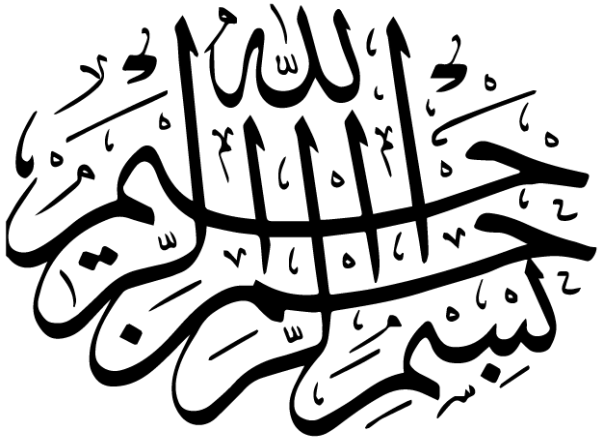
مجلة

الجمعية العلمية السعودية للغة العربية

مجلة – علمية – محكمة

رقم الإيداع: (١٤٢٩/٣٣٠٢هـ بتاريخ ١٤٢٩/٦/٧هـ)
الرقم الدولي المعياري (ردمد): ٤١٥٥ – ١٦٥٨

كل بحث نشر في المجلة
يعبر عن رأي صاحبه


بسم الله الرحمن الرحيم

هيئة تحرير المجلة

المشرف العام على المجلة، رئيس مجلس إدارة الجمعية:

- د. بدر بن محمد الراشد

رئيس التحرير:

- أ. د. عبد المجيد بن صالح الجار الله

مدير التحرير:

- د. سليمان بن صالح الزميع

أعضاء هيئة التحرير:

- أ. د. إبراهيم بن عبد العزيز أبو حيمد
- أ. د. أماني بنت عبد العزيز الداود
- أ. د. صالح بن عبد العزيز المحمود
- أ. د. عبد الرحمن بن رجا الله السلمي
- أ. د. عبد العزيز بن صالح العمري
- أ. د. فريد بن عبد العزيز الزامل

طبيعة المجلة وضوابط النشر

طبيعة المجلة:

١- مجلة الجمعية العلمية السعودية للغة العربية.

٢- مجلة علمية محكمة.

٣- تعنى بعلوم اللغة العربية وآدابها.

٤- تنشر البحوث والدراسات العلمية المحكّمة.

٥- دورية نصف سنوية، تصدر منتصف السنة الهجرية ونهايتها.

ضوابط النشر:

أولاً: الضوابط العامة لقبول البحث:

١- أن يكون البحث في علوم اللغة العربية وآدابها.

٢- أن يتّسم بالجِدّة والأصالة وسلامة الاتجاه.

٣- أن يلتزم البحث بالسلامة اللغوية، والدقة في التوثيق والتخريج.

٤- ألا يكون البحثُ منشوراً أو مقدّماً للنشر في مجلة أخرى.

٥- ألا يكون مستلاً من عمل علمي سابق للباحث.

ثانياً: ما يشترط في كتابة البحث وتوثيقه:

١- أن يُكتب البحث على ورق من مقاس (A4).

٢- أن يُكتبَ بخط (Traditional Arabic) بحجم (١٧) للمتن، وبحجم (١٤) للحاشية، وأن يكون تباعد المسافات بين الأسطر (مفرداً).

٣- أن تُكتبَ الهوامش أسفل كل صفحة على حدة.

٤- أن يُذيَّل البحث بثبت المصادر والمراجع.

٥- أن يكتب الباحث ملخّصاً لبحثه باللغتين العربية والإنجليزية لا تزيد كلماته على مائتي كلمة، ويتضمن الملخص موضوع البحث وأهدافه، ومنهجه، وأهم التوصيات، والكلمات المفتاحية

٦- رومنة المصادر والمراجع.

ثالثاً: ما يشترط عند تقديم البحث:

١- يقدم الباحث طلباً بنشره، وإقراراً يتضمن امتلاكه لحقوق الملكية الفكرية للبحث كله، والتزاماً بعدم نشر بحثه المقدم إلا بعد موافقة هيئة التحرير.

٢- يقدم الباحثُ نسختين من بحثه على النحو التالي:

- نسخة من البحث خالية من اسم الباحث كاملة بصيغة (WORD).
- نسخة من البحث خالية من اسم الباحث كاملة بصيغة (PDF)

٣- يرفق الباحث ترجمة الملخص باللغة الإنجليزية.

٤- يرسل الباحث بحثه مع الملخصات إلى منصة مجلة الجمعية:
(https://imamjournals.org/index.php/josaa/index)

تداولية الخطاب الرسمي

- خطاب الأزمة الصحية أنموذجا -

"The pragmatics of official discourse health crisis discourse as a model-

د. وائل بن يوسف العريني

أستاذ النقد الحديث المشارك بكلية اللغة العربية

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

Dr. Wael bin Yousef Al-oraini

Associate Professor of Modern Criticism College of Arabic Language

ملخص البحث

ينطلق هذا البحث من حالة تاريخية مشهورة لتلمس الخطاب الرسمي للأزمات الصحية بعامة، والأزمة المشهورة (كورونا) خصوصا، انطلاقا من افتراض بحثي بأن المحتوى الإعلامي يجب أن يدار بصورة احترافية وتمارس فيه أدوات تداولية وإشهارية احترافية، تسهم في خلق جو من الأمان الشعوري، الذي تحققه اللغة بأدواتها ومفرداتها ، وفي سبيل هذا الافتراض توسل البحث بأدوات تداولية واسترجع مئات من المنشورات الخاصة بالأزمة في منصة التواصل الاجتماعي المشهورة (X) معلقا ومحللا، وخلص إلى جملة من النتائج تتعلق بالوسيلة والأسلوب والروابط والمؤثرات المقروءة والبصرية.، مما هو مبثوث في البحث ومجمل في خاتمته.

الكلمات المفتاحية: أزمة صحية، خطاب رسمي، مقاصد الخطاب، كورونا، تداولية، أفعال الكلام، أفعال إنجازية، إستراتيجيات التواصل.

ABSTRACT

This research originates from a well-known historical case to explore the official discourse on health crises in general, and the prominent COVID-19 crisis in particular. It is based on the research assumption that media content must be managed professionally, employing sophisticated communicative and promotional tools that contribute to creating a sense of emotional security, which is achieved through the deliberate use of language and its components. To support this assumption, the study employed pragmatic tools and analyzed hundreds of posts related to the crisis on the well-known social media platform (X), providing commentary and analysis. The research concluded with a set of findings concerning the medium, style, links, and visual and textual influences, all of which are discussed throughout the study and summarized in its conclusion.

Keywords: Health crisis, official discourse, discourse objectives, COVID-19, pragmatics, speech acts, performative acts, communication strategies

المقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على إمام البيان وسيد المرسلين، نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين، أما بعد:

فإن الصحة والمحافظة عليها أحد هواجس الإنسان وأهدافه، وقد تعين هذا الهاجس وبدا مهما بعد اختلاط المجتمعات وتطور المدنية فنشأت المؤسسات الصحية التي تضع صحة الإنسان في أولوية أهدافها وأسباب قيامها.

وغير خاف على أحد اهتمام رؤية المملكة العربية السعودية (٢٠٣٠م) بالصحة والإنسان إذ كانت من أهدافها الواضحة والصريحة، ومن هنا نشأت فكرة الموضوع للإسهام في دراسة هذه الجزئية بآليات لغوية ومقصدية، ووقع الاختيار على أزمة قريبة في الذهن ولا تزال تفاصيلها حاضرة ذهنيا أو حتى في أحاديث المجالس والسمر، تلك هي أزمة كورونا (كوفيد ١٩)، فآثر الباحث أن يدرس الأزمة من خلال خطابها الإعلامي الرسمي عبر منصة الكتابة التواصلية (X) تويتر سابقا، وحساب وزارة الصحة تحديدا (@SaudiMOH)؛ لما لهذه المنصة من وهج وحضور فاعل في الأزمة وقدرة على التأثير، بل واتساع أثرها في المجتمع على مختلف الأصعدة والمستويات الثقافية والاجتماعية واتساع رقعة المملكة وترامي أطرافها.

لقد كان نجاح الوزارة في إدارة الأزمة فعلا وقولا أكبر مسوغ لاختيار هذا العنوان والفكرة والتوغل فيها بأدوات منهجية محددة، سعيا من الباحث إلى تلمس الأدوات الناجعة في خطاب الوزارة وفرصة للإشادة بالمنجز الناجح وتأمله من الناحية اللغوية والتداولية لإبراز أفضل النتائج وتلمس الهنات التي قد تطرأ في بعض التفاصيل للتنبيه عليها وتخليص الخطاب منها في المستقبل، فليس هذا البحث من قبيل إبراز العيوب وتتبعها، بل تلمس وجه النجاح الذي تحقق في هذه الأزمة وإدارتها الإعلامية، ومن ثم فالبحث هنا يقرأ التجربة بإيجابية تداولية لإبراز المنجز وتصنيفه والدلالة عليه قدر الإمكان(١).

(١) سبق هذا البحث بالنشر بعض الأبحاث التي تتناول الأزمة من عدة اتجاهات، ونشرت في عدد مستقل من إصدار جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن، ولعل أقربها إلى البحث بحث الزميل د. محمد اللويمي،

وقد اعتمدت في هذا البحث على الاتجاه التداولي بأدواته المحددة التي أوجزت القول فيها في تمهيد هذا البحث، مؤمنا بأن الخطاب الرسمي والمسؤول يحتاج لتكييف خاص ووضوح في الأدوات، بل وربما تعديل بعض التفاصيل المنهجية لتتلاءم مع هذا الخطاب وحذف ما لا يصلح لفحص العينة وتحليلها.

وإلى جانب المنهج العلمي للبحث اعتمد البحث على منهجية إجرائية محددة في عرض المنشورات الخاصة بالأزمة أو ما كان يسمى (تغريدات) في إطار خاص، تمييزا لها عن كلام الباحث واستشهاداته المنهجية أو التاريخية أو غيرها، مع الالتزام بتسجيل التأريخ الميلادي لكل منشور؛ لتسهيل البحث عنها في البرنامج، وتلافيا لترهل الإحالات فيما لو نقلت في كل مرة رابط المنشور في البرنامج.

وقد قسمت البحث إلى تمهيد وثلاثة مباحث، إذ تحدث التمهيد عن المنهج التداولي وأدواته باختصار، ثم جاء المبحث الأول للحديث عن أغراض الخطاب وهي في هذه الأزمة ثلاثة أغراض أو مقاصد، والمبحث الثاني بناء الخطاب بمكوناته الثلاثة العتبات والإستراتيجيات والأفعال الكلامية، أما المبحث الثالث فقد جاء لفحص منجزات الخطاب الصحي وإخفاقاته اليسيرة، وختم البحث بخاتمة تحمل أبرز النتائج التي توصل إليها الباحث مع بعض التوصيات والممكنات البحثية التي يراها.

لقد كان هذا البحث خلاصة رصد وتحليل لعينة نشرت على مدى سنتين أو أكثر، وكان من الصعب استخلاصها وتحليلها في بحث موجز، مما استلزم عملا دام قرابة عام ونصف، وصفحات عدة كتبت وحذفت ومصطلحات تغيرت، حتى استقام هذا البحث بهذه الصورة التي لا تخلو من هنات ونواقص، والله أسأل أن يجعل هذا الجهد مثمرا ومفيدا، والحمد لله رب العالمين.

بعنوان: الخطاب الصحي التوعوي: دراسة تداولية للإستراتيجيتين التضامنية والتوجيهية، وهو يتقاطع مع هذا البحث في الانطلاق من حساب الوزارة على المنصة، ويختلف عنه في الخطة والأهداف والانطلاق من المقولات الكلامية والاقتصار على التوجيه والتضامن وترك بقية الأغراض الخبرية.

تمهيد: توطئة في التداولية:

يتخذ هذا البحث من المنهج التداولي بتطبيقاته المختلفة نقطة انطلاق وأنموذج تفسير كما ذكرت في المقدمة؛ وذلك لأنه يهتم بسؤال السبب والغرض ووجه التواصل مع المتلقي، أي أنه منهج يقف أمام الرسالة والمرسل إليه ليكشف وجه الاتصال ومستوى تحققه وتمكنه(١).

ولا مناص في البداية من إعطاء لمحة موجزة عن هذا المنهج قبل الشروع في فحص عينة البحث وسؤال نجاح الاتصال في ضوء هذه الأزمة التي نزلت بالعالم، وكان من قدر الله ورحمته أن نجحت المملكة العربية السعودية في إدارة الأزمة وتقليل آثارها على مختلف الأصعدة، تحقيقا لرؤية القيادة الحكيمة واهتمامها بالوطن والمواطن على رأس كل الأولويات.

التداولية هي ترجمة للكلمة الإنجليزية (Pragmatics) وهي إحدى الترجمات التي ذاعت وكتب لها القبول في هذا السياق (٢)، ومفهوم التداولية يقوم على أن اللغة مهمتها الأساس هي الاتصال ومن ثم فإن العناية بها ينبغي أن تنطلق من هذه المهمة لتدرس اللغة في سياق استعمالها(٣)، مع التفريق بين سياقات الاستعمال وقنوات الاتصال، وهي: دراسة " **الدلالة في علاقتها بموقف فعل الكلام**"(٤)، وقد يتغير تعريف التداولية بحسب زاوية النظر ومنطلق الدرس اللغوي والخطابي واعتبارات المتحدث أو المتلقي(٥).

(١) لا غنى للباحث في المقولات الخطابية من اتجاهين بحثيين هما: دراسة الأنماط التركيبية للجمل، ونظرية أفعال اللغة المشهورة في التداولية. وهو حين يدرس الخطاب لابد أن يعتني بتحقق صحة التركيب (نحويا) في إنجاز دلالة مناسبة للمعاني المراد إيصالها (علم الدلالة والمعجمية) في ظل وعي وعناية بالمرسل وملاءته الخطابية والسامع ومقدار ما تحقق لديه من أهداف الخطاب. ينظر: تداولية الخطاب من تأويل الملفوظ إلى تأويل الخطاب، آن روبول وجاك موشلار، ص ٣٣. و: استراتيجيات الخطاب، د. عبدالهادي الشهري، ص ٢٢.

(٢) من الترجمات الأخرى الذرائعية، البراجماتية، الوظيفية، الاستعمالية، التخاطبية، النفعية، التبادلية. ينظر: التداوليات وتحليل الخطاب، د. جميل حمداوي، ص ٥.

(٣) ينظر: استراتيجيات الخطاب، د. عبدالهادي الشهري، ص ٢٢.

(٤) مبادئ التداولية، جيوفري ليتش، ص٢٤، وينظر في أسس ظروف الكلام: تداوليات الأفعال الكلامية من العلامة إلى الفعل، د. عبدالرحيم الحلوي، ص١٧.

(٥) ينظر: استراتيجيات الخطاب، د. عبدالهادي الشهري، ص ٢٢.

وتكتسب التداولية مكانة كبيرة عند النظر إلى الخطاب الموجه للجماهير، إذ هي دراسة للمنجز اللغوي في إطار التواصل وعمقه؛ لأنها تنطلق من مركزية الاتصال والتواصل في النشاط اللغوي بشتى مستوياته، ومن ثم فإن هذا التواصل ينشأ حتما في سياقات اجتماعية يتأثر بها ويؤثر فيها(١)، ومن ثم فإن استثمار التداولية ووسائلها في بناء الخطاب وتحليله يعد أمرا منطقيا؛ لارتباطها وجودا ونجاعة بفلسفة اللغة وتقديم نظريات مقنعة حول إنجاز الدلالة وتحفيز الفعل أو الإحجام عنه، وكلها أمور تتصل باللغة والمجتمع والتفاوت الثقافي في تلقي الرسالة ومحفزاتها(٢).

وعلى هذا فإن أولى مهام التداولية بالنسبة لمنشئ الخطاب أن يحول الموضوعات إلى أفعال منجزة أو ينقل المحتوى المراد إيصاله من الموضوع المعرفي إلى التحفيز على الفعل وإنجازه، كما أن من مهامها أن تعتني بالموقف الذي يخدم الفعل الإنجازي أو المحفز على الإنجاز وهو ما يسمى (السياق) وربما تسعى لخلقه(٣)، وفي الطريق إلى هذه المهمات يجب أن يجتهد منشئ الخطاب في تحقيق شروط نجاح العبارة للتأثير في المخاطب بما في ذلك اتساق الرسائل وانسجامها مع المبادئ العامة والمبادئ التي يراد خلقها بشكل جديد أو إعادة تشكيلها وتعديلها(٤).

وعندما تتخذ التداولية وسيلة لدراسة الخطاب وتحليله تطرح عددا من التساؤلات الفاحصة للمنجز الخطابي المدروس، من أمثلة الأسئلة الآتية:

أ–ماذا نصنع حين نتكلم؟

ب–ماذا نقول بالضبط حين نتكلم؟

---

(١) ينظر: استراتيجيات الخطاب، د. عبدالهادي الشهري، ص ٢٣.

(٢) ينظر: النص والسياق، فان دايك، ص ٢٥٥.

(٣) سيأتي معنا في هذا البحث دلائل خلق السياق الاجتماعي المناسب الذي حفز على الفعل أو ترك الفعل مثل تأسيس سياق عدم المصافحة للوالدين كفعل كلامي يدل على التقدير والاحترام أكثر من المصافحة وتقبيل اليد والرأي المتعارف عليهما اجتماعيا.

(٤) ينظر: السابق، ص ٢٥٦–٢٥٧. وينظر الحديث عن الشروط العامة لإنجاز أفعال الكلام الناجحة، ص ٢٦٧. وفيما يتعلق بالانسجام فهو مفهوم نصي يقابل القواعد التركيبية في الجملة النحوية، ويعني مجموعة القواعد التي يصبح بها الخطاب متماسكا ومنجزا للدلالات المرجوة منه، وله عدد من القواعد كالتكرار والتدرج وعدم التناقض والتعالق. ينظر: تداولية الخطاب من تأويل الملفوظ إلى تأويل الخطاب، آن روبول وجاك موشلار، ٣٢–٣٣.

ج- من يتكلم؟

د-وإلى من يتكلم؟

هـ- لأجل من يتكلم؟

و-هل يمكن أن نركن إلى المعنى الحرفي للجملة؟

ز-ما مقياس الواقع اللغوي الإنساني؟

وغيرها(١).

وللعبور إلى التأثير وتحقيقه تشترط التداولية مبادئ يجب أن توجد في الخطاب ليكون نموذجيا ناجحا، وهما مبدآن اثنان، الأول: مبدأ التعاون، وهو ذلك القدر من الأداء الذي ينتج خطابا يعبر عن القصد ويستطيع المرسل إليه فهمه والتفاعل معه وفق قواعد الكم والنوع والمناسبة والكيف (الطريقة). والثاني: مبدأ التأدب وهو معنى أخلاقي يتحقق من خلال صياغة خطاب واضح ومؤدب مع المتلقي، وله قواعد التعفف والتخيير والتودد (٢).

أخيرا في هذه الكلمة الموجزة حول التداولية يجب أن لا نغفل الإشارة إلى المسارات التي اتجهت إليها الدراسات التداولية :

١-مسار الأفعال الكلامية.

٢-مسار القصد أو المعنى التداولي.

٣-مسار الإشاريات(٣).

بمعنى آخر فإنها حاولت تغطية البناء والدلالة والإحالات داخل النص وخارجه، وهذه الاتجاهات أو المسارات تخضع بقوة للسياق وتتحدد من خلاله إذا ما أردنا تفسير الخطاب وتحديد منجزاته(٤).

وفي هذه المسارات إشارة إلى المفاهيم الكبرى والمركزية في التداولية (أفعال الكلام، القصدية، السياق، الإشاريات). ولعلي أختم الحديث في هذا التمهيد بالتعريف بها لارتباط هذا البحث بها والإحالة عليها في بعض المواضع.

(١) ينظر: استراتيجيات الخطاب، د. عبدالهادي الشهري، ص ٢٣-٢٤.

(٢) ينظر: السابق، ص ٩٦-١٠٠.

(٣) ينظر: السابق، ص ٢٤.

(٤) ينظر: السابق، ص ٧٥-٨٠.

والفعل الكلامي (act of speech) مصطلح تداولي وضعه (جون أوستن) في كتابه (الفعل بالكلمات[١]، ومفهوم هذا المصطلح يقوم على أن كل ملفوظ ينهض على نظام شكلي دلالي إنجازي تأثيري. ويُعد نشاطاً مادياً نحوياً يستعمل أفعالاً قولية لتحقيق أغراض إنجازية (كالطلب والأمر والوعد والوعيد الخ)، أو غايات تأثيرية تَخصُّ ردود فعل المتلقي (كالرفض والقبول). وبعبارة أخرى فالفعل الكلامي منطوق يطمح إلى أن يكون فعلاً تأثيرياً في المخاطب، يترتب عليه إنجاز شيء ما[٢].

وحين نتكلم بأفعال الكلام فإننا لا نتكلم للترف اللغوي حتما، بل إننا ننجز الكلام لأجل قصد ما هو المعنى التداولي، وهذا القصد أو هذه القصدية هي هدف للكلام يأتي من مجموع الأفعال الكلامية والسياق الذي يحويها أو تنشأ فيه، ورغبة المتكلم ومستوى فهم المخاطب[٣]، وعليه فإن الفعل الكلامي قد ينجز شيئاً مقصودا يفهمه المخاطب وفقا للسياق على الرغم من عدم دلالة اللغة عليه بشكل مباشر. لذا فالقصد هو رغبة المتكلم التي تنتج من خطابه وتستفيد من السياق وتلقي المخاطب لتلك القصدية[٤].

ولأن القصد مرتبط بالسياق فيحسن أن نتعرف على مفهومه وحدوده العامة التي تجعل الفهم في ضوئه ومن خلاله أمرا مستساغا ومقبولا في التداولية، فالسياق إما أن يكون سياقا لغويا أو سياقا للموقف والحال، وهي في كلِّ الظروف التي تحفّ بالفعل

(١) ينظر: الفعل بالكلمات، جون أوستن، ص ٤٧. وينظر:

(٢) ينظر: التداولية عند العلماء العرب، د. مسعود صحراوي، ص ٤٠ .

(٣) تفهم القصدية في حدود الإجابة عن أسئلة ثلاثة هي: من المتكلم؟ من المتلقي؟ ماهي المقاصد أثناء الخطاب (السياق الزمني واتجاه المعطيات)؟. ينظر: المجلة العلمية لبحوث الصحافة، عدد٦، بحث: التحليل التداولي للخطاب واستراتيجيات البنية الإقناعية وأبعادها التداولية، مروة محمد علي، ص ٥١٣.

(٤) ينظر: استراتيجيات الخطاب، د. عبدالهادي الشهري، ص ٧٨. وتأسيسا على هذه المفهوم ومركزية السياق والفهم فإنه لا مانع من تعدد القصديات بسبب تعدد الأفهام حين يمكن الجمع بين مختلف التفسيرات، وشاهد ذلك من التراث تلقي وفهم السلف من الصحابة ومن بعدهم للنص الشرعي حين تحتمله اللغة، ويقبله السياق، وعليه فإن المشرع لا يثرب عليهم، وهذا متمثل فيما روي عن النبي ﷺ في غزوة بني قريظة وكيف تلقى الصحابة خطاب النبي ﷺ في اتجاهين ومفهومين، ولم يثرب على الجميع، وفي نص الحديث: " فَذُكِرَ ذلكَ للنَّبيِّ صلَّى اللهُ عليه وسلَّمَ، فَلَمْ يُعَنِّفْ واحِدًا منهمْ". الحديث في صحيح البخاري برواية عبدالله بن عمر رضي الله عنهما، رقم الحديث: ٤١١٩، ص١٠١١.

المتلفظ به والموقف والظروف المحيطة به من معنى الدلالة المعجمي وحال المخاطب وسبب الكلام والحالة الاجتماعية أو النفسية للكل(١).

وحين يقدم المتحدث خطابه بأفعاله الكلامية التي تتضح وتفهم من السياق فإنه لابد أن يستعمل عددا من الإشارات والإحالات أو ما يطلق عليه في التداولية (الإشاريات) التي تعني العلامات اللغوية التي يتحدد معناها ومرجعها من خلال سياق الخطاب التداولي لخلوها في ذاتها من أي معنى، ومن ثم تغدو المرجعية الإشارية مرجعية غير ثابتة، والكلام، أي كلام، لا يخلو من إشاريات ثلاثة: شخصية ومكانية وزمانية تقدمها على التوالي (الضمائر وأسماء الإشارة والظروف)(٢)، وهذه الإشاريات تستعين في كثير من الأحيان بالسيميولوجيا أو السيميائية؛ لأنها باختصار: تأويل الظواهر الإشارية(٣).

وبعد هذه التقدمة المهمة حول التداولية وأهم مصطلحاتها ومساراتها الكبرى ننتقل إلى الدراسة التطبيقية لما نحن بصدده من خطاب الأزمة الصحية والمنجز الرسمي عبر حساب وزارة الصحة في منصة (X) إبان جائحة كورونا (كوفيد ١٩/ Covid19).

المبحث الأول: أغراض الخطاب الصحي:

نعني بهذا المبحث الأغراض التداولية للمنشورات الواردة في صفحة وزارة الصحة في المملكة العربية السعودية على المنصة المشهورة (X: تويتر سابقاً) تحت معرف الوزارة (@SaudiMOH)(٤) ومن ثم فإن هذا المبحث يتأسس على فكرة القصدية التي تعد من ركائز التداولية حسبما أشرنا في التمهيد أعلاه، كما يتأسس على افتراض أن

(١) ينظر: استراتيجيات الخطاب، د. عبدالهادي الشهري، ص ٤٠-٤١. وللسياق أنواع كثيرة كما أجملت في المتن، منها السياق النصي والوجودي وسياق الفعل وسياق المقام والسياق النفسي. ينظر: السابق، ص ٤١-٤٤. ولفهم السياق جيدا يجب أن يدرك محلل الخطاب عناصر السياق المؤثرة، وهي: المرسل، والعناصر المشتركة أو الوقائع المجردة (الأزمة الصحية وأبعادها فيما يخص هذا البحث)، والمرسل إليه. ينظر: السابق، ص ٤٥-٥١. وفي الطريق إلى هذه العناصر يجب الإلمام إلى حد ما بسياق الحالة وعلاقاتها كما وردت عند فيرث، صنظر: الأنماط اللغوية الاجتماعية، هيرنانديز كامبوي، ص ٢٣٦-٢٣٧.

(٢) ينظر: استراتيجيات الخطاب، ص ٧٩-٨١.

(٣) ينظر: السيميولوجيا والتواصل، إيريك بويسنس، ص ٣٠.

(٤) https:/x.com/SaudiMOH

المتحدث حين يلقي الخطاب ينطلق من قصد عام يمكن إرجاعه إلى نوعين أو أكثر من أنواع مخاطبة الجماهير، هذان النوعان هما:

١–القصد الإخباري وهو أقرب ما يكون إلى الوظيفة المرجعية عند جاكبسون.

٢–القصد التواصلي التداولي الذي يقصد إلى التأثير والحجاج ومن ثم يمكن ضم الوظائف التعبيرية والشعرية والنسقية والحجاجية إليه(١).

ولابد في القصد من تظافر السياق اللغوي مع السياق الاجتماعي أو سياق الموقف، أما **السياق اللغوي** فيتحدد من خلال ثلاثة مداخل هي: المدخل المنطقي، والمدخل الموسوعي (توافر المعلومات الأساسية عن الأمراض والعدوى مثلاً) والمدخل المعجمي (دلالات المفردات وخدمتها للقصد)(٢)، وفي **السياق الاجتماعي أو سياق الموقف** الذي نشأ فيه الخطاب أو ذاع وانتشر هناك افتراضان أساسيان، هما:

١–أن الأفراد الآخرين، من المتلقين والمؤولين، فاعلون عاقلون.

٢–أن هؤلاء الأفراد لهم معتقدات وقناعات ورغبات وحالات ذهنية أخرى يحكمون على الخطاب من خلالها(٣).

إن غرض الخبر لا ينفك عن قصد المتكلم وفهم المخاطب لأننا في كل خطاب أمام فاعلين اثنين، الفاعل الحقيقي (المتكلم) وفاعل بالإمكان (المخاطب) وانتماؤهما افتراضا إلى جماعة لسانية واحدة هي ما يجعل الرسالة مفهومة والقصد ظاهرا محققا للغرض التداولي من الخطاب، ومن مجموع هذه العلاقة والفاعلية ينتج الخطاب ويتسلسل الفعل والإنجاز اللغوي مع تبدل السياقات بوصفها سياقات متحركة غير ثابتة، بل إن

(١) ينظر: تداولية الخطاب: من تأويل الملفوظ إلى تأويل الخطاب، آن روبول و جاك موشلار، ص ٧٤

(٢) ينظر: السابق، ص ٧٦. ويعبر عن هذه المحددات والسياقات بالكفاءة التداولية، التي تتكون من خمس ملكات هي: الملكة اللغوية والملكة المنطقية والملكة المعرفية والملكة الإدراكية والملكة الاجتماعية. ينظر: ضاد: مجلة لسانيات العربية وآدابها م٢ ع٣، بحث: البعد التداولي للخطاب الإعلامي في ظل جائحة كورونا، رانيا أحمد عموري، ص ٩٠.

(٣) ينظر: السابق، ص ٧٣. وفي الأساس الثاني تتأكد فكرة الملاءمة، التي تعني ملاءمة الوعي لدى المتلقي لما يريد المتحدث أن يقوله، ينظر: السابق، ص ٧٧. وفي حالتنا هذه فإن تكرار مصطلح (وباء) في خطاب وزارة الصحة يجب أن يتلقاه متلق واع بمعنى الوباء وخطورته ولديه تجارب أو ذاكرة تاريخية تقوم بمهمة الإدراك والملاءمة ليحصل التأثير، وإلا فإن حديث المتحدث، وتحذيرات الوزارة لن تؤخذ على محمل الجد.

الفاعل بالإمكان (المخاطب) قد يتغير بحسب تغير الضمير والحالة والسياق الواقعي، وهو ما سنجده مثلا في تبدل السياق الواقعي الذي يتشظى ليكون مجموعة من السياقات الواقعية بحسب الحالة التاريخية وتطور الفكرة أو الموضوع (انتشار/ سيطرة، طفرات، عدم وجود لقاح/ وجود اللقاح، منع سفر/ السماح بالسفر... إلخ) ومن ثم يغدو تاريخ الرسالة وشكل العالم جزءا أساسيا في تأويل الخطاب وفهم القصد منه(١).

وقبل أن أشرع في عرض وتحليل أغراض الخبر لخطاب الأزمة الصحية (كورونا) أود الإشارة إلى ما يميز هذا الخطاب من هذا المصدر الرسمي في المملكة، وهو وزارة الصحة، المعنية بشكل مباشر بالحالة الصحية للمواطنين والمقيمين على السواء، ومن مميزات الخطاب السلطوي الفعال أن يكون خطابا منتجا يهدف إلى الفائدة وتشكيل المعرفة لا أن يكون مصدرا للرفض والمنع والتحذير. ولكي يحقق خطاب السلطة هذه الميزة يعتمد هذا الخطاب الحقيقة كجزء أساس من أجزاء الخطاب ينشأ عليه ويهدف إلى توصيله أو بناء توجيه معتمد عليه(٢)، وعلى دارس الخطاب التركيز "**على كيفية إيجاد آثار الحقيقة في الخطاب، فما ينبغي تحليله إنما هو العمليات الخطابية التي يقع بها بناء الخطابات على نحو يجعلها توحي بتمثيل صور للواقع**"(٣).

وبعد تأمل وتصنيف المنشورات التي يزخر بها حساب وزارة الصحة في المملكة العربية السعودية (@SaudiMOH) منذ بدء النشر عن فايروس كورونا بتاريخ

(١) ينظر: الفن والسياق، فان دايك، ص ٢٥٨.

(٢) هذا مفهوم السلطة في الخطاب عند ميشيل فوكو. ينظر: تحليل الخطاب النظرية والمنهج، يورغنسن و فيليبس، ص ٣٨.

(٣) السابق، ص ٤٠. وهذا الخطاب السلطوي الناجح لا ينال هذه الميزة إلا حين تتوافر فيه شروط إنتاج القول الناجح وهي:

١- معرفة العالم الذي تؤول فيه العبارة.

٢- معرفة المقامات المتنوعة للسياق.

٣- معرفة اللغة المستعملة.

وبدون هذه الشروط لا يمكن نقل الخطاب ليكون فعلا كلاميا وقوة إنجازية، كما أنه بدون مراعاة هذه الشروط لا يظفر الخطاب بالمعرفة ولا التأثير ولا التغيير المراد إحداثه، ومن ثم يغدو التأثير بالخطاب لدى السلطة معطلا. ينظر: النص والسياق، فان دايك، ص ٢٦١-٢٦٢.

(٢٠٢٠/١/٢١م[١]) حتى انتهاء العمل بالإجراءات الاحترازية والإعلان عن زوال معظم التنظيمات الصحية المتعلقة بفايروس كورونا المستجد بتاريخ (٢٠٢٢/٦/١٢م) فإني وجدت الخبر لا يخرج عن أن يكون إخباريا أو توجيهيا أو تحذيريا ، وتفصيل هذه الأغراض وبناؤها فيما يأتي:

١–الغرض الإخباري:

هذا الغرض يقصد به هنا تلك المنشورات التي تقدم المعلومة المجردة، فهي منشورات تحمل جملا مهمتها نقل الحدث كما هو، دون أن يكون من متضمناتها اللغوية أي توجيه، ويترك للقارئ أو المتلقي حرية التصرف بناء على الحدث المنقول أو المروي، ومن ثم فإن استصحاب سبب نقل الحدث لا يشكل جزءا من الدلالة أو تفسيرا لها[٢]. وهذا الغرض أكثر ما ينطبق في حالة كورونا على المنشورات التي استمرت طيلة سنتين تقريبا بدءًا من المنشور المؤرخ في (٢٠٢٠/٣/٢م):

> **"الصحة تعلن عن ظهور نتائج مخبرية تؤكد تسجيل أول حالة إصابة بفيروس #كورونا الجديد لمواطن قادم من إيران عبر مملكة البحرين ولم يفصح عند المنفذ السعودي عن تواجده في إيران.**
> **ونطمئن الجميع أن الحالة معزولة في المستشفى وجاري التعامل معها وتقديم الخدمة الصحية وفق الإجراءات المعتمدة".**

هذا المنشور الإخباري تبعه فيما بعد منشورات شبه يومية (٤، ٧، ٩، ١٠/ ٢٠٢٠/٣م) ترصد تطور وتعدد الحالات وتقدم معلومة مصدر الحالة وطريقة الوصول إلى المملكة، ونلحظ هنا أنها لا تحمل أي توجيه أو غرض إرشادي أو توجيهي، وهو ما يؤكد التركيز على الحدث ونقله كما هو من باب الشفافية التي التزمت بها الوزارة وأكدتها

(١) بعد البحث والتقصي كان أول منشور لحساب وزارة الصحة هو توجيه المسافرين إلى الصين في التاريخ المشار إليه أعلاه، ورابط المنشور:
https:/x.com/SaudiMOH/status/1219629238212603904?s=20&t=8pxMJaAtvGWi3RQXfhqeYg

(٢) ينظر: السيميولوجيا والتواصل، إيريك بويسنس، ص ٣٦.

في أكثر من سياق(١).

ولما تطورت الحالات أو تعددت تغير نمط الإخبار ليأخذ سمة واحدة بمنشور يومي طيلة عامين تقريبا، وقد بدأت هذه المنشورات منذ اليوم (٢٠٢٠/٣/١٤م) بالمنشور الآتي:

> **"#الصحة تعلن عن تسجيل ١٧ حالة إصابة جديدة بفيروس #كورونا الجديد (كوفيد ١٩) :**
> **– الحالة الأولى لمواطن قادم من إيران، ومعزول حاليًا في منشأة صحية في الأحساء.**
> **– الحالة الثانية لمواطن موجود الآن في الحجر الصحي، كان مخالطا لحالة أعلن عنها سابقًا، وهو معزول في مستشفى بالقطيف".**

ثم تطورت المنشورات لتضم معلومات محددة هي معلومة عدد الإصابات الجديدة، والتعافي، والوفيات مع تصميم مصاحب يبرز الأرقام إضافة إلى التعافي والحالات العالمية وذلك بدءا من (٢٠٢٠/٣/٢٦م)(٢):

> **"#الصحة تعلن عن تسجيل (١١٢) حالة إصابة جديدة بفيروس #كورونا الجديد (كوفيد١٩)، وتسجيل حالة وفاة لمقيم في المدينة المنورة، وتسجيل (٤) حالات تعافي ليصبح مجموع الحالات المتعافية (٣٣) حالة ولله الحمد".**

إن هذه المنشورات المستمرة هدفها الأساس هو مبدأ الشفافية الذي تلتزم به الوزارة

(١) أعلن عن المؤتمر الصحفي الأول للوزارة في يوم ٢٠٢٠/٣/١م واستمر عقده بشكل متواصل يوميا أو أسبوعيا حسب الحاجة وتطورات الحالة في المملكة. وكان يجري في هذا المؤتمر استنطاق المتحدثين الرسميين للجهات ذات العلاقة كوزارة الداخلية، والتعليم، وغيرهما.

(٢) ينظر التصميم المصاحب الذي يحمل عدد الحالات في كل مدينة، والأرقام العالمية للإصابات والتعافي والوفيات.

عبر قناتها الرسمية والقريبة من المواطن، وفيها تتخذ الأرقام مكانا مركزيا يجعل الغرض الإخباري المجرد هو الأساس، الذي يمكن المواطن من اتخاذ خياراته الخاصة وبناء القناعات حول المرض وسرعة انتشاره محليا وعالميا دون توجيه مباشر أو وصاية رسمية من الجهة المخولة بذلك في المملكة.

والخطاب الإخباري الذي رصد في المنشورات الثلاثة وما بعدها بالتأكيد يبرز – كما يرى ميشيل فوكو- قيمة الحقيقة في خطاب الوزارة وغايتها، إذ الحقيقة جزء لا يتجزأ من أنظمة السلطة وهي من يقوم بإنتاجها، ومن ثم فإن التركيز يجب أن ينصب على كيفية إيجاد آثار الحقيقة في الخطابات، وما ينبغي تحليله إنما هو العمليات الخطابية التي يقع بها بناء الخطابات على نحو يجعلها تمثل صورا صادقة للواقع أو غير صادقة(١).

إن تسلسل الحقيقة في المنشورات بين التركيز على المصدر (في المنشورين الأول والثاني) ثم العدد والتعافي (المنشور الثالث وما بعده طيلة سنتين) ليؤكد المقصد الإخباري الذي نرمي إليه، فالإخبار بالمصدر لم يعد خبرا ذا أهمية في مقابل العدد المصاب والتعافي أو الوفاة، وهو ما ركز عليه الخطاب الإخباري والتزمه، كما أن التركيز على المناطق المصابة، مما لا يسعه النشر بالكتابة والحروف أمر له أهميته في هذا الغرض؛ لذا التزمت الوزارة بذكر المناطق والمحافظات التي سجلت إصابات جديدة إلى جوار التعافي العام والشامل.

وأمر آخر في طبيعة هذه الأخبار وهو التجاور بين الإصابة والوفاة وتأخير عدد التعافي وهو ما كان مقصودا لتحديد خيارات المواطن وإشعاره بجدية الحالة الصحية وربما تأثيرها على الوطن والمواطن والمقيم وضرورة أن يتخذ بشأنها ما يراه من إجراءات مناسبة دون توجيه مباشر على الأقل في تلك المنشورات وترك المجال لمنشورات أخرى تقوم بهذا التوجيه حتى لا يخرج الخطاب الإخباري عن غرضه الأساس وهدفه التداولي الواضح.

تلتزم المنشورات الإخبارية التي أشرنا إليها نمطا خطابيا واحدا، بإبراز فعل الكلام (تسجيل) المتكرر ثلاث مرات : تسجيل حالة (تسجيل حالة إصابة/ تسجيل حالة وفاة/ تسجيل حالة تعافي) والمتغير هنا هو العدد في كل جملة، ثم يختم المنشور بحمد الله على التعافي الذي يعد المبشر الوحيد حتى يبقى الأمل منعقدا إلى اليوم التالي موعد

(١) ينظر: تحليل الخطاب النظرية والمنهج، يورغنسن و فيليبس، ص ٣٩-٤٠.

الإفصاح عن الأعداد وفعل الكلام (التسجيل) الجديد. وهذا الختام أيضا يعد عنوانا ومرجعا للوزارة التي تلتزم بقيم المجتمع وإيمانه بأن الشافي هو الله والوزارة سبب في ذلك.

إن نموذجية هذا المنشور ليعد إنجازا تداوليا للوزارة في ظل هذه الجائحة حتى أصبح المنشور علامة على الوزارة بترتيبها ووعيها بالمهم، وبالقيم الاجتماعية، وبضرورة التزام الحقيقة في هذا الجزء الإخباري المهم.

ولا يغيب عن الغرض الإخباري -أيضا -ضرورة إبراز قيمة المنشأة وجهودها بما أنها الخط الأول للدفاع ضد هذا الفايروس، لتأتي منشورات الإخبار عن جهود الوزارة وأعمالها وتنشر على فترات متفاوتة بعدا وقربا لكنها مرسومة بعناية وذكاء لتنشر شعور الاعتزاز الوطني بهذه المنشأة ومن ثم هذا الوطن الذي يضع الإنسان في أولوية أي نشاط حكومي ومن ذلك المنشور الآتي: (٢٠٢٠/٤/٩م)

"بلغ عدد الفحوصات المخبرية لفيروس #كورونا الجديد (كوفيد-١٩) في المملكة حتى يوم ٨ أبريل (١١٥،٥٨٥) فحص وذلك في ١٠ مختبرات حول المملكة باستخدام تقنية البلمرة الجزيئية، بمعدل ٣٣٤٠ فحص لكل مليون من السكان".

هذا المنشور الذي يحصي الجهود خلال شهر واحد منذ أول إصابة مؤكدة وفي ظل صعوبة الحصول على الأدوات الخاصة بالتحليل وتقنيات كشف الفايروس لهو منشور إخباري له أثر تداولي مهم بدليل التفاعل الذي حصل عليه، بردود تجاوزت الأربعمئة، وإعادة نشر تجاوز ألفا وسبعمئة، وإعجاب أكثر من ألفين وأربعمئة حساب ومعرّف. أي أنه منشور إخباري نال تفاعلاً مباشراً من حوالي خمسة آلاف حساب تقريبا، بالإضافة إلى مرات المشاهدة التي لا تقل عن المليون.

نلحظ مما مر أن الوزارة تلتزم بالأعداد وتؤمن بأهميتها الإخبارية، وهذا ما يؤكد الحرص على الحقيقة في خطاب السلطة كما ذكرنا، فالأعداد يسهل قياس نتائجها واستخراج النسب وتحليلها ومن ثم يحقق الغرض الإخباري هدفه بترك المتلقي يحدد الخيارات ويستنتج الأضرار والمؤثرات والمبشرات، ويصل إلى شعور ذاتي حيال الوطن ومؤسسته الخاصة بالصحة دون أي تدخل أو توجيه أو وصاية.

وإلى جوار الغرض الإخباري المجرد لا يمكن إغفال منشورات إخبارية لها بعد آخر ربما يراد دون أن يكون هناك أي مؤشر لغوي يثبت هذا الغرض، أي أن السياق هو الذي يضطلع بتأكيد الغرض أو فهمه أما منشور فإنه يلتزم بالغرض الإخباري المجرد وفق استعمالات اللغة ومعاني الجمل المكتوبة وفي الدلالة المعجمية والسياق النصي الخاص، من ذلك تلك المنشورات التي توثق تلقي اللقاح من شخصيات اعتبارية، مثل خادم الحرمين الشريفين حفظه الله، ووزير الصحة، وأمراء المناطق، ففي الثامن من يناير ٢٠٢١م، نشر حساب وزارة الصحة الخبر الآتي:

#الملك_سلمان يتلقى الجرعة الأولى من لقاح كورونا (كوفيد – ١٩)".

وقد نُشر مع الخبر مقطع مرئي يوثق الخبر ويؤكده، وهذا الخبر الموجز يقدم المعلومة الإخبارية التي تريدها الوزارة، ولكنه –أيضا –لا يمكن أن يمر دون تأمل المتلقي وتحفيزه لأخذ الخطوة والسعي للحصول على اللقاح الذي أكدته أعلى سلطة في الوطن وأكدت مأمونيته على النفس أولا وعلى الشعب ثانيا، وفي هذا استعمال (لحجة السلطة) وهي الحجة الإستراتيجية الشائعة التي تستثمر مكانة الفاعل وقيمته في الإقناع بالفعل والحث عليه(١).

ويقوم المقطع المرئي بمهمة البرهنة والاحتجاج على صدقية الخبر وتأكيد (حجية السلطة)، وما يتبعها من ضمان سلامة الخطوة وأمانها على النفس؛ ليفتح المجال أمام المواطنين ليتقدموا، وليغدو الفعل المضارع (يتلقى) عاما ومنفتحاً على جميع مواطني ومقيمي المملكة كأن هذا الفعل المتجدد بدأ واستمر منذ هذا المنشور الإخباري المحفز(٢).

(١) حجة السلطة مصطلح حجاجي ورد عند (بيار بلاكبورن) ويعني أن الحجية تكتسب قوتها من قيمة الفاعل وقيمته. ينظر: الحجاج في الشعر العربي : بنيته ووأساليبه، سامية الدريدي، ص ٢٣٢.

(٢) التزم حساب الوزارة بالفعل المضارع (يتلقى) في منشورات سابقة ولاحقة لمنشور الإخبار عن خادم الحرمين الشريفين حفظه الله، مثل خبر تلقي ولي العهد حفظه الله الجرعة الأولى في (٢٠٢٠/١٢/٢٥م)، ووزير الصحة بتاريخ (٢٠٢٠/١٢/١٧م)، وأمراء المناطق: (الشرقية: ٢٠٢٠/١٢/٢٨م و المدينة: ٢٠٢١/١/١٧م والجوف وجازان والقصيم: ٢٠٢١/٢/١٨م) ، بل وحتى أول مواطن وأول مواطنة أخذوا اللقاح للمرة الأولى (٢٠٢٠/١٢/١٧م).

بالإضافة إلى الإخبار للتحفيز، هناك منشورات إخبارية يبدو الهدف منها الدلالة على المكان وسهولة الوصول إليه، ومن ثم فهي منشورات تداولية نافعة ومهمة للمواطنين تبلغهم بتوافر اللقاح في المناطق والمدن التي يسكنونها، وتدلهم على المكان، بل وترسم لهم شكل المسار الذي سيسيرون عليه منذ الدخول حتى الخروج، من ذلك مثلا المنشوران الآتيان في (٢٧ و ٢٠٢٠/١٢/٢٩م):

" مركز لقاحات كورونا في جدة،
من تسجيلك حتى وصولك إلى مغادرتك..
رحلة أخذ لقاح كورونا بكل يسر وسهولة ☑ ".

"مركز لقاحات كورونا (كوفيد-١٩) بمركز معارض الظهران الدولي في خدمتكم".

ومع كل منشور من هذه المنشورات يأتي المقطع المرئي بجودة الإخراج العالية ليكون معاضداً ومقويا ومبرهنا على كل ما تدعو إليه وتلتزم به الوزارة في المنشور، من الأمان إلى اليسر والسهولة وجودة الخدمة وقرب المكان وغير ذلك. وتلتزم الوزارة بأسلوب مخاطبة المواطنين بالضمير وكأن الخطاب يحدث مباشرة وحضوريا، فلا وجود لضمير الغائب في هذه الرسالة الإخبارية المباشرة الواضحة المحفزة، وهي كما ذكرت سابقا لا تحمل أي دعوة للحضور وتلتزم بالأسلوب والغرض الإخباري المجرد حول الخدمة ووجودها وقربها من المستفيدين، قصة متكاملة عنوانها العريض: اليسر والسهولة.

ولعلنا ننظر مرة أخرى في العبارات المستعملة في كل منشور لنستخلص العبارة المركزية التي يقوم عليها المنشور الإخباري، ففي المنشور الأول: تأتي العبارة الختامية لتكون مركزية في الدلالة وهي سبب التداول والسيرورة (خدمتكم)، أما في الثاني: فهناك عبارات متعددة تركز الدلالة وتنقل الفكرة (رحلة، وصول، أخذ، مغادرة) وهذه السلسلة لها صفة شاملة عامة لكل المستفيدين عنوانها اليسر والسهولة.

لقد جاء الغرض الإخباري خادما لجهود الوزارة العامة، وقائما بأهم أهدافه التي أنشئت المنشورات من أجله، وهو مبدأ الشفافية ونقل اللحظات اليومية أولا بأول وعبر

أشهر وأسرع وسيلة تمتلكها الوزارة وتستثمرها لنقل المعلومة، لذا كانت المنشورات الإخبارية الأولى بلا منازع هي منشورات الإفصاح اليومي عن عدد الحالات والوفيات والتعافي. يضاف إليها في غرض ثانوي تلك المنشورات الإخبارية التي تحمل غرضا مبطنا وغير مصرح به من مثل التحفيز على أخذ اللقاح، أو الدلالة على المكان، وإزالة الشعور بالازدحام والاصطفاف أو التقارب المعدي في ظل تلك الظروف الضبابية لانتشار الفيروس والعدوى.

ومما يميز المنشورات الإخبارية بعامة حرصها على النمطية الخطابية بالتزام تعبيرات موحدة غالبا سواء في منشورات الإفصاح عن الحالات (تسجيل، حالة، ولله الحمد) أو في الإخبار عن اللقاح (يتلقى)، وفي هذا تركيز على الرسالة وعدم اضطراب الدلالة التي يراد إيصالها وهي دلالة الأرقام وتغيرها اليومي/ الأسبوعي، وهذه الرسالة الأساسية التي يراد نشرها وتعميمها وبقاؤها في الذهن ما بقيت هذه الجائحة.

٢–الغرض التثقيفي:

ويقصد بهذا الغرض كل المنشورات التي ترد في حساب الوزارة بهدف التعريف بالفيروس وانتشاره وكيفية التحرز منه أو علاجه أو غير ذلك، بمعنى أنها المنشورات التي تحمل مضمونا علميا معرفيا يجري تبسيطه ليتداول اجتماعيا وينشر الثقافة الصحية حول الفيروس فهما وعلاجا.

ولعل أول منشور ظهر في حساب الوزارة بغرض التثقيف كان في (٢٠٢٠/١/٢٣م) وهو وقت مبكر جدا مقارنة بأول حالة سجلت في المملكة (٢٠٢٠/٣/٢م)، وحمل المنشور تيمة التثقيف الأبرز (الاستفهام) مبدوءًا بسؤال مركزي بمنزلة العتبة الرئيسة [(١)]: (ما هو فيروس كورونا الجديد؟): ويتضمن المنشور أربع بطاقات

تحمل كل بطاقة سؤالا مختلفا:

وهذه الأسئلة الأربعة:

١-ما هو فيروس كورونا؟

٢-ما هو فيروس كورونا المستجد؟

٣-كيف تم تحديد نوع الفيروس؟

٤-ما هو أصل هذا الفيروس؟

تعكس ضبابية العلم وقلة المعلومات التي تحملها الوزارة لتبثها إلى الناس في تلك المدة المبكرة، بدليل تكرار السؤال ب(ما) وهي أداة استفهام تكتفي بالمعرفة العامة وتوصيف ما يحدث ولا تتعمق في العلم مثل معرفة الكيفية أو السبب (كيف، لماذا)،

(١) مصطلح العتبات: يقصد به كل ما يغري بقراءة النص، ويجعل القارئ يتحفز للقراءة، وسيأتي الحديث عنه بشكل أوسع في المبحث الثاني.

وحين جاء سؤال (كيف) اكتفت الوزارة بجواب علمي عام يصلح في كل فيروس ولا يحمل أي خصوصية للفيروس محل السؤال وحدث الساعة: "تم التعرف على الفيروس عن طريق التسلسل الجيني"(١).

وفي جميع منشورات التثقيف تقريبا لا تترك الوزارة أداة السؤال بوصفها الأداة المفتاح للتثقيف والتعليم وبث الحماس للمعرفة، وهو أسلوب معروف رباني ونبوي استثمرته الوزارة وما زالت تستثمره في عتبات المنشورات إلى اليوم.

إن عتبة السؤال التي تفتتح سياق التثقيف العمومي على مستوى الوطن كاملا، ممارسة خطابية تحترف الوزارة في استثمارها بأقصر العبارات وأوضحها، استثمارا للوسيلة المحدودة مقدارا (تويتر)، وإيمانا بتفاوت مستويات التعليم والفهم والتلقي؛ لتحقق الرسائل التثقيفية غرضها التواصلي دون نتائج عكسية غير مقصودة كالهلع أو التهاون أو الغموض والضبابية والاستغلاق، ومن ثم تغدو هذه العتبة أفقًا يفتح ويحيل على نص أعمق نشر وصمم بعناية: (٢٠٢٢/٤/٢٣م)

"لماذا تعتبر الجرعة التنشيطية ضرورية وأساسية؟
تعرف أكثر هنا ⬇".

(١) في السؤال الأول جاءت الإجابة العلمية عن طبيعة الفيروس ذات العدوى التنفسية وتاريخ الاسم الذي شاع لهذا الفيروس الجديد (كورونا) وهي معلومات عامة أيضا! أما حين جاء السؤال الثاني فقد جاء الجواب إخباريا عن مكان انتشار الفيروس ووقته.

وبغض النظر عن قصور المفردة الأساسية والمنجزة للسؤال الأول/ العتبة (يعتبر)[١]، فإن هذا السؤال بما حمله من مفردات مهمة (الضرورة، الأساس) محفز للتقصي والتعمق في البحث عن الإجابة، التي تتكفل بها الوزارة لحسن الحظ، في أفقين يشرحهما السؤالان الآخران: هل الجرعة ضرورية، ولمن؟

وفي جواب الأسئلة تتظافر اللغة والصورة والمشاهد للإجابة عن هذه الأسئلة وتغطي كل جوانب المعلومة المراد نشرها لكل الفئات: من يقرأ ومن لا يحبذ القراءة، ولمن تؤثر فيه اللغة، وأولئك الذين تأثرهم الصورة الثابتة بألوانها، ولمن هم بحاجة لتواصل مسموع ومرئي يتكفل به المقطع المصاحب بكل تفاصيله[٢].

ويشعر منشئ الخطاب/ الوزارة بما لدى المتلقي من تخوفات مشروعة وهو يقرأ كل يوم كما إخباريا مرهقا حول الفيروس وتطوراته، فتأتي المنشورات التثقيفية الحذرة لتقدم رسائل الطمأنة الواعية، مثل المنشور الآتي التي نشرت في (٢٠٢٠/١٢/٢٢م):

> "**د.أحمد الجديع خلال المؤتمر العلمي الخاص بتحور فيروس كورونا (كوفيد-١٩):**
>
> **تحدث عدة طفرات بالفيروس المتحور، الطفرات تحدث عادة في كثير من فيروسات(RNA)مثل الإنفلونزا ولا تعني زيادة في خطورة أو ضراوة الفيروس أو مقاومته للأدوية واللقاحات، وقد تؤدي إلى ضعف الفيروس في كثير من الأحيان".**

يختار المتحدث، أو محرر حساب الوزارة، العبارات بعناية شديدة؛ والغرض مرة أخرى التثقيف والطمأنة مع الحذر المهم في تلك المرحلة المبكرة نسبياً: (**عدة طفرات، تحدث عادة، لا تعني زيادة في الخطورة، قد تؤدي إلى ضعف الفيروس**)، تلك العبارات المهمة التي تعني أن الفيروس لم يكن جديداً في هذا السلوك والنمط، وهي

(١) استعمال لفظة (يعتبر) في هذا المعنى مخالف للصواب، إذا الاعتبار مصطلح يحمل معنى العبرة والتفكر، والمقصود اليقين وهو ما يقوم به لفظ (يعد) بصورة أقوى وأبلغ.

(٢) كل ذلك جاء في الرابط المنشور:
https://covid١٩awareness.sa/archives/١١٣٩٤

معتادة في هذا النوع من الفيروسات، وتعني أيضا أن التحور لا يستلزم الخطورة أو زيادتها، والمبشر أنها طفرات تؤدي لضعف الفيروس في حالات كثيرة مرصودة علمياً. ومركزية النفي في المنشور يهدف إلى تصحيح المفاهيم أو السبق إلى الوصول إلى المتلقي قبل أن تذهب النفوس إلى التشاؤم وافتراض الأسوأ حسب طبيعة الترقب المجتمعي وقت الأزمات.

ويقوي هذه المبشرات ما صدّر به المنشور من اسم المتحدث، وتخصيص المؤتمر الصحفي لهذا الموضوع بالذات، بمعنى أن المحتوى المنقول معتنى به وله أولوية كبرى وتحضير علمي على مستوى الحدث والمرحلة، وهو مؤتمر يعي السياق من حوله بافتراضاته التداولية حول فاعلية الأفراد وتعقّلهم من جهة، وأنهم يحملون رؤى وقناعات ورغبات ذهنية يحكمون على الخطاب من خلالها[١]، فيأتي الخطاب وفق هذا الفهم والوعي لينجز الغرض التثقيفي ويسهم في التعايش مع الأزمة دون تجاهل التطورات العالمية أو المبالغة فيها.

وهكذا يظهر في الغرض التثقيفي، وخاصة ما بُدِئ بالسؤال، ذاك المبدأ التداولي المهم وهو مبدأ التعاون[٢]، فالوزارة لا تترك هذا المبدأ في أي منشور لها، وخاصة

(١) الوعي بالسياق مهم لتحقيق مستوى الملاءمة، تلك الملاءمة التي تتعلق بالإدراك الشعبي العام وفق ذاكرتهم الجمعية بنوعيها قصيرة المدى وبعيدة المدى. ينظر: الخطاب من تأويل الملفوظ إلى تأويل الخطاب، ص ٧٣، و٧٧. ونجد هذا الاستثمار للذاكرة قصيرة المدى (كورونا) فيما ينقل عن المتحورات عبر العالم تذكيرا بها وما حدث لها من خفوت أو ضعف. ينظر سلسلة المنشورات التي نقلت أبرز ما تحدث به د. عبدالله عسيري في نفس المؤتمر المشار إليه أعلاه بتاريخ (٢٢/١٢/ ٢٠٢٠م). أما استثمار الذاكرة بعيدة المدى فقد أحيل إليها هنا بذكر (فايروسات الانفلونزا بشكل عام)، وكذلك في منشورات أخرى تستدعي حالات قديمة لجوائح انتهت في الجزيرة العربية مثل الجدري والكوليرا والحصبة. ينظر المحتوى المنشور في (٢١/١٢/ ٢٠٢٠م):
https://twitter.com/SaudiMOH/status/1341054026671157248?s=20&t=r1Gh1uTx7zhzfPS3DgQhGA

(٢) وضع هذا المبدأ العالم الفرنسي (بول جرايس)، ويقصد به: ما يرتكز عليه المتحدث للتعبير عن قصده من ضمان قدرة المتلقي على الفهم والتأويل، وضمن هذا المبدأ قواعد محددة هي: الكم والنوع والمناسبة والكيف، تسهم مجموعة في إنجاز خطاب ناجح بالقدر الذي يتطلبه السياق ويتوافق مع الغرض والاتجاه الذي يجري فيه ويتفق مع وعي ومستوى استيعاب المتلقين. ينظر: استراتيجيات الخطاب، د. عبدالهادي الشهري، ص ٩٦-٩٧.

منشورات التثقيف من باب المسؤولية الرسمية، والأمانة المجتمعية التي كلفت بها الوزارة وأجهزتها الإعلامية على الخصوص.

وتأسيسا على مبدأ التعاون الشائع والشامل لمنشورات التثقيف الصحي بشكل بارز؛ فإن مقصدية خطاب الوزارة لا تخرج عن الهدف التواصلي، ذاك الهدف التداولي الذي يقصد إلى التأثير والإقناع والتغيير الفاعل في طرف الخطاب المستهدف والمستفيد من الرسائل في آن واحد(١).

٢-الغرض التوجيهي:

ويقصد بهذا الغرض تلك المنشورات التي تهدف الوزارة من خلالها إلى حث المواطنين والمقيمين على سلوك معين أو القيام بإجراء صحي أو اجتماعي ترى أهميته في المرحلة وإسهامه في الخروج من الأزمة وتقليل آثار الجائحة.

وهذا الغرض منسجم مع الأغراض التداولية السابقة، ويأتي بعدها في التأثير حينما يسهم الغرض الإخباري في الرصد ونشر الواقع أولاً بأول، وربط هذا الواقع بالمعلومة العلمية الموثقة والموثوقة؛ وهذه الأرضية التي تأسست تسمح لخطاب التوجيه وتغيير العادات أن يؤتي ثماره ويضمن تأثيرا واسع الانتشار، بل إنه يجد تعاونا على التنفيذ ومراقبة الواقع اليومي والتواصي الشعبي على تنفيذ هذه التوجيهات والتزامها، والخطاب الصحي في ظل هذه الحيثيات يستدعي المواطنين والمقيمين بوصفهم مستهلكين يتحملون المسؤولية الشخصية في الحفاظ على أجسادهم عبر الاختيار السليم لنمط الحياة، بل ويشعر المواطنون والمقيمون بأنهم شركاء في تحمل المسؤولية الذاتية والغيرية بنشر الوعي والإسهام في تنفيذ الحلول التي اكتسبت الموثوقية والرعاية الحكومية الرسمية(٢).

ومن خلال بناء خطاب مؤثر يستطيع المتحدث، وحساب الوزارة، أن يقف على الشائعات فيفندها، وعلى الأخبار فيرتب عليها تعليمات وتوجيهات؛ من منطلق أن السلوك اللغوي مؤثر في السلوك الاجتماعي، باستثمار الظروف، والعوامل النفسية

(١) للمقصد التواصلي الهادف للتأثير اتجاهات متعددة يندرج فيها الكثير من الوظائف التي نبه إليها جاكبسون، وهي الوظائف التعبيرية والنسقية والشعرية والحجاجية. ينظر: تداولية الخطاب من تأويل الملفوظ إلى تأويل الخطاب، ص ٧٤.

(٢) ينظر: تحليل الخطاب النظرية والمنهج، يورغنسن وفيليبس، ص ٤٢.

العامة[1]، ومن ثم يمكن تأسيس نمط من الحياة، وإشاعة سلوك وإجراءات، لم يكن لها أن تتأسس لولا هذا السلوك اللغوي المثمر والمستثمر للراهن الصحي الطارئ.

ويعد أسلوب الأمر المباشر أحد أكثر الأساليب وأهمها في منشورات وزارة الصحة، وهو أسلوب متوقع ومقبول بالنظر إلى مصدر هذا الأمر من الناحية النظامية والعرفية، إذ الوزارة يحق لها أن تأمر في سياقها الذي تختص به وتسعى لحفظه (الصحة العامة/ الوقاية العامة)، وقد جاء الأمر أولا في بداية الجائحة حين كان الأمر لا يتعدى أمور الوقاية والامتناع والانتباه للأفعال والتصرفات والاختلاط الاجتماعي (١٦/١٠/٢٠٢٠م):

"المصابون بأمراض مزمنة من أكثر الفئات تأثرًا بمضاعفات فيروس كورونا، حتى لا تصاب بمرض مزمن بإذن الله إليك الاحتياطات التالية ⬇ :

إن التوطئة التي وردت في نص المنشور بمنزلة تسويغ احتياطي لما سيأتي من أوامر صارمة في التصميم المضمن، بأفعال الأمر: **توقف، تناول، مارس، استشر**. وهي أوامر متسلسلة تبدأ من الترك إلى الفعل البسيط (التناول) ثم الفعل الأكثر عملا وإجهاداً (مارس)، وأخيرا للاطمئنان يمكن الرجوع للمختص بالاستشارة عبر التطبيق الرسمي. ويعاضد هذه الأوامر ويؤكدها هذا اللون التحذيري في التصميم (اللون الأحمر الغامق)، وتلك العتمة في الصورة التي ترمز للامتثال وبسط اليد الدالة على التسليم والبدء في

(١) ينظر: الأنماط اللغوية الاجتماعية، هيرناندیز کامبوي، ص ١٧٨.

الاستجابة لأفعال الأمر، وبدهي أن لا يكون للترك صورة دالة لأنه كف عن فعل وترك كامل.

ويميز هذه الأفعال توجيهها المباشر لمخاطَب حاضر واع مدرك للأفعال التي تجب عليه، واختيار مصطلح (توقف) ذي دلالة أعمق من الفعل (اترك) فالتوقف يعني اللحظة وفيه تركيز الفعلية والفعالية في الحرف المشدد (القاف) وما يشتمل عليه من وقوف فعلي أثناء التلفظ به، وهذا كله يؤكد العناية بالفعل الآمر وانتقاء اللفظ المناسب للتوجيه مضمونا وتوقيتا، وهذا المنشور يطلب من المواطنين والمقيمين أن يبادلوا الوزارة مبدأ التعاون وتفهم الظرف الصحي وأخذ الأمور بجدية كبيرة خاصة وأن المرحلة مرحلة ضبابية لم تظهر فيها حدود الجائحة وما يمكن أن تؤول إليه وتصنعه بالمجتمع بشكل عام، مع وعي بمبدأ التأدب الحاضر فهمًا ووعيًا في كل منشور توجيهي.

ثم في مرحلة لاحقة جاء الأمر ليدعو إلى الفعل المباشر بصيغة لا تخلو من الصرامة والعزم (١٥/١٢/٢٠٢٠م):

"سجل الآن عبر #تطبيق_صحتي لأخذ لقاح كورونا (كوفيد-١٩).

اللقاح آمن ويحميك وأحبابك من الإصابة بالفيروس -بإذن الله-"

وهنا يأتي الفعل الكلامي الآمر بالتسجيل بوصفه قلب المنشور وسبب حياته وسيرورته، ومن ثم كان أصلا بني عليه التصميم المصاحب (سجل الآن) حتى غدت العبارة بمنزلة علامة على الأمان الصحي، والامتثال الوطني، والحب الاجتماعي: (آمن، يحميك، وأحبابك).

والمنشور نشأ على مبدأ السببية المشرعة للأمر، مع ما فيه من مقبولية السلطة الصحية، فالأمر الأول سببه الأمر الثاني (لأخذ اللقاح)، وكأن اللام هنا لام الأمر متخفية خلف المصدر (الأخذ)، وهذا السبب الذي يعد أمرا مترتبا له سبب آخر في السطر الثاني (فاللقاح آمن ويحمي...). وهذه الأوامر المتسلسلة لا تخرج عن مبدأي التعاون والتأدب اللذين أشرت إليهما في الغرض السابق، فالوزارة لا تأمر وتمضي، بل تأخذ على عاتقها إقران الأمر بالتسويغ والسببية احتراما للمواطنين والمقيمين وسعيا لإشاعة وتأسيس سلوك مقتنع راضٍ بكل إجراء وتوجيه ولذا لا تكتفي الوزارة باللغة المختصرة بل تحيل إلى روابط وتصميمات شارحة موسعة وعميقة، أتاحتها لها التقنية والوسائط الحديثة.

وربما اختيرت العبارات– أيضًا– لتنسجم مع اسم التطبيق والوزارة، فكلها تحوي حرف الحاء الذي يعمر اسم الوزارة، والتطبيق (الصحة/ صحتي)، والحماية، والأحباب، وهو ما يقوم به هذا الحرف الحلقي المريح المطمئن(١).

وإلى جانب فعل الأمر هناك صيغ وعبارات تهدف إلى التوجيه بلغة غير آمرة، تكتفي بالتوجيه المتضمن دون مباشرة في طلب الامتثال أو المتابعة، ويأتي مضمون التوجيه مفهوما من خلال التفاصيل ورسم دائرة المعني بالتوجيه مثل ما جاء في المنشور الذي نشر في (٢٠٢١/١١/١٨م):

(١) من المنشورات التي جاء الأمر فيها مركزيا المنشور الذي أورد ما يجب فعله في الحجر المنزلي، فجاء التصميم مقسما إلى قائمتين، بعنوان (افعل) و (لا تفعل). المنشور ظهر في (٢٠٢١/١/٢٨م).

"صحتك تحتاج إلى الجرعة التنشيطية، لتأكيد حمايتك من المتحورات، وسلامتك من المضاعفات بإذن الله"

فالتوجيه هنا ينصرف إلى الفئة المعنية، التي تهتم بـ(صحتها) وتريد أن (تتأكد) من الحماية من المتحورات، وتنشد (السلامة) من المضاعفات، وهي من بعد الفئة التي تجاوزت مرحلة عمرية ومدة من الأشهر بعد الجرعة الثانية، وهذه الضوابط المتلاحقة تأتي لتأكيد التوجيه وتحفيز المواطنين على الإقدام على الفعل دون أمر، وما جمع مفردات الصحة والسلامة والحماية إلا دليل على عمق المغزّى وعنايته باللغة التي تأتي بالنتائج وتقييم تواصلا ناجعا مع الجمهور، ولا تثير أي شعور رافض أو اصطفاف مضاد قدر الإمكان، لاسيما وأن هذه الجرعة لم يبدأ الإلزام بها نظاما، وليس في الأفق القريب بوادر لذلك.

لقد جاء غرض التوجيه منسجما مع الأغراض الأخرى وامتدادا لها، فما يبدأه الغرض الإخباري من تهيئة، وما ينجزه الغرض التثقيفي من نشر المعلومات العلمية والإجراءات المناسبة للراهن الصحي، يسوغان التوجيه اللاحق ويدخلاه في حيز المعقولية بل وربما المطلوب والواجب وما ينبغي ملاحظته والتواصي عليه وربما الإبلاغ عن مخالفته عندما يجري في مكان عام قد ينتج عنه انفلات صحي أو آثار سلبية تجهض أعمال الوزارة أو تقلل من نجاحها العام والمشاهد.

المبحث الثاني: بناء الخطاب الصحي:

ينشأ الخطاب المؤثر من مكونات بارزة، يضعها المتكلم أو المخاطب بوعي أو بغير وعي، فتؤتي ثمارها وتحقق التأثير الذي يمكن قياسه، وهو ما يعرف ب(التلفظ) أي: الفعل الذاتي لدى مستعمل اللغة بوصفها فعلا حيويا إنسانيا، ينتج عنه (الملفوظ) وهو الموضوع اللغوي المنجز بدلالة مغلقة واستقلال نسبي عن الذات المتلفظة به، ومن ثم يتيح لنا هذا الفعل التلفظي وما ينتج عنه من ملفوظ أن نتأمل وندرس المنجز ضمن نظريات الاتصال والتواصل وما يترتب عليه من نتائج التلقي والانطباع سلبا وإيجابا(١)، بل وربما ما ينشأ نتيجة له من خطابات موازية ترضى أو ترفض، تؤيد أو تعارض، تفند أو تتطلب الإقناع وتحشد الحجج وتكون ذراعا للخطاب وأداة فاعلة في نشره.

ومن ثم فإن بناء الخطاب له أهمية كبرى في تحقيق أهدافه التداولية التي من أهمها التواصل والاتصال بالآخرين من جماهير الخطاب أو الفئة المستهدفة، ومن خلال هذا التواصل يتم نقل الحدث المحسوس من وعي الذهن الأول إلى وعي الذهن الثاني بكيفيته التي حدثت؛ ليعيد الوعي المتلقي تشكيل ما حدث ووضع الذات داخله، وهنا يحدث التأثير المطلوب وينجز الخطاب ما يريده من توعية أو تحذير أو تغيير في السلوك أو المعارف أو الانطباعات(٢).

ولكي نحصل على هذه الأهداف التواصلية التأثيرية، يجب أن يتكون الخطاب من جمل ذات طبيعة وأنماط مؤثرة، اصطُلح على أن تسمى مقولات كبرى، يندر أن يخلو منها خطاب لغوي مؤثر وفعال، وهذه المقولات هي:

أ–الجمل الإخبارية المثبتة.

ب–الجمل الإخبارية المنفية.

ج–الجمل الاستفهامية.

د–جمل الأمر (ويدخل فيها النهي).

هـ–الجمل التعجبية(٣).

---

(١) ينظر: استراتيجيات الخطاب، ص ٢٨، ويرى (بنفنست) أن التلفظ هو موضوع الدراسة وليس الملفوظ، أي السياق المقامي والمقالي على السواء. ينظر: نفسه.

(٢) ينظر: السيميولوجيا والتواصل، إيريك بويسنس، ص ٣٥.

(٣) ينظر: تداولية الخطاب من تأويل الملفوظ إلى تأويل الخطاب، ص ٤٨.

وعند تأمل منشورات وزارة الصحة بوصفها حالة تأثيرية بارزة في هذا السياق، فإن تكوينات الخطاب لا تخلو من هذه المقولات، بل وتزاوج بينها، في فعالية خطابية بارزة يرى الباحث أنها نجحت في كثير من الأحيان، واستثمرت التأثير اللغوي التداولي على وجهه الصحيح في أوجه متعددة، واستثمرت هذه المقولات في مكونات الخطاب/ المنشورات حسب هذه التقسيمات الآتية:

١ –العتبات:

عتبات: ويقصد بها كل ما يغري بقراءة النص، ويجعل القارئ يتحفز للقراءة، ويختص الحديث هنا بالعتبات النصية، فهي البهو الذي يغري بالدخول إلى المنزل أو يدفع إلى مغادرته(١).

ولا شك أن مفتتح المنشور وبابه الأول بل وعبارته الأولى محفز للقارئ أو صارف له عن المواصلة، لذا فمن الضروري جدا العناية بهذه العتبات التي تكتسب خصوصية مهمة في هذا السياق، سواء سياق الحال أو سياق المقال، ففي سياق الحال يجب أن تحتوي العتبة على ما يشعر القارئ بأهمية المحتوى وطمأنته من أي قلق شائع في وقت كتابة المنشور، وأما سياق المقال فهو ضرورة الاختصار واستصحاب طبيعة الوسيلة وما تتيحه للكاتب من إمكانات ومساحة نصية، فلا مكان للاسترسال والإطالة في العتبة حتى لا تصبح العتبة هي منشور كاملاً ويسقط من ثم من حسابات المتلقي، ومن استثمار هذه الأداة النصية التداولية.

ومن ضرورات العتبة في هذا السياق تحديداً أن تتضمن فعلاً إنجازياً ذا قوة في البناء، وله نبر وتنغيم عند النطق به وقراءته بصوت مسموع، إذ تتظافر في هذه العتبة المؤثرة قدرات الفعل الإنشائي وبناؤه الصرفي والدلالي ومستويات حروفه المنغّمة الجهيرة(٢)، وإذا ما حققت العتبة كل هذه المكونات ضمنت على الأقل استرعاء وانتباه المتلقي وضمنت للرسالة أن تنتقل وتشيع وربما أصبحت لزمة قولية اجتماعية(٣).

(١) ينظر: عتبات جيرار جينيت من النص إلى المناص، عبدالحق بلعابد، ص ٤٤.

(٢) ينظر: في البراجماتية: الأفعال الإنجازية في العربية المعاصرة، د. علي الصراف، ص٥١.

(٣) من العتبات التي أصبحت لزمة اجتماعية: "الأخضر يجمعنا" وهي عتبة ظهرت في بداية المنشور لتعلن عن خدمة التجمعات في تطبيق توكلنا، في (١٢/٦/ ٢٠٢٠م). وعبتة: "جاء دورنا": في عتبة نشرت للإعلان عن بدء حملة تطعيم الأطفال في (٢٠٢٢/٤/٤م).

وقد استثمر حساب وزارة الصحة هذه العتبات بشتى أنواعها، فجاءت العتبات إنشائية وخبرية، وتوسلت الأدوات الشرطية والاستفهامية بل وحتى حروف الجر لتفيد السببية، ومن أجل ذلك فقد احتشدت المنشورات بالعتبات بما لا مجال لبسطه هنا، وسنكتفي بأمثلة على الجمل الإنشائية والخبرية ونحيل ما أمكن على الباقي لطبيعة هذا البحث الموجز.

جاءت العتبات الإنشائية مصدرة بالأمر أو الاستفهام كثيرا، من مثل: (٢٠٢٢/٢/٢٣م)

"**شاركوهم الصحة والوقاية.**

من أجل أن يشاركونكم(١) ابتسامتهم وسعادتهم.

مواعيد لقاح كورونا للأطفال متاحة.

#جاء_دورنا".

قام الأمر هنا بعتبة تستحث الرعاية الأبوية والرغبات في سلامة الأبناء، وهي بعد عتبة لا توضح المقصود بالضمير (هم) ربما لإرادة التحفيز والاستشراف، وأرى أن هذا المنشور لم يوفق في استعمال العتبة، بل وأربك المحتوى مما نتج عنه ركاكة وأخطاء لغوية نتيجة الرغبة في الإدهاش من خلال العتبة مما لم يقدم رسالة تداولية ناجحة، فجاء الخطأ النحوي (يشاركونكم) والخطأ الأسلوبي في تأخير الخبر دون فائدة (متاحة) مما جعل الخبر عائما فهل الإتاحة للمواعيد؟ أو للقاحات؟(١).

أما الاستفهام فهو كثير أيضا، ويأتي عادة ليفتح أفقا واسعا جدا عبر رابط يحوي مطوية أو وسائط مرئية تشرح وتعلل وتوعّي وربما تبشِّر(٢)، ومن ذلك المنشور الآتي: (٢٠٢٢/٢/٣م)

(١) اقتصرت هنا على المنشور الذي لم يوفق في أسلوب الأمر مع التأكيد على أن أسلوب الأمر جاء محققا للغرض والهدف التداولي غالبا؛ لأجل أن أنبه على وجود خلل في بعض المنشورات ينبغي الانتباه له في خضم الإشادة العامة الغالبة في هذا البحث.

(٢) من ذلك المنشورات التي صدّرت بـ "لماذا تعتبر الجرعة التنشيطية ضرورية وأساسية؟ تعرف أكثر هنا:..." (٢٠٢٢/٤/٢٣م).

" أصبت بفيروس كورونا؟

لا تقلق ونتمنى لك الشفاء العاجل بإذن الله، هذه نصائح تفيدك بين "حافظ على" و "تجنب"، دمت بصحة. "

وهنا جاءت العتبة لتستشرف قلق المتلقي ثم تعالجه المعالجة المثلى، بالطمأنة أولا (لا تقلق) ثم النصح والتوجيه لما يجب المحافظة عليه، واستثمار الموقف للدعوة إلى تجنب الكثير من السلوكيات الضارة في ظل الجائحة وقبلها وبعدها (التدخين، الضغط النفسي، الأكل الضار). وهكذا جاءت العتبة بفعل إنجازي مستفهم (أصبت؟) ثم فعل إنجازي آخر (النهي) حين تطبق الأوامر (حافظ، تجنّب). وكلها كما نرى جمل إنشائية تصدر عن سلطة يحق لها السؤال والنهي والأمر، وجاء الاختصار في العتبة بإزالة حرف الاستفهام (الهمزة) استثمارا للمساحة المحدودة واكتفاءً بالعلامة الترقيمية (السيميائية) للاستفهام (؟)؛ وقد سهلت العتبة نطقا ووقعا مما لو تكررت الهمزة (أأصبت ...؟)[1].

(١) لا سبيل هنا لاستقصاء الأساليب الإنشائية المستعملة في هذا السياق مثل النهي، والنداء، مع وجودها وحضورها وربما مرت في صفحات هذا البحث، وحسبي هنا أن أدلل على استثمار أساليب الإنشاء في سياقها المفيد الداعي للفحص والتأمل والبحث والقراءة والتعلم وغير ذلك مما استدعى استعمالها للفت الأنظار.

وإلى جوار العتبات الإنشائية نجد عتبات خبرية واسعة الحضور وكثيرة الأنواع والأنماط(١)، وسأقتصر على نموذج واحد اختصارا للوقت.

استثمر الحساب فن الإيجاز في البلاغة، وتحديدا إيجاز الحذف، فعبر بمتعلق الخبر (الجار والمجرور) وترك بقية أجزاء الجملة للتقدير والفهم الذي يقوم به المتلقي ويفهمه من السياق، وأعني بهذا تحديدا المنشور الآتي: (٢٠٢٢/١/٢٨م)

"بحب .. بفرحة .. بسرور
أهلاً بأبنائنا الأطفال في مراكز لقاحات كورونا للفئة العمرية (٥–١١) عام.
#جاء_دورنا"

تنطلق العتبة هنا من العاطفة لتكون المخاطبة شعورية، تنسجم مع أبوية الوزارة تجاه الأطفال، إنها مشاعر الحب الأبوي، والبهجة بالحضور إلى مراكز اللقاح، والسرور بإنجاز المطلوب، فهذه الكلمات الثلاث بما تتضمنه من حذف بلاغي توجز سردية الوزارة تجاه هذه الخطوة، فبالحب تستحث الأطفال وأهاليهم أن يحجزوا موعد اللقاح، وبالفرحة تستقبلهم في مراكز التطعيم، وبالسرور تقدم الخدمة والمتابعة حتى انتهاء التجربة/ التحصين.

وتكمن بلاغة العتبة هنا أنها لا تختلط بأي إنجاز مادي أو فكرة يومية، بل المخاطبة للعاطفة هي العمدة وهي الأساس، بما يتناسب مع الفئة المستهدفة باللقاح في هذا المنشور، فئة لا تبحث عن اللغة العقلية بل العاطفة والجو الأسري الذي يزيل ما قد يشعرون به من رهبة اللقاح وشكل الإبرة الطبية. ومرة أخرى فإن العبارات المنجزة هنا عاطفية تستعين بباء السببية التي تقدم مهمة التجسير والتقوية والإعانة للأطفال الصغار (٢).

(١) من الأنماط الجمل السردية المختصرة، والأفعال الزمنية التي تبشر باستقرار الوضع أو تجاوز المشكلات، والشرط، والجمل التي تتضمن إيجازا بالحذف، وغير ذلك.

(٢) ينظر مثلا المنشورات التي نشرت في الأوقات الآتية:٢٠٢٠/١٢/٩م، و ٢٠٢٠/١٢/١٨م، و ٢٠٢١/٣/٢٤م. ومن العتبات الخبرية غير الموفقة العتبة الآتية (٢٠٢١/١٢/٢٨م):

"خمسون من أجل خمسة:
حمايتك وصحتك وسلامتك ومناعتك ومجتمعك.
نفخر بوعيكم، ونعتز بخدمتكم.. وصلنا إلى (٥٠,٠٠٠,٠٠٠) جرعة ولله الحمد".

وهكذا استثمر حساب وزارة الصحة هذا الأسلوب المفتتح للدلالة واللافت للنظر والمشجع على القراءة والتمعن، بل وربما الداعي للتقيد والالتزام، نظرا لمخاطبة الفئة، أو تصوير مقدار العناية والاهتمام اللذين توليهما الوزارة للمواطنين على اختلاف جنسهم وفئاتهم السنية وأوضاعهم الصحية الخاصة والدقيقة، وأؤكد في الآن نفسه على أن العناية باللغة ظاهرة في العتبات وما قد يوجد فيها من خطأ نحوي أو أسلوبي أمر مقبول -في رأيي- في ظل الأزمة وتسارع الأحداث وتشعب الاهتمامات بين متابعة الوضع الصحي ونشر التوعية وتحفيز المواطنين وغير ذلك.

٢-إستراتيجيات التواصل[١]:

ويقصد بالإستراتيجية تلك الطرق التي تنطلق منها المنشورات لنقل المفاهيم أو التوجيهات، أو الإشادة، أو التحذير، وغيرها، وما سميت إستراتيجية إلا لما فيها من مقاصد تداولية تحقق الأغراض وتتفهم الفئة المستهدفة وتعي بما يؤثر فيها، ومن خلال الإستراتيجيات تستطيع الذوات المتخاطبة أن تبني نسقا مؤثرا في الأفكار والقناعات والسلوكيات بناءً على المقدمات التي تنجز أثناء الخطاب وما يترتب عليها من نتائج[٢]، ولعل في الأنواع الآتية ما يفسر هذا التصور والقناعة التي يراها الباحث:

إن أولى الإستراتيجيات التي تكثر في منشورات الوزارة إستراتيجية السؤال، وإذا كنا قد أشدنا به في العتبات فلأنه أول ما تقرأه العين وبه يفتتح المنشور، إلا أن السؤال المقصود هنا هو ذلك السؤال الذي يبحر في المنشور ويعيش معه في العمق حتى النهاية،

لا يظهر المقصود بالخمسة ابتداء؟ فهي عتبة غامضة وربما أغرت بالنشر لحلاوة التشابه بين الخمسين والرقم خمسة وهي الكلمات المسرودة، مع تكرار الحماية والسلامة والمناعة ! وربما لو كان المقصود بالرقم (٥) متوسط عدد أفراد الأسرة السعودية ربما كانت العتبة أعمق ولكن دلالتها بعيدة على المتلقي العادي!!

(١) يقصد بالاستراتيجيات تلك الوسائل التي يفيد منها المرسل لإيصال رسالته التي يريد، من منطلق أن المرسل لديه رسالة، ومرسل إليه، ولابد أن يتخذ وسيلة مناسبة لتصل تلك الرسالة على النحو الذي يريده، ونحن هنا نتجه إلى الوسيلة اللغوية بحكم التخصص مع التأكيد على أن اللغة وسيلة ضمن وسائل أخرى تجتمع كلها في الإيصال واستيعاب السياق واستعمال الشفرة المناسبة، ووسيلة اللغة بلغت في هذا السياق عبر منصة التواصل (X) الذي يمثل تقنية الاتصال وحقله الكبير. ينظر في استراتيجيات التواصل بحث: استراتيجيات التواصل: من اللفظ إلى الإيماءة، سعيد بنكراد، مجلة علامات، عدد ٢١، ص ٨-٩.

(٢) ينظر: بحث التحليل التداولي للخطاب واستراتيجيات البنية الإقناعية وأبعادها التداولية، ص ٥١٤.

إنه هنا يشرع الأبواب التداولية المختلفة، كالتثقيف وهو كثير جدا، وإزالة الخوف في أحيان أخرى، مثل المنشور الآتي: (٢٠٢٢/٢/٢م):

"تدور في أذهان الكثير تساؤلات حول متحور أوميكرون، أزِل الاستفهامات بقراءة هذه المعلومات:

هدف المنشور هو إزالة الهلع عن المجتمع من هذا المتحور الجديد الغامض، الموصوف بسرعة الانتشار؛ لذا تحتاج الوزارة إلى إستراتيجية خطابية تنتزع كل ذلك أو تخفف من وطأته، ولا أحسن من الاستفهام لفتح ملف القضية وإغلاقه بالإجابات، واستعمال أداتي الاستفهام (هل، و كيف) لهما أثر بارز في تحقيق الغرض التداولي، إذ تتكفل هل بالمعرفة على مرحلتين، ثم يأتي سؤال التكيف والرضا بالواقع والتعايش معه الذي يتميز بإجابة متشظية إلى أربعة كيفيات (مسافة، كمامة، تهوية، تحصين)، وما بين الاستفهامين جملة إرشادية تقتلع ما يمكن أن يظن من أفكار خاطئة تجاه الممارسات الصحية التي تدعو إليها الوزارة.

ويمكنني القول: إن جمال هذا المنشور بتصميمه المعبر قد أضعفته تلك العبارة الصارمة في البداية (أزل الاستفهامات)، وبرأيي فقد أضعفت هذه الجملة المحتوى وربما نفرت عنه(١).

وإلى جانب إستراتيجية السؤال المتعدد تأتي إستراتيجية أخرى مهمة وفاعلة في مشهد الجائحة، وأعني بها إستراتيجية السرد، إذ استعملت الوزارة عبر حسابها في (X) هذه الإستراتيجية لتقدم محتوى تواصليا مناسبا للأشخاص الذين يتلقون التوجيه عبر القصص الحية أو المتذكَّرة، وشكل هذه الإستراتيجية يأتي على نوعين: أحدهما السرد المكتوب، والآخر السرديات المروية بمحتوى مصور.

يعنينا بالدرجة الأولى ذاك السرد المكتوب، الذي تحده حدود المقدار وإطار النشر المنضبط بعدد الحروف، ونجد من أمثلته ذلك المنشور الذي يشير إلى سردية ماضية ثابتة في الذهن أو يمكن أن تثبت إذا ما أخذت على محمل الجد وبحث المتلقي عنها ليعرفها: (٢١/ ١٢/ ٢٠٢٠م)

ودعمت هذه السردية بمشهد مرئي لبعض الرمزيات المتعلقة باللقاحات، تجسد قبول الآباء للقاحات، ولقطات تجمع الممارسين الصحيين مع المواطنين وأبنائهم، وهي سردية لا تكتب تفاصيلها، بل يحال إليها بالمعهود والمروي والمدون في الكتب والسير

(١) من إستراتيجية السؤال المنشور الذي حفل باستفهامات متتالية (متى؟) ٣ مرات، و(ماذا؟). في (١٨/١/٢٠٢٢م):

https://x.com/SaudiMOH/status/1483386182134288387

الذاتية، ويحصل من هذه الإستراتيجية الاتصال الموثوق مع الماضي، والقدرة على قراءة الحقيقة من التاريخ المروي على الألسن أو في الكتب، ومن ثم تصبح هذه السردية طريقة اتصالية مثمرة تربط الماضي بالحاضر، وتقرن النجاة بمشيئة الله بالتكامل والتكاتف والثقة بالسياسات الصحية الوطنية.

إن أسلوب السرد أو الإحالة عليه نافذة إقناعية مشوقة لا يخفى أثرها ونجاحها في سياقات الأدب والإعلام، والوزارة عبر هذه النافذة تستثمر السرد بما يخصها، واستدعاء نموذج الأوبئة السابقة كان نجاحا اتصاليا لحساب الوزارة، ودعم هذا النجاح تلك القدرة الفنية على ترجمة الفكرة مشهدا مرئيا يربط اللغة بالصورة بالحديث المختص من أحد رموز الوزارة (د. عبدالله العسيري)[1].

ومن الإستراتيجيات التواصلية أيضا إستراتيجية الشرط، وتقوم هذه الإستراتيجية بتحديد الفئة المستهدفة بالمنشور وتركيز المحتوى تجاهها، بما يجعل أفق الاتصال محددا والرسالة واضحة الهدف والغاية وفي سبيل هذا تستعمل الرسالة مصطلحات طبية من

"إذا كنت مصابًا بمرض الذئبة الحمراء، تعرّف على مدى أهمية أخذك للقاح كورونا"

(١) الإشارة إلى السرد المكتوب والاعتناء بتحليله نابع من صلته المباشرة باختصاص الباحث، وهناك السردية المروية شفاهيا التي يتطوع بها بعض من أصيبوا بالوباء ورووا لحظات المرض أو العزل أو العناية الحانية من الدولة حفظها الله، ومن نماذج ذلك سردية صالح التي نشرت بتاريخ (١٦/٣/٢٠٢٠م) وتحكي قصة العودة إلى الوطن والعزل المنزلي:

https://x.com/SaudiMOH/status/1239556380375363584

وسردية حاتم التي نشرت في (٢٧/٣/٢٠٢٠م) وتروي قصة الإصابة والعودة إلى الوطن مع الحجر الصحي في المستشفى:

https://x.com/SaudiMOH/status/1243636445232934912

معجم الحالة الخاضعة للشرط، ولعل المنشور الآتي يعد أنموذجا دالاً على هذه المحددات: (٢٠٢١/١/٥م)

إن استهداف فئة محددة يجعل حساب الوزارة لا يسترسل في شرح هذا المصطلح (الذئبة الحمراء) إيمانا بمعرفة أصحاب هذا المرض باسمه ونوعه وطبيعته المرضية، ويبقى التوجيه مرتبطاً بهدف واحد هو أثر اللقاح في هذه الحالة تحديداً دون أي محدد آخر، ومن شأن هذا الاتصال المحدد والواضح أن يحقق هدفه إلى حد كبير نظرا لطبيعة الشرط وقدرته على الإقناع بوجود الشرط وجوابه، وتعاضد الشرط مع السؤال المتضمن في التصميم المصاحب، كما أن تسبيب الشرط والتوجيه حاضر للتحفيز على الاستجابة والامتثال ضمن القناعة الكبرى التي تتمتع بها الوزارة لدى المواطنين منذ بدء الجائحة وخلال تعرجاتها التي أثبتت تميز المملكة ورعايتها الحقيقية للمواطنين والمقيمين على حد سواء.

وجواب الشرط لا يوجب الامتثال مباشرة، بل يتدرج مع المستهدفين أولا بطلب التعرف وهو طلب مقنع إذ الفعل يدعو للمعرفة لا الفعل الجسدي المباشر، ثم هذا التعرف لا يعني القسر بل مجرد الوقوف على مدى الأهمية، والمدى مجال وحيز مكاني له مبدأ ومنتهى[(١)]، فكأن هذه المعلومة لا تحقق الإلزام بل تبرز مقدار ما بين الأهمية من ضرورة إلى استحسان وندب[(٢)].

أخيرا من الإستراتيجيات التي يمكن الوقوف عندها في هذا السياق الموجز تلك القدرة البصرية لحساب الوزارة، وأعني خاصية الإشهار المرئي الذي يعاضد المحتوى المكتوب، فحساب الوزارة يستثمر ترميز الألوان بصورة لافتة بين الأحمر دلالة الخطر، والأخضر دلالة الاطمئنان، والألوان المبهجة للمحتوى المتعلق بالأطفال ولقاحاتهم، والألوان النسائية (البنفسجي، الوردي) عند توجيه رسالة للمرأة الحامل أو النساء بشكل عام، ومع ما في هذه الألوان من اتجاه تقليدي متسق مع النسق المعروف لدلالة هذه

(١) ينظر: لسان العرب، مادة (مدى).

(٢) ومن الشرط ما يكون في حيز الاطمئنان مثل المنشور الذي ظهر في (٢٠٢٠/١٢/٢٨م) وفيه أسلوب الشرط لمدى الحاجة إلى الاطمئنان والكشف عن الفيروس عند الشك بالإصابة، وهذا المنشور متكرر في مدد متفرقة.

الألوان فإن هدف الوزارة ليس التجديد والخلابة بقدر ما لديها من هدف الاستثمار للواقع والمعروف لإيصال رسالة نفسية تمرر المحتوى المكتوب بأقصى درجات الإنجاز الممكن، وإلى جانب الألوان هناك الصور المعبرة عن المحتوى أو الفئة المستهدفة بين كبار السن، وتمثيل مرسوم للمرأة الحامل، وصور الأطفال بألعابهم أو ما يعتمرونه من أزياء تنكرية وغير ذلك، وهذه أيضا بمنزلة وسائل إيضاح أو وجوه مريحة تحفز على الامتثال وتوعي بخطر التهاون ووقوعه على تلك الفئات من الأقارب والمعارف (١).

إن اعتماد إستراتيجية محددة لكل محتوى أمر يحتاج لعمق وفهم للفئات المستهدفة، وهذه الصعوبة تنضم إلى صعوبة أخرى تتمثل في المتابعة اليومية والنشر المتكرر، وأحسب أن الوزارة قد حشدت لهذه الإستراتيجيات طاقاتها من الممارسين الصحيين والنفسيين، وتوجتهم بفريق من صانعي المحتوى، مما جعل نماذج الإخفاق محدودة جدا ولا نلتقي من هذا الإخفاق إلا منشورات مفردة نادرة وربما كان الإخفاق وجهة نظر خاصة لا يتفق عليها الآخرون.

٣–الأفعال الكلامية:

تعد الأفعال الكلامية أحد المفاهيم الأساسية في التداولية، وتتلخص في أن الجملة حالما يتلفظ بها المتلفظ أو يكتبها تشتمل على فعل محفز على العمل أو الكف، هو عماد الجملة وأساس دلالتها ومن أجله تكونت الجملة كاملة، وهو عماد فعل التلفظ عند (أوستين) و (سيرل)، ويندرج تحت الأفعال الكلامية الأفعال الإنشائية وألفاظ العقود، أي أن الأفعال الكلامية باختصار هي العبارات التي توجد حالما تحضر في الذهن ويتلفظ بها(٢)، وفكرة الفعل الكلامي باختصار أن هناك أقوالا بمنزلة الأفعال أو أنها

(١) لا أرى داعيا للتمثيل المباشر لهذه النقطة تحديدا لأنها تتكرر بشكل يومي في حساب الوزارة منذ بدء الجائحة وحتى آخر يوم يعتمده هذا البحث، كما أن نافذة نشر هذا البحث لن تتيح رؤية الألوان كما هي ظاهرة في حساب الوزارة والإحالة في رأيي كافية هنا.

(٢) ينظر: استراتيجيات الخطاب، د. عبدالهادي الشهري، ص ٢٩. ، وينظر: في البراجماتية: الأفعال الإنجازية، ص ٢٢. ولأهمية الأفعال الكلامية فسأوجز هنا أبرز مفاهيمها، فقد وضع أوستين للأفعال الكلامية تصنيفا خماسيا، إذ الأفعال الكلامية عنده لا تخرج عن أفعال الأحكام، والقرارات، والالتزام أو التعهد، أو السلوك، أو الإيضاح. ينظر: البراجماتية: الأفعال الإنجازية، ص٤٥-٤٩، ويشترط لها أن تكون ملائمة للسياق في شروط وضعها ليتش، ينظر: مبادئ التداولية، ص ١٣٩-١٤٠. ولإنجاز الأفعال الكلامية شرطان هما: الصدق والاعتقاد. ينظر: النص والسياق، ص ٢٦٨. وأفعال الكلام

أقوال تؤدي إلى الأفعال، ترتبط هذه الأقوال بالموقف الذي قيلت فيه وهي لا تقال من أجل الوصف أو التصوير ومن ثم لا يمكن أن يحكم على معانيها بالصدق أو الكذب(١).

وفي سياق هذه الأزمة فإن الأفعال الكلامية التي نجدها في حساب الوزارة تعد من الأقوال الحاملة على الفعل، ونادرا ما تكون من الأفعال الأدائية(٢)، وقد أشرت سابقا إلى شيوع الأفعال الإنشائية كالأمر والاستفهام والنهي في العتبات والإستراتيجيات، وهي أفعال كلامية بامتياز ولا داعي لإعادة ما قيل فيها ويكفي أن نقول إنها من الأفعال الإنجازية أي التي تحمل على الإنجاز، وفي هذا السياق يغلب على الأفعال الكلامية التي تصدر عن الوزارة أنها من النوع التوجيهي أو من نوع الإباحة أو البيانات والقرارات، ومن ذلك مثلا المنشور الآتي: (٢٠٢١/١/٧م):

> **"صحتك أولوية وسلامتك أهم..**
> **احرص على أخذ الجرعتين من #لقاح_كورونا لتحصل على #الجواز_الصحي وتصبح حالتك "محصّن" عبر تطبيق #توكلنا".**

ينجز هذا المنشور معنى أساسيا لا يندرج تحته هدف النشر فقط، بل كل جهود الوزارة، هذا الإنجاز هو أن الصحة أولوية والسلامة مهمة، وهذا الإنجاز يعد قراراً وبياناً لا شك فيه، ومن ثم تصبح كل ممارسات الوزارة وتعليماتها وإلزاماتها -أيضًا -منسجمة مع هذا المعنى الإنجازي، صحتك (أيها المواطن) أولوية، تصرف لأجلها الأموال، وتصدر القرارات، وتعمل من أجلها الأجهزة الصحية والأمنية بل وحتى التشريعية النظامية؛ ولأن

مختلفة القوى تبعاً لنوعها، وهذه الأنواع عند سيرل خمسة هي: التأييدات التوكيدية، والتوجيهات الإلزامية، والمباحات، والقدرات التعبيرية، والبيانات والقرارات. ينظر: مبادئ التداولية، ليتش، ص ١٤١-١٤٢. أخيرا فقد وضع سيرل خصائص خمسة للفعل الكلامي هي: أنه فعل لغوي أو قولي، وأنه فعل إنساني، وفعل قصدي، وفعل له معنى، وفعل متجه به إلى مخاطب أو متلق، وهو فعل مقيد بمبادئ وقواعد. ينظر: في البراجماتية: الأفعال الإنجازية، ص ٢٥.

(١) ينظر: السابق، ص ٣٢.

(٢) الفعل الأدائي هو الذي يصدر من المتكلم ليكون بداية لفعله هو، مثل أتزوج، أبيعك، أعدك. ينظر: الفعل بالكلمات، جون أوستن، ص ٣٣-٣٥. وبديهي أن هذا النوع سيكون أقل حضورا لأن حساب الوزارة يعبر عن جهة اعتبارية توجيهية وليس حسابا شخصياً ذاتياً.

السلامة مهمة فإنها مسوغ للإجراءات الاستباقية الاحترازية التي يصدر القرار بها لظنية صلتها بالسلامة إلزاما، أو عدم السلامة منعاً وتحذيراً. ويقوي هذا الإنجاز توجيه الخطاب إلى متلقٍ واضح العلاقة بالوزارة بضمير المخاطب أي أنت أيها المواطن والمقيم.

ومن المنشورات التي يقدم فيها الفعل الكلامي فائدة التوجيه بما يحمل على الفعل والمسارعة فيه المنشور الآتي: (١/١/٢٠٢١م)

"تعرّف على مأمونية #لقاح_كورونا لمن يعاني من الأمراض القلبية والأوعية الدموية"

فالفعل الكلامي (مأمونية) فتح أفق الإقناع في هذا المنشور، إذ هذه المأمونية تحمل على تلقي اللقاح للفئة المتحدث عنها؛ بعد تخوف مشروع نتيجة خصوصية الحالة الصحية لهذه الفئة من المواطنين والمقيمين؛ لذا فقد أتى الفعل الإنجازي للتوجيه إلى اتخاذ الخطوة في الاتجاه الصحيح، مستعملاً مادة لغوية مناسبة ومهمة (مادة أمن) بصيغة صناعية ترسخ هذا الأمان وتقويه وتجعله حالاً قاراً في هذا الإجراء لا طارئا مشكوكا فيه.

ولعلنا –قبل أن نختم الحديث عن الأفعال الكلامية– نشير لتيمة مميزة استثمرها حساب الوزارة طيلة هذه الأزمة تفعيلاً لأحد طاقات هذه القناة الإعلامية (تويتر) وتعبيرا عن أفعال كلامية تنسجم مع السياق الزمني والتطورات المتعددة للجائحة، تلك هي تيمة الوسم المعبر[1] الذي يرافق كل منشورات الوزارة، فالباحث يرى أن هذه الوسوم أفعال كلامية ممتدة وتدرج تحتها كل الأفعال الكلامية على اختلاف نوعها ومستواها بين الحث والإلزام والتوجيه والقرار، وقد استعمل حساب الوزارة وسوما متعددة، منها:

١- كلنا مسؤول (منذ بدء الجائحة وعلى فترات متقطعة فيما بعد).
٢- نعود بحذر (منذ ١٢/٦/٢٠٢٠م)
٣- نتعاون ما نتهاون (منذ ١٠/٢/٢٠٢١م)
٤- مناعتنا حياة (منذ ١٦/١/٢٠٢٢م).

(١) من مزايا منصة التواصل (X) (تويتر سابقا) ما اصطلح على تعريبه باسم: وسم وهو بالاصطلاح الإنجليزي (Hashtag) ويستعمل في المنشورات لأجل ضمها تحت تصنيف واحد أو وضعها في سياق أو حدث أو تزمين معين.

٥- جاء دورنا (للأطفال).

٦- عش بصحة (لكل منشور توجيهي).

٧- خذ الخطوة (عند بدء حملة اللقاحات).

وفي كل حملة عامة (وسوم ٢، ٣، ٤) يصدر عن الوزارة منشور يشرح ما معنى هذه الوسوم، ويهمنا هنا في هذا البحث القدرة الإنجازية والأدائية للأفعال الكلامية في هذه الوسوم، فهي أولا تصدر عن مجموعة يفترض فيها الوعي بأبعاد كل وسم، وهذه المجموعة هي المواطنون والمقيمون على حد سواء، وكأن الوزارة تهدف إلى ما سماه أوستين أفعال العهد(١)، فهذه الوسوم تطلق عهدا التزاميا بالحذر، والتعاون دون تهاون، والمحافظة على المناعة/ الحياة، والمسؤولية، وضمن هذه الأفعال العهدية إجراءات وممارسات يجب أن تفعل بوعي والتزام ودقة لتنفيذ هذه العهود.

إن ما عده الباحث نجاحا من الوزارة في هذا السياق يأتي من تسخير الحملات والوسوم لتكون محركاً للأفعال الأدائية التي يقوم بها الإنسان، ودور الوزارة في هذا كله دور المحفز والشارح للإجراءات والمراقب لها حتى لا تفقد السيطرة على الحالة الصحية العامة، ويعاضدها في هذا الجهات الأمنية التي تقوم بدور الضابط للمخالفات والانتهاكات أو التهاون الذي يصل حد الاستهتار وإفشال الجهود(٢).

لقد استعمل حساب الوزارة الفعل الكلامي احترافية خطابية عالية، وجاءت هذه الأفعال قادرة على عكس الحالة الحقيقية للجهود الصحية وما يصرف من موارد لأجلها، كما أسهم فهم الوزارة للوسيلة الإعلامية في اختيار وسوم تداولية تحمل أفعالا كلامية قادرة على التأثير والبقاء في الذهن مددا طويلة، وهي وسوم أصبحت فيما بعد لزمة

(١) أفعال العهد عند أوستين هي تلك الأفعال التي يلتزم فيها المتكلم من خلال الفعل الذي ينطقه بتصرف ونشاط معين. ينظر: في البراجماتية: الأفعال الإنجازية، ص ٤٧.

(٢) يرى الباحث أن الوسوم المعبرة تأتي في المقدمة من منجزات الوزارة (المبحث الثالث) ولولا التكرار لأعاد الباحث هذا المنجز وأضاف إليه مزايا استعمال الوسوم وقدرتها التأثيرية لكن لإيجاز هذه الورقة وضيق المقام اكتفى بما ذكر هنا.

كلامية وشعاراً اجتماعيا يعرفه كل من عاش تلك اللحظات ويتذكرها جيداً حين يكون في لقاء أو عمل أو مناسبة متسقة مع الشرط الأمني والصحي المعلن(١).

المبحث الثالث: منجزات الخطاب الصحي

بعد هذه التطوافة، الموجزة إلى حد ما، في حساب وزارة الصحة، توصل الباحث إلى عدد من منجزات الخطاب الصحي، تكونت عبر هذه الأزمة وتعرجاتها المختلفة، ولعل هذه المنجزات تتلخص فيما يأتي:

١–المعجم :

من طبيعة الموضوع وسياقه اليومي المحلي والعالمي فإن المتلقي لابد أن يفترض –وهو محق– أن حساب الوزارة سيعتمد معجما صحيا خاصاً(٢)، تظهر فيه المصطلحات الطبية التي تصدق على الحالة والتطورات وتنقل المفاهيم والتوجيهات عبر رسائل متتابعة، وهدف البحث هنا أن يقف على طبيعة هذا المعجم ومدى فائدته للمتابع غير المتخصص.

منذ البداية تلتقط العين دلالات مركزية يجري تأسيسها وتكرارها في الخطاب الصحي، وهذه الدلالات المركزية المتكررة هي: العدوى، الإصابة، التعافي، العناية والاهتمام بالتعقيم والاحتراز، ولا يعني هذا أن الحساب لا يستعمل إلا ألفاظا ذات بعد صحي مختص، فهذا متعذر، بل المقصود أن المصطلحات المركزية في أي منشور تنتمي إلى الحقل المعجمي الصحي وتمثل مفهوما مركزيا يسهم مع بقية المفردات في استكمال دلالته وتبليغه للمتلقي وفق الهدف التداولي الأكبر.

ومن طبيعة معجم الوزارة أن يستعمل المصطلح الرئيس بصيغته العالمية دون محاولة

(١) آثرت الاختصار في هذا المكون التداولي لأنه مفهوم في غالب أجزاء هذا البحث، فكل منشور أو جملة تصدر عن الوزارة هي لإنجاز وفعل معين إما التوجيه أو الطمأنة أو الحث على الفعل أو حتى إضافة المعلومات، فهي أفعال كلامية ذهنية أو نفسية أو معرفية وتستحق تداوليتها على هذه الأسس.

(٢) هذا الافتراض مبني على نظرية الحقول الدلالية، التي تتلخص في هذا الضابط: الحقل الدلالي (champ semantique) هو: "تجمّع عَجمات تشترك معانيها بمركبة معينة، تتجمع عجمات حقل دلالي بشكل طبيعي في ذهن المتكلم لأن معانيها تردّ بأكملها إلى المجال ذاته لتشكل (أسرة) دلالية واحدة". المعجمية وعلم الدلالة المعجمي: مفاهيم أساسية، آلان بولغير، ترجمة د. هدى مقنّص، ص ٢٩٢. وهذا الذي يصدق عليه سلوك حساب الوزارة اللغوي، فقد تجمعت فيه ألفاظ ذات سياق واحد هو سياق كورورنا بوصفه جائحة معدية عالمية، ومن ثم فإن الحقل الدلالي ينتمي إلى هذه الكلية الحقلية المتخصصة.

ترجمة أو تعريب، فاستعمل في البداية اسم المرض (كورونا المستجد- كوفيد ١٩) كما هو، واختصر لاحقا باسم كورونا، وهذا طبيعي؛ لأنه اسم والأسماء لا تترجم عادة، وهو علم سارت به الركبان وبلغ أقاصي الأرض في كل اتجاه ولا وجه لتغييره وفرض اسم خاص قد يفصل المتلقي عن الواقع العالمي ويقطع اتصال المعلومات وتنوع المصادر العالمية.

ومن مزايا خطاب الأزمة إشاعة جملة من المصطلحات التي أصبحت متداولة في السياقات الاجتماعية وتجري على معظم الألسنة كبارا وصغاراً، وهذه المصطلحات التي تستعمل في دلالاتها الصحيحة تعد نجاحا في نشر المفاهيم والوعي يحسب لحساب الوزارة، ومن أمثلة هذه المصطلحات الشائعة:

(فيروس، لقاح، طفرة، متحور، جيني/ جينات، فحص، مخالط، مصاب، متعافي، محصن)

ولعمق بعض المصطلحات، وبسبب تداولي ظاهر، لا تتوانى الوزارة عن تفسير المصطلحات الجديدة متى رأت أن هذا جزء من رسالتها في هذه الجائحة، فمصطلح لقاح جرى استعماله في وقت مبكر نسبياً وجرى تعريفه في أوائل ظهوره في التصميم الآتي (٢٠٢٠/١٢/١٢م):

نرى في التصميم السابق عناية بتوضيح المصطلح من أكثر من زاوية، ماهيته، وطريقة عمله في الجسم، ولماذا يعطى للإنسان، وإلى أي أجهزة الجسم يرسل. وطبيعي أن

يكون من ضمن التعريف مصطلحات من الحقل نفسه، لكنها من قبيل المشترك بين السياقات لتشكل شبكة مصطلحية مفسرة أعني المصطلحات الواردة في التعريف مثل: (أجسام، مضادة، ميكروب، جهاز مناعي، بكتيريا) ومن لا يمكنه فهم التعريف بمصطلحاته المصاحبة يمكن أن يجد تعريف المصطلحات المفسِّرة في سياقات أخرى، وهكذا كما تعمل أي شبكة مصطلحية دلالية(١).

وفي أمثال مصطلح اللقاح يجري تعامل الوزارة عبر حسابها وجهازها الإعلامي مع كل مصطلح متعلق بالحالة، ولعل من أهم وأبرز ذلك الاحتشاد العلمي والإعلامي بمجرد حضور مصطلح (متحور/ التحورات)، إذ أفرد لهذا المصطلح وظلاله العلمي والاجتماعي مؤتمر صحفي كامل بتاريخ (٢٠٢٠/١٢/٢٢م)، وتحدث فيه أربعة من كوادر الوزارة بدرجة (استشاري)، وطبعي أن يكون الحديث للإجابة عن المعنى والدلالة وسؤالات متى؟ ولماذا؟ ومن أي مكان وزمان؟ وكيف؟ وما الواجب؟. مما يدل على عناية بالمصطلح ضمن العنايات الكبرى بالسياق العام وتداولية الخطاب وإفادة المتلقين على مختلف تصوراتهم وانتماءاتهم وفئاتهم العمرية.

ومن منجزات حساب الوزارة –أيضًا– في هذا السياق نشر المصطلحات الصحية في سياقات اجتماعية شفاهية كثيرة، يصعب هنا التدليل عليها لكن الباحث، وغيره في أحيان كثيرة، لمس واستمع ومارس هذه المصطلحات في أكثر من مناسبة، مثل: (**محترز/ متحرز، مخالط، ومحصن، مصاب، جائحة**)(٢). وهي كما هو ظاهر مصطلحات نشأت أو انتشرت في ظل الجائحة ذات بعد وانتماء للمعجم الصحي ولا شك، بل ونشأ أيضا عن هذه المصطلحات اشتقاقات عامية ذات بعد صحي تهدف إلى

(١) الشبكة المصطلحية هي مجموع معاني الكلمات في سياقاتها، ومعنى الكلمة: " هو محصلة علاقاتها بالكلمات الأخرى في الحقل الدلالي نفسه". في علم الدلالة، د. محمد سعد محمد، ص ٤٧. والحقل الدلالي نفسه يحيل من ثم على معان أخرى لمصطلحات يمكن معرفة معناها من هذه المحصلة للعلاقة بين الكلمات الأخرى، وهكذا.

(٢) من آثار الأزمة في المجتمع نشر مصطلحات مختلفة في مختلف السياقات، فالمجتمع لم يعرف مصطلح (تباعد، منصة، احترازات، عن بعد) أو ربما لم يتداول هذه المصطلحات بهذه الكثرة إلا في ظل هذه الأزمة وإجراءاتها.

الاختصار وربما الظرافة[1].

٢–سيميائية الرسم والألوان:

من منجزات حساب الوزارة –أيضًا– استثمار طاقة هذه الوسيلة في سياق بصري واسع جدا، إذ لا يكاد يمر يوم من أيام الجائحة دون منشور أو أكثر يخرج عن إطار الكلمات والأحرف الاعتيادية، ليضم صورة مصممة أو صورة ملتقطة تخدم السياق وتسهم في تأكيد المحتوى أو تسويغه أو فتح أفق تثقيفي واسع لا يتأتى تحقيقه بعدد الأحرف المتاحة في تلك الفترة (١٤٠ حرفاً).

وفي السياق البصري هناك بالتأكيد تيمة الألوان والمراوحة بينها بصورة معبرة، فحساب الوزارة حين بدأ النشر عن الجائحة والتعريف بها كان يستعمل لون التحذير الأحمر كثيرا، وخاصة في منشورات الإصابات وعددها وحالات الوفاة وحالات التعافي، فالإصابة لها اللون الأحمر، والأخضر للتعافي، والأسود للوفاة، وهي ألوان تقليدية متسقة مع المحتوى ومفهومة.

وفي منشورات العناية بالحمل والمرأة يبرز اللون المناسب أيضا في التصميمات، كاللون الوردي والبنفسجي وغيرهما.

وفي سياق الطفل يتغير هذا المنجز ليتواءم مع الفئة المستهدفة بالمنشورات، وإن كان المطلع عليها هم أولياء الأمور، إلا أن تحويل مستوى المنشور ليتناسب مع تلك الشريحة لهو نجاح من نجاحات الحساب فيما أحسب، وسأخصص الحديث هنا عن منشورات لقاح كورونا للأطفال، فقد بدأت تلك المنشورات بوسم معبر كما أشرت سابقا وهو وسم (جاء دورنا)، وصورة مفعمة بالألوان الصريحة والرسومات: (٢٠٢٢/١/١٧م)

(١) مثل (مُكَرون) أي مصاب بكورونا، ملقّح أي تلقيت اللقاح، وكذلك مما انتشر بعض العبارات الموجزة التي تدل على جملة من المعاني الطريفة مثل: أنت (فايزر)؟ لا (استرازنكا).

أطفالنا سر بهجتنا وسعادتنا، وسلامتهم من سلامتنا.
لقاح كورونا متاح للفئة العمرية من (٥–١١) سنة، تفضل بحجز موعداً لهم.
#جاء_دورنا

فألوان الصورة هنا مرتبطة بألعاب الأطفال التي تأتي عادة بألوان صريحة (أحمر، أصفر، أزرق، بنفسجي برتقالي) بحدود واضحة ودون تموج أو تداخل في الألوان وكأنها من رسمهم وتلوينهم(١)، كما أن اختيار لقطة السلام، أو التحية مما شاع في أوساط الأطفال ويتناسب مع خجلهم بالتلويح دون الكلام(٢).

وفي منشور آخر في الموضوع ذاته تأتي الصورة بألوانها وتفاصيلها مسهمة في هذه السيمياء المتبعة، ففي المنشور الذي ظهر في (٢٠٢٢/٤/٥م) نشاهد الصورة الآتية:

(١) للألوان دلالة نفسية حين تصدر عن الطفل أو حين يستعملها، فالأحمر الحر دال على حب الحياة بلا تحفظ، والبرتقالي يشير إلى التكيف الاجتماعي والأزرق يشير إلى الامتثال والطاعة وهذه الألوان الثلاثة بارزة في تصميمات الأطفال ومتكررة. ينظر: الألوان والاستجابات البشرية، فيبر بيرين، ترجمة صفية مختار، ص ١٥٨.

(٢) أشير هنا إلى خطأ إعرابي في كلمة (موعداً) وحقها الجر بالإضافة. وقد توسل الحساب أيضا بشخصيات عرفت في برامج الرسوم المتحركة مثل الرجل الوطواط (Batman) و الرجل العنكبوت (spiderman) وغيرهم، وبدا المشهد المصنوع متكلفاً فلا هو مناسب للأطفال ولا يشد الكبار في رأيي (٢٠٢٢/٤/٤م):
https://x.com/SaudiMOH/status/١٥١٠٩٣٥٢١١٥٧٥٣٧٣٨٢٩

ومـرة أخـرى الصـورة تعتـني بحضـور وجـه الطفـل، وابتسـامته، والألـوان ذاتهـا (هويـة منشـورات الأطفـال موحـدة بألوانهـا ورسـومها)، والصـورة كـذلك تفعّـل الوسـم (جـاء دورنا) لتبدو الصورة وكأنها في مركبة ولها قائد، والأطفال الآن في موضع الراكب المنطلق.

ومـن الملاحـظ في حسـاب وزارة الصـحة الإصـرار علـى لـونين متلازمـين همـا: البنفسـجي والأصـفر، وقـد أثار هـذان اللـونان اهتمـام الباحـث لمـا في اسـتعمالهما مـن تكـرار علـى فـترات طويلـة، ويجـري اسـتعماله في التصـاميم الثابتـة وحـتى المشـاهد المرئيـة المتحركـة، ومن ذلك هذا التصميم الآتي: (٢٠٢٠/٤/٢٠م):

إن للـون البنفسـجي والأصـفر دلالات أشـار لهـا بعـض مـن كتـب في هـذا المجـال البصـري، فالأصـفر لـه دلالـة عقليـة علـى الـذكاء والعقلانيـة ويـدل علـى الحكمـة، أمـا البنفسـجي فهـو لـون معقـد (لأنـه نتـاج عـدة ألـوان مختلطـة ولـيس لـونا صـريحاً) وهـو دال علـى الثقافـة والفهـم(١). ومـن مجمـوع هـذين اللـونين يظهـر أن حسـاب الـوزارة يعمـد إليهمـا لهـدف ويواصـل تكراراهمـا مكرسـا هـذا الهـدف في الرسـائل العقلانيـة والتثقيفيـة، الـتي تخاطـب الأذكيـاء وتطمـح إلى أن تـؤثر فـيهم ومـن ثم تشـيع ثقافـة الصـحة ومواجهـة الـوباء مـن خلالهم.

وهكـذا اسـتعمال الحسـاب في سـياقات أخـرى جانـب الرسـم اليـدوي في مقـاطع مرئيـة (يتعـذر نقلهـا هنـا) تمثـل هـذه الرسـومات (بالقلـم الأسـود علـى صـفحة بيضـاء) سـرديات مجسـدة مرئيـة، وهـي سـيميائية موحيـة أيضـا تـدل علـى احترافيـة واضـحة في نقـل المحتـوى وتشـكيل خطـاب إعلامـي متعـدد الـذرى والاتجاهـات والأهـداف والمنجـزات، بمـا يـدل علـى أن الـوزارة قـد نظـرت إلى حسـابها في هـذا الـبرنامج بوصـفه نافـذة إعلاميـة كاملـة تحتمـل كـل الإبـداع البشـري الممكـن في خدمـة محتـوى رصـين ومهـم هـو صـحة الإنسـان ومواجهـة الـراهن الطارئ.

(١) ينظر: الألوان والاستجابات البشرية، فيبر بيرين، ص ١٦٣، و ١٦٦.

٣-الإخفاقات[١]:

كما أن الفعل الكلامي يجيء ليحقق أهدافه ضمن إستراتيجية المرسل وفهمه للرسالة والسياق، فقد يحصل بسبب من الأسباب أن يخفق المرسل في إيصال رسالته أو ربما تحقق رسالته نتائج عكسية، وهو ما سماه أوستين عدم التوفيق وفرع عليه فرعين هما: (الإخفاقات والانتهاكات) وفق الخطاطة الآتية[٢]:

ويكون الفعل الكلامي مخفقا أو منتهكا حين يخالف شروط الملاءمة[٣] التي أشرنا إليها في المبحث السابق؛ ولأن هذا البحث معني بجانب الخطاب تحديدا فسيركز على إخفاقاته من الجانب اللغوي، دون تتبع للجوانب الإخبارية أو العلمية التي لا يمتلك الباحث أدواتها ويصعب ملاحقة سياقها في هذه الورقة البحثية.

وإذا كان حساب وزارة الصحة قد نال الكثير من الإشادة في الصفحات السابقة، فلا ضير في الإشارة إلى إخفاقات الخطاب التي قد تضر الرسالة المقصودة أو تقلل من إتقانها، وهي بطبيعة الحال إخفاقات يسيرة حسب رصد الباحث وتتبعه؛ ولعل الإشارة إليها هنا تسهم في رفع كفاءة الخطاب وتسد ما يبدو فيه من خلل.

وأول هذا الإخفاقات من وجهة نظر الباحث، وأولاها بالاهتمام والعناية، تلك السمة المنتشرة في كثير من المنشورات باستعمال مفهوم مركزي أو قائد للحملة بلهجة عامية، وإذا كان النشر في مجمله بالفصحى فما وجه استعمال العامية في المفاهيم

(١) جاء هذا العنوان تحت تصنيف المنجزات، ليكون تتميما لها من باب ذكر نواقص المنجزات، أو المنجز المسلوب، وهذا أقرب ما يمكن الباحث رسمه للعلاقة بين العنوان وسوابقه.

(٢) الفعل بالكلمات، جون أوستن، ص ٤٥.

(٣) ينظر: في البراجماتية: الأفعال الإنجازية، ص ٣٤-٣٥.

والحملات والوسوم؟ وكأن العامية قائد للمحتوى وعناوين له وهو ما لا أظن الوزارة تقصده في العموم.

تأتي مثل عبارة (جاء دورنا) لتكون عنوانا لحملة تطعيمات الأطفال، وهي وإن كانت دارجة في السياق الطفولي، فلها معنى مختل في سياق الفصحى التي تهيمن على المنشورات وتغلب عليها، فالقارئ حين يقرأ بالفصحى فتأويله لمعنى (دورنا) سيأتي في ذات السياق الفصيح، الذي تعني فيه اللفظة السير بلا توقف أو حلقة لا نهاية لها، وهي في سياق العلم والمنطق ضعف في تحديد المصطلحات حين يعرف المصطلح بمفرداته(١).

وليس صعبا أن تختار الوزارة لفظة مناسبة للأطفال ولغتهم مثل (جاء وقتنا، جاءت فرصتنا) أو أي عبارة تنسجم مع هذا المنشور مثلاً: (٢٠٢٢/٤/٥م)

اللقاح يقلل من فرص إصابتنا بالعدوى.
#جاء_دورنا لتلقي جرعتنا.

لحجز موعد للقاح كورونا (كوفيد–١٩) تفضل بزيارة تطبيق صحتي.

و (٢٠٢٢/١/١٧م):

لصحتهم الدور جاء عندهم.. وأبطالنا على الموعد!
موعد طفلك لأخذ لقاح فيروس كورونا متاح الآن لهم.
#جاء_دورنا

ومن الملحوظات مثلا استعمال تعبيرات ذات خطأ لغوي يسير كان الأولى التخلص منه، مثل مادة (عبر) التي تدل على الحزن، وتستعمل في سياق العلم أو القناعات: (٢٠٢٢/٤/٢٣م)

(١) وجه الخطأ في الدور أنها تدل على الاستدارة وعودة الشيء على بدئه ولا تناسب المقصود من الاصطفاف باتجاه شيء في المعنى العامي، ولهذا فالدور عند المنطقيين عيب في الكلام أو التفسير لعدم فائدته ولأن المتلقي يقف بعد الانتهاء من الكلام في نفس موقفه قبله من عدم الفهم، ينظر مادة (دور) في لسان العرب.

لماذا تعتبر الجرعة التنشيطية ضرورية وأساسية؟
تعّرف أكثر هنا ⬇

وكان يمكن استعمال (تعدّ) بدلا عنها، وهذا خطأ يقع فيه حتى المتخصصون في اللغة حسب اطلاعي، ومثلها لفظة (استخدم) بمعنى استعمل، والاستخدام اتخاذ خادم والسعي للحصول عليه، واستعمال كلمة (استعمال) أولى في مثل هذا الموضع: (٢٠٢٢/٢/٢٧م)

استخدام جهاز الفحص السريع في المنزل آمن وسريع، ويمكنك استخدامه في أي وقت.

ومما يعد من الإخفاقات المنشورات التي لا تفصح عن مدلولها بشكل واضح، وكأنها لغز يحتاج القارئ فيه إلى التفكير والتأمل وربما التخمين، وقد ورد هذا المنشور في الصفحات السابقة لهذا البحث: (٢٠٢١/١٢/٢٨م)

خمسون من أجل خمسة:
حمايتك وصحتك وسلامتك ومناعتك ومجتمعك.

نفخر بوعيكم، ونعتز بخدمتكم.. وصلنا إلى (٥٠,٠٠٠,٠٠٠) جرعة ولله الحمد.

لقد حار الباحث بهذا المنشور حتى توصل إلى أن المقصود برقم (خمسة) هو الكلمات الأولى (**١- حمايتك ٢- صحتك ٣- سلامتك ٤- مناعتك ٥- مجتمعك**) وهي بعيدة عن الذهن أو لا ينتبه لها.

أخيرا ربما وجدت أخطاء إملائية أو نحوية في بعض المنشورات، وهي يسيرة جدا وتدل على انضباط كبير في خطاب الوزارة ومستواه اللغوي والتنفيذي، ومن هذه الهفوات ترك حذف النون من الفعل المنصوب بـ(أن) المصدرية المضمرة: (٢٠٢٢/٢/٢٣م)

"**شاركوهم الصحة والوقاية.**

من أجل أن يشاركونكم(١) ابتسامتهم وسعادتهم.

مواعيد لقاح كورونا للأطفال متاحة.

#جاء_دورنا".

الصحيح (أن يشاركوكم)، ومثلها عدم حذف حرف العلة في آخر الكلمة في فعل الأمر: (٢٠٢٢/١/١٣م)

العلاقة بين التحصين والتنويم، علاقة عكسية –بفضل الله–

🔼 **يزداد التحصين.**

🔽 **يقل التنويم .**

احمِ نفسك من المضاعفات الخطيرة باللقاح.

لقد جاءت الهفوات وأو الإخفاقات قليلة جدا أو في حكم النادر كما أشرت آنفاً، بما يدل على حرص الوزارة على الإتقان في العمل التواصلي كما هو إتقانهم في الخدمة الصحية والسياسة التوعوية، مما يستوجب شكرهم في ختام المطاف والاعتراف لهم بالتفوق الكبير واللمحات المميزة في اختيار المفردات وإقامة الاتصال اللغوي الفعال مع استثمار المؤثرات والأدوات البصرية الثابتة والمتحركة وتنويع الاتصال لجميع أفراد المجتمع باختلاف جنسهم ومراحلهم العمرية.

الخاتمة

الحمد لله على التمام، والصلاة والسلام على نبي الأنام، وآله وصحبه الكرام، وبعد:

فقد مضى الحديث في خطاب الأزمة الصحية التي مرت بها المملكة العربية السعودية والعالم أجمع، وكانت اختيارا للباحث لدراسة حالة خاصة تصلح أن تكون نموذجا للأزمات الصحية وإدارتها تواصليا مع الجمهور وفق آليات المنهج التداولي ووسائله في كشف الخطاب وتقويمه، وقد خلص الباحث إلى جملة من النتائج من أبرزها:

١- نجاعة المنهج التداولي في دراسة قنوات الاتصال الرسمي ومنجزاته، إذ هو أداة ذات تطبيقات ثرية ومتنوعة.

٢- ارتباط المحتوى الرسمي المنشور بالقصدية التداولية بأنواعها، وهذا الارتباط جعل من المناسب تحليل الخطاب وحيثياته وفق هذه الفكرة أو الافتراض، مما أفرز استدلالات مميزة أسهمت في إدارة الأزمة بنجاح على المستوى الإعلامي.

٣- يرى الباحث أن منشورات الأزمة في حساب الوزارة تعد أنموذجية لا تخرج عن مقاصد أساسية ثلاثة هي: الإخبار والتوجيه والتحذير.

٤- جاء قصد الإخبار معضدا بالأرقام والإحصائيات والمعلومات والأشخاص والأماكن، وهذه الرؤوس والذرى الموضوعية كان لها أكبر الأثر في صياغة محتوى إخباري مميز.

٥- شكل الاستفهام إستراتيجية مركزية في الغرض التثقيفي بما يحمله من استفزاز الذهن للتركيز والاستقبال، والشعور بمرجعية المتحدث ومسؤوليته، في إطار مبدأ التعاون التداولي المهم والناجع.

٦- أسهم المقصد التوجيهي في إبراز منشورات الوزارة وفق مبدأي التعاون والتأدب، اللذين حققا -من وجهة نظر الباحث- أعلى درجات الامتثال الصحي لدى المواطنين.

٧- أسهمت العتبات المتنوعة في تحقيق عدد من المزايا من شد المتلقي، وحثه على المتابعة، والامتثال. وبرز في هذه التجربة سعة الأفق وتنوع القدرات الأسلوبية بين الأمر والاستفهام والجمل الخبرية وشبه الجملة، وإن وجد إخفاق في هذه الجزئية فهو استثناء يؤكد القاعدة.

٨- تنوع الإستراتيجيات التواصلية في هذا الخطاب عامة، ومركزية الإستراتيجيات الاستفهامية والسردية والشرطية خاصة؛ لما فيها من طاقة معرفية، وذهنية، وتنويع أسلوبي، وأفق تصوري مفتوح، أسهمت جميعها في إنجاز أفعال كلامية ذات محتوى وأثر فعال.

٩- استثمار الوسم (الهاشتاق) لصياغة نمط خطابي تداولي، يمكن أن يحفز على المساهمة فيه والكتابة في سياقه من قبل المواطنين، مما جعل الأفعال الكلامية والإنجازية سلوكا لغويا جماعيا، وربما خلق صيغا بمدلولات اجتماعية ظلت باقية إلى اليوم.

١٠- تميز معرف الوزارة في منصة (X) بخطاب أزمة فعال، نجح أن يخط اسمه في تاريخ الأزمات الصحية، بما أنجزه من ابتكارات معجمية وسيميائية، وما بدا إخفاقا في اللغة أو المقاصد يعد استثناء نبه البحث إلى بعضه سعيا إلى الكمال واكتمال صورة التميز والتفرد.

١١- يرى الباحث ضرورة الاستعانة بمتخصص في اللغة والتحرير، لتلافي الأخطاء التي قد تقع في اللغة أو الدلالة أو الأسلوب، كما أن المختص يعين الوزارة وغيرها من الجهات الحكومية على تحديد الأسلوب المناسب للمحتوى المراد نشه وربطه بالهدف من النشر.

وبعد، فإن الباحث بعد هذه الرحلة الموجزة في سماء هذه الأزمة الصحية وتفاصيلها اللغوية عبر الحساب الرسمي لوزارة الصحة، ليرى أن الساحة العلمية واللغوية قادرة على إنجاز أبحاث رصينة تدرس المحتوى الرسمي بمختلف قطاعاته وفق نظرة وزاوية خاصة، منها مثلا الخطاب الرسمي الأمني لأزمة كورونا، وكذا الخطابات المساندة من المتخصصين في قطاعات الصحة والأمن بمنشوراتهم الفردية وحساباتهم الشخصية.

ويرى الباحث إمكان دراسة الخطاب الرسمي المبشر بانفراج الأزمات عموما، وكذا الخطاب الصحي التثقيفي بعامة حول بعض الأمراض الموسمية والأيام العالمية الخاصة كيوم سرطان الثدي وغيره مما يتسع له أفق الباحثين وتنجع فيه أدوات الخطاب ومناهج التحليل الفني واللغوي.

ثبت المصادر والمراجع

أولاً: المصادر:

حساب وزارة الصحة في منصة (X):

(@SaudiMOH): https://x.com/SaudiMOH

ثانياً المراجع:

١- إستراتيجيات الخطاب: مقاربة لغوية تداولية، د. عبدالهادي الشهري، دار كنوز المعرفة- عمّان، ط٢، ١٤٣٦هـ.

٢- الألوان والاستجابات البشرية، فيبر بيرين، ترجمة: صفية مختار، مراجعة محمد الجندي، مؤسسة هنداوي- لندن، ط١، ٢٠١٧م.

٣- الأنماط اللغوية الاجتماعية، خوانم. هيرناندیز كامبوي، ترجمة لبانة الجندي، دار الحوار- اللاذقية، ط١، ٢٠١٨م.

٤- تحليل الخطاب النظرية والمنهج، ماريان يورغنسن و لويز فيليبس، ترجمة د. شوقي بوعناني، هيئة البحرين للثقافة والآثار- المنامة، ط١، ٢٠١٩م.

٥- تداوليات الأفعال الكلامية من العلامة إلى الفعل، د. عبدالرحيم الحلوي، منشورات القصبة – أغادير، ط١، ٢٠١٧م

٦- التداوليات وتحليل الخطاب: كتاب إلكتروني، د. جميل حمداوي، شبكة الألوكة الإلكترونية، د.ط، ١٤٣٦هـ.

٧- تداولية الخطاب: من تأويل الملفوظ إلى تأويل الخطاب، آن روبول و جاك موشلار، ترجمة وتعليق لحسن بوتكلاي، دار كنوز المعرفة-عمّان، ط١، ٢٠٢٠م

٨- التداولية عند العلماء العرب: دراسة تداولية لظاهرة الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي، د. مسعود صحراوي، دار الطليعة- بيروت، ط١، ٢٠٠٥م.

٩- الحجاج في الشعر العربي: بنيته وأساليبه، أ.د. سامية الدريدي، عالم الكتب الحديث- إربد: الأردن، ط٢، ١٤٣٢هـ

١٠- السيميولوجيا والتواصل، إيريك بويسنس، ترجمة جواد بنيس، دار رؤية- القاهرة، ط٢، ٢٠١٧م.

١١- صحيح البخاري، الإمام أبو عبدالله محمد البخاري، دار ابن كثير- دمشق و بيروت، ط١، ١٤٢٣هـ.

١٢- عتبات جيرار جينيت من النص إلى المناص، عبدالحق بلعابد، الدار العربية للعلوم ناشرون و منشورات الاختلاف- الجزائر، ط١، ١٤٢٩هـ.

١٣- الفعل بالكلمات، جون أوستن، تحقيق: جايمس سبيسا، ترجمة: طلال وهبة، هيئة البحرين للثقافة والآثار- المنامة، ط١، ٢٠١٩م.
١٤- في البراجماتية: الأفعال الإنجازية في العربية المعاصرة، دراسة دلالية ومعجم سياقي، د. علي محمود حجي الصراف، مكتبة الآداب- القاهرة، ط٢، ٢٠١٤م.
١٥- في علم الدلالة، د. محمد سعد محمد، مكتبة زهراء الشرق- القاهرة، ط١، ٢٠٠٢م.
١٦- لسان العرب، محمد ابن منظور الأنصاري، تعليق اليازجي وآخرون، دار صادر – بيروت، ط:٣، ١٤١٤هـ.
١٧- مبادئ التداولية، جيوفري ليتش، ترجمة عبدالقادري قنيني، أفريقيا الشرق-المغرب، د.ط، ٢٠١٣م
١٨- المعجمية وعلم الدلالة المعجمي: مفاهيم أساسية، آلان بولغير، ترجمة د. هدى مقنّص، المنظمة العربية للترجمة- بيروت، ط١، ٢٠١٢م.
١٩- النص والسياق: استقصاء البحث في الخطاب الدلالي والتداولي، فان دايك، ترجمة: عبدالقادر قنيني، دار أفريقيا الشرق- الدار البيضاء، د.ط، ٢٠٠٠م.

ثالثاً: السجلات العلمية والدوريات:

١- ضاد: مجلة لسانيات العربية وآدابها، المجلد الثاني العدد الثالث، أبريل ٢٠٢١م، بحث: البعد التداولي للخطاب الإعلامي في ظل جائحة كورونا، رانيا أحمد عموري.
٢- المجلة العلمية لبحوث الصحافة- جامعة القاهرة، العدد ٦، إبريل ٢٠١٦م، ، بحث: التحليل التداولي للخطاب وإستراتيجيات البنية الإقناعية وأبعادها التداولية، مروة محمد علي.
٣- مجلة العلوم الشرعية واللغة العربية: العدد الخاص: أثر جائحة كورونا في اللغة والأدب والنقد، الجزء ٢ المجلد السابع العدد الثاني، شوال ١٤٤٣هـ- مايو ٢٠٢٢م، بحث: الخطاب الصحي التوعوي: دراسة تداولية للإستراتيجيتين التضامنية والتوجيهية، د. محمد بن سعيد اللويمي.
٤- مجلة علامات، مكناس- المغرب، العدد ٢١، ٢٠٠٤م، بحث: إستراتيجيات التواصل: من اللفظ إلى الإيماءة، سعيد بنكراد.

awlaan: hisab wizarat alsihat fi minasa (x): (@SaudiMOH): https://x.com/SaudiMOH

thanyaan almarajie:

1. astiratijiaat alkhatabi: muqarabat lughawiat tadawuliatun, da. eabdalhadi alshahri, dar kunuz almaerifati- emman, ta٢, ١٤٣٦h.
2. al'alwan waliastijabat albashariatu, fibar birin, tarjamatu: safiat mukhtar, murajaeat muhamad aljundi, muasasat hindawi- landan, ta١, ٢٠١٧m.
3. al'anmat allughawiat aliajtimaeiati, khwanma. hirnandiz kambwy, tarjamat libanat aljundi, dar alhawari- allaadhiqiati, ta١, ٢٠١٨m.
4. tahlil alkhitab alnazariat walmanhaji, maryan yurghinsin w luiz filibs, tarjamat da. shawqi buenani, hayyat albahrayn lilthaqafat waluathar- almanamati, ta١, ٢٠١٩m.
5. tadawuliaat al'afeal alkalamiat min alealamat 'iilaa alfiela, du. eabdalrahim alhalawi, manshurat alqasabat - 'aghadir, ta١, ٢٠١٧m.
6. altadawuliaat watahlil alkhatabi: kitab 'ilikturuniun, da. jamil hamdawi, shabakat al'ulukat al'iilikturuniati, du.ti, ١٤٣٦h.
7. tdawuliat alkhatabi: min tawil almalfuz 'iilaa tawil alkhatabi, an rubul w jak mushlar, tarjamat wataeliq lihasan butklay, dar kunuz almerft-emman, ta١, ٢٠٢٠m.
8. altadawuliat eind aleulama' alearabi: dirasat tadawuliat lizahirat al'afeal alkalamiat fi alturath allisanii alearabii, da. maseud sahrawi, dar altalieati- bayrut, ta١, ٢٠٠٥m.
9. alhujaaj fi alshier alearabii: buniatih wa'asalibihu, 'a.d. samiat aldiridii, ealim alkutub alhadithi- 'iiribidu: al'urduni, t2, 1432h
10. alsimiulujia waltawasulu, 'iirik buysins, tarjamat jawad binis, dar ruyati- alqahirati, ta٢, ٢٠١٧m.
11. sahih albukharii, al'iimam 'abu eabdallah muhamad albukhari, dar aibn kathir- dimashq w bayrut, ta1, 1423h
12. atabat jirar jinit min alnasi 'iilaa almanasi, eabdalhaq bileabid, aldaar alearabiat lileulum nashirun w manshurat alaikhtilafi- aljazayir, ta١, ١٤٢٩h.
13. alfiel bialkalimati, jun 'uwstin, tahqiqu: jayims sbisa, tarjamatu: talal wahbat, hayyat albahrayn lilthaqafat waluathar- almanamati, ta١, ٢٠١٩m.
14. fi albarajmatiati: al'afeal al'iinjaziat fi alearabiat almueasirati, dirasat dalaliat wamuejam siaqi, da. eali mahmud hajiy alsaraafi, maktabat aladab- alqahirati, ta٢, ٢٠١٤m.
15. fi ealam aldilalati, du. muhamad saed muhamad, maktabat zahra' alsharqa- alqahirati, ta١, ٢٠٠٢m.
16. lsan alearbi, muhamad abn manzawr al'ansari, taeliq alyazji wakhrun, dar sadir - bayrut, ta:3, 1414h.
17. mabadi altadawuliati, jyufri litsh, tarjamat eabdalqadirii qanini, 'afriqia alsharqu-almaghribi, du.ti, ٢٠١٣m.
18. almaejamiat waeilm aldilalat almuejami: mafahim 'asasiati, alan bulghir, tarjamat du. hudaa mqnns, almunazamat alearabiat liltarjamati- bayrut, ta١, ٢٠١٢m.
19. alnns walsiyaqi: aistiqsa' albahth fi alkhitab aldalalii waltadawuli, fan dayk, tarjamata: eabdalqadir qinini, dar 'afriqia alsharqa- aldaar albayda', du.ti, ٢٠٠٠m.

thalthaan: alsijilaat aleilmiat waldawryaati:

1. dadi: majalat lisaniaat alearabiat wadiabha, almujalad althaani aleadad althaalithi, 'abril ٢٠٢١m, bahatha: albued altadawulii lilkhitab al'iielamii fi zili jayihat kuruna, ranya 'ahmad eamuri.
2. almajalat aleilmiat libuhuth alsihafati- jamieat alqahirati, aleadad ٦, 'iibril ٢٠١٦m, , bahatha: altahlil altadawulii lilkhitab wastiratijiaat albinyat al'iiqnaeiat wa'abeadiha altadawuliati, marwat muhamad ealay.
3. majalat aleulum alshareiat walearabiati: aleadad alkhasi: 'athar jayihat kuruna fi allughat wal'adab walnaqdi, aljuz' ٢almujalad alsaabie aleadad althaani, shawal ١٤٤٣h- mayu ٢٠٢٢m, bihathi: alkhitab alsihiyi altaweui: dirasat tadawuliatan lilastiratijiatayn altadamuniat waltawjihiati, du. muhamad bin saeid alluwaymi.
4. mjalat ealamati, miknasi- almaghribi, aleadad ٢١, ٢٠٠٤m, bihatha: astiratijiaat altawasuli: min allafz 'iilaa al'iima'ati, saeid binikrad