

الإشهارُ في التّطبيقاتِ الإلكترونيّةِ التي أطلقتها وزارةُ الصّحةِ السّعوديّةِ في أثناءِ جائحةِ كورونا: دراسة سيميائيّة

ضحى بنت عادل بلال
أستاذة البلاغة والنقد المشارك، قسم اللغة العربية،
كلية الآداب، جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل،
السعودية

وضحي بنت مسفر القحطاني
أستاذة الأدب والنقد الحديث المساعد، قسم اللغة العربية،
كلية الآداب، جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل،
السعودية

(قدم للنشر في 3/9/1444هـ، وقبل للنشر في 5/21/1444هـ)

الكلمات المفتاحية: الإشهار، التّطبيقات، الجائحة، كورونا، السّيميائيّة.
ملخص البحث: يُعنى البحثُ بدراسة الإشهار في التّطبيقات الإلكترونيّة التي أطلقتها وزارةُ الصّحةِ في المملكة العربيّة السّعوديّة للتّصديّ لجائحة كورونا، والحدّ من أضرارها، وسيحلّل البحثُ الخطابَ الإشهاريّ في التّطبيقاتِ بالوقوفِ على سيميائيّة:

1- المكوّن اللغويّ.
2- المكوّن الأيقونيّ.
نظرًا لأنّ سيميائيّة الجانبين السّابقين تحقّق بعدًا إشهاريًّا بقصد التّأثير في المستفيد، وحثّه على الاستجابة المرجوة.

وخلصَ البحثُ إلى أنّ الخطابَ الإشهاريّ في تطبيقات وزارة الصّحةِ تبيّنت استراتيجيّاته بين تضامنيّة في (توكّلنا)، وتلميحيّة في (صحتي)، وتوجيهيّة في (تطمّن + تباعد)، وكلّها حققت الهدف المنشود بإحداثِ القبولِ النَّفسيّ؛ لإشغالِ منافذِ الإدراكِ السّمعية والبصريّة أوّلاً، وتحقيقِ السّلوِكِ المطلوبِ ثانيًا كما بيّنتِ الدّراسة الميدانيّة.

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:

4-يؤكد أهمية توظيف علم السيمياء في تصميم الشعارات، ومن ثم تطوير بنية معيارية للشعارات مرتكزة على أصول لغوية.

5- يثري مكتبة الدراسات الإنسانية، من حيث إبراز أهمية الجانب اللغوي في مواجهة جائحة كورونا، وكيفية توظيف اللغة تقنياً.

أهداف البحث:

1- إبراز الكيفية التي وظفت فيها التطبيقات الإلكترونية الجانبين: اللغوي والأيقوني توظيفاً تقنياً عميقاً وبسيطاً في آن معاً.

2-الكشف عن الجانب الإشعاري في التطبيقات الإلكترونية.

3-تأكيد أهمية الإشعار في التشكيل اللساني لعقل المستفيد، ودعمه سلوكياً وتنظيماً.

منهج البحث وإجراءاته:

يعتمد البحث على المقاربة السيميائية من منظور نظرية بيرس؛ بهدف معرفة آلية النظام السيميائي الكامن وراء الإشعار في التطبيقات الإلكترونية التي أطلقتها وزارة الصحة السعودية في أثناء جائحة كورونا، وما تضمنه الدوال 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 وظفت في الأماكن التي عززت الدراسة، وأظهرت خصيصاً الإشعار وبعدها السيميائي في تطبيقات وزارة الصحة.

أجريت الاستبانة في المملكة العربية السعودية، بتاريخ 2021/7/14م، وأجاب عليها (1960) مستفيداً من مواطنين ومقيمين، تراوحت أعمارهم بين 18-60 سنة، وحصلت الاستبانة على موافقة لجنة أخلاقيات البحث العلمي من جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل رقم: IRB-2020-17-230، وعممتها الجامعة على المنسوبين، وكذلك عممتها الباحثتان على وسائل التواصل الاجتماعي مستهدفتين أفراد المجتمع، واستغرق استكمال الاستبانة حوالي 7 دقائق، وتضمنت الاستبانة أربعة محاور: أولاً - معرفة التطبيقات ومدى الاقتناع بأهميتها، وثانياً سيميائية الاسم، وثالثاً - سيميائية اللون، ورابعاً- سيميائية الصورة، وعدد الأسئلة كان (18) سؤالاً، أجاب عنها (1960) حالة من المجتمع السعودي، واستخدم البحث في قياس المتغيرات مقياس (ليكرت) المتدرج ما بين (1-5)، إذ تعني (1) موافق بشدة، و(2) موافق، و(3) صحيح إلى حد ما، و(4) غير موافق، و (5) غير موافق بشدة.

الدراسات السابقة:

لا توجد دراسات سابقة في الموضوع نفسه، ولكن ثمة دراسة حللت الخطاب الرقمي لوزارة الصحة تحليلاً لغوياً، موسومة ب: (الحجج والتمثيلات في الخطاب الرقمي لوزارة الصحة السعودية في مواجهة انتشار وباء كورونا (الكويت 2021) ، وهدفت الدراسة إلى

يعد الإشعار نوعاً من أنواع الاستثمار اللغوي، وهو من أقدم النشاطات الفكرية الإنسانية وأوسعها؛ لأن الإنسان كان ولم يزل يستنطق الموجودات عن معانيها، والدوال عن مدلولاتها، و يوظفها توظيفاً فعالاً؛ ليستميل الأخر، ويشكل قناعاته، ويوجهه إلى الممارسة المثقفة مع الرسالة الإشعارية التي يطلقها.

و يحظى الكشف عن العلاقة بين اللغة والإشعار بعناية كبيرة في المجتمعات كلها، ولا سيما المتطورة منها؛ لما تكشفه هذه العلاقة من قدرة عالية على التشكيل اللساني لعقل المستفيد من الإشعار، وتوجيهه للقيام بالوظيفة المطلوبة على وفق الرسالة الموجهة التي لا يخطئها المستفيد، إن صنعت لغوياً وإعلامياً وثقافياً بكفاءة واقتدار، ولقيت توظيفاً تقنياً يسهم في سرعة انتشارها.

إشكالية البحث وأسئلته:

تحدد إشكالية البحث في الوقوف على الإشعار في المكونين اللغوي والأيقوني للتطبيقات الإلكترونية التي أطلقتها وزارة الصحة في أثناء جائحة كورونا، هذه التطبيقات عملت في دائرة حيوية مهمة هي العلوم البيئية؛ إذ أبرزت أثر فلسفة الفن في تصميم التطبيقات الإلكترونية، وربطته بالتشكيل اللساني للغة العربية والإطار السيميائي للأيقونة، هذا الإشعار الذي حقق التزاماً واسعاً من أفراد المجتمع السعودي؛ مواطنين ومقيمين على حد سواء.

هذه الإشكالية أثارت أسئلة عدة منها:

- كيف بدا تعامل وزارة الصحة مع اللغة في جانبها اللغوي والأيقوني؛ بقصد تحقيق الاستجابة المطلوبة من المستفيدين؟
- ما العلامات التي وظفها المشهرو لكسب دعم المستفيدين ومساندتهم؟
- ما علاقة الإشعار في التطبيقات الإلكترونية التي أطلقتها وزارة الصحة السعودية في أثناء جائحة كورونا بثقافة المجتمع السعودي وقيمه وهويته؟

أهمية البحث:

تتلخص أهمية البحث في أنه:

- 1-جديد من حيث الفكرة؛ لأنه لا يوجد - على حد علم الباحثين- دراسة ركزت على الجانب الإشعاري في التطبيقات الإلكترونية التي أطلقتها وزارة الصحة السعودية للتصدي لجائحة كورونا، من ناحية قدرة هذه التطبيقات على دعم أفراد المجتمع سلوكياً، وتوجيههم فكرياً تمهيداً للقيام بالممارسات المطلوبة منهم.

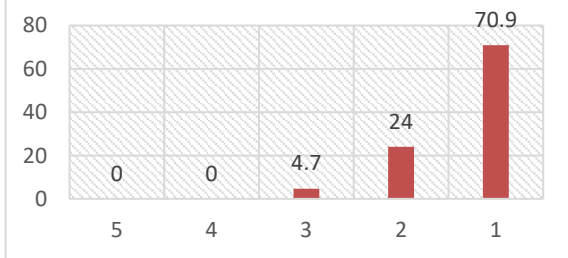
2-يظهر الهوية السعودية في مواجهة الجائحة.

- 3- يمثل دليلاً إرشادياً يمكن أن يعتمد عليه المصممون لتصميم الشعارات الحكومية التي تستهدف أفراد المجتمع.

ومع انتشار فيروس كورونا (كوفيد19) من بؤرة وها، واجتياحه العالم في أسابيع قليلة، وتحول إلى وباء عالمي عطل البنية التحتية للعالم، بدأت المملكة العربية السعودية بتوسيع مجال عملها في البنية التحتية الرقمية لمواجهة الأزمة على الأوسع كفاءة، والحد من تداعيات انتشارها، واستمرار تقديم الخدمات للمستخدمين في جميع المجالات بطريقة آمنة ومتكاملة باستخدام وسائل رقمية متعددة.

وكان القطاع الصحي سباقاً في الاستجابة الفورية لظروف الجائحة، وتوفير حلول رقمية؛ لضمان استدامة الخدمات الصحية للمستخدمين، واستحداث نماذج رقمية استباقية لاحتواء الأزمة في أثناء فترة حظر التجول. وقد أسهم التحول الرقمي (برنامج التحول الوطني في القطاع الصحي 2020)، 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 الواعية للبيئة الافتراضية في تحقيق الهدف المنشود، وهو الحد من انتشار الوباء، إذ أخذت وزارة الصحة في تكثيف التواصل الرقمي مع المستخدمين 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 إشهارياً عبر تطبيقات استحدثت على الهاتف المحمول: (توكلنا، تطمن، تباعد، صحتي)، وهذه التطبيقات أصبحت منذ بداية الجائحة معروفة عند المستخدمين 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 (2)، وهو رمز موافق، وهذا يعني أن الغرض الأكبر من الإشهار، وهو التعريف بالتطبيقات، متحقق بنسبة ممتازة. وأدرك المستخدمون هذا الاهتمام من وزارة الصحة؛ ما ولد عندهم اهتماماً بالتطبيقات، وحرصاً على الالتزام بالتوجيهات لتعديل الممارسات والإجراءات بما يتناسب مع الاستجابة الفورية للظروف الجديدة التي تفرضها الأزمات على ما تبين من السؤال الثاني:

معرفة نوع العلاقة بين أطروحة أرسطو قديماً لأنواع حجج بلاغة الإقناع الثلاث، وهي: الثقة (Ethos)، والانفعال (Pathos)، والمنطق (Logos)، وأطروحة العالم الغربي زكريا السرتي حديثاً للتمثيلات 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 بالتدابير الاجتماعية في سبيل مكافحة انتشار وباء كورونا، وكشفت الدراسة أن العلاقة بين الأطروحتين علاقة تكامل، وأن الخطاب الإقناعي بهيئته الرقمية الحديثة يفتح أمام المرسل والمتلقي آفاقاً جديدة للتعبير والتلقي، كما يتيح للمرسل إمكانات كامنة جديدة لم يكن الخطاب الإقناعي الورقي يتيحها، وأوصت الدراسة بمقاربة الخطاب الرقمي مقارنة أسلوبية.

وثمة دراسة أخرى موسومة ب: (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 يُعد 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 الحالي ومتغيراته، وذلك بالاستعانة بمختلف الأدوات والوسائل المتطورة والتكنولوجيا الحديثة في تنفيذ العمليات والحملات الإشهارية، وكشفت البحث عن الدور الفعال للإشهار الإلكتروني في تحسين أداء المؤسسات، وتحقيق النجاح والأرباح للمستخدمين 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 المستخدمين الذين يبحثون عن منتجاتها أو خدماتها فعلياً، وبالنظر إلى الدراسات السابقة نجد أنهما تختلفان عن الدراسة الحالية هدفاً ومادياً ومنهجياً.

المدخل:

إن التوظيف الفعلي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي من أولويات رؤية 2030، التي جعلت من التحول 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 للمستخدمين بجودة وكفاءة عاليتين.

وفي المصباح المنير "شَهْرَتُهُ بين الناس أْبْرَزَتْهُ، وشَهْرَتْ الحديثُ شَهْرًا وشَهْرَةً أَفْشَتْهُ فَاشْتَهَرَ" (الفيومي، د.ت: مادة شهر). والإشهارُ بهذا المفهوم إيضاحُ الشيء بين الناس وإبرازُهُ لإذاعته والإفصاح عنه، أما اصطلاحًا فيُعرَّفُ بأنه "فُنْ إغراء الأفراد على السلوكِ بطريقةٍ معينة" (عبد الهادي، 2010، ص6). إذ يُوجدُ المشهَرُ السُّئْلُ الكفيلةُ لجعل المستفيدين يبدون استجابةً كبيرةً، والتأثير فيهم سلوكيًا وتنظيميًا. فالإشهارُ إذن يُشكِّلُ "استراتيجيةً إبلاغيةً قائمةً على الإقناع، وتستعملُ لذلك كلَّ وسائلِ الاتِّصالِ الإنسانيِّ من كلمةٍ وصورَةٍ ورمزٍ في أفقِ التأثيرِ في المتلقِّي المستهلكِ، والدَّفْعُ به إلى اقتناء منتج ما" (الصَّافي، 1997، ص6). ونظرًا لأهمية الإشهار فقد استحوذَ على المشهد المعاصر، وغدا جزءًا لا يتجزأ من حياة الإنسان اليومية حتى قيل: "إنَّ الإنسانَ يَنْتَفِسُ الأكسجينَ والنيتروجينَ والإشهارَ" (نوسي، 1991، ص 97).

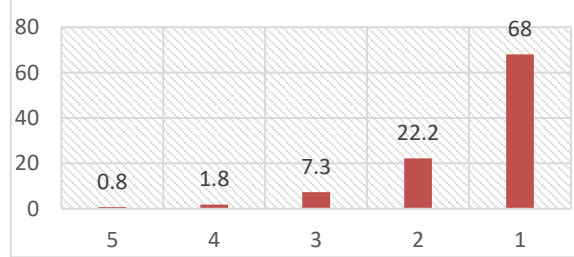
2-التطبيقات الإلكترونية:

هي برامجٌ حاسوبيةٌ مصمَّمةٌ لأداء وظائف للمستخدم، تعملُ بنظامِ التشغيلِ iosأو Andrid، وغيرهما من أنظمة التشغيلِ العائدة إلى الشركات المصنِّعة. والتطبيقاتُ سهلةُ الاستخدام، وغيرُ مكلفة، وقابلةٌ للتَّزِيلِ مجانًا، أو بمقابلٍ ماديٍّ على الأجهزة الإلكترونية؛ لتؤدِّي خدماتٍ للمستخدمين. ويحتوي تطبيق الهاتف المحمول على استخداماتٍ واسعةٍ مثل: الاتِّصال، والمراسلة، والتصفح، والردِّشة، واتِّصالات الشبكات الاجتماعية، والصوت، والفيديو، وما إلى ذلك (Islam&Mazumder, 2010, p. 104)، ولكلِّ برنامجٍ واجهةٌ مصمَّمةٌ له، خاصةً به، والتطبيقاتُ مجالُ الدِّراسة هي أربعةُ تطبيقاتٍ مجانيةٍ مصمَّمةٍ للجوال: (توكلنا-تباعد-تطمئن -صحتي)، وهي التطبيقات التي أطلقتها وزارةُ الصِّحة مع بدءِ جائحةِ كورونا، وترتبطُ بأهدافِ القطاعِ الصحيِّ خصوصًا، تلكَ التطبيقاتُ صُمِّمتُ لتلبيةِ خدماتِ المستخدمينِ بجودةٍ ويسرٍ في ظلِّ الإجراءاتِ الاحترازيةِ التي انتهجتها المملكة العربية السعودية للسيطرة على الجائحة، والحد من انتشارها.

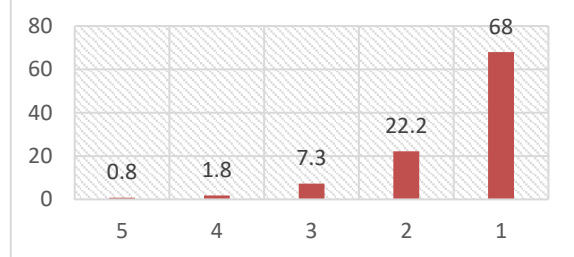
3-جائحة كورونا:

الجائحة: جاح الرَّجُلُ يجوحُ جوحًا إذ هلكَ مالُ أقرْبانه، والجوحُ مأخوذٌ من الهلاك، ورد في لسان العرب "الجَوْحَةُ والجائحة: الشَّدَّةُ والنَّازِلَةُ العظيمةُ" (ابن منظور، 1414: مادة: جوح)، وهي أصلٌ من الجوح والاجتياح أي الاستئصال، وذهب ابن فارس إلى أنَّ (الجيم والواو والحاء) تعودُ إلى أصلٍ واحدٍ، هو الاستئصال. (ابن فارس، 1399هـ، مادة: جوح) وتُجمَعُ على جانحاتٍ وجوانح، وتعني الإهلاك. واصطلاحًا تعني: الانتشارُ العالميُّ لمرضٍ جديدٍ يشملُ العديدَ من الدَّولِ والقاراتِ، ويتحدَّى السيطرةَ عليه، وتُعدُّ منظمةُ الصِّحة العالميةُ صاحبةَ اليدِ العليا في تحديدِ السياساتِ الصحيَّةِ الملائمةِ للتعاملِ مع المرضِ، والحد من انتشاره (المغير، 2020، ص 16). وكلمة "الجائحة"

أرى أن التطبيقات التي أطلقتها وزارةُ الصِّحة للحد من انتشار فيروس كورونا هي من الإجراءاتِ الواجب التعاملُ معها بدقةٍ واهتمامٍ وجديةٍ.

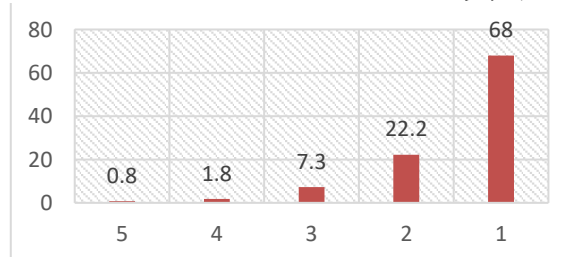


كشفت السُّؤالُ امتنانَ المستخدمين تجاه هذه التطبيقات لوصولِ الرسالةِ الإشهاريةِ المقصودةِ منها. أسهمت التطبيقات التي أطلقتها وزارةُ الصِّحة للحد من انتشار فيروس كورونا بدورٍ فعالٍ في متابعة الحالات، وتقديم الإرشادات والدعم اللازمين.



كان تعاملُ الناس مع التطبيقات التي أطلقتها الوزارة من منطلقِ القناعة والحرص، فليست السلطة التي تدفع إلى التعامل معها سلطةً رسميةً فقط، بل هي سلطةٌ إقناعيةٌ ناشئةٌ عن قناعةٍ تامةٍ بجِدوى هذه التطبيقات في إدارة الحياة في المجتمع السعودي.

وفي السُّؤالِ الرابع: أتعاملُ مع التطبيقات؛ لأتني أقتنعُ بأنها من الإجراءاتِ الاحترازيةِ التي تحميني وعائلتي من العدوى، وتساعدني على اتِّخاذِ الإجراءاتِ الصحيحةِ إن أصبْتُ.



وتؤكدُ هذه النسبةُ العاليةُ أنَّ التطبيقات التي استحدثتها وزارةُ الصِّحة أدت دورًا إشهاريًا مهمًا، وسننتبهُن آلياتِ توظيفِه سيميائيًا بعد أن نفق على مصطلحاتِ البحث.

المبحث الأول: الإطار النظري ومصطلحات البحث:

1-الإشهار:

جاء في لسان العرب "الشَّهْرَةُ وُضوحُ الأمرِ، وقد شَهْرَهُ يَشْهَرُهُ شَهْرًا وشَهْرَةً فَاشْتَهَرَ وشَهْرَهُ تَشْهِيرًا واشْتَهَرَهُ فَاشْتَهَرَ" (ابن منظور، 1414هـ: مادة شهر)،

والموضوع، والمؤول، فالعلامة لها طبيعة مفتوحة، ما يعني أنها أي شيء، من أي نوع: فكرة، وعمل، وشعور، وصورة، وكلمة، ومكتبة. (Gambarato, 2012, pp. 70-69). وعلى حد 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 أهم التقسيمات تقسيم العلامة من حيث الدلالة على الموضوع إلى: الأيقونة، والإشارة، والرّمز. (Chandler, 2007, pp. 38-36).

- الأيقونة: علامة تصويرية تدل على موضوعها فترسمه وتحاكيه، وتشاركه بعض الخصائص المتشابهة. - الإشارة: علامة تشير إلى الموضوع الذي تعبر عنه بواسطة تأثرها الحقيقي بذلك الموضوع، وذلك عن طريق العلاقة السببية التي تربط بينهما، مثل: الذخان المشير إلى النار.

- الرّمز: علامة تشير إلى الموضوع الذي تعبر عنه عن طريق العرف، وغالباً ما يقترن بالأفكار العامة التي تدفع إلى ربط الرّمز بموضوعه، فالرّمز إذن نمط عامّ تعارف الناس وتواضعوا عليها - أي العلامة - مما أدى إلى تسويقها وربطها بموضوع معين، وليس بينها وبين ما تدل عليه أي محاكاة (الأحمر، 2010، ص55). 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 بالتمتع والاستعصاء على الضبط. (بنكراد، 2002، ص 89)

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 يوجه القارئ نحو قراءة محددة، ويربط بين مقاطع النسق الأيقوني المختلفة. (غديري، 2020، ص144)، والاشتغال بالدال لخلق تمثيل تأويلي للمدلول في نسق تداولي لا يكون اعتباطياً؛ لأنه يستدعي عملية إجرائية تستثمر معطيات اللغة الداخلية والخارجية بوصفها نظاماً من العلامات، وإن بدا الأمر اعتباطياً بالنسبة للمسّم فإنّه بخلاف ذلك بالنسبة للاسم؛ إذ تتمركز سيميائية التسمية على مقصدية ذات بُعد إشهاري يقوم على بناء شفرات إيحائية تدفع المتلقي إلى الاعتقاد، بل الإيمان بأن العلامة اللغوية تنتمي إلى الأشياء إن لم تصبح هي الأشياء ذاتها، وهذا يندرج ضمن التشكيل اللساني لعقل المتلقي، ويحتوي على إجراءين: إجراء لغوي، وآخر إقناعي (الزين، 2019، ص 45) و الإجراء اللغوي عملية انتقائية تفيد من المعطيات الداخلية اللغوية والذهنية، وكذلك للسياقات الخارجية؛ بهدف ترويض عقل المتلقي، ومن ثمّ إذعانه، أما الإجراء الإقناعي فيستهدف

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 (30 يناير 2020)، ثم أكدت المنظمة تحوّل المرض إلى جائحة في 11 مارس 2020، والفرق بين المرض والجائحة كبير؛ في سعة الانتشار، وسرعته، والآثار المترتبة. وفي المفهوم الطبيّ تعني الجائحة التفشيّ الوبائيّ لمرض يحدث في منطقة جغرافية واسعة، (مثل عدة بلدان أو قارات)، ويؤثر عادةً في نسبة كبيرة من السكّان.

كورونا: فيروس جديد من نوعه، يسبب متلازمة الجهاز التنفسيّ الشرق أوسطيّ، وهو من الفيروسات التاجية الحادة المرتبطة بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة. (سارس كوف-2)، وهو مجهول السبب إلى الآن، ظهر في أواخر 2019 في مدينة وهان الصينية (خليل، 2013، ص 4-5).

3- السيميائية:

تشير المعاجم العربية، وكتب التفسير، والنصوص الشعرية فضلاً عن القرآن الكريم أنّ (سيميائية) لفظة عربية أصيلة، مشتقة من الجذر (وسم) ، وقع فيها قلب مكانيّ فصارت (سوم) ، وبديل اللفظ على العلامة في مختلف صورها (انظر ابن منظور، 1414هـ، مادة سوم) ، فالوسم يقترن بالتحديد والتميز، وهو علامة على الموسم.

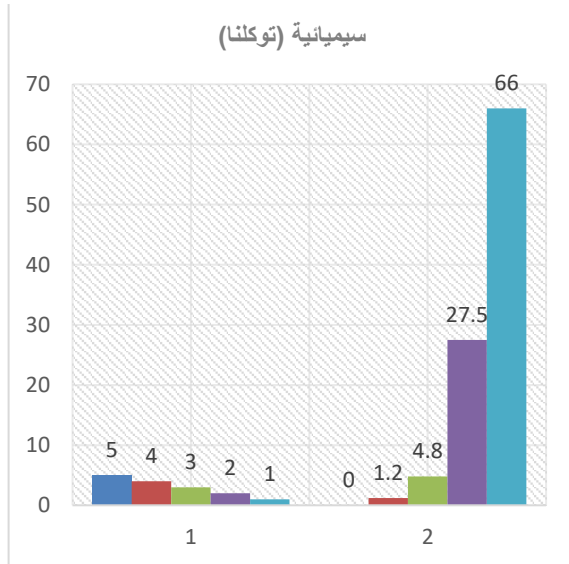
والسيميائية في المفهوم الغربيّ علم يدرس دور العلامات بوصفها جزءاً من الحياة الاجتماعية، ويبحث في كيفية إنشاء الناس للإشارات، وبناء نظام منها، والتواصل عبر هذه القناة (Mehawesh, 2014, p. 252)، فالسيميائية تعدّ العلامة إحدى مجالات الدراسة المثيرة للاهتمام؛ لأنّ جوانب حياتنا اليومية ملأى بالعلامات، مثل: الرّمز، والأيقونة، والإشارة؛ لذلك سيكون من المهمّ تحليلها لفهم المعنى الكامن وراء العلامة (Yakin & Totu, 2014, p. 4)، وبشرّ فرديناند دي سوسور (1857-1913) بهذا العلم في محاضراته في علم اللسانيات إذ يقول: "من الممكن...ابتكار علم يدرس دور الإشارات كجزء من الحياة الاجتماعية...ونرى تسميته السيمولوجيا (دوسوسير، 1982، ص 32). وترسخ السيميائية بوصفه علماً قائماً بذاته على يد الأمريكيّ شارل بيرس الذي وسّع مفهومه ليضمّ جميع المعارف الإنسانية والطبيعية، ويحوّلها إلى علامات، قال: "ليس باستطاعتي أن أدرس أيّ شيء في هذا الكون كالرياضيات، والأخلاق، وعلم النفس، وعلم الصوتيات، وعلم الاقتصاد... إلّا على أنّه نظام سيميولوجي" (هوكز، 1986، ص 113)، 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)،

للتعاون مع الدولة، والتكاتف معها لمواجهة الجائحة يبدأ بيد الوصول إلى الأمان، وتأتي العبارة خطاباً للمشاركين الذين والوعي الجمعي لتحقيق الإقناع، واختار المشتهر إضافة الممارسة المطلوب إنجازها (التوكل) إلى الضمير العائد على جماعة المتكلمين (نا)؛ بهدف تعزيز حس المسؤولية في المخاطب، والكشف عن نوايا المشهور ورؤيته التي يثق فيها متلقو الإشهار، التي تشكل حجاً في السلطة الدينية غير القابلة للدحض الحجاجي، وهذا ما يجعل العلاقة تضامنية بين الطرفين، ويسهم في جعل الخطاب الإشهاري مفيداً وقادراً على الإقناع، ف (نا) المتكلمين مشتركة بين السلطة - وزارة الصحة- والمواطنين والمقيمين، فالجميع لا بد أن يعلم أن هذا الأمر فوق الطاقة البشرية، وليس له من دون الله كاشفة، وهذا يعلق القلوب بمن بيده الأمر كله. وتجلي تحقق الفصد من ذلك من إجابة المستفيدين عن السؤال التالي:

مسمى (توكلنا) يثير في ذهن السامع تفويض الأمر إلى الله، وكذلك يستحضر في عقل السامع مسمى تطبيق أطلقته وزارة الصحة، يوضح الحالة الصحية للمستخدم، ويتيح له الحصول على التصريحات، وكذلك الإبلاغ عن المصابين أو التجمعات المخالفة للإجراءات الاحترازية المعمول بها.



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

2-تطبيق صحتي:

يقدم الخدمات الصحية للأفراد في المملكة العربية السعودية، ويتيح للمستخدم إمكانية الوصول إلى المعلومات الصحية التي أدخلها في التطبيق، ومن أهم الخدمات حجز موعد لإجراء اختبار كورونا (COVID-19)، بعد إجراء التقييم الذاتي لأعراض الفايروس، إضافة إلى خدمات تحديث الفحوصات الحيوية

المساحة الذهنية في عقل المتلقي عن طريق استخدام الكلمات التي تسيطر على عملية التفكير عنده، وتحدث استجابات لفظية إدراكية وسلوكية؛ لتحقيق استجابة إيجابية لما يحمله كلام المرسل. (الزين، 2019، ص 46)

أولاً - الجانب اللغوي:

يعد البحث أسماء التطبيقات التي أطلقتها وزارة الصحة في أثناء جائحة كورونا نظاماً من العلامات ذات بعد إشهاري؛ مقصدته استماله عقل المستفيد تمهيداً لاستجابته. وسيخصص الجانب اللغوي لتتبع العلامة كما درستها بيرس: البعد التركيبي، ويسمى الممثل، والبعد الدلالي، ويسمى الموضوع، والبعد التداولي، ويسمى المؤول. (داني، 2013، ص148)

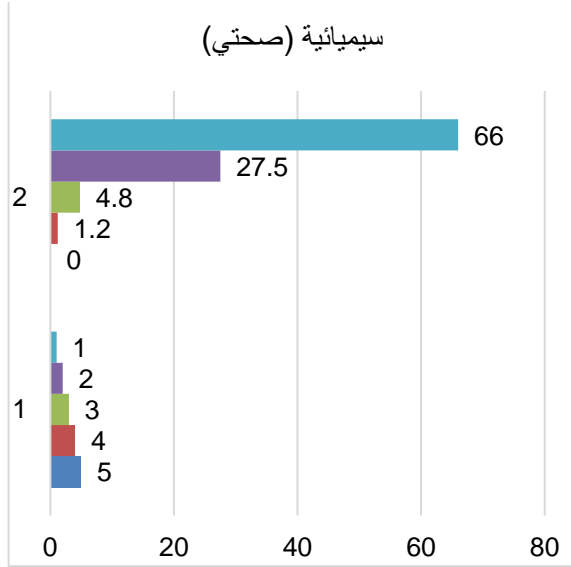
1-تطبيق توكلنا:

تطبيق قامت الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي "سدايا" بإطلاقه لمساندة الجهود الحكومية لمواجهة فيروس كورونا، بهدف إلى الإسهام في إدارة عملية منح التصريحات إلكترونياً، وقد أطلق التطبيق عدة خدمات مهمة تسهم في تحقيق العودة الآمنة للحياة جراء انتشار فيروس كورونا، أبرزها توضيح الحالة الصحية لمستخدم التطبيق باستخدام الأكواد الملونة بأعلى درجات الأمان والخصوصية.

أ-الممثل: توكلنا: وزنه (تفعلنا)، فعل ماضٍ ثلاثي، مزيد فيه حرفان بينهما الفاء، والزيادة فيه لاتخاذ، جذره (وكل) معتل مثال، أصله (توكل)، التقى فيه مثلان هما الكافان، الأولى ساكنة فادغمت في الثانية، وهو إدغام صغير واجب، ورد في صيغة الماضي المعلوم منسوباً إلى ضمير الجمع المتكلم (نحن).

ب-الموضوع: الوكل: الذي يكمل أمره إلى غيره، ويقال: قد اتكل عليك فلان وأوكل عليك فلان بمعنى واحد. ويقال: قد أوكلت على أخيك العمل أي خليته كله. ورجل وكلة إذا كان يكمل أمره إلى الناس. ومن أسماء الله تعالى الوكيل، وهو المقيم الكفيل بأرزاق العباد، وحقيقته أنه يستقل بأمر الموكول إليه. وفي التنزيل العزيز: " لا تتخذوا من دوني وكيلاً". (الإسراء:2) والمتوكل على الله: الذي يعلم أن الله كافل رزقه وأمره فيركن إليه وحده، ولا يتوكل على غيره، ووكل بالله وتوكل عليه واتكل استسلم إليه. (ابن منظور، 1414، مادة وكل) ومن دلالات هذا الفعل اللجوء إلى الله تعالى، والاعتماد عليه، وتفويض الأمر إليه ثقة به، والاطمئنان إلى أنه الكافي وحده في كل ما يهم العبد من أمور دينه ودنياه، ويقرن التوكل بضرورة الأخذ بالأسباب لاستجلاب المنافع ودفع المضار.

ج- المؤول: سيميائية العلامة اللغوية للتطبيق فيها استنهاض للهمة، وتحريك للزيمة، وإشارة إلى العمل الدؤوب، والأخذ بالأسباب انطلاقاً من المعنى الذي ينطوي عليه مفهوم التوكل الصحيح في الشرع، وفي ذلك خطاب إرشادي توجيهي تضامني موجّه إلى عقل المواطن وضميره، ومحرك للعاطفة الدينية المقدسة عنده، وما يترتب عليها من شحنات انفعالية، محفزة



من ارتفاع نسبة الإجابة بموافق بشدة من المشاركين في الإجابة عن سؤال الاستبانة يتبين أن هذه الوظيفة لوزارة الصحة ظاهرة للمستفيد، وباعثة الأمل بالصحة والعافية والشفاء.

3- تطبيق تباعد:

يُعدُّ تطبيق (تباعد) وسيلة لإشعار المخالطين للمصابين بفيروس كورونا المستجد، إذ يمكن للأفراد تحميل التطبيق واستخدامه؛ لتحقيق الغاية الصحية والسلامة المتوخاة عبر إشراك الأفراد في السيطرة على تفشي جائحة فيروس كورونا المستجد، إذ يرسل التطبيق بيانات معرفة ممهدة إلى الجوال الذكية المستخدمة للتطبيق التي سُجِّلَتْ في أثناء فترة الاختلاط بمصاب فيروس كورونا المستجد، مصحوبة ببيانات أجهزة الأشخاص المصابين مع الحفاظ على كامل خصوصية المستخدمين.

أ- الممثل: تباعد: وزنها (تفاعل)، اسم ثلاثي مزيد فيه حرفان بينهما الفاء، صحيح الآخر، مذكر مجازي، وهو اسم جنس معنوي جامد، مصدر تباعد يتباعد.

ب- الموضوع: البُعد: خلافُ القُرب. بُعد الرُّجُل، بالصِّمِّ، وبُعد، بالكسر، بُعدًا وبُعدًا، فهو بعيدٌ وبُعدًا، وجلسْتُ بعيدةً منك وبعيدًا منك؛ يعني مكانًا بعيدًا، وربما قالوا: هي بعيدٌ منك أي مكانها، وقال الأصمعي: أتانا فلانٌ من بُعدٍ أي من أرضٍ بعيدة. ويقال: إنه لئو بُعدة أي لئو رأيٍ وحزم. (ابن منظور، 1414هـ، مادة: بعد)

ج- المؤول: سيميائية العلامة اللغوية للتطبيق، تتضمن إشهارًا توجيهيًا تذكيريًا، توعويًا جادًا، هذا فضلًا عن أنها إحدى صيغ التحذير المستخدمة في اللغة، هذا الإشهار جاء بصيغة النكرة الموحية بنبرة التحذير الصارم والأمر الذي لا مجاله فيه ولا تهاون، وتوظيفه بصيغة المصدر جعله غير مقيد بزمن، فالتباعد يجب أن يتحقق دائمًا، في أي زمان ومكان، وبصيغة تشاركية، فالحرص على تحميل التطبيق يجب أن يتشارك فيه

ومتابعها، وتتبع الأدوية المصروفة، كذلك استعراض الإجازات المرضية ومشاركتها، وغير ذلك من خدمات متعلقة بصحة الفرد والأسرة، وزيادة الوعي الصحي.

هذه المنصة تُقدِّم بإشراف وزارة الصحة في المملكة العربية السعودية امتدادًا لرسالتها في تطوير مستويات الرعاية الصحية المقدمة وخدماتها.

أ- الممثل: وزنها (فعلتي)، اسم ثلاثي مجرد، صحيح الآخر، مؤنث مجازي، اسم جنس معنوي جامد، مصدر صحَّ يصح، والتاء فيه للتأنيث اللفظي، والياء ياء المتكلم.

ب- الموضوع: صحح: الصُّحُّ والصَّحَّةُ والصَّحاحُ خلافُ السُّقْمِ، وذهابِ المرَضِ؛ وقد صحَّ فلانٌ من علته واستصحَّ، والمصحُّ الذي صحَّت ماشيته من الأمراض والعاهات، وأرضٌ مصحَّةٌ ومصحَّةٌ بريئة من الأوباء صحَّحة لا وباء فيها، ولا تكثر فيها العِللُ والأسقام (ابن منظور، 1414هـ، مادة: صحح).

ج- المؤول: سيميائية العلامة اللغوية للتطبيق تلفت الانتباه إلى أمر مهم جدًا لكل إنسان، إنه (الصحة) في زمن انتشار الوباء، فالعلامة اللغوية دقيقة التوظيف، تحيل إلى المسؤولية الفردية باعتماد الاستراتيجية التلميحية، إذ تضمن اسم التطبيق سلسلة من التوجيهات والإرشادات التي تجعل المستفيد يلم الخطاب الإشهاري بنفسه؛ لإدراك الرسالة المقصودة، مثل: صحتي: مسؤوليتي...صحتي: أمانة...صحتي: تاج على رأسي...صحتي في أتباعي لإجراءات الاحترازية...،

صحتي من أولويات حكومتي...، إن دلالات الاسم تنطوي على توجيه وإرشاد وتوعية؛ ليكون كل مواطن على قدر كبير من المسؤولية، فمهما حرصت الدولة وسعت للحفاظ على صحة المواطنين فلن يتحقق الهدف المرجو في مواجهة الجائحة إن لم ينبع الاهتمام من الشخص نفسه، فإضافة الصحة إلى ضمير المتكلم تذكير له بأنه المسؤول أولاً وأخراً، وإن كانت رسالته الظاهرة ربط المستفيد بوزارة الصحة، لكن الدلالة الضمنية توحى بأن 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.

عزّلوا صحياً، ومتابعة حالتهم الصحية باستمرار، وبقدّم التطبيق الكثير من الخدمات لجميع المستخدمين، مثل حجز موعد لإجراء فحص فيروس كورونا وغيره من الخدمات المتنوعة.

أما التحليل السيميائي لإشهار (تطمّن) فهو من حيث: أ- الممثل: فعل أمر، مصدره تطمّن، 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. وطمأن الرجل اطمأنناً وطمأنينته أي سكن، ذهب سبويه إلى أن اطمأن مقلوب، وأن أصله من طمأن الطمن، بالفتح: الساكن، كالمطمئن، وطمأن إلى كذا اطمأنناً وطمأنينته، وهو مطمئن، وذلك مطمأن (ابن منظور، 1414، مادة: طمّن).

"طمّن يطمّن، تطميناً، فهو مُطمّن، والمفعول مُطمّن، طمّنه الطبيب: طمأنه، أدخل إلى نفسه السكينة" (عمر، 2008، ص 1413)

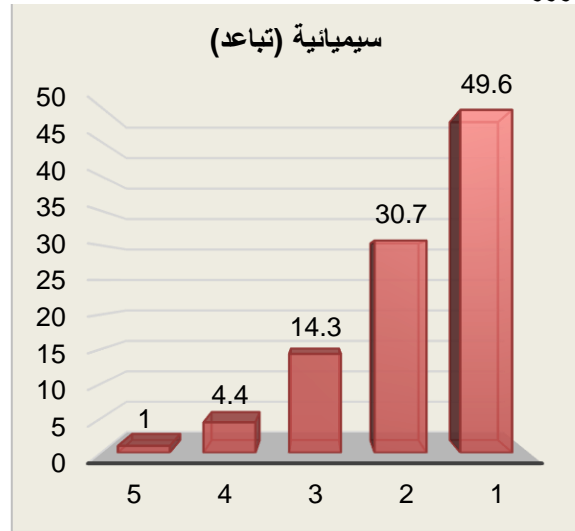
ج- المؤول: وظّف الاسم سيميائياً في التطبيق للإقناع بالتضمين بوساطة كلمات مفتاحية تنطوي على الكثير من الرسائل الضمنية والتوجيهات لضمان حضور الجمهور: النفس والذهني، ولفت انتباهه بطريقة تدفعه إلى إقامة حوار داخلي وذهني مع نفسه، ومن ثمّ يعكس أثر ذلك الحوار على سلوكه، فيخضع لتعبات تلك الكلمات ورسائلها الضمنية بنفس راضية وقناعة.

فالتطبيق "تطمّن" فيه إشهار تضامني، وكأنه نوع من التربيّة على الكتف والاحتواء النفسي لجذب الجمهور، وإشاعة روح السكينة، ويمكن تضمين تلك الكلمة مجموعة من الرسائل التضامنية، وتقريب المسافة بين السلطة (الدولة) والجمهور، تطمّن: أنت لست وحدك ونحن معك (مبدأ التعاون)، تتضمن الرسالة إشعاراً بوجود أمر غير طبيعي لكنه ليس خطراً؛ لأنّ ثمة من يعمل من أجلك ولحمائك فاطمّن، ومن المسمّى يتضح أنّ هدف هذا التطبيق يتسق مع تسميته؛ لذا وجّه هذا السؤال للمستفيدين:

مسمّى (تطمّن) 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 تعافيهم.

المصاب وغير المصاب، وكأنّ المستفيدين من الإشهار يستشعرون في طيات المستوى الصوتي نبرة توجيهية من رجل الأمن، وهو يبتهم بنبرة حادة، ويوجههم بصوت مرتفع أمراً ومحدراً: "تباعد... تباعد"، إنه خطاب إشهاري يفرغ السمع، وينبه ذهن المستفيد، ويسلّز الطاعة لا الاستمالة فقط؛ لأنّ المستفيد يستشعر أنّ في إهمال مقتضاها - الالتزام بالإجراءات - عقاباً أو نتيجة وخيمة، والمحقر على السلوك المطلوب هنا يعتمد على استمالة التخويف، أي إنّ مضمون الإشهار يشير إلى النتائج غير المرغوبة المترتبة على عدم قبول المستفيد توصيات المشهور؛ وأمثال تلك الاستمالات تنشط درجة معينة من التوتر العاطفي، وزيادة خوف المستفيد (رشتي، 1978، ص 465). والرسم البياني أدناه يوضّح الإجابة عن السؤال الآتي:

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



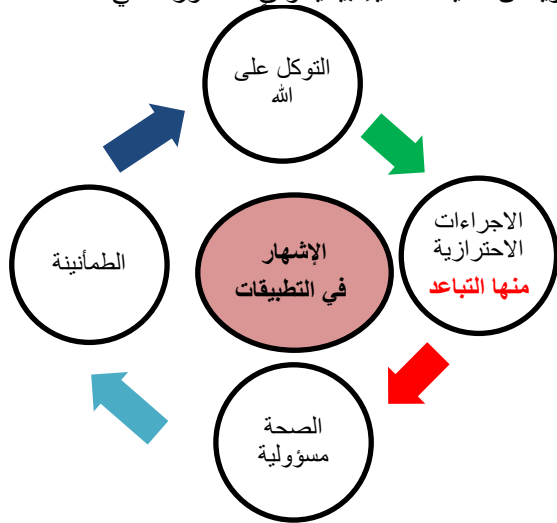
وتصدّر موافق بشدة وموافق وبدرجة كبيرة موافق نتائج السؤال، وهي وإن كانت في المنحى المرتفع فإنّ نزول نسبة موافق بشدة في هذا التطبيق عن سابقه (توكّلنا) (وصحّي) سببه أنّ تحميله على الأجهزة الذكية ليس ملزماً، ولم يترتب على عدم وجوده أية مساءلة وقت الأزمة كما هي الحال في (توكّلنا)، فضلاً عن أنّه لا يُستخدم للوصول إلى الخدمات الطبية كما في (صحّي)، إضافة إلى ذلك فإنّ في اعتماد التطبيق توجيهها مباشرة لسلك جديد لم يألفه المجتمع السعودي في الحالات الاعتيادية، فالمجتمع ميّال بطبعه إلى التواصل والقرب، ويرى ذلك من الصلّة الواجبة شرعاً.

4 - تطمّن:

تطبيق إلكتروني تابع لوزارة الصحة في المملكة العربية السعودية، ويهدف إلى تعزيز التزام جميع من

على الموثوقية نظراً لمصدرها الذي اتّصف بالمصداقية ودقة الإنجاز، ولذلك نجد أنّ لاسم التطبيق تأثيراً على ذهن المستفيد حسب الوصف الذي حدّده الاستبيان لكل تطبيق من هذه التطبيقات. وثمة ارتباط بين معرفة الناس للتطبيقات واقتناعهم بها والاسم المطلق على كل تطبيق، وعند مفاضلة أسماء التطبيقات وجدنا أنّ اسم (توكلنا) من أكثرها تأثيراً على الناس، إذ حظي باهتمام حالات العينة عند الحديث عن الاسم وتأثيره، فكانت قيمة معامل الارتباط له هي الأعلى بين المعاملات وبالنسبة لكلّ من متغيرات الدراسة، يليه تطبيق (صحتي)، ثمّ تطبيق (تظمن)، ويأتي تطبيق (تباعد) في نهاية القائمة؛ لأنّه يوجّه توجيهاً مباشراً إلى سلوك جديد، يتنافى مع سلوكيات أفراد المجتمع في الحالات الاعتيادية، فالمجتمع ميالٌ بطبعه إلى التواصل والقرب، ويرى ذلك من الصلّة الواجبة شرعاً. وهكذا نجد أنّ الإشهار عبر النظام السيميائي للغة أثر تأثيراً مباشراً في الأفراد، فجعلهم داعمين للسلطة المشهورة على المستويين الاعتقادي والسلوكي.

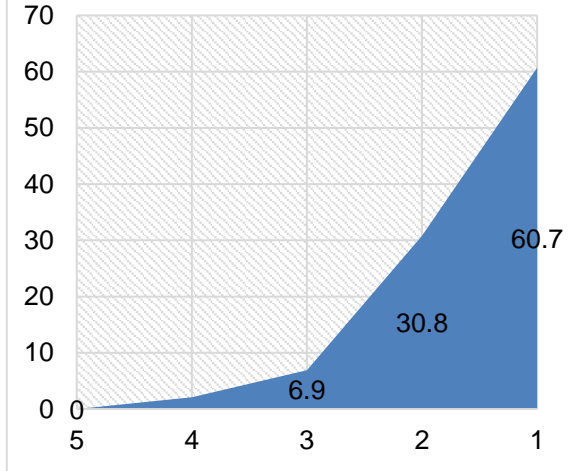
وختاماً لهذه الفقرة نجد أنّ البعد الإشهاري وظف الجانب اللغوي توظيفاً لسانياً لتشكيل عقل المستفيد، وجذبه واستمالته للحدّ من انتشار فيروس كوفيد(19)، ويمكن تمثيل العملية بيانياً وفق التصور الآتي:



ب- الجانب الأيقوني:

يُكرّس الإشهار المكوّن الأيقوني: من صورة وشكل ولون في سبيل بلوغ الهدف المنشود، وتحقيق القيمة الإقناعية، والأيقونة بالترجمة الحرفية مشتقة من كلمتين يونانيتين، وتعني كتابة الصورة (أبو العينين، 2015، ص6). و للنسق الأيقوني في العملية الإشهارية أهمية كبيرة نظراً لما له من وظيفة جمالية، ووظيفة توجيهية (غديري، ٢٠٢، ص 144)، فهي تتجاوز عملية التسويق، يقول سعيد بنكراد: "إنّ ما تقدّمه الإرسالية الإشهارية ليس منتجاً، إنّهُ انتماء إلى قيم

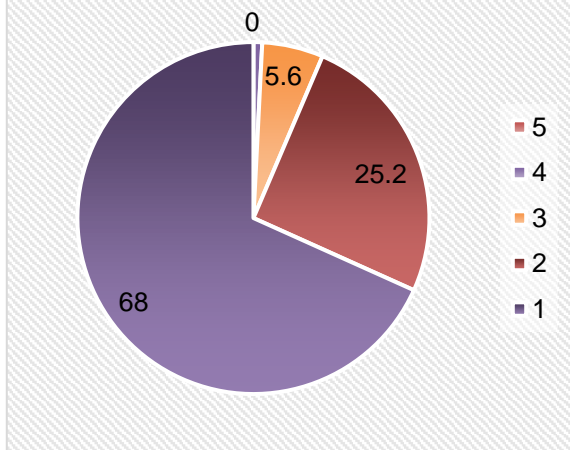
سيميائية (تظمن)



وما يزال المنحنى يصعد بارتفاع نسبة موافق بشدّة وموافق، وهذا يعني أنّ الرّسالة النفسية وصلت للمستفيدين من التطبيق.

وهكذا نجد أنّ سيميائية الاسم في التطبيقات الأربعة لم تكن اعتباطية، وبدت العلامة تكاملية بين الممثل والموضوع والمؤول. والسؤال الآتي يؤكد تحقّق الوظيفة الإشهارية عبر النظام السيميائي للتسمية، وقد وافق المستفيدون بدرجة مرتفع جداً عليه. والسؤال هو: تتّصف أسماء التطبيقات (توكلنا- تباعد- تظمن- صحتي) الآن بعد تفشّي الأزمة بالألفة لتكرارها يومياً، والموثوقية بمصدرها، والحذر من انتشار الوباء.

سيميائية الألفة والموثوقية في أسماء التطبيقات



يتبيّن من الرّسم البياني أنّ أسماء التطبيقات (توكلنا- تباعد- تظمن-صحتي) تتّصف الآن بعد تفشّي الأزمة بالألفة؛ بسبب التعامل اليومي معها، وحازت

والعرب تقول: "طعنة حمراء، والطعنة ليست حمراء على وجه الحقيقة، وإنما هي صفة غلبت على الطعنة لارتباطها بما تتركه من أثر، وهو مسيل الدم بغزارة، أي إنها طعنة نافذة يتبعها نزيف شديد" (خليل، 2006 ، ص447).

ويهذا يتناسب اللون الأحمر مع الألم لارتباطه بالجائحة، أما اللون الأخضر فيعد من أكثر الألوان استقراراً في دلالاته، إذ ارتبط بالخصب الذي يبعث على التفاؤل، وتقول العرب: اللهم اجعل علينا سنة خضراء. (عمر، 1997، ص 210-211). واللون الأخضر في المستوى الأيقوني يوحي بأن التعاون واتخاذ الإجراءات الاحترازية سينتهي بالجهود إلى الأمان، أما الصورة الثانية فيتميز اللون الأخضر فيها بالوفرة والإشباع، وهذا يحيل إلى الواقع الذي وصلنا إليه، فهو يشير إلى الرضا التام والراحة المطلقة؛ لأن الأشخاص الذين يفضلون اللون الأخضر يكونون في الغالب متكيفين جيداً من الناحية الاجتماعية ومتحضرين. (بيرين، 2017، ص164) ، فقد بدأ الشعب يزداد وعياً، ويعي أهمية الاحترازية والدفع بعجلة الحياة للعودة إلى الحراك (بعون الله) بالتزامه واحترازه. وغالباً ما يرمز اللون الأخضر إلى الصحة والأمان. (Mohebbi, 2014, p. 100) ، وأما الإشهار الأهم الذي هدفت إليه وزارة الصحة فيتعلق بمكونات الصورة، وهما الفضاء والتشكيل، ففي كلتا الصورتين شكّل اللون الأبيض فضاء للصورة ليقوم مقام التأطير، ويرمز إلى الخير والتفاؤل والخلق القويم. (عمر، 1997، ص 207) ، ولمكان الرمز في الوسط دلالاته أيضاً؛ إذ يعزّز سيميائية الاسم، فالتوكّل يتساوى في انتهاجه سلوكاً وقيماً الحكومة والأفراد، ويتضامنون في ممارسته، ويتساوون في جني ثماره، وهذا يقوي سياسة المملكة في الوسطية وتوسط الصورة واجهة التطبيق يضمن معاني إيجابية كثيرة، بورثها أن توازناً في الرؤيا يحكم سياسة المملكة في الرخاء والشدة.

2-تطبيق صحتي



يُمثل المكوّن الأيقوني في تطبيق (صحتي) مجموعة من العناصر البصرية (الصورة، والشكل، واللون، والظل، والتأليف الداخلي) ويعمد عن طريقها المشهور إلى إعادة صياغة سيميائية المكوّن اللغوي صياغة أيقونية، ففي المستوى السطحي نجد نسفاً بصرياً يحتوي علي رمز (صح) ، وتشكّل الصورة علامة رمزية تدل على الموافقة على أن الصحة مسؤوليتي. وبالتعمق في الصفات التشكيلية تبدو العلامة البيروية وقد جمعت بين الرمز والأيقونية، فالشكل الأيقوني بدا وكأنه يورشف للخدمات الصحية المتعددة التي يقدمها التطبيق للأفراد الذين يتمتعون بحس المسؤولية، ويسجلون بياناتهم بأنفسهم لمتابعة صحتهم. وتمثل

تحدّد للفرد وضعاً اجتماعياً يميزه عن آخرين أو يوهمه بذلك" (بنكراد، 2006 ، ص9)

وتأتي أهمية الصورة في المكوّن الأيقوني من نواح عدة، أولها: إثارة حاسة البصر ومركزية البصر؛ لذلك تبدو "الأكثر نشاطاً، والأكثر تنوعاً، والأكثر فائدة من بين جميع الحواس الجسدية (Parker, 1876, p. 104) فالإشارات المرئية يمكن معالجتها بسرعة؛ إذ إن الرؤية نفسها تتطلب الحد الأدنى من الجهد الذهني، ما يعني أن البصر هو أهم قناة حسية (Kauppinen-Räisänen, 2014, pp. 669-670) على جذب الانتباه (Kauppinen-Räisänen, 2014, pp. 665) ، وأثبتت الدراسات والبحوث أن المجتمعات تتخذ الألوان الملائمة لوضعها؛ لتستطيع التأثير بواسطتها في المتلقين، وجعلها لغة تعبير، ودلالة تمهيدية بصرية للفكرة يسقط بها المشهور ما في النفس بنسب أيقوني تتشكل علاماته من الألوان والأشكال والفضاء تشكلاً سيميائياً. والألوان الأساسية عند العرب هي "التي أطلقوا عليها أسماء خاصة بها من غير حاجة إلى الدمج والمزج والتكريب ستة ألوان هي: الأبيض والأسود والأحمر والأزرق والأخضر والأصفر، عدا مجموعة أخرى من الأسماء، إما أن تكون صفات لهذه الألوان الأساسية....." (خليل، 2006 ، ص443).

1-توكّلنا

بداية الجائحة بعد السيطرة على الجائحة



الصورة الأولى : تمثل المرحلة الأولى لإطلاق التطبيق، والصورة الثانية تمثل التطبيق بعد نزول عدد الإصابات نزولاً ملحوظاً، والصورة على المستويين السطحي والعميق نسق بصري يحتوي على إشارة (صح) ، وتشكّل الصورة علامة رمزية كما نظر إليها بيرس، فالعلاقة بين الرمز ومدلوله ارتباطية متواضع عليها، فهي إشارة تدل على الموافقة، أو أن شيئاً قد تم، وهي من العلامات وحيدة الدلالة، أي لا يمكن أن تحيل إلا على مدلول واحد ووحيد، فقد تمّ التواضع عليها عرفياً لثبوتها في العالم، وفي كلتا الصورتين جاءت العلامة سميكة من الناحية البصرية؛ لتحقيق وظيفة الترسخ، وكان تلاماً دلاليّاً فرضه الإشهار؛ لتمثيل العلاقة الارتباطية بين ما توحى به العلامة الرمزية وما يحمل من دلالة فكرية وسلوكية وقيمية. ومن العوامل الموظفة في الإشهار اللون، فقد اختلف بين المرحلتين، وهذا يؤكد أن اللون قيمة إيجابية في ترسيخ الهدف المنشود من العلامة الرمزية، ففي الصورة الأولى أبرز اللون الأحمر والأخضر الرسالة الإشهارية بوضوح؛ إذ تركّز الأحمر في أعلى الرمز، فالخطر في الذروة،

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 إيحاءً بالحركة في التصميم. (عيسى، 209، ص 13) ويتحدّد مسار الحركة بالتباعد السريع عن مصدر الخطر الذي بدا أكبر في الأيقونة.

هكذا أدى اللون وظيفة تحذيرية وضحت المعنى المباشر للتأثير النفسي، كما أن المشهور "استثمر الأشكال بوصفها وحدات داخل لغة بصرية لها قواعدها التركيبية والدلالية" (بنكراد، 2003، ص 94) إذ تمثل الدائرة العالم الروحي للمشاعر (بنكراد، 2003، ص 94)، واستخدمت وسيلة رمزية للإنسان في ضوء المفهوم التجريدي للأشكال؛ لتحقيق حيز جسماني بنظام العلامات الرمزية للإنسان المصاب أو السليم، والتوازن المائل إيحاءً 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 دلالتهم" (بنكراد، 2003، ص 94)، وهي لا تعبر عن الشيء مباشرة، بل تُبرز الوضعية المقصودة داخل أيقون الصورة المتموضع بشكل مائل إيحاءً بأن التوصل 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.

4-تظمن



اختار المشهور التشكيل الخطي واللون ليشكلا رسالة إقناعية عبر التطبيق، وبقراءة المستوى السطحي للخط نرى أنه يعبر عن المعنى باستخدام خط ليس من الخطوط العربية التراثية، ويطلق عليه المحسوبة ويندوز وماكنوتش على برامج التصميم، وفي المستوى العميق للخط يمكن التركيز على الجوانب التشكيلية للخط (مظهره البصري) و(اللون)، فالمظهر التشكيلي للحرف يمكن قراءته سيميائياً بوصفه مثيراً رمزياً للعلامة اللغوية، وهذا ما يمكن تسميته تلفيظاً أيقونياً. (خاين، 2010، ص 142)، يتجسد عبر طريقة

الأيقونة في شكل مستطيلات مختلفة الأطول دلالة على أن ثمة بناءً متاليًا للخدمات، تتصف كلها بالإحاطة والشمول. وما يثير هذه الرمزية في الأيقونة خلؤها من الزوايا الحادة في جانبها الخارجي الذي بدا أقرب إلى الشكل البيضوي أو نصف دائري، وكذلك نجد أن الأشكال وُظفت توظيفاً متوازناً، تلميحاً إلى الانسيابية والتسهيل في تفعيل الخدمات من قبل الشخص وتقديمها من قبل المشهور، وأضفى التدرج اللوني للأزرق بين الفاتح والمعتم والأزرق المخضّر تماسكاً على الصورة، وبعثاً لإحساس الهدوء والطمأنينة. واختيار الأخضر المزرق خياراً أولياً يشير إلى الثبات الطبيعي والديمومة والمثابرة، حيث يرغب هؤلاء الأشخاص في الأمان، ويشير الأزرق الغامق إلى الإنجاز، والعزيمة، والنظام، وحالات السلام. (بيرين، 2017، ص 156).

والبعد الإشهاري في المكون الأيقوني يصور جهود وزارة الصحة التي تقاوم بنبات واستمرار الجائحة وما يطرأ على الوباء من مستجدات بعمل مدروس 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 الثابتة، أما فضاء الصورة فشغله اللون الأبيض الذي يندرج ضمن نسق الصحة لارتباطه بالنظافة والمستشفيات، وكذلك يرتبط بتقديم الرعاية الصحية، فهو اللون الذي يرتديه الأطباء وطاقم التمريض، ويدل تموضع العلامة الأيقونية في الوسط على أن الخدمات الصحية في متناول المجتمع، وهي على مسافة واحدة من أفراد 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، 2003، ص 88-89).

3-تباعد:



شكلت صورة التطبيق فضاءً واسعاً لإنتاج الدلالة، واستكمال إرسالية سيميائية المكون اللغوي ضمن مجموعة من المعطيات بوصفها علامة (شاطو، 2013، ص 50)، إذ يتضمن أيقون الصورة لونين أساسيين؛ الأخضر والأحمر، والخلفية بدت قاتمة. وهذا التلوين 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

مناسبة للبيئة الإسلامية، كما أن تكرار اللونين الأخضر والأبيض قد جاء لهدف معين، فقد تكرر اللون الأبيض والأخضر بشكل رئيس في تطبيقي (توكلنا- وتطمن)، ويشكل هذان اللونان هوية المملكة لارتباطهما بالهوية الوطنية والهوية الإسلامية، وقد ألفتها عين المستفيد، وانجذبت إليهما، كما تظهر نتائج الاستبانة، وهذه (الألفة- الميل) الخاصة باللونين الأبيض والأخضر وظفت بشكلٍ جديٍّ ومدروسٍ إسهاريًا عبر استراتيجيات عدة منها: التلميح والتصريح والتوجيه سعيًا لضمان التفاف أفراد المجتمع حول السلطة لتجاوز آثار الجائحة التي سببت انهيارًا 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، والوسط 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 تقديرًا 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 الاستبيان، ويوجد ارتباط بين معرفة الناس للتطبيقات واقتناعهم بها والصورة المعبرة عن التطبيق.

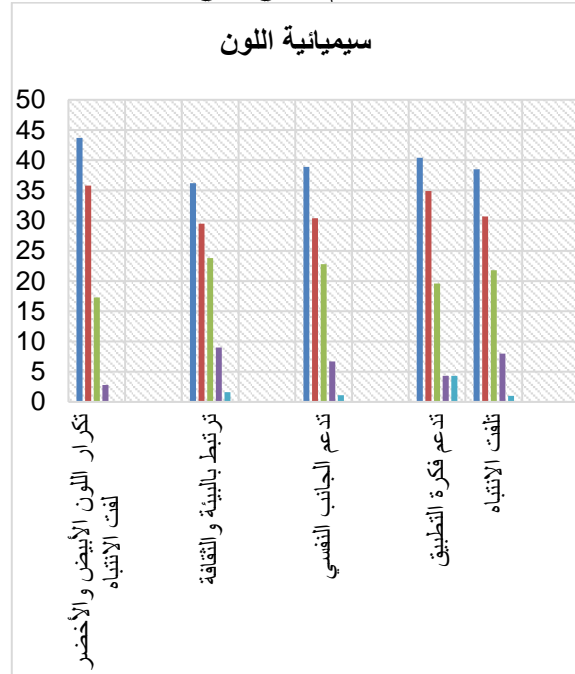
الخاتمة:

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

- 1- يعدُّ الإشهار من أهم أساليب الفعل الدعائي الإقناعي؛ إذ يشغل بصناعة فكرية وثقافية وافية على الدال خلق تمثيل تؤولي للمدلول، وعبر سيرورة هذه العملية تمارس اللغة وظائفها.
- 2- اتسم الإشهار في تطبيقات وزارة الصحة بشقيه اللغوي والأيقوني بالطلاق اللغوية والفكرية عبر الألفة والعمق، ما أسهم في إخراج الرسالة الإشهارية من حيز الكمون إلى حيز التجلي والممارسة؛ لتحقيق الهدف المنشود.
- 3- سيميائية الأسماء لم تكن اعتباطية، فقد استندت إلى مرجعية دينية في (توكلنا)، وعززت الجانب النفسي في (تطمن)، وأثارت حس المسؤولية والمبادرة في (صحتي)، وغلبت الجانب السلطوي في (تباعد)، فالإشهار جاء متكاملًا في الاعتقاد والسلوك.
- 4- المكون الأيقوني لم يأت اعتباطيًا، 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 (تطمن)؛ لأنه لا يتسق مع الرسالة الإشهارية التي قصدها المشهر.

التأليف بين أوصال الحروف ومفاصل الكلمة، وحركة الخط وانسيابيته أفقيًا، وتوزع الخط على امتداد الرقعة كاملة بشكل يبدو أقرب إلى الاستطالة التي من رمزيتها الرحابة والاتساع. والبعد التأويلي لسيميائية الخط المستخدم بدا حيويًا، ويبرز في النفس التفاعل، ويرمز إلى التعاضد والتداخل، وكان الحروف تتواشج لإشاعة جو الطمأنينة، إذ تمثل الخطوط الأفقية الثبات والتساوي. (رفيق، 2014، ص 251) ويحضر اللون الأبيض لونا للكتابة لتهدأ كل مشاعر القلق والخوف، وتتحرك دلالة الطمأنينة لتلقي بظلالها على خلفية بلون فيروزية مكون من الأزرق والأخضر، ومن دلالتهما المتفق عليها الهدوء والاستقرار؛ ما يجعل فضاء اللون يقود نحو معنى مستقى مسبقًا متواضع عليه يطبع الأفكار بالإيجابية، ويخفف من الإجهاد العقلي والتعب والشعور بالوحدة التي تترتب على العزل المنزلي، وبهذا حقق الحرف واللون بعدًا سيميائيًا، كون الإشهار فيه خطابًا حيويًا مليًا بالتفاؤل.

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



تناولت الاستبانة خمسة أسئلة تتعلق باللون في التطبيقات باعتماد متغيرات أطلق عليها (لفت الانتباه، ودعم فكرة التطبيق، والدعم النفسي، والارتباط بالبيئة الإسلامية، وتكرار اللون جاء لهدف معين)، وحسب نتائج الاستبانة وجدنا أن قيم المتوسط الحسابي لكل من المتغيرات الأربعة تقترب من الرقم (2)، 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 أنها تلفت الانتباه، وتدعم فكرة التطبيق، وبأن لها أثرًا نفسيًا، وهي

دي سوسير، فرديناند. (19829)، *فصول في علم اللغة العام*، ترجمة: أحمد الكراعين، الإسكندرية: المطبعة العصرية.

رشتي، جيهان أحمد. (1978)، *الأسس العلمية لنظريات الإعلام*، ط2، القاهرة: دار الفكر.

رفيق، أمينة. (2014)، *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. (2019)، *التشكيل اللساني لعقل المتلقي: دراسة لسانية بينية في قواعد تشكيل القنوات*، الأردن: مجلة دراسات العلوم الاجتماعية والإنسانية، مج(46)، ع(4)، (145-156).

شاطو، جميلة. (2013)، *النزعة الأيقونية و تطبيقاتها في السيميائيات المعاصرة*، رسالة ماجستير، الجزائر: جامعة وهران.

الصافي، محمد. (1997)، *الخطاب الإشهاري والدعاية السياسية*، المغرب: مجلة علامات، ع(7)، (70-76).

عبد الهادي، أحمد إبراهيم. (2010)، *إدارة الحملات الإعلانية*، ط1، بنها: مركز التعليم المفتوح. عمر، أحمد عمر. (1997)، *اللغة واللون*، ط2، القاهرة: عالم الكتب.

عمر، أحمد مختار. (2008)، *معجم اللغة العربية المعاصرة*، أحمد مختار عمر، ط1، القاهرة: عالم الكتب.

عيسى، طلعت. (2009)، *مذكرات في الإعلان كتابة وتصميم*، غزة: كلية الآداب-قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية.

أبو العينين، محمد ياسين. (2015)، *الأيقونولوجيا والتحويلات السيميائية في مجال التصميم*، جامعة الزقازيق: مجلة كلية الآداب، ع(72)، (219-254).

غديري، كريمة. (2020)، *الخطاب الإقناعي في الإشهار الجزائري*، الجزائر: مجلة الخطاب والتواصل، ع(7)، (140-153).

ابن فارس، أبو الحسين أحمد. (1399)، *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.

المعير، محمد عبد ربه. (2020)، *جائحة كورونا فرصة لتحقيق العدالة الإنسانية*، مجلة الدراسات الاستراتيجية للكوارث وإدارة الفرص، برلين: المركز الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والاقتصادية، مج(2)، ع(5)، (12-20).

ابن منظور، أبو الفضل محمد بن مكرم. (1414)، *لسان العرب*، ط3، بيروت: دار صادر.

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

5- 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 المهمات المنوطة بها، وهذا بدوره يسهم في تنشيط الأبحاث البينية بين التخصصات.

المصادر والمراجع:

الأحمر، فيصل. (2010)، *معجم السيميائيات*، ط1، الجزائر: منشورات الاختلاف، والدار العربية لبنان: بيروت.

بنكراد، سعيد. (2006)، *سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهارات والتمثيلات الثقافية*، المغرب: أفريقيا الشرق.

بنكراد، سعيد. (2003)، *السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها*، الدار البيضاء: منشورات الزمن. بنكراد، سعيد. (2002)، *مفاهيم في السيميائيات*، ط17، المغرب: علامات.

بيرين، فيبر. (2017)، *الألوان والاستجابات البشرية*، ترجمة: صافية مختار، مراجعة: محمد إبراهيم الجندي، (د.ط)، المملكة المتحدة: مؤسسة هنداوي.

خاين، محمد. (2010)، *فاعلية العلامة الأيقونية في التواصل الإشهاري*، محمد خاين، المعرفة: الدراسات والبحوث، ع(563)، (133-151).

خليل، إبراهيم محمود. (2006)، *ألفاظ الألوان ودلالاتها عند العرب*، الأردن: مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج(33)، ع(3)، (441-457).

خليل، أمال حلمي سليمان. (2013)، *فيروس كورونا الجديد* "متلازمة الشرق الأوسط التنفسية" دراسة في الجغرافيا الطبية، رسائل جغرافية، جامعة الكويت: كلية العلوم الاجتماعية، (1-54).

داني، محمد. (2013)، *في ماهية السيميائيات والصورة*، المغرب: semart، مج(1)، ع(1)، (145-156).

- Kauppinen-Räisänen, 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.

- نوسي، عبد المجيد. (1991)، *الخطاب الإشهاري مكوناته وآليات اشتغاله*، مجلة الفكر العربي المعاصر: مركز الإنماء القومي، ع (84-85)، (96-87)
- هوكز، ترانس. (1986)، *البنوية وعلم الإشارة*، ترجمة: مجيد الماشط، ط1، 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.

الملحق:

استبيان عن التطبيقات التي أطلقتها وزارة الصحة في المملكة العربية السعودية في أثناء جائحة كورونا
السلام عليكم ورحمة الله وبركاته :

عزيزتي/ عزيزتي نود أن نطرح عليك بعض الأسئلة حول أرائك في تطبيقات وزارة الصحة -توكلنا- تباعد- تظمن- صحتي - التي استحدثت بوصفها نوعاً من الإجراءات الاحترازية للحد من تفشي جائحة كورونا، والتقليل من آثارها السلبية على المملكة العربية السعودية في المجالات كافة.
رأيك مهم للغاية وسيستغرق إكمال هذا الاستبيان من 7-10 دقائق تقريباً. إجابتك ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.
هذا الاستبيان للبالغين من العمر 18 سنة فما فوق فقط، وللذين يجيدون 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 الافتتاح بأهميتها					
لا أوافق بشدة	لا أوافق	صحيح إلى حد ما	أوافق	أوافق بشدة	العبارات
5	4	3	2	1	1- أرى أن التطبيقات التي أطلقتها وزارة الصحة للحد من انتشار فيروس كورونا هي من الإجراءات الواجب التعامل معها بدقة واهتمام وجدية.
5	4	3	2	1	2- أعرف التطبيقات التي أطلقتها وزارة الصحة للحد من انتشار فيروس كورونا.
5	4	3	2	1	3- أسهمت التطبيقات التي أطلقتها وزارة الصحة للحد من انتشار فيروس كورونا بدور فعال في متابعة الحالات وتقديم الإرشادات والدعم اللازمين.
5	4	3	2	1	4- تعامل مع التطبيقات ؛ لأنني أفتنع بأنها من الإجراءات الاحترازية التي تحميني وعائلتي من العدوى، وتساعدني على اتخاذ الإجراءات الصحيحة إن أصبت .
السؤال الثاني: سيميائية الاسم					
5	4	3	2	1	1 - مسمى(توكلنا) يثير في ذهن السامع تفويض الأمر إلى الله، وكذلك يستحضر في عقل السامع مسمى تطبيق أطلقته وزارة الصحة يوضح الحالة الصحية للمستخدم، ويتيح الحصول على التصاريح، وكذلك الإبلاغ عن المصابين، أو التجمعات المخالفة للإجراءات

					الاحترافية المعمول بها.
5	4	3	2	1	2- 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
5	4	3	2	1	3- مسمى (تظمن) يثير في ذهن السامع السكينة والهدوء، وكذلك يستحضر في عقل السامع تطبيق أطلقته وزارة الصحة؛ يهدف إلى تقديم الحماية والرعاية الصحية للمواطنين والمقيمين المحالين على العزل المنزلي، أو الحجر الصحي، بما يضمن سلامتهم، ويعزز من إجراءات تعافيهم.
5	4	3	2	1	4- 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.
5	4	3	2	1	5- تتصف أسماء التطبيقات (توكلنا- تباعد- تظمن-صحتي) الآن بعد تفشي الأزمة بالآفة لتكرارها يومياً، والموثوقية بمصدرها، والحذر من انتشار الوباء.
السؤال الثالث: سيميائية اللون					
5	4	3	2	1	1- الألوان المستخدمة في تصميم التطبيقات (توكلنا- تباعد- تظمن-صحتي) لفتت انتباهي.
5	4	3	2	1	2- الألوان المستخدمة في تصميم التطبيقات (توكلنا- تباعد- تظمن-صحتي) تدعم فكرة التطبيق.
5	4	3	2	1	3- الألوان المستخدمة في تصميم التطبيقات (توكلنا- تباعد- تظمن-صحتي) تدعم الجانب النفسي.
5	4	3	2	1	4- الألوان المستخدمة في تصميم التطبيقات (توكلنا- تباعد- تظمن-صحتي) ترتبط بالبيئة والثقافة الإسلامية.
5	4	3	2	1	5 تكرار اللون الأخضر والأبيض في التطبيقات (توكلنا-تباعد-تظمن-صحتي) جاء لهدف معين.
السؤال الرابع: سيميائية الصورة					
5	4	3	2	1	1 - الصورة في التطبيقات (توكلنا- تباعد - صحتي) جذابة.
5	4	3	2	1	2- تتصف الصورة التي على التطبيقات (توكلنا- تباعد - صحتي) بالبساطة والعمق في المعنى.
5	4	3	2	1	3- انتهت إلى أن الصورة في تطبيقات (توكلنا وتباعد وصحتي) في الوسط.
5	4	3	2	1	4- 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 : 18-24/25-39 / 40-60 / أكثر من 60

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.