأناني والأنوثة والرقّة .¹

اللون الأبيض : ظهر في تأطير عبارة " من سرطان الثدي "، من عنوان الصورة وكذا في لون صحن المكسرات وقبعة الطباخ في الشكلين التوضيحيين وكذا في لون الدائرتين الممثلة لشعار الصفحة، يرمز إلى السلام والصفاء والنقاء، كما يبعث على السكينة والهدوء .

اللون الأسود : ظهر هذا اللون في كتابة عنوان الصورة وفي لون السماعة الطبية، يعبر عن القوة والجادبية، يزيد من أثر اللون المرافق له .²

اللون الأخضر : ظهر في الشكل التوضيحي لقاورة المشروبات الكحولية، يدل على السعادة والنماء والوفرة والخصوبة كما أنه مريح للعين .

اللون البرتقالي : ظهر في الشكل التوضيحي للفلل الحار وشعلة النار وكذا في شكل قاورة المشروبات، هو لون أكثر إشعاعا من الألوان الأخرى مفعم بالطاقة يوحي بالدفء والإثارة .³

اللون البني : بدا في لون المكسرات، وهو لون الأرض يرمز للاستقرار ويعطي شعور بالراحة والإطمئنان.

¹ كلود عبيد، الألوان، مرجع سابق، ص128 .

² بلخيري رضوان، سيميائية الخطاب المرئي دراسة في الأبعاد القيمية للصورة السينمائية ، موقع سابق، ص 9 .

³ بلخيري رضوان، سيميولوجيا الصورة بين النظرية و التطبيق، موقع سابق، ص 101.

اللون الأحمر : حدد به لون الدائرة في الرمز الأيقوني الممثل للأطعمة غير المطبوخة في الخط المائل بداخلها، يدل على الخطر والحذر، كما يرمز إلى القوة والعاطفة والثقة .

اللون الأصفر : برز في لون حبة الليمون، يمثل التوهج والإشراق، وهو من أكثر الألوان إضاءة، كما يرمز للنشاط والبهجة .

الرسالة الألسنية : جاءت الرسالة الألسنية على شكل جمل خبرية مرتبة أفقياً، يترأسها عنوان مفاده " الأكل الممنوع على مرضى سرطان الثدي " فيما كتبت عبارة " مرضى سرطان الثدي " بالبنط العريض ومؤطرة بخط أفقي سميك باللون الأبيض ليدل على القوة والصلابة كما يساهم في جذب إنتباه المتلقي نحو مضمون الرسالة الألسنية التي كانت كالتالي :

الأكل الممنوع لمرضى سرطان الثدي

_ المشروبات الكحولية، حيث يمكن أن تتفاعل مع أدوية علاج السرطان، كما تشير بعض الدراسات إلى الكحوليات يمكن أن تساهم في عودة سرطان الثدي مرة أخرى .

_ الأطعمة غير المطبوخة مثل السوشي والمحار. اللحوم والدواجن غير المطهوه جيداً .

_ الأطعمة الحمضية، حيث يمكن أن تزيد من تقرحات الفم أثناء العلاج الكيماوي .

_ الأطعمة الحارة .

_ المكسرات النيئة .

الرسالة الأيقونية :

1_ المدلولات على المستوى الأول :

الفكرة الأساسية : صورة بخلفية وردية اللون تضم أشكال توضيحية لمواد غذائية مختلفة تمثلت في: حبة

ليمون، لفل عليه شعلة نار، صحن مكسرات، ورمز أيقوني تحذيري في شكل قبعة طباخ، وقارورتين

وكأس من المشروبات الكحولية .

الأشكال الصناعية : تظهر في السماعة الطبية على يسار الصورة .

شريط وردي : يمثل الشريط الوردي الرمز الدولي للوقاية من سرطان الثدي .

الخطوط و الأشكال : خطوط أفقية ومائلة، دوائر .

2_ المدلولات على المستوى الثاني :

_ تدل الصورة على رسالة متعددة التوجيهات و ذات مغزى واحد وهو توعية مرضى سرطان الثدي بالأطعمة الصحية الممنوع تناولها أثناء فترة علاجهم والتي يمكن أن تؤثر سلبا عليهم وعلى رحلة العلاج من المرض، فذكر خطر شرب المشروبات الكحولية والتي يمكن أن تتفاعل مع أدوية علاج السرطان بالإضافة إلى كونها تمثل خطر عودة السرطان مرة أخرى، فيما دل الشكل التوضيحي الثاني الممثل لأيقونة تحذير من الأطعمة غير المطبوخة (النية) أو غير المطبوخة جيدا كالسوشي والمحار بإعتبارها من أنواع الأكل الممنوعة لمرضى السرطان .

كما تمت الإشارة إلى الأطعمة الحمضية من خلال حبة الليمون حيث يمكن أن تعمل على تقاوم تقرحات الفم أثناء العلاج الكيماوي، فيما دل الشكل الموضح لفل حار على الأطعمة الحارة التي يعد تناولها غير مفيد للمعدة كما يزيد خطر الإصابة بمرض السرطان، بالإضافة إلى الحذير من تناول المكسرات النيئة بإعتبار إحتوائها على مادة زيتية تدعى " urushiel"، والتي تتسبب في الإصابة بالتهاب الجلد التماسي التحسسي .

_ ترمز السماعة الطبية إلى الفحص الطبي كونها جهاز طبي يستخدم من قبل الأطباء والممرضين لإجراء الفحوصات الطبية للكشف عن وظائف القلب والرئة، ويدل إستخدامها في الصورة وعليها شريط وردي وهو الرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي إلى ضرورة الفحص المبكر عن مرض سرطان الثدي للإطمئنان على صحة الجسم وكذا تقادي العواقب الوخيمة للمرض .

_ ظهر الشريط الوردي بوضعية الإستلقاء على السماعة الطبية، ليدل على موضوع الصورة وأساسها

وهو التوعية بسرطان الثدي أضاف ظهوره إلى جانب السماعه الطبية تأكيدا على أهمية الفحص المبكر، كما يرمز الشريط الوردي إلى الدعم المعنوي العالمي لمرضى سرطان الثدي، ويشير إلى حملات التوعية الصحية التي يشهدها شهر أكتوبر الوردي لرفع الوعي لدى النساء حول سرطان الثدي والتذكير بأهمية الفحص المبكر .

_ توجي الخطوط الأفقية في الصورة إلى الثبات والتساوي فيما ترمز الخطوط المائلة إلى الحركة والنشاط، هذا المزيج خلق نوعا من الإبداع و الحركية في الصورة ما يجعل المتلقي ينجذب لمكوناتها البصرية، فيما ترمز الدوائر إلى الحركة وتبعث على الأمل .

المستوى التضميني:

الرسالة التشكيلية : يبدو جليا من خلال المداليل الأيقونية التي تحملها الصورة، الطابع التوعوي

والإرشادي والتوجيهي لها، فقد تضمنت صورة لجزء من سماعة طبية عليها شريط باللون الوردي بدرجة فاتحة مريحة للعين تبعث على التأمل، يمثل الرمز الرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي، لتوجي بمضمون الصورة كما ترمز السماعه الطبية إلى الفحص الطبي الدوري، غلب على الصورة من الجهة اليمنى وحتى منتصفها رسالة الأسنية على شكل جمل خبرية مرتبة أفقيا يترأسها عنوان مفاده " الأكل الممنوع على مرضى سرطان الثدي "، أرفقت الجمل المشكلة للرسالة الأسنية بأشكال توضيحية تعبر عنها وتعزز معناها .

الرسالة الأسنية : مثلت الرسالة الأسنية مجموعة توجيهات وإرشادات خاصة بمرضى سرطان الثدي بالتحديد، فيما يخص نوعية الأكل الممنوع عليهم أثناء رحلة العلاج من المرض، والتي يمكن أن يؤدي تناولها إلى تفاقم الأعراض أو عرقلة العلاج كما هو الحال مع المشروبات الكحولية التي يمكن أن تتفاعل بطريقة سلبية مع أدوية علاج السرطان ما قد ينجم عنه عودته مرة أخرى، بالإضافة إلى التحذير من تناول الأطعمة الحارة والحمضية والمكسرات النية وكذا الأطعمة غير المطبوخة أو غير المطهوه جيدا،

كما تمت الإشارة إلى التحذير من تناول الطعام المتبقي لأكثر من ثلاث أيام لما له من تأثيرات سلبية على مناعة الجسم .

أما بخصوص الرسالة الألسنية التي ظهرت باللغة الإنجليزية breast cancer awareness فهي تمثل شعار الحملة الذي إعتده مصمم الحملة، و تعني باللغة العربية الوعي بسرطان الثدي، ما يوضح هدف الحملة وغايتها وتم إدراجه بهاشتاج "#" والذي يساهم في إنتشارها على نطاق واسع .

الرسالة الأيقونية : تحمل الصورة مداليل أيقونية متنوعة ممثلة لرسالة توعوية وتثقيفية إرشادية، حيث يحيلنا النسق المرئي في الصورة إلى مداليل سيميولوجية مستترة يمكن كشفها وتحليلها عبر الرموز الأيقونية المتحدة مع الرسالة الألسنية، كما هو الحال في الصورة الضمنية لسماعة طبية من فوقها شريط وردي اللون وهو ما يرمز على أهمية الفحص المبكر للوقاية من مرض سرطان الثدي وإمكانية التحكم في أعراضه في حالة الإصابة به، فيما تمثل باقي أجزاء النسق الأيقوني الأطعمة الممنوعة على مرضى سرطان الثدي لتحمل الصورة دلالات أيقونية عميقة المعنى مرسخة للحملة التوعوية بمرض سرطان الثدي.

تحليل الصورة السابعة :



المستوى التعييني :

وصف الصورة : الصورة من يوم 12 أكتوبر وهو الشهر المخصص للتذكير والتوعية بمرض سرطان

الثدي، تبرز الصورة بخلفية زرقاء اللون تغطي كافة مجالها، تتضمن رسالة ألسنية مفادها :

أطعمة للوقاية من سرطان الثدي

الحبوب الكاملة

التوت البري

الكركم

الطماطم

البروكلي

الثوم و البصل

الأسماك

الملفوف

كتب عنوان الصورة " أطعمة للوقاية من سرطان الثدي " بحجم متوسط فيما كتبت عبارة " من سرطان الثدي " بالبنط العريض وتم تأطيرها بخط أفقي سميك باللون الأبيض .

كما تضمنت الصورة شريط وردي كبير الحجم تتخلله خطوط أفقية ظهر مرافقا للرسالة الألسنية وعلى نفس طولها، فيما أرفقت الكلمات التي تم ترتيبها أفقيا برسوم توضيحية التي ظهرت بشكل مكثف في الصورة .

ظهر أسفل يمين الصورة دائرتين صغيرتي الحجم باللون البرتقالي يبرز في منتصفهما شكل ملعقة وشوكة طعام ، كتب تحت الدائرتين عبارة " مطبخ سيدتي" ، وعلى يسار الصورة كتبت رسالة ألسنية باللغة الإنجليزية مفادها : breastcancerawarness تترأسها علامة الشباك (#).

الرسالة التشكيلية :

الحامل : نشرت هذه الصورة على صفحة (مطبخ سيدتي) عبر موقع أنستغرام، قدرت مساحته على على شاشة الكمبيوتر بـ 44.89 سم²، أي بنسبة 95%.

الإطار: يتحدد إطار هذه الصورة التوعوية باعتبار الحجم الأصلي لصور أنستغرام المربعة الشكل بـ 1080*1080 بيكسل .

التأطير: وضع الشريط الوردي الممثل للرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي متخذاً حيزاً كبيراً من النسق البصري على يسار الصورة وبشكل متناسق مع الرسالة الألسنية التي صممت على يمين الصورة مرفقة بمجموعة من الرسوم التوضيحية المختلفة كما توزعت بشكل منطقي ممثلة عناصر أساسية ركز عليها مصمم الصورة لتوضيح أفكاره لدى المتلقي .

زاوية التقاط الصورة : تم تصميم الصورة بإعتبار الزاوية الأفقية في شكل مقابل للقارئ حيث تعتمد هذه التقنية لتوجيه تركيز المتلقي نحو الأشياء المهمة في الصورة .

الخطوط و الأشكال :

الخطوط العمودية و الأفقية : تبينت الخطوط وهي تتخلل الشريط الوردي لتمثله على شكل قماش كما برزت في تأطير عنوان الصورة لتوحي بأهميته، كما تدل على الإستقرار والثبات تسامي الروح والحياة والنشاط .

الخطوط المنحنية : وظهرت في شكل الشريط الوردي لتدل على الليونة والطبيعة والحركة .

الأشكال :

الدوائر: تبينت في شعار الصفحة وشكل الطماطم والملفوف، تدل على الحركة والكمال والنشاط .

الألوان : تنوعت الألوان داخل الصورة و كانت كالتالي :

اللون الأزرق : حيث يمثل خلفية الصورة وهو لون بارد، يوحي بالراحة والإسترخاء، يبعث على الإحساس بالرطوبة يعبر عن الهواء، البحر، يوحي بالسلام والجدية والمحافظة، كما يمكن أن يرمز في هذه الصورة إلى الصحة .

اللون الوردي : ظهر في لون الشريط الممثل للرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي، يشير إلى الأنوثة والرقرة، كما يمثل العناية والرحمة والحب .

اللون الأبيض : حيث أظرت به عبارة " من سرطان الثدي " من عنوان الصورة وظهر في لون رسمة

حبات الثوم، يوحي بالصفاء والكمال والبرودة وهو رمز السلام والهدوء .¹

¹ بلخيري رضوان، موقع سابق، ص 08 .

اللون الأحمر : يلاحظ اللون الأحمر في رسمة حبات التوت البري والطماطم، يوحي بالنشاط

والحيوية، يمثل القوة والعاطفة والثقة والحب .

اللون البرتقالي : تمثل في رسمة الكركم وفي لون الدائرتين الممثلتين لشعار الصفحة، وهو لون قوي

ونشط، يثير مشاعر الإثارة الحماس والدفء .

اللون الأخضر : ظهر في رسمة البروكلي يدل على الخصوبة و النمو كما يرمز غالبا إلى الخير

والأمل .

اللون الرمادي : وظهر في رسمة الأسماك، هو لون خال تماما من التعبير، وهو لون غامض، سلبي،

عديم الشخصية، منافق، طفيلي، مدهن، متلون .¹

اللون البنفسجي : يلاحظ اللون البنفسجي في رسمة الملفوف، هو رمز للوضوح والحب والحكمة كما

يرمز إلى الآلام والكآبة والحزن .

الرسالة الألسنية : كتبت الرسالة الألسنية باللغة العربية الفصحى وباللون الأسود بحجم خط متوسط

باستثناء العنوان الذي كتب بحجم كبير والذي مفاده " أطعمة للوقاية من سرطان الثدي"، فيما كتبت

عبارة " للوقاية من سرطان الثدي " ضمن العنوان بالبنط العريض، تضمنت الرسالة الألسنية كلمات

منفردة مرتبة أفقيا تحت العنوان الرئيسي كالتالي :

أطعمة للوقاية من سرطان الثدي

الحبوب الكاملة

التوت البري

¹ بلخيري رضوان، موقع سابق، ص106.

الكركم

الطماطم

البروكلي

الثوم و البصل

الأسماك

الملفوف الرسالة الأيقونية :

1_ المدلولات على المستوى الأول :

الفكرة العامة الأساسية : صورة مربعة الشكل بخلفية زرقاء اللون كتب عليها بالون الأسود كلمات ممثلة لمجموعة من الأغذية الصحية أرفقتها رسوم توضيحية تمثلت في : حبوب، توت بري، كركم، طماطم، بروكلي، ملفوف، ثوم، بصل .

الشريط الوردي : يمثل الرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي .

الخطوط و الأشكال : الخطوط الأفقية والمنحنية، الدوائر .

2_ المدلولات على المستوى الثاني :

_ تدل الصورة على رسالة واضحة وهي التوعية بالأغذية الصحية والأطعمة التي تساهم في الوقاية من سرطان الثدي فتضمنت التوت البري، الطماطم، البروكلي، الثوم والبصل والملفوف وهي مجموعة من الخضر والفواكه الغنية بالفوائد والفيتامينات ومضادات الأكسدة التي تساهم في الحد من سرطان الثدي، كما تمت الإشارة إلى الحبوب الكاملة التي تعد مصدرا صحيا للكربوهيدرات، والأسماك لإحتوائها على الأحماض الدهنية " أوميغا 3" المستخلصة من الأسماك الدهنية حيث والتي لها قوة وفاعلية في الوقاية من السرطان، بالإضافة إلى الكركم وهو نبات عشبي يتميز بخصائص مضادة للأكسدة ما يساهم في الوقاية من أمراض السرطان .

_ يدل إبراز الشريط الوردي بحجم كبير في الصورة على الرسالة الواضحة التي تحملها وهي الحملة التوعوية بسرطان الثدي خلال شهر أكتوبر الوردي، حيث يميز مرتديه بالدعم المعنوي للنساء المصابات بسرطان الثدي ليحمل معاني التآخي والتكافل والتعاون كما يرمز إلى السند والدعم العالمي لهن ويوحى في شكله المنحني ولونه الوردي إلى الأنوثة واللطافة والرقّة ويبعث على العاطفة والحب.

تدل الخطوط الأفقية على الإستقرار والتساوي والصلابة كما ترمز في تأطير عنوان الصورة إلى أهمية الموضوع، فيما تدل الخطوط المنحنية والدوائر على الحركة والنشاط والليونة .

المستوى التضميني :

الرسالة التشكيلية: إنتظمت بنية الصورة بين اللغة في الرسالة الألسنية المكتوبة باللغة العربية الفصحى

والعلامات الأيقونية التي ظهرت بشكل كثيف ومتناسق لتبرز الصورة في شكل مريح لبصر وذهن المتلقي، ما يجعله يتمعن في مختلف الأنساق البصرية ويترجمها في أنها، وأبرزها كان الشريط الوردي على يسار الصورة فقد صمم بحجم كبير يتساوى والرسالة الألسنية المرتبة أفقياً على شكل عناصر متباعدة ممثلاً الرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي ليوحي هذا الأخير بمضمون الصورة التي تحمل طابع توعوي إرشادي، إذ جاءت الصورة على شكل نصائح لإتباع نظام غذائي صحي للوقاية من سرطان الثدي .

الرسالة الألسنية : جاءت الرسالة الألسنية مكتوبة باللغة العربية الفصحى وباللون الأسود بحجم خط متوسط بإستثناء العنوان الذي كتب بحجم كبير " أطعمة للوقاية من سرطان الثدي"، فيما كتبت عبارة "الوقاية من سرطان الثدي" ضمن العنوان بالبنط العريض مؤطرة بخط أفقي سميك أبيض اللون يدل على القوة والخشونة كما يوحي إلى أهمية الموضوع و الرغبة في جذب إنتباه المتلقي إلى الرسالة الألسنية التي مفادها :

أطعمة للوقاية من سرطان الثدي

الحبوب الكاملة

التوت البري

الكرم

الطماطم

البروكلي

الثوم و البصل

الأسماك

الملفوف

وعليه فقد جاءت الرسالة الألسنية للتذكير بأهمية إتخاذ الأغذية الصحية كأسلوب حياة سليم وصحي من أجل الوقاية من الأمراض وخاصة الأمراض السرطانية كسرطان الثدي، وعلى رأسها الحبوب الكاملة والتي تحتوي على نسبة كبيرة من الألياف ومضادات الأكسدة، ما يجعلها من المواد الغذائية الموصى بها للوقاية من مختلف أنواع السرطان، كما تمت الإشارة إلى فاكهة التوت البري والذي يساعد في تثبيط نمو العديد من خلايا سرطان الثدي ما يعزز إمكانية علاجه، بالإضافة إلى الكرم حيث أظهرت أحدث الدراسات أنه جذور الكرم تحتوي على مركب طبيعي يمكن أن يساعد في الوقاية والعلاج من سرطان المعدة، كما إحتوت الصورة على بعض الخضروات على غرار الطماطم والبروكلي والملفوف والثوم والبصل، حيث يقول الأطباء أن البروكلي يقضي على المواد المسببة للسرطان، فيما تحتوي الطماطم على كمية كبيرة من مضادات الأكسدة التي تعمل على الحد من الجذور الحرة المسببة للسرطان، بالإضافة إلى الملفوف الذي يبطن من تكوين الخلايا السرطانية في الجسم بل ويقتلها فعلا، فيما يعمل

الثوم والبصل على تقليل خطر الإصابة بمختلف أنواع السرطان ومنها سرطان الثدي، و كذا الإشارة إلى ضرورة تناول الأسماك الذي يمكن أن يساعد تناولها بشكل مستمر في تخفيض خطر الإصابة بسرطان الثدي.

أما بخصوص الرسالة الألسنية التي ظهرت باللغة الإنجليزية breast cancer awareness فهي تمثل شعار الحملة الذي إعتده مصمم الحملة، وتعني باللغة العربية الوعي بسرطان الثدي، ما يوضح هدف الحملة و غايتها وتم إدراجه بهاشتاج "#" والذي يساهم في إنتشارها على نطاق واسع. وبالرغم من إختصار الرسالة الألسنية وإقتصارها على أسماء مواد غذائية فإنها قد أدت وظيفة التوجيه والترسيخ بشكل سلس وبسيط إذ قادتنا إلى القراءة التضمينية للصورة ووجهتنا إلى المعنى المراد إيصاله للمتلقي من طرف مصمم الصورة (المرسل) .

الرسالة الأيقونية : عبرت أجزاء النسق الأيقوني في هذه الصورة على التوعية بمرض سرطان الثدي، من خلال العلامات الأيقونية المختلفة التي برزت بشكل واضح ومتناسق مع الرسالة الألسنية المرفقة لها والتي جاءت لترمز إلى الغذاء الصحي السليم من أجل الوقاية من مرض سرطان الثدي ممثلة لمجموعة من الخضر والفواكه والأسماك، فيما إحتل مجال كبير من يسار الصورة شريط وردي ممثلا للرمز الدولي للتوعية بمرض سرطان الثدي، ليمثل المركز البصري المرئي، حملت الصورة في طياتها معاني الدعم والعاطفة والرعاية والرحمة كما رمزت من خلال الشريط الوردي إلى القوة والكفاح الإصرار والإرادة من أجل مواجهة مرض سرطان الثدي وبعث الأمل وروح التحدي والصمود لدى المرضى للقضاء عليه والتنعم بحياة صحية .

تحليل الصورة الثامنة :



المستوى التعييني :

وصف الصورة: الصورة من يوم 17 أكتوبر وهو الشهر المعني بالتوعية بمرض سرطان الثدي وأهمية الفحص المبكر، غلب على الصورة الرسالة الألسنية المكتوبة على يمينها والتي عنونت بعبارة " نصائح ذهبية للوقاية من سرطان الثدي"، حيث أطرت العبارة السفلية " من سرطان الثدي " باللون الوردي الأغمق درجة من الخلفية التي صممت باللون الوردي الفاتح ما يوحي بأساس الموضوع، برز أعلى يسار الصورة شكل بشري جزئي غير مكتمل ليمثل كفين مبسوطين فوق بعضهما البعض وجزء من اليدين حاملة شريط وردي يمثل المركز البصري للنسق المرئي ومعبرا عن هوية الموضوع .

أما الرسالة الألسنية فقد إندمجت مع الدلالات الأيقونية، فقد ظهرت على شكل نقاط تمثل جمل فعلية عمودية ممثلة مجموعة من التعليمات للوقاية من سرطان الثدي، رافق كل نقطة أو تعليمة رسم تعبيرية يوضحها ما جعلها تبدو بشكل منظم ومرتب مريح للعين . كما تعددت الألوان المستخدمة في الصورة ومن أبرزها اللون الوردي بمختلف درجاته .

الرسالة التشكيلية :

الحامل : نشرت هذه الصورة على صفحة (مطبخ سيدتي) عبر موقع أنستغرام، قدرت مساحته على
على شاشة الكمبيوتر بـ 44.89 سم²، أي بنسبة 95%.

الإطار: يتحدد إطار هذه الصورة التوعوية باعتبار الحجم الأصلي لصور أنستغرام المربعة الشكل بـ
1080*1080 بيكسل .

زاوية إنقراط الصورة : ظهرت الصورة مصممة على أساس التصوير الأفقي أي على مستوى النظر
لتركيز نظر المتلقي نحوها، فيما ظهرت صورة الشكل البشري المرفق للرسالة الألسنة ملتقطة بزاوية
مرتفعة مبرزة كافة تفاصيلها .

الخطوط والأشكال :

الخطوط الأفقية والعمودية : وظهرت في المداليل الأيقونية المعتمدة بشكل كبير في الصورة، فبرزت في
الرسم الموضحة لجهاز تشخيص مرض سرطان الثدي، وكذا في أحجام الأتقال المستخدمة لممارسة
الرياضة، كما برز خط أفقي سميك في تأطير عبارة " من سرطان الثدي "، باللون الوردية دالة على
الثبات والصلابة .

الخطوط المنحنية: وظهرت في الشريط الوردية لتدل على الحركية والديمومة، كما ظهرت بشكل متقطع
في الرسم التعبيري الأول والثاني المرافق للرسالة الألسنية، الأول في رسم لثدي تم تحديده بخط منحنى
متقطع لإبراز شكل الثدي، أما الثاني ففي رسمة جزئية لثدي يظهر من وراء آلة تشخيص مرض سرطان
الثدي، وكذا برز في إبتسامة الرسمة الممثلة للطبيبة وتموجات الشع، مما يبعث إحساس بالهدوء والرقّة
والأنوثة .

الأشكال :

يمكن ضبط الأشكال كالتالي :

مستطيل : ويظهر في شكل آلة الفحص عن سرطان الثدي، يدل على الإستقرار والإنغلاق كونه متعدد الزوايا .

أسطوانة : تظهر في الأثقال في الرسم التعبيري الأخير، وهي من الأشكال المستديرة، وتدل على الأنوثة والحنان والليونة والضعف .¹

دوائر : ظهرت في شعار الصفحة وتدل على الليونة والسيرورة واللانهاية .

الألوان :

اللون الوردي : ركز مصمم الصورة بصفة أولى وواضحة على اللون الوردي بإختلاف درجاته، فظهر بلون فاتح كخلفية للصورة و بدرجة مختلفة في الشريط الوردي على أسفل الصورة، وظهر بدرجة داكنة كتأطير لعبارة من سرطان الثدي في العنوان الرئيسي للصورة وبدرجة قريبة منها في لون الملابس الداخلية المرسومة في الشكل التعبيري الأول، ليدل على الأنوثة والرقّة والعاطفة .

الأزرق الفاتح : برز في لون الأشعة وقارورة المياه، يرمز إلى العلم والطب والجدية .

الأبيض : ظهر في مئزر الطبيبة في الرسم التعبيري، ليرمز للإحترام كما يوحي بالهدوء والصفاء .

البرتقالي : وظهر في رسمة حبة الجزر ليرمز للطاقة .

الأحمر : ظهر في رسمة حبة الطماطم، يوحي بالنشاط والحيوية .

الأصفر : ظهر في رسمة الأثقال، يبعث على البهجة والسرور كما يرمز إلى النور والإضاءة فهو لون الشمس .

¹ بلخيري رضوان، سميولوجيا عامة، مطبوعة بيداغوجية عامة، (جامعة العربي التبسي -تبسة-)، ص60.

البنفسجي : ظهر في رسمة الأنتقال، يوحي بالجدية والإحترام وهو رمز الألم .

الرسالة الألسنية : ظهرت الرسالة الألسنية في الصورة كأساس لها كتبت بالغة العربية الفصحى وباللون

الأسود بحجم واحد على إختلاف عبارة " من سرطان الثدي" التي كتبت بالبنط العريض ومؤطرة بخط

عريض باللون الوردي لتبدو واضحة لدى المتلقي عند رؤيتها و لإستدلال على صلب الموضوع وهو

سرطان الثدي لتؤدي أولاً وظيفة الترسيح من خلال العنوان الذي يؤدي بالقارئ إلى قراءة تضمينية للصورة

وتوجيهه نحو موضوعها، كما تلت العنوان الرئيسي مجموعة نقاط متتالية على شكل جمل فعلية ممثلة

فحوى الرسالة الألسنية التي جاءت على أساس توجيهات وإرشادات مخاطبة المرأة العربية بالخصوص

تضمنت ما يلي :

_ ملاحظة الشكل والملمس لثديك .

_ عمل الفحص الذاتي للثدي مرة شهريا .

_ إستشارة الطبيب عند ملاحظة أي تغيير في الثدي .

_ الإلتزام بالعادات الصحية مثل تناول الغذاء الصحي والمتوازن .

_ ممارسة الرياضة بشكل منتظم .

ما تمت ملاحظته من خلال الرسالة الألسنية إعتداد ضمير المخاطب في الجملة الأولى ما يوحي

بالإهتمام الخاص الموجه لفئة النساء لحمايتهن من الإصابة بمرض سرطان الثدي .

إستطاع مصمم الصورة من خلال الرسالة الألسنية توضيح تعليمات وإرشادات في غاية الأهمية للحث

على الوقاية من سرطان الثدي، بداية بكيفية الفحص الذاتي والدعوة للقيام به شهريا، والتأكيد على أهمية

إستشارة طبيب مختص في حالة ملاحظة ما يثير الشك، كما تمت الإشارة إلى ضرورة إتخاذ أسلوب حياة

صحي بالالتزام بالعادات الصحية كتناول الغذاء الصحي والمتوازن وصولاً إلى التنبيه على أهمية ممارسة الرياضة، لما لها من أثر إيجابي على صحة الجسم، لتحمل الرسالة الألسنية قيم الدعم والتأزر النصح والقوة والتحدي، في قالب أنثوي بصفة أولى، ومؤدية لوظيفتي التوجيه إلى معنى الصورة المحدد و وظيفة الترسخ من خلال إرفاق الرسالة اللسانية إلى جانب الرسوم التعبيرية الموضحة لها .

الرسالة الأيقونية :

1_ المدلولات على المستوى الأول :

الفكرة العامة الأساسية : صورة مربعة الشكل بخلفية زرقاء اللون كتب عليها بالون الأسود كلمات ممثلة لمجموعة من الأغذية الصحية أرفقتها رسوم توضيحية تمثلت في : حبوب، توت بري، كركم، طماطم، بروكلي، ملفوف، ثوم، بصل .

الشريط الوردي : يمثل الرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي .

الخطوط والأشكال : الخطوط الأفقية والمنحنية، الدوائر .

2_ المدلولات على المستوى الثاني :

_ تدل الصورة على رسالة واضحة وهي التوعية بالأغذية الصحية والأطعمة التي تساهم في الوقاية من سرطان الثدي فتضمنت التوت البري، الطماطم، البروكلي، الثوم والبصل والملفوف وهي مجموعة من الخضر والفواكه الغنية بالفوائد والفيتامينات ومضادات الأكسدة التي تساهم في الحد من سرطان الثدي، كما تمت الإشارة إلى الحبوب الكاملة التي تعد مصدراً صحياً للكربوهيدرات، والأسماك لإحتوائها على الأحماض الدهنية " أوميغا 3" المستخلصة من الأسماك الدهنية حيث والتي لها قوة وفاعلية في الوقاية من السرطان، بالإضافة إلى الكركم وهو نبات عشبي يتميز بخصائص مضادة للأكسدة ما يساهم في الوقاية من أمراض السرطان .

_ يدل إبراز الشريط الوردي بحجم كبير في الصورة على الرسالة الواضحة التي تحملها وهي الحملة التوعوية بسرطان الثدي خلال شهر أكتوبر الوردي، حيث يميز مرتديه بالدعم المعنوي للنساء المصابات بسرطان الثدي ليحمل معاني التآخي والتكافل والتعاون كما يرمز إلى السند والدعم العالمي لهن ويوحي في شكله المنحني ولونه الوردي إلى الأنوثة واللطافة والرقّة ويبعث على العاطفة والحب .

تدل الخطوط الأفقية على الإستقرار والتساوي والصلابة كما ترمز في تأطير عنوان الصورة إلى أهمية الموضوع، فيما تدل الخطوط المنحنية والدوائر على الحركة والنشاط والليونة .

المستوى التضميني: يمكننا الإستدلال تضمينيا من خلال قراءة مدلولات ورموز الصورة وما حملته من معاني ودلالات بإتباع الخطوات التالية :

الرسالة التشكيلية: يبدو من خلال الصورة إبراز السند العالمي لنساء العالم عموما ومرضى سرطان الثدي بشكل خاص، بالتركيز على الشريط الوردي الممثل للمركز البصري للنسق البصري والذي يرمز إلى الدعم الدولي للتوعية بمرض سرطان الثدي، و قيام مختلف دول العالم بنشر حملات للتوعية الصحية للمرض والتأكيد على أهمية الفحص المبكر فيما تم توضيح الرسالة الألسنية المتمثلة في إرشادات وتعليمات صحية برسوم تعبيرية ممثلة تكائف الدلائل الأيقونية والألسنية التي تستثير لدى المتلقي الرغبة في التركيز في المكونات الأيقونية المكونة للصورة ذات الطابع التوعوي بمرض سرطان الثدي .

الرسالة اللسانية: جاءت الرسالة الألسنية المكتوبة باللون الأسود بشكل واضح وباللغة العربية الفصحى مخاطبة المرأة العربية مستهدفة توجيها للقيام بالتدابير اللازمة من أجل الوقاية من مرض سرطان الثدي، والتأكيد على أهمية الفحص المبكر شهريا للتفطن عند حدوث أي تغيير أو إختلال في الجسم ما يساهم بشكل كبير في السيطرة على المرض والتحكم فيه والحد من مخاطره وأعراضه المؤدية للوفاة، كما إستطاع مصمم الصورة توضيح الرسالة الألسنية بشكل مرتب ومريح للنظر وإلحاقها بمداليل أيقونية تعمل على تنشيط تركيز المتلقي نحوها لتحليلها وفق الرسالة المرفقة لها .

الرسالة الأيقونية: عبرت أجزاء النسق الأيقوني في هذه الصورة على أساليب الوقاية من مرض سرطان الثدي، وهذا من خلال الأشكال والرسومات التعبيرية المختلفة التي رافقت الرسالة الألسنية لنشر الوعي الصحي حول سبل الوقاية من المرض وأهمية إعتناء أسلوب حياة سليم كالإلتزام بغذاء صحي

وممارسة الرياضة وغيرها من التعليمات وأبرزها التأكيد على ضرورة إجراء الفحص الشهري في رسمة ممثلة لجهاز تشخيص مرض سرطان الثدي من خلال الأشعة السينية للتدبين (الماموجرام) من أجل الكشف المبكر عن المرض الذي يعد من أهم إستراتيجيات الوقاية الثانوية وهذا لغرض تشخيص سرطان الثدي في مراحل مبكرة ما يساهم في تسهيل الوصول لإجراءات المعالجة في المستشفيات والتحكم في المرض والحد من خطر الوفاة الناجمة عن تفاقمه في الجسم، كما رمزت الرسالة الألسنية إلى المساندة والدعم العالمي لمرضى سرطان الثدي من خلال ظهور الكفين الحاملين للشريط الوردي الذي يمثل الرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي ما يدل على التكاتف والتآزر، فهي توحى لجميع المصابين بمرض سرطان الثدي خصوصا والنساء على وجه العموم أن العالم أجمع يساندهم و يهتم بصحتهم ما يبعث في نفوسهم الأمل وروح التحدي والرغبة في الإنتصار على المرض، حاملة في طياتها رموز الثبات والصلابة والإرادة والأمل .

النتائج العامة لتحليل السيميولوجي:

1. دلالات ومعاني الرسائل التشكيلية والألسنية والأيقونية لصور التوعية الصحية المنشورة على

صفحة مطبخ سيدتي عبر منصة أنستغرام :

انطلاقاً مما جاء في هذه الدراسة من معلومات نظرية ومحاولتنا تجسيدها وتأكيدتها من خلال الجانب التطبيقي، حيث اعتمدنا تطبيق مقارنة "رولان بارث" في تحليل عينة متمثلة في ثمانية صور لحملة توعوية منشورة على صفحة (مطبخ سيدتي) عبر موقع إنستغرام حول مرض سرطان الثدي، الذي يعد من الأمراض الخطيرة المنتشرة بين النساء، ما جعلنا نهتم بهذا الموضوع بالذات لمحاولة توضيح والكشف عن صورة المرأة في حملات التوعية الصحية من خلال الدلائل والرموز المكونة للصور .

دلالات ومعاني الرسائل التشكيلية

الخطوط: أبرز الخطوط التي ظهرت في صور الحملة التوعوية بمرض سرطان الثدي هي الخطوط المنحنية والتي رمزت لليونة والرقّة والأنوثة التي تم تمييز بها المرأة، كما برزت الخطوط العمودية والأفقية متحدة لتعبر عن النشاط والعمل في تصميم حملات التوعية الصحية .

الأشكال: ظهرت الدائرة في مختلف الأيقونات المكونة لصور التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي وفي شكل شعار الصفحة دالة على الكمال والإتقان والاستمرارية في حملات التوعية الصحية بمرض السرطان الثدي .

الألوان: برز في جميع صور الحملة التوعوية بمرض سرطان الثدي اللون الوردي بدرجات مختلفة ليكون أساسياً في الحملة، تركز ظهوره بشكل كبير في لون الشريط الوردي وهو الرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي، حيث اعتمد مصمم الحملة على إظهار الشريط بشكل بارز وبحجم كبير في أغلب الصور لجذب تركيز المتلقي نحوه، ليكون نقطة المركز البصري وهذا باعتبار تموضعه في الجهة اليسرى من الصور ما يدل على محاولة جذب عاطفة المتلقي، كما برز الشريط الوردي في بقية الصور بحجم متوسط إلى جانب العنوان الرئيسي لها ليحيل للقارئ إلى موضوع وأساس الصورة فيما يدل الشريط الوردي على الأمل والحركة والرقّة و الحب كما يرمز إلى الرعاية الصحية .

فيما اعتمد مصمم صور الحملة على مجموعة من الألوان الأخرى التي تباينت بين الدرجات الفاتحة والداكنة، لخلق نوع من التناسق والنشاط في الصور فتعددت بين اللون الأخضر الذي يدل على الانتعاش والنمو، وكذا الأصفر والبرتقالي اللذان يعبران عن الألوان الإيجابية التي تدل على الإضاءة والنور وترمز إلى البهجة والنشاط، كما ركز المصمم على اللون الأبيض في مختلف صور الحملة كخلفية للرسالة الألسنية ليساهم في توضيحها وإبرازها كما يبعث اللون الأبيض على الهدوء والسلام والاستقرار .

دلالات ومعاني الرسالة الألسنية: لخصت اللغة المستخدمة في جميع صور التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي إلى أن كل النصوص في الصور تستعمل لغة علمية متخصصة بالمجال الصحي، تميزت بمصطلحات دقيقة وواضحة تم تمريرها بسلاسة إلى ذهن المتلقي ليتمكن من استيعابها .

_ وظفت اللغة العربية كأساس لجل صور التوعية الصحية باعتبارها اللغة الأصلية الوطن العربي وهو الجمهور المستهدف للحملة، أما على المستوى العالمي فقد تم تصميم شعار الحملة باللغة الإنجليزية breast cancer awareness على اعتبارها اللغة الأولى في العالم والمنتشرة على نطاق واسع وهذا لتوسيع مجال الحملة .

_ تميزت مفردات النص الألسني في الصور التوعوية بالدقة والوضوح والانسجام مع موضوع الحملة .

_ تميز شعار الحملة التوعوية المدرج باللغة الإنجليزية breast cancer awareness بالجدية

وبالوضوح كما أكد على الاهتمام الدولي بمرض سرطان الثدي، إذ يعني باللغة العربية التوعية بمرض سرطان الثدي .

_ اتضح لنا من خلال تحليلنا للصور التوعوية اعتماد مصطلحات علمية مركبة مثل : مضادات

الأكسدة، السيلينيوم، الفينولات ، الفلافونويد، الأنثوسيانين، التاتينات، وغيرها من المفردات

التي من شأنها المساهمة في التثقيف الصحي للمتلقي من خلال بحثه وتطلعه على أصل هذه المصطلحات التي برزت في طابع توعوي .

_ لمسنا من خلال تحليلنا للنصوص الألسنية الموضحة في الصور التوعوية اعتماد وظائف الدليل اللغوي التي أشار إليها بارث في المصقة الإشهارية وقمنا بإسقاطها على صور الحملة التوعوية كالتالي :

أ_ وظيفة التوجيه :

وهذا على اعتبار تعدد معاني الأيقونات المكونة للصورة ليتم توجيه المتلقي نحو المعنى المرغوب فيه من طرف المصمم من خلال نص الألسني .

ب_ وظيفة الترسخ:

وتعني تثبيت سلسلة المعاني التي تحملها الصور المرفقة للنص الألسني .

دلالات ومعاني الرسالة الأيقونية: عبرت أجزاء النسق الأيقوني في جل الصور على الطابع التوعوي الذي تحمله حيث غلب على الصور التوعوية محل دراستنا التركيز بصفة أولى على الرمز الأيقوني المتمثل في الشريط الوردية، وهو الرمز الدولي للتوعية بسرطان الثدي حيث يعد رمزا بسيطا وفعالا، يساهم في جذب الانتباه وإرسال رسالة التضامن والدعم مع نساء العالم المرضى بسرطان الثدي أو أهاليهم، حيث يرمز الشريط الوردية إلى الأمل والتضامن والتوعية وبعث على الإرادة والإصرار والتعلق بالحياة ومواجهة المرض، كما يعزز الجهود المبذولة في مجال الوقاية والكشف المبكر والعلاج وكذا التذكير بأهمية العناية بصحتنا، ودعم الآخرين لمواجهة تحديات المرض .

كما تضمن الوسط الأيقوني للصور التوعوية مجموعة من الرموز والأشكال التي عملت على تعزيز وإكمال معاني الرسالة الألسنية وتدعيمها، والتي كانت مرافقة لها في أغلب الصور حيث برزت كأشكال

توضيحية للنص الألسني المتضمن إرشادات وتوجيهات للنساء من أجل الوقاية من مرض سرطان الثدي ومواجهته وتذكيرهن بأهمية الفحص المبكر .

خاتمة

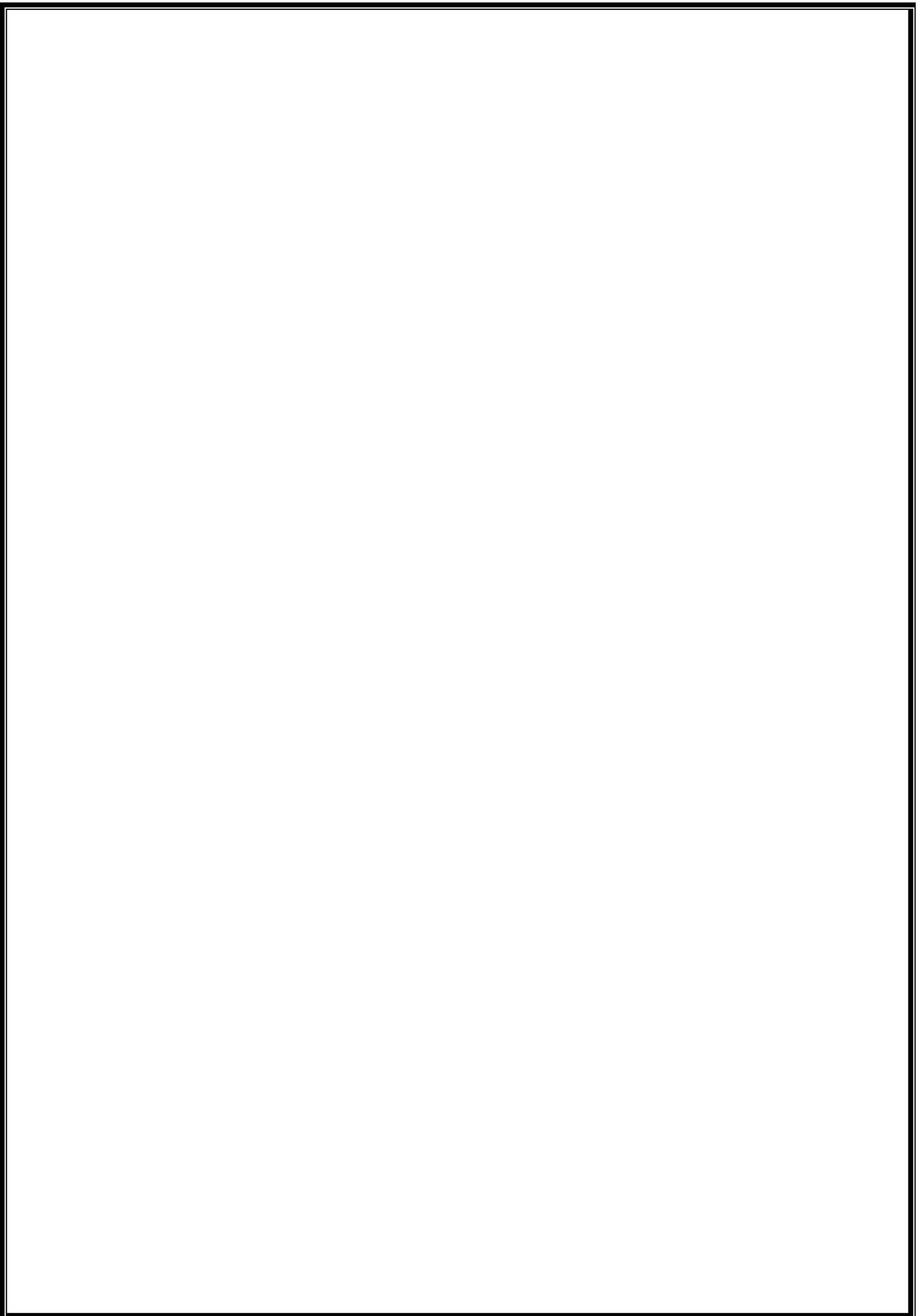
خاتمة

يستحق موضوع صورة المرأة في الحملات الإعلامية للتوعية الصحية إهتماما بالغا ودراسات مكثفة، خاصة مع إنتشار الأمراض الخطيرة المتعلقة بالمرأة والتي تهدد صحتها وحياتها، كسرطان الثدي الذي يعد السبب الأول للوفيات الناجمة عن السرطان في أوساط النساء، الأمر الذي جعل المؤسسات الحكومية والإعلامية، وحتى منصات التواصل الإجتماعي تسعى لنشر الوعي حول مرض سرطان الثدي، وهذا من خلال الحملات الإعلامية للتوعية الصحية، والتي تعد جزءًا هامًا من الجهود العالمية لمواجهة هذا المرض، وفرصة لزيادة الوعي بمخاطر سرطان الثدي وأهمية الكشف المبكر، حيث تعمل حملات التوعية الصحية على تعزيز الوعي والدعم العالمي للنساء حول العالم، فتم تخصيص شهر أكتوبر من كل سنة للتوعية بسرطان الثدي بمختلف وسائل الإعلام والاتصال، وخاصة منصات التواصل الاجتماعي باعتبار خصائصها التي تساهم في انتشار الحملات التوعوية على نطاق واسع، ما جعل صفحة (مطبخ سيدتي) على منصة أنستغرام تطلق حملة توعوية حول مرض سرطان الثدي دامت طوال شهر أكتوبر "الوردي" من خلال نشر صور توعوية تتضمن مجموعة من الإرشادات والتوجيهات للوقاية من المرض، وكيفية التعايش معه في حالة الإصابة به كما ساهمت في التذكير بأهمية الفحص المبكر نظرا لدوره في التحكم بأعراض المرض وتفاقمه وحتى تفاديه، اتضح لنا من خلال دراستنا الاهتمام البالغ الذي أبدته صفحة(مطبخ سيدتي) فيما يخص توعية المرأة بمرض سرطان الثدي وهذا من خلال اعتماد أسلوب دقيق لتصميم الصور في طابع توعوي تثقيفي، لتحمل رسائل (تشكيلية، لسانية، أيقونية)، ممثلة لمجموعة من المعاني والدلالات الضمنية التي تم تجسيدها على شكل خطوط ورموز وأشكال وألوان، لترسم صورة المرأة في حملات التوعية الصحية.

وتعتبر نتائج هذه الدراسة مرتبطة بالفترة الزمنية التي أجريت فيها والمحددة في شهر أكتوبر من عام 2022، فلا يمكن التعميم حولها، بل تفتح المجال للقيام بدراسات أخرى مستقبلية في نفس السياق .

قائمة المصادر

و المراجع



موسوعات و معاجم:

الجمهرة ، الموسوعة الشاملة لمفردات المحتوى الإسلامي.

الكتب:

أحمد محمد بدح، أيمن سليمان مزاهرة، زين حسن بدران، الثقافة الصحية ، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة.
أديب محمد خضور، حملات التوعية المرورية العربية، مركز الدراسات و البحوث، جامعة نايف العربية للعلوم
الأمنية، الرياض، 2007.

بلخيري رضوان، سيميولوجيا الصورة بين النظرية و التطبيق، (دار قرطبة للنشر و التوزيع، الجزائر، 2012).
حسن محمد جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي (مدخل لبناء المهارات البحثية)، دار الصفاء للنشر و التوزيع،
دار صادق الثقافية، الطبعة 02، الأردن، 2014.

رفعت عارف الضبع، الحملات الإعلامية، المكتب المصري للمطبوعات، الطبعة 2012.

علي حجازي إبراهيم، الحملات الإعلامية و فن مخاطبة الجمهور، دار المعترف للنشر و التوزيع، الطبعة 01، الأردن
2017.

فايزة يخلف، سيميائيات الخطاب و الصورة، دار النهضة العربية ، لبنان، الطبعة 01، 2021.

قدور عبد الله الثاني، سيميائية الصورة مغامرة سيميائية في اشهر الارساليات البصرية في العالم، دار الغرب للنشر و
التوزيع، 2004.

كلود عبيد، الألوان، مراجعة و تقديم محمد حمود، المؤسسة الجامعية للنشر و التوزيع، الطبعة 01، لبنان، 2013.

محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، صنعاء ، اليمن، الطبعة 03، 2015.

موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر، بوزيد صحراوي ، كمال بوشرف، السعيد سبعون، دار
القصبه للنشر، الجزائر، الطبعة 02.

الأطروحات و مذكرات الماجستير:

حامدي كنزة، الحملات الإعلامية التوعية الصحية لسرطان الثدي، دراسة ميدانية لمديرية الصحة و السكان بولاية
سطيف، أطروحة مقدمة لنيل متطلبات نيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة محمد
لمين دباغين، 2020.

تباني عبير، الحملات الإعلامية الاذاعية الخاصة بالتوعية المرورية بالجزائر، دراسة ميدانية على عينة من جمهور
السائقين بولاية سطيف، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة محمد خيضر
بسكرة، 2011.

عيسى بوكرموش، استراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية ، دراسة وصفية لاستراتيجية التوعية المرورية ولاية
غرادية أنموذجا، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2012.

المقالات:

- ✚ أسمهان عدوان، الخطاب البصري للصورة الكاريكاتورية للمنظور السيميائي التداولي، مجلة الاتصال و الصحافة، مجلد06، العدد02، 2019.
- ✚ بريك الزهرة، وسائل الاعلام و دورها في نشر الوعي و التثقيف الصحي، مجلة معالم للدراسات الإعلامية و الاتصالية، المجلد 01، العدد02، 2019.
- ✚ بن عمروش فريدة ، ساكر صباح ، دور وسائل الاعلام في نشر الثقافة و الوعي الصحي، مجلد علوم الانسان و المجتمع، المجلد 09، العدد 04، 2020، الجزائر.
- ✚ بوسعيد رندا، الحاج سالم عطية، الحملات الإعلامية و دورها في التوعية الصحية للمرأة أثناء موسم الحج، دراسة حول قافلة الديوان الوطني للحج و العمرة، مجلة المواقف و البحوث و الدراسات في المجتمع و التاريخ، مجلد 14، عدد 01، 2019.
- ✚ بلخيري رضوان، سيميائية الخطاب المرئي، دراسة في الأبعاد القيمية للصورة السينمائية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة وهران، العدد 10 ، 2016.
- ✚ بلخيري رضوان، جابري سارة، إشكالات تطبيق منهج التحليل السيميولوجي، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، العدد 13، 2017.
- ✚ جان كلود دومينجور، المقاربة السيميولوجية، تر جمال بلعربي، مجلة بحوث سيميائية المجلد 08 العدد 01، الجزائر، 2019.
- ✚ حنان أحمد سليم، الحملات الإعلامية عبر الاعلام الجديد، (رؤية مستقبلية لنموذج تفاعلي)، (المجلة المصرية للبحوث)، المجلد 12، العدد01 ، 2013.
- ✚ حنان مجاهد، دور الاعلام الصحي في إدارة الأزمات، جائحة كورونا أنموذجا، (المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي المجلد 08 العدد 02، مستغانم، 2021).
- ✚ خالد بن الفيصل الفرم، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، (دراسة تطبيقية على المدن الطبية و مستشفياتها الحكومية لمدينة الرياض السعودية)، المجلة العربية لبحوث الاعلام و الاتصال، العددان 14، 15، 2023.
- ✚ خثر شين، إيمان ببة، دور الإعلانات في تفعيل نية شراء المرأة الجزائرية لمستحضرات التجميل، مجلة الرسالة للدراسات و البحوث الإنسانية، المجلد 07، العدد 05، 2022.
- ✚ خديجة شرفية، عبد الرحمان بن مبارك زغدود، تطبيق أنستغرام كمتحدث تكنولوجي يدعو للترويج السياحي الثقافي، دراسة تحليلية لصفحة انستغرام -constantinedz- ، مجلد الميدان للعلوم الإنسانية و الاجتماعية، المجلد 04، العدد 01، 2021.
- ✚ رشا عبد الرحمن حجازي، دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية، دراسة تطبيقية على حملة 100 مليون صحة، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 53، العدد 02، 2020.

- ✚ رشا عبد الله، موسى أحمد، علي السيد إبراهيم عجوة، هدى إبراهيم الدسوقي جمعة، دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية للمرأة المصرية، دراسة مقارنة بين المرأة في الريف و الحضر، (المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان)، العدد 22، 2021.
- ✚ رمضان إبراهيم محمد عطية، تقييم الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في حملات التوعية الالكترونية المقدمة عبر صفحات وزارة الصحة و منظمة الصحة العالمية على الفايسبوك لتنمية الوعي الصحي للجمهور، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الاعلام، مجلد 2022، العدد 24، القسم 01، 2022.
- ✚ طبي منير، صورة المرأة في الاعلام العربي الثابت و المتحرك، (مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية و الإنسانية)، مجلد 05، العدد 02، 2019.
- ✚ طبي منير، الثقافة الصحية في وسائل الاعلام بين إشكالية التوعية و عادات السلوك، المجلد 04، العدد 01، 2021.
- ✚ عائشة قره، حملات التوعية الإعلامية الالكترونية الصحية و دورها في ترسيخ الثقافة الصحية، (دراسة سيميولوجية في حملة الوقاية من سرطان الثدي)، مجلة مصداقية، مجلد 01، العدد 02، 2020.
- ✚ مدفوني جمال الدين، التوعية الصحية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، (دراسة ميدانية لاستخدامات المراهقات لموقع يوتوب وانعكاساته على الوعي الصحي)، مجلد المعيار، مجلد 24، العدد 51، 2020.
- ✚ منصورى ليلي، جلدي بشير، الصدمة النفسية للمرأة المصابة بسرطان الثدي، دراسة ميدانية، مجلة دراسات إنسانية و اجتماعية، المجلد 11، ط01، 2022.
- ✚ مهري شفيقة و سعيدون ليلي، صورة المرأة العربية عبر الاعلام الجديد، حوليات جامعة الجزائر، 2021.
- ✚ نشوى يوسف أمين اللواتي، التحليل السيميولوجي لصور جائحة كورونا في المواقع الإخبارية، مجلة البحوث العلمية، 2021.
- ✚ نصري منال، سعيدون ليلي، دور الحملات الإعلامية في توعية المرأة بسرطان الثدي المرأة الجزائرية أنموذجا، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 12، العدد 01، 2022.
- ✚ هالة يحيى، خالد بوشارب بولوداني، استخدام وسائط التواصل الاجتماعي و دورها في تعزيز القيم الاجتماعية أنستغرام أنموذجا، مجلد السراج في التربية و قضايا المجتمع، مجلد 06، العدد 02، 2022.
- ✚ هويدا محمد السيد عزوز، اعتماد الجمهور على موقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي أثناء جائحة كورونا، مجلد البيئية و الطاقة، جامعة المنفية، مصر، 2020.

مواقع إلكترونية:

✚ [https:// : jsp.journal.ekb.eg](https://jsp.journal.ekb.eg)

✚ asjp.cerist.dz

✚ m.youm7.com

✚ gfaclschs.univ-annaba.dz

joa.journals.ekb.eg

HTTPS// :www.researchgate.net

https//ketabedia.com

https// :dspace.univ-guelma.dz

threse-algeria.com

jbet.journals.ekb.eg

ab7as.net

fr.statista.com

websiterating.com

sayidaty.net

https// :app.svu.edu.eg

mominoun.com

sjocs.journal.ekb.eg

jkom.journals.ekb.eg

المراجع باللغة الأجنبية :

Nelson okorie , abiodun salawu, effective use of media awareness campaings for breast cancer care among women _a comparative study_ (journal f international women's , study article 12, volume 17, issue 4, 2016), Available at .https//:vc.bridgew.edu/jiws/vol17/iss4/12

الملخصات

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واحد من بين أخطر الأمراض التي تهدد صحة المرأة وحياتها وهو سرطان الثدي، الذي عملت وسائل الإعلام المختلفة ومن بينها منصات التواصل الاجتماعي على نشر الوعي حول سبل الوقاية منه وكيفية التعامل مع مرضى سرطان الثدي والتذكير بأهمية الفحص المبكر لتفادي تفاقم المرض ما قد يؤدي إلى خطر الموت، وهذا من خلال جملة الرسائل والرموز التي تنشرها حملات التوعية الصحية الموجهة للمرأة، ومن هذا المنطلق تتوجه هذه الدراسة إلى الكشف عن صورة المرأة في حملات التوعية الصحية من خلال دراسة سيميولوجية تحليلية لحملة التوعية بسرطان الثدي على صفحة مطبخ سيدتي عبر منصة أنستغرام بالاعتماد على مقاربة الباحث " رولان بارث"، متخذين عينة قصدية مكونة من ثمانية صور توعوية نشرت خلال شهر أكتوبر الوردى، لنتوصل إلى جملة من النتائج تتلخص في كون حملات التوعية الصحية تحمل أبعاد ودلالات نفسية وثقافية وصحية تحاكي طبيعة الصور التوعوية التي تجسدها الرموز البصرية واللغوية الموظفة ضمن حملات التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي والتي توحى بالسند والدعم العالمي للمرأة لمواجهة سرطان الثدي والوقاية منه .

This study aims to shed light on one of the most dangerous diseases that threaten women's health and life, which is breast cancer, various media platforms worked to spread awareness about ways to prevent it, how to deal with breast cancer patients, and remind them of the importance of early examination to avoid exacerbation of the disease, which could lead to the risk of death, This is done through a set of messages and symbols that health awareness campaigns targeting women disseminate, From this standpoint, this study aims to reveal the image of women in health awareness campaigns through an analytical semiological study of the breast cancer awareness campaign on the « Matbakh sayidati » page via Instagram platform, based on the researcher's approach « Roland Barth », we took an intentional sample of eight awareness pictures published during the month of « Pink October ».

So we have reached a number of results, summarized in the fact that health awareness campaigns carry psychological, cultural and health dimensions and connotations. It simulates the nature of awareness images embodied in visual and linguistic symbols employed in health awareness campaigns about breast cancer, which suggest the international support for women to confront and prevent breast cancer .

الملاحق







معلومة عالمية سريعة

يحتوي الرمان على كمية جيدة من مضادات الأكسدة التي تساعد في الحد من مخاطر سرطان الثدي والقولون والكبد والجلد والبروستات. ولأنه من الفواكه الغنية بمزيج من الفيتولات والفلافونويد والأنثوسيانين والثانينات، فإنه يساعد في تعديل الكيمياء الحيوية الخلوية في الجسم.

#breastcancerawareness



معلومة عالمية سريعة

وفقاً للدراسات العلمية، فإن تناول طبق من الجرجير يزيد عدد الجزيئات المقاومة لسرطان في الجهاز الدوري للجسم، والمسؤولة عن منع سرطان الثدي من النوع الثاني.

#breastcancerawareness



معلومة عالمية سريعة

في دراسة حديثة، تم إجرائها في جامعة "هارفارد" الشهيرة في الولايات المتحدة الأمريكية، أكدت أن تناول النساء والفيتات خصوصاً في سن المراهقة والحبوب الشوفان، يعمل على حمايتهن من التعرض للإصابة بمرض سرطان الثدي مع تقدم العمر وذلك كونها تحتوي على كميات عالية من المركبات النباتية المفيدة التي تقي من الإصابة بهذا المرض.

#breastcancerawareness



الأكل الممنوع لمرضى سرطان الثدي

- المشروبات الكحولية، حيث يمكن أن تتفاعل مع أدوية علاج السرطان، كما تشير بعض الدراسات إلى أن الكحوليات يمكن أن تساهم في عودة سرطان الثدي مرة أخرى.

- الأطعمة غير المطبوخة مثل السوشي والمحار واللحوم والدواجن غير المطبوخة جيداً.

- الأطعمة المليئة بالتوابل.

- الأطعمة الحامضية، حيث يمكن أن تزيد من فترات ألم أثناء العلاج الكيميائي.

- بقايا الطعام التي تواجدت لأكثر من 3 أيام.

- الأطعمة الحارة.

- المكسرات النيئة.

#breastcancerawareness

أطعمة للوقاية من سرطان الثدي



- الحبوب الكاملة 
- التوت البري 
- الكرز 
- الطماطم 
- البروكلي 
- الثوم و البصل 
- الأسماك 
- الملفوف 

#breastcancerawareness



اتبعي هذه التعليمات للوقاية من سرطان الثدي

- ملاحظة الشكل والملمس لتديك 
- عمل الفحص الذاتي للثدي مرة شهريا 
- استشارة الطبيب عند ملاحظة أي تغيير في الثدي 
- الالتزام بالعادات الصحية مثل تناول الغذاء الصحي والمتوازن 
- ممارسة الرياضة بشكل منتظم 

#breastcancerawareness

