



مقالة بحثية

الدلالات الرمزية لبنية تصميم الأيقونة البصرية للإعلان كوسيط اتصال جماهيري.

* أسماء عادل حسين عبد العال

* المدرس بقسم التصميمات الزخرفية، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.

البريد الإلكتروني: dr.asmaaadel5@gmail.com

تاريخ المقال:

- تاريخ تسليم البحث الكامل للمجلة: 21 مايو 2022
- تاريخ القرار الأول لهيئة التحرير: 25 مايو 2022
- تاريخ تسليم النسخة المنقحة: 06 يونيو 2022
- تاريخ موافقة هيئة التحرير على النشر: 06 يونيو 2022

الملخص:

يهدف البحث إلى التعرف الأيقونة البصرية وتصميمها ودورها في تشكيل مصادر المعلومات المرئية، حيث تظهر الصورة كأحد أهم مصادر الأيقونة البصرية في عالمنا المعاصر، والعولمة الإعلامية وإقتصاد المعرفة تعتمد بشكل كبير على تزاوج بين المعلومات ووسائل الإتصال الحديثة. من خلال نوعان من العلامة البصرية: العلامات الأيقونية والعلامات التشكيلية وتأثيرها على البنية الدلالية التي هي الشكل العام لتنظيم مختلف العوالم الدلالية - الحقيقية أو الممكنة ذات الطبيعة الإجتماعية أو الفردية (الثقافات - الأفراد). ويتعرض البحث إلى مفهوم البنية الدلالية في تصميم الإعلان المعاصر وفيه الفرق بين الشكل السيميائي والشكل العلمي والبنية الدلالية كنوع من التوليف والتنظيم، والانتقال من التعبير إلى المحتوى وفهم المضمين حيث تعتبر الأشكال الأيقونية نوع من الإتجاهات المعاصرة في الفنون التشكيلية، حيث أن اللغة البصرية تقيم مع باقي اللغات علاقات نسبية متعددة. وكذلك الأيقونة البصرية ذات الدلالات الثقافية من المنظور السيميائي التي تحمل رسائل مرئية للمتلقى على شكل علامات وإشارات رمزية، و سيميولوجيا الإتصال الجماهيري كأدوات إجتماعية ترسل رسائل للجماهير المتلقي.

الكلمات المفتاحية: الدلالات الرمزية، البنية، الأيقونة البصرية، الإتصال الجماهيري.

خلفية البحث:

المفهوم لإننا نصادف عمليات لتشكل البنيات المعرفية من خلال الحياة الإجتماعية الواقعية وعلاقتها بالمجموعات والطبقات الإجتماعية .

كما تُوصف العلامات بالدلالية عندما يتعلق الأمر بدليل يتضمن معنى تواصلية، "تعتبر الصورة دليل أيقوني يذكر بشئ من التشابه في بعض المظاهر الخارجية بين الدال والمرجع، لأن الأيقونة البصرية تحتوي على جملة من الخصائص الوصفية : من حيث أبعادها وألوانها ومقاييسها فإن تلك الخصائص تحدث تطابقاً مع أفق المتلقي الذي تحدده عوامل تاريخية وثقافية و إجتماعية، ومن خلال تلك الصور نبث كل شئ فنرى أنفسنا أو نرى الآخرين"⁽²⁾

فقد إستقلت المفاهيم الدلالية عن مختلف العلوم. وهذا لا يعني أنها قد إستغنت نهائياً عن مختلف العلوم التي تهتم بالعلامة الدالة (السيمياء، المنطق، اللسانيات، علم النفس، وعلم الاجتماع)؛ لأن نقل هذه العلامة يشترط حضور الدال عليها، والصورة الذهنية للشئ المدلول، عند كل من المرسل والمرسل إليه. ويشترط أن تخضع العلامة إلى نظام تفرضه قوانين النسق البنائي، "كون الرسائل البصرية جزء من اللغة، لأنها مجموعة من الرموز، ولأنها كذلك تُقرأ في الذهن. عندما تكون الكلمات والصور متساوية في وسائل الإعلام، فالإشارات الثقافية التي تعرف مجتمعاً ما لن تكون فقط أكثر كفاءة لتنتقل من جيل إلى جيل وستكون الشعوب من مختلف الثقافات قادرة على فهم بعضها البعض بشكل أفضل"⁽³⁾ وهو ما يثبت أن الرمز(الترميز) كمصطلح عام في مجال التصميم هو أي شئ يحيل إلي أي شئ آخر أو يقوم مقامه أو يدل عليه، فالرمز هو شئ له وجود حقيقي مشخّص ولكنه يرمز إلي فكرة أو معني مجرد وفق مفاهيم البنية الدلالية وتمثيلات الأيقونة البصرية.

مشكلة البحث :

تعتبر الثورة الرقمية أحد مطلبات العصر الحالي، والتي أثرت في توجيه مسار الشكل الإبداعي للتعبير عن الدلالات الرمزية لبنية تصميم الأيقونة البصرية في الإعلان المعاصر، وتأثر المصمم بمفهوم البنية الدلالية التي تشكل الأداة الرئيسية للبحث في ما يناسب مجموع الخبرة لديه، حيث تختلف بنية التصميم الرقمي

تتعدد مصادر المشاهد البصرية وتتنوع مع بداية العصر الرقمي لسهولة الوصول والتعامل مع المدخلات البصرية ، فالموروث الثقافي للمجتمع غني بالأشكال والرموز، والتي يبرع المصمم في صياغاتها ضمن محتوى وسائل الإتصال وكيفيات توظيفها حسب إعدادها الثقافي وتأويلها الدلالي، فقد إستخدمها للتعبير عن الظواهر المرئية لأفكار ومعتقدات المجتمع، ساعده في ذلك ثورة البيانات والقفزات التكنولوجية التي أضحت ضرورة هائلة في نقل الفكر ونشر الثقافة، بما تمثله من وسائط إتصال بشرائح المجتمع الفاعلة على إختلاف توجهاتهم الثقافية، في محاولة لتقديم نمط جديد من أنماط الثقافة التي تتحول فيه بنية المعلومات المعرفية من أيقونة بصرية إلى رمزية الدلالة حيث يُعد ترميز المعرفة من العناصر المهمة التي لاقت إهتماماً كبيراً من قبل الدراسات والبحوث الفلسفية والعلمية والفنية والسيكولوجية، وذلك لما له من تأثير واضح وفعال في تشكيل محتوى الثقافة وتوجهاتها. وقد إستفاد المصمم بصفة خاصة من الدراسات التي تؤكد على أهمية البنية والأيقونة البصرية وما تتمتع به من أبعاد ودلالات متعددة تساعد في تحقيق هدفه وتوصيل رسالته عبر وسائط التواصل من خلال عمليات التأويل الدلالي وتداعيات المعنى.

ويشكل مفهوم البنية الدلالية كأداة رئيسية للبحث في أغلب الوقائع الماضية والحاضرة، فهناك عدد من الأحداث الإجتماعية التي تتناول مفهوم البنية، التي تصادف الحياة الإجتماعية الواقعية في عمليات لتشكل البنيات المعرفية، التي يمكن وضعها في علاقة مع البنيات الذهنية الخاصة بالمجموعات و الطبقات⁽¹⁾ وتشكيل البنية نحو تشكيل بنيات جديدة والتي تعبر عن حياة الفرد ونتيجة عن علاقة الفرد بما يحيط به ومعتقداته وترسيخ الصورة الذهنية لديه، ولتفكيك هذه البنيات ينبغي على المصمم البحث في المواقف الإجتماعية التي سواء كان في المؤلفات الأدبية أو التشكيلية والسعي إلى طرحها بمفاهيم متغيرة عبر وسائط الإتصال الجماهيري، وتحليل العناصر من مفهوم البنية الدلالية أمر معقد، بالرغم من تعقيد مفهوم البيئة الدلالية إلا أن هناك العديد من الأحداث الإجتماعية تتناول هذا

(3) عبد الجابر ناصر: " ثقافة الصورة في وسائل الإعلام " ،الدار المصرية اللبنانية للنشر ، القاهرة 2011م ، ص 85

(1) عبدالسلام المسدي: " قضية البنيوية دراسة ونماذج " ، وزارة الثقافة، الطبعة الأولى ، تونس، 1991م

(2) محمود حسين كامل يوسف : "لغة الصورة الفوتوغرافية ودلالاتها في وسائط الإتصال المطبوعة " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة الأسكندرية ، 2006 م ، ص 131

فروض البحث :

للإجابة على تساؤل البحث نفترض الآتي:

وجود علاقة بين المفاهيم ذات البنية الدلالية والأيقونات البصرية يُضيف مدخلات وتقنيات جديدة تثرى مجال تصميم الإعلان بصورة معاصرة .

حدود البحث :

الحدود الموضوعية: تستعرض الباحثة الدلالات الرمزية لبنية تصميم الأيقونة البصرية للإعلان كوسيط إتصال جماهيري .

الحدود المكانية: دراسة وتحليل الأيقونات البصرية الثقافية والرقمية ودورها في التأثير على المتغيرات الأيديولوجية والفكرية للمجتمع المصري.

الحدود الزمانية: الأيقونة البصرية في الإعلانات الرقمية ودراسة وتحليل مختارات من الأيقونات البصرية والمتغيرات الفكرية والهوية البصرية . شبكات التواصل الإجتماعي في الفترة الزمنية من 2012م إلى 2022م

الحدود المادية: الإعلانات الرقمية والأيقونات البصرية عبر شبكات التواصل الإجتماعي.

منهجية البحث:

يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي وذلك لإبراز أهمية الدور الذي يقدمه الإعلان في عملية الإستجابة المعرفية لتحقيق هدف البحث وهو الوصول إلى مقترحات بشأن زيادة إقبال المعلمين في مصر على إستخدام شبكة الإنترنت في تسويق منتجاتهم ، وترويجها وكذلك تقوية ثقة هؤلاء المعلمين في الإعلان عبر هذه الوسيلة الحديثة نسبياً.

ويقوم هذا البحث على ثلاثة محاور أساسية وهي:

– **المحور الأول:** مفهوم البنية الدلالية في تصميم الإعلان المعاصر.

– **المحور الثاني :** الأيقونة البصرية ذات الدلالات الثقافية .

– **المحور الثالث :** سيميولوجيا الإتصال الجماهيري .

أولاً المحور الأول : مفهوم البنية الدلالية في تصميم الإعلان المعاصر :

ساهمت المعطيات الحديثة التي أنتجتها الثورات التقنية والتكنولوجية الرقمية بالتأثير على طريقة هيكلة الأثر الفني، حيث أصبحت الوسائط الرقمية عنصراً أساسياً في المجال الفني، بمختلف سياقاته. وهو الأمر الذي جعل الحاسوب كوسيط تقني مركيزه أساسية بين العمل الفني والمصمم، من خلال ما يستحوذ من برامج رقمية تنتهي إلى السياق التقني وتشكل التكنولوجيات الرقمية جزءاً هاماً من الثقافة. الفن الذي يجعل استخدام الرموز والأيقونات البصرية تمتد إلى ما هو أبعد من

من حيث الفعالية والحركة في التأثير الثقافي من خلال مفرداتة والبنية الدلالية المستترة؛ والمعروفة في مجال التصميم الإعلانني بمصطلح الترميز بالإضافة إلى تنوع الفكر الدلالي يعد أحد الجوانب الهامة التي تحتاج إلى مزيد من إلقاء الضوء عليها وتدعيمها نظرياً وفكرياً والإفادة منها في إثراء التصميم الشكلي والمضموني للإعلان بصورة معاصرة، وهو ما يوصلنا للتساؤل التالي :

– ما مداخل البنيات الدلالية والأيقونات البصرية للإعلان كوسيط للإتصال الجماهيري ؟

• أهداف البحث :

تتمثل أهداف البحث فى التالي:-

– يهدف البحث إلى التعرف على مفهوم الدلالات الرمزية للأيقونات البصرية ودورها في تشكيل مصادر المعلومات المرئية ودورها في التأثير الثقافي .

– دراسة التأثير الثقافي والمجتمعي ودلالاتها على وسائط الإتصال الجماهيري.

– دراسة وتحليل الأيقونة البصرية القائمة على نشر الثقافة و التفاعل في الوسائط الإلكترونية.

– إستحداث مداخل تجريبية لإثراء صيغ بصرية للإعلان بصورة معاصرة من خلال الإفادة من الأيقونة البصرية ذات الدلالة.

– دراسة البنية الدلالية للتصميم الجرافيكي وعلاقتها بفكر التصميم الدلالي .

– دراسة العلاقة بين محتوى الأيقونة البصرية ودلالاتها الثقافية من منظور البنية الدلالية.

أهمية البحث :

تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال مايلي:

– التأثير على ثقافة المجتمع ، خاصة في ظل الإنتشار الواسع لوسائط الإتصال الجماهيري .

– الإلمام بمعطيات و مقومات الأيقونة البصرية لتقديم إتجاهات فكرية معاصرة فى مجال التصميم والإعلان الرقمي، وإستخدام الإتصال من خلال وسائله الجماهيرية المتعددة التأثير كوسيلة إعلان ناجحة .

– مدى تأثير البنيات الدلالية والأيقونات البصرية على إثراء فاعلية التصميم الرقمي ومدى تأثير على ثقافة المجتمع .

– بناء جسور معرفية من خلال تحليلات وتفسيرات علمية وفلسفية في وسائل الاتصال الجماهيري، تأثيرها على زيادة الوعي للعمليات العقلية من إدراك وحتى إصدار أحكام.

أنواع المعاني المتضمنة في البنية الدلالية :

المعنى الأساسي الإدراكي : إن هذا النوع من الإدراك يعتمد على تنظيم مستوى نقل الأفكار في تنظيم مركب راقي .

المعنى الإضافي أو الثانوي : هذا النوع من المعنى مضاف على المعنى الأساسي أي غير نهائي وليس له صفة الثبات والشمولية ، وإنما يتغير بتغير الثقافة أو الزمن أو الخبرة .

المعنى الأسلوبى : هذا النوع من المعنى يتوافق مع الظروف الإجتماعية لدى الأفراد

المعنى النفسى : ويشير إلى الدلالات عند الفرد أي معنى فردي ذاتي لا يتسم بالعمومية

المعنى الدلالي (الإيحائي): وهو نوع له قدرة خاصة على الإيحاء. ويمكن أن يتعرض المعنى الدلالي لنوع من التغيير نتيجة التحول الإجتماعي والثقافي أو نتيجة الحاجة إلى التعبير عن معاني مستحدثة فوجود الصورة في المستوى الدلالي تشكل مجموعة من الشفرات ناتجة عن أسلوب الفنان حيث يدخل الأسلوب في كافة مستويات الدلالة. (7)

دور عمليات التصميم في تغير المعنى للبنى الدلالية :

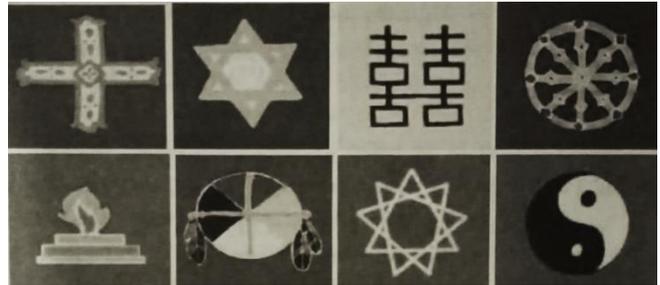
تخصيص الدلالة : حيث تتحول الدلالات إلى معنى جزئي نتيجة إضافة بعض الملامح التمييزية له .

تعميم الدلالة : حيث تتحول الدلالات من المعنى الجزئي إلى معنى كلي أي الدلالة على كثير من المعاني .

إنتقال الدلالة : تعتمد على علاقة مشابهة عن طريق الإستعارة ، وعلاقة غير مشابهة عن طريق المجاز المرسل (8)

فالأيقونة البصرية كوسيط إتصال تهدف من خلال التشكيل البصري إلى تجسيد الإدراك الحسي للبيئة المحيطة لا إلى خلق التصورات عن محتوى هذه البيئة؛ وذلك من خلال دعوة المتلقي إلى التبصر في المعطيات البصرية ذات الدلالات في غياب أي محفزات غير بصرية. فالعلاقة التي تجمع بين الدال والمدلول، ضمن المنظور الأيقوني، هي علاقة تشابه وتمائل معرفية، مثل: الخرائط، والصور الفوتوغرافية، والأوراق المطبوعة ؛ التي تعتمد على مخزون الخبرة. أما الإشارة أو العلامة الإيقونية، فتكون

مساحات العرض،"ويطلق بارت Bart" لعلم الدلالة كنقد أيديولوجي أسم " الثقافة واسعة الإنتشار". وقد كشف علم الدلالة الذي أرسى بارت قواعده عن الآلية التي تخلق بين البرجوازية وثقافة العالمية. ولا تنفصل الدلالة في إطار هذه الحدود نفسها عن الإتصال ومن ثم السيميولوجيا التي تحاول أن تعمق معرفة آليات الإتصال والإعلام. حيث توجد دراسات تتناول العلامات المركبة مثل الأساطير والدين والفن من خلال أيقونه رمزية عقائدية كما بالشكل(1)، وكذلك الفنون المرئية التي تستخدم العلامات التصويرية "الأيقونية"(4). البنية التركيبية والوظيفة الدلالية يفترض مفهوم البنية الدلالية، الذي أدخله جولدمان Goldman، وحدة الأجزاء ضمن الوحدة الكلية والعلاقة الداخلية بين العناصر، بل يفترض في نفس الوقت الإنتقال من رؤية سكونية إلى رؤية دينامية، أي وحدة النشأة مع الوظيفة بحيث نكون أمام عملية تشكل للبنى متكاملة مع عملية تفككها. والصورة هي نتيجة تشكيل الشفرات التي تحكم إعادة إنتاجها، فإن الأسلوب Style يمثل دلالات أصلية ودلالات إضافية للصورة، على مستوى الدلالي الأصلي Denotation والمستوى الدلالي الإضافي Connotation للصورة يمكن تمثيل الشارع ليلاً كمستوى أصلي أو التعبير عن السكون كمستوى إضافي .. لكن الأسلوب Stylistically قد تؤثر على الدلالات الأصلية والإضافية .. فالحقيقة الطبيعية للعلامة تجعل من المستحيل إنكار دخول الأسلوب في كافة مستويات الدلالة" (5)



الشكل(1) يوضح العلامات المركبة للرموز ودلالاتها في الأساطير والدين والفن (6)

(7) أحمد مختار عمر: " علم الدلالة "، دار نشر عالم الكتب، الطبعة الخامسة ، القاهرة مصر، 1998م، ص36-41 بتصرف

(8) لمياء عبد الكريم : " دلالات التصميم الجرافيكي في إعلانات التلفزيون للطفل المصري "، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، 2001م ، ص 322

(4) سيزا القاسم ، نصر حامد أبو زيد : مرجع سابق ، ص 59

(5) Sharon A. Russell : " Semiotic and Lighting " ، study of six modern French Cameramen,UML, Recherch Press., Michigan, U.S.A, 1981, P.34

(6) ماجد نبيل على يوسف : " ميثولوجيا العالم القديم وأثرها على التصميم المعماري المعاصر"، دار الفكر العربي للنشر، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى 2009م، ص 35

وجهات البنية الدلالية منذ مطلع القرن العشرين في وجهات ثلاثة :

وجهة تركيبية: يتحدد بمقتضاها صحة الاستدلال بإعتماده على مسلمات مخصصة .

وجهة دلالية: يتحدد بمقتضاها صحة الاستدلال (إستنباطي وإستقرائي) وهو الإنتقال من قضية إلى أخرى .

وجهه تداولية: يتحدد بمقتضاها صحة الاستدلال وذلك من صدقه في جميع التأويلات المستدة إليه ، من خلال إقتناع المتلقي.⁽¹⁰⁾

ثانياً: المحور الثاني : الأيقونة البصرية ذات الدلالات الثقافية :
تنتج الأيقونة من نظام السيميائية التي بالرغم من تنوعها، إلا أن جميع الأشكال الهندسية هي تفسيرات بصرية من البيئة، كل علامة ترتبط إرتباطاً قوياً مع عنصر طبيعي ، مما يعكس معتقدات الناس والمعايير والتقاليد. وفقاً لموروث الثقافة البصرية تتمثل مجموعة من المظاهر داخل المجتمع، في وقت ومكان معين، يجري بناء بعضها البعض. وتظهر هذه النظرية من خلال حقيقة أن جميع الرموز ترتبط بالظروف التي عاشها الناس؛ فإن الدلالة التي أعطوها للأشياء داخل تلك البيئة تستند إلى فهمهم وتجربتهم المباشرة.⁽¹¹⁾

الأيقونة Iconology يعني علم الصورة. ويستند علم الأيقونية (وصف الصور) ويخدم تاريخ الفن كما الأسلوب الأساسي لتفسير المعنى في الفنون البصرية. وتعتبر الأيقونة الرقمية شكل من أشكال الصياغات البصرية . فقد " قسم بيرس العلامة إلى ثلاثة أشكال : الأيقونة ، الدلالة ، الرمز :

الصورة الرمزية (Icon) وهي التي تدل على مباشرة على الشيء الذي تمثله . الدلالة (Index) لا تشبه الشيء الذي تمثله بل تشير إليه وتمثل المعنى .صورة ثقب الرصاصة لا يمثل الرصاصة ، لكنه يشير إلى أن رصاصة قد أطلقت ، وصورة دخان لا يمثل النار بل يدل على أن هناك ناراً قد أندلعت وخلفت ذلك الدخان ، أما الرمز (Symbol) فهو علامة تمثل الشيء بشكل رمزي"⁽¹²⁾

كما تُوصف العلامات بالدلالية عندما يتعلق الأمر بدليل يتضمن معنى تواصلية فالأيقونة البصرية هي رسالة مرئية تحمل فكرة سيميوطيقية ذات دلالة معرفية اتصالية يستقبلها المتلقي علي شكل إما علامة (أيقونية) أو إشارة رمزية والفكرة أو الدلالة هي

العلاقة فيها بين الدال والمدلول سببية ومنطقية، كإرتباط الدخان بالنار على سبيل المثال.

أما العلاقة الموجودة بين الدال والمدلول، فيما يتعلق بالرمز البصري، فهي علاقة عُرفية (إصطلاحية) وغير مُعللة. فلا يوجد ثمة أي تجاوز أو صلة طبيعية بينهما. وتتكون الثقافة من مجموعة من العلامات وبمجرد أن يقدم المصمم الصورة الدلالية للرمز تتحول إلى علامة، ويتم تحديد معنى العلامة من الموقف التي تستخدم فيه، وهو ما يُشكل لكل مجتمع بشري ثقافته الخاصة؛ ورموزه المعرفية وعلاقاته المميزة التي تختلف في مجملها عن ثقافة أي مجتمع أخر .

وهنا يأتي دور التصميم الجرافيكي للإعلان الرقمي في وسائط الإتصال الجماهيري والتي يتم عرضها رقمياً. حيث تتوافر تكنولوجيا الإعلانات الرقمية على الإنترنت، على أجهزة الوسائط المحمول والهواتف الذكية ومواقع الويب، تطبيقات الجوال، والتلفزيون، وحتى على اللوحات الإعلانية. التي تلعب أدوار ووظائف منها الدعائية والإيديولوجية، التي تؤثر على ثقافة المجتمع فزادت المعرفة وفق نُظم المعالجة البصرية للمعلومات التي يقوم بها المصمم ، من خلال الإبداع والإبتكار، سواء في المجالات الثقافية أو في المجالات الحياتية. وتعمل الشركات والهيئات على إستخدام الإعلان الرقمي للحفاظ على صورة العلامة التجارية. حيث شكلت التقنية الرقمي والسوشيال ميديا (الوسائط الإلكترونية) قوام أساسي في حياتنا اليومية وإن إختلفت من مكان إلى آخر، ومن دولة إلى أخرى، " فظاهرة عصر المعلومات والمعرفة، ومنها المعلومات والمعرفة الإعلامية في واقعنا المعاصر أمر لابد من مواكبته، ولابد من الإنتباه إلى تفاعلاته ومردوداته السلبية والإيجابية .. ومما هو جدير بالذكر أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، هما أساس المعرفة المعاصرة .. فالمعلومات الإعلامية والمعرفية أصبحت سلعة تُسوق"⁽⁹⁾ فيما نطلق عليه في مجال صناعة الإعلان مصطلح " إقتصاد المعرفة".

(11) <http://www.icondigital.com>, ICON Digital, Retrieved 12 November, 2022

(12) عبد الجابر ناصر: مرجع سابق ، ص 90

(9) عامر إبراهيم القندلجي : " الإعلام والمعلومات والأنترنيت " ، دار اليازوري العلمية للنشر ، عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى 2013 م ، ص 138 بتصرف

(10) سنية الحماسي : " البنية الدلالية من التعريف المنطقي إلى الدلالة التصورية "، مجلة المعجمية ، تونس ، 2003م، ص 277

من العديد من الشفرات والرموز إلى أن تصل إلى المتلقي على نحو منطقي وواضح .

علم الدلالة (الأيقونولوجيا) والتداخل الدلالي: (14)

وهو التداخل الدلالي ومحو الفصل بينها والإنتفاخ بين الأدلة، و ذلك من خلال تأكيد العلاقة بين نوع الدلالة في مجال معين وعلاقتها وهي العلاقة التي تتحدد بها الدلالة في إنتقالها من مجال إلى آخر . ومن هنا فالأشكال الإيقونية تمتلك خاصية الإندماج في العملية الدلالية وتتميز هذه الأشكال بالعديد من المميزات التي تثير عقل المتلقي وذهنه بإعتبارها لغة رمزية في العديد من المعاني والدلالات وإدراك المتلقي إلى اللغة الرمزية المركبة وإدراكه إلى ما وراء الخبرة الواقعية أو التجارب الحياتية الآتية .



الشكل (2) يمثل الأيقونة في الفنون الرقمية وتأثيرها على حكم المتلقي .
عن: Iconology - http://www.iconology.ie/blog/proposals/proposal_2.htm Retrieved 11 November, 2017

تشير الرموز كما بالشكل السابق(2) إلى أن الرموز يمكن أن تؤثر على حكمنا وتقديم وجهة نظر من جانب واحد، ثم يمكن الأيقونية في الفنون الرقمية تؤثر على تصورنا بطريقة إيجابية أو سلبية. هل يصمم المصمم أو الفنان الرقمي قيمته الخاصة أو يمكن أن يظل محايداً ويسمح للمشاهد برسم إستنتاجاته الخاصة.

فالمعنى يتشكل من خلال الأشكال في المحتوى التصميمي، وهنا لا تبحث السيميولوجيا الدلالية عن تأويل جديد أو طبيعة السياق الذي أوجد المحتوى التصميمي، بل تهدف إلى البحث عن القوانين الناشئة لتكوين المعنى. كما تهدف إلى الكشف عن المعنى والبحث عن البنية المكونة له، كل ذلك لبناء الكيفيات التي تتشكل بها المعنى. وهنا تتكون المعنى من خلال العلاقة الثنائية التبادلية بين كل من البعد التركيبي المادي للتصميم والبعد الدلالي له، حيث يستدعى كل عنصر من عناصر التصميم (وخاصةً الأشكال الأيقونية) صوراً ومعاني وفق السياق العام للتصميم، فالأشكال الأيقونية إذن تهدف إلى معان محددة وإيحاءات معينة يقصدها الفنان - ويخلقها لهذا الغرض. (15)

مضمون العمل الفني (الرسالة البصرية التشكيلية)، ولهذا فالألوان والأشكال والخطوط والملامس والظلال تتسرب إلى الصورة محملة بدلالاتها الفكرية والذهنية السابقة، فالأحمر في العمل الفني موجوداً بإعتبار دلالاته السابقة لا بإعتبار وجوده المادي كلون ضمن ألوان أخرى، كذلك الأمر مع الأخضر والأزرق والأبيض وما يسري على اللون ينطبق على الشكل سواء الشكل العضوي بأنواعه والشكل الهندسي (المربع والدائرة والمثلث والمستطيل)، فلهذه الأشكال دلالات أخرى غير التشكيل الهندسي، وهذه الدلالات تعنى البعد الأيقوني، وتتنوع من دلالاته، وما ينطبق على البعد التشكيلي يصدق كذلك على البعد الأيقوني، فالخطاب الثقافي هو الذي يحول الأشكال والصيغ البصرية إلى بؤرة لإنتاج الدلالات وتحديد أنماط إستهلاكها. (13)

ولذلك لابد التطرق إلى العوامل المؤثرة في تصميم الأيقونة البصرية من مهارات أدائية متصلة بالدلالات الرمزية والتقنيات والموضوعات الإتصال الجماهيري ومضمونها وتحليل الأبعاد البنائية لتصميم الأيقونة (البعد الإدراكي)، والذي يعتمد على العوامل الذاتية، والموضوعية، والتي تعود للمشاهد والجانب الثاني (البعد البنائي) المادي للأيقونة والمركز على العناصر، والبناء، وهيكلة التكوين، والأسس الإنشائية، والجمالية.

وتكمن وظيفة هذه العلاقات في صياغة الصورة الأيقونية البصرية القادر على المنافسة والإنتشار والإستمرار، ومن ثم يأتي دور المشاهد في عملية التقدير وإصدار الأحكام على هذه الصورة والتي تمر بمراحل: النداء البصري، التأمل، والاستمتاع، وصولاً إلى إصدار الأحكام مع مراعاة كافة العوامل الموضوعية للإدراك البصري وقوانين تنظيم الجمال البصري وصولاً إلى قراءة وتقدير الأيقونية البصرية والحكم عليها. تتبع التأويلات من خلال توغل المثيرات البصرية والدلالات للأشكال الأيقونية داخل الكوامن النفسية للمتلقي، وذلك بشتى صور التنظيمات البنائية، بين التنظيمات(العفوية والتلقائية) والتنظيمات العقلانية (القصدية) التي تثير في نفس وعقل المتلقي الكثير من المعان. إن البنية الدلالية للفنون الحضارية يجب أن تدخل في عمليات تصميم الأيقونة البصرية بحيث تحمي الغموض داخل البنية من خلال إبراز وسائلها الدلالية التي تحملها، ومن ثم تنتقل الرسالة

(14) محمد ياسين أبو العينين : "الأيقونولوجيا والتحويلات السيميائية في مجال التصميم"، مجلة كلية الآداب - جامعة الزقازيق، 2015، م، ص 227

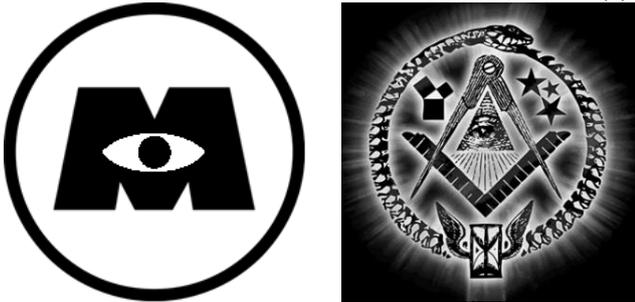
(15) محمد ياسين أبو العينين : المرجع السابق، ص 230 بتصرف

(13) أحمد مصطفى محمد عبد الكريم: "تباين الفكر السيميوطيقي للعلامة والرمز عند تصميم الصيغ البصرية للفن التشكيلي"، بحث منشور، كلية التربية النوعية، جامعة الفيوم، مصر، 2010، ص 2

كان أساساً لكل دلالة، ثم أنّها بما توفره من محاكاة حقيقية، ورسم، وتشكيل للواقعة.

على سبيل المثال وليس الحصر يظهر في الشكل (3-أ) أيقونة بصرية ثقافية للماثونية وقام المصمم في (3-ب) بصياغة الصورة كرمز في رسوم متحركة للأطفال بحيث لا يصبح غريبة عن ذهن الطفل ويؤثر بالتالي على أفكاره ومعتقداته . وفي مثال آخر يظهر الأيقونات للفنان المصري القديم في لعبة إلكترونية كما بالشكل .

" جمالية الأيقونة قد تؤثر على فناعة الطفل وتمارس دوراً رئيسياً في تعديل سلوكه فإنها لا يمكن أن تصنف ضمن الأيقونة التي تنطلق من إستراتيجية تحاول تقنع الطفل وتتواصل معه كي تحدث التغيير المطلوب ، فباعث إستراتيجية الأيقونة يكون في تغيير سلوك أو موقف الطفل من حياة والمجتمع ..عندما يكون المصمم هو المتحكم في تصدير الثقافة للطفل والتأثير على سلوكه (19) كما يظهر بالشكل رقم (4)



الشكل رقم (3-أ-ب) يوضح الفكر الفلسفي للأيقونة البصرية

في إحدى أفلام الأطفال يعرف باسم Masonic Illuminati Symbolism

عن : <http://media-conspiracy-manipulation.blogspot.com>

Retrieved 11 November 2017



الشكل (4) يوضح لعبة من الألعاب الموجهة خصيصاً للشباب

عن : <https://www.pinterest.com/pin/483433341240949051/>

icons culture Retrieved 11 November, 2017

ويظهر هنا العلم الذي يدرس الدلالة السيمياء (La semiotique) اعتماداً على أن هذه الدلالة تتوزع على شكل علامات أو سمات ، وفق أنظمة معينة . و تعتبر الأيقونات والرموز أحد أبرز أدوات الإتصال قوة لبساطة شكلها ولتأثيرها الكبير ولقدرتها على نقل معان كثيرة ودلالات بطريقة محكمة وموجزة يسهل التعرف عليها مباشرة. " تنقسم العلامات إلى مجموعتين هما : العلامة الإصطلاحية ، والعلامة التصويرية البصرية (الأيقونية) العلامة الإصطلاحية الإتقافية تكون بإتفاق المجموعة التي تخدمها على المعنى ، لذلك أتفقنا على أن الضوء الأخضر يدل على الحركة ، وعلى أن الضوء الأحمر تعني التوقف وقد كان يمكن الإتفاق على العكس تماماً ، أما العلامة الأيقونية فتتسم بقابليتها القصوى للفهم" (16)

الرمز والصورة كعلامة أيقونية موازية لمحتوى النص الجمالي :

ومن أهمها ما يأتي (17):

المصمم : وهو الشخص الذي يقوم بتوضيح الصورة الأيقونية البصرية الذي يحاول ترجمة الخطاب اللغوي الموازي .

الأيقونة البصرية : التي تتخذ فيه شكل الأيقونة البصرية كرمزاً علامة في وضعيات مختلفة من حيث العدد والحجم، ونوعية الأيقونة (فوتوغرافية / تشكيلية فنية / رمزية /إشارية)

المتلقي : وسائط الإتصال الجماهيري .

السق التصميمي القائم على الأشكال الأيقونية (18):

يمكن تناول بعدين هاميين لهما فعاليتهما هما : البنية الدلالية.

البنية التركيبية المادية.

وعلى هذا النحو ينظر إلى التصميم على أنه مستوى من البنية التركيبية المادية التي تشمل معطيات التصميم المكونة له، من حيث الوجود المادي لشتى مكونات التصميم، وهي تمثل متوالية من الحالات والتحويلات المبنية على العلاقات والنظم الشكلية التي تنتظم معطيات التصميم من خلالها.

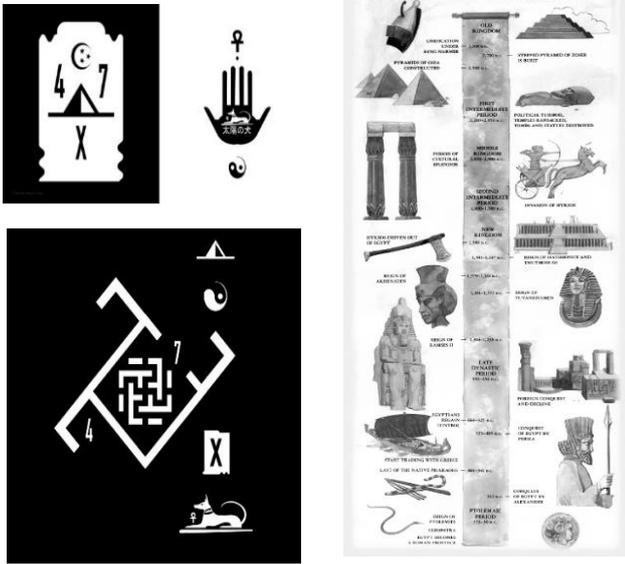
تُعد (الصورة الأيقونية) من أخصب مجالات الدراسة السمولو الحديثة نظراً للتطور الحاصل في مجالات التخطيط والتصوير والتجسيم ، وقد لا نخالف الصواب إذا قلنا بأهمية العلامة أو الصورة الأيقونية، وما يترتب عنها من عمل تصوري وإيحائي مدعم للدلالة ومآزر للخطاب اللساني الذي أصبح يستند إليها بعد أن

(16) سيزا القاسم : مرجع سابق ، ص269-270

(18) محمد ياسين أبو العينين: مرجع سابق ، ص230 بتصرف
(19) محمود خلف الحياتي : "سيمائية الصورة البصرية - في قصص الأطفال الإستراتيجية والتكنيك" ، دار المنهل للنشر، مصر، 2017 م ، ص 93

(17) محمد أمين شيخة " التواصل البصري مع خطاب الصورة التربوية" ، الجزائر 2011م

إن الأنظمة السيميائية تحمل مرجعية لغوية وبصرية في آن واحد، فالعلامة الأيقونية القريبة من مدلولها تكون سهلة التأويل و بسيطة الفهم. مما يجعل التقليل من صرامه اللغة في استثمار سهولة الصورة الأيقونية فكذا فالأيقونه البصرية القريبة من مدلولها تجعل منها علامة سيميائية قريبة الفهم، والعكس صحيح وهذا فإن مجموع الأيقونات البصرية المتمثلة في المخططات والأشكال الناتجة عن شرح وتفسير فكرة أو نص ما يعتبر تفسيراً واضحاً للغة . ويمكن الإعتماد" أن العلامة الأيقونية البصرية مشتركة مع العلامات اللسانية في كونها يسمح في التواصل والتبادل والتشارك بين البشر"⁽²¹⁾



الشكل (6- أ، ب) يوضح تصميم للأيقونة البصرية

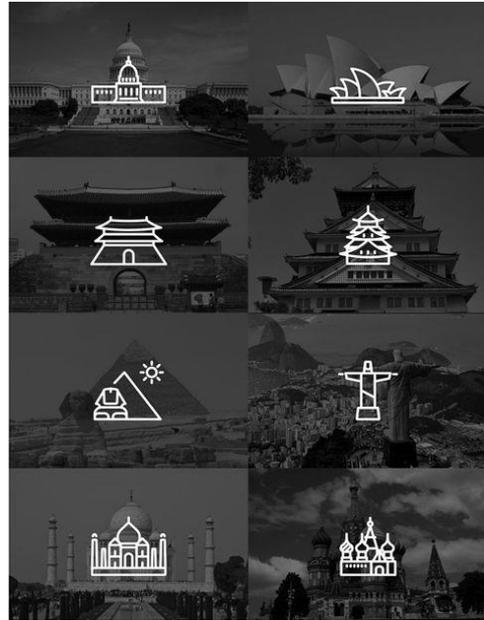
عن : Miranda bruce-Mitford:" Signs and Symbols" A.D.K Publishing book,1996,P.10

ثالثاً المحور الثالث : سيميولوجيا الإتصال الجماهيري:

يشير الإتصال الجماهيري إلى دراسة كيفية وسبل نقل المعلومات إلى الأفراد والكيانات من خلال وسائط الإتصال الجماهيري ونقلها إلى قطاعات وشرائح كبيرة في نفس الوقت . وعادةً ما يشير إلى نشر المعلومات على التلفاز والأفلام فضلاً عن الصحف، والمجلات، والكتب ، كما يساعد الفرد والمجتمع على نشر الثقافات ونقلها وكذلك اللغات والعادات والتقاليد من وإلى المجتمعات الأخرى. من خلال عملية الإتصال التي تتم عبر وسائط الإتصال الجماهيرية . وتتميز بتوصيل الرسالة إلى جمهور عريض

" لابد من رؤية التراث وفهمه في إطار وحدة الثقافة الأصلية من خلال كل القيم المادية والروحية - ووسائل خلقها وإستخدامها ونقلها ..وبمعني أكثر تحديداً فإنه من المعتاد التمييز بين الثقافة المادية (أي الآلات والخبرة في ميدان الإنتاج وغير ذلك الثروة المادية) ، والثقافة الروحية (أي العنجزات في مجال العلم والفن والأدب والفلسفة ، والأخلاق) تحليل أيقوني لمباني تراثية . تعتبر الأيقونولوجيا (Iconology) منهج تحليل يعتمد على ترميز الصور التي خلفها الماضي وربطها بالدلائل كما هو موضح بالشكل رقم (5) ، وتوجد ثلاث مراحل لتناول الصور وبخاصة الصورة الفنية وهي على ثلاثة مستويات في تأويل العمل الفني كما يلي:

"الوصف ما قبل الأيقونوغرافي الذي يعرض الحوافز بمعزل عن دلالاته. والتحليل الأيقونوغرافي الذي يحلل الدلالات المعرفية في سياق معين. والتأويل الأيقوني الذي يتجاوز تعرف الموضوعات ويتساءل عن العمل الفني بصفته عرضاً، وبصفته شاهداً على القيم الرمزية للحضارة."⁽²⁰⁾



الشكل رقم (5) يوضح ترميز الصورة وتحويلها إلى أيقونه بصرية وربطها

بالدلائل عن : <https://www.pinterest.co.uk/pin/531495193496602288->

Retrieved 11 November, 2017

يعتبر تصميم الأيقونة البصرية من أهم العناصر الفنية المستخدمة في غالبية تطبيقات البرمجة الحديثة، لتصميم بما يحويه من عناصر ورموز فنية وتأصيل الرموز الثقافية والهوية هو علاقة تحتوي في ترجمتها الفنية على مخزون توجيهي لوظائف عملية تهم المتلقي كمستخدم دائم لها. كما بالشكل (6 أ، ب)

(21) قوتال فضيلة: "آفاق السيميائيات البصرية ورهانتها"، نشر مجلة سيميائيات، دورية سنوية محكّمة، الجامعة الجزائرية ، الجزائر،2015م،ص.

(20) محمد ياسين أبو العينين: مرجع سابق ، ص230

أهم وسائط الإتصال الجماهيري:

يوجد العديد من وسائط الإتصال الجماهيري، إلا أن أهمها وأكثرها تأثيراً وإقناعاً يتمثل في ثلاث وسائل أساسية: - الوسائط المقروءة (الصحافة والمطبوعات بشكل عام).

- الوسائط المسموعة و المرئية (التلفزيون - السينما).
- الوسائط المسموعة (الراديو).

تطبيقات تصميم الأيقونة في مجال الإتصال الجماهيري :

منذ أن عرف الإنسان استخدام النقوش والرسوم كرموز للاتصال، كانت الصورة إحدى الدعائم الأساسية في عملية الاتصال، وظلت هذه الصورة حبيسة منذ أن نقشها الإنسان القديم في الصخور والكهوف وجدران المعابد، حتى رسمها الفنانون في العصور الوسطى على حوائط الكنائس، وقبابها... ثم اخترعت آلة التصوير، فأخرجت من الصورة الواحدة عدة نسخ، ثم ظهرت السينما فزادت قوة الصورة ورهبتها من خلال الحركة والكلام واللون... ثم جاء التلفزيون إلى حيز الوجود فتفوق على السينما بأن أكسب الصورة مزيداً من الحيوية والواقعية، ونظراً لأن التلفزيون يجمع بشكل فريد بين الصورة والكلمة، فقد أصبح في فترة وجيزة أهم وسيلة اتصال جماهيري في عصرنا.⁽²³⁾

إن وسائط الإتصال الجماهيري، وبشكله العصري التقني، يتجاوز اللقاء المباشر والتفاعل الإجتماعي وجها لوجه، وذلك بإستخدام وسائل تقنية معقدة باهظة التكاليف، كالطباعة والإذاعة المسموعة والتلفزيون والسينما فضلاً عن منظومة الاتصالات والمعلومات عبر الأقمار الاصطناعية، وشبكة الإنترنت.

ومن هذا المنطلق فإن تحليل التراث الفكري والتاريخي لوسائط الإتصال الجماهيري يقدم لنا تشكيلة متنوعة من التراث، وسعي المتخصصين والمهتمين به بمحاولة وضع تعريفات محددة لمفهوم الاتصال الجماهيري، كما جاء جانب من هذا التراث ليفسر اهم وسائط الإتصال الجماهيري وخصائصه العامة، التي تشكلت تبعاً لعمليات التغيير الإجتماعي والثقافي والحضاري في المجتمعات المعاصرة.

تطبيقات الأيقونة البصرية:

تتعدد تطبيقات الأيقونة البصرية فمنها الإعلان الإلكتروني و الرقمي، الإيفوجرافيك، تطبيقات الأندرويد، تصميم صفحات الويب، والألعاب الرقمية، وتصميم الأيقونة (Icon) : يُستخدم

وكذلك قدرة هائلة على خلق رأي عام في نفس الوقت وتوصيل الرسائل إلى فئات متباينة الإتجاهات والمستويات وتنمية إتجاهات وأنماط السلوك وترسيخ المعارف والمعلومات بتثبيت صورة ذهنية معينة ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال .

تعمل وسائط الإتصال الجماهيري على خلق المعاني والأفكار والمعتقدات التي قد تكون شكل رسائل غير مرئية ، فوسائل الإتصال الجماهيرية تحمل الرسائل للجمهور المتلقي ، فيعمل المصمم في وسائط الإتصال الجماهيري Mass Media على كل الوسائط بوجه عام التي تنقل المعلومات بشكل مباشر للجمهور المتلقي فإن هذا التعريف يتضمن جانبين الأول متصل بالوسائط الخاصة بالإتصال ونقل المعلومات ، والثاني متصل بالجمهور ، والتي تشمل كافة الوسائل المقروءة كالصحف والمجلات والكتب والمرئية كالتلفزيون والسينما .

" المفهوم الإجتماعي للإتصال الجماهيري فيعني نقل الأفكار من فرد إلى آخر، أو من فرد إلى جماعة أو من فرد أو جماعة إلى مجتمع يتكون من حشد من الناس منفصلين عن بعضهم مادياً أوغير منظمين إجتماعياً أو غير قادرين على العمل بشكل موحد."⁽²²⁾

وظائف الاتصال الجماهيري في مجال تصميم الإعلان متعددة، ويمكن بيان أهمها في الآتي:

1. نقل الأخبار والمعلومات الدولية والمحلية .
2. إدارة الرأي العام وتوجيه و تفسير الفكر والقيم والسلوك .
3. نشر العلم والتنشئة الإجتماعية .
4. تدخل الإعلام في القيم السلوكية المتوارثة والتراث الثقافي عبر العصور ، وعرض الأحداث لتبقى في ذهن المتلقى لإحداث التواصل.
5. نشر السلوك الإجتماعي الذي يعمل على نشر الأفكار والسيطرة عليه .
6. وظائف متعددة أخرى منها الترفيهية والإقتصادية .

ويمكن إستخلاص تعريف أن الإعلان عبر وسائط ال الإتصال الجماهيري يعمل على خلق المعاني والرسائل الكامنة إلى مجموعة كبيرة متغايرة من المتلقين غير مرئيين من خلال رسائل كامنة تحرك الفكر وتبني المفاهيم .

الصحافة والإعلام - <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=286961> (22)
حسني إبراهيم عبد العظيم - وسائل الاتصال الجماهيري وتأثيراتها في الواقع الاجتماعي Retrieved 13 November, 2017

(21) محمد بنهان سويلم : مرجع سابق، ص 103

تجاه الآخر، فتنتقل ثقافة الآخر إلينا والعكس فتغير من منظور التعامل مع الواقع.⁽²⁶⁾

الأهداف الرئيسية للإتصال الجماهيري هي:

1. **تنظيم المعلومات:** من خلال الإتصال الجماهيري يفرض إعادة الربط بين العلاقات والمعلومات ووجودها بين الأشياء، في وجودها الظاهر أو من خلال شكل مادي أو رمزي .
2. **تطوير الأبحاث العلمية:** الإتصال الجماهيري كنموذج يمكن تصور الرؤية التي يتصور بها الفرد أفكاره عن متغيرات الظواهر في شكل تتيح للمتلقى بمقتضاه فهم تلك المتغيرات.
3. **التنبؤ:** توجد علاقة وطيدة بين التنبؤ والفهم وذلك بعد فهم الظاهر، ونستفيد من نتائجه التي تم الحصول عليها، أي إستنتاج من العلاقة الوظيفية نتائج أخرى والتطبيق عليها في مواقف مشابهه .
4. **التحكم:** بعد التنظيم والفهم والتنبؤ نصل إلى الهدف الاخير من أهداف الإتصال الجماهيري وهو التحكم وذلك من خلال محاوله السيطرة على الظواهر وإستخدامها لصالح الإنسان.⁽²⁷⁾

حيث إستطاعت وسائط الإتصال الجماهيري توظيف الأيقونة البصرية بوصفها أحد عناصر الفعل الإقناعي وخلق قيم مجتمعية، وتوظيف الصورة الدعائية أمر غاية في الخطورة، لا يتوقف عليه مصير عملية الإتصال فحسب، وإنما تترتب عليه ماهية المتغيرات الفكرية والثقافية ذات التأثير في تكوينه القيمي والعقلي والعاطفي .

العوامل التي تتحكم في بيئة مستقبل الرسالة في وسائط الإتصال الجماهيري :

نوعية الجمهور مستقبل للرسالة الإعلامية : فالأطفال مثلاً هم أكثر فئة تأثراً بوسائل الإعلام في وسائط الإتصال الجماهيري ، و يليهم المراهقين وهكذا . لذا يجب الإنتباه في تصميم الأيقونة البصرية لأي فئة ومدى تقبلهم وتفهمهم للأيقونة ومضمونها.

مستوى الفرد الإجتماعي :نسبة مستوى معيشية الفرد والمستوى التعليمي والوظيفي، وكذلك موقع الفرد في المجتمع وغيرها كلها تؤثر على مدى تقبل الفرد للمادة

كأساس رمزي معبر عن موضوع أو رابط لصفحة إلكترونية أو لتطبيق معين في إحدى الوسائط المتعددة . الأيقونات البصرية هي معاني مكثفة ومركزة تعبر عن آراء الناس وإرادتهم وميولهم.. فهي ذات موقع مركزي وحيوي في الإتصال. والتواصل الاجتماعي يتم عن طريق هذه الرموز، فالحياة الاجتماعية ما هي إلا عمليات تواصل وتبادل للمواقف التي تتم من خلال قيم معينة ولاجل قيم معينة.

" تعد الأيقونات أكثر الأدوات تفاعل إستخداماً في برامج الكمبيوتر ، والأيقونات هي تمثيلات تصويرية على الشاشة ، وقد حدد هاريس (Harris 1997م) أنماط العلاقة بين الأيقونات والعمليات في ما يلي⁽²⁴⁾:

- النمط التمثيلي Representation : ويكون فيه الصورة الأيقونة تمثل العمليات أو المفاهيم ، مثل إستخدام صورة تمثل عملية القطع .
- النمط الرمزي Symbolic : صورة الأيقونة تمثل مفهوماً لمستوى أعلى من التجريد، مثل إستخدام الكسر لمثل مفهوم هش.
- النمط العشوائي Arbitrary : صورة أيقونة ليس لها علاقة بالمفهوم الذي تمثله، مثل إشارات التحذير .

وسائط الإتصال الجماهيري كأدوات إجتماعية :

1. بوصفها آلية إبلاغ الناس وخلق وتصوير الرأي العام في النظام الديمقراطي .
 2. بوصفها أداة لإزدهار إقتصادنا القومي من خلال قوة الإعلان فعلنا أن نذكر وسيلة ثالثة مهمة ألا وهي تنوير النسيج الإجتماعي أو في حقيقة الأمر التأثير على تشكيل أنماطه. وتؤدي وسائط الإتصال الجماهيري نفس الغرض بإرسال عناصر ثقافتنا من المحيط الأطلنطي إلى المحيط الهادي.⁽²⁵⁾
- تعتبر وسائط الإتصال الجماهيري أداة إجتماعية حقيقية تؤثر بشكل مباشر على عاداتنا ، ورغباتنا وعلاقتنا سواء كأفراد أو جماعات، ولا يستطيع الفرد من الهروب من التأثير المباشر لتلك الوسائط فهي تؤثر على الإنفعالات العنصرية، والديكورات الداخلية، ودور العمل، وخطوط الموضة، تذوق الموسيقى والفن، ووظائف ومعتقدات الفرق الدينية وهذا الخليط من رؤوس الموضوعات غير المتجانسة وغيرها .. وتنقل وسائط الإتصال الجماهيري هذا الإختلاف الشديد الذي يولد إحساس بالغرابه

(25) المرجع السابق، ص43

(26) حسن عماد مكايي: "نظريات الإعلام"، الدار العربية للنشر والتوزيع، 1، جمهورية مصر العربية، 2007، ص129

(23) حسن الباتع محمد عبد العاطي - السيد عبد المولى السيد: "التعليم الإلكتروني الرقمي"، دار الجامعية الجديدة للنشر، الأسكندرية، مصر، 2012، م، ص 294-295

(24) أوديت امري، فيليب ه. أولت : ترجمة إبراهيم سلامة إبراهيم: "مهارات الإتصال الجماهيري"، المركز القومي للترجمة، القاهرة، مصر، سنة 2000، ص25

– الرسالة: تحليل مضمون الرسالة للإعلان في الوسائط المطبوعة أو المرئية كالصحافة، البرامج التلفزيونية، الافلام السينمائية: من حيث لغتها ومنطقها وتسلسلها، التحليل الدلالي للإشهار والشعارات.

– الترميز: دراسة الشكل الايقوني او البناء القاعدي النصي، اللفظي، غير اللفظي لمضمون الرسالة.

– الوسيلة: دراسة مختلف وسائط الاتصال، شبكات وتكنولوجيا الاتصال والمقارنة بينها.

– التشويش: تعديل مسار الرسالة على الجانب الإنساني أو الفيزيقي طيلة مسارها .

– المستقبل: دراسة الجمهور .

– فك الرموز: دراسة إدراك واستشعار الرموز غير اللفظية والتماثلية.

– التفسير: فهم النصوص، الرمزية الاشهارية، المعاني المشتركة بين الطرفين.

– الأثر: دراسة أثر وسائط الإتصال الجماهيري، والآثار الاجتماعية والثقافية لها، وأثرها على الآراء والسلوك، والقيم.

– رد الفعل: دراسة التنظيمات وتفاعلاتها الإتصالية (شبكتها الاتصالية الداخلية)⁽²⁹⁾.

وتُعد وسائط الإتصال الجماهيري ذات أثر بالغ في تكوين الرأي العام وتغيير مساراته، لا سيما في المجتمعات النامية. فهذه المجتمعات تسعى للخلاص من رواسب التخلف وعوامله، بإيجاد جمهور واعٍ يستطيع أن يفهم ذاته وحقيقتة وواقعه، ويسعى إلى البحث عن حل لمشكلات مجتمعه على إختلاف أنواعها، ومعالجة القضايا المهمة، وتنمية القيم الأخلاقية والاجتماعية والثقافية والقومية والدينية. إن الاتصال الجماهيري يسهم في توسيع المدارك والأفكار، ويستحث دوافع الجماهير ويستثير انتباههم لقضايا المجتمع، ويثير لديهم الإحساس بالمشاركة، فيما يجري من أحداث محلية وقومية وعالمية.

النتائج والتوصيات:

أولاً : النتائج :

توصل البحث فى هذا الإطار إلى عدة نتائج وخلصات يمكن عرضها على النحو التالى:

1. أثبت البحث وجود علاقة بين المفاهيم ذات البنية الدلالية ومداخل تصميم الأيقونات البصرية التي أصبحت أداة إتصالية عالية التأثير الثقافي والبصري والجمالي في ضوء التقنيات الرقمية المعاصرة .
2. تؤثر الأيقونات البصرية الرقمية في الأفراد والمجتمعات إيجاباً وسلباً طبقاً لطريقة تصميمها الصيغ الرمزية الأيقونولوجية التي يمكن

الإعلامية في وسائط الإتصال، وقدرة أستعباط المضمون الدلالي للأيقونة البصرية .

مستوى الفرد الثقافي : حيث يتقبل الفرد للرسالة وفهمه لها لا يقتصر على مستواه الإجتماعي فحسب بل يتجاوز ذلك ثقافته التي نشأ عليها من جهة ، والتربية التي تلقاها ومدى تأثير الأيقونات الثقافية عليه فضلاً عن التوجيه الإجتماعي .

معتقدات الجمهور : حيث يتقبل أفراد المجتمع عادة الرسائل الإعلامية الموجهة إليهم في وسائط الإتصال الجماهيري، التي تكون قريبة ومتماشية مع معتقداتهم ، ومنسجمة مع ما يؤمنون به من قيم. ومن جانب آخر يضعف تأثير الرسائل الإعلامية البعيدة عن واقع ومعتقدات أفراد المجتمع . حيث تكون مرفوضة إذا وجدوا بأنها تتعارض بشكل مباشر، مع ما هم عليه من معتقدات. ومن هذا المنطلق يلجأ القائمون على الإعلام ووسائله إلى أسلوب التدرج في إختراق المعتقدات والأصول لدى مجتمع معين. **واقع المجتمع :** حيث يؤثر الواقع السياسي أو الأقتصادي أو الإجتماعي للمجتمع على جدوى قبول الرسالة الإعلامية الموجهة له فالرسالة الإعلامية عن الحرية السياسية وحرية التعبير و الديمقراطية على سبيل المثال يكون لها قبول في المجتمعات التي تعاني من الدكتاتورية والإستبداد السياسي .

دور أصحاب الرأي في المجتمع : تكون وسائل الإعلام مؤثرة في الناس وبشكل واسع عندما يساهم أصحاب الرأي البارزين في قضايا مجتمعتهم⁽²⁸⁾

الدور الثقيفي للإعلان كوسيط للإتصال الجماهيري:

يمكن تصنيف الدور الإتصالي للإعلان كوسيط في العملية الإتصالية كوسيط جماهيري من خلال تبني مختلف عناصر العملية الإتصالية. وتبعاً لذلك يمكن تحديد الدور الثقيفي للإعلان كوسيط للإتصال الجماهيري كما يلي:

المرسل: دراسة لمصادر الإتصال (المصمم، الرسام ..) وخصائصها الشخصية ودورها ومكانتها في المجتمع. وكذلك وسائط الإتصال الجماهيرية كمصدر معنوي للإتصال من حيث وسائل إنتاجها، قوانين النشر، سلطة ومصداقية مؤسساتها.

– التأثير (الاستهداف): دراسة الاشهار والإقناع، وتحليل تأثيرها في كل أنواع الدعاية والإعلان .

(27) عامر إبراهيم القندلجي: "الإعلام والمعلومات والأنترنترنت " مرجع سابق، ص 76-

عناصر الاتصال الجماهيري، <http://annabaa.org/arabic/annabaaarticles/1741>، (28) Retrieved 12 November, 2017 - شبكة النبا المعلوماتية

10. محمد ياسين أبو العينين : "الأيقونولوجيا و التحولات السيميائية في مجال التصميم"، بحث منشور مجلة كلية الآداب - جامعة الزقازيق ، مصر، 2015 م
11. محمود حسنين كامل يوسف : "لغة الصورة الفوتوغرافية ودلالاتها في وسائط الإتصال المطبوعة "رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون الجميلة، جامعة الأسكندرية، مصر، 2006 م
12. محمود خلف الحيايني : "سيميائية الصورة البصرية - في قصص الأطفال الإستراتيجية والتكنيك"، دار المنهل للنشر القاهرة، مصر، 2017 م
13. ماجد نبيل على يوسف : " ميثولوجيا العالم القديم وأثرها على التصميم المعماري المعاصر"، دار الفكر العربي للنشر، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2009م
14. قوتال فضيلة: "آفاق السيميائيات البصرية ورهانتها"، نشر مجلة سيميائيات، دورية سنوية محكّمة، الجامعة الجزائرية، الجزائر، 2015م
15. Sharon A. Russell: " Semiotic and Lighting", study of six modern French, ameramen, UML, Recherch Press., Michigan, U.S.A, 1981
16. <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=286961> Retrieved 13 November, 2017
17. <https://www.pinterest.com/pin/483433341240949051/> icons culture Retrieved 11 November , 2017
18. <http://annabaa.org/arabic/annabaaarticles/1741>, Retrieved 12 November, 2017
19. [https://www.pinterest.co.uk/pin/531495193496602288- /](https://www.pinterest.co.uk/pin/531495193496602288-/)
20. Retrieved 11 November, 2017 الايقونة الرقمية من المباني التراثية

- الإعتماد في التأثير على الثقافة ونشر الأفكار وتعتبر وسيلة هامة للإتصال جماهيري .
3. الأيقونة البصرية الثقافية وإستخداماتها الرقمية المتعددة رغم إجاتها علي تشابة ظاهري إلا إنها تقدم تمثيلاً عن التجربة الإنسانية وثقافية .
 4. يعتبر مفهوم الأيقونة البصرية وسيلة يستطيع من خلالها المصمم تنفيذ أعمال فنية لأفكار المختلفة على المستوى السياسي أو الإجتماعي أو الديني .

ثانياً : التوصيات:

1. يوصي البحث بأهمية القيام بدراسات ثقافية خاصة بالأيقونة البصرية وبنيتها الدلالية .
2. العمل على زيادة فهم الأيقونة البصرية في وسائل الإتصال الجماهيري حيث يعتمد على القيم والثقافة والمعتقدات الخاصة بالمجتمع المصري .
3. عدم اعتماد المصمم على موسوعات الصور التي تساعد على محو الهوية البصرية للمجتمعات بل العمل على التأكيد على القيم الإيجابية الناتجة عن الأيقونات البصرية .

المراجع :

1. أوديت امري، فيليب هـ .أولت : ترجمة إبراهيم سلامة إبراهيم : "مهارات الإتصال الجماهيري"، المركز القومي للترجمة ، مصر، سنة 2000م
2. أحمد مختار عمر: " علم الدلالة"، دار نشر عالم الكتب، الطبعة الخامسة ، القاهرة ، مصر، 1998م
3. حسن الباتع محمد عبد العاطي - السيد عبد المولى السيد : حسن الباتع محمد عبد العاطي - السيد عبد المولى السيد: "التعليم الإلكتروني الرقمي"، دار الجامعية الجديدة للنشر، الأسكندرية، مصر 2012 م.
4. حسن عماد مكاوي : "نظريات الإعلام"، دار العربية للنشر والتوزيع القاهرة ، مصر، 1، 2007م
5. سنية الحماسي: "البنية الدلالية من التعريف المنطقي إلى الدلالة التصويرية"، مجلة المعجمية ، تونس، 2003م
6. عامر إبراهيم القندلجي: "الإعلام والمعلومات والأنترنيت"، دار اليازوري العلمية للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2013 م
7. عبد الجبار ناصر: "ثقافة الصورة في وسائل الإعلام"، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2011 م
8. عبدالسلام المسدي: " قضية البنيوية دراسة ونماذج"، وزارة الثقافة، الطبعة الأولى، تونس، 1991م
9. لمياء عبد الكريم: " دلالات التصميم الجرافيكي في إعلانات التلفزيون للطفل المصري"، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، مصر، 2001م