

الإشهار في قصيدة (على قدر أهل العزم) للمتنبى

Advertising in the poem "On the Level of Determination"

by Al-Mutanabbi

Dr. Alaa Jalil Zaher

Al-Qassam

Lecturer

Babylon Education

Directorate

م. د علاء جليل ظاهر القسام

مدرس

مديرية تربية بابل

alaa1970624@gmail.com

الكلمات المفتاحية: الإشهار، الإقناع، المتلقي، الصورة، الرمز

Keywords: advertising, persuasion, recipient, image, symbol

ملخص البحث:

الإشهار تركيب لغوي يقوم على توظيف اللغة لغرض الإقناع وهو علاقة قائمة بين المبدع والمتلقي يقوم فيها المبدع باستثمار هذه العلاقة بالاتجاه الذي يخلق من النص إشارات تجذب تفاعل المتلقي واهتمامه، وهو بذلك يكون عملية تواصلية بين الطرفين يوظف فيها المبدع كل طاقاته التعبيرية وأدواته الإقناعية لتحقيق غاية الإشهار.

وهذا البحث يدور حول الإشهار في قصيدة المتنبى:

على قدر أهل العزم تأتي العزائم وتأتي على قدر الكرام المكارم

وهي من كبار قصائد المتنبى التي وظف فيها كل الوسائل الإقناعية من روابط الإقناع وأساليبه والرموز والأساطير والخيال ليصل بالمتلقي إلى الصورة التي أرادها لممدوحه سيف الدولة الحمداني، وليوقر كل معاني الشجاعة والعزم في نفس الآخر. وكأنك تجد المتنبى حاضراً في تلك المعركة فيرسم مشاهدتها بدقة عالية وتصوير قل نظيره .

وقد انقسم البحث إلى مهاد نظري اشتمل الحديث فيه عن الإشهار ومعانيه وتوظيفه في الشعر، ومهاد عملي اشتمل على توظيف وسائل الإشهار من الحجاج وأساليبه، وكذلك النسق المرئي للخطاب الإشهاري من توظيف الرمز والصورة والبعد السردى، وكذلك توظيف النسق الثقافي للخطاب الإشهاري بمختلف تجلياته الدينية والاجتماعية ، وثم شفعنا ذلك بخاتمة لأهم نتائج البحث.

Research summary :

Advertising is a linguistic structure based on employing language for the purpose of persuasion. It is a relationship between the creator and the recipient in which the creator invests this relationship in the direction that creates signals from the text that attract the recipient's interaction and interest. It is thus a communication process between the two parties in which the creator employs all his expressive energies and persuasive tools to achieve the goal of advertising. This research revolves around advertising in Al-Mutanabbi's poem :

Determinations come according to the people of determination ,
and generosity comes according to the generous

It is one of Al-Mutanabbi's great poems in which he employed all the persuasive means of persuasion links and methods, symbols, myths and imagination to bring the recipient to the image he wanted for his eulogist Saif Al-Dawla Al-Hamdani, and to honor all the meanings of courage and determination in the soul of the other. It is as if you find Al-Mutanabbi present in that battle, drawing its scenes with high precision and unparalleled photography.

The research was divided into a theoretical foundation that included talking about advertising, its meanings and its use in poetry, and a practical foundation that included the use of advertising means from argumentation and its links and methods, as well as the visual system of advertising discourse from the use of symbols, images and narrative dimensions, as well as the use of the cultural system of advertising discourse in its various religious and social manifestations. Then we accompanied that with a conclusion of the most important results of the research.

المهاد النظري

عُرف الإشهار في المعاجم اللغوية في مادة (شَهَرَ) ويعني الوضوح والظهور (ابن منظور، د.ت)، ٤/٤٣١) وذهب الفيروز آبادي بأنه المشاهدة (آبادي، د.ت)، ٢/٦٦) بينما يرى البستاني هو النشر والظهور (البستاني، ١٨٦٩م، ١/١٠٨٦). فالإشهار يعني الإعلان أي الجهر بالشيء.

أمّا اصطلاحاً: هو وسيلة إقناعية و"عملية اتصالية بين طرفين أساسيين مرسل منتج ومتلقٍ مستهلك" (الشنقيطي، ١٤٤٤هـ، ١٤).

ويعرفه عبد العالي بو طيب بأنه "خطاب يتميز ببناء محكم خاص تتضافر مختلف مكوناته التعبيرية بقصد تبليغ رسالة وحيدة ومحدودة لا يمكن ولا ينبغي أبداً أن يتخطاها القارئ المستهدف وإلا اعتبر دليلاً على فشله" (بوطيب، ٢٠٠٣م، ٣١٢).

ويعد الإشهار عملية لطرح الأفكار والتأثير في المتلقي عن طريق التعبير اللغوي فهو يتضمن "سمات لغوية ضمن نسق رمزي أو سمعي، أو لفظي، أو غير لفظي، ويستهدف المتلقين بقصدية استحضار المعاني لديهم والتأثير فيهم" (مجهول، ٢٠١٩م، ٩) والتأثير في المتلقي يكون تأثيراً جمعياً "باسلوب يستخدم من جهة ما، لإنتاج رسالة ذات مضامين مختلفة، حسب جهة إرسالها، إلى مجموعة من الجمهور، يستهدف قناعاته ومشاعره وأفكاره، تجاه مضمون الرسالة المرسله إليه أكانت نشاطاً اقتصادياً، أم نشر أفكار وقيم وفق إستراتيجية معينة، تحاول أن تتوسل مختلف الأنظمة والأدوات المألوفة في ميدان التكنولوجيا على حواس المتلقي لتحرير رسالته إلى أكبر قدر ممكن" (النعاس، ٢٠٢١م، ٢٣). وخطاب الإشهار في بحثنا هو خطاب ثقافي يهدف إلى التأثير في المتلقي ثقافياً واجتماعياً .

خطاب الإشهار قديم ظهر منذ الخليقة الأولى على الأرض، فقد تلقى آدم عليه السلام إعلاناً من الشيطان اللعين كما جاء في الآية القرآنية ((فَوَسْوَسَ إِلَيْهِ الشَّيْطَانُ قَالَ يَا آدَمُ هَلْ أَدُلُّكَ عَلَى شَجَرَةِ الْخُلْدِ وَمُلْكٍ لَّا يَبُلَى)) (طه، ١٢٠). فالشيطان أغوى آدم عليه السلام من خلال إقناعه بعبارات إشهارية كاذبة ومميّزة (شجرة الخلد، ملك لا يبلى) تكون دعاية لمخالفة أمر الله تعالى.

وقبل الميلاد نجد صوراً وكتابات عند أهل بابل والسومريين دعاية لمنتجات لأحد الحرفيين (ينظر: بنكراد، ٢٠٠٩م، ٤٧). وأيضاً في بلاد النيل "عثرنا على مجموعة من الإعلانات المكتوبة أو المرسومة على ورق البردي في شكل رسومات، أو نقوش فرعونية ذات طابع وهدف إعلامي إخباري وتسجيلي" (الزعيبي، ٢٠٠٩م، ٣١) .

أمّا الإغريق فقد وجد عندهم "لافتات إعلانية خارج متاجرهم، ولما كان عدد الناس الذين يعرفون القراءة قليلاً فقد استعمل التجار الرموز المنحوتة على الحجارة أو الصلصال، أو الخشب عوضاً عن اللافتات المكتوبة، فعلى سبيل المثال: ترمز حدوة الحصان إلى محل الحداد، والحذاء إلى محل صانع أحذية" (قاسمي، ٢٠٠٨م، ١) وهذه اللافتات دعاية للمُنتج .

ولا يختلف الرومان في بادئ الأمر عن غيرهم، فقد خصصوا مساحات للدعاية والإشهار على جدران منازلهم من خلال رسم صور ملونة خاصة بمنتجاتهم (ينظر: ناصر، ٢٠٠٨م، ١٠٥) ولكنهم بعد ذلك أوجدوا أساليب أخرى للإشهار المادي تعظيماً لحضارتهم القديمة فكان " إشهاراً لهذه الحضارة القديمة، فقد سَرت للتجار رمزية طرق معبّدة بالصخر الأبيض، ومزوّدة بالمخافر والحراسات الأمنية من أطرافها وصولاً إلى التجارية الرئيسة، وهي تمنح التجار مزايا عديدة كالأمن في الطريق وأماكن للترويج وعرض مختلف السلع فضلاً عن إمكانية التواصل والسفر إلى أي مكان دون خوف من سرّاق الطرق أو دفع تكاليف القوافل" (النعاس، ٢٠٢١م، ٢٥-٢٦).

وفي تراثنا العربي الشعر ينقل لنا صورة عن حياة المجتمعات وطباعها وواقعها فهو وسيلة تعبيرية عن كلّ ما يدور في واقعهم الاجتماعي والسياسي والتاريخي والنفسي، ونجد في الشعر مدخاً لأشخاص أو لقبيلة أو تحسين لصورة حزب سياسي الغرض منها الإشهار والإعلان. فأصبح الشعر وسيلة دعائية متنوعة لأغراض مختلفة من الشعر وتكون الدعاية ايجابية لمن يمدح ويفتخر وسلبية لمن يهجو وكانت الطريقة التي يتبعها الشعراء في الدعاية والإشهار هي اعتمادهم على الراوية في نشر أشعارهم، وهي تختلف عما نجده في العصر الحالي من وسائل حديثة ذات تقنية وإخراج متطورين سواء كان مكتوباً أو مرئياً أو مسموعاً.

وقديماً لا نجد أنموذجاً تعبيرياً شائعاً بين المجتمعات غير الشعر لكونه كلاماً موزوناً مؤثراً في المتلقي، وبهذا أخذ المكانة الأكبر في النفوس فعندما يريدون نشر المدح أو الهجاء يتخذون من الشعر منتجاً إشهارياً. والشعر عندما يذاع في مكان ما نجده قد شاع بين المجتمعات والقبائل لمسافات طويلة؛ لكون البيئة الثقافية تعتمد على الشعر في إذاعة أخبارها، وأيضاً تتخذه أناشيد في شعرها، فلا يحتاج الشاعر وسيلة أخرى للنشر وهدفه التأثير في المتلقي كي يسهل حفظه (ينظر: بكور، ٢٠١٦م، ٧٥). فالشعر "صاحب الخطوة الأكبر والانتشار الأوسع والوقع الأبرز في النفوس فيه تفرغ المحامد، وعن طريقه تذاع المناقب، وعبره يرسل الهجاء، اتخذ الوسيلة المثلى للدعاية والإشهار، ولعلّ ما كان يمتلكه الشعر من تأثير في النفوس عن طريق كونه موزوناً هو الذي جعل الناس كلّما أرادوا نشر فضيلة أو إذاعة هجاء أو إشهار منتج يلجؤون إليه ناظمين ذلك في سلك أبيات معجبة مؤثرة موجزة على شاكلة مثل سائر يسهل نشره أو انتشاره" (بكور، ٢٠١٦م، ٧٥).

ومن أماكن تسويق الشعر المشهورة قديماً سوق عكاظ وغيرها، وخصصت للشعر والفخر توضع فيها منابر للإلقاء من قبل الخطيب أو الشاعر الذي يفخر بأجداد قومه وقبيلته وهذا الفخر ضرب من ضروب الإشهار والترويج.

وأقدم ما وصل إلينا من النماذج الشعرية الإشهارية معلقة عمرو بن كلثوم مفتخرًا بقومه ومعرفًا بمجدهم للأخريين، وهي صورة من الشعر الجاهلي حيث يقول: (يعقوب، ١٩٩١م، ٧٢-٧٣)

مَتَى نَنْقُلْ إِلَى قَوْمٍ رَحَانَا يَكُونُوا فِي اللَّقَاءِ لَهَا طَحِينَا
يَكُونُ نِقَالُهَا شَرْقِيَّ نَجْدٍ وَلَهُوُئُهَا قُضَاعَةٌ أَجْمَعِينَا
نَزَلْتُمْ مِنْزِلَ الْأَضْيَافِ مِنَّا فَأَعْجَلْنَا الْقَرَى أَنْ تَشْتَمُونَا
قَرِينَاكُمْ فَعَجَلْنَا قِرَاكُمْ فُبَيْلَ الصُّبْحِ مِرْدَاةً طَحُونَا

وأيضاً نجد أبياتاً شعرية للشاعر الأموي مسكين الدارمي تُعدُّ من أروع ما قيل في شعر الإشهار والدعاية وقصة هذه الأبيات أنَّ بائعاً للخمار بيعت بضاعته إلا الخمار الأسود فطلب من الشاعر أن ينظم شعراً يروج به لبضاعته وكان الشاعر يتعبد في المسجد فعندما كتب أبياتاً جعل من النساء تشتري الخمار الأسود وبهذا نفذت البضاعة إذ يقول: (الأصفهاني، د. (ت، ج ٣/٣٣-٣٤)

قُلْ لِلْمَلِيحَةِ فِي الْخِمَارِ الْأَسْوَدِ مَاذَا صَنَعَتْ بِرَاهِبٍ مُتَعَبِدٍ
قَدْ كَانَ شَمَّرَ لِلصَّلَاةِ ثِيَابَهُ حَتَّى وَقَفَتْ لَهُ بِبَابِ الْمَسْجِدِ

وفي كتاب العمدة نجد من النماذج الشعرية كقضية المحلق الكلابي مع الشاعر الأعشى (القيرواني، ١٩٥٥م، ج ١/٤٩).

والقصيدة التي تمَّ اختيارها في بحثنا قصيدة الشاعر المعروف أبي الطيب المتنبي (على قدر أهل العزم) جاءت في مدح سيف الدولة الحمداني بعد خروجه بجيشه الكبير إلى مقاتلة أعدائه الروم الذين سيطروا على القلعة.

وهي من البحر الطويل وقد استوعبت تفعيلاته الثماني مدح سيف الدولة ووصف المعركة ضد الروم. ونجد في قصيدة المتنبي "شذرات لامعة من أمتع ما ورثنا من أدب الحرب، عرض فيها للذمستق قائد الروم وما كان من هزيمته" (السامرائي، ١٩٩٣م، ٨٦)

والقصيدة تحوي على رموز حماسية قوية متمثلة بالإشارات والعلامات التي تعبر عن هذه القوة، وكان وصفه لمعركة الحدث مملوءاً بغزارة الإحساس والحيوية وكأنَّ الشاعر متواجداً في المعركة وجاء وصفه دقيقاً وساحراً لها.

ويتضح من خلال أبيات القصيدة توفر صفة الإرادة لسيف الدولة وأيضاً اندفاع وعزيمة قوية في القضاء على الأعداء على الرغم من قوة جيشهم وضخامة عدده، وبهذا التقابل وظف الشاعر المفردات والجمال والتراكيب الأسلوبية والإيقاع لإبراز المعنى والتأثير في المتلقي وشدَّ انتباهه، وبذلك استطاع الشاعر بناء نصه الشعري على بنية التقابل بين المفردات.

ونلاحظ في القصيدة "فلسفة القوة المادية والمعنوية بكلّ تجلياتها المعبرة عن الإرادات الثلاث إرادة الشعور وإرادة القوة وإرادة الحياة، ومن ثمَّ تصبح تجليات صور القوة المتنوعة أساس وحدة القصيدة" (جمعة، ٢٠٠٦م، ٣٠).

انقسمت القصيدة على خمسة مقاطع جاء المقطع الأول (١-٢) بغرض الحكمة عزيمة سيف الدولة على تحقيق النصر، والمقطع الثاني (٣-١٥) ابتدأ بمدح سيف الدولة مبيناً قوته وشجاعته وهيمته في المعركة الطاحنة، وحمل المقطع الثالث (١٦-٢١) ما يثبت ما قدمه سيف الدولة من بطولات ضد الأعداء المدججين بالسلاح، وفي المقطع الرابع (٢٢-٣٢) يكرر ما جاء به في المقطع الثاني من مدح لسيف الدولة ولكن بصورة تجاوزت الحد في بيان شجاعة سيف الدولة، وفي الختام المقطع الخامس (٣٣-٤٦) النتيجة التي خرج بها سيف الدولة من المعركة مصوراً الهزيمة التي لحقت بجيش الروم ومهنناً لقائد المعركة.

ومن خلال هذه القصيدة تبين أنَّ المتنبي مؤسسة إعلامية من خلال ارتباطه الوثيق بالقيادة والأمراء، فأصبح الموجه والمرشد والمذيع لأعمالهم وأمجادهم من خلال شعره، وقد ارتبط بسيف الدولة تسعة أعوام نَظم فيها أجمل شعره في مدحه، وصحبه في غزواته، وبذلك أتاح له المشاركة في العملية الحربية إعلامياً وفكرياً وكذلك المشاركة في السلطة (ينظر: الدسوقي، ١٩٨٤م، ١٩).

ونجد عوامل أخرى مشتركة بين سيف الدولة وأبي الطيب المتنبّي "هذا بسلاحه وسلطانه، وذاك بشعره وبيانه، فالتقيا على غاية موحدة وهدف مشترك واتخذ السيف من القلم صوتاً إعلامياً يفصح بكل صدق وإخلاص عن التوجهات السياسية للدولة التي قامت على منهج في التفكير، واسلوب في العقيدة، وانطلاقاً نحو تأسيس كيان" (كمال، ٢٠٠١م، ٥).

وأكثر المتنبّي في مدح سيف الدولة ووصف انتصاراته في معاركه التي خاضها ضد الروم وغيرهم، وجاءت مدائحه صادقة في تعبيرها بعيدة عن التصنع لقناعة المتنبّي بأن سيف الدولة هو الشخص المثالي (ينظر: معتوق، ١٩٧٤م، ٦٥).

ويبقى المتنبّي من بين الشعراء العرب "علماً بارزاً فمن ينعم النظر في شعر هذا الشاعر يتجلى له المتنبّي معمارياً فذاً، يُحسن هندسة بنائه الفني إلى الحد الذي لا يكون في مقدور أحد - كائنًا من كان - أن يزحزح لبنة واحدة من هذا المعمار الباهر الجميل أو أن يستبدل بها غيره" (الخطاب، ٢٠٠٧م، ٤٦٦).

المهاد التطبيقي

من خلال قراءتنا لقصيدة المتنبّي يتضح لنا أنّ هناك جملة من معاني الإشهار منها:

١ - الإشهار الأدبي السياسي:

وسيلة من وسائل التواصل والتأثير والإقناع في المتلقي عبر اللغة الإيحائية التي تتضمن أفكاراً وأساليباً متنوعة فهو "الفن القولي - شعراً وكتابة وخطابة وحواراً - الذي يتعاطى شؤون الحكم تأييداً أو تنقيداً، أو يتناول علاقة الأمة بغيرها في حربٍ أو سلمٍ" (الحوفي، ١٩٦٥م، ٨). ويحاول كاتب النص الأدبي استمالة المتلقين من خلال اللغة والإيقاع والدلالة. فالإشهار السياسي يمثل السلطة بأنواعها الحاكم والقائد العسكري وغيرها، منطلقاً من النصوص الشعرية لكونها المؤثر والمقنع في المرسل إليه.

ابتدأ المتنبّي قصيدته بأبيات الحكمة - وهي غرض شعري - تمثلت بالعزيمة والكرم وهي من الصفات العربية التي يتحلى بها الشجعان من العرب، وإن لم يكن المتنبّي قد ابتدأ قصيدته بذكر سيف الدولة إلا أنّه وسم سيف الدولة بهاتين الصفتين، فلا يكون قائداً إلا أنّ يتصف

بالعزيمة. وجاءت الأبيات في مقطع القصيدة مناسبة مع الغرض وهذا بحد ذاته إشهار سياسي لبيّن لنا المتنبي أنّ سيف الدولة هو القائد الذي تكاملت فيه صفات القيادة إذ أنّ القيادة والفروسية "تضمنت الشجاعة، والمروءة، والبطولة، والكرم، والنخوة، والفروسية في لغة العرب تقتضي بأن يكون الفارس العربي ذا رأي، وحكمة، وبصيرة بالأمر" (سلامة، ١٩٩٣م، ١٥).

وظلّ المتنبي معجباً بما يمتلكه ممدوحه من حكمة سياسية وهمة عسكرية إذ جعله يمتلك من العزم والشجاعة ما لا يمتلكه غيره إذ يقول: (البرقوقي، ١٩٨٦م، ج ٤/٩٤)

على قَدَرِ أَهْلِ الْعَزْمِ تَأْتِي الْعَزَائِمُ وَتَأْتِي عَلَى قَدَرِ الْكِرَامِ الْمَكَارِمُ

وَتَعْظُمُ فِي عَيْنِ الصَّغِيرِ صِغَارُهَا وَتَصْغُرُ فِي عَيْنِ الْعَظِيمِ الْعَظَائِمُ

وقد شكل حرف الجر (على) في بداية القصيدة الذي يدل على **الاستعلاء** فعلاً إشهارياً، والتقديم لشبه الجملة على الجملة الفعلية يجعل المتلقي ينتظر **بشوق** ماذا سيأتي، والغاية من ذلك "إحداث انفعال شعوري في نفس المتلقي لغرض الإثارة" (العادي، ١٩٩٦م، ١٢٨)، ولجأ إلى التضاد بين المفردات (تعظم - تصغر) (الصغير - العظيم) لكي يصل إلى الهدف الإقناعي والإشعاري.

وأعطى الشاعر لممدوحه صفات مميزة عن غيره تجعله قائداً للمجموع إذ يقول: (البرقوقي، ١٩٨٦م، ج ٤/٩٤)

يُكَافُّ سَيْفُ الدَّوْلَةِ الْجَيْشَ هَمَّهُ وَقَدْ عَجَزَتْ عَنْهُ الْجُيُوشُ الْخَضَارِمُ

وَيَطْلُبُ عِنْدَ النَّاسِ مَا عِنْدَ نَفْسِهِ وَذَلِكَ مَا لَا تَدَّعِيهِ الصَّرَاغِمُ

فالتكليف يدلّ على المسؤولية والقيادة من الفرد إلى المجموع، فأراد سيف الدولة الذي يمتلك الإرادة تثقيف جيشه ليكون مثالياً ذا همة عالية في مقاتلة الجيوش العظيمة العاجزة. واستعان الشاعر بالصورة البيانية (الاستعارة) التي تحرك ذهن المتلقي وتقوي المعنى وتعطي للنص القيمة الإشهارية، فقد جعل الأسود (الضراغم) تحسّ وتدّعي وتتكلم مثل الإنسان.

وجاءت الأفعال المضارعة (يطلب - تدّعيه) لتدلّ على استمرارية الحركة الصالحة للحاضر والمستقبل وأراد الممدوح برفع الهمم والعزائم لجيشه وجعل همهم كهمته، وأيضاً لا يريد استنكار الماضي للقلعة التي أصابها الإحباط والضياع وبذلك أكد الشاعر على تنبيه المتلقي وتأكيد الجانب الإشهاري للقائد السياسي.

٢ - الإشهار بالشجاعة:

من الصفات النبيلة في محاربة الأعداء عنصر الشجاعة والثبات، والشجاعة "بذل النفس للموت عن الدين والحريم وعن الجار المضطهد وعن المستجير المظلوم وعن الهزيمة ظمناً في المال والعرض وفي سائر سبل الحق سواء قل من يعارض أو كثر" (الأندلسي، ١٩٨٨م، ٨٠). وقد حث الله تعالى المسلمين على الثبات عند مقاتلة الأعداء في قوله تعالى: ((يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا لَقِيتُمْ فِئَةً فَاثْبُتُوا وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ)) (الأنفال: ٤٥).

وقد تناولها الشعراء في قصائدهم بكثرة من خلال تصوير المعارك الحربية وبطولات الشجعان بألفاظ مؤثرة وصور بلاغية متنوعة التي تثبت القوة والعزيمة والإرادة في الشخص الممدوح فالشجاعة ليس بالجسد فقط وإنما بالفكر. وقد شهّر المتنبي بشجاعة وانتصار ممدوحه في تصديه للروم واستعادة القلعة لأهلها بسيفيه وأفكاره وعزيمته إذ يقول: (البرقوقي، ١٩٨٦م، ج ٤/٩٦)

بَنَاهَا فَأَعْلَى وَالْقَنَا تَقَرَّعُ الْقَنَا وَمَوْجُ الْمَنَايَا حَوْلَهَا مُتَلَاظِمٌ

أراد المتنبي إثبات المعنى الإشهاري فلجأ إلى الصورة الكنائية (وَالْقَنَا تَقَرَّعُ الْقَنَا) فالرمح العربية تضرب رماح العدو وتدل على قوة المعركة بين الطرفين، وصوّر منايا العدو بالأمواج المتلاطمة في بحر من الدماء اشتدت فيه قوة الرماح بلغة بلاغية مجازية (وَمَوْجُ الْمَنَايَا حَوْلَهَا مُتَلَاظِمٌ) وهذه الصور التي وظفها الشاعر أصابت الهدف الذي يبتغيه سيف الدولة وهو الهزيمة لأعدائه بعزيمته وجهوده القوية فأدّت إلى دهشة المتلقي وجذبه والتأثير فيه، وحثه على إنتاج الدلالة بهدف نقل المعنى إلى الجانب الإشهاري.

ومن الأبيات التي تبيّن شجاعة الممدوح قوله: (البرقوقي، ١٩٨٦م، ج٤/١٠٣)

تَجَاوَزْتَ مِقْدَارَ الشَّجَاعَةِ وَالنُّهْيِ إِلَى قَوْلِ قَوْمٍ أَنْتَ بِالْغَيْبِ عَالِمٌ

ضَمَمْتَ جَنَاحِيهِمْ عَلَى الْقَلْبِ ضَمَّةً تَمُوتُ الْخَوَافِي تَحْتَهَا وَالْقَوَادِمُ

عبّر الشاعر عن فكرة الشجاعة التي يمتلكها الممدوح بأنّها انزاحت عن المألوف في حدّ الشجاعة والعقل فاستعماله للفعل (تجاوزت) يدلّ على أنّ هناك مغامرة حقيقية تولدت من الداخل من العزيمة والإرادة للممدوح تجعل أفق المتلقي منتظراً لما يأتي، والممدوح يعلم أنّ عاقبة المغامرة هي النصر لذلك نعتوه بالغيث وهذا بحدّ ذاته يمثل وصلة إشهارية لإبراز الدلالة. فالقائد العسكري لديه خطة موضوعة لإدارة المعركة التي تحتاج إلى الفكر السليم والتدبير في اتخاذ القرار المناسب مع الحالة فقوة الجسد لوحدها لا تكفي بل تحتاج إلى قوة عقلية وهذا ما لمسناه في خطة الممدوح في ضمّ الميمنة والميسرة إلى القلب ومحاصرة الأعداء وقتلهم، فرسم لنا صورة حسية بصرية لتكثيف المعنى الإشهاري والتأثير في المتلقي من خلال الاستعارة فشبه الميمنة والميسرة لجيش الأعداء بجناحي الطائر ووسط الجيش بقلب الطائر والمقاتلين من الأعداء بالريش الكبير والصغير. وجاءت نتائج الخطة العسكرية للمعركة بالانتصار وأكدها المتنبي بقوله: (البرقوقي، ١٩٨٦م، ج٤/١٠٤)

نَتَرْتَهُمْ فَوْقَ الْأَحْيَدِ كُلِّهِ كَمَا نُثِرَتْ فَوْقَ الْعُرُوسِ الدَّرَاهِمُ

منظرٌ تثارث فيه الجثث بعد انتهاء المعركة على جبل الأحيب لكثرة القتلى الذين شبههم بالدراهم التي تنثر على العروس يعطي "موقفاً شعورياً ينظم تلك المساواة الداخلة لدى الشاعر القبح يغدو جمالاً إذا ما كان في خدمة هدف جميل، في مثل هذا الموقف تتساوى النشوة بمنظر القتلى منثورين فوق جبل لم يعد يتسع لهم (الأحيب) المصغرة توحى بضيق المكان على اتساعه بالنشوة لدى رؤية الدراهم الجميلة منثورة فوق عروس جميلة أيضاً، ذلك أنّ كل واحد من المنظرين يداعب منطقة الرضا في نفس الإنسان وعقله" (الرباعي، ١٩٩٥م، ١٨٣)، وأعطى التشبيه التمثيلي صورة فنية رائعة للتأثير على المتلقي وتحريك انفعالاته لبناء الصورة الإشهارية.

وبالمقابل فإنّ جيش الروم جيش قوي وكثير العدة والعدد وليس بالضعيف، واجتمعت فيه لهجات مختلفة كما وصفه المتنبي حيث يقول: (البرقوقي، ١٩٨٦م، ج٤/٩٩-١٠٠)

أَتَوْكَ يَجْرُونَ الْحَدِيدَ كَأَنَّهُمْ سَرَوْا بِجِيَادٍ مَا لَهُنَّ قَوَائِمُ

إِذَا بَرَقُوا لَمْ تَعْرِفِ الْبَيْضَ مِنْهُمْ ثِيَابُهُمْ مِنْ مِثْلِهَا وَالْعَمَائِمُ

خَمِيسٌ بِشَرْقِ الْأَرْضِ وَالْغَرْبِ رَحْفُهُ وَفِي أُذُنِ الْجَوَازِ مِنْهُ زَمَازِمُ

تَجَمَّعَ فِيهِ كُلُّ لِسَانٍ وَأُمَّةٍ فَمَا تُفْهَمُ الْحُدَاثُ إِلَّا التَّرَاجِمُ

واستطاع الممدوح بقوته الخارقة القضاء على جيش الروم المدجج بالسلاح، فجيش الروم كأنه وحدات متعددة من الجيوش التي يغطيها الحديد "ومواجهة الشجاع لشجاع مثله وتغلبه عليه أدل على الشجاعة من الانتصار على الجبان أو الضعيف، وقد ركز الشعراء على أن يكون الخصوم من الفرسان الشجعان" (زين الدين، ٢٠١٧م، ٧٣) وتوفرت في هذا الوصف صورة خيالية متمثلة بالكناية في الألفاظ (يجرون الحديد- خميس) فجاء التصوير دقيقاً وموضحاً للمعنى ومؤثراً في ذهن المتلقي.

٣ - الإشهار الرمزي للخرافة أو الأسطورة:

أثبت الشاعر صورة رمزية خرافية تأخذ دلالتها من المخزون الثقافي والفكري للشعوب، والتي تشكل "خطاباً اشهارياً فاعلاً في التأثير في المتلقي وتوجيهه إلى القصدية التي رغب الخطاب بإيصالها إليه" (الديك، ٢٠١٠م، ٣٥٨). والخرافة في الأدب "تنشأ وتزدهر عندما يرى الناس ظاهرة غريبة أو أمراً غير مألوف لديهم ولا يجدون لها تعليلاً منطقياً أو تفسيراً علمياً مقبولاً، فيعللونها تعليلاً يرضي الأمزجة والأهواء لكنه لا يرضي العقول" (العزي، ١٩٨٧م، ١٧). وبهذا وظف الشاعر الرمز الخرافي الذي يحمل دلالة إرسالية إشهارية تسويقية لأجل التأثير في المرسل إليه وإقناعه بما يحدث من قتال في المعركة المجنونة التي علقت جثث القتلى على جدران القلعة كما تعلق التمايم في رقبة من مسه الجنون حيث يقول: (البرقوقي، ١٩٨٦م، ج٤/٩٦)

وَكَانَ بِهَا مِثْلُ الْجُنُونِ فَأَصْبَحَتْ وَمِنْ جُنْثِ الْقَتْلِ عَلَيْهَا تَمَائِمُ

ومن الرموز التي وظفها الشاعر ليكون رمزاً لاشهاريته النسري. إذ يقول: (البرقوقي، ١٩٨٦م، ج٤/٩٥)

بُقِدِّي أَنْتَ الطَّيْرُ عُمراً سِلَاحُهُ نُسُورُ الْمَلَا أَحْدَاثُهَا وَالْقَشَاعُ

وَمَا ضَرَّهَا خَلْقٌ بِغَيْرِ مَخَالِبٍ وَقَدْ خُلِقَتْ أَسْيَافُهُ وَالْقَوَائِمُ

اهتم الإنسان الجاهلي بالنسر ومنحه من الصفات التي ميّزته عن الطيور الأخرى، أوصلته إلى حدّ القداسة، فهو مثلاً للقوة والرفعة والسمو وهذه المكانة مرتدة من الموروث الأسطوري القديم الذي جعله إلهاً أو شبيهاً بالإله (ينظر: الديك، ٢٠١٠م، ٣٥٨). ونجد الممدوح مهتماً وهو يخوض المعركة برعاية النسور وتوفير غذائها من جثث الأعداء، وقد وظّف الشاعر الاستعارة كي يضع المتلقي تحت تأثير كبير، وجعل النص أكثر إبداعاً، والصورة التي وظّفها جعلت النسور التي تمتاز بالقوة والصلابة تُقدّم الفداء كما يقدّمه الإنسان لقائد المعركة القوي، وتجاوز برعايته للنسور على فرض الخيال بأنه لو خلقت هذه النسور بلا مخالب فسيوفر لها طعامها وهذا دليل على كثرة القتلى، واختياره للنسر القوي بمنتهى الدقة دون الضعيف من الحيوان لتشويق المتلقي والضغط للإقناع بشجاعة الممدوح وخلق التأثير الإشهاري.

٤- الإشهار الديني:

يشتمل الخطاب الإشهاري الديني الجانب الترويجي للأفكار الدينية والمعتقدات، ويعمل على نشر التعاليم الدينية والترغيب لها، ويعد نسقاً من الأنساق الثقافية في الأدب. ولفظة الدين في الاصطلاح هو "جملة النواميس النظرية التي تحدد صفات تلك القوة الإلهية، وجملة القواعد العملية التي ترسم طريق عبادتها" (عبد الله، د. ت، ٥٢). فهو معالجة لقضايا الإنسان في الحياة وطريق للرشاد.

وقد وظّف المتنبي المظاهر الدينية في قصيدته لتسويق دلالتها إلى المتلقي فيقول:

(البرقوقي، ١٩٨٦م، ج٤/١٠٧)

وَلَسْتُ مَلِكاً هَازِماً لِنَظِيرِهِ وَلَكِنَّكَ التَّوْحِيدُ لِلشَّرِكِ هَازِمٌ

دفع التوهم واستدرك على أَنَّ المعركة هي ليست جندي مقابل جندي، وأنَّما الإيمان والتوحيد الذي مثله سيف الدولة مقابل الشرك الذي يمثل جيش الروم، فكأنَّ التوحيد أطاح بالشرك للحفاظ على القيم ومبادئ الدين الإسلامي، وبهذا جعل المتنبّي من سيف الدولة مسلماً موحدًا هازمًا للشرك وهو صراع ثقافي وحضاري بين المسلمين وأعدائهم.

ولإقناع المتلقي جاء بالتشبيه البليغ (لكُنْكَ التَّوْحِيدُ) بصورة رائعة ودقيقة فهي معركة الإيمان والعقيدة، وأستعمل الطباقي لتقوية المعنى وجذب انتباه المرسل إليه وهو إعلان وإشهار للدين الإسلامي "وقد حارب المسلمون الروم بقيادة سيف الدولة قرابة الستين عامًا كانوا إذا دخلوا المعركة دخلوها أسودًا كاسرة يحملون أعلامًا مزركشة مطرزة كتب عليها لا إله إلا الله وهي زادهم الحقيقي في ميدان الحرب" (أبو ناجي، ١٩٨٠م، ج٢/١٠). وهي معركة بين الإيمان والكفر و"لم يعرف تاريخ العرب أميرًا عربيًا مسلمًا أوقع الهزائم المتوالية بالروم كما أوقعها سيف الدولة، الذي يعتبر بحق درة ناصعة في جبين الإسلام فقد خاض أربعين غزوة مع الروم كتب له فيها النصر في معظمها" (أبو ناجي، ١٩٨٠م، ج٢/١٠). ويؤكد الشاعر الانتصار للإسلام في قوله: (البرقوقي، ١٩٨٦م، ج٤/١٠٨)

هَنِيئًا لِيَصْرِبِ الْهَامُ وَالْمَجْدُ وَالْعُلَى وَرَاجِيكَ وَالْإِسْلَامُ أَنَّكَ سَالِمٌ

وَلَمْ لَا يَبْقَى الرَّحْمَنُ حَدِيكَ مَا وَقَى وَتَقْلِيْقُهُ هَامَ الْعِدَا بِكَ دَائِمٌ

جاءت التهئة لسيف الدولة والإسلام بانتصاره على الأعداء "وفي نهاية القصيدة يذكر الشاعر رعاية الرحمن لسيف الدولة في قوله: (وَلَمْ لَا يَبْقَى الرَّحْمَنُ حَدِيكَ مَا وَقَى) وفي هذا البيت يتحدث الشاعر عن مدحه لشخصية سيف الدولة فقط لا غير حيث أنه لو ذكر ذلك السبب الديني لكان من الممكن أن يقوم أي قائد إسلامي بما قام به سيف الدولة لذلك ذكر الشاعر ذلك السبب في نهاية القصيدة ليستدرج القارئ إليه بعد أن تأكد القارئ أَنَّ سيف الدولة منقطع النظير في الشجاعة والإقدام" (ظاهر: ٢٠١٠م، ٧) محققًا بذلك غاية الإشهار في التأثير في المتلقي.

يُعد الشعر من أبرز الفنون عند العرب وقيل أنه ديوان العرب يحمل عاداتهم ومعتقداتهم وأخلاقهم وأفكارهم ويمثل السجل والوثيقة، والإشهار وسيلة من وسائل الدعاية والإعلان لهذا السجل، ولم يغفل المتنبي عن قضية الهوية العربية حيث يقول: ((البرقوقي، ١٩٨٦م، ج٤/١٠٧)

تَشْرَفُ عَدَنَانُ بِهِ لَا رَيْبَةَ وَتَفْتَخِرُ الدُّنْيَا بِهِ لَا عَوَاصِمُ

كان النصر والغلبة على أعداء العرب شموليًا ولا يختص بقبيلة واحدة وإنما لجميع القبائل فالافتخار للعرب، وللدنيا جميعًا لا لبلاد مخصوصة فتحقيق النصر على العدو أعطى روحًا حماسية وهمة عالية .

في البيت استعارة رائعة (وَتَفْتَخِرُ الدُّنْيَا) فجعل للدنيا إحساسًا بأن تتخيل وتفتخر بسيف الدولة وبالتالي ولد متعة فنية للمتلقي وصورة إشهارية للقومية العربية .

نخلص مما تقدّم إلى أن المتنبي تعمد الإشهار في هذه القصيدة، فبه يكون الخلود ولربما لم يخلُ القصيدة مديح المتنبي من هدف تكسبي إلا أنه - في تقديرنا - كان مدحًا حقيقيًا دفعه إليه شغفه بعروبته في وقت كان العرب يعيشون حالة من التشتت والفرقة، ولذا تُعد هذه القصيدة تخليدًا لانتصار كبير حققه العرب على الروم، وتخليدًا لفارسٍ قلَّ نظيره في ذلك الوقت فكان دافع الإشهار عند الشاعر دافعًا حقيقيًا واعيًا بما يقول.

النتائج: وبعد هذه الجولة البحثية نضع أهم نتائج البحث وهي:

- ١- كانت قصيدة المتنبي مدحًا صادقًا وإعجابًا حقيقيًا لما كان المتنبي يبحث عنه (شخصية عربية قيادية) .
- ٢- أشرعنا المتنبي بحضوره اللافت في المعركة لتصويره الدقيق لوقائعها .
- ٣- تعمد الشاعر بأن تكون قصيدته لوحة فنية إشهارية لقائد جسد طموح الشاعر .
- ٤- تمكن الشاعر من إبراز الشخصية القيادية لسيف الدولة الحمداني متوجة بكلّ مزايا القائد سياسيًا وعسكريًا ودينيًا وقوميًا .
- ٥- حرص الشاعر على أن تكون قصيدته نصًا تاريخيًا توثيقيًا .

- ❖ القرآن الكريم
- ❖ آبادي، الفيروس، (د.ت)، القاموس المحيط، دار العلم للجميع، بيروت- لبنان .
- ❖ ابن منظور، محمد، (د.ت)، لسان العرب: دار صادر، ط١، بيروت .
- ❖ أبو ناجي، ١٩٨٠م، د. محمود حسن عبد ربة، الحرب في شعر المتنبي، دار الشروق، ط٢، جدة - السعودية.
- ❖ الأندلسي، ابن حزم، الأخلاق والسير، دار المشرق العربي، ط١، القاهرة .
- ❖ الأصفهاني، (د-ت)، أبو الفرج، كتاب الأغاني، دار إحياء التراث العربي، بيروت- لبنان.
- ❖ البرقوقي، ١٩٨٦م، وضعه: عبد الرحمن، ديوان المتنبي، دار الكتاب العربي، بيروت- لبنان .
- ❖ البستاني، ١٨٦٩م، المعلم بطرس، قطر المحيط، طبع في بيروت .
- ❖ بكور، د. سعيد، ٢٠١٦م، تجليات الخطاب الإشهاري في الشعر القديم محاولة في التأصيل، مجلة المورد العراقية، مجلد ٤٣ .
- ❖ بركراد، سعيد، ٢٠٠٩م، الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة، المركز الثقافي العربي، ط١.
- ❖ بوطيب، عبد العالي، ٢٠٠٣م، آليات الخطاب الإشهاري، مجلة علامات، ع٤٩، مج١٣.
- ❖ جمعة، د. حسين، ٢٠٠٦م، صورة القوة والإرادة في شعر المتنبي، مجلة التراث العربي، مج٢٦، عدد ١٠٣.
- ❖ الحطاب، د. عبد الهادي خضير، ٢٠٠٧م، دقة الألفاظ وإيجائها في شعر المتنبي، قصيدته في مدح كافور (فراق) أنموذجاً: مجلة مجمع اللغة العربية، دمشق، مجلد ٨٢، ع ٣ .
- ❖ الحوفي، أحمد محمد، ١٩٦٥م، أدب السياسة في العصر الأموي دار القلم، ط١، بيروت- لبنان .
- ❖ الدسوقي، د. عبد العزيز، ١٩٨٤م، في عالم المتنبي: دار الشروق، ط١، القاهرة .
- ❖ الديك، إحسان، ٢٠١٠م، أسطورة النسر والبحث عن الخلود في الشعر الجاهلي، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج ٣٧، عدد ٢ .
- ❖ الرباعي، عبد القادر، ١٩٩٥م، الصورة الفنية في النقد الشعري، دراسة في النظرية والتطبيق، مكتبة الكناني، ط٢، أريد- الأردن .
- ❖ الزعبي، علي فلاح، ٢٠٠٩م، الإعلان الفعال، دار اليازوري للنشر، ط١، عمان- الأردن.
- ❖ زين الدين، زيد مصطفى كامل، ٢٠١٧م، الاستقصاء والتحليل في شيمة الشجاعة في الشعر العباسي، جامعة النجاح الوطنية، رسالة ماجستير .

- ❖ السامرائي، إبراهيم، ١٩٩٣م، في مجلس أبي الطيب المتنبي، دار الجبل، ط١ بيروت- لبنان.
- ❖ سلامة، محمد أحمد، ١٩٩٣م، الخيل والفروسية، دار الفكر العربي مصر .
- ❖ الشنقيطي، مريم، ٢٠٢٢م، الخطاب الإشهاري في النص الأدبي دراسة تداولية، دار الفیصل الثقافية الرياض، ط١.
- ❖ ظاهر، الباحث نادر، ٢٠١٠م، تحليل قصيدة المتنبي (على قدر أهل العزم) موقع دنيا الوطن .
- ❖ العادي، حميد أحمد عيسى، ١٩٩٦م، التقديم والتأخير في القرآن الكريم، دار الشؤون الثقافية العامة، ط١، بغداد .
- ❖ عبد الله، محمد، (د.ت)، بحوث ممهدة لدراسة تاريخ الأديان، دار القلم، ط١، الكويت .
- ❖ العزي، عزيز العلي، ١٩٨٧م، الحيوان في تراثنا بين الحقيقة والأسطورة، دار الشؤون الثقافية، بغداد .
- ❖ قاسمي، إسماعيل، ٢٠٠٨م، قانون الإشهار في الجزائر، جامعة الجزائر، كلية السياسة والإعلام، منشور على موقع: <http://www.djelfaonline.con>.
- ❖ القبرواني، ابن رشيق، ١٩٥٥م، العمدة في محاسن الشعر وآدابه ونقده، مطبعة السعادة، مصر .
- ❖ كمال، محمد، ٢٠٠١م، المتنبي والموقف الصعب، مجلة التراث العربي، عدد ٨٣-٨٤ .
- ❖ مجهول، واثق حسن، ٢٠١٩م الخطاب الإشهاري عند داعش (دراسة في آليات التواصل)، كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة المثنى، أطروحة دكتوراه .
- ❖ معنوق، جورج عبدو، ١٩٧٤م المتنبي شاعر الشخصية القوية، دار الكتاب اللبناني، ط١، بيروت .
- ❖ ناصر، د. محمد جودت، ٢٠٠٨م، الدعاية والإعلانات والعلاقات العامة، دار مجدلاوي .
- ❖ النعاس، د. وليد شاكر، ٢٠٢١م، الخطاب الإشهاري تسليح المعبد في المعبد أنموذجاً، دار نينوى للنشر، ط١، سوريا.
- ❖ يعقوب، د. إميل بديع، ١٩٩١م، ديوان عمرو بن كلثوم، دار الكتاب العربي، ط١، بيروت- لبنان .

Research Sources

- ❖ The Holy Quran
- ❖ Abadi, Virus, (n.d.), Al-Qamoos Al-Muhit, Dar Al-Ilm Lil-Jami'a, Beirut-Lebanon.
- ❖ Ibn Manzur, Muhammad, (n.d.), Lisan Al-Arab: Dar Sadir, 1st ed., Beirut.
- ❖ Abu Naji, 1980, Dr. Mahmoud Hassan Abd Rabbah, War in the Poetry of Al-Mutanabbi, Dar Al-Shorouk, 2nd ed., Jeddah-Saudi Arabia.
- ❖ Al-Andalusi, Ibn Hazm, Ethics and Conduct, Dar Al-Mashreq Al-Arabi, 1st ed., Cairo.
- ❖ Al-Isfahani, (n.d.), Abu Al-Faraj, Kitab Al-Aghani, Dar Ihya Al-Turath Al-Arabi, Beirut-Lebanon.
- ❖ Al-Barquqi, 1986, written by: Abdul Rahman, Diwan Al-Mutanabbi, Dar Al-Kitab Al-Arabi, Beirut-Lebanon.
- ❖ Al-Bustani, 1869, Al-Moallem Butrus, Qatar Al-Muhit, printed in Beirut.
- ❖ Bakur, Dr. Saeed, 2016, Manifestations of Advertising Discourse in Ancient Poetry, An Attempt at Authentication, Al-Mawrid Iraqi Magazine, Volume 43.
- ❖ Benkrad, Saeed, 2009, Advertising Image, Mechanisms of Persuasion and Meaning, Arab Cultural Center, 1st ed.
- ❖ Boutaib, Abdul Ali, 2003, Mechanisms of Advertising Discourse, Alamat Magazine, Issue 49, Vol. 13.
- ❖ Juma, Dr. Hussein, 2006, The Image of Power and Will in Al-Mutanabbi's Poetry, Arab Heritage Magazine, Vol. 26, No. 103 .
- ❖ Al-Hattab, Dr. Abdul Hadi Khadir, 2007, The Precision of Words and Their Implications in Al-Mutanabbi's Poetry, His Poem in Praise of Kafur (Faraq) as a Model: Journal of the Arabic Language Academy, Damascus, Volume 82, Issue 3 .
- ❖ Al-Hawfi, Ahmed Muhammad, 1965, Political Literature in the Umayyad Era, Dar Al-Qalam, 1st ed., Beirut-Lebanon .
- ❖ Al-Dasouki, Dr. Abdul Aziz, 1984, In the World of Al-Mutanabbi: Dar Al-Shorouk, 1st ed., Cairo .
- ❖ Al-Deek, Ihsan, 2010, The Legend of the Eagle and the Search for Immortality in Pre-Islamic Poetry, Studies in Humanities and Social Sciences, Vol. 37, No. 2 .

- ❖ Al-Rubai, Abdul Qader, 1995, The Artistic Image in Poetic Criticism, A Study in Theory and Application, Al-Kanani Library, 2nd ed., Irbid-Jordan .
- ❖ Al-Zoubi, Ali Falah, 2009, Effective Advertising, Al-Yazouri Publishing House, 1st ed., Amman-Jordan .
- ❖ Zain Al-Din, Zaid Mustafa Kamel, 2017, Investigation and Analysis of the Characteristics of Courage in Abbasid Poetry, An-Najah National University, Master's Thesis .
- ❖ Al-Samarrai, Ibrahim, 1993, In the Council of Abu Tayeb Al-Mutanabbi, Dar Al-Jeel, 1st ed., Beirut-Lebanon .
- ❖ Salama, Muhammad Ahmad, 1993, Horses and Chivalry, Dar Al Fikr Al Arabi, Egypt.
- ❖ Al Shanqeeti, Maryam, 2022, Advertising Discourse in Literary Text, a Pragmatic Study, Dar Al Faisal Cultural, Riyadh, 1st ed .
- ❖ Zahir, Researcher Nader, 2010, Analysis of Al Mutanabbi's Poem (On the Level of Determination), Dunya Al Watan Website .
- ❖ Al Adi, Hamid Ahmad Issa, 1996, Advancement and Delay in the Holy Quran, General Cultural Affairs House, 1st ed., Baghdad .
- ❖ Abdullah, Muhammad, (n.d.), Preliminary Research for the Study of the History of Religions, Dar Al Qalam, 1st ed., Kuwait .
- ❖ Al Ezzi, Aziz Al Ali, 1987, Animals in Our Heritage Between Truth and Myth, General Cultural Affairs House, Baghdad .
- ❖ Qasimi, Ismail, 2008, Advertising Law in Algeria, University of Algiers, Faculty of Politics and Media, published on the website: <http://www.djelfaonline.com>.
- ❖ Al-Qayrawani, Ibn Rushd, 1955, Al-Umdah in the Beauties of Poetry, its Literature and Criticism , Al-Saada Press, Egypt .
- ❖ Kamal, Muhammad, 2001, Al-Mutanabbi and the Difficult Situation, Arab Heritage Magazine, Issue 83-84 .
- ❖ Anonymous, Wathiq Hassan, 2019, Advertising Discourse in ISIS (A Study in Communication Mechanisms), Faculty of Education for Humanities, Al-Muthanna University , PhD Thesis .
- ❖ Moataq, George Abdo, 1974, Al-Mutanabbi, the Poet of the Strong Personality, Dar Al-Kitab Al-Lubnani, 1st ed., Beirut .
- ❖ Nasser, Dr. Muhammad Jawdat, 2008, Advertising, Advertisements and Public Relations, Dar Majdalawi .
- ❖ Al-Naas, Dr. Walid Shaker, 2021 AD, Advertising Discourse Arming the Temple in the Temple as a Model, Dar Ninawa Publishing, 1st ed., Syria .
- ❖ Yaqoub, Dr. Emile Badie, 1991 AD, Diwan Amr bin Kulthum, Dar Al-Kitab Al-Arabi, 1st ed., Beirut-Lebanon .