

تحليل الخطاب وممارسات المستخدمين عبر الفضاء الافتراضي
نحو محاولة وضع أطر تحليلية جديدة لدراسة الاتصالات الرقمية

**Analysis discourse and user practices across the virtual space
Towards an attempt to develop new analytical frameworks for
the study of digital communications**

بثينة حمدي*

¹ مخبر Sophilab جامعة 8 ماي 1945 قلمة (الجزائر)، hamdi.boutheina@univ-guelma.dz

تاريخ النشر: 2022/06/07

تاريخ القبول: 2022/04/28

تاريخ الاستلام: 2022/02/26

ملخص:

نحاول من خلال هذا المقال البحث عن مدى تكييف أدوات تحليل الخطاب للتعامل مع مشهد الإعلام الرقمي الذي يتميز بسرعة التغير، وهل هناك محاولات جادة في صياغة مفاهيم ومنهجيات جديدة للتعامل مع التشكيلة الخطابية الفريدة والمتنوعة التي يحويها الفضاء الافتراضي، وذلك عبر تقديم قراءة نظرية تحليلية بناء على الاستئناس بجملة من الأدبيات التي تعرضت لهذا الموضوع. وقد خلصنا إلى وجود بعض المقاربات المنهجية التي أسهمت في تحليل الخطاب الافتراضي، كالإثنوغرافيا الافتراضية، ومقاربة "بلاغة الجمهور" كإحدى أهم المقاربات المستحدثة التي عُنت بإعادة صياغة الأطر التحليلية لمنهجية تحليل الخطاب وفق مساهمات الجمهور في الفضاء الافتراضي.

كلمات مفتاحية: الأطر التحليلية، الخطاب الافتراضي، بلاغة الجمهور، الإثنوغرافيا الافتراضية، أبعاد الخطاب.

Abstract:

In this article, we try to find the extent to which speech analysis tools are adapted to deal with the rapidly changing digital media landscape. Are there serious attempts to formulate new concepts and methodologies to deal with the unique and diverse rhetorical formation that virtual space contains? This is done by providing a theoretical and analytical reading based on a body of literature that has been exposed to this topic.

And we concluded that there are some methodological approaches that contributed to the analysis of virtual discourse, such as virtual ethnography and the approach of "audience rhetoric" as one of the most important approaches developed by reformulating the analytical frameworks of discourse analysis methodology according to the contributions of the public in the virtual space.

Keywords: Analytical frameworks, Discourse analysis, Audience rhetoric, Virtual Ethnography, The dimensions of the discourse.

1. مقدمة:

فرضت التغييرات التي حملتها البيئة الرقمية تحدياً منهجياً واضحاً أمام المهتمين بتوظيف تحليل الخطاب كأداة بحثية عند البعض، وكنظرية تفسيرية ومنهج متكامل عند البعض الآخر، فلم تعد الخطابات المتاحة على البيئة الافتراضية تلك النصوص الخطية التي ألفناها لزمن طويل، أو حتى المواد السمعية البصرية المحددة في محتواها وفي طرق عرضها، وإنما أضحت الخطابات المتاحة والمناسبة آنياً عبر الفضاء الشبكي الافتراضي متعددة ومتجددة في أشكالها ومضامينها ومؤلفيها، بفعل الخصوصية التقنية التي أتاحت النصوص المتشعبة والفائقة، وميزات الأنوية والتفاعلية واللامركزية في إنتاج المحتوى الإعلامي والاتصالي.

وعلى صعيد آخر، لم تعد اللغة في بيئة الإنترنت ظاهرة سطحية تتجلى مادتها في تجليات سطحية من الألفاظ، والعبارات والنصوص المطروحة على صفحات الويب، فقد نجحت الانطولوجيا الرقمية أن تنشئ تحت ظاهر سطحها بنية مفاهيمية عميقة متعددة العناصر والمستويات، إذ يكمن في نسيجها المعقد نسق معرفي تتألف مادته من العلاقات التي تربط بين الألفاظ والمعاني من جهة، وبين الكائنات المعلوماتية المقيمة على صفحات الويب، وارتباطاتها التشعبية من جهة أخرى، فتحوّلت إلى بيئة خصبة تمنح المستخدم فرصة الانتقال إلى مستويات معرفية متعددة، بعيداً عن النزعة الخطية الجامدة التي سادت النصوص القديمة.¹

وما تؤكد عليه الوقائع أن الخطاب الذي أفرزته تكنولوجيا المعلومات هو من نوع خاص جداً، فهو خطاب للمعرفة لا للتلقي، لأن الإنسان المشارك فيه بتفاعل، إنما يكون في حالة اكتساب وإنتاج للمعرفة باستمرار وليس مجرد متلق لها من مصدر معين، فنظم التواصل الإلكتروني بأجيالها المتطورة والخيرة خاصة، تجعل الإنسان ولو بصفته متلقياً، عنصراً فاعلاً يشارك الآلة في صنع المعرفة وهو يكتسبها، هذا لأن خطاب الآلة يكون مفتوحاً على المؤلف والقارئ معاً، ويصبحان بائنين ومستقبلين في آن واحد.²

وبالإضافة إلى ذلك فعنصر التفاعل الذي هو ميزة أساسية للخطاب الإلكتروني من شأنه أن يدفع المتلقي أن يتعامل مع أكثر من متغير دلالي يدخل في صياغة وصناعة تكوين الخطاب المفع (الفائق)، ومن هنا يمتزج فعل اكتساب المعرفة مع فعل إنتاجها وصناعتها.³

كما أسست مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام، والفيديو بشكل خاص، لمراحل جديدة من إنتاج الخطابات المتنوعة، إذ إنها استطاعت ربط النص بالكثير من السياقات (على مستوى الصورة والصوت والفيديو)، وحتى على مستوى قياس الأثر الفوري للخطاب، من خلال وضع الإعجابات والتعليقات وغيرها من وسائل قياس المحتوى على هذه العتبات المجانية، كما أنها أتاحت بذلك إمكانية مشاركة العامة في خطابها الإعلامي، وأسست للغة خاصة تتميز بكثير من الخفة.⁴

وبناء على هذه المعطيات، تنبثق إشكالية هذه الورقة، والتي تدور حول جدوى توظيف الأدوات والمقاربات التقليدية المتعارف عليها في حقل تحليل الخطاب، في استنطاق وفهم وتفسير الخطاب الإلكتروني الذي يتكاثر فيه المنتجون والمستهلكون للمحتوى، وعليه نطرح التساؤل الرئيسي الآتي: هل هناك أطر تحليلية جديدة قادرة على التعامل مع هذا النوع من الخطاب، إذا سلمنا أننا بالفعل أمام "خطاب جديد" يستدعي ضرورة مسائلة الأدوات المنهجية السائدة في هذا المجال؟ إضافة إلى التساؤلين الفرعيين:

- هل تم تكييف الأدوات المستخدمة بما يكفي لتحليل الممارسات الرقمية؟
 - وما أهم الأطر التحليلية المُستحدثة في سبيل تحليل الخطاب الإلكتروني؟
- وعليه، توخينا عبر هذه الورقة عرضاً نظرياً مقسماً إلى ثلاثة أجزاء رئيسية، عُني الجزء الأول بالحديث عن الأبعاد الأربعة للخطاب: (النص-السياق-السلطة-التفاعلات) والتي تناولتها مدارس ومقاربات تحليل الخطاب الإعلامي والاتصالي مراراً، إذ يتوجب على محلل الخطاب أخذها بعين الاعتبار في تحليله، مع مراعاة ما طرأ عليها من مستجدات بفعل العامل التقني. وتم التطرق في الجزء الثاني إلى معايير تحليل الخطاب الافتراضي المقترحة حسب بعض الباحثين العرب، والتي تم استنباطها من دراسات عربية وأجنبية عديدة، في حين استعرض القسم الأخير مقارنة "بلاغة الجمهور" كتوجه بحثي مستجد نوعاً ما في هذا الحقل، لما له من أهمية في التعامل مع الخطابات المنتجة من قبل المستخدمين.

2. تحليل الخطاب الإلكتروني وفق الأبعاد الأربعة للخطاب:

تجدر الإشارة إلى أن الممارسات الرقمية تعني تلك "التشكيلة من الأفعال التي لها أدوات مرتبطة بالتكنولوجيا الرقمية، والتي أصبحت معروفة بين جماعات مخصوصة بين الناس

كوسيلة تعينهم على تلبية غايات اجتماعية بعينها، وبناء هويات اجتماعية بذاتها، وإنشاء علاقات اجتماعية محددة. وتشمل هذه الممارسات مثلا الوسوم الموضوعية على الصور في موقع " فليكر "، واستخدام تطبيقات الأيفون، وتأليف المشاركين في العالم الافتراضي للموسيقى المصورة عبر الإنترنت، كما تشتمل على الأجهزة والأدوات السيميائية مثل الطرق التقليدية في القول والكتابة، والتي نشأت داخل الإعلام الرقمي".⁵

وليستطيع محلل الخطاب أن يُجري هذا النوع من الدراسات على هذا النوع من الممارسات الاجتماعية، فعليه أن ينتبه عادة إلى أربعة أبعاد أساسية:

1.2 النصوص

يتميز الخطاب بكونه كلام موجه يتكون من مجموعة متشابكة من الجمل يتواصل به طرفان من أجل تحقيق القصد من التواصل، وهذا الخطاب مؤلف من مادة لغوية، ذلك أن اللغة وسيلة الاتصال الأولى في التواصل الاجتماعي، وهي الأصل في النص المكتوب الذي يقوم على بنية لفظية دون العناصر التي تشارك من خارجها، ولكن مفسر الخطاب المكتوب لا يستطيع الاعتماد على البنية النصية وحدها دون أن يستعين بظروف إنتاجها، والعالم الخارجي والعناصر غير اللغوية التي ارتبط بها النص.⁶

وقد بات خطاب الآلة المعلوماتية نصا متفرعا غير محدود الشكل والمساحة، فهو افتراضي في كل معانيه، ومن هنا فإن تحليله ينبغي أن يتخذ هذه الخاصية الافتراضية اللامتناهية، لأن النص التقليدي إذا كان مؤلفه واحد مبدئيا، فإن هذا النوع الجديد من النصوص (الخطابات) متعدد المصدر (التأليف) ومتعدد المنتهى (القارئ/المتلقي)، كما أنه متعدد الأشكال (الأنماط).

وهكذا فإن النص الجديد (الخطاب الفائق) عندما يتعدد من حيث الإنشاء والتكوين والارتباط، ويتعدد قراءه من حيث تنوع المقاربة والمشاركة والفهم، ويصبح من تأليف الجميع بالتشارك، وتتلاشى سلطة مؤلفه الأصل شيئا فشيئا كلما زاد تكويننا وتفرعا وتعدد قرائه، وبالتالي يصبح الحديث عن المؤلف حديثا عن متغير لا حقيقة ثابتة له، فكل من يتدخل في النص وبأي نوع من أنواع المقاربة يمكن أن يكون قد أسهم في تأليفه وتحليله في آن واحد.⁷

ويقوم التواصل الإلكتروني عبر الإنترنت على عنصر التفاعل بين الآلة والإنسان والذي يسميه " نبيل علي " بالتواصل " الإنساني "، وتتوزعه مجموعة من الوسائط المتعددة بحيث

نتج لنا نوعا من الخطابات تتداخل فيها الصورة بالصوت والكتابة في تناغم تام، قابل للتحليل بمقاربات متنوعة وعديدة لسانية وسميائية ونفسية وفنية وتقنية معا. أما بالنسبة للتأثير في القارئ فهو من هذا المنظور متعدد المصدر، لأنه يكون من الآلة والصورة والأشكال أكثر من المؤلف أحيانا.⁸

إن من الخصائص الهامة التي تظهر في النصوص الرقمية - والتي يهتم بها محللو الخطاب- هي طريقة ارتباط تلك النصوص مع غيرها، ويعتبر التناص والتداخل الخطابي من خصائص كل النصوص ولا سيما الرقمية منها، بفضل الإمكانيات التكنولوجية للربط بين النصوص التشعبية، والتضمنين، والنسخ واللصق، والتوليف والتجميع، يتيسر فيه ربط النصوص بغيرها والخلط والمزج بينها معا. ولعل من أهم الخصائص الواضحة كذلك في النصوص الرقمية والتي تمثل تحديا أمام محلي الخطاب، هي حقيقة أنها دائما تقريبا متعددة الوسائط، حيث تتألف من مجموعة غنية من الوسائط السيميائية كالكتابة والصور والصوت. ومن هنا تتجلى إشكاليات عدة لدى محلل الخطاب من حيث طريقة ارتباط هذه النصوص مع غيرها، ومنهاج القراء في التفاعل مع النصوص، إعادة تغيير هذه النصوص عبر محطات ووسائط مختلفة أو ما يُطلق عليه بإعادة الترميز، إذ تتحول أفعال المثني أو شرب المياه إلى أشكال بيانية وصور، وتتحول الصور على موقع فليكر لقوائم من الوسوم التي تتجمع لتتشكل في صورة حكايات، وتصبح الفيديوهات في موقع يوتيوب حركات مبدئية في حوارات مكتوبة.⁹

2.2 السياقات

يتمثل السياق فيما يمكن أن نسميه الجو الخارجي الذي يلف إنتاج الخطاب من ظروف وملابسات، ويعد العنصر الشخصي من أهم عناصر السياق، ويمثله طرفا الخطاب: المرسل والمرسل إليه وما بينهما من علاقة، بالإضافة إلى مكان التلفظ وزمانه، وما فيه من شخوص وأشياء، وما يحيط بهما من عوامل حياتية: اجتماعية أو سياسية أو ثقافية، وأثر التبادل الخطابي في أطراف الخطاب الأخرى.¹⁰

وقد جعلت التكنولوجيا الرقمية كل أبعاد السياق أكثر تعقيدا، حيث غيرت خبرتنا بالأبعاد الزمانية والمكانية للسياق من خلال بناء شرائح معقدة من المساحات المعقدة الموجودة على الإنترنت وخارجه، إذ يتم على الإنترنت المشاركة في مجموعات واسعة من التجمعات

الاجتماعية المتزامنة وغير المتزامنة التي يجتمع فيها عناصر مختلفة من المشاركين، وكانت هي السبب في تغيير خبرتنا بسياق الثقافة من خلال تمكين التدفقات العالمية الجديدة والمعقدة من المنتجات والأفكار الثقافية.

هذا وإنّ كثيراً من الأعمال الأولى حول الخطاب الحاسوبي تضع تمييزاً واضحاً بين سياق الاتصال عبر الإنترنت وسياق التواصل بدون إنترنت، وهناك عديد الدراسات الحالية التي تعي أن بحث سياقات الممارسات الرقمية يجعلنا نعمل على فهم طرق تفاعل الأمور الواقعية والافتراضية، من أمكنة وأزمنة ونظم تفاعل وثقافات، ولعل واحدة من أهم القضايا التي تواجه محلي الخطاب هي تطوير الأساليب لتتبع طريقة تقلب النصوص والمعاني، والعلاقات الاجتماعية والهويات المرتبطة بها أثناء الانتقال من سياق لآخر، وتحركها عبر الفضاءات الافتراضية والحقيقية، وفي تزامنها تلقائياً في بعض الأحيان عبر وسائل متعددة¹¹

3.2 الأفعال والتفاعلات

وهنا يتم التركيز على كيفية استخدام الناس للنصوص للقيام بأفعال اجتماعية ملموسة، وكان السؤال المركزي الذي تم طرحه مراراً لدى دارسي الخطاب الرقمي هو " كيف تسمح تقنيات صناعة النصوص الجديدة وما تنتجه من نصوص للناس بالقيام بأمر مختلف أو بالقيام بأشياء قديمة بطرق متباينة".

ولعل طريقة استخدام الناس للتقنيات الرقمية والممارسات الاجتماعية المختلفة التي تلازم استخدامهم لها، هي نتاج المعالجة الفعالة لتوفيق الأمور التي يريد الناس القيام بها مع الأمور التي تتيحها التقنيات لهم. وعندما ينجز الناس عملاً من الأعمال باستخدام التقنيات والنصوص، فإنهم نادراً ما يفعلون ذلك فرادى، فهم دائماً ما يقومون بذلك مع آخرين أو بعون منهم، وبذلك يعتبر التفاعل جانباً من جوانب الفعل التي تهتم محلي الخطاب، أو ما يسمى بـ " العمل المشترك" الذي يخرط فيه الناس لبناء العالم الاجتماعي، إذ تبين أن التقنيات الرقمية قد قامت بتغيير طرق تفاعل الناس على الإنترنت، وطرق تفاعلهم في الأماكن الحقيقية التي تستخدم فيها هذه التقنيات.¹²

4.2 الأيديولوجيا والسلطة

تعد السلطة وتحديد السلطة الاجتماعية للجماعات والمؤسسات المفهوم المركزي في معظم الأعمال النقدية في الخطاب، ويمكن تلخيص المعنى الاجتماعي والفلسفي المعقد لمفهوم

السلطة الاجتماعية بالقول إن "السلطة تعرف وفقا لقدرتها على السيطرة". فقد تمتلك المجموعة كثيرا أو قليلا من السلطة إذا كانت قادرة على السيطرة (كثيرا أو قليلا) على عقول أفراد المجموعات الأخرى وأفعالهم. وهذه القدرة تتطلب وجود قاعدة قوية للمنفذ التفضيلي إلى الموارد الاجتماعية النادرة. كالقوة والمال والمكانة والشهرة والمعرفة والمعلومات والثقافة.¹³ والعلاقة بين السلطة والخطاب علاقة تأثير متبادلة، إذ كل منهما ينتج الآخر ويقيده، ومثلما يتأثر الخطاب بالسلطة فإنه يؤثر فيها، فالخطاب لا يكتفي - وفقا لفوكو - بنقل السلطة وإنتاجها، بل يقوضها ويفضحها ويجعلها هشّة، وقد يكون سببا في إحباطها. ولعل أقوى الجوانب التي تظهر فيها سلطة الخطاب هو الجانب المضموني، ولا سيما الأيديولوجي، وقد بالغ بعض المهتمين بتحليل الخطاب في هذا الأمر حتى صاغ عبارة "المعنى في خدمة السلطة".¹⁴

ويحاول هذا المدخل فهم طرق تأثير التكنولوجيا الرقمية على فهم الناس للعالم وتعاملهم مع بعضهم البعض، وكيف يؤثر هذا على توزيع السلع الاجتماعية المادية منها والرمزية؟

إذ يعتبر البعض أن هذا الفضاء الجديد غير خال من الفعل الأيديولوجي الذي غايته التوافق والانسجام ومحو الاختلافات، وإنما هو فضاء أُستبدلت فيه أيديولوجيا الهيمنة والرقابة بفعل آخر أكثر قابلية للتكيف مع واقع المجتمعات الشفافة، إذ أن التحول الجديد الذي طرأ خلال العقود الأخيرة، أدى إلى بروز الأيديولوجيا الناعمة واستحكامها، والتي تتمثل في تلك الجرعات اليومية، بل اللحظية، التي تبثها تكنولوجيا الاتصال الكلاسيكية والجديدة على المستوى العالمي، وتغلغل إلى عقول المشاهدين والقراء والمستمعين والمستخدمين، وتغلغل بهدوء وتنسب بلا ضجيج. فقد أضحت الأيديولوجيا المعلوماتية أكثر فعالية وقوة، وتزايدت سلطتها، وتحولت من فعل قائم على السيطرة والهيمنة المادية المباشرة إلى فعل رمزي ناعم ولطيف ومتقبل، بل إلى مطلب يسعى الإنسان إليه وهو راض عنه.¹⁵

وفي هذا الصدد، فقد أوضح عدد من الدارسين على مر السنين كيف أن وسائل الإعلام الجديدة -على الرغم من حداثة ووعود المساواة المرتبطة بها- تعزز وتعكس نفس التحيزات والافتراضات الأيديولوجية التي نجدها في الإعلام القديم.

وعلى الرغم من الفرص الجديدة والإبداعية التي تتيحها الشبكات الاجتماعية للشباب لإنتاج منتجاتهم الإبداعية وتبادلها، غالبا ما تعمل هذه العمليات على إعادة إنتاج قيم الإعجاب والشهرة الموجودة في وسائل الإعلام القديمة، وبقدر ما تيسر الممارسات الرقمية أمورا مثل الإبداع، التعلم وتحسين الذات، فإن أفضل ما تيسره أيضا هو الممارسات التجارية وتعزيز القيم السائدة، قيم المنافسة والاستهلاك المفرط. كما يرى كثيرون بأنه على الرغم من الوعود التي قدمتها التكنولوجيات الرقمية من أنها ستخفف التلاعب الخطابي عبر منح الناس العاديين القدرة على صنع النصوص وبثها، لا تزال قواعد اللعبة تضعها مجموعة صغيرة نسبيا من كبار اللاعبين.¹⁶

وعليه، تركز سلطة الخطاب في الفضاء الافتراضي، على منطق الأخطية واللاتعین واللاهائية، من خلال قلب مقامات السلطة ومسح مسرحها، لتغدو صيرورة بلا بداية محددة ولا نهاية حتمية، وإنما مُعطى قابل للتشكل الدائم والمستمر، وهي في إطار اشتغالها المستمر تركز على التحولات التكنولوجية المتسارعة التي عرفتها مجالات الاتصال والإعلام، وما عرفته من رقمنة وحوسبة وتفاعلية وتشبيك، وخصوصية الكيانات الرقمية التي تستوطنه، والتي تتمثل في فعالية النص الفائق والشبكي، وما يكتنفه من نصوص ثانوية عميقة، وسلطة القارئ/المؤلف وما عرفه من تحولات، خاصة انتقاله من حالة السلبية في الاتصال الأحادي إلى حال الفاعلية والمشاركة في التواصل التفاعلي. إلا أن سلطة الخطاب في الفضاء المعلوماتي تقوم على الدمج بين المتضادات والجمع بينها في بوتقة واحدة، حيث لا يمكن التمييز بينها، ولا الفصل بين الأصل ونسخته، ولا بين الواقع وفرط الواقع، والمعنى وأيديولوجية المعنى، إذ إن القدرة على تعويم المعنى وغياب الذات وحضورها وقلب الواقع، هي المآلات التي تحكم منطق فعل الخطاب في الفضاء الافتراضي، وفي عمق هذه المآلات تنتشي الذات بالاتصال، وتساعد بمواصلة اللاحق، وتسقط في سلطة الإبحار.¹⁷

3- أبرز الاتجاهات حول " تحليل الخطاب الإلكتروني " في الدراسات الإعلامية

العربية:

1.3 تحليل الخطاب الإلكتروني:

لقد برز " تحليل الخطاب الإلكتروني " كنمط آخر من التحليل للشبكات الاجتماعية فيه نوع من التحديث مقارنة مع شكله التقليدي، ويتعلق هذا المنهج بتحليل مسارات البرهنة

والأطر المرجعية والقوى الفاعلة في تعليقات المستخدمين وكذلك معرفة الدلالات اللغوية للمعاني والألفاظ المستخدمة¹⁸ و يعتبر "محمد عبد الحميد" بأن تحليل الخطاب في المدونات كشكل من أشكال الإعلام الجديد، لا يكفي فقط توظيف المناهج والأساليب الخاصة بالتحليل، ومعرفة الجذور والعلاقات اللغوية للاستدلال عن المعنى، ولكنه يتطلب أيضا تحليل الاستشهادات والأدلة والبراهين التي يعتمد عليها كل طرف من أطراف العلاقة الجدلية في إطار وحدة النص، وبالتالي الكشف عن السياقات الاجتماعية والعقائد والقيم التي يدور في أطرافها النص وأطراف الحوار ومدى تمسكهم بها.¹⁹

ويُعتبر تحليل مسار البرهنة أحد الأساليب التي يعتمد عليها الباحث في تحديد الحجج والبراهين التي يعتمد عليها المتحدث في إثبات المقولات الواضحة والصريحة في الخطاب أو الحوار مع الغير، والتي تُتخذ أساسا للحكم على الاتجاهات الفكرية والعقائدية للخطاب والمتحدث. ويتميز هذا الأسلوب بمحافظته على بناء النص واكتفاء الباحث بالتعامل مع وحدتين أساسيتين في التحليل:²⁰

- المقولات (الأطروحات) التي تشير إلى فكرة أو معنى معيناً يُعتبر أحد عناصر العقيدة أو الفكرة العامة، مثل: العدالة الاجتماعية ضرورة لتحقيق السلام الاجتماعي، تطوير التعليم ضرورة حياة...

- الحجج والبراهين التي تؤكد هذه المقولات أو تنفيها، تؤيدها أو تعارضها، تدعمها أو تقلل من قيمتها.

2.3 الإثنوغرافيا الافتراضية:

وفي سياق متطور مرتبط بالنظرة النشطة للجمهور كمستخدمين فاعلين ومنتجين للمعلومة، وعلى صعيد الدراسات الإعلامية والاتصالية، وُظفت مناهج وأدوات بحثية تركز على إنتاج وإبداع مستخدمي المواقع وليس على المواقع ذاتها. ومن أمثلة ذلك تحليل محتوى الخطابات الإعلامية المنتجة بواسطة المستخدمين عبر الفضاءات الاتصالية الافتراضية المتعددة. وفي نفس الإطار، ومن المناهج التي أفرزتها الرؤية النشطة لمستخدمي الإنترنت،

²¹.Virtual or Digital Ethnography أو الرقمية الإثنوغرافيا الافتراضية

ويهتم الإثنوغرافيون بدراسة تفاعلات المشاركين المباشرة عبر عدة أدوات، وملاحظة سلوك الجماعة الاجتماعية في سياقاتها المختلفة، مما يتيح لهم الوصف التفصيلي والدقيق لثقافة الجماعة ولتفاعلاتها على الموقع. ومن شأن ذلك إحداث التكامل بين آراء المستخدمين وذاتيتهم وثقافتهم ومرجعيتهم وموقعهم الاجتماعي وأصولهم الاجتماعية. وفي هذا الشأن، تتمثل أدوات الدراسة الإثنوغرافية في المقابلات الإلكترونية مع المستخدمين المشاركين، أو الملاحظة المشاركة أو غير المشاركة. كما تُجرى مقابلات جماعية متعمقة باستخدام الرسائل المباشرة الفورية للرد على تساؤلات الإثنوغرافيين المشاركين، أو يتم تحليل البريد الإلكتروني والصور والرسوم ولغة الجسد ونبرة الصوت وتعبيرات الوجه، أو تحليل طرق استخدام المشاركين لكاميرات الويب أو الفيديو.²²

وبفضل الاستخدام الناجح للإثنوغرافيا في تحليل الشبكات الاجتماعية، فقد تم ابتكار تسميات مستحدثة لهذا المنهج في تعامله مع الوسائط الجديدة، حيث يستخدم "روبرت كوزينتز" مصطلح "النت-نوغرافيا" وهو مصطلح يجمع بين الإثنوغرافيا وتسمية الشبكة العنكبوتية، ويرى بأن هذا المنهج ذو فائدة عظيمة في تفسير العلاقات الموجودة بين الجماعات التي تنشأ داخل الشبكة، ولعل أهم الإسهامات المنهجية في البحوث الإثنوغرافية تبرز من خلال تتبع كيفية اكتساب اللغات الجديدة للتواصل بين الجماعات الافتراضية وتشكيل الهويات المتعددة التي مثلت الموضوع الأشهر في هذا السياق.²³

3.3. مقارنة "بلاغة الجمهور" أو "البلاغة الجديدة":

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 ثلاثية تجديدية، تحاول أن تشق طريقها في حقل الدراسات البلاغية العربية، وقد عرّف بلاغة المخاطب بأنها توجه معرفي في البلاغة العربية مادته الخطابات البلاغية الجماهيرية، وموضوعه دراسة الكيفيات التي تستخدم بها هذه الخطابات اللغة لتحقيق الإقناع والتأثير وأثر ذلك في تشكيل استجابة المخاطب، ووظيفته تقديم معارف وأدوات للمخاطب تمكنه من مخاطبة الخطابات البلاغية السلطوية.²⁴

وتقوم مقارنة " بلاغة الجمهور " من وجهة نظر صاحبها " عماد عبد اللطيف " على ثلاثة مفاهيم رئيسية هي: الخطاب السلطوي، والوعي النقدي للمواطن والاستجابات البليغة. ويمثل الخطاب السلطوي من وجهة نظره وحدة تحليل رئيسة في مقارنة بلاغة الجمهور، ويُعرف بأنه الخطاب الذي يُنجز ويدعم سيطرة حائز الخطاب على المستهلكين له، والخطاب البليغ من هذا المنطلق، هو كل خطاب غير سلطوي. والمتكلم البليغ هو المتكلم القادر على إنتاج خطاب غير سلطوي والقادر على مقاومته عن طريق تقديم استجابات بليغة. وكأننا هنا أمام محاولة إحداث نوع من التوازن بين أطراف العملية التواصلية، تتولد من خلاله ديموقراطية تداولية ترتقي بالممارسة الإنسانية التواصلية كلما زاد اشتغالها على تعميق الوعي النقدي للأفراد العاديين.

ويعد مفهوم الوعي النقدي للمواطن، مجالاً ديناميكياً لنشاط بلاغة الجمهور التي تتوجه بأدواتها وإجراءاتها نحو الأفراد العاديين، بهدف تحريرهم من "سلطة اللغة السحرية والقوة الكلامية المسيطرة" التي تستهدفهم، وهنا تظهر قيمة وظيفة العقل الفاعل النقدية، والمتمثلة في الكشف عن آليات الالتواء.

أما إنتاج الاستجابات المضادة للخطاب السلطوي بوصفها استجابات بليغة، فتصل بحقل بلاغة الخطاب إلى ذروة طموحه، وتمثل فضاءات تداول خطابات الجمهور مساحة خصبة تبرز فيها قوة الجماهير وقوة بلاغتها.²⁵

وتُعنى بلاغة الجمهور بدراسة استجابات الجمهور في الفضاءات العمومية، في حين تقتصر توجهات دراسة القراءة والتلقي على تحليل عمليات إنتاج المعنى في فضاءات فردية أو خاصة. فبلاغة الجمهور تدرس مثلاً هتافات حشد من المتفرجين أثناء مشاهدة فيلم سينمائي لممثل مشهور وتعليقاتهم، في حين تدرس مقاربات القراءة والتلقي تأويلات قارئ مثقف لقصيدة المتنبّي مثلاً.²⁶

كما أن أحد الشروط التي تضعها بلاغة الجمهور لدراسة استجابة ما، هو أن تُنتج في سياق طبيعي وليس في سياق مصنوع، وتُركز على الاستجابات الجماعية التي تنتجها مجموعة من المتلقين يشكلون جمهوراً، مثل دراسة مرات الإعجاب وعدم الإعجاب بسلسلة من التعليقات على الفيسبوك، أو إعادة بث تغريدات ما على تويتر، أما نظريات القراءة والتلقي

فهتم أساسا بالاستجابات المعنوية الفردية، وتُعد الاستجابات الجماعية هي الأكثر قيمة، والأجدر بالدراسة في إطار بلاغة الجمهور.²⁷

وفي هذا الإطار، تضع بلاغة الجمهور نفسها في حقل العلوم النقدية التحررية، حيث يأخذ مفهوم التواصل إلى جانب النقد أبعادا مهمة داخل الإطار النظري لمدرسة فرونكفورت، وخصوصا عند هابرماس الذي يسعى إلى تقديم مشروع أو أنموذج فكري يقوم على التحرر، ومفتاح هذا التحرر موجود بحسب وجهة نظره في التواصل والنقاش التداولي بين مواطنين متساوين، ومن هذا المنطلق تسعى نظرية أخلاق التواصل التي يقدمها هابرماس إلى الكشف عن التشويه القائم في التفاعل والتواصل وإصلاحه، وكذلك التحرر من سلطة الأضنام والأوهام، وهنا تتقاطع بلاغة الجمهور مع هذا الطرح المؤمن بالتصحيح التطوري المستمر والتدريجي للمجتمعات، من خلال الاشتغال على بلاغة المخاطبين والعمل على تزويدهم بالمعرفة والمهارات الكفيلة بمساعدتهم على مواجهة خطاب الهيمنة.²⁸

4.3. بعض الأمثلة التوضيحية عن تطبيقات مقارنة بلاغة الجمهور في الدراسات

الإعلامية:

1- الدراسة التي أجراها " عماد عبد اللطيف" سنة 2012²⁹، وقام من خلالها بتحليل تعليقات الجمهور على خطبة أوباما في القاهرة من زاوية العلاقة بين سلطة النص الأصلي وسلطة التعليق ومن زاوية مدى تمثيل هذه التعليقات لنموذج الاستجابات البليغة الذي تنشده بلاغة الجمهور، وقد رصد عددا من الملاحظات على النحو الآتي:

أولا التنوع اللغوي والأسلوبي

المعلقون على الخطبة يستخدمون لغات مختلفة، منها ما كتب بالإنجليزية، وأخرى كتبت بالعربية، فيما مزجت أخرى بين اللغتين، وثمة تنوع في مستويات الأسلوب داخل اللغة الواحدة، فبعض التعليقات كتبت بلغة عربية فصحي سليمة، في حين مزجت تعليقات أخرى بين الفصحى والعامية، أو كتبت بعامية خالصة كما وظفت أخرى الحروف اللاتينية في الكتابة. وجلي بالملاحظة أن الذخيرة الخطابية لكتاب التعليقات التي ظهرت من خلال تعليقاتهم تكشف الكثير من معارفهم وثقافتهم من ناحية، وتتطلب آليات وقدرات تلقي متباينة من ناحية أخرى بما تتضمنه من جمل حكمية وأبيات شعرية وغيرها.

ثانيا: تنوع أشكال التفاعل مع النص الأصلي

تعددت أشكال ومستويات تفاعل المعلقين مع النص الأصلي، والتي صنفها الباحث وفقا لما يأتي:

- تعليق على أجزاء صغيرة أو تلفظات جزئية من الخطاب.

- التعليق على مجمل الخطاب.

- الإشارة إلى السياق لإضاءة التللفظ: فبعض التعليقات تحاول توجيه التأويلات الممكنة لكلام أوباما بواسطة الإشارة إلى السياق الخارجي: فهو يستعين بالإشارة إلى سياقات تداول الكلام بوصفها عنصرا فاعلا في الحكم على مصداقية الكلام.

- مسائلة مقولات الخطاب بواسطة استحضار المقولات المناقضة، وهذا الشكل من أشكال التفاعل يُعد شائعا بوصفه أداة تفنيدية، فهو يُبرز فجوة المصداقية بواسطة استدعاء الذخيرة الخطابية للمتكلم، ومقارنة تلفظات مختلفة لنفس المتكلم في سياقات متباينة، أمام جمهور مختلف.

- تقديم تلخيصات وشروح للخطبة ككل.

ثالثا: أشكال التفاعل بين التعليقات

تتيح الفضاءات الافتراضية حالة من التفاعل المفتوح بين المشاركين، يتسم هذا التفاعل بأنه متجاوز لحدود الزمان والمكان، فأى شخص يمكن أن يشارك فيه، ويعكس تنوع لغة التعليقات تنوع الفضاءات الجغرافية والثقافية الواسعة التي ينتهي أصحابها إليها، كما أن هذه التعليقات تمتد لفترة زمنية طويلة، وتستمر باستمرار تلقي الحدث الخطابي على الإنترنت، كما أن تنوع الخلفيات المعرفية والثقافية للمعلقين يتيح فرصا ثرية للتواصل الحي عبر الثقافات، ويضمن تنوع المنظورات والرؤى المقاربة للحدث الخطابي موضع التعليق.

2- دراسة أنجزتها الباحثة الجزائرية " حامدة ثقبايث " والمُعنونة بـ " بلاغة الجمهور في تلقي الخطاب الديني في الجزائر"³⁰، والتي تساءلت فيها عن مدى فاعلية الجمهور المتلقي للخطاب الديني؟ وما مدى قبوله وتجاوبه معه؟ وكيف نتعامل مع الخطاب الذي يُنتجه

الجمهور؟ وكيف يمكننا الحديث عن بلاغة جمهور الخطاب الديني في ظل رهانات المجتمع المعاصر؟ هذا المجتمع الذي أصبح على نمطين: مجتمع واقعي وآخر افتراضي مع ظهور عالم الرقمنة والتواصل عبر الإنترنت. وما هي مختلف الأنساق الثقافية المؤثرة في إنتاج هذا النوع من الخطابات؟

وقد تناولت بالدراسة برامج الإفتاء عبر الفضائيات وتساءلت عن طبيعة تلقي الجمهور للفتوى الدينية وذلك من خلال مشاركتهم في البرنامج التلفزيوني الجزائري "فتاوى على الهواء"، والذي يتم عبره إشراك الجمهور المتلقي من خلال الردود والمكالمات والتعليقات والتي يتم الرد عليها غالبا، فما الذي أدى إلى إنتاج هذه الردود والتعليقات والمكالمات: هل هي الحاجة إلى المعرفة أم هي روح النقد والمسائلة التي تسير في دماء كل شخص، وتم التركيز هنا على المخاطب انطلاقا مما طرحته بلاغة الجمهور-المخاطب في التلقي واستقبال الخطاب من خلال تأثيره وتأثيره.

وهنا يقع الجدل والمحااجة إن من قبل المفتي الشيخ أو من قبل الجمهور، فينطبع الخطاب المنجز بآليات حجاجية عن طريق هيئة توظيف اللغة وكيفية انسياق العبارات من كلا الطرفين. كما يظهر أسلوب المراوغة والتلطيف اللفظي في خطاب الفتوى الإعلامي من خلال الحوارات التي تدور بين الجمهور والمفتين فيما يخص مناقشة بعض الآراء الفقهية الدخيلة على المجتمع، بفعل تمرير أنساق ثقافية دخيلة. لهذا فإن صعود الجمهور إلى الواجهة أمر قد لعبت فيه التقنية دورا مهما، وهو صعود ليس بدافع البحث عن المعرفة بقدر ما هو بحث عن تفادي الوقوع في سلطوية الخطاب الموجه نظرا لتداخل الأنساق الثقافية.

3- تناولت هذه الدراسة- التي أجرتها الباحثة ماجدة صلاح/جامعة شيكاغو- دور الجمهور (بلاغة الجمهور) وأثره في تغيير الخطاب وتوجيهه عبر (تويتر وانستغرام) من خلال مقطع فيديو أثار جدلا واسعا وضجة كبيرة لناشطة على السناب وأنستغرام، قامت بثته ونشره على حسابها.³¹ إذ نشرت هذه الناشطة (فاشينستا) التي يتابعها أكثر من مليون متابع، مقطع فيديو بطله ابنها الذي لم يتجاوز العاشرة، حيث قامت بتصويره على الهواء مباشرة، وهي تبلغه خبر وفاة جدته (أمها) لتسجيل رد فعله عند سماعه الخبر. فهذه الدراسة معنية باستجابات

الجمهور وتأثيرها في الخطاب، إذ بانتشار المقطع على مواقع التواصل الاجتماعي أصبح قضية عامة، وقد حلت الباحثة استجابات الجمهور وقامت بتفسيرها وفقا للمعايير الآتية:

- استجابة الجمهور: ويمكن تصنيفها وفقا لمنتجها إلى استجابات فردية وأخرى جماعية، من خلال إعادة نشر المقطع والتعليق عليه بتحريض المتابعين على الناشطة والمطالبة باتخاذ الهيئة المختصة للإجراءات المناسبة لحماية حقوق الطفل.

- خصائص استجابة الجمهور: حددت بلاغة الجمهور مجموعة من الخصائص التي تعين على معرفة استجابة الجمهور موضع الدراسة وهي: الأنية، قابلية تجهيل المصدر وصعوبة التتبع، ضخامة حجم الاستجابات وتعدد أنواعها، سهولة القابلية للحصر والقياس، ضعف الخضوع للرقابة وإعادة المعالجة، وقد تناولت الباحثة هذه النقاط بالتفصيل حسب مشاركات الجمهور وتعليقاتهم التي قامت بتحليلها.

- توظيف العلامات غير اللفظية (إشارية وبصرية): إذ استعان غالبية الجمهور المتابعين بالإشارات والرسوم التعبيرية، والصور والتسجيلات الصوتية، كوضع رسم لقلب مكسور لبيان حزنهم وألمهم على الصبي.

- أثر استجابات الجمهور: تمكنت استجابات الجمهور المتابع - حسب الباحثة - والمستنكرة لهذا المقطع من النفاذ إلى الجهات المسؤولة وإيصال رأيها وإرغام الناشطة على حذف المقطع والتغيب عن حسابها، واتخاذ إجراء فوري ضدها من مكافحة الجرائم الإلكترونية، باستدعائها من قبل هيئات حماية الطفل كما جاء في الخبر الذي نشر على حساب شرطة المشاهير.

4- خاتمة:

حاولت هذه الورقة تتبع أهم المسارات المنهجية التي أثارت مختلف الإشكاليات المحيطة بتحليل الخطاب الرقمي أو الافتراضي، مقارنة بنظيره التقليدي، وعرض ما صاحبها من مقترحات علمية كفيلة بإعادة تطويع هذا المنهج وفقا للمستجدات التي أوجدتها البيئة الإعلامية الجديدة، إذ ينبغي لمحللي الخطاب الإلكتروني الانتباه إلى ضرورة تغيير طرق التعامل مع العناصر الكلاسيكية المتداولة في مدارس ومقاربات تحليل الخطاب كالنص والسياق

والسلطة واستجابة المتلقي، حسب ما تقتضيه البيئة الرقمية التي تتشابك فيها النصوص والصفحات وتتعدد فيها الوسائط والتطبيقات وتتداخل فيها السياقات الزمانية والمكانية. ويُعاد فيها إنتاج الهويات الفردية والجماعية، ويتم تبادل الأدوار بين المرسل والمتلقي في انسيابية لامتناهية للأفكار والآراء والمعلومات، وتماه مستمر بين العام والخاص، مما يفرض على الباحثين في هذا الحقل إعادة تطوير عُدتهم البحثية، والاستغلال الأمثل لمختلف المناهج الكيفية المُغَيَّبة تقريباً في حقل الدراسات الإعلامية، كأدوات مجموعات النقاش المركزة (المجموعات البؤرية) والمنهج (النت-نوغرافي) وتحليل الشبكات الاجتماعية ومقاربة (بلاغة الجمهور) التي طرحت مفاهيم مستجدة على غرار الوعي النقدي للمواطن وإنتاج الخطابات غير السلطوية والخطابات المقاومة، في سبيل تحليل وفهم أعمق لبنية الخطاب الافتراضي وتأثيراته. إذ أجمعت جملة الدراسات التي تم الاستشهاد بها في هذه القراءة النظرية على أهمية تحليل دور الجمهور النشط في إنتاج الخطابات وتمثلها واستهلاكها وأثرها البالغ على الممارسات الخطابية ضمن الفضاء الافتراضي.

5- الإحالة والتهميش:

¹ حسن مظفر الرزو، تحليل ظاهراتي للمحتوى المعرفي المطروح على صفحات الويب، متاحة على: <http://www.alukah.net/culture/0/9836> (2018/03/12)

² يعي بوتردين، (2003)، تحليل الخطاب الفائق: من الشفهية إلى التواصل الإلكتروني، ورقة مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول في تحليل الخطاب، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة، ص 78.

³ نفس المرجع.

⁴ رامي فتحي حاج سعيد، الإعلام الفلسطيني وإشكالية الخطاب في مواقع التواصل الاجتماعي، متاحة على:

<http://www.almayadeen.net/butterfly-effect/778495/> (2018/03/12)

⁵ محمود أحمد عبد الله، تحليل الخطاب والممارسات الرقمية، مقدمة كتاب " تحليل الخطاب والممارسات الخطابية"، متاحة على الرابط:

<https://hekma.org> (2018/03/12)

⁶ محمود عكاشة، تحليل النص: دراسة الروابط النصية في ضوء علم اللغة النفسي، مكتبة الرشد، القاهرة، ط 1، 2014، ص 15.

⁷ يعي بوتردين، المرجع السابق، ص 77.

- ⁸ نفس المرجع.
- ⁹ محمود أحمد عبد الله، نفس الموقع السابق.
- ¹⁰ عبد الله بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب: مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، لبنان، ط 1، 2004، ص 45.
- ¹¹ محمود أحمد عبد الله، نفس الموقع السابق.
- ¹² نفس المرجع.
- ¹³ فان ديك، ترجمة: غيداء العلي، الخطاب والسلطة، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط 1، 2014، ص 196.
- ¹⁴ محمد محمد يونس، تحليل الخطاب وتجاوز المعنى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2016، ص 65.
- ¹⁵ مصطفى بوقدور، (2015)، سلطة الخطاب في الفضاء المعلوماتي: قراءة في منطق السلطة الافتراضية، مجلة تبين، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، العدد 11، ص 52.
- ¹⁶ محمود أحمد عبد الله، نفس الموقع السابق.
- ¹⁷ مصطفى بوقدور، المرجع السابق، ص 54.
- ¹⁸ محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1، 2018، ص 61.
- ¹⁹ محمد عبد الحميد، المدونات: الإعلام البديل، عالم الكتب، القاهرة، ط 1، 2009، ص 252.
- ²⁰ محمد عبد الحميد، نفس المرجع.
- ²¹ ثريا أحمد البدوي، (2015)، المعالجة التنظيرية والمنهجية لمشاركة المستخدم في المجال العام الافتراضي، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي: جامعة الملك سعود، الرياض، ص 18.
- ²² نفس المرجع، ص 20.
- ²³ محمد مصطفى رفعت، نفس المرجع السابق، ص ص 60-61.
- ²⁴ المهدي لعرج وآخرون، البلاغة العربية وآفاق تحليل الخطاب، منشورات المركز الأكاديمي للدراسات الثقافية والأبحاث التربوية، فاس، المملكة المغربية، 2020، ص 147.
- ²⁵ نفس المرجع، ص ص 155-156.
- ²⁶ صلاح حسن حاوي، عبد الوهاب صديقي، بلاغة الجمهور: مفاهيم وتطبيقات، دار شهریار، العراق، ط 1، 2017، ص 145.
- ²⁷ نفس المرجع، ص 146.
- ²⁸ المهدي لعرج وآخرون، نفس المرجع السابق، ص 153.

- ²⁹ عماد عبد اللطيف، (2012-2013)، تحليل الخطاب بين بلاغة الجمهور وسيميائية الأيقونات الاجتماعية، مجلة فصول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، العدد 83-84، ص 518.
- ³⁰ حامدة ثقبايث، بلاغة الجمهور في تلقي الخطاب الديني في الجزائر، مجلة الخطاب، جامعة مولود معمري - تيزي وزو، الجزائر، العدد 15، ص 153-173.
- ³¹ المهدي لعرج وآخرون، المرجع السابق، ص 186.

6. قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتاب العربي الحديث

- 1- بن ظافر الشهري، عبد الله، استراتيجيات الخطاب: مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، لبنان، ط1، 2004.
- 2- حسن حاوي، صلاح، عبد الوهاب صديقي، بلاغة الجمهور: مفاهيم وتطبيقات، دار شهريار، العراق، ط1، 2017.
- 3- ديك، فان، ترجمة: غيداء العلي، الخطاب والسلطة، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2014.
- 4- عكاشة، محمود، تحليل النص: دراسة الروابط النصية في ضوء علم اللغة النفسي، مكتبة الرشد، القاهرة، ط1، 2014.
- 5- عبد الحميد، محمد، المدونات: الإعلام البديل، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2009.
- 6- لعرج، المهدي وآخرون، البلاغة العربية وآفاق تحليل الخطاب، منشورات المركز الأكاديمي للدراسات الثقافية والأبحاث التربوية، فاس، المملكة المغربية، 2020.
- 7- محمد مصطفى رفعت، محمد، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2018.
- 8- محمد يونس، محمد، تحليل الخطاب وتجاوز المعنى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2016.

ثانياً: المقالات:

- 1- بوقدور، مصطفى، (2015)، سلطة الخطاب في الفضاء المعلوماتي: قراءة في منطق السلطة الافتراضية، مجلة تبين، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، العدد 11، ص 35-54.

- 2- تقبايث، حامدة، بلاغة الجمهور في تلقي الخطاب الديني في الجزائر، مجلة الخطاب، جامعة مولود معمري - تيزي وزو، الجزائر، العدد 15. ص153-173.
- 3- عبد اللطيف، عماد، (2012-2013)، تحليل الخطاب بين بلاغة الجمهور وسيميائية الأيقونات الاجتماعية، مجلة فصول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، العدد83-84. ص 509-528.

ثالثا: المداخلات:

- 1- بوتردين، يحيى، (2003)، تحليل الخطاب الفائق: من الشفوية إلى التواصل الإلكتروني، ورقة مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول في تحليل الخطاب، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، الجزائر.
- 2- أحمد البدوي، ثريا، (2015)، المعالجة التنظيرية والمنهجية لمشاركة المستخدم في المجال العام الافتراضي، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض: السعودية.

رابعا: المواقع الشبكية:

- 1- أحمد عبد الله، محمود، (2016)، تحليل الخطاب والممارسات الرقمية، مقدمة كتاب تحليل الخطاب والممارسات الخطابية"، متاحة على الرابط: <https://hekma.org> (تاريخ الزيارة: 2018/03/12)
- 2- مظفر الرزوي، حسن، تحليل ظاهراتي للمحتوى المعرفي المطروح على صفحات الويب، متاحة على: <http://www.alukah.net/culture/0/9836> (تاريخ الزيارة: 2018/03/12)
- 3- فتحي حاج سعيد، رامي، (2016)، الإعلام الفلسطيني وإشكالية الخطاب في مواقع التواصل الاجتماعي، متاحة على: <http://www.almayadeen.net/butterfly-effect/778495/> (تاريخ الزيارة: 2018/03/12)