"عنوان المداخلة : "الأدوات المنهجية لتحليل الخطاب الإعلامي الرقمي واسقاطاتها البينية"

Methodological tools for analyzing digital media discourse and " "its interdisciplinary implications

الندوة الوطنية " مناهج البحث في الاتصال الدعوي في البيئة الرقمية "

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية –قسنطينة/الجزائر

19فيفري2025

أ.د. ليلى فيلالي

filali.leila@yahoo.fr

مخبر الدراسات الدعوية والاتصالية

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى استعراض أبرز الأدوات المنهجية المستخدمة في تحليل الخطاب الإعلامي الرقمي، مع التركيز على إسقاطاتها البينية التي تتيح فهماً أعمق للرسائل الإعلامية في البيئة الرقمية. كما يناقش البحث كيف تسهم هذه الأدوات في تحليل المضامين، ورصد الأنماط الخطابية، وفهم تأثيرات الإعلام الرقمي على الجمهور. وتتمحور الإشكالية في التساؤل الآتي :

ما هي الأدوات المنهجية لتحليل الخطاب الإعلامي الرقمي، وكيف تتقاطع مع العلوم الأخرى؟

الكلمات الافتتاحية: تحليل الخطاب ، الخطاب الإعلامي الرقمي ، الأدوات المنهجية

Abstract:

This research aims to review the most prominent methodological tools used in analyzing digital media discourse, with a focus on their inter-projections that allow for a deeper understanding of media messages in the digital environment.

The research also discusses how these tools contribute to analyzing content, monitoring rhetorical patterns, and understanding the effects of digital media on the audience. The problem revolves around the following question:

What are the methodological tools for analyzing digital media discourse, and how do they intersect with other sciences?

Keywords: Discourse analysis, digital media discourse, methodological tools

مقدمة:

يشهد الخطاب الإعلامي الرقمي تحولات جوهرية بفعل التطورات التكنولوجية والتداخل بين مختلف التخصصات العلمية، ما يستدعي أدوات منهجية دقيقة لتحليله وفهم أبعاده. ولم يعد تحليل الخطاب الإعلامي الرقمي مقتصرًا على المناهج التقليدية، بل أصبح يستلزم مقاربات بينية تجمع بين اللسانيات، ودراسات الإعلام، وتحليل البيانات الرقمية.

يهدف هذا البحث إلى استعراض أبرز الأدوات المنهجية المستخدمة في تحليل الخطاب الإعلامي الرقمي، مع التركيز على إسقاطاتها البينية التي تتيح فهماً أعمق للرسائل الإعلامية في البيئة الرقمية. كما يناقش البحث كيف تسهم هذه الأدوات في تحليل المضامين، ورصد الأنماط الخطابية، وفهم تأثيرات الإعلام الرقمي على الجمهور. وتتمحور الإشكالية في التساؤل الآتي :

ما هي الأدوات المنهجية لتحليل الخطاب الإعلامي الرقمي، وكيف تتقاطع مع العلوم الأخرى؟

تتناول المداخلة ثلاثة محاور: يمثل المحور الأول مدخلا مفاهيميا والثاني يبرز البينية في تحليل الخطاب ويهتم المحور الثالث بتحديد الأدوات المنهجية لتحليل الخطاب الإعلامي الرقمي .

أولا: مدخل مفاهيمي

1- معنى الخطاب :

يعرف الخطاب لغويا على أنه كلمة مستمده من الفعل الثلاثي خطب ، لهذا عرفه ابن منظور في كتابه لسان العرب فقال ان كلمة خطاب هي الكلام الذي له بداية ونهاية مع التأكيد على خاصيه التفاعل ، فيقال خاطبه بالكلام مخاطبة وخطابا وهما يتخاطبان، ومن ثم

فالخطاب في لسان العرب كلام عادي مزخرف له أول وآخر وهو يتم بين متخاطبين أو أكثر يتدخلان ويتدخلون في تفاعل بينهم، فالمعنى بمجمله يؤكد على جوهر الاشتراك في فعل الكلام الذي يقصد به الإفهام، أما المفهوم الثاني للخطاب في لسان العرب فهو مستنبط من قوله تعالى وشددنا ملكه وآتيناه الحكمة وفصل الخطاب سورة (ص) الآية 20 ، وهو معنى يدل على الكلام الراشد والمنطق وفصل الخطاب أن يفصل بين الحق والباطل ويميز بين الحكم وضده. [1]

يرتبط الخطاب في المعاجم العربية ارتباطا وثيقا بالكلام " فالخطاب والمخاطبة مراجعة الكلام وقد خاطبه بالكلام مخاطبة و خطابا وهما يتخاطبان ، والخطبة مصدر الخطيب ، وخطب الخاطب على المنبر ، واختطب يخطب خطابة ، واسم الكلام الخطبة [...] وذهب أبو إسحاق إلى أن الخطبة عند العرب الكلام المنثور المسجع ، ونحوه ، وفي التهذيب : الخطبة مثل الرسالة التي لها أول وآخر"[2]

ومفهوم الخطاب في الدراسات الغربية (مرادف للكلام) ، " فالخطاب وحدة مساوية أو أعلى من الجملة، وهو مكون من سلسلة مشكلة رسالة لها بداية و نهاية (مرادف : للملفوظ). الخطاب يعني كل الملفوظات الأعلى من الجملة. "[3]

و يربط جون دوبوا jean Dubois مفهوم الخطاب بالجانب الشكلي من خلال حجمه الذي يفوق الجملة أو يعادلها، و بالجانب الوظيفي عبر اللغة. كما أنه يربط الخطاب بالكلام، وهو بهذا لا يخرج عما قدمه العرب. [4]

يتباين معنى مفهوم الخطاب على المستوى الاصطلاحي ما بين علم (اللغة) اللسانيات، وخارج علم اللسانيات (مدرسة تحليل الخطاب السياسي) وفي علوم الإعلام والاتصال.

---

[1] – ابن منضور ابو الفضل جمال الدين محمد، **لسان العرب**، دار المعارف القاهرة الجزء 14 (خطب) ،ص 1194 .

[2] – عبد الله شكربة، "**مفاهيم لسانية: اللغة، الخطاب، النص**" ، مركز ابن النفيس للدراسات والأبحاث، https://centre-iner.com/%D9%85%، تاريخ الزيارة :2025/02/06.

[3] –jean Dubois et autres .**dictionnaire de l'linguistique** , 1973 , libraire la rousse-paris, p156.

https://dn790005.ca.archive.org/0/items/DictionnaireDeLinguistiqueDubois/Dictionnaire-de-Linguistique-Dubois.pd, visité :11/02/2025.

[4] –Ibid.

- **في علم اللسانيات:**

إنّ مفهوم الخطاب في علم اللسانيات ينقسم في إطار اتّجاهَين البُنيوية Structuralism والتفكيكيّة Deconstruction. يهتمّ الاتجاه البنيوي بالنسيج اللغوي للنص، ويدرسه بذاته لذاته مهملًا صاحبه ومؤلّفه. تنطلق هذه المدرسة من أنّ النصّ وحده هو المهمّ، ولا يفيد في شيءٍ أن نتعرّف على حياة مؤلّفه لكي نفهمه. ويُعدّ دي سوسير رائد البنيوية الأول في العصر الحديث وهو يعدُّ الخطاب مرادفًا للكلام. [5]

- **مفهوم الخطاب خارج علم اللسانيات (تحليل الخطاب السياسي) :**

ينتمي كلّ من فوكو وإدوارد سعيد لهذا الاتجاه وهو ما يُطلَق عليه مدرسة تحليل الخطاب السياسي. تختلف هذه المدرسة عن المدارس اللسانية في نظرتها وتحليلها للخطاب، كما ظهر هذا الاتجاه في الفكر ما بعد الحداثي في فرنسا، وفيه يُنظر إلى العالم أنّه ليس مجرد مجرّة من النصوص، وأنّ بعض النّظريات تتجاهل حقيقة أنّ الخطاب متداخل مع السّلطة

ذهب ميشال فوكو إلى ما أسماه المنهج الأركيولوجي (التحليل الحفري) وهو أداة منهجية تُستخدَم في تحليل الأفكار وأحد أشكال هذا المجال هو تحليل الخطاب. ويعني هذا المنهج بالحفر على الأشياء محاولة إظهارها وإبرازها، ومن ثَمّ فهو يقرّر الواقع ولا يفسّره . [6]

2- **الخطاب الإعلامي:**

يشير محمد شومان في كتابه تحليل الخطاب الإعلامي الى أنّ هناك غموضًا، وعدم اتفاق بين المدارس حول مفهوم الخطاب الإعلامي منذ ظهور مدارس تحليل الخطاب في مطلع الثمانينات، إلا أنّه يتابع أنّه يجب التسليم في كون الخطاب الإعلامي ممارسة اجتماعيّة متغيرة ودائمة التغيير، والتطوّر مضيفًا أنّ هذا الخطاب ليس شيئًا واحدًا بل هناك عدد من الخطابات الإعلاميّة المتصارعة، أو المتعاونة والتي تعكس حقائق اجتماعيّة متباينة ومصالح متعارضة . [7]

---

[5] – آسيا محمد الحسيني، " **تحليل الخطاب الإعلامي**" ، مجلة أوراق ثقافية للآداب والعلوم الإنسانية ، العدد19، 31ماي2022 https://www.awraqthaqafya.com/1846/، تاريخ الزيارة :2025/02/07.

[6] – المرجع نفسه .

[7] – محمد شومان ، **تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية**، الدار المصرية اللبنانية الطبعة: الناشر، الأولى 2007 ، https://tariq-library.com/%D8%AA%D8%AD%D9%، تاريخ الزيارة :2025/02/05.

إن عدم الاتفاق على مفهوم موحّد للخطاب، لم يمنع انتشار بحوث تحليل الخطاب الإعلامي والذي يعدُّ تطورًا مهمًّا في مجال التحليل الكيفي للرسائل الإعلاميّة، وشروط انتاجها وتداولها وتأثيرها في الجمهور بالإضافة الى تفاعلاتها مع الظروف التاريخيّة والمجتمعيّة.

مما سبق نستنتج أن الخطاب الإعلامي يتشكل من مجموع الرسائل الاتصاليّة الصادرة عن وسائل إعلاميّة متنوعة مكتوبة، ومسموعة ومرئيّة التي تنتج من قبل القائم بالاتصال، وتُنشر وفق سياقات خاصة وتحمل وجهات نظر مختلفة تسعى الى إحداث تأثير في الجمهور المتلقي مستخدمة مختلف أساليب الاقناع والترويج. وبهذا يكون الخطاب الإعلامي هو مجموعة من الرسائل والمضامين التي تقدمها وسائل الإعلام المختلفة للجمهور، بهدف نقل المعلومات، وتُنشر وفق سياقات خاصة وتحمل وجهات نظر مختلفة تسعى الى إحداث تأثير في الجمهور المتلقي، أو تشكيل تصورات معينة حول القضايا والأحداث. ويتسم الخطاب الإعلامي بخصائص مثل الانتقائية، الإقناع، والتأطير، حيث يتم تقديم المحتوى بطريقة تخدم أهداف المؤسسة الإعلامية أو الجهات الفاعلة فيها.

3- الخطاب الإعلامي الرقمي:

يبرز كتاب اللغوية الفرنسية ماري آن بافو المعنون بـ: "قاموس تحليل الخطاب الرقمي: الأشكال والممارسات" الذي صدر عن دار هيرمان بباريس في 400 صفحة. الذي يقدم لمحة عامة عن هذه التغييرات التي استنبطت من خلال تحليل الخطاب الرقمي، الذي يستعمل فيه الكاتب مقاربة جديدة تصف الأشكال والممارسات التعبيرية الرقمية، مثل الهاشتاج والنص الترابطي مرورًا بالتعليق، النص المكتوب المقروء، البروفيل، الترولينغ والتتبع الرقمي وجميع طرق الكتابة والتفاعل عبر الإنترنت...التي تشكل اليوم شبه قاموس تعبيري يقترح المفاهيم والأدوات المنهجية والمشار إليها، فإنه يقترح المفاهيم والأدوات اللازمة لتحليل التواصل الرقمي. [8]

ومن ثم تخلص ماري أن بافوMarie-Anne Pavo إلى أن تحليل الخطاب الرقمي بتموضع داخل "منظور إيكولوجي تكاملي"، حيث يفترض مفهوم البيئة "استمرارية بين مواضيع اللغة وبيئة إنتاجها "ومن هنا تقترح كـ"بديل حاسم" لذلك السياق، أن يتم التركيز أكثر على

[8] – سعيد بوكرامي، "**تحليل الخطاب الرقمي: الأشكال والممارسات**"، مجلة فكر الثقافية ، نشر بتاريخ: 2024-02-01 ، https://www.fikrmag.com/article_details.php?article_id=1867، تاريخ الزيارة :2025/02/06.

"البارامترات الاجتماعية والتاريخية والسياسية". التي تختلف في هذا الصدد عن المقاربات السابقة التي تطبق أساليب ما قبل الرقمية التي كانت تفصل البيانات الرقمية عن الجزء التقني، وبالتالي تنتج نتائج تعتبر مشكوك في مصداقيتها. لأن الموضوع اللوغاريتمي للويب "يقتضي إعادة النظر في تصميم الخطاب والمخطط الدائم لحالة الخطاب المبني على أساس أربع معلمات هي المتكلم المخاطب والمكان والزمان." يمتلك الخطاب الرقمي الوليد خصائص مميزة تدفع جزئيًا إلى التخلي عن شبكات التحليل التقليدية ومكوناتها (أو طبيعتها المركبة التقنو خطاب). [9]

نستنتج من خلال ذلك أن الخطاب الإعلامي الرقمي مجموع الرسائل والتفاعلات التي يتم إنتاجها وتوزيعها عبر المنصات الرقمية، مثل مواقع الأخبار الإلكترونية، ووسائل التواصل الاجتماعي، والمدونات، والبودكاست. إذ يتميز بخصائص فريدة، منها التفاعلية، والانتشار الفوري، والتعددية الصوتية، والتكامل بين النص والصورة والفيديو.

وتشكل مقاربة "بلاغة الجمهور"، في الوقت الراهن، واحدا من التوجهات الأكثر جذبا لاهتمام الباحثين في العالم العربي. ويضم "بلاغة الجمهور"، بوصفه حقلا معرفيا، كمّا غير محدود من مادة البحث، وعددا لا نهائيا من موضوعاته. يشتمل هذا الحقل على كل الظواهر المرتبطة بالإقناع والتأثير في الاستجابات التي ينتجها الجمهور في فضاءات عمومية. ويمثل الدور المتصاعد للجماهير في الفضاء العام أحد أهم ملامح العصر الذي نحيا فيه.

وقد أطلق الدكتور عبد اللطيف في أحد كتبه تسمية "عصر استجابات الجماهير"؛ للإشارة إلى إحدى أهم السمات التي يرى أنها تميز عالمنا الراهن. بالطبع، تمثل فضاءات تداول خطابات الجمهور أحد أوجه قوة الجمهور، وقوة بلاغته، لكن انفتاح فضاءات التداول سوف يظل محدود التأثير، لو لم يتطور الوعي النقدي للمواطن العادي الذي يشكل المكون الأساس الجمهور، وهذا يؤكد، وفقا للدكتور عبد اللطيف، "محورية دور التعليم، والتثقيف، والتوعية، فبدونها سوف يُعيد الجمهور إنتاج بلاغات القهر، والتسلط، والخرافة، والانقسام". وهنا تظهر أهمية أو ضرورة وجود بلاغة الجمهور. [10]

---

[9] – المرجع نفسه.

[10] – عماد عبد اللطيف، بلاغة الجمهور،

https://emadabdullatif.com/eloquence-page-arabic/، تاريخ الزيارة :2025/02/06.

ويمكن وصف "بلاغة الجمهور" بأنها فرع من فروع العلم يدرس العلاقات بين بناء الخطاب وأدائه من ناحية، واستجابات الجمهور الذي يتلقاه من ناحية أخرى. تهدف بلاغة الجمهور إلى تمكين الجمهور من إنتاج استجابات بليغة، يستطيع من خلالها كشف أشكال إساءة استعمال الكلام مثل العنصرية، والكراهية، والتلاعب، و التميز، و القهر، والإخضاع، ومقاومة هذه الإساءات، بما يدفع المتكلمين، أفرادا أو مؤسسات، إلى مراقبة خطاباتهم، و ترشيدها، وجعلها أكثر استقامة ونبلا وإنسانية. غاية بلاغة الجمهور هي إكساب الأفراد مهارات تجعلهم فاعلين في التواصل الجماهيري، على أمل أن يؤدى ذلك إلى تحقيق تواصل يتسم بالإنسانية والمصداقية والنزاهة. لتحقيق هذه الغاية تقدم بلاغة الجمهور معارف نظرية، وأدوات تحليل، وإرشادات تمكن الجمهور من إنتاج استجابات بليغة، تدعم النبيل من الخطابات، وتقاوم المتلاعب منها.[11]

يعود تأسيس عماد عبد اللطيف لمشروع بلاغة الجمهور إلى سنة 2005 حين كتب مقاله : "بلاغة المخاطب– البلاغة العربية من إنتاج الخطاب السلطوي إلى مقاومته"، إذ حمل هذا المقال بذور فكرة طلائعية تجديدية، تحاول أن تشق طريقها في حقل الدراسات البلاغيةّ العربية، و عرف بلاغة المخاطب بأنها توجه معرفي في البالغة العربية مادته الخطابات البلاغية الجماهيرية، و موضوعه دراسة الكيفيات التي تستخدم بها هذه الخطابات اللغة لتحقيق الإقناع و التأثير و أثر ذلك في تشكيل استجابة المخاطب، ووظيفته تقديم معارف و أدوات للمخاطب تمكنه من مخاطبة الخطابات البلاغية السلطوية . [12]

4- تعريف منهج تحليل الخطاب:

يقابل لفظ تحليل باللغة العربية Analyse بالفرنسية و Analysis باالنجليزية، وهي كلمات ذات أصل يوناني تتشكل من مقطعين، :Anaأي إلى أعلي أو إلى وراء، و :Luienبمعنى يفك. فالمصطلح ينطوي في جذره على تجاه تجزيئي أو تفكيكي ويفترض

---

[11] – المرجع نفسه.

[12] – المهدي لعرج وآخرون، البالغة العربية وآفاق تحليل الخطاب، منشورات المركز الأكاديمي للدراسات الثقافية والأبحاث التربوية، فاس، المغرب،2020، ص 147، https://www.noor-book.com/%D9%8-pdf، تاريخ الزيارة :2025/02/11.

أوال وجود موضوع كلي قابل للتفكيك والتجزئة، متركب من عناصر أو أجزاء نرده بواسطة التحليل إلى تلك العناصر والأجزاء باكتشافها وتسميتها ومعرفة مكوناتها . [13]

يعتبر تحليل الخطاب أحد المناهج الخاصة بالدراسات الكيفية والتفسيرية ويحتوي هذا المنهج على نظره تفسيرية للواقع الاجتماعي ، وكان هذا المنهج في البداية يهدف الى التعريف أو التعرف على الايديولوجيا والجوانب الفكرية التي تشكل الخطاب عبر سياق زمني او سياقات متنوعه غير أنه تطور فيما بعد ليشمل الجوانب الظاهرة والكامنة في الخطاب، وما توحي من دلالات ومعان، ورصد الحجج والبراهين، وتحليل القوى الفاعلة، وغير ذلك من الأساليب التي تمكن من بلوره صورة عميقة وشاملة عن الخطاب. [14]

ثانيا: البينية في تحليل الخطاب

يعد تحليل الخطاب مقاربة متعددة التخصصات نشأت في أحضان علم اللغة (اللسانيات) وتطورت في أوربا وتحديدا فرنسا، بريطانيا وألمانيا وفي الواليات المتحدة الأمريكية منذ الستينيات من القرن العشرين، معتمدة على مفاهيم تمت استعارتها من تخصصات متعددة كعلم النفس وعلم الاجتماع واللسانيات وعلوم الاتصال والفلسفة والتاريخ...

وهذا ما يؤكده "باتريك شارودو Charaudeau Patrick "في كتابه معجم تحليل الخطاب، فتحليل الخطاب تخصص جديد ظهر في الستينيات وهو مو جود في مركز مجمل العلوم االجتماعية واإلنسانية وموضوعه هو الخطاب. وفي نفس االتجاه، يرى "دومينيك مانغونو Maingueneau.D "أن تحليل الخطاب هو ذلك التخصص الذي بدل ان يقدم على التحليل اللغوي للنص في ذاته أو على التحليل السوسيولوجي أو النفساني لمحتواه، يسعى إلى مفصلة تلفظه (أي النص) مع موقع اجتماعي بعينه، وهكذا، يجد تحليل الخطاب نفسه حيال أنواع الخطابات المشتغلة في قطاعات الفضاء الاجتماعي) المقهى، المدرسة، المحل التجاري، الجامعة... (أو في الحقول الخطابية) السياسي، العلمي) ... [15]

---

[13] – **حاتم الصكر**، ترويض النص، دراسة للتحليل النصي في النقد المعاصر، إجراءات ومنهجيات، سلسلة دراسات أدبية، الهيئة المصرية للكتاب ،1998، ص 3

[14] – بركات عبد العزيز، مناهج **البحث الإعلامي**، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012، ص 303.

[15] – دومينيك مانغونو، المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، ترجمة محمد يحياتن، منشورات الاختلاف، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروتن 2008، ص10.https://www.noor-book.com/%D9% ، تاريخ الزيارة :2025/02/11.

صار تحليل الخطاب من أهم المناهج البحثية التي نشأت عند تقاطع تخصصات معرفية متعددة، مما يجعله دراسة بينية بامتياز. يسعى هذا التحليل إلى فهم كيفية تشكُّل المعاني داخل النصوص والخطابات، بالاعتماد على آليات لغوية وسياقية واجتماعية.

ويستلزم ذلك توظيف نظريات وأدوات من مجالات مختلفة مثل اللسانيات، وعلم الاجتماع، والفلسفة، وعلم النفس. [16]

ويعد تحليل الخطاب دراسة متعمقة للنصوص والحوارات، تُعنى بكيفية إنتاج المعاني وتداولها بين الأفراد والمؤسسات بحيث يختلف عن الدراسات النصية التقليدية في كونه يهتم بالسياق والسلطة والوظيفة الاجتماعية للغة، بدلًا من التركيز على البنية النحوية فقط .[17]

إذ يوظف تحليل الخطاب في اللسانيات لفهم البنية اللغوية وتوظيفها في تشكيل المعاني، ويستخدم في علم الاجتماع لدراسة دور الخطاب في بناء الهويات الجماعية وتوجيه السلوك الاجتماعي أما في علم النفس فهو يوظف لفهم كيفية استقبال وتأويل النصوص من قبل الأفراد والجماعات. [18]

في الفلسفة يستخدم تحليل الخطاب لاستكشاف الأسس الفكرية والإيديولوجية التي تؤطر الخطابات (أركون، 2002، ص. 89). [19]

ويتجسد تحليل الخطاب في السياسة في دراسة فان دايك Van Dijk حول الخطاب السياسي، حيث استخدم منهجية تحليلية تكشف عن البنية الإيديولوجية للنصوص السياسية، مركّزًا على كيفية ترسيخ السلطة والتأثير على الجمهور و تحليل الخطاب الإعلامي للكشف عن كيفية استخدام اللغة في تكوين الواقع الاجتماعي، مع التركيز على التلاعب بالمفاهيم والخطابات المهيمنة .[20]

أما في تحليل خطاب ديني يُعتبر تحليل الخطاب الديني مجالًا هامًا، كما هو الحال في دراسة محمد أركون، التي تتناول كيفية بناء المعنى الديني داخل الخطاب الإسلامي وتأثيراته على الهوية والسلطة. [21]

---

[16] – محمد أركون، الفكر الإسلامي: نقد واجتهاد. دار الساقي للنشر والتوزيع، (2002). ص. 78.

[17] –Van Dijk, T. Discourse and Manipulation. Discourse & Society, (2006). 17, 359–383. https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3579234, visité :11/02/2025.

[18] –ibid.

[19] – محمد أركون، مرجع سابق، ص89.

[20] –Van Dijk, T, Op.cit, p110.

[21] – محمد أركون، مرجع سابق، ص95.

ثالثا : أدوات تحليل الخطاب الإعلامي الرقمي

تأسيساً على توظيف منهج التحليل الكيفي للخطاب، فقد اعتمدت الباحثة أربع أدوات للتحليل للتعرف على محتوى الخطاب الصحفي، وذلك من خلال التركيز على تحليل الخطاب ووحداته في ضوء علاقته بالواقع الذي ينطلق منه ويعبر عنه، وحتى يتم فهم الأطروحات والأفكار التي يحملها الخطاب فالمطلوب دراستها في تفاعلها عندما تكون في حالة جدل مع بعضها البعض وليس دراستها منعزلة، ومن ثم دراسة عملية تفاعل منتجي الخطاب، وهم يمارسون أدوارهم عبر ما يطرحونه،

ويشهد " تحليل الخطاب الإعلامي الرقمي " نوعا من التحديث مقارنة مع تحليل الخطاب في شكله التقليدي، ويتعلق هذا المنهج بتحليل الأطروحات ومسارات البرهنة والأطر المرجعية والقوى الفاعلة في تعليقات المستخدمين وكذلك معرفة الدلالات اللغوية للمعاني والألفاظ المستخدمة.[22]

ويعتبر محمد عبد الحميد بأن تحليل الخطاب في المدونات كشكل من أشكال الإعلام الجديد، لا يكفيه فقط توظيف المناهج والأساليب الخاصة بالتحليل، ومعرفة الجذور والعالقات اللغوية للاستدلال عن المعني، ولكنه يتطلب أيضا تحليل الاستشهادات والأدلة والبراهين التي يعتمد عليها كل طرف من أطراف العالقة الجدلية في إطار وحدة النص، وبالتالي الكشف عن السياقات الاجتماعية والعقائد و القيم التي يدور في أطرافها النص و أطراف الحوار و مدى تمسكهم بها. [23]

وهذه الأدوات هي:

1- أداة تحليل الأطروحات (Thesis Analysis): يركز هذا التحليل على تحديد الأفكار الرئيسية والمواقف التي يتبناها الخطاب. يتم ذلك من خلال استخراج الأطروحات الأساسية التي يسعى الكاتب أو المتحدث إلى إثباتها أو الدفاع عنها، مما يساعد في فهم الغايات والأهداف الكامنة وراء الخطاب.

---

[22] – محمد مصطفى رفعت، **الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية**، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018 ، ص 61.

[23] – محمد عبد الحميد، **المدونات: الإعلام البديل**، عالم الكتب، القاهرة، 2009 ص 252

تعتبر الأطروحة فكرة أو معنى معين يريد منتج الخطاب توصيله للمتلقي بحيث يتم فهم الخطاب على النحو الذي يريده منتج الخطاب، وهي مدخل مهم لتحليل الخطاب؛ لأن الأطروحة تعد بنية موحدة يقدمها منتج الخطاب لأهداف معينة، "ويستخدم تحليل الأطروحات في بعض الأحيان بمعنى تحليل بنية الموضوع الفكرية. وتم توظيف هذه الأداة للتعرف على الأطروحات الفكرية الكبرى للمواد عينة التحليل نحو قضية المصالحة، والتي تتكون بدورها من وحدات أصغر تتمثل في الأفكار الفرعية التي تعبر عنها الفقرات".[24]

2- أداة تحليل المعنى الكامن:

أداة تحليل المعنى الكامن على خلاف تحليل المضمون، لا يتم فقط من خلال المعلومات الظاهرة في الخطاب يولي تحليل الخطاب أهمية فائقة للمعاني الضمنية في الخطاب من خلال الأفكار الكامنة والموضوعات والعلاقات الضمنية التي يعكسها الخطاب. "ويتم إنتاج الخطاب وصياغته بطريقة معينة بحيث يوجه فهم المتلقي الوجهة التي يريدها منتجو الخطاب، وبحيث يركز المتلقي ذهنياً على الأفكار الضمنية والظاهرة على السواء" .[25]

لذا فإن تحديد المعنى الكامن وتحليله يكون من خلال طرح أسئلة من قبيل :ماذا يعني أن هذا الكلام جاء على لسان هذا الشخص بالذات؟ لماذا جاء هذا الخطاب في هذا التوقيت وليس في توقيت آخر؟ -لماذا استخدم الخطاب مصطلحات معينة أو مسميات معينة ولم يستخدم أخرى ؟

3- **أداة تحليل القوى الفاعلة:** يقصد بالقوى الفاعلة "الأشخاص والمؤسسات والحكومات والدول والمنظمات التي تقوم بأعمال أو تتبنى سياسات وتوجهات معينة، ويتم تحليل القوى الفاعلة من خلال رصد القوى الواردة في الخطاب، وتصنيفها إلى مجموعات معينة حسب المعايير المناسبة للدراسة، وقد يكون التصنيف إلى قوى مؤيدة وقوى معارضة، أو إلى قوى رسمية وقوى شعبية، مع إمكانية إحداث تصنيفات فرعية للقوى الفاعلة داخل كل تقسيم أساسي، ثم رصد موقف كل قوة، وأساليبها، وأدواتها، وردود أفعالها، والأدوار التي تقوم بها. "وتم توظيف هذه الأداة لرصد القوى الفاعلة في خطاب صحيفتي الدراسة نحو قضية

---

[24] – محمد شومان، **تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2007، ص124.

[25] – طه عبد العاطي نجم، **مناهج البحث الإعلامي**، دار كلمة للنشر والتوزيع ، الإسكندرية، مصر،2015، ص 265.

المصالحة، ومعرفة الأدوار المنسوبة إليها، وتقييمها سلباً أو إيجاباً، من خلال استخراجها بذات لغة منتجيها، وقراءة دلالتها عبر ربطها بسياق إنتاجها داخل الخطاب. [26]

4- **أداة تحليل مسار البرهنة** تعتبر أحد الأساليب التي يعتمد عليها الباحث في تحديد الحجج والبراهين التي يعتمد عليها المتحدث لإثبات المقولات والأفكار الواضحة والصريحة في الخطاب أو الحوار مع الغير، والتي تتخذ أساسا للحكم على الاتجاهات الفكرية والعقائدية للخطابً وللمتحدث. [27]

يقصد بتحليل مسار البرهنة رصد وتفسير الحجج والبراهين التي يستخدمها الكاتب أو المتحدث في إثبات أو نفي أو التشكيك في مقولات أو أفكار أو آراء أو معلومات أو وقائع، حيث إنه من المفترض أن تكون لغة الحوار لغة توجيه وإقناع، وتحتوي على أدوات مؤثرة من بينها استخدام الأدلة والبراهين لإقناع المتلقي بما يناسب خصائصه وظروفه، وتسمح هذه الأداة باستخراج وتصنيف أطروحات الخطاب في إطار فئات التحليل الخاصة بالظاهرة المدروسة مع رصد عملية منطقة هذه الأطروحات عبر المبررات المرافقة لها.

5- أداة تحليل الأطر المرجعية

وتفيد هذه الأداة في التعرف على السياقات الاجتماعية والتاريخية والشواهد المعاصرة والشخصيات المختلفة الذين يشكلون عملية تعضيد مواقف الخطاب المعلنة داخل الأطروحات. [28]

تعني الأطر المرجعية الحقل المرجعي للمفهوم المدروس، وهو يتكون من كل المراجع الموجودة في النص، مثل: أسماء أشخاص، مؤسسات، مدن، وثائق، معاهدات، حقب وفترات زمنية، ومن خلال تحليل الأطر المرجعية يمكن رصد الإحالات المرجعية التي استند إليها الخطاب في عرضه للمفاهيم المحورية .ويقصد بأداة تحليل الأطر المرجعية –مثلا– في دراسة عن الخطاب الصحفي الفلسطيني في صحيفة إلكترونية ما، الإسنادات المرجعية التي

---

[26] – هشام عبد المقصود، دراسة لخطاب المدونات العربية، العربي للنشر والتوزيع القاهرة، 2010م، ص.28

[27] – عبد الحميد محمد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، القاهرة، عالم الكتب ،2000، ص 285.

[28] – حمادة الهنيدى، الخطاب المصري في مواجهة ظاهرة الإرهاب: تحليل سوسيولوجي للخطاب الثقافي والسياسي و ألأمني في الفترة من 1995 حتى ،2005 مكتبة النجاح، القاهرة،2008، ص48.

تستند إليها الأطروحات المتضمنة في الخطاب الصحفي من مصادر وتصورات حول القضايا محل الدراسة كالمصالحة بين حركتي فتح وحماس.

6- **أداة تحليل السياق:**

يستخدم مصطلح السياق للدلالة على السياق اللغوي أو على السياق المجتمعي، ويوظف مفهوم السياق في تحليل الخطاب بالمعنى المجتمعي، فالسياق يعني الفترة الزمنية والمجال المكاني بما فيه من ظروف مجتمعية بمختلف أبعادها كالواقع الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي والفرص والتحديات والصراعات والمصالح المتفقة والمتعارضة، وكذلك القوى الاجتماعية وأفكارها وأهدافها وأدوارها وأدواتها ووسائلها... فهذه العوامل وغيرها هي التي تشكل بيئة الخطاب التي تعرف بالسياق وكثيرا ما يعرف هذا المدخل بالتحليل الثقافي. [29]

7- **أداة تحليل الصورة:** هو الوصف الدقيق الشامل للمادة المرئية المتضمنة في الخطاب المراد تحليله وتقييم هذه المادة وما تعبر عنه من معان صريحة و دلالات كامنة يمكن الاستدلال عليها .بموجب هذه الرؤية، يتسع تحليل الصورة بما يتجاوز المعنى التقليدي لمفهوم الصورة ليشمل مكوناتها وعناصر مرتبطة بها كاللون والضوء والحركة والزوايا والخلفية وأساليب توظيف كل ذلك في الخطاب ودلالات هذا التوظيف ودوره المحتمل في التأثير على المتلقي. ومنه فإن للصورة أبعادها في العمق والتفاعل بين مكوناتها وكذلك التفاعل بين مكوناتها ومكونات الموضوع.

لقد أصبحت برامج تحليل الصور الآلية وأدوات الذكاء الاصطناعي ضرورية في معالجة وتفسير البيانات المرئية عبر مختلف الصناعات. سواء كان ذلك في مجال الرعاية الصحية أو الأمن أو البحث، "تساعد هذه الأدوات في فهم الصور المعقدة بسرعة ودقة مثل باستخدام خدمة Azure الذكاء الاصطناعيVision ، يمكنك استخدام نماذج مدربة مسبقا لتحليل الصور واستخراج الرؤى والمعلومات منها." [30]

ويتضمن تحليل الخطاب لدى ماس:

1- تحديد مضمون وموضوع النص.

---

[29] – طه عبد العاطي نجم، **مناهج البحث الإعلامي**، مرجع سابق، ص266.

[30] – موقع learn **تحليل الصور**، https://learn.microsoft.com/ar-sa/training/modules/analyze-images/، تاريخ الزيارة: 2025/02/11.

2- وصف كيفية عرض المضمون أي التحليل اللغوي وتحليل الأسلوب.

3- تحليل معاني الرسالة في علاقتها بالسياق الاجتماعي والتاريخي.

5- الربط بين الخطوات السابقة من أجل التوصل إلى استخلاصات عامة. [31]

ويمكن استنتاج بعض اسقاطات الأدوات المنهجية لتحليل الخطاب الإعلامي الرقمي على الدراسات الدعوية فيما يلي:

1-تحليل البنية اللغوية والخطابية للرسائل الدعوية عن طريق أداة التحليل الأسلوبي التي لا تستخدم في الدراسات الإعلامية والاتصالية.

2- تحليل الإيديولوجيا والقيم من خلال أداة تحليل الاطروحات.

3-تحليل السياق الاجتماعي والثقافي.

4-استراتيجيات الإقناع والتأثير عن طريق أداة تحليل مسار البرهنة

5-تحليل أنماط السلطة والعلاقات بين المتحدثين والمتلقين بتحليل القوى الفاعلة والأطر المرجعية.

6-تأثير السياق الرقمي على الخطاب الدعوي بتوظيف بلاغة الجمهور لدراسة التعليقات والنقاشات وردود فعل الجمهور عبر الوسائط والمنصات الرقمية.

خاتمة :

يعد تحليل الخطاب الإعلامي الرقمي حقلًا مليئا بالدلالات العميقة، التي تحتوي على العديد من الإيحاءات والمعاني لاهتمامه بدراسة السّياقات المختلفة للعملية الاتصاليّة، والظروف المحيطة بها وهو يهتم بتعريف المتلقي على ما يدور حول الخطابات الناتجة عن عملية الاتصال من معانٍ إيحائيّة، والكشف عن المعاني الضمنيّة التي تحملها وهو يسعى الى الغوص عميقًا في الرسالة الإعلاميّة المشكلة للخطاب وفهم الرسالة الضمنية المراد ايصالها ، وقد مجالًا بحثيًا متجددًا يتطلب تكاملًا بين المناهج اللغوية، والسيمائية، والاجتماعية، والتكنولوجية لفهم ديناميكيته وتأثيره. وقد أظهرت هذه الدراسة أن الأدوات المنهجية المستخدمة لتحليل هذا الخطاب تتسم بمرونة تسمح بإسقاطات بينية تجمع بين التحليل النصي، البصري، السياقي، مما يعزز فهم استراتيجيات الإقناع والتأثير في الفضاء الرقمي.

[31] – محمد شومان ، **تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية**، مرجع سابق ، ص 90.

إن التطورات المستمرة في الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات تفرض الحاجة إلى تجديد الأدوات المنهجية بما يتناسب مع التحولات الرقمية المتسارعة. وعليه، يبقى البحث في هذا المجال مفتوحًا لمزيد من الدراسات التي تستكشف التفاعل بين الخطاب الإعلامي الرقمي والمتلقي في بيئات الاتصال الحديثة، مع التركيز على الأبعاد الثقافية والتكنولوجية التي تعيد تشكيله باستمرار.

قائمة المراجع :

المراجع باللغة العربية:

1- ابن منضور ابو الفضل جمال الدين محمد، **لسان العرب**، دار المعارف القاهرة الجزء 14 (خطب) ،ص 1194 .

2- آسيا محمد الحسيني، " **تحليل الخطاب الإعلامي**" ، مجلة أوراق ثقافية للآداب والعلوم الإنسانية ، العدد19، 31ماي2022 https://www.awraqthaqafya.com/1846/، تاريخ الزيارة :2025/02/07.

3- المهدي لعرج وآخرون، البالغة العربية وآفاق تحليل الخطاب، منشورات المركز الأكاديمي للدراسات الثقافية والأبحاث التربوية، فاس، المغرب، 2020،ص 147 ، https://www.noor-book.com/%D9%8-pdf، تاريخ الزيارة :2025/02/11.

4- بركات عبد العزيز، **مناهج البحث الاعلامي** ، دار الكتاب الحديث ،القاهرة ، 2012 ، ص 303.

5- حمادة الهنيدى، الخطاب المصري في مواجهة ظاهرة الإرهاب: تحليل سوسيولوجي للخطاب الثقافي والسياسي و ألأمني في الفترة من 1995 حتى ،2005 مكتبة النجاح ،القاهرة،2008، ص48.

6- **حاتم الصكر**، ترويض النص، دراسة للتحليل النصي في النقد المعاصر، إجراءات ومنهجيات، سلسلة دراسات أدبية، الهيئة المصرية للكتاب ،1998، ص 3

7- دومينيك مانغونو، المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، ترجمة محمد يحياتن ، منشورات الاختلاف، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروتن 2008، ص10.https://www.noor-book.com/%D9%، تاريخ الزيارة :2025/02/11.

8- سعيد بوكرامي، **تحليل الخطاب الرقمي: الأشكال والممارسات**، مجلة فكر الثقافية ، نشر بتاريخ: 2024-02-01 ، https://www.fikrmag.com/article_details.php?article_id=1867، تاريخ الزيارة :2025/02/06.

9- [1] – طه عبد العاطي نجم، **مناهج البحث الإعلامي**، دار كلمة للنشر والتوزيع ، الإسكندرية، مصر،2015، ص 265.

10- عبد الحميد محمد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، القاهرة، عالم الكتب

11- ،2000، ص 285.

12- عماد عبد اللطيف ، بلاغة الجمهور،

13- https://emadabdullatif.com/eloquence-page-arabic/، تاريخ الزيارة :2025/02/06.

14- عبد الله شكربة، "**مفاهيم لسانية: اللغة، الخطاب، النص**" ، مركز ابن النفيس للدراسات والأبحاث،

15- https://centre-iner.com/%D9%85%، تاريخ الزيارة :2025/02/06.
16- محمد شومان ، **تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية**، الدار المصرية اللبنانية الطبعة: الناشر، الأولى 2007 ، https://tariq-library.com/%D8%AA%D8%AD%D9%، تاريخ الزيارة :2025/02/05.
17- محمد أركون. الفكر الإسلامي: نقد واجتهاد. دار الساقي للنشر والتوزيع، (2002). ص. 78.
18- محمد مصطفى رفعت، **الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية**، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.
19- محمد عبد الحميد، **المدونات: الإعلام البديل**، عالم الكتب، القاهرة، 2009، .
20- محمد شومان، **تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2007.
21- موقع learn **تحليل الصور**،
22- https://learn.microsoft.com/ar-sa/training/modules/analyze-images/، تاريخ الزيارة: 2025/02/11.
23- هشام عبد المقصود، دراسة لخطاب المدونات العربية، العربي للنشر والتوزيع القاهرة ، 2010م.

لمراجع باللغة الفرنسية :

24- jean Dubois et autres .**dictionnaire de l'linguistique** , 1973 , libraire la rousse-paris, p156.
https://dn790005.ca.archive.org/0/items/DictionnaireDeLinguistiqueDubois/Dictionnaire-de-Linguistique-Dubois.pdf, visité :12/02/2025.
25- -Van Dijk, T. **Discourse and Manipulation**, Discourse & Society, 2006, 17, 359-383.
https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3579234, visité :11/02/2025.