مجلة الباحث – المدرسة العليا للأساتذة الشيخ العلامة مبارك بن محمد إبراهيمي الميلي الجزائري – بوزريعة – الجزائر

المجلد: (18)	العدد: (03)	السنة: 2026	صفحات المقال: 548–562	ISSN :9577 - 1112	EISSN : 2602 -5388

استراتيجيات الإقناع في الخطاب الرقمي غير الأدبي
(الإيتوس والباتوس واللوغوس، في المنشورات الفيسبوكية)

PERSUASION STRATEGIES IN NON-LITERARY DIGITAL DISCOURSE (ETHOS, PATHOS, AND LOGOS IN FACEBOOK POSTS)

د. شيماء زيزي

مخبر الدراسات اللغوية والأدبية، جامعة 8 ماي1945، قالمة، الجزائر

zizi.chaima@univ-guelma.dz

تاريخ الإرسال: 2025/04/24 تاريخ القبول: 2026/07/02 تاريخ النشر : 2026/09/30

ملخص:

شهد العالم، في ظل انتشار التكنولوجيا ورواج الشبكة العنكبوتية، تحولات جذرية مست مختلف المجالات، بما فيها الخطابات الأدبية وغير الأدبية، التي انتقلت من عوالمها المحدودة إلى فضاءات رقمية مفتوحة تتجاوز حدود الزمان والمكان. وقد أدى هذا التزاوج بين الخطاب والرقمية إلى ظهور ما يُعرف بالخطابات الرقمية، وهي خطابات حجاجية يسعى من خلالها المرسل إلى التأثير في المتلقي وإقناعه بفكرة معينة. كما يتميز التواصل الحجاجي الرقمي بإتاحة المجال للمتلقي للمشاركة الفعالة من خلال التعليق والإعجاب والمشاركة. وتهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على استراتيجيات البلاغة الحجاجية في الخطابات الرقمية، ومما لاشك فيه أيضا أن التغيير الذي مس الخطاب الحجاجي والإقناعي أثناء ارتحاله إلى المنصات دفعنا صوب طرح بعض التساؤلات ولعل أهمها:

هل ساهمت الخطابات المنشورة في المنصات على التأثير(الاقناع) في الرواد المرتادين لها على عكس ذي قبل؟ أم لا؟ هل تمكنت المنشورات الفيسبوكية الحجاجية من إقناع المتلقي الافتراضي على ترك ومقاطعة القنوات التلفزيونية والمنتوجات المساهمة في دعم الاحتلال بشكل علني ضد أهلنا في غزة؟.

الكلمات المفتاحية:

الحجاج، التكنولوجيا، الخطاب الرقمي، خطاب غير أدبي، المنشورات الفيسبوكية، منصات التواصل الاجتماعي

Abstract:

The world has witnessed radical changes and updates in all fields and domains of knowledge due to the spread of technology and the prevalence of the internet. This development has compelled these domains, including both literary and non-literary discourses, to leave their confined and limited worlds and move towards the expansive, limitless reaches of the cosmos, space, and time. It is evident that these new realms have become an integral part of our lived reality and our future framework. Therefore, it is impossible for these discourses to remain unaffected by such changes. This incursion or fusion between (literary and non-literary) discourse and the digital realm has resulted in the emergence of new forms known as digital discourses. These are argumentative discourses in which the speaker or sender seeks to influence the receiver in order to persuade them to adopt or abandon a particular idea. Today, the argumentative communication occurring between both parties is characterized by numerous features, the most important of which is the opening of a channel for the receiving audience to engage in active and productive participation, whether through commenting, liking, or sharing. It is undeniable that our study aims to shed light on the rhetorical and persuasive strategies of digital discourses. It is also certain that the changes affecting argumentative and persuasive discourse during its transition to platforms have prompted us to pose some questions. Perhaps the most significant of these are:

المجلد: (18)	العدد: (03)	السنة: 2026	صفحات المقال: 548–562	ISSN :9577 - 1112	EISSN : 2602 -5388

Have the published discourses on platforms contributed to influencing (persuading) the users who frequent them, as opposed to before? Or not? Have Facebook's argumentative posts succeeded in convincing virtual recipients to abandon and boycott television channels and products that openly support the occupation against our people in Gaza?

Keywords:

Argumentation, Discourse Digital, Discourse Non-Literary, Facebook Posts, Social Media Platforms, Technology.

1. مقدمة:

فرضت شبكة الإنترنيت في الآونة الأخيرة وجودها و سلطتها على جميع المجالات والفنون المعرفية و الإبستمولوجية و لم يكن الخطاب بمنأى عن هذا التأثير أو التجدد بل بات عليه من اللازم خوض غمار التجريب؛ عبر الانفتاح على عالم الحاسوب وآلياته وتقنياته لاستكناه أسراره وخباياه، أو الاندماج وعالم الفضاءات السديمية و الكواكب المفتوحة وغير محدودة الزمان والمكان، هذه المواكبة نابعة من كون هذه العوالم الافتراضية باتت جزء لا يتجزأ من واقعنا المعيش و من منظومتنا المستقبلية أيضا، فنتج على إثر هذا التطور خطابات رقمية جديدة والتي لا تتشكل ولا تنشأ ولا تتجلى ولا تتمظهر للمتلقي إلا عبر شاشة الحاسوب أو الهاتف المحمول، فأصبح القارئ بفضل هذه الميزات التي أتاحتها منصات و شبكات التواصل الاجتماعي جزءا فاعلا و فعالا في إنتاج هذه الخطابات أو في إعادة صياغتها بما يتواءم وتوجهه و بما يتلاءم وأفكاره ورؤيته الخاصة، فخرج من القوقعة التي حصر فيها لسنوات طوال لأن دوره كان منوطا قبل ذلك على الاستهلاك والمشاهدة و التلقي في حين نلفي بأن دوره الآن تعدى تلك المرحلة إلى التعليق اتجاه ما يعرض وما ينشر فيعبر عن رأيه أو موقفه متحررا بذلك من الجمود و الثبات الذي فرضه الحامل الورقي قبل ذلك، أو قد يكتفي بترك بصمة أو أثر من خلال ترك علامة الإعجاب أو الدهشة أو الرفض من خلال الرموز الأيقونية المتاحة تحت المنشور أو بمشاركة المنشور في صفحة أو في صفحات متفرقة لتعريف أصدقائه بهذه المعلومة التي لاقت إعجابه، وقد وجد بعض الأفراد في مواقع التواصل الاجتماعي– التي أصبحت سلطتها فوق كل السلطات– المنفذ الوحيد والملاذ المناسب والحل الأمثل للتعبير عن أفكارهم ورؤاهم وبما يتناسب وإيديولوجياتهم ومذاهبهم وقناعاتهم الخاصة، وبعد أن ينخرط الفرد يفتح حسابا له على هذه المنصات التي يصبح بموجبها متحررا من أي قيود تكبله ومن أي حصار يضيق الخناق عليه، فيطرح أفكارا تثير جدلا أو نقاشا بين الجماهير المتابعة، ومما لاريب فيه أنه يسعى من خلالها إلى إقناع القارئ بتبني قضية أو فكرة معينة أو بتسليط الضوء عليها، كما قد يدعوه أيضا للتخلي عنها، واقتناع القارئ هنا مرهون بمدى نجاح الباث أو المرسل في إنشاء حجج دامغة وفي صياغة براهين مقنعة، ولعل هذا ما يعرف لدينا بالخطاب الرقمي الحجاجي و هو موضوع بحثنا واشتغالنا بحيث سنعكف على تبيين أشكال الحجاج من إيتوس وباتوس.

المجلد: (18) | العدد: (03) | السنة: 2026 | صفحات المقال: 548–562 | ISSN :9577 - 1112 | EISSN : 2602 -5388

ولا مندوحة من الإشارة إلى أن هذه الورقة البحثية تسعى إلى تسليط الضوء على بعض النماذج المنشورة على منصة الفيسبوك سواء التي ندد من خلالها أصحابها إلى مقاطعة المنتوجات الإسرائيلية لبشاعة ما ترتكبه من جرائم في حق الشعب الفلسطيني، وسواء المنشورات الساخرة من الإعلام الداعم للباطل، فلجأ العالم بذلك إلى الفيسبوك لكونه الإعلام البديل للقضية رغم خوارزميتها التي تحجب كل المنشورات الداعمة و المساندة والفاضحة لأعمال الكيان الصهيوني، كما وتطمح دراستنا هذه إلى الإجابة على الإشكاليات التالية:

-إلى أي مدى تمكنت هذه الخطابات الحجاجية من التأثير في المتلقي؟ وهل استطاعت إقناعه أم لا؟

-ما الفرق بين الخطاب الحجاجي التقليدي والرقمي؟ وما هي آلياته الجديدة؟

2. مفاهيم ومصطلحات: نتطرق في بداية هذا البحث إلى جملة من المصطلحات ولعل أهمها:

2-1- مفهوم الحجاج:

أ-لغة:

ينحدر مصطلح الحجاج من الجذر اللغوي "حَجَجَ" وقد وردت هذه اللفظة في لسان العرب فـــ:" يقال حاججته، أحاجَهُ حجاجًا، ومحاجَة حتى حجَجْتُهُ أي غلبته بالحجج التي أدليتَ بها و الحُجة الدليلُ و البرهانْ.[1]" ويحيل معنى الحجاج هنا إلى الحوار أو النقاش أو التلاسن السجالي الحاصل والدائر بين طرفين أو شخصين، بحيث يروم كل طرف إلى إثبات مدى صدق القضية التي ينافح لأجلها أو يدافع عنها، إذ يحاول كل واحد منهم في خضم هذا الصدام أو الصراع الفكري صياغة أدلة وبراهين مقنعة تعبر عن فصاحة الخطيب أو عن مدى تمكنه لغويا، فينتقي ويختار الكلمات والعبارات الملائمة و التي تسهم بطبيعة الحال في تفوق طرف لصالح الطرف المقابل.

ب-اصطلاحا:

ظهر هذا المصطلح قديما عند العرب من خلال المناظرات الفكرية التي كانت تقام بين الشعراء في الأسواق (كنقائض الجرير والفرزدق و الأخطل) ولا يخفى على ذي نهية بأن هؤلاء الشعراء قد أعربوا عن تفوقهم وتميزهم لغويا، فالحجاج هو أداء لغوي يستمد وجوده وحضوره ونشاطه وأدائه من الظروف المحيطة الخاصة بعملية التخاطب، وهو حسب رأي أحد الباحثين:" جنس خاص من الخطاب، يبنى على قضية أو فرضية خلافية، يعرض فيها المتكلم دعواه مدعومة بالتبريرات، عبر سلسلة من الأقوال المترابطة ترابطا منطقيا قاصدا إلى إقناع الطرف الآخر بصدق دعواه و التأثير في موقفه أو سلوكه اتجاه القضية"[2] يتأسس هذا الخطاب إذن حول الصراع أو الصدام القائم بين طرفين أو شخصين، بحيث يهدف كل واحد منهما إلى التعريف بالقضية المطروحة أو الفكرة المطروقة التي تثير خلافا، ويحاول كل طرف -عبر هذا الطرح- دعم قضيته بحجج و أدلة مقنعة أو ببراهين منطقية، ومما لا يغرب عن أحد بأن المرسل لكي يلفت انتباه المتلقين أو يقنعهم بصدق الفكرة فإنه يلجأ

المجلد: (18)	العدد: (03)	السنة: 2026	صفحات المقال: 548–562	ISSN :9577 - 1112	EISSN : 2602 -5388

إلى استثمار كل ما ينفعه وكل ما يخدمه ويخدم فكرته وهذا ليزيد من نسبة قبولها في نفوس المتلقين، فنجده أحيانا مثلا يستدل بأقوال القدامى من شعراء وفلاسفة والتي تحمل بطبيعة الحال عبرة أو حكمة أو حتى رأي يتناسب وما تم تناوله، وهناك نوعان أيضا من الحجاج؛ الأول والذي لابد لصاحب المحاجة أن يلتزم فيه بالقواعد والقوانين دون أن يتجاوزها أو يتمرد عليها أو يخرج عن نطاقها، أما الثاني فيستطيع صاحب الحجاج أن يتحرر فيه من القيود المفروضة التي تكبله وتضيق الخناق عليه، فيتمرد عليها ويعتمد على أي طريقة أو يسلك أي نهج يريده هو لإيصال الفكرة إلى ذهن القارئ بصورة سليمة وواضحة ومؤثرة.

2.2. الإقناع:

لا يستطيع صاحب الفكرة أن يحقق هدفه المنشود ما لم يكن هناك طرف ثاني يستمع إليه وينصت له، فهو يسعى منذ طرح القضية الخلافية والتي أرسى دعائمها بحجج وأدلة لإقناع المتلقي أو السامع بالموضوع المطروح أو بالفكرة المطروقة، وإذعان القارئ واستسلامه وانقياده لكل ما يطرح من قبل الباث – المالك لسلطة الخطاب– راجع لقدرته في إدارة الحديث وفي التحكم في زمام الحوار والتواصل، كما لابد أن تتوفر فيه مجموعة من الشروط ليحظى بقبول المتابعين كأن يكون مثلا ملما و عارفا ومالكا لعدة معرفية فكرية ثقافية ولغوية، هذه الخلفية الذهنية تسمح له بلفت انتباه أو جذب المتلقي إليه فـــ:" الإقناع والحجاج جزئين من عملية واحدة و لا اختلاف بينهما إلا في التوكيد ... بمعنى أن الحجاج يولي أهمية خاصة للدعاوي المنطقية و يهتم أيضا للدعاوي الأخلاقية و العاطفية أما الإقناع فينعكس على التوكيد الذي يبطل ضده."[3] فالحجاج والإقناع يمكن اعتبارهما جسمان مختلفان، متناقضان في الطبيعة إلا أنهما يتكاملان عملا، فلا يستطيع الخطيب أن يقدم أدائه إلا في ظل وجود الطرف الثاني وغيابه يعني إخفاق أو فشل عملية التخاطب.

وقد برزت هذه الأشكال منذ القدم بداية عند الغرب، أي منذ الفلسفة اليونانية الأرسطية، ونظيرا لذلك نجد بأن أرسطو قد تمكن من التأسيس لنظريته الحجاجية بل وقام أيضا بوضع الضوابط والشروط والقواعد التي يجب أن تتوفر وتتوافر في عملية التخاطب، كما ميز بين نوعين من الحجج؛ الصناعية وغير الصناعية، فالأولى منها تتسم بالأصالة و الابتكار و التميز والتفرد لأنها من بناة أفكار وصنيع مخيلة الخطيب الذي يعكف من خلالها إلى إقامة حوار أو تواصل مع المتلقي، في حين نجد بأن الثانية هي نقيض الأولى، فالباث فيه لا يحاول التأسيس لخطاب جديد لأنه تم إنشائه مسبقا في قالب جاهز للاستعمال و التداول، و لم يقف عن هذا الحد من التفريع بل تعداه إلى تقسيم الحجج الصناعية إلى ثلاثة عناصر وأطلق عليها تسمية (الخطيب، السامع، القول) وما يهمنا في هذا المقال هو الإيتوس والباتوس كما ولا نغفل الدور المهم الذي يؤديه اللوغوس.

المجلد: (18) | العدد: (03) | السنة: 2026 | صفحات المقال: 548–562 | ISSN :9577 - 1112 | EISSN : 2602 -5388

3. الإيتوس:

تبلور مفهوم الإيتوس واحتل مكانة هامة وموقع مميز في الأبحاث والدراسات الغربية ولاسيما عند أرسطو الذي نظر لهذا المبحث وأكد في خطابته على الدور الذي يضطلع الخطيب بتأديته، فهو أساس أو قوام نجاح عملية التخاطب، واستقطاب المتابعين غير مرهون بأدائه اللغوي فحسب بل لابد أن تتوفر فيه مجموعة من الخصال الحميدة و النبيلة، فالخطيب يضطلع بتأدية :" دور مهم في نظرية أرسطو الخطابية، إذ يجب عليه أن يكون موضع قبول من لدن المتلقي، لذا عليه أن يتوفر على قدر مهم من الحكمة وسداد الرأي وحسن الأخلاق، ذلك أن القائل هو خلق يكسب المقولة "مصداقية"، ويفر في الحركة الحجاجية عنصر " الثقة" و هو عنصر خارج الاستدلال، لكن له دوره في تحقيق عملية الإقناع."[4] أكد أرسطو بذلك على الجانب الأخلاقي الذي لا بد أن يتسم به الباث المرسل الساعي ليكون قادرا بذلك على استمالة المتلقي بإقناعه وإثارة عواطفه ودغدغة شعوره بالصورة التي يصنعها لنفسه، وعلى قدر إجادته للترويج لهذه الصور التي تنم عن مدى إلمامه وامتلاكه لثقافة وشيم رفيعة على قدر ما يكون أهلا لهذا النقاش، ويشترط أيضا أن تتسم أقواله بالصدق ليكسب ثقة المتلقي فيتأثر به ويتبنى كل ما يطرحه وما يعرض من قبله، و أي خطأ ينبع من شخصه سيسهم لا محالة في زعزعة تلك الصورة التي بناها في ذهنه ومخيلته فيصبح من الصعب إرضائه لأن عنصر الثقة اختل، ولأن عنصر الاستهجان حل مكان عنصر الإعجاب، كما يصبح خطابه محل نفور و ملل، و أي قول منه يحتمل التصديق أو التكذيب لأن أفعاله لا تؤتمن، ولا ريب من أن هذا سيؤدي إلى خلق فجوة أو هوة أو ثغرة كبيرة أو فشل في بناء عملية الخطاب الحجاجي، وقد حدد أرسطو مجموعة من الخصال التي ينبغي أن تتوفر في كل خطيب ألا وهي:"

أ–الفطنة: إنها خاصية ذلك الذي يشاور جيدا، والذي يزن جيدا الايجاب والسلب إنها حكمة موضوعية عقلية بارزة.

ب–الاستقامة: إنها صراحة لا ترهب تبعاتها، أو تعبر عن نفسها بمساعدة نيات مباشرة وهي مبصومة بإخلاص مسرحي.

ج–اللطافة: يتعلق الأمر بعدم التصادم بعد التهيج، فلا بد أن تكون ودودا، وتشارك الملاطفة مع المستمعين".[5]

ويسهم عدم إلمام الخطيب بهذه العناصر كلها أو جزئها في نفور القارئ منه، فهو يقتنع بآراء وأفكار شخص يجمع في صفاته بين الدهاء والذكاء والفطنة وبين الموعظة والنصح والتوجيه والإرشاد والود والتواضع وحسن التصرف والمعاملة.

المجلد: (18) | العدد: (03) | السنة: 2026 | صفحات المقال: 548–562 | ISSN :9577 - 1112 | EISSN : 2602 -5388

4. الباتوس:

أولى أرسطو عناية خاصة بالإيتوس، وجعل دور الطرف الثاني محصورا في دائرة الاستقبال أو الخضوع أو الالتزام بكل ما يقوله الخطيب، وفي هذا الصدد يقول أحد المفكرين: " وليس يخفى أن الإيتوس (أخلاق الخطيب) حجة مهمة عند " أرسطو" على الحجتين الأخريين واعتبرها في سياق آخر من أقوى عناصر الإقناع"[6].

تعرض هذا العنصر الفاعل إذن إلى التهميش و الإهمال في الخطابة التقليدية، فهذا النوع الحجاجي يعكف من خلاله المتكلم إلى إحداث انفعال في نفوس السامعين سواء حب أو كراهية أو حقد بل والتأثير في مشاعرهم وأحاسيسهم وعواطفهم، بغية التسليم للقضية الخلافية الجدلية أو لتبني الفكرة المطروحة أو رفضها و الإحجام عنها، ولا يسعى الباث أثناء محاولة إقناع الطرف المقابل إلى استثمار أو توظيف الحجج الخاضعة لمنطق العقل والبعيدة كليا عن العاطفة؛ بل لا بد أن يراعي فيها خصوصيته وأحواله النفسية وظروفه الاجتماعية أو حتى مستواه ومقامه هذه المراعاة تكفل له نجاح عملية التخاطب، ولا يخفى على ذي نهية بأن الخطيب لا يلزم المتلقي أو يكرهه قسرا أو يحتم عليه أو يفرض عليه الإذعان أو التسليم لأقواله أو للقضايا التي يعرضها بل يميل إليها طواعية و رغبة منه، ولا يمكن إغفال أو تهميش دوره لأنه يعد عنصرا مهما و فاعلا في بناء العملية الحجاجية إلى جانب الإيتوس فـــ:" معرفة المتكلم بعواطف المخاطب ونوازعه وميولاته ورغباته وحسن استثمارها وتطويعها وتوجيهها الوجهة التي تخدم مقاصده على النحو الذي يجعلها أداة إقناع و تأثير، صارت ضامنة لتحقيق الإقناع المنشود."[7] و لكي يضمن المرسل نجاح العملية ينبغي له أن يلم بكل الجوانب النفسية، العاطفية، والتي ستترك تأثيرا و أثرا في المتابع لأنه أجاد نقل أحواله وأهوائه كما أبدع و أحسن تصويرها و رصدها.

5. الحجاج الرقمي غير الأدبي:

ظهر هذا الحجاج في العقد الأخير مع ظهور التكنولوجيا التي قلبت الموازين وغيرت حال العالم الذي أصبح يميل وينجذب إلى كل ما هو افتراضي، فشبكة الإنترنيت التي تمخضت من رحم الثورة التكنولوجية ساهمت بميزاتها العديدة في تقريب البعيد باختزال وتقليص المسافات، فجعلت من العالم كله يبدو كأنه قرية صغيرة بسبب سهولة التواصل والاتصال والنشر والاستخدام، فبإمكان أي فرد وهو في عقر داره أن يقيم حوار حي و مباشر مع جماعات أو أفراد من مجتمعات مختلفة ومن ثقافات و مذاهب و إيديولوجيات مغايرة و في أمكنة وأزمنة أخرى، وقد خلق كل مجتمع نمط معين من التواصل و الذي يتماشى بطبيعة الحال و البيئة التي ينتمون إليها لإيصال أفكارهم و للتعبير عن مشاعرهم و أحاسيسهم، فظهر ما يعرف بلغة الإيموجي والتي طغى استعمالها ورواجها في شتى أرجاء المعمورة ويستعين الفرد بهذه الرموز و الإشارات للتعبير عن حالاتهم سواء التي تعبر عن الحزن أو الاستهجان أو الرفض أو الغضب أو الدهشة، وعلى إثر ذلك أصبح الخطاب الحجاجي يقام بين المتكلم و المتلقي في منصات التواصل الاجتماعي التي راج وانتشر استخدامها في العالم قاطبة.

المجلد: (18)	العدد: (03)	السنة: 2026	صفحات المقال: 548–562	ISSN :9577 - 1112	EISSN : 2602 -5388

بعد أن ينضم الفرد إلى الفضاءات السديمية يفتح حسابا له بداخلها(كالفيسبوك مثلا)، فيصبح بموجبها خاضعا لخوارزميتها و منقادا لطبيعتها الرقمية، ويستطيع بعد هذا الانضمام أن يدرج منشورا سواء كان لفظيا فقط أو قد يجمع في منشوره بين العنصر اللفظي والأيقوني الصوري الثابت والمتحرك؛ وبمقدور أي شخص منخرط أن يضيف فيديو أو صورة دون أن يتسبب هذا في حدوث خلخلة للمعنى أو انزياح عن المقصود بل على العكس من ذلك فقد يضفي هذا الاقتران عليه بلاغة وجمالية جديدة، والاختلاف بين الحجاج التقليدي أو الرقمي يكمن في أن القارئ أصبح في ظل انفتاحه على هذه المنصة قادرا على إبداء رأيه أو موقفه اتجاه ما يعرض وما ينشر دون أي رقابة مسلطة يخضع لها، فيترك تحت المنشور تعليقا يعبر من خلاله عن إعجابه أو رفضه سواء من خلال كلمات أو عبارات تتناسب وطبيعة المحتوى المعروض أو قد ينشر صورة تابعة لها، أو قد يكتفي بترك أثر ليثبت وجوده من خلال الرموز الأيقونية أو بمشاركة المحتوى.

يعتمد الباث على جدارية الفيسبوك للتأسيس لعمليته الخطابية، وقد أسهمت هذه الأخيرة في إقامة حوار أو تفاعل أو مشاركة بين الأفراد لكونها متاحة للجميع دون استثناء، إذ تحتوي على كمية هائلة من المعلومات والمعارف المتفرقة و المختلفة باختلاف توجهات ناشريها.

6–الدراسة الميدانية:

اعتمدنا في دراستنا هذه على النماذج المنشورة عبر منصة الفيسبوك التي تم إنشائها سنة 2004 من قبل "مارك زوكربيرغ"، و قد حظيت بالتفات جماهيري ضخم بفضل الميزات التي تحتوي عليها، كسهولة كتابة ونشر المنشور أو كسهولة كتابة التعليقات التي يتفاعل فيها المتلقي في اللحظة نفسها مع المتكلم، وقد فتحت هذه الميزات آفاقا رحبة للتفاعل والمشاركة الايجابية.

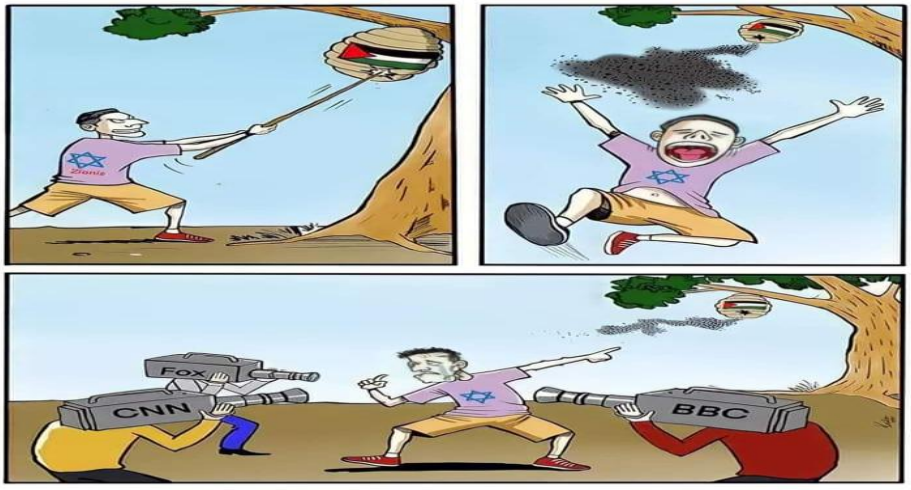
ووقع اختيارنا في هذه الورقة البحثية على المنشورات التي تخص القضية الفلسطينية والتي جمعت بين العناصر اللغوية وغير اللغوية:

- **التواصل اللفظي:**

يسعى صاحب المنشور أحيانا إلى نقل أو تمرير رسالة إلى المتلقي من خلال منشوراته التي كتبها على جدارية الفيسبوك والمتبدية له عبر شاشة الحاسوب أو الهاتف المحمول، ومعظم المنظمون إلى هذه المنصة يستعينون بـــ:" كل أنواع الاتصال التي يستخدم فيها اللفظ كوسيلة لنقل رسالة من المصدر إلى المتلقي."[8]، يستعمل إذن العنصر اللغوي في إيصال الرسائل الحاملة في باطنها خبايا وأسرار وشفرات ومغاليق، ليتلقاها المشاهد بعد ذلك عبر المنصة نفسها فيعمد إلى تحليل و تفكيك المعنى المقصود وتأويله وتشريحه لتبيين وتوضيح دلالاته العصية على الفهم والإدراك، وإذا تمكن الناشر من توظيف حجج دامغة وأدلة مؤثرة، فإن الطرف الثاني سيبدي مباشرة انفعال أو رد تلقائي، و قد وضعت عبارة فوق الصورة المنشورة والتي نحن بصدد تحليلها (**القصة الحقيقية لفلسطين وإسرائيل**).

المجلد: (18)	العدد: (03)	السنة: 2026	صفحات المقال: 548–562	ISSN :9577 - 1112	EISSN : 2602 -5388

صاحبت هذه العبارة صورة كاريكاتورية ساخرة والتي توضح لنا مقدار الألم والمعاناة والظلم والقهر الذي تعرضت له فلسطين لردح طويل من الزمن، ولاسيما في الآونة الأخيرة، فقد ارتكب في حقها مجازر دموية بل و إبادة جماعية وحشية بحيث تجرد فيها المحتل من إنسانيته عندما أباح لنفسه سفك دماء أهل غزة دون أن يفرق بين الكبير والصغير فأحرق وقتل ونكل و قصف، وحتى إن نفوا ذلك و كذبوا ما يقال فكفى بالصور المعروضة -شاهدا وبيانا- والتي عبرت لنا عن مقدار بشاعة و شناعة وسماجة وفظاعة الجرائم المرتكبة والتي تبكي العيون وتدمي القلوب، و بما أن الفيسبوك بات بمثابة إعلام جديد والذي يمارس من خلاله المجتمع نقد الأوضاع الاجتماعية والسياسية، بل وأحد الكواكب السديمية التي دأب من خلالها بعض الأفراد إلى التعبير عن مقاومتهم اتجاه هذا القمع المفروض على هذه المنشورات — التي تحذف تلقائيا- المساندة والفاضحة بشكل مباشر للقضية الفلسطينية، وقد لجأ البعض منهم في ظل هذا التعتيم أو السلطة القمعية الممارسة من قبل المنصات إلى خلق خطابات جديدة مشفرة و غير مفهومة وواضحة كالمنشورات الساخرة بحيث:" تعتبر السخرية الرقمية... قوة تعبيرية و تأثيرية، تعتبر ما بين الوسائطية شرطا أساسيا لإنتاج الأثر الساخر حيث يبقى الترابط بين مختلف الوسائط هو المفعل الأساسي لبلاغة السخرية التي تعتمد على تجميع ذكي و هادف للصور والنصوص و استعمال تقنيات إلكترونية ... وتهدف ...إلى تحليل ونقد الوضع الاجتماعي والسياسي و التعبير عن مقاومة الهيمنة ونقد الذات والقيم الثقافية، وإلى إشراك المتلقي سواء عبر استفزازه أو كسب تعاطفه أو دفعه للتفكير في الواقع من منظور جديد ومختلف."[9] و بات الخطاب الساخر الحجاجي ذو تأثير بالغ على المتلقي، لكونه يحمل في داخله رموز وشفرات أيقونية معبرة وقد زادتها الآليات و التقنيات الرقمية بلاغة وجمالية لم تكن معهودة من قبل و هذا ما سنلفيه في الصورة التالية:[10]



المجلد: (18)	العدد: (03)	السنة: 2026	صفحات المقال: 548–562	ISSN :9577 - 1112	EISSN : 2602 -5388

تظهر لنا في الصورة شجرة وعلى أحد أغصانها بيت نحل(غزة) موضوع فوقه علم فلسطين، و أسفلها رجل بملامح بشعة و قبيحة كما يظهر الشر والغدر على محياه، هذا من الناحية الجسمانية، ثم يظهر وهو ممسك لعصا وضاغطا على المنزل مفجرا إياه وعلى قميصه نجمة علم المحتل zionis، هذه اللفظة التي تم تداولها بين الدول العربية للتعبير عن عدائهم وكرههم الشديد لهذا الكيان الغاشم بل ورفضهم الشديد للإقرار بوجودها، فهي حسب البعض زائدة استعمارية غير شرعية، وبعد أن حطم المنزل راح يبكي ويشتكي ويدعي ممثلا أنه مظلوم للقنوات التي أرادت صنع صورة بريئة لهم وبأنهم يدافعون فقط عن حقهم في تنظيم دولة متناسين وغاضين الطرف بذلك عن ميثاق الصحافة والإعلام.

ويكمن هذا العهد في مصداقية نقل الواقع بحذافيره دون تحريف أو تزوير ليكسب احترام وثقة الجمهور إليه، وإذا غابت هذه المبادئ و الأخلاقيات اختل الميزان وكسر حاجز الإعجاب وحل محله الاستهجان والنفور، فلطالما ادعت هذه القنوات الفضائية المعروضة في الصورة بأنها ذات مبادئ وقيم لكونها ملتزمة بأخلاقيات المهنة الصحفية التي تلزمها حسب تصريحاتها بنقل الحقيقة والواقع بحيادية دون انحياز لأي طرف، غير أننا رأينا عكس ذلك تماما مع تكالب العدوان و تصاعد الجرائم المرتكبة من قبل الكيان الصهيوني على غزة الأليمة، فسقطت الأقنعة وتبخرت الشعارات وظهر الوجه الآخر للإنسانية، فأثبتت للعالم بأن كل ما نادت به هو مجرد تلفيق وادعاء كاذب لأنها تسعى إلى خدمة مصالحها الذاتية لا غير، كما أبانت عن موقفها الداعم و المؤيد لإسرائيل لحظة نشرها لأحداث وقائع كاذبة، فأعربت عن تضامنها اتجاه التمثيلية غير المؤسسة على سيناريو صحيح من قبل الكيان الصهيوني وتجاهلت كل ما يحدث في أرض فلسطين وما يرتكب في حقها من قتل وسفك و انتهاك لحقوق الإنسانية وحقوق الطفل أيضا الذي عانى وتجرع وكابد الويلات فتيتم وجاع وقتل وتقطعت أشلائه الصغيرة وبدل أن يمنح شهادات تعليم منح شهادة وفاة ويتم وقهر، كما ودمرت وقصفت المستشفيات والمساجد والمنازل والمدن والحارات وتحولت إلى دمار ورفات، ولا مشاحة من أن هذا الخطاب الصوري الحجاجي صور وبين وكشف وأسقط أقنعة هذه القنوات التي تتكلم بلسان المستعمر الساعي –عبر سياسته التدميرية والتقتيلية– إلى إثبات صورة معاكسة للعالم مع أن كل شيء بات اليوم واضحا ومكشوفا للجميع.

أ– إضافة تعليق:

أتاحت منصة الفيسبوك فرصة إضافة التعليقات لإثبات حجة هذا المنشور، وهذا التعليق يكون إما عبر التعبير بالكلمات أو بالصور أيضا، فنحن نعيش اليوم في عصر يعرف بعصر الصورة التي تعوض ألف كلمة، فحين تعجز اللغة عن أداء المعنى تحل الصورة محلها لتعوض النقص أو تكمل المعنى، فالصورة إذن:" تحمل دلالات مختلفة وتنقل لنا رسائل متعددة ذات رموز محددة يصعب فهمها و تحليلها إلا إذا عرفنا فك رموزها."[11] كما أنها تؤثر في المتلقي

المجلد: (18) | العدد: (03) | السنة: 2026 | صفحات المقال: 548–562 | ISSN :9577 - 1112 | EISSN : 2602 -5388

لكونها تعكس الواقع وتختزله في لقطة واحدة عبر تجسيد الحدث ورسمه بحذافيره، وألوانها التي تتربع على عرش أشكالها تجذب المتلقي وتغريه بمفاتنها وتناديه ليحللها ويكشف عن دلالتها.

فتح الفيسبوك للقارئ مجالا رحبا وآفاقا واسعة للمشاركة الفعالة و المنتجة، فدوره كان مقتصرا قبل ذلك على المشاهدة والتلقي السلبي فحسب أما اليوم فبات من اللازم عليه التفاعل مع المنشور عبر الخاصيات المتاحة، وقد لاقى المنشور الساخر الذي وقع اختيارنا عليه تفاعلا كبيرا بين المتلقين لأنه منشور في صفحة أجنبية ، فتراوحت الردود بذلك بين من يوافق هذه الصور وبين من يفندها ومن أمثلة التعليقات:







كما استعان صاحب الصفحة بصورة مؤثرة تحمل معان ودلالات كثيرة، فأطفال غزة يتعرضون للقتل دون رحمة أو رأفة بهم لصغر سنهم، فقد انتهك هذا الاحتلال حقوق الطفل التي طالما سمعنا العديد من الدول تنافح وتدافع عنها، ولكن ورغم الصور التي نشاهدها ونطالعها يوميا لأطفال قطعت أجسامهم إلى أشلاء، وأجسادهم إلى بتر وجروح وإصابات وإلى مجازر شاهدوها وعايشوها ولا ريب من أنها أثرت فيهم وعلى مشاعرهم، فنبت الخوف ودب الرعب في نفوسهم، فحرموا من حقهم في ممارسة طفولتهم بعيدا عن جرائم القتل والحرق والانتهاك، كما حرموا من حقهم في امتلاك هوية تضمن لهم حقوقا كالدراسة وسماع صوت صفارات انتهاء الدرس لا صفارات الإخلاء والإنذار وضربات الدبابات وأزيز الطائرات، ومن حقهم أيضا أن يعيشوا في بلدهم وفي أرضهم بأمن وأمان واستقرار وسلام بعيدا عن أجواء الحروب والنزاعات، وبعيدا عن القهر والمعاناة واليتم

المجلد: (18)	العدد: (03)	السنة: 2026	صفحات المقال: 548–562	ISSN :9577 - 1112	EISSN : 2602 -5388

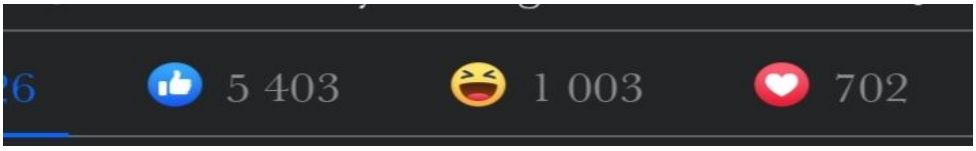
فقد فقدوا الأهل والأحباب والإخوة والمأوى والسقف، و ذاقوا وتجرعوا الويلات وعرفوا معنى المأساة وهم في عمر صغير، و لم يتحرك أحدا لإيقاف ما يحدث هناك. وقد تفاعل مع هذه الصورة أيضا عدد كبير من المتلقين حوالي (200رمز أيقوني) أو بالتعليق اللفظي، وقد أدت هذه الصورة وظيفتها الاقناعية.



وما نلحظه في الخطاب الرقمي الحجاجي هو غياب اسم الخطيب أو رتبته أو مقامه أو هويته، والذي كان قبل ذلك يسعى إلى صنع صورة إيجابية بغية التأثير في المتلقي السامع، فباتت لغته فقط هي الظاهرة عبر هذه الفضاءات وهذا ما ألغى سلطة الخطيب على الخطاب، فاستوى مقام المتكلم والمتلقي.

- **التفاعل الأيقوني (الرمزي):**

يندرج هذا النوع ضمن أحد أنماط التواصل غير اللفظي، وقد شهد هذا النوع استخدام واسع في شتى أرجاء المعمورة من قبل مستخدمي منصة الفيسبوك بسبب سهولة الاستعمال، ويلجأ الفرد إلى هذه الأيقونات الرمزية لتدعيم اللغة اللفظية ولكونها أكثر دلالة على الحالة التي يمر بها الشخص (من حزن وفرح وغبطة و دهشة...) و قد حصد هذا المنشور على ما يقارب (7326) وهو عدد لا يستهان به، وهناك من فعل زر الإعجاب واللايك (5403، 702) لموافقته رأي صاحب المنشور، فصورته عكست ما يشعرون به هم أيضا، وهناك من ضحك على هذا المنشور لأنه أيد ما نشر في الصورة وهناك من لم يؤيد الفكرة.



المجلد: (18) | العدد: (03) | السنة: 2026 | صفحات المقال: 548–562 | ISSN :9577 - 1112 | EISSN : 2602 -5388

ب– المنشور الثاني:

وهو عبارة عن فيديو منشور عبر منصة الفيسبوك في شكل (reels)، والذي يدعو من خلاله إلى مقاطعة المنتوجات كوسيلة لمساندة القضية الفلسطينية التي ترزح تحت يد استعمار لا يرحم والتي تئن مستغيثة لإنقاذها من الإجرام الذي يرتكب في حقها، وكأداة ضغط على الكيان للتوقف عن المجازر الدموية الأليمة، وقد صاحب هذا الفيديو عبارة (هل تحمل طعم الدم في فمك) هذا السؤال ليس موجه للاحتلال بل للعالم بأجمعه، فهذه المنتوجات المصنوعة والمنتجة من قبل الكيان تسهم في توفير مقابل مادي لقتل أهل غزة وأطفالها الأبرياء، فقد صرح ي"وآن غالانت "قبل هذه المجزرة بأن 12 مليار و 500مليون من الإصدارات الموزعة25% منها تم تصديرها إلى الدول العربية أي حوالي 3 مليون دولار، و بطبيعة الحال سيسهم هذا المبلغ في شراء أكبر عدد ممكن من الأسلحة و الآلات العسكرية، و قد لقيت دعوى مقاطعة المنتجات آذانا صاغية من قبل بعض المجتمعات التي عمدت إلى إيجاد بدائل له، وقد صاحبت كل صورة منشورة من منتوجات(كوكاكولا، بيبسي، ماكدونالز، kfc) بركة من الدم أو بقع متناثرة أو أيدي معبئة بالدماء وأخرى صاحبت أسلحة و آلات[12] عسكرية (قنابل ، رصاص ، دبابات)،









المجلد: (18) | العدد: (03) | السنة: 2026 | صفحات المقال: 548–562 | ISSN :9577 - 1112 | EISSN : 2602 -5388

وقد أجاد صاحب الفيديو نقل هذه المقاطعة بصور معبرة صادقة عكست الواقع، وبمونتاج احترافي بارع صور كل المنتوجات التي يستهلكها الكثير من الناس في العالم دون أن يدري البعض منهم أن هذه المنتوجات تسهم في دعم كيان تخلى عن معاني الإنسانية فأهدر وسفك الدماء دون الشعور بأي ذنب بحجة أنه يدافع عن حقه في امتلاك أرض ليست ملكا لهم، هذا التصوير أثر حتما وسيؤثر في نفوس المتلقين الفيسبوكيين وقد حصدت على ما يقارب (12068) إعجاب، و(146) تعليق، و(82091) مشاركة، هذه الأعداد الضخمة ستحقق حتما الهدف المنشود، و لاسيما عدد المشاركات الذي سيلعب دورا كبيرا في نقل هذه المقاطعة لإيصالها إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير الافتراضية المتابعة والمترقبة لكل جديد بخصوص هذه القضية الفلسطينية، والذي استنكر فيها كل شخص يحمل صفة الإنسانية في قلبه هذه الأفعال الوحشية.

أسهم هذا الخطاب الصوري الحجاجي الذي أحسن من خلاله صاحبه تصوير المجازر الدموية أو الإبادة الجماعية التي يقوم بارتكابها الاحتلال الصهيوني دون أن يتعرض إلى أي عقاب أو توقيف من لدن منظمات حقوق الإنسان، ومن الأكيد أن هذه البراهين المقنعة ستؤثر وستقنع العديد منهم إلى انتهاج مبدأ المقاطعة وعدم شراء أو استيراد كل بضائعهم وعسى أن تقاطع هذه المنتوجات حتى يتوقف المحتل عن ما يفعله.

أجاد وأحسن أصحاب المناشير السابقة التأثير في الزوار الافتراضيين؛ سواء بتعرية أو بكشف أقنعة أصحاب القنوات التلفزيونية التي كانت فيما سبق تدعي الأخلاق والمثاليات، وسواء بردع أو دعوة الخطيب أو صاحب المنشور للزوار والمرتادين للفضاءات للتوقف عن شراء واستهلاك المنتوجات التي تدعم الاحتلال بشكل علني ومباشر عبر تصريحاتهم، وقد لبى الكثير منهم الشعارات الداعية إلى التوقف ولعل الوعي يزداد يوما بعد يوم حول هذه المقاطعة.

7- خاتمة:

ونشدانا للغايات السابقة يمكن القول أننا قد توصلنا في الأخير إلى جملة من النتائج أهمها:

- إن الاهتمام بالبلاغة الخطابية لم يكن وليد الزمن الحاضر، بل له امتدادات وجذور منذ الفلسفة اليونانية الأرسطية.
- عمل أرسطو منذ تأسيس نظريته الحجاجية إلى وضع الأسس والقواعد والشروط التي تتحكم وتضبط وتسمح وتساهم في نجاح العملية التخاطبية.
- قسم أرسطو الحجج الصناعية إلى ثلاث عناصر(الخطيب، السامع، القول)، ولا يمكن أن نغفل أي عنصر من هذه العناصر، فكل عنصر له الدور الذي يضطلع بتأديته، فصاحب الصفحة الأجنبية(الخطيب) مثلا وضع المنشور الصوري(القول)، ثم ترك الحرية للمتلقي(السامع) ليفصح عن رأيه اتجاه المعروض.

المجلد: (18)	العدد: (03)	السنة: 2026	صفحات المقال: 548–562	ISSN :9577 - 1112	EISSN : 2602 -5388

- اختلف الحجاج المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي عن الحجاج التقليدي لأنه ألغى سلطة المخاطب أو اسمه أو صورته التي كانت قبل ذلك تسهم في نجاح عملية التخاطب.
- يخضع الحوار أو التواصل المقام في الفيسبوك لعدة أشكال: إما ان يكون تواصلا لفظيا من خلال خاصية التعليق أو كتابة المنشور، في حين نلفي بأن التواصل غير اللفظي يستخدم فيه الصور أو الرموز الأيقونية أو الإيحاءات البصرية.
- إن الخاصيات التي أتاحتها منصة الفيسبوك (تعليق، مشاركة، إعجاب) فتحت فرصة للمتلقي لكي يتفاعل ويعرب عن رأيه وموقفه اتجاه ما يعرض وما ينشر، ومما لاشك فيه أيضا أن الزائر الافتراضي يتأثر في الكثير من الأحيان بما ينشر فيوافق صاحب المنشور على فكرته ويتخلى حتى في المقابل عن الفكرة التي كانت لديه.

8– هوامش:

[1] – ابن منظور: لسان العرب (2000)، ط1،ج2، بيروت، دار صادر، ص 228.

[2] – محمد العبد:(2002) النص الحجاجي العربي –دراسة في وسائل الاقناع– ، فصول مجلة النقد الأدبي، مصر، ع20، ص 44.

[3] – المرجع نفسه: ص 43.

[4] – عبد الكريم بن عطية: تجليات الإيتوس في شعر المصنفات (2013)، ط1، الأردن، عالم الكتب الحديث ،ص 138.

[5] – كمال الزماني : الحجاج بالإيتوس في الخطاب السياسي (2019)، ط1،الأردن، عالم الكتب الحديث، ص 26.

[6] – حاتم عبيد : في تحليل الخطاب(2013)، ط 1، عمان، الأردن، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع ،ص 93.

[7] – كمال الزماني : الحجاج بالإيتوس في الخطاب السياسي، ص 11.

[8] – حسن عماد مكاوي : الاتصال ونظرياته المعاصرة (1998)، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص 26.

[9] – محمد مفضل : السخرية في الثقافة الرقمية (دراسة ثقافية للخيال النثري للقيم الثقافية ولفلسفة اليومي على الفيسبوك) 2014، ط ، الرباط(المغرب)، دار أبي رقراق للطباعة والنشر، ص 167.

[10] – صورة الخطاب الرقمي غير الأدبي: تدوينة منشورة على صفحة الفيسبوك: ***relax its only art*** ، سنة(2020).

[11] – نوال وسار (2017)، بلاغة الصورة في الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية – دراسة تحليلية لعينة من الرسائل البصرية –، مجلة فتوحات، خنشلة(الجزائر)، مج(4)، ع (1)، جانفي، ص 13.

[12] – فيديو المقاطعة منشور على منصة الفيسبوك:(***ummihoch***)، سنة (2023).

المجلد: (18)	العدد: (03)	السنة: 2026	صفحات المقال: 548–562	ISSN :9577 - 1112	EISSN : 2602 -5388

9- قائمة المصادر والمراجع:

1- الكتب:

1- ابن منظور،(2000)، لسان العرب ، ط1،ج2، بيروت، دار صادر، ص 228.

2- حاتم عبيد ،(2013)، في تحليل الخطاب، ط 1، عمان- الأردن، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع ،ص 93.

3- حسن عماد مكاوي ،(1998)، الاتصال ونظرياته المعاصرة ،ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص 26.

4- عبد الكريم بن عطية، (2013)، تجليات الإيتوس في شعر المصنفات، ط1، الأردن، عالم الكتب الحديث، ص138.

5- كمال الزماني، (2019)، الحجاج بالإيتوس في الخطاب السياسي، ط1،الأردن، عالم الكتب الحديث، ص26.

6- محمد مفضل ،(2014)، السخرية في الثقافة الرقمية (دراسة ثقافية للخيال النثري للقيم الثقافية ولفلسفة اليومي على الفيسبوك) ،الرباط(المغرب)، دار أبي رقراق للطباعة والنشر، ص 167.

2- المجلات والدوريات:

1- محمد العبد: (2002) النص الحجاجي العربي -دراسة في وسائل الاقناع- ، فصول مجلة النقد الأدبي، مصر ع20، ص 44.

2- نوال وسار (2017)، بلاغة الصورة في الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية – دراسة تحليلية لعينة من الرسائل البصرية-، مجلة فتوحات، خنشلة(الجزائر)، مج (4)،ع (1)، جانفي، ص 13

3- المواقع الالكترونية:

1- صورة الخطاب الرقمي غير الأدبي: تدوينة منشورة على صفحة الفيسبوك: relax *its only art* ، سنة (2020)

2- فيديو المقاطعة منشور على منصة الفيسبوك: (*ummihoch*)، سنة (2023).