



LARBI TEBESSI – TEBESSA UNIVERSITY

جامعة العربي التبسي- تبسة

UNIVERSITE LARBI TEBESSI – TEBESSA

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم : علوم الاعلام والاتصال

الميدان : علوم انسانية واجتماعية

الشعبة : علوم انسانية

التخصص : سمعي بصري

العنوان : خصوصية الحملات الاعلامية الموجهة لذوي الإعاقة السمعية

دراسة تحليلية سيميولوجية لحملات اعلامية تلفزيونية عربية لذوي الاعاقة
السمعية " فيروس كورونا " - انموذجا-

رسالة مقدمة لنيل شهادة ماستر " ل. م. د " في علوم الاعلام والاتصال
دفعة: 2021 م

اشراف الدكتورة :

اعداد الطالبة :

د. لدمية عابدي

سلسبيلة بوعكاز

لجنة المناقشة :

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د. علي سلطاني	استاذ تعليم عالي	رئيسا
د. لدمية عابدي	أستاذ محاضر - أ -	مشرفا ومقررا
د. معمر ربوح	أستاذ مساعد - أ -	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية 2020 / 2021 م



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
السلام عليكم ورحمة الله وبركاته



شكر وتقدير

شكر وتقدير

الحمد لله حمداً كبيراً مباركاً فيه، والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء سيدنا وحبيبنا محمد عليه
أفضل الصلاة والسلام، أما بعد... شكري وثنائي للمولى عز وجل في علاه والحمد له وحده
الذي أعانني على الجاز وأتم هذا العمل المتواضع واجتياز صعوبات الطريق بقلب مطمئن
ومراض

توأمي كلمات الشكر والتقدير مني عرفانا وخجلاً بعد الله سبحانه وتعالى لكل من
ساعدوني ومنحوني من فيض علمهم وغمروني بنصحهم وارشادهم اخص بالذكر صاحبة
الشخصية المتميزة والقذوة الحسنة لكل من درس عندها اساتذتي الفاضلة لدمية عابدي التي
لم تبخل عني يوماً بنصائحها وتوجيهاتها منذ بداية البحث في الدراسة لغاية انهاءها فقد تعلمت
منها اصول البحث العلمي وسبل اجتياز الصعوبات وايضا يسعدني ان اقدر مخلص الشكر
والعرفان الى اساتذتي اعضاء هيئة التدريس بقسم الاعلام والاتصال كل باسمه واخص
بالذكر الاساذة الفاضلة ايمان جفال التي ساهمت في اثرائني بمعلوماتها وتوجيهاتها القيمة والتي
كانت مصدر الالهام طيلة مساري الجامعي والتي لن استطيع ان اوفيها حقها لما قدمته لنا من
عون . وحنى لا استتي بشكري هذا اشكر كل من ساعدني ولو بالقليل في الجاز وأتم
رسالتي .

والحمد لله رب العالمين

سلسيلة بو عكاز

اهداء

أهدي عملي المنواضع الى شجرة الوقار ومداد العطاء الى قرّة عيني الى نبع الكرم
والنضحية الى **والدي** العزيز حفظه الله لي، الى نبع الحنان ورمز الطهارة الى من
غمرتني بدعائها الذي كان نبراس إضاءة لي في الحياة الى **والدتي** الحبيبة حفظها الله لي
وأطال الله في أعمارهما، الى سندي ومصدر قوتي وثقتي بعد الله والوالدين الى
اخواتي واخوتي، ولا انسى كذا أكل من **عمي وخالتي وابناهم** حفظكم الله يا من
كنتم بمثابة السند والعطاء بالنسبة لي حفظكم الله وجزاكم كل خير، الى من كان
الداعم الاول لي الى **جدي العالي** الذي لم يفارق بالي لحظة " عليك رحمة الله"، الى
صديقتي بالجامعة وايضا صديقتي بالمسكن الجامعي ولا انسى صديقتي
"شوميسة بوحبيب" التي كانت بجانبني في لحظات الجأزي للمدركة .

"الى كل من احب الى كل هؤلاء ارق آيات العرفان والتقدير وأخلص عبارات
الشكر والوفاء."

اهدي عملي المنواضع لكل اصروا لكل شخص يعاني من اعاقته سمعية

سلسيطة بوعكاز

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
-	شكر وتقدير
-	مقدمة
01	1 . تمهيد :
04-03	2 . اشكالية الدراسة :
05-03	3 . اسباب اختيار الموضوع :
05	4 . اهمية الدراسة :
06-05	5 - اهداف الدراسة :
-	الفصل الاول الاطار المفاهيمي والدراسات المشابهة
-	اولا : الاطار المفاهيمي للدراسة
08	أ (الحملات الاعلامية :
08	1- تعريف الحملات الاعلامية :
11-09	2. انواع الحملات الاعلامية :
12-11	3. التخطيط للحملة الاعلامية ومراحل اعدادها :
-	ب (الاعاقة السمعية :
13	1 - تعريف الاعاقة السمعية :
13	1-1- تعريف ضعاف السمع :
13	1-2- تعريف الصم :
14-13	2 - لغة الاشارة :
14	2-1- لغة الاشارة في العالم العربي :
15-14	3 - الصورة الدماغية ودورها في تشكيل الثقافة اللغوية لدى ذوي الاعاقة السمعية :

16-15	4 - التلفزيون ودوره في تثبيت الصور الدماغية لذوي الاعاقة السمعية :
28-16	ثانيا : الدراسات السابقة والمشابهة :
-	الفصل الثاني الاجراءات المنهجية والدراسة التحليلية
-	اولا الاجراءات المنهجية للدراسة :
30	(ا - مجالات الدراسة
31-30	1 . المجال الزمني :
32-31	2 . المجال الوثائقي والاعلامي :
34-32	(ب). مجتمع البحث وعينة الدراسة :
36-35	(ج) . منهج الدراسة :
37	(د) ادوات جمع المعلومات :
79-38	ثانيا الدراسة التحليلية
82-80	ثالثا نتائج الدراسة :
-	1 . النتائج الجزئية :
-	2 . النتائج العامة :
83	خاتمة :
88-84	قائمة المصادر والمراجع :
104-89	الملاحق :
106-105	ملخص :

قائمة الجداول :

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
13	عملية تسلسل التعليم اللفظي	01
29	المقاطع المختارة من الحملات الاعلامية	02
34-33	التقطيع التقني للحملة الاولى	03
36-35	التقطيع التقني للحملة الثانية	04
37-36	التقطيع التقني للحملة الثالثة	05
40-38	التقطيع التقني للحملة الرابعة	06
43	دلالات حركات وايماءات لغة الاشارة الخاصة بالحملة الاولى حسب تحليلنا الشخصي لها	07
49-48	دلالات حركات وايماءات لغة الاشارة الخاصة بالحملة الثانية حسب تحليلنا الشخصي لها	08
56-55	دلالات حركات وايماءات لغة الاشارة الخاصة بالحملة الثالثة حسب تحليلنا الشخصي لها	09
63-62	دلالات حركات وايماءات لغة الاشارة الخاصة بالحملة الرابعة حسب تحليلنا الشخصي لها	10

مقدمة

تمهيد:

يقول الله تعالى في كتابه الكريم "وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ ۗ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ" (سورة النحل -78-)¹، حدثنا الله جل في علاه في هذه الآية الكريمة عن نعمة من اعظم النعم ألا وهي نعمة السمع بل اول الطاقات عملا عند الانسان، وهي من اعظم وسائل تحصيل العلم والمعرفة لذا فهي تعتبر الركيزة الاساسية للعملية التواصلية بين افراد المجتمع فإن اختلت هذه الحاسة فإنها قد تعيق عملية التواصل بين الفرد الواحد وسائر المجتمع مما يسبب إعاقة سمعية قد تكون كلية او جزئية، والتي من شأنها ان تؤثر سلبا على شخصية الفرد المصاب وعلاقاته مع الذين من حوله ، ونظرا للتقدم العلمي والتكنولوجي فقد اسهم هذا الاخير في توفير سبل التواصل مع اصحاب الهمم من ذوي الاعاقة السمعية والتي تشكلت في العديد من وسائل الاعلام من بينها التلفزيون باعتبارها وسيلة مرئية ساهمت وبشكل كبير في اصال الاحداث والوقائع والايخبار وآخر المستجدات الحاصلة في العالم لذوي الاعاقة السمعية معتمدين بذلك على اخصائيين مترجمي لغة الاشارة وخبراء في ذلك حتى تسهل عليهم عملية التواصل مع هذه الفئة المحرومة من ابسط الحقوق الاجتماعية ،وعلى هذا النحو نجد ان لوسائل الاعلام المرئية والتي من بينها التلفزيون دور مهم في توعية ذوي الاعاقة السمعية باعتبارها المسؤول الاول في نشر وتوزيع الاحداث و الاخبار و المعلومات والافكار وكذلك محاولة دمجهم داخل الافراد ،حيث ان التلفزيون تتمحور علاقته مع هذه الفئة من المجتمع على انها علاقة تفاعلية متبادلة يسعى من خلالها لتغطية الانشطة والفعاليات المتعلقة بهم بطريقة واسلوب بسيط ،ومن بين هذه الانشطة والبرامج والمعلومات التي يوفرها التلفزيون نجد الحملات الاعلامية التوعوية وخاصة في ظل جائحة كورونا المستجد sars-cov-2 والتي هم بحاجة ماسة لها حتى يتسنى لهم التعرف اكثر على آخر المستجدات المتعلقة بالوباء وعليه فإن الحملات الاعلامية الخاصة بذوي السمع الضعيف والصم البكم والتي من شأنها قد تساعد اصحاب الهمم من ذوي الاعاقة السمعية ، الا اننا نجد ان الفضائيات العربية لا تهتم بهم بشكل واضح فبالرغم من الامكانيات المتوفرة لديهم من توفير اخصائيين وخبراء في لغة الاشارة ومحاولة تحديد اوقات خاصة بهم وتبسيط الضوء عليهم الا انها تبقى بذلك غافلة عنهم تقريبا بحيث يكون هناك تقصير من قبلهم، لذا نجد انه من بين العوامل التي ستزيد من فرص نجاح هذا النوع من الحملات الاعلامية التوعوية في الفضائيات العربية والتي من بينها

1 - القرآن الكريم: سورة النحل، الآية 78 .

الفصائيات الجزائرية هو التعرف على الاسس الصحيحة و الخطوات العملية لإنجاح هذا النوع من الحملات في ظل الازمات الصحية والاجتماعية وغيرها، خاصة ان هذه الفترة الممتدة منذ ظهور الجائحة قد تستدعي لتنبيه اكثر وتحذير من مخاطر كوفيد- 19 من خلال حملات اعلامية توعوية ضد فيروس كورونا المستجد لنكون بذلك مجتمع متجانس يسعى لإكمال نفسه، وعلى هذا النحو فإن الفصائيات العربية من خلال حملاتها الموجهة لذوي الاعاقة السمعية قد تسهم بشكل كبير في الحد من انتشار المرض على هذا الصدد ثم الاشارة لها في دراستنا من خلال تحليل بعض الحملات الاعلامية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية تحليلا سيميولوجيا والتي تم بثها عبر بعض الفصائيات في مختلف القنوات التلفزيونية العربية ومن الواضح انه توجب علينا الاعتماد على مقاربة "رولان بارت" في تحليلنا السيميولوجي والاعتماد على اسلوب او طريقة IMRAD للإلمام بجميع جوانب الدراسة وعليه قد اعتمدنا على توزيع مضامين دراستنا كالتالي :

- مقدمة : تمثلت في التمهيد، اشكالية الدراسة، اسباب اختيار الموضوع (الشخصية الذاتية والموضوعية) ثم بعد ذلك اهمية الدراسة واخيرا وليس آخرا اهداف الدراسة العلمية والعملية.

- الفصل الاول : قمنا بتحديد الاطار المفاهيمي المتعلق بالدراسة ومن ثم تطرقنا للدراسات السابقة والمشابهة بحيث اعتمدنا على 4 دراسات مشابهة لمضمون دراستنا ومنها تم استخراج نقاط التشابه والاختلاف لتتوصل من خلالها الى نقاط الاستفادة من الدراسة .

- الفصل الثاني : قمنا في هذا الفصل بالإجراءات المنهجية للدراسة والتي تحتوي على مجالات الدراسة الزماني والوثائقي الاعلامي ثم اختيار مجتمع البحث وعينته الدراسة الذي تكون من 4 حملات اعلامية توعوية ضد " فيروس كورونا" والتي بثت في بعض الفصائيات العربية لتتطرق بعدها الى منهج الدراسة وذلك تماشيا مع عنوان البحث، بحيث اعتمدنا على المنهج السيميولوجي لتقودنا بذلك لإختيار الأداة المناسبة لها والتي تمثلت في أداة الملاحظة وفي الاخير قمنا بدراستنا التحليلية السيميولوجية والتي تضمنت التقطيع الفني الخاص بشريط الصوت والصورة لتتوجه بعدها الى المستوى التعييني والتضميني للعينات المختارة .

- نتائج الدراسة الجزئية للمستوى التعييني والتضميني لعينة الدراسة وكذا النتائج العامة وفي الاخير الخاتمة.

(أ) - اشكالية الدراسة:

مع الانتشار الكبير الذي شهده فيروس كورونا في الآونة الاخيرة ، والارتفاع المتزايد لنسبة الاصابات بهذا الوباء في كافة انحاء العالم ، ساهمت وسائل الاعلام بمختلف اشكالها في نشر التوعية الصحية عبر هذه الوسائل ،حتى يتفادى افراد المجتمع الواحد الانتشار الواسع لهذا الفيروس واخذ احتياطات اكثر للتحكم فيه ، ومن بين هاته الوسائل التي ساعدت وبشكل ملموس في الحد من انتشار هاته الجائحة نجد التلفزيون الذي ظل ولا زال يسهر من اجل توفير اكبر عدد ممكن من المعلومات والاحداث والاعبار المتعلقة بفيروس كورونا المستجد لأكبر عدد ممكن من الجمهور الملتقي .

ونظرا لأهمية ذوي الاحتياجات الخاصة داخل هذا الجمهور بإعتبارهم جزء لا يتجزأ من المجتمع ،وعلى وجه الخصوص اصحاب السمع الضعيف والسم البكم ،هذه الفئة التي عانت ولا تزال تعاني من صعوبات التواصل داخل المجتمع ، وخاصة في ظل هاته الازمة الصحية التي تسببت في ازمة انسانية كبيرة ،فرضت توظيفا للغة الاشارة بهدف توعية هذه الفئة بمخاطر كوفيد-19 وذلك من خلال تفعيل دور وسائل الاعلام كالتلفزيون لتسليط الضوء على عملية التوعية الصحية من خلال حملات اعلامية خاصة بذوي الاعاقة السمعية في مختلف الفضائيات العربية حتى تمكن شريحة الصم البكم وضعاف السمع من التعرف اكثر على الاحتياجات الواجب اخذها بعين الاعتبار للوقاية من الفيروس، بحيث تسعى الحملات الاعلامية في الفضائيات التلفزيونية من تقديم مضامين اعلامية وقائية اساسها التوعية والتحسس وشرح الاسباب وتقديم النصائح والارشادات التي تقي من ذلك تجنبنا لتفشي الوباء ،اضافة الى ذلك فإن هذا النوع من الحملات الاعلامية قد يساعد على الرفع من مستوى الوعي العام ،ومحاولة تعزيز مشاركة ودمج الجماهير ذوي الاعاقة السمعية بين افراد المجتمع الواحد ،بحيث يمثل المعاقون سمعيا احد الشرائح المهمة في مجتمعاتنا والتي بحاجة ماسة للاستفادة من الاعلام مثلها مثل غيرها من الشرائح في المجتمع .

لكن من خلال البحث في هذه الدراسة وجدنا انه غالبا ما يتم تجاهلهم وتهميشهم لذلك فهذه الوسائل مطالبة بتقديم خدمات ذات مضامين اعلامية بلغة الاشارة حتى تسهل عليهم عملية التواصل، وبالتالي فإن حاجة المعاقين سمعيا للمضامين الاعلامية تعد ضرورة ملحة لهم، لما له من اهمية واضحة في تشجيعهم على الاندماج في المجتمع ، ومحاولة التعرف على ما الذي يدور من حولهم من احداث ووقائع ومستجدات، وهذا ما شهدناه من خلال الحملات الاعلامية للتوعية من فيروس كورونا والتي من خلالها تم استخدام لغة الاشارة حتى

تسهل عليهم فهم دلالات ومعاني الكلمات من خلال تقديم الحقائق ورفع مستوى الوعي الصحي، فهي تنطوي على تحليل دقيق للظروف والحاجة الملحة للشخص المستهدف واستنادا لما سبق تستهدف هذه الدراسة الاجابة عن التساؤل الرئيسي القائم حول:

فيما تتمثل الابعاد الدلالية للحملات الاعلامية التلفزيونية العربية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية والتي تخص فيروس كورونا؟

ويندرج ضمن هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية تمثلت في:

- ماهي دلالات ومعاني الحملات الاعلامية التلفزيونية العربية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية الخاصة بفيروس كورونا في المستوى التعييني؟

- ما هي دلالات ومعاني الحملات الاعلامية التلفزيونية العربية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية الخاصة بفيروس كورونا في المستوى التضميني؟

(ب) - أسباب اختيار الموضوع :

1- اسباب ذاتية (شخصية) :

- رغبتنا الشخصية في معرفة مدى مساهمة الحملات الاعلامية في توعية ذوي الاعاقة السمعية صحيا
- الرغبة الشخصية في دمج ضعاف السمع والصم في الوسط الاعلامي .
- الرغبة في دراسة الموضوع دراسة تحليلية سيميولوجية باعتبار هاته الحملات عبارة عن دلالات ورموز لتتطابق مع موضوع البحث .
- الاهتمام الشديد بشريحة الصم وضعاف السمع .
- علاقة موضوع الدراسة بمجال الاعلام السمعي البصري .
- الرغبة في التطرق لموضوع الحملات الاعلامية الخاصة بذوي الاعاقة السمعية بإعتباره نسق اتصالي مهم لشريحة الصم البكم وضعاف السمع

2- اسباب موضوعية :

- محاولة اثراء الرصيد العلمي والمعرفي مع تقديم اضافات للبحث العلمي .
- الاعتماد الكلي على المنهج السيميولوجي الذي بدوره يسهل علينا قراءة الدلالات والمعاني بصورة معمقة ودقيقة .
- حداثة موضوع الدراسة وقلة الابحاث الاكاديمية حوله خاصة في مجال السمع البصري
- الاهتمام بالتحليل السيميولوجي وذلك من اجل اكتساب خبرة اكثر فيه .
- قابلية الموضوع للدراسة والبحث العلمي .

(ج) - أهمية الدراسة :

تتركز أهمية الدراسة الحالية في كونها تحاول تسليط الضوء على شريحة ذات أهمية في المجتمع ، وذلك من خلال توفير معلومات حول بعض الحملات الاعلامية الخاصة بذوي الاعاقة السمعية خاصة في ظل جائحة كورونا ، والتي تتجه لها فئة الصم البكم وضعاف السمع حتى تسهل عليهم امكانية التعرف على اعراض الوباء واسباب انتشاره وعدوته مثلا ، وايضا تكمن أهمية بحثنا في حدائته و ندرة الدراسات والبحوث العلمية و الاكاديمية خاصة في تخصص السمع البصري ، وذلك من خلال الحملات الاعلامية التي تبث عبر الفضائيات في لوطن العربي والتي بدورها تساعد هاته الفئة على فك شيفرات بعض المشاكل والصعوبات التي تواجههم خاصة في الحملات التوعوية التحسيسية وهذا ما زاد من أهمية التطرق لموضوع دراستنا وذلك من خلال التعمق فيه اكثر والتعرف على معاني ودلالات الحملات التي تبثها بعض القنوات الفضائية العربية والتي تخص ذوي الاعاقة السمعية .

(د) - أهداف الدراسة :

من الاهداف الهامة التي تتمحور حولها الدراسة اهداف علمية واهداف عملية نذكرها كالاتي :

1- اهداف علمية :

- الكشف عن الابعاد الدلالية للحملات الاعلامية التلفزيونية العربية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية الخاصة بفيروس كورونا .

- التعرف على المعاني والدلالات التعيينية للحملات الاعلامية التلفزيونية العربية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية الخاصة بفيروس كورونا .

- التعرف على المعاني والدلالات التضمينية للحملات الاعلامية التلفزيونية العربية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية الخاصة بفيروس كورونا.

2- اهداف عملية:

- معرفة مدى ملائمة موضوع الدراسة لطبيعة التخصص .

- التدريب والتعود على القيام بالبحوث في ميدان علوم الاعلام والاتصال.

- التدريب على تطبيق منهج التحليل السيميولوجي للحملات الاعلامية التلفزيونية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية .

الفصل الاول الاطار النظري والدراسات المشابهة

اولا :الاطار المفاهيمي للدراسة:

أ (الحملات الاعلامية :

1- تعريف الحملات الاعلامية :

2. انواع الحملات الاعلامي :

3. التخطيط للحملة الاعلامية ومراحل اعدادها:

ب (الاعاقة السمعية :

1- تعريف الاعاقة السمعية :

1-1- تعريف ضعاف السمع:

1-2- تعريف الصم :

2- لغة الاشارة :

1-2- لغة الاشارة في العالم العربي:

3- الصورة الدماغية ودورها في تشكيل الثقافة اللغوية لدى ذوي

الاعاقة السمعية :

4 - التلفزيون ودوره في تثبيت الصور الدماغية لذوي الاعاقة

السمعية:

ثانيا : الدراسات السابقة والمشابهة:

اولا : الاطار المفاهيمي للدراسة

أ) الحملات الاعلامية:

1- تعريف الحملات الاعلامية :

هي عملية اقناع منظمة ومتناسقة تقوم بها عادة وسائل الاعلام الجماهيرية وتتوجه الى الرأي العام والسلوك في محاولة لتحقيق مجموعة من الاهداف ، ويمكن ان تقوم بها طائفة واسعة من المؤسسات والمجموعات و الاشخاص لنفس الغرض وتختلف من تخصص لآخر، فالحملات الاجتماعية تختلف عن الاقتصادية في التصورات والاهداف ، والحملات الاعلامية تندرج ضمن الحملات الاجتماعية التي تعنى بطرح مواضيع وقضايا تحاكي بها المجتمع ، وهي مجموعة الجهود المبذولة والمخططة والتي تهدف الى التعريف والاقناع والتحفيز على تغيير سلوك جماعات محددة من الجمهور لأهداف غير تجارية تهدف الى منفعة الفرد والمجتمع وتتم خلال فترة محددة .¹

وفي تعريف آخر عرفها "جاسبر براجت Brajet jasper" بأنها سلسلة من الرسائل الاعلامية المتصلة والموظفة بمقاييس محددة ، لتحقيق اهداف بعينها معتمدة في ذلك على وسائل اعلامية متعددة والتركيز على استخدام تقنيات متطورة وضرورية لتتبع مسارات الحملة الاعلامية مع ضرورة ان تنسق رسائل الحملة مع الوسائط الاعلامية المختلفة التي تقوم بنقلها ،وذلك بهدف الوصول للجمهور المستهدف وتحقيق اكبر قدر من التأثير.²

وفي تعريف آخر يعتبر مصطلح الحملات الاعلامية له طابعه الخاص في اطار التسويق بصفة عامة، ويقوم على استخدام مبادئ ومهارات علم التسويق واساليب الابداع الاعلامي لترويج افكار وقيم وخدمات اجتماعية وتعميمها على مستوى المجتمع .³

1 - عائشة قرة ،وشان عبد الرؤوف :حملات التوعية الاعلامية الالكترونية الصحية ودورها في ترسيخ الثقافة الصحية ، مجلة الدراسات الاكاديمية ،جامعة الانتساب محمد لمين دباغ، العدد 5 ،مارس 2020 ،ص 20.
2 - بوسعيد رندا ،الحاج سالم عطية: الحملات الاعلامية ودورها في التوعية الصحية للمرأة اثناء موسم الحج ، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ ، جامعة الجزائر 3 ،مجلد 14 ،عدد 1، مارس 2019، ص 80 .
3 - ياسر بن علي الشهري : دراسة نظرية لأحداث نماذج تسويق الافكار والخدمات الاجتماعية والخيرية ، رسالة دكتوراه في الاتصال التسويقي ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ،السعودية ، 2011 ،ص 26 .

(2) - انواع الحملات الاعلامية:

في المجتمعات المعاصرة تقوم حملات التسويق الاجتماعي بدور هام في عملية التغيير الاجتماعي ، لما لها من قدرة على الاقناع والتأثير على تطور المجتمع ، وتقسيم الحملات الاعلامية حسب الهدف المرجو منها الى 3 انواع هي :¹

1- التغيير في المعتقدات: تعتبر عملية تغيير المعتقدات الخاطئة من اصعب عمليات التغيير الاجتماعي ، لأنها نتاج عشرات مئات السنين من التلقين والترسيخ فتتحكم هذه المعتقدات في العديد من سلوكيات الافراد ولعل ما يضيفي على رسوخها في الازهان هو اعتمادها على سند ديني او عرفي .

2- التغيير في الافكار: تعتبر الافكار بعد المعتقدات المستوى الثاني الذي يؤمن به الانسان ، وهذه الحملات تهدف الى تزويد الافراد بمعلومات وزيادة وعيهم بقضية ما كالتحسيس بأهمية التغذية الصحية او اعطاء معلومات حول الوقاية من مرض معين ، وهذا النوع من الحملات يعتبر من ابسط حملات التغيير الاجتماعي لأنها في هدفها لا تحث على تغيير عميق في السلوك على انها يمكن ان تكون تمهيدا للقيام بحملات سلوكية بعد ذلك .

3- التغيير في السلوك: هذا النوع من الحملات يعتبر صعبا في التنفيذ كونه يستهدف تغيير بعض انماط السلوك والعادات التي دأب الافراد على القيام بها لفترة طويلة مما يستلزم استمرار وطول نفس في تثبيت العادات الجديدة .

ايضا يمكن تحديد انواعها على النحو التالي :²

1- حسب جمهورها (صغيرة متوسطة كبيرة) .

2- حسب وسائلها (نشاط تسويقي مفرد مزدوجة متكاملة) .

3- حسب مجالها الزمني (قصيرة متوسطة طويلة) .

4- حسب مضامينها (علاجية وقائية تنموية) .

1 - عيسى بوكرموش : استراتيجيات الاتصال في الحملات الاعلامية دراسة وصفية لاستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، الجزائر، سنة 2013 ، ص 64-66 .
2 - ياسر علي الشهري : المرجع السابق ، ص 90 .

وتقسم الدكتورة "منى سعيد و سلوى إمام علي" الحملات الاعلامية الى:¹

1- **حملات التغيير المعرفي** : يعتبر من اسهل حملات التغيير الاجتماعي، لأنها لا تهدف الى إحداث تغيير عميق في السلوك وانما يتحقق هدفها في اعطاء الافراد المعلومات التي تنطلق بالقضية الاجتماعية.

2- **حملات التغيير السلوكي** : يهدف الى حث الافراد على تغيير بعض انماط السلوك تعتبر من اصعب الحملات ، حيث يصعب تغيير بعض انماط السلوك والعادات التي دأب الافراد على القيام بها لفترة طويلة وعلى الافراد ان يتخلصوا من عادات قديمة ويتعلموا عادات جديدة مختلفة ويستمروا في ممارستها.

3- **حملات التغيير في الفعل** : تعرف بحملات العمل عادة ما تهدف الى اقناع اكبر عدد ممكن من الافراد للقيام بعمل معين خلال وقت محدد ، هذا النوع لا يتطلب فقط اخبار الجماهير واعطاءهم معلومات ولكن حثهم على العمل او فعل ما .

4- **حملات التغيير في القيم** :تهدف لتغيير القيم والمعتقدات وعادة ما ينخفض معدل النجاح فيها الى حد كبير حيث يصعب تحريك القيم والمعتقدات التي يحتفظ بها الافراد منذ فترة طويلة .

- كما حدد الباحثون في تقسيم اخر اربعة انواع رئيسية لحملات التوعية وهي :

- **حملات اخبارية**: تعمل على اوصول معلومات الى الجمهور وتقديم الحقائق والبيانات عن موضوع الحملة.

- **حملات الصورة الذهنية** :المعنية اساسا بنشر وترسيخ صورة ذهنية عن الجهاز او المؤسسة او المشكلة وترسيخها في اذهان المتلقين .

- **حملات تعليمية** : يكثر استخدامها اثناء الكوارث والازمات وتعني بتعليم الناس كيف يتصرفون ويسلكون .

- **حملات اقناعية** : يمتاز هذا النوع بصعوبته وحاجته للتخطيط والتصميم والتنفيذ الدقيق وتعني اساسا

1 - عيبر تباري: الحملات الاعلامية الاذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف ، رسالة مكملة لشهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، سنة 2012 ، ص 90-94 .

بزرع اتجاهات جديدة او تغيير او تعديل اتجاهات قديمة.

(3) - التخطيط للحملة الاعلامية ومراحل اعدادها:¹

من الواضح ان الحملات الاعلامية حتى تصبح ناجحة عليها ان تتبع خطوات ومراحل للتخطيط لها، بحيث يتضح ان الباحثون يختلفون في وضع خطوات مرحلية او نموذجية لبناء الحملات الاعلامية ، الا ان المتفق عليه هو انها تشمل بعض العناصر التي لا ينبغي اغفالها وان اختلف ترتيبها والتي تمثلها في :

1- جمع البيانات وتحديد الاهداف : يقصد بها جمع البيانات التي تتيح لمصممي الحملة اتخاذ انسب القرارات بشأنها .

2- تحديد الجمهور المستهدف : يعتبر الجمهور هو الهدف النهائي من اي عملية اتصالية ويتوقف نجاح الحملات الاعلامية .

(ا) - تحديد الجمهور المستهدف بدقة اذ يعتبر جمهور وسائل الاعلام شديد التنوع من حيث المستويات التعليمية والثقافية والاجتماعية وكذلك المستويات السنية ويتطلب لهذا الاختلاف اجراء الدراسات والبحوث المستمرة للحصول على المعلومات وكذلك تقسيم الجمهور بالاعتماد على تصنيفات الفئات المتلقية الى مجموعات.

(ب) - تحديد استراتيجيات مبتكرة لتوصيل الرسالة الاعلامية للجمهور المستهدف وكذلك الاختبارات القبلية والتي يتم فيها عرض المادة في صورتها شبه نهائية .

3- صياغة الرسالة الاعلامية : هناك جانبان لكل منهما اهمية في مجال الرسالة :

- المتغيرات التي تؤثر في فعالية الرسالة تعتمد فاعلية الرسالة من منظور المتلقي على عاملين الاول

- هو كمية المعلومات التي تم الاتصال بها والثاني الكيفية التي تم تقديم المعلومات بها .

- الشكل او القالب الذي تقدم بها الرسالة يتوقف اختيار شكل الرسالة على المضمون الذي تحويه وعلى الجمهور الموجه الي هذه الرسالة وتختلف الاشكال وفقا لنوع الوسيلة.

1 - عيسى بوكرموش: المرجع السابق ، ص 66- ص75.

4- اختيار الوسائل الاعلامية : هناك عدة معايير لإختيار الوسائل المختلفة تتمثل فيما يلي :

- حجم الجمهور الذي تصل اليه الوسيلة فعلا.
 - خصائص جمهور كل وسيلة .
 - امكانية كل وسيلة للوصول الى جمهورها ومعدلات هذا الوصول .
 - معدلات التعرض لإعلانات التوعية في كل وسيلة .
 - درجة ادراك كل فئة من فئات الجمهور للرسالة الموجهة .
 - تكلفة حملة التوعية في كل وسيلة من الوسائل الاتصالية .
 - معدل التكرار المطلوب للرسالة في كل وسيلة من الوسائل .
 - الخصائص الفنية والتكنولوجية المتاحة لكل وسيلة ولتي من خلالها يتم تقديم الرسالة .
 - الاثر المتوقع تحقيقه من كل وسيلة .
- 5- الجدولة الزمنية للحملة :** بعد ان يقوم المرسل بإختيار الوسائل الاعلامية التي سيستخدمها فإنه بعد ذلك سيحدد الاستراتيجية التي ستسير عليها إذاعة الرسالة على مدار الحملة ويطلق عليها جدولة الحملة.
- 6- تحديد مخصصات الحملة :** يتم تحديد الميزانية الاجمالية للحملة ثم الميزانية الفرعية للفعاليات المختلفة التي سيتم فيها في الوسائل الاعلامية .
- 7- التقويم والتقييم :** يعتبر تقييم الحملة خطوة غاية في الاهمية لأنه على اساسها يتخذ مصمموا الحملة مجموعة من الاجراءات مثل :
- الاستمرار في الحملة اذا كانت الرسالة التي تتضمنها مفهومة ومقبولة لدى الجمهور .
 - تعديل الرسالة اذا كان يشوبها بعض اوجه النقص او سوء الفهم .
 - وقف الحملة ان اثبتت عدم فعاليتها .

(ب) - الاعاقة السمعية :

(1) - تعريف الاعاقة السمعية :

تعني انحراف في السمع يحد من القدرة على التواصل السمعي اللفظي ،كما تشير الى مستويات متفاوتة من الضعف السمعي تتراوح ما بين ضعف سمعي بسيط وضعف سمعي شديد جدا¹ ، وفي تعريف آخر هي اصابة حاسة السمع بخلل او تلف لفقد القدرة على السمع والعجز عن سماع الدفق المتصل والمتكرر من التبادل اللغوي ،فهي قد تكون نتيجة حرمان الفرد من حاسة السمع منذ الولادة او فقد القدرة السمعية قبل تعلم الكلام او بعد تعلم الكلام².

1-1- تعريف ضعاف السمع : هم الذين فقدوا جزءا من سمعهم ولديهم قدرة ضعيفة على الكلام واستخدام اللغة ،ومن ثم يعانون من بعض الصعوبات في عملية التعلم³ ، ويعرف جمال الخطيب ضعف السمع على اساس ان حاسة السمع لم تفقد وظائفها بالكامل فعلى الرغم من انها وظيفة بمعنى انها قناة يعتمد عليها لتطور اللغة⁴ ، وفي تعريف آخرهم الاشخاص الذين يعانون عجزا او نقصا في حاسة السمع بدرجة لا تسح له بالإستجابة الطبيعية للأعراض التعليمية والاجتماعية الا باستخدام وسائل معينة⁵.

1-2 - تعريف الصم : هم الذين فقدوا حاسة السمع قبل ان يتعلموا اللغة والكلام بحيث لا يوجد لديهم اي آثار للتنمية التواصلية عبر اللغة والكلام السابق تواجدها واختزالها⁶.

(2) - لغة الاشارة :

تعتبر لغة الاشارة بمثابة اللغة المرئية للاتصال بين الصم، وهي عبارة عن نظام متطور يعتمد على الرموز التي ترى ولا تسمع وتتم عن طريق تحريك الاذرع والايدي في اوضاع مختلفة فحركة الايدي تؤدي محل الكلمات المنطوقة وتعطينا تغيرات الوجه وحركات الجسم اشارات مرئية تحل محل التعبير الصوتي

1 - اسامة فاروق مصطفى، السيد كامل الشريبي: الاعاقة السمعية، دار المسيرة، الاردن، سنة 2013، ص 47-49 .
 2 - اماني عبد السلام ، محمد سليمان: فعالية برنامج التطبيق المقترح في تحقيق عملية التواصل اللفظي لذوي الاعاقة السمعية بالمرحلة العمرية (4-6) اعوام ، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في العلوم الاسرية علوم التربية، جامعة الخرطوم، الخرطوم ، سنة 2005 ، ص 7 .
 3 - ايمن فوزي، محمد سراج الجوهري : الحاجات النفسية وعلاقتها بالضغط لدى المراهق الاصم ، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في التربية قسم الصحة النفسية ، جامعة الزقازيق ، مصر ، سنة 2006، ص 14 .
 4 - اسامة فاروق مصطفى، السيد كامل الشريبي: المرجع السابق ، ص 50 .
 5 - سرى محمد رشدي: مفهوم الذات وعلاقته ببعض المتغيرات لدى التلاميذ الصم وضعاف السمع في برمج التربية الخاصة بمدينة الرياض، مجلة كلية التربية، جامعة بني سويف ،الرياض، سنة 2008 ، ص 5 .
 6 - ايمن فوزي ، محمد سراج الجوهري : المرجع السابق ، ص 14 .

وتحل العيون محل الاذن في استقبال الرسالة ، لذا فإن لغة الإشارة هي اكثر اساليب الاتصال استخداما بين الصم .¹

1-2- لغة الإشارة في العالم العربي :

يرى الباحث "هانت ومارشال" انه يغلب على لغة الإشارة للصم انها مرتبطة بالبيئة ،لذا تختلف من بلد لآخر ،ويكون اغلب الاختلاف في الاشارات الاصطلاحية ، حسب كل منطقة وبيئتها الاجتماعية هذا الامر الذي شكل لدى البلدان العربية مشكلا مما جعل الباحثين العرب المختصين في هذا المجال التفكير في توحيد لغة الإشارة في العالم العربي ،وذلك جاء نظير القصور الواضحة في القواميس العربية مما تحتويه من مفردات اشارية لا تلبى كافة احتياجاتهم، لاقتصارها على مفردات اشارية لكل دولة على حدى دون اتخاذها الطابع العربي الموحد كان ذلك بمثابة الدافع العربي لإنجاز قاموس اشاري عربي موحد للصم .²

ولأن لغات الإشارة كما هي اللغات المنطوقة تختلف من بلد لبلد، يعتقد البعض ان لغة الإشارة لغة عالمية موحدة، لكنها ليست كذلك ، فهي لغة متأثرة بالمجتمع اللغوي والبيئة الجغرافية المحيطة بها ،بمعنى ان الصم في الجزائر لهم لغة اشارية خاصة بهم وتختلف من مدينة الى اخرى كذلك في الاردن وفلسطين .. ، وان صح التعبير اكبر نستطيع ان القول ان اللهجات الاشارية في داخل البلد كما هو الحال في اللغات المنطوقة، لكن تجمعنا دائما المنطقة العربية الجغرافية والدين والموروث الثقافي والإشارة العربية متأثرة بهذا المشترك ، ولكن كلما ابتعدنا جغرافيا من منطقة الى اخرى تباعدت هذه اللغة على سبيل المثال لا الحصر الصم في بلدان المغرب العربي متأثرون تأثيرا كبيرا بالإشارة الفرنسية لظروف يعلمها الجميع، ومنطقة بلاد الشام وفلسطين والخليج تزيد فيها نسبة الاشارات القريبة عن 90 % بحكم التقارب، لكن في المجمل هناك اشارات عربية منتشرة واكثر شيوعا بين الصم في المنطقة العربية يتواصلون بها³

(3)- الصورة الدماغية ودورها في تشكيل الثقافة اللغوية لدى ذوي الاعاقة السمعية :

قال تعالى " وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ"

1 - مصباح جلاب :فئة الاعاقة السمعية (تجلياتها وطرق التواصل معهم واساليب ارشادهم) ، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية ، جامعة محمد بوضياف، المسيلة ، افريل 2016، ص 10 .

2 - علي عبد النبي حنفي: استقصاء آراء معلمي المعوقين سمعيا حول لغة الإشارة الموحدة للصم، قسم التربية الخاصة ، مقالات المجلة العربية للتربية الخاصة ، كلية التربية جامعة الملك سعود ، السعودية ، العدد 11، سنة 2007 ، ص 53- ص 102 .

3 - هاجر بوغنامي: مذيع الإشارة سمير سمرين للشرق: الجزيرة اول محطة عربية تقدم نشرة للصم ،حوار، متاح على الرابط : <https://m.al-sharq.com/article>، تاريخ الاطلاع 2021-04-30، على الساعة 23:51 .

(سورة البقرة آية -31) .¹

وللتعرف على ماهية الصورة الدماغية يجب ان نتعرف على عملية تسلسل التعليم اللفظي :²

تسلسل التعليم اللفظي

المدخل الحسي ← الادراك ← التصور ← الرمز ← التصور الدماغي

التصنيف	منطوق مكتوب	ربط الادراك بالوعي الادراكي	الوعي التوافق الدقيق للمدخل	سمعي بصري
التعميم	مقروء لغة داخلية	السابق (جزء من الذاكرة)	الحسي اثناء عمل هذا المدخل	حسي
التوصيف				عقلي حركي

جدول يوضح عملية تسلسل التعليم اللفظي

والمقصود بالصورة الدماغية هي صورة محفوظة في ذاكرة الانسان ثم تخزينها مرورا بعمليات تعلم سابقة بواسطة المثيرات الحسية ولكل معنى موجود في اللغة صورة دماغية او رمز ما محفوظ في ملف الذاكرة ،والصور المحفوظة هي التي لها معنى ودلالة يدركها الفرد . فمثلا هناك من لا يجيد لغة الاشارة ولم تكن هناك اية صورة مسبقة لكلماتها فحتما سنجد صعوبة في فهمها ، ولكن في حال ما اذا كانت لدى الاشخاص صورة دماغية لمفرداتها التي تم التعرف عليها مسبقا وتعلمها فهذا قد يسهل عليه عملية التعرف على معانيها ودلالاتها .

والصورة والرمز ليس المقصود بهما لوحة مرسومة او شكل محسوس بل قد تكون فهما ضمنا او لفظا منطوقا. فمثلا عندما نقول هذا الشيء حامض او حلو المذاق او مر كل هذه المفاهيم هي صور دماغية تم تخزينها بالدماغ عبر المراحل سابقة الذكر عن طريق حاسة التذوق .

4- التلفزيون ودوره في تثبيت الصور الدماغية لذوي الاعاقة السمعية : هناك قاعدة صحفية للإعلام المرئي تقول (الكتابة للصورة) اي بمعنى ان يكون الحديث او الكلام المقروء مطابق للصورة والواقع وهذا ما ينطبق تماما على نشرات الاخبار الموجهة للصم ، وكذا كافة المضامين الاعلامية ، اذ يجب ان يحتوي المضمون على الصورة المعبرة مما يساعد مذياع الصم على ايصال المعلومة وتثبيت صور دماغية

1 - القرآن الكريم: سورة البقرة ،الآية 31 .

2 - سمير سمرين: نشرة الصم بقناة الجزيرة "رسالة...ومضمون"، الملتقى السابع للجمعية الخليجية للاعاقه، البحرين، 6-8 مارس 2007، ص 5-7 .

ذات دلالة ومعنى يستشفيها الاصم من خلال لغة الاشارة ،ولمساعدة فئة الصم على تكوين ادراك سليم فما علينا الا ان نحول المثيرات السمعية الى مثيرات بصرية وبالتالي تعويض حاسة السمع واقع الصم من خلال صورهم الدماغية المخزنة بالذاكرة، تأتي فاعلية الاعلام الموجه للاصم في اثراء المفاهيم اللغوية لديه بحفظه لصور دماغية جديدة لكثير من الكلمات والمعاني من خلال عرضه للصورة مصحوبة بترجمة اشارية يتلقاها الاصم ويحلها ويدركها ومن ثم يرمزها (اشاريا) وستصبح بالضرورة مخزنة في ملف الذاكرة كخبرة سابقة يستحضرها عن مشاهدته لها مرة اخرى .

ثانيا الدراسات السابقة او المشابهة :

ان الاعتماد على الدراسات السابقة والمشابهة في البحوث العلمية تعد احد اهم الاجزاء التي يحتويها البحث العلمي والتي تمكننا من فهم الموضوع والاستفادة من ما توصل اليه الباحثون من قبل، وذلك من خلال اطلاع الباحث على اشكالية الدراسة وعينتها واهم النتائج والمنهج المتبع من اجل تمكين الباحث من معرفة الزوايا التي تطرقت اليها هاته الدراسات محاولة منه الكشف عن الجوانب التي لم تعالج بعد ، حيث انه لا يمكن لأي بحث علمي ان يكون بحثا علميا سليما ومتكاملا دون اللجوء الى الدراسات السابقة وعليه اعتمدنا في بحثنا على بعض الدراسات المشابهة التي تناولت الموضوع زوايا مختلفة ونوجز اهم هذه الدراسات فيما يلي :

(أ) - الدراسة الاولى :

(1) - المعلومات الببليوغرافية :

- عنوان الدراسة : الحملات الاعلامية الاذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر - دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف

- اسم الباحثة : تباني عبير .

- الدرجة العلمية: مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع - جامعة محمد خيضر بسكرة - 2011-2012 .

(2) - مضمون الدراسة:

تحديد المشكلة:

تتمحور دراسة الباحثة حول اجراء دراسات علمية اعلامية تحاول تشخيص الوضع الاعلامي التوعوي الخاص بحوادث المرور في الجزائر ، خاصة مع استمرار هذه الحوادث في حصاد الارواح وبشكل كبير، هذه المفارقة تحتم ضرورة معرفة مدى فعالية هذه الحملات الاعلامية المرورية ، وذلك من خلال معرفة توجهات وآراء جمهور السائقين بإختلاف خصائصهم النفسية والاجتماعية وتوجهاتها ومذركاتهم نحو هذه الحملات ، وذلك بهدف الوصول في المستقبل الى حملات اعلامية ذات اهداف محددة واساليب واستراتيجيات ملائمة لتركيبية الفرد الجزائري وطبيعته ،حيث استنتجت من هذه الاشكالية التساؤل الرئيسي التالي :¹

- مامدى فعالية الحملات الاعلامية الفواصل الاعلامية الخاصة بالتوعية المرورية والمقدمة من طرف اذاعة سطيف؟

واعتمدت ايضا الباحثة على طرح الاسئلة الفرعية التالية

- مامدى تعرض جمهور السائقين للفواصل الاعلامية الخاصة بالتوعية المرورية المقدمة من طرف اذاعة سطيف الجهوية؟

- ماهي آراء جمهور السائقين في محتوى هذه الفواصل الاعلانية الخاصة بالتوعية المرورية ؟

- مامدى تذكر جمهور السائقين لهذه الفواصل الاعلانية الخاصة بالتوعية المرورية ولمضامينها ؟

- هل استطاعت هذه الفواصل (كمتغير مستقل) التأثير على المستوى السلوكي لجمهور السائقين بولاية سطيف

- ماهو الدور الذي يلعبه القانون في عملية التوعية المرورية من وجهة نظر جمهور السائقين بولاية سطيف ؟

المنهج المستخدم : اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج المسحي بهدف وصف وتقرير واقع معين لمجتمع او جماعة او نظام محدد في فترة زمنية محددة بوقت اجراء الدراسة .

¹ - عيبر تباني : مرجع سبق ذكره .

العينة وادوات جمع البيانات : اعتمدت الباحثة على العينة غير الاحتمالية (العينة القصدية) تمثلت في 100 مفردة (سائق) وهو عدد كاف للعينة وعليه تم الاعتماد على اداة الملاحظة واستمارة استبيان، لتمكن الباحثة من جمع البيانات بطريقة صائبة .

(3)- نتائج الدراسة :

توصلت الباحثة في هذه الدراسة الى جملة من النتائج نذكر ابرزها :

اظهرت نتائج الدراسة ان اغلبية السائقين يستمعون الى هذه الفواصل ويرجع ذلك الى خصوصية هذا النوع الاعلامي، من حيث قصر مدته وتكراره واستمرار بثه واقتحامه لأجندة التعرض، ما يجعل احتمال التعرض له اكبر، اضافة الى ان الفترة الصباحية اكثر الفترات ملائمة لبث هذه الفواصل التوعوية، وبالتالي ملائمة لجمهور السائقين ، خاصة وانها تتزامن ووقت الخروج الى العمل او الدراسة ، وبالتالي تواجد اغلبية السائقين داخل مركباتهم .

- بينت نتائج الدراسة ان السائقين يفضلون بالدرجة الاولى ان تقدم هذه الفواصل الاعلانية بالعامية (اللهجة المحلية) ، كونها الاقرب الى كل فئات المجتمع باختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية ، يضاف الى ذلك تفضيلهم ايضا لاعتماد هذه الفواصل على اسلوب الشهادة كأسلوب اقناعي ، ويرجع هذا الاختيار الى مصداقية هذا الاسلوب من وجهة نظرهم وابتعاده عن المواقف المصطنعة التي تشعر الجمهور بالنفور، في حين ان اعتماد اسلوب التخويف في اغلب الفواصل الاعلانية لم يحقق اهدافه المرجوة .

- بينت نتائج الدراسة ان هناك نسبة معتبرة من السائقين يتذكرون انهم استمعا الى هذه الفواصل منذ مدة طويلة ، ويتذكرون ايضا المواضيع المعالجة فيها، وقد ظهر ايضا تأثير طبيعة الاستماع لهذه الفواصل الاعلانية على مدى تذكرها على طبيعة التأثير بأسلوب تكرارها .

- كشفت النتائج الخاصة بمدى تأثير الحملات الاعلامية الخاصة بالتوعية المرورية (كمتغير مستقل) على سلوكيات جمهور السائقين ، وان السائقين لا يعتمدون على هذه الفواصل كمصدر للمعلومات وان عدم قدرة الحملات الاعلامية ممثلة في الفواصل الاعلانية الخاصة بالتوعية المرورية على احداث تأثيرات فعلية ودائمة على سلوكيات السائقين ، اكد ان النتائج الايجابية في خطوتي التعرض والتذكر لم.

- كشفت النتائج الخاصة بالدور الذي يمكن ان يلعبه القانون في عملية التوعية المرورية في اطلاع السائقين بفحوى القانون الجديد وبالتعديلات الواردة فيه ، في سياق متصل ظهر ان الاعتماد الملحوظ على الاتصالات الشخصية مرده عدم كفاية الحملات الاعلامية التي قدمتها مختلف الوسائل الاعلامية في التعريف بالقانون وفي التمهييد له وتهيئة السائقين لتقبله ،ويظهر من هذه النتائج الاتجاه السلبي للسائقين ليس نحو القانون كوسيلة توعية في حد ذاته بدليل اعتبارهم ان تطبيقه بالشكل العادل هو اهم حل للمشكلة المرورية، ولكن نحو طريقة اعتماده وتطبيقه

- اظهرت النتائج تأثيرات المتغيرات السوسيوديمغرافية المعمول بها في الدراسة (السن الجنس المستوى الدراسي) على آراء وتوجهات وسلوكات جمهور السائقين، حيث اظهرت ان المرأة اقل عرضة لحوادث المرور من الرجل والاكثر احتراماً لقواعد وقوانين المرور والاكثر تأثراً بأسلوب التخويف، ايضاً زيادة الاستماع بإهتمام وتركيز قد ترتفع بارتفاع المستوى التعليمي وتبقى الاذاعة الوسيلة المشتركة بين مختلف المستويات التعليمية .

-علاقة الدراسة الحالية بالدراسة المشابهة:

- **اوجه الشبه:** تتشابه دراستنا مع الدراسة المشابهة من حيث :
- كلتا الدراستان يشتركان في نفس التخصص
- كلتا الدراستان يدرسان الحملات الاعلامية الخاصة بالتوعية .
- كلاهما اعتمد على العينة القصدية غير الاحتمالية .
- **اوجه الاختلاف:** تختلف دراستنا مع الدراسة المشابهة من حيث
- ركزت دراستنا المعنونة بخصوصية الحملات الاعلامية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية على تحليل حملات اعلامية لفيروس كورونا المخصصة لذوي الاعاقة السمعية عبر الفضائيات العربية ،اما الدراسة المشابهة السالف ذكرها اعتمدت الباحثة على دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف.

-اختلفت دراستنا على الدراسة السابقة ذكرها من حيث المنهج المستخدم، فهي اعتمدت على المنهج المسحي في حين دراستنا اکتفت بالاعتماد على منهج التحليل السيميولوجي ، ايضا هناك اختلاف في اداة جمع البيانات فدراستنا قد اعتمدت على اداة واحدة لجمع البيانات والتي تمثلت في اداة الملاحظة ، في حين الدراسة السابقة اعتمدت على اداة الملاحظة واستمارة الاستبيان.

- اختلفت ايضا دراستنا في كونها المتغير الثاني للدراسة يشير للحملات الاعلامية الاذاعية الخاصة بالتوعية المرورية ،في حين دراستنا تتحدث عن الحملات التلفزيونية الخاصة بذوي الاعاقة السمعية .

-نقاط الاستفادة :

- تم الاستفادة من الدراسة المشابهة في الجانب النظري فيما يتعلق بالحملات الاعلامية .

(ب) - الدراسة الثانية :

1- المعلومات البليوغرافية :

- عنوان الدراسة: استراتيجية الاتصال في الحملات الاعلامية دراسة وصفية لاستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية .

- اسم الباحث: عيسى بوكرموش .

- الدرجة العلمية : مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص استراتيجي ، جامعة الجزائر 3 ، سنة 2012- 2013 .

ثانيا مضمون الدراسة :

تحديد المشكلة: تتمحور دراسة الباحث حول الاستراتيجيات الاتصالية التي ينبغي انتهاجها لضمان نجاح الحملات التوعوية ضمن وجود خطة استراتيجية مرسومة من الجهة القائمة بالتوعية وذلك من مدخل استراتيجية تكاثف الوسائل الاعلامية والقنوات الاتصالية لضمان الوصول الى الجماهير المستهدفة وفي هذا الاطار انصبت اشكالية هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي المتمثل في :¹

¹ - عيسى بوكرموش : مرجع سبق ذكره .

- كيف ينسق المركز الوطني للوقاية والامن عبر الطرق جهوده الاتصالية في ادارته للأمن المروري بولاية غرداية؟

واعتمد الباحث على طرح الاسئلة الفرعية التالية:

- هل يعتمد المركز الوطني للوقاية والامن عبر الطرق على استراتيجية اتصالية واضحة قائمة على التنسيق المشترك بين كل الاطراف المعنية بالسلامة المرورية ؟

- اين تكمن فعالية الحملات الاعلامية التي يقوم بها المركز الوطني للوقاية في الجزائر وكيف يتم تصميم وتخطيط الاستراتيجية الاتصالية لنجاحها ؟

-ماهي اطراف التوعية المرورية بولاية غرداية ؟

- كيف ساهمت الاذاعة المحلية لولاية غرداية في تفعيل هذه الاستراتيجية ؟

-هل كانت الاستراتيجية الاتصالية للمركز الوطني للوقاية ناجحة في ضبط الامن المروري بولاية غرداية؟

المنهج المستخدم في الدراسة: اعتمد الباحث في هاته الدراسة على منهج المسح الوصفي ، والذي يتبع وصف وتوثيق الاوضاع او الاتجاهات الحالية للدراسة .

عينة الدراسة وادوات جمع البيانات: تمثلت العينة في اختيار الباحث لأطراف التوعية لولاية غرداية كعينة لإجراء الدراسة عليها بتقييم استراتيجية المراكز الاتصالية خلال سنة الحملة التي قام بها بالشراكة مع الاذاعة الوطنية بمجموع اذاعاتها الموضوعاتية والجهوية لسنة 2010 ، وعلى هذا الاساس قام الباحث بإختيار اداتين لجمع البيانات والتي تمثلت في المقابلة و الملاحظة .

ثالثا نتائج الدراسة:

توصل الباحث في هذه الدراسة الى جملة من النتائج نذكر اهمها :

- غياب تفعيل حقيقي لقانون المرور الساري وهو قانون المرور لسنة 2001 الى غاية صدور الامر رقم 03-09 في جويلية 2009 المعدل والمتمم لقانون رقم 01-14 المؤرخ في اوت 2001 ، مما لم يفي الردع اللازم لأصحاب المخالفات المرورية الناتجة عن عدم احترام قوانين المرور، وبالرغم ان

الاحصائيات تشير الى ان ارتفاع عدد الوفيات في تلك السنة في ولاية غرداية فإن تحليل الحوادث اشارت الى ان ارتفاع عدد الوفيات كان راجعا الى وقوع حادثين مأساويين منفصلين زمنيا وقعا في نفس المنطقة تقريبا

- تزامن تفعيل القانون الجديد بإطلاق الحملة السنوية التوعوية التي اطلقتها الاذاعة الوطنية تحت اشراف المركز الوطني للوقاية والامن عبر الطرق ، مما شكل تكاملا استراتيجيا للدفع اكثر بالعمل الوقائي من خلال المزوجة بين العمل التشريعي والعمل التوعوي التحسيبي .

- ارتفاع حدة الحوادث الامر جعل مختلف الجهات تدق ناقوس الخطر والرجوع مرة اخرى الى التطبيق الصارم لقانون المرور، اذ ان تساهل السلطات الامنية في تطبيق قانون المرور ادى الى زوال الخوف عند السائقين من ان تطالهم العقوبات .

علاقة الدراسة الحالية بالدراسة المشابهة :

- **اوجه التشابه** تتشابه دراستنا مع الدراسة السابقة في :
- كلاهما يدرس متغير الحملات الاعلامية التوعوية.
- كلاهما يشتركان في نفس التخصص علوم الاعلام والاتصال .
- **اوجه الاختلاف** تختلف دراستنا مع الدراسة المشابهة في :
- ركزت دراستنا على خصوصية الحملات الاعلامية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية في حين تكون الدراسة المشابهة قد اعتمدت على استراتيجية الاتصال في الحملات الاعلامية .
- اختلفت دراستنا عن الدراسة المشابهة في كون ان الدراسة المشابهة هي دراسة وصفية في حين دراستنا هي دراسة تحليلية سيميولوجية
- اعتمدت الدراسة المشابهة على المنهج الوصفي اما دراستنا قد اعتمدت المنهج السيميولوجي.

- اختلفت دراستنا عن الدراسة السابقة انها قد اعتمدت على مجموعة من الحملات الاعلامية عبر الفضائيات العربية كعينة للدراسة ،في حين ان الدراسات السابقة قد اختار الباحث فيها اطراف التوعية لولاية غرداية كعينة لإجراء الدراسة عليها وذلك بتقييم استراتيجية المراكز الاتصالية .

- نقاط الاستفادة :

- استقننا من الدراسة السابقة فيما يخص الجانب النظري المتعلق بالاطار المفاهيمي على وجه الخصوص الحملات الاعلامية وذلك نظرا لقلّة المراجع الخاصة بالحملات الاعلامية .

(ج) - الدراسة الثالثة :

(1) - المعلومات البليوغرافية:

- عنوان الدراسة : استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الاعلام والاشباعات المحققة.

- اسم الباحث : عبد الغني بوزيان .

- الدرجة العلمية : دراسة منشورة في مجلة علمية دولية محكمة ، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية ، جامعة الشيخ العربي التبسي تبسة - العدد 11 ، سنة 2016، ص 11-27.

(2) - مضمون الدراسة :

تحديد المشكلة :

تتمحور مشكلة الدراسة حول استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الاعلام حيث تأخذ الدراسة العوامل المؤثرة ، مثل العوامل الديمغرافية ونوع المحتوى الذي يتم التعرض له وطبيعة الاشباعات المتحققة من هذا التعرض ، وتعتمد هذه الدراسة في بنائها وفروضها على مدخل الاستخدامات والاشباعات الامر الذي جعل من الباحث يتطرق الى طرح التساؤل الرئيسي والمتمثل في:¹

- ما طبيعة استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الاعلام وماهي الاشباعات المتحققة ؟

¹ - عبد الغني بوزيان: استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الاعلام والاشباعات المتحققة، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الشيخ العربي التبسي، تبسة، العدد 11 ، سنة 2016 ، ص 11-ص 27 .

واعتمد الباحث على تساؤلات فرعية التي من خلالها حاول معالجة الموضوع بالاجابة عليها.

- ماهي وسائل الاعلام التي يتعرض لها ذوي الاحتياجات الخاصة بعينة الدراسة ؟

- مامدى تعرض ذوي الاحتياجات الخاصة (عينة الدراسة) لوسائل الاعلام وماهي فترات التعرض ؟

- ماهي انماط تعرض (المشاركة في التعرض النشاط المصاحب للتعرض) ذوي الاحتياجات الخاصة (عينة الدراسة) لوسائل الاعلام ؟

- ماهي الاشباع المتحققة لذوي الاحتياجات الخاصة (عينة الدراسة) من التعرض لوسائل الاعلام ؟
المنهج المستخدم : في الدراسة اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لطبيعة الموضوع ولتصنيف الحقائق والبيانات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها وتحديدها بالصورة التي هي عليها كميًا وكيفيًا.

عينة الدراسة وادوات جمع البيانات: اعتمد الباحث في هذه الدراسة على العينة الطبقية ، وهي من النوع العشوائي ، تمثلت في المجتمع الكلي وهو ذوي الاحتياجات الخاصة المتواجدون بالمراكز البيداغوجية الثلاث (تبسة متمثلا في المركز البيداغوجي للمتخلفين ذهنيا وعددهم 117 بكارية متمثلا في مركز الاطفال الصم البكم وعددهم 19 ام البواقي متمثلا في مدرسة المكفوفين وعددهم 134 .

(3)- نتائج الدراسة:

خلصنا لدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها :

- انماط تعرض ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الاعلام ، جاء التلفزيون في المرتبة الاولى كأكثر وسيلة اعلامية يتعرض لها المبحوثين من ذوي الاحتياجات الخاصة ، ثم في المرتبة الثانية الانترنت من حيث حجم التعرض، ثم الصحف في المرتبة الثالثة لتاتي الاذاعة في المرتبة الاخيرة .

- دوافع تعرض ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الاعلام حيث كشفت الدراسة ان ذوي الاحتياجات الخاصة لا يختلفون كثيرا عن غيرهم ، الا ان ما يلفت الانتباه هو عدم اختيار المواضيع المتعلقة بالاعاقة في قائمة اختياراتهم للقضايا التي يهتمون بها .- وكشفت الدراسة ان اجابات ذوي الاحتياجات الخاصة الذين يتعرضون لوسائل الاعلام بدافع التعرض لها للتسلية والترفيه عن النفس جاءت الاولى من

اجمالي الاجابات، ثم جاءت في المرتبة الثاني الاجابات التي تعبر على دافع التعرض بحكم انها تزيدهم في المعرفة والثقافة والاطلاع، اما المرتبة الثالثة جاءت كونها تفيدهم في جمع المعلومات والابخار حول البيئة المحيطة لتأتي المرتبة الرابعة الى كونها تعينهم على الهروب من الواقع الذي يعيشونه، اما المرتبة الخامسة جاءت لكون ذوي الاحتياجات الخاصة يودون التعرف على الخدمات المقدمة لهم ، اما المرتبة الاخيرة انتت لكون ان هذه الوسائل يبحثون بها عن حلول لمشاكل ذوي الاحتياجات الخاصة .

- احتياجات ذوي الاحتياجات الخاصة من وسائل الاعلام توصلت الدراسة الى حقيقة اجمع عليها غالبية ذوي الاحتياجات الخاصة وهي انهم يحتاجون الى مضامين خاصة بهم .

علاقة الدراسة الحالية بالدراسة المشابهة:

- **اوجه التشابه** : تتشابه دراستنا مع الدراسة المشابهة من حيث:

- تشترك هذه الدراسة ودراستنا في كونهما يعالجان نفس الفئة اي ذوي الاحتياجات الخاصة ، والتي من بينهم ذوي الاعاقة السمعية .

- تشتركان في نفس التخصص .

- **اوجه الاختلاف**: تختلف دراستنا مع الدراسة المشابهة في:

- اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا كونها اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي ، اما دراستنا اعتمدت على المنهج السيميولوجي .

- اختلفت ايضا في عينة الدراسة بحيث تكون دراستنا قد تمثلت في العينة القصدية ، اما الدراسة المشابهة قد اعتمدت على العينة الطبقية .

- دراستنا الحالية تخصصت في ذوي الاعاقة السمعية فقط كفتة من فئات ذوي الاحتياجات الخاصة ، في حين الدراسة المشابهة اعتمدت على ذوي الاحتياجات الخاصة بصفة عامة .

- دراستنا اعتمدت على الحملات الاعلامية ، في حين الدراسة المشابهة اعتمدت على الاستخدامات و الاشباع الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة .

- نقاط الاستفادة :

- تم الاستفادة من الدراسة السابقة انها قد قدمت لنا معلومات موضحة ووفيرة متعلقة بذوي الاعاقة السمعية.

(د)- الدراسة الرابعة:

(1)- المعلومات الببليوغرافية :

- عنوان الدراسة : أثر خطبة الجمعة بلغة الاشارة على عينة من الافراد ذوي الاعاقة السمعية وفقا لعدد من المتغيرات.

- اسم الباحثان: محمد ابو شعيرة ، ابراهيم حماد .

- الدرجة العلمية: دراسة منشورة في مجلة علمية دولية محكمة ، مجلة جامعية النجاح للابحاث ، العدد 33 (2) ، سنة 2019 ، ص 160-176 .

(2)- مضمون الدراسة :

تحديد المشكلة:

تتمحور مشكلة الدراسة حول الاطلاع على فضائل يوم الجمعة كما وردت في القرآن الكريم والسنة النبوية ولمعرفة اثر ترجمة خطبة الجمعة بلغة الاشارة على عينة من ذوي الاعاقة السمعية وفقا لعدد من المتغيرات ودمج ذوي الاعاقة السمعية بشكل خاص في المجتمع عموما ، وعليه تمت صياغة مشكلة دراستهم على النحو التالي:¹

- ما اثر خطبة الجمعة بلغة الاشارة على الصم ؟

- هل هناك فرق دال احصائيا في درجة اثر ترجمة خطبة الجمعة بلغة الاشارة على الصم تبعا لمتغيرات

الدراسة (درجة الاعاقة السمعية والعمر ومستوى التحصيل) ؟

1 - محمد ابو شعيرة ، ابراهيم حماد : أثر خطبة الجمعة بلغة الاشارة على عينة من الافراد ذوي الاعاقة السمعية وفقا لعدد من المتغيرات ، مجلة جامعية النجاح للابحاث ، العدد 33 (2) ، سنة 2019 ، ص 160-176

المنهج المستخدم: استخدمت الدراسة المنهج الوصفي من خلال اعداد استمارة استبيان وتطبيقها على المشاركين في الدراسة .

العينة المستخدمة في الدراسة : اعتمد الباحثان على العينة القصدية تمثلت في 18 فرد مشارك في الدراسة من ذوي الاعاقة السمعية ممن يحضرون خطبة الجمعة .

(3) - نتائج الدراسة: تتوصل الباحثان في هذه الدراسة الى جملة من النتائج نذكر اهمها :

- يعزو الباحثان هذه النتيجة الى نجاح مترجم خطبة الجمعة بلغة الاشارة في اقبال موضوع الخطبة الى المصلين من ذوي الاعاقة السمعية بطريقة جيدة ، وتعزى هذه النتيجة الى اهمية ترجمة خطبة الجمعة بلغة الاشارة ، حيث تزيد الدافعية عند الافراد ذوي الاعاقة السمعية لحضور صلاة الجمعة والتفاعل مع الافراد السامعين في المجتمع ، مما يفعل عملية دمجه بشكل حقيقي ، يرى الباحثان ان هذه النتيجة تتوافق مع خبرتهما في ترجمة خطبة الجمعة باللغة الانجليزية في المراكز الاعلامية في بريطانيا ، حيث ان المصلين فيها من جنسيات مختلفة يتكلمون لغات مختلفة وتتفق النتيجة مع الدراسات التي دعت الى ضرورة دمج الافراد ذوي الاعاقة السمعية في المجتمع في كافة جوانب الحياة ، كما ان هذه النتائج تتفق مع الدراسات التي اشارت الى اهمية الترجمة بلغة الاشارة الصم في المجتمع والتي اشارت الى ضرورة ترجمة جميع المواقف الحياتية بلغة الاشارة ومنها المواقف التعليمية في المسجد والمدرسة وغيرها ، كما تشير هذه النتائج الى فعالية الترجمة بلغة الاشارة واستفادة الحضور منها بشكل جيد .

علاقة الدراسة الحالية بالدراسة المشابهة:

- **اوجه التشابه** تتشابه دراستنا مع الدراسة المشابهة من حيث:
- كلاهما يشتركان في نفس المتغير الا وهو ذوي الاعاقة السمعية .
- كلاهما يشتركان في نفس نوع العينة (العينة القصدية) .
- **اوجه الاختلاف** تختلف دراستنا مع الدراسة المشابهة في :
- اختلفتا الدراستان في كون ان الدراسة الحالية قد ركزت على الحملات الاعلامية المخصصة لذوي

الاعاقة السمعية ، اما الدراسة المشابهة قد عالجت دراستها من منظور آخر الذي يتمثل في اثر ترجمة خطبة الجمعة بلغة الاشارة على عينة من ذوي الاعاقة السمعية.

- اعتمدت الدراسة المشابهة على المنهج الوصفي ، اما دراستنا قد اعتمدت على المنهج السيميولوجي .

- نقاط الاستفادة :

- الاستفادة من المعلومات المتعلقة بذوي الاعاقة السمعية والتي من بينها لغة الاشارة التي من خلالها تم الاعتماد عليها في الحملات الاعلامية الخاصة بشريحة الصم البكم وضعاف السمع .

الفصل الثاني

الاجراءات المنهجية والدراسة التحليلية

اولا الاجراءات المنهجية للدراسة :

(ا) - مجالات الدراسة :

1 . المجال الزمني:

2 . المجال الوثائقي والاعلامي :

(ب). مجتمع البحث وعينة الدراسة :

(ج) . منهج الدراسة:

(د) ادوات جمع المعلومات :

ثانيا الدراسة التحليلية:

ثالثا نتائج الدراسة :

1 . النتائج الجزئية :

2 . النتائج العامة :

اولا الاجراءات المنهجية للدراسة :

(ا) - مجالات الدراسة :

1-1-المجال الزمني :

1-1- الدراسة الاستطلاعية : في هذه المرحلة والتي يطلق عليها ايضا بالمرحلة الاستكشافية او الاولى ، والتي قمنا فيها بمتابعة بعض الفيديوهات التي تحتوي على مضامين خاصة بفئة الصم البكم وكان ذلك خلال فترة الحجر الصحي ، والشيء الذي شد انتباهنا لهاته الفئة من المجتمع كونهم بحاجة ماسة للتعرف على آخر المستجدات حول فيروس كورونا المستجد ، لكن خلال هاته الفترة وجدنا انهم لم يحظوا بإستجابة كبيرة كونهم افراد من المجتمع الواحد عكس ماشهدناه في مختلف الفضائيات الاجنبية والتي بدورها تهتم بهم في فضائياتها مما جعلت بعض الاوقات مخصصة لهم ، فمثلا دولة السويد تسعى لتوفير وقت خاص على قناتها (STV24) لأصحاب الهمم شريحة الصم البكم وضعاف السمع والتي تقوم بترجمة الاخبار والبرامج بمختلف انواعها¹ وهذا ما جعلنا نقوم بالبحث اكثر عن القنوات العربية التي تساهم ولو بالقليل لإثبات وجود هذه الشريحة من المجتمع من خلال حملات توعية تحسيسية ضد فيروس كورونا المستجد والمخصصة لذوي الاعاقة السمعية ،ونظر الاختلاف الوضع عن السنوات الفارطة كانت العودة للموسم الجامعي الجديد في فترة متأخرة ،بحيث كانت مناقشة موضوع الدراسة مع الاستاذة المؤطرة بتاريخ 06-11-2020 ، وذلك بإضافة بعض التعديلات حوله حتى يتماشى ومنهج الدراسة ونوعها ومن ثم اختيار عينة الدراسة ، وذلك عن طريق بعض الحملات الاعلامية التي قمنا بالبحث عنها سالفا في بعض الفضائيات العربية الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة الموجهة لذوي الاعاقة السمعية بالدرجة الاولى والاشخاص العاديين كذلك ،وهذا راجع لزيادة التعرف على اعراض الوباء وكيفية الوقاية منه وكذا طرق انتشاره ، وكان ذلك بعد بحث مطول في بعض الفضائيات العربية ، وايضا عبر مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لهذه الفضائيات ، وبالتالي بعد اختيارنا لمجموعة من الحملات التوعوية التحسيسية المخصصة لذوي الاعاقة السمعية هذا العدد الكافي الذي يمكننا من دراسة الموضوع وجمع العدد المطلوب من العينة ، وعليه قد انتهت دراستنا الاستطلاعية بتاريخ 13-01-2021 .

2-1- الدراسة النظرية:

1 - متاح على الرابط : <https://www.facebook.com/sabah.boutras> ، تاريخ الاطلاع 10-01-2021 ، على الساعة 22:23.

كانت بداية دراستنا النظرية بعد الموافقة الرسمية من طرف قسم علوم الاعلام والاتصال على موضوع الدراسة وكان ذلك يوم 27 جانفي 2021 تحديدا ، ومن ثم تمت بداية البحث عن المراجع والمصادر التي نحن بحاجة لها في دراستنا ، ونظرا لكون الدراسة حديثة وخاصة في مجال علوم الاعلام والاتصال "سمعي بصري" توجهننا للبحث عن المراجع التي تحتوي على المتغير الثاني للدراسة الا وهو (الاعاقة السمعية وكل ما يتعلق بها) وكان ذلك من خلال البحث عبر مكتبة الجامعة وايضا على شبكة الانترنت، ثم تطرقنا الى البحث عن المراجع المتعلقة بالحملات الاعلامية لكن نظرا لقلتها خاصة في المكتبة الجامعية وجدنا صعوبة في الحصول عليها وكذلك هو الحال في جامعة الوادي حمة لخضر وايضا عبر شبكة الانترنت ، مما اضطرنا للجوء الى مذكرات التخرج والمقالات العلمية والدراسات الخاصة بالحملات الاعلامية، ثم بعد ذلك قمنا بالبحث في مكتبة الجامعة على الكتب والمراجع العلمية المتعلقة بالمنهج السيميولوجي والبحث العلمي ، ومن هنا يمكننا القول بأن عملية البحث عن المراجع والمصادر التي لها علاقة بموضوع البحث قد انتهت يوم 28-4-2021 .

3-1- الدراسة التحليلية :

كانت بداية دراستنا التحليلية بتاريخ 19-04-2021 وذلك بعد الانتهاء من جمع كافة المعلومات والمراجع والعينة اللازمة ، حتى نتمكن بذلك من تحليل المضامين الاعلامية الخاصة بعينة البحث والمتمثلة في مجموعة من الحملات الاعلامية التحسيسية ضد فيروس كورونا ، والتي تم توجيهها لكافة المجتمع وعلى وجه الخصوص ذوي الاعاقة السمعية ، اذ انتهت عملية تحليل الحملات سيميولوجيا بتاريخ 29-05-2021.

(2) - **المجال الوثائقي الاعلامي:** يتمثل المجال الوثائقي الاعلامي لدراسنا في الاعتماد على 4 فضائيات عربية بثت فيها الحملات الاعلامية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية والتي قمنا باختيارها كعينة في حملتنا :

- **الحملة الاولى :** "حملة كلنا ضد فيروس كورونا" بثت على قناة الشروق TV .

- **لمحة عامة عن قناة الشروق :** فضائية تلفزيونية جزائرية خاصة تابعة لمجمع الشروق تقوم بتقديم كل

ماهو جديد ومتعلق بالشأن الجزائري في كافة المجالات والتي انطلق بثها عبر التلفزيون عام 2011¹ حتى الآن مضامينها الاعلامية متنوعة تحمل شعار " قناة كل العائلة".

- في هذه الفضائية الجزائرية تم بث الحملة الاعلامية الخاصة بالتوعية الصحية ضد فيروس كورونا والتي تخاطب فيها كل افراد المجتمع عامة وذوي الاعاقة السمعية خاصة ، وذلك كان خلال فترة ظهور الفيروس في الجزائر حيث انها حملت عنوان "كلنا ضد فيروس كورونا " .

الحملة الثانية: " 5 طرق انتقال فيروس كورونا " قناة الرؤية TV.

- **لمحة عن قناة الرؤية TV:** ترصد الاحداث في جميع محافظات سلطنة عمان مضامينها الاعلامية متنوعة.² توضح لنا هذه الحملة طرق انتقال فيروس كورونا والذي جاءت في فترة ظهور الفيروس تحمل بذلك رسالة توعوية ضد الوباء .

- **الحملة الثالثة :** " معلومات عن فيروس كورونا " على قناة الجزيرة

- **لمحة عامة عن القناة :** قناة اعلامية موجهة لكافة الدول العربية خدمتها الاعلامية عربية الانتماء عالمية التوجه شعارها " الرأي والرأي الآخر" مقرها الدوحة القطرية تأسست 1996.³ خلال الفترة الممتدة في ظهور الفيروس اطلقت القناة حملة تحسيسية توعوية ضد فيروس كورونا لتساعد بها فئة الصم والبكم وضعاف السمع من اخذ التدابير اللازمة ضد الفيروس ، والتي عرضتها في شكل مراحل ، كما نرى انها تعني ايضا الاشخاص الاصحاء .

- **الحملة الرابعة :** "حملة توعية من فيروس كورونا للصم والبكم".

- **لمحة عن قناة السومرية :** فضائية تلفزيونية عراقية مستقلة محدودة المسؤولية تأسست في سبتمبر 2004 تحت شعار "نبث الحياة مضامينها الاعلامية متنوعة".⁴ جاءت هذه الحملة نتيجة ظهور الفيروس لتوعية وتحسيس الصم وضعاف السمع من الفيروس وكذا الاشخاص العاديين.

(ب) - مجتمع البحث وعينة الدراسة :

1 -متاح على الرابط : <https://www.iqraa.news/technology> ،تاريخ الاطلاع 2021-05-10 على الساعة 11:40 م .
2 - متاح على الرابط : <https://alroya.om/post/207961> ،تاريخ الاطلاع 2021-05-10 ،على الساعة 11:40 م
3 - متاح على الرابط : <https://www.aljazeera.net> ، تاريخ الاطلاع 2021-05-10 ، على الساعة 11:00 م
4 - متاح على الرابط : <https://www.alsumaria.Tv> ، تاريخ الاطلاع 2021-05-10 ، على الساعة 11:40 م

يقوم الباحث بتحديد مجتمع الاصل تحديدا واضحا ودقيقا، ومعرفته معرفة جيدة ودراسته بشكل واف قبل اية نقطة ويسمى بعض الباحثين مجتمع الاصل بمجتمع الباحث ،وهو المجتمع الذي يجري عليه الباحث بحثه اي المجتمع نفسه ¹ حيث انه يتطلب لدراسة ظاهرة او مشكلة ما توفر بيانات ومعلومات ضرورية عن هذه الظاهرة او المشكلة لتساعد الباحث في اتخاذ قرار او حكم مناسب حيالها ، و لضمان تمثيل سليم وشامل لمجتمع الدراسة فإنه لابد من اختيار عينة² من المجتمع المراد بحثه بحيث يجري عليه البحث ومن ثم تعميم النتائج، حيث انه المجتمع الاصلي لدراستنا تمثل في كل الحملات الاعلامية العربية التلفزيونية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية.

ولتحديد عينة البحث اعتمدنا على العينة القصدية او العمدية **Purposive Sample** ، وفيها يتقصد الباحث اختيار عينته ، بحيث يتحقق في كل منهم شروط معينة ،ويعتقد الباحث عند اختياره هذه العينة انها تمثل المجتمع افضل تمثيل .ولكن الدراسات التي اجريت على هذا النوع من العينات ترى انه اذا لم تتوافر لدى الباحث اساس موضوعي يستند اليه حكمه فإن هذه الحالات نمطية ، واذا لم يتوافر لديه محك خارجي يؤكد سلامة حكمه فإنه لا يقبل التعميم من نتائج بحثه³ ، لكنها قد تساعدنا على التأطير الشخصي في بحثنا وذلك بإعتمادنا على العينة الانسب للدراسة ،خاصة وان طبيعة بحثنا السيميولوجي تتطلب ذلك وعليه قمنا بإختيار مجموعة من الحملات الاعلامية تكونت من 4 حملات اعلامية من مختلف الفضائيات العربية ، والتي وقع فيها اختيارنا على حملة من المغرب العربي (الجزائر) وحملتين من الخليج العربي (قطر - عمان) ، والحملة الرابعة في بلاد الشام (العراق)، والتي تتحدث عن الوقاية من فيروس كورونا الموجهة لذوي الاعاقة السمعية خاصة والمجتمع ككل عامة ،وعليه خلال دراستنا للعينات المختارة وجدنا تكرار في المعلومات قد يعيق طريقة تحليلنا للحملات لذا قمنا باختيار من كل حملة تحتوي على تكرار مقطع يمثل عنوان معين يحتوي على عدة لقطات تم تحليلها في شكل مراحل او متتاليات، والتي جاء اختيارنا لها على النحو التالي :

العناصر المختارة من الحملة	العناصر داخل الحملة	عنوان الحملة	
- اختيار الحملة بأكملها	-المقطع 1 تنبيه -المقطع 2 اساليب الوقاية	كلنا ضد فيروس كورونا	الحملة الاعلامية الاولى

1 - وجيه محبوب : البحث العلمي ومناهجه ، دار المناهج، الاردن، سنة 2015 ،ص 155 .

2 - ربحي مصطفى علبان :البحث العلمي (اسسه ، مناهجه واساليبه ، اجراءاته) ، بيت الافكار النولية ، الاردن ، ص 159 .

3 - رحيم يونس كرو العزاوي : مقدمة في منهج البث العلمي ، دار دجلة ، الاردن ، 2008 ، ص 173.

	-المقطع 3 اعراض -المقطع 4 نصيحة		
- اختيار الحملة بأكملها	تمثل في مقطع واحد تشكل في طرق الانتقال عبر مراحل	5 طرق انتقال عدوى كورونا	الحملة الاعلامية الثانية
- افتتاحية الحملة -الاعراض	-المقطع 1 افتتاحية -المقطع 2 الاعراض -المقطع 3 اساليب الوقاية	معلومات عن فيروس كورونا	الحملة الاعلامية الثالثة
- التعريف بالحملة - اساليب الوقاية	-المقطع 1 التعريف بالحملة -المقطع 2 الاعراض -المقطع 3 اساليب الوقاية		الحملة الاعلامية الرابعة

جدول يمثل المقاطع المختارة من الحملات الاعلامية

وعلى هذا النحو جاء ترتيبنا لهذه الحملات كالتالي:

(1) - التنبيه من فيروس فيروس كورونا .

(2) - طرق انتقال فيروس كورونا .

(3) - اعراض فيروس كورونا .

(4) - طرق واساليب الوقاية من فيروس كورونا.

كما هو الحال بالنسبة لبعض الكلمات المختارة من لغة الإشارة في هذه الحملات، وبذلك وقع اختيارنا في كل مقطع من العينات لبعض الحركات والايماءات، حتى نحللها وفق نظرتنا الشخصية وتحليلنا لكل حركة ومحاولة تفسيرها مع الاستعانة بقاموس لغة الإشارة في بعض الكلمات التي وجدت به ، والتي سنتطرق لها في تحليلنا التضميني لكل حملة .

(ج) - منهج الدراسة :

يعرف المنهج على انه مجموعة القواعد التي يعتمدها الباحث في تنظيم ما لديه من افكار او معلومات من اجل توصله الى النتيجة المطلوبة.¹ ولان دراستنا تسعى للوصول الى المعاني الضمنية والتعينية الصريحة وكذا دلالات الالوان والاشكال والرسالة اللسانية التي تحتويها الحملات الاعلامية الخاصة بالمعاقين سمعيا ، والتي تندرج ضمن الدراسات التحليلية فقد اعتمدنا على المنهج السيميولوجي هذا المنهج الذي يبحث عن معاني ودلالات الاشياء الضمنية والتعينية والتعرف على العلاقة القائمة بين الدال والمدلول ، ويعرف المنهج السيميولوجي انه من اهم المناهج التقنية والمعاصرة التي وظفت لمقاربة جميع الخطابات النصية ورصد كل الانشطة البشرية بالتفكيك والتركيب والتحليل والتأويل بغية البحث عن آليات انتاج المعنى وكيفية افراز الدلالة ، فالمنهج السيميولوجي يهدف الى استكشاف البنيات الدلالية التي تتضمنها الخطابات والانشطة البشرية بنية ودلالة مقصدية² السيميولوجي ينطلق في اساسه من العناصر المكونة للنظام التواصلية الحامل للرسالة نحو متلق ، ومتضمنة محتوى معرفيا ومعلوماتيا ، ثم ينظر الى شبكات العلاقة الرابطة بين اجزاء هذا النظام وليس الغرض من ذلك النظر الى جمل النص او ما يقوله فحسب كما ترى لسانيات النص او لسانية الجملة وانما يسعى البحث السيميولوجي للوصول الى ذلك والى ما يحتوي من مضامين في البنية العميقة ومالم يصرح به النص او ما لم نقله تلك العلامات التي تنطق بظاها بنيتها السطحية ، بل بقيت خلف الاشارة الظاهرة او ما تم الايماء اليه. وبالتالي فإن المنهج السيميولوجي يعتبر النص محتويا على بنية ظاهرة واخرى عميقة فيتم تحليلها وبيان ما بينهما من علائق والتركيز على الباطن اكثر من المنظور³.

كما ان للرسالة اللسانية وظائف قد تساعد في الفهم العميق لهذه العلامات نذكر منها⁴:

وظيفة التوجيه: الصورة ليست واضحة لأنها متعددة المعاني ، فهي لا تحمل معنى محدد لكن النص

المرفق او الشعار يوجه المستقبل نحو معنى معين مرغوب من طرف المعلن.

وظيفة الترسيع: الترسيع كما يقول رولان بارت هو نوع من التلاعب المتبادل بين الصورة والنص ،

مهمته توجيه القارئ نحو مدلولات خاصة بالصورة ، وذلك لتثبيت سلسلة المعاني الطائفة.

1 - محمد سرحان علي المحمودي :مناهج البحث العلمي ، ط3 ، دار الكتب ،اليمن ،سنة 2015 ، ص 35 .

2 - متاح على الرابط : <https://www.ajialpress.com> ، تاريخ الاطلاع 2021-03-31 ،على الساعة 18:30 .

3 - احمد فروز: مبادئ السيميولوجيا العامة ، لدار القدس ، الجزائر، سنة 2015 ، ص 60 ، 61 .

4 - رضوان بلخيري : الدلالات السيميائية للصورة السينمائية دراسة تحليلية سيميولوجية لصورة العرب والمسلمين في السينما الامريكية ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم الاعلام والاتصال ، جامعة باجي مختار كلية الاداب والعلوم الانسانية والاجتماعية ، قسم الاعلام والاتصال ، عنابة ، سنة 2013-2014 ، ص 91 ص92 .

وظيفة المناوبة: تظهر هذه الوظيفة عندما تعجز الصورة عن أداء الشروحات اللازمة ، او حينما يحدث افراطا حسيا في النظرة ، فيأتي دور الرسالة للحد من المعاني التعيينية وذلك بالإنبابة عنها وتتحقق هذه الوظيفة في الصورة المتحركة ،يقول "هيسلاف " كل رمز له نظام دلائل كل لغة تحمل بداخلها صيغة تعبير وصيغة مضمون وهذا ما حدد كثير من الباحثين من خلال الدال والمدلول .وعلى هذا النحو يقوم هذا المنهج بالقراءة والتحليل وفق مستويين اساسيين مع ضم تقنية التقطيع الفني، والتي يعتمدها الباحث خلال تحليله السيميولوجي .

(ا) - التقطيع التقني :¹

مصطلح يشير الى وصف الفيلم في حالته النهائية، ويرتكز على نوعين من الوحدات وهما اللقطات والمتتاليات، والتقطيع التقني عملية الزامية في انجاز فيلم في حالته النهائية ، واهم العناصر التي تؤخذ بعين الاعتبار في التقطيع التحليلي نجد :

1- شريط الصورة: ويشمل على محتوى الصورة الشخصيات المكان والاشياء واللقطة وتشمل على رقم اللقطة سلم اللقطات زاوية التصوير حركات الكاميرا .

2- شريط الصوت : وتشمل الموسيقى الصوت والحوار (النص المكتوب) وعلى المؤثرات الصوتية.
(ب) - المستوى التعييني:²

وهو القراءة السطحية والاولية للرسالة ، وبتعبير آخر هو الانطباع الاولي لمستقبل الصورة ، بمعنى اننا في بادئ الامر نتعرف على الاشكال والخطوط والالوان المشكلة للرسالة والممثلة لدليل ما .

(ج) - المستوى التضميني :

يعرفه " رولان بارت " وضع يأتي من اجل مضاعفة الوضع الاول في المستوى الذي له مدلوله ، فهو الاكثر تعقيدا ويعبر عما يراد قوله في الصورة عن طريق تفكيك مدونة المرسل يتدخل هنا عامل القراءة الشخصية وتكون نابعة عن انطباعات وثقافة الفرد بالاعتماد على عناصر القراءة التعيينية .

1 - رضوان بلخيري: صورة المسلم في السينما الامريكية تحليل سيميولوجي لفلمي الخائن (Traitor) والمملكة (The Kengdom) ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال (تخصص السينما والتلفزيون ووسائل الاتصال الحديثة)، جامعة دالي ابراهيم - الجزائر- كلية العلوم السياسة والاعلام ، قسم الاعلام والاتصال ، الجزائر ، سنة 2010 ، ص15ص16 .
2 - رضوان بلخيري : سيميولوجيا الخطاب المرئي من النظري الى التطبيقي، جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، سنة 2016 ، ص153-155 .

(د) - أدوات جمع المعلومات :

ان الاختيار الامثل لأدوات جمع البيانات الخاصة بالدراسة تعتبر احدى اهم المراحل التي يعتمدها الباحث خلال بحثه ،وقد يستخدم الباحث اكثر من طريقة او اداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة او الاجابة عن اسئلتها¹ والتي تعتبر بدورها وسيلة تمكن الباحث من ايجاد حلول لمشكلته ، وعلى هذا النحو قمنا بإختيار الأداة الانسب لدراستنا المتمثلة في خصوصية الحملات الاعلامية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية ،وهي الملاحظة بحيث يمكن ان نعرفها على انها : احدى وسائل جمع المعلومات المتعلقة بسلوكيات الفرد الفعلية ومواقفه واتجاهاته ومشاعره²، وتعرف ايضا بأنها المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك او ظاهرة معينة وتسجيل كل الملاحظات اولا بأول³ . ولقد اعتمدنا أداة الملاحظة في بحثنا من خلال متابعة مجموعة من الحملات التحسيسية المتعلقة بفيروس كورونا ،محاولة منا معرفة الدلالات والمعاني التي تحملها الحملات الموجهة لشريحة الصم خاصة والمجتمع ككل بصفة عامة سواء على المستوى التعييني او التضميني .

1 - ربحي مصطفى عليان : مرجع سبق ذكره ، ص 89- ص 115 .
 2 - ربحي مصطفى عليان : المرجع السابق ، ص 89- ص 115 .
 3 - محمد سرحان علي المحمودي : مرجع سبق ذكره ، ص 149 .

ثانيا - الدراسة التحليلية للمقاطع المختارة من الحملات الاعلامية:

1) - التقطيع التقني :

بطاقة فنية عن الحملة رقم 01

- عنوان الحملة :كلنا ضد فيروس كورونا .

- مدة الحملة : 0.36 ثانية .

- القناة التي تم فيها البث: الشروق تي في - Tv.

- عدد اللقطات: 11 لقطة .

الجدول الاول :

شريط الصوت			شريط الصورة					
المؤثرات الصوتية	الحوار او النص المكتوب	الموسيقى	مضمون اللقطة	زاوية التصوير	حركة الكاميرا	سلم اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
/	تنبيه	/	تبدأ اللقطة بظهور شخص يبدو كبير السن نوعا ما مرتديا لباس اسود مع وجود خلفية سوداء ، تم تقسيم هذا المشهد الى قسمين :الجانب الايمن على الشاشة يتواجد به هذا الرجل يقوم	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة صدرية	2 ثا	01

			بمخاطبة الاشخاص الصم بلغة الاشارة اي مع وجود حركات اليدين والفم وايماءات الوجه اما الجانب الاخر الايسر من الشاشة وظف فيه النص المكتوب اي الرسالة اللسانية .					
/	يزداد انتشار فيروس كورونا يوما بعد يوم	/	تكرار نفس اللقطة مع تغيير النص المكتوب .	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة صدرية	3ثا	02
/	احم نفسك واهلك	/	نفس اللقطة مع تغيير النص المكتوب .	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة صدرية	2ثا	03
/	Covid - 19 لا ينتقل نحن نقله	/	نفس اللقطة مع تغيير النص المكتوب .	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة صدرية	4ثا	04
/	اغسل يديك بالماء والصابون	/	نفس اللقطة مع تغيير النص المكتوب .	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة صدرية	4ثا	05
/	استخدم محلول كحولي	/	نفس اللقطة مع تغيير النص المكتوب .	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة صدرية	2ثا	06
/	لا تخرج من منزلك الا	/	نفس اللقطة مع تغيير النص	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة صدرية	4ثا	07

	في الحالات الشديدة							
/	في حالة اعراض السعال مع الحمى وصعوبة في التنفس	/	نفس اللقطة مع تغيير النص المكتوب	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة صدرية	4ثا	08
/	اتصل بالرقم الاخضر	/	نفس اللقطة مع تغيير النص	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة صدرية	3ثا	09
/	فيروس كورونا خطير وقد يكون مميتا كلنا مسؤولين .	/	نفس اللقطة مع تغيير النص	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة صدرية	7ثا	10
/	كلنا ضد فيروس كورونا .	/	نفس اللقطة مع تغيير النص المكتوب	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة صدرية	3ثا	11

بطاقة فنية عن الحملة رقم 02

- عنوان الحملة: 5 طرق لانتقال عدوى كورونا .

- مدة الحملة : 1:01 دقيقة.

- القناة التي تم فيها :البث الرؤية TV.

- عدد اللقطات: 7 لقطات .

الجدول الثاني :

شريط الصوت			شريط الصورة					
المؤثرات الصوتية	الحوار او النص المكتوب	الموسيقى	مضمون اللقطة	زاوية التصوير	حركة الكاميرا	سلم اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
/	5 طرق لإنتقال عدوى كورونا .	حادثة تحذيرية	تبدأ اللقطة بوجود صورة لشخص يبدو كهلا مرتديا قميص عماني يقوم بإرسال رسالة للصم من خلال لغة الاشارة تتحدث عن طرق انتقال عدوى كورونا ، ثم تم تقسيم المشهد الى جهتين: الجهة اليمنى خاصة بالقائم بالاتصال والجهة الاخرى تتضمن مضمون الحملة مع موسيقى.	مستوى النظر	ثابتة	وسطية	10 ثا	01
/	اولا: الانتقال المباشر من خلال الرذاذ المتطاير من المريض .	حادثة تحذيرية	نفس اللقطة مع شرح النص الموظف في الجهة اليسار.	مستوى النظر	ثابتة	وسطية	10 ثا	02
	ثانيا: الانتقال المباشر من	حادثة تحذيرية	تكرار نفس المشهد مع الانتقال	مستوى				

/	خلال لمس الاسطح والادوات . الملوثة .		للمرحلة التي تليها وتغيير في النص .	النظر	ثابتة	وسطية	8 ثا	03
/	ثالثا: المخالطة المباشرة للمصابين .	حادثة تحذيرية	تكرار نفس المشهد مع الانتقال للمرحلة الموالية وتغيير في النص .	مستوى النظر	ثابتة	وسطية	9 ثا	04
/	رابعا: الملامسة المباشرة للحيوانات والاسطح التي تلامسها .	حادثة تحذيرية	تكرار نفس المشهد مع الانتقال الى المرحلة الموالية وتغيير في النص	مستوى النظر	ثابتة	وسطية	6 ثا	05
/	خامسا: تناول الاطعمة دون طهي .	حادثة تحذيرية	تكرار نفس المشهد مع الانتقال الى المرحلة الموالية وتغيير في النص	مستوى النظر	ثابتة	وسطية	4 ثا	06
/	مقاومة فيروس كورونا	حادثة تحذيرية	تكرار نفس المشهد مع الانتقال الى المرحلة الموالية وتغيير في النص	مستوى النظر	ثابتة	وسطية	7 ثا	07

بطاقة فنية عن الحملة رقم 03

- عنوان الحملة : معلومات عن فيروس كورونا .
- القناة التي تم فيها البث : الجزيرة .
- مقدم الحملة : "ناجي زكارنة " خبير لغة الاشارة .
- المدة الاجمالية للحملة : 3:54 دقيقة
- مدة المقطع المختار من الحملة : 1:17 دقيقة .
- عدد اللقطات : 6 لقطات .

الجدول الثالث :

شريط الصوت			شريط الصورة					
المؤثرات الصوتية	الحوار او النص المكتوب	الموسيقى	مضمون اللقطة	زاوية التصوير	حركة الكاميرا	سلم اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
/	قناة الجزيرة تقدم لكم نصائح طبية موضوع كورونا	/	تبدأ اللقطة بظهور خبير لغة الاشارة ناجي زكارنة على يمين الشاشة مع وجود شاشة خلفية توضح مضمون الحملة	مستوى النظر	ثابتة	9ثا	اللقطة الامريكية	01
	معلومات عن فيروس		نفس اللقطة مع ظهور شريط					

/	كورونا	/	يحمل النص " معلومات عن فيروس كورونا ' على الشاشة الخلفية لناجي زكارنة مع ظهور رمز كورونا في الشاشة باللون الازرق في حين الشريط الخاص بالنص جاء باللون الاصفر	مستوى النظر	ثابتة	4 ثا	اللقطة الامريكية	02
/	ماهي اعراض الاصابة بالفيروس	/	تكرار نفس اللقطة مع تغيير في النص المكتوب	مستوى النظر	ثابتة	12 ثا	اللقطة الامريكية	03
/	تتمثل اعراض الاصابة بالمرض بالحمى وضيق التنفس والسعال	/	تكرار نفس اللقطة مع ادراج صورة لكل عارض من الاعراض مع الانتقال من صورة لآخرى توضح بها النص	مستوى النظر	ثابتة	17 ثا	اللقطة الامريكية	04
/	والتهاب الرئتين وضعف	/	تكرار نفس اللقطة مع تغيير النص	مستوى			اللقطة	

05	الامريكية	14 ثا	ثابتة	النظر	المكتوب وادراج صورة فوتوغرافية توضح صورة الاشعة السينية	عام بالجسم واحيانا الاسهال
06	اللقطه الامريكية	21 ثا	ثابتة	مستوى النظر	توضح الصورة المرفقة في الشاشة الخلفية لشخص يبدو ان به الام في البطن	وقد يتسبب الفيروس في الحالات الشديدة الى الفشل الكلوي او الوفاة

بطاقة فنية عن الحملة رقم 04

- عنوان الحملة : حملة توعية من فيروس كورونا للصم والبكم.

- المدة الاجمالية للحملة : 2:00 دقيقة .

- المدة المختارة من الحملة: 0.44 ثانية .

- القناة التي تم فيها البث : السومرية TV.

- عدد اللقطات : 11 لقطة .

- مقدم (ة) الحملة : سفيرة الاعاقة 2020 مروة شهاب.

الجدول الرابع :

شريط الصوت			شريط الصورة					
المؤثرات الصوتية	الحوار او النص المكتوب	الموسيقى	مضمون اللقطة	زاوية التصوير	حركة الكاميرا	سلم اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
/	مرورة شهاب بلغة الاشارة السلام عليكم: من تجمع المعوقين في العراق حملتنا هي حماية الاشخاص ذوي الاعاقة ومنهم الصم من خطر فيروس كورونا	هادئة	يبدأ المشهد بإظهار لقطة متوسطة لمرورة شها في وسط الصورة و باستخدام زاوية تصوير على مستوى النظر مع حركة ثابتة للكاميرا حيث صاحب ذلك شريط صوتي تمثل في موسيقى هادئة مع وجود رسالة السنية مكتوبة لشرح	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة	4 ثا	01

			موضوع الحملة مع الاعتماد على خلفية حمراء تحملها مع ايقونة تشير لرمز كورونا					
/	مرورة شهاب بلغة الاشارة نصح ياتخاذ اساليب الوقاية.	هادئة	تغير موقع تواجد مرورة شهاب الى يسار الشاشة مع تواجد نفس الخلفية والايقونة الخاصة بفيروس كورونا وكنفس اللقطة وزاوية التصوير وحركة الكاميرا وفي يمين الشاشة موقع الرسالة الالسنية	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة	4 ثا	02

			المكتوبة					
/	غسل اليدين	هادئة	نفس اللقطة مع تغيير النص المكتوب والايقونة (غسل اليدين)	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة	3 ثا	03
/	لبس الكفوف	هادئة	نفس اللقطة مع تغيير الرسالة الاسنية والايقونة) لبس (الكفوف)	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة	2 ثا	04
/	لبس الكمامات	هادئة	نفس اللقطة مع تغيير النص والايقونة للتوضيح	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة	4 ثا	05
/	عدم المصافحة والتقبيل	هادئة	نفس اللقطة مع وجود النص المكتوب والايقونة الخاص بها	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة	6 ثا	06
/	تطهير كل ما حولك في البيت	هادئة	نفس اللقطة مع تغيير النص المكتوب	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة	5 ثا	07

			والايقونة الخاصة به					
/	تطهير سماعات الاذن للصم	هادئة	نفس اللقطة مع تغيير النص المكتوب والايقونة الخاصة به	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة	4 ثا	08
/	تطهير الهاتف	هادئة	نفس اللقطة مع تغيير في النص المكتوب والايقونة الخاصة به	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة	3 ثا	09
/	تطهير اللابتوب	هادئة	نفس اللقطة مع تغيير في النص المكتوب والايقونة الخاصة به	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة	4 ثا	10
/	الابتعاد عن التجمعات	هادئة	نفس اللقطة مع تغيير في النص المكتوب والايقونة الخاصة به	مستوى النظر	ثابتة	متوسطة	5 ثا	11

القراءة التعيينية لحملة الاولى :

انطلقت هذه الحملة بعرض صورة ذات فضاء داخلي لشخص تبدو عليه علامات الكبر مرتديا زي اسودا مع خلفية سوداء ايضا . والذي تم فيها تقسيم المشهد الى قسمين قسم خاص بالقائم بالاتصال خبير لغة

الإشارة على الجهة اليمين من الشاشة وفي القسم الثاني جاء حاملا للنص المكتوب ، مع الاعتماد على الإضاءة الجانبية ناعمة تظهر من خلالها ملامح القائم بالاتصال ، هذه اللقطة التي قام فيها المخرج بتوظيف اللقطة الحزامية المتوسطة وبزاوية تصوير في مستوى النظر (عادي) مع حركة ثابتة للكاميرا على القائم بالاتصال وحركة انتقالية للنص المكتوب ، حيث نرى ان المخرج ركز في هذه الحملة على نسقين اساسيين تمثلا في نسق ايقوني الخاص بالقائم بالاتصال وعلامة تشكيلية تمثلت في اللون، في حين يكون النسق الثاني والطاغي في هذه الحملة ألا وهو النسق اللساني، والتي جاءت في 3 اشكال: الاولى تواصل لفظي (تعليق صوتي) وتواصل بلغة الإشارة اي يدوي شفهي وتواصل غير لفظي (نص مكتوب) ، هذا الاخير الذي يبدو جليا داخل كل لقطة والذي اخذ بدوره حيز كبير منها على الجهة اليسار من الشاشة ، حيث انه جاء في شكل تسلسلي لل فقرات التي تعرض لنا المعلومات الخاصة بالحملة مع التركيز التام على اللون في النص المكتوب ، والتي برزت فيها ثلاث كلمات ظهرت باللون الاصفر(تنبيه ، COVID-19، فيروس كورونا) ، في حين باقي الكلمات كتبت باللون الابيض ، كما ان المخرج في هذه الحملة قد اعتمد على لقطة واحدة مع نفس زاوية التصوير وحركة الكاميرا طيلة فترة بث الحملة ، وعلى هذا النحو قمنا بتقسيم النص الى 3 مراحل تمثلت في :

المرحلة الاولى :

جاء فيها النص المكتوب في شكل لقطات متتالية بدأت بكلمة تنبيه كتبت باللون الاصفر، لتليها اللقطة الموالية حاملة نص مكتوب " يزداد انتشار فيروس كورونا يوما بعد يوم" ، والتي كتبت باللون الابيض هي ونص اللقطة التي تليها المتمثل في " احم نفسك واهلك " ، ثم بعد ذلك تأتي كلمة بالبنت العريض مع اللون الاصفر والتي جاءت باللغة اللاتينية مرفقة برقم تمثلت في COVID-19 ، بعدها تأتي كلمة " لاينتقل نحن ننقله " بطريقة تدريجية وكانت باللون الابيض كل هذه الكلمات جاءت معها رسالة غير لفظية بلغة الإشارة ، والتي يقوم بها خبير لغة الإشارة لتصل بذلك للأشخاص ذوي الاعاقة السمعية مع وجود تعليق صوتي طيلة الحملة .

المرحلة الثانية:

تمثلت هذه لمرحلة في عرض طرق الوقاية من فيروس كورونا ، والتي جاءت في متتاليات تحمل فيها نصوص مكتوبة مع حركة انتقالية من جملة لأخرى، تم الاعتماد فيها على اللون الابيض فقط مع بنط سميك نوعا ما ، والتي دائما ما تأتي مصحوبة بتواصل غير لفظي يشرح فيها خبير لغة الإشارة هذه

الكلمات للصم مع وجود دائم للتعليق الصوتي (كذلك هو الحال في المراحل التالية) تشكلت نصوص متتاليات المقطع كالتالي :

-الرسالة اللسانية المكتوبة الاولى: "ضرورة غسل اليدين بانتظام بالماء والصابون".

-الرسالة اللسانية المكتوبة الثانية: " التعقيم بالحلول الكحولي ".

- الرسالة اللسانية الثالثة: في هذا المقطع جاء للتنبيه من الزامية البقاء في المنزل والخروج الا في حالات الطوارئ، وهذا حسب النص الذي تم ذكره والذي جاء كالتالي " لا تخرج من منزلك الا في حالات الطوارئ ".

المرحلة الثالثة :

تشكلت هذه المرحلة في عرض الاعراض الناجمة عن فيروس كورونا والتي ذكرت في متتاليتين برسالة بسيطة تمثلت في الشكل التالي " في حالة اعراض السعال مع الحمى وصعوبة التنفس "، لينتهي بذلك المشهد والانتقال للنص الثاني مع وجود اطار باللون الاخضر في شكل مستطيل يحمل ايقونة على الشكل الهندسي المتعارف عليه للهاتف باللون الابيض تمثل في " اتصل بالرقم الاخضر " اي في حالات ظهور هذه الاعراض يجب الاتصال بالرقم الاخضر الخاص بالأمن الصحي للجزائر، لينتهي بذلك الحملة بإعادة التنبيه لخطورة الفيروس الذي قد يؤدي للتهاون به الى الموت ،وفي اللقطة الاخيرة من المشهد جاءت عبارة تدعيمية تمثلت في " كلنا ضد فيروس كورونا ".

القراءة التضمينية للحملة الاولى :

اول ما يستدعي المشاهد لهذه الحملة هو بساطة توزيع العناصر فيها بحيث ان المخرج قام بتركيب المشهد بطريقة سلسلة استقطب بها الجمهور المتلقي لها ، حيث انه وظف بذلك نسقين دلاليين يكملان بعضهما وهذا حسب ما استنتجناه لحظة تلقينا لهذه الحملة تمثلا في النسق الايقوني للشخصية القائم بالاتصال والذي يعتبر ايضا له علاقة بالنسق الثاني المتمثل في النسق اللساني الذي لعب دور مهم داخل هاته الحملة بإعتباره النسق المعبر عن الافكار وعلامة فنية مبنية بطريقة غامضة، كما جاء في قول دي سوسير في هذا الشأن: " ان اللسان نسق من العلامات المعبرة عن الافكار وهو بذلك شبيه

بأبجدية الصم والبكم وبالطقوس الرمزية...¹ حيث ان المخرج هنا قد وظف 3 انواع من الرسائل الالسنية التي ساعدت على اكمال بعضها البعض حتى تصل بذلك لكافة الافراد والتي من بينها لغة الاشارة ،جاءت في شكل حركات ايدي تحل محل الكلمات المنطوقة فضلا عما تعطيه تعبيرات الوجه وحركات الجسم من اشارات مرئية تحل محل التعبير الصوتي² (بالنسبة للاشخاص ذوي الاعاقة السمعية فالقائم بالاتصال هنا اعتمد ايضا على القراءة الشفوية) في هذه الحالة العين تحل محل الاذن في استقبال الرسالة ، حيث اننا حاولنا تفسير وتحليل بعض الحركات والايماء وما تحمله من دلالات ضمنية . وبما ان اللهجة الجزائرية ازدواجية بين العربية واللاتينية الفرنسية³، فكذلك هو الحال للغة الاشارة التي تعتمد على بعض المصطلحات الاجنبية وتجسدها في شكل حركات ،في حين ان مخرج الحملة قد اعتمد على الرسالة اللسانية المكتوبة والتي تحمل بدورها دلالتين ضمنتين ،الاولى تمثلت في الالوان التي كتبت بها الرسالة في حين المدلول الثاني تمثل في مضمون الرسالة الضمني (والذي سنتطرق له في مراحل الحملة) ،حيث جاءت الكلمات الثلاث (تنبيه ، COVID-19 ،فيروس كورونا) باللون الاصفر وكما نعلم ان اللون الاصفر هو لون دال على التحذير والتنبيه ، اي ان التركيز على هاته الكلمات وادراجها باللون الاصفر جاء بغية التنبيه من خطورة هذا الوباء فالكلمات تفسر نفسها ،مثل: تنبيه جاءت باللون الاصفر وهو اللون الدال على هاته الكلمة ، في حين نرى ان باقي الكلمات جاءت باللون الابيض وهو لون الهدوء والنظافة والصحة ولون اللباس الخاص بالاطباء والدكاترة ،هذا ما يعني اننا بمجرد التنبيه واخذ التدابير الموصى بها قد تعم الصحة وتقل امكانية الاصابة به ،وكذلك محاولة منهم بعث روح الطمأنينة لدى المواطنين لامكانية التغلب عن هذا الوباء ،نرى ايضا ان كلمتي COVID-19 وفيروس كورونا كانتا باللون الاصفر وهذا ما يعني ضرورة التنبيه لموضوع كورونا الوباء القاتل والتحذير منه لشدة خطورته ، كما نرى ان المتتاليات طاغ عليها اللون الاسود هذا اللون المعبر عن الحزن والموت والشؤم .لنتوصل بذلك الى ما يرمي اليه مخرج الحملة من خلال ادراجه لهاته الالوان وتجميعها في ضرورة التنبيه (اللون الاصفر) من الوباء الذي قد يكون مميتا (اللون الاسود) لذا يجب اتخاذ التدابير الوقائية لزرع الطمأنينة (اللون الابيض)⁴ وتوخي انتقاله بين الافراد . ومن هذا القبيل نرى ان الرسالة اللسانية لها 3 وظائف ساعدت في ابلاغ الرسالة وايصالها والتي تمثلت في وظيفة التوجيه والتي تقوم

1- عواطف منصور: الجسد/ الصورة في الخطاب الاعلاني من خلال السيميائية البارتيية (رولان بارت) ، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية المجلة العربية للعلوم ونشر الابحاث، جامعة القيروان المعهد العالي للفنون والحرف ، تونس، العدد الاول المجلد 2، مارس 2017 ، ص 40 .

2 - علي عبد النبي حنفي: مرجع سبق ذكره ، ص 59 .

3 - متاح على الرابط : <https://youtu.be/pdB5uNh5Ful>، تاريخ الاطلاع 02-05-2021 ، على الساعة 22:21 .

4 -- رضوان بلخيري: سيميولوجيا الصورة بين النظرية والتطبيق، دار قرطبة، الجزائر، سنة 2012 ، ص 96

بالتلاعب بين الرسالة والصورة، لتتجه بذلك الى وظيفة الترسخ القائمة على تحديد وجهة المعنى الذي تريد الصورة بثه المتلقي¹ والتي تعمل على ترسيخ المعنى لتأتي بذلك وظيفة المناوبة المتمثلة في لغة الاشارة لتتوب الرسالة اللسانية الخاصة بذوي الاعاقة السمعية ، وتكون بذلك قد اكتملت وظائف الرسالة لنصل الى الجمهور المستهدف المتمثل في الجمهور الاصم وضعاف السمع في المقام الاول ، وذلك وفقا لما لاحظناه بوجود لغة الاشارة في حين نجد ايضا الجمهور العادي من الطبقة المثقفة وكذا الامية من المجتمع الجزائري بصفة خاصة ، وذلك راجع لطبيعة الرسالة اللسانية الموظفة داخل المتتاليات (نص مكتوب - تعليق صوتي) ، كما نرى ان الحملة قد اعتمد فيها المخرج على الاضاءة الجانبية والتي تبدو بشكل جلي في كافة مقاطع الحملة والتي تم فيها التركيز على القائم بالاتصال خبير لغة الاشارة ، اي بهدف التركيز على حركات اليدين وايماءات الوجه حتى يتمكن ذوي الاعاقة السمعية من قراءتها ، في حين تحمل معنى آخر اي انه يريد ايصال فكرة مفادها الخطر والتنبية من الوباء والتخويف منه. كما ان المخرج في هذه الحملة اعتمد على لقطة واحدة مع نفس زاوية التصوير وحركة الكاميرا طيلة فترة عرض الحملة ، وذلك راجع لطبيعة الحملة التي لا تستحق لتقنيات معقدة ، بل كل ما كان بسيط سلس في توزيع العناصر كل ما كان افضل واسهل لتوصيل الرسالة والمعنى مع التركيز اكثر على الرسالة اللسانية فكما نعلم ان الحملات الاعلامية هدفها الاول التوجيه والتوعية والارشاد المجتمعي ، وعلى هذا الاساس قمنا بتقسيم النص الى 3 مراحل تمثلت في :

المرحلة الاولى :

بالنسبة لكلمة تنبيه وكما نرى انها افتتاحية المقطع فقد تطرقنا اليها سالفا ، لننتقل بذلك الى المقطع الموالي والتي جاءت فيها الرسالة اللسانية المكتوبة باللون الابيض "يزداد انتشار فيروس كورونا يوما بعد يوم " كانت هذه الرسالة حاملة لمعنى قد يبدو واضحا نوعا ما لا يحتاج لتركيز معمق ، فكما نعلم ان وباء كورونا في تزايد مستمر منذ ظهوره ، وذلك عائد لعدم التزام الافراد كافة بالقواعد والاجراءات الصحية اللازمة ، والتي قد تؤدي بحياة المجتمع للضرر الناجم عن فقدان احد افراد العائلة او الاصدقاء او الاقارب ، وهذا مانوه له خبير لغة الاشارة في الجملة الموالية "احم نفسك واهلك " ، لتأتي بعد ذلك كلمة COVID-19 باللون الاصفر للتحذير من الخطر الذي ينقله الفيروس باعتباره سريع الانتشار والاستتساخ من

1 - عيد النور بوصابة :الاساليب الاقتناعية للومضات الاشهارية التلفزيونية دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الومضات الخاصة بمتعامل الهاتف النقال "نجمة " ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية ، قسم الاعلام والاتصال ، سنة 2009 ، ص 70.

مكان لآخر ومن فرد لفرد مما يسبب ضرر وخيم وهذا ماجاء على لسان النص " COVID-19 لا ينتقل نحن ننقله " .

المرحلة الثانية :

تمثلت هذه المرحلة في عرض طرق الوقاية من هذا الوباء المميت ،والتي جاءت في شكل متتاليات تحمل فيها نصوص مكتوبة مع حركة انتقالية من جملة لآخرى ،تم الاعتماد فيها على اللون الابيض فقط ،وذلك بغرض زرع الطمأنينة النفسية في حالة اتخاذ التدابير اللازمة ،حيث بدأت هذه المرحلة بضرورة "غسل اليدين بانتظام والتعقيم بمحلول كحولي "،في هذه الجملة يبدو الامر عادي ،لكن مادام الامر متعلق بفيروس كورونا فهنا يمكن الاختلاف في ان طريقة غسل اليدين ليست كالمعتاد ،بل يجب على الافراد الالتزام بهذه العادة في كل مرة تلامس ايديهم اسطح او اشخاص او التعرض لاي شيء من الممكن ان يكون حاملا للفيروس ،فهذه العملية قد تساعد في التخلص من الوباء قبل ملامسة الوجه (الفم ،الانف ،الاذن ،العين) لانها اكثر المناطق التي ينتقل من خلالها الفيروس للجسم ،فالمدة المتفق عليها اثناء غسل اليدين لا تقل عن 20 ثانية من اجل ازالة جميع اثارالفيروس عن اليدين ،في حين يكون المعقم الكحولي هو البديل للماء والصابون اثناء فترات العمل مثلا اوالخروج من المنزللينتقل بذلك النص الى التنبيه من الزامية البقاء في المنزل والخروج الا في حالات الطوارئ وهذا حسب النص الذي تم ذكره " لا تخرج من منزلك الا في حالات الطوارئ " الرسالة هنا جاءت بصيغة الامر والنهي عن الخروج من المنزل ،وذلك من اجل تقادي حمل العدوى من الاشخاص التي سيحتك بهم في حالة ان كانوا حاملين للفيروس ،اما بالنسبة للجملة الخاصة " بإلا في حالات الطوارئ " اي الا اذا كان الشخص ملزم بالخروج (مرض ،حادث في المنزل ..) .

المرحلة الثالثة:

تشكلت هذه المرحلة في عرض الاعراض الناجمة عن وجود الفيروس في الجسم ،والتي ذكرت في شكل رسالة بسيطة تمثلت في الشكل التالي " في حالة اعراض السعال مع الحمى وصعوبة في التنفس " ،هذه الرسالة اللسانية البسيطة الحاملة لمعنى ضمني قد يكون غير صرح وواضح نوعا ما لشخص لم يتعرض للفيروس ،فالسعال هنا يختلف كليا عن السعال العادي الناتج عن الانفلونزا ،في كونه سعال جاف وقوي مع الم حاد في الحلق اثناء الاكل وقد يسبب صعوبة في الكلام مع ازدياد شدة الام الحلق وصوت مميز ،مما ينتج عنه الحمى والتي ترتفع الى 40 درجة ،وهذا من بين اقوى المؤشرات الدالة على وجود فيروس

كورونا بالجسم ،ثم تبدأ الامور بالتدفق شيئاً فشيئاً ويزداد الشعور بالارهاق الشديد وصعوبة في التنفس وضيق في ذلك ليتمتد الى المفاصل وبذلك يتمكن الفيروس من الجسم ،وفي حالة وجود هذه الاعراض نبه خبير لغة الاشارة للاتصال والاستعانة بالرقم الخاص بالامن الصحي ، والذي يشكل الرقم الاخضر الخاص بدولة الجزائر ،وهذا ما يثبت ان الحملة موجهة للمواطنين الجزائريين بصفة خاصة لتنتهي بذلك الحملة بإعادة التنبيه لخطورة الفيروس الذي قد يؤدي للتهلكة والموت في حالة عم الالتزام بالتدابير الصحية التي تم ذكرها لتأتي بذلك رسالة تدعيمية نقول "كلنا ضد فيروس كورونا " من اجل المصلحة العامة والتعاون للتغلب على هذا الوباء القاتل .

اما بالنسبة للتعليق الصوتي ،فنرى انه جلي داخل المقاطع والذي ساهم بشكل كبير في اىصال المعنى ،باعتباره له دور بالغ الاهمية في لفت انتباه المتلقي والتأثير فيه، لما يحمله من خصوصيات ساعدت في ابلاغ الرسالة كالنبرة التي ادت لوضوح المقاطع ،وكذا طريقة التنغيم الخاصة بالتعليق الصوتي من خلال اظهار المشاعر لاثبات وترسيخ واقناع المتلقين لها ،فالتعليق هنا جاء حاملا لرموز مشحونة بالدلالات والمعاني ،اذ تنوعت فيها طرق الاداء الصوتي لتظهر التنبيه والحذر من هذا الوباء وهو الغاية التي يرمي اليها النص المكتوب .

الكلمة	الصورة (حركات اليد وايماءات الوجه)	السياق الذي جاءت منه الحركة حسب تحليلنا الشخصي لها
تنبيه		<p>نرى ان خبير لغة الاشارة قام في هذه الوضعية بجعل اليد اليمنى على شكل زاوية قائمة مع وضع اصابع اليد اليسرى السبابة والوسطى على مرفق اليد اليمنى ثم قام بضم اصابع اليد اليمنى ثم فتحها بوتيرة سريعة مع تكرارها لمرتين متجهة للامام . وكما تبين لنا ان هذه اللقطة تبدو وكأنها اشعار للتنبيه على</p>

<p>امر ما او كما يمكننا القول انه يشبه ضوء الانذار الذي يشتعل ثم ينطفئ ، ليظهر لنا هذا الشكل دلالة على ان الامر طارئ ليكون بذلك الشكل مجرد كما ان ايماءات الوجه توضح ان هذا الامر خطير .</p>		
<p>مثل لنا خبير لغة الاشارة من حركات اصابع اليد الانتقالية بسرعة كلمة COVID في شكل حركات قريبة من شكلها التمثيلي المتخذ لكل حرف لاتيني (انظر الصور) وباعتباره اسم علم يأخذ بذلك كل حرف من كلمة COVID حقه من الشرح مع الحركة التي جسدت على اصابع اليد ليتم بذلك تركيب الحركات وتشكل كلمة COVID كما لاحظنا من خلال حركات الفم موضحا بصورة اكثر لكل حرف متخذ من هذه الكلمة ليكون بذلك قد اكتمل المعنى .</p>		<p>COVID</p>

- جدول يمثل دلالات حركات وايماءات لغة الاشارة الخاصة بالحملة الاولى حسب تحليلنا الشخصي لها

القراءة التعيينية لحملة الثانية:

بدأت الحملة بعرض صورة لشخص تبدو عليه علامات الكهولة مرتديا الدشداشة العمانية والمصرّة، والذي جاء على يمين الشاشة معتمدا على لغة الاشارة كرسالة لسانية في كافة مقاطع الحملة باعتباره العنصر الرئيسي داخل هاته الحملة الموجهة لذوي الاعاقة السمعية، مستعينا برسالة السنية مكتوبة واخرى لفظية مسموعة (تعليق صوتي)، مصحوبة بموسيقى هادئة تحذيرية فيظهر ان لها علاقة ومضمون الحملة المتعلقة بفيروس كورونا، كما تظهر لنا على يسار الشاشة اطار بجانب خبير لغة الاشارة جاء على شكل مربع باللون الاسود ، يحتوى داخله ايقونة تمثلت في الشكل الهندسي لفيروس كورونا، جاءت على شكل صورة تعبيرية مرسومة باللون البني الفاتح والتي تم وضعها اعلى يسار الاطار، حيث ان مخرج اللقطات او مصمم الموشن جرافيك اعتمدها في كافة متتاليات الحملة مع ارفاقها بنصوص وصور تعبيرية مرسومة توضح محتوى الحملة .

وظف المخرج في كافة متتاليات الحملة اللقطة القريبة المتوسطة لخبير لغة الاشارة وفي زاوية تصوير عادية على مستوى النظر مع حركة ثابتة للكاميرا موجهة للشخص القائم بالاتصال والانتقال البصري لباقي المراحل داخل الاطار المربع، معتمدا بذلك على تقنية الكروما كخلفية باللون الاخضر الغامق، وعليه امتدت مدة الحملة الى دقيقة، وحتى يتسنى لنا العمل بطريقة بسيطة تسهل علينا عملية التحليل قمنا بتقسيم هذه الحملة الى 7 مراحل وهذا تماشيا والنقطيع التقني لمراحل الحملة والتي جاءت كالتالي:

المرحلة الاولى:

بدأ المخرج في هذه اللقطة بإدراج رسالة السنية غير لفظية (مكتوبة) توضح لنا عنوان الحملة المتمثل في "5مراحل لانتقال عدوى كورونا " ، والتي جاءت داخل الاطار المربع الاسود اعتمد فيها على اللون الاحمر والذي كتب به الرقم 5 داخل دائرة وباقي العنوان باللون الاسود ذو خط سميك، والتي كانت مدتها 10 ثواني مع تواجد خبير لغة الاشارة لشرح الرسالة للصم .

المرحلة الثانية :

انتقل المخرج في هذه اللقطة الى اول مرحلة من مراحل انتقال عدوى كورونا ، والتي جاءت في شكل رسالة مكتوبة تتضمن " الانتقال المباشر " والتي كتبت باللون الاحمر ثم تليها جملة " من خلال الرذاذ المتطاير من المريض "، والتي جاءت باللون الاسود مع ادراج التعليق الصوتي والرسالة الغير لفظية القائم

بها خبير لغة الاشارة مع الاعتماد على صورة توضيحية مرسومة يحدها اطار باللون الاحمر ورسم لكرتون ذو شعر مجعد مرتديا الازرق واضعا يديه على ثغره يبدو وكأنه يسعل او يعطس امتدت اللقطة 10 ثواني .

المرحلة الثالثة :

بدأت اللقطة في هذه المرحلة بصورة تعبيرية مرسومة بطريقة عشوائية، تجسدت على شكل هواء باللون الازرق يحتوي داخله رموز كورونا، وظف ايضا اللون الاحمر كخلفية واطار لها، حيث جاءت هذه الصورة مرفقة برسالة مكتوبة مع تعليق صوتي، وكذا الاعتماد على القائم بالاتصال الخاص بلغة الاشارة ، توضح لنا ان الانتقال الغير مباشر للوباء قد يكون سببه لمس الاسطح والادوات الملوثة ،وعليه امتدت مدة هذه اللقطة 8 ثواني .

المرحلة الرابعة:

قام مخرج هذه اللقطة بتوظيف صورة تعبيرية مرسومة تحتوي على اشخاص ذوو بشرة بيضاء شاحبة ،مع ادراج خلفية حمراء داخل الاطار الاحمر الحامل للرسم التعبيري، تنص الرسالة اسفل هاته الصورة على عدم المخالطة المباشرة للمصابين والتي جاءت باللون الاسود وعليه ،امتدت هذه اللقطة الى 9 ثواني .

المرحلة الخامسة:

في هذه المرحلة جاءت صورة في شكل هندسي دائري لوجه قط باللون البني مع خلفية حمراء وكذلك الاطار، تتضمن رسالة هذه الصورة المرسومة في " الملامسة المباشرة للحيوانات والاسطح التي تلامسها " مع توظيف اللون الاحمر والاسود في الرسالة المكتوبة ،والتي دامت مدة هذه اللقطة الى 6 ثواني.

المرحلة السادسة :

يدور موضوع هذه اللقطة حول تجنب اكل الطعام دون طهي ،وهذا كما جاء به النص المكتوب مع التعليق الصوتي (اللذان يوضحان لنا في كل لقطة عن مضمون ومحتوى اللقطة) داخل الاطار معتمدا على صورة تعبيرية مرسومة لسمكة زرقاء مع خلفية حمراء ،مدة هذه اللقطة كان 4 ثواني .

المرحلة السابعة:

انتقل بذلك المخرج للقطعة الاخيرة والتي جسدت لنا رسالة مكتوبة باللون الاحمر، والتي جاءت كالتالي "معا لمقاومة فيروس كورونا" ثم اضافت بذلك رسم او رمز للمصافحة، اي كما هو معروف رمز التعاون جاء تخطيطه باللون الاحمر، امتدت للقطعة الى 7 ثواني وهنا انتهت مقاطع الحملة للانتقال الى ما تتضمنه هذه الحملة من رسالة تضمينية.

القراءة التضمينية للحملة الثانية:

ان المستوى التعييني لهذه الحملة قد مكنا من التعرف على نوع الحملة ومحتواها وعلى ما تتضمنها، حيث ان مخرج هذه الحملة قد اعطى فكرة مبدئية للمشاهد، من خلال عرضه صورة للشخص القائم بالاتصال في زاوية على مستوى النظر دون وجود اي حركة للكاميرا مع الاعتماد على اللقطة القريبة المتوسطة، مع وجود الشكل الهندسي الدائري اعلى الشاشة والذي يمثل الشكل المجهرى لفيروس كورونا التاجي، لكن وجود القائم بالاتصال قد يجعل من الحملة تختلف عن باقي الحملات، فكان الغرض منه هو اقبال رسالة لذوي الاعاقة السمعية اي بلغة الاشارة، وكما ذكرنا سابقا ان لغة الاشارة قد تنتج حركاتها وايماءاتها من البيئة الاجتماعية الخاصة بكل مجتمع، الامر الذي لاحظناه في بعض الحركات الخاصة بهذه الحملة وحاولنا ان نحللها بأسلوبنا الشخصي (انظر الجدول اسفل التحليل)، ومن خلال اعتماد خبير لغة الاشارة في هذه الحملة قادنا الامر الى ان هذه الحملة التحسيسية التوعوية تعمل على توعية الافراد الصم البكم وضعاف السمع ذوى الاعاقة السمعية من مخاطر انتقال الفيروس اليهم ومحاولة تنبيههم، كما نلاحظ ايضا انها موجهة للفئات الاخرى من المجتمع اي الاشخاص العاديين من الطبقة الامية والمتقفة، وذلك من خلال اعتماد المخرج والقائم بالاتصال لثلاث رسالات لسانية تمثلت في رسالة غير لفظية بلغة الاشارة للافراد ذوى الاعاقة السمعية واخرى مكتوبة وايضا المسموعة (تعليق صوتي)، وهذا ما يعني ان الجمهور المستهدف هنا هم الافراد ذوى الاعاقة السمعية بالدرجة الاولى والاشخاص العاديين "الامين والمتقنين"، كما ان الرسالة جاءت لتأدية 3 وظائف مهمة في الرسالة اللسانية تمثلت في وظيفة التوجيه والتي تعمل على توضيح المضمون وارشاد المشاهد للقطعة من خلال توظيف الصورة مع النص والتلاعب بهما بهدف توجيهه حتى يستطيع المتلقي فهم المحتوى وتقريب المعنى له اكثر ومن ثم تثبيت المعنى بالاعتماد على وظيفة الترسخ لتأتي بعد ذلك الوظيفة الثالثة وظيفه المناوبة والتي تعمل على سد الحاجز والعائق في هذه الحملة للاشخاص ذوى الاعاقة السمعية الذي تحمله الصورة والنص المكتوب والمسموع (تعليق صوتي)، ليتشكل في رسالة غير لفظية اي بلغة الاشارة

لتأتي بالإجابة وتحقيق الرسالة المراد ايصالها لهم¹، ان المخرج هنا قد اعتمد على دلالة ضمنية، وقد تدرج ضمن المدونات السيميوتقافية وهذا كما لاحظناه في الزي الخاص بالقائم بالاتصال خبير لغة الاشارة المتمثل في الزي التقليدي العماني " الدشداشة والمصرة العمانية" الشيء الذي يميز هذا الزي التقليدي هو عدم وجود العنق كباقي دول الخليج في الدشداشة،² الامر الذي يقودنا بأن هذه الحملة موجهة للأفراد الصم وضعاف السمع ذوي الاعاقة السمعية في سلطنة عمان بالدرجة الاولى ثم من ذلك باقي البلدان العربية .

المرحلة الاولى :

بدأت اللقطة الاولى من هذه الحملة بعرض الاطار المربع على الشاشة والذي تم ذكره في المستوى التعييني على انه جاء باللون الاسود اي ان المضمون هنا يستدعي وجوب التنبيه له فقد يكون الامر خطيرا ، في حين يدل الشكل المربع في العادة على الاحتواء والصلابة مع وجود الشكل الدائري اعلى يسار الاطار الممثل لفيروس كورونا ،والذي جاء باللون البني الفاتح هذا اللون الهادئ له معنى سلبي يشير للقسوة والشراسة،³ هذا ما يعني ان فيروس كورونا شرس وسريع الانتشار ويجب علينا احتواءه قبل تفاقم الوضع ،وهذا ما اشارت اليه الرسالة اللسانية المكتوبة داخل الاطار " 5 طرق لانتقال فيروس كورونا "، حيث جاء الرقم 5 باللون الاحمر داخل دائرة حمراء، والتي يدل على الخطورة ومحاولة التنبيه، باعتبار ان الفيروس لازال مستمر لحد هذه اللحظة لذا يجب توخي الحيطه والحذر.

في المرحلة الثاني من الحملة بدأت بوجود رسالة مكتوبة بلونين مختلفين الاحمر والاسود، وكما ذكرنا سالفا ان اللون الاحمر يشير للخطر في هذه الحملة والاسود هنا يشير للموت او الشؤم، وتمثلت في " الانتقال المباشر من خلال الرذاذ المتطاير من المريض"، في هذه المرحلة قد يبدو ان الرذاذ المتطاير امر بديهي في البداية لكن الهدف من الرسالة هنا ،هو ان الرذاذ التنفسي الذي يقذفه الشخص قد لا نراه بالعين الجردة والذي يمكن التقاطه بمجرد التحدث مع الشخص المصاب، الشيء الذي يجعله ينتشر بسرعة ومن ثم ينتقل عبر الجهاز التنفسي بمجرد استنشاق الهواء الذي يحتوي على ذلك الرذاذ المتطاير الناتج من جسم المصاب بالفيروس وهذا ما تم توضيحه في الصورة الايقونية للشخص المرسوم الذي تبدو عليه اعراض السعال والعطاس مما يعني انه مصاب بالفيروس .

1 - رضوان بلخيري: الدلالات السيميائية ... ص 91. 92 .

2 - متاح على الرابط : <https://youtu.be/opy37REj5su> ،تاريخ الاطلاع 17-5-2021 ،على الساعة 13:30 م

3 رضوان بلخيري: سيميولوجيا الصورة ... المرجع السابق، ص 97 .

المرحلة الثالث :

انتقل مخرج اللقطة بصورة تعبيرية مرسومة جاءت في شكل عشوائي لتتشكل على هيئة غيمة او غبار او ما شابه ذلك ،يحتوي على اشكال دائرية تتمثل في الشكل الهندسي لفيروس كورونا مع وجود رسالة نصية "الانتقال الغير المباشر للوباء قد يكون من لمس الاسطح والادوات الملوثة "، قد تكون هذا الرسم التعبيري المرفق لم يخدم المعنى الحقيقي للرسالة، لكن النص المكتوب والمسمع وكذا لغة الاشارة هنا قد ادت وظيفة المناوبة في نقل المعنى الحي للرسالة، فكما نرى في الصورة التعبيرية ان الرسالة تضمنت لونين الاحمر والاسود واللذان اشرنا لهما سابقا " التنبه من الخطر الذي قد يؤدي للموت الحتمي " ،فالمعنى الضمني لهذه الرسالة ان الفيروس قد ينتقل للاشخاص بطريقة غير مباشرة، اي ان الشخص قد يعتقد ان يابتعاده على الاحتكاك المباشر بالاشخاص قد تقادى انتقال الفيروس اليه، لكن في الحقيقة انه عند ملامسة الاسطح اعتقادا منه انها نظيفة لكنها قد تحمل الفيروس ،وذلك راجع لان فترة حضانه الفيروس حسب علماء الفيروسات تصل الى 12 حتى 15 يوما، ما يعني احتمال نقل شخص مصاب بالفيروس عبر ملامسته للاسطح .

في المرحلة الرابعة والتي جاءت فيها صورة تعبيرية لاشخاص مختلفة الاجناس ذوو بشرة بيضاء ،الامر الذي يعني شحوب البشرة ، وهي احدى اكثر الاعراض المتعارف عليها عند الاصابة بالمرض بالفيروس، لتأتي الصورة التعبيرية المرسومة بخلفية حمراء اللون دلالة على الحذر من الاتصال والمخالطة المباشرة بالاشخاص الذين تبدو عليهم اعراض الزكام والانفلونزا الحادة ، والتي يمكننا ان نتعرف عليهم من خلالها.

جاءت المرحلة الخامسة لتوضح لنا اشكال هندسية تمثلت في شكل دائري ومثلثات وكذا خطوط لتشكيل لنا القط في رسم تعبيرى مع توظيف رسالة لسانية مكتوبة تتضمن " عدم الملامسة المباشرة للحيوانات والاسطح التي تلامسها ، استنادا للمعلومات المتداولة يعتبر خطر نشر الحيوانات لفيروس كوفيد 19 الى البشر منخفضا و لا يوجد دليل على ان الفيروسات يمكن ان تنتقل الى البشر او الحيوانات الاخرى¹، والامر المتعلق بإدراج الايقونة المرسومة الخاصة بالقط ،هو انه تم تداول في بدايات انتشار فيروس كورونا عبر الفضائيات وكذا مواقع التواصل الاجتماعي ان الحيوانات الاليفة والتي من بينها القطط قد تنتقل الفيروس للبشر، هذا الامر الذي تم تفنيده من قبل علماء الفيروسات والاطباء وكذا البيطريين ،لذا

1- بسام رمضان : طبيب : لا توجد دراسة تثبت انتقال كورونا من الحيوانات الى الانسان ، متاح على الرابط: <https://www.almasyalyoum.com> ، تاريخ الاطلاع 2021-05-22 ،على الساعة 22:20 .

يمكننا القول بأن هذه الخطوة خاطئة ولا يتم الاخذ بها حاليا ،وهذا ما يعني ان هذه الحملة قد تم بثها بدايات انتقال وتفشي الوباء .

لينقل بذلك المخرج للمقطع السادس لتأتي بذلك صورة بسيطة جدا تحمل ايقونة مرسومة لسمكة مع خلفية حمراء لتشير بذلك الى رسالة مكتوبة حول "تجنب اكل الطعام دون طهي " ،فالمعنى الكامن داخل هذه العبارة وهذه الصورة البسيطة كبير، فعند العودة بنا الى الوراء في بدايات انتشار الوباء تم تداول الاخبار عبر الفضائيات والمواقع الالكترونية، في ان هذا الفيروس قد انطلق وانتشر من سوق الاسماك في مدينة ووهان الصينية ، وان الاطعمة النيئة الغير طازجة كاللحوم البحرية قد تكون هي السبب الرئيسي في ظهوره، اي انه انتقل الى البشر من خلالها وهنا العلاقة بين الصورة والنص او الرسالة علاقة تكاملية بمنتهى الدقة والبساطة لا يصل المعنى الاساسي للمتلقي .

المرحلة السابعة

جاءت هذه اللقطة بتوظيف رسم او رمز للمصافحة، اي كما هو معروف رمز التعاون جاء تخطيطه باللون الاحمر ، ثم اضافت بذلك رسالة مكتوبة باللون الاحمر والتي جاءت كالتالي "معا لمقاومة فيروس كورونا"، كان الهدف من هذه الرسالة والرسم التعبيري بسيط جدا لا يحتاج لتعمق كبير، وذلك من اجل الاتفاق على ضرورة الاتحاد واتباع الخطوات السالف ذكرها ،حتى يتجنب كل الافراد نقل العدوى للاخرين فاللون الاحمر ،هنا جاء للتنبيه بضرورة الاتفاق والتعاون من اجل مكافحة هذا الفيروس .

الكلمة	الصورة (حركة اليد وايماءات الوجه)	السياق الذي جاءت منه
--------	-------------------------------------	----------------------

<p>الحركة وفق تحليلنا الشخصي لها</p>		
<p>كما لاحظنا في الصورة لحركة اليد جاءت بانبساط اليدين ومقابلتهما بطريقة موازية متجهتين للامام ثم تحريكهما حركة منعرجة في الاتجاه الامام¹ اي ان اصل الحركة قد يكون جاء من الرمز التعبيري للطريق او السبيل والذي استمدت منه المعنى الدلالي للكلمة</p>		<p>طرق</p>
<p>جاءت الحركة انتقالية لاصابع اليد بشكل مضموم لداخل اتجاه الجسم امام الصدر ثم تحريك اليدين للامام وللخلف مع فتح الاصابع الامر الذي قد يؤدي الى انه يحاول الاشارة الى خروج شيء من الجسم قد تكون اجسام غريبة لتنتشر خارج الهواء وهذا ما يعني ان الحركة المعتمدة جاءت دلالة على الاجسام التي لا يمكن رؤيتها بالعين المجردة والتي تسبب العدوى وبذلك تجسدت في شكل حركة تعبيرية لكلمة العدوي والتي</p>		<p>عدوى</p>

1 - محمد علي كامل : قاموس لغة الاشارة للاطفال الصم، دار الاطلاع، القاهرة، سنة 2004، ص 104 .

<p>استمدته المعنى الدلالي لها</p>		
<p>نلاحظ في الصورة ان خبير لغة الاشارة شكل لنا الرمز التعبيري لكورونا الذي يشير من خلال فتح يده مع تفريق الاصابع وقبضة اليد اليسرى الى الشكل التقريبي لرمز كورونا التاجي فالاصابع المفتوحة شكلت الاشواك البارزة الى الخارج في حين قبضة اليد مثلت البنية الدائرية الخاصة بالفيروس هذا ما يعني ان الشكل التعبيري التمثيلي لليدين يوضح المظهر الذي يبدو عليه الفيروس التاجي عبر المجهر الالكتروني</p>		<p>كورونا</p>

- جدول يمثل دلالات حركات وايماءات لغة الاشارة الخاصة بالحملة الثانية حسب تحليلنا الشخصي لها

القاء التعيينية للحملة الثالثة :

تجري احداث هذه الحملة في فضاء داخلي داخل استوديو الاخبار يحتوى على شاشة عرض كبيرة (دون الاعتماد على كافة اكسسوارات الاستوديو..)، الامر الذي يجعل المشاهد من لحظة تلقيه للمشهد يتعرف عليه دون ادنى جهد منه حيث اعتمد المخرج على اللقطة الامريكية للشخصية المتضمنة داخل المشهد والتي تمثل القائم بالاتصال " خبير لغة الاشارة ناجي زكارنة "، مع ابقاء حركة الكاميرا ثابتة وزاوية تصوير في مستوى النظر اي عادية، وكان ذلك طيلة عرض الحملة حتى انتهائها جاءت شاشة العرض المدرجة خلف الخبير ناجي زكارنة على الجهة اليسار من المشهد ،وذلك بغرض توظيف المحتوى المراد

ايصاله للمتلقي فيها والذي تمثل في شكل صور فوتوغرافية، وكذا وجود اشكال هندسية دائرية باللون الازرق لفيروس كورونا، يوجد كذلك شريط مستطيل اسفل الشاشة يبرز النص المسموع في شكل كلمات مكتوبة، مع توظيف على يساره اطار مربع يحتوي على شكل ايقوني تمثل في شكل يدين في وضعية عكسية جاءت باللون الابيض الذي يعبر عن رمز الاشخاص الصم البكم مساهمة منهم في توضيح المعنى بطريقة غير مباشرة نوع الحملة وكذا خصوصيتها .جاءت الرسالة الالسنية في هذه الحملة في شكل 3 انواع ،تمثلت في رسالة لسانية خاصة بالصم ذوي الاعاقة السمعية اي بلغة الاشارة ،ورسالة اخرى مسموعة في شكل تعليق صوتي مع ارفاقها برسالة لسانية مكتوبة ،وهذا مايعني ان الحملة اعتمدت على كافة الانواع من الرسائل اللسانية . جاء عنوان الحملة المتمثل في "معلومات عن فيروس كورونا" ليبين لنا مضمون الحملة ، وهذا ما يعني ان الحملة تعالج موضوع كوفيد 19 ،ومن اجل التنويه والتوضيح لمضمون الحملة تلتها صور فوتوغرافية قد تساعد في توصيل الحملة بطريقة او بأخرى، لذا قمنا في هذه الحملة بتقطيع لقطاتها لتشكل لنا 3 مقاطع لكل مقطع صور فوتوغرافية مرفقة بنص مكتوب وكذا مسموع وبلغة الاشارة :

المقطع الاول :

بدأ مخرج الحملة في هذا المقطع بعرض نص مكتوب على شاشة العرض الخلفية يحتوي على تساؤل رئيسي عن اعراض هذا الفيروس، والذي قام بتقديمه خبير لغة الاشارة "ناجي زكارنة" في شكل رسالة غير منطوقة (بلغة الاشارة)، مضيفا لها تعليق صوتي ليعرض بعدها الصورة الفوتوغرافية الاولى مع وجود نص مكتوب اسفل الشاشة يشير الى الاعراض الاولى للاصابة بالفيروس، والتي بدأت بصورة لشخص يمسك رأسه ليتحسس درجة حرارته واضعا في فمه ميزان حراري لقياس درجة الحرارة مع احمرار في البشرة نوعا ما، وهذا ما يفسر ان الشخص قد اصيب بالحمى، في الصورة الموالية تبين لنا وجود شخص مستلقي على سرير داخل غرفة من غرف المستشفى واضعا على وجهه قناع الاكسجين، دلالة على وجود ضيق وصعوبة في التنفس ،لتليها بعد ذلك صورة فوتوغرافية لشخص يضع يديه على فمه مع رفعه لحاجبيه هذه الصورة وضحت لنا وضعية الشخص في حالة السعال .

المقطع الثاني :

انتقل المخرج في هذه اللقطة الى الصورة الرابعة من الحملة ،وكما هو موضح في الصورة وجود طبيب يحمل بيده صورة للاشعة السينية متمثلة في الصورة الاشعاعية مشيرا لوجود خلل او عارض من اعراض

مرض في الرئة ،ولا ننسى وجود جزء صغير من الجانب الايسر لكتف طبيب يرافقه حاملا بيده جهاز آي باد، والذي يبين لنا انهم يتناقشون حول وضعية المريض ،جاءت الصورة الموالية لشخص قام بوضع يده على رأسه ملقيا بنظره للأسفل وكأنه يشعر بالوهن والتعب والآم في الرأس مما يعني وجود ضعف عام في الجسم .

المقطع الثالث :

جاء هذا المقطع في شكل صورة واحدة لشخص قام بوضع يديه على بطنه مع الضغط عليه، مستشعرا وجود ألم او مغص به ، كما ادرج المخرج في هذه الصورة شكل أيقوني للكلى تم تخطيطه باللون الاحمر، وكما جاء في النص المكتوب ان الفيروس قد يتسبب في الحالات الشديدة الى الفشل الكلوي .

- جاءت هذه الصور الفوتوغرافية لتبين لنا الاعراض الناجمة عن فيروس كورونا .

الالوان المعتمدة في هذه الحملة والتي تفاوتت بين اللون الاصفر ممثلا الاطار المستطيل الحامل لعنوان الحملة والذي جاء باللون الاسود، اي ان الاطار قد اعتمد فيه لونين تمثلا في اللون الاصفر والاسود الدالان على نفس السياق (التنبيه الحذر الشؤم الموت) ، واللون الاخر هو الابيض المتواجد بكثرة في ملابس الاشخاص المصابين والذي يدل على الراحة الهدوء الايجابية ،اما بالنسبة للون الازرق فقد تطرقنا له سابقا .

القراءة التضمينية للحملة الثالثة :

جاءت متتاليات هذه الحملة ضمن فضاء داخلي داخل استوديو الاخبار الخاص بقناة الجزيرة وهذا قد يكون ضمن الامكانية المادية الخاصة بالمؤسسة، مع وجود شاشة كبيرة ترشدنا لفهم محتوى الحملة، وكما هو موضح انها جاءت خلف مقدم الحملة "ناجي زكارنة" لتظهر عليها عبارة "معلومات عن فيروس كورونا"، لتقودنا الى ان الحملة تخص فيروس كورونا، ومن جهة اخرى نجد ان الشخص القائم بالاتصال اعتمد في القاءه للرسالة على حركات اليدين وايماءات الوجه " لغة الاشارة " ،ومع وجود الشعار الموضح اسفل الشاشة مع الشرط الحامل للنص المكتوب شكل اليدين بطريقة عكسية جاءت على هيئة رسم توضيحي تعبيرى، وهو الذي يرمز للشعار الخاص بالاشخاص الصم ذوي الاعاقة السمعية فيدرك من خلالها المشاهد على ان هذه الحملة التحسيسية التوعوية موجهة للصم بالدرجة الاولى ومن ثم الاشخاص العاديين " الاميين والمتقنين "، الامر الذي يقودنا للتعرف على الجمهور المستهدف من خلال هاته الحملة

،الا وهو الجمهور الاصم ذوي الاعاقة السمعية ثم الاميين والمتقفين من مختلف دول العالم العربي ، كما يبين لنا نوع الحملة المتمثل في تغيير الافكار والذي يهدف الى تزويد الافراد بالمعلومات الخاصة بالاعراض الناتجة عن فيروس كورونا، كما ان ذكر "ناجي زكارنة" لكلمة لكل الصم في العالم العربي قد نعرف من خلالها ان لغة الاشارة في هذه الحملة قد اعتمدت على المصطلحات المشتركة في معناها الحركي والايماي بين البلدان العربي، وفي هذا الشأن يمكننا ان نحلل بعض الكلمات الخاصة بلغة الاشارة ومحاولة فهم سياقها (انظر الجدول اسفل التحليل)، كما ركز المخرج على توظيف اللقطة الامريكية للقائم بالاتصال " ناجي زكارنة " مع زاوية تصوير في مستوى النظر وحركة ثابتة للكاميرا عليه مع وجود حركة انتقالية من مرحلة لأخرى لباقي المحتوى المتضمن في الشاشة الخلفية الخاصة بعرض الصور الفوتوغرافية للأشخاص المصابين ،هذه التقنية المستخدمة في هذا النوع من الحملات للتركيز فقط على الجانب الاعلى من القائم بالاتصال حتى تمكن المتلقي الاصم من تتبع حركات الوجه وكذا اليدين لفهم مضمون الحملة ،كما ان توظيفه للتعليق الصوتي والنص المكتوب ساعد في فهم الرسالة اللسانية (لغة الاشارة) للأشخاص العاديين، فنرى الرسالة اللسانية هنا اتسمت بثلاث وظائف مهمة ساعدت المتلقي للرسالة على فهمها بطريقة سلسة وبسيطة تمثلت في وظيفة التوجيه ووظيفة الترسخ واللذان وظفا من اجل ارشاد المعنيين بالحملة (كافة المجتمع العربي) ، وذلك جاء من خلال بث الصور والرسالة اللسانية والتي تعمل على ترسيخ تلك التوجيهات والارشادات في اذهان المتلقين لها ،اما الوظيفة الثالثة وظيفه المناوبة جاءت في شكل لغة الاشارة والتي تعمل على سد العائق بالنسبة للأشخاص ذوي الاعاقة السمعية لئتمكنوا بذلك من فهم الرسالة بطريقة اوضح واسهل لهم .

عنوان الحملة المتمثل في " معلومات عن فيروس كورونا " نلاحظ ان المخرج جسدها داخل اطار باللون الاصفر في حين النص المكتوب (الخاص بالعنوان) جاء باللون الاسود مع وجود خلفية زرقاء تحمل اشكال هندسية دائرية في شكل كبير تشير الى الرمز الخاص بفيروس كورونا ، والذي اعتمد كخلفية لباقي الصور المتضمنة للحملة، حيث نرى ان اللون الاصفر هنا يدل على التحذير والتنبيه ، في حين اللون الاسود الخاص بالنص المكتوب داخل الاطار يدل على انه لون الشؤم والتهديد او الموت، ايضا لتتوصل بذلك الى ان الحملة التحسيسية تنبيهية تحذيرية من التهديد الذي يحمله هذا الوباء للبشر، والذي قد يؤدي للموت في حالة تفاقم المرض وانتشاره داخل الجسم، اما بالنسبة للخلفية الزرقاء الخاصة بالفيروس ان له جانبين دلاليين تما في انه رمز الصحة فهو لون نجده غالبا في ملابس الاطباء وكذا اللون المعتمد في شعار منظمة الصحة العالمية ،وهو ايضا لون جدران المستشفيات فهو لون مهدئ

ومخفف للأمراض ،لكن الغاية في هذه الحملة من توظيف هذا اللون على الخلفية والرمز الخاص بكوفيد 19 ،والذي اخذ حجم كبير في شكله دليل على تهديد صحة الانسان .

لنتتهي بذلك جملة التفصيل في اللقطة الافتتاحية للمشهد والتي اعتمدها المخرج طيلة فترة عرض مقاطع الحملة ،الامر الراجع لطبيعة الحملات التوعوية مع التغيير فقط في الصورة المدرجة على الشاشة الخلفية لعرض المحتوى، وكذا الرسالة اللسانية بمختلف انواعها (لغة الاشارة تعليق صوتي نص مكتوب) وابقاء نفس وضعية التقاط زاوية التصوير وحركة الكاميرا الموجهة للقائم بالاتصال وخلفية الشاشة مع الحركة الانتقالية للصور

المقطع الاول :

لينتقل بذلك مخرج الحملة للمقطع الاول من عرضها والذي جاء في شكل نص مكتوب داخل نفس الاطار الاصفر متضمنا لكلمة تساؤلية " ماهي اعراض الاصابة بالفيروس " ،كما نلاحظ انه وظف تكرار لنفس الشكل الخاص بالاطار الاصفر دلالة على تثبيت وترسيخ الفكرة في ذهن المتلقي مع تأكيد الرسالة بأخرى مكتوبة اسفل الشاشة ،حيث انه بدأ بتوظيف صورة فوتوغرافية لشخص يتحسس درجة حرارته مع وجود مقياس لدرجة الحرارة، وكذا احمرار في البشرة نوعا ما والامر الذي تم ذكره في النص ان اول الاعراض تكون عند الاصابة بالفيروس هي الحمى فالبقع الحمراء الارجوانية اللون المسطحة على بشرة المصاب تشير لوجود ضغط في الدم ، والذي قد يتسبب في ارتفاع درجة الحرارة، الامر الذي يجعل الشخص المصاب بالحمى يستشعر بدفء شديد غير محتمل داخل الجسم فقد يكون ارتفاعها ينتهي خلال ايام قليلة ، لكن في هذه الصورة يقصد ان ارتفاع درجة الحرارة يختلف من المعتاد ليصل الى 40 درجة ،وهذا مؤشر واضح على ان الشخص قد اصيب بالفيروس، في الصورة الموالية من هذا المقطع لشخص مستلقي على سرير داخل غرفة من غرف المستشفى على وجهه قناع الاكسجين ،وكما جاء في النص المرفق ان من الاعراض الثانية هي وجود ضيق وصعوبة في التنفس، فالمعنى او الدلالة الضمنية التي تحملها هاته الصورة، ان الاضطرابات الناتجة عن الحمى التي تصيب الجهاز المناعي في الجسم جراء دخول اجسام غريبة ،عبر المسالك التنفسية جراء عملية الشهيق والزفير والذي يتسبب في ضيق تنفس حاد ، قد يؤدي بالمريض للاستعانة بقناع الاكسجين حتى يتمكن الشخص المصاب في ادخال كمية اكبر من الاكسجين للجسم .

لينتقل المخرج للصورة الفوتوغرافية الثالثة لشخص يضع يديه على فمه دلالة على السعال (وهذا كما ذكر في النص وكذا التعليق الصوتي)، في هذه الحالة يختلف السعال العادي عن السعال الناتج من وجود فيروس كورونا في الجسم هو الصوت او لا، بحيث يكون الصوت حادا او قوي مع وجود جفاف في الحلق، هذا المؤشر كافي لاطهار ان كان بالشخص المصاب كورونا ام لا ، وذلك مع وجود الاعراض السالف ذكرها (علاقة تكاملية).

المقطع الثاني :

جاءت الصورة الفوتوغرافية الرابعة لطبيب حامل بيده اشعة سينية متمثلة في صورة اشعاعية للرئتين، في هذه المرحلة من الكشف عن الاعراض الناجمة لفيروس كورونا، والتي تشير لوجود التهاب رئوي، فالاشعة السينية هنا تعتبر من وسائل الفحص او التحليل الدقيق للكشف عن الاصابة بالفيروس ، والاشارة التي قام بها الطبيب بتوجيه اصابعه نحو الصورة الاشعاعية للرئتين، لإمكانية وجود بقع بيضاء في الرئتين وهذه علامة واضحة على وجود الفيروس في الشخص المصاب¹.

انتقل المخرج في هذه اللقطة الى صورة فوتوغرافية لشخص تبدو عليه اعراض الوهن والضعف العام للجسم، فالضعف هنا يكون ناتج عن تعرض الجسم للاصابة بالاعراض السالف ذكرها، مما يزيد الشعور بألم حاد خلال الحركة وضعف في المفاصل مع آلام شديدة في كافة اجزاء الجسم، تمثل هذا العارض في ان الفيروس قد تمكن كليا من الدخول للجسم .

المقطع الثالث

جاءت هذه الصورة الفوتوغرافية الحاملة للرمز الايقوني للكلية لوضعية الشخص بإستشعاره لوجود ألم في البطن، وهذا ما لاحظناه من خلال وضع يديه على بطنه مع الضغط عليها بطريقة شديدة ، ما يعني لوجود ألم شديد ناتج عن مرض بالكلية، والذي وضحاها من خلال شكل ايقوني لها، بحيث تم تخطيطها باللون الاحمر فاللون هنا جاء دلالة على حدة الالم الذي قد يؤدي لفشل كلوي، ومن ثم الموت في حالة عدم التنبه لها، كما نرى ايضا ان الصورة هنا جاءت لتوضح ان لهذا الوباء قد تكون له اعراض اخرى غير شائعة كثيرا تصيب المريض الحامل للعدوى .

¹ -حازم بدر : خوارزمية جديدة باستخدام اشعة الصدر لاكتشاف كورونا، متاح على الرابط : <https://al-ain.com/article/radiologists>، تاريخ الاطلاع 2021-05-10، على الساعة 20:21 .

جاءت كل هذه الصور الفوتوغرافية للأشخاص المصابين وكذا الأطباء لارتدائهم ملابس تغلب عليها اللون الأبيض والذي يحمل العديد من الدلالات التي تخدم هذه الحملة، تمثلت في كونه يبعث في نفسية المريض الأثر الإيجابي وشعوره بالاسترخاء، كما أنه يعد اللون المعتمد في ملابس الأطباء لبعث الراحة النفسية للمريض والتي تسهم في إمكانية علاجه .

السياق الذي جاءت منه الحركة حسب تحليلنا الشخصي لها	الصورة (حركات اليد إيماءات الوجه)	الكلمة
<p>هذه الكلمة اخذت حركتين الحركة الاولى في الصورة الاولى نرى حركة اليدين جاءت بوضع اصابع اليد اليمنى على الجبهة واطراف اصابع اليد اليسرى على الصدر¹ هذه الوضعية جاءت لتوضيح وجود ارتفاع لدرجة الحرارة وذلك من خلال تحسسها بوضع الاصابع على الجبهة اي ان هذه الحركة جاءت وفق الوضعية المتعارف عليها اثناء الشعور بالمرض او العلة او الحمى ومع حركة الوجه تبين لنا الالم الناتج عن ارتفاع درجة الحرارة</p> <p>الحركة الثانية في الصورة الثانية نرى حركة الاصابع جاءت بجعل اصابع اليد اليمنى منقبضة مع مد</p>		<p>الحمى</p>

¹ - محمد علي كامل : مرجع سبق ذكره ،ص122.

<p>اصبح السبابة الى الاعلى وبنفس الوضعية لليد اليسرى لكن في الاسفل (كما هو موضح في الصورة) والتي اخذت شكلها التعبيري من ميزان الحرارة .</p>		
<p>جاءت الصورة الاولى للتعبير عن كلمة ضيق حيث اخذت وضعية حركة اليدين نحو الصدر مع قبض اصابع اليدين اليمنى واليسرى (كما موضح في الصورة) جاءت هذه الحركة للتعبير عن الشعور بالضغط او الاختناق وهي حركة تعبيرية معنوية مجردة وشعورية</p>		<p>ضيق</p>
<p>الصورة الثانية جاءت للتعبير عن كلمة تنفس حيث اخذت وضعية حركة اليدين نحو الصدر بطريقة منبسطة عكسية ومتقابلة مع فتح كافة اصابع اليدين (كما هو موضح في الصورة) ثم تحريكهما للامام والخلف في وقت واحد بسرعة جاءت هذه</p>		<p>التنفس</p>

<p>الحركة لتأخذ الشكل الخاص بالفقص الصدري للانسان من خلال التعبير عن الاصبع بكافة اصابع اليد في حين الحركة جاءت للتعبير عن وضعية الشهيق والزفير الناتج عن التنفس وهي حركة تعبيرية ملموسة ومعنوية في ان واح</p>		
<p>تمثل الحركة الموضحة في الصورة التعبير عن كلمة السعال والتي اخذت وضعية اليد اليمنى منقبضة متجهة نحو الفم مع وجود حركة في الراس للامام والخلف نحو قبضة اليد وهي الوضعية التي ياخذها الانسان في العادة اثناء السعال للحفاظ عن الهواء من التلوث من خلال الرذاذ المتطاير من الفم وبذلك تكون الحركة تعبيرية مجردة وملموسة</p>		<p>السعال</p>

- جدول يمثل دلالات حركات وايماءات لغة الاشارة الخاصة بالحملة الاولى حسب تحليلنا الشخصي له

القرائة التعيينية للحملة الرابعة :

يبدأ مخرج هذه الحملة بعرض لقطة متوسطة في مستوى النظر مع حركة ثابتة للكاميرا للقائم بالاتصال "مروة شهاب سفيرة الاعاقة لسنة 2020" مع الاعتماد على خلفية باللون الاحمر طيلة فترة عرض الحملة تغطي بذلك كافة الشاشة الخلفية، والتي عرض فيها المخرج ايقونات تعبيرية مرسومة في شكل مراحل

،تحمل في طياتها دلالات تضمينية لها علاقة وطيدة بمضمون الحملة ،هناك شكل هندسي دائري اعتمده المخرج كرمز لفيروس كورونا منذ بداية عرض الحملة لغاية انتهائها مع وجود نص مكتوب في الخلفية الخاصة بعرض المحتوى لتبين لنا اللقطة الافتتاحية موضوع الحملة ،وكذا خصوصيتها ونوعها مع توظيف اهم رسالة لسانية فيها والتي جاءت في شكل حركات وايماءات لتتكون بذلك لغة اشارة للصم قامت بتأديتها سفيرة الاعاقة مروة شهاب " كما نرى انها ترتدي لباسا رسميا اسود " على الراس وكذا كمامة على رقبته مع قفازات باللون الاسود ، جاءت الرسالة اللسانية هنا في شكل نوعين تمثلتا في لغة الاشارة واخرى نص مكتوب مع توظيف موسيقى ترافق كافة مقاطع الحملة جاءت في شكل موسيقى هادئة .لينتقل بذلك للمقطع المختار من هذه الحملة والذي يبدأ بصورة على الجهة اليسار من الشاشة مع ترك نفس اللقطة وزاوية التصوير وحركة الكاميرا، اما الجانب الايمن خاص بالمضمون والرسومات التوضيحية التعبيرية الخاصة بالنص حيث بدأت اللقطة بعرض نص متضمن للنصائح والاساليب الواجب اتخاذها من اجل الوقاية من الفيروس ليتم بذلك تقسيم الحملة الى 6 مراحل :

المرحلة الاولى :

يبدأ فيها المخرج بعرض رسالة بسيطة وموجزة جاءت في " غسل اليدين " لتأتي بها صورة تعبيرية مرسومة في شكل حنفية مياه مع العضو البشري في شكل يدين وكذا وجود اشكال عشوائية واخرى دائرية صغيرة لتجتمع وتكون لنا رغوة الصابون والفقاعات الناتجة عنها ،مع الانتباه لوجود النص الخاص بعنوان المقطع المختار "نصح باتخاذ اساليب الوقاية "،في كافة مقاطع الموالية ايضا لتوضح ان النصوص المرفقة مع الرسم التوضيحي تابعة للنصائح الواجب اتخاذها للوقاية ،وكذا الرمز الخاص بالفيروس على الجانب مع حركة دورانية.

المرحلة الثانية:

جاءت هذه المرحلة لشكل اليدين تقوم بوضعيه ارتداء القفازات او الكفوف ،والتي وضحتها سفيرة الاعاقة وكذا النص المكتوب في " لبس الكفوف " ،وهي احدى الطرق التي اعتبرها البعض في بداية انتقال الفيروس في انها واقية ضد الفيروس (سنتطرق لها في المستوى التضميني) .

المرحلة الثالثة:

صور لنا فيها المخرج صورة لشخصية مرسومة داخل دائرة بيضاء (خلفية) يرتدي كمامة وتبدو على ملامحه الحزن او التحسر (طريقة الحواجب) ،حيث انها جاءت للضرورة ارتداء الكمامة من خلال النص المرفق "لبس الكمامات" .

المرحلة الرابعة :

تم في هذه المرحلة الجمع بين 4 مقاطع من الحملة تحمل كلمة تطهير (تعقيم وتنظيف) ،اي انها تكمل بعضها البعض ،جاءت الصورة الاولى من هذه المرحلة تحمل نص مكتوب تضمن تطهير كل ما حولك في البيت مع رسم تعبيرى يحمل اشكال كثيرة تمثلت في دوائر تفاوتت احجامها بين الصغيرة والمتوسطة واخرى في شكل مثلث مع وجود اشكال للجراثيم جاءت باللون الاخضر مع الاحمر ،وكذا توظيف جزء من جسم الانسان تمثل في شكل اليدين حاملة بها قارورة ليتشكل بذلك مشهد لمحاولة تطهير المنزل من الجراثيم والفيروسات من خلال المعقم او المطهر، لينتقل بذلك المشهد لصورة توضح الشكل الخاص بسماعات الاذن (القوقعات) الخاصة بالاشخاص ذوي الاعاقة السمعية ، حيث جاءت رسالة نصية تشير لضرورة تطهيرها وتعقيمها ، في الصورة الموالية جاءت رسالة نصية لضرورة تطهير الهاتف وكذا اللابتوب مع توظيف الشكل الخاص بالهاتف المحمول ، وكذا صورة تعبيرية مرسومة لجهاز اللابتوب " الحاسوب المحمول " .

المرحلة الخامسة :جاءت هذه الصورة لعلامة المنع ، تمثلت في شكل دائري باللون الاحمر مرفقة بصورة لرسم تعبيرى على شكل يدين، مع ارفاق نص بضرورة عم المصافحة .

المرحلة السادسة :نرى شكل دائري صغير يحتوي على صورة فوتوغرافية تكاد تكون واضحة ،لاشخاص بينهم مسافة تباعد، وهذا ما آلى اليه النص المكتوب اسفل الصورة، لضرورة الابتعاد عن التجمعات ،مع وجود حركات وايماءات بلغة الاشارة ضمن هذه الصورة في كل مرحلة .

القراءة التضمينية للحملة الرابعة :

ان الاعتماد على الرسالة الالسنية والالوان والاشكال الايقونية في هذه الحملات الاعلامية ليس بالأمر الاعتيادي وخاصة اذا كانت تتعلق بالحملات التوعوية الصحية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية، وكما هو مبين لنا في الصورة وجود اهم عنصر داخل هاته العملية الاتصالية، الا وهي القائمة بالاتصال " مروة شهاب " والتي تعمل على ابلاغ مضمون الحملة بواسطة لغة الاشارة حتى تسهل عملية الاتصال لذوي

الاعاقة السمعية حتى يتمكنوا من فهم الرسالة الموجهة لهم ، مع ادراج رسالة السنية مكتوبة في كافة مقاطع الحملة تعمل على مساعدة الاشخاص العاديين من النخبة المثقفة على الدلالات التي تحملها لغة الاشارة ،وعن اي موضوع تتحدث هذه الحملة ،حيث قمنا من خلالها بتفسير بعض المصطلحات وتحليلها وفق سياقها البيئي حسب الشخصية لها (انظر الجدول اسفل التحليل)، الامر الذي يقودنا للتعرف على الجمهور المستهدف من هذه الحملة تمثلوا في :الاشخاص الصم وضعاف السمع من ذوي الاعاقة السمعية في المقام الاول ثم النخبة المثقفة مع الغاء وجود الاميين في هذه الحملة ،ومن خلال هذه الرسالة اللسانية الموظفة نرى انها عملت على 3 وظائف اساسية للرسالة اللسانية جاءت في وظيفة التوجيه والتي تتلاعب بين الرسم التعبيري والنص لترسيخ المعنى في ذهن المتلقي من خلال وظيفة المناوبة بلغة الاشارة للاشخاص الصم وضعاف السمع من ذوي الاعاقة السمعية . كما هو موضح ان هذه الحملة موجهة للصم وضعاف السمع، وذلك من خلال التعرض لمحتوى المقطع الاول الذي وضحت فيه سفيرة لغة الاشارة على ان هذه الحملة متعلقة بالمخاطر التي قد يخلفها فيروس كورونا التاجي من خلال رسالة غير صريحة قد يستشعرها المشاهد منذ الوهلة الاولى لبداية العرض، وعليه اعتمد المخرج هنا على الالوان لتحاكي المشاهد والتي تساعد في اصال الفكرة بطريقة واسلوب اوضح حيث نرى ان اللون الاحمر والاسود بصفة طاغية على الصورة الموضحة ،والتي جاءت طيلة فترة عرض المقاطع اي منذ بداية الحملة الى غاية انتهائها مع ادراج صور توضيحية مرسومة تساعد على اصال الفكرة بطريقة غير مباشرة للمتلقي ،موظفا بذلك تقنية الموشن غرافيك بهدف تبسيط وتسهيل المعنى الذي ترمي اليه¹ كل لقطة من الحملة بأسلوب سلس ومرغوب فيه،هاته الالوان التي اعتمدها المخرج جاءت لجذب الانتباه وكذا لاستشعار وجود حركة داخل المقطع فور وقوع عين المشاهد عليها ،فاللون الاحمر الذي اعتمد كخلفية لشاشة العرض كان الغرض الاساسي منه هو محاولة التحذير من الخطر² الذي يحمله هذا الفيروس ومحاولة التنبيه منه، فهو من الالوان الحارة التي تعمل على جذب الانتباه داخل المشهد ،اما اللون الاسود والذي يظهر جليا داخل المقطع في لباس وقفازات "سفيرة الاعاقة مروة شهاب" هذا اللون الذي له اكثر من دلالة غير صريحة في هاته الحملة، فكما هو متداول ان هذا اللون هو لون الاناقة والجدية والرسمية وكذا الاحترافية وهيبة كل من يرتديه³ ، والشخص هنا هي سفيرة الاعاقة "مروة شهاب" الامر الذي يفسر لنا مدى احترافيتها وخبرتها وقدرتها في اصال المعلومة للاشخاص الصم وضعاف

1 - متاح على الرابط : <https://youtu.be/QijJ6Hgwfxd0> ،تاريخ الاطلاع 2021-05-12 ،على الساعة 13:15 .

2- رضوان بلخيري :سيمولوجيا الصورة ..مرجع سبق ذكره ، ص96.

السمع ،من ناحية اخرى نرى ان الجانب المظلم من توظيف هذا اللون بالذات مع الخلفية الحمراء هو المدلول على خطورة الوباء الذي قد يؤدي للموت .

فمن خلال الالوان والرسالة اللسانية والايقونة التعبيرية المرسومة اسفل الشاشة لفيروس كورونا والتي جاءت باللون الابيض (معتمدة تقنية الحركة الدورانية) استنتجنا ان الغاية من هذه الحملة هو التحذير والتبويه من مخاطر كوفيد 19 الذي قد يؤدي للموت الحتمي وللحفاظ على السلامة العامة يجب توخي الحيطة والحذر وذلك باتخاذ الاساليب الوقائية التي سنتطرق لها في المراحل المختارة من الحملة .

في هذا المقطع قامت سفيرة الاعاقة مروة شهاب بتفسير النصائح الوقائية الممكن اتباعها للوقاية من فيروس كورونا ،كما نلاحظ في هذه اللقطة وجود الرمز التعبير لفيروس كورونا ،وذلك للحرص والتذكير طيلة عرض المقاطع التالية انها تخص فيروس كورونا .

المرحلة الاولى :

جاءت هذه اللقطة لضرورة غسل اليدين مع وجود الرمز التعبيري لليدين (عضو بشري) في وضعية تنظيفها بالماء والصابون، قد تبدو وضعية عادية يقوم بها اي شخص عادي ، لكن كما نعلم ان اليدين في العادة اكثر المناطق في الجسم الحاملة لكافة المكروبات والفيروسات ، وهي اول منطقة يمكن من خلالها تسلل الفيروس للجسم اثناء لمس الاسطح الملوثة والمرجحة انها حاملة للفيروس، لذا يسهل عملية انتقال الفيروس للجسم عن طريق لمس الشخص لوجهه (الانف العين الفم الاذن) فالنظافة الجيدة لليدين والتي لا تقل عن 20 ثانية تساعد على التقليل او الحد من خطر انتقال الفيروس المسبب للمرض .

المرحلة الثانية: في هذه اللقطة التي توضح الرسم التعبيري لليدين والتي تقوم بارتداء القفازات ،وهذا ما لاحظناه ايضا في ملابس سفيرة الاعاقة " مروة شهاب " والتي ترتدي بدورها كفوف سوداء، في بادئ الامر قد تبدو فكرة جيدة للوقاية من انتقال المرض عبر اليدين وهذا ما تم تداوله في الفترة الاولى من بداية انتشار الفيروس ،الامر الذي يرشدنا ان فترة عرض هذه الحملة كان في المراحل الاولى لظهور الفيروس التاجي، هذا الشيء الذي يمكنه ان يمنح الناس احساسا زائفا بالوقاية لكنها في الواقع غير فعالة للوقاية من كوفيد وهذا حسب ما اكده اختصاصيون في مجال الصحة على ان ضرر القفازات الطبية اكبر من نفعها وان استخدامها لا يحصن من الاصابة بكورونا ،وعليه فإن ملامسة الوجه عند ارتداء

القفازات يمكن ان يساعد الفيروس في اختراق الجسم¹، فالوباء كما نعلم انه ينتقل عبر الاسطح الملوثة التي تم لمسها من شخص مصاب فتبقى عليها جزيئات مجهرية لا ترى بالعين المجردة وقد تكون حاملة للفيروس ، وفي هذه الحالة يكون مرتدي القفازات اذا لامس هذه الاسطح يمكنه نقل التلوث من سطح لآخر ، وهنا تكون العملية عكسية وقد تؤدي لأضرار اكثر ،ايضا من جهة اخرى (غير موضوع الوقاية) نرى ان القفازات التي ترتديها " مروة شهاب جاءت باللون الاسود وهذا يعتبر من الاخطاء الممكن تداركها، ففي هذه الحالة قد تعيق العملية الاتصالية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية، باعتبار ان التركيز التام للأشخاص الصم وضعاف السمع يكون في حركات اليد وايماءات الوجه حتى يتمكنوا من فهم الرسالة (لا ندري ان كان الامر مقصود ام عفوي) .

المرحلة الثالثة: جاءت هذه اللقطة تشير لضرورة لبس الكمامات، وكما نلاحظ ان سفيرة الاعاقة " مروة شهاب " هي ايضا مرتدية كمامة محاولة منها دعم الفكرة ، فالكمامة كما نعلم انها من اولى الاساليب الوقائية التي اعتمدت ضد هذا الوباء، فالمغزى من الزامية ارتدائها هو انها تمنع انتقال القطرات الصغيرة المتطايرة من فم المصاب للشخص السليم مما تخفف احتمالية الاصابة به.

المرحلة الرابعة: جاءت هذه المتتالية لتجمع بين 4 مراحل لها علاقة ببعضها البعض ،فالصورة الاولى ومعناها يرتبط بالصور الثلاث التي تليها ،حيث جاءت الصورة الاولى بضرورة تطهير المنزل ،والثانية لضرورة تطهير سماعات الاذن الخاصة بالأشخاص ذوي الاعاقة السمعية والتي تليها تشير لضرورة تطهير الهاتف والاخرى لحاسوب اللابتوب فكما نعلم ان الفيروس قادر على الحفاظ على حياته وانتشاره لمدة تصل الى 6 ايام على الاسطح الجافة (الحديد البلاستيك الخشب ...) وكذا البيئة السائلة ، فالمعنى الضمني الغير مباشر الراد ابلاغه ،هو ان عملية تطهير هذه الوسائل والاماكن الاكثر استعمالا قد تقلل في قدرة الفيروس على العيش خارج خلية الانسان .

المرحلة الخامسة: في هذه اللقطة نلاحظ ان مكونات الصورة منسجمة مع الرسالة الالسنية (لغة الاشارة . النص المكتوب) ،حيث تم فيها توظيف علامة المنع باللون الاحمر الدال على التحذير والانذار، لكونه يشعر الشخص بأنه في وضع يحتم عليه توخي الحيطة والحذر او التأهب للمخاطر الناجمة عن ذلك ، اما الرسم التوضيحي المبين داخل العلامة والذي يشير الى رمز المصافحة وكما هو موضح في الصورة

¹- جيمس غالاجر :هل تبحث عن نصيحة للوقاية من فيروس كورونا، مقالة ، متاح على الرابط : <https://www.bbc.com/arabic>، تاريخ الاطلاع 2021-05-11، على الساعة 13:45 .

وجوب الحذر من المصافحة فقد تؤدي من خلاله انتقال المرض للجسم والتي تؤكدتها عبارة " عدم المصافحة " الدالة على النهي عن ذلك باعتباره اسلوب من الاساليب الناقلة للوباء من شخص لأخر.

المرحلة السادسة: جاءت هذه الصورة الفوتوغرافية بحجم صغير جدا يكاد يكون واضحا مرفقة برسالة السنوية مكتوبة واخرى بلغة الاشارة لضرورة الالتزام بالتباعد الاجتماعي، الامر الذي وضحه مخرج اللقطة بتوظيف صورة تخدم المعنى الكامل للمشهد ،والتي جاءت في شكل اشخاص متباعدين فمن البديهي لاتباع الخطوات السابق ذكرها نتعرف على ان الاحتكاك المباشر بالاشخاص قد يؤدي لانتشار الفيروس ، لكن المعنى الاخر هنا ان يكون التباعد بين الافراد لا يقل عن المتر الواحد، وهذا ما يدل على سرعة انتشار وانتقال المرض فقط عند الرذاذ التنفسي الذي يقذفه الاشخاص عندما يتحدثون ، وهذا من الاسباب الواضحة التي تؤكد وجوب التباعد البدني.

الكلمة	الصورة (حركات اليد وايماءات الوجه)	السياق الذي جاءت منه الحركة وفق تحليلنا الشخصي لها
الكمامات		<p>جاءت حركة اصابع اليدين اليمنى واليسرى من جعل اصبعي السبابة والابهام من كل يد منحنيين قليلا للداخل متجهتين بحركة انتقالية من وسط الوج للاذنين لتتشكل الحركة الخاصة بكلمة كمامة، اي الوضعية التي نأخذها اثناء ارتداء الكمامة</p>

<p>جاءت حركة اليدين هنا منبسطين ومواجهتين للجسم مع جعل اليد اليمنى للخارج ثم قامت بتحريك اليد اليمنى جهة الخارج بعيدا عن الجسم¹، لتكون بذلك قد اشارت من خلالها على الشكل الذي تأخذه الكلمة لتوضح المسافة بين اليدين اي التباعد او البعد.</p>		<p>الابتعاد</p>
<p>جاءت حركة اليدين هنا بالقرب من بعضهما مع فتح كافة اصابع اليدين ثم مع حركة تجاه بعضهما لتتشابك اصابع اليدين معا للاخل كما هو موضح في الصورة ، جاءت هذه الحركة لتمثل لنا اصابع اليدين الافراد في عملية اتجمع وذلك من خلال تشابك الاصابع مع بعضهما ليشكل لنا في الاخير المعنى او السياق الخاص بكلمة تجمع في شكل حركة لليد .</p>		<p>التجمعات</p>

- جدول يمثل دلالات حركات وايماءات لغة الاشارة الخاصة بالحملة الاولى حسب تحليلنا الشخصي لها

1 - محمد علي كامل : مرجع سبق ذكره ، ص 95.

النتائج الجزئية والعامية للدراسة :

قبل التطرق لخاتمة الدراسة علينا تناول اهم مرحلة والتي تمثلت في النتائج الجزئية والعامية المتحصل عليها في هذه الدراسة ، حتى تجيب عن التساؤلات التي كانت نقطة انطلاقنا لهذا البحث فمن خلالها تعرضنا الى الدلالات التعيينية والتضمينية التي تحملها الحملات الاعلامية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية ، والتي تمحور موضوعها حول حملات التوعية من فيروس كورونا التي بثت عبر مختلف الفضائيات العربية ، حيث يمكننا ابراز اهم النتائج المتحصل عليها في النقاط الآتية :

3-1- النتائج الجزئية المتعلقة بالدلالات التعيينية الخاصة بالحملات الاعلامية :

1. اراد مخرجي الحملات الاعلامية ان يبين لنا بأن الاشخاص ذوي الاعاقة السمعية معينين ايضا بالحملات التوعوية وغيرها من الحملات وخاصة في ظل هذا الوضع المتعلق بفيروس كورونا فهم بحاجة اكثر لآخر المستجدات المتعلقة به ، فهنا نرى ان مخرجي الحملات اشاروا لنقطة مهمة تمثلت في ان الاشخاص الصم كغيرهم من الافراد لهم الحق في التعرف على الازواضع المتعلقة بالفيروس للوقاية منه .
2. ركز مخرجي الحملات الاعلامية المختارة على ضرورة وجود نوعين او ثلاث انواع من الخطابات اللسانية حتى يتسنى للاشخاص العاديين (الاميين والمتقنين) وكذا الاشخاص ذوي الاعاقة السمعية من فهم فحوى ومضمون الحملات وهنا يكون المخرج قد ضرب عصفورين بحجر واحد ، اي ان هذه الحملات موجهة لكل فئات المجتمع دون تفریق .
3. لاحظنا تكرار نفس زاوية التصوير وحركة الكاميرا واللقطة والموسيقى ايضا لكل حملة وذلك راجع لطبيعة الحملات الخاصة بذوي الاعاقة السمعية بصفة خاصة .
4. اعتماد مخرجي الحملات على توظيف خبيري لغة الاشارة لتسهيل عملية الاتصال وتوصيل المعلومات بطريقة تساعد على فهم محتواها عبلا حركات اليد وايماءات الوجه .
5. اعتماد مخرجي الحملة الاولى التابعة لدولة الجزائر والثانية التابعة لسلطنة عمان وكذا الاخيرة التابعة لدولة العراق على خاصية الكروما وذلك راجع لبساطة ما تحتويه العناصر داخل المقاطع .

6. توظيف المخرج لتقنية الموشن جرافيك (الرسوم التعبيرية المتحركة) في الحملة الاخير الخاصة بقناة السومرية العراقية وكذا الحملة الخاصة بقناة الرؤية TV العمانية بهدف تسهيل وصول المعلومة بطريقة اسرع وابسط للمتلقي وكذا لجذب انتباهه .

- النتيجة العامة الاولى :

نرى ان الحملات الاعلامية المختارة في دراستنا تحمل العنصر الهام داخل الرسالة المتمثل في خبراء لغة الاشارة في كل حملة من هذه الحملات لتكون بذلك حملات اعلامية موجهة لذوي الاعاقة السمعية بشكل خاص والاشخاص العادين بشكل عام والتي حملت دلالات تعيينية صريحة ساهمت في التعبير وايصال المعلومات والارشادات الصحية مع ظهور خبراء لغة الاشارة كعناصر فعالة سهلت عملية الاتصال بالافراد الصم وضعاف السمع .

3-2- النتائج الجزئية المتعلقة بالدلالات التضمنية الخاصة بالحملات الاعلامية :

1. اسم الحملات الاعلامية في حد ذاتها تدل على مضمونها يتضمن الرسالة غير اللفظية الخاصة بالصم ماعدا الحملة الاولى التابعة لدولة الجزائر والتي جاءت في شكل عنوان عادي يتطلب الاطلاع على محتواه حتى يتمكن المشاهد لها من معرفة جمهورها .

2. تحمل الحملات رسائل ضمنية ومعاني معمقة من خلال توظيف نسقي الايقونة (الصور الفوتوغرافية والرسوم التعبيرية) والنسق اللساني في تبليغ دلالة التحذير والتنبيه من ضرورة اتخاذ التدابير اللازمة من هذا الفيروس بطريقة غير مباشرة .

3. ركز ايضا مخرجي الحملات على الايماءات الخاصة بالوجه وما تحمله من دلالات ضمنية الامر الذي لاحظناه بشكل جلي في الحملات الاولى (الجزائر - سلطنة عمان - قطر) .

4. ركز مخرجي الحملات على توظيف الالوان بشدة ذات الدلالات التحذيرية والتنبيهية بغية التحذير من الخطر الذي يحمله الفيروس والذي قد يؤدي للمزت واخرى تخلق جو من الراحة والطمأنينة في حالة اتخاذ الاجراءات الوقائية اللازمة .

5. وفق مخرجي الحملات في اختيار الصور (الفوتوغرافية والتعبيرية المرسومة) التي كانت تحمل كل واحدة منهم المدلول الضمني الذي ارادت الرسالة اللسانية سواء كانت بلغة الاشارة او مكتوبة او عبر التعليق الصوتي من ايصالها للمتلقي .

6. لاحظنا ان مخرجي الحملات قد وضعوا جل انواع الرسائل اللسانية بغية مخاطبة الافراد ككل بكافة شرائحهم دون تمييز .

- النتيجة العامة الثانية:

نرى ان الحملات الاعلامية المختارة في دراستنا والتي بثت عبر الفضائيات العربية لتكون موجهة للاشخاص ذوي الاعاقة السمعية قد حملت دلالات تضمينية عبرت من خلالها وبطريقة غير صريحة عن الوضع الصحي المتعلق بفيروس كورونا باستخدامهم للعلامات الايقونية واللسانية كوسيط في توصيل المعلومة والتوجيه والارشاد من شدة خطورة الوباء الذي يحدث بنا والتبويه والتحذير منه ، كما جاءت لغة الاشارة الحاملة بدورها دلالات ضمنية والتي تحتاج هي الاخرى الى الفهم الصحيح لسياقها الدلالي والتي ساعدت وبشكل كبير في هذه الحملات على ايصال المعلومة للاشخاص الصم.

خاتمة:

ان اختيارنا لمتغيري الحملات الاعلامية ومتغير ذوي الاعاقة السمعية لم يكن بالأمر الاعتيادي فكلاهما يكمل الآخر ، وحتى تتضح الدراسة اكثر تم الاعتماد على وسيلة الاتصال الجماهيرية المتمثلة في التلفزيون باعتباره وسيلة اعلامية مرئية تخاطب كافة الجماهير دون تحيز والتي تتضمن مضامينها الاعلامية هذا النوع المتمثل في الحملات الاعلامية ، كونها تساهم بشكل كبير في اصال المعلومات والتأثير في الاخرين وتوجيههم وتوعيتهم لكن هنا الامر اختلف نوعا ما فالجمهور الموجهة له هاته الحملات تعلق بذوي الاعاقة السمعية في مقامه الاول اي انهم كأفراد في المجتمع بحاجة ماسة للحملات الاعلامية وخاصة التوعوية وهو الحال الذي الت اليه دراستنا في تسليط الضوء على موضوع الوباء الذي اجتاح العالم "فيروس كورونا" واصبح حديث الساعة الامر الذي شكل لنا صعوبة وندرة في ايجاد الحملات التحسيسية التوعوية الموجهة للأفراد الصم وذوي الاعاقة السمعية في العالم العربي خاصة اذا علمنا ان معظم الحملات الاعلامية التي تمكننا من الحصول عليها والتي تم بثها عبر الفضائيات العربية (من بينها الجزائر) لا تحتاج ذلك الجهد او العناية الكبير فقط مع توظيف وتوفير القائم بالاتصال من خبراء لغة الاشارة داخل الحملات الاعلامية العادية قد يغير مجرى الرسالة او المعلومة ،وتكون بذلك احسن وانجع طريقة لمواجهة هذا النقص او العقم داخل الحملة، وهذا ما قد يزيد من امكانية وصولها لأكبر عدد من الافراد دون اي تمييز او استثناء .

حيث ان خلال تحليلنا لهذه الحملات ارتأينا انها قد ركزت على وجود العنصر القائم بالاتصال من خبراء لغة الاشارة كطرف محوري ، وكذا الرسالة المكتوبة في شكل نصوص مرفقة في بعض الحملات بتعليق صوتي باعتبار ان هذا الفيروس يستهدف كل الافراد ، لتكون بذلك موجهة خطابها ورسالتها للمجتمع العربي ككل ، كما وجدنا ان هذه الحملات اتسمت في تعبيرها عن الموضوع وفق اشارات ورموز وصور سواء كانت رسم تعبيرية او صورة فوتوغرافية ، وكذا الالوان اختزلت فيها الهدف المرجو منها مجسدة الخوف والحذر والتنبيه وتارة باعثة الامل والراحة والطمأنينة في النفوس لحظة اتخاذ الاحتياطات الاحترازية بأهمية توخي الحيطة والحذر حتى تعم بذلك التوعية الصحية .

قائمة المراجع والمصادر

rowxel

قائمة المصادر والمراجع:

(1) - المصادر :

1- القرآن الكريم .

(2) - القواميس :

1- محمد علي كامل :قاموس لغة الإشارة للأطفال الصم ،دار الطلائع، القاهرة ،سنة 2004 .

(3) -الكتب بالعربية :

1- احمد فروز : مبادئ السيميولوجيا العامة ، لدار القدس ، الجزائر، سنة 2015 .

2- اسامة فاروق مصطفى، السيد كامل الشرييني: الاعاقة السمعية ،دار المسيرة ،الاردن ،سنة 2013.

3- ربحي مصطفى علبان :البحث العلمي (اسسه ، مناهجه واساليبه ، اجراءاته) ، بيت الافكار الدولية ، الاردن.

4- رحيم يونس كرو العزاوي : مقدمة في منهج البحث العلمي ، دار دجلة ، الاردن ، 2008 .

5- رضوان بلخيري : سيميولوجيا الخطاب المرئي من النظري الى التطبيقي ، جسور للنشر والتوزيع ،الجزائر، سنة 2016 .

6- رضوان بلخيري: سيميولوجيا الصورة بين النظرية والتطبيق، دار قرطبة ،الجزائر، سنة 2012 .

7- محمد سرحان علي المحمودي :مناهج البحث العلمي ، ط3 ، دار الكتب ،اليمن ،سنة 2015.

8 - وجيه محجوب : البحث العلمي ومناهجه ، دار المناهج، الاردن، سنة 2015 .

(4) - المذكرات والاطروحات :

1- امانى عبد السلام ، محمد سليمان ، فعالية برنامج التنطق المقترح في تحقيق عملية التواصل

اللفظي لذوي الاعاقة السمعية بالمرحلة العمرية (4-6) اعوام ، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير

في العلوم الاسرية علوم التربية، جامعة الخرطوم، الخرطوم ، سنة 2005 .

2- ايمن فوزي، محمد سراج الجوهري : الحاجات النفسية وعلاقتها بالضغط لدى المراهق الاصح ،
رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في التربية قسم الصحة النفسية ، جامعة الزقازيق ، مصر ،
سنة 2006.

3- عبد النور بوصابة : الاساليب الاقناعية للومضات الاشهارية التلفزيونية لدراسة تحليلية
سيمولوجية لعينة

من الومضات الخاصة بمتعامل الهاتف النقال "تجمة " ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام
والاتصال ، جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية ، قسم الاعلام والاتصال ، سنة 2009.

4- عبير تباري: الحملة الاعلامية الاذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر دراسة ميدانية
على عينة

من جمهور السائقين بولاية سطيف ، رسالة مكملة لشهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ،
جامعة

محمد خيضر ، بسكرة ، سنة 2012 .

5- رضوان بلخيري : الدلالات السيميائية للصورة السينمائية دراسة تحليلية سيميولوجية لصورة العرب
والمسلمين في السينما الامريكية ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم الاعلام والاتصال ، جامعة
باجي مختار كلية الاداب والعلوم الانسانية والاجتماعية ، قسم الاعلام والاتصال ، عنابة ، سنة
2013-2014 .

6- رضوان بلخيري : صورة المسلم في السينما الامريكية تحليل سيميولوجي لفلمي الخائن (Traitor)
والمملكة (The Kengdom) ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال
(تخصص السينما والتلفزيون ووسائل الاتصال الحديثة) ، جامعة دالي ابراهيم - الجزائر - كلية العلوم
السياسة والاعلام ، قسم الاعلام والاتصال ، الجزائر ، سنة 2010 .

7- عيسى بوكرموش : استراتيجية الاتصال في الحملات الاعلامية دراسة وصفية لاستراتيجية التوعية
المرورية ولاية غرداية ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة
الجزائر 3 ، الجزائر ، سنة 2013 .

8- ياسر بن علي الشهري : دراسة نظرية لأحداث نماذج تسويق الافكار والخدمات الاجتماعية
والخيرية ،

رسالة دكتوراه في الاتصال التسويقي ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ،السعودية ،2011 .

5- المجلات :

1- رندا بوسعيد ،الحاج سالم عطية: الحملات الاعلامية ودورها في التوعية الصحية للمرأة اثناء موسم الحج ،

مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ ، جامعة الجزائر 3 ،مجلد 14 ،عدد 1، مارس 2019.

2- سرى محمد رشدي: مفهوم الذات وعلاقته ببعض المتغيرات لدى التلاميذ الصم وضعاف السمع في بروج

التربية الخاصة بمدينة الرياض، مجلة كلية التربية، جامعة بني سويف ،الرياض ،سنة 2008 .

3- عائشة قره : وشان عبد الرؤوف ،حملات التوعية الاعلامية الالكترونية الصحية ودورها في ترسيخ الثقافة الصحية ، مجلة الدراسات الاكاديمية ،جامعة الانتساب محمد لمين دباغ، العدد 5 ،مارس 2020 .

4- عبد الغني بوزيان: استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الاعلام والاشباعات المتحققة،

مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الشيخ العربي التبسي، تبسة، العدد 11 ،سنة 2016 .

5- علي عبد النبي حنفي، استقصاء آراء معلمي المعوقين سمعيا حول لغة الاشارة الموحدة للصم، قسم التربية

الخاصة ، المجلة العربية للتربية الخاصة ، كلية التربية جامعة الملك سعود ، السعودية ، العدد 11، سنة 2007.

6- عواطف منصور : الجسد/ الصورة في الخطاب الاعلاني من خلال السيميائية البارتنية (رولان بارت)

، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية المجلة العربية للعلوم ونشر الابحاث، جامعة القيروان المعهد العالي للفنون

والحرف ، تونس، العدد الاول المجلد 2 ،مارس 2017 .

7- محمد ابو شعيرة ، ابراهيم حماد : أثر خطبة الجمعة بلغة الاشارة على عينة من الافراد ذوي الاعاقة

السمعية وفقا لعدد من المتغيرات ، مجلة جامعية النجاح للابحاث ، العدد 33 (2) ، سنة 2019 .

8- مصباح جلاب ، فئة الإعاقة السمعية (تجلياتها وطرق التواصل معهم واساليب ارشادهم) ، مجلة الجامع

في الدراسات النفسية والعلوم التربوية ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، افريل 2016.

(6) - الملتقيات :

1- سمير سمرين: نشرة الصم بقناة الجزيرة "رسالة...ومضمون"، الملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة،

البحرين، 6-8 مارس 2007

2- بسام رمضان : طبيب : لا توجد دراسة تثبت انتقال كورونا من الحيوانات الى الانسان ، متاح على

الرابط: <https://www.almasryalyoum.com>

3- حازم بدر : خوارزمية جديدة باستخدام اشعة الصدر لاكتشاف كورونا ، متاح على الرابط:

<https://al-ain.com/article/radiologists>

4- جيمس غالغر : هل تبحث عن نصيحة للوقاية من فيروس كورونا، مقالة ، متاح على الرابط :

<https://www.bbc.com/arabic>

5- هاجر بوغانمي : مذيع الاشارة سمير سمرين للشرق: الجزيرة اول محطة عربية تقدم نشرة للصم ، حوار ،

متاح على الرابط : <https://m.al-sharq.com/article> .

(7) - المواقع الالكترونية :

1- <https://alroya.om/post/207961>

2- <https://www.aljazeera.net>

3- <https://www.alsumaria.Tv>

4- <https://www.iqraa.news/technology>

5- <https://youtu.be/pdB5uNh5Ful> :-

6- <https://youtu.be/opy37REj5su> :-

7- <https://www.facebook.com/sabah.boudras>

8- <https://youtu.be/QjJ6Hgwfxd0>



- صور الحملة الاعلامية الاولى :



الصورة رقم: 01



الصورة رقم: 02



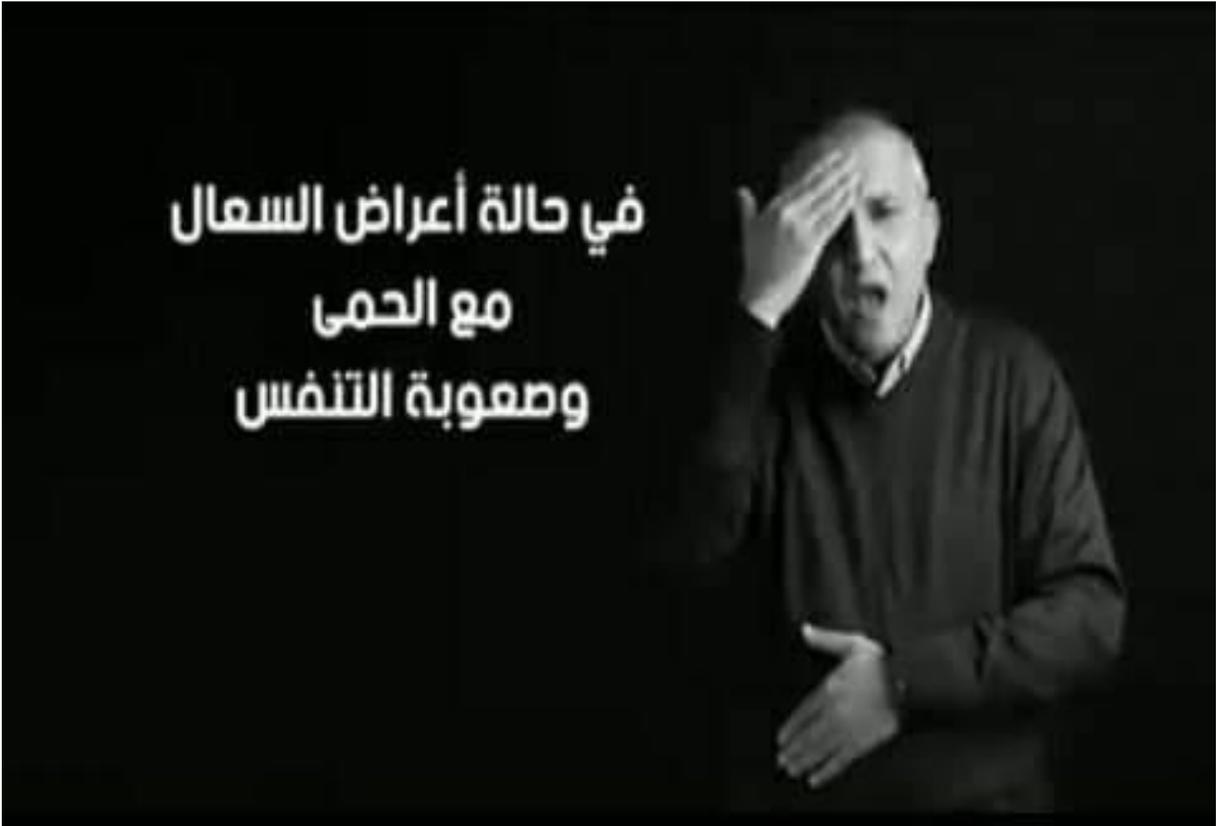
الصورة رقم: 03



الصورة رقم: 04



الصورة رقم: 05



الصورة رقم: 06



الصورة رقم: 07



الصورة رقم: 08

- صور الحملة الاعلامية الثانية :



الصورة رقم: 01



الصورة رقم: 02



الصورة رقم: 03



الصورة رقم: 04



الصورة رقم: 05



الصورة رقم: 06

- صور الحملة الاعلامية الثالثة:



الصورة رقم: 01



الصورة رقم: 02



الصورة رقم: 03



الصورة رقم: 04



الصورة رقم: 05

- صور الحملة الاعلامية الرابعة:



الصورة رقم: 01



الصورة رقم: 02



الصورة رقم: 03



الصورة رقم: 04



الصورة رقم: 05



الصورة رقم : 06



الصورة رقم: 07



الصورة رقم: 08



الصورة رقم: 09

المخلص:

تهدف دراستنا الى معرفة الابعاد الدلالية المرتبطة بالحملات الاعلامية الموجهة لذوي الاعاقة السمعية ، لذلك اعتمدنا على المنهج السيميولوجي بإعتباره الانسب للدراسة للكشف عن ما وراء السطور بين الدال والمدلول ،وكذا الكشف عن الدلالات التعيينية الصريحة والتضمينية التي تحملها هذه الحملات، والتي تم بثها عبر الفضائيات العربية وفي هذه الدراسة سلطنا الضوء العينة القصدية كعينة على 4 حملات اعلامية تتحدث "فيروس كورونا" موجهة بذلك لذوي الاعاقة السمعية خاصة.

وعليه من خلال دراستنا توصلنا لمجموعة من النتائج وهي كالآتي :

- ركز مخرجي الحملات الاعلامية على ضرورة وجود نوعين او ثلاث انواع من الخطابات اللسانية ، حتى يتسنى للاشخاص العاديين (الاميين والمتقنين) وكذا الاشخاص ذوي الاعاقة السمعية من فهم مضمون الحملات الاعلامية .

- ركز مخرجي الحملات على توظيف الالوان بشدة ذات الدلالات التحذيرية والتبهيية بغية التحذير من الخطر الذي يحمله الفيروس والذي قد يؤدي للموت ،واخرى تخلق جوا من الراحة والطمأنينة في حالة اتخاذ الاجراءات الوقائية اللازمة .

الكلمات المفتاحية :

الحملات الاعلامية ، الاعاقة السمعية ، فيروس كورونا .

Abstract :

Our study aims mainly at knowing the various dimensions related to media campaigns for hearing disability persons, on that account semiotic analysis was the selected method to uncover what was really implied between the signified and signifier, by revealing the significances direct and indirect signs, that the media campaigns carries, the latter was broadcast via Arabic channels in this study we shed light on 4 media campaigns talking about " corona virus" for hearing disability people.

Thus, according to our study, we deduced some important results among which we site the following :

- The directors of the media campaigns focused on the existence of two or three types of linguistic messages so that ordinary people and hard of hearing people could understand the content of the campaigns without discrimination
- Media campaign directors focus on employing colors strongly with a warning sign in order to warn of the danger that the virus carries and on the one hand and on the other it creates an atmosphere of comfort and reassurance in the event that preventive measures are taken .

Key words :

Media campaigns , hearing disability , corona virus.