

تحليل سيميائي لاستخدام الرموز الطبية في القنوات الفضائية العراقية

محمد خلف سبتي

الفنادق، علوم السياحة، المستنصرية، بغداد، العراق.

Semiotic analysis of the use of medical symbols in Iraqi satellite channels.

Mohammed Khalaf Sabti Moeen

Hotels, Tourism Sciences, Mustansiriya, Baghdad, Iraq.

Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-4396-6564>

Email: klf.spti@uomustansiriyah.edu.iq

الملخص :

يهدف هذا البحث إلى تحليل الدلالات السيميائية والوظائف التواصلية للرموز الطبية المستخدمة في الخطاب الإعلامي للقنوات الفضائية العراقية. وقد اعتمد البحث على المنهج السيميائي، مستنداً إلى الأطر النظرية لكل من سوسير، وبيرس، وبارت. بالإضافة إلى ذلك، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي مع أداة تحليل المضمون لفحص عينة من البرامج الصحية، والإعلانات الطبية، والتقارير الإخبارية المقدمة عبر ثلاث قنوات رئيسية هي: العراقية، والشرقية، والفرات. وقد كشفت نتائج البحث عن هيمنة واضحة للرموز العاطفية والتجارية، مثل القلب الأحمر والحبّة الدوائية، مما أدى إلى تحويل الخطاب الطبي من خطاب علمي موضوعي إلى خطاب استهلاكي عاطفي يخاطب المشاعر أكثر من العقل. كما أظهرت النتائج تركيزاً كبيراً على النموذج العلاجي التقليدي، حيث تفوقت مصطلحات مثل "العلاج" و"الطبيب" و"المريض" بشكل ملحوظ على مصطلحات الوقاية والصحة العامة، مما يعكس نزعة تفاعلية مع المرض بدلاً من ثقافة صحية استباقية. إضافة إلى ما سبق، سجلت الدراسة سيادة الخطاب الإعلاني التجاري الذي يحول الصحة إلى سلعة، مع توظيف مكثف للرموز العالمية كالصليب الأحمر والهلال الأحمر بهدف إضفاء المصداقية على المحتوى. كما تم دمج رموز محلية عراقية لتوطين الرسالة وجعلها أكثر قبولا لدى المتلقي. والأهم من ذلك، كشفت التحليل عن وجود رسائل مضمرة تعزز ثقافة الاستهلاك الدوائي والتبعية للطبيب، كما تروج لفكرة "الحل السحري" السريع بدلاً من التشجيع على الوقاية وتغيير أنماط الحياة غير الصحية. هذا الأمر يشكل تأثيراً عميقاً على التصورات والسلوكيات الصحية للجمهور. الكلمات المفتاحية : السيميائية ، الرموز الطبية ، القنوات الفضائية

ABSTRACT:

This research aims to analyze the semiotic significations and communicative functions of medical symbols used in the media discourse of Iraqi satellite channels. It relied on the semiotic approach, based on the theoretical frameworks of Saussure, Peirce, and Barthes, in addition to the descriptive-analytical method, using content analysis to examine a sample of health programs, medical advertisements, and news reports broadcast on three main channels: Al-Iraqiya, Al-Sharqiya, and Al-Furat.

The results revealed a clear dominance of emotional and commercial symbols, such as the red heart and the pill, which shifted medical discourse from an objective, scientific one to a consumerist, emotional discourse that appeals to feelings more than reason. The findings also showed a significant focus on the traditional treatment model, where terms like "treatment," "doctor," and "patient" notably surpassed terms related to "prevention" and "public health," reflecting a reactive approach to illness rather than a proactive health culture.

Furthermore, the study recorded a dominance of commercial advertising discourse that commodifies health, with heavy use of global symbols like the Red Cross and Red Crescent to lend credibility to the content, alongside the integration of local Iraqi symbols to localize the message and make it more acceptable to the audience. Most importantly, the analysis uncovered implicit messages that promote a culture of pharmaceutical consumption and dependence on doctors, while also promoting the idea of a "quick fix" rather than encouraging prevention and changes to unhealthy lifestyles, thereby having a profound impact on the public's health perceptions and behaviors. **Keywords: semiotics, medical symbols, satellite channels**

المقدمة:

في عصر تتسارع فيه وتيرة تدفق المعلومات، وتنتعز في هيمنة الوسائط البصرية كقناة رئيسية للتلقي والإقناع، تبرز الرموز الطبية كأحد المكونات المحورية في الخطاب الإعلامي المعاصر. تحتل هذه الرموز حيزاً مهماً ضمن المضامين الصحية المقدمة عبر القنوات الفضائية العراقية، حيث تتجاوز دورها الوظيفي المباشر كناقل للمعلومات إلى كونها حاملات لشفرات ثقافية واجتماعية ودلالية عميقة، تشكل إدراك المتلقي ووعيه الصحي.

تأتي أهمية هذا البحث من كونه يحاول كشف الغطاء عن هذه الشبكة المعقدة من الدلالات. ففي السياق العراقي الفريد، الذي يتقاطع فيه التراث الطبي الشعبي مع المعرفة العلمية الحديثة، وتتشكل فيه الذهنية الجمعية تحت تأثير عوامل متعددة كالتعددية الثقافية والظروف السياسية والاجتماعية الخاصة، يصبح تحليل الخطاب الإعلامي الصحي ضرورة ملحة. من هذا المنطلق، يتبنى هذا البحث المنهج السيميائي كأداة تحليلية مركزية. وانطلاقاً من الرؤية التي أرسى أسسها فرديناند دي سوسير، الذي عرّف السيميولوجيا بأنها "العلم الذي يدرس حياة العلامات في قلب الحياة الاجتماعية"، واعتبار اللسانيات جزءاً منها، فإن هذه الدراسة تتجاوز التحليل اللغوي النصي لتغوص في تحليل الأنظمة العلاماتية غير اللغوية (الأيقونية، البصرية، الإشهارية) التي تنتج المعنى في الخطاب الإعلامي الطبي. كما تستفيد الدراسة من التراكم المعرفي لمدرسة تشارلز ساندرز بيرس في السيميوطيقا، لا سيما في تصنيفه الثلاثي للعلامة (أيقونة، مؤشر، رمز)، مما يمنح البحث أدوات تحليلية أكثر مرونة لتفسير كيفية عمل هذه العلامات وتأويلها من قبل المتلقي العراقي. (ثاني، ، ٢٠٠٨، صفحة ٢٣)

لتحقيق هذه الأهداف، يعتمد البحث على منهج وصفي تحليلي، باستخدام أداة تحليل المضمون السيميائي لعينة من البرامج الصحية والإعلانات الطبية والتقارير الإخبارية في مجموعة مختارة من القنوات الفضائية العراقية خلال فترة زمنية محددة، سعياً لتقديم قراءة منهجية وعلمية لدور هذه العلامات في تشكيل المشهد الإعلامي الصحي العراقي.

اولاً- مشكلة البحث :

تشكل المضامين الإعلامية البصرية، كالإعلانات والشعارات والصور والرموز أنظمة علاماتية قائمة بذاتها، تنتج رسائل ودلالات تخضع للتحليل والتأويل. وتبرز المشكلة البحثية في الفضاء الإعلامي العراقي الذي يشهد استخداماً مكثفاً ومتعددًا للرموز الطبية (كالشعارات، ورموز الإسعاف، والإشارات الدوائية، والصور التوضيحية للجسم البشري، وشعارات المستشفيات والمنظمات الصحية) ضمن مضامينه المرئية. إلا أن كيفية توظيف هذه الرموز والدلالات المضمرة التي تنقلها، والرسائل المباشرة وغير المباشرة التي تحملها، إلى جانب القصد التواصل من وراءها، كلها أمور لا تزال غامضة وتحتاج إلى كشف وتحليل منهجي. (بنكراد، ٢٠١٢، صفحة ٢٧) لذلك، يمكن تحديد مشكلة هذه الدراسة في السؤال الرئيس التالي : ما الدلالات السيميائية والوظائف التواصلية للرموز الطبية الموظفة في القنوات الفضائية العراقية؟

واستناداً لذلك وضعت مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية :

١. ما هي أبرز الرموز الطبية المستخدمة في القنوات الفضائية العراقية؟
٢. ما الدلالات السيميائية التي تحملها هذه الرموز؟
٣. كيف يتم توظيف الرموز الطبية في الخطاب الإعلامي العراقي؟

٤. ما هي الرسائل المبطنة التي يمكن أن تقدمها هذه الرموز للمتلقى؟

ثانياً - أهمية البحث :

تتجلى أهمية هذا البحث في كونه يلامس صحة الإنسان التي تعدّ أعلى ما يملك، ويدرس دور الإعلام كوسيط مؤثر في تشكيل الوعي الصحي. يسدّ البحث فراغاً معرفياً في تحليل البعد البصري للخطاب الطبي إعلامياً باستخدام المنهج السيميائي. يقدم أدوات عملية للإعلاميين والصحيين لصياغة رسائل توعوية أكثر وضوحاً وتأثيراً. كما يرفع وعي الجمهور النقدي ويكشف الآليات الخفية للتأثير على تصوراتهم، مما يساهم في النهاية في حماية الصحة العامة وتعزيز المسؤولية الاجتماعية للإعلام.

أهمية علمية: يساهم البحث في تطوير الدراسات السيميائية في حقل الإعلام الصحي.
أهمية تطبيقية: يفيد العاملين في المجال الإعلامي والصحي في تحسين الرسائل الموجهة للجمهور.
أهمية اجتماعية: يساعد في فهم كيفية تأثير الإعلام على تصورات الجمهور تجاه القضايا الصحية.

ثالثاً - أهداف البحث :

١. تحليل الرموز الطبية في الإعلام العراقي باستخدام المنهج السيميائي.
٢. الكشف عن الدلالات الظاهرة والضمنية للرموز الطبية.
٣. فهم تأثير هذه الرموز على تشكيل الوعي الصحي والاجتماعي لدى الجمهور.
٤. تحديد مدى توافق الخطاب الطبي الإعلامي مع الواقع الصحي في العراق.

رابعاً - منهج البحث :

يتبنى هذا البحث منهجية وصفية تحليلية تهدف إلى رصد وتوصيف ظاهرة الرموز الطبية وتحليل دلالاتها. يعتمد البحث على تكامل منهجين رئيسيين: المنهج الوصفي التحليلي والمنهج السيميائي. يقوم المنهج الوصفي التحليلي على وصف الظاهرة وتصنيفها بشكل منهجي موضوعي. يستخدم البحث تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات الكمية حول تكرار وأنواع الرموز المستخدمة. يركز تحليل المحتوى على الوصف الكمي للرموز الطبية وتصنيفها وفقاً لطبيعتها ووظيفتها. يتولى المنهج السيميائي مهمة التحليل النوعي والتأويلي العميق للدلالات. يحلل المنهج السيميائي العلامات البصرية واللغوية من خلال تفكيكها إلى دال ومدلول. يهدف التحليل السيميائي إلى الكشف عن المعاني المضمرة والثانوية في الرموز. يدرس البحث كيفية ارتباط الرموز بعضها ببعض داخل الخطاب الإعلامي. يتضمن هذا التكامل المنهجي شمولية التحليل ووصوله لنتائج موضوعية وغنية.

خامساً - أدوات البحث :

١. استمارة تحليل المضمون: لدراسة العيّنات الإعلامية (إعلانات، برامج، تقارير صحية).
٢. الملاحظة المنظمة: لمشاهدة وتوثيق الرموز الطبية في القنوات العراقية.

سادساً - حدود البحث :

١. الحدود الموضوعية: الرموز الطبية فقط (شعارات مستشفيات، إشارات دوائية، رموز إسعاف...).
٢. الحدود الزمانية: من ٢٠٢٥/٣/١ إلى ٢٠٢٥/٦/١
٣. الحدود المكانية: القنوات العراقية فقط، العراقية الفضائية و الشرقية و الفرات .

سابعاً - مجتمع البحث وعينته :

١. مجموعة من القنوات الفضائية العراقية (العراقية، الشرقية، الفرات)
٢. البرامج الصحية، الإعلانات الطبية، والتقارير الإخبارية ذات الصلة بالطب في القنوات العراقية الثلاث .

ثامناً - الدراسات السابقة :

- ١- دراسة: (ماجد سالم تريان ٢٠١٣) (تريان، ٢٠١٣) سيميائية فن الكاريكاتير السياسي في الصحف الفلسطينية:

تهدف الدراسة إلى تحليل الدلالات السيميائية للكاريكاتير السياسي في الصحف الفلسطينية نوع الدراسة وصفي تحليلي. دراسة حول كيفية استخدام الكاريكاتير السياسي في الصحف الفلسطينية كوسيلة سيميائية قوية لنقل الرسائل السياسية والاجتماعية، مع تحليل كمي ونوعي للرموز والأساليب المستخدمة.

٢- دراسة: (Ita Nawom Itanghi1, Victor Ngu Cheo, Atoh Julius 2023) (Itanghi, Cheo, & Julius, 2023) A :

Semiotic Analysis of Symbolism and Persuasion as Communication Strategies on Some Educational Billboards in Buea-Cameroon.

يهدف البحث إلى تحليل النصوص والرموز والعناصر الإقناعية على اللوحات الإعلانية التعليمية في مدينة بوا-الكاميرون، وفك الشفرات الدلالية والثقافية المخفية وراءها باستخدام المنهج السيميائي. تم تحليل ١٥ لوحة إعلانية تعليمية (حضانة، مدارس، معاهد، جامعات) في بوا. استخدم الباحثون التحليل النوعي الوصفي للوحات الإعلانية التعليمية تستخدم الرمزية والإقناع كأدوات اتصال فعالة، لكن فهمها يعتمد على الخلفية الثقافية للمتلقي. التحدي الأكبر هو نقل الرسائل عبر الثقافات دون تشويه.

٣- دراسة : (٢٠٢٣ Adrian Reynolds) Understanding: the Power of Semiotics in Art and Design: (Reynolds, 2023) of Symbols and Signs.

في هذه الدراسة دور السيميائيات علم العلامات والرموز في الفن والتصميم، وكيف تستخدم الرموز والإشارات لتوصيل رسائل عميقة وتجاوز الحواجز اللغوية والتواصل مع اللاوعي. تؤكد على قوة السيميائيات في تعبير الفنان وإيصال الرسائل بشكل أعمق. تشجع على تبني هذا المنهج في الممارسة الفنية والتصميم.

٤- دراسة : (عاطف المطيعي، خالد صلاح الدين، مي سمير كفاي 2025) (المطيعي، صلاح الدي، وكفاي، ٢٠٢٥): التحليل السيميائي (الأيكونوغرافي) للنصوص البصرية بالصور الصحفية. يهدف البحث إلى تطوير منهجية متكاملة للتحليل السيميائي للصور الصحفية لضمان وضوح رسائلها البصرية. يقترح البحث تصميم جداول تحليلية منهجية تغطي مختلف مستويات التحليل السيميائي، بدءاً من الوصف الأساسي وصولاً إلى استخلاص الدلالات الأسلوبية والثقافية. تم تطبيق هذه الجداول على صور صحفية حقيقية لاختبار فعاليتها. يوفر البحث إطاراً منهجياً عملياً ومتكاملاً (عبر جداول تحليلية مفصلة) لتفكيك وفهم الطبقات المتعددة للمعنى في الصور الصحفية، مستنداً إلى الأسس النظرية للسيميائيات ومدارسها المختلفة، مما يساهم في رفع جودة التواصل .

اهم اوجه التشابه و الفوائد من الدراسات السابقة للبحث : الدراسات السابقة ستوفر للبحث الحالي أساساً نظرياً ومنهجياً قوياً، وتساعد على تجنب تكرار ما تم بالفعل، والتركيز على الإضافة العلمية والتحليل السياقي الفريد للبيئة الإعلامية والصحية في العراق. كما ستمكنه من وضع نتائجه في إطار مقارن أوسع، مما يعزز من مصداقيتها وأهميتها الأكاديمية والتطبيقية. يستفيد البحث من الدراسات السابقة في تقديم إطار نظري سيميائي متين، خاصة نظريات سوسير وبيرس في تحليل العلامات. كما يوفر له منهجيات مجربة لجمع البيانات وتحليل المحتوى البصري. يساعد ذلك في تحديد الفجوات البحثية والتركيز على الخصوصية العراقية.

تاسعا- الإطار النظري :

السيميولوجيا (علم العلامات): المفهوم والمجال

السيميولوجيا أو السيميوطيقا هي علم المعنى، أي العلم الذي يدرس المعاني التي تولدها النصوص، وهو بذلك أحد علوم اللغة. فالمعنى لا يدركه المرء إلا من خلال أنظمة العلامات، وأبرزها الكلمات والمفردات اللغوية.

وقد اتسع المفهوم الحديث لعلم المعاني (السيميولوجيا) مع اتساع مفهوم اللغة ذاتها. فلم تعد اللغة تقتصر على المنظومة التي ينتقل بها المعنى عبر السمع، بل شملت أيضاً اللغة البصرية التي ينتقل بها المعنى عبر الرؤية. وأصبح كل مولد للمعنى يُعد علامة، مصداقاً لقوله تعالى: "وَبِالنَّجْمِ هُمْ يَهْتَدُونَ"، حيث يصل المعنى عبر الرؤية والإبصار. ومن هنا يُطلق على السيميولوجيا علم العلامات، فهو العلم الذي يبحث في العلاقات التي تولدها العلامات. (الشربيني، ٢٠٢٢، الصفحات ١٣٧-١٦٣) والعلامة قد تكون كلمة، نغمة، شكلاً، لوناً، رمزاً، إشارة، حركة أو إيماءة يصدرها كائن بشري أو حيوان أو آلة. فرقصات الطيور وحركاتها هي علامات، والأضواء في إشارات المرور هي علامات. (الشيخلي و عبد الرزاق، ٢٠٢٢) وهكذا نجد العلامات في كل شيء تدركه حواسنا. فالعلامات سواء أكانت رموزاً أو إشارات لفظية أو مرئية تنتج العديد

من المعاني في شتى صور الاتصال والتواصل. وتسمية "علم المعنى" أطلقها علماء اللغة (المنطوقة والمكتوبة) لأن العلامات في اللغة المنطوقة تكون كلمات، ولكل كلمة مدلول، كما أن للعبارة معنى كلياً. غير أن العلامة كمصطلح أوسع وأشمل من الكلمة؛ فهي تحتويها وتتجاوزها. فالكلمة هي نوع لفظي من العلامات تستمد قيمتها ودلالاتها من السياق الثقافي. وعليه، فإن الكلمة هي جزء من حقل أعم وأفسح هو حقل العلامة. (حيدر، ١٩٩٩، صفحة ٤٦)

تتعدد المصطلحات الدالة على العلم الذي يدرس العلامات وأنظمة الدلالة، ومن أبرزها: **علم العلامات** السيميائيات، والسيميوطيقا، والسيميولوجيا، وعلم الدلالة العام. وعلى الرغم من أن الصياغة الحديثة لهذا العلم ارتبطت باللغوي السويسري فرديناند دو سوسور، فإن جذوره المعرفية ضاربة في عمق التاريخ.

ليس علم العلامات وليد العصر الحديث، بل كانت بذوره الأولى موجودة في الحضارات القديمة. فقد استخدم الإغريق مصطلح "سيميوطيكا" (Semeiotika)، المشتق من الكلمة اليونانية "Semeion" التي تعني "علامة"، وكان جزءاً أساسياً من علم الطب، حيث اقتصرت بدراسة العلامات والأعراض الدالة على الأمراض (Diagnosis) وفي التراث العربي والإسلامي، اهتم العديد من العلماء بدراسة الدلالة واستخلاص المعنى، مدفوعين بالحاجة إلى تفسير القرآن الكريم وفهم دلالات الألفاظ ومراميها. (صبطي، و نجيب، ٢٠٠٩، صفحة ١٠) ومن أبرز هؤلاء:

١. الجاحظ في نظرية النظم والبيان.
٢. ابن جني في خصائص اللغة ونظرية الانزياح.
٣. عبد القاهر الجرجاني في نظرية النظم ودلالة السياق.
٤. القاضي عبد الجبار في علم الكلام وفلسفة اللغة.
٥. الإمام الغزالي في تفسير الرموز والإشارات في النصوص الصوفية.

لا يمكن إنكار أن الفضل في بلورة السيميولوجيا (Semiology) كعلم مستقل ذي أطر منهجية واضحة يعود إلى عالم اللسانيات السويسري فرديناند دو سوسور، الذي عرّفها في إطار دراسته للبنى اللسانية بأنها: "العلم الذي يدرس حياة العلامات في قلب الحياة الاجتماعية". وعلى قواعد دو سوسور تأسست السيميائيات الحديثة، ثم توسعت لتصير مظلة معرفية تدرس أنظمة العلامات في جميع المجالات (الثقافة، الفن، الإعلام، الموضة، الطقوس...)، وليس فقط في مجال اللغة. (ثاني، ، ٢٠٠٤، صفحة ٤٢)

من المهم التمييز بين مصطلحين قريبين:

أ- **السيمانتيك (Semantics)** أو علم الدلالة: وهو فرع من فروع اللسانيات يختص بدراسة المعنى في اللغة (الكلمات والجمل) ضمن نظامها اللغوي.

ب- **السيميوطيقا/السيميولوجيا (Semiotics/Semiology)** وهو العلم الأعم والأشمل الذي يدرس إنتاج المعنى واستخلاص الدلالات من جميع أنظمة العلامات، سواء أكانت لفظية أم بصرية أم سمعية أم حركية.

الرموز الطيبة : الصورة الصحفية بين الوظيفة الاتصالية والقيمة الجمالية

لم يعد المنظور السيميائي حكراً على العلامات اللغوية، بل امتد ليشكل أداة تحليلية أساسية لفهم الأنظمة البصرية، وعلى رأسها الصورة الصحفية. فالصورة، في أبسط تعريفاتها، هي نظام علاماتي (Sign System) معقد، تنتج دلالاتها من خلال العلاقات بين عناصرها التشكيلية (لون، ضوء، تركيب، تعابير) وسياقها الثقافي والاجتماعي. (الحמיד، ٢٠١٩، الصفحات ٩٢-١٠٤)

لا تقتصر قيمة الصورة الصحفية على كونها مجرد توثيق أو زخرفة، بل تؤدي مجموعة من الوظائف المتداخلة:

١- **الوظيفة الاتصالية (The Communicative Function)**: هي الوسيلة الأكثر بدائية وكونية لنقل المعلومات والأخبار، متجاوزة حواجز اللغة والأمية. فهي تمثل استمراراً للغة الهيروغليفية والرسوم البدائية التي اعتمدت على الصور كرموز اتصالية مباشرة.

٢- **الوظيفة العاطفية والوجدانية (The Emotional Function)**: تمتلك الصورة قدرة فريدة على تنمية الحس الجماعي والإنساني. فهي ليست ناقلة للحدث فحسب، بل ناقلة لـ "آلام الآخر" ومشاعره، مما يثير التعاطف والتضامن ويجعل القضايا البعيدة ذات معنى شخصي للمتلقي. (عفيف، ٢٠٢١، الصفحات ٢١٤٧-٢١٦٤)

٣- **الوظيفة الجمالية والتأويلية (The Aesthetic & Hermeneutic Function)**: من خلال تطبيق المناهج السيميائية، ينتقل المصور من being مجرد مسجل للواقع إلى being مبدع ينتج خطاباً بصرياً. يساهم التحليل السيميائي في إيجاد صياغات تشكيلية جديدة داخل اللوحة

التصويرية، تُنتج قيمةً تعبيريةً وجماليةً مبتكرةً تنثري المشهد البصري المعاصر وتدفع المتلقي إلى التأويل وإنتاج معانٍ متعددة. (الدجيلي و خماس، ٢٠٢٣) يمكن القول إن الصورة الصحفية هي "نص مرئي" مكثف يحلل ويُفكك باستخدام الأدوات نفسها التي تُفكك بها النص اللغوي. دراسة هذا النص من خلال عدسة السيميائيات لا تُثري العمل الإبداعي فحسب، (البياتي و رزوقي، ٢٠٢٢) بل تمنحنا فهماً أعمق لكيفية تشكيل الرأي العام، وبناء المعاني، وتنمية الوعي الجمعي من خلال القوة الإيحائية الهائلة للعلامات البصرية. (Meier-Oeser & Stephan, 2003) مصطلح "الرمزية" مشتق من الفعل "رَمَزَ"، الذي يحمل دلالات الإيحاء والإشارة والإيحاء. ويُعد الرمز (Symbol) أحد أنواع العلامات الأساسية في المنظومة السيميائية، وهو أداة معرفية بالغة التعقيد تتوسط بين العالم الملموس والعالم المجرد.

الرمز هو كيان (لفظي، بصري، اجتماعي) لا تكون العلاقة بينه وبين ما يشير إليه طبيعية أو تشابهية (أيقونية)، بل علاقة تعسفية/اصطلاحية (Arbitrary) قائمة على الاتفاق وال convention الاجتماعية والثقافية. فهو إشارة أو علامة تُشير إلى فكرة مجردة أو قيمة معينة بشكل غير مباشر، لتحل محلها وتصبح ممثلاً وبدلاً عنها. فالعلم لا يشبه الوطن، لكنه رمز اصطلاحى متفق عليه للدلالة على السيادة والهوية. (عماد، ٢٠٠٩، صفحة ١٥٠)

أصل كلمة "رمز" في اللغات الأوروبية (Symbol) يعود إلى الكلمة اليونانية "Symbolon" (وليس "سومبولم" مباشرة). وكان "السيمبولون" عبارة عن قطعة من فخار أو عظم كان يتم كسرها إلى جزأين، يحتفظ شخصان مختلفان بكل جزء منهما. وعند اللقاء، يتم مطابقة الجزأين ("sym-ballein" تعني يطابق أو يجمع بين) كدليل على الهوية والاعتراف بعلاقة الضيافة أو التحالف. من هذا الأصل، تطور المفهوم ليدل على أي شيء ملموس (الجزء) يشير إلى شيء غير ملموس أو كلي (علاقة التحالف، الهوية). (علوش، ٢٠١٠، صفحة ١٠١) غير مستقر ومتعدد الدلالة: كما أشار النص الأصلي، الرمز "غير مستقر"؛ فدلالته لا تكون ثابتة أو محددة بدقة، بل هي قابلة للتأويل والتعدد بناءً على السياق والخلفية الثقافية للمتلقي. فرمز مثل "الحية" يمكن أن يدل على الشفاء (صولجان الطب) أو الشر (إغواء آدم) أو الخلود. أداة للتجريد: يعمل الرمز كـ "وسيلة تجريدية" تتيح للفكر التعامل مع المفاهيم المعقدة والمجردة (كالحب، الحرية، الموت) من خلال ربطها برموز ملموسة (كالقلب، الحمامة، الهيكل العظمي ذات المنجل).

الرمزية (Symbolism) هي السمة أو الخاصية التي تميز الرمز. وهي منهج تعبيرى يعتمد على استخدام الرموز للتعبير عن الأفكار والمشاعر بشكل غير مباشر، من خلال الإيحاء والتلميح، بدلاً من التصريح المباشر. وهو ما يتجلى في الفنون والأدب والطقوس الاجتماعية. (سيرنج، ١٩٩٢، صفحة ٣٩).

العلامات والرموز الطبية هي أنظمة سيميائية عالمية تحمل دلالات إنقاذية وإرشادية حيوية. تطورت هذه الرموز تاريخياً لتعبر عن المساعدة الطبية العاجلة عبر الثقافات.

أشهر الرموز هو الصليب الأحمر على خلفية بيضاء، الذي اعتمدته اتفاقية جنيف لتمييز الخدمات الطبية والمعدات في النزاعات. في السياق الإسلامي، حل الهلال الأحمر محل الصليب كرمز محايد. (علي، ٢٠١٩، صفحة ٧٦) الرمز المعياري الدولي الحديث هو الصليب الأبيض على خلفية خضراء، وفقاً لمعيار ISO، الذي يرمز إلى الطوارئ والأمان. من الرموز الأخرى:

- أ- نجمة الحياة الزرقاء (تحتوي عصا أسكليبيوس) لخدمات الطوارئ الطبية.
 - ب- عصا أسكليبيوس) ثعبان ملتف حول عصا) كرمز تقليدي للطب والشفاء.
 - ت- عصا هرمس أو الكادوسيسوس (ثعبانان حول عصا مجنحة) ويرمز للتجارة أحياناً لكنه يستخدم في بعض السياقات الطبية.
 - ث- القلب مع الصاعقة للدلالة على أجهزة إنعاش القلب الخارجية الآلية. (AED)
- تختلف دلالات الألوان:
- أ- الأخضر (ISO) للإسعافات والأمان.
 - ب- الأحمر للإنذار والطوارئ .
 - ت- الأبيض على أسطح ملونة للوضوح والظهور .
- تهدف هذه الرموز إلى توجيه العامة والعاملين بشكل فوري وبغض النظر عن اللغة، مما يجعلها أدوات اتصال عالمية تتغذ الأرواح.

الجانب الميداني العملي من البحث:

الإطار النظري السيميائي:

تكمّن إشكالية هذه الدراسة في أن هذا التوظيف المكثف للرموز الطبية قد لا يكون بديئاً دائماً؛ فهو يحمل في طياته دلالات إيحائية وأبعاداً أيديولوجية تتجاوز المعنى المباشر للرمز. إن فهم هذه الدلالات والرسائل المبطنّة التي تنبثها القنوات الفضائية العراقية عبر خطابها الطبي يعد أمراً بالغ الأهمية لكشف طبيعة العلاقة بين الإعلام، والمؤسسات الصحية، والجمهور.

النظريات السيميائية المطبقة

أولاً - نظرية فرديناند دو سوسير

وفقاً لنظرية سوسير، كل رمز طبي يتكون من:

١. الدال (**Signifier**): الصورة البصرية للرمز الطبي (مثل رمز الصليب الأحمر)

٢. المدلول (**Signified**): المفهوم الطبي المرتبط بالرمز (مثل الإسعاف الطبي)

٣. العلامة (**Sign**): الوحدة الكاملة المكونة من الدال والمدلول

في السياق العراقي، نجد أن العلاقة بين الدال والمدلول ليست ثابتة، بل تتأثر بالسياق الثقافي والاجتماعي. فرمز الصليب الأحمر، على سبيل المثال، قد يحمل دلالات دينية إضافية في المجتمع العراقي تتجاوز مجرد الدلالة الطبية.

ثانياً - نظرية تشارلز ساندرز بيرس

تصنف نظرية بيرس الرموز الطبية إلى ثلاث فئات:

الأيقونات: (**Icons**)

١. صور الأعضاء البشرية (القلب، الرئتين، الدماغ)

٢. رسوم توضيحية للعمليات الجراحية

٣. صور الأدوية والعقاقير

المؤشرات: (**Indices**)

أ- الأعراض البصرية للأمراض

ب- نتائج التحاليل الطبية

ت- قراءات الأجهزة الطبية

الرموز التقليدية: (**Symbols**)

أ- شعار الهلال الأحمر

ب- رمز الثعبان والعصا (رمز الطب)

ت- الرموز الكيميائية للأدوية

ثالثاً - نظرية رولان بارت

يحلل بارت الرموز الطبية على ثلاثة مستويات:

المستوى التضميني (**Denotative Level**): المعنى المباشر والحرفي للرمز الطبي

المستوى الإشاري (**Connotative Level**): المعاني الثقافية والاجتماعية المرتبطة بالرمز

المستوى الأسطوري (**Mythological Level**): الصور النمطية والمعتقدات الشعبية المرتبطة بالرمز

تحليل الرموز الطبية في القنوات العراقية

أولاً- تصنيف الرموز المستخدمة

١- الرموز البصرية المباشرة

أ. الرموز التشرّحية:

• استخدام صور الأعضاء: تظهر القنوات العراقية اعتماداً كبيراً على صور الأعضاء الحقيقية أو المجسمة

- التمثيل ثلاثي الأبعاد :استخدام النماذج ثلاثية الأبعاد لتوضيح العمليات الطبية
- الرسوم التوضيحية :رسوم مبسطة للجهاز الهضمي، الدوري، والتنفسي
- التحليل السيميائي :هذه الرموز تعمل كأيقونات مباشرة تحاول تقليل الفجوة بين المعرفة الطبية المعقدة وفهم الجمهور العام. إلا أن استخدامها قد يؤدي أحياناً إلى تبسيط مفرط للمفاهيم الطبية.

ب. الرموز المؤسسية:

- شعارات المستشفيات :تظهر بشكل متكرر لإضفاء المصداقية
- شعارات وزارة الصحة :تستخدم لتأكيد الطابع الرسمي للمعلومات
- رموز المنظمات الدولية :مثل منظمة الصحة العالمية واليونيسف
- التحليل السيميائي :تعمل هذه الرموز كمؤشرات للمصداقية والموثوقية، وتحمل دلالات السلطة والخبرة الطبية. في السياق العراقي، تكتسب هذه الرموز أهمية خاصة نظراً لحاجة الجمهور للثقة في المعلومات الطبية.

ثانياً-الرموز الثقافية المحلية

١- الرموز الدينية المدمجة:

- أ- الهلال الأحمر :يحل محل الصليب الأحمر في السياق الإسلامي
- ب- الآيات القرآنية :تستخدم أحياناً كخلفية أو مصاحبة للمعلومات الطبية
- ت- الرموز التراثية :استخدام عناصر من التراث العراقي في تصميم الرموز
- التحليل السيميائي :هذه الرموز تعكس محاولة القنوات العراقية لتكييف المحتوى الطبي مع الهوية الثقافية المحلية. إلا أن هذا التكيف قد يؤدي أحياناً إلى خلط بين المعرفة العلمية والمعتقدات الدينية.

٢- الرموز الاجتماعية:

- أ- صور العائلة العراقية :تستخدم لتوضيح المفاهيم الصحية الاجتماعية
- ب- رموز الضيافة العراقية :في برامج التغذية والصحة
- ت- الرموز المهنية المحلية :تمثيل الطبيب العراقي والممرضة العراقية.
- التحليل السيميائي للرموز الأكثر استخداماً

تعتبر الرموز البصرية حجر الزاوية في التواصل الإعلامي لقدرتها على تكثيف المعاني ونقلها بسرعة وفعالية. يكشف التحليل عن هيمنة مجموعة من الرموز التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من المشهد الطبي الإعلامي.

توزيع الرموز:

هيمنة الرموز العاطفية: تصدر "القلب الأحمر" القائمة يوضح ميل الخطاب الإعلامي إلى أنسنة الطب وربطه بمشاعر الحب والرعاية والأمان، وهو ما يجعله أكثر قبولاً وتأثيراً لدى الجمهور.

الجدول (١) أبرز الرموز الطبية البصرية وتكرارها ودلالاتها

الترتيب	الرمز	نسبة الاستخدام	الدلالة التقريرية (المباشرة)	الدلالة الإيحائية (المضمرة)
1	القلب الأحمر	11.69%	يمثل صحة القلب والأوعية الدموية	الحب، العاطفة، الرعاية، "أنسنة" الطب وتحويله لسلعة عاطفية
2	الصليب الأحمر	10.11%	رمز المساعدة الطبية والإسعاف	المصداقية، الاحترافية، السلطة، الاستعارة غير المشروعة للشرعية
3	الحبة الدوائية	9.21%	جرعة دواء	الحل السريع، السهولة، الترويج لـ "أيدولوجيا التداوي" والاستهلاك

حضور الرموز العالمية: رموز مثل "الصليب الأحمر" و"الثعبان والعصا" تؤكد على عالمية لغة الطب وارتباط الخطاب المحلي بالمنظومة الصحية العالمية.

تركيز على العلاج: وجود رموز مثل "الحبة الدوائية" و"المحقنة" بكثافة يعكس تركيز الخطاب على الحلول العلاجية المباشرة أكثر من الوقاية أو التثقيف الصحي الشامل.

تحليل سيميائي لأبرز الرموز :

١- القلب الأحمر (نسبة الاستخدام: 11.69%)

الدلالة التقريرية (Denotation): يمثل الرمز شكلاً مبسطاً لعضو القلب البشري، وغالباً ما يُستخدم للإشارة إلى صحة القلب والأوعية الدموية.

الدلالة الإيحائية (Connotation): يحمل القلب الأحمر شحنة إيحائية هائلة تتجاوز معناه البيولوجي. فهو يرمز عالمياً إلى الحب، العاطفة، الحياة، الرعاية، والدفع

الإنساني. عند استخدامه في سياق طبي، فإنه يخلع على الخدمة أو المنتج الطبي صفات إنسانية، محولاً إياه من إجراء تقني بارد إلى فعل رعاية ومحبة.

التوظيف في الخطاب الإعلامي: يُستخدم بكثافة في إعلانات المستشفيات الخاصة، شركات التأمين الصحي، والبرامج التي تستضيف أطباء قلب. الهدف هو بناء علاقة عاطفية مع المتلقي، وطمأننته، وتقديم المؤسسة الصحية ككيان "يهتم لأمرك" و"يحبك".

الرسائل المبطنة والأيديولوجيا: يروج هذا الرمز لأيديولوجيا "أنسنة الطب التجاري". إنه يخفي الطبيعة التجارية للخدمة الصحية خلف قناع من العاطفة، مما قد يقلل من حساسية المتلقي تجاه التكاليف المادية. كما أنه يرسخ فكرة أن "الصحة الجيدة" هي مرادف "للسعادة والحب"، وهو ما يمكن استغلاله تجارياً.

٢- الصليب الأحمر (نسبة الاستخدام: 10.11%)

الدلالة التقريرية (Denotation): هو الرمز الرسمي للحركة الدولية للصليب الأحمر والهلال الأحمر، ويشير إلى الحماية والمساعدة الطبية في أوقات النزاعات والكوارث، وبشكل عام يرمز للخدمات الطبية والإسعاف.

الدلالة الإيحائية (Connotation): يوحي هذا الرمز بالحياد، الموثوقية، الأمان، الإغاثة العاجلة، والاحترافية. إنه علامة تحمل ثقلًا تاريخياً عالمياً مرتبطاً بإنقاذ الأرواح. استخدامه يمنح أي محتوى أو مؤسسة هالة من الشرعية والمصداقية الفورية.

التوظيف في الخطاب الإعلامي: يظهر في التقارير الإخبارية عن الحوادث والأزمات الصحية، وفي خلفيات البرامج الطبية، وأحياناً يتم استخدامه بشكل غير دقيق من قبل بعض العيادات الخاصة للإيحاء بالطابع الإغاثي أو الرسمي لخدماتها.

الرسائل المبطنة والأيديولوجيا: استخدامه يرسخ سلطة الطب الغربي الحديث كمرجعية عالمية. عندما تستخدمه مؤسسة خاصة، فإنها تستعير رمزاً ذا طابع إنساني وغير ربحي لخدمة أهداف تجارية، وهي عملية "أسطورية" بامتياز حسب مفهوم بارت، حيث يتم تطبيع استخدام الرمز في غير سياقه الأصلي.

٣- الحبة الدوائية (الكبسولة/القرص) (نسبة الاستخدام: 9.21%)

الدلالة التقريرية (Denotation): شكل يمثل جرعة من الدواء الصلب، سواء كانت قرصاً أو كبسولة.

الدلالة الإيحائية (Connotation): ترمز الحبة إلى الحل، الشفاء، العلاج السريع، والسيطرة على المرض. إنها تمثل تدخل العلم والتكنولوجيا في الجسد لإصلاح خلل ما. توحى بالسهولة والفعالية، حيث يتم اختزال عملية الشفاء المعقدة في فعل بلع بسيط. التوظيف في الخطاب الإعلامي: هو الرمز المهيمن في إعلانات الأدوية والمكملات الغذائية. غالباً ما تظهر الحبة وهي تتوهج أو تتحرك بسرعة للقضاء على

"الأشرار" (الجراثيم أو الألم)، مما يجسد فكرة الحل الفوري. الرسائل المبطنة والأيديولوجيا: يروج هذا الرمز بقوة لـ "أيديولوجيا التدوي" (Medicalization)، وهي فكرة أن كل مشكلة في الحياة (من الأرق إلى الحزن) هي مشكلة طبية لها حل دوائي. إنه يشجع على الاستهلاك

الدوائي ويعزز ثقافة "الحبة السحرية" التي تغني عن تغيير نمط الحياة أو معالجة الأسباب الجذرية للمشكلات الصحية.

تحليل المصطلحات الطبية الأكثر تكراراً

لا يقتصر الخطاب الإعلامي على الرموز البصرية، بل يعتمد بشكل كبير على لغة ومصطلحات محددة تشكل تصورات الجمهور. يكشف تحليل تكرار المصطلحات الطبية عن أولويات هذا الخطاب ومجالات تركيزه.

جدول (٢) المصطلحات الطبية الأكثر تكراراً

الترتيب	المصطلح الطبي	التكرار	النسبة المئوية
١	العلاج	٧٧	%٧.٧٥
٢	الطبيب	٦٩	%٧.٧٣
3	الصحة العامة	67	%7.21
4	المريض	64	%6.89
5	المستشفى	61	%6.57
6	الوقاية	58	%6.24
7	الأدوية	55	%5.92
8	الطوارئ	52	%5.6
9	التحاليل الطبية	47	%5.06
10	طب الأطفال	44	%4.74

تحليل دلالات المصطلحات المهيمنة:

إن ترتيب هذه المصطلحات ليس عشوائياً، بل يكشف عن بنية التفكير التي يقدمها الإعلام حول الصحة: هيمنة ثالث "العلاج، الطبيب، المريض": تصدر هذه المصطلحات الثلاثة للمشاهد (مع تقارب كبير في النسب) يرسخ النموذج الطبي التقليدي الذي يركز على المرض بعد وقوعه. "المريض" هو الطرف السلبي الذي يتلقى "العلاج" من "الطبيب" الذي يمثل السلطة المعرفية المطلقة. "العلاج" قبل "الوقاية": على الرغم من أن الفارق ليس كبيراً، إلا أن تقديم "العلاج" (7.75%) على "الوقاية" (6.24%) له دلالة مهمة. الخطاب الإعلامي، وخصوصاً التجاري منه، يجد مادة أكثر جاذبية وإثارة في الحديث عن العلاجات والأدوية والأجهزة الطبية المتطورة مقارنة بالحديث عن الوقاية التي تتطلب تغييرات سلوكية طويلة الأمد (مثل التغذية والرياضة). العلاج منتج يمكن بيعه، أما الوقاية فهي أسلوب حياة.

مركزية "الطبيب" و"المستشفى": تكرر هذين المصطلحين يؤكد على أن الخطاب يصور المنظومة الصحية على أنها متمحورة حول المؤسسات والأفراد المقدمين للخدمة، وليس حول الفرد واحتياجاته. هذا يعزز النموذج الأبوي في الطب، حيث المستشفى هو "المعبد" والطبيب هو "الكاهن" الذي يمتلك أسرار الشفاء.

حضور "الصحة العامة": وجود مصطلح "الصحة العامة" في مرتبة متقدمة (الثالثة) يعد مؤشراً إيجابياً، ويعكس على الأغلب تأثير البرامج التثقيفية التي تنتجها مؤسسات الدولة أو المنظمات غير الحكومية، خاصة في أوقات الأوبئة أو حملات التلقيح الوطنية. ومع ذلك، يجب تحليل سياق استخدامه للتأكد مما إذا كان يستخدم كشعار أم كمفهوم حقيقي.

تحليل أنماط الخطاب الإعلامي:

لا يتم تقديم الرموز والمصطلحات في فراغ، بل ضمن "أنماط خطاب" محددة، لكل منها أهدافه وأدواته اللغوية والبصرية. يوضح التحليل التالي الأنماط الخطابية السائدة في المحتوى الطبي العراقي

توزيع أنماط الخطاب الإعلامي:

الخطاب الإعلاني التجاري (16.67%): هيمنة هذا النمط تكشف بوضوح أن المحتوى الطبي في جزء كبير منه هو سلعة تهدف إلى تحقيق الربح. يتميز هذا الخطاب باللغة التبسيطية، الوجود بالنتائج السريعة والمضمونة، استخدام شهادات "المرضى السعداء"، والتركيز على الجانب الجمالي والتجميلي للطب. إنه يحول المتلقي من مواطن يسعى للمعرفة إلى مستهلك يبحث عن صفقة.

الخطاب التثقيفي التوعوي (14.23%): يحتل المرتبة الثانية، وهو الجانب المشرق في المشهد. هذا الخطاب، الذي غالباً ما تقوده جهات حكومية أو برامج جادة، يهدف إلى رفع الوعي وتقديم معلومات علمية مبسطة. لغته أكثر رصانة وموضوعية، ويعتمد على الخبراء والأكاديميين.

الخطاب الإخباري (11.80%): يركز على نقل المستجدات الطبية، سواء كانت اكتشافات علمية، أو تحذيرات صحية، أو تغطية لأحداث معينة. يتميز بالسرعة والمباشرة، ولكنه قد يميل أحياناً إلى الإثارة والتهويل لجذب الانتباه.

العلاقة بين الأنماط: قد يبدأ برنامج كـ "تثقيفي" باستضافة طبيب، ثم يتحول تدريجياً إلى "ترويجي لخدمات" عيادة هذا الطبيب، وينتهي بفصل "إعلاني تجاري" لمنتج دوائي. هذا التداخل يجعل من الصعب على المتلقي العادي التمييز بين المعلومة الموضوعية والدعاية المبطنة.

تحليل توزيع المحتوى عبر القنوات الفضائية:

تختلف القنوات الفضائية في توجهاتها (سياسية، اقتصادية، دينية) وفي جمهورها المستهدف، وهو ما ينعكس على كيفية تعاطيها مع المحتوى الطبي. يوضح التحليل التالي توزيع الاهتمام بالمحتوى الطبي عبر أبرز القنوات العراقية.

توزيع استخدام الرموز الطبية حسب القناة:

تصدرت قناة "العراقية" (١٣.٦٤%) كونها القناة الرسمية للدولة، فإن تصدرها يعكس على الأرجح دورها في بث حملات التوعية الصحية الوطنية والبرامج التي تنتجها وزارة الصحة. الخطاب هنا يميل أكثر نحو "التثقيفي" و"الإخباري" الرسمي.

المنافسة بين القنوات التجارية الكبرى: تركزت قنوات مثل "الفرات" (١٢.٥٩%) و"الشرقية" (١١.٣٦%) لمراكز متقدمة يوضح أن المحتوى الطبي أصبح ساحة تنافس لجذب المشاهدين والمعلنين. الخطاب في هذه القنوات يميل أكثر نحو "الإعلان التجاري" و"الترويجي للخدمات" واستضافة الأطباء الذين يدفعون مقابل الظهور الإعلامي.

ملخص النتائج الرئيسية:

كشفت هذه الدراسة الشاملة عن منظومة سيميائية معقدة تحكم الخطاب الطبي في القنوات الفضائية العراقية. لقد تم تحديد هيمنة رموز بصرية عاطفية (القلب الأحمر) وعلاجية (الحبة الدوائية)، وتصدر مصطلحات تركز على النموذج العلاجي (العلاج، الطبيب)، وسيادة نمط الخطاب الإعلاني التجاري الذي يهدف إلى تسليع الصحة. كما أظهر التحليل أن القنوات الحكومية والخاصة الكبرى هي اللاعب الأساسي في هذا المجال، كلٌّ بأهدافه وخطاباته المتباينة.

الإجابة على التساؤلات الأساسية:

ما هي أبرز الرموز؟ أبرز الرموز هي القلب الأحمر، الصليب الأحمر، والحبة الدوائية، وهي رموز تمزج بين العاطفة، الموثوقية العالمية، والحلول العلاجية المباشرة.

ما هي دلالاتها السيميائية؟ هذه الرموز تحمل دلالات إيحائية قوية؛ فالقلب يضيف "أنسة" على الطب، والصليب يمنح "موثوقية"، والحب تروج لـ"الحل السحري". إنها تحول الخطاب من علمي تقني إلى عاطفي استهلاكي.

كيف يتم توظيفها؟ يتم توظيفها استراتيجياً لخدمة أهداف الخطاب. في الإعلانات، تستخدم لخلق رابط عاطفي وبيع المنتج. في الأخبار، تستخدم لإضفاء الجدية. وفي البرامج التثقيفية، تستخدم لتبسيط المفاهيم.

ما هي الرسائل المبطنة؟ الرسائل المبطنة متعددة وخطيرة:

الصحة سلعة يمكن شراؤها، الحلول السريعة الأدوية أفضل من الوقاية وتغيير نمط الحياة، الطبيب هو السلطة المطلقة والمريض متلقٍ سلبي، المشاعر الحب، الأمان يمكن تحقيقها عبر استهلاك الخدمات الطبية. هذه الرسائل تساهم في تشكيل وعي صحي استهلاكي وغير نقدي.

بناءً على ما سبق، تقترح الدراسة التوصيات التالية:

- ١- توصيات عملية للمؤسسات الإعلامية وهيئات البث: ضرورة وضع موثائق شرف إعلامية تضبط المحتوى الطبي، وتفصل بوضوح بين المادة التحريرية والمادة الإعلانية، وتلزم بالشفافية حول تمويل البرامج الطبية والضيوف. يجب الموازنة بين الخطاب التجاري والخطاب التثقيفي
- ٢- المسؤول. لوزارة الصحة والمؤسسات الصحية الرسمية: زيادة إنتاج المحتوى الطبي التثقيفي عالي الجودة والمبني على الأدلة العلمية، والتركيز على مفاهيم "الوقاية" و"تمكين المريض" و"المسؤولية المشتركة" لمواجهة الخطاب الاستهلاكي السائد.

أولاً: المراجع باللغة الإنجليزية

١. Itanghi, I. N., Cheo, V. N., & Julius, A. (2023). A semiotic analysis of symbolism and persuasion as communication strategies on some educational billboards in Buea–Cameroon. *Advances in Applied Sociology*, *13*(5), 179–201. تم الاسترداد في ١٠ يوليو ٢٠٢٥، من <https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=125249>
٢. Meier–Oeser, S. (2003). Medieval semiotics. In E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford encyclopedia of philosophy* (Summer 2003 ed.). Stanford University. تم الاسترداد في ١٨ يوليو ٢٠٢٥، من <https://plato.stanford.edu/entries/semiotics-medieval>
٣. Reynolds, A. (2023). *Semiotics in art and design: Understanding the power of symbols and signs*. Titan Digital.

ثانياً: المراجع باللغة العربية

٤. الترaban، ماجد سالم. (٢٠١٣). سيميائية فن الكاريكاتير السياسي في الصحف الفلسطينية. *الباحث الإعلامي*، (١٥)، 30-55.
٥. ثاني، قدور عبد الله. (٢٠٠٤). *سيميائية الصورة: مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم*. وهران: دار الغرب للنشر والتوزيع.
٦. ثاني، قدور عبد الله. (٢٠٠٨). *سيميائية الصورة: مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية*. عمان: مؤسسة الورق للنشر والتوزيع.
٧. حيدر، فريد عوض. (١٩٩٩). *علم الدلالة: دراسة نظرية وتطبيقية*. القاهرة: مكتبة نهضة مصر.
٨. الشيخ علي، أحمد. (٢٠١٩). *الأسس المعرفية للسيميائية*. بغداد: دار دجلة للنشر.
٩. سيرنج، فيليب. (١٩٩٢). *الرموز في الفن والأديان والحياة*. دمشق: دار دمشق.
١٠. صبطي، عبيدة، و نجيب، بخوش. (٢٠٠٩). *مدخل إلى السيميولوجيا*. الجزائر: دار الخلدونية للنشر و التوزيع.

١١. عبد الحميد، إيمان مصطفى. (مارس، ٢٠١٩). سيميولوجيا تصميم وإنتاج الصورة الصادمة بين التطور التقني والوظيفي. *مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية*، (١٦)، 104-92. تم الاسترداد في ١٤ يوليو ٢٠٢٥، من <https://doi.org/10.12816/mjaf.2019.17099>
١٢. عفيف، غدير محمد عبود. (يوليو، ٢٠٢١). سيميولوجيا الاتصال البصري في التصوير المعاصر. *مجلة التصميم الدولية*، (28)، 6-2147-2164.
١٣. علوش، سعيد. (٢٠١٠). *معجم المصطلحات الأدبية*. بيروت: دار الكتاب اللبناني.
١٤. عماد، عبد الغني. (٢٠٠٩). *(سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والاشكاليات من الحداثة إلى العولمة*. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
١٥. المطيعي، عاطف، صلاح الدين، خالد، و كفاي، مي سمير. (مارس، ٢٠٢٥). التحليل السيميائي الأيقونوغرافي للنصوص البصرية بالصور الصحفية. *مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية*، (49)، 10، 367-393.
١٦. بنكراد، سعيد. (٢٠١٢). *(السيمائيات مفاهيمها وتطبيقاتها*. دمشق: دار الحوار.
١٧. الشربيني، محمد أحمد. (٢٠٢٢). الأبعاد السيميائية للعمارة في ضوء العوامل المؤثرة على فهم وتفسير المعاني. *مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية*، (35)، 7، 137-163.
- ١٨- حسن عبد الهادي الدجيلي، و ميساء طه خماس. (٢٠٢٣، ٢٤). *التقنيات السيميائية في سورة يوسف (عليه السلام)*. /د/ب المستنصرية .
- ١٩- مها إسماعيل الشخيلي، و منى اسعد عبد الرزاق. (١٨ Dec , ٢٠٢٢). السيميائية وعلاقتها في بنية التصميم الكرافيكي. *مجلة التربية الاساسية* ، الصفحات ٥٧٣-٦٠٣ .
- ٢٠- نجم عبد الله عسكر البياتي، و سامر عوني رزوقي. (١٤ Dec, 2022). التعبير السيميائي في رسومات طلبة كلية الفنون الجميلة جامعة ديالى. *التربية الاساسية* ، الصفحات ٤٥٣ - ٤٨٠.