

الإشهارُ في التّطبيقاتِ الإلكترونيّةِ التي أطلقتها وزارةُ الصّحّةِ السّعوديّةِ في أثناءِ جائحةِ كورونا: دراسة سيميائية

وضحي بنت مسفر القحطاني

ضحى بنت عادل بلال

أستاذة البلاغة والنقد المشارك، قسم اللغة العربية، كلية الآداب، جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل، السعودية
أستاذة الأدب والنقد الحديث المساعد، قسم اللغة العربية، كلية الآداب، جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل، السعودية
(قدم للنشر في ٩/٣/١٤٤٤هـ، وقبل للنشر في ٢١/٥/١٤٤٤هـ)

الكلمات المفتاحية: الإشهار، التّطبيقات، الجائحة، كورونا، السيميائية.

ملخص البحث: يُعنى البحثُ بدراسة الإشهار في التّطبيقاتِ الإلكترونيّةِ التي أطلقتها وزارةُ الصّحّةِ في المملكةِ العربيّةِ السّعوديّةِ للتّصدّي لجائحةِ كورونا، والحدّ من أضرارها، وسيحلّلُ البحثُ الخطابَ الإشهاريّ في التّطبيقاتِ بالوقوف على سيميائية:

١- المكوّن اللّغويّ.

٢- المكوّن الأيقونيّ.

نظرًا لأنّ سيميائيةَ الجانين السابقين تحقّقُ بعدًا إشهاريًا بقصد التأثير في المستفيد، وحثّه على الاستجابة المرجوة. وخلصَ البحثُ إلى أنّ الخطابَ الإشهاريّ في تطبيقاتِ وزارةِ الصّحّةِ تنوّعتِ استراتيجيّاته بين تضامنيّة في (توكّلنا)، وتلميحيّة في (صحتي)، وتوجيهيّة في (تطمّن + تباعد)، وكلّها حقّقتِ الهدفَ المنشودَ بإحداثِ القبولِ النَّفسيّ؛ لإشغالِ منافذِ الإدراكِ السّمعيةِ والبصريّةِ أوّلاً، وتحقيقِ السّلوكِ المطلوبِ ثانيًا كما بيّنتِ الدّراسةُ الميدانيّةُ.

Advertising in Mobile Applications Launched by the Saudi Ministry of Health During Covid-19 Pandemic: A Semiotic Study

Doha Adel Bilal

Associate Professor of Rhetoric and Criticism, Department of Arabic Language, College of Arts, Imam Abdul Rahman Bin Faisal University, Saudi Arabia

Wadha Misfir Al-Qahtani

Assistant Professor of Literature and Modern Criticism, Department of Arabic Language, College of Arts, Imam Abdul Rahman Bin Faisal University, Saudi Arabia

(Received: 9/3 /1444 H, Accepted for publication 21/5 /1444 H)

Keywords: advertising, applications, pandemic, COVID-19, semiotic.

Abstract. The study is concerned with examining advertising in (and for) the mobile applications launched by the Ministry of Health in the Kingdom of Saudi Arabia to fight against the COVID-19 pandemic and reduce the damage it could cause. The study analyzed the discourse of advertising pertinent to the applications by assessing the semiotics: 1) in the linguistic components, and 2) the iconic components. That is, the two accomplish an advertising goal while intending to have the desired response from the recipient and the desired impact. The study concluded that the discourse strategies utilized in the applications the Ministry of Health launched at that time ranged from solidarity in Tawakkalna, to allusion in Sahhaty, and to orientation in Tatammon and Tabaud. All strategies accomplished the intended objective by inducing psychological acceptance to use auditory and visual perception first and to obtain the intended behavior second, as the field study has illustrated.

المقدمة:

يُعدُّ الإشهارُ نوعاً من أنواعِ الاستثمارِ اللُّغويِّ، وهو من أقدمِ النشاطاتِ الفكريةِ الإنسانيةِ وأوسعها؛ لأنَّ الإنسانَ كانَ ولم يزلْ يستنطقُ الموجوداتِ عن معانيها، والدَّوَالَّ عن مدلولاتها، ويوظفُها توظيفاً فعّالاً؛ ليستميلَ الآخرَ، ويشكّلَ قناعاته، ويوجّههُ إلى الممارسةِ المتفكّرةِ مع الرّسالةِ الإشهاريةِ التي يطلّقها.

ويحظى الكشْفُ عن العلاقةِ بين اللُّغةِ والإشهارِ بعنايةٍ كبيرةٍ في المجتمعاتِ كلّها، ولا سيّما المتطوّرةِ منها؛ لما تكشّفهُ هذه العلاقةُ من قدرةٍ عاليةٍ على التشكيلِ اللّسانيِّ لعقلِ المستفيدِ من الإشهارِ، وتوجيههِ للقيامِ بالوظيفةِ المطلوبةِ على وَفْقِ الرّسالةِ الموجّهةِ التي لا يخطئها المستفيدُ، إن صُنعتْ لغويّاً وإعلامياً وثقافياً بكفاءةٍ واقتدارٍ، ولقيت توظيفاً تقنياً يسهمُ في سرعةِ انتشارِها.

إشكاليّةُ البحثِ وأسئلتهُ:

تحدّدُ إشكاليّةُ البحثِ في الوقوفِ على الإشهارِ في المكوّنين اللُّغويِّ والأيقونيِّ للتطبيقاتِ الإلكترونيّةِ التي أطلقتها وزارةُ الصّحةِ في أثناءِ جائحةِ كورونا، هذه التطبيقاتُ عملت في دائرةٍ حيويّةٍ مهمّةٍ هي العلومُ البيئيّةُ؛ إذ أبرزت أثرَ فلسفةِ الفنِّ في تصميمِ التطبيقاتِ الإلكترونيّةِ، وربطته بالتشكيلِ اللّسانيِّ للغةِ العربيّةِ والإطارِ السيميائيِّ للأيقونة، هذا الإشهارُ الذي حقّقَ التزاماً واسعاً من أفرادِ المجتمعِ السّعوديِّ؛ مواطنين ومقيمينَ على حدِّ سواء.

هذه الإشكاليّةُ أثارت أسئلةً عدّةً منها:

- كيف بدأ تعاملُ وزارةِ الصّحةِ مع اللُّغةِ في جانبيها: اللُّغويِّ والأيقونيِّ؛ بقصدِ تحقيقِ الاستجابةِ المطلوبةِ من المستفيدين؟
- ما العلاماتُ التي وظّفها المشهّرُ لكسبِ دعمِ المستفيدينَ ومساندتهم؟

- ما علاقةُ الإشهارِ في التطبيقاتِ الإلكترونيّةِ التي أطلقتها وزارةُ الصّحةِ السّعوديّةِ في أثناءِ جائحةِ كورونا بثقافةِ المجتمعِ السّعوديِّ وقيمهِ وهويّته؟

أهمية البحث:

تتلخّصُ أهميّةُ البحثِ في أنّه:

- ١- جديداً من حيثِ الفكرة؛ لأنّه لا يوجدُ - على حدِّ علمِ الباحثين - دراسةٌ ركّزت على الجانبِ الإشهاريّ في التطبيقاتِ الإلكترونيّةِ التي أطلقتها وزارةُ الصّحةِ السّعوديّةِ للتصدّي لجائحةِ كورونا، من ناحيةِ قدرةِ هذه التطبيقاتِ على دعمِ أفرادِ المجتمعِ سلوكياً، وتوجيههم فكرياً تمهيداً للقيامِ بالممارساتِ المطلوبةِ منهم.
- ٢- يُظهرُ الهويّةَ السّعوديّةِ في مواجهةِ الجائحةِ .
- ٣- يمثّلُ دليلاً إرشادياً يمكنُ أن يعتمدَ عليه المصمّمون لتصميمِ الشّعاراتِ الحكوميّةِ التي تستهدفُ أفرادَ المجتمعِ.
- ٤- يؤكّدُ أهميّةَ توظيفِ علمِ السيميائِ في تصميمِ الشّعاراتِ، ومن ثمّ تطويرِ بنيةٍ معياريةٍ للشّعاراتِ مرتكزةً على أصولِ لغويّةٍ.
- ٥- يثري مكتبةَ الدّراساتِ الإنسانيّةِ، من حيثِ إبرازِ أهميّةِ الجانبِ اللُّغويِّ في مواجهةِ جائحةِ كورونا، وكيفيةِ توظيفِ اللُّغةِ تقنياً.

أهدافُ البحث:

- ١- إبرازُ الكيفيّةِ التي وظّفت فيها التطبيقاتُ الإلكترونيّةُ الجانبين: اللُّغويِّ والأيقونيِّ توظيفاً تقنياً عميقاً وبسيطاً في آنٍ معاً.
- ٢- الكشْفُ عن الجانبِ الإشهاريّ في التطبيقاتِ الإلكترونيّةِ .
- ٣- تأكيدُ أهميّةِ الإشهارِ في التشكيلِ اللّسانيِّ لعقلِ المستفيدِ، ودعمِهِ سلوكياً وتنظيمياً.

منهج البحث وإجراءاته:

يعتمد البحث على المقاربة السيميائية من منظور نظريّة بيرس؛ بهدف معرفة آليّة النظام السيميائي الكامن وراء الإشهار في التطبيقات الإلكترونية التي أطلقتها وزارة الصحة السعودية في أثناء جائحة كورونا، وما تضمّره الدّوال من مدلولات نفسية وفكرية وثقافية، وصُممت استبانة لتغطية الجانب الميداني بوصفه إجراءً من إجراءات البحث ينأى به عن الأحكام الذاتية إلى السند والدليل اعتماداً على القيم الرقمية التي وُظفت في الأماكن التي عززت الدراسة، وأظهرت خصيصاً الإشهار وبعدها السيميائي في تطبيقات وزارة الصحة.

أُجريت الاستبانة في المملكة العربية السعودية، بتاريخ ١٤/٧/٢٠٢١م، وأجاب عليها (١٩٦٠) مستفيداً من مواطنين ومقيمين، تراوحت أعمارهم بين ١٨-٦٠ سنة، وحصلت الاستبانة على موافقة لجنة أخلاقيات البحث العلمي من جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل رقم: IRB-2020-17-230، وعممتها الجامعة على المنسولين، وكذلك عممتها الباحثتان على وسائل التواصل الاجتماعيّ مستهدفتين أفراد المجتمع، واستغرق استكمال الاستبانة حوالي ٧ دقائق، وتضمّنت الاستبانة أربعة محاور: أولاً - معرفة التطبيقات ومدى الاقتناع بأهميتها، وثانياً - سيميائية الاسم، وثالثاً - سيميائية اللون، ورابعاً - سيميائية الصورة، وعدد الأسئلة كان (١٨) سؤالاً، أجاب عنها (١٩٦٠) حالة من المجتمع السعودي، واستخدم البحث في قياس المتغيرات مقياس (ليكرت) المدرج ما بين (١-٥)، إذ تعني (١) موافق بشدة، و(٢) موافق، و(٣) صحيح إلى حد ما، و(٤) غير موافق، و(٥) غير موافق بشدة.

الدراسات السابقة:

لا توجد دراسات سابقة في الموضوع نفسه، ولكن ثمة دراسة حللت الخطاب الرقمي لوزارة الصحة تحليلاً لغوياً موسومة بـ: (الحجج والتمثلات في الخطاب الرقمي لوزارة الصحة السعودية في مواجهة انتشار وباء كورونا (الكويت ٢٠٢١) ، وهدفت الدراسة إلى معرفة نوع العلاقة بين أطروحة أرسطو قديماً لأنواع حجج بلاغة الإقناع الثلاث، وهي: الثقة (Ethos)، والانفعال (Pathos)، والمنطق (Logos)، وأطروحة العالم المغربي زكريا السرتي حديثاً للتمثلات الثلاثة حول الذات والمتلقي والموضوع، وطبقت أطروحتي أرسطو والسرتي على نماذج من الخطاب الرقمي لوزارة الصحة السعودية، ذلك الخطاب الرامي إلى إقناع أفراد المجتمع بضرورة الالتزام بالتباعد الاجتماعي في سبيل مكافحة انتشار وباء كورونا، وكشفت الدراسة أن العلاقة بين الأطروحتين علاقة تكامل، وأن الخطاب الإقناعي بهيئته الرقمية الحديثة يفتح أمام المرسل والمتلقي أفقاً جديدة للتعبير والتلقي، كما يتيح للمرسل إمكانيات كامنّة جديدة لم يكن الخطاب الإقناعي الورقيّ يتيحها، وأوصت الدراسة بمقاربة الخطاب الرقمي مقارنةً بأسلوبية.

وثمة دراسة أخرى موسومة بـ: (الإشهار في عصر تكنولوجيا الاتصال: مقارنة تحليلية لمزايا الإشهار الإلكتروني وأفاقه). طالب دكتوراه: بن عبو وليد، جامعة وهران، قسم الإعلام والاتصال)

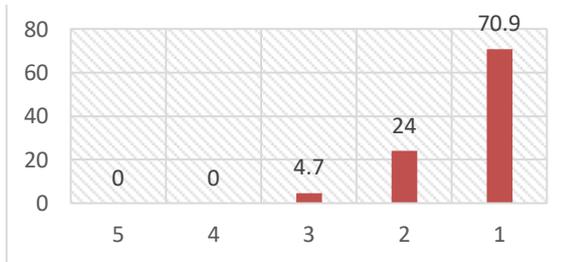
هدف الدراسة التعرف إلى الإشهار الإلكتروني الذي يُعدُّ أحد المفاهيم الأساسية المعاصرة، وقد استطاع في سنوات قليلة أن يكون ضمن المخططات الاتصالية والأنشطة التسويقية لكبرى المؤسسات، وذلك نظير ما تتمتع به من اتجاهات معاصرة تماشي العصر الحاليّ ومتغيراته، وذلك بالاستعانة بمختلف الأدوات والوسائل المتطورة

وكان القطاع الصحي سباقاً في الاستجابة الفورية لظروف الجائحة، وتوفير حلول رقمية؛ لضمان استدامة الخدمات الصحية للمستفيدين، واستحداث نماذج رقمية استباقية لاحتواء الأزمة في أثناء فترة حظر التجوال.

وقد أسهم التحوّل الرقمي (برنامج التحوّل الوطني في القطاع الصحي ٢٠٢٠)، الذي رسمت استراتيجياته المملكة قبل الأزمة في توسيع الخدمات الإلكترونية مع بدء الجائحة، وتجويدها وتبسيط إجراءاتها؛ لتكون مسؤولة المنصة الرقمية في القطاع الصحي دعم جهود المملكة في إدارة الأزمة، والمشاركة الواقعية للبيئة الافتراضية في تحقيق الهدف المنشود، وهو الحد من انتشار الوباء، إذ أخذت وزارة الصحة في تكثيف التواصل الرقمي مع المستفيدين بفتح قنوات إلكترونية؛ لتبادل المعلومات معهم، وهذا ما يعزز الفعل التوعوي، والتثقيف الصحي، وتخزين المعلومات الصحية الخاصة بالمواطن والمقيم رقمياً؛ لتوظيفها في إدارة الأزمة توظيفاً إشارياً عبر تطبيقات استحدثت على الهاتف المحمول: (توكلنا تطمئن أتباعدأ صحي)، وهذه التطبيقات أصبحت منذ بداية الجائحة معروفة عند المستفيدين على ما تبين من نتائج السؤال الأول في الاستبانة :

أعرف التطبيقات التي أطلقتها وزارة الصحة للحد من

انتشار فيروس كورونا.



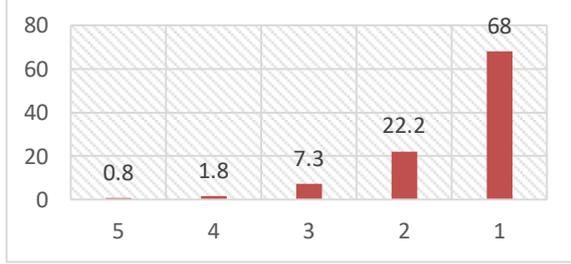
يتضح من الرسم البياني أن مجتمع عينة الدراسة توزع بين موافق بشدة وموافق، وميال أكثر لأن يكون موافقاً؛ إذ يقترب المتوسط من العدد (٢)، وهو رمز موافق، وهذا يعني

والتكنولوجيا الحديثة في تنفيذ العمليات والحملات الإشرافية، وكشف البحث عن الدور الفعال للإشهار الإلكتروني في تحسين أداء المؤسسات، وتحقيق النجاح والأرباح للمستفيدين في خضم الوسائط التكنولوجية التي يعتمد عليها، وأوصت الدراسة بالتركيز على الإشهار الإلكتروني عبر محركات البحث لمختلف المؤسسات الإنتاجية أو الخدمية لما له من أهمية كبيرة في استهداف المستفيدين الذين يبحثون عن منتجاتها أو خدماتها فعلياً، وبالنظر إلى الدراساتين السابقتين نجد أنهما تختلفان عن الدراسة الحالية هدفاً ومادةً ومنهجاً ومنهجيةً.

المدخل:

إنّ التوظيف الفعالي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي من أولويات رؤية ٢٠٣٠، التي جعلت من التحوّل الرقمي هدفاً لها، إذ حققت المملكة العربية السعودية كثيراً من الإنجازات الوطنية الرقمية في القطاعات كافة، وجميعها تقوم على التخطيط والابتكار لتطوير الأنظمة الحكومية، وتحسين الخدمات المقدمة للمواطنين والمقيمين، وقد استبدلت بالعمليات التقليدية الرقمية، وفعلت، وأصبحت في متناول الفئات المستفيدة جميعاً؛ وهذا أسهم في تحقيق التنمية المستدامة، ومازالت الخدمات الرقمية رهن الحوكمة الدائمة؛ لتحقيق هدف المملكة في الوصول إلى حكومة رقمية متكاملة تفعل الخدمات للمستفيدين بجودة وكفاءة عاليتين. ومع انتشار فيروس كورونا (كوفيد19) من بؤرة وهان، واجتياحه العالم في أسابيع قليلة، وتحولته إلى وباء عالمي عطل البنية التحتية للعالم، بدأت المملكة العربية السعودية بتوسيع مجال عملها في البنية التحتية الرقمية لمواجهة الأزمة على الأصعدة كافة، والحد من تداعيات انتشارها، واستمرار تقديم الخدمات للمستفيدين في جميع المجالات بطريقة آمنة ومتكاملة باستخدام وسائط رقمية متعددة.

وفي السؤال الرابع: **تتعامل مع التطبيقات؛ لأنني أفتتحُ** **بأنها من الإجراءات الاحترازية التي تحميني وعائلتي من** **العدوى، وتساعدني على اتخاذ الإجراءات الصحيحة إن** **أصبحتُ.**



وتؤكدُ هذه النسبة العاليةُ أنّ التطبيقات التي استحدثتها وزارة الصحة أدت دورًا إسهاميًا مهمًا، وستبيّن آليات توظيفه سيميائيًا بعد أن نقف على مصطلحات البحث.

المبحث الأول: الإطار النظري ومصطلحات البحث:

١- الإشهار:

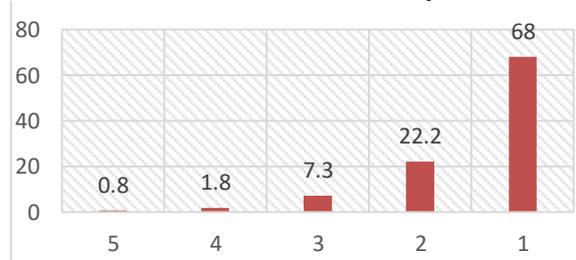
جاء في لسان العرب "الشَّهْرَةُ وُضُوخُ الأَمْرِ، وقد شَهَّرَهُ يَشَهِّرُهُ شَهْرًا وشَهْرَةً فَاشْتَهَرَ وشَهْرَةً تَشَهَّرًا واشْتَهَرَ فَاشْتَهَرَ" (ابن منظور، ١٤١٤ هـ: مادة شهر)، وفي المصباح المنير "شَهْرُتُهُ بين الناسِ أْبْرَزُتُهُ، وشَهْرَتُ الحَدِيثِ شَهْرًا وشَهْرَةً أَفْشَيْتُهُ فَاشْتَهَرَ" (الفيومي، د.ت: مادة شهر). والإشهارُ بهذا المفهوم إيضاحُ الشيء بين الناسِ وإبرازُهُ لإداعته والإفصاح عنه، أمّا اصطلاحًا فُيعرّفُ بأنه "فنُّ إغراءِ الأفرادِ على السلوكِ بطريقةٍ معيَّنة" (عبد الهادي، ٢٠١٠، ص٦). إذ يُوجدُ المشهَرُ السُّبُلُ الكفيلةُ لجعلِ المستفيدين يبدونَ استجابةً كبيرةً، والتأثيرِ فيهم سلوكيًا وتنظيميًا.

فالإشهارُ إذن يُشكّلُ "استراتيجيةً إبلاغيةً قائمةً على الإقناع، وتستعملُ لذلك كلَّ وسائلِ الاتّصالِ الإنسانيّ من كلمةٍ وصورةٍ ورمزٍ في أفقِ التأثيرِ في المتلقّي المستهلك، والدّفعِ به إلى اقتناء منتجٍ ما" (الصّافي، ١٩٩٧، ص٦). ونظرًا لأهميّة الإشهارِ فقد استحوذَ على المشهدِ المعاصرِ،

أنّ الغرضَ الأكبرَ من الإشهار، وهو التعريفُ بالتطبيقات، متحقّقٌ بنسبةٍ ممتازة.

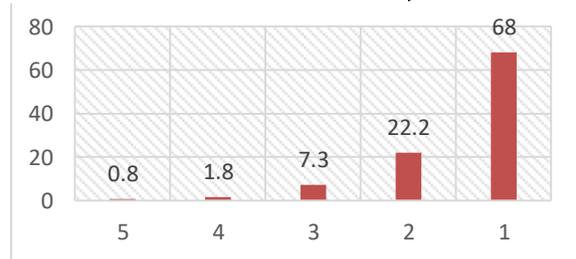
وأدركَ المستفيدون هذا الاهتمامَ من وزارةِ الصحة؛ ما ولّدَ عندهم اهتمامًا بالتطبيقات، وحرصًا على الالتزام بالتوجيهات لتعديل الممارسات والإجراءات بما يتناسب مع الاستجابة الفوريّة للظروف الجديدة التي تفرضها الأزمات على ما تبينَ من السؤال الثاني:

أرى أنّ التطبيقات التي أطلقتها وزارة الصحة للحدّ من انتشار فيروس كورونا هي من الإجراءات الواجب التعامل معها بدقّة واهتمامٍ وجديّة.



كشفَ السؤالُ امتنانَ المستفيدين تجاه هذه التطبيقات لوصول الرسالة الإشهارية المقصودة منها.

أسهمت التطبيقات التي أطلقتها وزارة الصحة للحدّ من انتشار فيروس كورونا بدورٍ فعّالٍ في متابعة الحالات، وتقديم الإرشادات والدعم اللازمين.



كان تعاملُ الناسِ مع التطبيقات التي أطلقتها الوزارة من منطلقِ القناعة والحرص، فليست السلطة التي تدفعُ إلى التعامل معها سلطةً رسميةً فقط، بل هي سلطةٌ إقناعيةٌ ناشئة عن قناعةٍ تامّةٍ بجدوى هذه التطبيقات في إدارة الحياة في المجتمع السعودي.

والقارّات، ويتحدّى السيطرة عليه، وتُعدُّ منظمة الصحة العالمية صاحبة اليد العليا في تحديد السياسات الصحية الملائمة للتعامل مع المرض، والحد من انتشاره (المغبر، ٢٠٢٠، ص ١٦). وكلمة "الجائحة" من الكلمات العربية الفصيحة، لها أصل في المعجم، ولها جذر واشتقاق، لكنها غير متداولة بين الناس؛ ولذلك لم تكن معروفة قبل أن تطلق منظمة الصحة العالمية على كورونا اسم فيروس في (٣٠ يناير ٢٠٢٠)، ثم أكدت المنظمة تحول المرض إلى جائحة في ١١ مارس ٢٠٢٠، والفرق بين المرض والجائحة كبير؛ في سعة الانتشار، وسرعته، والآثار المترتبة. وفي المفهوم الطبي تعني الجائحة التفشي الوبائي لمرض يحدث في منطقة جغرافية واسعة، (مثل عدّة بلدان أو قارّات)، ويؤثر عادةً في نسبة كبيرة من السكّان.

كورونا: فيروس جديد من نوعه، يسبب متلازمة الجهاز التنفسي الشرق أوسطي، وهو من الفيروسات التاجية الحادة المرتبطة بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة. (سارس كوف-٢)، وهو مجهول السبب إلى الآن، ظهر في أواخر ٢٠١٩ في مدينة وهان الصينية (خليل، ٢٠١٣، ص ٤-٥).

٣- السيمياء:

تشير المعاجم العربية، وكتب التفسير، والنصوص الشعرية فضلاً عن القرآن الكريم أنّ (سيمياء) لفظة عربية أصيلة، مشتقة من الجذر (وَسَم) ، وقع فيها قلب مكانيّ فصارت (سَوَم) ، ويدل اللفظ على العلامة في مختلف صورها (انظر ابن منظور، ١٤١٤هـ، مادة سوم) ، فالوسم يقترن بالتحديد والتميز، وهو علامة على الموسم.

والسيمياء في المفهوم الغربي علم يدرس دور العلامات بوصفها جزءاً من الحياة الاجتماعية، ويبحث في كيفية إنشاء الناس للإشارات، وبناء نظام منها، والتواصل عبر هذه القناة (Mehawesh, 2014, p. 252) ، فالسيمياء تُعدّ العلامة إحدى مجالات الدّراسة المثيرة للاهتمام؛ لأنّ جوانب

وغدا جزءاً لا يتجزأ من حياة الإنسان اليومية حتى قيل : "إنّ الإنسان يتنفس الأكسجين والنيتروجين والإشهار" (نوسي، ١٩٩١، ص ٩٧).

٢- التطبيقات الإلكترونية:

هي برامج حاسوبية مصممة لأداء وظائف للمستخدم، تعمل بنظام التشغيل ios أو Andrid، وغيرهما من أنظمة التشغيل العائدة إلى الشركات المصنّعة. والتطبيقات سهلة الاستخدام، وغير مكلفة، وقابلة للتحميل مجاناً، أو بمقابل مادي على الأجهزة الإلكترونية؛ لتؤدي خدمات للمستخدمين. ويحتوي تطبيق الهاتف المحمول على استخدامات واسعة مثل: الاتصال، والمراسلة، والتصفح، والدردشة، واتصالات الشبكات الاجتماعية، والصوت، والفيديو، وما إلى ذلك (Islam&Mazumder, 2010, p. 104) ، ولكل برنامج واجهة مصممة له، خاصة به، والتطبيقات مجال الدّراسة هي أربعة تطبيقات مجانية مصممة للجوّال : (توكنا-تبادل-تطمّن-صحتي)، وهي التطبيقات التي أطلقتها وزارة الصحة مع بدء جائحة كورونا، وترتبط بأهداف القطاع الصحي خصوصاً، تلك التطبيقات صُممت لتلبية خدمات المستخدمين بجودة وسرّ في ظلّ الإجراءات الاحترازية التي انتهجتها المملكة العربية السعودية للسيطرة على الجائحة، والحد من انتشارها.

٣- جائحة كورونا:

الجائحة : جاح الرجل يجوح جوحاً إذ هلك مأل أقربائه، والجوح مأخوذ من الهلاك، ورد في لسان العرب "الجوحه والجائحة: الشدة والنّازلة العظيمة" (ابن منظور، ١٤١٤: مادة : جوح)، وهي أصل من الجوح والاجتياح أي الاستئصال، وذهب ابن فارس إلى أنّ (الجيم والواو والحاء) تعود إلى أصل واحد، هو الاستئصال. (ابن فارس ١٣٩٩م مادة : جوح) وتُجمع على جائحات وجوائح، وتعني الإهلاك. واصطلاحاً تعني: الانتشار العالمي لمرض جديد يشمل العديد من الدول

- الأيقونة: علامةٌ تصويريةٌ تدلُّ على موضوعها فترسمه وتحاكيه، وتشاركه بعض الخصائص المتشابهة.

- الإشارة: علامةٌ تشيرُ إلى الموضوع الذي تعبّر عنه بواسطة تأثيرها الحقيقي بذلك الموضوع، وذلك عن طريق العلاقة السببية التي تربط بينهما، مثل: الدخان المشير إلى النار.

- الرمز: علامةٌ تشيرُ إلى الموضوع الذي تعبّر عنه عن طريق العرف، وغالبًا ما يقترن بالأفكار العامة التي تدفع إلى ربط الرمز بموضوعه، فالرمز إذن نمط عامّ تعارف الناس وتواضعوا عليها - أي العلامة - مما أدى إلى تسييقها وربطها بموضوع معيّن، وليس بينها وبين ما تدلُّ عليه أي محاكاة (الأحمر، ٢٠١٠، ص ٥٥). فالسيميائية لا تبحث عن الدلالات الجاهزة قبل الممارسة الإنسانية، إنّما تطال السلوك الإنساني ذاته، ولا يستهويها المعنى المعطى سابقاً على الإنتاج السيميائي، بل المعنى من حيث هو تحققات متميزة بالتّمع والاستعصاء على الضبط. (بنكراد، ٢٠٠٢، ص ٨٩)

المبحث الثاني: الخطاب الإشهاري بشقيه اللغوي

والأيقوني في تطبيقات وزارة الصحة

يشغل الجانبان اللغوي والأيقوني في الخطاب الإشهاري سيميائياً على مقصدية الإقناع، ويمتاز النسق اللساني بأهمية كبيرة، إذ يوجّه القارئ نحو قراءة محدّدة، ويربط بين مقاطع النسق الأيقوني المختلفة. (غديري، ٢٠٢٠، ص ١٤٤)، والاشتغال بالدالّ لخلق تمثيل تأويلي للمدلول في نسق تداولي لا يكون اعتبارياً؛ لأنّه يستدعي عملية إجرائية تستثمر معطيات اللغة الداخلية والخارجية بوصفها نظاماً من العلامات، وإن بدا الأمر اعتبارياً بالنسبة للمسمّى فإنّه بخلاف ذلك بالنسبة للاسم؛ إذ تتمركز سيميائية التسمية على مقصدية ذات بُعد إشهاري يقوم على بناء شفرات إيحائية تدفع المتلقّي إلى الاعتقاد، بل الإيذان بأنّ العلامة اللغوية

حياتنا اليومية ملأى بالعلامات، مثل: الرمز، والأيقونة، والإشارة؛ لذلك سيكون من المهمّ تحليلها لفهم المعنى الكامن وراء العلامة (Yakin & Totu, 2014, p. 4)، وبشر فرديناند دي سوسور (١٨٥٧-١٩١٣) بهذا العلم في محاضراته في علم اللسانيات إذ يقول: "من الممكن... ابتكار علم يدرس دور الإشارات كجزء من الحياة الاجتماعية... ونرى تسميته السيمولوجيا (دوسوسيراً ١٩٨٢، ص ٣٢). وترسخ السيمياء بوصفه علمًا قائمًا بذاته على يد الأمريكي شارل بيرس الذي وسّع مفهومه ليضمّ جميع المعارف الإنسانية والطبيعية، ويحوّلها إلى علامات، قال: "ليس باستطاعتي أن أدرس أي شيء في هذا الكون كالرياضيات والأخلاق وعلم النفس وعلم الصوتيات وعلم الاقتصاد... إلّا على أنّه نظام سيمولوجي" (هوكز، ١٩٨٦، ص ١١٣)، ولهذا لا يمكن - حسب بيرس - تصوّر العالم والبحث عن الدلالة وآليات اشتغال المعنى من دون العلامة.

بنية الدلالات في سيميائية بيرس:

يعتمد نموذج العلامة الثلاثية لبيرس على مفسر الكائنات - الإشارات ثلاثية الأجزاء: العلامة (الممثل)، والموضوع، والمؤول، فالعلامة لها طبيعة مفتوحة، ما يعني أنّها أي شيء، من أي نوع: فكرة، وعمل، وشعور، وصورة، وكلمة، ومكتبة. (Gambarato, 2012, pp. 70-69). وعلى حدّ تعبير بيرس "يجب أن يكون أي شيء علامة". (Deely, 1994, p. 230).

أخضع بيرس العلامة إلى تقسيمات كثيرة معتمداً في ذلك على أجزائها (الممثل، والموضوع، والمؤول)، ومن أهمّ التقسيمات تقسيم العلامة من حيث الدلالة على الموضوع إلى الأيقونة، والإشارة، والرمز. (Chandler, 2007, pp. 38-36).

معتلّ مثال، أصله (توكّل)، التقى فيه مثالان هما الكافان، الأولى ساكنة فأدغمت في الثانية، وهو إدغامٌ صغيرٌ واجبٌ، وردّ في صيغة الماضي المعلوم منسوباً إلى ضمير الجمع المتكلم (نحن).

ب- الموضوع: الوكّل: الذي يكُل أمره إلى غيره، ويقال: قد اتكّل عليك فلان وأوكّل عليك فلانٌ بمعنى واحد. ويُقال: قد أوكلت على أخيك العمل أي خلّيته كُله. ورجلٌ وُكّله إذا كان يكُل أمره إلى الناس. ومن أساء الله تعالى الوكيل، وهو المقيم الكفيل بأرزاق العباد، وحقيقته أنه يستقلّ بأمر الموكول إليه. وفي التنزيل العزيز: " لا تتخذوا من دوني وكيلاً". (الإسراء: ٢) والمتوكّل على الله: الذي يعلم أنّ الله كافل رزقه وأمره فيركن إليه وحده، ولا يتوكّل على غيره، ووكّل بالله وتوكّل عليه واتكّل استسلم إليه. (ابن منظور، ١٤١٤، مادة وكل) ومن دلالات هذا الفعل اللجوء إلى الله تعالى، والاعتماد عليه، وتفويض الأمر إليه ثقةً به، والاطمئنان إلى أنّه الكافي وحده في كل ما يهيم العبد من أمور دينه ودنياه، ويُقرن التوكّل بضرورة الأخذ بالأسباب لاستجلاب المنافع ودفع المضار.

ج- المؤول: سيميائية العلامة اللغوية للتطبيق فيها استنهاضٌ للهمة، وتحريكٌ للعزيمة، وإشارةٌ إلى العملِ الدؤوب، والأخذ بالأسباب انطلاقاً من المعنى الذي ينطوي عليه مفهوم التوكّل الصحيح في الشرع، وفي ذلك خطابٌ إرشاديٌّ توجيهيٌّ تضامنيٌّ موجّه إلى عقلِ المواطنِ وضميره، ومحركٌ للعاطفة الدنيئة المقدّسة عنده، وما يترتب عليها من شحنات انفعالية، محفزة للتعاون مع الدولة، والتكاتف معها لمواجهة الجائحة بدءاً بيد للوصول إلى الأمان، وتأتي العبارة خطاباً للمشاركين الديني والوطني الجمعي لتحقيق الإقناع، واختار المشهّر إضافة الممارسة المطلوب إنجازها (التوكّل) إلى الضمير العائد على جماعة المتكلمين (نا)؛ بهدف تعزيز حسّ المسؤولية في المخاطب، والكشف عن نوايا المشهّر ورؤيته

تنتمي إلى الأشياء إن لم تصحّ هي الأشياء ذاتها، وهذا يندرج ضمن التشكيل اللساني لعقل المتلقّي، ويحتوي على إجراءين: إجراء لغوي، وآخر إقناعي. (الزين، 2019، ص ٤٥) و الإجراء اللغويّ عمليّة انتقائيّة تفيد من المعطيات الداخليّة اللغويّة والذهنيّة، وكذلك للسيّاقات الخارجيّة؛ بهدف ترويض عقل المتلقّي، ومن ثمّ إذعانه، أمّا الإجراء الإقناعيّ فيستهدف المساحة الذهنيّة في عقل المتلقّي عن طريق استخدام الكلمات التي تُسيطر على عمليّة التفكير عنده، وتُحدث استجابات لفظيّة إدراكيّة وسلوكيّة؛ لتحقيق استجابة إيجابيّة لما يحمله كلام المرسل. (الزين، ٢٠١٩، ص ٤٦)

أولاً- الجانب اللغويّ:

يعدّ البحث أسماء التطبيقات التي أطلقتها وزارة الصحة في أثناء جائحة كورونا نظاماً من العلامات ذات بعدٍ إشاريٍّ؛ مقصديته استماله عقل المستفيد تمهيداً لاستجابته. وسيخصّص الجانب اللغويّ لتتبع العلامة كما درسها بيرس: البعد التركيبي، ويسمى الممثل، والبعد الدلالي، ويسمى الموضوع، والبعد التداوي، ويسمى المؤول. (داني، 2013، ص ١٤٨)

١- تطبيق توكّلنا:

تطبيق قامت الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي "سدايا" بإطلاقه لمساندة الجهود الحكومية لمواجهة فيروس كورونا، يهدف إلى الإسهام في إدارة عملية منح التصريحات إلكترونياً، وقد أطلق التطبيق عدّة خدماتٍ مهمّة تسهم في تحقيق العودة الآمنة للحياة جرّاء انتشار فيروس كورونا، أبرزها توضيح الحالة الصحيّة لمستخدم التطبيق باستخدام الأكواد الملونة بأعلى درجات الأمان والخصوصيّة.

أ- الممثل: توكّلنا: وزنه (تفعّلنا)، فعلٌ ماضٍ ثلاثيٌّ، مزيدٌ فيه حرفان بينهما الفاء، والزيادة فيه للائخاذ، جذره (وكل)

٢-تطبيق صحتي:

يُقدّم الخدمات الصحيّة للأفراد في المملكة العربيّة السعوديّة، ويتيح للمستخدم إمكانية الوصول إلى المعلومات الصحيّة التي أدخلها في التطبيق، ومن أهمّ الخدمات حجز موعد لإجراء اختبار كورونا (COVID-19)، بعد إجراء التقييم الذاتي لأعراض الفايروس، إضافةً إلى خدمات تحديث الفحوصات الحيويّة ومتابعتها، وتتبع الأدوية المصروفة، كذلك استعراض الإجازات المرضيّة ومشاركتها، وغير ذلك من خدمات متعلّقة بصحة الفرد والأسرة، وزيادة الوعي الصحيّ.

هذه المنصة تُقدّم بإشراف وزارة الصحة في المملكة العربيّة السعوديّة امتداداً لرسالتها في تطوير مستويات الرعاية الصحيّة المقدّمة وخدماتها.

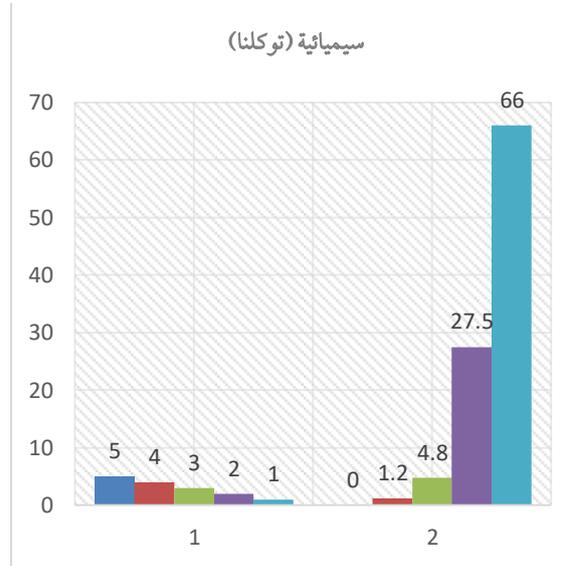
أ-المثّل: وزنها (فعلتني)، اسم ثلاثي مجرّد، صحيح الآخر، مؤنث مجازي، اسم جنس معنوي جامد، مصدر صحّ يصحّ، والتاء فيه للتأنيث اللفظي، والياء ياء المتكلم.

ب-الموضوع: صحح: الصُحُّ والصَّحَّةُ والصَّحاحُ خِلافُ السَّقْمِ، وذهابُ المرضِ؛ وقد صحَّ فلانٌ من علته واستصحَّ، والمُصِحُّ الَّذِي صَحَّتْ ماشيتهُ من الأمراضِ والعاهاتِ، وأزُصَّ مَصَّحَةً ومَصَّحَةً: بريئةٌ من الأوباءِ صحَّحَةً لا وباءَ فيها، ولا تكثُرُ فيها العِللُ والأسقامُ (ابن منظور، ١٤١٤هـ، مادة: صحح).

ج- المؤول: سيميائية العلامة اللغوية للتطبيق تلفت الانتباه إلى أمرٍ مهمٍّ جدًّا لكلِّ إنسانٍ، إنَّه (الصحة) في زمن انتشارِ الوباءِ، فالعلامة اللغوية دقيقة التوظيف، تحيل إلى المسؤولية الفردية باعتبار الاستراتيجيّة التلمحيّة، إذ تضمّن اسم التطبيق سلسلة من التوجيهات والإرشادات التي تجعل المستفيد يثم الخطاب الإشهاريّ بنفسه؛ لإدراك الرسالة المقصودة، مثل: صحتي: مسؤوليتي... صحتي:

التي يثقُ بيها متلقو الإشهار، التي تشكّل حجاجاً في السُلطة الدنيّة غير القابلة للدحض الحجاجي، وهذا ما يجعل العلاقة تضامنيّة بين الطرفين، ويسهم في جعل الخطاب الإشهاريّ مفيداً وقادراً على الإقناع، ف (نا) المتكلمين مشتركة بين السُلطة - وزارة الصحة- والمواطنين والمقيمين، فالجمع لا بدّ أن يعلم أنّ هذا الأمر فوق الطاقه البشريّة، وليس له من دون الله كاشفة، وهذا يعلّق القلوب بمن بيده الأمر كلّ. وتجلّى تحقّق القصد من ذلك من إجابة المستفيدين عن السؤال التالي:

مسمّى (توكلنا) يثير في ذهن السامع تفويض الأمر إلى الله، وكذلك يستحضر في عقل السامع مسمّى تطبيق أطلقته وزارة الصحة، يوضّح الحالة الصحيّة للمستخدم، ويتيح له الحصول على التصرّيات، وكذلك الإبلاغ عن المصابين أو التجمّعات المخالفة للإجراءات الاحترازيّة المعمول بها.



أظهرت النسبة المرتفعة للإجابة بأوافق بشدّة، وأوافق وصول هذه الرسالة الإشهاريّة بمعناها العميق إلى ذهن المستفيدين.

٣- تطبيق تباعد:

يُعدُّ تطبيقُ (تباعد) وسيلةً لإشعارِ المخالطين للمصابين بفيروس كورونا المستجد، إذ يمكنُ للأفرادِ تحميلُ التطبيقِ واستخدامه؛ لتحقيقِ الغايةِ الصحيَّةِ والسَّلامةِ المتوخَّاةِ عبرَ إشراكِ الأفرادِ في السَّيطرةِ على تفشِّي جائحةِ فيروس كورونا المستجد، إذ يرسلُ التَّطبيقُ بياناتٍ معرَّفةً مموَّهةً إلى الجوالِ الذِّكيَّةِ المستخدمةِ للتَّطبيقِ التي سُجِّلتْ في أثناءِ فترةِ الاختلاطِ بمصابِ فيروس كورونا المستجد، مصحوبةً ببياناتِ أجهزةِ الأشخاصِ المصابين مع الحفاظِ على كاملِ خصوصيةِ المستخدمين.

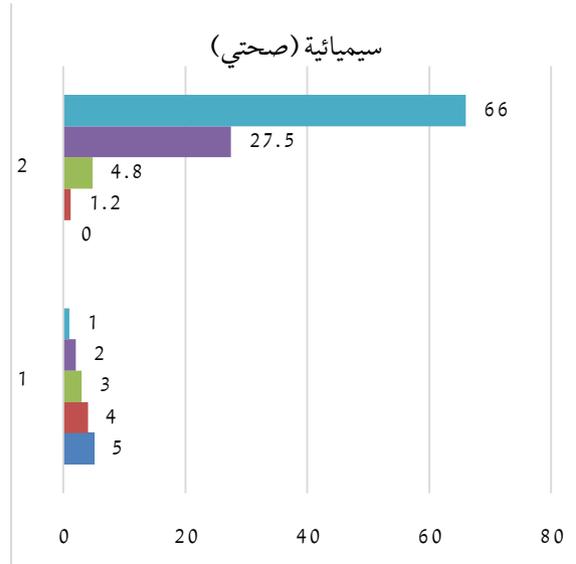
أ-المثَّل: تباعد: وزنها (تفاعل)، اسمٌ ثلاثيٌّ مزيدٌ فيه حرفان بينهما الفاء، صحيحُ الآخر، مذكَّر مجازي، وهو اسم جنس معنويٌّ جامد، مصدر تباعدٌ يتباعدُ.

ب-الموضوع: البُعْدُ: خِلافُ القُرْبِ. بَعُدَ الرَّجُلُ، بِالضَّمِّ، وَبَعَدَ، بِالكَسْرِ، بُعْدًا وَبَعْدًا، فَهُوَ بَعِيدٌ وَبُعَادٌ، وَجَلَسْتُ بَعِيدَةً مِنْكَ وَبَعِيدًا مِنْكَ؛ يَعْنِي مَكَانًا بَعِيدًا، وَرَبِّمَا قَالُوا: هِيَ بَعِيدَةٌ مِنْكَ أَي مَكَانَهَا، وَقَالَ الْأَصْمَعِيُّ: أَنَا فُلَانٌ مِنْ بُعْدَةٍ أَي مِنْ أَرْضٍ بَعِيدَةٍ. وَيُقَالُ: إِنَّهُ لَذُو بُعْدَةٍ أَي لَذُو رَأْيٍ وَحِزْمٍ. (ابن منظور، ١٤١٤هـ، مادة: بعد)

ج- المؤوَّل: سيميائيةُ العلامةِ اللُّغويَّةِ للتَّطبيقِ، تتضمَّنُ إشهارًا توجيهيًّا تذكيريًّا، توعويًّا جادًا، هذا فضلًا عن أنَّها إحدى صيغِ التَّحذيرِ المستخدمةِ في اللُّغةِ، هذا الإشهارُ جاء بصيغةِ النُّكْرَةِ الموحيةِ بنبرةِ التَّحذيرِ الصَّارمِ والأمرِ الَّذِي لا مجاملةَ فيه ولا تهاونَ، وتوظيفُهُ بصيغةِ المصدرِ جعلَهُ غيرَ مقيَّدِ بزمنٍ، فالتَّباعدُ يجبُ أن يتحقَّقَ دائميًّا، في أيِّ زمانٍ ومكانٍ، وبصيغةِ تشاركيَّةٍ، فالحرصُ على تحميلِ التَّطبيقِ يجبُ أن يتشاركَ فيه المصابُ وغيرُ المصابِ، وكانَ المستفيدين من الإشهارِ يستشعرون في طيَّاتِ المستوى الصَّوتيِّ نبرةً توجيهيَّةً من رجلِ الأمانِ، وهو ينبهُهُم بنبرةِ حادَّةٍ ويوجَّهُهُم بصوتٍ مرتفعٍ أمرًا ومحدَّرًا: " تباعد ... تباعد"، إنَّه خطابٌ إشهاريٌّ

أمانة...صحتي: تاج على رأسي...صحتي في أتباعي للإجراءات الاحترازية...، صحتي من أولويات حكومي...، إنَّ دلالات الاسم تنطوي على توجيه وإرشاد وتوعية؛ ليكون كل مواطن على قدر كبير من المسؤولية، فمهما حرصت الدولة وسعت للحفاظ على صحة المواطنين فلن يتحقَّق الهدف المرجو في مواجهة الجائحة إن لم ينبع الاهتمام من الشخص نفسه، فإضافة الصحة إلى ضمير المتكلم تذكير له بأنَّه المسؤول أولاً وآخراً، وإن كانت رسالته الظاهرة ربط المستفيد بوزارة الصحة، لكنَّ الدلالة الضمنية توحى بأنَّ الحفاظ على الصحة مسؤولية المستفيد، وتبقى وزارة الصحة المظلة التي تسعى إلى حماية المواطن وتحقيق العافية والشفاء له (بإذن الله).

مسمى (صحتي) يثير في ذهن السامع العافية والشفاء، وكذلك يستحضر في عقله مسمى تطبيق وزارة الصحة لتقديم الخدمات الصحية للأفراد في المملكة العربية السعودية.



من ارتفاع نسبة الإجابة بموافق بشدة من المشاركين في الإجابة عن سؤال الاستبانة يتبيَّن أنَّ هذه الوظيفة لوزارة الصحة ظاهرة للمستفيد، وباعتة الأمل بالصحة والعافية والشفاء.

توجيهًا مباشرًا لسلوكٍ جديدٍ لم يألفه المجتمع السعودي في الحالات الاعتيادية، فالمجتمع ميّالٌ بطبعه إلى التواصل والقرب، ويرى ذلك من الصلّة الواجبة شرعًا.

٤- تطمّن:

تطبيق إلكترونيّ تابع لوزارة الصحة في المملكة العربية السعودية، ويهدف إلى تعزيز التزام جميع من عزّلوا صحيًا، ومتابعة حالتهم الصحية باستمرارٍ، ويقدم التطبيق الكثير من الخدمات لجميع المستخدمين، مثل حجز موعدٍ لإجراء فحص فيروس كورونا وغيره من الخدمات المتنوعة.

أما التحليل السيميائي لإشهار (تطمّن) فهو من حيث: أ- الممثل: فعل أمرٍ، مصدره تطمين، على وزن تفعيل، مزيد بحرفين التاء في أوله وتضعيف العين، والتاء فيه للعمل المتكرر في مهلة، نحو تجرّعته، ومنه تفهم.

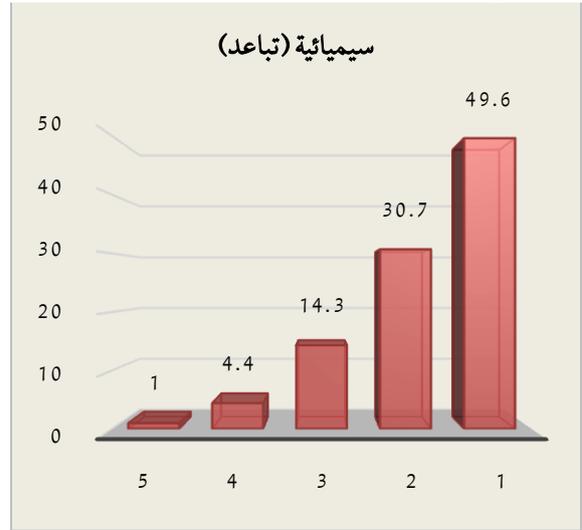
ب- الموضوع: طمّن: طمأن الشيء: سكنه. والطمأنينة: السكون. واطمأن الرجل اطمئنًا وطمأنينة أي سكن، ذهب سيبويه إلى أن اطمأن مقلوب، وأن أصله من طامن الطمن، بالفتح: الساكن، كالمطمئن، واطمأن إلى كذا اطمئنًا وطمأنينة، وهو مطمئن، وذلك مطمأن (ابن منظور، ١٤١٤، مادة: طمن).

" طمّن يطمّن، تطمينًا، فهو مُطمّن، والمفعول مُطمّن، طمّنه الطّيب: طمأنه، أدخل إلى نفسه السكينة" (عمر، ٢٠٠٨، ص ١٤١٣)

ج- المؤول: وظف الاسم سيميائيًا في التطبيق للإقناع بالتضمين بواسطة كلماتٍ مفتاحيةٍ تنطوي على الكثير من الرسائل الضمنية والتوجيهات لضمان حضور الجمهور: النفسي والذهني، ولفت انتباهه بطريقةٍ تدفعه إلى إقامة حوارٍ داخليٍّ وذهنيٍّ مع نفسه، ومن ثمّ ينعكس أثر ذلك الحوار على سلوكه، فيخضع لتبعات تلك الكلمات ورسائلها الضمنية بنفسٍ راضيةٍ وقناعةٍ.

يقرع السمع، وينبّه ذهن المستفيد، ويسلّزم الطاعة لا الاستمالة فقط؛ لأنّ المستفيد يستشعر أنّ في إهمال مقتضاها - الالتزام بالإجراءات - عقابًا أو نتيجةً وخيمةً، والمحفز على السلوك المطلوب هنا يعتمد على استمالة التخويف، أي إنّ مضمون الإشهار يشير إلى النتائج غير المرغوبة المترتبة على عدم قبول المستفيد توصيات المشهر؛ وأمثلة تلك الاستمالات تنشط درجة معينة من التوتّر العاطفي، وزيادة خوف المستفيد (رشتي، ١٩٧٨، ص ٤٦٥). والرسم البياني أدناه يوضّح الإجابة عن السؤال الآتي:

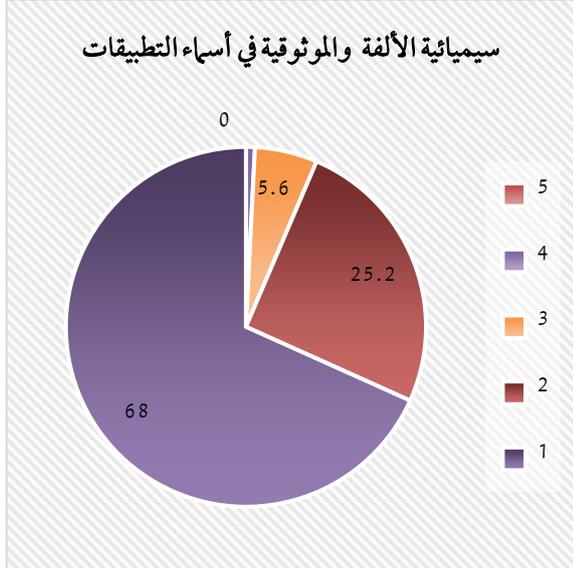
مسمى (تباعده) يثير في ذهن السامع التفور، وقطع التواصل، وكذلك يستحضر في عقله مسمى تطبيق أطلقته وزارة الصحة يتيح لمستخدميه معرفة ما إذا كانوا مخالطين لأشخاص ثبتت إصابتهم بفيروس كورونا.



وتصدّر موافق بشدةً وموافق وبدرجة كبيرة موافق نتائج السؤال، وهي وإن كانت في المنحى المرتفع فإنّ نزول نسبة موافق بشدةً في هذا التطبيق عن سابقه (توكلنا) و(صحتي) سببه أنّ تحميله على الأجهزة الذكية ليس ملزمًا، ولم يترتب على عدم وجوده أية مساءلةٍ وقت الأزمة كما هي الحال في (توكلنا)، فضلًا عن أنّه لا يُستخدم للوصول إلى الخدمات الطبيّة كما في (صحتي)، إضافةً إلى ذلك فإنّ في اعتماد التطبيق

النظام السيميائي للتسمية، وقد وافق المستفيدون بدرجة مرتفع جداً عليه. والسؤال هو:

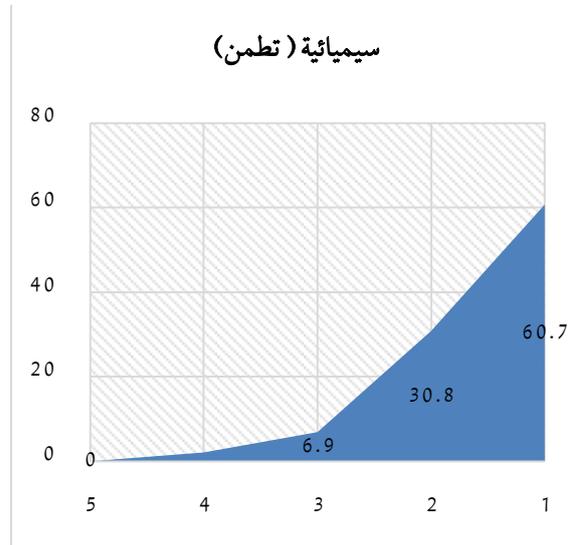
تتصفُ أسماءُ التطبيقاتِ (توكلنا- تباعد- تطمن- صحتي) الآن بعدَ نشي الأزمة بالألفة لتكرارها يومياً، والموثوقية بمصدرها، والخبر من انتشار الوباء.



يتبين من الرسم البياني أن أسماء التطبيقات (توكلنا- تباعد- تطمن-صحتي) تتصف الآن بعد نشي الأزمة بالألفة؛ بسبب التعامل اليومي معها، وحازت على الموثوقية نظراً لمصدرها الذي اتصف بالمصداقية ودقة الإنجاز، ولذلك نجد أن لاسم التطبيق تأثيراً على ذهن المستفيد حسب الوصف الذي حدده الاستبيان لكل تطبيق من هذه التطبيقات. وثمة ارتباط بين معرفة الناس للتطبيقات واقتناعهم بها والاسم المطلق على كل تطبيق، وعند مفاضلة أسماء التطبيقات وجدنا أن اسم (توكلنا) من أكثرها تأثيراً على الناس، إذ حظي باهتمام حالات العين عند الحديث عن الاسم وتأثيره، فكانت قيمة معامل الارتباط له هي الأعلى بين المعاملات وبالنسبة لكل من متغيرات الدراسة، يليه تطبيق (صحتي)، ثم تطبيق (تطمن)، ويأتي تطبيق (تباعد) في

فالتطبيق " تطمن" فيه إشهاراً تضامني، وكأنة نوع من التريب على الكتف والاحتواء النفسي لجذب الجمهور، وإشاعة روح السكينة، ويمكن تضمين تلك الكلمة مجموعة من الرسائل التضامنية، وتقريب المسافة بين السلطة (الدولة) والجمهور، تطمن: أنت لست وحدك ونحن معك (مبدأ التعاون)، تتضمن الرسالة إشعاراً بوجود أمر غير طبيعي لكنه ليس خطراً؛ لأن ثمة من يعمل من أجلك ولحمايتك فاطمن، ومن المسمى يتضح أن هدف هذا التطبيق يتسق مع تسميته؛ لذا وجه هذا السؤال للمستفيدين:

مسمى (تطمن) يثير في ذهن السامع السكينة والهدوء، وكذلك يستحضر في عقله تطبيقاً أطلقته وزارة الصحة، يهدف إلى تقديم الحماية والرعاية الصحية للمواطنين والمقيمين المحالين على العزل المنزلي أو الحجر الصحي، بما يضمن سلامتهم، ويعزز من إجراءات تعافهم.



وما يزال المنحنى يصعد بارتفاع نسبة موافق بشدة ووافق، وهذا يعني أن الرسالة النفسية وصلت للمستفيدين من التطبيق.

وهكذا نجد أن سيميائية الاسم في التطبيقات الأربعة لم تكن اعتباطية، وبدت العلامة تكاملية بين الممثل والموضوع والمؤول. والسؤال الآتي يؤكد تحقق الوظيفة الإشهارية عبر

تحدّد للفرد وضعًا اجتماعيًا يميّزه عن آخرين أو يوهّمه بذلك" (بنكراد، ٢٠٠٦، ص ٩)

وتأتي أهمية الصورة في المكوّن الأيقوني من نواحٍ عدّة، أولها: إثارة حاسة البصر ومركزيّة البصر؛ لذلك تبدو "الأكثر نشاطًا، والأكثر تنوعًا، والأكثر فائدةً من بين جميع الحواسّ الجسدية (Parker, 1876, p. 104) فالإشارات المرئية يمكن معالجتها بسرعة؛ إذ إنّ الرؤية نفسها تتطلب الحد الأدنى من الجهد الذهني، ما يعني أنّ البصر هو أهمّ قناة حسية (Kauppinen-Räisänen, 2014, pp. 669-670)، وثانيها:

قدرة الألوان على جذب الانتباه (Kauppinen-Räisänen, 2014, pp. 665)، وأثبتت الدراسات والبحوث أنّ المجتمعات تتخذ الألوان الملائمة لوضعها؛ لتستطيع التأثير بواسطتها في المتلقين، وجعلها لغة تعبير، ودلالة تمهيدية بصرية للفكرة يسقط بها المشهّر ما في النفس بنسق أيقوني تتشكّل علاماته من الألوان والأشكال والفضاء تشكّلًا سيميائيًا. والألوان الأساسية عند العرب هي "التي أطلقوا عليها أسماء خاصّة بها من غير حاجة إلى الدمج والمزج والتركيب ستة ألوان هي: الأبيض والأسود والأحمر والأزرق والأخضر والأصفر، عدا مجموعة أخرى من الأسماء، إمّا أن تكون صفات لهذه الألوان الأساسية....." (خليل، ٢٠٠٦، ص ٤٤٣).

١- توكلنا

بعد السيطرة على الجائحة



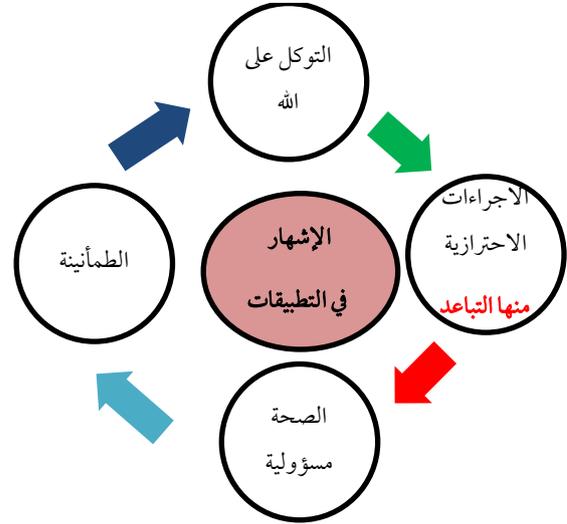
بداية الجائحة



الصورة الأولى: تمثّل المرحلة الأولى لإطلاق التطبيق، والصورة الثانية تمثّل التطبيق بعد نزول عدد الإصابات نزولاً

نهاية القائمة؛ لأنّه يوجّه توجيهًا مباشرًا إلى سلوكٍ جديد، يتنافى مع سلوكيات أفراد المجتمع في الحالات الاعتيادية، فالمجتمع ميّال بطبعه إلى التواصّل والقرب، ويرى ذلك من الصلّة الواجبة شرعًا. وهكذا نجد أنّ الإشهار عبر النظام السيميائي للغة أثر تأثيرًا مباشرًا في الأفراد، فجعلهم داعمين للسلطة المشهورة على المستويين الاعتقادي والسلوكي.

وختامًا لهذه الفقرة نجد أنّ البعد الإشهاري وظف الجانب اللغويّ توظيفًا لسانيًا لتشكيل عقل المستفيد، وجذبه واستمالته للحدّ من انتشار فيروس كوفيد (١٩)، ويمكن تمثيل العملية بيانيًا وفق التّصور الآتي:



ب- الجانب الأيقوني:

يكرّس الإشهار المكوّن الأيقوني: من صورةٍ وشكلٍ ولونٍ في سبيل بلوغ الهدف المنشود، وتحقيق القيمة الإقناعية، والأيقونة بالترجمة الحرفية مشتقة من كلمتين يونانيتين، وتعني كتابة الصورة (أبو العينين، ٢٠١٥، ص ٦). وللنسق الأيقوني في العملية الإشهارية أهمية كبيرة نظرًا لما له من وظيفة جمالية، ووظيفة توجيهية (غديري، ٢٠٢٠، ص ١٤٤)، فهي تتجاوز عملية التسويق، يقول سعيد بنكراد: "إنّ ما تقدّمه الإرسالية الإشهارية ليس منتوجًا، إنّها انتهاءً إلى قيم

فقد بدأ الشعبُ يزدادُ وعيًا، ويعي أهمية الاحترازات والدفع بعجلة الحياة للعودة إلى الحراك (بعون الله) بالتزامه واحترازه. وغالبًا ما يرمزُ اللونُ الأخضرُ إلى الصحة والأمان. (Mohebbi, 2014, p. 100)، وأما الإشهارُ الأهمُّ الذي هدفتُ إليه وزارةُ الصحة فيتعلَّقُ بمكوّناتِ الصورة، وهما الفضاءُ والتشكيلُ، ففي كلتا الصورتين شكّلَ اللونُ الأبيضُ فضاءً للصورة ليقومَ مقامَ التأطير، ويرمزُ إلى الخير والتفاؤل والحلقِ القويمِ. (عمر، ١٩٩٧، ص ٢٠٧)، ولمكانِ الرمزِ في الوسطِ دلالتُهُ أيضًا؛ إذ يعزُّزُ سيميائيةَ الاسم، فالتوكُّلُ يتساوى في انتهاجه سلوكًا وقيمًا للحكومة والأفراد، ويتضامنون في ممارسته، ويتساوون في جني ثماره، وهذا يقوي سياسةَ المملكةِ في الوسطية. وتوسُّطُ الصورة واجهة التطبيق يُضمِّرُ معاني إيجابية كثيرة، يؤرثها أن توازنًا في الرؤيا يحكمُ سياسةَ المملكةِ في الرخاء والسُدَّة.

٢- تطبيق صحتي



يُمثِّلُ المكوّنُ الأيقونيُّ في تطبيق (صحتي) مجموعةً من العناصرِ البصريّةِ (الصورة، والشكل، واللون، والظل، والتأليف الداخلي) ويعمدُ عن طريقها المشهَرُ إلى إعادة صياغة سيميائية المكوّن اللغويّ صياغةً أيقونية، ففي المستوى السطحي نجد نسقًا بصريًا يحتوي على رمز (صح)، وتُشكِّلُ الصورةُ علامةً رمزيّةً تدلُّ على الموافقة على أن الصحةَ مسؤوليتي. وبالتعمُّق في الصفات التشكيلية تبدو العلامة البيرسية وقد جمعت بين الرمزِ والأيقونية، فالشكلُ الأيقونيُّ بدا وكأنه يؤرشفُ للخدمات الصحية المتعددة التي يقدمها التطبيقُ للأفراد الذين يتمتعون بحسّ المسؤولية، ويسجلون بياناتهم بأنفسهم لمتابعة صحتهم. وتمثِّلُ الأيقونية في شكلِ مستطيلاتٍ مختلفة الأطول دلالة على أن ثمة بناءً متاليًا للخدمات، تتصفُّ كلها بالإحاطة والشمول. وما يثيرُ

ملحوظًا، والصورة على المستويين السطحي والعميق نسقٌ بصريٌّ يحتوي على إشارة (صح)، وتشكُّلُ الصورة علامةً رمزيّةً كما نظر إليها بيرس، فالعلاقة بين الرمزِ ومدلوله اعتباريّة متواضعٌ عليها، فهي إشارة تدلُّ على الموافقة، أو أنّ شيئًا قد تمّ، وهي من العلامات وحيدة الدلالة، أي لا يمكنُ أن تحيلَ إلا على مدلولٍ واحدٍ ووحيد، فقد تمّ التواضعُ عليها عرفيًا لثبوتها في العالم، وفي كلتا الصورتين جاءتِ العلامةُ سميكةً من الناحية البصريّة؛ لتحققَ وظيفة الترسّخ، وكأنّ تلازمًا دلاليًا فرضه الإشهار؛ لتمثيلِ العلاقة الارتباطية بين ما توحى به العلامة الرمزيّة وما يحملُ من دلالة فكرية وسلوكية وقيمية. ومن العواملِ الموظّفة في الإشهارِ اللونُ، فقد اختلفَ بينَ المرحلتين، وهذا يؤكِّدُ أنّ للونَ قيمةً إيجابيةً في ترسيخِ الهدف المنشود من العلامة الرمزيّة، ففي الصورة الأولى أبرزَ اللونانِ الأحمرُّ والأخضرُ الرسالةَ الإشهارية بوضوح؛ إذ تركّزَ الأحمرُّ في أعلى الرمزِ، فالخطرُ في الدَّروة، والعربُ تقول: "طعنةُ حمراء، والطعنةُ ليستُ حمراء على وجه الحقيقة، وإنما هي صفةٌ غلبتُ على الطعنة لارتباطها بما تركه من أثر، وهو مسيلُ الدَّمِ بغزارة، أي إتّما طعنة نافذةً يتبعها نزيفٌ شديدٌ" (خليل، ٢٠٠٦، ص ٤٤٧).

ويهدأ يتناسبُ اللونُ الأحمرُّ مع الألمِ لارتباطه بالجائحة، أمّا اللونُ الأخضرُ فيعدُّ من أكثرِ الألوانِ استقرارًا في دلاليته، إذ ارتبطَ بالخصبِ الذي يبعثُ على التفاؤلِ، وتقولُ العربُ: اللهم اجعلْ علينا سنة خضراء. (عمر، ١٩٩٧، ص ٢١٠-٢١١). واللونُ الأخضرُ في المستوى الأيقونيُّ يوحي بأنّ التعاونَ واتِّخاذَ الإجراءاتِ الاحترازية سينتهي بالجهودِ إلى الأمان، أمّا الصورةُ الثانيةُ فيتميزُ اللونُ الأخضرُ فيها بالوفرة والإشباع، وهذا يحيلُ إلى الواقع الذي وصلنا إليه، فهو يشيرُ إلى الرضا التامِّ والرّاحة المطلقة؛ لأنّ الأشخاصَ الذين يفضّلون اللونَ الأخضرَ يكونونَ في الغالبِ متكيفين جيّدًا من الناحية الاجتماعية ومتحضّرين. (بيرس، ٢٠١٧، ص ١٦٤)،

٣-تباعد:



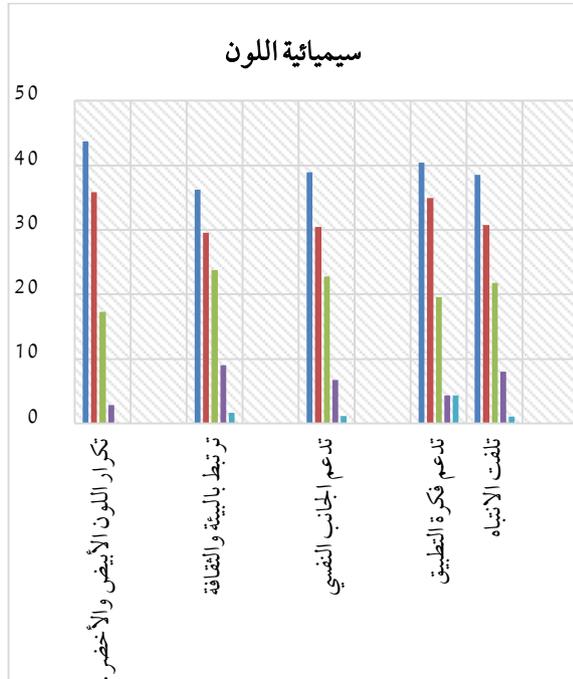
شكّلت صورة التطبيق فضاءً واسعاً لإنتاج الدلالة، واستكمال إرسالية سيميائية المكوّن اللغوي ضمن مجموعة من المعطيات بوصفها علامة (شاطو، ٢٠١٣، ص ٥٠)، إذ يتضمن أيقون الصورة لونين أساسيين؛ الأخضر والأحمر، والحلقة بدت قائمة. وهذا اللون يقرب فكرة التطبيق، ويرسخها في الذهن، فالصورة في مستواها السطحي والعميق وحيدة الدلالة من حيث الإدراك والارتباط باسم التطبيق. وسيميائية اللون متفق عليها، فالأحمر يرمز للخطر، وكأنه يعكس صيغة لغوية متداولة، هي (الخط الأحمر) ممنوع الاقتراب، أي الأمان في التباعد، ويمثله اللون الأخضر، والتساوي في حجمي الأيقونتين يرمز إلى أن المسافة الفاصلة بين الخطر والأمان تتمثل في التباعد، وعلى أن التساوي في حجمي الأيقونتين حقيقي فإن اللون الأحمر يبدو أكبر من مساحته الحقيقية ويندفع نحو العين، ويصلها أولاً وهذا يجعل المسافة بين اللونين غير حقيقية ولذا تحدث بعض الحيرة للعين التي تحاول تصحيح المساحات الظاهرة، فتنتقل بسرعة بين اللونين؛ ما يسبب إيقاعاً سريعاً يعطي إجماعاً بالحركة في التصميم. (عيسى، ٢٠٩، ص ١٣) ويتحدد مسار الحركة بالتباعد السريع عن مصدر الخطر الذي بدأ أكبر في الأيقونة. هكذا أدى اللون وظيفة تحذيرية وصححت المعنى المباشر للتأثير النفسي، كما أن المشهر "استثمر الأشكال بوصفها وحدات داخل لغة بصرية، لها قواعد التركيبية والدلالية" (بنكراد، ٢٠٠٣، ص ٩٤) إذ تمثل الدائرة العالم الرُوحاني للمشاعر (بنكراد، ٢٠٠٣، ص ٩٤)، واستخدمت وسيلة رمزية للإنسان في ضوء المفهوم التجريدي للأشكال؛ لتحقيق

هذه الرمزية في الأيقونة خلّوها من الزوايا الحادة في جانبها الخارجي الذي بدأ أقرب إلى الشكل البيضوي أو نصف الدائري، وكذلك نجد أن الأشكال وظفت توظيفاً متوازناً، تلميحاً إلى الانسيابية والتسهيل في تفعيل الخدمات من قبل الشخص وتقديمها من قبل المشهر، وأضفى التدرج اللوني للأزرق بين الفاتح والمعتد والأزرق المخضّر تماسكاً على الصورة، وبعثاً لإحساس الهدوء والطمأنينة. واختيار الأخضر المزرق خياراً أولياً يشير إلى الثبات الطبيعي والديمومة والثابرة، حيث يرغب هؤلاء الأشخاص في الأمان، ويشير الأزرق الغامق إلى الإنجاز، والعزيمة، والنظام، وحالات السلام. (بيرين، ٢٠١٧، ص ١٥٦).

والبعد الإشهاري في المكوّن الأيقوني يصور جهود وزارة الصحة التي تقاوم وبات واستمرار الجائحة وما يطرأ على الوباء من مستجدات بعمل مدرّوس وجد بلا كسل أو عفوية، ولا سيما أن اللون الأحمر شغل مساحة صغيرة وبدا محاطاً بالأزرق المخضّر، أي أن الأمور ستكون تحت السيطرة لو فعلت خدمات التطبيق. وتكرار الأشكال بطريقة معينة يثير في النفس معاني الانسجام والانضباط، وقد يدل على أن العناية بالصحة يجب أن تكون منتظمة للفئات العمرية كافة، وتقع متابعتها على عاتق الفئات العمرية الشابة، أما فضاء الصورة فشغله اللون الأبيض الذي يندرج ضمن نسق الصحة لارتباطه بالنظافة والمستشفيات، وكذلك يرتبط بتقديم الرعاية الصحية، فهو اللون الذي يرتديه الأطباء وطواقم التمريض، ويدلّل موضع العلامة الأيقونية في الوسط على أن الخدمات الصحية في تناول المجتمع، وهي على مسافة واحدة من أفرادها جميعاً. وترتبط الألوان بالأشكال استناداً إلى "وجود قيم دلالية مشتركة بينها، أو وجود نوع من التناظر بين ما يحيل عليه اللون وما يحيل عليه الشكل" (بنكراد، ٢٠٠٣، ص ٨٨-٨٩).

التفاوت، ويرمز إلى التعاضد والتداخل، وكأن الحروف تتواشج لإشاعة جو الطمأنينة، إذ تمثل الخطوط الأفقية الثبات والتساوي. (رفيق، ٢٠١٤، ص ٢٥١) ويحضر اللون الأبيض لوناً للكتابة لتهدأ كل مشاعر القلب والخوف، وتحرك دلالة الطمأنينة لتلقي بظلالها على خلفية بلون فيروزي مكوّن من الأزرق والأخضر، ومن دلالتها المتفق عليها الهدوء والاستقرار؛ ما يجعل فضاء اللون يقود نحو معنى مستقى مسبقاً متواضع عليه يطبع الأفكار بالإيجابية، ويخفف من الإجهاد العقلي والتعب والشعور بالوحدة التي تترتب على العزل المنزلي، وهذا حقق الحرف واللون بعداً سيميائياً، كون الإشهار فيه خطاباً حيويًا مليئاً بالتفاؤل.

وأما ما يخص جانب الدراسة الميدانية، فقد أظهرت النتائج في الاستبانة درجات عالية من موافق بشدة ووافق، كما يظهر الرسم البياني الآتي:



تناولت الاستبانة خمسة أسئلة تتعلق باللون في التطبيقات باعتبار متغيرات أطلق عليها (لفت الانتباه، ودعم فكرة التطبيق، والدعم النفسي، والارتباط بالبيئة الإسلامية، وتكرار

حيث جسامي بنظام العلامات الرمزية للإنسان المصاب أو السليم، والدوائر المائلة إيماءً بضرورة الانحراف تجنباً للخطر الداهم. ووظفت سيميائية الأشكال والألوان لمخاطبة الجمهور بصورة رمزية "فلا اللون في ذاته ولا الشكل في ذاته قادران على إنتاج دلالة في الانفصال عن بعضهما، فالعلاقة بينهما هي مصدر دلالتها" (بنكراد، ٢٠٠٣، ص ٩٤)، وهي لا تعبر عن الشيء مباشرة، بل تبرز الوضعية المقصودة داخل أيقون الصورة المتموضع بشكل مائل إيماءً بأن التواصل بين المصاب وغيره لا بد أن ينحرف. ويرمز اللون الأحمر في الجزء العلوي من الصورة إلى أن المصاب في ذروة الخطر، وبالتباعد عنه يحصل الاستقرار الصحي للشخص، ولذلك مثل الجزء السفلي من الصورة الشخص المتعافي بأنه مستقر وفي أمان.

٤- تظمن



اختار المشهّر التشكيل الخطّي واللون لشكلا رسالة إقناعية عبر التطبيق، وبقراءة المستوى السطحي للخط نرى أنه يعبر عن المعنى باستخدام خط ليس من الخطوط العربية التراثية، ويطلق عليه المحوسبة ويندوز و ماكتوش على برامج التصميم، وفي المستوى العميق للخط يمكن التركيز على الجوانب التشكيلية للخط (مظهره البصري) واللون، فالمظهر التشكيلي للحرف يمكن قراءته سيميائياً بوصفه مثيراً رمزياً للعلامة اللغوية، وهذا ما يمكن تسميته تليظاً أيقونياً. (خاين، ٢٠١٠، ص ١٤٢)، يتجسد عبر طريقة التأليف بين أوصال الحروف ومفاصل الكلمة وحركة الخط وانسيابيته أفقياً، وتوزع الخط على امتداد الرقعة كاملة بشكل يبدو أقرب إلى الاستطالة التي من رمزيتها الرحابة والاتساع. والبعد التأويلي لسيميائية الخط المستخدم بدا حيويًا، ويثير في النفس

الخاتمة:

كشفت الدراسة النظرية والميدانية للإشهار في التطبيقات التي أطلقتها وزارة الصحة في أثناء جائحة كورونا ما يأتي:

١- يعد الإشهار من أهم أساليب الفعل الدعائي الإقناعي؛ إذ يشتغل بصناعة فكرية وثقافية وفنية على الدال لخلق تمثيل تأويلي للمدلول، وعبر سيورة هذه العملية تمارس اللغة وظائفها.

٢- اتسم الإشهار في تطبيقات وزارة الصحة بشقيه اللغوي والأيقوني بالطلاقة اللفظية والفكرية عبر الألفة والعمق، ما أسهم في إخراج الرسالة الإشهارية من حيز الكمون إلى حيز التجلي والممارسة؛ لتحقيق الهدف المنشود.

٣- سيميائية الأسماء لم تكن اعتبارية، فقد استندت إلى مرجعية دينية في (توكلنا)، وعززت الجانب النفسي في (تظمن)، وأثارت حس المسؤولية والمبادرة في (صحتي)، وغلبت الجانب السلطوي في (تباعد)، فالإشهار جاء متكاملًا في الاعتقاد والسلوك.

٤- المكون الأيقوني لم يأت اعتباريًا، فقد أشهر السلام وحس المواطنة بتكرار اللونين الأخضر والأبيض في التطبيقات، وحذر من الخطر عبر توظيف اللون الأحمر؛ ليغني عن المكون اللغوي في توضيح وضع الجائحة، إذ دخل في تصميم (توكلنا) في المرحلة الأولى، وفي (صحتي)، وفي (تباعد)، ولم يوظف في تطبيق (تظمن)؛ لأنه لا يتسق مع الرسالة الإشهارية التي قصدها المشهر.

٥- تنوعت استراتيجيات الخطاب الإشهاري في تطبيقات وزارة الصحة بين تضامنية في (توكلنا)، وتلميحية في (صحتي)، وتوجيهية في (تظمن + تباعد)، وكلها حققت الهدف المنشود بإحداث القبول النفسي؛ لإشغال منافذ الإدراك السمعية والبصرية أولاً، وتحقيق السلوك المطلوب ثانياً، كما بينت الدراسة الميدانية.

اللون جاء لهدف معين، وحسب نتائج الاستبانة وجدنا أن قيم المتوسط الحسابي لكل من المتغيرات الأربعة تقترب من الرقم (٢)، وهذا يبين أن الحالات تتراوح في آرائها بين موافق بشدة و موافق على فكرة هذه المتغيرات، التي تتلخص في أن اللون في شعار هذه التطبيقات يؤثر في الأفراد من حيث إتها تلفت الانتباه، وتدعم فكرة التطبيق، وبأن لها أثراً نفسياً، وهي مناسبة للبيئة الإسلامية، كما أن تكرار اللونين الأخضر والأبيض قد جاء لهدف معين، فقد تكرر اللونان الأبيض والأخضر بشكل رئيس في تطبيقي (توكلنا- وتظمن)، ويشكل هذان اللونان هوية المملكة لارتباطها بالهوية الوطنية والهوية الإسلامية، وقد ألفتها عين المستفيد، وانجذبت إليها، كما تظهر نتائج الاستبانة، وهذه (الألفة- الميل) الخاصة باللونين الأبيض والأخضر وظفت بشكل جدي ومدروس إشهارياً عبر استراتيجيات عدة منها: التلميح والتصريح والتوجيه سعيًا لضمان التفاف أفراد المجتمع حول السلطة لتجاوز آثار الجائحة التي سببت انهياراً في الأنظمة الصحية في كثير من الدول.

ومن التمثيل البياني نلاحظ أن قيم المتوسط الحسابي لكل من المتغيرات (الجاذبية، والبساطة والعمق في المعنى، والانتباه إلى أن الصورة في الوسط، والتوسط في الصورة يعزز المساواة) تتراوح بين قيم الموافقة بدرجاتها الثلاث: موافق بشدة، وموافق، وصحيح إلى حد ما (الواضح من الألوان الثلاثة: الأزرق والأحمر والأخضر). ولما كان متوسط العينة تقديراً لمتوسط المجتمع فإنه يمكننا القول: إن معظم المجتمع السعودي موافق على تأثير الصورة المستخدمة في كل تطبيق من التطبيقات على الناس حسب الوصف الذي حدده الاستبان، ويوجد ارتباط بين معرفة الناس للتطبيقات واقتناعهم بها والصورة المعبرة عن التطبيق.

خليل، إبراهيم محمود. (٢٠٠٦)، ألفاظ الألوان ودلالاتها عند العرب، الأردن: مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج (٣٣)، ع (٣)، (٤٤١-٤٥٧).

خليل، آمال حلمي سليمان. (٢٠١٣)، فيروس كورونا الجديد" متلازمة الشرق الأوسط التنفسية " دراسة في الجغرافيا الطبية، رسائل جغرافية، جامعة الكويت: كلية العلوم الاجتماعية، (١-٥٤).

داني، محمد. (٢٠١٣)، في ماهية السيميائيات والصورة، المغرب: semart، مج (١)، ع (١)، (١٤٥-١٥٦).

دي سوسير، فرديناند. (١٩٨٢٩)، فصول في علم اللغة العام، ترجمة: أحمد الكراعين، الإسكندرية: المطبعة العصرية.

رشتي، جيهان أحمد. (١٩٧٨)، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط ٢، القاهرة: دار الفكر.

رفيق، أمينة. (٢٠١٤)، بلاغة الخطاب المكتوب دراسة لتقنية الحرف واللون والصورة في خطاب الدعاية التجارية، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير، كلية الآداب واللغات، بسكرة: جامعة محمد خيضر.

الزبن، أ. (٢٠١٩)، التشكيل اللساني لعقل المتلقي: دراسة لسانية بينية في قواعد تشكيل القناعات، الأردن: مجلة دراسات العلوم الاجتماعية والإنسانية، مج (٤٦)، ع (٤)، (١٤٥-١٥٦).

شاطو، جميلة. (٢٠١٣)، النزعة الأيقونية و تطبيقاتها في السيميائيات المعاصرة، رسالة ماجستير، الجزائر: جامعة وهران.

الصافي، محمد. (١٩٩٧)، الخطاب الإشهاري والدعاية السياسية، المغرب: مجلة علامات، ع (٧)، (٧٠-٧٦).

عبد الهادي، أحمد إبراهيم. (٢٠١٠)، إدارة الحملات الإعلانية، ط ١، بنها: مركز التعليم المفتوح.

٥- برعت العقلية السعودية إدارياً وإنسانياً في الحد من تداعيات الجائحة، ومن ثم السيطرة عليها كما أفادت منظمة الصحة العالمية، وقد كان للتحوّل الرقمي الذي نهجته المملكة قبل انتشار الجائحة أثر كبير في تحقيق هذه النتائج.

وأخيراً توصي الدراسة بتبني الأقسام المتخصصة بالعلوم الإنسانية تحليل الرسائل الإشهارية التي تصدر عن المؤسسات في المملكة على وفق مناهج تحليل الخطاب المعاصرة؛ بهدف تقريبها إلى جمهور المستفيدين، فهم المختبر الحقيقي لنجاح تلك المؤسسات في المهتمات المنوطة بها، وهذا بدوره يساهم في تنشيط الأبحاث البينية بين التخصصات.

المصادر والمراجع:

الأحمر، فيصل. (٢٠١٠)، معجم السيميائيات، ط ١، الجزائر: منشورات الاختلاف، والدار العربية لبنان: بيروت.

بنكراد، سعيد. (٢٠٠٦)، سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهارات والتمثيلات الثقافية، المغرب: أفريقيا الشرق.

بنكراد، سعيد. (٢٠٠٣)، السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها، الدار البيضاء: منشورات الزمن.

بنكراد، سعيد. (٢٠٠٢)، مفاهيم في السيميائيات، ط ١٧، المغرب: علامات.

بيرين، فيبر. (٢٠١٧)، الألوان والاستجابات البشرية، ترجمة: صفية مختار، مراجعة: محمد إبراهيم الجندي، (د. ط)، المملكة المتحدة: مؤسسة هنداوي.

خاين، محمد. (٢٠١٠)، فاعلية العلامة الأيقونية في التواصل الإشهاري، محمد خاين، المعرفة: الدراسات والبحوث، ع (٥٦٣)، (١٣٣-١٥١).

نوسي، عبد المجيد. (١٩٩١)، الخطاب الإشهاري مكوناته وآليات اشتغاله، مجلة الفكر العربي المعاصر: مركز الإنهاء القومي، ع (٨٤-٨٥)، (٨٧-٩٦)
 هوكز، ترانس. (١٩٨٦)، البنيوية وعلم الإشارة، ترجمة: مجيد المشاط، ط١، بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة.

المراجع الأجنبية:

- Chandler, Daniel. (2007). *Semiotics: the basics*. Routledge.
 Deeley, John. (1994). *The collected papers of charles sanders peirce*, vols. 1-8.(E-book review). Phi Beta Kappa Society.
 Gambarato, Renira Rampazzo. (2012). *Signs, systems and complexity of transmedia storytelling*. Estudos em Comunicação, 12(1), 69-83.
 Islam, Rashedul, Rofiqul Islam, & Mazumder, Tohidul. (2010), *Mobile application and its global impact*, International Journal of Engineering & Technology, 10(6), 72-78.
 Kauppinen-Räsänen, Hannele. (2014). *Strategic use of colour in brand packaging*. Packaging Technology and Science, 27(8), 663-676.
 Mehawesh, Mohammad Issa. (2014). *The socio-semiotic theory of language and translation: an overview*. International Journal of languages and Literatures, 2(2), 251-269.
 Mohebbi, Behzad. (2014). The art of packaging: An investigation into the role of color in packaging, marketing, and branding. International journal of organizational leadership, 3, 92-102.
 Parker, Langston. (1876). On the effects of certain mental and bodily states upon the imagination. In: Holl, W. and Wood, N. (Eds.), *The Analyst: A quarterly journal of science, literature, natural history, and the fine arts* (Vol. 5, pp. 216- 249). London; Simpkin and Marshall.
 Yakin, Halina Sendera Mohd, & Totu, Andreas. (2014). *The semiotic perspectives of Peirce and Saussure: A brief comparative study*. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 155, 4-8.

- عمر، أحمد عمر . (١٩٩٧)، اللغة واللون، ط٢، القاهرة: عالم الكتب.
 عمر، أحمد مختار. (٢٠٠٨)، معجم اللغة العربية المعاصرة، أحمد مختار عمر، ط١، القاهرة: عالم الكتب.
 عيسى، طلعت. (٢٠٠٩)، مذكرات في الإعلان كتابة وتصميم، غزة: كلية الآداب-قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية.
 أبو العينين، محمد ياسين. (٢٠١٥)، الأيقونولوجيا والتحويلات السيميائية في مجال التصميم، جامعة الزقازيق: مجلة كلية الآداب، ع (٧٢)، (٢١٩-٢٥٤).
 غديري، كريمة. (٢٠٢٠)، الخطاب الإقناعي في الإشهار الجزائري، الجزائر: مجلة الخطاب والتواصل، ع (٧)، (١٤٠-١٥٣).
 ابن فارس، أبو الحسين أحمد. (١٣٩٩)، مقاييس اللغة، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، الناشر: دار الفكر .
 الفيومي، أبو العباس أحمد بن علي. (د.ت)، المصباح المنير، (د.ط)، بيروت: دار الكتب العلمية.
 المغير، محمد عبد ربه. (٢٠٢٠)، جائزة كورونا فرصة لتحقيق العدالة الإنسانية، مجلة الدراسات الاستراتيجية للكوارث وإدارة الفرص، برلين: المركز الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والاقتصادية، معج (٢)، ع (٥) (١٢-٢٠).
 ابن منظور، أبو الفضل محمد بن مكرم. (١٤١٤)، لسان العرب، ط٣، بيروت: دار صادر.

الملحق:

استبيان عن التطبيقات التي أطلقتها وزارة الصحة في المملكة العربية السعودية في أثناء جائحة كورونا

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته :

عزيزي/ عزيزتي نود أن نطرح عليك بعض الأسئلة حول آرائك في تطبيقات وزارة الصحة -توكلنا- تباعد- تظمن-صحتي - التي استُحدثت بوصفها نوعاً من الإجراءات الاحترازية للحد من تفشي جائحة كورونا، والتقليل من آثارها السلبية على المملكة العربية السعودية في المجالات كافة.

رأيك مهم للغاية و سيستغرق إكمال هذا الاستبيان من ٧-١٠ دقائق تقريباً. إجاباتكم ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

هذا الاستبيان للبالغين من العمر ١٨ سنة فما فوق فقط، وللذين يُجيدون اللغة العربية قراءة وكتابة.

جزيل الشكر على حسن تعاونكم. الرجاء الإجابة على هذه الاستبانة باختيار إجابة واحدة فقط لكل سؤال.

الباحثان

السؤال الأول: معرفة التطبيقات ومدى الاقتناع بأهميتها					
العبارات	أوافق بشدة	أوافق	صحيح إلى حد ما	لا أوافق بشدة	لا أوافق
١- أرى أن التطبيقات التي أطلقتها وزارة الصحة للحد من انتشار فيروس كورونا هي من الإجراءات الواجب التعامل معها بدقة واهتمام وجدية.	1	2	3	4	5
٢- أعرف التطبيقات التي أطلقتها وزارة الصحة للحد من انتشار فيروس كورونا.	1	2	3	4	5
٣- أسهمت التطبيقات التي أطلقتها وزارة الصحة للحد من انتشار فيروس كورونا بدور فعال في متابعة الحالات وتقديم الإرشادات والدعم اللازمين.	1	2	3	4	5
٤- أتعامل مع التطبيقات ؛ لأنني أقتنع بأنها من الإجراءات الاحترازية التي تحميني وعائلتي من العدوى، وتساعدني على اتخاذ الإجراءات الصحيحة إن أصبت .	1	2	3	4	5
السؤال الثاني: سيميائية الاسم					
١ - مسمى (توكلنا) يثير في ذهن السامع تفويض الأمر إلى الله ، وكذلك يستحضر في عقل السامع مسمى تطبيق أطلقتها وزارة الصحة يوضح الحالة الصحية للمستخدم، ويتيح الحصول على التصاريح وكذلك الإبلاغ عن المصابين، أو التجمعات المخالفة للإجراءات الاحترازية المعمول بها.	1	2	3	4	5
٢- مسمى (تباعد) يثير في ذهن السامع النفور، وقطع التواصل، وكذلك يستحضر في عقل السامع مسمى تطبيق أطلقته وزارة الصحة يتيح لمستخدميه معرفة ما إذا كانوا مخالطين لأشخاص ثبتت إصابتهم بفيروس كورونا	1	2	3	4	5
٣- مسمى (تظمن) يثير في ذهن السامع السكينة والهدوء وكذلك يستحضر في عقل السامع تطبيق أطلقتها وزارة الصحة؛ يهدف إلى تقديم الحماية والرعاية الصحية للمواطنين والمقيمين المحليين على العزل المنزلي، أو الحجر الصحي، بما يضمن سلامتهم، ويعزز من إجراءات تعافيتهم.	1	2	3	4	5
٤- مسمى (صحتي) يثير في ذهن السامع العافية والشفاء ، وكذلك يستحضر في عقل السامع مسمى تطبيق وزارة الصحة لتقديم الخدمات الصحية للأفراد في المملكة العربية السعودية.	1	2	3	4	5

5	4	3	2	1	٥- تتصف أسماء التطبيقات (توكلنا- تباعد- تظمن-صحتي) الآن بعد تفشي الأزمة بالألفة لتكرارها يومياً، والموثوقية بمصدرها، والحذر من انتشار الوباء.
السؤال الثالث: سيميائية اللون					
5	4	3	2	1	١- الألوان المستخدمة في تصميم التطبيقات (توكلنا- تباعد- تظمن-صحتي) لفتت انتباهي.
5	4	3	2	1	٢- الألوان المستخدمة في تصميم التطبيقات (توكلنا- تباعد- تظمن-صحتي) تدعم فكرة التطبيق.
5	4	3	2	1	٣- الألوان المستخدمة في تصميم التطبيقات (توكلنا- تباعد- تظمن-صحتي) تدعم الجانب النفسي.
5	4	3	2	1	٤- الألوان المستخدمة في تصميم التطبيقات (توكلنا- تباعد- تظمن-صحتي) ترتبط بالبيئة والثقافة الإسلامية.
5	4	3	2	1	٥- تكرار اللون الأخضر والأبيض في التطبيقات (توكلنا- تباعد- تظمن-صحتي) جاء لهدف معين.
السؤال الرابع: سيميائية الصورة					
5	4	3	2	1	١- الصورة في التطبيقات (توكلنا- تباعد - صحتي) جذابة.
5	4	3	2	1	٢- تتصف الصورة التي على التطبيقات (توكلنا- تباعد - صحتي) بالبساطة والعمق في المعنى.
5	4	3	2	1	٣- انتهت إلى أن الصورة في تطبيقات (توكلنا وتباعد وصحتي) في الوسط.
5	4	3	2	1	٤- التوسط في الصورة يعزز سياسة المملكة في المساواة في التعامل بين جميع الأفراد عند استخدام التطبيق.

بيانات المستفيدين :

النوع : ذكر / أنثى

الجنسية : سعودي / غير سعودي

العمر : ١٨-٢٤ / ٢٥-٣٩ / ٤٠-٦٠ / أكثر من ٦٠

الوضع الاجتماعي : متزوج / غير متزوج / مطلق / أعزب.

البطاقة الصحية: متعافٍ / محصن بجرعة / محصن بجرعتين / مسجل على اللقاح / غير مسجل على اللقاح.

المدينة:

المستوى التعليمي : أقل من ثانوي / ثانوي / بكالوريوس / جامعي / فوق الجامعي.