

Stylistic Astonishment in Iraqi Digital News Headlines: Persuasion, Framing, and the Construction of Public Opinion

الدهشة الأسلوبية في العناوين الإخبارية الرقمية في العراق:
دراسة في الإقناع وصناعة الرأي العام

Ameina Hussein Farhan^{1,*}

¹ Al-Mansour University College, Baghdad, Iraq.

أمينة حسين فرحان^{1,*}

¹ كلية المنصور الجامعة, بغداد, العراق.

ABSTRACT

This study aims to examine the phenomenon of stylistic astonishment in the language of Iraqi digital news headlines and to demonstrate its role in enhancing persuasion and contributing to the formation of public opinion. The study is grounded in the hypothesis that the digital headline is no longer a neutral, informational, or merely referential function; rather, it has evolved into an independent, semantically dense discourse that produces impact, frames events, and directs audience reception prior to reading the body of the text.

The research adopts a descriptive-analytical methodology, drawing on stylistic and media discourse analysis approaches, through the examination of selected samples of headlines published on widely circulated Iraqi news platforms, including Al-Sumaria News, Shafaq News, and Al-Mada Newspaper. The findings reveal that stylistic astonishment manifests through multiple mechanisms, most notably: deviation and unexpected syntactic constructions, irony and contrast, exaggeration and fear appeal, metaphor and figurative imagery, ellipsis and condensation, as well as rhetorical structures (such as interrogatives, exclamations, and vocatives).

The study further demonstrates that these mechanisms are not employed solely to generate excitement and digital engagement; rather, they perform persuasive and directive functions by constructing a prior interpretive frame for the event and shaping both the emotional and cognitive responses of the audience. This, in turn, reinforces the role of the headline in directing attention, setting agendas, and forming public impressions.

The study recommends the necessity of fostering critical awareness among audiences toward headline discourse, as well as encouraging media institutions to balance stylistic attractiveness with professional responsibility.

الخلاصة

يهدف هذا البحث إلى دراسة ظاهرة الدهشة الأسلوبية في لغة العنوان الإعلامي الرقمي العراقي، وبيان دورها في تعزيز الإقناع والمساهمة في صناعة الرأي العام. وتنطلق الدراسة من فرضية مفادها أن العنوان الرقمي لم يعد وظيفة تعريفية أو إخبارية محايدة، بل تحوّل إلى خطاب مستقل كثيف الدلالة، يُنتج التأثير ويؤطر الحدث ويؤجّه تلقي الجمهور قبل قراءة المتن. واعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي بالاستناد إلى مقاربات الأسلوبية وتحليل الخطاب الإعلامي، من خلال تحليل نماذج مختارة من العناوين المنشورة في مواقع عراقية واسعة الانتشار هي: السومرية نيوز، شفق نيوز، وجريدة المدى. وقد كشفت النتائج أن الدهشة الأسلوبية تتجلى عبر آليات متعددة، أبرزها: الانزياح والتركييب غير المتوقع، المفارقة والتضاد، التهويل والتخويف، الاستعارة والصورة البلاغية، الحذف والتكثيف، والأساليب الإنشائية (الاستفهام والتعجب والنداء).

كما بينت الدراسة أن هذه الآليات لا تُستخدم لتحقيق الإثارة والتفاعل الرقمي فحسب، بل تمارس وظيفة إقناعية وتوجيهية من خلال بناء إطار تأويلي مسبق للحدث، وتشكيل الاستجابة الانفعالية والمعرفية للجمهور، بما يعزز دور العنوان في توجيه الاهتمام وترتيب القضايا وتكوين الانطباع العام. وتوصي الدراسة بضرورة تنمية الوعي النقدي لدى المتلقي تجاه خطاب العناوين، وتشجيع المؤسسات الإعلامية على تحقيق التوازن بين الجاذبية الأسلوبية والمسؤولية المهنية.

Keywords

الكلمات المفتاحية

عربية الإعلام، العنوان الإعلامي الرقمي، الدهشة الأسلوبية، الإقناع، التأطير الإعلامي

Media Arabic; Digital News Headline; Stylistic Astonishment; Persuasion; Media Framing

Received

استلام البحث

15/03/2026

Accepted

قبول النشر

09/04/2026

Published online

النشر الإلكتروني

10/05/2026

١. المقدمة

يُعدّ العنوان الإعلامي الرقمي بوابة النص الصحفي، وأحد أبرز أدوات التأثير في الإعلام المعاصر، إذ لم يعد يقتصر على وظيفة إخبارية محايدة، بل تحوّل إلى بنية لغوية موجزة تشتمل على جذب الانتباه واستدراج المتلقي وصناعة التفاعل الآني، عبر أنماط تعبيرية مقصودة تستثمر الإثارة والتشويق وتوليد الانفعال. وبذلك أصبح العنوان في كثير من الأحيان أكثر فاعلية من المتن الخبري نفسه؛ لأنه يمثل العتبة الأولى التي يستقبل القارئ من خلالها الحدث، ويُحدّد زاوية فهمه وتأويله قبل التوغّل في تفاصيل الخبر، وهو ما يجعل دراسة العنوان مدخلاً أساسياً لفهم آليات الاتصال والإقناع داخل الخطاب الإعلامي (شومان، ٢٠٠٧؛ فضل، ١٩٩٨).

ومع تطوّر الإعلام الرقمي واتساع دائرة الاستهلاك السريع للمحتوى عبر الهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي، ازدادت حاجة المؤسسات الإعلامية إلى صياغة عناوين مكثفة ذات طابع جذبي إغرائي، تستثمر ألفاظاً مفتاحية ذات حضور تداولي قوي مثل: "حصري" و"عاجل" و"صادم"، وهي مفردات لا تؤدي وظيفة إعلامية فحسب، بل تعمل كإشارات لغوية تستهدف التأثير المسبق في المتلقي وتوجيه انتباهه، بما يعزز احتمالية النقر والقراءة والمشاركة، ويُسهّم في تشكيل الموقف من الحدث قبل الاطلاع على تفاصيله (شومان، ٢٠٠٧؛ عزي، ٢٠١٣).

في هذا الإطار تبرز ظاهرة يمكن تسميتها بـ "الدهشة الأسلوبية" في لغة العناوين، بوصفها استراتيجية تعبيرية تقوم على الانزياح عن المؤلف وتوليد مفاجأة لغوية من خلال تراكيب غير متوقعة، أو شحنات دلالية قائمة على المفارقة والتحويل والتضاد والتكثيف، فضلاً عن استثمار الصورة البلاغية والاستعارة والاختزال، بهدف إنتاج ما يشبه "الصدمة الأسلوبية" التي تشدّ انتباه المتلقي وتدفعه إلى التفاعل مع الخطاب. وتعدّ هذه الظاهرة ذات صلة وثيقة بالبلاغة الحديثة التي تنظر إلى اللغة بوصفها أداة تأثير وتوجيه، لا مجرد أداة نقل للمعلومة (فضل، ١٩٩٨؛ المسدي، ١٩٩٣).

وتكتسب دراسة الدهشة الأسلوبية في الخطاب الإعلامي العراقي المعاصر أهمية خاصة؛ لأن العنوان الإعلامي الرقمي بات مكوناً مركزياً من مكونات صناعة الرأي العام عبر توجيه الاهتمام وترتيب الأولويات وبناء إطار تأويلي معين للحدث، بما يجعل العنوان أداة أسلوبية وإقناعية قادرة على التأثير في وعي الجمهور. ومن هنا يسعى هذا البحث إلى تقديم قراءة تحليلية تطبيقية لعينة من العناوين المنشورة في مواقع عراقية واسعة الانتشار هي: السومرية نيوز، شفق نيوز، وجريدة المدى؛ للكشف عن آليات إنتاج الدهشة الأسلوبية ووظائفها الإقناعية ودورها في توجيه المتلقي وصناعة الرأي العام، بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والأسلوبي في تحليل البيانات وتصنيفها وتفسير نتائجها.

١.١ مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في أن العنوان الإعلامي الرقمي في الإعلام العراقي المعاصر لم يعد مجرد مدخل تعريفي للخبر أو أداة تلخيصية محايدة، بل تحوّل إلى خطاب مستقل يمتلك قدرة عالية على التأثير اللغوي والنفسي، من خلال توظيف استراتيجيات أسلوبية مقصودة تهدف إلى صناعة الدهشة وشدّ انتباه المتلقي، وتحفيزه على التفاعل، فضلاً عن توجيه استقباله للخبر وإنتاج موقف مسبق تجاه الحدث. وفي ضوء هذا التحول، أصبحت العناوين الرقمية تعتمد على مفردات منقاة وتراكيب مكثفة وآليات تعبيرية (كالانزياح والمفارقة والتحويل والاستعارة والحذف) من أجل تحقيق التأثير السريع، بما يسهم في توجيه التأويل والتأثير في اتجاهات الجمهور.

وعلى الرغم من اتساع حضور هذه الظاهرة في الخطاب الإعلامي العراقي الرقمي، فإن الدهشة الأسلوبية بوصفها استراتيجية لغوية إقناعية ما تزال بحاجة إلى دراسة علمية منهجية تكشف عن طبيعتها وآليات اشتغالها داخل العناوين العراقية، وتوضح صلتها بمنظومة الإقناع والتأطير الإعلامي، ودورها في إعادة تشكيل الوعي الجمعي وصناعة الرأي العام. ومن هنا يسعى البحث الحالي إلى معالجة هذه الإشكالية من خلال تحليل نماذج من العناوين الرقمية العراقية، بهدف الكشف عن آليات إنتاج الدهشة ووظائفها التأثيرية والإقناعية ضمن سياق إعلامي سريع التداول وعالي التفاعل.

٢.١ أهمية البحث

تتبع الأهمية العلمية لهذا البحث من كونه يقمّ دراسة تجمع بين الأسلوبية والبلاغة الحديثة والمعاصرة وتحليل الخطاب الإعلامي في إطار واحد، بما يتيح الكشف عن الدور الجديد للعنوان الإعلامي الرقمي بوصفه بنية لغوية مستقلة تتجاوز حدود الإخبار إلى التأثير والتوجيه. كما يسهم البحث في إرساء مفهوم "الدهشة الأسلوبية" داخل الدراسات الإعلامية واللغوية بوصفه مصطلحاً قابلاً للرصد والتحليل، والتقييم، من خلال تتبع آلياته اللغوية والبلاغية داخل العناوين الرقمية العراقية، وربطه بوظائف الإقناع والتأطير وصناعة الرأي العام، الأمر الذي يثري الدراسات المعاصرة في مجال اللغة والإعلام. أما الأهمية التطبيقية للبحث فتتمثل في إسهامه في فهم آليات التأثير الإعلامي في المجتمع العراقي، من خلال تحليل أدوات اللغة التي تعتمدها العناوين الرقمية في توجيه اهتمام الجمهور واستجاباتهم. كما يقدم البحث فائدة عملية للصحفيين والمحررين والمهتمين بالشأن الإعلامي عبر توضيح الأساليب المستخدمة في صياغة العناوين الجاذبة، وبيان الحدود الفاصلة بين الجاذبية الأسلوبية والمسؤولية المهنية، بما يساعد في تطوير خطاب إعلامي أكثر وعياً وتأثيراً دون الوقوع في التضليل أو التحويل غير المبرر.

٣.١. اهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى ما يأتي:

- أ. تحديد مفهوم "الدهشة الأسلوبية" في سياق العنوان الإعلامي الرقمي العراقي وبيان خصائصها.
- ب. الكشف عن آليات إنتاج "الدهشة الأسلوبية" في العناوين العراقية الرقمية.
- ت. تحليل أبرز الاستراتيجيات الأسلوبية المستخدمة في العناوين، مثل: الانزياح، المفارقة، التهويل، الاستعارة، الحذف، والأساليب الإنشائية.
- ث. بيان العلاقة بين "الدهشة الأسلوبية" و"الإقناع" من حيث توجيه القارئ وبناء موقف مسبق تجاه الحدث.
- ج. توضيح دور "الدهشة الأسلوبية" في التأطير الإعلامي وكيفية تأثيرها في تفسير الحدث.
- ح. استكشاف أثر لغة العنوان الخبري في صناعة الرأي العام ضمن البيئة الرقمية العراقية.
- خ. تقديم نماذج تحليلية تطبيقية لعناوين منشورة في مواقع عراقية مختارة بهدف الوصول إلى نتائج قابلة للتعميم.

٤.١. أسئلة البحث

ينطلق البحث من سؤال رئيس هو: كيف تتجلى "الدهشة الأسلوبية" في لغة العناوين الإعلامية الرقمية العراقية، وما دورها في الإقناع وصناعة الرأي العام؟ ويفرغ عنه الأسئلة الآتية:

- أ. ما المقصود بـ الدهشة الأسلوبية في العنوان الإعلامي الرقمي؟ وما خصائصها؟
- ب. ما أبرز آليات الدهشة الأسلوبية المستخدمة في العناوين العراقية الرقمية؟
- ت. كيف يتم توظيف الانزياح والتركيب غير المتوقع لإنتاج الدهشة في العنوان؟
- ث. ما دور "المفارقة" و"التضاد" في تحقيق الدهشة الأسلوبية؟
- ج. كيف تُستخدم آليات "التهويل" و"التخويف" و"التهديد" بوصفها وسائل تأثير وإقناع؟
- ح. ما أثر "الاستعارة" و"الصورة البلاغية" في تضخيم الحدث وتوجيه تفسيره؟
- خ. كيف يعمل "الحذف" و"التكثيف" و"الإيجاز" على خلق فجوة معلوماتية تحفز النقر والتفاعل؟
- د. إلى أي مدى تُسهم الأساليب الإنشائية (الاستفهام/التعجب/النداء) في رفع الجذب وإنتاج التأثير؟
- ذ. ما العلاقة بين الدهشة الأسلوبية و"التأطير الإعلامي"؟
- ر. كيف يسهم العنوان المدهش في توجيه المتلقي وصناعة الرأي العام داخل البيئة الرقمية العراقية؟

٥.١. فرضيات البحث

تنتقل الدراسة من مجموعة فرضيات تسعى إلى اختبارها عبر التحليل الأسلوبي والخطابي للعناوين الإعلامية الرقمية العراقية. وتقتضد الدراسة أن الدهشة الأسلوبية تمثل استراتيجية تأثيرية مقصودة في بناء العنوان الرقمي، وأن هذه الدهشة تتحقق عبر آليات لغوية وبلاغية متعددة تسهم في توجيه المتلقي وصناعة استجابته الأولية للخبر، بما يعكس على عملية التأويل وعلى تشكيل الانطباع العام والرأي. وتتحدد فرضيات البحث بالآتي:

- أ. تعتمد العناوين الإعلامية الرقمية العراقية على "الدهشة الأسلوبية" بوصفها استراتيجية تأثيرية تهدف إلى جذب الانتباه وتحفيز التفاعل.
- ب. تتحقق الدهشة غالباً عبر آليات مثل: الانزياح، التهويل، المفارقة، الاستعارة، والاختزال/التكثيف.
- ت. يؤدي العنوان المدهش دوراً مباشراً في تهيئة القارئ لتأويل الخبر ضمن إطار يخدم الاتجاه التحريري للمؤسسة الإعلامية.

٦.١. حدود البحث

ترتسم حدود البحث وفق أربعة مستويات رئيسة، بما يضمن وضوح الإطار الذي تعمل ضمنه الدراسة:

- أ. الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على تحليل الدهشة الأسلوبية في العنوان الإعلامي الرقمي العراقي وبيان علاقتها بالإقناع وصناعة الرأي العام.
- ب. الحدود الزمنية: تغطي الدراسة المدة من عام ٢٠٢٢ إلى عام ٢٠٢٥ بوصفها مدة حديثة ترتبط بنمو الخطاب الرقمي وتنامي ظاهرة العناوين الجاذبة (الموضوع الرائج) (أو الترنذ). (Trend)
- ت. الحدود المكانية: تتحصر الدراسة في الإعلام العراقي الرقمي من خلال مواقع إلكترونية إخبارية عراقية محلية مختارة.
- ث. حدود العينة: تعتمد الدراسة عينة تتراوح بين (٢٥-٣٠) عنواناً تُجمع من المواقع المختارة وتُصنّف وفق موضوعاتها وآليات الدهشة فيها.

٧.١. منهجية البحث

اعتمدت الدراسة منهجاً متكاملًا يتناسب مع طبيعة موضوعها، يجمع بين التحليل الثيمي (Thematic analysis)، والتحليل اللغوي الأسلوبي والتحليل الخطابية الإعلامي؛ إذ تُحلَّل العناوين بوصفها وحدات لغوية قصيرة عالية الكثافة الدلالية، ذات وظيفة إقناعية وتأثيرية. ويقوم هذا المنهج على وصف الظاهرة ورصد آلياتها، ثم تفسير أثرها في التوجيه والتأطير وصناعة الرأي. ويتكون منهج البحث من:

- المنهج الوصفي التحليلي: لوصف ظاهرة الدهشة الأسلوبية وتحليلها لغوياً ودلالياً.
- المنهج الثيمي: في تحزّي وتتبع ثيمة ورصد "الدهشة الأسلوبية" وتكوين الذخيرة النصية Corpus وتحليلها ثيمياً.
- المنهج الأسلوبي: لتحليل البنى المنتجة للدهشة على مستوى المعجم، والتركيب والدلالة والانزياح.
- تحليل الخطاب الإعلامي: لتفسير الوظيفة الإقناعية والتأطيرية للعناوين وعلاقتها بصناعة الرأي العام.

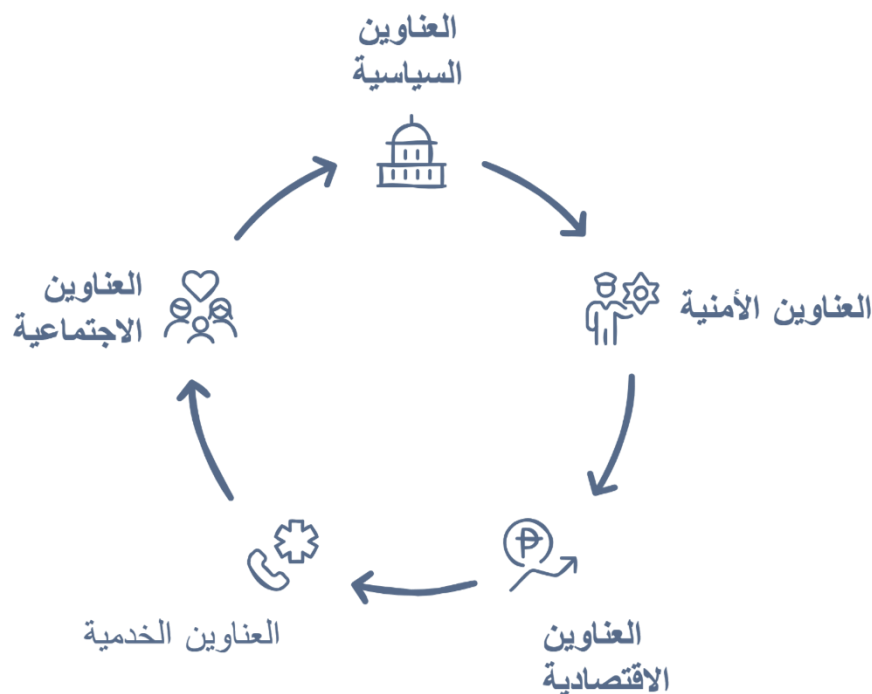
٨.١. مجتمع البحث والعينة

اولاً: مجتمع البحث / يتألف مجتمع البحث من العناوين الإعلامية الرقمية المنشورة في مواقع إخبارية عراقية مختارة ضمن المدة الزمنية المحددة للدراسة، بوصفها تمثل البيئة الأكثر انتشاراً وتداولاً للعناوين ذات الطابع التأثيري.

ثانياً: العينة / اعتمدت الدراسة عينة من العناوين الرقمية (قصديّة/عشوائية منظمة بحسب آلية الجمع) تراوحت بين (٢٥-٣٠) عنواناً، مع مراعاة التنوع الموضوعي لضمان تمثيل واقعي لخطاب العناوين العراقية. وتوزعت العينة على المجالات الآتية:

- عناوين سياسية
- عناوين أمنية
- عناوين اقتصادية
- عناوين خدمية
- عناوين اجتماعية

ولتوضيح توزيع عينة الدراسة بصورة أكثر دقة، تم تصنيف العناوين الإعلامية الرقمية وفقاً لمجالاتها الموضوعية الخمسة (السياسية، الأمنية، الاقتصادية، الخدمية، والاجتماعية)، بما يضمن التنوع الموضوعي وتمثيل خصائص الخطاب الإعلامي العراقي الرقمي بصورة واقعية. ويبين الشكل الآتي توزيع العينة بحسب هذه المجالات.



الشكل (١): توزيع عينة الدراسة حسب المجالات الموضوعية للعناوين الإعلامية الرقمية.

٢. المبحث الاول: الإطار المفاهيمي والنظري

١.٢ مفهوم العنوان الإعلامي الرقمي ووظائفه

يُعدّ العنوان جزءاً بنوياً أساسياً في النص الصحفي، ويكتسب في البيئة الرقمية أهمية مضاعفة مقارنةً بالإعلام التقليدي؛ لأنه يمثل أول نقطة تماس بين المتلقي والنص، كما أنه يشكل "عتبة قرائية" تتحكم غالباً في قرار القارئ: هل يقرأ الخبر أم يتجاوزه. وفي السياق الرقمي، لا يُنظر إلى العنوان بوصفه مجرد تلخيص لمضمون الخبر، بل باعتباره وحدة خطابية مستقلة ذات قوة تداولية وتأثيرية، تعمل على تثبيت زاوية الفهم وتوجيه عملية التأويل قبل الدخول إلى المتن، وهو ما يجعل دراسة العناوين مدخلاً لفهم آليات التأثير والإقناع في الخطاب الإعلامي (شومان، ٢٠٠٧؛ عزّي، ٢٠١٣).

ويمكن تعريف العنوان الإعلامي الرقمي بأنه: صياغة لغوية مكثفة تُقدّم في مقدمة الخبر الرقمي بهدف الإعلان عن الحدث وإثارته وتوجيه المتلقي إليه، عبر تقنيات لغوية وجمالية قادرة على شد الانتباه واستدعاء رد فعل سريع. وتستند هذه الصياغة عادةً إلى الاقتصاد اللغوي والتركيز الشديد، لأن طبيعة التلقي الرقمي تقوم على السرعة والتصفح المتقطع، مما يجعل العنوان مساحة تنافسية لاستقطاب القارئ. وتتعدد وظائف العنوان في الخطاب الإعلامي الرقمي، ويمكن تلخيص أبرزها فيما يأتي:

أ. الوظيفة الإخبارية/التعريفية: وفيها يقدم العنوان خلاصة سريعة للحدث أو يعلن عنه بأقصر صياغة ممكنة، وهي الوظيفة التقليدية للعناوين.

ب. الوظيفة التوجيهية (التأطير): حيث يوجه العنوان طريقة فهم الخبر، ويصوغ إطاراً تفسيرياً يجعل القارئ يميل إلى قراءة الحدث من زاوية محددة، وقد يتم ذلك عبر ألفاظ تقييمية مثل: أزمة، كارثة، صادم، فضيحة... إلخ (شومان، ٢٠٠٧؛ عزّي، ٢٠١٣).

ت. الوظيفة الإغرائية/الجاذبية: وهي من أبرز وظائف العنوان الرقمي؛ إذ يتأسس العنوان على إغراء القارئ وإثارة الفضول ودفعه إلى النقر، عبر ألفاظ مفتاحية ذات شحنة تداولية مثل: "حصري"، "عاجل"، "بالأرقام"، "تفاصيل"، "لن تصدق" ... وغيرها (شومان، ٢٠٠٧).

ث. الوظيفة الإقناعية/التأثيرية: يؤدي العنوان دوراً في صناعة موقف مسبق لدى المتلقي تجاه الحدث، من خلال اختيار المفردات، وتوجيه الانفعال، وبناء صورة تأويلية عن الخبر، وهو ما يجعله أداة بلاغية تداولية مؤثرة وليس مجرد مكون شكلي (فضل، ١٩٩٨؛ المسدي، ١٩٩٣).

٢.٢ الدهشة الأسلوبية: المفهوم والتطور

ترتبط "الدهشة" في المجال اللغوي والأدبي بفعل المفاجأة وكسر المتوقع، وإحداث توتر دلالي أو جمالي لدى المتلقي. وقد عالجت البلاغة العربية القديمة مفهوم الإدهاش ضمن مباحث متعددة مثل الغرابة، والعدول، وحسن التعليل، والتخييل، وهي مفاهيم تتقاطع مع ما تسميه الأسلوبية الحديثة بـ "الانزياح" عن المعيار المألوف في التعبير، بوصفه خرقاً مقصوداً للسائد في البنية اللغوية من أجل تحقيق أثر جمالي وتأثيري (فضل، ١٩٩٨؛ المسدي، ١٩٩٣).

ويمكن تعريف الدهشة الأسلوبية بأنها: أثر لغوي جمالي يتولد نتيجة توظيف الكاتب أو المنتج الخطابي لبنية تعبيرية غير مألوفة (صوتياً أو تركيبياً أو دلالياً)، بما يؤدي إلى مفاجأة المتلقي وتحريك انتباهه ورفع حساسيته للتلقي. ومن الناحية النظرية، تتأسس الدهشة الأسلوبية على ثلاث ركائز رئيسية:

أ. الانزياح الأسلوبية: وهو الخروج المقصود عن الصياغة المعيارية في اللغة، سواء على مستوى التركيب أو الدلالة أو الصورة البلاغية، بما يخلق مسافة بين المتوقع والمتحقق، فتنتج الدهشة بوصفها نتيجة لهذا التباعد (فضل، ١٩٩٨).

ب. المفارقة والتوتر الدلالي: حيث يُبنى العنوان على تضاد أو مفارقة أو تركيب يدمج مستويين متعارضين (مثل الجمع بين "مفاجأة" و"كارثة")، فتتحقق الدهشة لأن القارئ يُجبر على إعادة التأويل بسرعة نتيجة الصدمة الدلالية (المسدي، ١٩٩٣).

ت. الاقتصاد الشديد والتكثيف: في العناوين الرقمية على وجه الخصوص، تظهر الدهشة نتيجة ضغط المعنى داخل كلمات قليلة، فتتحول اللغة إلى ما يشبه "شحنة دلالية مركزة" تستهدف إثارة الاستجابة وتحفيز التفاعل، وهو ما ينسجم مع طبيعة التلقي الرقمي السريع وقابلية العناوين للتداول الفوري (شومان، ٢٠٠٧؛ عزّي، ٢٠١٣).

وتطور مفهوم الدهشة من كونه قيمة جمالية مرتبطة بالنص الأدبي إلى كونه أداة تواصلية/تأثيرية داخل الخطابات الحديثة ومنها الخطاب الإعلامي الرقمي؛ ففي السياق المعاصر توظف الدهشة لأغراض تتجاوز المتعة الجمالية، لتصبح وسيلة لجذب الانتباه وتوجيه الفهم ورفع التفاعل، أي أنها تتحول من "دهشة فنية" إلى "دهشة وظيفية" تخدم أهداف التأثير والإقناع وصناعة الرأي العام (شومان، ٢٠٠٧؛ فضل، ١٩٩٨).

٣.٢ الإقناع في الخطاب الإعلامي

يُعدّ الإقناع أحد المحاور المركزية في تحليل الخطاب الإعلامي؛ لأن الإعلام لا يقوم بوظيفة نقل المعلومات فقط، بل يؤدي دوراً مؤثراً في تشكيل اتجاهات الجمهور وبناء المواقف العامة. ويُعرّف الإقناع في الدراسات الخطابية بأنه: عملية لغوية. تواصلية تهدف إلى التأثير في مواقف المتلقي واتجاهاته عبر تقديم رسالة منظمة، توظف فيها استراتيجيات لغوية ونفسية تعمل على توجيه الفهم وصناعة الانطباع (شومان، ٢٠٠٧؛ عزّي، ٢٠١٣). ومن منظور التحليل الإعلامي، يرتبط الإقناع بمفهوم "السلطة الرمزية" التي تمارسها اللغة؛ إذ يجري توجيه الجمهور من خلال التسمية، والتأطير، والانتقاء، وترتيب المعلومات بما

يخدم منظوراً معيناً للحدث، وهو ما يجعل الإقناع في كثير من الأحيان غير مباشر، بل متخفياً داخل البنى التعبيرية والاختيارات المعجمية (إبراهيم و خليل، ٢٠٢٠). ويتجلى الإقناع في العنوان الإعلامي الرقمي عبر آليات متعددة، من أبرزها:

أ. التأطير الإعلامي (التوجيه): تقديم الحدث داخل إطار تفسيري محدد يوجّه إدراك المتلقي.

ب. لتقييم اللغوي: استخدام ألفاظ مشحونة مثل: (فضيحة، صادم، خطر، كارثة...).

ت. التكرار والتراكم: تكرار نمط لغوي محدد في العناوين لترسيخ صورة ذهنية عن القضية أو الجهة.

ث. لاستتارة الانفعالية: إثارة الخوف أو الغضب أو الدهشة بوصفها محركات للتفاعل.

ج. لاختزال والإيجاز: خلق "فراغ معرفي" يدفع القارئ إلى البحث أو النقر أو التفاعل (شومان، ٢٠٠٧؛ عزّي، ٢٠١٣).

ومن هنا، فإن الإقناع في العناوين الرقمية لا يعتمد على "الحجاج" Argumentation المنطقي الصريح بقدر ما يعتمد على الإقناع الانفعالي والاستباقي، أي صناعة موقف أولي لدى القارئ قبل قراءة الخبر، وهو ما يفسر شيوع العناوين المدهشة ذات الصيغ الصادمة أو المثيرة في الخطاب الإعلامي الرقمي.

٤.٢. العنوان بوصفه أداة لصناعه الرأي العام

ترتبط فكرة صناعة الرأي العام بوظيفة الإعلام في ترتيب أولويات الاهتمام العام، وتحديد القضايا الأكثر حضوراً في وعي الجمهور. وتشير الدراسات الإعلامية العربية إلى أن وسائل الإعلام لا تحدد بالضرورة "ماذا يفكر الناس"، لكنها تؤثر في تحديد "ما الذي ينبغي أن يفكروا فيه" عبر إبراز قضايا محددة وتكرارها وتقديمها في صدارة الاهتمام (الاتجاهات الحديثة في دراسات وضع الأجندة في العالم العربي، ٢٠١٧؛ نظرية ترتيب الأولويات، ٢٠١٦). وفي هذا السياق يعمل العنوان الإعلامي الرقمي بوصفه أداة تصنيف وترتيب وتوجيه؛ لأن القارئ غالباً ما يمر بسرعة على قائمة العناوين قبل قراءة التفاصيل، مما يجعل العنوان منتجاً للرأي من خلال ثلاث وظائف رئيسية:

أ. تحديد القضية العامة: إبراز أحداث معينة بوصفها الأكثر أهمية، وتهتمش أحداث أخرى.

ب. توجيه زاوية القراءة: تأطير الحدث عبر المفردات والتقييم: هل هو "إنجاز" أم "فضيحة"؟ هل هو "أزمة" أم "حل"؟

ت. بناء الانطباعات الجمعي: لأن العناوين أكثر تداولاً من النصوص الكاملة، فإنها تنتشر جماهيرياً عبر المشاركة وإعادة النشر والتعليق، بما يجعلها فاعلاً أساسياً في تشكيل الوعي الاجتماعي (إبراهيم و خليل، ٢٠٢٠؛ شومان، ٢٠٠٧).

وبذلك يمكن القول إن العنوان الإعلامي الرقمي يمثل نقطة التقاء بين اللغة والتأثير والرأي العام؛ فهو ليس بنية لغوية شكلية، بل منظومة دلالية متعمدة تحمل توجيهاً وصورة عن الواقع. ومن هنا تظهر أهمية دراسة "الدهشة الأسلوبية" في العناوين العراقية؛ لأنها تمثل أحد أهم محركات التأثير وصناعة التفاعل والإقناع داخل المجال الرقمي.

٣. المبحث الثاني: آليات الدهشة الأسلوبية في العناوين العراقية الرقمية

تعدّ الدهشة الأسلوبية في العناوين الإخبارية الرقمية من الظواهر التي تتأسس على كسر المتوقع وإحداث انفعال لغوي سريع لدى المتلقي، عبر صيغ مختزلة لكنها عالية التأثير. فالعنوان الرقمي لا يُنتج الدهشة بوصفها وظيفة جمالية فقط، بل يوظفها كألية تداولية تهدف إلى شدّ الانتباه، وصناعة التفاعل، وتوجيه الاستقبال قبل قراءة المتن (شومان، ٢٠٠٧؛ عزّي، ٢٠١٣). ويتحقق الدهشة الأسلوبية في العناوين العراقية الرقمية عبر عدد من الآليات اللغوية والبلاغية التي تتنوع بين الانزياح والمفارقة والتحويل والاستعارة والحذف والأساليب الإنشائية، وهي آليات سنعرضها في المطالب الآتية.

١.٣. الدهشة عبر الانزياح والتركييب غير المتوقع

يُعدّ الانزياح من أبرز المفاهيم الأسلوبية التي تقوم على العدول المقصود عن الاستعمال اللغوي المعياري لإنتاج أثر جمالي وتعبيري مفاجئ. وقد تناولت البلاغة العربية هذا المعنى في سياقات متعددة مثل: الغرابة، والعدول، وإثارة الدهشة، بينما تُسميه الأسلوبية الحديثة "الخروج عن المألوف" في التركيب أو الدلالة (فضل، ١٩٩٨؛ المسدي، ١٩٩٣). وفي العنوان الرقمي العراقي، يظهر الانزياح عبر تشكيل تراكييب غير معتادة أو بنيات مقطّعة ذات إيقاع سريع (...)، أو عبر تقديم وتأخير يخلق شحنة مفاجئة، مثل:

أ. "في بغداد... مفاجأة تقلب الموازين!"

ب. "بعد ساعات... حدث غير متوقع!"

إن هذا النوع من التراكييب لا يقدم الخبر بصورة تقريرية، بل يبني حالة انتظار وتأهب لدى المتلقي، ويُشعره بأن هناك حدثاً استثنائياً يتجاوز العادي، فيتحقق عنصر الدهشة بوصفه "نقطاً" عن النسق الخبري المألوف (شومان، ٢٠٠٧). وغالباً ما يخدم الانزياح التركيبي وظيفة التفاعل الرقمي من خلال رفع مستوى التشويق ودفع القارئ للنقر أو المشاركة.

٢.٣. الدهشة عبر المفارقة والتضاد

تقوم المفارقة بوصفها آلية أسلوبية على الجمع بين عنصرين متناقضين أو متباعيين دلاليًا داخل بنية قصيرة، بما يولد توترًا دلاليًا يثير الانتباه. ويمثل التضاد أحد أشكال المفارقة التي تعتمد الصدام بين المعنى الإيجابي والسلبي أو بين الهدوء والعنف أو بين الاستقرار والانتهيار (المسدي، ١٩٩٣؛ فضل، ١٩٩٨). وفي العناوين الرقمية العراقية تظهر المفارقة عبر صيغ مثل:

أ. "هدوء سياسي مفاجئ... قبل عاصفة مرتقبة!"

ب. "خبر سار... لكن الصدمة في التفاصيل!"

إن مثل هذه العناوين تُدخل القارئ فوراً في حالة تذبذب تأويلي: هل الحدث إيجابي أم سلبي؟ وهل هناك مفاجأة قادمة؟ وبذلك تتحقق الدهشة بوصفها مفاجأة دلالية تعتمد التوتر لا التوضيح. كما أن التضاد في العنوان يدفع المتلقي إلى توقع الأزمة، ويهيئه نفسياً لتلقي الخبر ضمن إطار مبني مسبقاً (عزّي، ٢٠١٣).

٣.٣. الدهشة عبر التهويل والتهديد والتخويف

تُعد آلية التهويل من أكثر الآليات استخداماً في العنوان الرقمي، لأنها تؤدي وظيفة سريعة في صناعة الانتباه وإثارة الانفعال، خصوصاً في السياقات السياسية والأمنية والاقتصادية. ويقوم التهويل على تضخيم الحدث عبر ألفاظ ذات شحنة عالية مثل: "كارثة"، "خطر كبير"، "تحذير عاجل"، "انهيار"، "منعطف خطير" (شومان، ٢٠٠٧؛ عزّي، ٢٠١٣).

وتتحقق هذه الآلية في عناوين مثل:

أ. "كارثة تلوح في الأفق... وتحذيرات عاجلة للعراقيين!"

ب. "تحذير خطير... العراق أمام منعطف!"

ويمتلك التخويف في العنوان الرقمي قوة تداولية كبيرة؛ لأنه يُشعر المتلقي بأن الحدث ليس عادياً، وأن تجاهله قد يسبب خسارة معرفية أو تهديداً نفسياً. كما أن التهويل غالباً ما يرتبط بالتأطير السلبي، حيث يُعاد تقديم القضية ضمن مشهد أزمة أو تهديد، حتى لو كان مضمون الخبر أقل حدة من العنوان (إبراهيم خليل، ٢٠٢٠).

٤.٣. الدهشة عبر الاستعارة والصورة البلاغية

تُعد الاستعارة من أهم الأدوات البلاغية المنتجة للدهشة، لأنها تقوم على نقل الحدث من مجاله الواقعي إلى مجال رمزي أو تخييلي، بما يخلق صورة ذهنية قوية تؤثر في المتلقي. فالاستعارة ليست تزييناً لغوياً في الخطاب الإعلامي، بل أداة تأثير لأنها تُعيد بناء الحدث داخل تصور انفعالي محدد (فضل، ١٩٩٨). ومن الأمثلة الشائعة:

أ. "زلزال سياسي يضرب المشهد العراقي!"

ب. "معركة اقتصادية جديدة... والأسعار تشتعل!"

فالاستعارة هنا تُحوّل حدثاً سياسياً إلى كارثة طبيعية (زلزال)، أو (معركة) وحوادث (اشتعال) وتُضخم أثره بصورة تمثيلية. كما أنها تقوم بوظيفة الدهشة من خلال النقل المفاجئ بين مجالين مختلفين: السياسة - الكوارث \ الاقتصاد - الحروب. وفي السياق الرقمي العراقي تُستثمر هذه الاستعارات لتسهيل تداول العنوان، وتكوين صور ذهنية ثابتة لدى الجمهور (شومان، ٢٠٠٧).

٥.٣. الدهشة عبر الحذف والتكثيف والإيجاز

تقوم هذه الآلية على خلق فجوة معلوماتية من خلال حذف عنصر أساسي من الخبر، مثل: الفاعل، أو القرار، أو سبب الحدث، مع الإبقاء على إشارات غامضة تثير الفضول. ويعمل الحذف هنا بوصفه تقنية تداولية تُحوّل العنوان إلى لغز صغير يحتاج إلى "استكمال" بالنقر أو القراءة (شومان، ٢٠٠٧). ومن نماذجها:

أ. "قرار مفاجئ... وهذه التفاصيل ستثير الجدل!"

ب. "تفاصيل صادمة... ما سيحدث الليلة!"

وتتسم العناوين الرقمية عادةً بالتكثيف، لأن بيئة التلقي الرقمي تقوم على التصفح السريع. لذلك يصبح الاختزال وسيلة فاعلة لإنتاج الدهشة: معنى كبير في كلمات قليلة. ويُعد الإيجاز هنا ليس ميزة أسلوبية فقط، بل وسيلة تأثير لأنها تُحرك رغبة القارئ في معرفة "المحذوف"، وتدفعه إلى الانخراط في عملية التلقي (عزّي، ٢٠١٣).

٦.٣. الدهشة عبر الأساليب الإنشائية (الاستفهام/التعجب/النداء)

تستثمر العناوين الرقمية الأساليب الإنشائية بوصفها أدوات لاستدعاء القارئ وإشراكه نفسياً وعاطفياً في الحدث. فالاستفهام لا يؤدي وظيفة السؤال الحقيقي، بل يُستخدم بوصفه استفهاماً إنكارياً أو تحريضياً أو تهويلياً. كما أن التعجب والنداء يرفعان من درجة الانفعال ويعززان التداول الاجتماعي للعنوان (شومان، ٢٠٠٧؛ عزّي، ٢٠١٣).

ومن أمثلة ذلك:

أ. الاستفهام: "هل وصلت الأزمة إلى هذه الدرجة؟"

ب. التعجب: "يا للعجب! قرار يهز الشارع!"

إن الوظيفة الأساسية لهذه الأساليب هي تحويل العنوان من صياغة تقريرية إلى صياغة تفاعلية، تجعل القارئ طرفاً في الخطاب، وتخلق علاقة مباشرة بين العنوان والمتلقي. وهو ما يفسر كثافة استعمالها في العناوين السياسية والأمنية والاجتماعية في الإعلام العراقي الرقمي.

يتضح مما سبق أن الدهشة الأسلوبية في العناوين الإخبارية العراقية الرقمية لا تتحقق عبر آلية واحدة، بل تتولد عبر شبكة من الأساليب اللغوية والبلاغية أبرزها: الانزياح، والمفارقة، والتهويل، والاستعارة، والحذف، والأساليب الإنشائية. وتمثل هذه الآليات أدوات فاعلة في صناعة الجذب والتفاعل داخل البيئة الرقمية، كما تمهد للانتقال نحو البعد الأهم في البحث، وهو بيان علاقتها بالإقناع والتأطير وصناعة الرأي العام، وهو ما سيتم تناوله في المبحث الثالث.

٤. المبحث الثالث: الدهشة الأسلوبية والإقناع وصناعة الرأي

تمثل الدهشة الأسلوبية في العنوان الإعلامي الرقمي ظاهرة تتجاوز حدود الجماليات اللفظية، لتصبح أداة تأثير مقصودة تعمل على تحريك انتباه المتلقي وتوجيه إدراكه للحدث منذ اللحظة الأولى. فالعنوان المدهش لا يكتفي بتحفيز النقر أو جذب القراءة، بل يساهم في تشكيل موقف مسبق لدى المتلقي، ويؤسس أفقاً معيناً للتأويل، ثم يرسخ هذا الأفق عبر التكرار والتأطير واستخدام اللغة المشحونة. ومن هنا، تبرز أهمية دراسة الدهشة الأسلوبية باعتبارها أحد أهم روافع الإقناع في الخطاب الإعلامي الرقمي، ولا سيما داخل السياق العراقي الذي يشهد تنافساً إعلامياً واسعاً وارتقاعاً في معدلات التلقي الرقمي (شومان، ٢٠٠٧؛ عزّي، ٢٠١٣).

١.٤. أثر الدهشة في توجيه التأويل

إن أول أثر تنتجه الدهشة الأسلوبية يتمثل في توجيه عملية التأويل؛ لأن المتلقي لا يتعامل مع الخبر بوصفه نصاً محايداً، بل يستقبل الحدث ضمن بنية لغوية توجهه نفسياً وفكرياً. فالدهشة تخلق "صدمة لغوية" تجعل القارئ يتوقف، ثم يبحث عن تفسير سريع؛ لماذا صيغ العنوان بهذه الطريقة؟ ما الذي يراد بإصاحه؟ هذا التوتر الاستقبالي يدفع المتلقي إلى قراءة الخبر ضمن إطار تفسير مسبق، قد يكون إيجابياً أو سلبياً أو توجيهياً. ويعد هذا التوجيه نوعاً من "الإقناع الاستباقي" Pre-emptive persuasion، حيث تتشكل القناعة قبل استيعاب التفاصيل، وذلك لأن العنوان يوصل رسالة ضمنية:

أ. الحدث كارثي/مخيف

ب. الحدث فضائحي/صادم

ت. الحدث استثنائي/غير مسبوق

وبذلك، تؤدي الدهشة وظيفة تداولية تتمثل في إعادة ترتيب علاقة القارئ بالنص: من قارئ عابر إلى قارئ منشئ ومتورط في التلقي، وذلك عبر آليات التشويق والإثارة وصناعة "الفجوة المعرفية" التي تستدعي متابعة الخبر والانخراط فيه، خصوصاً في سياق التلقي الرقمي القائم على السرعة والمنافسة على الانتباه (شومان، ٢٠٠٧؛ إبراهيم وخليل، ٢٠٢٠). كما أن توجيه التأويل عبر العنوان يشكل خطوة أولى نحو التأثير في الموقف والرأي؛ لأن العنوان يتضمن غالباً مفردات تقييمية تحمل تأطيراً دلاليًا مقصوداً يسبق المتن ويوجه استقبال الحدث داخل وعي المتلقي، ويُسهّم في تثبيت زاوية نظر محددة للحدث قبل قراءة تفاصيله (مشاركة، ٢٠٢٤؛ عزّي، ٢٠١٣).

٢.٤. الدهشة و"التأطير الإعلامي"

يُقصد بـ "التأطير الإعلامي" الطريقة التي تقدم بها وسائل الإعلام الحدث داخل إطار محدد من الألفاظ والسمات، بما يجعل المتلقي يرى الواقع وفق "عدسة" تفسيرية معينة تُعيد بناء المعنى من خلال الانتقاء والإبراز والتأكيد على جوانب دون أخرى (إبراهيم وخليل، ٢٠٢٠). وفي هذا الإطار تمثل الدهشة الأسلوبية أداة من أدوات التأطير، لأنها تقوم على صياغة العنوان بطريقة تحمل شحنة دلالية قوية، فتجعل الحدث يبدو مختلفاً عما هو عليه في صياغة محايدة، وتدفع المتلقي إلى تبني تفسير مسبق للحدث قبل قراءة تفاصيله، وهو ما يجعل العنوان فضاءً مركزياً للتوجيه والتأثير داخل الخطاب الإعلامي (مشاركة، ٢٠٢٤؛ شومان، ٢٠٠٧). فالدهشة هنا لا تعمل بمعزل عن التأطير، بل تتضافر معه من خلال:

^١ هو: استراتيجية خطابية تُوجّه من خلالها استجابات الجمهور نحو تأويل مُفضّل مسبقاً، قبل التفاعل مع المحتوى المعلوماتي الكامل أو استيعابه.

- أ. التهويل (كارثة/انهيار/زلزال)
- ب. المفارقة (الهدوء يسبق العاصفة)
- ت. الصدمة (صادم/لا يُصدق)
- ث. الاستعارة (معركة/زلزال سياسي/حرب اقتصادية)

ويؤكد تحليل الخطاب الإعلامي في الدراسات العربية أن اللغة الصحفية لا تعكس الواقع بوصفه حقيقة جاهزة، بقدر ما تقوم بإعادة بنائه عبر الاختيار والتسمية والترتيب والتأطير، بما يخضع أحياناً لتوجهات المؤسسة الإعلامية ومصالحها وإستراتيجياتها التأثيرية. ومن ثم فإن الخطاب الإعلامي لا يكتفي بعرض الحدث، بل يوجّه طريقة فهمه وتفسيره داخل وعي المتلقي (إبراهيم وخليخ، ٢٠٢٠؛ شومان، ٢٠٠٧). لذا فإن الدهشة الأسلوبية في العنوان العراقي الرقمي قد تتحول إلى آلية ضمنية لإقناع المتلقي بالحدث كما "يراد له أن يُفهم"، لا كما وقع فعلياً، عبر مفردات مشحونة وصيغ توجيهية توطّر الواقع وتعيد تشكيله دلاليّاً.

٣.٤. العلاقة بين لغة العنوان وبين الرأي العام

ترتبط لغة العنوان ارتباطاً مباشراً بصناعة الرأي العام، لأن العناوين هي أكثر أجزاء المحتوى الإعلامي تداولاً في البيئة الرقمية. فالمستخدم غالباً لا يقرأ النص كاملاً، بل يكتفي بقراءة العنوان أو مشاركته أو التعليق عليه، وهو ما يجعل العنوان عاملاً مركزياً في تشكيل الاتجاهات العامة، وصناعة الانطباع الأولي حول القضايا والأحداث.

وتفسر نظرية وضع الأجندة (نظرية ترتيب الأولويات Agenda-Setting Theory^١) هذه العلاقة، إذ تؤكد أن وسائل الإعلام لا تفرض على الجمهور ما يفكرون فيه بصورة مباشرة، لكنها تؤثر في تحديد "ما الذي ينبغي أن يفكروا فيه" عبر كثافة التغطية والتركيز على موضوع دون آخر، بما يؤدي إلى ترتيب الاهتمامات الاجتماعية وتوجيه الانتباه العام (الاتجاهات الحديثة في دراسات وضع الأجندة في العالم العربي، ٢٠١٧؛ نظرية ترتيب الأولويات، ٢٠١٦). وفي السياق العراقي تصبح "الدهشة الأسلوبية" في العناوين جزءاً من هذه العملية لأنها:

- أ. تعزز تكرار الحدث وانتشاره
- ب. تدفع الجمهور إلى تداوله
- ت. تثبت الحدث ضمن قائمة اهتمامات المجتمع

أما من منظور تحليل الخطاب الإعلامي في الدراسات العربية، فإن صناعة الرأي العام تتصل أيضاً بما يمكن تسميته "التوجيه الخطابى" Discursive steering^٢ أو "التأثير غير المباشر" عبر اللغة؛ إذ تعمل وسائل الإعلام على توجيه الإدراك الجمعي من خلال ترتيب المفردات، واختيار الأوصاف، وتحديد من هو الفاعل ومن هو المسؤول، وكيف يتم تصوير الحدث وتقديمه ضمن إطار معين. وعليه فإن "العنوان المدهش" يمكن أن يسهم في تشكيل المواقف الاجتماعية عبر آليات لغوية مقصودة تستند إلى الإيحاء والتأطير والتقييم (شومان، ٢٠٠٧؛ إبراهيم وخليخ، ٢٠٢٠). وعليه، فإن "العنوان المدهش" يمكن أن يسهم في:

- أ. تضخيم أزمة
- ب. تكريس صورة ذهنية
- ت. خلق اتجاه عام (غضب/رفض/هلع/استياء/تعاطف)

وبذلك لا تكون الدهشة الأسلوبية مجرد ظاهرة لغوية، بل تصبح جزءاً من منظومة اجتماعية خطابية تُعيد تشكيل الوعي الجماعي.

٤.٤. نماذج تطبيقية لعناوين وتأثيرها

لتحقيق الدقة المنهجية في التحليل، يُستحسن عرض نماذج تطبيقية تمثل أبرز آليات الدهشة الأسلوبية في العناوين العراقية، مع بيان مكوناتها اللغوية ووظيفتها الإقناعية والأثر المتوقع في المتلقي. وفيما يأتي جدول يوضح أربعة نماذج تحليلية مختارة (على أن يتم استبدالها لاحقاً بعناوين فعلية مأخوذة من مواقع: السومرية نيوز، شفق نيوز، وجريدة المدى).

^١ نظرية ترتيب الأولويات تفترض أن وسائل الإعلام لا تحدد ما يفكر فيه الجمهور، بل تحدد ما الذي ينبغي أن يفكروا فيه من خلال إبراز قضايا معينة دون غيره.

^٢ يُعرّف التوجيه الخطابى بأنه توظيف استراتيجي للاختيارات اللغوية والبلاغية، يُقصد به توجيه عملية تأويل الجمهور نحو بناء فهم مُفضّل للأحداث.

جدول (١): نماذج تطبيقية لآليات الدهشة الأسلوبية في العناوين العراقية ووظائفها الإقناعية

ت	الآلية الأسلوبية المنتجة للدهشة	الوظيفة الإقناعية / الأثر المتوقع	التحليل الأسلوبية والدلالي	نموذج العنوان
1	التحويل + التأطير السليبي	استثارة القلق والخوف وتحفيز التفاعل الرقمي وتوجيه استقبال الحدث ضمن إطار خطير.	توظيف لفظ مهيم (كارثة) مع مؤشرات استعجال ("تحذيرات عاجلة") لإنتاج شحنة تخوفية تنقل الحدث من الإخبار إلى التهديد.	"كارثة تلوح في الأفق... وتحذيرات عاجلة للعراقيين!"
2	الحذف + فجوة معلوماتية	خلق فضول قوي وبناء حكم مسبق بأن الحدث إشكالي قبل قراءة الخبر.	حذف القرار/الفاعل وترك فجوة معلوماتية تُستكمل بالنقر مع تلميح تأويلي مسبق ("ستثير الجدل").	"قرار مفاجئ... وهذه التفاصيل ستثير الجدل!"
3	المفارقة والتضاد	دفع المتلقي إلى تقرب الأزمة وتوقع التصعيد.	تضاد بين "هدوء/عاصفة" مع بعد توقعي ("مرتقبة") ينتج توتراً دلاليًا.	"هدوء سياسي مفاجئ... قبل عاصفة مرتقبة!"
4	الاستعارة + الصورة البلاغية	تضخيم الحدث وصناعة صورة ذهنية قوية تؤثر في الرأي العام.	استعارة "زلزال" تنقل الحدث من السياسة إلى مجال الكوارث + فعل قوي ("يضرّب") يضخم التأثير.	"زلزال سياسي يضرّب المشهد العراقي!"
5	الانزياح التركيبي	رفع التشويق وإبراز الحدث كاستثناء يستحق المتابعة.	تركيب مجزأ ومقطّع يخلق إيقاعاً سريعاً ويكسر النسق الخبري التقليدي.	"في بغداد... مفاجأة تقلب الموازين!"
6	الانزياح الدلالي	دفع القارئ لتأويل الخبر على أنه يحمل أسراراً أو فضائح غير معلنة.	مزج غير مألوف (صمت/يتكلم) يولد دهشة دلالية ويفتح مجال التأويل.	"صمت يتكلم في ملف حساس!"
7	التحويل + التهديد	توجيه الرأي نحو الشعور بالأزمة واستباق موقف سلبي تجاه الحدث.	كلمات إنذارية ("تحذير/خطير/منعطف") تكثف الشعور بالخطر دون تفاصيل.	"تحذير خطير... العراق أمام منعطف!"
8	الحذف + التكتيف	تحفيز النقر عبر فجوة معرفية، وبناء قلق/فضول سريع.	حذف المعلومة الأساسية وتعليقها بزمن قريب ("الليلة") يزيد الإثارة والانتظار.	"تفاصيل صادمة... ما سيحدث الليلة!"
9	الاستفهام	تعزيز التفاعل وإشراك المتلقي نفسياً وبناء إحساس بخطورة الواقع.	استفهام مشحون يضع القارئ داخل مشهد الأزمة ويهيئه للانفعال.	"هل وصلت الأزمة إلى هذه الدرجة؟"
10	التعجب/النداء	تعزيز الانفعال الجمعي والتداول الاجتماعي للعنوان.	تعجب يضخم الاستجابة + فعل قوي ("يهز") لتصوير الحدث كصدمة اجتماعية.	"يا للعجب! قرار يهز الشارع!"

لأغراض التطبيق العملي، تم استخراج عينة أولية (٣٠ عنواناً) من المواقع العراقية الثلاثة المختارة في الدراسة (السومرية نيوز، شفق نيوز، وجريدة المدى). وقد جرى تصنيف هذه العناوين وفق مجالاتها الموضوعية (سياسي / أمني / اقتصادي / خدمي / اجتماعي) وتحديد آلية "الدهشة الأسلوبية" الموظفة في كل عنوان، مع تقديم تحليل أسلوبية ودلالي مختصر يوضح الوظيفة الإقناعية والأثر المتوقع في المتلقي. ويمثل الجدول الآتي نموذجاً تطبيقياً أولياً يمكن توسيعه لاحقاً ليشمل كامل عينة الدراسة.

جدول (٢): تحليل تطبيقي أولي لعناوين عراقية رقمية وفق آليات الدهشة الأسلوبية

ت	الموقع	المجال	نص العنوان	آلية الدهشة الأسلوبية	الأثر الإقناعي المتوقع	التحليل الأسلوبية والدلالي المختصر
1	السومرية	سياسي	الاتحاد الوطني: الشعب قناه (الكردي يتعرض للابادة) (السومرية العراقية)	التحويل + التأطير السليبي	إثارة الاستكثار والانفعال وتوجيه المتلقي إلى موقف أخلاقي/سياسي مسبق.	مفردة "الإبادة" تُشجّج صدمة لغوية وتؤطر الحدث بوصفه جريمة كبرى.
2	السومرية	سياسي/أمني	رئيس الوزراء: لدينا قلق من تلامي وجود عناصر داعش والمجموعات المتطرفة بسجون قناه السومرية العراقية سوريا	التخويف + التأطير الأمني	صناعة شعور تهديد واستعداد نفسي لتقبل سياسات أمنية.	توظيف "قلق" + "داعش" يرفع الإحساس بالخطر ويقود إلى قراءة أمنية للأحداث.
3	السومرية	محلي/اجتماعي	اربع هزات تضرب العراق قناه السومرية العراقية	التكثيف + لغة الصدمة	شدّ الانتباه وإثارة القلق العام وتسريع النقر.	عنوان موجز مع فعل قوي "تضرب" يمنح الحدث طابع المفاجأة.
4	السومرية	محلي/جنائي	مقتل مكاول إثر خلاف مالي قناه السومرية (في البصرة) (العراقية)	الصدمة + الواقعية المباشرة	إثارة التعاطف والانتباه وترسيخ صورة عن توتر اجتماعي.	كلمة "مقتل" في بداية العنوان تولد دهشة/صدمة فورية.
5	السومرية	خدمي/تعليمي	التربية: امتحانات نصف السنة انطلقت بتنظيم وانضباط	التأطير الإيجابي	صناعة اطمئنان وثقة بالجهات الرسمية.	لغة تقييمية "تنظيم وانضباط عاليين" توجه التأويل نحو النجاح.

			<u>قناه السومرية</u> (عاليين العراقية)			
6	شفق	مجتمعي/ سياسي	مرصد ينتقد البرلمان العراقي: يراقب ألوان الملابس ويتجاهل <u>شفق</u>) انهيار اقتصاد البلاد (نيوز)	دفع المتلقي لتبني موقف نقدي/رافض تجاه البرلمان.	المفارقة + التضاد	تضاد ساخر بين "ألوان الملابس" و"انهيار الاقتصاد" يصنع دهشة دلالية.
7	شفق	خدمي/ اجتماعي	تعطل تطبيق "إثبات الحياة" يهدد رواتب المتقاعدين (شفق نيوز) العراقيين	زيادة التفاعل، إثارة القلق، وتحميل مسؤولية ضمنية للجهات المعنية.	التخويف + التأطير الخدمي	"يهدد رواتب" يخلق إحساساً بخاطر مباشر على فئة اجتماعية واسعة.
8	شفق	اجتماعي/ احتجاجات	بغداد.. تظاهرة لأصحاب الشهادات العليا احتجاجاً على إيقاف مخصصات الخدمة (شفق نيوز) الجامعية	تحفيز التفاعل والتأييد/الرفض ورفع الاهتمام الاجتماعي.	الحدثية + التكتيف	تقديم المدينة ثم الحدث يزيد الإحساس بالآنية، ويعزز صورة الاحتجاج.
9	شفق	اقتصادي	خلال شهر.. العراقيون رابع أكبر المشترين للمقارنات في (شفق نيوز) تركيا	توجيه النقاش نحو الهجرة/الاستثمار وإثارة الجدل الاقتصادي.	المفاجأة الرقمية (ترتيب/ إحصاء)	رقم وترتيب "رابع أكبر" يولد دهشة معلوماتية ويُسعر بالاستثناء.
10	شفق	سياسي/ اجتماعي	مرصد ينتقد البرلمان العراقي: .. يراقب ألوان الملابس (شفق نيوز)	تعزيز تأثير الرسالة وترسيخها ك رأي عام.	التكرار التداولي	تكرار نشره/تدويره يرسخ التأطير النقدي ويزيد الانتشار.
11	المدى	دولي/أمني	قسد تتهم دمشق بحرمان سجن الأقطان من الماء والغذاء وتدعو لتدخل دولي عاجل (جريدة المدى)	رفع الإحساس بخطورة الحدث ودفع المتلقي لتبني موقف إنساني/سياسي.	التحويل + الاستعجال	"حرمان... الماء والغذاء" + "تدخل دولي عاجل" = دهشة مأساوية + استعجال.
12	المدى	محلي	العراق يسجل ٨ هزات أرضية (جريدة المدى) خلال أسبوع	زيادة الانتباه والقلق وتشجيع التداول.	الإثارة العديدة	الرقم "٨ هزات" يضخم الحدث ويوجه التأويل نحو كثافة الخطر.
13	المدى	سياسي	انسحاب أميركي من قاعدة عين الأسد وسط جهود لإعادة (جريدة المدى) تموضع إقليمي	توجيه الرأي لفهم الانسحاب ضمن سياق إقليمي أوسع.	التأطير السياسي	عبارة "إعادة تموضع إقليمي" تمنح حدثاً عسكرياً إطاراً استراتيجياً كبيراً.
14	المدى	سياسي/ ديني	الصدر يحذر من "السذاجة" في التعاطي مع أحداث سوريا ويدعو لحماية الحدود (المدى)	دفع المتلقي لموقف حذر وتقبل خطاب التحصين الأمني.	التحذير + الاستدعاء الانفعالي	لفظ "السذاجة" صادم تقييمياً ويؤطر المخالفين بطريقة سلبية.
15	المدى	سياسي	حنان الفتلاوي: لا منصب للسوداني ودعم كامل لترشيح (جريدة) المالكي حتى النهاية (المدى)	تقوية الاستقطاب السياسي وتوجيه الانتباه لصراع السلطة.	القطع/الجزم	"لا منصب" + "حتى النهاية" = لغة يقينية تغلق التأويل وتخلق دهشة.
16	السومرية	خدمي/محلي	محافظة ديالى تعطل الدوام الرسمي يوم غد الخميس . (قناه السومرية العراقية)عاجل	تسريع التفاعل وخلق أولوية قرآنية للخبر.	التحويل الزمني + الاستعجال	كلمة "عاجل" ترفع الإيقاع الانفعالي وتدفع المتلقي للشعور بحدث طارئ.
17	السومرية	محلي/طقس	الأنواء الجوية: أمطار وتلوج ومحافظة تسجل أقل من درجة (قناه) (الاجماد - عاجل (السومرية العراقية)	إثارة القلق والاهتمام وتوجيه سلوك الجمهور.	التحويل + المفاجأة	مفردات مناخية صادمة (تلوج/أقل من الاجماد) + "عاجل".
18	السومرية	خدمي/طقس	فجر وصباح الغد... تحذير عاجل للعراقيين (السومرية العراقية)	دفع المتلقي للانتباه والاستجابة الوقائية.	التخويف + الزمن القريب	تقديم زمن قصير "فجر وصباح الغد" + "تحذير عاجل".
19	السومرية	سياسي	وزير الخارجية الإيراني: إخلاء عين الأسد" ثمرة تعاوننا	بناء موقف سياسي موجه (إيجابي/تبريري).	التأطير السياسي + الاستعجال	"ثمرة تعاون" تصنع تأطيراً إيجابياً لحدث حساس + "عاجل".

			الوثيق مع العراق - عاجل (قناه السومرية العراقية)			
20	السومرية	خدمي/محلي	محافظة عراقية تعطل الدول الرسمي يومي الثلاثاء قناه) والأربعاء المقبلين (السومرية العراقية	الحدثية + الوظيفة العملية	رفع القراءة بسبب علاقة الخبر بحياة الجمهور اليومية.	عنوان مباشر وظيفي لكن يحمل "أهمية عاجلة" بسبب أنه على الناس.
21	شفق	اجتماعي	بعد تظاهرة.. قرار حكومي بتدوير مسؤولين في الزراعة (شفق نيوز) (وثيقة)	المفارقة + الإثبات	دفع المتلقي للتفاعل وتبني موقف نقدي/تأييدي.	الربط السببي "بعد تظاهرة" + توثيق "وثيقة" يولد دهشة ويعزز المصداقية.
22	شفق	اجتماعي/احتجاج ج	بابل.. تظاهرة شعبية جديدة للمطالبة بتولي أمير المعموري منصب المحافظ (صور) (شفق نيوز)	الإثارة البصرية + الحدثية	زيادة النقر والتداول بسبب عنصر الصورة.	إضافة "صور" ترفع تشويق العنوان وتخلق عنصر إثبات بصري.
23	شفق	اجتماعي/حقوقي	بغداد.. تظاهرة لأصحاب الشهادات العليا احتجاجاً على إيقاف مخصصات الخدمة (شفق نيوز) (الجامعية)	التأطير الاحتجاجي	تحفيز التعاطف وصناعة رأي عام ضاغط.	العنوان يُحمل القرار شحنة ظلم اجتماعي عبر "احتجاجاً على إيقاف...".
24	شفق	اجتماعي	بعد تظاهرة.. قرار حكومي بتدوير مسؤولين في الزراعة (شفق نيوز)	التكرار التداولي	ترسيخ الأثر وتحويله إلى نقاش اجتماعي واسع.	تكرار الصياغة/النشر يعزز التأطير ويحول الخبر إلى قضية رأي عام.
25	شفق	اجتماعي/سياسي	تظاهرة شعبية جديدة للمطالبة بتولي أمير المعموري منصب (شفق نيوز) المحافظ	التكثيف	زيادة احتمالية المشاركة والتداول السريع.	حذف التفاصيل مع الإبقاء على "تظاهرة شعبية" يرفع الإثارة.
26	المدى	اجتماعي/احتجاج ج	بالصور تظاهرة لموظفين من أصحاب الشهادات العليا للمطالبة بحقوقهم الوظيفية (جريدة المدى)	الإثارة البصرية + التأطير الحقوقي	تعزيز التأثير وإثارة التفاعل والضغط.	"بالصور" + "حقوقهم الوظيفية" يوجه التعاطف ويؤكد صدق الحدث.
27	المدى	سياسي/دولي	قوات إسرائيلية تقتحم مقر الأونروا في القدس وتباشر جريدة) يهجم منشآت داخله (المدى)	الصدمة + عنف الحدث	دفع المتلقي لاستجابة انفعالية (رفض/إدانة).	"تقتحم/تهدم" أفعال صادمة ترفع التوتر الدلالي.
28	المدى	سياسي/دولي	الرئيس اللبناني: الجيش يفرض سيطرته على جنوب الليطاني ويتهيأ وجود السلاح (جريدة المدى)	القطع/الجزم	صناعة طمأنة أو دعم للرواية الرسمية.	"يفرض/يتهيأ" أفعال نهائية توطئ الحدث كحسم سياسي/أمني.
29	المدى	محلي	العراق يسجل ٨ هزات أرضية (جريدة المدى) خلال أسبوع	الدهشة العديدة	جذب الانتباه ورفع التفاعل.	الرقم (٨) يضخم الشعور بغير المألوف ويثير القلق.
30	المدى	أمني/قضائي	الإعدام لـ ٧ مدانين بينهم نساء بتهمة الاتجار بالمواد المخدرة (جريدة المدى)	الصدمة العديدة + المفارقة	إثارة الانفعال وتشديد الإحساس بخطورة الظاهرة.	"الإعدام" + رقم "٧" + "بينهم نساء" مفارقة تولد دهشة قوية.

٥. الخاتمة

تبيّن من خلال البحث أن العنوان في الإعلام الرقمي العراقي، وعبر "الدهشة الأسلوبية" لم يعد مجرد مدخل تعريف للخبير أو أداة تلخيصية محايدة، بل تحول إلى خطاب مستقل يمتلك قوة تأثيرية عالية، ويؤدي دوراً محورياً في توجيه المتلقي وصناعة الاستجابة والانطباع الأولي تجاه الحدث. وقد كشفت الدراسة أن "الدهشة الأسلوبية" تمثل إحدى أبرز الاستراتيجيات الخطابية في صياغة العناوين العراقية المعاصرة، إذ تعمل على شد انتباه القارئ وتحفيز التفاعل الرقمي،

عبر آليات متعددة منها الانزياح والتركيب غير المتوقع، والمفارقة والتضاد، والتحويل والتخويف، والاستعارة والصور البلاغية، فضلاً عن الحذف والتكثيف والأساليب الإنشائية.

كما أظهرت الدراسة أن هذه الآليات التي تعتمد الدهشة، لا تؤدي وظيفة جمالية فحسب، بل تتدرج ضمن منظومة الإقناع والتأطير الإعلامي، إذ تسهم في بناء إطار تفسيري مسبق للحدث، وتوجيه التأويل قبل الاطلاع على تفاصيل الخبر، مما يجعل العنوان أداة قادرة على تشكيل الرأي العام وترتيب أولويات الاهتمام لدى الجمهور. وعلى هذا، توصي الدراسة بضرورة تعزيز الوعي النقدي لدى المنلقي تجاه لغة العناوين الرقمية وما تتضمنه من دلالات إيحائية أو أحكام مسبقة، كما توصي المؤسسات الإعلامية العراقية بالاعتماد على أساليب جذب وتفاعل قائمة على الدقة والمسؤولية المهنية، والحد من الإفراط في التحويل أو التخويف الذي قد يؤدي إلى تضليل الجمهور أو خلق قلق اجتماعي غير مبرر. كذلك توصي الدراسة بإجراء بحوث لاحقة تعتمد عينات أوسع زمنياً ومؤسسياً، وتستثمر أدوات التحليل اللساني الإحصائي، والتحليل الثيمي، أو تحليل المشاعر الرقمية لقياس أثر الدهشة الأسلوبية في اتجاهات الجمهور بصورة أكثر دقة وموضوعية.

Conflicts Of Interest

The paper explicitly states that there are no conflicts of interest to disclose.

Funding

The author's paper clearly indicates that the research was conducted without any funding from external sources.

Acknowledgment

The author extends appreciation to the institution for their unwavering support and encouragement during the course of this research.

References

- [1] Ibrahim, M. S., & Khalil, H. S. (2020). *Media framing techniques and meaning construction*. [Link](#)
- [2] Al-Hajjaj, N. (2024). *Arab Vernacularism*. Basra: Basriyatha.
- [3] Shoman, M. (2007). *Media discourse analysis: Theoretical frameworks and applied models*. [Link](#)
- [4] Azzi, A. (2013). *Media discourse and mechanisms of influence*.
- [5] Fadl, S. (1998). *Rhetoric of discourse and text linguistics*. Cairo: Egyptian General Book Organization. [Link](#)
- [6] Al-Masadi, A. S. (1993). *Style and stylistics: Toward a linguistic alternative in literary criticism*. [Link](#)
- [7] *Modern trends in agenda-setting studies in the Arab world*. (2017). Academic research, University of Baghdad. [Link](#)
- [8] *Agenda-setting theory between emergence and development*. (2016). Unpublished theoretical study.
- [9] Alsumaria News. (2026). *The Patriotic Union: The Kurdish people are being subjected to genocide*. [Link](#)
- [10] Alsumaria News. (2026). *Prime Minister: We are concerned about the growing presence of داعش elements and extremist groups in Syrian prisons*. [Link](#)
- [11] Alsumaria News. (2026). *Four tremors strike Iraq*. [Link](#)
- [12] Alsumaria News. (2025). *Iranian Foreign Minister: Evacuation of Ain al-Asad is the result of our close cooperation with Iraq – Breaking News*. [Link](#)
- [13] Alsumaria News. (2025). *An Iraqi governorate suspends official working hours next Tuesday and Wednesday*. [Link](#)
- [14] Alsumaria News. (2024). *Urgent warnings starting tomorrow morning in Iraq*. [Link](#)
- [15] Alsumaria News. (2024). *Temperatures below freezing and rain until Wednesday*. [Link](#)
- [16] Shafaq News. (2026). *Economic observatory criticizes the Iraqi parliament: Monitoring clothing colors while ignoring the collapse of the country's economy*. [Link](#)
- [17] Shafaq News. (2026). *Within one month, Iraqis became the fourth largest buyers of real estate in Turkey*. [Link](#)
- [18] Shafaq News. (2025). *Failure of the "Proof of Life" application threatens Iraqi retirees' salaries*. [Link](#)
- [19] Shafaq News. (2025). *Baghdad: Demonstration by postgraduate degree holders protesting the suspension of university service allowances*. [Link](#)
- [20] Shafaq News. (2024). *Following a demonstration: Government decision to rotate officials in the Ministry of Agriculture (Document)*. [Link](#)
- [21] Shafaq News. (2024). *Babylon: New public demonstration demanding the appointment of أمير المعموري as governor*. [Link](#)
- [22] Al-Mada Newspaper. (2026). *Articles – Al-Mada Newspaper (Archive)*. [Link](#)
- [23] Al-Mada Newspaper. (2025). *Political Archive – Al-Mada Newspaper*. [Link](#)
- [24] Al-Mada Newspaper. (2024). *Writer – Al-Mada Newspaper*. [Link](#)