

ISSN/ 2788-9777



المجلة العلمية بجامعة سيئون

مجلة علمية محكمة- نصف سنوية-، تعنى بنشر البحوث العلمية في مجالات العلوم الإنسانية والتطبيقية. تصدرها نيابة الدراسات العليا والبحث العلمي

المجلد الثالث العدد الثاني ديسمبر ٢٠٢٢م

تداولية الإشهار في شعارات وزارة الصحة السعودية

هند بنت سعيد بن عبدالله القحطاني*

ملخص:

يتخذ هذا البحث من الإشهار في شعارات الصحة السعودية مدونة في ضوء المنهج التداولي، كونها احتلت فضاء التواصل اللغوي في وقتنا الراهن؛ فأثرت الباحثة الوقوف عليها بالتحليل وربط الدرس البلاغي بالواقع. وليكون عمل البحث منتجاً، ارتأت الباحثة تطبيق المنهج التداولي؛ للكشف عن كفاءة الأفعال الكلامية، وما تحمله من قوى ومقاصد في كل من الأفعال الإنجازية، والأفعال التأثيرية، واستنباط الكفاءة الإيحائية المتمثلة في الإيجاز والصورة المجازية التي أسهمت في نجاح العملية التواصلية وقد توصلت الباحثة في الختام إلى نتائج من أهمها:

تراوحت الأفعال الإنجازية في شعارات الصحة السعودية ما بين إخباريات وتوجيهات والتزاميات، وكان الحظ الأوفر للإخباريات والتوجيهات، الغنية بالدلالات والمقاصد التي ترمي إلى إحداث تغيير في سلوك المتلقي؛ للحفاظ على صحته.

وقد اكتست شعارات الصحة السعودية قوة إيحائية مصدرها الغموض الناتج عن الإيجاز، الذي كان له أثر كبير في إثراء المعاني، وشد انتباه المتلقي؛ لمعرفة ما وري تلك الشعارات من أغراض ومقاصد، وإيقاظ همته نحو الهدف المنشود.

الكلمات المفتاحية: التداولية، الإشهار، الشعارات، الصحة السعودية.

*باحثة دكتوراه ، جامعة الملك خالد ، كلية العلوم الإنسانية، قسم اللغة العربية وآدابها

**The deliberativeness of Advertising in
The Slogans of The Saudi Ministry of Health**

Hind Saeed Abdullah Al-Qahtani*

Abstract:

This research takes the publicity of the Saudi health slogans blogged in the light of the deliberative approach, as it occupied the space of linguistic communication at the present time, so the researcher preferred to stand on it with analysis and link the rhetorical lesson to reality In order for the research work to be productive, the researcher decided to apply the deliberative approach; To reveal the efficiency of verbal acts and the forces and intentions they bear in each of the achievement actions, and the impact actions, and to derive the suggestive competence represented in brevity and metaphorical image that contributed to the success of the communicative process At the end, the research reached the most important results: Achievement actions in Saudi slogans ranged from informative, directive, and commitment, and this was the most abundant of information and directives, flowers, connotations, and purposes aimed at changing the health of the recipient's behavior; to maintain his health The Saudi health slogans have acquired an suggestive power, stemming from the ambiguity resulting from the brevity, which played a major role in enriching meanings and drawing the attention of the recipient. To find out what was behind those slogans of indicators and purposes.

Keywords: Deliberative, advertising, slogans, Saudi health.

*PhD researcher, King Khalid University, College of Humanities, Department of Arabic Language and Literature

المقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيد المرسلين نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين، أما بعد: تعد اللغة ظاهرة لسانية اجتماعية ذات نظام تواصلية، مما جعلها تشكل نواة لدراسات وبحوث متنوعة تكثف النظر في ظواهرها اللسانية بغية الوصول إلى تحليل مستساغ، فكان من أهم نتائجها المقاربات اللسانية الحديثة التي تباينت طرق تناولها للغة، والذي عليه العمل في هذا السياق (المقاربة التداولية) التي نجحت في مقارنة الدرس اللغوي بمستعمليه في السياقات والمقامات المختلفة. ومن خلال هذه المقاربة يأتي موضوع هذا البحث المعنون ب (تداولية الإشهار في شعارات وزارة الصحة السعودية).

ولعل اختيار الباحثة لهذا الموضوع نظرا لتزايد الاهتمام بشعارات وزارة الصحة السعودية في وقتنا الراهن فأثرت الباحثة الوقوف عليها بالتحليل وربط الدرس البلاغي بالواقع، فضلا عما تحمله الشعارات من قوى وكفاءات تداولية متعددة؛ يجعلها مادة خصبة وثرية للبحث والتنقيب عن مقاصدها ودلالاتها، كما تكمن أهميته في فتح آفاق الباحثين لإنجاز مقاربات بحثية في شعارات وزارات أو مؤسسات أخرى. وبمقتضى ما تقدم؛ فإن

غاية هذا البحث الإفادة من تقنيات المقاربة التداولية للكشف عن القوى الإنجازية والتأثيرية وما تحمله من مقاصد ودلالات، واستجلاء كفاءات التواصل الإيجائية في بعديها المتمثل في الإيجاز والتصوير المجازي.

ومن هنا يحاول البحث الإجابة عن بعض التساؤلات الآتية: ما مفهوم الإشهار؟ وما عناصره الأساسية؟ وما مفهوم الشعار؟ وما خصائصه؟ وما مفهوم التداولية؟ وكيف نشأت التداولية؟ وما أهميتها؟ وما أبرز مباحثها؟ وكيف تجلت الأفعال الإنجازية في شعارات الصحة السعودية؟ وكيف وظفت الصحة السعودية الأفعال التأثيرية في الشعارات؟ وما آليات الإيجاز في شعارات وزارة الصحة وما دلالتها ومقاصدها التداولية؟

وبالنظر إلى الدراسات السابقة لم تعثر الباحثة على دراسات تناولت شعارات الصحة السعودية، بيد أن هناك شعارات تمت دراستها بالمنهج التداولي، ومنها ما يأتي:

1(المقاربة التداولية في شعارات الحراك الجزائري، عيشور خديجة، وهارون حياة، شهادة ليسانس، كلية الآداب واللغات، جامعة أكلي محند أولحاج بالبويرة، الجزائر، 2019م _ 2020م.

تناولت هذه الدراسة شعارات الحراك الجزائري، وقد

- قامت على فصلين مسبقة بتمهيد، جاء في الفصل الأول حديث عن التداولية من حيث نشأتها، وأبرز أعلامها، وأشهر المبادئ والمفاهيم التداولية، أما الفصل الثاني فقد عني فيه بالجانب التطبيقي تحت عنوان: مقارنة تداولية في شعارات الحراك الجزائري، وقد ضم أربعة مباحث هي: الإشارات، الافتراض المسبق، الاستلزام الحوار، الأفعال الكلامية، ثم ختم بأبرز النتائج.
- (2) المستويات اللغوية في الشعارات السياسية للحراك الجزائري دراسة تداولية، حولة العمري، وفاطمة مشاني، شهادة الماجستير، كلية الآداب واللغات، جامعة أكلي محمد أولحاج بالبويرة، الجزائر، 2019م _ 2020م.
- قامت هذه الدراسة على مقدمة وفصلين، وقد خصص الفصل الأول للجانب النظري وفيه تناول: المستويات اللغوية، ومفهوم الشعار السياسي، ومفهوم الحراك، وعرض تاريخي لأحداث الثورة الجزائرية، ثم تناول مفهوم التداولية ومهامها، وحديث عن أفعال الكلام، ثم ركز في الفصل الثاني على الجانب التطبيقي، وفيه تناول بالتحليل نماذج مختارة في المستويات اللغوية للشعارات السياسية، وعن أنواع الفعل الكلامي فيها، وآليات الحجاج في تلك الشعارات.
- (3) الشعارات المرفوعة في الحراك الشعبي الجزائري دراسة تداولية، صبرينة لعمامري، رسالة ماجستير، كلية الآداب واللغات، جامعة مواد معمّر تيزي وزوز، الجزائر، 2019_2020م.
- اعتمدت الدراسة على شعارات الاحتجاج في الثورة التونسية واليمنية والليبية والمصرية، وقد قامت على مبحثين: الأول تحدثت فيه عن أهم المصطلحات: الخطاب، والاحتجاج، والسياق، والتداولية، والحجاج، والشعار، وفي المبحث الثاني تناول الجانب التطبيقي خطاب الاحتجاج في الشعارات الثورية ومعالجتها من خلال المنظور التداولي الحجاجي.
- (4) خطاب الاحتجاج في الشعارات الثورية مقارنة تداولية حجاجية، أميمة صبحي خليل، بحث منشور، مجلة كلية الآداب للغويات والثقافات المقارنة أين؟ ع2، مج2020، 12م.
- قامت هذه الدراسة على مقدمة وفصلين، وقد خصص الفصل الأول للجانب النظري وفيه تناولت: مفهوم التداولية ومباحثها، وحديث عن نظرية أفعال الكلام، ثم حديث عن نظرية الحجاج اللغوي، ثم ركزت في الفصل الثاني على الجانب التطبيقي، وفيه تناولت مفهوم الحراك الشعبي وسياقاته، ومن ثم تحليل الشعارات الحجاجية

تحليلاً حجاجياً، ومن ثم تناولت القيمة التداولية للشعارات، ثم ختمت بأهم النتائج.

(5) الخطاب الإشهاري في النص الأدبي دراسة تداولية، مريم مُجَدِّ الشنقيطي، دار الفيصل الثقافية، الرياض، 1440هـ.

قامت هذه الدراسة على ثلاثة فصول مسبقة بمقدمة تحدثت فيها عن مفهوم الخطاب الإشهاري ومفهوم النص الأدبي، وقد جاء في الفصل الأول حديث عن أشكال الخطاب الإشهاري، وفيه تناولت الباحثة التقرير الأدبي وصوره، ومعارض الكتب ودور النشر، والمهرجانات والمناسبات الأدبية، أما الفصل الثاني فقد عني فيه بوسائل الخطاب الإشهاري، وقد ضم الأفعال الكلامية، والأفعال الإسنادية، والأفعال الإنجازية، والأفعال التأثيرية، والأساليب الحجاجية، وحديث عن السلم الحجاجي، والعوامل والروابط، والاستعارة الحجاجية، بينما الفصل الثالث تناول فيه الاشتغال البصري في الخطاب الإشهاري، وقد ضم أربعة مباحث هي: الأيقونة التلغرافية، والتشكيل الخطي، والبياض، والإخراج الطباعي، ثم ختمت بأبرز النتائج.

(6) الخطاب الإشهاري في قناة الشروق مقارنة تداولية، منى مخالفة، ومريم يسعد، رسالة ماجستير، كلية الآداب واللغات، جامعة مُجَدِّ الصديق بن يحيى جيجل، الجزائر، 1441هـ_1442هـ.

قامت هذه الدراسة على ثلاثة فصول، أما الفصل الأول فقد ركز على الخطاب بين الفكر العربي والغربي، وقد ضم فيه مبحثين تطرق فيهما عن: مفاهيم عامة عن الخطاب في

الثقافتين العربية والغربية، ثم مقابلاته وعناصره وأنواعه، وحديث عن مقاربات تحليل الخطاب، أما الفصل الثاني فقد تطرق لحديث عن الإشهار، ومن ثم تناول مسألة الإشهار التلفزيوني ووسائله وإيجابياته وسلبياته، أما الفصل الثالث فقد ركز فيه على الجانب التطبيقي، وفيه حديث عن: قناة شروق الجزائرية، وتحليل لنماذج من إشهارات هذه القناة، ثم ختم بأبرز النتائج.

وبالنظر إلى الدراسات السابقة تبين العلامة الفارقة بينها وبين هذه الدراسة من خلال عناوينها، والاختصاص بشعارات وزارة الصحة السعودية.

هذا وقد نُحِجَت في الدراسة منهجاً وصفيًا تحليلاً، يستند إلى المنهج التداولي، وعلى ضوء ذلك انتظمت الدراسة في مقدمة وتمهيد، تحدثت فيه عن الإشهار، ثم عن التداولية من حيث نشأتها، وأهميتها، وأبرز مباحثها، ثم قسمت الدراسة على مبحثين: الأول تناولت فيه كفاءة الأفعال الكلامية في شعارات وزارة الصحة السعودية، والآخر تحدثت فيه عن كفاءة التواصل الإيحائي في شعارات وزارة الصحة السعودية، ثم ختمت بملخص وفيها أبرز النتائج.

وختاماً

سأل الله الشفاء لجميع مرضى المسلمين، وأن يديم عليهم

الصحة والعافية، وأن يحفظ بلادنا من كل سوء ومكروه

التمهيد

أولاً: الإشهار

الإشهار في اللغة من أشهر يشهر إشهارا فهو مُشهر، والشهرة في المعاجم العربية تأتي بمعنى وضوح الأمر وظهوره وبيانه؛ إذ ورد ذلك في لسان العرب مادة شهر: " الشهرة: ظهور الشيء في شئ حتى يظهره الناس... الشهرة وضوح الأمر"⁽¹⁾، وفي الصحاح ورد كالآتي: " والشهرة: وضوح الأمر، تقول شهرت الأمر من باب قطع"⁽²⁾.

أما في الاصطلاح فقد "جنحت بعض تعاريف الإشهار إلى اعتباره مصطلحا يشير إلى كل إعلان تكون أولى غاياته أن يضمن شراء السلع أو الإقبال على كل أنواع الخدمات الممكنة المؤدى عنها مقابل نقدي، وهو أثناء ذلك يمارس تأثيرا جماليا وأديبا وسيكولوجيا على الناس من أجل تحقيق غايات تجارية. ويتضمن هذا الهدف مجالين أساسيين: المجال الأول خاص بالتعريف بالسلعة أو الخدمة والمجال، الثاني خاص بدفع الناس إلى الإقبال على الاقتناء أو قبول الخدمة أو الأفكار المعروضة للبيع"⁽³⁾.

إذاً الإشهار في أصله وسيلة تعبيرية لتمرير الخطاب وإقناع الآخر بقبول العرض، ويمكن القول بأنه عملية اتصالية بين طرفين أساسيين، مرسل منتج ومتلق مستهلك، له خصوصيته السيميائية والتداولية؛ لإقناع المتلقى من خلال توظيف الأنظمة اللسانية والأيقونية⁽⁴⁾. وتمثل الأنظمة اللسانية البنية اللغوية التي تعتمد على الشعارات والعبارات المختصرة التي تحمل دلالات هادفة، بينما الأنظمة الأيقونية تتكون من عدد من العناصر السيميائية كالصورة والصوت واللون وطريقة الأداء والإشارات والاماءات⁽⁵⁾ وعلى وفق ماثيو قيदार فإن النص الإشهاري في بنيته اللسانية اللغوية يتكون من ثلاثة عناصر أساسية، هي:

- 1/ التسمية وتتضمن: (اسم العلامة، واسم المنتج)،
- 2/ النص التحريري: ويعنى به تتابع الجمل المنطقية للتأثير على المتلقى⁽⁶⁾، 3/ الشعار: يعرف قيदार بأنه جملة موجزة وملفتة للانتباه، من حيث التعبير، يبدو وكأنه بنية مستقلة وقد يظهر على هيئة عنوان، كما أن له مكانة ووضع خاص داخل النص الإشهاري.

ويتميز الشعار الإشهاري بجملة من الخصائص تشكل في: بساطة الأسلوب، وكثافة الدلالة، والإيجاز، وترسيخ اسم المنتج من خلال ربط الشعار باسم المنتج، واعتماد الخاصية الشعرية في الشعار من خلال توظيف المحسنات البديعية⁽⁷⁾، وشموليته فلا يختص بفرد بعينه.

من خلال ما تقدم يمكن القول بأن الإشهار وسيلة لغوية تواصلية لها غاياتها، يتحكم بها المتكلم للتأثير على المتلقى

أما اصطلاحاً: فقد استقر مصطلح التداولية في المعاجم اللسانية الغربية في بدايات القرن العشرين، فجاءت عند شارل موريس سنة 1938م تبحث في العلاقة بين العلامات ومستعملها⁽¹¹⁾، وعند فيليب بلانشيه: "تعني باستعمال اللغة وتهتم بقضية التلاؤم بين التعابير الرمزية والسياقات المرجعية والمقامية والحديثية والبشرية"⁽¹²⁾، ولقد عدد جورج يول مجالات اختصاص التداولية في جملة من التعريفات ترمي إلى كونها تدرس المعنى الذي يقصده المتكلم في سياق ما، يصنع تأويل المتلقي من معني؛ لإدراك أكثر مما يقال، وبحكمه التباعد النسبي بين المتكلم والمتلقي⁽¹³⁾.

والحديث يطول ويتعدد في مفهوم التداولية؛ لكونها تشغل اهتمام المناطقة والسيميائيين والفلاسفة والسوسولوجيين والبلاغيين وعلماء التواصل واللسانيين وغيرهم؛ فتتنوع تبعاً لذلك مصادرها المعرفية، فضلاً عن تداخلها مع علوم أخرى، فضلاً عن تعدد المصطلح العربي المقابل للأجنبي حيث ضم مجموعة مصطلحات منها: البرجماتية، والتداولية، أو المقامية، أو السياقية، أو الذرائعية، أو النفعية أو غيرها⁽¹⁴⁾، إذن يمكن القول بأن التداولية تعني بدراسة مقاصد اللغة المتداولة في سياق ومقام ما، والأثر الناتج عنها.

من خلال توظيف أدوات لغوية (لسانية)، وأخرى غير لغوية (أيقونية)، لضمان نجاح الخطاب وتحقيق غاياته. كما يشكل الشعار الإشهاري أهم مكونات البنية اللغوية اللسانية للخطاب؛ لما يتميز به من بلاغة وجمال يتمثل في البساطة والإيجاز وتوظيف المحسنات البديعية؛ مما يجعل الخطاب يرسخ في ذهن المتلقي ويسهل تداوله؛ لهذا تعد الشعارات مادة غزيرة للدرس التداولي.

ثانياً: التداولية

التداولية في اللغة من دال يدول تداولاً فهو متداول وجذره دول، إذ ورد عند الزمخشري: "دول: دالت له الدولة، ودالت الأيام بكذا...، والله يداول الأيام بين الناس مرة لهم ومرة عليهم...، وتداولوا الشيء بينهم، والماشي يداول بين قدميه: يراوح بينهما"⁽⁸⁾، كما جاء في لسان العرب: "تداولنا الأمر: أخذناه بالدول...، ودالت الأيام أي دارت...، وتداولته الأيدي: أخذته هذه مرة وهذه مرة"⁽⁹⁾ وفي المعجم الوسيط: "أدال الشيء جعله متداولاً، داول كذا بينهما: جعله متداولاً تارة لهؤلاء وتارة لهؤلاء، ويقال: داول الله الأيام بين الناس: أدارها وصرفها"⁽¹⁰⁾، من خلال التعريفات السابقة نستشف أن المعنى اللغوي يدور عن التناوب والتبادل والتناقل والتراوح.

نبذة موجزة عن نشأتها:

نشأت التداولية بغية معالجة التقصير الذي أحدثته البنيوية المتمثل في إهمالها السياق الخارجي ورد فعل المتلقي⁽¹⁵⁾، حيث كانت بدايتها تعود إلى 1938م عندما ميز شارلز موريس في مقال بين مختلف الاختصاصات التي تعالج اللغة وهي: علم التركيب، وعلم الدلالة، وأخيرا التداولية⁽¹⁶⁾ ومع ذلك لم يتسع لها البحث العلمي⁽¹⁷⁾، ثم تبلورت وتطورت وأصبحت ذات معالم في العقد السابع من القرن العشرين على يد أوستين وسيرل وجرايس⁽¹⁸⁾.

ثالثا: أهمية التداولية

تكمن أهمية التداولية في دراستها للمنجز اللغوي بمستوياته الثلاثة التركيب والدلالة والتداول، وتبعا لعناصر الرسالة (المرسل، السياق، المرسل إليه) في إطار التواصل الذي بدوره يهدف إلى إحداث عملية الفهم والإفهام في سياق ومقام معين، ومن ثم معرفة تأثير السياقات على نظام الخطاب المنجز⁽¹⁹⁾، كما أنها تبحث الكيفية التي تنتج خطابا ناجعا، وما يحتاجه المرسل أو المرسل إليه من معارف لغوية وثقافية واجتماعية..، فضلا عن كونها ملتقى لمختلف العلوم والاختصاصات الفلسفية واللسانية والنفسية...⁽²⁰⁾.

رابعا: أبرز مباحث التداولية

يكاد الباحثون يجمعون على أن التداولية تقوم على دراسة طائفة من القضايا تشكلت في: الإشارات، ومتضمنات القول، والاستلزام الحواري، والأفعال الكلامية، ونظرية الملاءمة، والحجاج⁽²¹⁾. وبناء على ذلك فإن هذه القضايا تحملنا إلى كيفية توظيف اللغة لضمان نجاح العملية التواصلية وهو غاية الخطاب الإشهاري، الذي يعد لب هذا البحث من خلال تتبع شعارات وزارة الصحة السعودية.

المبحث الأول

كفاءة الأفعال الكلامية في شعارات وزارة الصحة السعودية

تعد أفعال الكلام المرجع الذي انطلقت منه اللسانيات التداولية، حيث ارتبطت اللغة بإنجازها الفعلي في الواقع، ولتكتسب اللغة الخصوصية الإنجازية لا بد أن تكون الأفعال الكلامية ذات كفاءة تداولية تواصلية، ويتم ذلك من خلال امتلاك المتكلم قوى لغوية، ومنطقية، ومعرفية، وإدراكية، واجتماعية؛ لإنجاح الخطاب وتحقيق غاياته⁽²²⁾. إن نظرية أفعال الكلام كانت وليدة دراسات قدمها جون أوستين واستأنفت من بعده على يد تلميذه سيرل⁽²³⁾، وقد رأى أوستين أن الفعل الكلامي يتركب من ثلاثة أفعال، هي: 1/ فعل الكلام (الفعل اللفظي):

إن الأفعال الإنجازية تعد ركيزة من ركائز الخطاب الإشهاري؛ لكونها تشكل ممارسة فعلية للغة، فالإشهار يوجه المتلقي نحو السلعة، فتفاوت استجابة المتلقي وفقا لتصوره للعالم الداخلي والخارجي، ومن ثم تتحول اللغة إلى ممارسات اجتماعية وثقافية وسلوكية.

ومن ظواهر الأفعال الإنجازية في شعارات وزارة الصحة السعودية وفقا لتصنيف سيرل، قول:

- "الوزن الصحي صحة لضغط الدم" (28).

- "الشفاء من السرطان ليس بعيد المنال" (29).

- "نطعم أولادنا لنحمي بلادنا" (30).

- "لصحة قلبك.. اجعل بيتك صحية" (31).

- "بدون يمنالك لا عدمنالك" (32).

- "وازن حياتك وحنا نساعدك" (33).

- "المريض أولاً" (34).

تحمل هذه الشعارات كفاءة إنجازية تنتمي إلى فئة الإخباريات: التي تعنى بوصف واقعة معينة بإخلاص وصدق، وكذلك فئة التوجيهات: ويعنى بها الرغبة الصادقة في توجيه المخاطب إلى فعل شيء معين، وكذلك فئة الالتزامات: والذي يلتزم فيه المتكلم بفعل ما في المستقبل (35)، حيث تسعى هذه الأفعال إلى توعية المجتمع الإنساني، إذ يتضمن شعار "الوزن الصحي صحة

"هو النطق ببعض اللفاظ والكلمات أي إحداث أصوات على أنحاء مخصوصة متصلة على نحو ما بمعجم معين، ومرتبطة به و متمشية معه وخاضعة لنظامه" (24)، 2/ قوة فعل الكلام (الفعل الإنجازي): "هو ما يؤديه الفعل اللفظي من معنى إضافي يكمن خلف المعنى الأصلي" (25)، 3/ و لازم فعل الكلام (الفعل التأثري): وهو ما يحدثه الفعل الإنجازي من أثر على إحساسات المخاطب وأفكاره وتصرفاته (26).

ولأن الأفعال الكلامية تمثل سمة واضحة في شعارات وزارة الصحة السعودية؛ فقد تناولها البحث بالتحليل لاستنتاج ما تحمله من معانٍ إنجازية وتأثيرية.

أولا الأفعال الإنجازية

جعل أوستين الأفعال الإنجازية؛ لارتباطها بمقاصد المتكلم التي بدورها تعد مركزا للفعل الكلامي، وقد قدم تصنيفا للأفعال الكلامية على أساس قوتها الإنجازية، في خمسة أصناف هي: أفعال الأحكام، أفعال القرارات، أفعال التعهد، أفعال السلوك، أفعال الإيضاح، من ثم جاء جون سيرل وطور نظرية أوستين وقدم تصنيفا للأفعال الإنجازية بديلا لما قدمه أستاذه، تشكل في خمسة أصناف، هي: الإخباريات، والتوجيهات، والالتزامات، والتعبيريات، والإعلانيات (27).

لضغط الدم" رسالة توعوية إشهارية تحمل دلالة تقريرية مؤكدة باسمية الجملة للحث والترغيب على الوقاية من السمنة لتفادي الإصابة بارتفاع ضغط الدم.

وعلى وجه التنبيه غير المباشر الذي دلت عليه فحوى الكلام بأن العلاقة طردية بين الوزن وضغط الدم، فكلما كان الوزن صحياً كان ضغط الدم صحياً والعكس.

ويجلبنا شعار "الشفاء من السرطان ليس بعيد المنال" إلى رؤية إنسانية تعكس الكثير من الآمال من خلال بنية إنجازية خبرية تقريرية تحمل المتلقي على الأمل والصبر وتدفعه إلى الإصرار لمكافحة هذا المرض، وقد أسهمت القوى المستلزمة المتمثلة في اسمية الجملة، وتعريف الألفاظ (الشفاء، السرطان، المنال) في بيان شدة تأكيد الغرض الإنجازي لهذا القول.

ويكشف لنا شعار "نطمع أولادنا لنحمي بلادنا" عن رسالة توعوية تتضمن فعلاً كلامياً إخبارياً (نطمع)، تمثلت قوته الإنجازية في الحث على التطعيم للوقاية من الحصبة والنكاف، وعلى الرغم من صيغته الخبرية إلا أن وعي المتلقي يرصد تحول الخطاب من الإنشائية إلى الخبرية، حيث يجلبنا الشعار إلى محتوى قضوي مفاده قول: (طعموا أولادكم لحماية بلادكم، أو لحماية الوطن طعموا أولادكم)، وليصبح الشعار فعالاً خلص إلى نتيجة

تحمل فعلاً إنجازياً (لنحمي بلادنا) يكشف عن السببية للإقدام على التطعيم متكناً فيه على مشاعر الحب والانتماء للوطن لدى المتلقي.

وبالنظر إلى قول: "لصحة قلبك.. اجعل بيئتك صحية" اعتمد الشعار على فعل توجيهي تمثل في الأمر (اجعل)، قوته الإنجازية تكمن في الحث والترغيب في جعل أسلوب الحياة صحي، ويستمد الفعل التوجيهي قوته من خلال ربطه بمركز الحياة والبقاء (القلب)، إذ يجعل الشعار من الحياة الصحية سبباً لصحة القلب.

ويتجلى في شعار: "بدون يمنك لا عدمنك" فعل إنجازي توجيهي قوته تكمن في أسلوب الأمر (بدون يمنك) الذي يسعى إلى تحذير أفراد المجتمع السعودي من المصافحة؛ للحفاظ على صحتهم والوقاية من فيروس كورونا، ويشد أزر أسلوب الأمر الفعل التوجيهي المتضمن الدعاء (لا عدمنك) والعدم ضد الوجود، فهو دعاء للبقاء، وليحصل البقاء ويستجاب الدعاء لا بد من أن يلتزم المتلقي بما حذر منه وهو (التصافح)؛ للوقاية من هذا الوباء والحد من انتشاره، وفي الدعاء تلتطف لكسب المتلقي والتأثير فيه.

وبالنظر إلى شعار: "وازن حياتك وحننا نساعدك" نلاحظ فعلياً إنجازيين الأول يكمن في (وازن حياتك) وهو من

فصيلة الأفعال الإنجازية التوجيهية الدالة على الأمر، وفيها حث لمرضى السكري على التوازن في الحياة الصحية من عدة جوانب، ومن ثم جاء في الشق الثاني فعل إنجازي دل على الالتزام (وحنا نساعدك)، إذ يحمل الإشهار في طبيته قوة تسهم في إغراء المتلقي (مرضى السكري)، وحثه على التوازن في حياته الصحية وذلك بالالتزام المتكلم بتقديم المساعدة لمرضى السكري، وذلك من خلال إنشاء قروبات واتس آب تحت إشراف نخبة من الأطباء؛ للرد على استفساراتهم وتوعيتهم بالسلوكيات الصحية للتحكم بمرض السكري، وهنا المتكلم يملك سلطة وقدرة تجعل المتلقي يواظب على فعل التوازن الصحي.

ثانيا الأفعال التأثيرية

ينتج عن الفعل الكلامي فعل تأثيري يسعى إلى إحداث ردة فعل من المتلقي، تتمثل في قوى إنجازية يسعى المتكلم للحصول عليها كالإقناع و الترغيب و التهيب وغيرها. إن الإشهار في شعارات وزارة الصحة السعودية يركز في بعده التأثيري على مبدأ التوعية الذي بدوره يحمل قوى

كلامية تأثيرية عدة يكشف البحث عنها فيما يأتي:

- "لنقض على شلل الأطفال ونصنع التاريخ"⁽³⁶⁾.

- "نتعاون ما نتهاون"⁽³⁷⁾.

- "إضافة حياة للسنوات وليس فقط سنوات للحياة"⁽³⁸⁾.

- "قوتك في معرفتك"⁽³⁹⁾.

إن النظر إلى الشعارات أعلاه بمدنا بقوة تأثيرية مستمدة من قائلها؛ إذ إن وزارة الصحة محل ثقة لدى

ويحيلنا قول: "المريض أولا" إلى فعل إنجازي قوته تكمن في التزام المتكلم (وزارة الصحة السعودية) بالعناية بالمريض؛ أولا من خلال خدمته وتوفير الإمكانات التي تضمن للمريض تجاوز أزمته الصحية، وقد أسهمت القوى المستلزمة المتمثلة في اسمية الجملة على تأكيد التزام الوزارة بهذا الوعد، كما أن حذف الخبر قد جيء به للدلالة على الإيجاز من جانب، ومن جانب آخر للدلالة على الشمول، أي أن المريض مقدم على الجميع.

نخلص مما تقدم أن الإشهار في شعارات وزارة

أفراد المجتمع السعودي، فلا شك في أقوالها ولا طعن،
وانطلاقاً من هذه السلطة تبث الوزارة شعاراتها التوعوية
متكئة على القوى الإنجازية بقصد التأثير لتغيير سلوك
المتلقي وتوجيهه نحو فعل ما، فالمتأمل في قول: "النقض
على شلل الأطفال ونصنع التاريخ" يلحظ ما تحمله من
أفعال إنجازية توجيهية متمثلة في الأمر (لنقض، نصنع)،
يكتسب الفعل الكلامي (لنقض) كفاءته الإنجازية من
خلال الفعل المضارع المقترن بلام الأمر والبدال على
الاستمرارية، المحمل بمحولات دلالية تكمن في حث
المتلقي وتشجيعه وبث روح العزيمة والإصرار فيه للقضاء
على شلل الأطفال، باتباع نصائح الوزارة وأخذ اللقاح
بجرعات متعددة وانتظام، ويعزز ذلك الفعل التوجيهي
"نصنع" وما يليه من حماس فطري في نفس المتلقي،
منطلق من حبه للانتصار والقوة، تشكل ذلك من خلال
القوة المستلزمة المتمثلة في الكناية المنطلقة من مسلمة أن
المنتصر القوي هو من يصنع التاريخ، ومن ثم يحفظ له
كيانه ووجوده وديمومته. إن هذه البنية التداولية تستدعي
همة المتلقي النابعة من حالة شعورية وذهنية تحمله على
التعاون مع الصحة واتباع نصائحها، والنظر إلى واو
الوصل الذي يربط بين فعلي التأثير فقد جعل صنع
التاريخ يساند فعل القضاء ويقويه، بل هو مترتب عليه

، مما يضمن للمتكلم تحقيق الهدف المنشود.
وكذا الفعل الإنجازي في قول: "نتعاون ما نتهاون"
؛ إذ حث يحمل الفعل كفاءة إخبارية تتضمن وإرشاد
المتلقي إلى أفراد المجتمع وتوجيهه على التعاون مع الصحة
السعودية من خلال الاستمرار في الالتزام بالإجراءات
الاحترازية، والتقيد بالتدابير الوقائية للحد من انتشار
فيروس كورونا، هذا ما مثله الفعل المضارع الدال على
الاستمرار والتجدد، ومما ضاعف القوة الإنجازية وجعلها
مؤثره في المتلقي الطباق الذي جمع بين التعاون والتهاون،
حيث يشي إلى أحداث موازنة ذهنية يبرز من خلالها
مثالب الضد، فبالتعاون مع الصحة تُحفظ صحة الفرد
والمجتمع من الإصابة بالفيروس والسلامة منه، في حين
أن تنتج عنه الإصابة بكورونا فتذهب صحة الفرد
والمجتمع، وبهذا يحدث صراع ذهني لدى المتلقي فيؤثر فيه
بجعله أكثر وعياً وإدراكاً لخطورة التهاون، مما يحمله على
التعاون مع الصحة.

ويجلبنا قول: "إضافة حياة للسنوات وليس فقط سنوات
للحياة" إلى كفاءة إنجازية يملؤها الالتزام من المتكلم بتوفير
الرعاية الصحية والاجتماعية للمسنين، فضلاً عن حث
المجتمع وتوعيته بالاهتمام بالمسنين، وتوفير سبل الراحة
والسعادة لهم، وقد أسهم التقابل "بإعطاء زخم إقناعي،

يستوفي الفكرة بإسناد تعارضي لها، أسهمت في تحديد الرؤيا للتقابل على أسلوبه التأثري الإقناعي؛ لما يحتويه من علاقة اتجاهية نحو البروز عن طريق الضد⁽⁴⁰⁾، وهذا ما جعل المتلقي يتنبه إلى أيديولوجية تحت على إضافة حياة للسنوات وليس العكس حسب؛ إذ الواقع يحتم إضافة سنوات لحياة الفرد، وهذا لا مفر منه، في حين أن إضافة الحياة للسنوات هي مسؤولية المتكلم والمجتمع، فالتقابل أسهم في إحداث أثر في ذهن المتلقي، يستدعي التفكير في مضمون الشعار وإعادة النظر في التعامل مع المسن ، وبالنتيجة يترسخ المعنى في ذهنه ويستجيب له؛ نظرا لما يحمله من مدلولات عقلية وإنسانية.

المبحث الثاني

وتحت شعار: "قوتك في معرفتك" تتجلى قوة الفعل الإنجازي الخبري في "زيادة مستوى الوعي لدى مرضى التلاسيميا بطبيعة المرض، وحثهم على زيادة المعرفة بطبيعة المرض ومضاعفاته، وطرق علاجه ووقاية الأجيال القادمة من الإصابة به، بالإضافة إلى منع انتقاله للأجيال القادمة بإذن الله، كما يحث على تبادل المعرفة لغيرهم من المرضى"⁽⁴¹⁾، وقد أسهم في تأكيد الخبر اسمية الجملة، فضلا عما يحمله الخبر من مجاز مرسل علاقته المسببية فالقوة نتيجة لوعي المريض ومعرفته بطبيعة المرض وطرائق علاجه؛ ليتمكن من التغلب على المرض وحماية

كفاءة التواصل الإيجازي في شعارات وزارة الصحة السعودية يعد الإيجاز أحد علامات التواصل الذي يعتمد على الأقوال الضمنية، مما يجعل المتلقي يحتاج إلى إعمال العقل واستنباط ما يرمي إليه المتكلم، باعتداده على مجموعة قرائن متمثلة في اللغة والسياق والمقام، ومن آليات كفاءة التواصل الإيجازي الذي عليها العمل في هذا البحث الإيجاز والصور المجازية.

أولا الإيجاز

يعتمد الشعار في بنيته اللغوية اللسانية على الإيجاز الذي يحمل دلالات هادفة، ومن ثم يرسخ في ذهن

- المتلقي ويسهل تداوله ، ويعنى بالإيجاز التعبير عن المعنى بألفاظ قليلة من غير إخلال بالمعنى، وهو ضربان: إيجاز قصر وهو : ألفاظ قليلة بمعانٍ كثيرة من غير حذف، والآخر : إيجاز حذف وهو: إسقاط كلمات لدلالة غيرها عليها⁽⁴²⁾.
- والتسليم بهذه المفاهيم تحيلنا في الدرس التداولي إلى الاستلزام الحوارى الذي يعنى بمعرفة ما وراء الخطاب من قصد ، إذ يعد "حلقة وصل بين المعنى الحرفى الصريح والمعنى المتضمن في شكل الجملة"⁽⁴³⁾، ويرى جرایس أن كل حوار يخضع لمبدأ عام أطلق عليه "مبدأ التعاون" يسهم في تسهيل العملية التواصلية ويشتمل على مسلمات حوارية أربع، هي: مبدأ القدر أو الكم، ومبدأ الكيف، ومبدأ الطريقة، ومبدأ المناسبة⁽⁴⁴⁾.
- وما سيعمل عليه البحث هنا مبدأ الكم الذي يرتبط بكمية ما يقوله المتكلم من دون زيادة أو نقصان، بالقدر الذي يضمن تحقيق الغرض⁽⁴⁵⁾، وقد برز ذلك جليا في شعارات وزارة الصحة السعودية، يتضح ذلك من خلال النماذج الآتية:
- "صحة الطفل العربي استثمار أمة"⁽⁴⁶⁾.
- "عينك عليهم"⁽⁴⁷⁾.
- "يكفى"⁽⁴⁸⁾.
- يتضح من خلال النماذج أعلاه التكتيف البنائى المحمل بقوى إنجازية متباينة، إذ يحمل شعار "صحة الطفل العربي استثمار أمة" كفاءة إنجازية إخبارية تقريرية، أسهمت في التنبيه والتأكيد على ضرورة الاهتمام بصحة الطفل العربي، مؤكِّد ذلك باسمية الجملة، فضلا عن القوة الإنجازية المستلزمة المتمثلة في إيجاز القصر، حيث يحمل الشعار معان عدة ف(صحة الطفل العربي) تشمل الرعاية الموجهة للطفل من الجانب الاقتصادي، وذلك من خلال ما يتم تخصيصه من ميزانية لقطاعات الصحة، فضلا عن رفع الكفاءة الصحية في جميع الجوانب، كذلك من الجانب الاجتماعى من خلال توعية المجتمع وحثه على الاهتمام بصحة الطفل، كذلك رفع ثقافة الطفل وترويده بالمعارف والعلوم، ويحدث ذلك من خلال زيادة معدلات الالتحاق بمؤسسات التعليم، كذلك من الجانب السياسى من خلال "استعراض السياسات الصحية والإنجازات التي تحققت والتطلعات المستقبلية خلال السنوات الخمس القادمة للارتقاء بصحة الطفل العربي والعمل على الوصول إلى مستويات أفضل لتحقيق الأهداف الواردة في الوثائق العربية والإقليمية والدولية وذلك بالتنسيق مع المنظمات الدولية، والإقليمية

هذا الشعار الذي يشكل قوة إنجازية مستلزمة متمثلة في إنجاز القصر، كذلك مما يشد عضد الإنجاز المجاز المرسل في قول: (عينك) وعلاقته الآلية؛ إذ المراقبة تحصل بالعين، وبمجرد غياب الطفل عن العين قد يتسبب ذلك في مخاطر لهم.

وفي شعار آخر يتجلى إنجاز الحذف في قول: "يكفي" والذي يقودنا إلى كفاءة إنجازية توجيهية غير مباشرة غرضها النصح والإرشاد، والحث على خفض نسبة الحوادث والمخالفات المرورية، وهي تحمل قوة إنجازية مستلزمة متمثلة في إنجاز الحذف الذي يلقي في نفس المتلقي قوة تنبيهية وتحويلية، جعلت من المتكلم يوجز الكلام وتعاف نفسه الإطالة لعظمة البلاء المتمثل في كثرة الحوادث المرورية، وما ينتج عنها من ضرر للفرد ومجتمعه، وهي كلمة مشحونة بغضب يملؤها الحزن والأسى جراء الإصابات والوفيات الناتجة عن الحوادث المرورية.

وشبيه بذلك شعار: "متر ونص" الذي يحمل قوة مستلزمة متمثلة في إنجاز الحذف، وفيه إشارة إلى (التباعد بمسافة متر ونصف؛ للحد من انتشار فيروس كورونا)، حيث وقع الحذف في المبتدأ؛ لشد انتباه المتلقي من جانب، ومن جانب آخر دفع المتلقي إلى التركيز على

المعنية⁽⁵⁰⁾، إذن (صحة الطفل) لفظ جامع لكل أهداف المؤتمر لم تسبق الإشارة إليه، ولأن الشعار المذكور هو استعاره.

كما يحمل الشعار قوة مستلزمة تشكلت في الاستعارة المكنية حيث شبه صحة الطفل بمشروع استثماري، فحذف المشبه به وأتى بشيء من لوازمه وهو الاستثمار والجامع بينهما، الاهتمام، فكما أن المشروع يحتاج لاهتمام من أجل تطويره ونجاحه ونفع البلاد به، كذلك هو الطفل بحاجة لاهتمام ورعاية صحية لأنه ثمرة المستقبل وصانع مجد الأمة، هذه الاستعارة تحمل تنبيهاً لعقل المتلقي المسؤول، فتدفعه إلى الاجتهاد في رعاية الطفل والاهتمام بصحته؛ لأنه أمل الغد وثمرته، فلا ينهض مجتمع إلا بهم.

ويحلينا شعار: "عينك عليهم" إلى كفاءة إنجازية توجيهية غرضها النصح والإرشاد، والحث على الاهتمام بالأطفال ورعايتهم ومراقبتهم وتنبيه المتلقي إلى مجموعة موضوعات قد ينتج عنها خطر على الأطفال مثل: المسابح المنزلية وخطرها على الأطفال، وكذلك الفتحات الكهربائية في جدران المنزل وكيفية تجنب الأطفال التعرض لها، فضلاً عن الأدوية، والسموم، والمبيدات الحشرية وغيرها، هذه الموضوعات وغيرها تدخل تحت

الصورة المجازية وسيلة لاخترال أهدافها الإشهارية؛ لتضمن

فعاليتها في ذهن المتلقي؛ لإحداث التغيير المنشود، يظهر

هذا من خلال الشعارات الآتية:

- "صحتك زاد حجك" (51).

- "يدا بيد لأجلهم" (52).

- "حصن عظامك" (53).

- "تبرع بالدم واجعل العالم يبيض بالحياة" (54).

- "بدون يمنالك لا عدمنالك" (55).

نلاحظ من خلال الأمثلة أعلاه خرقاً للخطاب من

خلال الانزياح عن المعاني الظاهرية إلى المعاني الضمنية،

إذ يحيلنا شعار "صحتك زاد حجك" إلى كفاءة إنجازية

خبرية تحمل قوة مستلزمة مجازية؛ إذ جعل الصحة في

الحج شبيهة بالطعام بجامع زيادة مناعة وقوة الجسم على

سبيل التشبيه الضمني؛ إذ يرمي فيه إلى حث الحجاج

ونصحهم بالاهتمام بصحتهم والمساعدة إلى استشارة

الاطباء المختصين على الرقم المعلن من قبل وزارة الصحة،

فضلاً عن الالتزام بالنصائح والتوجيهات للوقاية من

الأمراض المعدية، وأهمية الالتزام بالوصفات الدوائية.

فالصحة قد اتكأت على حقيقة يؤمن بها عقل الإنسان

ومستمدة من واقع الحياة؛ إذ لا يستطيع الحاج القيام

بالحج وإكماله على أتم وجه إلا بالحفاظ على صحته،

المسافة المذكورة لما لها من أهمية كبيرة، كذلك وقع الحذف

في الفاء، والأصل قول: (نصف)؛ للتخفيف والاختصار،

فالبعد الإنجازي المطلوب من المتلقي هو فعل توجيهي

يحث على الالتزام بالتباعد بالمسافة المذكورة للوقاية من

العدوى.

نخلص إلى أن الإيجاز ركيزة أساسية تعتمد عليه شعارات

الصحة السعودية فلا يكاد يخلو شعار منه، إذ يعد

الشعار وعاء حاملاً لقوى إنجازية متعددة ومتباينة، وقد

شكل إيجاز القصر النصيب الأكبر في شعارات الصحة

مقارنة بإيجاز الحذف.

ثانياً الصورة المجازية

تعد الصورة المجازية من أشكال التواصل الإيحائي التي

اعتنى بها البلاغيون؛ إذ يعدل فيها المتكلم عن المعنى

الحقيقي إلى المعنى المجازي لدواع يفرضها السياق والمقام،

وتنحصر الصورة المجازية في: 1_ التشبيه، 2_ المجاز

بنوعيه: أ) اللغوي المكون من: (الاستعارة، والمجاز المرسل)

ب) المجاز العقلي، 3_ الكناية.

وقد لاقت الصورة المجازية العناية بها في الدرس

التداولي من خلال الاستلزام الحوارية، الذي يرمي إلى

تأويل الخطاب والكشف عن المضمرات اللسانية.

وانطلاقاً من هنا اتخذت شعارات الصحة من

ولقد رسخت الصورة المجازية الهدف الإنساني من خلال شعار: "تبرع بالدم واجعل العالم ينبض بالحياة" إذ تحيلنا الكفاءة الإنجازية إلى تشجيع المتلقي على التبرع بالدم، وذلك بدعم من القوة المستلزمة المتشكلة في استعارة لفظ (ينبض) حيث شبه العالم بالقلب، وحذف المشبه به وأتى بشيء من لوازمه وهو (النبض)؛ بجامع الحياة؛ لتوجيه المتلقي إلى البذل والعطاء وتحقيق أكبر عدد ممكن من وحدات الدم من المتبرعين.

ويحيلنا شعار "بدون يمينك لا عدمنك" إلى قوة مستلزمة مجازية حيث عبر عن يمينك وأراد بها المصافحة والتباعد الجسدي بوجه عام، على سبيل المجاز المرسل وعلاقته الجزئية، والغرض منه التحذير والحث على الاستمرار بالالتزام بالإجراءات الاحترازية ضد فيروس كورونا.

وفي هذا الإطار اعتمدت الشعارات على الإيحاء من خلال توظيف الصورة المجازية التي اتخذت من المضمهر شكلا تعبيريا يثير ذهن المتلقي من خلال التجسيد؛ لتحقيق مقاصد متنوعة منها الحث والتوجيه والتشجيع.

وذلك ما يجعله أدعى للإذعان والتسليم. وفي شعار: "يدا بيد لأجلهم" قوة إنجازية توجيهية طلبية تدعو المجتمع إلى توفير الدعم النفسي والاجتماعي والمادي والصحي للطفل المصاب بالسرطان؛ بغية السيطرة على المرض، وتحثهم إلى أهمية التعرف إلى علامات المرض وطرائق علاجه وكيفية التعايش معه، ومما ضاعف القوة الإنجازية وجعلها مؤثرة في المتلقي الاستعارة المكنية المتمثلة في تشبيه تكاتف المجتمع وتعاونه مع وزارة الصحة ضد المرض بتصافح الأيدي، فالاستعارة قربت المعنى في ذهن المتلقي من خلال التجسيد، فبدأ الشعار أكثر تأثيرا وإقناعا. وشبهه بذلك شعار: "حصن عظامك" إذ يحمل قوة إنجازية توجيهية تحث على اتباع السلوكيات الصحية السليمة، وقد ارتكز الشعار على التصوير من خلال الاستعارة التمثيلية، إذ يحيل الفعل الإنجازي "حصن" إلى معنى غير مباشر يتضمن تشبيه سبل الوقاية من الإصابة بمشاشة العظام بتشييد البناء بأسوار حصينة للدفاع عنها بجامع المناعة والحماية، فالاستعارة توقظ في ذهن المتلقي الصفة المشتركة بين المستعار والمستعار منه المتمثلة في المناعة والحماية من خلال ضبط السلوك بما يحقق السلامة من الإصابة بالمرض.

الخاتمة

ومن ثم فإن شعارات الصحة السعودية أسلوب تعبيرى موجز يتميز بالذبوع والتداول، ويعتمد على كثافة التصوير. وفي الختام توصي الباحثة بتكثيف الدراسات البلاغية عن شعارات المؤسسات الحكومية، على سبيل المثال دراسة الإشهار في شعارات الصحة في دول الخليج أو الدول العربية دراسة حجاجية.

قائمة المصادر والمراجع

أ- المصادر:

البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية، <https://www.moh.gov.sa/Pages/Default.aspx>.

ب- المراجع:

1. أرمينكو، فرانسواز، المقاربة التداولية، ترجمة: سعيد علوش، مركز الإنماء القومي، بيروت، (د.ط)، (د.ت).
2. أوستين، نظرية أفعال الكلام العامة "كيف ننجز الأفعال بالكلام"، ترجمة: عبدالقادر قينيني، إفريقيا الشرق، 1991م.
3. بلانشيه، فيليب، التداولية من أوستين إلى غوفمان، ترجمة صابر الحباشنة، دار الحور للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007م.
4. ابن منظور، لسان العرب، تح: عبدالله علي الكبير، ومُجّد أحمد حسب الله، وهاشم مُجّد الشاذلي، دار المعارف، القاهرة_ مصر، 1456هـ.
5. بوجادي، خليفة، في اللسانيات التداولية مع محاولة تأصيلية في الدرس العربي القديم، بيت الحكمة، الطبعة الأولى، 2009م.
6. الحمداني، حميد، مدخل لدراسة الإشهار، بحث منشور، مجلة علامات، المغرب، ع18، 2002م.
7. ختام، جواد، التداولية أصولها واتجاهاتها، دار كنوز المعرفة، الطبعة الأولى، 2016م_1437هـ.
8. الرازي، مُجّد بن أبي بكر بن عبد القادر، مختار الصحاح، مكتبة لبنان، بيروت_ لبنان، 1986م.

لقد أفضى هذا البحث إلى أهم نقاط القوى التداولية في الخطاب الإشهاري في شعارات وزارة الصحة السعودية، التي بدورها أسهمت في نجاح العملية التواصلية وتحقيق الأثر المنشود في المتلقي، وذلك من خلال مجموعة تقنيات وظفها المشهر تشكلت في الأفعال الإنجازية والتأثيرية والإيحاء المتمثل في الإيجاز والصور المجازية.

وقد تراوحت الأفعال الإنجازية ما بين إخباريات وتوجيهيات والتزاميات، وكان الحظ الأوفر للإخباريات والتوجيهيات، الغنية بالدلالات والمقاصد التي ترمي إلى التأثير في المتلقي وإحداث تغيير في سلوكه؛ للحفاظ على صحته وصحة المجتمع.

كما كونت الشعارات كفاءات تواصلية فعالة من خلال التجسيد، الذي أسهم في تقريب المعنى للأذهان، وتحقيق مقاصد متنوعة منها الحث والتوجيه والتشجيع.

وقد اكتست شعارات الصحة السعودية قوة إيجازية مصدرها الغموض الناتج عن الإيجاز الذي قام بدور كبير في إثراء المعاني، وشد انتباه المتلقي؛ لمعرفة ما وراء تلك الشعارات من أغراض ومقاصد، وإيقاظ همته نحو الهدف المنشود.

الهوامش:

- (1) ابن منظور، لسان العرب، مادة: (شهر)، تح: عبدالله علي الكبير، ومُجَّد أحمد حسب الله، وهاشم مُجَّد الشاذلي، دار المعارف، القاهرة_ مصر، 1456هـ. ص2351.
- (2) مُجَّد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي مختار الصحاح، مادة: (ش ه ر)، مكتبة لبنان، بيروت_ لبنان، 1986م. ص147.
- (3) حميد الحمداني، مدخل لدراسة الإشهار، بحث منشور، مجلة علامات، المغرب، ع18، 2002م. ص75.
- (4) ينظر: الخطاب الإشهاري في النص الأدبي دراسة تداولية، مريم مُجَّد الشنقيطي، دار الفيصل الثقافية، الرياض، 1440هـ. ص14.
- (5) ينظر: المرجع نفسه، ص15.
- (6) ا ينظر: Guidère. M, Publicité et traduction, Op.cit, p91 : « Il ya d'abord le nom de marque qui désigne l'émetteur ou le créateur du produit ... il ya ensuite le nom du produit qui permet d'identifier l'objet de la publicité ». في الترجمة الإشهارية _الشعارات نموذجًا_، حاج سليمان سهام، رسالة ماجستير، كلية الآداب واللغات، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 1440هـ_2019م. ص19.
- (7) ينظر: إشكالية التكرار في الترجمة الإشهارية _الشعارات نموذجًا_، ص23.
- (8) أبو القاسم جار الله محمود بن عمر الزمخشري، أساس البلاغة مادة: (دول)، تحقيق: مُجَّد باسل عيون السود، دار الكتب العلمية، بيروت، الطبعة الأولى، 1419هـ_1998م، 303/1.
- (9) ابن منظور، لسان العرب مادة دول، 1456هـ.
- (10) المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، مادة: (دال)، مكتبة الشروق الدولية، مصر، الطبعة الرابعة، 1425هـ_2004م، 304.
- (11) ينظر: المقاربة التداولية، فرانسواز أرمينكو، ترجمة: سعيد علوش، مركز الإنماء القومي، بيروت، (د.ط)، (د.ت)، 9. وانظر: التداولية أصولها واتجاهاتها، جواد ختام، دار كنوز المعرفة، الطبعة الأولى، 2016م_1437هـ، 15.
9. الرماني، أبو الحسن علي عيسى، ثلاث رسائل في إعجاز القرآن للرماني والخطابي والجرجاني: النكت في إعجاز القرآن، تحقيق مُجَّد خلف الله، مُجَّد زغلول سلام، دار المعارف، مصر، الطبعة الثالثة، 1976م.
10. روبول، آن، و موشلير، جاك، التداولية اليوم علم جديد في التواصل، ترجمة: سيف الدين دغفوس، ومُجَّد شيباني، مراجعة: لطيف زيتوني، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، الطبعة الأولى، 2003م.
11. الزمخشري، جار الله محمود بن عمر، أساس البلاغة، تحقيق: مُجَّد باسل عيون السود، دار الكتب العلمية، بيروت، الطبعة الأولى، 1419هـ_1998م.
12. سهام، حاج سليمان، إشكالية التكرار في الترجمة الإشهارية _الشعارات نموذجًا_، رسالة ماجستير، كلية الآداب واللغات، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 1440هـ_2019م.
13. الشنقيطي، مريم مُجَّد، الخطاب الإشهاري في النص الأدبي دراسة تداولية، دار الفيصل الثقافية، الرياض، 1440هـ.
14. الشهري، عبدالهادي بن ظافر، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، الطبعة الأولى، 2004م.
15. صادق، منى كاظم، أسلوبية الحجاج التداولي والبلاغي تنظير وتطبيق على السور المكية، منشورات ضفاف، بيروت، ط1، 1436هـ.
16. عكاشة، محمود، النظرية البراجماتية اللسانية (التداولية)، مكتبة الأدب، الطبعة الأولى، 2013م.
17. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مصر، الطبعة الرابعة، 1425هـ_2004م.
18. نحلة، محمود أحمد، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، دار المعرفة الجامعية، 2002م.
19. يول، جورج، التداولية، ترجمة: قصي العتايي، الدار العربية للعلوم ناشرون، الطبعة الأولى، 1431هـ_2010م.

(27) ينظر: آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، محمود أحمد نخلة، 45_50.

(28) الوزن الصحي-صحة لضغط الدم" شعار اليوم العالمي لمرض ارتفاع ضغط الدم، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،

<https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/NEWS-2010-5-19-002.aspx>، 1443/4/7.

(29) د. الحواسي ي دشّن اليوم العالمي للسرطان تحت شعار (الشفاء من السرطان.. ليس بعيد المنال)، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،

<https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/News-2015-02-16-002.aspx>، 1443/4/7.

(30) (الصحة) تطلق المرحلة الأولى للحملة الوطنية ضد الحصبة تحت شعار (نطعم أولادنا لنحمي بلادنا)، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،

<https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/news-2015-10-18-003.aspx>، 1443/4/7.

(31) الصحة تحتفي باليوم العالمي للقلب تحت شعار (لصحة قلبك.. اجعل بيتك صحية)، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،

<https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/News-2014-09-29-003.aspx>، 1443/4/11.

(32) (الصحة) تطلق حملة (بدون بمانك لا عدمنك)، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،

<https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/News-2021-07-19-002.aspx>، 1443/4/11.

(33) إطلاق مبادرة نوعية في مستشفى الملك خالد بنجران لتتقيف مرضى السكري، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،

<https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/News-2021-07-19-002.aspx>

(12) فيليب بلانشيه، التداولية من أوستين إلى غوفمان، ترجمة صابر الحباشة، دار الحور للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007م، 18.

(13) ينظر: جورج يول التداولية، ترجمة: قصي العتاي، الدار العربية للعلوم ناشرون، الطبعة الأولى، 1431هـ_2010م، 19-20.

(14) ينظر: خليفة بوجادي، في اللسانيات التداولية مع محاولة تأصيلية في الدرس العربي القديم، بيت الحكمة، الطبعة الأولى، 2009م، 63_65.

(15) ينظر: محمود عكاشة، النظرية البراجماتية اللسانية (التداولية)، مكتبة الأدب، الطبعة الأولى، 2013م، 25.

(16) تقدم التعريف له في المرجع نفسه.

(17) ينظر: آن روبرول، وجاك موشليير، التداولية اليوم علم جديد في التواصل، ترجمة: سيف الدين دغفوس، ومحمد شيباني، مراجعة: لطيف زيتوني، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، الطبعة الأولى، 2003م، 29.

(18) ينظر: محمود أحمد نخلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، دار المعرفة الجامعية، 2002م، 9.

(19) نظر: عبدالهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، الطبعة الأولى، 2004م، 23.

(20) ينظر: جواد ختام، التداولية أصولها واتجاهاتها، 23.

(21) المرجع نفسه، 75، وانظر آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، 15.

(22) ينظر: عبدالهادي الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، 57.

(23) ينظر: خليفة بوجادي، في اللسانيات التداولية مع محاولة تأصيلية في الدرس العربي القديم، 86.

(24) نظرية أفعال الكلام العامة "كيف ننجز الأفعال بالكلام"، أوستين، ترجمة: عبدالقادر قينيبي، إفريقيا الشرق، 1991م، 116.

(25) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، محمود أحمد نخلة، 45.

(26) ينظر: نظرية أفعال الكلام العامة "كيف ننجز الأفعال بالكلام"، 121.

- (41) <https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/NEWS-2010-5-17-001.aspx>
- (42) ينظر: لأبي الحسن علي عيسى الرماني، ثلاث رسائل في إعجاز القرآن للرماني والحطابي والجرجاني: النكت في إعجاز القرآن، تحقيق مُحمَّد خلف الله، مُحمَّد زغلول سلام، دار المعارف، مصر، الطبعة الثالثة، 1976م. 75.
- (43) محمود عكاشة، النظرية البراجماتية اللسانية (التداولية)، 88.
- (44) ينظر: المرجع نفسه.
- (45) ينظر: المرجع نفسه.
- (46) مؤتمر صحة الطفل العربي، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،
- <https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/NEWS-2006-12-6-002.aspx>
- (47) إطلاق حملة توعوية لسلامة الأطفال في المنازل تحت شعار #عينك_عليهم، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،
- <https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/News-2017-02-28-004.aspx>
- (48) تحت شعار (يكفي...)، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،
- <https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/NEWS-2006-12-5-042.aspx>
- (49) (الصحة) تطلق حملة (متر ونص) التوعوية للوقاية من فيروس كورونا الجديد، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،
- <https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/News-2020-04-08-004.aspx>
- (50) انظر: <https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/News-2021-02-02-005.aspx>، 12/4/1443هـ.
- (34) (المريض أولاً).. المؤتمر الأول لعلاقات المرضى، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،
- <https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/conferences/Pages/conferences-2011-9-04-001.aspx>، 12/4/1443هـ.
- (35) انظر: آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، محمود أحمد نخلة، 50.
- (36) تفعيل اليوم العالمي لشلل الأطفال تحت شعار (لنقض على شلل الأطفال ونصنع التاريخ)، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،
- <https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/News-2014-10-23-001.aspx>، 13/4/1443هـ.
- (37) (الصحة) تطلق حملة (نتعاون ما نتهاون) للحث على الالتزام بالإجراءات الاحترازية، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،
- <https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/News-2021-02-06-002.aspx>، 13/4/1443هـ.
- (38) وزارة الصحة تحتفل باليوم العالمي للمسنين تحت شعار (إضافة حياة للسنوات وليس فقط سنوات للحياة)، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،
- <https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/News-2011-10-01-002.aspx>، 14/4/1443هـ.
- (39) تحت شعار "قوتك في معرفتك" يحتفل العالم باليوم العالمي للتلاسيما، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،
- <https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/NEWS-2010-5-17-001.aspx>، 15/4/1443هـ.
- (40) أسلوبية الحجاج التداولي والبلاغي تنظير وتطبيق على السور المكية، مثنى كاظم صادق، منشورات ضفاف، بيروت، ط1، 1436هـ. 197.

(⁵³) الصحة تطلق شعار (حصن عظامك) كشعار للحملة الوطنية لمرض هشاشة العظام، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،
<https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/NEWS-2006-12-5-036.aspx> ، 036.aspx ، 21 / 4 / 1443 هـ.

(⁵⁴) (الصحة) تفعل أنشطة اليوم العالمي للتبرع بالدم، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،
<https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/News-2021-06-14-008.aspx> ، 008.aspx ، 21 / 4 / 1443 هـ.

(⁵⁵) (الصحة) تطلق حملة (بدون يمانك لا عدمنالك)، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،
<https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/News-2021-07-19-002.aspx> ، 002.aspx ، 11 / 4 / 1443 هـ.

[Center/News/Pages/NEWS-2006-12-6-002.aspx](https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/NEWS-2006-12-6-002.aspx) .

(⁵¹) تحت شعار صحتك زاد ححك وزارة الصحة تطلق حملتها التوعوية للحج، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،
<https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/NEWS-2010-11-5-001.aspx> ، 001.aspx ، 20 / 4 / 1443 هـ.

(⁵²) تحت شعار "بدأ بيد لأجلهم" يحتفل العالم باليوم العالمي للسرطان، البوابة الإلكترونية لوزارة الصحة، المملكة العربية السعودية،
<https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/NEWS-2010-2-17-001.aspx> ، 001.aspx ، 20 / 4 / 1443 هـ.