

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique



المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف _ميلة_

قسم اللغة والأدب العربي
المرجع:.....

معهد الآداب واللغات

لغة الإشهار في الملصقات الطبية الموجهة لفئة الأطفال ودورها في التنمية اللغوية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في اللغة والأدب العربي
تخصص: لسانيات تطبيقية

إشراف الأستاذ:
يوسف بن جامع

إعداد الطالبتين
* صفاء لعشيب
* شيماء مرابط

السنة الجامعية: 2024-2025

دعاء

اللهم إنّنا نسألك علما نافعا، وعملا متقبلا، وفتحا من عندك.
اللهم كما أعنتنا على إتمام هذا العمل فاجعله خالصا لوجهك
الكريم وانفعنا بما علمتنا، وعلّمنا بما ينفعنا، وزدنا علما، ويسر لنا
به دروب الخير والنجاح، واجعله لبنة في بناء العلم والمعرفة.
إنك على كل شيء قدير.

آمين يا رب.

شكر و عرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبتوفيقه يتم تحقيق النجاح.

نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى كل من كان له دور في انجاز هذه المذكرة، ونخص بالذكر الأستاذ المشرف «يوسف بن جامع» الذي لم يخل علينا بتوجيهاته السديدة وملاحظاته القيمة، وكان خير مرشد وموجه في مسيرتنا البحثية.

ولا يفوتنا أن نعبر عن عميق امتناننا لوالدينا العزيزين اللذين كانا ولا يزالان مصدر دعمنا وإلهامنا، ولكل من شجعنا وساندنا في مشوارنا العلمي.

جزى الله الجميع خير الجزاء، ووفقهم لما يحب ويرضى..

إهداء

إلى من كان ظلي حين اشتدت شمس الحياة، وسندي حين مالت الأيام، أهدي ثمرة هذا الجهد إلى تاج رأسي... أبي.

إلى نبع الحنان الذي لا ينضب، إلى من جعلت من قلبها وطنًا يحتويني، إلى من جنتي تحت قدميها أهدي ثمرة هذا الجهد إلى... أمي.

إلى أبي وأمي الثانيين جدي الحبيب وجدتي الحبيبة لا أنسى فضليهما عليا، فمهما حاولت تعجز الكلمات عن البوح بما قدماه لي ومساندتهما لي... إلى جدائي من أبي، ولا أنسى الترحم على الغاليين جدائي من أمي، وسعهما ربي رحمة وغفرانا.

إلى رفيقة روحي ودربي وقطعة من قلبي سبب ثقتي وقوتي، توأمي مروة، لرياحين حياتي ورفاق دربي وسند قلبي إلى من تقاسموا معي لحظات التعب والفرح، إخوتي. بدر الدين، جمال الدين، وعماد الدين، والأميرة الصغيرة آية، فأحمد الله تقديرًا لوجودكم الذي كان النور في حياتي.

إلى أخوالي وخالاتي، أعمامي وعماتي، إلى الغاليتين شيماء، ومريم، إلى كل عزيز وقف معي. إلى من نسيه قلبي ولم ينساه قلبي.

إلى نفسي التي تعبت وسهرت وعانت وأرهقت لأجل بلوغ هذه اللحظة.

إليكم جميعا أهدي ثمرة عملي المتواضع، بارككم الله ورعاكم لما فيه الخير والصلاح.

صفاء

إهداء

إلى نفسي التي صبرت وكافحت وحملت الحلم ومضيت رغم التعب.
إلى أمي وأبي العزيزين، من علماني أن الإصرار طريق الإنجاز وكانا دوما
العون والسند.
إلى أختي دعاء، وأخي عبد الله، وجدتي ذهبية، اللذين أحاطوني بالحب والدعم
في كل لحظة.
إلى أعمدتي وسندي أعمامي وعماتي وأبنائهم، وأخوالي وخالتي وأبنائهم شكرا
لقلوبكم البيضاء.
إلى صديقتي صفاء، شريكة هذا العمل، والدرب والمواقف الصادقة.
أهدي هذا العمل المتواضع عربون وفاء وامتنان لكل من ساهم في وصولي
إلى هذه اللحظة.

شيماء

مقدمة

تعد اللغة من أهم الوسائل التي تميز الإنسان عن باقي الكائنات، فهي الأداة التي يعبر بها عن أفكاره ومشاعره، وينشئ بها علاقته الاجتماعية، ويبني بها معارفه وثقافته. ومع التطور السريع الذي شهده مجال الإعلام والإشهار، برزت اللغة كأحد أهم وسائل التأثير والإقناع، حيث أصبحت تؤدي أدوارا متعددة تتجاوز الجانب الإعلاني التجاري لتصل إلى مجالات أكثر تخصصا كالصحة والتعليم و التسويق والتبليغ والثقافة والادب. ومن هذا المنطلق، اكتسب الإشهار الطبي أهمية خاصة، لاسيما حين يكون معنيا بالأطفال عبر وسائط بصرية مثل الملصقات الطبية، التي تعتمد على لغة مبسطة ومؤثرة مدعومة بالصور والرموز، بهدف إيصال الرسائل الصحية والتربوية بطريقة مناسبة لقدراتهم العقلية والذهنية.

وفي ظل الاهتمام المتزايد لتنمية القدرات اللغوية لدى الأطفال في مراحلهم المبكرة تبرز ضرورة مدى إسهام لغة الإشهار في الملصقات الطبية في تحقيق هذا الهدف. فهذه الملصقات لا تكتفي بتقديم رسائل توعوية بل تسهم أيضا في تعزيز الرصيد المعجمي للأطفال، وتنمية قدراتهم على الفهم والتعبير. وانطلاقا من أهمية اللغة في تشكيل وعي الطفل، ومن دراساتنا السابقة، سنقوم بدراسة هذا البحث الموسوم ب: « لغة الإشهار في الملصقات الطبية الموجهة لفئة الأطفال ودورها في التنمية اللغوية»، وقد جاء اختيارنا لهذا الموضوع نتيجة لتلاقي جملة من الأسباب الذاتية والموضوعية، أهمها:

- الاهتمام الشخصي بالطفل واللغة، والرغبة في فهم العلاقة بين الإشهار واللغة.
- قلة الدراسات حول لغة الإشهار الطبي الموجه للأطفال.
- أهمية اللغة الإشهارية كأداة لتنمية قدرات الطفل المعرفية، وشيوع الإشهار الصحي في المؤسسات التربوية والطبية.

وتتجلى أهمية بحثنا في كونه يربط بين التحليل اللغوي والإشهاري والتربوي، ويسعى لفهم تأثير هذه الوسائط على النمو اللغوي للطفل. ومن هنا، يهدف هذا البحث إلى تحليل اللغة الإشهارية في الملصقات الطبية الموجهة للأطفال والكشف عن مدى مساهمتها في تنمية اللغة لدى الطفل.

ومن هذا المنطلق، تتحدد الإشكالية المركزية للدراسة في التساؤل الآتي:

كيف توظف الملصقات الطبية لغة إشهارية ذات طابع تبسيطي تواصل يسهل في نشر الوعي الصحي؟ وكيف تساهم في تنمية القدرات اللغوية لدى الطفل؟. وينبثق عن هذا التساؤل الرئيسي جملة من الأسئلة الفرعية منها:

ما الخصائص اللغوية الإشهارية التي تميز الملصقات الطبية الموجهة للأطفال؟

كيف تساهم هذه الملصقات في إثراء المعجم اللغوي للأطفال؟

إلى أي مدى تؤثر الملصقات الطبية في تعزيز الفهم والاستيعاب لدى الأولياء، وتسهيل إيصال المعلومات لأطفالهم؟

وسعياً منا للإجابة عن الإشكاليات السابقة، وزعنا دراستنا على: مقدمة مبنية على منهجية البحث ومنطلقاته، والأهداف التي حددت وفق منهج الدراسة. وفصلين: فصل نظري تناولنا فيه: «الإطار النظري والمفاهيمي» المقسم إلى عنوانين، الأول: مفهوم لغة الإشهار، والذي يندرج تحته تعريف الإشهار وخصائصه، وظائفه، أقسامه، أهدافه، وتعريف التوعية، وخصائص لغة الإشهار. أما الثاني: الملصقات الطبية، يندرج تحته تعريف الملصق، والملصقات أنواعها، أهميتها، و الثقافة الصحية، والملصق الإرشادي.

وفصل تطبيقي تناولنا فيه: « علاقة لغة الإشهار بالتنمية اللغوية لدى الأطفال» المقسم إلى عنوانين، الأول: التنمية اللغوية لدى الأطفال، الذي يتضمن تعريف التنمية اللغوية، وطرائق التنمية اللغوية. أما العنوان الثاني: أثر الملصقات الطبية في تنمية المهارات اللغوية، حللنا فيه مجموعة من الملصقات الطبية الموجهة للأطفال، وتوصلنا إلى دور هذه الملصقات الطبية في التنمية اللغوية، وسلبياتها. وأنهينا دراستنا بخاتمة، خلصنا فيها بمجموعة من النتائج المتوصل إليها. حيث اعتمدنا في هذا البحث على المنهج السيميائي لتحليل الأبعاد البصرية والرمزية للملصقات الطبية الموجهة للأطفال بما في ذلك الصور، الألوان، والتوزيع البصري، باعتبارها مكونات دلالية تؤثر في عملية التلقي.

واستندنا إلى مجموعة من المصادر والمراجع التي كانت عوناً لنا في هذه الدراسة نذكر منها: أميمة كامل السلاموني «التوعية الصحية دليل العاملين في مجال الرعاية الصحية»، أحمد رضا «متن اللغة»، منى الحديدي «الإعلان؟»، جابر عبد الحميد «الإرشاد النفسي النظرية والتطبيق»، وممدوح خسارة «التنمية اللغوية طريق إلى المعاصرة».

رغم أهمية الموضوع، فقد واجهنا في إعداد هذه المذكرة جملة من الصعوبات، من بينها صعوبة الوصول إلى عينات متنوعة من الملصقات الطبية.

وبفضل الله عزو جل وعونه أتممنا بحثنا، نتقدم بالشكر إلى الأستاذ المشرف «يوسف بن جامع» على الدعم العلمي والتوجيهي خلال إعداد المذكرة، وفي الأخير نأمل أن نكون حققنا الاستفادة والاستفادة.

الفصل الأول:

الإطار النظري والمفاهيمي

أولاً: مفهوم لغة الإشهار.

1. تعريف الإشهار
2. الإشهار خصائصه، وظائفه، أقسامه، أهدافه.
3. تعريف التوعية.
4. خصائص لغة الإشهار.

ثانياً: الملصقات الطبية.

1. تعريف الملصق.
2. الملصقات: أنواعها، أهميتها.
3. الملصق والثقافة الصحية.
4. الملصق الإرشادي.

الإشهار هو إحدى الوسائل التي تهدف إلى التأثير على الأفراد ابتغاء توصيل رسائل محددة في مختلف المجالات (الصحة، التجارة... الخ)؛ وفي سياق الملصقات الطبية، تبرز أهمية الإشهار كوسيلة لنشر التوعية الصحية عند الآباء والأمهات بمختلف ثقافاتهم؛ منهم المتعلمين وغير المتعلمين، الذين يحتاجون إلى لغة بسيطة وسهلة الفهم، لضمان استيعابهم للإرشادات الصحية المقدمة، وإيصال المعلومات لأطفالهم. وبناء على ذلك؛ سنخصص هذا الفصل لدراسة الإطار النظري المتعلق بلغة الإشهار في الملصقات الطبية، من خلال التطرق أولاً إلى مفهوم لغة الإشهار، وخصائصها، وكذلك وظائف الإشهار، وأقسامه، وإلى تعريف الملصق وأنواعه، وأهميته، وأيضاً تعريف الملصق الإرشادي، وأنواعه ثانياً؛ لنتمكن لاحقاً من فهم اللغة الإشهارية، وطريقة الملصق الطبي في سرد المعلومات، ومدى تأثيرها على مختلف الفئات.

أولاً: مفهوم لغة الإشهار:

في هذا المجال سنتناول اللغة الإشهارية من حيث المفهوم، والخصائص اللغوية التي تميزها، وكذا وظائف الإشهار التي تستخدم لجذب الانتباه لتحقيق الفعالية في إيصال الرسالة التوعوية الإشهارية.

1. تعريف الإشهار:

أخذ الإشهار تعريفات عدة، وذلك لتنوع مجالاته، أما في أصل كلمة الإشهار فنحن نجد أن الباحثين أطنبوا في شرحه.

أ. تعريف الإشهار لغة:

ورد في لسان العرب، مادة «شَهَرَ» بمعنى "الشُّهُرة"؛ ظهور الشيء في شُنْعَةٍ حتى يشهره الناس [٠٠٠]، وعن الجوهري: الشهرة وضوح الأمر، وقد شَهَرُهُ يَشْهَرُهُ شَهْرًا وشُهُرَةً فاشْتَهَرَ وشَهْرَهُ تشهيراً واشْتَهَرَ فاشْتَهَرَ، قال:

أحب هبوط الواديين وإتني ***** لمشتهر بالواديين غريب¹

وجاء في مقاييس اللغة، «شهر: [الشين والهاء والراء] أصل صحيح يدل على وضوح في الأمر وإضاءة، والشهرة وضوح الأمر [...] وقد شهر فلان في الناس بكذا، فهو مشهور، وقد شَهَرُوهُ»²؛ من خلال المعجمين نجد أن الإشهار يندرج مفهومه تحت الإفصاح عن الشيء وإيضاحه.

وفي المصباح المنير «شهرت الحديث شهراً أو شهرة؛ أفشيتَه فاشتهر»³.

أما في المعجم الوسيط فجاءت: «شَهَرَه، شهراً أو شُهْرَةً؛ بمعنى أعلنه وأذاعه»⁴.

وبالنسبة لقاموس المنجد فإن: «شَهَرَ شَهْراً بكذا ذَكَرَهُ وعَرَفَهُ به»⁵؛ نستنتج من هذه التعريفات أن الإشهار هو جعل الشيء واضحاً للناس، أو جعل المعلومة ظاهرة لعامة الناس بطريقة واضحة.

أي عندما نقول شهر بكذا، أي أذاعه بين الناس وجعله معروفاً به، وأصبح الشيء نسبة إليه وأخبر الناس بذلك.

ب. تعريف الإشهار اصطلاحاً:

لقد تعدد تعريف الإشهار باختلاف المجالات التي يهتم بها، ويعالجها في مختلف التخصصات، نذكر منها:

¹. ابن منظور (أبي الفضل جمال الدين بن محمد بن مكرم)، لسان العرب، دار المعارف، د. ط، القاهرة، 2016، ص 2351.

². ابن فارس ابن زكريا (أبي الحسين أحمد)، مقاييس اللغة ج3، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، دار الفلك، د. ط، بيروت، د.ت، ص 222.

³. المقرئ الفيومي (أحمد بن حمد علي)، المصباح المنير، مكتبة لبنان، د. ط، لبنان، 2009، ص 124.

⁴. مجمع اللغة العربية بالقاهرة، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الولية، د. ط، القاهرة، 2000، ص 498.

⁵. لويس معلوف، المنجد في اللغة والإعلام والإعلان، دار المشرق، ط. 26، بيروت، 2008، ص 406.

تقول منى الحديدي أن: «على مستوى اللغة العربية هناك تعبيران يستخدمان في مجال الحديث عن الإعلان على المستوى المهني (الممارسة)، وعلى المستوى الأكاديمي التعليمي والبحثي، حيث تستخدم (الإعلان) في دول المشرق العربي (مصر، الأردن...) في حين تستخدم كلمة (الإشهار) للتعبير عن نفس المعنى في دول المغرب العربي (تونس، المغرب، سوريا...). ويقابل ذلك في اللغة الفرنسية تعبير la publicite، وفي اللغة الانجليزية تعبير advertising أو advertisement¹».

إن مفهوم الإعلان يستخدم معنيين إحداهما يشير إلى المجال المهني والتطبيقي، والآخر في السياق الأكاديمي والتعليمي، كما اختلفت ألفاظ الإشهار بين دول المشرق والمغرب العربي. وعرف السعيد بنكراد الإشهار على أنه «ليس إقناعاً بالمفهوم المنطقي للكلمة، وهو ليس كذلك حتى بالمعنى الذي يحيل عليه الحس السليم. إن الإشهار يمتلك أسراراً الخاصة وله آلياته في مخاطبة الفرد المستهلك واستدراجه إلى شراك فعل الشراء الذي لا ينتهي»².

وتحدث سعيد بنكراد عن غاية الإشهار بقوله: «إن الغاية الإشهارية تنطلق من تصور يقول بإمكانية الانتقال من دال كلي يحمل بشكل آلي على مدلول كلي يقود المتلقي إلى استخراج المدلول الوظيفي المعبر، في الآن نفسه عن جودة المنتج وعن قاعدة الفعل المرافقة له»³.

يقول روبير كيران: «إن الهواء الذي نستنشقه مكون من الأكسجين والنيتروجين والإشهار، إن هذه المقولة تعبر لا شك عن غزو الإشهار لحياتنا وحضوره المكثف فيها وأنه ظاهرة اقتصادية قبل أن تكون أدبية أو اجتماعية لذلك بقي بعيداً عن متناول الدراسات الأدبية والنقدية، ومع ظهور السيميائيات كحقل معرفي معاصر حاولت فهم خطاباته المتعددة خصوصاً وأنه وسيلة إقناع وتأثير يستطيع التاجر من خلالها التسويق لبضاعته، وقد أصبح الإشهار علماً

¹. منى الحديدي، الإعلان؟، دار المصرية اللبنانية، ط.1، مصر، 1999، ص 15.

². سعيد بن كراد، سيميائيات الصور الاشهارية (الإشهار و التمثيلات الثقافية)، إفريقيا الشرق، د. ط، المغرب، 2006، ص 12.

³. المرجع نفسه، ص 46.

بداية من القرن العشرين، يدرس في معاهد خاصة له معارف نظرية وتطبيقه كما أنه فن يعتمد على الكفاءات الشخصية ورهافة الحس، ودقة الملاحظة وله مجال كبير في مجال التقنية لاشتغاله بمختلف التقنيات المتطورة والبديعة فمنها الكلام والصورة، والضوء و الحركة والكتابات المرافقة فهو منظومة تتشابك فيها عناصر الكلام المختلفة، ويتحرك في مجراها الخطاب لتأدية الرسالة على أحسن وجه، وعلى هذه تكون الرسالة مقنعة من أهم رواد الدراسات السيميائية للإشهار: رولان بارث، وجوردان، ولابروز¹؛ الإشهار ليس مجرد إعلان تجاري، بل هو نظام لغوي وسيميائي معقد يحمل دلالات ثقافية واجتماعية ويؤثر على الأفراد بطرق غير مباشرة، لذا أصبح من الضروري تحليله باستخدام أدوات سيميائية لفهم رسائله وأهدافه الحقيقية، فالإشهار ليس وسيلة اقتصادية تهدف إلى الترويج إلى المنتجات والخدمات، بل هو خطاب ثقافي سيميائي متكامل يتغلغل في حياتنا اليومية، مؤثرا على أفكارنا وسلوكياتنا. هذا ما أكده روبير كيران أن الإشهار لا يمكن النظر إليه بوصفه مجرد أداة تجارية، بل هو ظاهرة اجتماعية وثقافية تعتمد على استراتيجيات لغوية وبصرية معقدة، تستمد قوتها من توظيف الرموز والإشارات التي تستهدف وعي المتلقي ولا وعيه في آن واحد.

ومعنى الإشهار عند بعض الباحثين هو: "مثل تقنية تسهل عملية نشر الأفكار من ناحية، وكذلك العلاقات التجارية التي تبرم بين الأشخاص على الصعيد الاقتصادي في الترويج بسلعهم وخدماتهم من ناحية أخرى"².

يحظى الإشهار بقيمة اجتماعية فهو وسيلة تسعى إلى الترويج للمعلومات في شتى المجالات والتعريف بالمؤسسات ومنتجاتها، لبلوغ الهدف المرجو تحقيقه في النهاية وهو الإقناع.

¹. فيصل الأحمر، معجم السيميائيات، منشورات الاختلاف، د. ط، الجزائر، 2010، ص 114.

². بلقاسم دفة، اللغة العربية والخطاب الإشهاري بين النظرية والتطبيق، مجلة الموقف الأدبي، دمشق، العدد 517، أيار 2014، ص 50.

2. الإشهار: خصائصه، وظائفه، أهدافه، وأقسامه:

يعد الإشهار وسيلة فعالة للتواصل والتأثير على الجمهور إذ يهدف إلى إيصال رسالة معينة بغرض الترويج لمنتج أو خدمة أو فكرة. وقد تطور الإشهار عبر العصور ليواكب التغيرات الاجتماعية والتكنولوجية، فأصبح أداة لا غنى عنها في مختلف المجالات، سواء التجارية أو الصحية أو الثقافية. إن دراسة الإشهار من حيث خصائصه ووظائفه وأهدافه وأقسامه تكتسي أهمية بالغة، خاصة في ظل المنافسة المتزايدة بين المؤسسات والهيئات الساعية إلى تحقيق تأثير أكبر على الجمهور المستهدف. فالإشهار لا يقتصر على الترويج فحسب، بل يتعداه إلى تشكيل الاتجاهات والمواقف الاجتماعية، مما يجعله موضوعاً غنياً بالتحليل والدراسة.

أ. **خصائص الإشهار:** يتميز الإشهار بمجموعة من الخصائص التي تجعله من أهم وسائل التواصل الأخرى ومن بين هذه الخصائص:

➤ **الغاية من الإشهار:** «إن الغاية من الإشهار تحقيق المنفعة من كل سلعة هي:

أ. المنفعة التجارية: وهي خاصية أساسية في النص الإشهاري فهو تجاري في المقام الأول ولا غاية له سوى حث كل أفراد الجماعة على الشراء بخلق نمط حياتي قائم على الاستهلاك باعتباره سبيلاً فردياً وجماعياً. على الرغم من الغاية التجارية فإنه لا يكشف عن مضمونها بشكل مباشر بل يخفي وراء غايات غير تجارية نحو الحديث عن السعادة وجعلها تخرق اليومي بأبعاده النفعية.

ب. المنفعة الفكرية: باعتباره أداة نشر للفكر والرأي الحزبي والسياسي والديني... الخ.

ج. المنفعة الخدمية: كخدمات تقدم للأفراد والجماعات يقوم الإشهار، بإقناعنا بها¹.

➤ **التحكم في الذوق العام وخلق حاجات جديدة:**

¹. عطية سليمان أحمد، الإشهار القرآني والمعنى العرفاني في ضوء النظرية العرفانية والمزج المفهومي والتداولية (سورة يوسف نموذجاً)، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، ط.1، مصر، 2014، ص 45.

«إن الإشهار إلى جانب عرضه للأنماط الجديدة للحياة، فهو يخلق حاجات جديدة في نفس المتلقي، وتوجيه دوق المتلقي لما يريد فالذوق لم يعد كما كان قديما قضية مرتبطة بتقديم الفرد أو قضية اجتماعية بل أصبح شأنا تحدد مراكز القرار في الشركات المتعددة الجنسيات إنه يحدد للإنسان شكلا من أشكال حضوره خارج لحظات الحميمي»¹.

➤ الإغراء والإغواء :

لم تكن وسيلة البيع وترويج السلع دائما الإقناع، بل إن الإغراء والإغواء كانتا وسيلة مصممي الوصلات الإشهارية لاستدراج المتلقي إلى عوالم الإستهيام لا مجرد مدح لخصائص المنتج الغاية من الإشهار هي الاستفادة بالمستهلك وتوجيه رغباته وتحديد حاجاته وتنوعها واستبدالها بأخرى ضمن دورة استهلاكية لا يمكن أن تتوقف عن حد بعينه»².

➤ الإثارة :

«هي إحدى أركان البناء الإشهاري الثلاثة (الإثارة . الميل . الفعل) فالوصلة التي لا تثير انتباه أحد لا يمكن أن تعد إشهارا، وتتحقق الإثارة بعوامل هي :

أ . عوامل نفسية فسيولوجية (شكل، لون، حركة، إيقاع) .

ب . عوامل من طبيعة نفسية بشرية (الجدة التي تولد الفضول) .

إن الإثارة كإحدى أركان البناء الإشهاري مقدمة أساسية لهذا العمل وذلك بلغت انتباه المتلقي إلى هذا الشيء الذي سيعلم عنه»³؛ يسعى الإشهار إلى تحقيق منافع تجارية وفكرية، وخدمية تساهم في خدمة المجتمع وفئاته.

. يتحكم الإشهار في ذوق المتلقي، وتجديد ميولاته، وتحقيق رغبته.

. لا يعتمد الإشهار على الإقناع فقط بل يعتمد على مغريات تجذب المتلقي.

¹ . المرجع نفسه، ص 46.

² . المرجع نفسه ، ص 47.

³ . المرجع السابق، ص 49.

. يختص الإشهار بإثارة رغبة المتلقي، وذلك باستهداف نقاط تثير انتباهه.

أ. وظائف الإشهار:

للإشهار وظائف متعددة في جميع أشكاله البصرية والسمعية من خلال لغته التأثيرية، أولونه المثير، أو شكله المتميز، ونسجل أهم الوظائف في النقاط الآتية:

✓ خلق الوعي الذي يساهم في جعل الأشياء معروفة، فالناس لا يتعاملون مع أشياء لا يعرفونها.

✓ خلق وتنمية اتجاهات إيجابية، وذلك بتدعيم رؤية إيجابية عند السلعة أو الخدمة .

✓ تنمية هوية للعلامة التجارية، التي تساعد على تزويد المنتجين بصورة ذهنية أو صفة خاصة.

✓ توفير وضع للمنتج في السوق.

✓ جعل العلاقات مستديمة، فهو قوة لبناء وتدعيم المنتج.

✓ خلق الطلب، إذا يجعل الاتصال للمنتج سلعة، أو خدمة، يبدو مرغوبا وقابلا للوصول إليه.

✓ المساعدة على تقديم أوجه التميز، فالجمهور لا يستجيب للمنتجات متماثلة في خصائصها المساعدة على الوصول إلى الجمهور¹.

ف نجد أن الصورة الخارجية للملصق الإشهاري تتحكم في تحديد وظائفه وأبعاده؛ التي تؤثر في داخل المجتمع وخارجه وتحقيق التنمية في المؤسسات التجارية وحتى أن هذه الوظائف تؤدي في جميع أنواع الإشهار، حتى الإشهارات الصادرة عن المؤسسات التربوية والصحية وفيما يخص الإشهارات التي تروج للمعلومات فالصورة الخارجية تزيد من تقبل الطرف الآخر لتلك المعلومات والأخذ بها في عين الاعتبار.

¹. كلثوم مدقن، لغة الإشهار ووظائفها وأنماطها وخصائصها، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، العدد 29، ديسمبر، 2019 ص148.

أنواع الإشهار حسب وظائفه:

قسم الإشهار حسب وظائفه إلى تعليمي، إرشادي، تفكيري، إعلامي، تنافسي، محلي، صناعي، فني، تجاري، ومهني، وهذه إشارة موضحة لمحتوى أقسامه:

➤ الإشهار التعليمي:

«ويتعلق بتسويق السلع الجديدة التي نزلت للسوق أول مرة أو السلعة القديمة التي ظهرت لها استعمالات جديد»¹؛ فهذا النوع يستخدم من أجل تسهيل استعمال المنتجات ويكون في شكل تعليمات.

➤ الإشهار الإرشادي:

ويتعلق بالسلع الجديدة أو الخدمات أو الأفكار أو المنشآت المعروفة للجمهور والتي يعرف الناس حقائقها وكيفية إشباعها لحاجاتهم بطريقة اقتصادية أو لا يعرفون كيف ومتى وأين يحصلون عليها.

➤ الإشهار التذكيري:

ويتعلق بموضوعات يعرفها الجمهور، تؤدي غرض تذكير الناس بها مرة أخرى للتغلب على عادة النسيان.

➤ الإشهار الإعلامي:

يهدف إلى تقديم بيانات للجمهور تؤدي من خلالها تقوية الصلة بين المشهر والجمهور.

¹. المرجع نفسه، ص 148.

➤ الإشهار التنافسي:

«يستعمل أثناء ظهور سلع جديدة معروفة ظهرت قبلها ولها مميزات جيدة فتظهر المنافسة في تقديم أفضل الطرق الإشهارية لمحافظة السلع القديمة الجيدة على مكانتها»¹، فتكون السلعة حاضرة بقوة إذا كان لها ترويج وإشهار بطريقة مميزة ومقنعة للمستقبلين.

➤ الإشهار الأهلي أو العام:

«وهو الإشهار الذي يكون موضوعه منتجات توزع على نطاق الدولة»²؛ ويتربع هذا الإشهار كل أنحاء الوطن ليشمل كل فئاته وأجناسه إذ توفر هذه المنتجات في كل ربوعه.

➤ الإشهار المحلي:

«وهو الإشهار الذي يتعلق بالسلع التي توزع في منطقة محددة»³؛ وهو عكس ما قبله إذ نجده في منطقة دون الأخرى وهذا النوع لا يكون ذا صيت كبير ويكون حسب اهتمام تلك المنطقة فقط.

➤ الإشهار الصناعي:

«هو الذي يعني المنتجين الذين يستخدمون سلعاً إنتاجية معينة، ويتميز هذا النوع بعملاء معروفين»⁴.

¹.المرجع السابق، ص 148.

².المرجع نفسه، ص 148.

³.المرجع نفسه، ص 148.

⁴.المرجع السابق، ص 148.

➤ الإشهار التجاري:

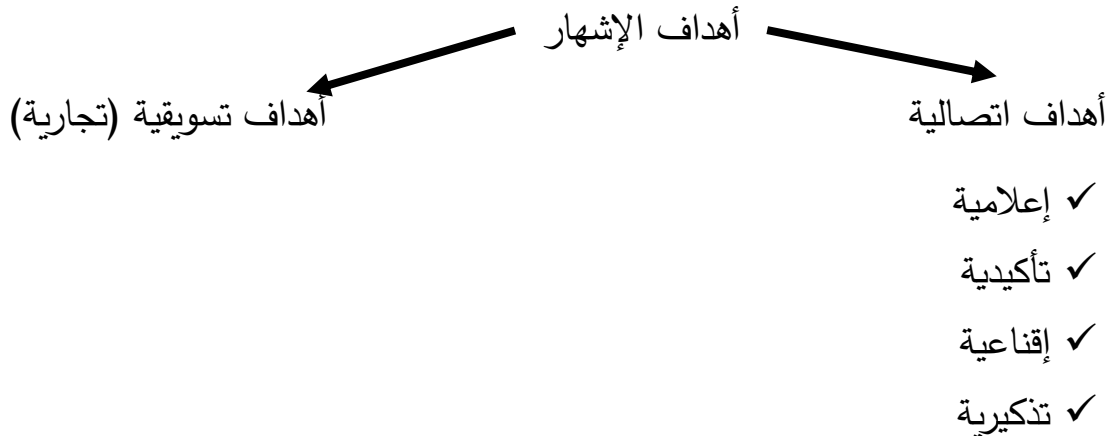
«يتعلق بالسلع والخدمات التي تباع إلى المتعاملين قصد بيعها مرة أخرى بواسطتهم، يحتاجون من الرسالة الإشهارية أن توفر لهم كل ما يهمهم من معلومات»¹.

➤ الإشهار المهني:

«ويكون ذلك من خلال إعطاء أصحاب مهنة معينة معلومات تتصل بسلع يستخدمونها بأنفسهم ويوصون بشرائها، كالأطباء مثلاً: حيث تقدم معلومات عن بعض الأدوية يوصوا بدورهم مرضاهم بشرائها واستخدامها»²؛ فهذا النوع يساعد أصحاب المهن في اختيار المنتجات التي يريدونها وكذا يكون فيه نوع من زيادة في معرفة المهنيين وزبائنهم بالمنتجات المفيدة مثل الدواء كما ذكر سابقاً.

فأقسام الإشهار تعددت وشملت العديد من المجالات المتنوعة والمختلفة، التمتست موضوعات حققت مبتغى الجمهور ومراده.

د. أهداف الإشهار: إن الطبيعة المزدوجة للإشهار أي الاتصالية والتسويقية في ذات الوقت هي التي تحدد الأهداف المسطرة من النشاط الإشهاري، وهي أهداف تنقسم إلى نوعين: النوع الأول يرتبط بالطبيعة الاتصالية للإشهار والنوع الثاني التسويقية.



¹.المرجع نفسه، ص 148.

².المرجع نفسه، ص 148.

وعموماً فإن الأهداف الأكثر شيوعاً للممارسة الإشهارية من أجل منتج معين تتحدد كما يلي:

1. التعريف بوجود المنتج.
2. شرح كيفية العمل و استخدام المنتج.
3. إقامة صورة إنتاجية.
4. خلق تفضيلات وميولات لدى المستهلكين اتجاه المنتج.
5. إبراز بعض خصائص وقيم المنتج.
6. تغيير إدراك السوق للمنتج (مكانته).
7. تدعيم الأشكال الأخرى للاتصال.
8. إثارة سلوك الشراء.
9. اقتراح فرص أخرى للاستعمال¹.

إن أهداف الإشهار تتحدد من خلال طبيعة هذا الإشهار فتشمل خصائص المنتج، كما تفيد المتلقي، وبذلك تتحقق أهداف اتصالية وتسويقية.

3. تعريف التوعية:

تعد التوعية عنصراً أساسياً في بناء مجتمعات صحية، خاصة لدى الأطفال الذين يتأثرون بسرعة بالرسائل الموجهة إليهم. وتلعب لغة الإشهار في الملصقات الطبية دوراً مهماً في إيصال هذه الرسائل، حيث لا تقتصر على نشر الوعي الصحي فحسب، بل تلعب دوراً محورياً في نقل المعلومات وتصحيح المفاهيم وتعزيز السلوكيات الإيجابية لدى الأفراد. لذا تطرقنا إلى مفهومها اللغوي والاصطلاحي.

¹. سامية عواج، الاتصال في المؤسسة: المفاهيم . المحددات . الاستراتيجيات، مركز الكتاب الأكاديمي، ط1، عمان. الأردن، ط1، 2020، ص 135.134.

التوعية لغة:

ورد في لسان العرب لابن المنظور كلمة وعي بمعنى: «الوعي حفظ القلب الشيء وعي الشيء والحديث يعيه وعيا، وأوعاه: حفظه وفهمه وفلان أوعى عن بين فلان، أي أَحَفَظُ، وأَفْهَمُ»¹.

بالنسبة لمعجم الوسيط فجاءت كلمة «الوعي بمعنى الحفظ والتقدير، والفهم وسلامة الإدراك، وفي علم النفس شعور الكائن الحي بما في نفسه وما يحيط به»².

في هذين التعريفين فكرة جوهرية عن معنى التوعية وهي أن التوعية تتضمن معنى الاستيعاب والفهم والحفظ عن إدراك ومعرفة عند استقبال المعلومات.

وفي متن اللغة فعُرفَ بأن: «الوعي من وعى، يعي، وعيا الحديث: حفظه وقبله، الوعي: المصدر بمعنى الحفظ والتدبر». (واتخذَه أهل العصر بمعنى الفهم الانتباه لحفظ النفس والأمة والشباب الواعي هو الذي يعرف ما يجب عليه لأُمته وبلاده)³؛ لا يقتصر هذا التعريف على الإدراك العميق والفهم الواعي للأشياء من حولنا ليس مجرد ترسيخ للمعلومات والخبرات ومعرفتها سطحيًا وإنما هو استيعاب.

وعند المصباح المنير: «وعيت الحديث وعيا من باب وعد حفظته وتدبرته، وأوعيت المتاع بالألف في الوعاء، والوعاء ما يوعى فيه الشيء، أي يجمع وجمعه أوعية، وأوعيته استَوْعَيْتُهُ، لغة في الاستيعاب وهو أخذ الشيء كله»⁴؛ فالوعي إدراك الإنسان لما يحيط به في العالم الخارجي وما في داخله كما يشمل التركيز والانتباه في تفاصيل الحياة اليومية بعمق.

جاء في القرآن الكريم قوله تعالى: «وَتَعِيَهَا أَذُنٌ وَعِيَةٌ» (الحاقة، الآية 12)؛ أي تدركها أذن مدركة تحفظ المعنى.

¹. ابن منظور، لسان العرب، ص 4877.

². مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط، ص 145.

³. أحمد رضا، متن اللغة، ص 784.

⁴. المقرئ الفيومي، المصباح المنير، ص 256.

ب. تعريف التوعية اصطلاحاً:

يعرفها محمد بن علي الشريف بأنها: «نشر المعرفة الصحيحة حول موضوع معين ليتسنى لمتلقي التوعية القيام بالأعمال بطرق صحيحة»¹؛ يدعم هذا التعريف فكرة أن التوعية تقدم معلومات واقعية وموثوقة وليس مجرد آراء، مركزاً على مجالات عديدة مثل الصحة، البيئة. أو السلامة من أجل تغيير سلوك وتوجيه نحو الأفضل، مثلاً لا يمكن إخبار الناس بالإقلاع عن التدخين بل يتم تقديم معلومات عن مخاطره.

كما يعرفها فاروق عمر فوزي: «التوعية توجيه منظم واعي ومقصود بمجموعة من الأفراد في مؤسسة ما»²؛ من هذا القول يتضح أن التوعية تتم وفق خطة مدروسة محددة ليست مجرد نقل المعلومات بطريقة عشوائية وتكون عن دراية تهدف إلى تحقيق هدف معين باستهداف أفراد أو فئة معينة وتطبيق داخل بيئة مناسبة.

وتعريف محمد مختار عمر هو الآخر ملم وشامل للتوعية إذ يقول: «التوعية هي العملية التي تشير إلى اكتساب الفرد فهماً حول أمر ما أو أمور بعينها، وتبصيره بالجوانب المختلفة المحيطة بها»³؛ ويمكن القول من ذلك إن التوعية هي بمثابة إرشاد للغير، وإفهامهم في مختلف المجالات التي تواجههم في حياتهم وحتى التي يستفسر عنها الفرد، وذلك من أجل أن يفهمها ويستوعبها بشكل صحيح، ولا تركز على موضوع واحد بل على موضوعات متعددة ومتنوعة.

4. خصائص لغة الإشهار:

«يعد الخطاب الإشهاري صناعة إعلامية وثقافية فهو يحظى باهتمام كبير في مختلف المجتمعات وخصوصاً المتطورة منها، لما يتميز به من قدرة عالية على بلورة الرأي وتشكيل الوعي في التأثير على الثقافة في أبعادها الأخلاقية والدينية والفلسفية، والخطاب السيميائي أو

¹ محمد بن علي الشريف، واقع جهود التوعية في الحج دراسة ميدانية، جامعة أم القرى، د. ط، السعودية، 2005، ص 08.

² فاروق عمر فوزي، دور التاريخ في التوعية القومية، ط1، هيئة كتابة التاريخ، سلسلة الموسوعة التاريخية، العراق 1977 ص6

³ محمد مختار، إسهامات العلماء والمستشرقين في الفكر الإسلامي، أمواج للنشر، ط1، عمان. الأردن، 2012، ص 128.

البصري، كما يكتسي طابعا ثقافيا يتمثل في مكوناته اللغوية والسيمائية والتداولية بالإضافة إلى بعده الاقتصادي والاجتماعي المرتبطة بالدعاية التجارية في جميع أشكالها، ويعتبر تصميم الإشهار وتحريره من الأعمال الفنية المهمة في تمرير الرسالة الإشهارية مهما كان نوعها ونمطها والنمط الذي ترد فيه لنجاحها وتأثيرها في المتلقي ومن أهم تلك العناصر نسج اللغة (الإشارة والرموز)، والصور (الشكل، الرسم)، والصوت (الموسيقى)، وكذا الألوان¹؛ إن خصائص اللغة الإشهارية هي التي أكسبت الإشهار طابع متميز حدد أبعاده أو كيفية تأثيره على المتلقي بطريقة فنية تجعله يكسب إقبال كبير من المتلقين من المجتمعات.

أ. النسق اللساني:

يتكون النسق اللساني في البنية اللغوية للإشهار من اللغة والصيغ والعناوين إذ تكمن وظيفته في إطلاع المتلقي على المعنى المراد بلوغه حتى لا ينزاح مضمون الرسالة الإشهارية، وإقناع المشاهد وإغرائه :

✓ اللغة في الإشهار:

تتميز لغة الإشهار باللغة البسيطة الموجزة، وكذا المكثفة، الدلالة تبني على فكرة محددة الأهداف واللغة الإشهارية مزيج بين الفصحى والعامية واللغة الأجنبية حسب المتلقي الموجهة إليه ويمكننا الإشهار من معرفة بنى الوعي الاجتماعي إلى جانب شرح العناصر المكونة له وتحليل الروابط المتبادلة ودراسة قوانين تطوره فهو يحمل الرؤى الثقافية للمجتمع، إذ يعد إنتاجا لغويا اجتماعيا يبرز العلاقات الاجتماعية المتنوعة وتعتبر جل العلامات التي يتميز بها الإشهار مرآة عاكسة لما يحدث في المجتمع².

✓ الصيغ:

تقتضي القراءة والتحليل في الإشهار على المعارف المتنوعة واللغة الواصفة القادرة على أداء المعاني وقد تدرك من خلال الصور البلاغية القائمة على البلاغة بين البلاغة والإبدال

¹ . كلثوم مدقن، مجلة الأثر، 149.

² . المرجع السابق، ص 149.

والحذف والمثابة وهذا من خلال الصيغ المتعددة لبناء الإشهار لغويا، ويبرز مصمم الإشهار من حيث اللغة الصيغ المثيرة ونذكر منها:

- الصيغ الإشهارية، وترتبط بالسلع الموجودة لكنها قريبة النفاذ.
- الصيغ الوصفية التي يلجأ المحرر فيها إلى إبراز السلعة من خلال استخدامه لأسلوب الوصف الدقيق، مما يساعده على إظهار ميزات ومحاسنها.
- الصيغة التمويلية: وهي الصيغة التي يلجأ إليها المحرر إذا كان يشعر أن استعماله للصيغ الأخرى يكون فاشلا، حينها يعتمد على خلق قصة أو رواية لتبقى ماثلة في ذهن المتلقي.
- الصيغة الإشتالية والإغرائية، وفيها يلجأ المحرر إلى إثارة مصالح حيوية بإقناع المتلقي مباشرة أن السلع المعلن عنها لها اتصال مباشر بشخصيته، ومتطلباتها.
- الصيغ المركبة: وهي الصيغة التي تعتمد على جذب المتلقي من زحمة الإشهارات، إذ يحاول المحرر تقديم قراءة كاملة للمعلومات الخاصة بالخدمة من الحجج، والبراهين، والأهداف.

✓ العناوين:

ومن أشكال اللغة الإشهارية نسل العناوين، ومن وظائفها في الرسالة الإشهارية إحداث تأثير سريع و مباشر، وكفاءة العنوان وفاعليته تتوقف على درجة التناسق بينه وبين عناصر الإشهار الأخرى، ويساعد العنوان على اهتمام المرسل إليه بأهم الأفكار الواردة في الرسالة الإشهارية، وفي هذا العمل تتبع الرسالة وفقا للتصميم الذي يختاره لها محررها وهي الحصول على الانتباه وإثارة الاهتمام وخلق الرغبة في الحصول على السلعة وأخيرا تقرير الشراء¹.

¹. كلثوم مدقن، مجلة الأثر، ص 150.

ب. النسق الأيقوني:

تتجسد العناصر البصرية المكونة للإشهار في الصورة والصوت واللون، حيث يتم توظيفها وفق نظام خاص بها يختلف عن النظام اللفظي. وتعمل هذه العناصر على تنظيم المحتوى البصري، بما في ذلك الإطار واللون والشكل.

✓ الصورة والرسم :

الصورة والرسم يعبران عن الأفكار بسرعة وكفاءة، كما أنهما يساعدان على جذب جمهور معين للإشهار بالإضافة إلى كونهما يثيران اهتمام القارئ أو المشاهد، والصورة هي العتبة التي يقابلها المتلقي مباشرة قبل ولوجه على مضمونها ورمزها وهي أساس الفنون التي تدرك عن طريق الأيقونة البصرية، ورغم الحاجة الماسة للغة والصوت في التعبير إلا أن الصورة خلقت لغة جديدة استحوذت على الطاقة البصرية، والصورة بدورها في أداء المعنى غيرت حياة العالم فأزالت القيود واخترقت الحدود وكشف الحقائق¹.

✓ الألوان:

تشكل الألوان فنا من فنون التعبير بامتياز، فهي تحمل معاني جمّة وعميقة يعمل العقل البشري على تجسيدها وفق ألوان الطيف السبعة بتدرجاته، ويعطيها بعدا دلاليا قد يتجسد في معنى ملموس أو في شكل إدراكي عاطفي للتعبير، ويرى المنظرون المهتمون بالألوان أن العقل البشري يقصر الألوان باعتبارها مشتملة على سبعة طلال رئيسية وهي: الأحمر والأصفر والأخضر والأزرق والأبيض والأسود والبنفسجي².

✓ الصوت والموسيقى:

«يرى يويسونس أن الأنظمة التواصلية السمعية أكثر فاعلية في التواصل من الأنساق البصرية و يمثل لذلك بأن الرضيع يدرك في سن مبكرة جدا أن إيماءاته وحركاته لا تلفت نظر

¹. المرجع السابق، ص 150.

². المرجع نفسه، ص 151.

الأم إليه، خلافا للصراخ الذي يستقدمها حتى وإن كانت غائبة عن مجال بصره ويكمن مفعول الأغنية في الوصلة الإشهارية في كون اللحن يحمي الكلمات من كل حكم ومن الرقابة، فالغناء يضمّد الجسم الاجتماعي.

ومن أبرز وأقدم أنمط الإشهار الصوتي نذكر القوال وهو من الأشكال البدائية التي مازالت متواجدة في عصرنا، وهذا النوع يتخذ الأسواق الأسبوعية مقرا له حول السلعة التي يبيعها بصورة المجاهرة¹؛ يعتبر النسق الأيقوني واللساني من العناصر الأساسية في تحليل الإشهار خاصة الملصقات الطبية الموجهة لأطفال.

إذ يتكامل هذان النسقان لنقل الرسائل بفاعلية وتحقيق الأهداف التوعوية والإقناعية، لذلك يلعب النسقان الأيقوني واللساني دورا تكامليا، حيث تعزز الصور فهم النصوص وتساعد النصوص في توضيح المعاني التي قد تكون غامضة، هذا التفاعل يضمن وصول الرسالة الصحية بوضوح وسرعة، مما يعزز وعي الأمهات بأهمية الإجراءات الوقائية والعلاجية لأطفال

ثانيا: الملصقات الطبية:

الملصق وسيلة بصرية هامة في التوعية الصحية يجمع بين الصورة والكلمات المعبرة لنقل المعلومات بطريقة واضحة، ومن أجل أهميته في إرسال النصائح الطبية والصحية أصبح أداة نشر للوعي الصحي في مختلف الفئات العمرية خاصة لدى الأطفال الذين يحتاجون إلى محتوى مبسط يتناسب مع سنهم، لذلك ومن أجل التوسع والتعرف على خصائص الملصق تطرقنا إلى: مفهوم الملصق، وأنواعه وكذا إلى الملصق الإرشادي بكونه أداة تأثيرية بطريقة إيجابية.

1. تعريف الملصق:

أخذ الملصق عدة تعريفات لغوية حددت أصله وجذره وكذا تعريفات اصطلاحية أوضحت حده، فنجد أن العلماء أسهبوا في التحدث عنه وذلك لأهميته.

¹. المرجع نفسه، ص 152.

أ. تعريف الملتصق لغة:

جاء في لسان العرب "الملتصق" بمعنى: «الملتصق؛ الدعي، وفي حديث حاطب إنني كنت أمراً ملتصقاً في قريش، الملتصق: الرجل المقيم في الحي وليس منهم بنسب»¹؛ أي أن وصف الملتصق بالدعي لأنه ينسب ويلحق بشيء آخر ليس منه أصلاً فهذا يتماشى مع طبيعة الملتصق الذي يلصق بالجدران لنقل المعلومات أو الإعلانات.

أما في المنجد، فجاءت كلمة الملتصق من الجذر لَصِقَ والتصق ولصق بمعنى لَزَقَ والتزق والملتصق: م مُلَصَّقة (مفع): الدَّعي*²؛ فنجد أن لصق ولزق بينهما تقارب صوتي وهما كلمتان مترادفتان في بعض اللهجات العربية فتحملان نفس المعنى وهو التصاق الشيء وعدم انفصاله بسهولة أما الفرق فهو صوتي في النطق.

وورد في المعجم الوسيط اللُّصِقُ: «يقال هو لصقي ويلصق بجنبي، وهو يلصق الحائط، اللاصوق، اللُّصِقُ: الدُّعي وهو لصيقي بجنبي وجار لصق: ملاصق، الملتصق الدُّعي»³.

يقول عنه أحمد رضا: «الملتصق الدُّعي، الملتصقة: المرأة الضيقة المتلاحمة»⁴، فالملتصقات الإعلانية هي أيضاً تلصق بإحكام على شيء ما بحيث تصبح جزء منه أو تبدو كذلك، فنجد تشبيه أحمد رضا في مكانه بحيث أن المرأة المتلاحمة التي يشتد تلاحم لحمها وبين التلاصق الشديد بين الملتصق والحائط أو أي شيء يعلن عليه تشابه.

ب. تعريف الملتصق اصطلاحاً:

وردت تعريفات اصطلاحية كثيرة للملتصق توفي الكلمة حق معناها منها:

¹. ابن منظور، لسان العرب، ص 4032.

². لويس معلوف، المنجد في اللغة والإعلام، ص 721.

*. يقول ابن منظور في لسان العرب: يقال: دُعِيَ بَيْنَ الدَّعْوَةِ والدَّعَاوَةِ، وقال ابن شميل: الدَّعْوَةُ في الطعام والدَّعْوَةُ في النسب.

³. مجمع اللغة العربي بالقاهرة، معجم الوسيط، ص 725.

⁴. أحمد رضا، معجم متن اللغة، م5، دار مكتبة الحياة، د. ط، بيروت، 1960، ص 187.

عرفه احمد رجاء عبد السلام بأنه: «مطبوع يصمم من اجل أن يفهمه الناس من نظرة سريعة يجمع مؤثرات بصرية مركزة مختصرة ولكنها ذات تأثير مباشر ومقدرة على اجتذاب الانتباه ولكي يكون ذلك ينبغي أن يحتفظ الملصق بالوضوح والتميز والتعبير عن الفكرة بتكوين مبسط ومكثف في كل جزء منه»¹؛ فهذا التعريف يوصلنا إلى أن الملصق مصمم لكي يفهمه الناس بمجرد إلقاء نظرة سريعة عليه دون القراءة التحليلية، باعتماده على ألوان جذابة مع نصوص بصرية قوية المعنى مما يجذب الناس إليه إذ يبرز الفكرة بسهولة دون تعقيد.

كما عرفه مجمع اللغة العربية بقوله: «الملصق: poster هو وسيلة خاصة للتعبير عن فكرة أو موضوع معين بالصور والرسوم والكلمات»²؛ ومن خلال هذا فإن الملصق يعتمد على ثلاث وسائل هي: الصورة وهي التي تجذب الانتباه خاصة لدى الأطفال فهم يتفاعلون أكثر مع المحتوى البصري، والرسم الذي هو وسيلة تعبيرية تعزز الفهم، والكلمات التي تستخدم لنقل الرسالة مباشرة.

أما فيروز محمد فيقول عنه بأنه: «صورة بكتابات في تصميم بسيط يحدث واقعا أو تأثيرا متكاملا وقوة، وهكذا يكون الملصق سهل الرؤية مفهوما بوضوح وقابلا للاسترجاع»³؛ فالملصق الفعال هو الذي يحقق التميز من خلال التوازن بين العناصر البصرية التوعوية، مما يجعله أداة قوية، وفكرته تبقى في الذهن لفترة طويلة، ويترك انطباعا توعويا لدى المشاهد.

2. الملصقات وأنواعها وأهميتها:

اكتسبت الملصقات أهمية كبيرة في دورها التثقيفي والتوعوي، حيث تساعد في نشر الوعي وتشجيع السلوكيات السليمة، إذ تستخدم في بيئات مختلفة مثل المستشفيات، المدارس،

¹. أحمد رجاء عبد السلام حافظ، اثر تقنيات الحاسب الآلي وتوظيفها في تصميم الملصق المعاصر، مجلة الفنون والعلوم الانسانية، جامعة ألمانيا. ألمانيا، جمهورية مصر العربية، العدد 07، يونيو 2021، ص 02.

². مجمع اللغة العربية معجم المصطلحات الإعلامية، مكتبة الشروق الدولية، د. ط، القاهرة، 2008، ص 71.

³. فيروز محمد الميرغني أبو خليل، تصميم ملصق جمالي إرشادي عن فيروس كورونا من خلال أنفوغرافيك، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة م 10، العدد 34، ابريل، 2022، ص 333.

العيادات، وكذا المطاعم ومرافق أخرى لتوفير معلومات واضحة حول مواضيع عامة، لهذا سنتكلم في هذا الجزء عن أنواع الملصقات وأهميتها، وكذا عن الملصق الإرشادي وأنواعه:

أ. أنواع الملصقات (من حيث المضمون، الحجم):

تنوعت الملصقات؛ فظهرت بأشكال ومضامين مختلفة بحسب الهدف المراد تحقيقه والفئة المستهدفة ويمكن تقسيم أنواعها إلى محورين:

المحور الأول: أنواع الملصقات من حيث المضمون:

تكونت أنواع الملصق من حيث مضمونه من ما يأتي:

✕ «الملصق الإعلاني الثقافي.

✕ الملصق الإعلاني التجاري.

✕ الملصق الإعلاني الخدمي.

✕ الملصق الإعلاني السياحي.

✕ الملصق الإعلاني الإرشادي.

✕ الملصقات التربوية والتعليمية.

✕ الملصقات السياسية¹.

وبذلك فإن كل هذه الملصقات تهدف إلى ترويج محتوياتها، فمثلا الملصقات التربوية للمنتجات التعليمية، والتي تنقل المعلومات بطريقة مبسطة، والملصق الإرشادي يهدف إلى نشر الوعي حول قضايا الصحة وكذا البيئة، والملصقات السياسية تروج للأفكار الانتخابية... الخ، وكل نوع له تصميم خاص به لتحقيق التأثير المطلوب.

المحور الثاني: أنواع الملصقات من حيث أحجامها:

تتعدد الملصقات إلى ثلاثة أنواع من حيث حجمها وهي التي سنذكرها فيما يأتي:

¹. احمد رجاء عبد السلام، اثر تقنيات الحاسب الآلي وتوظيفها في تصميم الملصق المعاصر، ص 6.

• ملصق صغير الحجم/داخلي (stekr):

«يتراوح حجمها ما بين (10سم و 13سم)، أو (21سم×29سم)، أو (29,7سم×42سم)، وغير ذلك من مقاسات على حسب الغرض المعلن عنه، يمتاز هذا النوع من الملصق بصغر الحجم، فمن خلال هذه الصفة يمكن لصقه، أو توزيعه في أماكن مختلفة وشتى دون جهد، فإنه يحقق انتشاراً أوسع وأثراً سريعاً على المتلقي، لصغر حجمه واعتماده على التفاصيل الدقيقة والتركيز فيه على العبارات الإعلانية المباشرة وبالتالي يمكن للجماهير الوقوف لفترة طويلة أمامه لتلقي الرسالة التي بداخله والتفاعل معها»¹؛ إذ يعكس هذا الرأي أهمية الملصق الصغير، الذي يتميز بقدرته على نقل الأفكار بسرعة ووضوح، ولصغر حجمه يجب أن يكون دقيقاً في التصميم، والتنسيق بين مكوناته لضمان وصول الرسالة بأقل مساحة.

• ملصقات كبيرة الحجم/إخراجي

«يتراوح حجمه ما بين (2متر×5متر) فما أكبر، تستخدم مثل هذه الملصقات هذه في حالات الترويج الجماهيري وهي واسعة الانتشار في جميع المجالات، إن كانت ثقافية، صحية تربية... الخ، وتظهر على وسائل النقل المختلفة، كالشاحنات، العملاقة، لكي توصل الرسالة الإعلانية، إلى أكبر عدد المشاهير»²؛ ويتضح من هذا القول أن هذا الملصق له مساحة أكبر للعناصر البصرية المراد تقديمها مما يسمح له بتقديم معلومات أكبر وجذب الانتباه من مسافات بعيدة يؤثر بطريقة قوية على الجماهير خاصة إذا وجد التنسيق بين عناصره فالتوازن بين الصورة والكتابة ضرورة لتجنب التشويش على المتلقي.

• الملصقات الجدارية:

«يمتاز هذا النوع من الملصقات بكبر الحجم، ويندرج تحت نوع الملصقات الخارجية ويتم تنفيذها بخامات مختلفة بشكل مباشر، أو لصقها على مساحات واسعة وكبيرة الحجم من الجدران ذات المواقع المميزة في ميادين عامة، أو على مباني مرتفعة، وذلك بهدف تحقيق

¹. المرجع السابق، ص 6.

². المرجع نفسه، ص 5. 6

ال جذب البصري للملصق من قبل المشاهد، وغالبا ما يكون هذا النوع من الملصقات عبارة عن نسخ متعددة، وقد انتشر هذا النوع من الملصقات في العديد من دول العالم بهدف الترويج للشركات الكبرى والسلع والمنتجات الاستهلاكية وغيرها الكثير أثناء أحداث هامة في وقت بعينه في دولة ما، ويستخدم هذا النوع من الملصقات بهدف الترويج الانتخابي في الأمور السياسية والتجارية والإعمار أو في دور السينما والمسارح الكبيرة¹؛ فالملصقات الجدارية هي وسيلة فعالة في نقل المعلومات إلى الجماهير في الأماكن العامة فحجمها الكبير يسمح لها أن تعرض تفاصيل جذابة، مما يجعلها أداة قوية للإشهار والإعلام.

ب. أهمية الملصقات:

«تبرز أهمية الملصق في التأثير النفسي على المتلقي بوصفه رسالة يسعى المصمم أو الرسام من خلاله إلى استمالة أهواء المتلقي والتعرف على رغباته الحسية وابتكارها، يمكن أن يثير رغباته الابتكارات الفنية في الملصق التي يحققها المصمم ناتجة عن تصورات، للاستجابة نحو موضوع ما بما يملكه من خبرة عملية على ترجمة أفكاره ورغباته في تحقيق انسجامها مع الواقع وتوافقها مع أهدافه في إثارة مرئية فاعلة من شأنها الرسوخ في ذاكرة المتلقي وتحفيز أحاسيسه في إدراك مضمون الرسالة»²؛ أما بالنسبة للإشهار فإن الملصق مهم لأنه يشرح الفكرة بسرعة وبطريقة واضحة ومرئية وجذابة ومباشرة دون الحاجة للكثير من الكلمات سواء كانت إعلان أو رسالة توعية أو تصميمًا فنيًا، وهذا ما يجعل الملصق أداة قوية للتواصل مع جميع الفئات العمرية، كونه أداة تحفيزية وتوجيهية له.

3. الثقافة الصحية:

تعد الثقافة الصحية من المفاهيم الأساسية في المجتمعات الحديثة، نظرا لدورها الحيوي في تحسين جودة الحياة وتعزيز الوعي الصحي لدى الأفراد، ومع التطور السريع في المجال الطبي والإعلامي، أصبح الوصول إلى المعلومات الصحية أكثر سهولة من خلال الوسائل

¹. المرجع السابق، ص 5 . 6

². المرجع نفسه، ص 3.

المختلفة، مثل الملصقات الطبية، الحملات التوعوية، ووسائل الإعلام الرقمية، ومع ذلك، فإن جودة هذه المعلومات وفهمها بشكل صحيح يعتمد على مستوى الثقافة الصحية لدى الأفراد، مما يجعلها عاملاً أساسياً في تحسين السلوكيات الصحية وتعزيز الوعي العام.

أ تعريف الثقافة:

الثقافة هي مجموعة من القيم والعادات، والمعتقدات، والمعارف، التي يكتسبها الإنسان داخل مجتمعه، إذ تعتبر مرآة لهوية الشعوب ووسيلة للتعبير عنهم عبر الزمن.

❖ تعريف الثقافة لغة :

«(ثَقَفَ): الشيء ثقفاً من ثقف باب تعب أخذته وثقفت الرجل في الحرب أدركته وثقفته ظفرت به وثقفت الحديث فهمته بسرعة والفاعل ثقيف وبه سمي حي من اليمن والنسبة إليه ثقفي بفتحتين وثقفته بالثقل أقمتم المعوج منه»¹.

(ثَقِفَ): ثَقَفًا: صار حاذقاً فطنا فهو ثَقِفُ الخُلِّ: اشتدت خصومته فصار حَرِّفاً لَدَاعاً. فهو تثقيف والعلم والصناعة حذقهما والرجل في الحرب: أدركه والشيء ظفر به وفي التنزيل العزيز: «واقتلوهم حيث ثقتموهم».

(الثَّقَافَةُ): العلوم والمعارف و الفنون التي يطلب الحذق فيها.

(الثَّقَافَةُ): الملاعبة بالسيف»².

«(ث ق ف): (ثَقَّفَ): الرجل من باب ظرف صار حاذقاً خفيفاً فهو (ثَقَّفَ) مثل ضَخَمَ فهو ضخم ومن (المُثَاقَفَةُ) وثَقَّفَ من باب طرب لغة فيه فهو (ثَقَّفَ) و(ثَقَّفَ) كَعَضُد.

و (الثَّقَافُ) ما تسوى به الرماح و(تثقيفها) تسويتها و(ثَقَّفَهُ) من باب فهم صادق. وخل (تثقيف) بالكسر والتشديد أي حامض جدا مثل بصل حريف»³؛ يعود أصل الثقافة إلى جذر

¹. محمد بن علي الفيومي، المصباح المنير، ص32

². معجم اللغة العربية، المعجم الوسيط، ص 98.

³. الرازي مختار، الصحاح، ص 36.

(ثقف) وتعددت حركاته بالكسر والفتح والضم، فأخذ مفهومه اللغوي الكثير من المعاني من الإدراك والفهم بسرعة وصار حاذق وفطن وما تسوى بها الرماح.

تعريف الثقافة اصطلاحاً:

«إن مفهوم الثقافة اصطلاحاً له الكثير من المعاني وإن أقدمها وأكثرها شمولاً هو تعريف إدوارد تايلور حيث عرف الثقافة بأنها ذلك المفهوم الكلي الذي يشمل المعرفة والعقائد والفن والقانون والأخلاق والعادات والقدرات التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضواً في المجتمع. كذلك من أشهر تعريفات الثقافة تعريف العالم الأنثربولوجيا البريطاني إدوارد بارنات تايلور يعتبر الثقافة: «ذلك الكل المركب من المعارف والعقائد والفن والأخلاق والقانون والأعراف وكل ما اكتسبه الإنسان بوصفه عضواً في مجتمع ما».

وأحدث هذه التعاريف الذي يعتبر الثقافة ذلك الجزء من البيئة الذي صنعه الإنسان ينطوي هذا التعريف على أن حياة الإنسان تدور في محيط طبيعي وآخر اجتماعي وأن الثقافة ليست خصائص بيولوجية وإنما تمثل صفات أكتسبها الإنسان البالغ من مجتمعه عن طريق التعلم المنظم والاستجابات الشرطية ويدخل في إطار ذلك المهارات الفنية المختلفة، والنظم الاجتماعية، والمعتقدات، وأنماط السلوك.

كما يقصد بالثقافة أيضاً مفهوم يعطي مجمل العادات والتقاليد الإنسانية المتراكمة أو المكتسبة ومجمل التصرفات التي يكتسبها الإنسان الاجتماعي وهي كل ما يفرزه المجتمع من أفكار وأخلاق وقيم ومعتقدات والثقافة أيضاً هي أنماط السلوك الإنساني لدى مجتمع من المجتمعات كما أنها تشمل على العقائد والأخلاقيات.

إن المفهوم العام للثقافة إنما يحمل في ذلك معنى التكيف adjustment كما تكشف الثقافة عن بعض الدلالات التي تشير إلى تدخل الإنسان في تعديل الطبيعة أو تحويلها بإضافة عناصر بشرية على الوجود الطبيعي وإدخال أشياء اجتماعية لم تكن موجودة في الطبيعة. فكل إضافة إنسانية على الوجود الفيزيقي أو العالم الطبيعي هي الثقافة.

والحقيقة أن الثقافة هي محصلة إنتاج الإنسانية والتي يمكن دراستها من ناحية أنها عبارة عن الهيكل الخاص بالأنظمة وأشكال السلوك التي لها صفة الاستمرارية والتغير دون أن يرتبط هذا بمجتمع محدد أو أفراد بعينهم.

ومن ناحية أخرى، يمكن النظر للثقافة على أنها الإنتاج النفسي الذي يتعلم وينتقل إلى الآخرين ليس عن طريق الوراثة، بل عن طريق التعلم الإنساني¹؛ تعددت مفاهيم الثقافة واختلفت وأهم مفهوم لها أنها مجموعة المعارف، والمعتقدات والقيم والعادات والتقاليد والأنظمة الاجتماعية التي يكتسبها الفرد كعضو في المجتمع. تشمل الثقافة الفنون واللغة والأدب والعلوم والدين والقوانين وأنماط الحياة وهي تنتقل عبر الأجيال من خلال التعلم والتفاعل الاجتماعي. والثقافة تلعب دورا رئيسيا في تشكيل الرسائل الإعلانية.

ب. تعريف الصحة:

عرف مصطلح الصحة عدة تعاريف لغوية واصطلاحية نذكر:

❖ تعريف الصحة لغة:

«(الصحة): في البدن حالة طبيعية تجرى أفعاله معها على المجرى الطبيعي، وقد استعيرت الصحة للمعاني فقل صحة الصلاة إذا أسقطت القضاء وصح العقد إذا ترتب عليه أثره وصح القول إذا طابق الواقع وصح الشيء يصح من باب ضرب فهو صحيح والجمع صحاح، مثل كريم وكرام الصحاح بالفتح لغة في الصحيح والصحيح الحق وهو خلاف الباطل وصحته بالتثنية فصح ورجل صحيح الجسد خلاف مريض وجمعه أصحاء مثل شحيح وأشحاء والصحيح وزان جعفر المكان المستوي»².

¹. مركز ابن خلدون للأبحاث و الدراسات، الملتقى الوطني الافتراضي الأول الثقافة الصحية والوعي المجتمعي يوم 31.30 ديسمبر، ط1، 1443 هـ. 2021 ميلادي، الأغواط. الجزائر، ص 43.

². محمد بن علي الفيومي، المصباح المنير، ص 127.

«(الصِّحَّة) في البدن: حالة طبيعية تجري أفعاله معها على المجرى الطبيعي وفي (الفقه) كون الفعل مسقطا للقضاء في العبادات أو سببا لترتيب ثمرته المطلوبة منه عليه شرعا في المعاملات، ويقابلها: البطلان»¹.

«ص ح ح: (الصحة) ضد السقم وقد (صح) يصح بالكسر، و(ستصح) مثل صح و(صححه) الله (تصححا)، فهو (صحيح) و(صاح) بالفتح وكذا(صحيح) الأديم و(صاحه)بمعنى أي غير مقطوع.

و(أصح) القوم فهم مصحون إذا كانت قد أصابت أموالهم عامة ثم ارتفعت وفي حديث «لا يُورِدَنَّ ذو عاهة على (مصحح)» ويقال السفر مصحة بفتحيتين» الصحة في اللغة تعني السلامة والخلو من العيوب والأمراض. كما تعني الكمال في الشيء، وعدم الفساد، يقال: صح الجسد أي خلس من المرض وأصبح سليما. كما تستخدم الكلمة للدلالة على الصدق والصواب، مثل صح الحديث أي ثبوته وصدقه.

❖ تعريف الصحة اصطلاحا:

«تعد الصحة أحد الجوانب الأساسية في حياة الأفراد والمجتمعات ولذلك حاولت الإنسانية منذ القدم البحث في أسباب الأمراض وكيفية علاجها ولا تزال إلى اليوم تسعى إلى ذلك معتمدة على التطور التكنولوجي والعلمي سعيا إلى تحقيق أكبر قدر من الصحة. إن الصحة كمنقيضها المرض مفهومان مرتبطان بالثقافة الاجتماعية ولا يمكن عزلهما عن النسق الاجتماعي والثقافي الذي توجدان فيه فهما منتج لأسلوب الحياة الذي يعيشه الناس في بيئتهم وفقا لما توارثته الأجيال من مخزون ثقافي عن بعضهم البعض مما أدى إلى تشكيل نماذج تعبيرية مختلفة خاصة بالألم والمرض وإلى تقديم تفسيرات متعددة، لأسباب وطرق التفادي للمرض. وبذلك لم يعد المرض يحدد بيولوجيا فقط بل أضيف لفهمه الجانب الاجتماعي والنفسي.

¹. معجم اللغة العربية، المعجم الوسيط، ص 507.

المقصود بالصحة كذلك هو قدرة الفرد على مواجهة المشاكل الصحية التي يتعرض لها بحيث تتوفر طاقة إيجابية من الصحة من أجل الحصول على التكامل في الجوانب البدنية والعقلية والاجتماعية وهذا ما يوفر للفرد المحافظة على توازنه من خلال التوفيق بين الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها فبالنسبة إلى الجانب البدني فمن الضروري أن يتمتع الفرد بسلامة وظائفه الحيوية والحركية والمحافظة عليها في مستوى عالي حيث أن أهمية الجانب البدني تكمن في تمتع الشخص بصحة عالية تمكنه من القيام بكل نشاط وحيوية لكل متطلبات حياته¹؛ الصحة ليست مجرد غياب المرض بل تشمل أيضا التوازن النفسي والاستقرار الاجتماعي؛ أي تمتع الشخص بصحة جيدة عندما يكون في حالة رفاة متكاملة من جميع الجوانب.

ج. مفهوم الثقافة الصحية:

«التثقيف هو جزء من الرعاية الصحية الذي يعني بتغيير السلوك وعليه فالتثقيف مجموعة من الخبرات المنظمة والمصممة لتسهيل التبني الإرادي لسلوكيات المعززة لصحة الأفراد والجماعات والمجتمع»².

وعرفه زهير سباعي وهو أحد أشهر المتخصصين في هذا المجال بأنه: «العملية التي تستخدم فيها وسائل التعليم والاتصال لكي ننقل للناس (الأفراد والمجموعات) المعرفة حيال الوقاية من الأمراض وعلاجها، بحيث يمكنهم استخدام هذه المعرفة لتطوير صحتهم وصحة أسرهم ومجتمعاتهم.

كما تم تعريفه بأنه ذلك الجزء من الرعاية الصحية الذي يعني بتحسين السلوك الصحي وبأنه عملية تربوية يستخدم فيها مزيج من الخبرات التعليمية المخططة لتسير التبني الإدراكي للسلوكيات المعززة لصحة الأفراد والجماعات والمجتمع»³.

¹. مركز ابن خلدون للأبحاث والدراسات، الملتقى الوطني الافتراضي الأول الثقافة الصحية والوعي المجتمعي، ص 4. 5.

². قحاز جميلة، جلال نسيم، التثقيف الصحي وأثره على سلوكيات الصحة للأفراد، الملتقى الوطني حول الصحة العامة و السلوك الصحي في المجتمع الجزائري 2014، جامعة الطارف الجزائر، ص

³. باريان أحمد ريان، دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض دراسة ميدانية، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الملك سعود، الرياض، 1425 هجري، ص 38.

«تعتبر الثقافة الصحية عملية اجتماعية تهدف إلى تقديم النصح والتواصل الصحي مع أفراد المجتمع بعد استثارة الدوافع لديهم، أو إمدادهم بالمعرفة والمهارات اللازمة لتبني السلوكيات الصحية السوي، وبالتالي لرفع مستوى الصحة أو الوقاية من المرض، أو التقليل من مضاعفاته والإنسان باعتباره كائناً اجتماعياً يكتسب عاداته ولا يرثها، والصحة هي محصلة عوامل أهمها العادات الصحية، إضافة إلى العوامل الوراثية والبيئية التي يعيش بها الإنسان، لذلك فالتثقيف الصحي هو عملية توجيه المجتمع لحماية نفسه من الأوبئة والأمراض المعدية ومشاكل البيئة المحيطة به.

تعرف الثقافة الصحية على أنها عملية ترجمة الحقائق الصحية المعروفة إلى أنماط سلوكية صحية سليمة على مستوى الفرد والمجتمع، بهدف تغيير الاتجاهات والعادات السلوكية غير السوية، وكذلك مساعدة الفرد على اكتساب الخبرات وممارسته العادات الصحية الصحيحة.

فمفهوم التثقيف الصحي يدور بشكل أساسي حول تقديم النصح والتواصل الصحي مع أفراد المجتمع يهدف استشارة لديهم، أو إمدادهم بالمعرفة والمهارات اللازمة لتبني السلوكيات الصحية السوية وبالتالي لرفع مستوى الصحة أو الوقاية من المرض أو التقليل من مضاعفاته¹؛ تعرف الثقافة الصحية بأنها مجموعة المعارف، والمفاهيم والمعتقدات المتعلقة بالصحة التي يمتلكها الأفراد وتساعدتهم في اتخاذ قرارات صحية سليمة للحفاظ على صحتهم وتعزيزها. كما تشمل الثقافة الصحية عدة جوانب مثل:

- الوعي بأساليب الوقاية من الأمراض.
 - معرفة العادات الصحية السليمة في الغذاء والنظافة.
 - الفهم الصحيح في استخدام الأدوية.
- تلعب الثقافة الصحية دوراً حيوياً في تعزيز الوعي الصحي للمجتمع وتقليل انتشار الأمراض.

¹. مركز ابن خلدون للأبحاث و الدراسات، الملتقى الوطني الافتراضي الأول الثقافة الصحية والوعي المجتمعي، ص 4.

4. الملصق الإرشادي:

يستخدم الملصق الإرشادي في عدة مجالات، من بينها الصحة والسلامة والتعليم حيث يساهم في نشر المعلومات المهمة بفعالية مثل التوعية بالأمراض. أما في السياق الصحي، يلعب الملصق الإرشادي دوراً مهماً في توجيه الأفراد نحو العادات الصحية السليمة، خاصة عند الفئات الحساسة مثل الأطفال، حيث يساعدهم في فهم أهمية الوقاية من الأمراض.

أ. تعريف الإرشاد:

من المعروف أن الإرشاد يهدف إلى مساعدة الفرد على فهم نفسه، وحل مشاكله، في مختلف جوانب حياته، وبذلك فقد عرف بعدة تعريفات:

➤ تعريف الإرشاد لغة:

عرف الفيومي الإرشاد في معجمه المصباح المنير أنه: «رشد رباه فترشح (الرشد) الصلاح وهو خلاف الغي والظلال، وهو إصابة الصواب ورشد رشداً من باب تعب ورشد يرشد من باب قتل فهو راشد والاسم الرشاد ويتعدى بالهمز ورشده القاضي ترشيداً جعله رشيداً واسترشدته فأرشدني إلى الشيء، وعليه قال أبو زيد وهو لرشدة أي»¹.

وجاء في المعجم الوسيط: «رشد). رشدًا: اهتدى فهو راشد.

(رشد). رشدًا ورشادًا، رشد فهو رشيد ويقال: رشد أمره رشد فيه ووفق له.

(أرشد): هداه ودله يقال أرشده الله، وأرشدته إلى الأمر وله عليه.

(رشد): أرشده وهداه والقاضي الصبي: قضى برشده»².

¹. محمد بن علي الفيومي، المصباح المنير، ص 87.

². مجمع اللغة العربية، الوسيط، ص 346.

كما تعددت دلالات مصطلح الإرشاد عند الرازي فورد: ر ش د . (الرَّشَاد) ضد الغي تقول (رَشَدَ) يَرشُد مثل قعد يقعد (رُشدا) بضم الراء وفيه لغة أخرى من باب طرب.

و(أرشده) الله والطريق (الأَرشَد) مثلُ الأَقْصَد. وتقول هو (لِرِشْدَة) ضد قولهم لِرِشْيَة

قُلْتُ: هو بكسر الراء والزاء وفتحها أيضا¹؛ تعددت تعاريف الإرشاد واختلفت باختلاف حركاته من ضمة وكسرة وفتحة، غير أن المفهوم الأكثر انتشارا الدلالة على الهداية والتوجيه إلى الطريق الصحيح وذلك بتقديم النصائح.

➤ تعريف الإرشاد اصطلاحاً:

«ثمة عناصر عديدة مشتركة في كثير من تعريفات الإرشاد. أحد هذه العناصر فكرة أن الإرشاد يستهدف مساعدة الناس في اختياراتهم والتعامل معها والعنصر الثاني هو فكرة التعلم برغم وجود بعض الفروق الواضحة عما يسير التعلم و كيفية حدوثه، وثمة عنصر آخر هو نمو الشخصية مع وجود اتفاق نسبي عم أفضل طريقة لتيسير وتحسين نموها ومن التعريفات الجديدة نسبياً تعريف KRUMBOLT الذي يقرر أن الإرشاد يتألف من أية أنشطة أخلاقية يتخذها المرشد في محاولة لمساعدة العميل على الاندماج في تلك الأنماط السلوكية التي تؤدي إلى حل مشكلاته ويؤكد التعريف بوضوح على أن ما يحاول المرشد تحقيقه وهو تحقيق أهداف العميل وليس الطرق الإرشادية المستخدمة.

وتعرف الجمعية الأمريكية لتوجيه العاملين APGA التي وضعت قائمة بالمؤهلات المطلوبة للمرشد لتتفق المشرع بتأهيل المرشدين للممارسة الخاصة، وفي هذا الإطار عرفت الإرشاد كما يلي: تطبيق إجراءات الإرشاد والجوانب ذات الصلة من العلوم السلوكية للمساعدة في تعلم حل المشكلات واتخاذ القرارات التي ترتبط بالأعمال والمهن والنمو الشخصي والزواج والأسرة والاهتمامات الاجتماعية الأخرى.

والتعريف الآخر قدمه BURKSAND STEFFBRE والذي يبدو أكثر ملائمة لنا هو: يقصد بالإرشاد علاقة بين مرشد متدرب وعميل وهذه العلاقة عادة ما تكون شخصاً لشخص على

¹. الرازي مختار، الصحاح، ص 103.

الرغم من أنها أحيانا تتضمن أنها أحيانا تتضمن أكثر من شخصين وهي مصممة لمساعدة العملاء على أن يفهموا وجهات نظرهم ويضعوها في حيز حياتهم ليتعلموا تحقيق أهداف سبق تحديدها في ضوء اختيارات ذات معنى وعن طريق حل مشكلات ذات طبيعة وجدانية أو اجتماعية وهذا التعريف يشبه تعريفات أخرى كثيرة سبق الإشارة إليها تتضمن أن الإرشاد علاقة وأنه عملية، وأنه مهم لمساعدة الناس على حسن الاختيار بين البدائل وحل المشكلات»¹؛ فالإرشاد هو عملية تفاعلية تهدف إلى توجيه الأفراد ومساعدتهم على فهم مشكلاتهم واتخاذ القرارات المناسبة لحياتهم من خلال تقديم المعلومات والنصائح والتوجيهات التي تسهم في تحسين سلوكهم كما يعتمد الإرشاد على أسس علمية نفسية واجتماعية تهدف إلى تحقيق النمو الشخصي والتكيف مع البيئة.

ب. مفهوم الملصق الإرشادي:

«يعرف خليل صابات الملصق الإرشادي بأنه وسيلة من وسائل الإعلان الذي تقوم به الدولة الإعلان الحكومي يهدف إلى الاحتفاظ بالطاقة الاقتصادية أو البشرية وتنميتها لصالح الأمة. ويعرفه أبو الفتح أبو شادي بأنه إحدى وسائل الاتصال المرئي المطبوع حيث يهدف إلى نشر الحقائق أو الأفكار أو السلوك أو الإقناع بنظام أيولوجي سياسي أو اقتصادي أو ديني أو صحي و يؤثر على الجمهور بقصد تنوير الرأي العام بحيث يؤدي إلى تبديل السلوك السلبي إلى سلوك إيجابي ويساعد على ترشيد الاستهلاك وزيادة الإنتاج ونشر الثقافة»².

عرفت الخولي الملصق الإرشادي أنه: «إحدى عمليات الاتصال الجماهيري الحقيقي المبني على المعرفة التبادلية المشتركة بين طرفي عملية الاتصال، وتحتوي عملية الاتصال على أربعة عناصر رئيسية هي:

المرسل: وهو مصدر الرسالة أو مصمم الملصق بهدف التأثير على الآخرين.

¹. جابر عبد الحميد، الإرشاد النفسي النظرية والتطبيق، مكتبة الأنجلو المصرية، ط1 مصر، 2019، ص 19. 20.

². الخولي، ت. م. ع. (2023) توظيف برامج الإنفوجرافيك في تصميم الملصق الإرشادي الموجه لطفل المرحلة الابتدائية في ضوء تفصيله الجمالي، بحوث في التربية و الفنون، المجلد 24، ع2، ص155.

الرسالة: وهو موضوع عملية الاتصال وما يتضمنه الإعلان من أفكاره واتجاهات.
المستقبل: وهو المتلقي للرسالة من الجماهير.

وسيلة الاتصال: وهي الأشكال والرموز البصرية التي يتضمنها الإعلان وهي بمثابة القناة التي تتم من خلالها عملية الاتصال¹؛ الملتصق الإرشادي هو وسيلة بصرية هدفها تقديم إرشادات وتعليمات واضحة للجمهور حول موضوع معين مثل السلامة الصحة والقواعد العامة كما يتصف بالوضوح والدقة تضمن سهولة الفهم وسرعة الاستعاب.

ج. أنواع الملتصق الإرشادي:

يعد الملتصق الإرشادي من الوسائل البصرية الفعالة تهدف إلى توجيه الأفراد وتوعيتهم، لذلك تعددت أنواع الملتصقات الإرشادية وفقا للغرض الذي تخدمه فتصنف أنواعها من حيث الموضوع مثل الملتصق الإرشادي الديني وسلوكي وزراعي وصحي وملتصق إرشادي خاص بالبيئة، ومن حيث المتلقي مثل الملتصق الإرشادي الموجه للأطفال والموجه للشباب والموجه للكبار والموجه للأسرة، هذا ما جعله يتميز بخصائص مثل الوضوح والاختصار...

أولاً: من حيث موضوع الملتصق:

ينقسم الملتصق الإرشادي من حيث موضوع الملتصق إلى: ملتصق إرشادي ديني، سلوكي، زراعي، صحي، وملتصق إرشادي خاص بالبيئة.

❖ ملتصق إرشادي ديني:

يأتي الإرشاد الديني كأسلوب يقوم على أسس ومفاهيم ومبادئ وأساليب دينية وروحية وأخلاقية مقابل الإرشاد الديني الذي يقصد به الطرق التي تقوم على أسس ومفاهيم ومبادئ وأساليب وضعها البشر. وهناك فرق بين الإرشاد الديني والوعظ الديني فالوعظ الديني فيه تعليم وتوجيه غالبا من جانب واحد وهو مثل ما سمع في المساجد وفي البرامج الدينية وفي الإذاعة والتلفزيون مثلا ويهدف الوعظ الديني إلى تحصيل معلومات دينية منظمة أما الإرشاد الديني فهو يتم

¹. المرجع السابق، ص 159.

بتكوين حالة نفسية متكاملة نجد فيها السلوك متمثلاً ومتكاملاً مع المعتقدات الدينية مما يؤدي إلى توافق الشخصية والسعادة والصحة النفسية والحد من خطر الصراعات لدى الإنسان وهو الصراع بين قوى الخير والشر وبين الحلال والحرام.

❖ ملصق إرشادي سلوكي:

يعتمد الإرشاد السلوكي على أسس نظريات التعلم عامة والتعليم الشرطي خاصة ونظريات الثواب والعقاب ويهدف إلى تغيير وتعديل وضبط السلوك مباشرة بما في ذلك تعلم محو مظاهر السلوك الخطأ المطلوب التخلص منه وتتطلب الإجراءات التالية:

أ تحديد السلوك الخطأ المطلوب تعديله أو تغييره أو ضبطه.

ب تحديد الظروف والخبرات والمواقف التي يحدث في السلوك الخطأ.

ت تحديد العوامل المسؤولة على استمرار السلوك الخطأ.

ث اختبار الظروف التي يمكن تعديلها أو تغييرها أو ضبطها.

ج تنفيذ خطة التعديل أو التغيير أو الضبط علمياً.

❖ ملصق إرشادي زراعي:

والغرض من ذلك هو تشجيع المزارعين على استخدام أساليب الإنتاج الحديثة وتطبيقها على أراضيهم، هذا يؤدي إلى زيادة الإنتاج والدخل يتم تبسيط المعلومات وتقديمها بطريقة واضحة وسهلة حتى يتمكن المزارعون من جميع المستويات من فهمها والاستفادة منها بشكل كامل»¹.

❖ ملصق إرشادي صحي:

«وتشمل الاهتمام بالتربية الصحية القضاء على الأمية والعناية بالطب الوقائي وتوفير الرعاية الصحية وتقديم الخدمات الصحية المناسبة الابتعاد عن كل ما يبدد الصحة مثل الإفراط في السهر والتدخين والإدمان والأمراض الخطيرة.

¹. المرجع السابق، ص 160.

❖ ملصق إرشادي خاص بالبيئة:

يقوم الملصق الإرشادي بالمشاركة الفعالة للحد من مشكلة التلوث البيئي، من خلال التأثير في السلوكيات غير الصحية وتعديلها إلى سلوكيات واتجاهات حضارية وملائمة اتجاه التعامل مع البيئة مع مخاطبة الجماهير مع اختلاف نوعياتهم، سواء رجال الأعمال وأصحاب المهن أو العاملين في مجالات الصناعة أو التجارة أو الزراعة أو الشباب كل في مجال تخصصه»¹

ثانياً: من حيث المتلقي الملصق:

ينقسم الملصق الإرشادي من حيث متلقي الملصق إلى: ملصق إرشادي موجه للأطفال، موجه للشباب، موجه للكبار، وموجه أسرة.

❖ ملصق إرشادي موجه للأطفال:

«يتعلق الأمر بالاهتمام بالتنشئة الاجتماعية وتعليم السلوك الاجتماعي السليم وتصحيح السلوك الخاطئ، أو المضطرب، أو المعادي للمجتمع وفقاً للأعراف والقيم الاجتماعية كما يشمل خلق جو اجتماعي وإيجابي وتحسين العلاقات الاجتماعية والاهتمام بالنمو الأخلاقي والسلوك الديني.

❖ ملصق إرشادي موجه للشباب:

يمر الشباب بمرحلة المراهقة وهي مرحلة انتقالية بين الطفولة والبلوغ وينمو بشكل طبيعي تستحق خدمات الاستشارة التنموية والوقائية الاهتمام، حتى يتمكن من خلق بيئة مناسبة للشباب لينمو وهذا يشمل توفير مناخ صحي نفسياً لتنمية الشخصية الطبيعية، وتقديم مثال جيد ومساعدة المراهقين على فهم التغيرات النفسية التي تحدث أثناء النمو وقبول الذات. مع مراعاة الفروق الفردية والفروق بين الجنسين والفروق بين شباب الريف والحضر والفروق بين الأجيال ويجب الابتعاد عن أسلوب الأمر والوعظ والنصح المباشر.

¹. المرجع السابق، ص 160.

❖ ملصق إرشادي موجه للكبار:

هي عملية مساعدة كبار السن بالرعاية الاجتماعية والنفسية وحل المشكلات العامة المتعلقة بالشيخوخة، وكذلك المشكلات الخاصة التي يواجهها كبار السن كما يهدف إلى المساعدة في تحقيق أفضل مستوى من التوافق والصحة العقلية.

❖ ملصق إرشادي موجه للأسرة:

الأسرة هي أهم عوامل التنشئة الاجتماعية، وتختلف الأسرة من حيث الطبقة الاجتماعية ومن حيث المستوى الاجتماعي والاقتصادي وهي أقوى الجماعات تأثيراً في تكوين الفرد وتوجيه سلوكه ويهدف الإرشاد الأسري على تحقيق سعادة واستقرار واستمرار الأسرة وبالتالي سعادة المجتمع واستقراره¹.

يعتبر الملصق الإرشادي وسيلة بصرية وأداة فعالة في نيتها يجب أن تراعي طبيعة الموضوع والجمهور المستهدف.

¹. المرجع السابق، ص 160.

الفصل الثاني

علاقة لغة الإشهار بالتنمية اللغوية لدى الأطفال.

أولاً: التنمية اللغوية لدى الأطفال.

1. تعريف التنمية اللغوية.

2. طرائق التنمية اللغوية.

ثانياً: أثر الملصقات الطبية في تنمية المهارات اللغوية.

1. تحليل الملصقات الطبية الموجهة للأطفال.

2. دور الملصقات الطبية في التنمية اللغوية.

3. سلبيات الملصقات الطبية.

أولاً: التنمية اللغوية:

المجال الصحي أبعاد متعددة، فهي لا تقتصر على تحسين مهارة التحدث أو الفهم، بل تشمل تنمية المفاهيم المرتبطة بالمجال الطبي، وتيسير امتلاك معجم صحي أساسي يسمح بتلقي الرسائل التوعوية بشكل صحيح. من هذا المنظور تغدو اللغة أداة للمتمكين الصحي، إذ تساهم في رفع مستوى الوعي وتدعيم ثقافة الوقاية، وتقليل الفجوة المعرفية بين المؤسسات الصحية ومختلف الفئات في المجتمع.

1. تعريف التنمية:

عرف مصطلح التنمية عدة تعريفات لغوية واصطلاحية:

أ. تعريف التنمية لغة:

جاء في المصباح المنير: «(نمى) الشيء ينمى من باب رمى نماء بالفتح والمد كثر نمى وفي لغة ينمو نموا من باب قعد ويتعدى بالهمزة ونميته إلى أبيه نميا نسبه وانتفى إليه انتسب ونمى الصيد ينمى من باب رمى غاب عنك ومات، بحيث لا تراه ويتعدى بالالف فيقال أنميته، وتقدم قوله عليه السلام كل ما أصميت ودع ما أنميت أي لا تأكل ما مات بحيث لم تره لأنك لا تدري هل مات سهمك وكلبك أو بغير ذلك»¹.

أما في المعجم الوسيط: «(نمى) الشيء أو حديث التنمية: أنماه و. النار أشبع وقودها (انتفى) الطائر ونحوه: ارتفع من موضعه إلى موضع آخر و. إلى الجبل كذا صعد و. إلى كذا انتسب»².

¹ محمد بن علي الفيومي، المصباح المنير، ص239.

² معجم اللغة العربية، المعجم الوسيط، ص956.

وورد في الصحاح أن: «ن م ي . (نمى) المال وغيره ينمى بالكسر (نماء) بالفتح والمد. وربما جاء من باب سما. ونمى الرجل إلى أبيه نسبه بابهما رمى. و(انتمى) هو انتسب»¹.

«(نما) الشيء . نماء و نموا : زاد و كثر. و . الحديث: أسنده و نقله على وجه الإصلاح.

(نمى) الحديث نماء و نميا : شاع. و . فلانا إلى فلان: نسبه إليه.

(أنمى) الشيء : جعله ناميا»².

اشتقت كلمة التنمية من المصدر نمى نقول نمى الشيء أي زاده وعمقه ورفعته فهي تدل على الزيادة والنمو والارتقاء وعليه فالتنمية في اللغة تعني الزيادة والنمو والتوسع والتحسين في الشيء.

ب. تعريف التنمية اصطلاحاً:

«وقد شاعت كلمة (التنمية) بهذا المعنى الاصطلاحي الذي لا ينبت عن المعنى اللغوي تماماً ثم تنوعت أشكالها بحسب ما تضاف إليه كالتنمية الإدارية والتنمية الاقتصادية والتنمية البشرية حتى صارت من الكلمات المفتاحية لكثير من البحوث والدراسات وبما أن كل أشكال التنمية لا تتفصل عن اللغة لأنها وسيلة التعبير عنها فلا بد من زيادة ثروتها اللفظية وتجديد أساليب التعبير والأداء البياني فيها لأن اللغة ألفاظاً وأساليب هي الحامل اللساني لكل مناحي التنمية»³.

و يمكن إجمال أبرز التعريفات الأخرى فيما يلي:

. «الشكل المعقد من الإجراءات والعمليات المتتالية والمستمرة التي يقوم بها الإنسان للتحكم بقدر ما في مضمون واتجاه وسرعة التغير الثقافي والحضاري في مجتمع من المجتمعات بهدف إشباع حاجاته.

¹ ابي بكر الرازي، مختار الصحاح، ص 283.

² مجمع اللغة العربية بالقاهرة، المعجم الوجيز، نشر مجمع اللغة العربية، د. ط، القاهرة، 1998، ص 636.

³ ممدوح محمد خسارة، التنمية اللغوية طريق إلى المعاصرة، منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، ط. 1، 2017 ص 9 . 10.

. ظاهرة اجتماعية نشأت مع نشأة البشر المستقر فزاد الإنتاج وتطورت التجارة وظهرت الحضارات المختلفة على أرض المعمورة.

نشاط مخطط يهدف إلى إحداث تغيرات في الفرد والجماعة والتنظيم من حيث المعلومات والخبرات ومن ناحية الأداء وطرق العمل، ومن ناحية الاتجاهات والسلوك؛ مما يجعل الفرد والجماعة صالحين لشغل وظائفهم بكفاءة وإنتاجية عالية¹.

وانطلاقاً من تحديدنا لمفهوم التنمية ففي مقدورنا القول بأن: «مفهوم التنمية يرتبط بالعديد من حقول المعرفة. فمفهوم التنمية الثقافية يهدف إلى رفع مستوى الثقافة في المجتمع وترقية الإنسان، ومفهوم التنمية الاجتماعية يسعى إلى تطوير التفاعلات المجتمعية بين أطراف المجتمع سواء أكانوا أفراداً أم جماعات أم منظمات المجتمع المدني»².

فكما هو متعارف عليه التنمية هي عملية تحسين وتطوير مستدامة تهدف إلى رفع مستوى الحياة في المجتمع، من خلال تعزيز وتحسين الظروف الاجتماعية وتطوير البنية التحتية والتعليم والصحة كما تشمل التنمية عدة جوانب، مثل التنمية الاقتصادية التي على زيادة الإنتاج والدخل والتنمية الاجتماعية التي تسعى إلى تحسين جودة الحياة والتنمية البيئية التي تهدف إلى تحقيق التوازن بين التقدم وحماية البيئة.

2. تعريف اللغة:

اللغة من الملكات الإنسانية الهامة التي جعلت الباحثين يتعمقون في البحث فيها، فتنوعت تعريفاتها:

أ. تعريف اللغة لغة:

جاء في لسان العرب في مادة: لغا: اللَّغُوُّ وَاللَّغَا: السَّقَطُ وما لا يعتد به من كلام وغيره ولا يحصل منه على فائدة ولا نفع، واللُّغَةُ من الأسماء الناقصة، واصلها لُغُوَّةٌ من لغا إذ تكلَّم،

¹. محمد عمر حساني، (2019)، اللغة والتنمية: المعوقات والمحفزات، مجلة آفاق علمية، م 11، العدد 02، ص 542 . 543.

². المرجع نفسه. ص 543 . 544.

[...]، واللغة هي اللّسنُ وهي فعلة من لَعَوْتُ أي تكلمت، واصلها لُغَوٌ كَكُرَّةٍ وقلة...، وكلها لاماتها واوات، قيل أصلها لُغَيٌّ، أو لُغَوٌ، والهَاء عوضٌ¹، فجاء هذا بمعنى الكلام رغم اختلاف الجذر لكلمة اللغة وأصلها، كما قد يكون معناها الكلام الذي لا يأخذ بمعنى الجد.

أما في معجم الوجيز فقال: «لغا في القول، لَعَوًا: اخطأ، وقال باطلا، ويقال: لغا فلان لَعَوًا تكلم باللغو، ولغا بكذا، تكلم به، وعن الصواب وعن الطريق: مال عنه، والشئ بَطَلًا.

اللغو: ما لا يعقد به عن كلام وغيره ولا يحصل منه على فائدة ولا نفع، والكلام يبدر من اللسان ولا يراد معناه ومنه اللغو في اليمين وهو ما لا يعقد عليه القلب، مثل قول القائل لا والله، وبلى والله.

وفي القرآن الكريم: «لَا يُؤَاخِذُكُمُ اللَّهُ بِاللَّغْوِ فِي أَيْمَانِكُمْ» (سورة المائدة، الآية 89)²، فاللغة هي التكلم بكلام لا قيمة له، أو حتى كلام خاطئ، أولاً يؤخذ بيه فيكون مجرد لغو ولا يؤثر ولا يغير شيء، فمثلا طفل يلغو بكلمات غير مفهومة، كما أن اللغة هي الخروج عن كل ما هو صائب.

كما يضيف الجوهري تعريفا لغويا للغة هو الآخر: لغا، يلغو لغو: أي قال باطلا، يقال لغوت باليمين، ونباح الكلب أيضا لغو، واللغة أصلها لغى ولغو والهَاء عوض وجمعها لُغَيٌّ، مثل برة وبُريٍّ، ولغات أيضا، وقال بعضهم: سمعت لغاتهم بفتح التاء، شبهها بالتاء التي يوقف عليها بالهاء، والنسبة إليها لُغوي ولا تقل لُغوي³، فارتبط اللغو عنده بالكلام الصخب لا يحمل صحيحا، ويكون مجرد أحاديث لا تؤثر في الواقع، ولا يكون له هدف، ولا يشير إلى فائدة، ومنه يكون سخيفا.

ب. تعريف اللغة اصطلاحا:

¹ ابن منظور، لسان العرب، ص 4049.

² مجمع اللغة العربية بالقاهرة، الوجيز، ص 560.

³ الجوهري، تاج العروس وصاح العربية، دار الحديث، د. ط، القاهرة، 2009 ص 1039.

اللغة أحد أشكال السلوك الإنساني وبها يتواصل الفرد مع الأفراد الآخرين، كما أنها قيمة اجتماعية، ولقيمتها حظيت بدراسات كثيرة من قبل الباحثين العلماء لذلك فلها عدة تعريفات؛ فما هو لابن جني، الذي يعرفها بقوله: «أما حدها فإنها أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم»¹، فاللغة عنده هي مجموعة من الرموز والإشارات، تؤدي وظيفة التعبير عن الأفكار وكل ما يختلج داخل الفرد والجماعة، فكل مجتمع له لغته الخاصة تعكس ثقافته وحاجته، مثلاً لو غيرت مكانك فلن تفهم ما يقول الناس، بذلك ستدرك أن اللغة ليست مجرد كلمة بل أداة لفهم العالم والتفاهم معه.

أما ما هو لابن خلدون فيعرفها في مقدمته على أنها: «عبارة المتكلم عن مقصوده، وتلك العبارة فعل لساني، [ناشئة ن القصد لإفادة الكلام]، فلا بد أن تصير ملكة متقررة في العضو الفاعل لها وهو اللسان وهو في كل أمة بحسب اصطلاحاتها»²، ألم ابن خلدون بخاصيتي اللغة التي تتمثل في بعدها الاجتماعي، وبعدها القسدي الإرادي النابع من الإدراك، أو الوعي أو الذهن، بمعنى أن الكلام لم يأتي بطريقة عشوائية بل يكون له هدف، وهو توصيل معنى معين.

ويعرفها علي الخولي: «اللغة نظام اعتباطي لرموز صوتية تستخدم لتبادل الأفكار والمشاعر بين أعضاء جماعة لغوية متجانسة»³، فاللغة عبارة عن أصوات أو كلمات تستخدم من قبل أشخاص أو جماعة لغوية للتواصل والتعبير، وهذه الأصوات لا تحمل معنى معين في ذاتها، ولكن الكلمات متفق عليها من قبل هذه الجماعة لهذا وصفها بالاعتباطي.

3. تعريف التنمية اللغوية:

«عبارة التنمية اللغوية تعني شيئين:

¹ ابن جني، الخصائص، تح: محمد علي النجار، ج1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط.4، مصر، د.ت، ص 15.

² ابن خلدون، مقدمة، دار الشعب، د. ط، القاهرة، 1950، ص 514.

³ علي عبد الواحد الخولي، علم اللغة، دار الفلاح للنشر والتوزيع، د. ط، الأردن، 2010، ص12.

أ. زيادة الثروة اللفظية ومخزونات الكلمات والمفردات، وفق أصول العربية ظوابطها بحسب ما تمليه حاجات وضرورات التواصل بين أفراد الأمة العربية، ومجتمعاتها ووفق حاجات التواصل مع اللغات الحية الأخرى، عبر الترجمة إلى العربية ومنها.

ب. تطوير أساليب التعبير والتواصل في العربية، بالانفتاح على أساليب التعبير التي يبتكرها الشعراء، والأدباء والنقاد، والفنانون، والمختصون العلميون، والمترجمون والإعلاميون، وأمثالهم من المبدعين، والتي لا تخرج عن أصول العربية ولا تجمد عند رواسم شكلية ثابتة في التعبير، والكتابة لا تتعدها بتوهم أن أساليب القدماء وحدهم هي أساليب العربية فحسب، إن لغة أي أمة لا يصنعها اللغويون دون غيرهم وإنما يصنعها كل أبنائها، ومن حقهم وواجبهم الإسهام في تطويرها وتنميتها وطالما أغناها قديما الأطباء والحرفيون والفقهاء والفلاسفة.

ولكن ما نود تأكيده أن تطوير لغتنا وتنميتها وعصرنتها لا يكون بالخروج عن ثوابتها أبدا بل بالتجديد والتنويع في متحولاتها ذلك أن في كل لغة ما هو ثابت وما هو متحول: الثابت فيها هو أنظمتها الصوتية والنحوية والصرفية أما المتحول فهو نظامها الدلالي وأساليب التعبير الفني الجمالي فيها»¹.

التنمية اللغوية هي عملية تحسين وتطوير مهارات اللغة لدى الأفراد سواء كانت في النطق أو الفهم، أو الكتابة، أو القراءة، تتضمن التنمية اللغوية تعلم الكلمات والمفردات الجديدة، والتعرف على قواعد اللغة وتحسين القدرة على التعبير عن الأفكار والمشاعر بطرق دقيقة وواضحة، يمكن أن تكون هذه العملية فردية أو جماعية وتشمل مراحل متنوعة مثل: مرحلة الطفولة التعلم المدرسي وحتى مراحل متقدمة من التعليم والتأهيل المهنية. تعتبر التنمية اللغوية أساسية في تحسين التواصل الاجتماعي والتعليم والقدرة على التفكير النقدي. تشمل أيضا تنمية المفاهيم اللغوية المعقدة التي ترتبط بالثقافة، مما يعزز من قدرة الفرد على التواصل بفعالية في مختلف السياقات الحياتية.

¹. ممدوح محمد خسارة، التنمية اللغوية طريق إلى المعاصرة، ص 10 . 11.

4. طرائق التنمية اللغوية:

من أهم طرائق التنمية اللغوية التوليد اللغوية، والاقتراض اللغوي.

• الطريقة الأولى: التوليد اللغوي:

«مما توصف به العربية أنها لغة ولود فهي خصبة منجاب وقدرتها على ذلك قد لا تدانيها فيها لغات كثيرة وقد حد التوليد بأنه: «ابتكار كلمة جديدة غير موجودة لا في اللغة العربية القديمة ولا الحديثة ولكن الكلمة الجديدة متولدة من جذر عربي»، ونضيف أن من التوليد اللغوي إعطاء دلالة جديدة لكلمة قديمة في اللغة أي أن التوليد اللغوي يعني شيئين:

أ . وضع كلمة جديدة لم يسبق أن نطق بها العرب في عصر الاحتجاج ولكن في حدود ومقاييس العربية من مثل: المذيع، الحاسوب، المطبعة... الخ، وكل ذلك بطريقة الاشتقاق.

ب . إعطاء الكلمة العربية القديمة دلالة جديدة لم تكن لها، ولم يستعملها العرب بها. مثل: المنظار وهي في الأصل المرآة التي ينظر فيها إلى الوجه ثم صارت اسم آلة بصرية أو جراحية، ومثل: القطار وهو تتابع الإبل على نسق واحد ثم صار اسما لواسطة النقل المعروفة ونحو الدبابة، وهي في الأصل آلة تتخذ من جلود، وخشب يدخل فيها الرجال ويقربونها من الحصن لينقبوه وتقيهم ما يرمون به ثم صارت اسما للآلة المصفحة المدرعة... الخ، وكل ذلك بطريقة المجاز بأنواعه¹.

• الطريقة الثانية: الاقتراض اللغوي:

«التقارض بين اللغات ظاهرة عامة فيها جميعا، وهو أوضح آثار التقاء الحضارات واحتكاكها. وقد اقترضت العربية من غيرها من اللغات الأجنبية قديما، وحديثا ما احتاجت إليه مما لم تجد له مقابلا فيها، كما أقضت العربية غيرها من اللغات قدرا كبيرا من كلماتها صنفت فيه كتب ومعجمات كثيرة.

والمقترض من اللغات الأجنبية على نوعين:

¹ ممدوح محمد خسارة، التنمية اللغوية طريق إلى المعاصرة، ص 39. 40.

الأول: المعرب: «وهو كل كلمة أجنبية دخلت العربية قديما أو اليوم أو غدا على أن تكون خاضعة لمقاييس العربية وأبنيتها، وحروفها. ونسعى هذا النوع معربا لأن روح العربية سرت فيه فأصبح جزءا من البناء اللغوي العربي».

ومن معربات القدماء: فردوس، سندس، سجيل، مشكاة، وهي مفردات قرآنية ومنها ديوان، مهندس، فندق، مغناطيس.

ومن معربات المحدثين الشائعة: طقم، ميكانيك، إلكترونيك، بنك، فيزياء... وحكم هذه المعربات أن تدخل حرم اللغة وتصير جزءا من ثروتها اللفظية تسري عليها أحكام من الاشتقاق والتصريف كما الكلمات العربية الأصلية. ويسمى نقلها إلى العربية (التعريب) الذي حده الجوهري في الصحاح بقوله: «هو أن تتقوه العرب بالكلمات الأعجمية على منهاجها»، أي أن تنطق بالكلمة الأعجمية بما يوافق منهاج العرب في الكلام من التزام ثوابت صوتية، وقواعد صرفية سنفصل القول فيها.

الثاني: الدخيل: وهو كل كلمة دخلت العربية من دون أن تخضع لمقاييس العربية وأبنيتها وحروفها ونسميه دخيلا لأن روح العربية لم تسر فيه ولم يصبح جزءا من البناء اللغوي العربي مثل: أبستمولوجيا، مورفولوجية.

أما حكم الدخيلات من الكلم فهو أنها تستعمل في الكلام والتواصل، ولكنها تظل خارج حرم اللغة، إلى أن تجد اللغة العربية المقابلات العربية المكافئة لها توليدا أو تعريبا، مثال ذلك أن العرب استعملوا في بداية نقل العلوم في العصر العباسي كلمات دخيلة مثل: قاطيفوري، ماثيماتيقا، ريطوريقا. ولكنهم ولدوا لبعضها فيها بعد مقابلات عربية مكافئة فقالوا: مقولات، رياضيات، خطابة، وعربوا كلمة (موسيقا) فصارت من لغتهم وتصرفوا فيها فقالوا موسيقى وموسيقية...¹؛ تتبع التنمية اللغوية طريقتان، الأولى وهي التوليد اللغوي والتي تعتمد على الاشتقاق ومن أنواعه (الاشتقاق الصرفي والاشتقاق اللغوي) والمجاز، أما الطريقة الثانية فهي الاقتراض اللغوي.

¹ المرجع السابق، ص 85 . 86.

كما توجد طرق عديدة للتنمية اللغوية مثل:

- ✓ الاستماع والمحادثة من خلال: الحوارات اليومية، وقصص الأطفال، والبرامج المسموعة أو المرئية، الخ...
- ✓ القراءة والكتابة من خلال: قراءة القصص المصورة، الإعلانات، اللوحات... الخ وأيضا تشجيع الأطفال على التعبير الكتابي بما شاهده أو قرأه.
- ✓ التسمية والإشارة وذلك من خلال: تعليم الطفل أسماء الأشياء من خلال الإشارة إليها وربطها بكلمات وتستخدم هذه الطريقة في الإعلانات كثيرا مثل صورة دواء... الخ
- ✓ الألعاب اللغوية كالألغاز والكلمات المتقطعة وألعاب الحروف... الخ تلك التي تثير اهتمام الطفل وتنمي لغته بطريقة ممتعة.
- ✓ لغة الإشهار (الإعلانات) وتشمل استخدام الصور والكلمات معا مثل لغة الإشهار في الملصقات الطبية.

ثانيا: أثر الملصقات الطبية في تنمية المهارات اللغوية.

تلعب الملصقات الطبية دورا هاما كأحد الأدوات الإشهارية ذات الوظيفة التوعوية التثقيفية، إذ تجمع هذه الملصقات بين الجانب الأيقوني والجانب اللساني، لا تقتصر أدوارها على الإبلاغ والإرشاد، بل تتجاوز ذلك لتؤدي وظائف لغوية ومعرفية تساهم في بناء مهارات التواصل والفهم، ولذلك تتطلب اختيار مقصدا للألفاظ، وتوظيف مدروس للتركييب، والأساليب اللغوية ومن هنا يبرز أهمية دراسة أثر الملصقات الطبية في تنمية مهارات اللغة خاصة عندما توجه لفئة معينة كالأطفال، حيث تكون اللغة بسيطة، ومشوقة، ومقتصرة على الفهم والتفاعل، ويعد تحليل الملصقات الطبية الموجهة للأطفال مدخلا أساسيا لفهم الآلية اللغوية، والأيقونة المعنية في صب اهتمام هذه الفئة، مما يقوم بكشف دور الملصقات في التنمية اللغوية، والإبلاغ الصحي، في آن واحد.

1. تحليل الملصقات الطبية الموجهة للأطفال:

يكتسي تحليل الملصقات الطبية الموجهة للأطفال أهمية بالغة لفهم الأساليب المعتمدة في إيصال الرسائل الصحية إليهم، لا سيما ما يتعلق بالسلوكيات اليومية الأساسية كالنظافة الشخصية والوقاية من الأمراض المعدية. وتُعدّ الملصقات الخاصة بالتوعية بالنظافة والوقاية من الأمراض نموذجًا دالًا على هذا النوع من التواصل الصحي الموجه، إذ تستند في بنائها إلى لغة واضحة، وصور رمزية، وأحيانًا تعبيرات تحفيزية أو تحذيرية، وكلها تُسهم في ترسيخ سلوكيات صحية لدى الطفل منذ الصغر. إن دراسة هذه الملصقات وتحليل خطابها من الجانبين الأيقوني واللساني يكشف عن طريقتها في التأثير والتوجيه، ويفتح المجال لفهم مدى فاعليتها في تحقيق هدفها التوعوي.

أ. ملصقات خاصة بالتوعية بالنظافة والوقاية من الأمراض:

صورة رقم 01: ملصق من المديرية العامة للوقاية وترقية الصحة.



ملصق غسل اليدين: أخذنا ملصق غسل اليدين، وهو ملصق صادر عن منظمة الصحة العالمية ومنظمة اليونيسيف، يهدف إلى توعية الأطفال بأهمية غسل اليدين ودوره في الوقاية من الأمراض.

والذي سنقوم بتحليله على مستويين: المستوى اللساني، والمستوى الأيقوني.

➤ التحليل اللساني:

في هذا المستوى قمنا بتحليل الملصق من خلال لغة الإشهار، والأساليب اللغوية، واستخدام الأفعال، والتكرار، والتوكيد.

لغة الإشهار:

يستعمل الملصق جملة إشهارية بارزة ورئيسية [غسل اليدين أولاً، ودائماً.!]، وهذه الجملة تحفيزية ذات دلالة توعوية، وإرشادية، كما نجد اعتماده على جمل بسيطة جعله مناسب لفئة الأطفال، حيث جاء في دليل العاملين في الرعاية الصحية انه من شروط الرسالة التوعوية أن تكون الرسالة واضحة وبسيطة، وأن لا تحتوي على مصطلحات معقدة، كما يجب أن تكون ملائمة للمستوى المعرفي والتعليمي للجمهور. وأيضاً لإعداد ملصق فإنه يجب أن تكون الكلمات قليلة، وبسيطة لتيسير فهمها¹.

الأساليب اللغوية:

اتسم أسلوب هذا الملصق بالوضوح، فنجد استعمال الأسلوب الاستفهامي [متى يجب غسل اليدين؟]، من أجل إثارة التفكير داخل عقل الطفل والفضول لديه وجذب انتباهه.

استخدام الأفعال:

استخدم الأفعال بصيغة المضارع، مثل [يجب، تكون]، وذلك للدلالة على الديمومة، والاستمرارية، فالمضارع يدل على الحاضر والمستقبل ويتمشى مع الأزمنة الآتية.

¹ أميمه كامل السلاموني، التوعية الصحية دليل العاملين في مجال الرعاية الصحية، المركز العربي للتأليف وترجمة العلوم الصحية، ط01، aslms، الكويت، 2019، ص28/14.

التكرار والتوكيد:

أكدت الصورة على ضرورة غسل اليدين، وبرز من خلال العنوان ومثل ذلك في عدة مناسبات يتطلب فيها الغسل، مثل: عند الدخول إلى المنزل، بعد اللعب، أو لمس الحيوانات، عند الخروج من المرحاض، بعد السعال، أو مسح الأنف، عند الأكل.

➤ التحليل الأيقوني:

في هذا المستوى قمنا بتحليل الملصق من خلال الصورة التوضيحية والألوان والرموز.

الصورة التوضيحية:

هذه الصورة تسهل استيعاب الطفل وتسرع في فهمه لمضمون هذه الصورة وذلك لأنها تظهر رسومات تمثيلية في مختلف المواقف؛ [قبل الأكل، دخول المنزل، بعد اللعب، ...]. في الوهلة الأولى لرؤية الطفل للصورة تتولد عنده الرغبة، والفضول في اكتشاف محتواها، «هذا الطفل يحب التواصل البشري، يستمتع بمشاهدة الصور أكثر من حبه للكلمات المكتوبة، يدقق في تفاصيلها ويستطيع بخياله الجامح تأليف القصص من مجرد صورة معلقة على الحائط أو نقشه بالألوان على السجادة»¹.

الألوان:

يميل الأطفال إلى الألوان الهادئة الطفولية، فاللون الأزرق الذي في الخلفية يمنح طابع رسمي وهادئ.

كما استخدمت ألوان أخرى جذابة للأطفال، الأصفر، الأحمر، الأخضر، فالأخضر استعمل كلون للجراثيم.

¹ سارة النجار، الأطفال لا يفهمون كلمة لا دليل لا غنى عنه في مشوار التربية، دار النشر والتوزيع دُون القاهرة، ط06، 2021، ص 104.

الرموز:

دائمًا ما تعزز الرموز الفهم، إذ استخدمت هذه الصورة رموز تعبيرية، مثل: الجرائم والفقاعات المائية، وهذا ينتج عنه الفهم البصري لأهمية النظافة.

صورة رقم 02: ملصق اليوم العالمي لصحة الفم والأسنان.



ملصق اليوم العالمي للصحة الفم والأسنان: تناولنا ملصق لصحة الفم والأسنان وهذا الملصق هو إعلان توعوي صادر عن وزارة الصحة الجزائرية بالتعاون مع منظمة الصحة العالمية، بمناسبة اليوم العالمي لصحة الفم والأسنان، الذي تم تنظيمه يوم 20 مارس 2017.

➤ التحليل اللساني:

تطرقنا فيه إلى لغة الإشهار والأساليب اللغوية.

لغة الإشهار:

هذا الملصق استخدم لغتين العربية والفرنسية وذلك يعكس لغة الشعب الجزائري فهو يتواصل باللغتين وهذا ما جعل الملصق يحمل دلالة إقناعيه، وتأثيرية، وتوعوية، وإرشادية، كما استخدم حملة اشهارية بارزة: [اليوم العالمي لصحة الفم والأسنان]، والتي مقابلها بالفرنسي: [Journée mondiale de la santé bucco-dentaire]، تؤكد على أهمية نظافة الأسنان حيث خصص لها يوم عالمي يُحيى سنويا.

الأساليب اللغوية:

استعمل في هذا الملصق الأسلوب التوجيهي، التحفيزي، يحث المتلقي على الاهتمام بصحة الفم والأسنان للحفاظ على صحة عامة جيدة مثال: «فم صحي في كل الأعمار، صحة مدى الحياة إذ تحمل هذه العبارة بعدا تحفيزيا توعويا ينمي الوعي لدى الأطفال، «أفضل طريقة لتعليم الأطفال وتلقينهم التصرفات الصحيحة هو أن تعرض أمامهم التصرف المطلوب كنموذج للتقليد، من خلال العقاب الثواب»¹.

➤ التحليل الأيقوني:

والذي قمنا فيه بتحليل الصورة التوضيحية، واستعمال الألوان.

¹ محمد جميل خليل، الإعلام والطفل، دار المعترف للنشر والتوزيع، ط01، عمان، 2014، ص310.

الصورة التوضيحية:

اختيار صورة لطفلة مبتسمة تحمل فرشاة أسنان تهدف إلى تحفيز الأطفال على الاقتداء بها، وهو أسلوب شائع في الإعلانات الموجهة للأطفال.

كما يحتوي هذا الملصق على صور مدمجة تحتوي على مجموعة صور صغيرة، تشمل هرم غذائي يربط صحة الفم بالغذاء الصحي.

وأيضاً صورة لأطباء أسنان يعالجون المرضى لترسيخ أهمية فحص الأسنان دورياً في صورة أخرى توجد أسنان نظيفة وأخرى متضررة لإظهار الفرق بين الفم الصحي، والفم غير الصحي، مما يجعل الأطفال يعملون بالتعليمات، من أجل فم مثالي وصحي.

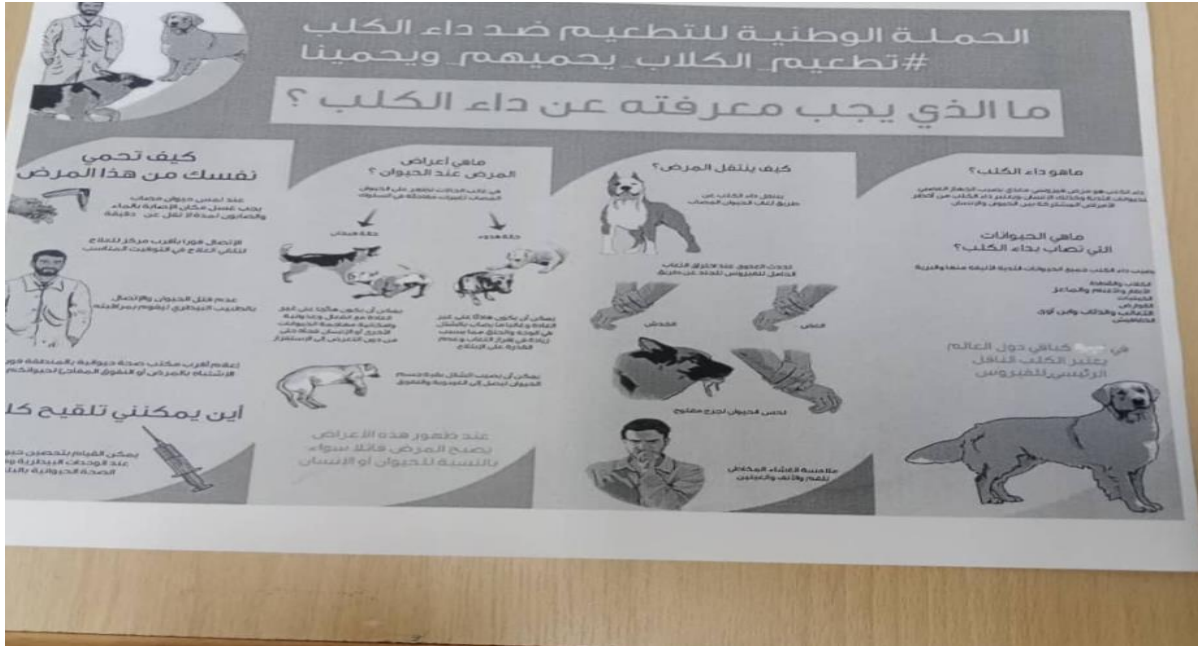
الألوان:

تم استخدام ألوان هادئة ومريحة مبنية على التناسق مثل: الأزرق، والبرتقالي، مما يرمز إلى النظافة والصحة، أما اللون الأخضر والبنفسجي، والأحمر، استخدم من أجل لفت الانتباه. مثلاً: «اللون البنفسجي من الألوان المفضلة لدى الأطفال بنسبة 75% مما يجعل اللون فعال في التشجيع في مختلف المنتجات المخصصة للأطفال».¹

¹ أثير باعشن، سيكولوجية الألوان/ <http://pitaculos.com> ، ص13.

ب. ملصقات خاصة بالتطعيم والوقاية من الأمراض:

صورة رقم 03: ملصق خاص بالحملة الوطنية للتطعيم ضد داء الكلب.



ملصق التطعيم ضد داء الكلب: درسنا ملصق داء الكلب وهو ملصق صادر عن الحملة الوطنية للتطعيم ضد داء الكلب، من اجل نشر الوعي بأهمية تطعيم الكلاب والوقاية من هذا الداء وذلك من أجل حماية الكلاب، وحماية البشر.

➤ التحليل اللساني

حللنا لغة الإشهار لهذا الملصق والأساليب اللغوية واستخدام الأفعال والبنية النصي.

لغة الإشهار:

«تعتمد اللغة الإشهارية على الشعارات والعبارات المختصرة التي تشبه الى حد ما الأمثال الشعبية في وظائفها وبنائها، فهي تختزن المعاني وتتميز بالوضوح والمباشرة و تخفي ورائها قصة ذات دلالات هادفة وهو ما يعطي الخطاب الاشهاري قدرة خارقة على التواصل مع إضفاء لمسة جمالية جاذبة»¹. استخدم هذا الملصق لغة اشهارية مباشرة، ومفردات بسيطة

¹ فتحي بجه، بلاغة الكلمة في الخطاب الاشهاري دراسة في النماذج التطبيقية، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، مجلة القارئ للدراسات الأدبية والنقدية واللغوية ، رت2020،4، ص 10.

وسهلة الفهم والاستيعاب مع مصطلحات طبية مثل: داء الكلب، التطعيم، العدوى، التلقيح، مما يسهم في توعية الجمهور حول هذا الداء.

الأساليب اللغوية

اعتمد هذا الملصق على الجمل التوجيهية والاستفهامية «كيف تنتقل العدوى؟»، «كيف تحمي نفسك؟»، «ما الذي يجب معرفته عن داء الكلب؟»، وذلك من أجل توضيح الإرشادات والتأكيد على أهمية الوقاية من هذا المرض، فهذه الأسئلة تساعد على إتباع تعليمات أو الإرشادات الطبية، كما يستخدم الاستفهام أيضا من أجل تحقيق الفهم والاستجابة.

استخدام الأفعال:

استعمل هذا الملصق الأفعال بصيغة المضارع وهذه الأفعال تستخدم لتقديم معلومات عامة ودائمة عن المرض مما يعطي إحساسا بالواقعية والاستمرارية حيث تعددت دلالة كل فعل من هذه الأفعال مثل:

ينتقل: تقتصر دلالاته في وصف آلية انتشار المرض.

يسبب: تقوم دلالاته على شرح تأثيرات المرض.

يصبح: استخدم للدلالة على توضيح النتائج المحتملة؛ بحيث أن الأفعال المضارعة تجعل المعلومات تبدو حقيقية ومستمرة مما يزيد من وعي القارئ بخطورة المرض، وضرورة الوقاية. غياب الأفعال الماضية يدل على أن الملصق يركز على الإرشاد المستقبلي وليس على سرد تاريخي.

البنية النصية:

تم تنظيم هذا الملصق على شكل فقرات قصيرة وعناوين فرعية وواضحة، أعطى النص بنية سهلة القراءة مما يسهل فهمه بسرعة. «فلتنظيم أفكارك وجعل منشورك أكثر سهولة للقارئ،

فكر في استخدام العناوين الفرعية، يتيح ذلك لجمهورك فحص المحتوى بسرعة والعثور على المعلومات التي تهمهم¹.

➤ التحليل الأيقوني:

تناولنا فيه الصورة التوضيحية والرموز.

الصورة التوضيحية:

الصورة في الملصق تتكون من عناصر بصرية متعددة بما في ذلك صورة كلاب وصور أشخاص وأطباء، بهذه الأخيرة يفرز الثقة والمصداقية وتشير إلى الجانب الصحي، والعلمي للموضوع، يخلق الجمع بين الأطباء والأشخاص العاديين توازنا بين التوجيه المهني والتوجيه الإنساني مما يجعل الرسالة أكثر تأثيرا وإقناعا.

1. إذ يمثل وجود صورة أشخاص في الملصق الفئة المستهدفة سواء كانوا مرضى محتملين، أولياء أمور، أو أطفال يعكسون الجانب الإنساني في التفاعل مع المرضى، مما يجعل الرسالة أكثر قربا من الجمهور، كما يخلق وجود أشخاص في الملصق نوعا من التفاعل العاطفي حيث يتخيل القارئ والرأي لهذا الملصق نفسا في الموقف ويشعر بأهمية إتباع النصائح المقدمة، وتستخدم صور الأشخاص في مواقف حياتية متنوعة للتأكيد على أهمية الوقاية من الأمراض من خلال إظهار تأثير مباشر لهذه الأمراض على حياة الأفراد، ويجعلون الرسالة أكثر واقعية وقابلة للتطبيق مما يعزز فهم القارئ لأهمية الوقاية من داء الكلب.

2. يشجع وجود صورة أطباء في الملصق القارئ على اتخاذ قرارات صحية سليمة، مثل: تلقي التطعيم واستشارة الطبيب في حال التعرض لعضة الكلب، أو عند ظهور أعراض معينة.

¹ طارق شعبان عبد الغني، أنواع النصوص الكتابية الشرح والتدريبات، نشر طارق شعبان عبد الغني، ط01، مصر، 2024، ص 109.

يمثل الأطباء السلطة العلمية والمصادقية وذلك لأنهم يظهرون في وضعية استشارة أو تقديم نصائح مما يشير إلى أهمية الرجوع إلى مختصين في حالة الانتباه بالمرض، ووجودهم يعكس جانب الوقاية والعلاج، مما يطمئن الجمهور بأن هناك حلول فعالة للمرض إذا تم اتخاذ التدابير المناسبة.

3. أما صورة الكلاب توضح مصدر الخطر «داء الكلب» وتساعد في جعل الرسالة واضحة للجمهور، « فأصبحت الأجيال الحالية تعتمد على الوسائل المعتمدة على الصور أكثر من أي وقت آخر كما أن الأطفال يكتسبون المعلومات البصرية في وقت أسرع بكثير من تعلمهم تفسير المعلومات النصية، فكلما تنوعت المثيرات البصرية التي يتعرض لها الطفل كلما تكونت صورا أكثر تكامل لهذا الشيء في ذهن الطفل»¹، فصورة الكلاب في الملصق تحمل دلالات مختلفة.

أولاً: دلالة تحذيرية وخطيرة: تظهر الكلاب في وضعيات مختلفة (هادئة، غاضبة، أو شرسة) مما يساعد في إيصال رسالة تحذيرية بصرية من المشاهد، حول ضرورة الحذر عند التعامل معها وتعزز الصورة الشعور بالخوف من المرض، مما يدفع القارئ إلى اتخاذ الاحتياطات اللازمة مثل تجنب الكلاب المشردة أو التطعيم.

ثانياً: دلالة توعوية تعليمية: وجود صور الكلاب يساعد لتحديد الفرق بين الكلاب السليمة والمصابة، مما يمكن الأطفال أو البالغين من التعرف على العلامات التي تدل على خطر العدوى، كما تعمل الصورة على توضيح كيفية انتقال المرض من الحيوان إلى الإنسان، مما يسهل فهم المعلومات خاصة من قبل الأطفال دون الحاجة إلى قراءة نصوص معقدة.

ثالثاً: دلالة تأثيرية على الجانب النفسي والسلوكي: يمكن أن تولد صورة الكلاب استجابة عاطفية قوية، خاصة عند الأطفال مما يجعله أكثر انتباهاً وتحفظاً عند التعامل مع الحيوانات.

¹ إيمان عبد الله شرف، فاعلية برنامج تعليمي إلكتروني في تنمية الثقافة البصرية و المفاهيم الاقتصادية لأطفال الروضة، المجلة العلمية لكلية رياض الأطفال، جامعة المنصورة، مصر، م03، العدد04، أبريل 2017، ص24 . 25.

في هذا الملصق الصورة مرتبة بجانب النصوص التوضيحية مما يسهل استيعاب الرسالة الصحية بسرعة.

الرموز:

«المقصود بالرسالة مضمون ما قاله و نقله المرسل من معلومات إلى المستقبل وهي النتائج الفعلية والمادي لمركز الإرسال الذي يضع فكرة في رموز لغوية أو غير ذلك»¹؛ فنجد أن الملصق يستخدم مجموعة من الرموز البصرية التي تساعد في إيصال الرسالة بطريقة واضحة ومباشرة خاصة للفئات التي قد تواجه صعوبة في قراءة النصوص من الأطفال وأولياء الأمور غير المتعلمين (الأميين).

■ في هذا الملصق رموز تدل على النظافة والوقاية مثل رمز الأيدي المغسولة بالماء والصابون الذي يشير إلى ضرورة غسل اليدين ملامسة الحيوانات لحماية الأشخاص من العدوى.

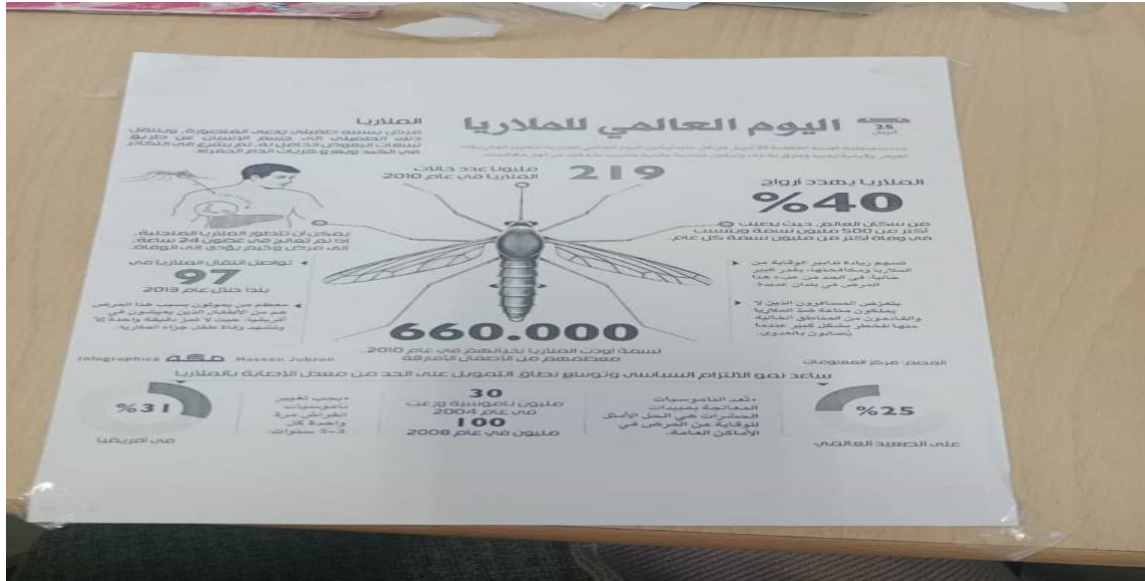
■ صورة الإبرة الطبية (التطعيم) تدل على أهمية التلقيح للوقاية من المرض هذه الرموز تحفز على السلوكيات الصحية وتوضح للمشاهد الخطوات اللازمة للوقاية من المرض.

■ ورموز تدل على المساعدة الطبية للعلاج مثل طبيب يرتدي سترة بيضاء يرمز إلى ضرورة استشارة الطبيب عند التعرض للعض أو الخدش من كلب مشبوه ويؤكد رمز الطبيب على أهمية الرعاية الطبية وتوجيه القارئ نحو الجهات المختصة.

رموز تدل على انتقال الداء والعدوى مثل: قطرات لعاب أو عضة كلب ترمز إلى طريقة انتشار المرض عبر اللعاب أو العض وأيضا كيفية انتقال الفيروس من الحيوان إلى البشر، هذا الرمز يبسط لنا المعلومات العلمية حول المرض مما يسهل فهمها واستيعابها.

¹ نورة محمد البشري، سيميولوجيا الرسالة الإشهارية ملصق التوعية الإلكتروني . مستشفى الملك عبد الله بن عبد العزيز الجامعي أنموذجا، مجلة كلية دار العلوم، العدد142، سبتمبر 2022، ص447.

صورة رقم 04: ملصق لليوم العالمي للملا ريا.



ملصق اليوم العالمي للملا ريا: صادر عن منظمة الصحة العالمية 25 أبريل هذا الملصق يتحدث عن اليوم العالمي للملا ريا ويحتوي على بيانات وإحصائيات حول انتشار وتأثير هذا المرض على مستوى العالم.

➤ التحليل اللساني:

سنقوم بتحليل الملصق من حيث لغة الإشهار، والاساليب اللغوية، واستخدام الأفعال، والبنية النحوية، والتركيبية:

لغة الإشهار: اللغة المستخدمة في هذا الملصق لغة إعلامية طبية تمتاز بالوضوح والاختصار مع الاعتماد على الإقناع والتفسير وتتنم لغة هذا الملصق بالدقة العلمية مثل استخدام مصطلحات طبية متخصصة مثل الملا ريا والطفيلي البعوض الناقل الإصابة معدل الوفاة مما يجعل المعلومات أكثر مصداقية وواقعية وأيضاً تتصف هذه اللغة بالوضوح والبساطة رغم وجود مصطلحات علمية إلا أن الشرح المبسط ويعتمد على الجمل القصيرة التي تسهل الفهم مثل [ملا ريا مرض يسببه طفيلي يدعى المتصورة] واستخدام هذا الملصق لغة مباشرة غير معقدة يتم من خلالها إيصال المعلومات دون اللجوء إلى تراكيب لغوية معقدة مما يسهل

استيعابها من قبل مختلف الفئات العمرية والتعليمية خاصة الأطفال. « فقلما يوجد إشهار دون لغة منظوقة أو مكتوبة ولذلك ثبات الدراسة اللسانية أساسي¹ »

الأساليب اللغوية: اعتمد في هذا الملصق على عدة أساليب لغوية مثل الأسلوب الإخباري والتقرير الذي يهيمن على النص حيث يتم تقديم معلومات علمية موثوق مدعمة بالإحصائيات مثل [660.000 نسمة أودت الملا ريا بحياتهم عام 2010 معظمهم من الأطفال الأفارقة]؛ هذا النوع من الأسلوب يعزز مصداقية الملصق ويجعله وسيلة موثوقة لنشر المعلومات الصحية كما استخدم عبارات ذات طابع تحذيري ضمن الأسلوب الإقناعي والتحذيري للفت انتباه القارئ مثل [يمكن أن تتطور الملا ريا المتجلية إذا لم تعالج في غضون 24 ساعة إلى مرض وخيم يؤدي إلى الوفاة]؛ هذه العبارة تحفز القارئ على إدراك خطورة المرض واتخاذ التدابير الوقائية. كما اعتمد هذا الملصق على أسلوب التأثير العاطفي إذ يتم استشارة المشاعر من خلال التركيز على الفئات الأكثر تأثراً بالمرض مثل الأطفال ومثال ذلك: [معظم من يموتون بسبب هذا المرض هم من الأطفال الذين يعيشون في إفريقيا حيث لا تمر دقيقة واحدة إلا ونشهد وفاة طفل جزاء الملا ريا]؛ هذا الأسلوب يجعل القارئ يتعاطف مع ضحايا المرض ويدرك أهمية مكافحته.

استخدام الأفعال: استخدمت الأفعال في هذا الملصق لنقل المعلومات وإيصال الرسائل بفعالية بحيث تؤدي وظائف مختلفة مثل الإخبار، التحذير، الإقناع، التوجيه.

1. الأفعال ذات الطابع الإخباري وهي ذات الزمن المضارع والماضي البسيط مثل: تسهم زيادة تدابير الوقاية من الملا ريا ومكافحتها بقدر كبير حالياً.
- ساعد نمو الالتزام السياسي وتوسع نطاق التمويل على الحد من معدل الإصابة بالملا ريا.
- [أودت الملا ريا بحياتهم]؛ هذه الأفعال لها عدة دلالات منها: تقرير الحقائق العلمية حول انتشار الملا ريا مما يعزز مصداقية الملصق.

¹ بلقاسم دفة، اللغة العربية والخطاب الإشهاري بين النظرية والتطبيق دراسة سيميائية، مجلة الموقف الأدبي، العدد 517، أيار 2014، ص 59.

. التأكيد على التأثير السابق للمرض مما يسلط الضوء على خطورة الملا ريا في السنوات الماضية.

2. الأفعال التحذيرية وتهديديه مثل: [ملا ريا يهدد الأرواح] وهذا يدل على إثارة القلق والخوف لدى القارئ من خلال استخدام أفعال تشير إلى الخطر مثل يهدد، وأيضاً تحفيز الجمهور على اتخاذ إجراءات وقائية حيث تجعل هذه الأفعال المخاطر واضحة وتحث القارئ على التصرف بسرعة.

3. أفعال تفسيرية وتوضيحية: مثل: [ينتقل ذلك الطفيلي إلى جسم الإنسان عن طريق لسعات البعوض الحامل له]؛ وتوضح هذه الأفعال آلية انتقال المرض وأعراضه بطريقة مبسطة كما توجه القارئ لفهم العلاقة بين الأسباب والنتائج مما يسهل استيعاب المعلومات الطبية.

4. الأفعال ذات الطابع الإقناعي والتأثيري: مثل [ساعد نمو الالتزام السياسي وتوسع نطاق التوصيل عن الحد من معدل الإصابة بالملا ريا]. حددت منظمة الصحة العالمية 25 أبريل من كل عام ليكون اليوم العالمي للملا ريا لتعزيز الوعي بهذا المرض؛ وهذا يدل على إبراز الجهود المبذولة عالمياً لمكافحة المرض مما يشجع القارئ على المشاركة في جهود الوقاية ويخلق صورة إيجابية حول إمكانية الحد من المرض مما يحفز الأمل ويشجع العمل الجماعي.

البنية النحوية والتركيبية: استعمل في هذا الملصق الجمل القصيرة والمباشرة مما يسهل الفهم وأيضاً قلة استخدام الروابط اللغوية المحددة مما يجعل القراءة سهلة وسلسة وتكررت كلمة الملا ريا في عدة مواقع مما يعزز ترسيخ المصطلح في ذهن القارئ والفهم. «فالجمل القصيرة أبلغ أثراً، فهي توصل المعلومة إلى القارئ بسرعة و يسر»¹.

¹ كريستينه أوتلن جيته هيرتر، تر: محمد أسكيف، هاني صالح، مكتبة العبيكان، ط01، الرياض، 2005، ص226.

➤ التحليل الأيقوني:

الصورة التوضيحية: يحتوي الملصق على عدة صور ورسومات توضيحية تهدف إلى إيصال المعلومات الصحيحة بطريقة واضحة بصرية وجذابة مثل صورة البعوضة الكبيرة في وسط الملصق فهو رسم توضيحي لبعوضة مكبرة تحتل المركز البصري للملصق ويدل هذا للنقل الأساسي لمرض الملا ريا مما يوضح مصدر المشكلة كما تجعل القارئ يدرك بسرعة العلاقة بين البعوض وانتقال المرض دون الحاجة إلى قراءة نصوص طويلة.

صورة جسم الإنسان مع مواضع الإصابة وهو رسم لجسم الإنسان يوضح كيفية دخول الطفيلي إلى جسم الإنسان بعد لدغة البعوضة ويشرح تأثير الملا ريا على الأعضاء الداخلية مثل الدم والكبد.

الرموز: ازداد استخدام الملصقات في توصيل الرسائل الصحية بشكل كبير «وبما أن الملصق يتكون من صور أو رموز أو كلمات فإنه ينقل الرسائل الصحية لكل الفئات المتعلمة والامية»¹. يحتوي الملصق على مجموعة من الرموز البصرية واللغوية التي تعزز فهم الرسالة الصحية وتساهم في إيصال المعلومات بوضوح وتأثير مثال ذلك:

1. الرموز الإحصائية: وهي أرقام كبيرة مثل: 660.000 وفاة بسبب الملا ريا في عام 2010.

. 219 مليون عدد حالات الملا ريا في 2010.

. 40% من سكان العالم حيث يصيب أكثر من 500 مليون نسمة وسببت في وفاة أكثر من مليون نسمة كل عام.

. تواصل انتقال الملا ريا في 97 بلد خلال عام 2013 تؤكد هذه الأرقام مدى انتشار المرض عالمياً مما يعطي المعلومات قوة إحصائية وتعزز المصادقية العلمية للملصق من خلال تقديم بيانات دقيقة.

¹ أمية كامل السلاموني، التوعية الصحية، ص28.

2. الأيقونات الدائرية: وتدل على نسب مئوية تبسط المعلومات الإحصائية وجعلها أكثر وضوحا وسهولة في الفهم وتعطي إحساسا بالتقدم أو التحذير مثل استخدام 31% انخفاض الإصابات في إفريقيا و 25% على الصعيد العالمي لإبراز الجهود الناجحة في مكافحة.

3. رمز الأسهم والخطوط المتصلة بين العناصر: وتستخدم لربط المعلومات بعضها مثل مسار انتقال الطفيلي داخل الجسم أو العلاقة بين البعوض والإصابة بالملا ريا كما تشير إلى التسلسل الزمني بين مختلف مراحل المرض.

ج. ملصقات خاصة بالأمراض المزمنة:

صورة رقم 05: ملصق لليوم العالمي لداء السكري.



ملصق اليوم العالمي لداء السكري: الملصق يخص الحملة التوعية الخاصة باليوم العالمي بداء السكري حيث تم إعداد من قبل المؤسسة العمومية الاستشفائية السعيد وعوامري تحديدا مصلحة طب الأطفال في الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

➤ التحليل اللساني:

لغة الإشهار: لغة الملصق عربية فصحي بسيطة مما يجعلها مناسبة لفئة الأطفال حيث يعتمد على جمل قصيرة سهلت الفهم مع تجنب التعقيد اللغوي والمصطلحات الطبية الصعبة. تتسم لغة هذا الملصق بالموضوع مباشرة مثل: [اليوم العالمي لداء السكري] واضح ومحدد دون أي تعقيد لغوي.

الأساليب اللغوية: استعمل هذا الملصق على أساليب مختلفة منها:

1. الأسلوب الإرشادي التوجيهي الذي يتسم بالوضوح يهدف إلى توجيه الأطفال نحو نمط حياة صحي يعتمد على الأمر والنصح مثل: [كن مكاني] وهو أسلوب توجيهي مباشر يحث المتلقي على اتخاذ قرار ايجابي.
2. الأسلوب التحفيزي الإيجابي: يعتمد الملصق على لغة تحفيزية بدلا من اللغة التحذيرية أو التخويفية مما يجذب الأطفال بشكل أفضل واستخدام عبارات مثل: [عش حياتي بعدها فقط ستعرف مدى قوتي] ليجعل الرسالة أكثر ايجابية من حيث التركيز على إمكانية العيش بسعادة رغم المرض. «ومن السمات التي يمكن أن يتسم بها الخطاب الإشهاري (...) استعمال الكلمات المحفزة التي تعطي ردود أفعال سريعة ناهيك عن ابتكار كلمات و أساليب جديدة في التعبير والتأثير»¹.
3. الأسلوب العاطفي والتأثير النفسي: ركز الملصق على إثارة المشاعر الإيجابية من خلال كلمات توحى بالأمل والقوة مثل:

[كن مكاني و عش حياتي]: تشجع الأطفال على الاستمتاع بالحياة رغم المرض.

[فقط ستعرف مدى قوتي]: تحفز الأطفال على تبني نمط صحي ليشعروا بالقوة والراحة.

¹ فتحي بجه، مجلة القارئ لدراسات الأدبية والنقدية واللغوية، ص 11.

استخدام الأفعال: استعمل هذا الملصق أفعال الأمر حتى يعكس أسلوباً توجيهياً مباشراً يحمل طابع تحفيزياً بدلاً من الإلزام والتخويف مثل: [كن] فعل أمر مشتق من الفعل كان يستخدم للحث والتوجيه.

[عش] فعل أمر مشتق من الفعل عاش وهو فعل يدل على الحياة والتفاعل الإيجابي مما يعزز الرسالة التحفيزية.

. كما استخدم الفعل المضارع المستقبلي حتى يخلق ترقباً ويشجع الأطفال على إتباع النصيحة الرؤية التأثير الإيجابي لاحقاً مثل: [ستعرف] وهو فعل مضارع مسبوق بسين المستقبل القريب، مشتق من الفعل عرف ويشير إلى نتيجة إيجابية مستقبلية عند إتباع الإرشادات الصحية.

➤ التحليل الأيقوني:

سنقوم بتحليل هذا الملصق من ناحية: الصورة التوضيحية الألوان، والرموز .

الصورة التوضيحية: يمكننا أن نقول: «إن أعلى مستوى للخطاب الإشهاري وأكثره أداءاً هو ميدان الصورة بأشكالها وصورها المتعددة»¹؛ يحتوي الملصق على عدة صور ورسومات واضحة تهدف إلى إيصال المعلومات الصحية بطريقة جذابة مثل:

. صورة الطفل في المقدمة وهي صورة رئيسية يظهر فيها طفل صغير مبتسم يحمل شوكه تحتوي على فواكه وخضروات، تدل الصور على التغذية الصحية كعامل أساسي في الوقاية من المرض السكري والتكيف معه.

. صورة اليد التي تقوم بفحص مستوى السكر في الدم باستخدام جهاز قياس نسبة السكر في الدم والتي تشير إلى أهمية المراقبة الطبية والفحص المنتظم والوعي بالمرض، حيث استخدم يد بشرية بدل من رسم تجريدي يعزز الإحساس بالواقع ويجعل الطفل يتقبل الفكرة بسهولة.

¹ بلقاسم دفة، مجلة الموقف الأدبي، ص 52.

. صورة مجموعة من الأطفال يلعبون في الحديقة تظهر مجموعة من الأطفال يضحكون ويمرحون في الهواء الطلق تشير إلى الحياة الطبيعية والصحية لأطفال المصابين بالسكري وتشجيعهم على ممارسة الأنشطة البدنية.

الرموز: الملصق يستخدم مجموعة من الرموز البصرية تساعد على إيصال الرسالة مثل:

1. الشريط الأزرق: يظهر الشريط الأزرق في الخلفية وهو الرمز العالمي للتوعية بمرض السكري يرمز إلى التضامن والدعم للمصابين بالسكري ويشير إلى أهمية الوقاية.
2. شعار المؤسسة الإستشفائية EPH والشعارات الأخرى ويتضمن الملصق شعار المؤسسة العمومية الاستشفائية سعيد عوامري إلى جانب شعارات أخرى شعار EPH يؤكد أن الحملة رسمية وذات طابع طبي ووجود شعارات شركات أخرى يشير إلى دعم القطاع الخاص لحملات التوعية.
3. الصورة الرمزية لقياس مستوى السكر في الدم: تمثل صورة اليد التي تقوم بفحص نسبة السكر في الدم رمز للرعاية الذاتية والمراقبة الصحية والتي تعكس أهمية الفحص الدوري لمراقبة المرض.

الألوان: يحتوي الملصق على ألوان عديدة ولكل لون دلالاته الخاصة مثل:

1. اللون الأزرق: ويظهر في الشريط الأزرق كرمز لمرض السكري وفي بعض عناصر الخلفية والنصوص إذ يرمز عالميا إلى التوعية بمرض السكري ويعطي إحساسا بالهدوء والثقة والمسؤولية وهو مناسب للرسائل الصحية والطبية.
2. اللون الأحمر: مستخدم في عنوان الملصق [اليوم العالمي لداء السكري] وبعض العناصر البصرية الأخرى يجذب الانتباه ويخلق إحساسا بالحيوية والطاقة ويرمز إلى التحذير والتأكيد مما يساعد على إيصال أهمية التوعية بالمرض.
3. اللون الأخضر: « اللون الأخضر من الألوان التي تخفض ضغط الدم ويريح الجهاز العصبي ويهدئ العقل، ويحفز على الإبداع واللون الأخضر أكثر الألوان تحسنا من

طرف العين، وهو رمز للطبيعة والصحة¹؛ في هذا الملصق استعمل في شعار [كن مكاني وعش حياتي بعدها فقط ستعرف مدى قوتي] وموجود في بعض التفاصيل مثل الفواكه والخضروات إذ يرمز للشعور بالطاقة الإيجابية كما يرمز إلى الصحة الطبيعية والنظام الغذائي المتوازن ويعكس أهمية التغذية السليمة في التحكم بالمرض السكري.

4. اللون الأبيض: مستخدم في الخلفية مما يساعد على إبراز باقي الألوان يرمز إلى النقاء والصحة والوضوح ويساهم في جعل النصوص والصور أكثر راحة للعين.

د. ملصق خاص بالتغذية:

صورة رقم 06 : ملصق حول خرافات و حقائق عن سلامة الأغذية.



منظمة الصحة العالمية

منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة

خرافات وحقائق عن سلامة الأغذية

 هل علي تبريد بقايا الطعام؟ نعم. يصبح الغذاء غير مأمون إذا ترك في درجة حرارة الغرفة لمدة تزيد على ساعتين.	 هل يمكن أن تعرف إن كان الغذاء مأمونا بناء على مظهره ورائحته؟ لا. معظم الكائنات الحية الدقيقة التي قد تسبب لك المرض لا تغير مظهر الغذاء ولا رائحته.
 هل تنقل مناشف الصحون البكتيريا الخطرة؟ نعم. يمكن أن تحمل المناشف وإسفنجيات الغسيل البكتيريا الخطرة وتلوثها. واظبي على تعقيمها في محلول مطهر أو غليها في الماء.	 هل تسري قاعدة الثواني الخمس على الأغذية؟ لا. يمكن للكائنات الحية الدقيقة أن تنقل إلى الأغذية الملوثة على الأرض وأن تسبب المرض في بعض الحالات.
 هل يمكن أن أمرض إذا أكلت طعاما مضى عليه 3 أيام؟ نعم. بعض الكائنات الدقيقة الخطرة تستغرق أكثر من بضع ساعات لإصابتك بالمرض.	 هل ينبغي غسل الدواجن قبل طهيها؟ لا. غسل الدواجن يمكن أن ينقل كائنات حية دقيقة إلى البدين أو الأسطح أو الأواني أو إلى أغذية أخرى.
 هل يتعين غسل الفواكه والخضار العضوية؟ نعم. يتعين غسل جميع المنتجات الزراعية، بما فيها العضوية، بالماء النظيف لإزالة الملوثات والتحد من مخاطر أي كائنات دقيقة أو مواد كيميائية ضارة.	 هل من المأمون تذكيب الأغذية المجمدة عند درجة حرارة الغرفة؟ لا. تذكيب الأغذية في التلاجة أو في الماء البارد يمنع نمو الكائنات الحية الدقيقة.

<https://www.fao.org/food-safety/>
<https://www.who.int/health-topics/food-safety/>

¹ أثير باعشن، سيكولوجية الألوان، ص 10.

ملصق خرافات و حقائق حول سلامة الأغذية: تناولنا هذا الملصق الذي صدر عن منظمة الصحة العالمية (WHO)، ومنظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة (FAO)، الذي يهدف إلى تصحيح المفاهيم الخاطئة حول سلامة الأغذية، من خلال تقديم خرافات شائعة، وتنفيذها للحقائق العلمية.

➤ **التحليل اللساني:** سنقوم بتحليل هذه الصورة لسانيا من خلال لغتها الإشهارية والأساليب اللغوية المستخدمة وكذا استعمال الأفعال فيها.

لغة الإشهار: يستعمل الملصق لغة إعلامية توجيهية ذات طابع إرشادي وتحذيري حيث تهدف إلى تقديم معلومات واضحة حول سلامة الأغذية.

اعتمد على لغة مباشرة ومبسطة لضمان وصول الرسالة إلى أكبر عدد من الجمهور بما في ذلك الأشخاص العاديين غير متخصصين في المجال الصحي أمثال الأمهات والأطفال، "هذه التراكيب البسيطة والجمال الخفيفة المفيدة تفيد التلاميذ كيف يستطيعون بناء جملهم بهذه الطريقة ومن ثم كيف يستطيعون بناء نظم اللغة تحدثا وكتابة"¹.

الأساليب اللغوية: يعتمد الملصق على مجموعة من الأساليب اللغوية على إيصال المعلومات بوضوح وتحفيز الجمهور على إتباع السلوكات الصحية المتعلقة بسلامة الأغذية، من أهم الأساليب المستخدمة الأسلوب "الإخباري التقريري": يستخدم الملصق جملا خبرية لنقل الحقائق العلمية حول سلامة الأغذية مثل: [معظم الكائنات الحية الدقيقة التي قد تسبب المرض لا تغير مظهر الغذاء ولا رائحته] يهدف هذا الأسلوب إلى تقديم معلومات موثوقة إلى المتلقي بأسلوب واضح ومباشر كما يضيف الإشهار طابعا علميا موضوعيا يعزز مصداقية الرسالة التوعوية.

كما استخدم أيضا الأسلوب "الإرشادي، التوجيهي، التحذيري" هذا الأسلوب يظهر من خلال استخدام الأوامر والنواهي لتوجيه القارئ نحو التصرف الصحيح، مثل: [واظب على تعقيمها

¹ أحمد عبد الرزاق الخاني وآخرون، لغة الطفل العربي(1)، أدب الأطفال وأثره في تنمية لغة الطفل، مجمع الملك سلمان العالمي للغة العربية، د. ط الرياض، 1446، ص130.

في محلول مطهر أو غلها في الماء] هذا الأسلوب يحث القارئ على اتخاذ إجراءات وقائية لحماية صحته كما يشير إلى الممارسات الخاطئة التي يجب تجنبها ويعطي بدائل صحية.

استخدم "الأسلوب الاستفهامي": من خلال أسئلة تحفيزية لجذب انتباه القارئ والجذب على التفكير، «أسلوب الاستفهام الذي يعد من أدق مباحث الإنشاء وأجملها ومن أغزر قوالب المعنى و أطفها يجمع بين قوالب اللفظ واستعلاء الطلب»¹، مثل: [هل ينبغي غسل الدواجن قبل طهيها هل من المأمون تذويب الأغذية عند درجة حرارة الغرفة؟] ما يجعل القارئ أكثر تفاعلا مع المحتوى ويحثه على البحث على الإجابة داخل النص كما يعزز الوعي بالمشكلة ويثير فضول المتلقي لمعرفة المزيد عن الموضوع .

كما استعمل "الأسلوب السببي التفسيري والتبريري" لأن هذا الملصق أسباب علمية لبعض النصائح مثل: أن تحمل المناشف واسفنجات الغسيل البكتيريا الخطرة تنشرها ليصبح الغذاء غير مأمون إذا ترك في درجة حرارة الغرفة لمدة تزيد عن ساعتين هذا الأسلوب يوضح العلاقة بين السبب والنتيجة مما يقوي حجج الإقناع ويساعد القارئ على فهم أهمية النصائح العلمية من خلال تفسير تأثير العادات الخاطئة.

استخدام الأفعال: يستخدم الملصق مجموعة متنوعة من الأفعال التي تعكس طبيعة الخطاب التوعوي والإرشاد وتنقسم إلى عدة أنواع حسب وظيفتها اللغوية ودورها في توصيل الرسالة حيث استخدم أفعال المضارع التي تقدم المعلومات بصيغة الحقائق العلمية، والتي «توحي بالاستمرارية الفعل الذي ينسب إلى الفاعل المستتر لا يحيل إلى معنى ملموس ومفعول به محدد ملموس»² مثل: [يمكن أن تحمل المناشف، يتعين غسل جميع المنتجات، يصبح الغذاء غير مأمون].

¹ كمال الدين أبو نواس محمد نائلي، أسلوب الاستفهام في القرآن الكريم في الجزء 29، 30، ط1، 2022، <http://www.penerbitnem.com> ص04.

² عماد عبد، اللطيف، بلاغة الجمهور في الأدب، جامعة قطر، قطر، مجلد17، العدد1، 1.1، 2022، ص29.

كما استعمل أفعال الأمر التي تحمل طابعا إرشاديا و تحفيزيا مثل: [واظب على تعقيما] تعمل على توجيه تعليمات مباشرة للقارئ لاتخاذ إجراءات صحية.

كما تبرز الجانب التوعوي للمصق حيث يقدم نصائح لحماية الصحة.

➤ التحليل الأيقوني:

سنقوم بتحليل هذه الصورة من الجانب الأيقوني على ثلاث مستويات: الصورة التوضيحية، الألوان، الديناميكية البصرية.

الصورة التوضيحية: تم استعمال رموز توضيحية مرسومة برسومات تمثيلية، وهي ذات طابع بسيط وألوان زاهية، وكل أيقونة مرفقة بجملة توعوية ما ساعد على تعزيز الفهم البصري وجعل الرسالة سهلت التلقي لدى مختلف الفئات العمرية بما في ذلك الأطفال.

تم تقسيم المصق إلى أعمدة وخانات متقابلة تتضمن الثلاثية المجلى، القدر والصنوبر كلها تدل على البيئة اليومية للمطبخ مما يربط القارئ مباشرة بواقعها اليومي وتمثل نقاط حساسة لسلامة الغذاء.

اعتمد على وجوه بشرية تساعد في إيصال الشعور بالخوف أو الحذر أو الطمأنينة من خلال تعابير الوجه كما تجعل الرسالة أكثر إنسانية وتقريبها من المتلقي.

الألوان: اعتمد على تناسق ألوان وكل لون له دلالة فاللون الأزرق لون هادئ أستخدم كخلفية أساسية ويعبر عن الثقة والمصداقية، واللون الأخضر الذي يعبر عن السلامة والصحة، أما اللون البرتقالي فقد أستخدم للفت الانتباه دون إثارة القلق «فهو من الألوان المنشطة للشهية لدى الإنسان وهي من بين الشعبية لدى الشباب حيث أنه يشعر بالحيوية والنشاط ويستعمل اللون البرتقالي عادة مع الألوان النقية كالأبيض»¹، أما اللون الأحمر فقد أستخدم للإشارة إلى الخطر أو المفاهيم المغلوطة.

¹ أثير باعشن، سيكولوجية الألوان، ص11.

الديناميكية البصرية: نلاحظ تنسيق المخطط (خرافة يمين/ حقيقة يسار) مع رموز متقابلة أسهم في تسهيل القراءة والمقارنة كما استخدم العلامات (نعم/ لا) بجوار الصور ليزيد من الوضوح الفوري للرسالة.

2. دور الملصقات الطبية في التنمية اللغوية:

✓ يساعد الملصق الطبي في ترسيخ مفاهيم الصحة والنظافة بلغة بسيطة وواضحة استخدم مصطلحات بسيطة وجمل قصيرة مثل: «غسل اليدين أولاً»¹.

✓ ينمي الملصق الطبي المفردات الصحية لدى الأطفال واكتساب مفردات جديدة مثل: «santé، النظافة»².

✓ يعزز مهارات الفهم والاستنتاج من خلال الربط بين الصورة والنصوص والاعتماد على نظام الصور وربطها وفسرها بنص أمامها ما سهلت القراءة فمثلاً: وضعوا صورة لكلب هادئ أشاروا إليه بكلمة حالة هدوء، وصورة كلب شرس أشاروا إليه بكلمة «حالة هيجان»³.

✓ تعلم الأطفال مفردات صحية جديدة مثل داء كلب، التطعيم، العدوى، الطفيلي.

✓ يمكن استخدام الملصق الطبي كأداة تربوية لتعليم الأطفال أهمية العناية بالحيوانات الأليفة بشكل مسئول وكذا العناية بالنظافة الشخصية من خلال التعليمات مثل: اغسل يديك.

✓ تقديم معلومات طبية بلغة سهلة الفهم وذلك من اجل تعزيز الفهم والاستيعاب.

✓ يشجع الملصق الطبي الأطفال على التحدث في الموضوعات الصحية، مما يحفز مهارة التواصل.

¹ ينظر للملحق، صورة رقم 01، ص 84.

² ينظر للملحق، صورة رقم 02، ص 85.

³ ينظر للملحق، صورة رقم 03، ص 86.

✓ تعد الملصقات الطبية وسيلة فعالة في تحسين الوعي الصحي، وتعزيز المهارات اللغوية للأطفال من خلال استخدام رسومات توضيحية مما يؤدي إلى تطوير قدرات الأطفال اللغوية وتحفيزهم على التعلم بطريقة ممتعة وتفاعلية مثل: «شرح فيروس الملاريا وكيفية انتشاره بصورة البعوض»¹.

✓ يطور الملصق الطبي مهارة القراءة المبكرة وذلك من خلال قراءة النصوص البسيطة على الملصقات تحفز الأطفال على ممارسة القراءة.

✓ استخدام الأحرف الكبيرة والواضحة يسهل التعرف على الكلمات ومثل: ملصق داء السكري.

✓ التكرار في العبارات والمفاهيم يعزز الاستيعاب والتذكر مثل ملصق غسل اليدين الذي استعمل كلمة غسل اليدين أكثر من مرة.

✓ تعزيز اللغة الوظيفية باستخدام الملصق الطبي لغة وظيفية بسيطة وعملية يمكن استعمالها في الحياة اليومية مثل: «هل علي تبريد بقايا الطعام؟ نعم؛ يصبح الغذاء غير مأمون إذا ترك في درجة حرارة الغرفة لمدة تزيد عن ساعتين»².

تحفز الملصقات الطبية الأطفال على التعبير عن أفكارهم حول مواضيع الصحة العامة والوقاية كما تعزز قدرة الأطفال على شرح المعلومات الصحية لأقرانهم وأفراد عائلاتهم.

3. سلبيات الملصقات الطبية:

من أبرز السلبيات التي تعاني منها الملصقات الطبية التي قمنا بدراستها، نذكر:

1. **ضعف الجاذبية البصرية:** استخدام باهتة وغير جذابة وعدم تنسيق الصور والنصوص بشكل منظم ما يجعل الملصقات أقل جذبا للانتباه مثل: «استخدام ألوان

¹ ينظر للملحق، صورة رقم 04، ص 87.

² ينظر للملحق، صورة رقم 06، ص 89.

باهتة أبيض وأسود مع تصميم مزدحم بالمعلومات مما يقلل من جاذبيته ويجعله أشبه بمقال علمي بدلا من إعلان توعوي¹.

2. **مشكلات لغوية وتأثير الرسالة:** استخدام لغة رسمية جافة أو مصطلحات معقدة دون تبسيطها مما يحد من فهم الجمهور المستهدف للرسالة واستخدام مصطلحات طبية دون شرح كافٍ مما قد يصعب فهم بعض المعلومات على عامة الناس².

3. **ضعف التفاعل العاطفي مع الجمهور:** غياب العناصر العاطفية في الملصقات الطبية مثل صورة تعبيرية للأطفال أو الأشخاص المتأثرين بالمرض مما يقلل من التأثير العاطفي مثال ذلك: ملصق غسل اليدين يستخدم رسومات تمثيلية للأطفال لكنها لا تعبر بشكل قوي عن أهمية النظافة في الوقاية من الأمراض مقارنة باستخدام صور حقيقية للأطفال يطبقون السلوك الصحي.

4. **نقص المعلومات الأساسية:** بعض الملصقات الطبية تفتقر إلى معلومات مهمة مثل أماكن تقديم الخدمات أو طرق الوقاية بشكل عملي أو أرقام الاتصال للاستفسار مثال: ملصق اليوم العالمي لصحة الفم والإنسان لا يحتوي على معلومات حول أماكن تقديم الفحوصات المجانية أو نصائح محددة للحفاظ على نظافة الفم بشكل يومي.

5. **مشاكل في جودة الطباعة والتوزيع:** تعاني معظم الملصقات الطبية من الطباعة الرديئة أو التلف بسبب عدم صيانتها مما يؤثر على وضوحها ويقلل من فعاليتها مثل ملصق غسل اليدين ممزق ومطبوع بجودة منخفضة ما يجعل من الصعب قراءة بعض المعلومات ويؤثر على مدى تفاعل الجمهور معه.

¹ ينظر للملحق، صورة رقم 04، ص 87.

² ينظر للملحق: صورة رقم 03، ص 86.

6. غياب المعلومات الطبية وكثرة الشعارات التجارية: مما يشتت الانتباه عن الرسالة الأساسية للملصق ويفقده هدفه التوعوي الأساسي إذ يعطي انطباعا تجاري أكثر من كونه توعوي، مثل: «شعار EPH ، وشعار FLOWER DESIGN»¹.

❖ ومما سبق هناك توصيات يمكن تقديمها لتطوير ملصقات طبية أكثر فاعلية في مجال الصحة ومن أجل تأثير هذه الملصقات على التنمية اللغوية نذكر:

- ✓ استخدام ألوان زاهية وجذابة مع توزيع متناسق للعناصر البصرية.
- ✓ تبسيط اللغة واستخدام عبارات تحفيزية مباشرة.
- ✓ إدراج صور تعبيرية حقيقية لتعزيز التفاعل العاطفي.
- ✓ توفير معلومات واضحة حول أماكن تقديم الخدمات وأرقام الاتصال.
- ✓ تحسين جودة الطباعة واختيار مواد مقاومة للتلف لضمان استمرار التأثير البصري.
- ✓ إعادة ترتيب النصوص والصور لتكون أكثر وضوحا وسهولة في القراءة.
- ✓ تكبير العنوان وإبرازه بلون مميز لجذب الانتباه.
- ✓ تضمين مصدر معلومات واضحة لتعزيز المصداقية.

¹ ينظر للملحق، صورة رقم 05، ص 88.



خاتمة

- من خلال هذه الدراسة التي تناولت موضوع لغة الإشهار في الملصقات الطبية الموجهة لفئة الأطفال ودورها في التنمية اللغوية، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج الهامة، نذكر:
- إن لغة الإشهار الطبي الموجه للأطفال تعد وسيلة تواصل فعالة تجمع بين الوظيفة التثقيفية واللغوية، بفضل بساطتها وقربها من عالم الطفل.
 - تمتاز الملصقات الطبية بقدرتها على تبسيط المفاهيم الصحية والمعرفية للطفل، مما يجعلها أداة تعليمية غير مباشرة تساهم في تعزيز الوعي الصحي واللغوي.
 - كشفت الدراسة أن البنية اللغوية للملصقات تلعب دوراً أساسياً في التأثير على المتلقي الناشئ، إذ أن اللغة المباشرة، المدعومة بالصورة تسهل الفهم وتثبت المعنى.
 - تبين أن الملصقات الطبية الموجهة للأطفال تساهم في توسيع الرصيد المعجمي وتنمية مهارات الفهم خاصة إذا تم انتقاؤها وفق معايير تربوية ولسانية دقيقة.
 - أظهرت الدراسة أن الملصقات الطبية الموجهة للأطفال لا تخاطب الأطفال فقط بل توجه رسائل ضمنية إلى الأولياء أيضاً خاصة عندما يتعلق الأمر بتوجيه السلوك الصحي داخل الأسرة.
 - أظهر التحليل أن الملصقات التي تفتقر إلى التوازن بين اللغة والصورة أو تتضمن مصطلحات معقدة تعد أقل فاعلية في تحقيق أهدافها التوعوية.
 - تؤكد الدراسة على ضرورة تهذيب لغة الإشهار الطبي الموجه للأطفال وتكييفها مع قدراتهم الإدراكية واللغوية لضمان تحقيق نتائج تربوية مثمرة.
 - خلصت المذكرة إلى أن الملصق الطبي يمكن أن يشكل وسيلة داعمة للعملية التعليمية إذ تستخدم ضمن سياق متكامل يجمع بين التوجيه الصحي والتدريب اللغوي المبكر.
 - تبين أن اللغة البسيطة والمباشرة في الإشهار الصحي تسهل على الأولياء مهمة شرح الرسائل لأطفالهم، مما يعزز دورهم في التوعية والتربية الصحية.
- وأخيراً، يمكن القول أن هذه الدراسة تعد محاولة متواضعة لفهم العلاقة بين اللغة الإشهارية الطبية والتنمية اللغوية لدى الطفل، على أمل أن تكون هذه الدراسة في المستوى المطلوب، وأن

تشكل أرضية علمية لأبحاث أعمق في هذا المجال مستقبلا. والحمد لله الذي وفقنا لإتمام هذا العمل من بدايته إلى نهايته...

الملاحق

الملاحق:

صورة رقم 01: ملصق من المديرية العامة للوقاية وترقية الصحة.



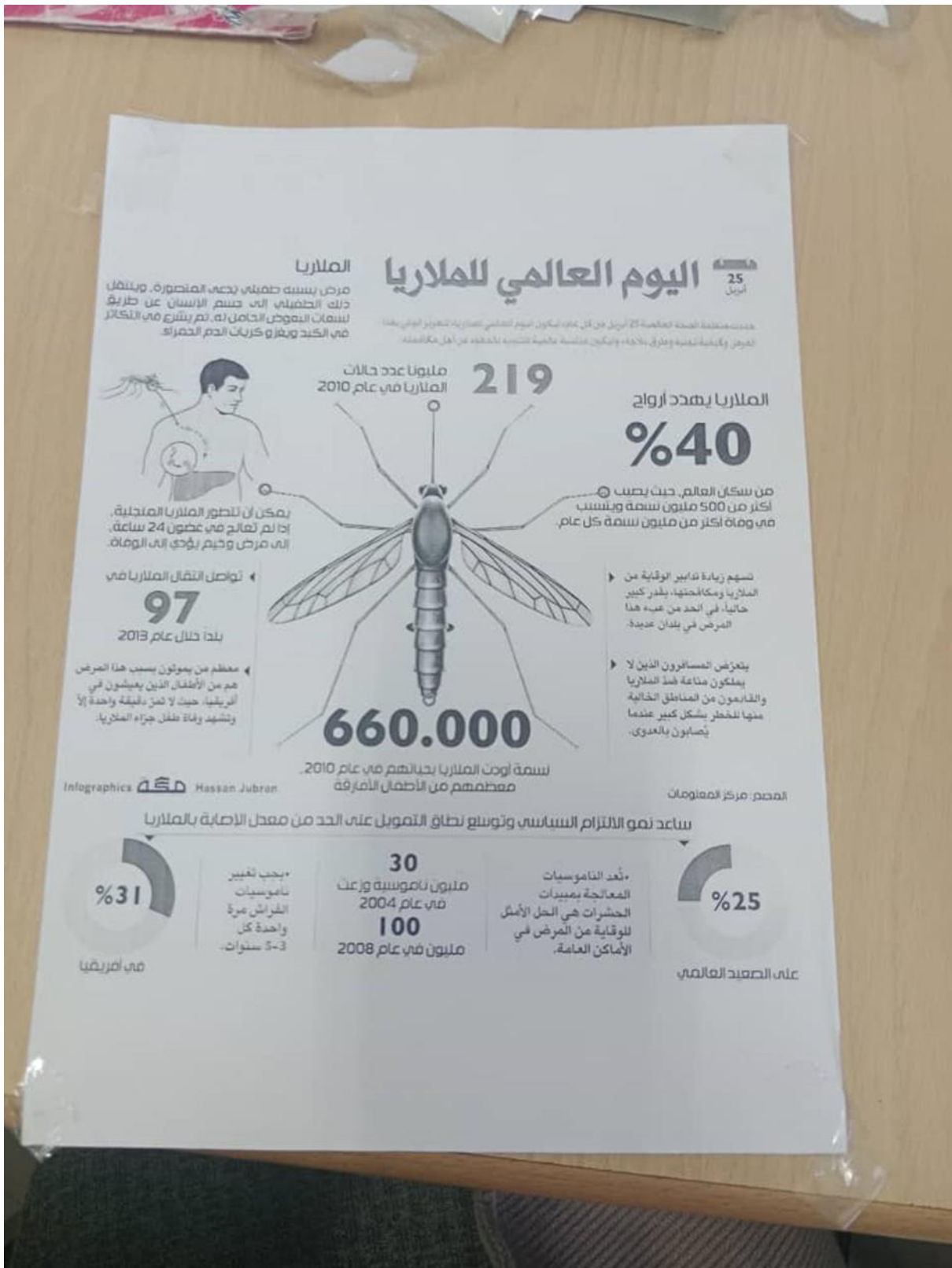
صورة رقم 02: ملصق اليوم العالمي للصحة الفم والأسنان.



صورة رقم 03: ملصق خاص بالحملة الوطنية للتطعيم ضد داء الكلب.



صورة رقم 04: ملصق لليوم العالمي للملاريا.



صورة رقم 05 : ملصق لليوم العالمي لداء السكري.



صورة رقم 06 : ملصق حول خرافات و حقائق عن سلامة الأغذية.



منظمة
الصحة العالمية



منظمة
الأغذية والزراعة
للأمم المتحدة

خرافات وحقائق عن سلامة الأغذية

 هل علي تبريد بقايا الطعام؟ نعم. يصبح الغذاء غير مأمون إذا ترك في درجة حرارة الغرفة لمدة تزيد على ساعتين.	 هل يمكن أن تعرف إن كان الغذاء مأمونا بناء على مظهره ورائحته؟ لا. معظم الكائنات الحية الدقيقة التي قد تسبب لك المرض لا تغير مظهر الغذاء ولا رائحته.
 هل تنقل مناشف الصحون البكتيريا الخطرة؟ نعم. يمكن أن تحمل المناشف وإسفنجيات الغسيل البكتيريا الخطرة ونشرها. واطب على تعقيمها في محلول مطهر أو غليها في الماء.	 هل تسري قاعدة الثواني الخمس على الأغذية؟ لا. يمكن للكائنات الحية الدقيقة أن تنتقل إلى الأغذية الملقاة على الأرض وأن تسبب المرض في بعض الحالات.
 هل يمكن أن أمرض إذا أكلت طعاما مضى عليه 3 أيام؟ نعم. بعض الكائنات الدقيقة الخطرة تستغرق أكثر من بضع ساعات لإصابتك بالمرض.	 هل ينبغي غسل الدواجن قبل طهيها؟ لا. غسل الدواجن يمكن أن ينقل كائنات حية دقيقة إلى اليدين أو الأسطح أو الأواني أو إلى أغذية أخرى.
 هل يتعين غسل الفواكه والخضار العضوية؟ نعم. يتعين غسل جميع المنتجات الزراعية، بما فيها العضوية، بالماء النظيف لإزالة المتونيات والحد من مخاطر أي كائنات دقيقة أو مواد كيميائية ضارة.	 هل من المأمون تذويب الأغذية المجمدة عند درجة حرارة الغرفة؟ لا. تذويب الأغذية في التلاجة أو في الماء البارد يمنع نمو الكائنات الحية الدقيقة.

WHO/EPR/INF/SAFE/02/02.7
©2023 WHO
تمتصلا لا عليها وقراراتها منظمة الصحة العالمية 2022

<https://www.fao.org/food-safety/ar/>
<https://www.who.int/health-topics/food-safety/>



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

1. القرآن الكريم برواية ورش عن نافع.

أولاً: المصادر:

1. مجموعة من الصور تم أخذها من المؤسسة العمومية للصحة الجوارية - ميله العيادة المتعددة الخدمات - صناوة.

ثانياً: المراجع:

كتب بالعربية:

1. أحمد عبد الرزاق الخاني وآخرون، لغة الطفل العربي(1)، أدب الأطفال وأثره في تنمية لغة الطفل، د. ط، مجمع الملك سلمان العالمي للغة العربية، الرياض، 1446.

2. أميمه كامل السلاموني، التوعية الصحية دليل العاملين في مجال الرعاية الصحية، ط1، المركز العربي للتأليف وترجمة العلوم الصحية aslms الكويت، 2019

3. جابر عبد الحميد، الإرشاد النفسي النظرية والتطبيق، مكتبة الأنجلو المصرية، ط1 مصر، 2019.

4. سارة النجار، الأطفال لا يفهمون كلمة لا دليل لا غنى عنه في مشوار التربية، ط6، دار النشر و التوزيع دؤن القاهرة، 2021.

5. سامية عواج، الاتصال في المؤسسة: المفاهيم . المحددات . الاستراتيجيات، مركز الكتاب الأكاديمي، ط1، عمان. الأردن، 2020.

6. سعيد بن كراد، سيميائيات الصور الاشهارية (الإشهار والتمثيلات الثقافية)، إفريقيا الشرق، د. ط، المغرب، 2006.

7. طارق شعبان عبد الغني، أنواع النصوص الكتابية الشرح والتدريبات، ط01، نشر طارق شعبان عبد الغني، مصر، 2024

8. عطية سليمان أحمد، الإشهار القرآني والمعنى العرفاني في ضوء النظرية العرفانية والمزج المفهومي والتداولية (سورة يوسف نموذجاً)، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، ط1، مصر، 2014.

9. علي عبد الواحد الخولي، علم اللغة، دار الفلاح للنشر والتوزيع، د. ط، الأردن، 2010

10. فاروق عمر فوزي، دور التاريخ في التوعية القومية، ط1، هيئة كتابة التاريخ، سلسلة الموسوعة التاريخية، العراق 1977
11. فيصل الأحمر، معجم السيميائيات، منشورات الاختلاف، د. ط، الجزائر، 2010
12. لويس معلوف، المنجد في اللغة والإعلام والإعلان، دار المشرق، ط.26، بيروت، 2008.
13. محمد بن علي الشريف، واقع جهود التوعية في الحج دراسة ميدانية، جامعة أم القرى، د. ط، السعودية، 2005
14. محمد جميل خليل، الإعلام و الطفل، دار المعتز للنشر والتوزيع، ط01، عمان، 2014.
15. محمد مختار، إسهامات العلماء والمستشرقين في الفكر الإسلامي، أمواج للنشر، ط1، عمان. الأردن، 2012
16. ممدوح محمد خسارة، التنمية اللغوية طريق إلى المعاصرة، منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، ط.1، 2017
17. منى الحديدي، الإعلان؟، دار المصرية اللبنانية، ط.1، مصر، 1999.

كتب مترجمة:

1. كريستينه أوتلن جيته هيرتر، تر: محمد أسكيف، هاني صالح، مكتبة العايبكان، ط01، الرياض، 2005.

المجلات:

1. أحمد رجاء عبد السلام حافظ، اثر تقنيات الحاسب الآلي وتوظيفها في تصميم الملصق المعاصر، مجلة الفنون والعلوم الإنسانية، جامعة ألمانيا، العدد07، يونيو 2021.
2. إيمان عبد الله شرف، فاعلية برنامج تعليمي إلكتروني في تنمية الثقافة البصرية والمفاهيم الاقتصادية لأطفال الروضة، المجلة العلمية لكلية رياض الأطفال، جامعة المنصورة، مصر، م03، العدد04، أبريل 2017

3. بلقاسم دفة، اللغة العربية و الخطاب الإشهاري بين النظرية والتطبيق دراسة سيميائية، مجلة الموقف الأدبي، العدد 517، أيار 2014
4. الخولي، ت. م. ع. (2023) توظيف برامج الإنفوجرافيك في تصميم الملصق الإرشادي الموجه لطفل المرحلة الابتدائية في ضوء تفصيله الجمالي، بحوث في التربية والفنون، المجلد 24، العدد 02.
5. عماد عبد اللطيف، بلاغة الجمهور في الأدب، جامعة قطر، قطر، مجلد 17، العدد 01، 1. 1، 2022.
6. فتحي بجه، بلاغة الكلمة في الخطاب الاشهاري دراسة في النماذج التطبيقية، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، مجلة القارئ للدراسات الادبية والنقدية واللغوية، رقم التحقيق 04، 2020.
7. قحاز جميلة، جلال نسيم، التنقيف الصحي وأثره على سلوكيات الصحة للأفراد، الملتقى الوطني حول الصحة العامة والسلوك الصحي في المجتمع الجزائري 2014، جامعة الطارف الجزائر.
8. كلثوم مدقن، لغة الإشهار ووظائفها وأنماطها وخصائصها، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، العدد 29، ديسمبر، 2019.
9. محمد عمر حساني، (2019)، اللغة والتنمية: المعوقات والمحفزات، مجلة آفاق علمية، م 11، العدد 02.
10. مركز ابن خلدون للأبحاث والدراسات، الملتقى الوطني الافتراضي الأول الثقافة الصحية والوعي المجتمعي يوم 31.30 ديسمبر، ط 1، 2021، الأغواط الجزائر.
11. نورة محمد البشري، سيميولوجيا الرسالة الإشهارية ملصق التوعية الإلكتروني . مستشفى الملك عبد الله بن عبد العزيز الجامعي أنموذجا، مجلة كلية دار العلوم، العدد 142، سبتمبر 2022.
12. وائل حمدي القاضي، نجلاء نبيل عثمان، فيروز محمد الميسرغني، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة م 10، العدد 34، ابريل، 2022.

المعاجم:

1. ابن جني، الخصائص، تح: محمد علي النجار، ج1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط.4، مصر، د.ت.
2. ابن فارس ابن زكريا (أبي الحسين أحمد)، مقاييس اللغة، ج3، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، دار الفلك، د. ط، بيروت، د.ت.
3. ابن منظور (أبي الفضل جمال الدين بن محمد بن مكرم)، لسان العرب، دار المعارف، د. ط، القاهرة، 2016.
4. أحمد رضا، معجم متن اللغة، م5، دار مكتبة الحياة، د. ط، بيروت، 1960.
5. الجوهري، تاج العروس وصاح العربية، دار الحديث، د. ط، القاهرة، 2009
6. مجمع اللغة العربية بالقاهرة، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، د. ط، القاهرة، 2000.
7. مجمع اللغة العربية بالقاهرة، المعجم الوجيز، نشر مجمع اللغة العربية، د. ط، القاهرة، 1998.
8. مجمع اللغة العربية معجم المصطلحات الإعلامية، مكتبة الشروق الدولية، د. ط، القاهرة، 2008.
9. المقري الفيومي (أحمد بن حمد علي)، المصباح المنير، مكتبة لبنان، د. ط، لبنان، 2009.

المذكرات

1. باريان أحمد ريان، دور وسائل الإعلام في التنقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض دراسة ميدانية، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الملك سعود، الرياض، 1425 هجري.

المواقع الالكترونية

1. أثير باعشن، سيكولوجية الألوان <http://pitaculos.com/>

2. كمال الدين أبو نواس محمد نائلي، أسلوب الاستفهام في القرآن الكريم في الجزء 29.
30، ط1. 2022، <http://www.penerbitnem.com>.



فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات

دعاء

شكر وعرفان

إهداء

إهداء

مقدمة أ.

الفصل الأول: الإطار النظري والمفاهيمي

أولاً: مفهوم لغة الإشهار: 5

1. تعريف الإشهار: 5

أ. تعريف الإشهار لغة: 5

ب. تعريف الإشهار اصطلاحاً: 6

2. الإشهار: خصائصه، وظائفه، أهدافه، وأقسامه: 9

3. تعريف التوعية: 15

التوعية لغة: 16

ب. تعريف التوعية اصطلاحاً: 17

4. خصائص لغة الإشهار: 17

أ. النسق اللساني: 18

ب. النسق الأيقوني: 20

ثانياً: الملصقات الطبية: 21

1. تعريف الملصق: 21

أ. تعريف الملصق لغة:	22
ب. تعريف الملصق اصطلاحاً:	22
2. الملصقات وأنواعها وأهميتها:	23
أ. أنواع الملصقات (من حيث المضمون، الحجم):	24
ب. أهمية الملصقات:	26
3. الثقافة الصحية:	26
أ تعريف الثقافة:	27
ب. تعريف الصحة:	29
ج. مفهوم الثقافة الصحية:	31
4. الملصق الإرشادي:	33
أ. تعريف الإرشاد:	33
ب. مفهوم الملصق الإرشادي:	35
ج. أنواع الملصق الإرشادي:	36
الفصل الثاني: علاقة لغة الإشهار بالتنمية اللغوية لدى الأطفال.	

أولاً: التنمية اللغوية لدى الأطفال:	43
1. تعريف التنمية:	41
عرف مصطلح التنمية عدة تعريفات لغوية واصطلاحية:	41
أ. تعريف التنمية لغة:	41
ب. تعريف التنمية اصطلاحاً:	42
2. تعريف اللغة:	43

أ. تعريف اللغة لغة:	43
ب. تعريف اللغة اصطلاحاً:	44
3. تعريف التنمية اللغوية:	45
4. طرائق التنمية اللغوية:	47
ثانياً: أثر الملصقات الطبية في تنمية المهارات اللغوية.	49
1. تحليل الملصقات الطبية الموجهة للأطفال:	50
أ. ملصقات خاصة بالتنوعية بالنظافة والوقاية من الأمراض:	50
ب. ملصقات خاصة بالتطعيم والوقاية من الأمراض:	56
ج. ملصقات خاصة بالأمراض المزمنة:	65
د. ملصق خاص بالتغذية:	69
2. دور الملصقات الطبية في التنمية اللغوية:	73
3. سلبيات الملصقات الطبية:	74
الملاحق:	82
قائمة المصادر والمراجع:	89
فهرس الموضوعات	95
ملخص:	100

المُلخَص

تسعى هذه المذكرة إلى دراسة لغة الإشهار في الملصقات الطبية الموجهة لفئة الأطفال مع التركيز على أبعادها اللغوية والتربوية، من خلال الكشف عن خصائصها الأسلوبية وأثرها في تنمية القدرات اللغوية لدى الطفل.

ركزت هذه الدراسة على تحليل عينة مختارة من الملصقات الطبية قصد الوقوف على طبيعة اللغة المستعملة، ومدى ملاءمتها للفئة المستهدفة من خلال لغة مبسطة، مشوقة، وموجهة وظيفيا، ومدى مساهمتها في ترسيخ المفاهيم اللغوية الأساسية لدى الطفل.

كما أن لغة الإشهار، عندما توظف بطريقة مدروسة، يمكن أن تكون وسيلة فعالة في التنقيف الصحي، ودعم النمو اللغوي للطفل، شريطة أن تراعي مستوى المتلقي من حيث اللغة والمحتوى البصري، وتوصي الدراسة بضرورة اعتماد الملصقات الطبية كوسيلة تربوية مساندة في المؤسسات التعليمية، والصحية، والعمل على تطوير محتواها بشكل يخدم التنمية اللغوية والمعرفية للطفل في آن واحد.

الكلمات المفتاحية: الإشهار - الملصقات الطبية - الطفل - التنمية اللغوية - التوعية الصحية - التحليل اللساني - التحليل الأيقوني.

Abstract:

This thesis aims to study the language of advertising in medical posters targeted at children, with a focus on its linguistic and educational dimensions. It seeks to uncover the stylistic features of these posters and their impact on developing children's language abilities.

The study concentrates on analyzing a selected sample of medical posters in order to examine the nature of the language used and its suitability for the intended audience. This is evaluated through simplified, engaging, and functionally oriented language, and how it contributes to reinforcing basic linguistic concepts for children.

The research highlights that when advertising language is used thoughtfully, it can serve as an effective tool for health education and for supporting children's language development—provided it takes into account the audience's level in terms of language and visual content. The study recommends adopting medical posters as a supportive educational tool in schools and healthcare institutions, and emphasizes the importance of enhancing their content in ways that promote both linguistic and cognitive development in children.

Keywords: Advertising – Medical Posters – Child – Language Development – Health Awareness – Linguistic Analysis – Iconic Analysis.