

البلاغة العربية بين الرقمية والتداولية دراسة وصفية تحليلية

د. هند مصطفى أحمد قنص

أستاذ مساعد في البلاغة جامعة طيبة بالمدينة المنورة المملكة العربية السعودية

Arabic Rhetoric between Digital and Pragmatics: A Descriptive
and Analytical Study Dr. Hind Mustafa Ahmed Qannas

hgannas@taibahu.edu.sa

Abstract of the research

The integration of digital and pragmatic aspects in contemporary rhetoric has enhanced the ability to express and influence, and Arabic rhetoric has manifested itself in the technology around us and emerged in new forms and contexts appropriate to society, its needs and culture, and opened new doors for creativity and communication by taking advantage of digital and interactive tools. The study has importance at the academic and societal levels, as it aims to analyze the impact of digital technology on Arabic rhetoric, analyze how it is used in different social and cultural contexts and how this affects the understanding and interpretation of texts, explore changes in the audience of rhetoric, propose educational strategies, and research the interaction of digital rhetoric with pragmatic principles. The study is based on an introduction known as the title and three chapters that address digital and pragmatic rhetoric and practical applications of digital and pragmatic rhetoric within their interactive contexts and their rhetorical impact. The study methodology is descriptive and analytical, and its tools used are samples and comparisons through technology and social networking sites. One of the most important results is the contribution of digital rhetoric to the diversity of pragmatic rhetorical discourses in different contexts and the development of their forms and effects. Among its proposed recommendations is the allocation of A curriculum for digital rhetoric and pragmatics within the curricula to open up space for innovation and development under the shadow of digital curricula.

ملخص البحث

عززَ الدمج بين مظاهر الرقمية والتداولية في البلاغة المعاصرة القدرة على التعبير والتأثير، وتظهرت البلاغة العربية في التكنولوجيا من حولنا وبرزت بأشكال وسياقات جديدة ملائمة للمجتمع وحاجاته وثقافته، وفتحت أبوابا جديدة للإبداع والتواصل من خلال الاستفادة من الأدوات الرقمية والتفاعلية، وللدراسة أهمية على المستوى الأكاديمي والمجتمعي، فهي تهدف إلى تحليل تأثير التكنولوجيا الرقمية على البلاغة العربية، وتحليل كيفية استخدامها في السياقات الاجتماعية والثقافية المختلفة وكيفية تأثير ذلك على فهم النصوص وتفسيره، واستكشاف التغيرات في جمهور البلاغة، واقتراح استراتيجيات تعليمية، والبحث في تفاعل البلاغة الرقمية مع المبادئ التداولية، وقامت الدراسة على تمهيد يعرف بالعنوان وثلاثة مباحث تتناول البلاغة الرقمية والتداولية وتطبيقات عملية لمظاهر البلاغة الرقمية والتداولية ضمن سياقاتها التفاعلية وأثرها البلاغي، ومنهج الدراسة وصفي تحليلي، وأدواته المستخدمة العينات والمقارنات من خلال التكنولوجيا ومواقع التواصل الاجتماعي، ومن أهم النتائج مساهمة البلاغة الرقمية في تنوع الخطابات البلاغية التداولية في السياقات المختلفة وتطور أشكالها وتأثيراتها، ومن توصياته المقترحة تخصيص منهج للبلاغة الرقمية والتداولية ضمن المقررات الدراسية لفتح مجال للابتكار والتطوير تحت ظل المناهج الرقمية.

الكلمات المفتاحية: البلاغة العربية، البلاغة الرقمية، التداولية، الخطاب الرقمي. (البلاغة العربية بين الرقمية والتداولية) دراسة وصفية تحليلية

انتشر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مع تطور التكنولوجيا الرقمية، وشهدت البلاغة تطورا وتحولا جديدا، وتزايدت اللطائف البلاغية في الوسائل الإلكترونية لنقل الرسائل وإيصال الأفكار بطريقة فعّالة وجذّابة، من هنا تبرز أهمية دراسة هذا الجانب الجديد من البلاغة (الرقمية والتداولية وتفاعلهما في البلاغة العربية والعصر الحديث)، وفهم كيفية تأثيرها على الجمهور المتلقي في عصر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. وتبرز مشكلة البحث في تأثير الوسائل التقنية الحديثة في البلاغة وتأثيرها بها ودورها في ظهور البلاغة الرقمية والتداولية؛ فيجيب البحث عن تساؤلات عديدة، أهمها:

- ما علاقة البلاغة بالرقمية والتداولية؟
 - ما مظاهر البلاغة الرقمية والتداولية وأساليبهما في وسائل التكنولوجيا؟
 - كيف يُحلّل الخطاب الرقمي من منظور بلاغي وتداولي؟ وتهدف الدراسة إلى:
 - رصد وتحليل عناصر التقنيات المستخدمة لضمان تفاعل البلاغة الرقمية مع التداولية.
 - تحليل تأثير التكنولوجيا الرقمية على البلاغة العربية.
 - الكشف عن أسباب إقبال الجمهور على الوسائل الاجتماعية وغيرها.
 - استكشاف التغيرات في جمهور البلاغة.
 - تحليل كيفية استخدام البلاغة الرقمية والتداولية في السياقات الاجتماعية والثقافية المختلفة وكيفية تأثير ذلك على فهم النصوص وتفسيره.
 - استكشاف التغيرات في جمهور البلاغة.
 - اقتراح استراتيجيات تعليمية، والبحث في تفاعل البلاغة الرقمية مع المبادئ التداولية.
- وهناك العديد من الدراسات والبحوث التي تناولت هذا الجانب وسلطت عليه الضوء، وركزت على جانب أو جوانب تطبيقية متنوعة، أفادت منها الباحثة وأحالت عليها أثناء الدراسة، وهي مثبتة في قائمة المراجع.
- ويتشكل البحث في تمهيد يعرّف بالبلاغة العربية واهتمامها بالمخاطب، ومفهوم البلاغة الرقمية والتداولية، وعلاقة البلاغة العربية بكل منهما.

المبحث الأول: البلاغة الرقمية

- أهمية البلاغة الرقمية وخصائصها وأغراضها
- أدوات البلاغة الرقمية وتطبيقاتها

- مظاهر الرقمية وتأثيرها في التعبير البلاغي

المبحث الثاني: البلاغة التداولية

- أهمية البلاغة التداولية وأهدافها (أغراضها)

- أدوات البلاغة التداولية ونماذجها في العربية

- مظاهر التداولية وتأثيرها في التعبير البلاغي

المبحث الثالث: تطبيقات عملية لمظاهر البلاغة الرقمية والتداولية

- مجالات استخدام البلاغة الرقمية في الحياة. - تطبيقات وشواهد للتداولية في النصوص الرقمية من منظور البلاغة العربية.

تمهيد

كان للتفاعل بين التكنولوجيا الحديثة والبلاغة، وكذلك استخدام البلاغة في السياقات الاجتماعية المختلفة دوره الكبير في تطور البلاغة العربية واندماجها مع تقدم العصر وعلومه واحتياجاته، وساهم ذلك في ظهور البلاغة الرقمية والتداولية مرتبطتان بالبلاغة التقليدية، فتحول الخطاب القديم وأعيد تشكيل سياقات البلاغة بالتكنولوجيا^١؛ فالبلاغة في تعريفها الأشهر الأكثر تداولاً هي مطابقة الكلام لمقتضى الحال^٢، وقد احتل المخاطب مكان الصدارة في اهتمام البلاغيين العرب، واهتموا بمراعاة حاله على اختلافها^٣، والمتتبع لتاريخ البلاغة وتطورها سيظهر له المنعطفات التي حالت لها البلاغة في العصر الحديث، ومنها البلاغة الرقمية والتداولية.

- مفهوم البلاغة الرقمية والبلاغة التداولية:

• البلاغة الرقمية:

وتسمى أيضا بالبلاغة الإلكترونية، وبلاغة الوسائط الجديدة، والبلاغة المرئية، وبلاغة الإنترنت^٤ وهي تابعة للنص الرقمي الذي يتجلى من خلال الحاسوب^٥، ولها تعريفات عدة يجمع بينها أنه نص في مجال ناشئ يقوم على التواصل والتفاعل في بيئة رقمية (جهاز الحاسب أو الإلكترونيات والتكنولوجيا الحديثة التي تعمل على تقنية النص وتطوير وسائل الاتصال الحديثة)، وخلق أساليب جديدة للتواصل بين الناس بإبداع وأشكال متعددة لفظية وغيرها مرئية أو مسموعة، مثل نوع الخط وحجمه والصورة الثابتة والمتحركة مع وجود الحضور البشري^٦. وتشمل هذه البيئة منصات متنوعة، منها: مواقع التواصل الاجتماعي ووسائله، ووسائل الإعلام الرقمية، والبريد الإلكتروني، والمدونات، ومواقع الويب وصفحاته، والتطبيقات الإلكترونية، وألعاب الفيديو، وغيرها، وقد طرأت تحولات مختلفة على البلاغة في العصر الرقمي جعلتها تسمى باسمه؛ فهي فن التأثير والإقناع والتواصل والتعبير عن الأفكار والمشاعر عبر وسائل التكنولوجيا الرقمية في مختلف جوانب الحياة^٧. وهناك من أطلق على وسائل التقنية الرقمية المتعددة الأدوات (الصورة والصوت واللون والحركة والكلمة) أطلق عليها عناصر الإبداع الرقمي الجديد، وسمى العصر الجديد بعصر الصورة لأهميتها وسيادتها في عملية الاتصال التقني الجديد، ولدورها كمعلومة وخبر، مع سهولة الحصول عليها والتعامل معها^٨. وتقاس بلاغة الانترنت من جانب الاعتبارات الجمالية بما فيها من نواح مرئية ونصية وتفاعلية^٩، والناس يتفاعلون معها وكأنها كائنات حية؛ فيعيدون تدوير الخطاب ويوسعون نطاق انتشاره ويوجهون أسئلة، ويواكبون الأحداث المعاشة، ويهتفون بالمناسبات، ويشاركون أفراح غيرهم وأحزانهم كوفاء فرد من المجتمع أو فوز المنتخب الوطني وغيرهما^{١٠}.

• البلاغة التداولية:

نشأت في منتصف القرن العشرين، حيث استخدم المصطلح في الأسواق المالية، ثم استخدم في سياقات أخرى، منها اللغة والأدب؛ أي استخدام اللغة بشكل فني ومبدع في الأدب والشعر والخطابة، بهدف إيصال رسالة معينة أو إبراز مشاعر وأفكار معينة بطريقة مقنعة تراعي مقاصد المتكلمين وأغراضهم وأحوال المخاطبين، وكان للفلسفة التحليلية أثر بارز في ظهورها وتطورها على يد الفيلسوف (موريس) وفلاسفة اللغة (أوستين، وسيرل، وجرايس) ثم فيتجنشتاين الذي اهتم باللغة العادية المستعملة في الحياة اليومية^{١١}.

• **والتداولية** في جذرها المعجمي يدور معناها حول التحول والتغير^{١٢}، ولها تعريفات عدة، أجمعت أغلبها على أنها دراسة اللغة عند استعمالها في الخطاب والتواصل في الطبقات والسياقات المقامية المختلفة، ومراعاة تلاؤم اللغة والتعبير فيها^{١٣}. وهي مجال يجمع بين البلاغة والتداولية لفهم كيفية استخدام اللغة بشكل فعال في مختلف المواقف التواصلية، من خلال دمج أفكار البلاغة العربية، واللسانيات والفلسفة، حيث اهتمت الأولى بدراسة الأساليب البلاغية وكيفية استخدامها للتأثير على المتلقي، واهتمت الثانية بدراسة اللغة كنشاط اجتماعي وبكيفية استخدامها في مختلف المواقف، واهتمت الثالثة بدراسة معنى اللغة وكيفية استخدامها لخلق المعاني، وتقوم البلاغة التداولية على مبادئ ومفاهيم أساسية، هي: **المتكلم** هو فاعل، **والفعل الكلامي**، والمعنى هو فعل، **والمبدأ التعاوني**، والتواصل هو فعل تفاعلي بين المتكلم والمتلقي، **والسياق** أي العوامل التي تحيط بالعملية التواصلية، مثل المكان والزمان والثقافة والظروف الاجتماعية، والتأثير في المتلقي^{١٤}، ومهمة التداولية جعل الفعل اللغوي متميزا، مناسباً لسياقه الخاص، مكوناً فعلاً كبيراً (حادثة، حكاية، عرض، وغيرها)، وهكذا يتكون السياق التداولي من العوامل النفسية والاجتماعية لمستعملي اللغة^{١٥}. ويعتمد التداول البلاغي على التوصيل، ويسيطر على النصوص بكل محتوياتها السياقية والاستعمالية وأساقها التعبيرية وشخصها ووقائعها الحديثة والمكانية والزمانية، وتعتمد القراءة التداولية على الملاحظة بين داخل النص وخارجه^{١٦}. وينبغي الإشارة إلى أن منهج التداولية بعد دخوله مجال الدراسات الإنسانية أصبح يهتم بكشف الدوافع النفسية للمتكلمين، وردود أفعال المتلقين، وبين الطابع الاجتماعي للكلام؛ فهو يدرس الكلام بوصفه نتاج ثقافة عصر معين، ويشتمل على سمات مميزة للشخص المرسل، والمتلقي، ويخضع لزمان إنتاجه وتلقيه ومكانهما^{١٧}.

- علاقة البلاغة العربية بالرقمية والتداولية:

تشكل الرقمية والتداولية عنصرين هامين في بلاغة التعبير في العصر الحديث؛ فقد غيرت التكنولوجيا الرقمية طبيعة التواصل وطريقة استخدام اللغة، وأثرت في الأساليب البلاغية وقواعد التواصل ومعايير التقييم. تعد البلاغة التأسيس الأول للتداولية كونها حالة من حالات استعمال اللغة، وهدفها التأثير في المتلقي، وبالتالي تعكس بعداً تداولياً للكلام، وارتبطت الدراسات الحديثة للبلاغة بدراسة الاتصال الجمعي وغرضه الإقناع^{١٨}، والعلاقة بينهما تكاملية^{١٩}؛ فإذا كانت البلاغة هي مطابقة الكلام لمقتضى الحال، فالتداولية تستثمر ما تستطيع من أدوات وآليات لإيصال رسالة لغوية محددة، بل يرى بعض النقاد المعاصرين أن التداولية في اللغة تعد قراءة حديثة لمباحث البلاغة القديمة^{٢٠}؛ فمفهومها يشمل اتجاهين احتوتهما البلاغة العربية التقليدية هما: القدرة على تفسير الجمل، وعلى استعمال اللغة بطريقة تلائم المقامات المتنوعة^{٢١}، والجهود المبذولة

للبحث عن الكيفيات المناسبة لتوصيل الرسالة إلى المتلقي استنادا إلى مهارات وقدرات عدة تثبت لكل من البلاغة والتداولية^{٢٢}، وهي تدرس اللغة عند الاستعمال، بينما البلاغة هي المعرفة باللغة أثناء استعمالها.^{٢٣} والتداولية تستثمر عناصر السياق من زمان ومكان وظروف لصناعة الكلام وتلقيه، كذلك البلاغة تنظر إلى هذه العناصر كمقومات أساسية لإعداد الخطاب المناسب.^{٢٤} والعلاقة هنا بين القول والمقام، إذ يتم تناول المقام الخطابي الرقمي في ضوء مفاهيم التداولية وإجراءاتها؛ فتتصرف العناية إلى التبادل والتواصل بين المتكلمين، وما يخضع له من قواعد، وما يرتبط به من عمليات فهم واستدلال للأقوال، وتأثير وتوجيه وتعديل في اعتقادات الآخرين وأفعالهم.^{٢٥} وقد أشار الجاحظ إلى قول ابن المقفع بأن البلاغة اسم جامع لمعان تجري في وجوه كثيرة، منها السكوت والاستماع والإشارة والحجاج والجواب والابتداء والشعر والسجع والخطب وغير ذلك، كما يبين أن الدلالة على المعنى ممكنة بخمسة أشياء غير اللغة، هي: اللفظ، الإشارة، العقد، الخط، الحال؛ فأكد بذلك أفعال التواصل، وهي كما سماها أصناف الدلالة على المعاني من لفظ وغير لفظ^{٢٦}، وبذلك انتقلت اللغة إلى المجال التداولي الاستعمالي في المقامات المتغيرة، وهذا يثبت أن درس البلاغة يتطور متجدد مفتوح على مستجدات العصر، ومنها التكنولوجيا الحديثة وتطبيقاتها ووسائل التواصل فيها، ويمكن دراسة مفاهيمه ونظرياته والإضافة على أسسه العلمية السابقة في ضوء مستحدثات العصر الرقمية التي جسدت الملفوظ بصرياً، وعبرت عنه بمختلف الاستعمالات كالصور والرسوم والرموز والأيقونات وغيرها. وتلعب الرقمية دوراً هاماً في التداولية من خلال ما يلي:

- **تغيير طبيعة التواصل؛** فقد جعلته أكثر تفاعلياً وفورياً.
 - **توسيع نطاق التواصل** مع عدد أكبر من الأشخاص من مختلف أنحاء العالم.
 - **خلق أشكال جديدة للتعبير؛** إذ أتاحت أشكالاً جديدة للتعبير مثل المحتوى الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي.
 - **تقليل تكلفة الأنشطة الأساسية** من ترفيه وتعليم وطعام وحتى التعبير عن الحب والمغازلة.^{٢٧}
- كما يبرز التفاعل والتأثير بين البلاغة الرقمية والتداولية عن طريق تعزيز الأولى للأخيرة أو إعاقتهما، مثل الحملات الرقمية التي استخدمت استراتيجيات بلاغية متنوعة؛ لتحقيق أهداف تداولية وتعزيز رسائلها وإقناع الجمهور المستهدف^{٢٨}، وكذلك التداولية التي ارتبطت بواقع استخدام اللغة الفعلي، وأصبح الاعتماد بمفاهيمها في تدريس البلاغة العربية يضيف عليها الحيوية؛ لأنها في ذاتها اتصال وتداول.^{٢٩}

المبحث الأول: البلاغة الرقمية

- أهمية البلاغة الرقمية وخصائصها وأغراضها

- تبرز أهميتها في مجالات كثيرة، حيث تعدّ البلاغة الرقمية مهارة أساسية في عصرنا الرقمي؛ فهي تُساعدنا (أفراداً ومنظمات) على:
- التواصل مع الآخرين بشكل فعال في بيئة رقمية معقدة ومتغيرة باستمرار (الإنترنت).
 - الترويج لأفكارنا ومنتجاتنا وخدماتنا.
 - بناء علاقات مع العملاء والجمهور.
 - التأثير على الرأي العام.
 - نشر الوعي حول القضايا المهمة.
 - تحقيق النجاح في مختلف المجالات، مثل التعليم والتسويق والأعمال والسياسة وغيرها.
 - إمكانية استخدام هذه التكنولوجيا في تعليم البلاغة، وفي إعداد مناهج تعليمية للبلاغة الرقمية وتطويرها حسب احتياجات اللغة المتداولة في العصر وتطورها.
 - دراسة القضايا الأخلاقية المرتبطة باستخدام البلاغة في الفضاء الرقمي، وتأثير البلاغة الرقمية على الخصوصية والمعلومات المضللة.
 - الالتفات إلى البلاغة الثقافية في العصر الرقمي، حيث تؤثر الثقافة الرقمية على الأنماط البلاغية المحلية، ودراسة التفاعل بين البلاغة الرقمية والثقافات المختلفة في سياق عالمي. وتتميز البلاغة الرقمية عن البلاغة التقليدية بعدة خصائص، منها:
 - **الاستفادة من خصائص الوسائط الرقمية:** مثل الصور، الفيديو، الصوت، والتفاعل.
 - **الاختصار:** مراعاة قصر مدة تركيز القارئ الرقمي.
 - **الوضوح:** استخدام لغة بسيطة ومباشرة.
 - **التفاعلية:** إتاحة المجال للحوار والتفاعل مع الجمهور.
 - **السرعة:** مواكبة التطورات والتغيرات السريعة في العالم الرقمي.

أما أهدافها وأغراضها فعديدة، منها: إعلام الجمهور وإقناعه وإلهامه باستخدام أساليب بلاغية مثل الحجة والبرهان والعاطفة، وبناء العلاقات القوية مع الجمهور من خلال التواصل الفعال وتبادل الأفكار والخبرات، وتلبية الاهتمامات الأدبية وغيرها كالرياضة والأخبار^{٣٠}، إذ تُستخدم أساليب بلاغية مثل المحاور والمزاح والسخرية، كما تعمل على تعزيز الهوية، وخلق التغيير الإيجابي، ونشر الوعي في المجتمع حول قضايا معينة فتُستخدم أساليب بلاغية مثل السرد والوصف والتعليم، وجذب انتباه المتابعين باستخدام أساليب بلاغية مثل المبالغة والاستعارة والتشبيه، والتحفيز الإيجابي للمتابعين بأساليب بلاغية مثل التشجيع والثناء.

- أدوات البلاغة الرقمية وتطبيقاتها: تستخدم البلاغة الرقمية العديد من الأدوات لتحقيق أهدافها، منها: الصوت، والصورة والحركة واللون واللغة، والتصميم الجرافيكي، والتكنولوجيا، ويندرج تحت هذه الأخيرة: الإنترنت، ويتضمن مواقع الويب، والمدونات، والبريد الإلكتروني، وغيرها، ووسائل التواصل الاجتماعي التي تُتيح التواصل مع الآخرين بشكل تفاعلي، وإنشاء مجموعات، ونشر المحتوى، ومواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، إنستغرام، إلخ)، والأجهزة الذكية وتُتيح التواصل الفوري، وإنشاء المحتوى وتحريره، واستهلاك المحتوى الرقمي، وتطبيقات الهواتف الذكية، والألعاب الإلكترونية.

- مظاهر الرقمية وتأثيرها في التعبير البلاغي للأدوات الرقمية تأثير ظاهر على أساليب البلاغة التقليدية، حيث ظهرت التحولات في أساليب الكتابة والخطابة، وفي دراسة البلاغة في الوسائط الرقمية في النصوص الإلكترونية، كما برزت البلاغة البصرية في الوسائط الرقمية كالصور، الفيديوهات، والرسوم البيانية، وظهر تحليل الخطاب الرقمي من خلال استخدام الأدوات الرقمية لتحليل النصوص والخطابات (مثل تحليل البيانات الكبيرة، والتحليل النصي الآلي)، وعبر دراسة الأنماط البلاغية في التعليقات والمناقشات على الإنترنت. ومن أبرز تأثيرات الرقمية في البلاغة والتعبير:

- تغيير الأساليب البلاغية في التعبير الرقمي مثل الرموز التعبيرية والهاشتاغ وكتابة التغريدات بوضوح واختصار واستخدام الصور والفيديوهات.
- تغيير قواعد التواصل في التعبير الرقمي من حيث الاختصار والسرعة كالبلث المباشر، والمشاركة في مجموعات ومشاركة الأفكار والخبرات.
- خلق حالة معرفية وشعورية تغني عن الكثير من الكلمات.³¹
- تغيير معايير التقييم في التعبير الرقمي من حيث التفاعل والانتشار. كما قلّت الثورة الرقمية التكلفة في الأنشطة الأساسية وغيرها حتى في أشكال الغزل والتعبير عن الحب^{٣٢}، وبات قارئ صفحات الإنترنت كاتب يتفاعل مع النص الرقمي، والكلمات في الخطاب الرقمي تدوب في محتوى التصميم المرئي، وتراجعت قوة الكلمة أمام الأيقونات والصور المعبرة عن الأفكار والانفعالات.³³

المبحث الثاني: البلاغة التداولية

- أهمية البلاغة التداولية وأهدافها (أغراضها)

تُعَدُّ البلاغة التداولية مجالاً هاماً لفهم كيفية استخدام اللغة بشكل فعال في مختلف جوانب الحياة، وتتبع أهميتها من الأغراض التي تسعى إليها وتحققها حيث تُساعدنا على:

- تحسين مهارات التواصل بشكل مختلف في المواقف المختلفة.
- تحليل الخطاب بشكل دقيق وفهم المعاني المُضمنة فيه بشكل أفضل، وهي أحد مداخل فهم التراث العربي وفهم الخطاب الحديث في التكنولوجيا وتقويمهما، والسبيل في حفظ الهوية اللغوية أو إعادتها، وبها تُشَدُّ ثغرة ظاهرة في اللسانيات العربية المعاصرة.
- تقييم تأثير الرسائل على المتلقين، وفهم الثقافات المختلفة، وكيفية استخدام اللغة في مختلف الثقافات، مما يُساعدنا على تحسين مهاراتنا في التواصل مع الأشخاص من مختلف الثقافات.
- حمل المخاطب على الاعتقاد أو الاقتناع أو حسن الفهم وتحصيل الدلالة.³⁴

كما يهدف استخدام البلاغة التداولية إلى جذب الاهتمام، وإيجاد الثقة لدى المتلقين، وتحسين الأداء العام بحرص ومسؤولية مع تجنب الوعود المبالغ فيها أو الإفراط في استخدام التلاعب اللغوي.³⁵

- أدوات البلاغة التداولية ونماذجها في العربية: تستخدم البلاغة التداولية العديد من الأدوات لتحقيق أهدافها، منها: تحليل الخطاب، والملاحظة، والمقابلات، والدراسات المسحية. وللبلغة التداولية نماذج في العربية، منها: رأي عبد القاهر الجرجاني في تحديد معنى الكلمة بسياقها، واختيار المتكلم لما يعبر عن معانيه وأفكاره³⁶، ويرى ابن سنان أن نية المتكلم وهدفه من الخطاب يحددان معنى الكلمات³⁷، وتتحدد عند ابن خلدون بالمجتمع الذي يُستخدم فيه الخطاب.³⁸ مظاهر التداولية وتأثيرها في التعبير البلاغي: تستخدم التداولية في الأدب والبلاغة للتأثير على المتلقي

وإقناعه برؤية معينة أو إيصال رسالة معينة، وتعتمد على استخدام الأساليب اللغوية والتقنيات الفنية لتحقيق هذه الأهداف. والنص الرقمي نص تفاعلي تداولي متميز فيه العناصر اللفظية وغير اللفظية فتفتح آفاق جديدة للتعبير.^{٣٩} وللمخاطب الرقمي الصدارة والحضور دومًا (ماديًا أو ذهنيًا) لدى المتكلم، فالحال التي ينبغي مراعاتها وإيراد الكلام وفقًا لها، هي حاله، من علم أو جهل أو إنكار، وعمله هو اعتبار حال المخاطب، وحرصه على إتقان مطابقة الكلام لها، وإقامة علاقة تخاطبية أو إقناعية أو حاجية للتأثير فيه^{٤٠}، وقد اهتم الجاحظ من قبل بقدرة المتكلم وبراعته في إنجاز الخطاب الخالي من العيوب والمشتغل على وسائل الإقناع والإقناع؛ لكونها وظيفة توصيلية إقناعية لكل خطاب بما يستلزمه من وسائل انسجام مع متطلبات الحضارة والرقمية الحافلة بالجدل والكلام والمناظرات، وذلك عند تعريفه للبيان، وحثه المتكلم على معرفته لأقدار المعاني وحالات المتلقين وهيئاتهم.^{٤١}

وتتضمن أساليب استخدام التداولية في البلاغة العديد من التقنيات والأساليب اللغوية المختلفة، ومن أهم هذه الأساليب استخدام ما يلي:

- الأمثلة والقصص الواقعية أو الخيالية لإيضاح المفاهيم والأفكار وجعلها أكثر وضوحًا وجاذبية للجمهور.
- الأسلوب العاطفي كإيحاءات العاطفية، والتعبير عن المشاعر والانفعالات بطريقة تحرك المشاعر لدى الجمهور وتجعله يتعاطف مع المتحدث ويتبنى رؤيته.
- وقد تحكمت التقنية الرقمية في أشكال التعبيرات العاطفية وتلاعبت بها بطريقتها؛ فحلت محل الشخص، تمده باللسان والصور البلاغية المناسبة دون أن يحتاج إلى التعبير عن حبه الذي أضحى معطى رقميا جاهزا، وقد شهدت التعبيرات العاطفية والشعرية تحولاً أطلق عليه ما يسمى بالحب الرقمي.^{٤٢}

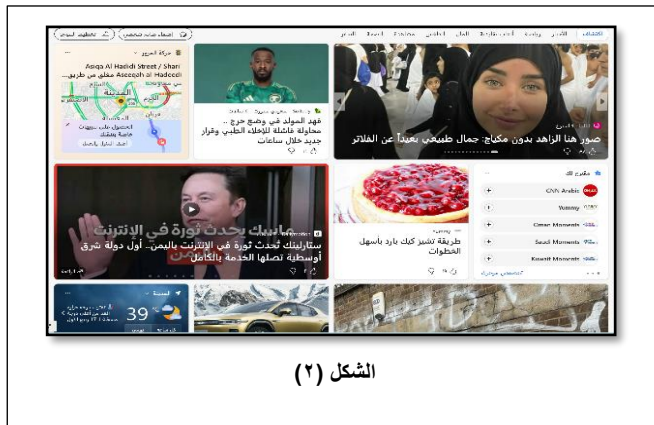
- الاستعارات والتشبيهات لتوضيح المفاهيم وتبسيطها وتوصيلها بطريقة جذابة للجمهور.
- الأسلوب الإقناعي مع الجمهور واستخدام الحجج والبراهين والأدلة المقنعة.
- الترتيب والتنظيم: حيث يمكن استخدام الترتيب والتنظيم الجيد لل فقرات والأفكار والمفاهيم لجعل النص أكثر ترتيبًا ووضوحًا وسهل الفهم.
- الإيقاع والتوزيع الجيد للكلمات والجمل والفقرات لجعل النص أكثر وضوحًا.

المبحث الثالث: تطبيقات عملية لمظاهر البلاغة الرقمية والتداولية:

ويتناول هذا المبحث تحليل نماذج متنوعة لخطابات رقمية من منظور بلاغي وتداولي، وقبل عرضها نعرض لمختلف مجالات استخدام البلاغة الرقمية والتداولية في الحياة، بما في ذلك:

- **التسويق:** من خلال كتابة إعلانات جذابة على وسائل التواصل الاجتماعي، أو إنشاء رسالة بريد إلكتروني تُقنع العميل بالشراء، أو إنشاء محتوى مقنع على مواقع الويب، أو كتابة رسائل بريد إلكتروني فعالة، أو الإعلان عن فعالية ما بصورة مبهجة ونص يثير الفضول.
- **العلاقات العامة:** أثناء بناء علاقات قوية مع الجمهور المستهدف، وإدارة سمعة الشركة أو المؤسسة، والتعامل مع الأزمات بشكل فعال.
- **التعليم:** بتقديم محاضرات جذابة عبر الإنترنت، وتقييم تعلم الطلاب بشكل فعال، وكتابة مدونة ناجحة تجذب الكثير من القراء، واستخدام الوسائط المتعددة في البودكاست والمدونات، أو بإنشاء مواد تعليمية تفاعلية، من ذلك دراسة تأثير أجهزة الكمبيوتر وأشكال التكنولوجيا الأخرى على خطابنا وتعليمنا.
- **الكتابة الوظيفية والعامة:** حيث تعمل على تحسين نوعية الكتابة وتطور الأساليب البلاغية، ومن شواهد التحليل النصي عبر الذكاء الاصطناعي؛ فأدوات التحليل النصي مثل تلك المستخدمة في مواقع النشر الإلكتروني يمكن أن تساعد الكتاب على تحسين أساليبهم البلاغية من خلال تقديم ملاحظات حول الأنماط والأساليب والعبارات المستعملة.
- **السياسة:** بإقناع الناخبين بالتصويت لمرشح معين، أو دعم القضايا السياسية، كالترشيح للرئاسة، والتأثير على الرأي العام، وأثبتت شركات الوسائط الرقمية ومنها تويتر فائدتها في نشر الخطاب الرقمي للحملات السياسية.
- **التوعية:** بنشرها حول القضايا الاجتماعية، وجمع التبرعات للقضايا الخيرية، أو دعم التغيير الاجتماعي، أو كتابة تغريدة مثيرة للاهتمام على تويتر تُصبح تريند، أو تقديم عرض تقديمي تفاعلي يجذب انتباه الجمهور.
- **الشراكة والمجتمعية:** ببناء علاقات مع أشخاص ذوي اهتمامات مشتركة، والمشاركة في مجموعات عبر الإنترنت في مواقع الشبكات الاجتماعية والمنديات وغرف الدردشة، مثل التويتر والفيسبوك، وريديت وشان فور وغيرها، حيث يمكن للأعضاء مشاركة المعلومات ومناقشتها، وإنشاء مجتمعات افتراضية، وتعزيز المشاركة الجماهيرية.

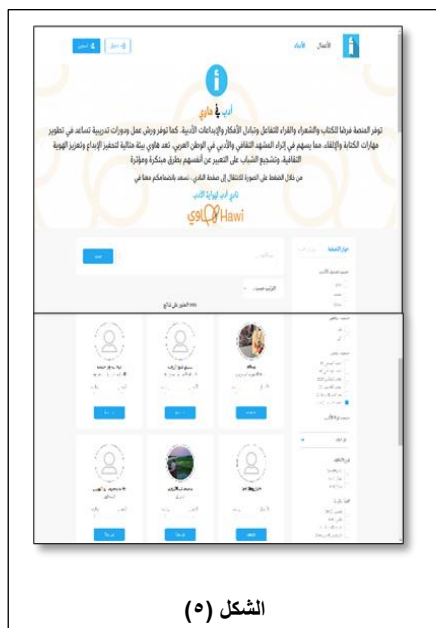
- **التسلية:** من خلال كتابة قصص وروايات إلكترونية، وإنشاء محتوى ترفيهي على وسائل التواصل الاجتماعي، وتصميم ألعاب إلكترونية، كإنشاء قناة يوتيوب للألعاب حيث يشارك اللاعب عبر القناة مقاطع فيديو لألعابه، ويستخدم مهاراته في البلاغة الرقمية لجذب المشاهدين وإبقائهم متفاعلين، من ذلك استخدام Xbox 360 pro المعروف بطبيعته الإجرائية والتفاعلية، وهو مثال للخطاب الإجرائي لتعزيز تعلم الأطفال، وفهم العالم من حولهم، ومع انتشار الألعاب عبر الإنترنت اكتسب اللاعبون التواصل مع بعضهم البعض لإنشاء خطابهم الخاص داخل عالم اللعبة، والذي يسمح للاعبين بالتأثير في بعضهم البعض باللغة المتداولة في السياقات المختلفة، وتطوير لغتهم المستعملة وتفسيراتهم الخاصة في اللعبة.
- **الإعلانات الرقمية:** تصميم الإعلانات الرقمية وجذب الانتباه، وتحليل تأثير الإعلانات على المستهلكين، والخطاب الإعلاناني بليغ غالباً؛ فهو يوجه المتلقي إلى القراءة التي يريدها المرسل، وشكل الصورة الإعلانانية بليغ لابد أن يحمل ثلاث خصائص، هي: خلق الحوار، والتنظيم، والتبليغ، وإذا توافرت الرمزية في الصورة والتدخل البشري وقُدِّمت للمتلقي بغرض التواصل أصبح الخطاب المرئي قابلاً للتحليل البلاغي.^{٤٣}
- **وسائل الإعلام والمواقع الإخبارية الإلكترونية:** استخدام الوسائط المتعددة في المقالات الإخبارية، وتحليل التعليقات والتفاعل مع الأخبار، والاهتمام بالأفلام الوثائقية والمقاطع المرئية والصوتية وإنتاج البرامج الإذاعية وكتابة المقالات.
- **تطبيقات وشواهد للتداولية في النصوص الرقمية من منظور البلاغة العربية:**
يتم هذا من خلال نماذج مصغرة بسيطة ممثلة لبعض ما سبق يتبعها التحليل:



الشكل (٢)



الشكل (١)



الشكل (٥)



الشكل (٤)



الشكل (٣)



الشكل (٨)



الشكل (٧)



الشكل (٦)

يظهر للناظر المتلقي تنوع في الخطابات الرقمية السابقة من حيث المقصد والفئة والتأثير؛ فمن خلال تداولية هذه الخطاب والأفعال التي أنجزت بها المطلوب تظهر مزايا مشتركة بينها جميعها، ثم يختص كل خطاب رقمي في تداوليته وطريقة استعماله للغة وغيرها في التوصيل، فمن أبرز تأثيرات وبلاغة الخطاب الرقمي التداولي ومزاياه:

- تكامل عناصر التداولية ومفاهيمها (المرسل، المرسل إليه، السياق، الخطاب) فنجد المرسل في جميع ما رأينا ظاهرا مع اختلاف مراده وتنوع خبره، يوجه كلامه للطرف الثاني المرسل إليه مراعيًا ما يتناسب مع السياق العام والمرسل إليه الحاضر عينا أو ذهنيا، فنلاحظ التنوع في المتلقين ما بين جمهور مطلع للأخبار بأنواعها وسياقاتها المختلفة من موضوعات اجتماعية أو سياسية أو وظيفية أو صحية أو غيرها ويدخل ضمنها أيضا زمان الخطاب ومكانه، وكذلك تغريدة معالي وزير الترفيه تركي آل الشيخ التي جاءت في سياق حدث مجتمعي وطني إعلامي الذي وجهه للشعب السعودي فقط، وغيرها مما جاء في سياق تعليمي أو ثقافي كما في النماذج الأخرى، مما يفرض استجابة من المرسل إليه تظهر لنا من ردود المتابعين، ويظهر معها الإقناع والحجاج الذي أدى دوره من خلال هذه العناصر المهمة في توصيل الخطاب الرقمي الذي يفككه المرسل إليه ويؤوله لمعرفة مقاصد المرسل وأهدافه، وظهر في الخطاب الآليات الخطابية والأدوات اللغوية والأساليب التعبيرية البلاغية التي حرك بها الشعب ليتفاعلوا معه صغارا وكبارا ويبدعوا ويبتكروا ويعبروا عن جمال حدثه بأجمل الصور الناطقة بما لم تنطق به العبارات، وقد كانت أفعال خطابه منجزة لمقاصده من حيث الصيغة وما يتضمنه وما يحققه ويؤثر، كل ذلك موجز بفعل الطلب بعد الحث والترغيب المتضمن معاني الفخر والاحتفاء بقوله (وروني)، ولو مثلنا تلك العناصر على كل صورة لوجدنا عناصر التداولية فيها أمر لا يمكن الاستغناء عنه في الخطاب الرقمي، وهذا يثبت أن الخطاب الحجاجي وأفعال الكلام وتأثيرات ذلك البلاغية له التأثير الكبير عبر الوسائل الرقمية.

- بلاغة الصور والرموز والرسوم: البلاغة هي الإيجاز وقوة التأثير، وقد تراجعت الكلمة أمام بلاغة الصورة هذا العصر؛ فهي أبلغ في التعبير والمطابقة مع مراد المتكلم ومقتضى الحال في هذا العصر^{٤٤}، واستعمالها من أقدم أوجه البلاغة، والبلاغة هي الإيجاز وقوة التأثير^{٤٥}، وقد نوه بذلك قديما ابن رشيقي بأن الألفاظ في الأسماع كالصورة في الأبصار مؤكدا على قوة تأثير الصورة وبلاغتها في التعبير^{٤٦}. ويبرز تأثيرها في تعزيز المشاركة الجماهيرية، واستعمال العلامات التكرارية كرموز الإيموجي وغيرها المتفق عليها في الوسيط الرقمي أكبر دليل على ذلك، فهو خطاب رقمي يوحد أشكال التعبير، ويأخذ بنا إلى فكرة الترميز بصرف النظر عن اختلاف المستوى الاجتماعي والتعليمي^{٤٧}. وكان توظيف الوسائط المتعددة من مقاطع الفيديو التفاعلية داخل نوافذ الأخبار، وصور ثابتة مصاحبة للعنوان، ورسوم معلوماتية وبيانية وخرائط كما في إحدى نوافذ صفحة الأخبار، وعرض سردي في النص الرقمي في صفحات المواقع أو التطبيقات ووسائل التواصل الاجتماعي ساعد بشكل رئيسي في جذب المتصفحين ثم التأثير فيهم؛ فالخطاب الرقمي في الشكليات (٢٠١) عبّر عن المراد بأوجز تعبير من خلال الوسائط المتعددة من الصور ومقاطع مشاهد الفيديو والمجسمات المرئية، وهي وسائط بمثابة فن التشبيه في بلاغته، وفي مائلته لصورة حية مشاهدة لا تترك للذهن فرصة للبحث عن وجه الشبه؛ مما يُعدّ من التشبيهات الرقمية الصريحة القوية في حجتها وإقناعها للمتلقي وهذا بعد

تداولي مهم للمخاطب. ويجري هذا الوصف أيضا على الخطابات الرقمية البصرية في صورة الطعام المحلي الشهي بألوانه ولذته المعبرة عنها الصورة، وفي الإعلان في خبر عن الفنانة التمثيلية المشهورة لدى متابعيها، وفي تضمين الصفحة خطابا رقمية لثقافة صحية تحمل توعية لأصحاب هذه المشكلة الصحية التي تلتفت انتباه القارئ بالمجسم البصري الممثل لذلك ليشير إلى عضو مهم جدا من أعضاء الإنسان لا يمكن العيش بدونه. كل ذلك جاء في صور متداخلة توحدت معاً وأدت دورها في الاستعمال بإيجاز وأبرزت بعدها التداولي في موضوعات ومعان عدة في صفحة واحدة بعبارات وصور ورسوم معبرة. واختيار اللغة البصرية دقيق كاختيار اللفظ الدقيق في البعد التداولي لسياق الحدث؛ فهذا جلي في انتقاء صورة لمشهد الطائرة وهي أساس الحدث وتتضمن شعار المملكة العربية السعودية واسمها وأجواءها وطابعها الصحراوي الذي طُبعت به أغلب مناطقها، واشتهرت بها بعض مناطقها السياحية، وتأكد ذلك في إعلان خبره في تغريدة وزير الترفيه على منصة إكس، وفي رد أحد المتابعين على السناجب شات وتفاعله مع الخبر، وصحب ذلك كله أيقونات محملة بالمزيد من التعابير والمشاعر، فنجد في آخر إعلان أيقونة شعار المملكة بعلمها الأخضر السعودي رمز الوطنية، وأيقونة القلب الأحمر الذي ينبض حبا وولاء لهذا الوطن، ثم أيقونة الطائرة التي سبقت حدثا أساسيا وكانت أزمنة وأمكنة تواجدها حول بقاع المملكة الحبيبة حمل في سياقه معاني التسامي من المتكلم، وأيقونة الكاميرا الصورية والسينمائية الموثقة للصور والمشاهد المختلفة التي تأثرت من الشعب السعودي وتفاعلت مع هذا الحدث الضخم.

بينما نشعر بالهدوء والتركيز مع الصور والنماذج الأخرى الشكلين (٥، ٦) مثلا لاختلاف السياق وغرض المتكلم من المخاطب، فهو سياق يحمل الأدب من كتاب وشعراء في ناد أدبي اكتفى في خطابه في صفحته على الإنترنت باللغة العربية الفصحى التي هي هدف لإنشائه للقراء هنا، وببعض الصور البصرية التي تناسبت مع الغرض فجاءت اللغة متناسبة مع استعمالها في هذا البعد التداولي. كما نشعر بالجمال والفخر بجيلا الواعد في صورة الطفل بردائه السعودي التقليدي للتعبير عن محتوى إعلان الملنقى وموضوعاته في الشكل (٧) لترمز إلى أدب الطفل السعودي. ولأيقونات التعبير في الخطاب الرقمي أهمية لا تقل عن غيرها؛ فهي مصاحبة للعنوان في نموذج شكل (٦) في تغريدة تعبر عن جمال ودور الأفكار والابتكار من قبل أطفال المنازل، وفي مصاحبتها للإعتذار أيضا للتعبير عن الأسف، وبالإشارة إلى المهم بالسبابة، ثم إهداء الشكر والدعاء المصحوب بأيقونة وردة نابضة بالإخلاص ومعاني العطاء. وكذلك الأيقونة (القلب الأحمر المنفطر) المصاحبة لتفاعل أحد المتابعين وردة في الشكل (٤)، وللاكون المدموجة في الصور والأيقونات البصرية في المذكور أنفا إضافة إلى الشعار الوطني المقترن بعبارة (نحلم ونحقق) في الإعلان عن الإسكان لفئات المجتمع، دور لا يقل عن أهمية أجزاء الصورة الجزئية للصورة التشبيهية التمثيلية في اللغة، كما تعتمد الصورة على الكناية أو الاستعارة المجسمة لقوتها في التعبير متضافرة مع الصورة المرئية والمسموعة، وهذا يوحد أشكال التعبير في السياقات الاجتماعية الأخرى؛ فحلّت بذلك الصور وما يصحبها من أيقونات وألوان مختارة محل الكلمة المعبرة وتحكمت التقنية في أشكال التعبيرات المختلفة، وحلّت محل اللسان والصور البلاغية المناسبة، وأضحى الكلام معطى رقميا جاهزا^٨، وتبدو الأيقونات ممارسة بلاغية مؤثرة وفعالة من حيث قدرتها على الإقناع، ومرحلة بعد اللغة تتجدد من لا يحسن التعبير بالقول أو يروم الإيجاز وسرعة إيصال المراد في عصرنا الرقمي السريع^٩، إذ أصبحت المشاعر الإنسانية وسبل التعبير عنها رقمية متجاوزة للسان واللغة والبلاغة لتستعين بهذه الأيقونات وغيرها بدلا من اللسان العربي المبين وتسبب ذلك بوأد الكلمة وإحياء الأيقونة. وهذا الخطاب الرقمي بأنواعه يوجد أشكال التعبير، ويغض النظر عن مستوى التعليم والحالة الاجتماعية ونوعها من جهة أخرى.^{١٠}

- **الحضور الإنساني وتنوعه:** إن إضفاء مرسل النص الرقمي لخاصية التفاعل على نصه يؤكد حضوره البشري، والتفاعل بين المرسل والمتلقي عن طريق الخطاب الرقمي يحد من الشعور بحضور الآلة ويعزز الحضور الإنساني، وكأن هذه الوسائل التكنولوجية كائنات حية، وكذلك التعليقات والمناقشات الحية في المنتدى الأدبي؛ حيث يتيح للأدباء المحدثين وغيرهم الفرصة، ويمكّن القراء من تقديم ردود فورية على النصوص الأدبية؛ مما يخلق حواراً تداولياً حياً ويساهم في تطور النصوص بناءً على ردود الفعل. ومن التفاعل إعادة تدوير الرسالة وتوسيع نطاق انتشارها أو توجيه سؤال إلى المرسل أو إطرأ أو دم، ويكون الكاتب الرقمي مستجيبا لكل المتغيرات والمتحولات ليضفي الحضور الإنساني على خطابه الرقمي.^{١١} وتتوزع فئة الجمهور المستهدف في الخطابات الرقمية السابقة، مع أنه خطاب رقمي واحد؛ فهي وزير الترفيه في نمودجه يطلب من الشعب - مرغبا ومحفزا ومشعرا لهم بكونه منهم - في خطابه الرقمي في الشكل (٣) المساهمة في المسابقة التي طرحها، وبدأ ذلك بالبوح عن مشاعره تجاههم، وعبر عن حبه لهم وسعادته بهم ومعرفته بمكانتهم، ثم خصص الخطاب أكثر بتخصيص المسابقة لهم، ليؤكد صدق ما سبق ذكره؛ وأدت الأفعال الكلامية الإنجازية من وعوديات وغيرها دورا كبيرا في ذلك في قوله (سنعمل، سيحصل، وروني إبداعا لكم) وهذا الحضور الإنساني الكبير له دوره في سرعة تداول الخبر والتفاعل معه والدخول في تنافس جميل معبر من

ردود الشعب وتفاعله، وكانت شهرة المتكلم وصدقه لدى المتابعين دور كبير في انتشار الأمر واشتعال وسائل التواصل الاجتماعية به في السعودية وخارجها وقد نستحضره باستجابات الجمهور على أي مما سبق باللغة والتعبير، أو بالإيموجي التي تتميز باختصار الوقت والجهد والبوح عما تحمله النفس من مشاعر جياشة يعجز الكثير عن التعبير عنها، وتتنوع هذه الاستجابات على مستويات عدة، منها ما جاء في الشكل (٤). كما قد تحصل الاستجابة بالصورة التي تحمل رسائل متنوعة الأغراض لتعبر عن أغراض الإنسان وحاجاته وأهدافه، منها رغبته في تملك السكن، فكانت الحاجة له حاضرة بحضور المتكلم الإنساني في الشعار الوطني (نحلم ونحقق) المتكاثف مع الإنجازات المقدمة من أفراد الوطن ومؤسساته لخدمة أهله، وكل الأفعال الكلامية تستحضر الإنسان المتلقي الذي يُنتظر منه الإنجاز لغرض الحجاج والإقناع.

- الأدوات اللغوية والأساليب التعبيرية: اتسمت الخطابات الرقمية في النماذج المعنية بالتميز السريع للأفكار والمراد؛ فوضوح النص في هذه السياقات أهم وأبلغ من جودته وبراعة نظمه؛ لأنه يخاطب كل فئات المجتمع بمختلف أعمارهم، فكان الخطاب رقمياً تفاعلياً متداولاً في مختلف برامج وتطبيقات التكنولوجيا. وللكتاب الأكاديمي ونشر إنجازاته عبر الوسائط الرقمية الاجتماعية مستندا على ما لديه من قدرة لغوية تعبيرية مؤثرة في خطابه له دوره الكبير المساهم في صناعة الرأي العام، والحجاج والإقناع. وللخطاب الأكاديمي الرقمي آليات للإقناع والتأثير تتبع من السلطة والمثال، وآليات لغوية متنوعة. وكان لهذه الأدوات والأساليب في سياقاتها المتنوعة دور كبير في الإقناع والحجاج، يبرز بعضها في أسلوب الوصل في عبارتنا المحملة بالواجب الوطني (نحلم ونحقق) واستخدام صيغة المضارع فيها لتواكب التجددات المستمرة الواعدة، من جيل واحد ذكورا وإنثاء جمعهم حرف المضارعة (النون)، أو فيما ورد في تغريدة وزير الترفيه التي أصبحت هاشتاغاً (#)، حيث استعمل صاحبها كل الألفاظ التي تجذب الانتباه وتحفز وتزرع الإيجابية والتنافس والتحدى وتقدير الشكر والامتنان والدعم، وتعكس تحقيق الأهداف، كل ذلك بعبارات سلسلة فصيحة يفهمها الشعب السعودي ويتفاعل معها بسرعة عجيبة تبين أثر الكلمة الموجزة المعبرة بما تتضمنه من اللطائف البلاغية في وسائل التواصل الاجتماعي في هذا الفضاء الرقمي، مع ما كان فيها من حسن نظم وجمال تعبير بذكره المشاعر والحب بصيغة الجمع الذي أفاد التكثير والتعظيم لهذا الشعب، وقد بدأ بهذا التعبير قبل طرحه المسابقة وعرضه المكافأة لذلك. كما يلفتنا في أسلوب الإيجاز في تعريف الموقع الأدبي بنفسه بشكل كاف، وفي الشكل (٢،١) واعتماده على أسلوب الحذف والتكثير للترغيب والتشويق ولفت الانتباه في الإعلان عن أخبار صحية وغيرها، وكذلك في التعريف بموضوعات الملتقى في الشكل (٧) للتشويق الذي صاحبه لون أخضر وصورة لطفل سعودي يرتدي ثوبه التقليدي يضيف لهذا التشويق رغبة تنتج بعدها فخرا، وفي الشكل الأخير (٨) كان لتكثير لفظ (عرض) ثم وصفه بالخاص غرابة وتعميم وتكثير لقيمة هذا العرض وتعظيم لشأنه، وازداد ذلك بعبارة (اليوم الوطني السعودي) التي يتجه الذهن معها سريعا إلى ما تحمله من تلبية لرغبات وحاجات لا يمكن أن يتجاوزها متصفح أو متابع دون الاطلاع عليها والإفادة منها؛ ففي الأساليب التعبيرية في الخطابات الرقمية المعنية نجد خطابا ناشئا متنوعا يجمع بين المرئي والمسموع والحركي، ويركز - في تأثيره وجذب المتلقي وارتفاع معدل المتابعة والتصفح - على العنوان والشعار وشكل الخطوط والألوان والمؤثرات الصوتية والتصوير بأنواعه خاصة الفوتوغرافي، والطريقة في إيصال المراد وتغطية الموضوع أو الحدث، والدمج بين الخطاب البلاغي التقليدي والرقمي والتدولي باستخدام تقنيات متعددة. ومن أهم التعبيرات اللغوية المؤثرة هنا كذلك الأفعال الكلامية الإنجازية، وهي تداولية تبرز بقوة في القرارات الصادرة، والسلوك والتعهد والتقريرات والتوجيهات والتعبيرات عن الحالة النفسية، وهي أفعال تتفاوت أغراضها الإنجازية بين الحجاج والإشارات من عناصر لغوية يتضح معناها من خلال السياق كالضمائر وأسماء الإشارة، وغيرها من الالتزاميات (الوعديات) والإعلانيات (الإدلاءات) والطلبية (التوجيهات) والإخباريات (التأكيدات)، ودمجت المتعة فيها بالإفادة، والبلاغة التداولية تعنتي بذلك لما تؤديه من أغراض ومقاصد وفقا للمقام. وإذا نظرنا إلى الصور البيانية فنجدتها في النماذج تعبر عن معان دقيقة وعميقة تدرك بواسطة التداولية التي تجعل المتلقي يفهم أكثر مما قيل له معتمدا على القرائن؛ فيتجلى له المعنى بأسلوب مختلف ومؤثر، من أمثلة ذلك أسلوب التشبيه الملاحظ في أيقونات الإيموجي، من سرور وحزن وغيرهما، والاستعارة اللغوية في تعليق متابع السناپ شات على إعلان وزير الترفيه (ولعها) بلفظ بليغ، وفي إعلان الإسكان بقولهم (المنزل الذكي)، وقيام ذلك على القصديّة، قصد المتكلم وغرضه من الكلام، وفي كليهما بعد تداولي، هو البعد الحجاجي الاستدلالي من أجل التأثير في الجمهور المتابع المتلقي وإقناعه.

- توسيع نطاق الجمهور، والتفاعل الفوري وردود الفعل المباشرة: النص الرقمي تتفاعل فيه مع القارئ عدة عناصر لغوية وغير لغوية ومرئية ومسموعة ويجعل جميع المتلقين للنص التفاعلي مشاركين فيه، وسعة انتشاره وسرعته أدت إلى تنوع فئات المتلقين له من حيث الفئة العمرية والوظيفية والتعليمية وغيرها.^{٥٢} ويتجلى من النماذج السابقة ما حصل من تسريع تداول الأفكار وانتشارها، ومثله استخدام الميمات

والمحتوى الفيروسي؛ فاستخدام الميمات على منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن يجعل الأفكار البلاغية تنتشر بسرعة وتصل إلى جمهور واسع في وقت قصير، والميمات تعبر عن مواقف سياسية أو اجتماعية قد تتحول إلى وسائل فعالة للتأثير في الرأي العام كما رأينا من بعض المنصات مثل تويتر وفيسبوك، إذ تتيح للجمهور التفاعل الفوري مع النصوص والأفكار، مما يزيد من مشاركتهم في الحوار البلاغي، وتعزيز الحوار عامة حول قضايا مهمة.

- **زيادة الابتكار في تقديم المحتوى البلاغي:** ومن شواهد ذلك التقارير التفاعلية في الصحافة الإلكترونية؛ فالمواقع الإخبارية مثل "الجزيرة نت" تقدم تقارير تحتوي على عناصر تفاعلية مثل الفيديوها والإنفوجرافيك، مما يعزز من فهم القارئ ويزيد من جاذبية المحتوى. وقد تطورت الأفكار في الخطاب الرقمي جنباً إلى جنب مع التقنيات الجديدة مثل الهواتف الذكية، ومنصات التواصل الجديدة سهلة الاستخدام مثل storify و pixorial وغيرهما مما دعم ومكّن تحويل الخطاب القديم للإقناع إلى خطاب رقمي جديد يهتم بالتواصل والمشاركة الإبداعية والتعبير عن الذات. ومن خلال التفاعل عبر الوسائط المتعددة يزداد الابتكار، والشاهد على ذلك الأدب الرقمي والشعر التفاعلي على منصات مثل "YouTube" و "SoundCloud"، حيث يدمج الكتاب والشعراء النصوص مع الصوت والصورة؛ مما يخلق تجربة بلاغية غنية ومتعددة الأبعاد، على سبيل المثال القصائد المصحوبة بموسيقى خلفية أو رسوم متحركة تزيد من تأثير الرسالة البلاغية، أو ما يجمع ويلقى ويناقش في موقع واحد مثل شكل (٦). وهكذا تؤثر التداولية الرقمية على البلاغة العربية بشكل واضح، وتتبع الخطابات الرقمية المختلفة من اندماج الرقمية بالدرس البلاغي العربي، والدرس التداولي المعاصر، من خلال تعزيز التفاعل والمشاركة، وتوسيع نطاق الجمهور، وتحسين نوعية الكتابة، وفتح أبواب جديدة للابتكار في تقديم المحتوى. هذه التحولات تسهم في جعل البلاغة العربية أكثر تداولاً وتطوراً ومواكبة، وتوسم ببلاغة الوضوح، وبلاغة المجاز، والخط، والتصميم، والألوان، وبلاغة الصوت والصورة والحركة بما صحبتها من مؤثرات صوتية وحركية؛ مما جعل البلاغة شأن يومي لا غنى عنه.

الخاتمة

الحمد لله والصلاة والسلام على من اهتدى بهداه، وبعد فهذا البحث يتناول البلاغة العربية والرقمية والتداولية معرفاً بهم ومبيناً علاقتهم ببعضهم البعض، وفيه جمع لأدوات كل من البلاغة الرقمية والتداولية وعرض لأهميتهما وأغراضهما البلاغية وتطبيقاتهما في الفضاء الرقمي، ومظاهريهما وتأثيرهما في التعبير البلاغي، مع عرض موجز لنماذج تطبيقية محللة.

وخلصت الدراسة بالنتائج التالية:

- مساهمة البلاغة الرقمية في تنوع الخطابات البلاغية التداولية في السياقات المختلفة وتطور أشكالها وتأثيراتها.

- تفاعل البلاغة الرقمية مع المبادئ التداولية بتكامل يحقق تواصلاً أكبر.

- تغيير جمهور البلاغة العربية في الأسلوب والرسالة البلاغية في الوسائط الرقمية، وتنوع آليات التواصل والأساليب البلاغية فيها عنها في النصوص التقليدية.

- تطور الدرس البلاغي وتجده وانفتاحه على مستجدات العصر وقضاياها ومنها الرقمية.

- تأثير استخدام البلاغة والتداولية في السياقات الاجتماعية والثقافية المختلفة على فهم النصوص وتفسيرها وتأثيرها بها.

ومن أهم المقترحات:

- دمج الوسائل الرقمية في تعليم البلاغة، واستخدام التكنولوجيا في تعليم البلاغة وتطوير مناهجها التعليمية كإنشاء وحدات دراسية في علوم البلاغة باستخدام المدونة الإلكترونية لطلبة المقرر في القسم.

- تخصيص منهج للبلاغة الرقمية والتداولية ضمن المقررات الدراسية لفتح مجال للابتكار والتطوير تحت ظل المناهج الرقمية.

- دراسة مدى تأثير الرقمية في البلاغة التداولية في عصرنا من خلال دراسة كيفية تأثير استراتيجيات الإقناع والتفاوض بالمنصات الرقمية.

- دراسة الخطابات التداولية وتحليلها في المنتديات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي.

- دراسة الترميز الذي تُرجمت له اللغة في البلاغة الرقمية التداولية.

- دراسة البلاغة باستخدام الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته لتنمية الذوق البلاغي لدى المتكلم.

- الكشف عن أشكال السرد وبلاغته في الخطاب الرقمي التداولي وتوظيفه في معالجة المحتوى في وسائل التواصل الاجتماعي.

- التواصل مع الجهات الحكومية المسؤولة عن الدعايات والإعلانات الرقمية وحثهم على اللغة العربية الفصحى فيما ينشر.
- ربط جهود الباحثين في العربية بعد توحيدها بالتقنية كي لا تذهب سدى.
- تدريب معلمي البلاغة في ضوء تحديات المجتمع الرقمي.

المراجع: الكتب

- أبعاد البلاغة التداولية: دراسة في الأساليب والسياق، فاطمة غالي، جيلالي بن يشو، مجلة الموروث، كلية الأدب العربي والفنون، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، مخبر الدراسات الأدبية واللغوية في الجزائر، مج ٧، ع ٢، ٢٠١٩م، ص ص ١٦٩-١٧٦.
- استخدام البلاغة الرقمية في معالجة المواقع الإخبارية الدولية للقضايا العربية: دراسة تحليلية وميدانية، شيماء عبد الحميد محمد، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، ع ٩٧، ٢٠٢١م-١٤٤٢م، ص ص ٤٢٦-٤٨٨.
- استراتيجيات الخطاب: مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي ظافر الشهري، دار الكتاب الجديد المتحدة، سور الأزبكية، ط ١، بيروت، ٢٠٠٤م.
- استراتيجية الخطاب في البلاغة العربية نحو مقارنة تداولية، واضح أحمد، ومسلم خيرة، مجلة سياقات اللغة والدراسات البيئية، الجزائر، مج ٤، ع ٢، ٢٠١٩م، ص ص ٨٢-١٠٤.
- أسرار البلاغة، عبد القاهر بن عبد الرحمن الجرجاني، قرأه وعلق عليه: محمود محمد شاكر، مطبعة المدني بالقاهرة، دار المدني بجدة، د.ط، د.ت.
- البلاغة التداولية: تطوير للجانب الكلامي من البلاغة العربية، محمد كريم الكواز، مجلة العلوم الإنسانية والتطبيقية، الجامعة الأسمرية الإسلامية كليتي الآداب والعلوم، زلتن، ع ٣، ٢٠٠٢م، ص ص ٣١٣-٣٦٦.
- البلاغة والتداولية، هناء حلاسة، إشراف: صلاح الدين ملاوي، مجلة كلية الآداب واللغات، جامعة بسكرة، كلية الآداب واللغات، ع ٢٢، ٢٠١٨م، ص ص ٤٢٧-٤٤٩.
- البيان والتبيين، عمرو بن بحر الجاحظ، دار ومكتبة الهلال، د.ط، بيروت، ١٤٢٣هـ.
- بين البلاغة العربية والتداولية: سامية بن رزوق، مجلة الحكمة، مؤسسة كنوز الحكمة، ع ١٧، ٢٠١٣م، ص ص ٢٥٥-٢٨٣.
- تجليات البعد التداولي في البلاغة العربية (علم البيان نموذجاً)، جنيد الطيب، وعابد بو هادي، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج ١٤، ع ٢، ٢٠٢٢م.
- تداولية البلاغة العربية: التجليات والأبعاد، سلمى معلم، وسفيان بوعنينة، مجلة الممارسات اللغوية، جامعة مولود معمري تيزي وزو مخبر الممارسات اللغوية، مج ١٣، ع ١، ٢٠٢٢م، ص ص ٢٨٥-٣٠٨.
- التداولية عند العلماء العرب: دراسة تداولية لظاهرة الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي، مسعود صحراوي، دار الطليعة، ط ١، بيروت، ٢٠٠٥م.
- التداولية وأفعال الكلام، محمد عبد المطلب، فصول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ع ٩٧، ٢٠١٦م، ص ص ٦٤-٧١.
- التداولية: النشأة والمفهوم المعاصر، إسماعيل معطي عبد الرضا، جواد كاظم سمري، جامعة الكوفة، كلية الآداب، مج ١٥، ع ٥٥٥، ٢٠٢٣م، ص ص ٣٥٤-٣٧٠.
- التداولية، فرحة مفتاح الشريدي، مجلة دلالات، جامعة طبرق، ع ٢، ٢٠٢١م، ص ص ٧٠-٩١.
- التعريفات، علي بن محمد الشريف الجرجاني، ضبطه وصححه جماعة من العلماء بإشراف الناشر، دار الكتب العلمية، ط ١، بيروت - لبنان، ١٤٠٣هـ-١٩٨٣م.
- التفكير التداولي في البلاغة العربية، بن مصطفى أمبارك، مجلة العلامة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية الآداب واللغات، مخبر اللسانيات النصية وتحليل الخطاب، مج ٧، ع ٣، ٢٠٢٢م، ص ص ٩٤-١٠٨.
- جماليات البلاغة الرقمية في نص الوسائط الحديثة (الرواية بين الورقي والرقمي نموذجاً)، السيد نجم، مجلة فكر العربية، المركز الدولي للأبحاث والدراسات العربية جمعوية مدرسي اللغة العربية للتنمية الثقافية والاجتماعية، ع ٣، ٢٠١٦م، ص ص ٣١-٤٧.

- الحجج والتمثيلات في الخطاب الرقمي لوزارة الصحة السعودية في مواجهة انتشار وباء كورونا: مشاري عبد العزيز الموسى، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، ع ١٨١، س ٤٧، ٢٠٢١م، ص ص ١٩-٤٩.
- الخطاب الإعلامي لمنصة ثمانية في ضوء البلاغة الرقمية، هنادي محمد بحيري، مجلة الآداب للدراسات اللغوية والأدبية، جامعة ذمار، م ٦، ع ١٤، ٢٠٢٤م، ص ص ٩-٣٥.
- خطاب الحب في العالم الرقمي: تحولات في أوجه البلاغة والتعبير، آمال الدريدي، الجمعية العربية لعلم الاجتماع، ع ٥٩، ٦٠، ٢٠٢٣، ص ص ٧٣-٨٩.
- خطب عمر بن عبد العزيز بين البلاغة والتداولية: راوية حسين جابر خليل، مجلة كلية الشريعة والقانون بأسسيوط، كلية البنات الأزهرية، جامعة الأزهر، مج ٣١، ع ٢٤، ٢٠١٩م، ص ص ١٧٥٦-١٨٨٠.
- سر الفصاحة، عبد الله بن سنان الخفاجي، دار الكتب العلمية، ط ١، د.م، ١٤٠٢هـ-١٩٨٢م.
- الصناعتين: أبو هلال الحسن بن عبد الله العسكري تحقيق: علي البجاوي ومحمد أبو الفضل، المكتبة العنصرية، د.ط، بيروت، ١٤١٩هـ.
- العقد الفريد، أحمد بن عبد ربه الأندلسي، دار الكتب العلمية، ط ١، بيروت، ١٤٠٤هـ.
- العمدة في محاسن الشعر وآدابه، الحسن بن رشيق القيرواني، تحقيق: محمد محيي الدين، دار الجيل، ط ٥، د.م، ١٤٠١هـ-١٩٨١م.
- في بلاغة جمهور الخطاب الأكاديمي الرقمي: بحث في آليات التأثير والإقناع، عبد الوهاب صديقي، مجلة العلامة، جامعة زهر أكادير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، المغرب، ج ٦، ع ٢٤، ٢٠٢١م، ص ص ٣٠٨-٣٢٧.
- قراءات تداولية البلاغة والتواصل، عيد بلبع، سياقات، جامعة المنوفية، كلية الآداب، مج ١، ع ٢٤، ٢٠٠٩م، ص ص ٢٥-٤٠.
- قضية مراعاة مقتضى الحال في البلاغة العربية وقيمتها التداولية، أحمد واضح، مجلة العربية، المدرسة العليا للأساتذة بوزريعة مخبر علم تعليم العربية، مج ٦، ع ١٤، ٢٠١٩م، ص ص ٤٥-٦٢.
- الكتابة الزرقاء: مدخل إلى الأدب التفاعلي، عمر زرقاوي، دائرة الثقافة والإعلام، د.ط، الشارقة، ٢٠١٣م.
- لسان العرب، جمال الدين ابن منظور الأنصاري، الحواشي: لليازجي وجماعة من اللغويين، دار صادر، ط ٣، بيروت، ١٤١٤هـ.
- ما الأدب الرقمي؟، فيليب بوطز، ترجمة: محمد أسليم، مجلة علامات، ع ٣٥، ص ص ١٠٢-١١٣.

المجلات والدوريات:

- مدخل إلى الأدب التفاعلي، فاطمة البريكي، المركز الثقافي العربي، د.ط، بيروت، ٢٠٠٦م.
- مقارنة بين البلاغة والتداولية في الدرس اللغوي العربي، محمد الأمين خويلد، وعبد العزيز خويلد، مجلة قراءات، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الآداب واللغات، مخبر وحدة التكوين والبحث في نظريات القراءة ومناهجها، مج ١٥، ع ١٤، ٢٠٢٣م، ص ص ٦٠٥ - ٦١٩.
- المقام في البلاغة العربية: دراسة تداولية، شكري الطوانسي، عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ع ١، مج ٤٢، ٢٠١٣، ص ص ٥٩ - ١١٦.
- مقدمة ابن خلدون، عبد الرحمن بن خلدون، تحقيق وتخريج وتعليق: عبد الله الدرويش، دار يعرب، ط ١، دمشق، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.
- نحو منظور تداولي لدراسة البلاغة العربية: مشروع لربط البلاغة بالاتصال، خليفة بوجادي، السجل العلمي لندوة: الدراسات البلاغية الواقع والمأمول، كلية اللغة العربية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض، مج ١، ٢٠١١م.

هوامش البحث

^١ ينظر: محمد، شيماء، استخدام البلاغة الرقمية في معالجة المواقع الإخبارية الدولية للقضايا العربية، ص ٤٤١.

^٢ ينظر: الشريف الجرجاني، التعريفات، ص ٤٦.

^٣ ينظر: اهتمام الجاحظ بمقام المخاطب واعتباره الخطاب وظيفة توصيلية إقناعية. الجاحظ، عمرو، البيان والتبيين، ٨٢/١، ٩٥. وأهمية مراعاة المخاطب من عامة الناس وخاصتهم وتخير الألفاظ وفقاً لذلك. الأندلسي، ابن عبد ربه، العقد الفريد، ١٤٧/٤. والاهتمام بما يبلغ قلب السامع

- ويؤثر فيه ويمكّن المعنى في النفس، بصورة مقبولة ومعرض حسن. العسكري، أبو هلال، الصنائع، ص ١٠. وضرورة الاهتمام بالعلم بمقاصد الناس في محاوراتهم. الجرجاني، عبد القاهر، دلائل الإعجاز، ص ٥٣٠.
- ^٤ ينظر: نجم، السيد، جماليات البلاغة الرقمية في نص الوسائط الحديثة (الرواية بين الورقي والرقمي نموذجاً)، ص ٣٤.
- ^٥ ينظر: البريكي، فاطمة، مدخل إلى الأدب التفاعلي، ص ١٩.
- ^٦ ينظر: الموسى، مشاري، الحجج والتمثلات في الخطاب الرقمي لوزارة الصحة السعودية في مواجهة انتشار وباء كورونا، ص ٢٣. زرفاوي، عمر، الكتابة الزرقاء: مدخل إلى الأدب التفاعلي، ص ١٩٥. بوطز، فيليب، ما الأدب الرقمي؟ ص ١٠٤. محمد، شيماء، استخدام البلاغة الرقمية في معالجة المواقع الإخبارية الدولية للقضايا العربية، ص ٤٤٣. بحيري، هنادي، الخطاب الإعلامي لمنصة ثمانية في ضوء البلاغة الرقمية، ص ١٥.
- ^٧ ينظر: محمد، شيماء، استخدام البلاغة الرقمية في معالجة المواقع الإخبارية الدولية للقضايا العربية، ص ٤٢٧.
- ^٨ ينظر: نجم، السيد، جماليات البلاغة الرقمية في نص الوسائط الحديثة (الرواية بين الورقي والرقمي نموذجاً)، ص ٣٣، ٣٢.
- ^٩ المرجع السابق، ص ٣٤.
- ^{١٠} ينظر: الموسى، مشاري، الحجج والتمثلات في الخطاب الرقمي لوزارة الصحة السعودية في مواجهة انتشار وباء كورونا، ص ٢٥.
- ^{١١} ينظر: الطيب، جنيد، وبوهادي، عابد، تجليات البعد التداولي في البلاغة العربية (علم البيان نموذجاً)، ص ٢٤٦، ٢٤٧. صحراوي، مسعود، التداولية عند العلماء العرب، ص ٢٣. معلم، سلمى، وبوعنينة، سفيان، تداولية البلاغة العربية: التجليات والأبعاد، ص ٢٩٠.
- ^{١٢} ينظر: مادة "دول" ابن منظور، لسان العرب، ١١/٢٥٢.
- ^{١٣} ينظر: الشريدي، فرحة، التداولية، ص ٧٤. الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص ٢٢. صحراوي، مسعود، التداولية عند العلماء العرب، ص ٢٦، ١٦. بلانشيه، التداولية من أوستين إلى غوفمان، ص ١٩، ١٨. عبد الرضا، إسراء، سمري، جواد، التداولية: النشأة والمفهوم المعاصر، ص ٣٦١. معلم، سلمى، وبوعنينة، سفيان، تداولية البلاغة العربية: التجليات والأبعاد، ص ٢٨٩. أمبارك، بن مصطفى، التفكير التداولي في البلاغة العربية، ص ٩٧.
- ^{١٤} ينظر: صحراوي، مسعود، التداولية عند العلماء العرب، ص ٤٤. بن زروق، سامية، بين البلاغة العربية والتداولية، ص ٢٥٨، ٢٥٩. معلم، سلمى، وبوعنينة، سفيان، تداولية البلاغة العربية: التجليات والأبعاد، ص ٢٩٢.
- ^{١٥} ينظر: الطوانسي، شكري، المقام في البلاغة العربية: دراسة تداولية، ص ٦٤، ٦٦، ١٠٣.
- ^{١٦} ينظر: عبد المطلب، محمد، التداولية وأفعال الكلام، ص ٦٥.
- ^{١٧} ينظر: الكواز، محمد، البلاغة التداولية: تطوير للجانب الكلامي من البلاغة العربية، ص ٣٣٥.
- ^{١٨} ينظر: بليغ، عيد، قراءات تداولية البلاغة والتواصل، ص ٢٥، ٢٧، ٣٠. الشريدي، فرحة، التداولية، ص ٧٨. بن مصطفى، أمبارك، التفكير التداولي في البلاغة العربية، ص ٩٧-٩٩.
- ^{١٩} ينظر: خويلد، محمد، مقارنة بين البلاغة والتداولية في الدرس اللغوي العربي، ص ٦٠٦.
- ^{٢٠} ينظر: حلاسة، هناء، البلاغة والتداولية، ص ٤٤١، ٤٤٢. معلم، سلمى، وبوعنينة، سفيان، تداولية البلاغة العربية: التجليات والأبعاد، ص ٢٨٨. بوجادي، خليفة، نحو منظور تداولي لدراسة البلاغة العربية مشروع لربط البلاغة بالاتصال، ص ٧١٧.
- ^{٢١} ينظر: واضح، أحمد، قضية مراعاة مقتضى الحال في البلاغة العربية وقيمتها التداولية، ص ٥١، ٥٢.
- ^{٢٢} ينظر: دايلي، خيرة، تعليمية البلاغة العربية وفق النظرية التداولية، ص ٩٩.
- ^{٢٣} ينظر: بوجادي، خليفة، نحو منظور تداولي لدراسة البلاغة العربية مشروع لربط البلاغة بالاتصال، ص ٧١٣.
- ^{٢٤} ينظر: واضح، أحمد، قضية مراعاة مقتضى الحال في البلاغة العربية وقيمتها التداولية، ص ٥٧.
- ^{٢٥} ينظر: الطوانسي، شكري، المقام في البلاغة العربية: دراسة تداولية، ص ٦٠. أحمد، واضح، وخيرة، مسلم، استراتيجية الخطاب في البلاغة العربية نحو مقارنة تداولية، ص ٨٤. غالي، فاطيمة، أبعاد البلاغة التداولية: دراسة في الأساليب والسياق، ص ١٦٩، ١٧٠. أمبارك، بن مصطفى، التفكير التداولي في البلاغة العربية، ص ٩٨، ١٠٠.
- ^{٢٦} ينظر: الجاحظ، عمرو، البيان والتبيين، ١/٨٢، ١١٤.

- ^{٢٧} ينظر: الدريدي، آمال، خطاب الحب في العالم الرقمي: تحولات في أوجه البلاغة والتعبير، ص ٧٤.
- ^{٢٨} من هذه الاستراتيجيات البلاغية الاستعارة والتشبيه المؤثرين، والاستدلال المنطقي لإقناع الجمهور، والنداء العاطفي المثير لمشاعر الجمهور من خلال القصص الشخصية أو الصور العاطفية، والخطاب البسيط اللغة والواضح لضمان فهم الرسالة من قبل الجميع دون خلوه من الأساليب اللغوية والبلاغية، والتكرار للنقاط الرئيسية لتعزيز الرسالة في أذهان الجمهور، والنداء إلى السلطة والدعم باستدعاء خبراء أو شخصيات موثوقة لدعم الحملة وزيادة مصداقيتها، والتضاد بين الخيارات أو المواقف لجعل الخيار المفضل يبدو أفضل، كل ذلك يجعل الرسائل الرقمية أكثر إقناعاً وتفاعلاً ومراعاة لفئات المتلقين المختلفة.
- ^{٢٩} ينظر: بوجادي، خليفة، نحو منظور تداولي لدراسة البلاغة العربية مشروع لربط البلاغة بالاتصال، ص ٧١٣.
- ^{٣٠} ينظر: الموسى، مشاري، الحجج والتمثيلات في الخطاب الرقمي لوزارة الصحة السعودية في مواجهة انتشار وباء كورونا، ص ٢١.
- ^{٣١} ينظر: نجم، السيد، جماليات البلاغة الرقمية في نص الوسائط الحديثة (الرواية بين الورقي والرقمي نموذجاً)، ص ٣٣.
- ^{٣٢} ينظر: الدريدي، آمال، خطاب الحب في العالم الرقمي: تحولات في أوجه البلاغة والتعبير، ص ٧٤.
- ^{٣٣} ينظر: نجم، السيد، جماليات البلاغة الرقمية في نص الوسائط الحديثة (الرواية بين الورقي والرقمي نموذجاً)، ص ٣٤.
- ^{٣٤} ينظر: الطوانسي، شكري، المقام في البلاغة العربية: دراسة تداولية، ص ٧٨.
- ^{٣٥} ينظر: عبد الرضا، إسماء، وسماري، جواد، التداولية: النشأة والمفهوم المعاصر، ص ٣٥٩.
- ^{٣٦} ينظر: الجرجاني، عبد القاهر، دلائل الإعجاز، ص ٤٤-٤٦.
- ^{٣٧} ينظر: الخفاجي، ابن سنان، سر الفصاحة، ص ٤٣.
- ^{٣٨} ينظر: ابن خلدون، عبد الرحمن، المقدمة، ١/١٢١.
- ^{٣٩} ينظر: الموسى، مشاري، الحجج والتمثيلات في الخطاب الرقمي لوزارة الصحة السعودية في مواجهة انتشار وباء كورونا، ص ٢٥.
- ^{٤٠} ينظر: الطوانسي، شكري، المقام في البلاغة العربية: دراسة تداولية، ص ٩٤.
- ^{٤١} ينظر: الجاحظ، عمرو، البيان والتبيين، ١/١١.
- ^{٤٢} ينظر: الدريدي، آمال، خطاب الحب في العالم الرقمي: تحولات في أوجه البلاغة والتعبير، ص ٨٠.
- ^{٤٣} ينظر: الموسى، مشاري، الحجج والتمثيلات في الخطاب الرقمي لوزارة الصحة السعودية في مواجهة انتشار وباء كورونا، ص ٢٧، ٢٨.
- ^{٤٤} ينظر: الدريدي، آمال، خطاب الحب في العالم الرقمي: تحولات في أوجه البلاغة والتعبير، ص ٧٥.
- ^{٤٥} المرجع السابق، ص ٧٥.
- ^{٤٦} ينظر: القيرواني، ابن رشيقي، العمدة، ١/١٢٨.
- ^{٤٧} ينظر: الدريدي، آمال، خطاب الحب في العالم الرقمي: تحولات في أوجه البلاغة والتعبير، ص ٨٣.
- ^{٤٨} ينظر: المرجع السابق، ص ٧٥.
- ^{٤٩} المرجع السابق، ص ٧٦.
- ^{٥٠} المرجع السابق، ص ٨٦.
- ^{٥١} ينظر: الموسى، مشاري، الحجج والتمثيلات في الخطاب الرقمي لوزارة الصحة السعودية في مواجهة انتشار وباء كورونا، ص ٢٥.
- ^{٥٢} المرجع السابق، ص ٢٤.
- Dimensions of Pragmatic Rhetoric: A Study in Styles and Context, Fatima Ghali, Jilali Ben Yshou, Al-Moroth Magazine, Faculty of Arabic Literature and Arts, Abdelhamid Ben Badis University, Mostaganem, Laboratory of Literary and Linguistic Studies in Algeria, Vol. 7, No. 2, 2019, pp. 169-176.
- Using Digital Rhetoric in International News Websites' Treatment of Arab Issues: An Analytical and Field Study, Shaima Abdel Hamid Mohamed, Journal of the Faculty of Arts, Zagazig University, No. 97, 2021-1442, pp. 426-488.
- Discourse Strategies: A Pragmatic Linguistic Approach, Abdel Hadi Dhafer Al-Shahri, Dar Al-Kitab Al-Jadeed United, Sur Al-Azbakeya, 1st ed., Beirut, 2004.
- Discourse Strategy in Arabic Rhetoric Towards a Pragmatic Approach, Wadeh Ahmed, and Muslim Khaira, Journal of Language Contexts and Interdisciplinary Studies, Algeria, Vol. 4, No. 2, 2019, pp. 82-104.

- Secrets of Rhetoric, Abdul Qaher bin Abdul Rahman Al-Jurjani, read and commented on by: Mahmoud Muhammad Shaker, Al-Madani Press in Cairo, Dar Al-Madani in Jeddah, n.d., n.d.
- Pragmatic Rhetoric: Development of the Speech Aspect of Arabic Rhetoric, Muhammad Karim Al-Kawaz, Journal of Humanities and Applied Sciences, Al-Asmariya Islamic University, Faculties of Arts and Sciences, Zliten, No. 3, 2002, pp. 313-366.
- Rhetoric and Pragmatics, Hanaa Halasa, Supervised by: Salah Al-Din Malawi, Journal of the Faculty of Arts and Languages, University of Biskra, Faculty of Arts and Languages, No. 22, 2018, pp. 427-449.
- Al-Bayan wa al-Tabyeen, Amr bin Bahr al-Jahiz, Dar and Library of Al-Hilal, no date, Beirut, 1423 AH.
- Between Arabic rhetoric and pragmatics: Samia bin Razouk, Al-Hikma Magazine, Kunuz al-Hikma Foundation, Issue 17, 2013, pp. 255-283.
- Manifestations of the pragmatic dimension in Arabic rhetoric (the science of rhetoric as a model), Junaidi al-Tayeb, and Abed Bou Hadi, Studies and Research Journal, Arab Journal of Research and Studies in Humanities and Social Sciences, Vol. 14, No. 2, 2022.
- Pragmatics of Arabic rhetoric: manifestations and dimensions, Salma Muallem, and Sofiane Bouaninba, Linguistic Practices Journal, Mouloud Mammeri University, Tizi Ouzou, Linguistic Practices Laboratory, Vol. 13, No. 1, 2022, pp. 285-308.
- Pragmatics among Arab scholars: A pragmatic study of the phenomenon of speech acts in the Arab linguistic heritage, Masoud Sahrawi, Dar Al-Tali'ah, 1st ed., Beirut, 2005.
- Pragmatics and speech acts, Muhammad Abdul Muttalib, Fusul, Egyptian General Book Authority, No. 97, 2016, pp. 64-71.
- Pragmatics: Origin and contemporary concept, Israa Moati Abdul Redha, Jawad Kazem Samari, University of Kufa, Faculty of Arts, Vol. 15, No. 55, 2023, pp. 354-370.
- Pragmatics, Farha Miftah Al-Sharaidi, Dalalat Magazine, University of Tobruk, No. 2, 2021, pp. 70-91.
- Definitions, Ali bin Muhammad Al-Sharif Al-Jurjani, edited and corrected by a group of scholars under the supervision of the publisher, Dar Al-Kutub Al-Ilmiyyah, 1st ed., Beirut - Lebanon, 1403 AH-1983 AD.
- Deliberative Thinking in Arabic Rhetoric, Ben Mustafa Ambark, Al-Alameh Magazine, University of Kasdi Merbah Ouargla, Faculty of Arts and Languages, Laboratory of Textual Linguistics and Discourse Analysis, Vol. 7, No. 3, 2022, pp. 94-108.
- Aesthetics of Digital Rhetoric in Modern Media Text (The Novel Between Paper and Digital as a Model), Mr. Najm, Fikr Al-Arabiya Magazine, International Center for Arab Research and Studies, Association of Arabic Language Teachers for Cultural and Social Development, No. 3, 2016, pp. 31-47.
- Arguments and Representations in the Digital Discourse of the Saudi Ministry of Health in Confronting the Spread of the Corona Pandemic: Mishari Abdul Aziz Al-Mousa, Journal of Gulf and Arabian Peninsula Studies, Kuwait University, Scientific Publishing Council, No. 181, S47, 2021, pp. 19-49.
- The media discourse of the Thamanya platform in light of digital rhetoric, Hanadi Muhammad Bahri, Journal of Literary and Linguistic Studies, Dhamar University, Issue 6, No. 1, 2024, pp. 9-35.
- Love discourse in the digital world: transformations in the aspects of rhetoric and expression, Amal Al-Daridi, Arab Sociology Association, Issue 60, 59, 2023, pp. 73-89.