جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة – الجزائر
ISSN: 1112-4377, EISSN: 2588-2384
المجلد: 30. العدد: 04. السنة: 2026.
مجلة المعيار
EL MIEYAR

الخطاب اللغوي الرقمي للنسوية العربية في 280 حرفا

– دراسة تحليلية نقدية وفق نموذج نورمان فيركلوف –

The Digital Linguistic Discourse of Arab Feminism in 280 Characters: A Critical Analytical Study Based on Norman Fairclough's Model

نوال بومشطة[1]
Naouel.boumechta@univ-oeb.dz

تاريخ الاستلام: 2026/03/31 تاريخ النشر: 2026/09/15
Received: 31/03/2026 published: 15/09/2026

ملخص المقال :

تهدف الدراسة إلى تحليل تمثلات النسوية العربية في التغريدات المنشورة على منصة تويتر (إكس) باستخدام منهجية تحليل الخطاب النقدي وفق نموذج فيركلوف، وقد شملت عينة الدراسة (150) تغريدة .

بينت النتائج أن الخطاب النسوي العربي في تويتر يرتكز على قضايا التمكين والمساواة وحقوق المرأة مع هيمنة اللغة الخبرية والجمل الجماعية "نحن"، إضافةً إلى توظيف أساليب الإيجاز والنهي والمواجهة والمقاومة، كما كشفت النتائج عن تباين المواقف بين الرفض والغضب والدعوة للتغيير، أما تمثلات الجندر فقد ركزت على المرأة العاملة والزوجة، بينما أظهرت الإيديولوجيا الضمنية حضوراً قوياً لرفض النسوية. توضح هذه النتائج أن تويتر يشكل فضاءً تفاعلياً لإعادة إنتاج الخطابات النسوية في سياق عربي متوتر بين قيم التغيير والحفاظ على التقاليد السائدة في المجتمعات العربية.

كلمات مفتاحية: النسوية، تحليل الخطاب النقدي، تويتر، الخطاب، فيركلوف.

Abstract:

This study aims to analyze the representations of Arab feminism and gender in tweets posted on Twitter (X) using Critical Discourse Analysis (Fairclough's model). The corpus consists of 150 tweets selected according to specific criteria.

The findings reveal that Arab feminist discourse on Twitter primarily focuses on empowerment, equality, and women's rights, characterized by declarative sentence structures and collective pronouns ("we"). Gender representations emphasize the working woman and the wife, while implicit ideologies reflect both strong opposition to feminism and a redefinition of equality.

Keywords: *Feminism; Twitter; CDA; Discourse; Fairclough.*

(1) جامعةالعربي بن مهيدي أم البواقي

مقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة تحولات كبيرة في أنماط الاتصال والتواصل بفعل تأثير الثورة الرقمية، حيث أصبحت المنصات الاجتماعية فضاء تفاعليًا له دور كبير في إنتاج الخطاب وتداوله خارج الأطر التقليدية لوسائل الإعلام. ومن بين هذه المنصات تظهر منصة تويتر(اكس) التي تتميز بخصوصية التعبير في مساحة محدودة لا تتجاوز 280 حرفًا، وهو ما فرض أنماطًا جديدة من الكتابة وإنتاج الخطاب، كذلك استخدام استراتيجيات لغوية ورمزية تعبر عن المواقف وتبرز الإيديولوجيات المختلفة.

في هذا السياق، برز الخطاب النسوي العربي كأحد الخطابات الفاعلة في الفضاء الرقمي، حيث يعتبر تويتر فضاء وأداة بارزة في الوطن العربي للتعبير عن قضايا المرأة، وكشف أشكال التمييز، ومناقشة أبعاد ومتطلبات المساواة والتمكين، وهو الخطاب الرقمي الذي يتميز عن غيره من حيث اللغة، والوسوم (الهاشتاغات)، والرموز التعبيرية، إضافة إلى قوة التداول وسرعة التفاعل وإعادة إنتاج الخطاب.

وعلى الرغم من تزايد الحضور النسوي ومناقشة قضايا المرأة عبر المنصات الاجتماعية، إلا أن الدراسات والبحوث العربية التي تناولته ما تزال محدودة، خاصة من زاوية التحليل النقدي للخطاب الذي يهدف إلى الكشف عن البنى اللغوية والفكرية التي تعطي القوة للخطاب عبر هذه المنصات الرقمية، ويعتبر نموذج نورمان فيركلوف من أبرز الأطر النظرية التي تسمح بدراسة الخطاب وفهم أبعاده عبر مستوياته الثلاثة :تحليل النص، الممارسة الخطابية، والممارسة الاجتماعية، وهذا يقود إلى إبراز العلاقة الجدلية بين اللغة والمجتمع.

انطلاقًا من ذلك، يسعى هذا البحث إلى دراسة الخطاب اللغوي الرقمي للنسوية العربية في منصة تويتر ضمن حدود 280 حرفاً، للكشف عن البنية اللغوية والدلالية، والآليات التي يتم من خلالها تشكيل التمثلات النسوية وإعادة إنتاجها في السياق الرقمي العربي، وبناء على ذلك، تتمحور إشكالية هذا الدراسة حول السؤالين الرئيسيين التاليين:

كيف يتشكل الخطاب اللغوي الرقمي للنسوية العربية على منصة إكس (تويتر)، وما هي الأبعاد اللغوية والخطابية والإيديولوجية والاجتماعية التي يكشفها تحليل هذا الخطاب وفق نموذج نورمان فيركلوف؟

تطرح الدراسة عدة تساؤلات فرعية وهي:

- ما أبرز المفردات والحقول الدلالية التي تهيمن على تغريدات النسوية العربية؟
- ما طبيعة الجمل الأكثر استخدامًا وما هي دلالاتها في تشكيل الخطاب؟
- كيف يتم توظيف الضمائر في الخطاب لبناء الهوية النسوية؟
- ما الأساليب البلاغية المهيمنة في هذا الخطاب؟
- ما الجهات المنتجة للخطاب النسوي على منصة تويتر؟
- ما هي أكثر الإستراتيجيات بروزا في هذا الخطاب الأكثر ؟
- ما القضايا المحورية المطروحة في الخطاب النسوي العربي على تويتر؟
- ما هو الاتجاه العام لهذه التغريدات؟
- كيف يتم تصوير تمثلات الجندر في هذا الخطاب؟
- ماذا عن الأيديولوجيات الضمنية التي يمكن استخلاصها من هذا الخطاب؟

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من عدة اعتبارات علمية ومعرفية ومجتمعية، فهي تسلّط الضوء على ظاهرة معاصرة تتقاطع فيها قضايا النوع الاجتماعي مع البيئة الرقمية، من خلال تحليل الخطاب النسوي العربي في منصة تويتر، كما تتناول بالبحث في آليات توظيف الفضاء الرقمي القصير (280 حرفاً) لإنتاج خطابات مقاومة أو بديلة، عن طريق توظيف نموذج نورمان فيركلوف للتحليل النقدي للخطاب، وهو أحد النماذج الرصينة التي تسمح بفهم العلاقة الجدلية بين اللغة والمجتمع، مما يعمّق البعد التحليلي للدراسة.

تهدف الدراسة إلى تحليل البنية اللغوية والأسلوبية للخطاب النسوي العربي في تغريدات منصة تويتر، والكشف عن كيفية بناء التمثلات النسوية وإعادة إنتاجها في الفضاء الرقمي العربي ضمن قيود 280 حرفا، بالإضافة إلى تطبيق نموذج نورمان فيركلوف للتحليل النقدي للكشف عن مستويات الخطاب في تغريدات الخطاب النسوي العربي، وفهم الأبعاد الأيديولوجية والاجتماعية التي تكشفها التغريدات النسوية عبر تويتر.

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وفق نموذج نورمان فيركلوف الذي يعتبر أحد أبرز نماذج التحليل النقدي للخطاب ، وذلك لفحص الخطاب النسوي العربي على منصة تويتر، ويستخدم هذا النموذج لتحليل عينة الدراسة وفق ثلاث مستويات وهي التحليل النصي وتحليل الممارسات الخطابية وأيضا تحليل الممارسات الاجتماعية.

أما أداة جمع البيانات فقد تم الاعتماد على أداة تحليل المحتوى التي تم تصميمها وفق فئات للتحليل مع ضبط مؤشراتها وفق أهداف الدراسة، من جهة أخرى تتمثل وحدة التحليل في الموضوع . ويتمثل مجال الدراسة في التغريدات المنشورة في تويتر باللغة العربية المتضمنة قضايا النسوية ونقاشاتها عبر هذه المنصة، وقد تم اختيار عينة قصدية من التغريدات المنشورة عبر هاشتاغ #النسوية، خلال الفترة الزمنية من شهر جانفي 2025 إلى شهر جوان 2025، وعليه كان عدد مفردات العينة 150 تغريدة، وأرى أن حجم العينة يتضمن تنوعا كافيا في المضامين والاتجاهات وأنماط الخطاب، والأفكار المتداولة عبر منصة تويتر، وهذا العدد أراه ينسجم مع أهداف الدراسة وإمكاناتها الزمنية والمنهجية.

انطلقت الدراسة من قراءة في مجموعة من الدراسات السابقة التي كانت خطوة هامة لتحديد معالم البحث وأبعاده ومنهجيته، وفي هذا الصدد تناولت دراسة (Isnaini, 2022) الاستراتيجيات الإقناعية في التغريدات المصاحبة لهاشتاغ .#InternationalWomensDay ، اعتمدت الباحثة إطار تحليل الخطاب النقدي لفان دايك بهدف الكشف عن أنماط الحجاج والدلالات الإيديولوجية التي تبرز في التغريدات، وتوصلت الدراسة إلى أن هذا الفضاء الرقمي يمكّن الأفراد من التعبير عن القضايا النسوية وإبراز إنجازات المرأة والمطالبة بالمساواة من خلال استراتيجيات الإقناع المتنوعة.

أما دراسة (Bahammam, 2018) فقد تناولت الدراسة النقاشات الدائرة عبر تويتر في سياق المجتمع السعودي المحافظ. استخدمت الباحثة المنهج الكيفي وأدوات تحليل الخطاب النقدي لدراسة ألف تغريدة مرتبطة بهاشتاغات تناقش قضايا سفر النساء ونسب العزوبة، وقد أظهرت النتائج وجود جدل بين خطابين رئيسيين: خطاب الهيمنة الأبوية الذي يعزز سيطرة الرجال ويعيد إنتاج تبعية النساء، وخطاب المساواة وحقوق الإنسان الذي يطالب بالمواطنة الكاملة وحرية الحركة. كما كشفت الدراسة عن استخدام استراتيجيات لغوية متنوّعة (الإحالة، التبرير، التهكم، الاستعارة) للتعبير عن المواقف، وهو ما يعكس تحوّلاً تدريجياً نحو طرح القضايا النسوية في الفضاء الرقمي بوصفه مجالاً عاماً للنقاش.

من جهة أخرى ركزت دراسة (Aljarallah, 2017) على تحليل الخطاب المرتبط بقضية قيادة المرأة للسيارة في السعودية عبر تويتر، واعتمدت الباحثة نموذج فيركلوف لتحليل الخطاب، من خلال تحليل مجموعة من التغريدات ضمن ثلاث هاشتاغات، وأظهرت النتائج

انقسام الخطاب بين مؤيدين ومعارضين، حيث عبّرت التغريدات المؤيدة عن دعم واسع لحق المرأة في القيادة، في حين عبرت التغريدات المعارضة عن مواقف نمطية وساخرة، لتكشف الدراسة أن الفضاء الرقمي كان منصة رئيسية لتبادل وجهات النظر وتشكيل الرأي العام حول هذه القضية.

تشير هذه الدراسات إلى أن تويتر أصبح فضاء هاما لطرح القضايا النسوية في السياق العربي والسعودي خاصة، وأن النقاشات التي يطرحا تتميز بالجدل الأيديولوجي بين التيارات المحافظة والتيارات المطالبة بالتغيير.

وتؤكد هذه الدراسات أهمية تويتر كفضاء تفاعلي لإعادة إنتاج الخطابات حول المرأة وقضايا الجندر، كما توضح أن الخطاب الرقمي يتسم بالصراع الإيديولوجي ويعتمد استراتيجيات لغوية وبلاغية متنوعة، ومن هنا، تأتي أهمية هذه الدراسة الحالية في تقديم تحليل متعدد الأبعاد لتمثلات الجندر في تغريدات النسوية العربية بشكل عام من خلال استخدام مزيج من التحليل الكمي (الجداول الإحصائية) والنوعي (تحليل الخطاب) لخطاب النسوية.

المقاربة النظرية للدراسة (نموذج نورمان فيركلوف)

1.2 مفهوم نموذج نورمان فيركلوف:

يشير الباحثون إلى أن "التحليل النقدي للخطاب ظهر استجابةً للتحولات الفكرية والاجتماعية في ستينيات وسبعينيات القرن الماضي، حيث بدأ النظر إلى اللغة بوصفها أداة تعكس علاقات القوة والأيديولوجية، وليس مجرد نسق لغوي مستقل. ومن هنا اكتسب البعد "النقدي" أهميته في الكشف عن هذه العلاقات وتحليل أثرها في تشكيل الوعي." (رحماني و حيدري، 2020)

ويعتبر الهدف من هذا المنهج هو كشف الأيديولوجيات المتضمنة في النصوص، وإبراز دور اللغة في بناء السلطة وإعادة إنتاجها، بالإضافة إلى فهم التفاعل بين النصوص وسياقها الاجتماعي والثقافي وتأثيرها في الرأي العام. (نويدي و بور، 2025)

ويتميز هذا المنهج بعدة خصائص أشار لها الباحثان: (Sumarlam & Malihah, 2018, p. 235) في النقاط الآتية:

- **الفعل** : الخطاب فعل اجتماعي هادف يُنتَج بوعي ويُوظَّف في التفاعل.
- **السياق** : دراسة النصوص ضمن ظروف إنتاجها وتداولها واستهلاكها.
- **السياق التاريخي** : تحليل الظروف الاجتماعية والسياسية التي شكلت النص.
- **القوة** : النصوص ليست محايدة بل فضاء للصراع على السلطة.

2.2 مستويات التحليل النقدي للخطاب

من جانب آخر، يؤكد الباحثون أن الهدف الرئيس للتحليل النقدي هو تفكيك البنية المهيمنة التي تُقدَّم بوصفها طبيعية، وكشف كيفية توظيف اللغة لإعادة إنتاج الفوارق الاجتماعية والجندرية. فاللغة ليست محايدة بل أداة فاعلة في تشكيل الوعي الجماعي .(Bahammam, 2018, p. 22)

ويُعد نورمان فيركلوف أحد أبرز رواد التحليل النقدي للخطاب ، حيث ينظر إلى الخطاب بأنه ممارسة اجتماعية متشابكة مع الواقع في ثلاثة مستويات أساسية، وهي: (فطرة-السعادة، 2022، صفحة 18)

- **الخطاب جزء من الممارسة الاجتماعية** :لا يمكن عزله عن السياق الاجتماعي الذي يُنتَج فيه.
- **الخطاب كممارسة اجتماعية** :يُظهر كيف تُسهم اللغة في تشكيل العلاقات الاجتماعية وإعادة إنتاجها.

- **الخطاب عملية اجتماعية ديناميكية** :يتأثر بالظروف الاجتماعية ويسهم في تغييرها.

ويرى فيركلوف أن الخطاب ليس مجرد وسيلة للتعبير، بل ممارسة اجتماعية ترتبط بالجوانب السياسية والثقافية، ولذلك لا يمكن دراسته بمعزل عن السياقات الاجتماعية التي أنتجته، وانطلاقاً من هذا الفهم، يقوم التحليل النقدي للخطاب على ثلاث فرضيات رئيسة وهي أن الخطاب لا ينفصل عن المجتمع، الخطاب عملية اجتماعية مستمر، وهناك تفاعل جدلي بين الخطاب والواقع الاجتماعي. (Sumarlam & Malihah, 2018, p. 235)

كما طوّر فيركلوف نموذجاً ثلاثي الأبعاد لتحليل الخطاب يتضمن ما يأتي: (Javanmardi & Abbassi, 2023)

- **الوصف** : تحليل البنية اللغوية للنص من حيث المفردات والتراكيب والأسلوب للكشف عن القيم الأيديولوجية.
- **التفسير** : دراسة كيفية إنتاج النص وتوزيعه واستهلاكه، والعلاقات بين المنتج والمتلقي، إضافة إلى التناص.
- **الشرح** :ربط النص بالبنيات الاجتماعية والسياسية، وبيان دوره في إعادة إنتاج علاقات القوة أو مقاومتها.

منصة اكس (تويتر)

1.3 مفهوم منصة اكس (تويتر) وخصائصها:

كلمة تويتر أو ما يسمى Twitter في الإنجليزية (تغريد) سابقا، وتقوم فكرته على ما يسمى بتقنية التدوين المصغر من خلال تكوين شبكة اجتماعية من الأصدقاء والمعارف على موقع تويتر (ريان، 2012، صفحة 50)، وتويتر على عكس الفيسبوك يركز على شبكة الأصدقاء المقربين، وهي شبكة اجتماعية تقدم خدمة التدوين المصغر، بحيث يمكن لمستخدميه إرسال تحديثات لا تتعدى 140 حرفا. (صبطي، 2018، صفحة 62)

تويتر هو شكل من أشكال المدونات الصغيرة؛ تقاطع بين الرسائل الفورية والتدوين الذي يسمح للمستخدمين بمشاركة أجزاء صغيرة من المعلومات.على عكس منتديات المناقشة غير المتزامنة عبر الإنترنت. (Eleanor, 2019, p. 326) وعليه يمكن القول أن تويتر هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يتميز بالتدوين المصغر، ويسمح للمستخدمين بتكوين شبكة من الأصدقاء المقربين.

تم إنشاء تويتر في عام 2006، وهو شبكة اجتماعية وأداة تدوين مصغرة تشكل جزءا من مجموعة "وسائل التواصل الاجتماعي"، هذه الأداة تعمل على توفير محتوى غنية وتفاعلية وتسخير الذكاء الجماعي للمجتمع على الانترنت، يرسل مستخدمو تويتر "تغريدات" على موقع تويتر)، عبر تطبيقات الهواتف الذكية، أو المواقع الالكترونية باستخدام مجموعة واجهات برمجة التطبيقات الخاصة بتويتر. (Williams, Chinn, & James, 2014, p. 37)

للتدوين عبر موقع تويتر العديد من المميزات أهمها: (المقدادي، 2013، صفحة 41)

- **سهل وسريع**: بعد الاشتراك في الموقع، يمكن البدء في التدوين وإرسال الرسائل القصيرة عبر الموقع.
- **محمول ومتحرك**: يتيح أدوات التدوين أو لإرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة.
- **المجانية**: خاصية تمكن الملايين من تدوين وإرسال الرسائل الفورية عن الأحداث اليومية.
- **أداة فعالة للتواصل**: التدوين الخاص بتويتر يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء والمعارف.
- **أداة فعالة في تعريف الناس بالاهتمامات الشخصية**: فالتدوين القصير والفوري عبر تويتر يسمح بنشر ما تفعله وإرسال الرسائل السريعة والفورية عن موضوع هو محط للاهتمام، كما يسمح بنشر الأفكار ومشاركتها مع الغير.

- **التتبع**: إمكانية تتبع مدون معين، كما يمكن للغير متابعتك.

2.3 استخدامات منصة اكس (تويتر) في الممارسة الخطابية:

يعتبر تويتر من أبرز منصات التواصل الاجتماعي التي أُطلقت سنة 2006 على يد عدد من المؤسسين و تتيح هذه المنصة لمستخدميها مشاركة أفكارهم وآرائهم، والتواصل مع العالم، ومتابعة الأخبار بمختلف أنواعها، وقد أصبحت تويتر أداةً متعددة الاستخدامات، إذ تعتمد عليها العلامات التجارية في التسويق، وتوظفها المؤسسات والشركات للتفاعل مع الجمهور، كما تُستغل في نشر الأخبار العاجلة، ورفع الوعي بالقضايا العامة، وتنظيم الحملات والمظاهرات عبر التغريدات وإعادة التغريد والاقتباس، ويبلغ الحد الأقصى للنص المكتوب في التغريدة الواحدة 280 حرفا، ومن الميزات المستحدثة في تويتر خاصية "المساحات " التي تتيح إنشاء غرف صوتية للنقاش المباشر بين المستخدمين. (Bendifallah, 2022, p. 23)

يوفر تويتر خصائص تقنية متعددة أبرزها: التغريد ، إعادة التغريد ، الوسوم ، الإشارات وميزة البحث التي تتيح وصول التغريدات إلى جمهور أوسع، حتى لمن هم خارج شبكة المتابعة المباشرة. وتلعب الهاشتاغات دورا رئيسيا في توجيه الممارسات الخطابية على تويتر، إذ تُستخدم لخلق جماهير افتراضية تلتف حول قضية أو حدث معين، كما تسهم في التنسيق بين الحركات الاجتماعية وبناء السرديات الرقمية الفردية والجماعية. (Aljouhi, 2021, p. 23)

الجزء التطبيقي للدراسة

بعد تصميم استمارة تحليل المحتوى وتحديد عينة الدراسة نصل إلى مرحلة تحليل وتفسير البيانات وفقا لمستويات التحليل التي حددها نموذج نورمان فيركلوف.

أولا–مستوى النص

جدول رقم 1: يبين المفردات المتكررة في تغريدات النسوية العربية على منصة تويتر(اكس)

الخيارات	التكرار	النسبة (%)
تمكين	58	25.59
مساواة	50	22.33
حقوق	60	26.78
حرية	46	20.54
جسد	10	4.46
المجموع	224	100

يُظهر الجدول المفردات الأكثر شيوعًا في الخطاب النسوي العربي عبر منصة تويتر (إكس)، حيث أن كلمة "حقوق "احتلت المرتبة الأولى بنسبة (26.78%) ، وكلمة "تمكين "جاءت ثانية بنسبة (25.59%)، يليها "المساواة "بنسبة (22.33%)، وأقل نسبة كانت لكلمة "جسد "بنسبة (4.46%) ، وتكشف هذه النتائج أن الخطاب النسوي العربي على منصة تويتر يميل بشكل واضح إلى التركيز على القضايا الكبرى مثل الحقوق، التمكين، والمساواة، وهي قضايا مرتبطة بالإطار القانوني والمؤسسي بشكل أكبر من القضايا الفردية والشخصية، أما تسجيل نسبة ضعيفة لاستخدام كلمة "جسد"، فقد يشير إلى حساسية هذا الموضوع في الثقافة العربية، حيث أن قضايا الجسد يتم عادة التعبير عنها بطرق غير مباشرة مقارنة بالقضايا القانونية والاجتماعية.

جدول رقم 2: يبين التراكيب النحوية في تغريدات النسوية العربية على منصة تويتر(اكس)

الخيارات		التكرار	النسبة (%)
نوع الجملة	خبرية	85	56.66
	استفهامية	52	34.66
	أمرية	13	8.68
	المجموع	150	100
استخدام الضمائر	أنا	20	13.33
	نحن	95	63.33
	هم	35	23.34
	المجموع	150	100

من خلال الجدول يتبين أن أغلب تغريدات النسوية العربية على منصة تويتر (إكس) جاءت في صيغة الجمل الخبرية بنسبة (56.66%)، وهذا يعكس الطابع التقريري الذي يهدف إلى طرح الحقائق والمواقف بشكل مباشر، من جهة أخرى جاءت الجمل الاستفهامية في المرتبة الثانية (34.66%) ، وهذا يشير إلى توظيف الأسلوب الاستفهامي كآلية نقدية لإثارة التساؤلات حول الواقع الاجتماعي والسياسي، في حين استخدام الجمل بصيغة الأمر كان محدودا (8.68%).

أما فيما يتعلق بالضمائر، فقد جاء ضمير "نحن "بنسبة عالية (63.33%)، مما يدل على نزعة جماعية تضامنية داخل الخطاب النسوي، مقابل حضور أقل لضمير "هم" (23.34%) الذي عادة ما يُستخدم للإشارة إلى الآخر المختلف أو الطرف المقابل، في حين جاء ضمير "أنا" بنسبة (13.33%)، وهذا يدل على التركيز على الفردية أكثر من الهوية الجماعية.

جدول رقم 3: يبين الأساليب البلاغية في تغريدات النسوية العربية على منصة تويتر(اكس)

الخيارات		التكرار	النسبة (%)
الأساليب البيانية	الاستعارة	35	23.34
	الكناية	04	2.66
	الإيجاز	82	54.66
	التشبيه	29	19.34
	المجموع	150	100
الأساليب الإنشائية	الأمر	49	32.66
	النهي	61	40.67
	الاستفهام	13	8.67
	النداء	17	11.34
	التمني	10	6.66
	المجموع	150	100

يكشف هذا الجدول عن أبرز الأساليب البلاغية الموظَّفة في تغريدات النسوية العربية على منصة تويتر (إكس)، حيث يظهر بوضوح ميل الخطاب النسوي إلى توظيف الأساليب البيانية والإنشائية بشكل متوازي لإيصال الرسائل وإحداث التأثير، ونلاحظ أن الإيجاز جاء بنسبة كبيرة (54.66%)، وهو ما يعكس حرص المستخدمين على تكثيف المعنى نظراً لطبيعة المنصة التي تفرض قيوداً على عدد الأحرف، مما يدفع إلى صياغة عبارات مكثفة وذات دلالة عالية، تليه الاستعارة بنسبة (23.34%) التي تعكس توظيف الصور البلاغية لإيصال

رسائل رمزية، ثم التشبيه (19.34%) كوسيلة للمقارنة والتوضيح، في حين جاءت الكناية بنسبة ضعيفة (2.66%)، مما يدل على تراجع الأسلوب التلميحي لصالح التعبير المباشر.

أما بخصوص الأساليب الإنشائية، فقد جاء أسلوب النهي بنسبة أكبر (40.67%)، وهو مؤشر واضح على الرفض ، يليه أسلوب الأمر (32.66%)، الذي يعبر عادة عن دعوات مباشرة للفعل أو التغيير، أما النداء (11.34%) فقد استُخدم لدعوة الجمهور والتأثير في المتلقين، بينما جاء الاستفهام (8.67%) كأداة لطرح الأسئلة وإثارة التفكير.

يمكن تفسير هذه النتائج على أنها تشير إلى أن الخطاب النسوي العربي على تويتر يميل إلى الجمع بين الإيجاز والرمزية في البيان، والحوارية والاحتجاج في الإنشاء، مع هيمنة واضحة لأسلوب النهي والأمر الذي يعكس طبيعة الخطاب كحركة اجتماعية تسعى للتغيير ومقاومة الحركة النسوية.

ثانيا–مستوى الممارسة الخطابية

جدول رقم 4: يبين طبيعة المصدر المنتج لتغريدات النسوية العربية على منصة تويتر(اكس)

الخيارات	التكرار	النسبة (%)
ناشط/ناشطة فردية	36	24
منظمات نسوية	02	1.34
هيئات إعلامية	43	28.66
منظمات حقوقية	20	13.34
هيئات دينية	49	32.66
المجموع	150	100

يوضح الجدول رقم (5) طبيعة المصادر المنتجة لتغريدات النسوية العربية على منصة تويتر (إكس)، حيث نلاحظ أن أكبر نسبة من التغريدات تعود إلى الهيئات الدينية بنسبة (32.66%)، تليها الهيئات الإعلامية بنسبة (28.66%)، ثم الناشطون/الناشطات الأفراد بنسبة (24%)، في حين جاءت المنظمات الحقوقية بنسبة (13.34%)، وأخيراً المنظمات النسوية بنسبة (1.34%) وتمثل أقل نسبة.

تشير هذه البيانات إلى أن الجدل المرتبط بالقضايا النسوية على منصة تويتر في العالم العربي لا يقتصر على المرأة كفاعل أساسي، بل تساهم فيه و بشكل بارز الهيئات الدينية والإعلامية التي تطرح رؤى متباينة حول المرأة وحقوقها، مما يجعل النقاش حول النسوية مساحة تتقاطع فيها المرجعيات الدينية والاجتماعية ، أما النسبة الضعيفة للمنظمات النسوية نفسها فتعكس ضعف الحضور المؤسسي النسوي مقارنة بالحضور الفردي والديني والإعلامي.

جدول رقم 5: يبين إستراتيجية الخطاب في تغريدات النسوية العربية على منصة تويتر(اكس)

الخيارات	التكرار	النسبة (%)
التأطير	02	1.34
الحشد والدعوة	22	14.66
السخرية	09	6
المواجهة	53	35.34
المقاومة	64	42.66
المجموع	150	100

يبين هذا الجدول إستراتيجيات الخطاب المستخدمة في تغريدات النسوية العربية على منصة تويتر (إكس)، حيث تظهر إستراتيجية المقاومة بأعلى نسبة (42.66%)، تليها المواجهة بنسبة (35.34%)، ثم الحشد والدعوة بنسبة (66.14%)، بينما جاءت السخرية بنسبة (6%)، وأخيرا التأطير بنسبة (1.34%) فقط.

تشير هذه الأرقام على أن خطاب النسوية العربية على المنصة يغلب عليه الصراع، إذ تهيمن إستراتيجيات المقاومة والمواجهة وهي مؤشرات تعكس شعور المغردين بالتحدي والرغبة في كسر القيود ومقاومة الحركات الدخيلة على المجتمع، في المقابل، نجد أن إستراتيجية الحشد والدعوة تحتل مرتبة أقل، وهو ما يشير إلى أن الخطاب النسوي العربي على تويتر يميل إلى المواجهة المباشرة أكثر من التنظير أو التنظير الفكري.

جدول رقم 6: يبين التناص (النصوص المدعمة) في تغريدات النسوية العربية على منصة تويتر(اكس)

الخيارات	التكرار	النسبة (%)
نصوص دينية	49	32.66
نصوص قانونية	22	14.66
نصوص سياسية	05	3.36
نصوص أدبية	01	0.66
لا توجد نصوص	73	48.66
المجموع	150	100

يتبين من خلال الجدول أن حوالي نصف التغريدات (48.66%) تخلو من أي استشهاد بنصوص داعمة، بينما اعتمدت 32.66 % من التغريدات على النصوص الدينية، تليها النصوص القانونية بنسبة (14.66%)، وأقل نسبة كانت للنصوص الأدبية (0.66%)

إن هذه النتائج تشير إلى أن غالبية الخطاب النسوي على تويتر يعتمد على الرأي الشخصي والتوجهات الفردية دون الاستناد على النصوص المدعِّمة، إلا أن الفئة التي استشهدت بالنصوص تميل بشكل واضح إلى توظيف النصوص الدينية والقانونية كأدوات لإضفاء الشرعية وإقناع المتلقين، أما النصوص الأدبية والسياسية فتكاد تكون منعدمة في هذا السياق، ما يعكس طبيعة النقاش الدائر على المنصة والذي يركز على الجوانب الاجتماعية والحقوقية أكثر من الجوانب الثقافية أو الفكرية.

ثالثا–مستوى الممارسة الاجتماعية

جدول رقم 7: يبين القضايا المطروحة في تغريدات النسوية العربية على منصة تويتر(اكس)

الخيارات	التكرار	النسبة (%)
العنف ضد المرأة	10	6.66
التحرش	02	1.34
الدعوة إلى المساواة	50	33.34
تمكين المرأة	58	38.66
الصورة النمطية	30	20
المجموع	150	100

يكشف هذا الجدول عن أبرز القضايا التي تتناولها تغريدات النسوية العربية على منصة تويتر (إكس)، حيث يتضح أن قضية تمكين المرأة تتصدر الاهتمامات بنسبة (38.66%)، تليها الدعوة إلى المساواة بنسبة (33.34%)، ثم نقد الصورة النمطية حول المرأة بنسبة (20%)، في حين جاءت قضايا العنف ضد المرأة بنسبة (6.66%) والتحرش بنسبة (1.34%) بنسب ضعيفة.

يمكن تفسير هذه الأرقام بأن الخطاب النسوي العربي على تويتر يتركز بشكل رئيسي على المطالب الحقوقية كالتمكين والمساواة، أكثر من تركيزه على القضايا الواقعية مثل العنف والتحرش، كما يظهر اهتمام واضح بتفكيك الصور النمطية المرتبطة بالمرأة، مما يعكس سعيًا لإعادة تشكيل الوعي الاجتماعي حول دور المرأة في المجتمع.

جدول رقم 8: يبين اتجاه تغريدات النسوية العربية على منصة تويتر(اكس)

الخيارات	التكرار	النسبة (%)
التأييد	02	1.34
الرفض	73	48.66
الغضب	58	38.66
الدعوة للتغيير	17	11.34
المجموع	150	100

يتضح من خلال الجدول أن النسبة الأكبر من التغريدات جاءت في سياق الرفض (48.66%)، وهو ما يشير إلى أن الخطاب النسوي في تويتر يتخذ طابعًا احتجاجيًا بالدرجة الأولى، مع الرفض لواقع اجتماعي أو ممارسات ثقافية معينة، يليها التعبير عن الغضب بنسبة (38.66%)، أما الدعوة إلى التغيير فقد سجلت نسبة (11.34%)، وهو مؤشر على وجود بعد إصلاحي في الخطاب، لكنه أقل حضورًا مقارنة بالنزعة الرافضة والانفعالية، في المقابل، كانت التغريدات المؤيدة (1.34%) شبه غائبة، مما يدل على أن الخطاب النسوي العربي على المنصة يتسم بالطابع الجدلي .

تدل هذه الأرقام عن أن الخطاب النسوي في تويتر لا يعتبر خطابا محايدا، بل خطاب احتجاجي ناقد في جوهره، تسيطر عليه الانفعالات السلبية (الرفض والغضب)، ويهدف إلى تحفيز النقاش العام حول قضايا الجندر والمطالبة بالتغيير الاجتماعي.

جدول رقم 9: يبين تمثلات الجندر في تغريدات النسوية العربية على منصة تويتر(اكس)

الخيارات	التكرار	النسبة (%)
المرأة الأم	05	3.34
المرأة الزوجة	64	42.66
المرأة العاملة	81	54
المجموع	150	100

يوضح الجدول تمثلات الجندر في تغريدات النسوية العربية على منصة تويتر (إكس)، حيث يظهر أن التمثيل الأكثر حضورًا هو صورة المرأة العاملة بنسبة (54%)، تليها صورة المرأة الزوجة بنسبة (42.66%)، بينما جاءت صورة المرأة الأم بنسبة (3.34%).

تشير هذه النتائج إلى أن الخطاب النسوي العربي في تويتر يتجه نحو إعادة تعريف دور المرأة الاجتماعي من خلال إبرازها كفاعل اقتصادي ومنتج، وهو ما يتماشى مع المطالب المرتبطة بالتمكين والمساواة المهنية. كما أن حضور المرأة كزوجة بنسبة معتبرة يكشف استمرار ارتباط الخطاب النسوي بمسائل الحياة الأسرية، بينما تراجع صورة المرأة الأم، يشير إلى تحول الاهتمامات من الأدوار التقليدية إلى الأدوار الجديدة والمتحررة.

جدول رقم 10: يبين الإيديولوجية الضمنية في تغريدات النسوية العربية على منصة تويتر(اكس)

الخيارات	التكرار	النسبة (%)
إعادة مفهوم المساواة	50	33.33
مقاومة الهيمنة الذكورية	11	7.34
رفض النسوية	87	58
الدعوة للتحرر	02	1.33
المجموع	150	100

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن الاتجاه الأكثر بروزاً هو رفض النسوية بنسبة (58%)، يليه إعادة طرح مفهوم المساواة بنسبة (33.33%)، ثم مقاومة الهيمنة الذكورية بنسبة (7.34%)، وأخيراً الدعوة للتحرر بنسبة (1.33%).

توضح هذه النتائج أن خطاب النسوية في المحتوى العربي على تويتر يواجه مقاومة واضحة من قبل فئة كبيرة من المستخدمين، حيث يعبر معظمهم عن مواقف رافضة أو ناقدة للنسوية، بينما يسعى جزء آخر إلى إعادة صياغة مفهوم المساواة بشكل يتلاءم مع خصوصية المجتمعات العربية والإسلامية، أما الدعوة للتحرر أو لمقاومة الهيمنة الذكورية فجاءت محدودة، وهو ما يعكس الحذر في الطرح وتجنب الصراع والصدام الاجتماعي والميل نحو الإصلاح بشكل كبير.

خاتمة:

في الأخير يمكن القول أن الخطاب النسوي في الفضاء الرقمي العربي يتراوح بين الرغبة في التغيير ومقاومة السياقات التقليدية من جهة، وبين قوة الخطابات المضادة التي تحدّ من فاعليته من جهة أخرى، ويمثل تويتر فضاءً للصراع و لإعادة إنتاج التمثلات الاجتماعية للجندر في سياق ثقافي عربي معاصر.

اعتمادًا على نموذج فيركلوف الثلاثي الأبعاد (النص – الممارسة الخطابية – الممارسة الاجتماعية)، يمكن مناقشة نتائج تحليل تغريدات النسوية العربية على منصة اكس (تويتر) كما يلي:

- **البعد النصي**

بينت النتائج هيمنة المفردات المرتبطة بمفاهيم الحقوق، المساواة، التمكين والحرية، مع بنية لغوية يغلب عليها الطابع الخبري واستخدام ضمير الجمع «نحن»، ويمكن تفسير ذلك بسعي الخطاب إلى بناء هوية جماعية تعبر عن موقف واعٍ بالقضايا النسوية، كما برز استخدام الإيجاز والاستعارة والنهي والأمر كأساليب بلاغية مؤثرة تعكس الطابع الجدلي للخطاب.

- **البعد الخاص بالممارسة الخطابية**

تُظهر البيانات أن إنتاج هذا الخطاب يتم في سياق تفاعلي مفتوح على تويتر، حيث يشارك فيه ناشطون أفراد وهيئات دينية وإعلامية أكثر من المنظمات النسوية الرسمية، ويعتمد هذا الخطاب على استراتيجيات المواجهة والمقاومة بدرجة أكبر من الحشد أو التأطير، وهذا يعكس طبيعة الجدل الرقمي وسرعة تداوله وتأثير الجمهور في إعادة إنتاجه عبر التفاعل .

- **البعد الاجتماعي:**

يكشف مضمون التغريدات أن السياق الاجتماعي العربي يتضمن صراعا حادا بين القيم التقليدية وحركات التغيير، فالقضايا الأكثر حضورًا هي التمكين والمساواة، بينما يُلاحظ وجود رفض واسع للنسوية يقابله غضب ورغبة في التغيير، فاستخدام النصوص الدينية والقانونية كأدوات إقناعية يعكس سعي الخطاب إلى إضفاء الشرعية في مجتمعات تحكمها العادات والتقاليد ويضبطها الدين الإسلامي، كما تعكس

تمثلات الجندر من خلال التركيز على المرأة العاملة والزوجة أكثر من الأم ، وهي دلالة على تحولات كبيرة في الوعي الجمعي حول أدوار المرأة في المجتمع.

وبذلك يتضح أن الخطاب النسوي على تويتر ليس خطابًا لغويًا فقط، بل هو ممارسة اجتماعية تتقاطع مع قوى السلطة والهيمنة وتسعى إلى إعادة تشكيل الوعي العام، مع استمرار وجود خطاب مضاد قوي يحد من تأثيره.

وقد أكدت الدراسة أن الخطاب النسوي العربي على منصة اكس(تويتر) يتميز بما يلي:

- التركيز على مفاهيم الحقوق والتمكين والمساواة باعتبارها قضايا محورية.
- الطابع الجماعي للنصوص عبر هيمنة ضمير «نحن» وتوظيف الجمل الخبرية.
- استخدام أساليب بلاغية وإقناعية مثل الإيجاز والاستعارة والأمر والنهي.
- سيادة اتجاهات الرفض والغضب على حساب التأييد، مع وجود دعوات للتغيير.
- إنتاج هذا الخطاب غالبًا من هيئات إعلامية ودينية وناشطين أفراد أكثر من المنظمات النسوية.
- اعتماد استراتيجيات المواجهة والمقاومة، مع توظيف النصوص الدينية والقانونية كأدوات إقناعية.
- بروز قضايا التمكين والمساواة والصورة النمطية، وتراجع الاهتمام بقضايا العنف والتحرش.
- ركزت تمثلات الجندر على تصوير المرأة كعاملة وزوجة، مع حضور أقل لدور الأم.
- انقسام أيديولوجي واضح يتمثل في رفض النسوية مقابل محاولات إعادة تعريف المساواة ومقاومة الهيمنة الذكورية.

تكشف نتائج الدراسة الحالية عن مجموعة من نقاط الشبه والاختلاف مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة، توافقت نتائج الدراسة مع ما توصل إليه (Isnaini, 2022) في أن منصة تويتر تمثل فضاء رقميا يتميز بالفاعلية في تداول القضايا النسوية والتعبير عن حقوق المرأة كالمساواة والتمكين، ذلك أن الدراسة الحالية بينت هيمنة المفردات المرتبطة بالحقوق والحرية والتمكين، وتوظيف أساليب إقناع متعددة ، وهو ما ينسجم مع ما توصلت إليه الدراسة السابقة بشأن توظيف استراتيجيات الإقناع في بناء الخطاب النسوي. غير أن الدراسة الحالية وسعت نطاق التحليل من خلال دمج التحليل الكمي والنوعي في إطار نموذج فيركلوف، بما أتاح تفسير العلاقة بين البنية اللغوية والسياقات الاجتماعية المنتجة للخطاب، وليس الاكتفاء فقط بتحليل استراتيجيات الإقناع.

كما توافقت النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (Bahammam, 2018) التي أكدت أن الخطاب المتداول عبر تويتر حول القضايا النسوية يتميز بالصراع بين خطاب محافظ يعيد إنتاج الهيمنة الذكورية وخطاب آخر يدافع عن المساواة وحقوق المرأة، وفي هذا الإطار أظهرت نتائج الدراسة الحالية اختلافا واضحا بين التغريدات الرافضة للنسوية والتغريدات المؤيدة لها، مع هيمنة اتجاهات الرفض والغضب في مقابل دعوات متزايدة للتغيير.

من جهة أخرى هناك تقارب بين نتائج الدراسة مع دراسة (Aljarallah, 2017) التي أشارت إلى أن تويتر هو فضاء عام لتنافس الخطابات المؤيدة والمعارضة لقضايا المرأة، حيث كشفت الدراسة الحالية اعتماد استراتيجيات المواجهة والمقاومة في بناء هذا الخطاب، كما تتوافق الدراستان في أن منصة تويتر أصبحت فضاء مناسبا لإعادة تشكيل الرأي العام حول قضايا المرأة.

ومن زاوية تحليل الخطاب، تؤكد نتائج الدراسة الحالية إلى ما توصلت إليه الدراسات السابقة في أن الخطاب النسوي لا يمكن فهمه وتفسيره بعيدا عن السياق الاجتماعي والثقافي والديني الذي ينتج فيه، فوفق نموذج فيركلوف، تستمد النصوص النسوية شرعيتها من خلال

توظيف النصوص الدينية والقانونية، وهو ما يعكس طبيعة المجال التداولي العربي الذي تتداخل فيه المرجعيات الدينية والثقافية مع النقاشات الحقوقية.

وفي المقابل، تكشف الدراسة الحالية عن جوانب أخرى مقارنة بالدراسات السابقة، ومثال عن ذلك أظهرت أن تمثلات المرأة في الخطاب النسوي العربي تركز بدرجة أكبر على المرأة العاملة والزوجة، مقابل حضور ضعيف لدور الأم، بما يعكس تحولاً في أولويات الخطاب نحو الأدوار الاجتماعية للمرأة، كما أظهرت النتائج تراجع الاهتمام بقضايا العنف والتحرش مقارنة بقضايا التمكين والمساواة، وهو ما قد يشير إلى تحول في أجندة الخطاب النسوي العربي على المنصات الرقمية خلال الفترة الزمنية للدراسة.

وبصفة عامة، تؤكد نتائج الدراسة ما توصلت إليه الأدبيات السابقة من حيث أن منصة إكس (تويتر) أصبحت فضاء رقميا يسهم في إنتاج الخطاب النسوية وإعادة إنتاجه، غير أن الدراسة الحالية تتميز بعرض تحليل يجمع بين البيانات الكمية والتحليل النقدي للخطاب وفق نموذج فيركلوف ، وهو ما يساعد على تفسير العلاقة بين الخصائص اللغوية للتغريدات، وآليات إنتاجها وتداولها، والسياقات الاجتماعية والثقافية التي تنتج فيها.

المصادر والمراجع:

1. إين فطرة-السعادة. (2022). *تحليل الخطاب النقدي لنورمان فيركلاف على أخبار عودة صراع أفغانستان مع طالبان*. مالانج: جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية.
2. خالد غسان يوسف المقدادي. (2013). *ثورة الشبكات الاجتماعية*. عمان: دار النفائس.
3. عبد الرزاق رحماني، و علي حيدري. (2020). التحليل النقدي للخطاب في سورة المدثر على أساس نظرية نورمن فيركلاف. *مجلة علوم اللغة العربية وآدابها* ، *12* (1).
4. عبد-الوحيد نويدي، و طالب بور. (2025). تحليل الخطاب النقدي لمجموعة "أرض البرتقال الحزين" على أساس المنهج النقدي لنورمان فيركليف. *مجلة علوم اللغة العربية وآدابها* ، *17* (1).
5. عبيدة صبطي. (2018). *الإعلام الجديد والمجتمع*. مصر: المركز العربي للنشر.
6. محمد سيد ريان. (2012). *الإعلام الجديد*. القاهرة: مركز الأهرام للنشر.
7. Aljarallah, R. (2017). *A Critical Discourse Analysis of Twitter Posts on The Perspectives of Women Driving in Saudi Arabia*. Degree Master of Arts, Arizona State University.
8. Aljouhi, D. (2021). *Saudi Women Behind the Wheels: Analysis of the Saudis' Twitter Discourse Towards the Women Driving Decree*. Chicago: Graduate College of the University of Illinois.
9. Bahammam, L. M. (2018). *Gendered discourses and discursive strategies employed in Twitter hashtagged debates about Saudi-Women's issues.* Department of English Language & Applied Linguistics | School of Literature and Languages.
10. Bendifallah, L. (2022). *Critical Discourse Analysis on the Views Concerning Feminism through Twitter Posts: The Case of the Turkish Context*. Tizi-Ouzou: Mouloud Mammeri University.
11. Eleanor, J. (2019). Understanding student use of twitter and online forums in higher education. *education information technologie , 24* (34).
12. Isnaini, N.-A. (2022). *Argumentation Strategies Used In The Tweets Of #InternationalWomensDay Hashtag: A Critical Discourse Analysis*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ib: Department of English Literature, Faculty Of Humanities.
13. Javanmardi, S., & Abbassi, A. (2023). Norman Fairclough's critical discourse analysis in The sand child written by Ben Jelloun. *Plume , 19* (37), 291-293.

14. Sumarlam, F.-R., & Malihah, N. (2018). Representation of Power in the Text News on the Meiliana Case (A Norman Fairclough Critical Discourse Analysis). *Advances in Social Science, Education and Humanities Research , 280*.
15. Williams, J., Chinn, S. J., & James, S. (2014). The value of Twitter for fans. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice , 16* (1), 36-50.

المراجع العربية مرومنة

1. i'n fṭrt-āls'ādh. (2022). taḥlīl al-khiṭāb al-naqdī lnwrmān fyrklāf 'alá Akhbār 'Awdah ṣirā' Afghānistān ma'a Ṭālibān. mālānj : Jāmi'at mawlānā Mālik Ibrāhīm al-Islāmīyah al-ḥukūmīyah.
2. Khālid Ghassān Yūsuf al-Miqdādī. (2013). Thawrat al-Shabakāt al-ijtimā'īyah. 'Ammān : Dār al-Nafā'is.
3. 'Abd al-Razzāq Raḥmānī, wa 'Alī Ḥaydarī. (2020). al-Taḥlīl al-naqdī lil-khiṭāb fī Sūrat almdthr 'alá Asās Naẓarīyat nwrmn fyrklāf. Majallat 'ulūm al-lughah al-'Arabīyah wa-ādābihā, 12 (1).
4. 'bd-Ālwḥyd Nuwayḍī, wa Ṭālib Būr. (2025). taḥlīl al-khiṭāb al-naqdī li-majmū'ah "arḍ al-burtuqāl al-ḥazīn" 'alá Asās al-manhaj al-naqdī lnwrmān fyrklyf. Majallat 'ulūm al-lughah al-'Arabīyah wa-ādābihā, 17 (1).
5. 'Ubaydah ṣbṭy. (2018). al-I'lām al-jadīd wa-al-mujtama'. Miṣr : al-Markaz al-'Arabī lil-Nashr.
6. Muḥammad Sayyid Rayyān. (2012). al-I'lām al-jadīd. al-Qāhirah : Markaz al-Ahrām lil-Nashr.