# الخطاب الإشهاري في شعر بشار بن بُرْد – نماذج مختارة–

# The Puplicity Discourse in Bashar bin Burd's Selected Poetry

عمر محمد عبدالله العبيدي
جامعة الموصل– كلية التربية الأساسية– قسم اللغة العربية

Omar Mohammed Abdullah Al-Obaidi
University of Mosul - College of Basic Education- Department of Arabic Language

Omarmhmd122@gmail.com

تاريخ الاستلام ٢٠٢١/٣/٢٢
تاريخ القبول ٢٠٢١/٤/٥

الكلمات المفتاحية: الإعلان – التواصلي– الخطاب – الإقناع

Keywords: announcing – communicative- discourse- persuasion

**الملخص**

يتناول هذا البحث المعنون بـ(الخطاب الإشهاري في شعر بشار بن برد– نماذج مختارة–) مفهوم الإشهار، وتطور معانيه من خلال ارتباطاته بالجوانب الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وتمت الإفادة من توسيع معنى الاشهار ليشمل الجوانب اللسانية والأدبية الشعرية والنثرية على حد سواء، لا سيما تلك التي تتجلى فيها معاني الإشهار ودلالاته، كالافتخار بالنفس والقبيلة، وتمجيد الآخرين، والمديح، والمبالغة في تصوير الأشياء بدافع الاشهار والاعلان عنها. لهذا أصبح الإشهار استراتيجية جديدة للتواصل مع الجمهور قائمة على الإقناع ؛ لأنه يوظف عددا من العلوم والمعارف اللغوية وغيرها لتشكيل خطاب التواصل الاشهار والاعلان. وقد تجسدت تلك المعاني في شعر بشار بن برد فرأيناه يفتخر بأصله الفارسي، ويحاول جاهدا اثبات تفوقه وأصالته، كذلك افتخاره بقدراته العقلية وتفرده وابداعه .

**Abstract**

This research entitled "The Puplicity Discourse in Bashar bin Burd's Selected Poetry" deals with the concept of puplicity and the development of its meanings through its links to social, economic and political aspects. Expanding the meaning of publicity was made use of to include both linguistic and literary aspects, poetry and prose alike, especially those in which the meanings and significations of publicity are manifested, such as pride in the self and the tribe, glorifying others, praising, and exaggerating the depiction of things motivated by publicity and announcing. This is why publicity has become a new strategy for communicating with the public based on persuasion for it employs a number of sciences, and linguistic knowledges to form a communication discourse. These meanings were embodied in the poetry of Bashar bin Burd, and we saw him proud of his Persian origin, and he was trying hard to prove his superiority and originality. There is also his pride in his mental abilities, uniqueness and creativity.

**أولاً– مدخل نظري إلى مفهوم الإشهار:**

يلعب الخطاب الإشهاري دوراً مهماً في حياتنا اليومية على كل الأصعدة الاقتصادية، والاجتماعية، والنفسية، والسياسية، والأدبية وغيرها . فهو يحيطنا أينما وجهنا نظرنا سواء كنا في البيت أم في الشارع أم في السوق ..الخ، وتتلقى حواسنا كل لحظةٍ إشهاراً جديداً ومتنوعاً، مثل الوسائل الإعلانية التجارية – المرئية والشفوية والمسموعة، وغيرها كثير حتى أطلق على هذا العصر بلا منازع عصر الإشهار.

إذ أصبح لوسائل الإعلام بجميع صنوفها دور كبير في نشر الخبر والترويج له، بل أصبح أكثرها اليوم يعمل على تشكيل القيم الاجتماعية، والفكرية بما فيها، الأذواق الشخصية، بحيث أصبح عالمنا عالم إعلان وإشهار إلى الحد الذي جعل من الطروحات الفكرية المفترضة شيئا واقعيا وحقيقيا [١] .

إن الإشهار او الإعلان " وسيلة تواصلية من وسائل التأثير في السلوك الإنساني" [٢]، وهو فنّ الإغراء والإيحاء ؛ لأنّه يهدف إلى حثّ الجمهور على التعامل مع الشيء المعلن عنه بحفاوة وتقبّل، إننا حين نود تعميم " غرض أو شيء أو سلعة ما على أوسع مساحة في الأرض للإنسان، نقوم بالإشهار أو الإعلان عن ذلك، باستعمال وسيلة معلمة ومغرية ولغاية اقتصادية تجارية " [٣].

فالخطاب الإشهاري هو بمثابة استراتيجية تواصلية يُسهّل عملية نشر الأفكار من جهة، وتيسير العلاقات التي تبرم بين الأشخاص على الصعيد الاجتماعي والاقتصادي في الترويج بسلعهم من جهة أخرى[٤]، فهو خطاب متميز ومتمرد على قواعد اللغة ومسار الحياة، كما يمثل في الوقت نفسه نقطة التقاء جميع الخطابات الأخرى، بحيث تتشاكل جميعها في مرسلة إشهارية تسعى الى تحقيق مجموعة من الغايات تثري ذهن المتلقي وتساعد على تحفيز فضاء التلقي لديه.

---

(١) ينظر : الخطاب الإشهاري – من بلاغة الكلمة إلى بلاغة التكنولوجيا، هادي نهر، مجلة إربد للبحوث والدراسات، مج١٤، ع٢، لعام٢٠١١ :١٢٧ .

(٢) علم النفس الاجتماعي، زهران حامد عبد السلام، عالم الكتب، القاهرة، ط٤، ١٩٧٧م: ١١ .

(٣) الخطاب الإشهاري، مصدر سابق: ١٢٧ .

(٤) ينظر: استراتيجيات التواصل الإشهاري، سعيد بنكراد وآخرون، دار الحوار للنشر والتوزيع، سورية – اللاذقية، ط١، ٢٠١٠:
٦–٧.

ومع تطور الحياة والأساليب المستخدمة في الخطاب التداولي وتنوعها، تطور هذا المصطلح، وظهرت له تعريفات عدة، وبدأ يأخذ منظورا تداوليا مغايرا في التسويق والترويج في الغرب إذ يقول (سلا كرو) في الإشهار إنه : " تقنية تسهل عملية نشر الأفكار من جهة جملة العلاقات التي يمكن أن تبرم بين أشخاص على الصعيد الاقتصادي في الترويج لسلعهم وخدماتهم من جهة أخرى" (١). وعرفه (داستو) بأنه : " العلامة او مجموعة العلامات ذات البنية الإيحائية التي تحمل قيما معرفية حول حاجة او فكرة ما " (٢).

وبهذا يعدّ الإشهار استراتيجية جديدة للتواصل مع الجمهور قائمة على الإقناع ؛ لأنه يوظف عددا من العلوم والمعارف اللغوية والنفسية والاجتماعية والاقتصادية والفنية والفلسفية وغيرها مرتكزا في ذلك على النظريات العلمية والتطبيقية لتلك المجالات لتشكيل خطاب التواصل.

إن الخطاب الإشهاري خطاب ذو سيادة يرتبط بالسلطة والمال ؛ من أجل استمالة المستهلك، وإقناعه بنوعية الخدمة او السلعة المعلن عنها من لدن منتجها (٣)، فلكل خطاب إشهاري إعلاني (دعوة إعلانية) تمثل " رسالة من المعلن /المنتج إلى المستقبل / المستهلك تنطوي على معلومات وبيانات عن الأفكار أو السلع أو الخدمات والتعريف بها عبر وسائل جماهيرية مختلفة، تتقاضى أجرا من أجل إقناع المتلقي على أن يسلك سلوكا إيجابيا نحو مضمون الإعلان " (٤).

كذلك فإنه من غير المعقول أن يتم تصميم رسالة إشهارية لسلعة معينة أو خدمة دون أن تكون للمعلن أهداف مرسومة مسبقة سواء التي تظهر على المدى القريب أو المتوسط أو البعيد، ونجد فيه الأنواع الآتية : إشهار أولي، إشهار انتقائي، إشهار تدعيمي، إشهار دفاعي، إشهار مقارن (٥).

---

(١) نقلا عن: الخطاب الإشهاري في النص الأدبي – دراسة تداولية –، مريم الشنقيطي، دار الفيصل الثقافية، الرياض، ط١، ٢٠١٨ :١٣ .

(٢) م . ن: ١٣- ١٤.

(٣) ينظر : عملية الاتصال الإعلاني، صفوت العالم، دار النهضة العربية، القاهرة – مصر، ط٧،٢٠٠٧ :١٧.

(٤) الخطاب الإشهاري – من بلاغة الكلمة إلى بلاغة التكنولوجيا : ١٢٧-١٢٨.

(٥) ينظر : العمليات الإسنادية في الخطاب الإشهاري – الجرائد الجزائرية أنموذجا- ياسمينة عماموش، رسالة ماجستير، جامعة عبد الرحمن ميرة، الجزائر، لعام ٢٠١٨ : ٣٢ .

ويمكن أن نقول: إن الإشهار ليس إقناعا وإغراء بالمفهوم المنطقي البحت، بل إنه " يمتلك أسراره في استدراج المخاطب /المستهلك على وفق مفهوم (الإقناع السري)، بوصفه قرصنة تستند إلى رد فعل انفعالي يتم في غياب آليات التفكير العقلي (...)، وإنه يعمل على تحييد حالات الوعي هذه، ليبحث في النفس الإنسانية عن السبل المؤدية إلى تعطيل أدوات المراقبة العقلية " (١). مما يؤدي إلى الدفع بالفرد إلى عالم الاستهلاك متحررا من كل الضغوط التي تفرضها عليه آلية المراقبة، فهذا النوع من الإقناع قائم على أساليب مختلفة لا تدركها العين المجردة، ولا يكشفها الإدراك الواعي، فهي تتستر وتتكثف في ثوب الإيحائي والمجازي والسيميائي ؛لتتسلل إلى ذهن المستهلك في غفلة من دون إثارة حركة الوعي (٢)، وفي هذا الإطار يمكن القول، إنّ هدفَ الإشهار هو تحريض ذهن المتلقي /المستهلك على شراء او اقتناء المنتج او السلعة مع تنامي هذا الاستهلاك والإقبال عليه، في ظل توقع استجابة من المتلقي بالحرص على اشباع رغباته إلى تذوق لذة الجيد التي يصورها له الإشهار، وكلما كان الإشهار يحتوي جديدا كلما كان الإقبال على المنتج أكثر.

وعلى الرغم من اتصال الإشهار بالميدان التجاري، خاصة عمليات البيع والترويج للإنتاج، إلا أن أثره بدأ ينتقل إلى الأعمال الأدبية الفنية، إذ لقي أثره تداولا من المتلقين ؛ لما يحتويه من طروحات فكرية وخصوصيات ترويجية لعرض السلع والمنتوجات خاصة عبر وسائل الإعلام والاتصال الشفوية والكتابية والسمعية والبصرية، وذلك باستخدام وسائل الإغراء والإقناع والإثارة لاستمالة وتحريض المتلقي على شراء المنتوج المسوق له (٣).

يحاول الخطاب الإشهاري في جانب من جوانبه الإيحائية جذب وجر المتلقي إلى منطقة شديدة الخصوبة، وهي المكونات الفكرية للمشهر والتيار الذي ينتمي إليه في حقله الأيديولوجي، سواء كانت موجة الإشهار من داخل التيار أو من خارجه، وذلك بغية تشكيل اتجاهات معرفية أيديولوجية، تسهم في جذب ردة الفعل عن أولئك الذين تعرضوا لسلطة الإشهار في أي موقف من المواقف، واستمالتهم وإقناعهم بما تريده مقاصد الإشهاري (٤).

---

(١) سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثلات الثقافية، سعيد بنكراد، إفريقيا الشرق، المغرب، ط١، ٢٠٠٦: ١٢ .

(٢) ينظر: م . ن : ١٣ .

(٣) ينظر: استراتيجية الحجاج في الخطاب الإشهاري – مقاربة تداولية– خديجة بوفكرون، رسالة ماجستير، جامعة د. مولاي الطاهر سعيدة، الجزائر، لعام، ٢٠١٦: ٥١ .

(٤) ينظر: استراتيجية الخطاب الحجاجي، بلقاسم دفة، مجلة المخبر–أبحاث في الأدب الجزائري– جامعة بسكرة، الجزائر، ع١٠ – لعام ٢٠١٤ :٥٠٧ .

ولبلوغ ذلك الشيء يحتاج الفاعل الإشهاري إلى مجموعة من الوسائل الإشهارية، كالإيحاء والتكثيف والإيجاز والإيقاع الخفيف المنغم داخل إطار تركيبي وإشاري مكون من الصور والموسيقى والحركات، تنزع في الأغلب إلى العجائبية والخيال؛ لإثارة خيال وفكر المتلقي واستثارة الفاعلية الفكرية والتواصلية بين الطرفين . ولابد أن يخضع الفعل الإشهاري لمجموعة من القواعد التي تحقق نجاحه وترويجه، وتوفر شروط سلامة وصحة ما يطرح ؛ ليوفق في التداول، ومن تلك القواعد الإشهارية(١) :

أ- تحكم الإشهاري في الرسالة الإشهارية، من حيث الكم والزمن .

ب- شمولية الرسالة الإشهارية، وعدم اختصاصها أساسا بفرد بعينه .

ج- تضخيم البضاعة في مقابل تهوين قيمتها.

وبدوره يؤدي الفعل الإشهاري إلى تداعيات الخطاب الإشهاري في السياق الاجتماعي، بوصفه ظاهرة اجتماعية في المقام الأول، فهو يسعى إلى " تكريس الوسائل والتقنيات الموضوعة في خدمة مقاولة تجارية، خاصة او عمومية، وغايته هي التأثير على أكبر عدد من الزبائن عن بعد دون تدخل مباشر من البائع . والهدف منه هو اكتساب المزيد من الزبائن"(٢).

فهو في ذلك يسعى إلى إيجاد نسقا قيميا مختلفا عن السائد الاجتماعي، قادرا على استيعاب الجديد من الأفكار والسلع ذات الجودة ؛ ليتحول فيما بعد إلى مؤسسة قيمية تبلور درجة النمو الثقافي والمعرفي والتجاري في المجتمع، يضمن له البقاء طويلا . فالإشهار مهنة : أي تخصصا وفاعلية تداولية، يعبر الإشهاري بداخلها عن رؤيته التخييلية والموهبة الفنية وبطريقة خبيرة مبرمجة، يركز فيها الإشهاري على واقعة يتناولها بأسلوب موضوعي ؛ لينتج خطابا ذا إرسالية عقلية ووظيفية، تستوعب فيها الأبعاد التداولية والجمالية والسيكلوجية والسسيوثقافية (٣).

فهذا الطرح المفهومي يخلق توازيا معرفيا وتواصليا بين الباث والمتلقي عن طريق الاهتمام بهذه السياقات المختلفة . يمكن القول من الناحية التاريخية : إن الإشهار خطاب إنساني " قديم قدم التاريخ، بدأ مع مكابدة شؤون الحياة منذ الهبوط على هذه الأرض، بل كان

---

(١) علم النص – مدخل متداخل الاختصاصات، فان دايك، تر: سعيد حسن بحيري، دار القاهرة للطباعة والنشر، ط٢، ٢٠٠٥: ٢٣٩.

(٢) الإشهار والمجتمع، بيرنار كاتولا، تر : سعيد بنكراد، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية – سورية، ط١، ٢٠١٢: ٦٦.

(٣) ينظر: الإشهار والمجتمع: ٦٧ .

قبل ذلك من لدن أبينا آدم –عليه السلام– الذي تلقى دعاية كاذبة من الشيطان الرجيم عن (شجرة الخلد) و(ملك لا يبلى)، وقد وظف الإشهار الذي أغواه عبارات راقية وطموحات عالية دعاية لعمل حرام وإظهاره على خلاف حقيقته " [١].

وإذ ما تناولنا الخطاب الإشهاري في الدراسات اللسانية والأدبية بوصفه خطابا له خصوصيته السيميائية والتداولية، وقدرته على التواصل مع المتلقي لتمرير خطابه، وتحقيق غايته الإبلاغية والتواصلية، يؤدي بنا الى تلك الأنظمة التي يوظفها الخطاب الإشهاري لإقناع المتلقي على التواصل، وهي [٢] :

١– النظام اللساني: تعتمد اللغة الإشهارية على الشعارات والعبارات المختصرة التي تشبه إلى حد ما الأمثال الشعبية في وظائفها وبنائها، فهي تختزن المعاني وتتميز بالوضوح والمباشرة، وتخفي وراءها قصة ذات دلالات هادفة، وهو ما يعطي الخطاب الإشهاري قدرة خارقة على التواصل مع إخفاء لمسة جمالية جاذبة .

٢– النظام الإيقوني : يقوم البناء السيميائي للخطاب الإشهاري على عدد من العناصر، مثل الصورة والصوت واللون وطريقة الأداء والإشارات والإيماءات وكلها عناصر للتواصل غير اللساني. ونجد من ناحية،أن الخطاب الإشهاري المؤسس على الإقناع، يستعين بجملة من القواعد المستنبطة عن طريق التدبر في بعض نماذجه التداولية النصية بشكل عام، ومن أهمها [٣] : الإعلام عن السلطة، ومكان وجودها، ويعد هذا الإخبار في صورته المباشرة اللحظة الصفر في العملية الإشهارية .

٣– الاختصار في التراكيب اللغوية، مطبقا بذلك قاعدة الكم والكيف التي تحرص عليها النظرية التداولية .

٤– أسلوب المدح المتمثل في رسم صور مثالية للسلع المعروضة للإشهار، دون نفي او استنكار او استهجان للمعروضات الأخرى بشكل مباشر .

٥– أسلوب المراوغة بغية استمالة المستهلك والتأثير عليه نفسيا، والاقتراب من عاطفته بأسلوب الصديق الوفي، ويستعين المرسل بلعبة اللغة في تثبيت الإشهار وترسيخه في ذهن المتلقي .

---

(١) الخطاب الإشهاري في النص الأدبي: ١٥ .

(٢) ينظر: فنية وفاعلية العلامات في الخطاب الإشهاري – دراسة سيميائية لتفكيك الخطاب الإشهاري– فتيحة العقاب، مجلة جيل الدراسات الأدبية والفكرية، ع٣، ٢٠١٤: ١٠٧.

(٣) نقلا عن : استراتيجية الخطاب الحجاجي : ٥١٤ – ٥١٥ . وينظر : استراتيجيات التواصل الإشهاري : ١٣٥ .

٦- اختيار الإشهاري إحالة الضمير العائد على الجماعة بغية تغليب ضمير الأنا، وتغليب الذات الفردية، مما يسهم في توليد الشعور قصد تمتين علاقة حميمية بين الإشهاري والمستهلك . ولا شك أن التعبير بضمير الجماعة يعد عاملا قويا في حقل الخطاب الإشهاري غير القابل للدحض الحجاجي .

٧- يمكن أن ينظر إلى لغة الخطاب الإشهاري في تأليفها بلهجةٍ عربية، على أنها أداة إقناع لغوية من الدرجة الأولى، فلا حاجز لغوي بين المرسل والمرسل إليه، وهذا الخطاب اللهجي من شأنه أن يُنْشِئَ جوّا من التفاهم والتوافق .

وهذا ما نلاحظه عند مقاربة النص الأدبي بواسطة الخطاب الإشهاري و بشكل خاص، نرى أنّ التقنيات الإشهارية ستكون أكثر حضورا وفاعلية وتأثيرا في العناصر الداخلية للخطاب الأدبي، وذلك عبر توظيف العلامات اللسانية والايقونات الرمزية او النزعات الفكرية او المرجعيات العقائدية او المسلمات الاجتماعية، وغير ذلك من أساليب الترويج والدعاية التي يبتغيها المنتج في تضخيم خطابه الإشهاري . فقد وجد هذا اللون من الخطاب في الحجاج ضالته،إذ يسعى طرفا الخطاب " إلى نشر ما لديهم من فكرة او معتقد او بضاعة في سياق الحرية،لا باستخدام حد السيف، فلم يعد وجود هذه التيارات إلا استخدام حد الخطاب، خطاب التأثير والاستمالة " [١]. لذا فالخطاب الإشهاري خطاب حجاجي في الدرجة الأولى، بل هو نموذج ممتاز للحجاج ؛ لأنه يؤسس استراتيجيته على الأدوات الحجاجية ؛ وذلك لإغراء المتلقي، وليحمله على الاقتناع بالمنتوج والأفكار المطروحة في الخطاب موضوع الدعاية [٢].

**ثانياً- المجال التطبيقي التحليلي:**

ينتخب الخطاب الإشهاري أدواته بحسب الحاجة، على وفق قوّة الأداة الحجاجية ومناسبتها للأطروحة الإشهارية المتضمنة في النصوص الأدبية، وحتى يأخذ البحث في مجال الإشهار بعده التطبيقي تمّ اختيار نماذج من شعر بشار بن برد، تدعم وتثري الجانب النظري والمفهومي، وتظهر بشكل جلي القيمة الفعلية لفعل الإشهار حين يشتغل في النصوص الشعرية على وجه الخصوص.

(١) نقلا عن : الخطاب الإشهاري في النص الأدبي: ٦٩ .

(٢) ينظر: الحجاج في الشعر العربي – بنيته وأساليبه، سامية الدريدي، عالم الكتب الحديث، إربد- الأردن، ط١، ٢٠٠٧: ٣٠.

ومثال ذلك، نجد الشاعر وهو يفتخر بالفرس، ويجدد نصره لبني العباس على أعدائهم ؛ على الرغم من أنه يخفي شعوبيته فيها، بأن يفتخر لقومه الفرس الذين نصروا آل النبي (صلى الله عليه وسلم)، وادعى أن الروم أخواله في مقدمة القصيدة المنتخبة، ويتجلى كل ذلك في قصيدته البائية التي يقول فيها:

هَـــل مِـــن رَســـولٍ مُخبِـــرٍ  عَنّـــي جَميـــعَ العَـــرَبِ
مَـــن كـــانَ حَيّـــاً مِـــنهُمُ  وَمَـــن ثَـــوى فـــي التُـــرُبِ
بِـــــأَنَّني ذو حَسَـــــبٍ  عَـــالٍ عَلـــى ذي الحَسَـــبِ
جَـــدّي الَّـــذي أَســـمو بِـــهِ  كِســـرى وَساســـانُ أَبـــي
وَقَيصَـــــرٌ خـــــالي إِذا  عَـــدَدتُ يَومـــاً نَسَـــبي
كَـــم لـــي وَكَـــم لـــي مِـــن أَبٍ  بِتاجِـــــهِ مُعتَصِـــــبِ
أَشـــوَسَ فـــي مَجلِســـهِ  يُجثـــى لَـــهُ بِالرُكَـــبِ
يَغـــدو إِلـــى مَجلِســـهِ  فـــي الجَـــوهَرِ المُلتَهِـــبِ
مُستَفضِـــلٌ فـــي فَنَـــكٍ  وَقـــائِمٌ فـــي الحُجُـــبِ
يَســـعى الهَبـــانيقُ لَـــهُ  بِآنِيـــاتِ الـــذَهَبِ
لَـــم يُســـقَ أَقطـــابَ سِـــقىً  يَشـــرَبُها فـــي العُلَـــبِ
وَلا حَـــدا قَـــطُّ أَبـــي  خَلـــفَ بَعيـــرٍ جَـــرِبِ
وَلا أَتـــى حَنظَلَـــةً  يَثقُبُهـــا مِـــن سَـــغَبِ
وَلا أَتـــى عُرفُطَـــةً  يَخبِطُهـــا بِالخَشَـــبِ
وَلا شَـــوَينا وَرَلاً  مُنَضنِضـــاً بِالـــذَنَبِ
وَلا تَقَصَّـــعتُ وَلا  أَكَلـــتُ ضَـــبَّ الحِـــزَبِ
وَلا اِصـــطَلى قَـــطُّ أَبـــي  مُفَجِّجـــاً لِلَّهَـــبِ
وَلَـــم بايـــدَ نَسِـــياً  وَلا هَـــوى لِلنُصُـــبِ

كَـــــلّا وَلا كـــــانَ أَبـــــي يَركَـــــبُ شَـــــرجَي قَتَـــــبِ
إِنّـــــا مُلـــــوكٌ لَـــــم نَـــــزَل فـــــي ســـــالِفاتِ الحِقَـــــبِ
نَحـــــنُ جَلَبنـــــا الخَيـــــلَ مِـــــن بَلـــــخٍ بِغَيـــــرِ الكَـــــذِبِ
حَتّـــــى سَـــــقَيناها وَمـــــا نَبـــــدَهُ نَهـــــرَي حَلَـــــبِ
حَتّـــــى إِذا مـــــا دَوَّخَـــــت بِالشـــــامِ أَرضَ الصُـــــلُبِ
سِـــــرنا إِلـــــى مِصـــــرَ بِهـــــا فـــــي جَحفَـــــلٍ ذي لَجَـــــبِ
حَتّـــــى اِســـــتَلَبنا مُلكَهـــــا بِمُلكِنـــــا المُســـــتَلَبِ
وَجـــــادَت الخَيـــــلُ بِنـــــا طَنَجَـــــةَ ذاتَ العَجَـــــبِ
حَتّـــــى رَدَدنـــــا المُلـــــكَ فـــــي أَهـــــلِ النَبِـــــيِّ العَرَبـــــي
يَهـــــزَ أَبـــــا الفَضـــــلِ بِهـــــا أَولـــــى قُـــــرَيشٍ بِـــــالنَبي
مَـــــن ذا الَّـــــذي عـــــادى الهُـــــدى وَالـــــدينَ لَـــــم يُســـــتَلَبِ
وَمَـــــن وَمَـــــن عانَـــــدَهُ أَو جـــــارَ لَـــــم يُنتَهَـــــبِ
نَغضَـــــبُ لِلَّـــــهِ وَلِـــــل إِســـــلامِ أَســـــرى الغَضَـــــبِ
أَنـــــا ابـــــنُ فَرعَـــــي فـــــارِسٍ عَنهـــــا المُحـــــامي العَصَـــــبِ
نَحـــــنُ ذَوو التيجـــــانِ وَال مُلـــــكِ الأَشَـــــمِّ الأَغلَـــــبِ (١)

يتشكل الخطاب الإشهاري في هذا النص الشعري من ثلاث بنياتٍ حجاجية ذات توصيف إشهاري، يروج لها الشاعر على شكل دعاوى تؤطّر الأفكار الإشهارية التي يروم المرسل تسويقها وإبلاغها للمرسل إليه، بغية التأثير فيه وإقناعه بهذه الطروحات . وهذه البنيات الثلاثة، تشمل : " الافتخار بالهُوية الفارسية، والتعريض بالهوية العربية الجاهلية، والاعتداد

(١) ديوان بشار بن برد – ج ١، ٢، تح، محمد الطاهر بن عاشور، منشورات وزارة الثقافة الجزائرية، الجزائر، د. ط،٢٠٠٧ : ١ / ٣٩١ .

بدور الفرس في الإسلام من خلال دورهم في إنجاح الدعوة العباسية وترسيخ دعائم الدولة الإسلامية ونشر الإسلام " [١].

ويتمثل الفعل الإشهاري بصورة جلية في الأبيات العشرة الأولى من القصيدة، إذ يفتتح الشاعر خطابه بأسلوب الاستفهام (هل)، وهو استفهام إنكاري متضمن في سياق الخطاب التداولي، بوصفه معطىً حجاجياً بنيويّاً يسهم في تفكيك رؤية النص الشعري وحث المخاطب أو المتلقي على كشف الخطاب، والبحث في تداعيات المرسلة الخطابية عن تجليات الدلالة الإشهارية . إذ يطلب الشاعر الواسطة الإخبارية في التبليغ غير المباشر قاصدا بذلك الاستخفاف والسخرية من العرب، فهو يسعى جاهدا إلى تقديم حجّته الإشهارية في سياق المجاهرة والمفاخرة والتسويق والترغيب بتاريخ أصوله الفارسية والرومية من جهة الوالدين .

من جهة أخرى يمكن تأويل هذا السياق الإشهاري، بأنه خارج الأطر العرفية في تلقي مفهوم فلسفة الموالي وتواصلهم وامتزاجهم فكريا واجتماعيا وسلوكيا مع أسيادهم وقبائلهم التي احتوتهم وجوديا، فالشاعر يصرُّ على رغبته العارمة في رفض التبعية الاجتماعية والثقافية والأيديولوجية. إنه يشير بشكل مضمرٍ وإيحائي إلى التمرد على الهُوية العرقية العربية من جهة، وإلى إثارة الجانبين العاطفي والفكري للموالي وتعميقه في نفوسهم وأذهانهم من جهة أخرى ؛ لكي يحصل المقصد التداولي من فعل التمرد والرفض للواقع المعيش المذل، الذي يتجرعونه بمرارة دوما بوصفهم تابعين أذلاء لا أسيادا أصلاء، وما بترتب على ذلك من تداعيات نفسية واجتماعية وتصورية تدفعهم دوما الى التمرد والاغتراب، والاحساس الدائم باللإنتماء.

تمثل المرجعية العرقية والفكرية للخطاب الشعري أداةً إشهاريةً يتشبث بها الشاعر، بوصفها طروحات معرفية استدلالية يستعان بها ؛ لتدعيم المقدمات الحجاجية التي يقترحها الباث في تشكيل وتدليل خطابه الإشهاري، وتفعيل المهيمنات الإشارية التي تلقي بظلالها على المتلقي ؛ لكي تغريه وتجذبه وتحفزه وتحرض رؤيته التخييلية والتأويلية على الكشف العميق لمقاصد الخطاب الإنجازي المتمخّضة من فعل التلقي . فالشاعر" يحرض المخبرين على الإخبار والإبلاغ، ليس هذا فحسب بل إنّه يشجعهم على إعلان الخبر (التمرد والافتخار)، ونشره وعدم الخوف من مضمونه" [٢].

وبذلك يستوجب على الشاعر أن يستحضر المتلقي في ذهنه عند قيامه بالعملية الكتابية الشعرية مع مراعاته لتحولات السياق الخطابي في كل مرحلة من مراحل تطور نمو القصيدة

---

(١) الخطاب الحجاجي في شعر بشار بن برد – مقاربة في تحولات الهوية الثقافية، هيثم سرحان، مجلة جامعة أم القرى لعلوم اللغات وآدابها، ع١١– لعام ٢٠١٣ : ٨٤ .

(٢) الخطاب الحجاجي في شعر بشار بن برد : ٨٧ .

الفني والفكري التي تستحدث بموجبها أدوات الشاعر وآلياته التواصلية [١]. لذا فالعملية التعبيرية الأدائية في الخطاب الإشهاري تبدو صعبة إلى حد ما، إذ يسلك مبدع الخطاب" طريقة مرنة تجمع طول الدرب والممارسة اللغوية، والتمكن الواضح من أساليب التسويق المتداولة لأجل الإقناع والتأثير والاستمالة " [٢].

فالشاعر في هذا السياق لا يتورع من تسويق إشهاره، وحتى لو كان في حضرة الخليفة، مما يثير الكثير من التساؤلات المصيرية التي ربما تُؤجّج الصراع الثقافي والعرقي والوجودي بين الفرس والإسلام فيما بعد.. ؟ وتمثل الأنا / الشاعر دالّا محوريا في بنية تشكيل القصيدة، وذلك عبر احتوائها أنساقا دلالية ونفسية وسسيوثقافية وتداولية، تشكل كلها بؤرة مركزية تتشظى من خلالها كل المعطيات السياقية والحجاجية والإشهارية التي تسهم في تلقي الخطاب بين الباث والمتلقي . إذ لا يخلو بيت في القصيدة من تمظهر دال (الأنا /الشاعر)، ومرد ذلك إلى كون الشاعر يعبر عن الضمير الجمعي (نحن /ملوك الفرس) وأصول حضارته بالضمير الفردي الذاتي(أنا / نحن) بوصفه لسان حال قومه، ومبلغ رسالتهم التاريخية، وهذا الانفتاح على الآخر /الفرس أو الروم، يحيل على تمرد ورفض شامل لتفاصيل الهوية الثقافية والحضارية للعرب، وانحياز واضح للهوية الثقافية الفارسية.

إن هيمنة السياق النصي الإخباري في البنية الشعرية يمثل معطىً دلالياً وإشاريّا وثقافياً وتفاعلياً ؛ لإثراء مخيلة المتلقي بالزخم المعرفي لتاريخ حضارتي الفرس والروم وملكهم،مما يؤدي إلى تفتق الفضاء التأويلي والتداولي عند متلقي الخطاب،لأجل استمالته والتأثير فيه، مما يثير الفضول عند المخاطبين/الموالي وتصديقهم للمعطيات الحجاجية والإشهارية التي اقتضاها الشاعر وضمنها في سياق خطابه الشعري والتواصلي.

أمّا البنية الإشهارية الثانية، فهي تتضمن مجموعة من الأبيات (الحادي عشر إلى الثمانية عشر)، إذ تتشكل مقدمة هذا المقطع الشعري من تكرار حرف النفي (لا) الذي يهيمن على بنية الخطاب الشعري بشكلٍ كثيف وعميق. ويكمن تكرار دلالة النفي في الخطاب الإشهاري على تأكيد التبليغ والرفض، وإفهام المخاطب بالمقاصد الخطابية التي لا تستجيب لإجراء المقارنة بين الثقافتين العربية والفارسية من خلال نموذجي (الأب العربي) و(الأب الفارسي)، فهو يؤكد عبر التكرار اللفظي الذي يقتضيه السياق النصي على دحض وإقصاء الهوية العربية وتجاهلها، وإقناع المتلقي وحمله على الإذعان من خلال تجسيد الفكرة المثالية

(١) ينظر : الحجاج في الشعر العربي : ٩١.

(٢) تجليات الموروث في الخطاب الإشهاري العربي، خشاب جلال، بحث مشارك ضمن الملتقى الدولي الخامس " السيمياء والنص الأدبي" المركز الجامعي – سوق أهراس– الجزائر، د. ت: ٢.

عبر الأداء التعبيري والفني المتمثل في صورة (الأب الفارسي) الذي يشرب الخمر بآنيات الذهب وغيرها، بينما نجد صورة (الأب العربي) الذي يعتنق خشونة العيش وشرب اللبن بأكواب من جلود الإبل .

إن هذ التداعي في تشكيل الخطاب وسيرورة الفعل المفارقي بين الصورتين يفرز تراكما دلاليا وتأويليا، يتجلى من خلال تبلور سياق الخطاب النصي القائم على الطعن في المرجعية التراثية لدال (الأب العربي) بوصفه ملاذا آمنا لتشكيل العقل الثقافي العربي، الذي يحيل بدورهِ إلى الأصول العريقة للنسب العربي وموروثه الحضاري الكبير. إذ نجد النفي في السياق النصي متجليا ومتغلغلاً في كل الصفات والعادات المتوارثة عن العرب من حياة البداوة وعشق الصحراء وغيرها، حيث يسعى الشاعر في خطابه الإشهاري إلى توظيف " الاستدلال العكسي للتعريض بالهوية العربية، وهو إيجاب الشيء بإقامة الدليل على أنّ خلافهُ أمر محال" (١).

وهكذا يلجأ بشار إلى توكيد حضارة الفرس بنفي حضارة العرب وموروثها التاريخي والحضاري من خلال إقامة الأدلة الواقعية المتداولة، والتي تؤكد سمو نسبه الأبوي العريق، وتخلف النسب العربي، وتأخره في اللحاق عن الواقع الثقافي الفارسي المتمثل بحضور الملوك وتيجانهم، وبوجود آنيات الذهب، ووفرة اللباس الثمين من فراء الحيوانات، وجثوّ الفرسان في حضرة الملوك. والهدف من هذا كله،هو جعل المخاطب يقتنع بالحجج الإشهارية التي يودعها الشاعر في خطابه الشعري عن طريق الترويج للأفكار التي يدعو إليها، وترسيخ المقاصد الإنجازية التداولية في ذهن المخاطب.

أمّا بخصوص البنية الإشهارية الثالثة والمتمثلة بالأبيات (التاسعة عشر إلى الثاني والثلاثين)، إذ يشير الشاعر بدور الفرس على نشر الإسلام بوصفه بنية اجتماعية وثقافية وتاريخية منفتحة، ينضوي تحتها كل الأصول العرقية للقبائل العربية وغير العربية الداخلة فيه، والمنتمية لمرجعياته الفكرية والمعرفية والدينية القائمة على أساس العدل والتقوى والمساواة حسب رأيه .

عموما فالشاعر يحاول جاهدا الوصول إلى تبرير دور الفرس والاعتداد بمواقفهم البطولية ؛ وذلك لتدعيم صف الدولة العباسية عبر ضخّ الحمولات الدلالية في خطابه الإشهاري التي تؤيد صحة رؤيتها الاستشرافية، والتي تسعى إلى شحن ذاكرة المتلقي بالدور التاريخي الذي قام به الفرس الخرسانيون بصناعة أمجاد العرب، وذلك عندما ساندوا بني العباس في استرداد حقهم من بني أمية الذين اغتصبوا حقّ أهل البيت في الخلافة الإسلامية .

(١) الخطاب الحجاجي في شعر بشار بن برد: ٩٢ .

ويتمخض ذلك الدور الذي قام به الفرس في استرجاع الخلافة ضمن سياق الخطاب الشعري معبّرا عنه بالضمير الجمعي (نحن)، إذ يسوّقه الشاعر ليشارك المتلقي في بلورة الحدث الشعري، وتشييد بنية النص التي تتضمن استدعاء صوت الموالي، وحثهم على ترك الولاء للعرب والتذليل لسطوتهم ؛ لأنهم – أي الموالي– من نسب الملوك الفرس الذين صنعوا المجد والخلود للإسلام والمسلمين . ممّا يعني أنّ خطاب الشاعر يشتغل على (حجّة التقويض) للدور العربي في بناء الدولة العباسية، ورفع الدور الفارسي الذي يؤثر الممارسة الثقافية والتاريخية في نشر الدعوة الإسلامية .

ونعاين بوضوح في هذا النص الشعري، أنّ الشاعر يستمدُّ أدواته الحجاجية في بناء الخطاب الإشهاري من اللغة الطبيعية الواقعية المعيشة التي تمثل الوسيلة الوحيدة على فاعلية الخطاب الشعري، وتوجيه المتلقي والتأثير فيه عن طريق شحذ ذهنه بالدلالات الإشهارية المنضوية في خضمّ المرسلة التواصلية للخطاب التداولي الساعي إلى تشكيل وترميم (أنا/الشاعر) وانفتاحها الثقافي والمعرفي على (الآخر /المخاطب)، وإثبات هويتهما الاجتماعية والعرقية في التاريخ السياسي والحضاري .

لقد سعت الذات /الشاعر المضطهدة في بلورة المفاهيم الإنسانية إلى دلالات إشارية في الخطاب الشعري تخضب المعطيات الفلسفية والنفسية والاجتماعية في السياق الفني الى رؤيا شعرية ووجودية تسعى إلى التعالي الوجودي ؛ وذلك لسد الفراغ التاريخي الكبير الذي أصاب الذوات الإنسانية الفارسية بالانكسار والانحسار الجغرافي، ويتلقي حجم الخسائر الفادحة التي مُنيَت بها الجيوش الفارسية من العرب في السابق . وهذا ما جعل الذات تتفوه من خلال الأداء التعبيري والتصويري عن تداعيات هواجس الجماعات /الذوات الفارسية في احتواء الزمان والمكان والتاريخ.

إذ نجد أنّ الخطاب اللغوي تمثل من جانب آخر في توظيف حروف الجر (حتى)،والمقصود بها في هذا السياق (انتهاء الغاية) في الوصول إلى الأشياء المعنية في بنية الخطاب الشعري والتداولي، وهي الوصول إلى الغاية الكبرى في التفوق الثقافي والاجتماعي والتاريخ السياسي الفارسي، وإثبات الهُوية الذاتية المنتهكة (للأنا/الشاعر) و(الآخر/ الموالي وغيرهم)، وقد أسهم التكرار في النص الشعري بإنتاج المدلول المغيب في الخطاب السيميائي والتداولي بشكل عام.

ونجد الشاعر في موضع آخر من شعره، يقول :

**وَنُبِّئْـــتُ قَومـــاً بِهِـــم جِنَّـــةٌ  يَقولـــونَ مَـــن ذا وَكُنـــتُ العَلَـــمْ**

**أَلا أَيُّهـــا الســـائِلي جاهِـــداً  لِيَعرِفَنـــي أَنـــا أَنـــفُ الكَـــرَمْ**

**نَمَـــت فـــي الكِـــرامِ بِنـــي عـــامِرٍ  فُروعـــي وَأَصـــلي قُـــرَيشُ العَجَـــمْ**

**فَـــإِنّي لأُغنـــي مَقـــامَ الفَتـــى  وَأُصـــبي الفَتـــاةَ فَمـــا تَعتَصِـــمْ** (١)

يكشف الخطابُ في هذا النص الإخباري عن اعتداد الذات (أنا/الشاعر) وانفتاحه على (الآخر/ الفرس) بسلطة النسب، وتأثيرها على شخصية المرسل من الناحية الاجتماعية والنفسية والتفاعلية والتداولية، ومحاولة تجاهل الشاعر النسب العربي من ناحية المدلول الثقافي والعرفي، وإبرازه من الناحية الشكلية والسطحية في الملفوظ السياقي للخطاب الشعري. فهذه الصورة المتداخلة في تكوين شخصية الشاعر تعبر عن حجم التناقض في الطرح الفكري الذي يؤثر في تكوين خطابه الشعري. فمن جهة يُشَهّرُ لقبيلته العربية التي تربى فيها (نمت في الكرام بني عامر)، ومن جهة يقصي هذا الانتماء العرقي، وينتقل إلى الفخر بأصله الفارسي (فروعي وأصلي قريش العجم)، فهو يحاول أن يحفز ذهن المخاطب او متلقي النص/الموالي وأتباع الفرس وغيرهم، وذلك عبر بثّ رسالته الإشهارية في بنية الخطاب الشعري والتواصلي، والتي تتضمن مداولة التمرد والعصيان للأصول العربية والتعالي عليها، وحتى وإن عاشوا في كنفِ الدولة العباسية، وتربوا في عزّها ورعايتها، بيد أنّ إقناعهم في اللجوء إلى أحضان الأصول الفارسية، بوصفها ملاذهم الأخير ومنبعهم العرقي والديني والحضاري والتاريخي والثقافي هو ما يشكل طموح الشاعر في بثّ الرؤية الأيديولوجية في الخطاب الشعري والتداولي على السواء .

ونجد الشاعر يذكر في سياق آخر مدحةً لخدَاش بن زيد بن مخلد بن المهلب بن أبي صفرة، مشهّراً بنسبه وبطولات آبائه وقومه، إذ يقول :

**أَخِـــداشُ أَنـــتَ ابِـــنُ الـــثَلا  ثَـــةِ لَـــيسَ فَوقَهُمـــو ثَلاثَـــهْ**

**لِيَزيـــــدٍ بـــــنِ مُخَلَّـــــدٍ  ثُـــمَّ المُهَلَّـــبُ ذي النَباثَـــهْ**

**بِهِمـــــو تَفَرَّعـــــتِ العُلـــــى  وَنَزَلـــتَ مِـــن بَلَـــدٍ دِماثَـــهْ**

**النـــازِلينَ عَلـــى المَنِـــي  يَـــةِ بِالسُـــيوفِ لَهُـــم حَثاثَـــهْ**

(١) ديوان بشار بن برد – ج ٣،٤، جمع وشرح، محمد الطاهر بن عاشور، تح، محمد شوقي أمين، مطبعة لجنة التأليف والترجمة والنشر، القاهرة، د. ط،١٩٥٧ :٤ /١٥٦– ١٥٧ .

قَـــــومٌ أَحلَّـــــوكَ الـــــذُرى وَبَنـــوا بِنـــاءَكَ فـــي الدَماثَـــهْ

فَالضـــــــامِنينَ لِجـــــــارِهِم وَلِكُـــــلِّ مُنتَجَـــــعٍ غِياثَـــــهْ

رَكْـــــبٌ لِعيـــــدانِ المُلـــــو كِ عَـــنِ المَكـــارِمِ غَيـــرُ راثَـــهْ

ذَهَبـــــوا وَحُـــــزتَ تُـــــراثَهُم وَالمَـــــرءُ مُصـــــطَنِعٌ تُراثَـــــهْ

فَـــــاحرُث حِراثَـــــةَ والِـــــدٍ كـــانَ السَـــماحُ لَـــهُ حِراثَـــهْ [١]

في هذا النص الشعري، نجدُ أنّ(الشاعرَ /المُشهِّرَ) يستدعي (المُشهَّر بهِ/خداش) إلى سياقِ التلقي عبرَ آلية التقسيم البديعية، إذ يشهّرُ منتجَ الخطابِ عن أبيهِ وجدّهِ، ومبالغاً في كونهم أفضل ثلاثة من ناحية الكرم والشجاعة والمروءة والإقدام في الحروب والبسالة في القتال . وهذا ما يقتضيه سياق النص الشعري والتداولي، وما يضمرهُ من دلالات تحيلُ إليهِ قرائنُ الخطاب، بوصف أنّ (المشهر به / خداش) يتجذّرُ من عائلة تتقلد وسام الفروسية العربية .

فدائماً ما يسعى الشاعر إلى جذب المتلقي وشد انتباهه وإغرائه بجماليات المتن الشعري، وإضفاء صفات البطولة والشجاعة وفخامة النسب، ومحاولة تسويقها وترويجها عن طريق الوصلة الإشهارية في الخطاب الشعري، بحيث يتماهى السياق الشعري مع السياق الإشهاري، ويتجهان في الوقت نفسه إلى ملامسة النوازع الانفعالية بعيدا عن الميول العقلية وسلطتها الإدراكية [٢] ؛ لأجل أن تستثيرَ وتستهوي قناعة(المتلقي /المستهلك) بالذوق الجمالي والدّعائي للنص الشعري، وتغير الأفكار السابقة التي كانت تخيم على اختياراته المنطقية في احتواء تراث الآباء والأجداد بكل قيمهِ الإنسانية العريقة؛ لأنهم من أوجدوا هذا التراث والحضارة العظيمة والقيم الأخلاقية لأنفسهم بإخلاص وعدل.

إنّ القارئ او المتلقي عندما يقارب النص الشعري المتضمن الخطاب الإشهاري، يكون مستهلكاً ومنتجا لدلالات النص عبر الكشف عن البنية الانزياحية والسيميائية والتداولية للطروحات الإشهارية. وهذا ما أحدثه فعل الإغراء وجودة المنتوج التعبيري الفني للخطاب الشعري، بحيث يتحول المتلقي فيما بعد إلى معلن عن المنتوج الجمالي للنص الشعري ضمن السياق التواصلي والتفاعلي الذي يضاهي عمل المعلن الأصلي .

---

(١) الديوان : ٢ / ٤٤ -٤٥.

(٢) ينظر : الإشهار القرآني والمعنى العرفاني(سورة يوسف نموذجا)، عطية سليمان أحمد، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة- مصر، ط١، ٢٠١٤: ٥٨ .

فالشاعر /المنتج للخطاب الإشهاري يسعى دائماً عبر اللغة والموسيقى والإيقاع والصورة إلى مداعبة خيال(المخاطب/خداش) والتأثير فيه ؛ لتبني الأفكار والميول النفسية المتضمنة في بنية الخطاب او الدعاية للمنتج القولي في السياق الفني لغاية نفعية ومعنوية [١]. وذلك عبر ترسيخ السلوكيات الانفعالية، وتهذيبها معرفيا وجماليا وتداوليا من خلال استنطاق التاريخ البطولي لآباء وأجداد (المخاطب/خداش) عبر الافتخار بملاحمهم في اقتحام ساحات الوغى، وذكر مناقبهم وسمو أخلاقهم وحسن الجوار للآخرين، فهم خير مثال للسلام والرفعة الذين يقتدى بهم في الحاضر والمستقبل .

لقد سعى بشار عبر كفاءته التعبيرية والفنية الى بلورة خطابه في الترويج للمنتج الفني والتعظيم والترغيب فيه عند المتلقي ؛ لكي يكسب الرهان عليه ماديا ومعنويا، من خلال الفوز بجائزته التي يسعى إليها دوما، ونيل المكانة الرفيعة عند ممدوحه من الخلفاء والولاة وغيرهم . ونراه يقول في معرض حديثه عن تفضيل إبليس على آدم – عليه السلام :

**إبلـــيسُ خَيـــرٌ مِـــن أَبـــيكُم آدَمٍ  فَتَنَبَّهـــوا يـــا مَعشَـــرَ الفُجّـــارِ**

**إبلـــيسُ مِـــن نـــارٍ وَآدَمُ طينَـــةٌ  وَالأَرضُ لا تَســـمو سُـــمُوَّ النـــارِ**[٢]

وكذلك قولهُ :

**الأرضُ مظلمـــةٌ والنـــارُ مشـــرقةٌ  والنـــارُ معبـــودةٌ مـــذْ كانـــتِ النـــارُ**[٣]

يتجلى الخطاب الإشهاري في هذه الأبيات الشعرية عبر توظيف المرسل /الشاعر للإرسالية الخطابية الدعائية " ذات الإمكانات المتاحة من علامات لسانية أو ايقونات رمزية أو نزعات فكرية أو مرجعيات عقدية أو مسلمات اجتماعية " [٤] ؛ بُغيةَ الترويج المفضي إلى تسليم المخاطب الذي يعتنق هذه الأفكار، أو بما يطرح أو يعرض عليه من مسلمات عقائدية قلقة ومضطربة تخالف الطابع العقائدي المعروف في المجتمع الإسلامي في ذلك العصر المنصرم . وهذا ما يؤدي إلى تثوير الطروحات الدينية والعرفية التي تبناها الفكر الفارسي والشعوبي، وتأكيدها في عقول الفرس والعرب من أصول فارسية، كالموالي والعبيد المضطهدين وغيرهم.

---

(١) ينظر: الإشهار القرآني والمعنى العرفاني(سورة يوسف نموذجا): ٥٩.

(٢) الديوان : ٤ /٧٨ .

(٣) م . ن: ٤ /٧٨ .

(٤) الخطاب الإشهاري في النص الأدبي: ٦٨ –٦٩ .

فالخطاب الإشهاري " خطابٌ مخاتلٌ يحاولُ توظيفَ أيّةِ أداةٍ لغويةٍ أو علاماتيّة ليسوق المخاطب مذعناً إلى التسليم بما يتبنّاهُ هذا الخطاب " (١). فالخطاب الإشهاري في هذا النص يتعاضد بشكل كبيرٍ مع الحجاج عبر توظيف حججهِ الإشهارية المتمثلة ب(مقولة النار) وما تمثله – فلسفيّا– من طقوس دينية وعرفية وتطلعات فكرية وأيديولوجية في الموروث الفارسي والحضاري، ومنوّعاً في آلياتهِ الفنية والأسلوبية، ومجدّدا في مقولاته المفهومية والإجرائية، بحسب الحاجة إليها في السياق الدعائي والتسويقي للخطاب الشعري ؛ ليشعر المتلقي أخير بأهمية هذا الخطاب المائز ومعطياته الفنية والإشهارية التي تجذبه وتغريه وتقنعه دوماً.

ومن قوله أيضا في مدح عقبة بن سلّم :

**يـــا واحِـــدَ العَـــرَبِ الَّـــذي أَمســـى وَلـــيَسَ لَـــهُ نَظيـــرْ**

**لَـــو كـــانَ مِثلُـــكَ آخَـــرٌ مـــا كـــانَ فـــي الـــدُنيا فَقيـــرْ**(٢)

إنّ الخطاب الإشهاري في هذا المقطع الشعري يسعى إلى استثارة (المخاطب /الممدوح) في جانبين تداوليين، الأول : قدرة المرسل/ الشاعر على إشهار المخاطب وإثارته وتحفيزه النفسي والإنساني على وفرة العطاء واستمراريته لكلّ من يطلب الصلة او المساعدة، وبذلك يبلغ مكانة عالية في قلوب الناس . أمّا الثاني: فهو توجيه وتنبيه غير المباشر للخاطبين من الشعراء للوفود إلى الممدوح وتقديم أشعارهم المتميزة، لينالوا بذلك عطاياهُ وجوائزهُ السنيّة. فالخطاب الإشهاري الذي يمارسه الشاعر هو ملفوظ ذو نشاط متوقد في القول الشعري للخطاب" يوصف وضعيات إنسانية مألوفة يتماهى معها المتلقي بسهولة، وهو في جميع الحالات إنما يقوم باستثارة مجموعة من الانفعالات الإنسانية التي تقوم بدور الدافع الذي يقود المستهلك إلى التخلص من رقابتهِ الذاتية (العقلية) لتفسح المجال أمام الفعل لكي يمارس داخل فرجة الشراء، انفعالات منتقاة بدقة متناهية" (٣).

وتكمن براعة الشاعر في التمويه في الخطاب الإشهاري ؛ للسعي إلى جذب المتلقي وإقناعه بحساسية المقولة الشعرية والتواصلية المتقنعة بحزمة الانفعالات الشعورية الإيجابية

(١) الخطاب الإشهاري في النص الأدبي: ٦٩.

(٢) الديوان : ٤ / ٧٠ .

(٣) الإشهار القرآني والمعنى العرفاني: ٢٥ .

المتوقدة من بنية الخطاب، بوصف الممدوح الشخصية المثالية التي تستحق الثناء والفخر من غيرها من الشخصيات الموجودة في ذلك العصر . ولا ننسى أن السياق لعب دورا كبيرا في بلورة المفاهيم الإشهارية في ذهنية المخاطب عن طريق تقوية أواصر الخطاب الإشهاري بالمدلولات الإقناعية والإيقاعية، وتأكيد فاعليته التواصلية بشكل عميق ومكثف ومنتج في النص الشعري .

**الخاتمة**

خلص البحث بعد هذه الرحلة الى جملة من النتائج نجملها على النحو الآتي:

١. ثبت أنّ الخطاب الإشهاري الذي وظفه الشاعر في نصوصه الشعرية خطاب حجاجي بالدرجة الأولى يقوم على التوجيه والإقناع واستعمال كافة الوسائل التقنية اللغوية والبلاغية للوصول الى الغاية أو المقصدية التي يبتغيها الشاعر وهي غالبا ما تكون عرقية أو نفسية أو فكرية .

٢. يؤسس الخطاب الإشهاري استراتيجيته على الأدوات الحجاجية، وذلك لإغراء المتلقي / أو الممدوح، بقيمة العرض التسويقي موضوع الدعاية، والذي يتضمن(النزعات الفكرية / المرجعيات العقائدية / المسلمات الاجتماعية / الأصول العرقية والقبلية) التي يريد المرسل الترويج لها ويبثها في خطابه .

٣. يوظف الشاعر في الخطاب الإشهاري شتى الأساليب اللغوية والبلاغية والأدوات الحجاجية والتداولية التي تدعمه في تكوين رؤيته الشعرية والتي تسهم في إقناع المخاطب والتأثير فيه بقيمة المنتوج المعروض .

**ثبت المصادر**


- استراتيجيات التواصل الإشهاري، سعيد بنكراد وآخرون، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية – سورية، ط١، ٢٠١٠ .
- استراتيجية الحجاج في الخطاب الإشهاري – مقاربة تداولية – خديجة بوفكرون، رسالة ماجستير، جامعة د. مولاي الطاهر سعيدة، الجزائر، لعام ٢٠١٦ .
- استراتيجية الخطاب الحجاجي، بلقاسم دفة، مجلة المخبر –أبحاث في الأدب الجزائري–، جامعة بسكرة، الجزائر، ع١٠، لعام ٢٠١٤ .
- الإشهار القرآني والمعنى العرفاني(سورة يوسف نموذجا)، عطية سليمان أحمد، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة– مصر، ط١، ٢٠١٤ .
- الإشهار والمجتمع، بيرنار كاتولا، ترجمة : سعيد بنكراد، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية – سورية، ط١، ٢٠١٢ .
- تجليات الموروث في الخطاب الإشهاري العربي، خشاب جلال، بحث مشارك ضمن الملتقى الدولي الخامس(السيمياء والنص الأدبي)، المركز الجامعي– سوق أهراس، الجزائر ٢٠٠٦ .
- الحجاج في الشعر العربي – بنيته وأساليبه–، سامية الدريدي، عالم الكتب الحديث، إربد– الأردن، ط١، ٢٠٠٧ .
- الخطاب الإشهاري – من بلاغة الكلمة إلى بلاغة التكنولوجيا، هادي نهر، مجلة إربد للبحوث والدراسات، مج١٤، ع٢، لسنة ٢٠١٧ .
- الخطاب الإشهاري في النص الأدبي – دراسة تداولية –، مريم الشنقيطي، دار الفيصل الثقافية، الرياض، ط١، ٢٠١٨ .
- الخطاب الحجاجي في شعر بشار بن برد– مقاربة في تحولات الهوية الثقافية–، هيثم سرحان، مجلة جامعة أم القرى لعلوم اللغات وآدابها، ع١١، لعام ٢٠١٣ .
- ديوان بشار بن برد – ج ١، ٢، تحقيق، محمد الطاهر بن عاشور، منشورات وزارة الثقافة الجزائرية، الجزائر، ٢٠٠٧.
- ديوان بشار بن برد – ج ٣،٤ جمع وشرح، محمد الطاهر بن عاشور، تحقيق، محمد شوقي أمين، مطبعة لجنة التأليف والترجمة والنشر، القاهرة، ١٩٥٧.
- سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثلات الثقافية، سعيد بنكراد، إفريقيا الشرق، المغرب، ط١، ٢٠٠٦ .
- علم النص – مدخل متداخل الاختصاصات–، فان دايك، ترجمة : سعيد حسن بحيري، دار القاهرة للطباعة والنشر، ط٢، ٢٠٠٥ .

- علم النفس الاجتماعي، زهران حامد عبد السلام، عالم الكتب، القاهرة، ط٤، ١٩٧٧ .
- العمليات الإسنادية في الخطاب الإشهاري – الجرائد الجزائرية أنموذجا–، ياسمينة عماموش، رسالة ماجستير، جامعة عبد الرحمن ميرة، الجزائر، لسنة ٢٠١٨ .
- عملية الاتصال الإعلاني، صفوت العالم، دار النهضة العربية، القاهرة – مصر، ط٧، ٢٠٠٧ .
- فنية وفاعلية العلامات في الخطاب الإشهاري – دراسة سيميائية لتفكيك الخطاب الإشهاري –، فتيحة العقاب، مجلة جيل الدراسات الأدبية والفكرية، ع٣، ٢٠١٤ .