



خطاب المحتوى الأدبي لحساب وزارة الثقافة على منصة X

دراسة اتصالية بلاغية

د. أحمد بن عيسى الهلالي*

Alhelali.a@gmail.com

ملخص:

تهدف هذه الدراسة البينية إلى استجلاء خطاب محتوى وزارة الثقافة الأدبي على منصة X (تويتر سابقاً)، في بُعديه الاتصالي والبلاغي، منذ تأسيس الحساب حتى نهاية يونيو 2023م، عبر النظر في محتوى الحساب مستعينة بالمنهج التداولي، لمعرفة مدى إفادة القائم بالاتصال من تقنيات الخطاب في مستوييه الإبلاغي والبلاغي، وتأتي الدراسة في مبحثين، يهتم الأول بتوصيف محتوى الحساب، ويركز الثاني على جانبي التأثير والإقناع. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: اعتماد الحساب على نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، ما أفاده في توسيع دائرة التلقي، وكذلك استثماره لإمكانات منصة X في إنشاء المنشورات باللغة والوسائط والوسوم، وحرص القائم بالاتصال على استثمار تقنيات الاتصال والتقنيات البلاغية في تشكيل خطاب محتواه الأدبي والتأثير في المتلقين وإقناعهم برسالته، في حدود استراتيجيات الوزارة ورؤيتها ورسالتها وأهدافها المنبثقة عن رؤية المملكة العربية السعودية 2030م.

الكلمات المفتاحية: وزارة الثقافة، بلاغة الخطاب، الاتصال، المنشور، الحجاج.

* أستاذ الأدب والبلاغة المشارك - قسم اللغة العربية - جامعة الطائف - المملكة العربية السعودية.

للاقتباس: الهلالي، أحمد بن عيسى، خطاب المحتوى الأدبي لحساب وزارة الثقافة على منصة X -دراسة اتصالية بلاغية، مجلة الآداب للدراسات اللغوية والأدبية، كلية الآداب، جامعة دمار، اليمن، مج5، ع3، 2023: 336-376.

© نُشر هذا البحث وفقاً لشروط الرخصة Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)، التي تسمح بنسخ البحث وتوزيعه ونقله بأي شكل من الأشكال، كما تسمح بتكييف البحث أو تحويله أو إضافته إليه لأي غرض كان، بما في ذلك الأغراض التجارية، شريطة نسبة العمل إلى صاحبه مع بيان أي تعديلات أجريت عليه.



Informative Content Discourse of the Ministry of Culture's Account on Platform X: A Rhetorical Communicative Study

Dr. Ahmed Bin Isa Alhelali*

Alhelali.a@gmail.com

Abstract:

This study aims to investigate the communicative and rhetorical dimensions of literary content discourse of the Ministry of Culture's account on Platform X (formerly Twitter), from the account creation until the end of June 2023. Using the discursive approach, the study examines the account's content to find out the extent to which the communicator benefits from the discourse techniques in its informative and persuasive levels. The study consists of two sections. Section one focused on describing the account's content, while section two dealt with aspects of influence and persuasion. The study revealed that the account's relied on the theory abundant media medium theory, contributing to recipient's circle expansion. It was concluded that the account utilized to maximum X platform potentials such as creating posts with language, media, and hashtags. The communicative techniques and rhetorical strategies were utilized to shape its informational discourse, influencing the recipients, and persuading them of its message in line with the ministry's strategies, vision, mission, and the Kingdom's Vision 2030 objectives.

Keywords: Ministry of Culture, Rhetorical discourse, Communication, Post, Arguments.

* Associate Professor of Literature and Rhetoric, Department of Arabic Language, Taif University, Saudi Arabia.

Cite this article as: Alhelali. Ahmed Bin Isa, Informative Content Discourse of the Ministry of Culture's Account on Platform X: A Rhetorical Communicative Study, Journal of Arts for linguistics & literary Studies, Faculty of Arts, Tamar University, Yemen, V 5, I 3, 2023: 336 -376.

© This material is published under the license of Attribution 4.0 International (CC BY 4.0), which allows the user to copy and redistribute the material in any medium or format. It also allows adapting, transforming or adding to the material for any purpose, even commercially, as long as such modifications are highlighted and the material is credited to its author.

مقدمة:

شاع استعمال مصطلح (الإعلام الجديد)، واصطلح عليه النقاد بوصفه ما يُطلق على: "وسائل الإعلام التي تعتمد على الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسعر منخفض، وتضيف التفاعل المباشر، وتستلزم من المتلقي انتباها، وتدمج وسائل الإعلام التقليدية"⁽¹⁾، ويكتسب جدته من ظروف العصر وملابسات التصورات الحديثة في سياقاتها، وتُعد منصة X إحدى أهم منصات الإعلام الجديد، وقد أُطلقت فعليا في يوليو عام 2006م. ونالت شعبية عالمية كبيرة، إذ تضمنت تقارير إحصائيات عام 2022م أن "عدد المشتركين في تويتر 1.3 مليار حساب، و229 مليون مستخدم نشط يوميا، و465 مليون مستخدم نشط شهريا... وتعتبر المملكة العربية السعودية الأولى عربيا والتاسعة عالميا في استخدام تويتر، حيث يبلغ عدد مستخدمي تويتر في السعودية 14.5 مليون مستخدم نشط. مقارنة بحجم السكان بعمر 13 عامًا أو أعلى، فإن السعودية هي الرابعة عالميا في معدل استخدام تويتر حيث يقوم 51.6% من السكان باستخدام تويتر"⁽²⁾.

ونشر المركز السعودي لاستطلاعات الرأي، في 7 يونيو 2023م⁽³⁾ أن نسبة 68% من السعوديين يتابعون الأخبار عبر منصة منصة X، وهو ما يؤيد ارتباط "تويتر بشكل بارز بالصحافة في كل من التغييرات في الممارسة الصحفية، وتسهيلاته لصحافة المواطنين، ومن مظاهر تويتر الهامة وظيفته كموقع يحتوي على الأخبار المحيطة بنا، وكمساحة دائمة الأخبار"⁽⁴⁾، ولأنها المنصة الفضلى لديهم فإن معظم القطاعات الرسمية والخاصة لها حسابات فعالة على منصة X، تنشر من خلاله أخبارها، ومبادراتها وبرامجها، فهو إحدى منصات الإعلام الجديد التي أثبتت فعاليتها، وحظيت بثقة الباحث والمتلقي في المملكة العربية السعودية، ومن ضمن تلك الجهات وزارة الثقافة السعودية، وجميع الهيئات والمبادرات المرتبطة بها.

دشنت وزارة الثقافة السعودية حسابها الرسمي MOCSaudi@ باللغة العربية على منصة X في أكتوبر 2018م. ومصطلح الحساب على مواقع التواصل الاجتماعي، هو المعرف الفريد الذي يميز مستخدم الموقع سواء أكان فردا أم مؤسسة، ويسمى اسم المستخدم User name، ويسمى على منصة X Handle، حيث يأتي مصحوبا بإشارة @، يتجاوز عدد متابعيه 1.7 مليون متابع، والحساب لا يتابع سوى 21 حسابا، أولها حساب خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان، ثم وزير الثقافة، ثم



رؤية السعودية 2030، وحساب نائب الوزير، والمتحدث الرسمي، ثم حسابات الهيئات والمعارض والمبادرات المرتبطة بالوزارة، وجميعها حسابات موثقة، وتبعاً لتلك الحسابات المرتبطة بالوزارة يتنوع محتوى الحساب⁽⁵⁾، ولها حساب آخر باللغة الإنجليزية @mocsaudi_en يتابعه 34 ألف متابع، لكنه خارج حدود هذه الدراسة.

وقد أنشأت وزارة الثقافة 11 هيئة، لكل هيئة تخصصها وحدودها، وجاء الأدب واحداً من الموضوعات الثقافية التي تعنى بها وزارة الثقافة، وقد خصصت له هيئة الأدب والنشر والترجمة، ويحضر في منشورات (تغريدات سابقاً) حسابات الوزارة إلى جوار الموضوعات الثقافية الأخرى التابعة لهيئات مختلفة، وغاية هذه الدراسة أن تقف على حضور الأدب في منشورات الوزارة، بكافة أنواعه، وكيفية ذلك الحضور ومضامين خطابه، من تاريخ تأسيس الحساب إلى نهاية شهر يونيو 2023م، ولهذه الغاية عمدت الدراسة إلى البحث في الحساب بخاصية البحث التي تتيحها المنصة من خلال استخدام الصيغة (كلمة البحث: MOCSaudi: FROM) وكلمات البحث تتنوع بتنوع الأنواع الأدبية واشتقاقاتها المختلفة.

كما أن لوزارة الثقافة السعودية رؤية حديثة، مبنية على رؤية المملكة 2030، فقد انبثقت عنها رؤيتها ورسالتها وأهدافها، ثم بنت الوزارة استراتيجياتها على ذلك، ومن خلال وسائل الإعلام المختلفة عمدت الوزارة إلى تسويق برامجها ومنتجاتها وأخبارها ومبادراتها، وأفادت من منصات التواصل الاجتماعي، ومنها منصة X، وبتأمل المحتوى الأدبي لحساب الوزارة نشأت الأسئلة الآتية:

- كيف تشكلت صورة خطاب محتوى حساب وزارة الثقافة الأدبي؟
- ما مستهدفات منشورات حساب الوزارة؟ ولماذا تركزت عليها؟
- ما هي النظرية الاتصالية التي استعان بها القائم بالاتصال لترويج محتوى الحساب؟
- ما التقنيات الاتصالية والبلاغية، التي استعان بها باحث خطاب محتوى وزارة الثقافة الأدبي على منصة X؟

الدراسات السابقة:

الدراسات الاتصالية، وتحليل المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي كثيرة، وكذلك دراسات تقنيات الخطاب، ولم أجد دراسة تعنى بـ خطاب وزارة الثقافة السعودية على منصة X أو على غيرها

من المنصات، ولا دراسة تعنى بمحتوى الحساب الأدبي، كذلك لم أجد دراسة بينية قريبة من موضوع هذه الدراسة. حسب اطلاعي. عدا الدراسات الآتية:

1. تقنيات الخطاب الإقناعي في الإعلام الجديد، تويتر أنموذجا، آمال يوسف المغامسي، مؤتمر الإعلام الجديد واللغة العربية، الجامعة الإسلامية، المجلد 3، ص 289. 324، وهي دراسة عامة لم تتخصص في حساب بعينه، ونماذجها التطبيقية عشوائية من حسابات مختلفة ليست محددة بحساب جهة أو فرد، وليس لها ضابط معين.
2. نحو بلاغة إقناع رقمية تنظيرا وتطبيقا: تويتر نموذجا: دراسة في ضوء نظرية أرسطو، مشاري الموسى، مجلة جامعة أم القرى لعلوم اللغات وآدابها، ع6، 2016م، وتدور حول مقومات الإقناع، وركز على حجج الإيتوس والباتوس واللوغوس وتجلياتها من خلال الواجهة التي يختارها المرسل لحسابه، والحضور البشري للمرسل على تويتر، وللمؤلف دراسة أخرى تدور في الموضوع ذاته بعنوان:
3. الحجج والتمثلات في الخطاب الرقمي لوزارة الصحة السعودية في مواجهة انتشار وباء كورونا، مشاري الموسى، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، جامعة الكويت، ع 181، 2021م.
4. كتاب الأشكال الأدبية الوجيهة في فضاء تويتر، د. نوال السويلم، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط1، 2017م، ويدور اهتمام الكتاب حول مدى إفادة النص الإبداعي من تقنيات منصة تويتر.
- ومعظم الدراسات الأخرى - وإن تخصصت في حساب جهة معينة- لها وجهات أخرى، وغالبا ما تكون دراسات مسحية كالدراسات الآتية:
5. مشاركة الجمهور في وسائل التواصل الاجتماعي أثناء كوفيد 99: حساب وزارة الصحة السعودية في تويتر أنموذجا، ميسون السباعي، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، م4: ع1، 2021م.
6. اتجاهات معلمي التعليم العام في السعودية نحو وسائل التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار والمعلومات: تويتر أنموذجا دراسة وصفية مسحية، أحمد قران الزهراني، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، م4: ع1، 2021م.

7. توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق القيم. دراسة تحليلية لصفحتي وزارة الثقافة والسياحة والآثار ووزارة العمل والشؤون الاجتماعية على الفيس بوك، عقيل كريم الموسوي، وفاطمة الربيعي، جامعة بغداد، مجلة الباحث الإعلامي، ع 53، 2021م.
8. الرسالة الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية لعينة من صفحات الفايسبوك، أمينة مزيان، وبدر الدين زواقة، جامعة الحاج لخضر باتنة، مجلة المعيار، م25: ع53، 2021م.

وتجدر الإشارة بعد كل ما تقدم، إلى أن الدراسة ترمع استجلاء خطاب حساب وزارة الثقافة في بعده الاتصالي والبلاغي، فهي دراسة إعلامية تعتمد على تقنيات الاتصال من جهة، وبلاغية تبحث في ملامح الخطاب عن مقومات الإقناع والإثراء، ويجتمع اتجاها الدراسة في تلمس التأثير في المتلقي، وهي إضافة إلى ما سبق دراسة تداولية، تنظر في مستويات الخطاب اللسانية والأيقونية، في مبحثين يستجليان البعدين الاتصالي والبلاغي.

المبحث الأول. توصيف محتوى الحساب

الاتصال قديم قديم الوجود الإنساني، وتلعب أنواعه المختلفة دورا كبيرا في حياة الإنسان، وهو أساسي لا يمكن أن نتصور حياتنا بدونها. شغل المنظرين والعلماء والباحثين، واستمرت جهودهم في توصيفه وبيان أهميته ورسم حدوده، وله تعريفات كثيرة ومختلفة باختلاف زوايا نظر الباحثين، واصطفت الدراسة منها أن الاتصال هو "العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة، بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع، وبين الثقافات المختلفة، لتحقيق أهداف معينة"⁽⁶⁾.

وللاتصال أنواعه المختلفة التي تبدأ من الاتصال الذاتي (داخل الفرد) وتدرج حتى تبلغ الاتصال الجماهيري، كما أن له عناصره واجبة التوفر في كل عملية اتصال، ولعله من المناسب أن نربط ذكر العناصر بحساب وزارة الثقافة السعودية على منصة X، كما يلي:

- الباث (المُرسل): حساب وزارة الثقافة.
- الرسالة: محتوى المنشور (اللساني/ والأيقوني).
- المتلقي (المُرسل إليه): جمهور المتلقين لمنشورات الحساب من متابعين وغير متابعين.



- القنوات (الوسائل): منصة X.
- رجع الصدى: تفاعل المتلقين.
- الأثر: ما ينعكس على المتلقي والقائم بالاتصال (حساب الوزارة).
- السياق (المقام): الثقافة.

وعلى هذا النموذج نلمس توفر كافة عناصر الاتصال بين حساب الوزارة والمتلقين بجميع فئاتهم، وقد غضت الدراسة الطرف عن عنصر (التشويش)؛ لأنه لا مكان له في هذه العملية، ولا مبرر لوجوده بصفته الميكانيكية، أما بصفته الدلالية فالحساب حريص على وضوح رسالته وسلامتها من اللبس ودواعي التأويل.

نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية:

فتح عصر الإنترنت آفاقا جديدة للإعلام فشاع مصطلح الإعلام الجديد، خاصة بعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، التي باتت محاضن لكم هائل، وحجم لا محدود من المعلومات الخبرية والترفيهية والمعرفية بجميع مستوياتها وأشكالها، وانضافت بفعالها نظريات جديدة إلى نظريات الإعلام وعلوم الاتصال، منها نظرية التحول الرقمي، ونظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، وفي هذه الدراسة تهمننا الثانية، فلا يختلف اثنان على ثراء مواقع التواصل الاجتماعي، لكننا بصدد دراسة حساب مؤسسة ثقافية، ويجدر التأكد من ثرائه من خلال النظرية.

تهتم نظرية ثراء وسائل الإعلام بفعالية الاتصال، وترى أنها "تعتمد على القدر الذي تُستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة"، وبناء على ذلك فنظرية ثراء الوسيلة الإعلامية تتجه إلى قياس ثراء الوسيلة عبر معاينة محتواها، وتفاعلها من خلال فرضيتين أساسيتين:

الأولى: أن الوسائل الإعلامية والتكنولوجية تمتلك قدرا كبيرا من البيانات والمعلومات، بالإضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها ومن ثم تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الثانية: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الإعلامية وهي: سرعة رد الفعل. قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام



تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة. التركيز الشخصي على الوسيلة. واستخدام اللغة الطبيعية⁽⁷⁾.

إن حساب وزارة الثقافة السعودية على منصة X حساب مليوني عملاق، يحوي آلاف المنشورات، دائب على نشر المحتوى في حدود الإطار التخصصي للوزارة، وينهض بمهمتين في آن واحد: المهمة الأولى: إخبارية، تتجلى في الإخبار (الإعلان) عن برامج وفعاليات ومبادرات الوزارة والهيئات التابعة، وتلك الإعلانات تتضمن عنوان الخبر المباشر، وموقعه وزمانه، وكل التفاصيل التي يراها القارئ بالاتصال ضرورية لاكتمال الرسالة، ولا يكتفي الحساب بما تعلنه الهيئات المتخصصة، ولا بإعادة تدوير منشوراتها، بل يبادر غالبا إلى إنشاء منشورات خاصة تعيد الترويج لتلك الأخبار.

المهمة الثانية: معرفية، من خلال صياغة منشورات تحمل مضامين معرفية عن حقل من الحقول الثقافية، سواء أكانت حول تاريخ أو أنواع أو سمات الحقل، أو عن أعلام الحقل ومنجزاتهم، وصلته بتاريخ وجغرافيا المملكة العربية السعودية.

أما الطابع العام لمنشورات الحساب، فيظهر ثراء الحساب حسب النظرية، فهو يعتمد كليا على سمات أساسية تتكرر في كل منشور، هي:

1. المكون اللساني للمنشور، وغالبا ما يكون في جمل قصيرة تميل إلى المباشرة، وينحو بعضها إلى الأدبية أحيانا، ويظهر التركيز على وضوح دلالتها وبعدها عن التعقيد اللغوي.

2. المكون الأيقوني، وينقسم إلى نوعين:

أ. الصور الثابتة: نشر صورة مع كل منشور، بتصميم خاص يحوي مكونا لسانيا وأيقونيا يتصل اتصالا وثيقا بالمكون اللساني، ويمتاز أيضا بالوضوح.

ب. تقنية الفيديو: وهي سمة أساسية في الحساب، تتناوب هي والمكون الأيقوني، وإن كانت قليلة قياسا بالمكونات السابقة، لكنها تحضر وتنهض بمهمتها الاتصالية والبلاغية التي صممت من أجلها.

3. مكون الوسم، تقترن كل منشور بوسم #وزارة_الثقافة إضافة إلى الوسم المناسب لمحتوى المنشور.

إن تعدد الهيئات الثقافية أدى إلى تنوع محتوى حساب وزارة الثقافة، ويحضر الأدب بصفته مكوناً أصيلاً من مكونات المحتوى، لكن ذلك الحضور لا يُعد مقنعاً للأدباء في رأيي؛ ذلك أنه لا يأتي على كثير من الأنواع الأدبية، وحسب تقنية البحث في منصة X، التي لا تدعم تصريف الكلمة واشتقاقاتها، فقد جربتُ البحث بأسماء كثير من الأنواع الأدبية، كالرواية والقصة والسرد والنثر وكانت النتائج شحيحة جداً أو معدومة، ولم أجد تحت البحث بكلمة (أدب) مجردة من التعريف سوى منشور واحدة فقط، كان محتواها يعرف بأدب السيرة، أما حين أضفت ال التعريف فظهرت 17 منشوراً، لم يكن ظهور جملها لمحتواها الأدبي، بل ظهرت لأنها تحوي اسم (هيئة الأدب والنشر والترجمة) في نص المنشور، أما كلمة (أديب) فلم أجد شيئاً عنها، وكلمة (الأديب) فأظهرت ست منشورات فقط، ولم أعثر على نتائج حين أنتتها في حالتي التعريف والتنكير، أما الجمع (أدباء) فعثرت على منشور إعلاني عن فعالية (أطباء أدباء) وحين عرفتها (الأدباء) عثرت على نتيجة واحدة فقط عن تعريف هيئة الأدب والنشر والترجمة وعلاقتها بالأدباء، ولم أجد شيئاً عن جمع المؤنث السالم (أديبات) في حالتي التعريف والتنكير.

ولعل الدراسة لا تتجاوز ملمح الأدب قبل أن تحصي المنشورات التي حظي بعض الأدباء فيها بالذكر إلى جانب رموز الفنون الثقافية الأخرى، فقد أطلقت الوزارة وسم #وجوه ثقافية تعرف من خلاله بالرموز الثقافية السعودية في الموضوعات الثقافية بأنواعها، الأدب والتاريخ والتعليم والمسرح والغناء والرسم والخط والسينما وغيرها من المجالات، وذكر تحت هذا الوسم ثلاثة عشر أديباً، هم:

- | | | |
|------------------|---------------------|---------------------|
| محمد الثبيتي. | حمد الجاسر. | عبدالله عمر بلخيري. |
| غازي القصيبي. | سعد الصويان. | محمد العبودي. |
| إبراهيم خفاجي. | عبدالله الزيد. | عبدالله عبد الجبار. |
| طاهر زمخشري. | عبدالكريم الجهيمان. | محمد العثيم. |
| عبدالله بن خميس. | | |

ولم يُذكر الأديب عبدالمقصود خوجة تحت هذا الوسم، بل ذكر في أربعة منشورات خلت من الوسم عدا وسم #وزارة الثقافة؛ ربما لأنها كانت في مقام تكريم الراحل، كما نلمس في الأسماء المذكورة أن نصفها -على الأقل- أسماء بارزة في الشعر، ولأن الشعر العربي متصل بالجزيرة العربية اتصالاً أعمق من أي نوع أدبي آخر، ولأنه الوحيد من بين الأنواع الأدبية الذي أعلنته الوزارة أحد

القطاعات الفرعية الستة عشر، فقد حظي بحضور واسع، ونال ما لم تنله الأنواع الأدبية الأخرى، ثم ازدادت حظوته بـ "موافقة مجلس الوزراء برئاسة الملك سلمان بن عبدالعزيز على تسمية عام 2023م بـ(عام الشعر العربي)"⁽⁸⁾.

لذلك عمد الحساب إلى تكثيف منشوراته عنه تحت وسم #عام_الشعر_العربي 2023 مديلا بهذه العلامة المميزة، التي اتخذتها الوزارة هوية بصرية للاحتفاء بعام الشعر العربي، ولا يمكن بحال أن نقارن بين كثافة منشورات الوزارة عنه قياسا بهيئة الأدب والنشر والترجمة فلم تزد منشورات الأخيرة تحت وسم عام الشعر عن 13 منشورا، وأنشأت الوزارة أيضا منصة خاصة وتصاميم واشتراطات لكل الجهات الراغبة في إشهار المناسبة في فعاليتها ومنتجاتها الثقافية والإعلامية، وحرصا من الوزارة على تفعيل عام الشعر عمدت إلى اختياره صورة لترويسة صفحة حسابها على منصة X، وكذلك صفحات حسابات جميع الهيئات التابعة لها:



وبتأمل منشورات الحساب عن الشعر نجده مندرجا تحت المهمتين الإعلامية والمعرفية، فمن جهة يعلن الحساب عن الفعاليات والمبادرات المتصلة بعام الشعر، ومن جهة أخرى يبث الحساب منشورات تعرّف بالشعر وأنواعه، ورموزه من القدماء والمحدثين، وصلته الوثقى بجغرافيا المملكة العربية السعودية منذ عصور ما قبل الإسلام، وتعرّف كذلك بسمات الشعر خلال عصوره المتعاقبة، ثم تخصصه كذلك بمحتوى مرئي يندرج تحت المهمة المعرفية للحساب، وربما يخرج بعضها إلى مهمة معرفية إقناعية.

لم يتوقف الحساب على الشعر الفصيح، بل كان الحساب منفتحا على الثقافة الشعبية، فكان يبث منشورات متنوعة عن الشعر النبطي، يمزج شواهد بالفصيح في بعضها، وبعضها مخصصة تحوي أبياتا شعرية لأحمد السديري، وخالد الفيصل، وريم الصحراء، ونورة الحوشان، وبعضها لتعريف بعض فنون الشعر الشعبي كالمجاورة.



ولأننا في ضوء نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية؛ تجدر الإشارة إلى أن حساب وزارة الثقافة من النموذج الخطي أحادي الاتجاه Linear Model، وهو من النماذج الأولى في دراسات الاتصال منذ أرسطو وأفلاطون في نظرهما إلى الخطابة، وتحضر فيه جميع عناصر الاتصال، عدا رجوع الصدى، ولهذا النوع ثلاث وظائف اتصالية ذكرها هارلد لاسويل في نموذج الاتصال، هي:

- مراقبة البيئة والإشراف عليها.
- الترابط بين عناصر المجتمع: فكل شيء يصدر من المجتمع يؤثر فيه.
- الانتقال الثقافي بين الأجيال⁽⁹⁾.

وتتبدى أحادية الاتجاه في حساب وزارة الثقافة في مظهرين:

الأول: بث المحتوى في هيتييه الإخبارية والمعرفية دون إحياء بتفاعل المتلقي، فلم يحو الحساب طلبات يتفاعل معها المتلقون مباشرة كاستخدام صيغ الأسئلة، أو استطلاعات الرأي، أو طلب المشاركة الفعلية في إثراء محتوى موضوع معين.

الثاني: لا يمارس القارئ بالاتصال الرد على المتابعين والمعلقين، وربما يكتفي بالقراءة.

وهذا الملمح من جهة يضاعف إحدى ركائز نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية في جانب (ردة الفعل السريع)، فإن تبدت في جانب الاهتمام بالموضوعات الثقافية في إطار تخصص الوزارة، وتفاعلها مع المستجدات خبرياً ومعرفياً، إلا أننا نلمس ضعف الركيزة في جانب التفاعلية بين المتلقي والباحث، أما من الجهة الأخرى فإنه يقلل التغذية الراجعة، التي من خلالها يستطيع الباحث تلمس حاجات المتلقي وإشباعها عبر صناعة المحتوى.

ونتيجة لكل ذلك، فإننا نلمس ضعف التفاعل مع الحساب حسب أدوات منصة X (المشاهدات، وإعادة النشر، والإعجاب، والرد، والاقتراس) فقياساً بعدد المتابعين الذي يفوق 1.7 مليون، تبدو الأرقام متواضعة في هذا الجانب، وإن تذرنا برسمية الحساب، ومشاهيرته لحسابات وزارات وهيئات أخرى، أو تذرنا بجدية بعض المحتوى، إلا أن كل تلك الحجج لا تصمد أمام تقصير القارئ بالاتصال في ركيزة مهمة من ركائز نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، ولا مناص من مراجعة ذلك لتمهيد الوسيلة الإعلامية (الحساب) بالدور الذي صُنعت من أجله.



المبحث الثاني: خطاب المحتوى الأدبي

تحدثت الدراسة في المبحث الأول عن نهوض حساب الوزارة بمهمتي الإخبار والمعرفة، أما في المبحث الثاني فنحن أمام مهمتين أخريين تتجليان في لغة الخطاب، فالمهمة الإخبارية والمعرفية تندغمان معا لتصبحا إبلاغية، أما المهمة التأثيرية للخطاب فهي بلاغية، فالخطاب الإعلامي حتى وإن نحا إلى البساطة والسهولة بفعل توجيهه إلى جميع الشرائح الاجتماعية بمختلف مستوياتها، فإنه يحمل على عاتقه مهمة التأثير، ولا مناص من اعتماده على البلاغة للتأثير في المتلقين وإقناعهم برسالته.

وعند الحديث عن خطاب حساب وزارة الثقافة على منصة X يجدر أن نقف أولا على رؤية الوزارة ورسالتها وأهدافها، فهي إحدى المخرجات الأساسية لرؤية المملكة العربية السعودية 2030، وهي المسؤول الأول عن كل ملامح وموضوعات الثقافة السعودية، وتنص رؤية 2030 على أن "يساهم قطاع الثقافة بدور مهم ومباشر في تحقيق الركائز الاستراتيجية الثلاث لرؤية المملكة 2030، والمتمثلة في بناء مجتمع حيوي، واقتصاد مزدهر، ووطن طموح".

لذا كثفت الوزارة رؤيتها ولخصت مسؤولياتها في "أن تزدهر المملكة العربية السعودية بمختلف ألوان الثقافة، لتثري نمط حياة الفرد، وتساهم في تعزيز الهوية الوطنية، وتشجع الحوار الثقافي مع العالم"، ثم صاغت رسالتها في "أن نمكّن ونشجع القطاع الثقافي السعودي بما يعكس حقيقة ماضينا العريق، ويساهم في سعينا نحو بناء مستقبل يعتز بالتراث ويفتح للعالم منافذ جديدة ومختلفة للإبداع والتعبير الثقافي"⁽¹⁰⁾.

وبعد الوقوف على رؤية الوزارة ورسالتها، واستجلاء ملامح الاهتمام والمسؤوليات، فإن هذه المقاربة تفتح عين الدراسة على وجهة الخطاب ومراميه، لذلك من المهم استحضار نصوص الرؤية والرسالة في أثناء تناولات خطاب الحساب، ولعل من المناسب قبل ذلك استجلاء مفهوم الخطاب وبلاغته خاصة في الوظيفة الإبلاغية (الخطاب الإعلامي) ودور البلاغة في أداء مهمته التأثيرية في المتلقي.

ارتبط الخطاب في الثقافتين العربية والغربية قديما وحديثا بالحقل اللساني، ومعظم التنظيرات والرؤى تربطه بدايةً بهذا الحقل، وليس من اهتمام الدراسة إعادة الحديث عن كل ذلك،

بل تكتفي بالإلماح إلى بعض تعريفات الخطاب الحديثة، لا سيما عند ميشال فوكو، الذي أولى الخطاب عناية خاصة، وحدّه بتعريفات تركز على ربطه بالمنطوق، فيراه مرة "مجموعة من المنطوقات بوصفها تنتمي إلى ذات التشكيلة الخطابية... وهو عبارة عن عدد محصور من المنطوقات التي تستطيع تحديد شرط وجودها"⁽¹¹⁾، ويعرّفه مرة أخرى بأنه "تعبير عن الفكر بواسطة سلسلة من الألفاظ والقضايا التي يرتبط بعضها ببعض"⁽¹²⁾، وفي هذا السياق يجدر أن نتوقف عند ما خلص إليه سعيد يقطين بعد استعراضه تعريفات الخطاب عند هاريس، وبنفست وغيرهما من المهتمين بالخطاب، فخرج بملحوظتين مهمتين حوله:

1. "تعدد مجالات تحليل الخطاب ناتجة عن تعدد دلالات الخطاب وعلى هذا الأساس تتداخل التعريفات وتتقاطع وأحياناً يكمل بعضها الآخر.

2. لتحديد الخطاب علينا أن نحدد الاتجاه الذي ينتمي إليه والمجال الذي نشغل فيه وفق أسئلة إبستمولوجية محددة"⁽¹³⁾.

وإذا اتجهنا إلى الحقل الإعلامي وجدنا اتساعاً في النظر إلى الخطاب، يفوق تصور اللسانيين، وقد تعدى مفهوم تحليل الخطاب المعاصر تحليل العلامات اللغوية إلى غير اللغوية، فكانت "الروابط القوية بين السيميائية وتحليل الخطاب التي وصلت إلى حد التداخل والاختلاط، انعكاساً لتشابك العلامات في الخطابات الإنسانية المعاصرة"⁽¹⁴⁾، لذا فإن ديان مكدونيل ترى أن "الخطاب يشمل جميع العلامات الكلامية وغير الكلامية، وأية ممارسة رسمية أو أية تقنية يتحقق فيها وعبرها الإنتاج الاجتماعي للمعنى"⁽¹⁵⁾، ويتحدد مفهومه من وجهة نظر اتصالية، فيصبح الخطاب بمعنى "الرسالة من حيث موضوعاتها وعناصرها وكافة مكوناتها الظاهرة والمستترة بما تنطوي عليه من معان ودلالات وأهداف في سياقها الزمني والمؤسسي والمجتمعي"⁽¹⁶⁾.

وعلى ما سبق من نظر عام إلى الخطاب، يجدر أن تشير الدراسة إلى مفهوم الخطاب الإعلامي، بوصف حساب وزارة الثقافة على منصة X حساباً ينهض بالمهمة الإعلامية على منصة من منصات الإعلام الجديد، فيكون الخطاب الإعلامي منتجاً لغوياً إخبارياً منوعاً، "في إطار بنية اجتماعية ثقافية محددة، وهو شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع، له قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي وإعادة تشكيل وعيه، ورسم رؤاه المستقبلية، وبلورة رأيه، بحسب الوسائط التقنية التي



يستعملها، والمرتكزات المعرفية التي يصدر عنها⁽¹⁷⁾. وبناء على ما تقدم سيكون الخطاب حسب الرؤية الإعلامية والاتصالية هو المناسب في نظر الدراسة إلى خطاب حساب وزارة الثقافة السعودية، ذلك أن خطابها . كما مر سابقا . لا يقتصر على المحتوى اللساني، بل يوظف الوسائط الثابتة والمتحركة، البصرية والسمعية، ويستثمر طاقاتها في بناء خطابه، إلى جوار المكون اللساني الأساسي في بناء الرسالة، وستستعرض الدراسة ملمحين أساسيين في خطاب الحساب في إطار المحتوى الأدبي، على النحو الآتي:

ملامح الخطاب الاتصالية:

بعد الوقوف على مفهوم الخطاب في الدراسات اللسانية، ومفهومه في حقل الاتصال والإعلام، فإن الدراسة تعنى بالركيزة الاتصالية في الخطاب، فإذا علمنا أن الإعلام يتمثل في نقل الأخبار والمعلومات المختلفة من المرسل إلى المرسل إليه، فإننا نعلم "أن الاتصال يتجاوز الوظيفة النقلية الإخبارية إلى الوظيفة التفاعلية بين المتخاطبين"⁽¹⁸⁾، وقد عرضت الدراسة للنموذج الاتصالي، وكذلك عرضت في نظرها عبر نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية لبعض ملامح القصور في ركيزة التفاعلية، عازية ذلك إلى خفية النموذج الاتصالي أحادي الاتجاه لحساب وزارة الثقافة، وليست هنا بصدد إعادة الحديث عن ذلك، بل للنظر في اللغة الاتصالية التي اعتمد عليها الحساب في حمل خطابه إلى جمهور المتلقين، وفي حسابان الدراسة كذلك أن الحساب طبّق ركائز نظرية الثراء فحضرت مكونات الاتصال في استخدام اللغة والصورة الثابتة والمتحركة والأصوات، فنهضت اللغة والوسائط بمهمة خطابه الاتصالي.

إن إصرار القائم بالاتصال على استثمار الوسائط البصرية الثابتة والمتحركة في أغلب منشورات الحساب يكشف قيمة تلك الوسائط في نظر الباحث، لأن الصورة المرئية تشكل خطابا تواصليا بين المنشئ والمرسل، وهو "خطاب متحرك يتعلق بقدرة العين الباصرة على تحليل مكونات هذا الخطاب، وتصور غاياته؛ لذا فإن الوظائف الإنتاجية لهذه الصورة مرتبطة بما تكتسبه العين من مشاهد متوالية بلا توقف"⁽¹⁹⁾، وبالنظر إلى الخصائص العامة لجميع الصور الثابتة، نجدها جميعا تشترك في احتوائها على المعلومات الأساسية في الأسفل من اليمين (وزارة الثقافة . هيئة الأدب والنشر والترجمة) ومن اليسار حسابات الوزارة على مواقع التواصل الاجتماعي، أما من الأعلى فجميع الصور تحمل (عام الشعر العربي 2023)، أما المحتوى فهو متغير، وهذا يجعلنا نتأول أن القائم

بالاتصال يرغب أن يتبادل المتلقون هذا المحتوى الذي أنجزه ونشره، كأن ينشروها على حساباتهم، أو يشاركوها على منصات تواصلية أخرى، لكن مع ضمان نسبة المحتوى إلى صانعه الأساسي وزارة الثقافة.

وبعد، فإن ملامح الخطاب الاتصالية توجب إنعام النظر في مكونات الخطاب على النحو الآتي:

المكوّن اللساني:

أحد المكونات الأساسية لخطاب الحساب، وهو أساسي في كل منشورات دون استثناء، فلم يمر بالدراسة منشور واحد في حدود المحتوى الأدبي يخلو من المكون اللساني، ذلك أن القائم بالاتصال يعي جيداً قيمة المكون اللساني في خطابه إلى المتلقين، فكان حضور اللغة حضوراً متنوعاً، تـمـظـهـر في أشكال متعددة على النحو الآتي:

- مقدمة للمنشور: وغالبا ما تكون شارحة للمكون الأيقوني المصاحب، مثل:

العصر الأموي..

عصريات فيه الشعر عزوة وعتاداً قوي التأثير والمهابة.

ورد هذا المكون اللساني في منشور يعبر عن أبرز سمات الشعر في العصر الأموي، وكانت السمات مكتوبة على مكوّن أيقوني (صورة)، تتحدث عن الغزل/ والنقائض/ وأبرز شعرائها، وجاء المكون اللساني مقدمة للمنشور قبل الصورة، بدأ السطر الأول بالعنوان (العصر الأموي)، ثم نظرة موجزة في السطر الثاني عن ذلك العصر، وكيف كان الشعر فيه، ثم في منشور ثانٍ:

لماذا تُعدّ المعلقات من أشهر ما كتب الشاعر العربي؟

لمشاهدة الحلقة كاملة:

هذا السؤال جاء مقدمة لمنشور تضمن مقطع فيديو لمدة 01:47 ثانية، يظهر فيه الدكتور سعد البازعي عبر بودكاست 1949، وهو مقطع مجتزأ من حلقة كاملة منشورة على موقع يوتيوب، أضاف الحساب رابطها بعد السؤال السابق، وكذلك في منشور آخر:

قيل في تسمية الذبياني "بالنابغة" أربعة أقوال، ومنها أنه بلغ الغاية وأشرف على النهاية في إجادة الشعر من غير إرث سابق.



لمشاهدة كامل الحلقة ضمن #بودكاست_1949:

وهذه المقدمة سبقت مقطع فيديو لمدة 01:53 ثانية، يتحدث فيه الدكتور فيصل الشهراني عن النابغة الذبياني، وهو مقطع مجتزأ من حلقة كاملة منشورة على موقع يوتيوب، أضاف الحساب رابطها بعد العبارة السابقة، ومثل ذلك أيضا في منشور رابع:

غازي القصيبي؛ الأديب الدبلوماسي.

سيرة حافلة ومحطات مضيئة في ميادين عدة.

جاءت بعدها صورة ثابتة، تحمل معلومات سيرية موجزة ومركزة عن حياة ونتاج الأديب القصيبي، ومثل ذلك مقدمة الحساب قبل فيديو لمدة 01:46 ثانية عن أدب السيرة الذاتية:

السيرة الذاتية في الأدب السعودي؛ إنتاجات توثق اللحظة وتقننص المعنى.

لو أعدنا النظر في تلك المقاطع المتنوعة من منشورات الحساب التي جاءت مقدمات للمكونات الأيقونية حاملة لب المنشور ورسالته الأساسية لوجدناها مكونات لسانية تشترك في السمات الآتية:

- الإيجاز.
- اللغة الإعلامية القريبة من جميع شرائح المتلقين.
- اتصالها المباشر بالمكون الأيقوني اللاحق.
- توجيهية دالة على المحتوى المرفق.

وهذه السمات كلها جلية في استخدام المكون اللساني في جل منشورات الحساب خارج المحتوى الأدبي، فلم يحظ المحتوى الأدبي بلغة خاصة تميزه عن الحقول الأخرى ضمن اختصاصات الوزارة المتعددة، ما يوحي بارتباط الخطاب الاتصالي بقيمة أساسية في رسالة الوزارة تتصل بتعزيز الهوية الوطنية، ولمسنا وعي القارئ بالاتصال أن خطابه الاتصالي ليس موجها إلى شريحة الأدباء، بل إلى جميع الشرائح الاجتماعية، وهذا المسعى يؤكد اتصال الحساب بالإعلام، فاللغة الإعلامية تجنح إلى السهولة والوضوح، والإعلام "يستأنس للمألوف من اللغة ويكرسه؛ لأنه يهدف إلى تقديم المعلومات دون مؤثرات لغوية كثيرة، ويهيمه بالدرجة الأولى أن وسيلته التعبيرية لا تثير أية إشكالات، أو تأويلات تعتبر تشويشا على الرسالة الإعلامية"⁽²⁰⁾.

- التضمين: وهو المكون اللساني الذي يتضمنه المكون الأيقوني، سواء أكانت صورة ثابتة، وداخلها شروحات لسانية كتعريف الشعر، أو تعريف العصور الشعرية، أم كانت في فيديو يعرض لبعض أبيات الشعر أو أعلام الشعر العربي.

التعبير بالأيقونة سمة أساسية في كل منشورات الحساب، فلا يمكن أن يمر بك منشور دون صورة ثابتة أو فيديو إلا نادرا، ومعظم الصور الثابتة تتضمن محتوياتها المكون اللساني، كما في صورة سيرة الأديب عبدالكريم الجهمان:



تحوي الصورة نقاطا بارزة من سيرته الثقافية نهض بها المكون اللساني، وتحوي أيضا رسما لصورته الشخصية، كما تظهر في الخلفية رسومات صغيرة مستوحاة من كتابه (أساطير شعبية)، ونلمس في الصورة طغيان المكون اللساني، وكأننا أمام قصاصة من صحيفة، ومثلها أيضا الصورة التي تحوي معلومات معرفية عن أشهر أنواع الشعر العربي:



الصورة تنتمي إلى البيئة السعودية، يظهر ذلك من رسومات الكائنات الحية (الجمل/ الصقر/ النبات) وهي من أبرز ثيمات الهوية البصرية لعام الشعر العربي؛ فالغاية هي الاعتزاز بالهوية الوطنية، والتأكيد على انتماء الشعراء العرب وصلته الوثقى بجغرافية المملكة العربية السعودية منذ ما قبل العصر الإسلامي، وتعميق هذه الصورة في أذهان الأجيال، ثم جاء المكون اللساني للنهوض بالجرعة المعرفية حول أشهر أنواع الشعر العربي وذكر:

قصيدة النثر، الموشح، الشعر الحر أو التفعيلة، العمودي، قصيدة الومضة (الهايكو)، والشعر العامي أو النبطي، وذكر تعريفا مقتضيا لكل نوع، ومثل ذلك يظهر أيضا في صورة الإعلان عن منحة أبحاث الشعر العربي:



أيضا ينهض خطاب الصورة بهوية عام الشعر العربي، وينهض المكون الأيقوني بإظهار الهوية السعودية من خلال النخلتين، والمباني، والنقوش التراثية الظاهرة على منصة الإلقاء، ثم صورة الرجل والمرأة، وينهض المكون اللساني المضمّن بوظيفته الإعلانية عن منحة أبحاث الشعر العربي، وخروجاً عن تلك الهوية البصرية تظهر صورة تحوي بيت شعرٍ عامي للشاعر خلف بن هذال:



ينهض المكوّن الأيقوني بدلالاته، فيظهر الشاعر خلف بن هذال على منصة الإلقاء، وغالبا ما كان يُلقى قصائده مساءً في مهرجان الجنادرية، بزيّ الحرس الوطني العسكري، الذي يحافظ على ارتداء الشماع والعقال على الزي العسكري المعروف، ثم بالمكون اللساني ينكتب البيت الشهر:

يا وطنًا لا تَزَعزَعُ وَجِنًا لَكَ جُنُودُ البَلَا، نُصُبُ فَوْقَهُ مِقَابِيسَ البَلَا

وهذا المكون اللساني يؤكد حرص الوزارة على خدمة جميع أنواع الأدب السعودي، فقد اعتاد السعوديون أن الشعر الفصيح يحظى بالتقديم الرسمي، والعناية من المؤسسات الثقافية والأكاديمية، لكن الوزارة تصطحبه مكونا أساسيا من مكونات الهوية الثقافية السعودية، وتوليه اهتماما كغيره من الأنواع الشعرية والأدبية، ولأول مرة نجد الحساب يضع الحركات على الكلمات، وذلك لوعي القائم بالاتصال بالتنوع الديموغرافي السعودي، وتنوع اللهجات، ثم لوعيه بأن قرأء من خارج المملكة يتلقون خطابه الاتصالي.

وحظي الفيديو أيضا باستصحاب المكون اللساني، غير ذلك الذي يظهر في بعض الفيديوهات بتعريف اسم المتحدث وصفته، فقد شارك حساب الوزارة فيديو عن التراث⁽²¹⁾، يحوي أبياتا من الشعر العامي، للإمام تركي بن عبدالله، راكان بن حثلين، خالد الفيصل، خلف بن هذال، محمد الثبيتي، وبدر بن عبدالمحسن، يتكون الفيديو من وسيط سمعي بموسيقى هادئة متصلة، ثم مشاهد بصرية مختلفة من بيئة المملكة، تظهر فيها السيف، الصحراء، الخزامي، الصقر، القهوة السعودية، الخيل، النخل، والعادات والقيم، ومع كل مشهد بيت من الشعر العامي مع اسم الشاعر، عدا بيتين من الشعر الفصيح للشاعر محمد الثبيتي، في تلازم بين جميع مكونات الفيديو لنهوض بدلالة تراث المملكة العربية السعودية ووعي أهلها به، من خلال أبيات الشعر السائرة على ألسنتهم منذ القدم، وربما يأتي ضعف الفيديو من اختيار الوسيط السمعي الذي لا يعبر عن تراث السعودية كما عبر المكونان البصري واللساني.

والتجربة ذاتها تكررت في فيديو بمناسبة #اليوم_العالمي_للمرأة⁽²²⁾، تكون الفيديو من وسيط بصري لفتاة تسير إلى جوار مبنى زجاجي في محافظة العلا، وتحدث بلغة فصيحة عن المرأة، ومع حديثها يتحرك الوسيط البصري لتظهر الجبال، ثم تتضرب الصورة فيناسب حديث الفتاة عن الفقد ظهور بيت شعر للخنساء عن فقد أخيها صخر، يلها بيتان عن الحب لليلي العامرية، يناسبان



حديث الفتاة عن الحب، وعند حديثها عن الفخر يظهر بيتان للشاعرة العامية بشاير المقبل، ثم يظهر بيت عامي للشاعرة نورة الحوشان عند حديثها عن الحكمة، وعن حزن الفراق يظهر بيت للشاعرة بخيته المري، أما الخلفية الموسيقية فهي أيضا كالفيديو السابق لا أظنها تمتُّ للتراث الموسيقي السعودي بحبل وصال.

- الـوسم: وهو تقنية (الهاشتاق) الذي يحرص القائم بالاتصال على الاستعانة بها في كل منشور، مثل استخدام وسم #وزارة_الثقافة مع كل منشور، أو وسم #وجوه_ثقافية أو وسم #عام_الشعر_العربي، وغاية هذه الوسوم تتجه إلى توحيد الموضوع، وأن يصبح الـوسم عنوانا تنتظم تحته المنشورات المنتمية إلى الحقل ذاته، ولا تضيف إلى المنشور دلالات أخرى أكثر من ذلك.

وختاما، بالنظر إلى مكونات المنشور الثلاثة، يظهر أن ثقل محتوى حساب وزارة الثقافة هو في الوسائط البصرية والسمعية المرفقة، أما المقدمات اللسانية في المنشورات فهي مقدمات توجيهية محفزة تتصل بالمحتوى، وتدفع إلى تلقيه لكنها ليست جزءا أصيلا منه، وأما الوسوم فهي تنظيمية تمهض بدورها التصنيفي، وترشد المتلقي إلى سلاسل موضوعية معينة.

بلاغة الخطاب الإقناعي:

عند الحديث عن بلاغة الخطاب يتبادر إلى الذهن تعريف أبي هلال العسكري للبلاغة أنها "كل ما تبلى به المعنى قلب السامع، فتمكّنه في نفسه كتمكّنه في نفسه، مع صورة مقبولة ومعرض حسن"⁽²³⁾، ولا يبتعد ذلك عن تعريف بول ريكور للبلاغة، حين يعتبر الفن البلاغي "فن الخطاب الفعال والمؤثر... فالخطيب يسعى إلى الحصول على رضا مستمعيه ودفعهم إن اقتضى الحال إلى التصرف في الاتجاه المرغوب فيه، وبهذا المعنى تكون البلاغة إنجازية وتأثيرية في وقت واحد"⁽²⁴⁾، وكلا التعريفين يتجه إلى أن التأثير والإقناع هما مدار البلاغة، ومهمة الدراسة استجلاء ملامح خطاب وزارة الثقافة في بعده البلاغي والإقناعي.

وقبل الخوض في استجلاء ملامح الخطاب، تجدر الإشارة إلى أن اللغة قُسمت إلى ثلاثة مستويات: المستوى الأدبي، والعلمي، والتواصلي المستخدم في الحياة اليومية، وزاد عليها أساتذة الصحافة والأدب بعد ظهور الصحافة العربية نوعا رابعا، هو عندهم "يقف في منتصف الطريق بين لغة الأدب المستوى الأول، ولغة التخاطب اليومي المستوى الثالث، فله من المستوى العادي ألفته

وسهولته الشعبية، وله من الأدب حظه من التفكير وعذوبة التعبير"⁽²⁵⁾، واصطُح على تسمية هذا المستوى الجديد مصطلح اللغة الإعلامية، وهي "الأداة التي يقوم الإعلاميون من خلالها بتحويل المعلومات، والأفكار إلى مادة مقروءة، أو مسموعة، أو مرئية يمكن تلقيها، وفهم واستيعاب ما تحمله من مضامين توضع في أشكال فنية معينة"⁽²⁶⁾.

ولغة الحساب حتى وإن كانت من المستوى الرابع واعتبرناها لغة إعلامية، فإنها لم تخل من لمسات يحاول القائم على الاتصال من خلالها التأثير في المتلقي، وهي لمسات لا تتجاوز بعض الملامح الجمالية من البلاغة القديمة، كاستخدام السجع والجناس، واستخدامات مقننة للغة المجازية في بعض المنشورات، إلا أن الدراسة لن تتوقف عندها باعتبارها ظواهر بلاغية أو أسلوبية، بل ستستعرضها لاحقا بوصفها جزءا من تقنيات الخطاب في ضوء حجاجية خطاب الحساب، وسعيه إلى التأثير في المتلقي، حيث إن الحجاج "يندرج بشكل واضح في المثلث التقليدي (مرسل، رسالة، متلقي) الذي تدرسه علوم التواصل"⁽²⁷⁾.

كذلك يجدر أن نعرض لمفهوم الحجاج، فإذا كان الخطاب يركز على العملية الاتصالية، كما يظهر في تعريف بنيفنست حين يقرنه بالتأثير، فيرى أن كل تلفظ يستلزم "وجود متكلم وسامع، فيحاول المتلفظ أن يؤثر على الآخر بشكل من الأشكال"⁽²⁸⁾، فإن الحجاج أيضا عند بيرلمان يرتبط بالتأثير، أو نفاذ الخطاب والاقتناع الفعلي، فهو "بحث من أجل ترجيح خيار من بين خيارات قائمة وممكنة، بهدف دفع فاعلين معينين في مقام خاص إلى القيام بأعمال إزاء الوضع الذي كان سائدا"⁽²⁹⁾، ومن جهة أخرى يرى بيرلمان أنه "جملة من الأساليب تضطلع في الخطاب بوظيفة تحفز المتلقي على الاقتناع بما تعرضه عليه، أو الزيادة في حجم هذا الاقتناع"⁽³⁰⁾.

وثمة من يعدُّ الحجاج خطابا "ذا إقناعية تروم دفع المتلقي إلى تغيير اعتقاداته، وتبني ثقافة وسلوكات وتصرفات منشودة، انطلاقا من حجج ملائمة لثقافة المتلقي المفترض وتمثلاته... ويتخذ الحجاج بُعدا تواصليا ينهض على أنواع من التبادل الاجتماعي بوساطة أنساق سيميائية متنوعة ذات أبعاد ثقافية مخصوصة"⁽³¹⁾، ويهدف هذا الخطاب إلى "استعراض الآليات التي يشتغل بها الحجاج في خطاب ما... ويعني هذا أن الهدف من هذا الخطاب هو استجلاء مختلف الأدوات والروابط والاستراتيجيات التي ينبنى عليها الخطاب الحجاجي في إيصال رسائل المتكلم إلى السامع للتأثير عليه أو إقناعه سلبا أو إيجابا"⁽³²⁾.



ونلاحظ من جملة التعريفات السابقة تقاطعها جميعاً حول (التأثير/ والإقناع)، فهما جناحا العملية الاتصالية للوسيلة الإعلامية، كما كانا جناحا البلاغة عند العسكري وريكور، وبذلك يصبحان هدفاً أساسياً من أهداف حساب وزارة الثقافة على منصة X، فكل تلك الجهود المبذولة على تغذية الحساب بالأخبار والمعلومات المختلفة تهدف إلى التأثير في المتلقي وإقناعه برسالة الوزارة؛ لأن تقنيات الخطاب من شأنها أن "تؤدي بالأذهان إلى التسليم بما يُعرض عليها من أطروحات، أو أن تزيد في درجة ذلك التسليم"⁽³³⁾، وعلى ذلك ستستعرض الدراسة التقنيات البلاغية في عينة من منشورات الحساب في إطار حدود الدراسة.

تقنيات الإقناع في خطاب الحساب:

إن البلاغة الجديدة "تتمحور أساساً حول تحليل (تقنيات الحجاج)، وهذه التقنيات يتم بسطها حول محورين كبيرين، من جهة محور الخطاب ذاته... ومن جهة أخرى محور تأثير الخطاب على المتلقي"⁽³⁴⁾، وبالعودة إلى رؤية ورسالة وزارة الثقافة وأهدافها فإن قرار اتصال الوزارة بجمهور المتلقين من خلال حسابها، وحسابات الهيئات والمبادرات المتصلة بها، على منصة X وغيرها من المنصات والقنوات الأخرى، يسعى إلى التأثير في المتلقين وإقناعهم بتوجهات الوزارة وبرامجها وخططها وسياساتها، وكل الخطابات الموثقة عبر تلك الحسابات تسعى إلى تلك الغاية، سواء فيما يتعلق بالمحتوى الأدبي أو غيره من المحتويات الواقعة في حدود اختصاص وزارة الثقافة وهيئاتها، وعلى ذلك تصبح هذه الغاية هي مدار الجهود الاتصالية للحساب، ومهمة الدراسة تتركز على استجلاء التقنيات الإقناعية التي استخدمها الحساب:

أولاً: حجج شبه منطقية

وهي حجج تستمد قوتها الإقناعية من مشابقتها للطرائق المنطقية والرياضية والشكلية في البرهنة، ويكمن اختلافها في أنها ليست ملزمة كالاستدلال المنطقي، الذي تكون حججه قطعية ملزمة، "وتبقى الحجج شبه المنطقية تعتمد البنى المنطقية مثل التناقض والتماثل التام أو الجزئي"⁽³⁵⁾ ومنها:

- حجة السلطة: تظهر هذه القيمة الحجاجية (شبه المنطقية) للحساب من خلال رسمية الحساب، وتخصصه، باعتباره حساباً لوزارة الثقافة السعودية، الجهة الاعتبارية التي تنفذ سياسات

الدولة في كل ما يتعلق بالشأن الثقافي السعودي، ومن خلال هذه الصفة يكتسب الحساب الموثوقية في كل ما يبثه إلى جمهور المتلقين، وحجة السلطة هي "حجة تستمد قوتها الإقناعية من النفوذ الذي يمتلكه مصدرها، فأعمال أشخاص معينين أو أحكامهم قد تكون حجة دامغة على صحة أطروحة ما"⁽³⁶⁾. كذلك فإن حجج السلطة "تغطي كل الطرائق التي تركز على حشد سلطة إيجابية أو سلبية مقبولة من المتلقي"⁽³⁷⁾.

ويمكن أن تظهر هذه الحجة في الاتجاه الاتصالي للحساب، فهو أحادي الاتجاه، ما يدل على أن القائم بالاتصال يشعر بأن مهمته محصورة في البث، ولا حاجة إلى التلقي بالطريقة الاتصالية التقليدية، فهو حساب مؤسسي لديه. قطعاً. نوافذ أخرى للتلقي، من خلال جهات وأجهزة ولجان وأنظمة يصنع من خلالها قراراته وقراءته للواقع الثقافي السعودي، واحتياجات المجتمع والحالة الثقافية، فتنحصر مهمة الحساب في الإبلاغية، لكنها إبلاغية مشروطة بالتأثير.

وبناء على ما سبق فإن الحساب يستخدم تقنيات استشهادية أخرى، فإن كان الحساب منفثاً على كافة المتلقين دون تمييز، فإنه يستمد سلطة الموثوقية أيضاً من اختيار المتخصصين للحديث عن برامج الوزارة ومبادراتها، فعلى سبيل المثال حين أراد القائم بالاتصال إقناع المتلقين بأهمية مبادرة عام الشعر العربي، عمد إلى الاستعانة بمتخصصين موثوقين يتحدثون عن أهمية الشعر العربي، مضيفاً سلطتهم إلى سلطة الحساب، ومن ذلك منشورات الحساب عن المحاضرة التي قدمها الدكتور سعد البازعي، عبر بودكاست 1949 بعنوان عام الشعر العربي، وبثت الحلقة كاملة عبر تطبيق يوتيوب، ولأنها تقوي حجة الحساب، فقد أشار إلى اللقاء في أربعة منشورات على النحو الآتي:

1- منشور بتاريخ 21 مارس 2023م⁽³⁸⁾ "منذ القدم والشعر العربي يحتل مكانة بارزة وأهمية بالغة في الثقافة العربية.. احتفاءً بـ #اليوم_العالمي_للشعر ندعوكم إلى الاستمتاع بمحطات تاريخية شعرية في حلقة جديدة من #بودكاست_1949". ثم أرفق رابط اللقاء كاملاً على يوتيوب، وصورة تعريفية باللقاء.

2- منشوران بتاريخ 29 مارس 2023م⁽³⁹⁾ الأول سؤال: "لماذا تُعد المعلقات من أشهر ما كتب الشاعر العربي؟" أرفق معها رابط اللقاء على يوتيوب، ثم مقطعاً مجتزأً مدته 01:47 ثانية من اللقاء،



يليه منشور ثانٍ جاء رداً على المنشور الأول، نصه: "بإمكانكم الاستماع إلى حلقة (عام الشعر العربي) ضمن #بودكاست_1949" ثم أرفق رابط اللقاء على موقع بودكاست هذه المرة، وظهرت صورة اللقاء العامة من خلال الرابط المرفق.

3- منشور رابع في 2 إبريل 2023م، "للمؤسسات الثقافية والأفراد أدوار أساسية في العناية بالشعر وإبراز أهميته وجمالياته من خلال #عام_الشعر_العربي_2023" ثم أرفق رابط اللقاء على يوتيوب، ومقطع فيديو لمدة 00:50 ثانية يتحدث فيه الدكتور البازعي عن دور المؤسسات في العناية بالشعر العربي.

ومثل هذه المنشورات نجدها أيضاً تكررت في حديث الدكتور فيصل الشهراني عن الشاعر النابغة الذبياني عبر بودكاست 1949⁽⁴⁰⁾، وكذلك استشهد الحساب بالشاعر جاسم الصحيح متحدثاً في لقاء بعنوان (الشعر بين القديم والجديد)⁽⁴¹⁾، وهذه الاستشهادات بالأعلام المتخصصين تؤكد حجة السلطة، فيدرك المتلقي (العام) أنه أمام خطاب علي موثوق، تقدمه شخصيات متخصصة معروفة، عبر حساب رسمي موثوق، فيتلقى الخطاب باطمئنان، وتصديق تام، يفضي إلى اقتناعه.

ومن جهة أخرى، فإن التكرارات التي ذكرتها الدراسة حول لقاء البازعي والشهراني، يكمن معطاهما الحجاجي في تأكيدها على أهمية العنصر المكرر، فيمكن أن يكون المكرر لفظياً على مستوى النص، لكن على مستوى الخطاب الممتد، كخطاب حساب وزارة الثقافة، المؤثر بالمحتوى الأدبي، لم يكن التكرار لفظياً دقيقاً، بل كان تكرار تلك المنشورات موضوعياً، تدور كل التكرارات حول موضوع واحد، وهذا يفي بحجاجية الخطاب؛ لأن غاية القائم بالاتصال من التكرار هي التأكيد على أهمية الموضوع وترسيخه.

كما يمكننا أن نستقرئ التكرار الموسّع أو الواسع، حين يكون التكرار مرتبطاً بالوسم، لأن الوسم يحاول أن يبني وحدة موضوعية، كوسم #وجوه_ثقافية أو #عام_الشعر_العربي أو #يوم_الشعر_العالمي فكل المنشورات تتجانس وتجمعها وحدة موضوعية مسببة عن الوسم، فتكون للوسم حججته الدائرة في فلك التكرار والتشاكل.



- حجة الشاهد: وهي حجة (شبه منطقية) يستثمر الباحث تقنياتها في خطابه لإقناع المتلقي بموضوع الخطاب، ولعل أول المنشورات اللافتة للدراسة في هذا السياق منشور اعتمد على الحجاج التام في بناء فكرته، وفي تنفيذها "ولا يقتصر الحجاج حسب بيرلمان وتيتكا على الألفاظ المتزاحة عن اللغة العادية، فهذه الأخيرة كذلك قيمة حجاجية، ولذلك فلا وجود لأي اختيار محايد، بمعنى ألا وجود لخطاب وصفي خال من الحجاج، فكل كلام محمّل، وهكذا فحتى في التعبير العادي، هناك غالبا اختيار للألفاظ ومخطط للحجاج"⁽⁴²⁾ فقد نشر الحساب بعد أيام من إطلاق مبادرة عام الشعر العربي:

الشعر، صوت الكلام إن عبّر عن معناه

ولحن الحرف إن غرّد مغناه

فتخيل.. كيف تكون الأيام بدونه؟

وقد استهل المنشور بتعريف الشعر من وجهة نظر الباحث، وجاء التعريف مدعما بالمحسنات البديعية، فاشترك الجناس الناقص والسجع في (معناه/ ومغناه)، ولتحريك ذهن المتلقي إلى فضاءات الشعر؛ جاءت المقدمة زاخرة بعلاقة الشعر الضمنية بالكلام، والتعبير، والمعاني، واللحن، والغناء، ثم توجه الباحث إلى المتلقي بالجملة الإنشائية (فعل الأمر) بعد الرابط الحجاجي فاء العطف (فتخيل..)، فالخيال هو بوابة الشعر الكبرى، ولأنه كذلك دعا المتلقي إلى التخيل، ثم أضاف مسافة فاصلة بين الجملتين الإنشائيتين.

لم يترك الباحث المتلقي لخيالاته، بل صنع له واقعا إقناعيا، مهمته تقييد خيال المتلقي، وإقناعه بصعوبة الحياة دون الشعر، فأرفق وسيطا دراميا مرثيا مدته 02:32 ثانية، يحوي مشاهد تمثيلية متخيلة تبرز أهمية الشعر في حياة الناس، بدأ المشهد برجلين في سيارتهما يتوقفان في زحمة السير، ويستمعان إلى الإذاعة، استوقفتهما إذاعة خبر موافقة مجلس الوزراء على تسمية عام 2023 بعام الشعر العربي، لتبدأ المشاهد بقول أحد الممثلين باللغة العامية: (تخيل.. لو الحياة بدون شعر) ثم تتوالى المشاهد التي تركز على تأثر المواقف بغياب الشعر، واختفاء الدواوين من المكتبات، وتأثر التعبير عن الحب/ والشكر/ والتعليق/ والاستشهاد/ والتعليم/ والمجالس) وتعود الكاميرا إلى



الممثلين، ليقول أحدهما: ليست الوظائف والمجالات المهمة، بل حتى (السوالف) ستكون فيها فراغات بغياب الشعر.

وحجة الشاهد أيضا تظهر بصيغة أخرى في منشورات الحساب حول الشعر، فقد استشهد بالكثير من الأشعار العربية القديمة، واستحضر أمثله من الشعر السعودي، في منشورات مختلفة، لكن بطرائق مختلفة جاءت على النحو الآتي:

- كتابة بيت الشعر في مقدمة المنشور: مثل قول الشاعر النابغة في وصف الجيش:

"إذا ما غزوا بالجيش حلق فوقهم
عصائب طير تهدي بعصائب!"

عن الرمزية العبقرية في شعر النابغة الذبياني من #بودكاست_1949

وبعد هذه المقدمة دعا الحساب إلى مشاهدة حلقة البودكاست وأضاف الرابط، وأرفق فيديو لمدة 01:33 ثانية يتحدث فيه الدكتور فيصل الشهراني عن النابغة، ويذكر البيت الشعري السابق ضمن حديثه، فكان اختيار البيت السابق من بين أبيات أخرى تحدث عنها المقطع يفصح عن غايات جذب المتلقي إلى المحتوى المرئي، لاعتبارات كثيرة من وجهة نظر الباحث، تتمثل في شهرة البيت، وجمال الصورة الشعرية، ووضوحها بفضل قرب ألفاظ البيت من جميع شرائح المتلقين، وهذا ما يحرص عليه الحساب.

ومثل ذلك الاستشهاد بجزء من بيت شعري للشاعر طاهر زمخشري، فقد نشر الحساب في مناسبة الحج تحت وسم عام الشعر العربي، فكان منشوره يصب في سعيه إلى إقناع المتلقي بحضور الشعر في كافة المناسبات، ثم أرفق صورة تحوي أبياتا من قصيدة شهيرة للشاعر طاهر زمخشري عن مناسبة الحج، لكن مقدمة المنشور كانت: "(إلى المروّتين) حيث طاف الحنين بالأفئدة"⁽⁴³⁾. وهذا الاستشهاد يستدعي في ذهن المتلقي شهرة القصيدة التي تغنى بها الفنان طارق عبدالحكيم، ويؤكد حضور الشعر في كل المناسبات.

ويستشهد الحساب بالكثير من الشعر في منشورات مختلفة، لكن معظمها تكون في وسائط ثابتة أو متحركة، وكل هذه الاستشهادات تدور في غاية الحساب إلى تبيان مكانة الشعر العربي، وأصالته المتجذرة في أرض وإنسان المملكة العربية السعودية، انطلاقا من رؤية ورسالة الوزارة.

ثانيا: حجج بلاغية

وهي الحجج المعتمدة على التقنيات البلاغية المعروفة في علمي البيان والمعاني، فالصور البلاغية تلعب دورا في فاعلية الحجاج؛ لأنها "ليست مجرد زخارف أو تنميقات تزيّن الخطاب، فمن شأنها أن تؤثر في المواقف وتغيرها، لذلك انتهى بيرلمان في إمبراطورية البلاغة إلى الإقرار (إذا لم تدمج هذه الوجوه في بلاغة إقناع، فإنها لا تصبح وجوها بلاغية بل حذلقات)"⁽⁴⁴⁾ ومنها:

- حجة التمثيل: وهي حجة بلاغية يستثمر الباحث من خلالها طاقات التشبيه والاستعارة، والتمثيل "يشكل أداة حجاجية؛ لأنه يقوم على إبراز تشابه العلاقات"⁽⁴⁵⁾، وقد نشر الحساب تحت وسم اليوم العالمي للشعر بمنشور اختار قالب الاستعارة حاويا لمقدمته المكتوبة:

تأوي المشاعر إلى بيت القصيد

تتوسد الحرف وتحتضن المعنى.

ثم أرفق معها الصورة الآتية:



إذا تأملنا الجزء المكتوب من المنشور، سنجد من حيث الشكل يشبه بيت الشعر العمودي في تتابع شطريه، لكن قراءته تخرجه عن ذلك، فبأخذنا نظم مفرداته إلى فضاء الاستعارة، حين جسد المشاعر (تأوي/ وتتوسد/ وتحتضن)، ثم جاءت الصورة المرفقة متممة، وقد احتوت صورة



الشاعر محمد الثبيتي، وبيته الشهير من قصيدة بوابة الريح، في امتزاج تام بين اللساني والأيقوني على مستوى المنشور كاملا، وعلى مستوى الصورة التي جمع محتواها الأيقوني واللساني.

ومثل ذلك جاءت منشورات أخرى، تبرز التمثيل في تمثل المشكلة بين الشعر الملقى، والتمثل البصري للمناسبة، فقد جاء منشور بمناسبة اليوم العالمي للشعر⁽⁴⁶⁾ ينهض محتواه اللساني والمرئي والمسموع بحجاجية تتجه قصديتها إلى أهمية الشعر ودوره في حياتنا، بداية من استثمار التقنيات البلاغية في مقدمتها المكتوبة:

من لحظة الوجود إلى خطى الغياب

نداء الشعور.. بالشعر قد أجاب.

نلمس التضاد المعنوي بين (الوجود/ والغياب)، ونزعة القائم بالاتصال إلى استثمار تقنية السجع بين الغياب وأجاب، وهي نزعة تتغذى على رغبة القائم بالاتصال في جذب المتلقي والتأثير فيه، إضافة إلى مشكلة تعبير المقدمة لمحتوى الوسيط المرئي المرفق في المنشور ومدته 03:20 ثانية، تضمن عشرة مشاهد تمثيلية على النحو الآتي:

1- بدأ الفيديو بالتعبير عن الذات الشاعرة في بيت الشاعر محمد الثبيتي:

قصاندي أينما ينتابني قلقي ومنزلي حيث ما ألقى مفاتيحي

2- مشهد أسرة رُزقت بمولود جديد، يقف الأب حاملا المولود، وزوجته على سرير المستشفى،

فينشد بيت قيس بن الملوح:

فأنتم منى قلبي وسؤلي وبُعيتي و أنتم ضيّا عيني اليمين ونورها

3- مشهد لرجل مسنّ وامرأته، يجلسان في فناء الدار ويشربان القهوة والذكريات، وصوت

بيت قيس الملوح يتردد: صغيرين نرعى اليهم يا ليت أننا إلى اليوم لم نكبر ولم تكبر اليهم

4- مشهد حفل زفاف الابن، والأب يهيم بالمشاركة في الرقصة الشعبية، فيردد قول الشاعر

العامي وصل العطيانى: الأيام دواره ما تبقى على حال يشيلك ولدك اللي من أول تشيله

5- مشهد احتفال نسائي، يظهر فيه عدد من النساء جالسات، وعدد من الفتيات الصغيرات يرقصن، وصوت غناء نسائي في الخلفية الصوتية، يفوقها صوت إلقاء امرأة بصوت بدوي أصيل لبيتين من الشعر العامي للشاعر مساعد الرشيدى:

مِنْ يَعْلَمُ مِسْتَرِيحَ الرِّيحِ عَن فَوْضَى شَعْرَهَا الحَرِيرِ اللَّيْلِ كَسَا هَاكَ الْمُتُونُ العَسْجَدِيَّةُ
عَلَّمُوهُ إِنْ مَارَحَ العُرَّةَ وَنَشَّدَ عَن قَمَرِهَا لَا يَخَافُ إِنْ شَافَ لَهُ ظَلَمًا وَشَافَ الشَّمْسَ حَيَّةُ

6- مشهد شهير مؤثر، انتشر قريبا لطفل رافق أختيه من المدرسة، فحمل حقيبتيهما إضافة إلى حقيبته، تفاعل السعوديون مع المشهد على وسائل التواصل الاجتماعي، فتمثله الحساب، وظهر في المشهد الأطفال الثلاثة، والشاعر الشعبي نايف أبو العون وهو يقول:

كَأَنَّ مَا بِي خَيْرُوشِ قِيَمَةَ حَيَاتِي مِنْ يَحِبُّ المَرْجَلَةَ يَدْفَعُ ثَمَنَهَا
فَوْقَ جَمَلِي شِلْتُ مُسْتَقْبَلِ خَوَاتِي كُلُّ وَحْدَةٍ مِنْ خَوَاتِي شِلْتُ عَنْهَا

7- مشهد بيت الشعر، يجلس فيه الوالد وأبناؤه، وهو يوجههم إلى إبقاء باب البيت مفتوحا للأضياف، متمثلا بأبيات شهيرة للشاعر الشعبي محمد بن صلاح المطيري:

إِمْلًا الوَجَارَ وَخَلُّوا البَابَ مَفْتُوحَ خَوْفَ المِسْرِي سِتِي مَا يَنَادِي

8- مشهد تمثيلي لشاب يقلد الشاعر خلف بن هذال العتيبي وهو يلقي قصيدة وطنية في حضرة الملك، ويقول من قصيدته الشهيرة:

يَا وَطَنًا يَا وَطَنًا عَمَّتْ عَيْنُ الحَسُودِ مَا تَهْرَكَ لَا زُوَابِعَ وَلَا غَدْرَ اعْمَالَا
يَا وَطَنًا لَا تَزْعَرِ وَحِتَالِكَ جُنُودِ البَلَا، نُصِبَ فُوقَهُ مَقَابِسَ البَلَا

9- مشهد لرجل في الصحراء يترجل من سيارته، ويفك الغطاء عن عيني طائر الصقر، ثم يودعه وهو يحرره من أسرهِ، على مضض فراقهِ، متمثلا بأبيات شهيرة للشاعر عبدالله بن عون:

لَوْ كَانُ مَا عِنْدِي فُرْ أَقْلِكَ بِهَائِنِ حَتَّى عَرَّازُوا لَهَائِنِ العَرْنِزِينِ
خَلِّكَ تُرُوحَ وَلَا تُشُوفِ العَبَائِنِ شَأْمَلِكُ عَفْوِ مِثْلِ عَفْوِ المِسَاجِينِ



10- مشهد أخير، لرجل يمشي، حاملا حقيبة صغيرة، ثم تظهر لوحة صالة المطار (المغادرون) في رمزية إلى رحيل الشاعر غازي القصيبي، والصورة تحاول أن تتمثل هيأته الجسمانية، ثم يتردد بيتان من قصيدته الشهيرة (الغروب):

ويا بلادًا نذرتُ العُمَرَ.. زَهْرَتُهُ لِعِزِّهَا، دُمْتَ، إِنِّي حَانَ إِبحاري
تركتُ بينَ رمالِ البيدِ أُغْنِيَتِي وَعِنْدَ شَاطِئِكَ المَسحورِ.. أسماري

يتجلى التشاكل الواعي والتماثل الدقيق في كل المشاهد السابقة، بين الأشعار والمشاهد التمثيلية، فكأن أحدهما تعريف للآخر، فهو تماثل تام "مداره على التعريف من حيث هو تعبير عن التماثل بين المعرّف والمعرّف، وليس المعرّف تمام المعرّف على الحقيقة، لهذا سمي الحجاج من هذا القبيل حجاجا شبه منطقي"⁽⁴⁷⁾، وقد استعان القائم بالاتصال بالدراما لتمثل وتجسيد معاني الأبيات الشعرية، وهذا تمثيل حجاجي يؤكد على أهمية الشعر، وحضوره في كل شؤون حياتنا من لحظة الولادة إلى لحظة الموت والمغادرة، مروراً بكل مناسباتنا وحالاتنا الشعورية، ثم إن حجاجية التمثل تظهر في اختيار القائم بالاتصال للأبيات الشعرية القريبة من وجدان شرائح واسعة من المجتمع، بين الشعر الفصيح قديمه وحديثه، وكذلك الشعر العامي قديمه وحديثه، وكذلك اختيار القائم بالاتصال لموضوعات شعرية مختلفة، في تنوع المناسبات، والأعمار والأجناس، وكل هذه الاعتبارات تحاول توسيع تلقي الرسالة.

ومثل ذلك أجراه القائم بالاتصال في منشور عن الخيل العربية في الشعر⁽⁴⁸⁾، ابتدأه بمقدمة:

في مهابة الخيل وجماله؛ سطر الشعراء العرب بديع القصائد.

ثم أرفق وسيطا مرثيا مدته 01:18 ثانية، عمد إلى التمثل عبر الدراما بتقنية الرسوم الكرتونية المتحركة، بكيفية مميزة تستحضر الصور الشعرية في رسم كرتوني واضح، فالوسيط الصوتي موسيقى عربية، ثم مؤثرات صوتية للصهيل وركض الخيل، وأبيات شعرية بصوت امرأة تجيد الإلقاء، أما الوسيط البصري فيظهر شعار الوردة المتحركة دائريا الرامزة إلى مناسبة عام الشعر العربي في خلفية المشهد، وأمامها فضاءات البيئة العربية في جزيرة العرب، الصحراء والجبال والنخل والنار، ورجل بملابس عربية قديمة، ثم جواد أدهم، تبدأ الحركة بمؤثر بصري يمزج الرجل بالجواد ويرتفعان معا وهما يلتفان بعضهما حول بعض ثم يعودان إلى الأرض والرجل يمتطي الجواد

مسرعاً، والمرأة تردد أشعاراً مختلفة، ومع كل ترديد تظهر الأبيات مكتوبة، ويظهر اسم الشاعر في ركن الفيديو الأسفل من جهة اليمين، وهم: (المتنبى/ ابن نباتة السعدي/ ابن الزقاق البلنسي/ امرؤ القيس/ النهماني).

ومن المزايا التي أجراها القائم بالاتصال أنه جسد الصور الشعرية في الرسوم المتحركة، فحين ذكر العنقاء في أبيات البلنسي؛ صوّر طائراً ملتهباً يطير خلف الجواد، وحين ذكر بيت امرئ القيس (مكر مفر...) صور فضاء المعركة والسيوف والرماح، وحين بلغ (جلمود صخر) صور صخرة عظيمة تتدحرج من أعلى.

حجاجية التمثلات، والتوسلات بالدراما الحقيقية والكرتونية، تفصح عن رغبة القائم بالاتصال العميقة في تعزيز حضور الشعر العربي، وبيان أهميته في حياة إنسان الجزيرة العربية، وصلته الوثقى بأرض المملكة العربية السعودية وإنسانها، وكل ذلك في ضوء رؤية الوزارة ورسالتها.

وتمثلات القائم بالاتصال كثيرة، وجميعها تدور في فلك استقطاب المتلقي، وتوسيع عملية التلقي، ولفت انتباه جميع الشرائح إلى رسالة الوزارة في موضوع المحتوى الأدبي، الذي هيمن عليه الشعر، لتزامن الدراسة مع عام الشعر العربي، وما يزال الحساب زاخراً باللمسات الحجاجية البلاغية، فإن تحدثنا سابقاً عن اللغة المجازية وبعض استعمالات البديع، فإن أكثر ما يلفت الانتباه في مقدمات المنشورات المتعلقة بالأدب، نزوع القائم بالاتصال إلى المحسنات البديعية في بعض تلك المقدمات، ولنتأمل ذلك في نزوعه إلى السجع، وهو أحد المقومات البلاغية "ونادراً ما يستخدم في وسائل الإعلام إلا لغرض الدعاية... ويستخدم السجع والإشارات الضمنية غالباً في الإعلانات؛ كي يجعل المنتج صعب النسيان"⁽⁴⁹⁾، ولنتأمل المنشورات الآتية:

لنا فيه ديوان.. ولعامنا هو العنوان.

والضميران (الهاء/ هو) يعودان على الشعر، الذي استغنى عن ذكره بعد أن تقدم في وسم عام الشعر العربي، وكذلك في منشور آخر:

كيفما كان الاتجاه..

أشار الشعر إلى معناه.



ومثل ذلك في منشور عن شعر الغزل في العصر الأموي:

حرك الحب قرائح شعراء العصر الأموي فنظموا قصائد غزل عذبة؛ تغنياً بالمحبوب
وتباهياً بعمق المحبة.

وكذلك في منشور عن أدب القصة الشعبية:

السبحونة⁽⁵⁰⁾؛ ارتحالٌ في خيال.. واستقرارٌ في ذاكرة أجيال.

ومثل ذلك في منشور عن أدب السيرة:

في أدب السيرة الذاتية صفحات وحكايات.. واستحضار للذكريات.

وكل هذه اللمسات البلاغية البديعية ليست عفوية ولا اعتباطية، بل مقصودة؛ لأن "استعمال نوع معين من الألفاظ يبقى مشروطاً بالمقام المناسب تجنباً لأي أثر معاكس، وهكذا فإن اختيار الألفاظ في الخطاب والانتقاء بينها وتبني مرادفات بعينها ليس قضية شكلية، بل هو ترجمة دائماً لمقصدية حاجية محددة ولشروط المناسبة المقامية"⁽⁵¹⁾، وهي بلا ريب لا تخرج عن رغبة القائم بالاتصال. كما أسلفنا. في لفت انتباه المتلقي وجذبه بالتقنية البلاغية إلى تلقي رسالة الحساب الإبلاغية، لتحقيق الأهداف والرؤى التي تدفع الوزارة بجهودها نحو تحقيقها، بكل ما تملك من أدوات وهيئات وقدرات مادية وبشرية.

النتائج:

بعد تطواف الدراسة في فضاءات حساب وزارة الثقافة السعودية على منصة X، واستجلاء

خطاب الحساب في حدود موضوع الأدب في بعده الاتصالي والبلاغي تخرج الدراسة بالنتائج الآتية:

1. وعي القائم بالاتصال برسالة الحساب الإبلاغية، وغايته إلى توسيع دائرة التلقي، جعلته يختار اللغة الإعلامية الواضحة، والقريبة من أفهام المتلقين بكافة شرائحهم، سواء في مقدمات المنشورات، أو في المحتوى البصري والسمعي المرفق، فاعتمد على نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، وأفاد من كافة معاييرها الأربعة، ولم يختل منها سوى معيار سرعة رد الفعل، الذي غاب بفعل ابتعاد القائم بالاتصال عن عنصر (رجع الصدى) في العملية الاتصالية، ما جعل الحساب أحادي الاتجاه، يرسل من خلاله الباث، ولا ينتظر رجوع

- الصدى، باعتباره حساب مؤسسة لديها نوافذها وطرائقها الخاصة لاستقراء احتياجات الساحة الثقافية السعودية.
2. اعتمد القائم بالاتصال على استثمار طاقات الوسيلة الإعلامية (منصة X)، فجاءت رسائله الإعلامية في جميع الأشكال المتاحة، حيث حوت المنشورات (اللغة المكتوبة في مقدمات المنشورات / والوسائط البصرية الثابتة والمتحركة/ وتقنية الوسيم)، وكل واحدة من هذه العناصر كانت تهض بدلالاتها الخاصة، وتؤدي رسالتها الاتصالية في خطاب الحساب إلى المتلقين، وفي الوقت ذاته تتعاضد لإنتاج خطاب المنشور الكلي.
3. استثمر الحساب تقنيات الخطاب البلاغية، في سعيه إلى جذب المتلقي والتأثير فيه، وإقناعه بخطابه الثقافي، فاعتمد على الحجج شبه المنطقية، منطلقاً من موثوقية الحساب باعتباره يمثل كيانا وزاريا ينفذ سياسات الدولة في الشأن الثقافي، فاستثمر حجة السلطة المتضمنة، ثم أضاف إليها سلطة المتخصصين، كما استثمر حجة الشاهد بكل إمكاناتها التي حشدتها خطابه.
4. أفاد الحساب في تدعيم خطابه من التقنيات البلاغية، فاستثمر اللغة المجازية، لكن باقتضاد حتى لا يخرج عن غاية توسيع دوائر التلقي، ثم أفاد من حجة التمثيل للتأثير في المتلقي وإقناعه برسالته، مازجا بين الأدب الفصيح والأدب الشعبي، وكذلك متوخيا التأثير في كافة الشرائح الاجتماعية وكافة الأعمار.
5. كان توجه القائم بالاتصال منسجما مع رؤية الوزارة ورسالتها وأهدافها المنبثقة من رؤية المملكة 2030، فكان خطابه في شقيه الاتصالي والبلاغي يدور في فلك توسيع دوائر التلقي، والتأثير في المتلقين وإقناعهم بدور الأدب والثقافة في تعزيز الانتماء الوطني، وصلة الأدب الوثقى بجغرافيا وإنسان المملكة العربية السعودية، وأهميته في حياتنا.
- وختاما، توصي الدراسة بمزيد من الدراسات لحسابات وزارة الثقافة والهيئات والمبادرات التابعة لها، في تخصصات أخرى، كما توصي بتوجه الباحثين إلى هذا النوع من الدراسات البينية للخطاب في الحقل الإعلامي؛ لتعدد المنصات الإعلامية، واختلاف خصائصها وأدواتها.



الهوامش والإحالات:

- (1) المحارب، الإعلام الجديد في السعودية: 28.
- (2) صحيفة نافذة مصر، في ديسمبر 2022م، تاريخ الزيارة (16 يونيو 2023م) على الرابط:
<https://egyptwindow.net/article/4865800>
- (3) المركز السعودي لاستطلاعات الرأي: https://twitter.com/SCOP_SA/status/1666467692314865669?s=20
- (4) ميراثي، التواصل الاجتماعي في عصر تويتر: 76.
- (5) حساب وزارة الثقافة السعودية: <https://twitter.com/MOCSaudi>
- (6) عبد الحميد، نظريات الإعلام: 21.
- (7) القعاري، نظريات الاتصال: 343.
- (8) وكالة الأنباء السعودية: <https://sp.spa.gov.sa/viewfullstory.php?lang=ar&newsid=2422303>
- (9) ينظر: المزاخرة، نظريات الاتصال: 97، 98.
- (10) جميع الاقتباسات السابقة من موقع وزارة الثقافة السعودية بتاريخ 17 يونيو 2023م، على الرابط:
<https://www.moc.gov.sa/ar>
- (11) فوكو، حفريات المعرفة: 78.
- (12) نفسه: 111.
- (13) يقطين، تحليل الخطاب الروائي: 17.
- (14) عبد اللطيف، تحليل الخطاب: 510.
- (15) مكدونيل، مقدمة في نظرية الخطاب: 67.
- (16) عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي: 302.
- (17) إبرير، الصورة في الخطاب الإعلامي: 4.
- (18) إبرير، استثمار علوم اللغة العربية في تحليل الخطاب الإعلامي: 92.
- (19) شعر الله، التواصل الثقافي للصورة المرئية: 33.
- (20) علي، اللغة العربية الإعلامية: 165.
- (21) المنشور: <https://twitter.com/MOCSaudi/status/1648388422770348032?s=20>
- (22) المنشور: <https://twitter.com/MOCSaudi/status/1633424902639304707?s=20>
- (23) العسكري، الصناعتين: 10.
- (24) الأمين، الحجاج في البلاغة المعاصرة: 110.
- (25) العضيبي، مستويات اللغة الإعلامية: 1/131.
- (26) خليل، إنتاج اللغة في النصوص الإعلامية: 20.

- (27) بروتون، الحجاج في التواصل: 20.
- (28) حمداوي، من الحجاج إلى البلاغة الجديدة: 44.
- (29) طلبية، مفهوم الحجاج عند بيرلمان: 57.
- (30) الدريدي، الحجاج في الشعر العربي القديم: 21.
- (31) لحويدق، الأسس النظرية: 336.
- (32) حمداوي، من الحجاج إلى البلاغة الجديدة: 43.
- (33) صولة، الحجاج: 299.
- (34) بروتون، تاريخ نظريات الحجاج: 46.
- (35) صولة، في نظرية الحجاج: 42.
- (36) عادل، بلاغة الإقناع: 94.
- (37) بروتون، الحجاج في التواصل: 61.
- (38) المنشور: <https://twitter.com/MOCSaudi/status/1638137898645045249?s=20>
- (39) المنشور: <https://twitter.com/MOCSaudi/status/1641048297933619202?s=20>
- (40) المنشور: <https://twitter.com/MOCSaudi/status/1659182047049691140?s=20>
- (41) المنشور: <https://twitter.com/MOCSaudi/status/1670779423430172672?s=20>
- (42) عادل، بلاغة الإقناع: 90.
- (43) المنشور: <https://twitter.com/MOCSaudi/status/1673009406848671749?s=20>
- (44) عادل، بلاغة الإقناع: 92.
- (45) نفسه: 94.
- (46) المنشور: <https://twitter.com/MOCSaudi/status/1638158640812027904?s=20>
- (47) صولة، في نظرية الحجاج: 44.
- (48) التغريدة: <https://twitter.com/MOCSaudi/status/1629459382567309312?s=20>
- (49) لونق، الدراسات الإعلامية، النصوص والمعاني الإعلامية: 79.
- (50) هي القصة الشعبية سواء أكانت لشخصيات حقيقية أم غير حقيقية، تقال لغايات تربوية. رابط المنشور: <https://twitter.com/MOCSaudi/status/1642260544634642432?s=20>
- (51) عادل، بلاغة الإقناع: 90.



المراجع:

- (1) إبرير، بشير، استثمار علوم اللغة العربية في تحليل الخطاب الإعلامي، مجلة اللغة العربية، المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، ع23، 2009م.
- (2) إبرير، بشير، الصورة في الخطاب الإعلامي، الجزائر، الملتقى الدولي الخامس، السيمياء والنص الأدبي، جامعة بسكرة، الجزائر، 2008م.
- (3) الأمين، محمد سالم، الحجاج في البلاغة المعاصرة، بحث في بلاغة النقد المعاصر، دار الكتاب الجديد، لبنان، 2008م.
- (4) الأمين، محمد سالم، مفهوم الحجاج عند بيرلمان وتطوره في البلاغة المعاصرة، مجلة فكر ونقد، الكويت مج28، ع3، 2000م.
- (5) بروتون، فيليب، الحجاج في التواصل، ترجمة: محمد مشبال، وعبدالواحد التهامي، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2013م.
- (6) بروتون، فيليب، الحجاج في التواصل، ترجمة: محمد مشبال، وعبدالواحد التهامي، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2013م.
- (7) بروتون، فيليب، وجوتيه، جيل، تاريخ نظريات الحجاج، ترجمة: محمد صالح الغامدي، مركز النشر العلمي، جامعة الملك عبدالعزيز، السعودية، 2011م.
- (8) حساب المركز السعودي لاستطلاعات الرأي، متاح على الرابط:
https://twitter.com/SCOP_SA/status/1666467692314865669?s=20
- (9) حمداوي، جميل، من الحجاج إلى البلاغة الجديدة، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، 2014م.
- (10) خليل، محمود، إنتاج اللغة في النصوص الإعلامية، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002م.
- (11) الدريدي، سامية، الحجاج في الشعر العربي القديم من الجاهلية إلى القرن الثاني للهجرة: بنيته وأساليبه، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2008م.
- (12) الزهراني، أحمد قران، اتجاهات معلمي التعليم العام في السعودية نحو وسائل التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار والمعلومات: توتر أنموذجا دراسة وصفية مسحية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، الجزائر، مج4، ع1، 2021م.
- (13) السباعي، ميسون، مشاركة الجمهور في وسائل التواصل الاجتماعي أثناء كوفيد 19، حساب وزارة الصحة السعودية في تويتر أنموذجا، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، الجزائر، مج4، ع1، 2021م.
- (14) السويلم، نوال، الأشكال الأدبية الوجيهة في فضاء تويتر، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2017م.
- (15) شعر الله، محمد سالم، التواصل الثقافي للصورة المرئية، عالم الكتب الحديثة، الأردن، 2009م.

- 16) صولة، عبد الله، الحجاج: أطره ومنطلقاته وتقنياته ، ضمن كتاب الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم، جامعة الآداب والفنون والعلوم الإنسانية ، كلية الآداب منوبة، تونس، د.ت.
- 17) صولة، عبد الله، في نظرية الحجاج: دراسات وتطبيقات، مسكيلياني للنشر، تونس، 2011م.
- 18) عادل، عبد اللطيف، بلاغة الإقناع في المناظرة، الرباط، دار الأمان، 2013م.
- 19) عبد الحميد، محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 1997م.
- 20) عبد العزيز، بركات، مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012م.
- 21) عبد اللطيف، عماد، تحليل الخطاب بين بلاغة الجمهور وسيميائية الأيقونات الاجتماعية، مجلة فصول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ع83، 2012م.
- 22) العسكري، أبو هلال، الصناعتين، تحقيق: علي البجاوي، ومحمد أبو الفضل، المكتبة العصرية، بيروت، 1998م.
- 23) العضيبي، أحمد، مستويات اللغة الإعلامية، مؤتمر الإعلام الجديد واللغة العربية، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، مج1، 2019م.
- 24) علي، فودة، اللغة العربية الإعلامية وتطبيقاتها العملية، مكتبة المتنبي، الدمام، 2018م.
- 25) فوكو، ميشال، حفريات المعرفة، ترجمة: سالم يفوت، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 1968م.
- 26) القعاري، محمد، نظريات الاتصال، رؤى فلسفية وتطبيقات عملية، مكتبة الرشد، الرياض، 2019م.
- 27) لحويدي، عبد العزيز، الأسس النظرية لبناء شبكات قرائية للنصوص الحجاجية، عالم الكتب الحديث، إربد، 2010م.
- 28) لونق، باول، و وول، تيم، الدراستات الإعلامية، النصوص والمعاني الإعلامية، القاهرة، ترجمة: هدى عبد الرحيم ونرمين عبد الرحمن، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2017م.
- 29) المحارب، سعد، الإعلام الجديد في السعودية، دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، جداول، الرياض، 2011م.
- 30) المزهرة، منال، نظريات الاتصال، دار المسيرة، عمّان، 2018م.
- 31) مزيان، أمينة، وزواقة، بدر الدين، الرسالة الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية لعينة من صفحات الفايسبوك، مجلة المعيار، جامعة الحاج لخضر، باتنة، مج25، ع53، 2021م.
- 32) المغامسي، أمال، تقنيات الخطاب الإقناعي في الإعلام الجديد، تويتر أنموذجا، كتاب مؤتمر الإعلام الجديد واللغة العربية، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، مج3، 2019م.
- 33) مكدونيل، ديان، مقدمة في نظرية الخطاب، ترجمة: عز الدين إسماعيل، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001م.



- (34) الموسوي، عقيل، والربيعي، فاطمة، توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق القيم: دراسة تحليلية لصفحتي وزارة الثقافة والسياحة والآثار ووزارة العمل والشؤون الاجتماعية على الفيس بوك، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، العراق، ع53، 2021م.
- (35) الموسى، مشاري، الحجج والتمثلات في الخطاب الرقمي لوزارة الصحة السعودية في مواجهة انتشار وباء كورونا، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، جامعة الكويت، الكويت، ع181، 2021م.
- (36) الموسى، مشاري، نحو بلاغة إقناع رقمية تنظيرا وتطبيقا: تويتر نموذجا: دراسة في ضوء نظرية أرسطو، مكة المكرمة، مجلة جامعة أم القرى لعلوم اللغات وآدابها، السعودية، ع6، 2016م.
- (37) ميرثي، ديراج، التواصل الاجتماعي في عصر تويتر، ترجمة: محمد عبد الحميد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014م.
- (38) يقطين، سعيد، تحليل الخطاب الروائي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 1997م.
- (39) صحيفة نافذة مصر:

<https://egyptwindow.net/article/4865800>

(40) موقع وزارة الثقافة السعودية:

<https://www.moc.gov.sa/ar>

(41) وكالة الأنباء السعودية:

<https://sp.spa.gov.sa/viewfullstory.php?lang=ar&newsid=2422303>

Arabic References

- 1) Ibyr, Bashir, Istithmār 'ulūm al-lughah al-'Arabīyah fī taḥlīl al-khiṭāb al-'lāmī, Majallat al-lughah al-'Arabīyah, al-Majlis al-A'lá lil-lughah al-'Arabīyah, al-Jazā'ir, I 23, 2009, (in Arabic).
- 2) Ibyr, Bashir, al-Ṣūrah fī al-khiṭāb al-'lāmī, al-Jazā'ir, al-Multaqá al-dawli al-khāmis, al-sīmiyā' & al-naṣṣ al-Adabī, Jami'at Baskarah, al-Jazā'ir, 2008, (in Arabic).
- 3) al-Amīn, Muḥammad Sālim, al-Ḥajjāj fī al-balāghah al-mu'āṣirah, baḥth fī Balāghat al-naqd al-mu'āṣir, Dār al-Kitāb al-jadīd, Lubnān, 2008, (in Arabic).
- 4) al-Amīn, Muḥammad Sālim, Mafhūm al-Ḥajjāj 'inda byrlmān & taṭawwuruh fī al-balāghah al-mu'āṣirah, Majallat fikr & naqd, al-Kuwayt, V 28, I 3, 2000, (in Arabic).
- 5) Brwtwn, Filīb, al-Ḥajjāj fī al-tawāṣul, tarjamat : Muḥammad Mashbāl, w'bdālwāḥd al-Tuhāmī, al-Markaz al-Qawmī lil-Tarjamah, al-Qāhirah, 2013, (in Arabic).



- 6) Brwtwn, Filīb, al-Ḥajjāj fī al-tawāṣul, tr. Muḥammad Mashbāl, w'bdālwāhd al-Tuhāmī, al-Markaz al-Qawmī lil-Tarjamah, al-Qāhirah, 2013, (in Arabic).
- 7) Brwtwn, Filīb, wjwtyyh, jil, Tārīkh naẓariyāt al-Ḥajjāj, tarjamat : Muḥammad Ṣāliḥ al-Ghāmīdī, Markaz al-Nashr al- 'Ilmī, Jāmi'at al-Malik 'Abd-al- 'Azīz, al-Sa'ūdīyah, 2011, (in Arabic).
- 8) ḥisāb al-Markaz al-Sa'ūdī lāsttlā'āt al-ra'y, (in Arabic), Lnk
https://twitter.com/SCOP_SA/status/1666467692314865669?s=20, (in Arabic).
- 9) Ḥamdāwī, Jamīl, min al-Ḥajjāj ilā al-balāghah al-Jadīdah, Afrīqiyā al-Sharq, al-Dār al-Baydā', 2014, (in Arabic).
- 10) Khalīl, Maḥmūd, intāj al-lughah fī al-nuṣūṣ al- 'Ilmīyah, al-Dār al- 'Arabīyah lil-Nashr & al-Tawzī', al-Qāhirah, 2002, (in Arabic).
- 11) al-Duraydī, Sāmīyah, al-Ḥajjāj fī al-shi'r al- 'Arabī al-qadīm min al-Jāhiliyah ilā al-Quranī al-Thānī lil-Hijrah : binyatuhu & asālibuh, 'Ālam al-Kutub al-ḥadīth, al-Urdun, 2008, (in Arabic).
- 12) al-Zahrānī, Aḥmad Qirrān, Ittijāhāt Mu'allimī al-Ta'lim al- 'āmm fī al-Sa'ūdīyah Naḥwa wasā'il al-tawāṣul al-ijtimā'ī ka-maṣādir ll'khabār & al-Ma' lūmāt : tūwītar anmūdhanjan dirāsah waṣfiyah mash'īyah, al-Majallah al-Jazā'irīyah li-Buḥūth al- 'Ilām & al-ra'y al- 'āmm, al-Jazā'ir, V 4, I 1, 2021, (in Arabic).
- 13) al-Sibā'ī, Maysūn, Mushāraḳat al-jumhūr fī wasā'il al-tawāṣul al-ijtimā'ī athna' kwfyd 19, ḥisāb Wizārat al-Ṣiḥḥah al-Sa'ūdīyah fī tūwītar anmūdhanjan, al-Majallah al-Jazā'irīyah li-Buḥūth al- 'Ilām & al-ra'y al- 'āmm, al-Jazā'ir, V 4, I 1, 2021, (in Arabic).
- 14) al-Suwaylim, Nawāl, al-ashkāl al-adabīyah al-Wajīzah fī faḍā' tūwītar, al-Markaz al-Thaqāfi al- 'Arabī, al-Maghrib, 2017, (in Arabic).
- 15) Ṣaḥīfat Nāfidhah Miṣr: <https://egyptwindow.net/article/4865800>
- 16) Shi'r Allāh, Muḥammad Sālim, al-tawāṣul al-Thaqāfi lil-ṣūrah al-mar'īyah, 'Ālam al-Kutub al-ḥadīthah, al-Urdun, 2009, (in Arabic).
- 17) Ṣūlah, 'Abd Allāh, al-Ḥajjāj: aṭrḥ & munṭalaqātuhu & taqniyātuh, ḍimna Kitāb al-Ḥajjāj fī al-taqālīd al-Gharbiyah min Aristū ilā al-yawm, Jāmi'at al-Ādāb & al-Funūn & al- 'Ulūm al-Insāniyah, Kulliyat al-Ādāb Manūbah, Tūnis, N D. (in Arabic).
- 18) Ṣūlah, 'Abd Allāh, fī Naẓariyāt al-Ḥajjāj: Dirāsāt & taṭbīqāt, Miskiliyānī lil-Nashr, Tūnis, 2011, (in Arabic).



- 19) 'Ādil, 'Abd al-Laṭīf, Balāghat al-Iqnā' fi al-Munāzarah, al-Rabāṭ, Dār al-Amān, 2013, (in Arabic).
- 20) 'Abd al-Ḥamīd, Muḥammad, naẓariyāt al-I'lām & ittijāhāt al-ta'thīr, 'Ālam al-Kutub, al-Qāhirah, 1997, (in Arabic).
- 21) 'Abd al-'Azīz, Barakāt, Manāhij al-Baḥth al-I'lāmī : al-uṣūl al-naẓariyah & mahārāt al-taṭbīq, Dār al-Kitāb al-ḥadīth, al-Qāhirah, 2012, (in Arabic).
- 22) 'Abd al-Laṭīf, 'Imād, taḥlīl al-khiṭāb bayna Balāghat al-jumhūr wsymyā'yh al'yqwnāt al-ijtimā'iyah, Majallat fuṣūl, al-Hay'ah al-Miṣriyah al-'Āmmah lil-Kitāb, al-Qāhirah, 1 83, 2012, (in Arabic).
- 23) al-'Askarī, Abū Hilāl, al-ṣinā'atayn, Ed. 'Alī al-Bajāwī, & Muḥammad Abū al-Faḍl, al-Maktabah al-'Aṣriyah, Bayrūt, 1998, (in Arabic).
- 24) al-'ḍyb, Aḥmad, mustawayāt al-lughah al-I'lāmīyah, Mu'tamar al-I'lām al-jadīd & al-lughah al-'Arabīyah, al-Jāmi'ah al-Islāmīyah, al-Madīnah al-Munawwarah, V 1, 2019, (in Arabic).
- 25) 'Alī, Fawdah, al-lughah al-'Arabīyah al-I'lāmīyah & taṭbīqātuhā al-'amaliyah, Maktabat al-Mutanabbī, al-Dammām, 2018, (in Arabic).
- 26) Fūkū, Mishāl, Ḥafriyāt al-Ma'rifah, tarjamat : Sālim Yafūt, al-Markaz al-Thaqāfi al-'Arabī, al-Dār al-Bayḍā', 1968, (in Arabic).
- 27) alq'āry, Muḥammad, naẓariyāt al-ittiṣāl, Ru'ā falsafīyah & taṭbīqāt 'amaliyah, Maktabat al-Rushd, al-Riyāḍ, 2019, (in Arabic).
- 28) lḥwydq, 'Abd al-'Azīz, al-Usus al-naẓariyah li-bina' Shabakāt qirā'iyah lil-nuṣūṣ al-ḥijājiyah, 'Ālam al-Kutub al-ḥadīth, Irbid, 2010, (in Arabic).
- 29) lwnq, bi-awwal, wa wwl, Tayyim, al-Dirāsāt al-I'lāmīyah, al-nuṣūṣ & al-ma'ānī al-I'lāmīyah, al-Qāhirah, tr. Hudā 'Abd al-Raḥīm wnrmy n 'Abd al-Raḥmān, al-Majmū'ah al-'Arabīyah lil-Tadrīb & al-Nashr, al-Qāhirah, 2017, (in Arabic).
- 30) al-Muḥārib, Sa'd, al-I'lām al-jadīd fi al-Sa'ūdīyah, dirāsah taḥlīliyah fi al-muḥtawā al-ikhbārī lil-rasā'il al-naṣṣīyah al-qaṣīrah, Jadāwil, al-Riyāḍ, 2011, (in Arabic).
- 31) almzāhrh, Manāl, naẓariyāt al-ittiṣāl, Dār al-Masīrah, 'Ammān, 2018, (in Arabic).



- 32) Mizyān, Amīnah, wzwāqh, Badr al-Dīn, al-Risālah al-ṣiḥḥiyah ‘abra mawāqi‘ al-tawāṣul al-ijtimā‘ī, dirāsah taḥlīliyah l’yyinh min Ṣafahāt alfāysbwk, Majallat al-Mi‘yār, Jāmi‘at al-Ḥājj Lakhḍar, Bātnah, V 25, I 53, 2021, (in Arabic).
- 33) al-Mughāmsī, Āmāl, Tiqniyāt al-khiṭāb al’qnā‘y fi al-lām al-jadīd, tūwītar anmūdḥajan,, Kitāb Mu‘tamar al-lām al-jadīd & al-lughah al-‘Arabīyah, al-Jāmi‘ah al-Islāmīyah, al-Madīnah al-Munawwarah, V 3, 2019, (in Arabic).
- 34) mkdwnyl, Dayān, muqaddimah fi Naẓariyat al-khiṭāb, tr. ‘Izz al-Dīn Ismā‘īl, al-Maktabah al-Akādīmīyah, al-Qāhirah, 2001, (in Arabic).
- 35) al-Mūsawī, ‘Aqīl, wālrbīy, Fāṭimah, Tawzīf mawāqi‘ al-tawāṣul al-ijtimā‘ī fi Taswīq al-Qayyim : dirāsah taḥlīliyah lṣfḥty Wizārat al-Thaqāfah & al-Siyāḥah & al-āthār & Wizārat al-‘amal & al-Shu‘ūn al-ijtimā‘īyah ‘alā al-fis Būk, Majallat al-bāḥith al-lāmī, Jāmi‘at Baghdād, al-‘Irāq, I 53, 2021, (in Arabic).
- 36) al-Mūsá, Mashārī, al-ḥujaj & al-tamaththulāt fi al-khiṭāb al-raqmī li-Wizārat al-Ṣiḥḥah al-Sa‘ūdīyah fi muwājahat intishār wabā’ kwrwnā, Majallat Dirāsāt al-Khalij & al-Jazirah al-‘Arabīyah, Jāmi‘at al-Kuwayt, al-Kuwayt, I 181, 2021, (in Arabic).
- 37) al-Mūsá, Mashārī, Naḥwa Balāghat iqnā‘ raqmīyah tanzīran & taṭbīqan : tūwītar namūdḥajan : dirāsah fi ḍaw’ Naẓariyat Aristū, Makkah al-Mukarramah, Majallat Jāmi‘at Umm al-Qurā li-‘Ulūm al-lughāt & adābiḥā, al-Sa‘ūdīyah, I 6, 2016, (in Arabic).
- 38) myrthy, dyrāj, al-tawāṣul al-ijtimā‘ī fi ‘aṣr tūwītar, tarjamat : Muḥammad ‘Abd al-Ḥamīd, Dār al-Fajr lil-Nashr & al-Tawzī‘, al-Qāhirah, 2014, (in Arabic).
- 39) Yaqṭīn, Sa‘īd, taḥlīl al-khiṭāb al-riwā‘ī, al-Markaz al-Thaqāfī al-‘Arabī, al-Dār al-Bayḍā’, 1997, (in Arabic).
- 40) Mawqi‘ Wizārat al-Thaqāfah al-Sa‘ūdīyah, (in Arabic): <https://www.moc.gov.sa/ar>
- 41) Wakālat al-Anbā’ al-Sa‘ūdīyah, (in Arabic): <https://sp.spa.gov.sa/viewfullstory.php?lang=ar&newsid=2422303>

