

# صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقاربة إعلامية – ثقافية

الأستاذ المساعد الدكتور بهجت مهجر حبش الطعمة

الجامعة التقنية الجنوبية / الكلية التقنية الهندسية – البصرة

[Bahjat.altumah@stu.edu.iq](mailto:Bahjat.altumah@stu.edu.iq)

المستخلص:

يتناول البحث موضوع الشعر الأموي وصناعة الرأي العام من منظور إعلامي-ثقافي، ساعياً إلى الكشف عن الكيفية التي أسهم بها الشعر في تشكيل الوعي الجماهيري وتوجيهه داخل سياق تاريخي اتسم بتعدد الخطابات وتنافس القوى السياسية والاجتماعية على السيطرة على المجال العام، وانطلق البحث من فرضية ترى أن الشعر الأموي لم يكن فناً لغوياً أو جمالياً فحسب، بل وسيلة تواصل جماهيري ذات وظيفة إعلامية فاعلة تُسهم في بناء المواقف الجماعية وصياغة الصور الذهنية لدى الجمهور، وقد ازدادت أهمية الشعر في هذا الإطار بحكم قدرته على النفاذ إلى الوجدان الجمعي، مما جعله أداة محورية في يد السلطة السياسية التي سعت إلى توجيه الرأي العام وتثبيت شرعيتها، في مقابل استثماره من قبل الخطابات المعارضة لخلق صور مضادة ترزعزع السردية الرسمية.

الكلمات المفتاحية: الرأي العام، الوعي الجمعي، الثقافة الجماهيرية، خطاب السلطة، خطاب المعارضة.

## Public Opinion Formation and Collective Consciousness in Umayyad Poetry: A Media–Cultural Approach

### Abstract

This study examines Umayyad poetry and its role in shaping public opinion from a media–cultural perspective, aiming to uncover the mechanisms through which poetry contributed to forming and directing collective consciousness within a historical context marked by competing discourses and rival political and social powers seeking control over the public sphere. The research proceeds from the assumption that Umayyad poetry was not merely a linguistic or aesthetic art, but rather a mass-communication tool with an active informational function that helped construct collective attitudes and shape the audience’s mental images. The significance of poetry in this regard grew due to its strong capacity to penetrate the communal psyche, which made it a central instrument in the hands of the political authority as it attempted to guide public opinion and consolidate its legitimacy, while, conversely, oppositional discourses employed poetry to generate counter-images capable of destabilizing the official narrative.

Keywords: Public opinion, collective consciousness, mass culture, authority discourse, oppositional discourse.

## مقدمة:

يعدّ الشعر الأموي أحد أهم المظاهر الثقافية التي ارتبطت ارتباطًا وثيقًا بالتحوّلات السياسية والاجتماعية في صدر الإسلام، إذ تجاوز وظيفته الجمالية ليؤدي دورًا تواصليًا فاعلاً في صناعة الرأي العام وتوجيه الوعي الجماهيري، ومن هذا المنطلق، تقوم هذه الدراسة على ما يمكن تسميته بالمقاربة الإعلامية-الثقافية للنصوص الشعرية، وهي ليست منهجًا بالمعنى التقليدي المدوّن في مناهج البحث الأدبي، بل إطار تحليلي يبني يستفيد من معطيات علوم الإعلام والدراسات الثقافية في قراءة الأدب العربي الكلاسيكي، فبينما تتيح الدراسات الإعلامية أدوات لفهم قضايا مثل الرأي العام، وصناعة الصورة والخطاب الجماهيري، تقدّم الدراسات الثقافية منظورًا يرى النصوص الأدبية بوصفها منتجات ثقافية تُسهم في صياغة الهوية الجمعية وترسيخ القيم الاجتماعية، إنّ الجمع بين هذين البعدين يمكّننا من إعادة اكتشاف الشعر الأموي بوصفه وسيطًا إعلاميًا وثقافيًا معًا، قادرًا على التأثير في الجماهير وتوجيه مواقفها، لا نصوص أدبية معزولة، ومن هنا، فإنّ تبني هذا المنظور الإعلامي-الثقافي يفتح آفاقًا جديدة لدراسة الشعر في ضوء علاقته بالاتصال الجماهيري وصناعة الوعي، ويمنحنا إمكانية قراءة النصوص الكلاسيكية بروح معاصرة تربط بين الماضي والحاضر.

## المطلب الأول: الإطار النظري والمنهجي

يعد الشعر الأموي من أبرز أشكال التعبير الأدبي الذي لعب دورًا اجتماعيًا وسياسيًا مهمًا في المجتمع العربي القديم، ولم يكن الشعر فنًا يجمّل الكلمات فحسب، بل كان وسيلة لتوجيه الجماهير وصناعة الرأي العام، من هنا تأتي أهمية دراسة الشعر الأموي عبر مقاربة إعلامية - ثقافية للنصوص الشعرية، تسمح بفهم النصوص الأدبية بوصفها أدوات لتشكيل الصور الجماهيرية وإنتاج الرسائل الثقافية والسياسية، مستفيدين من مفاهيم الإعلام، الثقافة الجماهيرية، والرأي العام.



## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

مسوغًا؛ إذ إن الشعر لم يكن تعبيرًا فرديًا فحسب، بل أداة فاعلة تُسهم في توجيه النقاش العام وتشكيل الاتجاهات المشتركة.

ومن الضروري التفريق بين الرأي العام واتجاهات الجمهور والقيم الجمعية؛ فالرأي العام يعكس موقفًا جماعيًا واعيًّا تجاه قضية محددة في لحظة معينة، بينما تشير اتجاهات الجمهور إلى ميول نفسية أو وجدانية أكثر ثباتًا، وقد لا تتصل بقضية آنية مباشرة، في حين تمثل القيم الجمعية الإطار الأعمق والأرسخ الذي يحدّد ما يقبله المجتمع وما يرفضه، أما الشعر الأموي فكان يتحرك بين هذه المستويات الثلاثة: فهو يعالج قضايا راهنة فيؤثر في الرأي العام، ويستثمر ميول الجمهور وميولهم النفسية، كما يستدعي القيم الجمعية لتدعيم الخطاب وإضفاء الشرعية على المواقف التي يعبر عنها.

### - مفهوم الوعي الجمعي

الوعي في اللغة العربية من وعى الشيء حفظه وفهمه وقبله<sup>٦</sup>، أي استوعبه من جميع جوانبه لفظًا وقصدًا وغاية، والوعي أيضا سلامة الإدراك، ويقصد بالإدراك هنا معرفة الإنسان لنفسه، والمجتمع الذي يعيش فيه<sup>٧</sup>، وقد تتعدد معاني الوعي وتختلف، لكن مجملها يقرّ أن الوعي يشير إلى الإدراك والإحاطة والفتنة والحفظ والتقدير والفهم<sup>٨</sup>، أما الوعي الجمعي فهو مصطلح في علم النفس ابتكر من قبل عالم الاجتماع الفرنسي إميل دوركايم (١٨٥٨-١٩١٧م)، وهو عنده مجموعة من المعتقدات والعواطف المشتركة بين الأعضاء العاديين في مجتمع معين، الذي يكون النسق المحدد لحياتهم<sup>٩</sup>، فهو عبارة عن وعي الأفراد بالعلاقات الاجتماعية الرابطة بينهم وبتجاربهم المشتركة، وقد يتطور هذا الوعي وينمو ليحفزهم على الاشتراك في تحمل مسؤولية ما، أو قيامهم بإنجاز عمل ما يساهم بالنهوض بمجتمعهم، ويُمكن أن يطلق عليه أيضا الضمير الجمعي، ويُعرف أيضا بأنه مجموع من المفاهيم والتصورات والآراء والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة<sup>١٠</sup>؛ وهذا يعني أن المشتركات المعرفية هي المكون الأساس للوعي والعقل الجمعي، أي أن هذا الوعي الجمعي هو مجموع المشتركات المعرفية

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

الموجودة في ذلك المجتمع، وهناك أشكال عديدة للوعي الجمعي، منها: الوعي الاجتماعي والسياسي، وهو وعي عام يشمل على إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وحتى العلمية التي لها دخل في حياتهم<sup>١١</sup>، والوعي الديني وهو ينظر إلى الدين بوصفه جزءاً لا يتجزأ من السلوك الاجتماعي، وأنه مجموعة من المعتقدات الإلهية والشعائر والثواب والعقاب التي تؤثر في أشكال ودرجات ومستويات الوعي الفردي والجماعي<sup>١٢</sup>، والوعي الثقافي، وهو الوعي بالحياة اليومية بما تشمل من عادات وتقاليد وأعراف وتدين وأحكام وتفاعل وصور النشاط العام التلقائي المنظم، وهناك أشكال أخرى كثيرة من الوعي<sup>١٣</sup>.

وتجدر الإشارة إلى أنه لا يمكن الفصل بين الوعي الفردي والوعي الجمعي، إذ يُمكننا القول بأنّ الوعي الجمعي يرتبط ارتباطاً كبيراً بالوعي الفردي، فلكي ينجح الوعي الجمعي في الوصول لتحقيق هدفه يجب أن يبدأ بالوعي الفردي، الذي يقود الفرد للاندماج من خلال جماعة ما لتحقيق أحد الأهداف المرجوة باستخدام الوعي الجمعي، والعكس صحيح، فلا يمكن للفرد أن يحقق كل أهدافه بمعزل عن المجتمع، فالفرد يمكن أن يكون موهوباً أو لديه رؤيا ما، ولكن هذه الرؤى والأفكار تضحل وتتلاشى مع مرور الوقت عندما تتعارض مع المجتمع.

### -المقاربة النقدية-الثقافية لقراءة النصوص الشعرية

قدم النقد الثقافي نفسه بوصفه منهجاً إجرائياً جاء ليجبر الكسر الذي أصاب النقد الجمالي، ولاسيما إجراءاته المتمخضة عن المدّ الألسني الذي اجتاح أوروبا بدايات القرن العشرين، مثل البنيوية اللسانية، والسيمائيات، والنظريات الجمالية، وهي مناهج " اعتمدت مقارنة النصّ انطلاقاً من كونه ظاهرة لسانية شكلية، أو ظاهرة جمالية فنية، بيوطيقية"<sup>١٤</sup>، ولا يمكن أن يُنكر فضل هذه المناهج في الكشف عن المخبوء الجمالي في النصّ بتمظهراته كافة، ولكنّ النصّ الإبداعي قبل أن يكون بينية لغوية، هو ظاهرة

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

ثقافية مضمرة، تعكس مجموعة من السياقات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والإعلامية... وغيرها، فكان التعامل معه لا بوصفه نصًا تشكله علامات اللغة، بل كونه مجتمعًا لعديد الأنساق المضمرة.

من هنا انفتح النقد الثقافي على جملة من الحقول المعرفية، واستطاع بمرونته أن يكتسب منها آلياته التي يحاور بها، ومن هذه الانفتاحات اشتغاله على ثقافة الإعلام وصناعة الصورة الجماهيرية، وجاءت هذه المقاربة لإتاحة قراءة النصّ الأدبي بوصفه وسيلة لنقل الرسائل، لا بوصفه عملاً أدبياً معزولاً، وهو ما ساعد على كشف العلاقة بين النصّ والجمهور والسلطة ضمن إطار متكامل، كما تُثبت هذه المقاربة فعاليتها من خلال ربط التراث الأدبي بالنظريات الإعلامية المعاصرة، ما فتح المجال لتناول الشعر الكلاسيكي بآليات جديدة، تتجاوز حدود البلاغة التقليدية، وقدمت نموذجًا لإعادة قراءة الأدب العربي القديم بوصفه خطاباً جماهيرياً موجّهاً.

وتنطلق هذه المقاربة من افتراض أنّ الشعر الأموي وسيط تواصلٍ ذو وظائف إعلامية وثقافية واضحة، وهو توصيف يجد مسوغاته في طبيعة ذلك العصر الذي كان فيه الشعر الأداة الأبرز لنقل الرسائل وتوجيه المواقف وصياغة الوعي الجماهيري، فالشعر، بما يملكه من حضور اجتماعي وشفهي وانتشار عبر الحلقات والأسواق ومجالس السلطة، أدى دورًا قريبًا من وظائف الإعلام في زمانه، إذ شكّل قناة لنشر الخطاب السياسي والاجتماعي وتوجيه الجماهير وبناء الصور الذهنية عن السلطة والمعارضة والقبيلة والمجتمع، ومن هذا المنطلق، تسعى المقاربة إلى تحليل النصّ الشعري الأموي من خلال أربعة عناصر رئيسية، وهي، أولاً: الرسالة: تحديد مضمون النص، سواء اتصل بالشأن السياسي أو الاجتماعي أو الثقافي، ثانياً: الوسيط: تحليل الأدوات البلاغية والرمزية والأسلوبية التي يعتمدها النص في نقل رسالته، ثالثاً: الجمهور: التعرف إلى طبيعة المتلقين المستهدفين ورصد كيفية تفاعلهم مع الرسالة وتأثرهم بها<sup>1</sup>، رابعاً: التأثير: دراسة قدرة النص على تشكيل الرأي العام وصياغة الصور الجماهيرية بما يضمن شدّ انتباه المتلقي والتأثير في مواقفه ونفسيته<sup>1</sup>.

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

إنّ تطبيق هذه المقاربة على الشعر الأموي يكشف عن الاستراتيجيات الفنية والإعلامية التي وظّفها الشعراء في توجيه الجماهير والتأثير فيهم، مع الأخذ في الحسبان السياقين الاجتماعي والسياسي اللذين وُلدت فيهما تلك النصوص.

### -نظريات الإعلام والثقافة الجماهيرية

تقدّم نظريات الإعلام والثقافة الجماهيرية إطارًا فعليًا لفهم آليات التأثير التي يمارسها الخطاب في تشكيل الوعي، وهي آليات تتقاطع بوضوح مع طبيعة الخطاب الشعري، ولا سيما في العصر الأموي؛ إذ يشترك الخطاب الإعلامي والخطاب الشعري في كونهما موجّهين نحو جمهورٍ واسع، ويسعيان إلى الإقناع وصياغة التصورات الجماعية من خلال بناء الرسائل، وتوظيف الرموز، وتوليد الانفعال، وإعادة إنتاج المعنى في الذاكرة الجماعية.

من هنا يغدو توظيف نظريات الإعلام الحديثة في تحليل الشعر القديم أمرًا مسوغًا؛ لأن هذه النظريات تكشف البنى العميقة لعملية التأثير الجماهيري، وتتيح قراءة الشعر الأموي بوصفه أداة تواصل عمومية كانت تؤدي وظائف قريبة من وظائف الإعلام المعاصر، من حيث تشكيل الرأي العام، وتوجيه الاتجاهات، وصناعة الصور الثقافية عبر التكرار، والرموز، والإيقاع، والتفاعل الجماهيري المباشر، وهكذا يصبح تطبيق تلك النظريات وسيلة ضرورية لفهم الطابع الجماهيري للشعر الأموي وطبيعة حضوره في المجال العام، وأهم هذه النظريات:

-نظرية التأثير المباشر: وهي محاولة "استخدام وسائل الإعلام والاتصال كأداة للتأثير والسيطرة في مواقف البشر وأفكارهم وسلوكاتهم"<sup>١٧</sup>، وتفترض وصول الرسائل مباشرة، ويكون تأثيرها فوري وقوي على الجمهور، وهو ما يظهر في تأثير القصائد الأموية على ولاء الجماهير للسلطة.

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

-نظرية الاستخدامات والإشباع: تُركز هذه النظرية على الخليفة الاجتماعية للفرد وطبيعة التجربة الإتصالية لديه ودرجه توقعاته مسبقاً<sup>١٨</sup>، كما تهتم بتفاعل الجمهور مع النصوص بما يلبي احتياجاته الاجتماعية والدينية والثقافية، مثل تلقي الشعر الأموي للترفيه والمعرفة والتوجيه الأخلاقي.

- نظرية الغرس الثقافي: تقوم على دراسة مدى وطريقة إسهام الرسائل المتكررة في تشكيل الواقع الاجتماعي وفق القيم والصور الرمزية التي تحملها تلك الرسائل<sup>١٩</sup>، وتشير النظرية إلى أن النصوص تساهم في تكوين تصورات الجماهير عن الواقع، وهو ما يظهر جلياً في الشعر الأموي الذي يعيد إنتاج صورة السلطة والقيم الاجتماعية، غير أنّ الغرس الثقافي في العصر الأموي لم يكن ثابتاً تماماً، بل شهد نوعاً من التنوع تبعاً لاختلاف القبائل وتباين هياكلها الاجتماعية، فكل قبيلة كانت تحتفظ بموروثها القيمي والرمزي الذي يؤثر في استقبالها للرسائل الشعرية، ويمكن التمييز هنا بين الغرس الثقافي القبلي، الذي يركز على تعزيز قيم الشجاعة، والسمعة، والنسب، وعلاقات الولاء بين القبائل، وبين الغرس الثقافي السياسي الذي كان الهدف منه تثبيت سلطة الخلفاء وإضفاء الشرعية على الحكم، وصياغة تصور جماهيري موحد يدعم الاستقرار السياسي ويحافظ على النظام الاجتماعي السائد، وهكذا يظهر أنّ الغرس الثقافي في الشعر الأموي كان متنوعاً وظيفياً، يجمع بين المحافظة على القيم القبلية التقليدية وتعزيز الهيمنة السياسية للسلطة الحاكمة.

-نظرية ترتيب الأولويات: تقتض هذه النظرية أن وسائل الإعلام قد لا تنجح دائماً في توجيه الأفراد، لكنّها دائماً ما تنجح في تحديد ما الذي يجب أن يفكروا فيه، من خلال بناء صورة ذهنية، والعمل على تحديد لفت انتباه الأفراد إلى قضايا معينة<sup>٢٠</sup>.

-نظرية المجال العام: وهي توضح كيفية النظر إلى الفضاء العام بوصفه حيزاً للممارسة السياسية من خلال مشاركة المواطنين وتشكيل الرأي العام، حيث أن المجال العام هو مكان تبادل الآراء ونقاش القضايا الأساسية التي تهتم المواطنين، فهي توضح كيف أن الأماكن التي تتداول فيها الأفكار (مثل

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

المجالس الشعرية) تعمل على تشكيل الرأي العام وإنتاج معنى مشترك، فقد أكد الفيلسوف الألماني هابرماس (وهو أول من صاغ مفهوم الفضاء العمومي أو المجال العام) على الأهمية الحيوية للمجال العام بوصفه أساساً لمجتمع حر يُحكم بواسطة نظام يعتمد على النقاش بهدف الوصول إلى حالة من الإجماع والوفاق والمشاركة الديمقراطية<sup>٢١</sup>.

### - ربط النظريات بالشعر الأموي

يُتيح اعتماد المقاربة الإعلامية-الثقافية إمكانية قراءة الشعر الأموي في ضوء النظريات الإعلامية الحديثة، بحيث تتضح أوجه التلاقي بين النصوص الشعرية القديمة واستراتيجيات صناعة الرأي العام وآليات تشكيل الوعي الجمعي في المجتمعات:

أولاً، تكشف القصائد التي تمجد الخلفاء والحكام عن دور الشعر في ترسيخ الولاء السياسي وصناعة صورة إيجابية للسلطة، وهو ما ينسجم مع نظرية المجال العام التي تُبرز أهمية الخطاب في توجيه مواقف الجماهير، ومع نظرية التأثير القوي التي ترى أن الرسائل الإعلامية قادرة على تشكيل الاتجاهات وتثبيت الشرعية، فالشاعر الأموي هنا لا يكتفي بوصف الحاكم، بل يعيد إنتاج صورته الرمزية بوصفه قائداً شرعياً يُجسد القوة والوحدة، مما يجعل النص أداة للتعبئة والتأييد.

ثانياً، تؤدي النصوص ذات الطابع الديني والأخلاقي دوراً توجيهياً بارزاً، إذ تسعى إلى غرس قيم محددة في وعي الجماهير مثل الطاعة، الزهد، والالتزام الأخلاقي، ويتوافق هذا الدور مع نظرية الاستخدامات والإشباع التي تفترض أن الجمهور يتوجه إلى هذا النوع من الخطاب لإشباع حاجاته القيمية والاجتماعية، كما ينسجم مع الثقافة الجماهيرية التي تؤكد إسهام الأدب في ترسيخ القيم السائدة وتثبيتها في الوعي الجمعي.

ثالثاً، يُوظف الشعر الأموي الرموز البلاغية والإيقاع الشعري بوصفهما وسائط فاعلة في نقل الرسائل، وهو ما ينسجم مع نظرية التأطير الإعلامي التي تُعنى بكيفية تقديم الرسالة وصياغتها بما يؤثر في إدراك

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

الجمهور وتفاعله أكثر من التركيز على مضمونها فحسب، فالإيقاع يعزّز قدرة النص على الحفظ والترديد، بينما تمنح الرموز الثقافية والدينية الرسالة قوة إقناعية مضاعفة، الأمر الذي يجعل النص الشعري أداة تأثيرية موجّهة بامتياز.

رابعاً، يعكس التفاعل الجماهيري مع النصوص الشعرية - سواء أكان ذلك عبر تداولها الشفهي في الأسواق والمجالس أم من خلال إعادة إنتاجها في سياقات متجددة - ما يتسق مع نظرية التفاعل الثقافي التي تُؤكد أنّ الجمهور لا يكتفي باستقبال النصّ، بل يشارك في إعادة صياغته وتوسيع معانيه، وفي الوقت نفسه، يُظهر هذا التفاعل البعيد المدى ما تُشير إليه نظرية الغرس الثقافي من قدرة التكرار وانتشار المضامين على ترسيخ القيم والصور الذهنية في الوعي الجمعي، وهو ما يفسر دور الشعر الأموي في صناعة الرأي العام وإرساء ملامح الهوية الثقافية على نحو حيّ ودينامي.

وهكذا، يتبين أنّ الشعر الأموي يمكن قراءته وفق النظريات الإعلامية والثقافية، ويُمثّل نموذجاً مبكراً لخطاب جماهيري يسعى إلى الإقناع والتأثير، ويعمل كأداة اتصال جماعي تتجاوز حدود الفنّ إلى صناعة الوعي الجمعي وتوجيهه، إذ تسمح المقاربة الإعلامية-الثقافية بفهم النصوص بوصفها أدوات لصناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي، من خلال تحليل الرسائل، الوسائط، الجمهور، والتأثير، مدعوماً بنظريات الإعلام والثقافة الجماهيرية.

### المطلب الثاني: استراتيجية صناعة الرأي العام وآلية تشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي

يمثّل العصر الأموي (٤١-١٣٢هـ) مرحلةً محورية في التاريخ العربي الإسلامي؛ فقد شهد تحولات سياسية وفكرية واجتماعية عميقة، بدءاً من انتقال مركز الخلافة إلى الشام واتساع رقعة الفتوحات، وصولاً إلى تشكّل بنية سكانية متعدّدة الأعراق والثقافات، وفي خضم هذا السياق المتشابك، برز الشعر بوصفه أكثر من مجرد فنّ أدبي أو تعبير ذاتي؛ إذ غدا وسيطاً إعلامياً إستراتيجياً يمارس أدواراً تتجاوز الوظيفة الجمالية إلى توجيه الرأي العام وصياغة الوعي الجمعي، فقد أدركت السلطة والمعارضة على السواء أنّ

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقاربة إعلامية - ثقافية

الكلمة الموزونة قادرة على منافسة أدوات القوة الصلبة، فاستثمر الشعر في تلميع صورة الحكم أو تقويضها، وفي إعادة إنتاج القيم الدينية والاجتماعية بما يخدم مشروعات الشرعية أو خطاب المقاومة. ومن هنا، يغدو الشعر الأموي منظومة اتصال جماهيري متكاملة، تجمع بين الرمزية البلاغية والإيقاع الشعري وآليات التكرار والتفاعل، ليؤدي دورًا حاسمًا في صناعة الرأي العام وتشكيل الهوية الثقافية للمجتمع الإسلامي في تلك الحقبة.

### أولاً: الرسائل السياسية

#### ١- الشعر في خدمة السلطة

لقد اتخذ الشعر في العصر الأموي وظيفة تواصلية ذات طابع سياسي، إلا أن هذا الدور لم يكن ظاهرة مستحدثة، إذ يمتد جذره إلى العصور السابقة، ولاسيما في الشعر الجاهلي الذي مارست فيه القبائل سلطة الخطاب الشعري بوصفه أداة للدفاع عن المكانة وترسيخ الهوية وبناء السمعة الجماعية، غير أن التجربة الأموية منحت هذا الدور بُعدًا أكثر تنظيمًا وتأثيرًا، بعدما أدركت السلطة أن الكلمة الموزونة - بما تمتلكه من قدرة على تشكيل المخيال الجمعي - قد تسبق السيف في تثبيت الشرعية، وصناعة الصورة السياسية للحاكم والدولة، وهكذا فإن الشعر الأموي لم يكن إبداعًا فنيًا فحسب، بل وسيلة اتصال سياسي متقدمة استثمارها النظام الحاكم لخدمة مشروعه السلطوي، واستثمرتها كذلك القوى المعارضة في بناء خطابها المضاد؛ فاستدرجت كبار الشعراء واستمالتهم، ووقرت لهم المنابر والجوائز، ليصبحوا أذرعًا إعلامية تنقل رسائل الدولة إلى القبائل والجماهير.

وهكذا تحوّل شاعر السلطة في العصر الأموي إلى ناطق رسمي غير معلن، يشارك في صياغة الخطاب السياسي والثقافي، إذ كان يسهم في تأطير الأحداث وبناء المعاني الرمزية للسلطة وفق أدواته الفنية، فقد دافع عن سياسات بني أمية، وواجه المعارضين - سواء من أنصار آل البيت أو الخوارج أو القوى القبلية المناوئة - بالحجج والهجاء، مؤطرًا الصراع داخل قالب ثقافي يضمن التفوق المعنوي

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقاربة إعلامية - ثقافية

للسلطة. ومن خلال المدائح، والفخر بالانتصارات، والتقليل من شأن الخصوم، مارس الشعر دوراً شبيهاً بما نعرفه اليوم في إدارة الرأي العام: صناعة الصورة الذهنية للحاكم بوصفه رمزاً للعدل والقوة، وتوجيه الجماهير نحو الولاء والطاعة، مع الحفاظ على هامش من الاستقلالية الإبداعية التي سمحت للشعراء بالمشاركة في صياغة خطاب السلطة وتوسيع دائرة تأثيره الجماهيري، يقول الأخطل في مدح عبد الملك بن مروان: <sup>٢٢</sup>

بَنِي أُمَيَّةَ قَدْ نَاضَلْتُ دُونَكُمْ ... أَبْنَاءَ قَوْمٍ هُمْ آوُوا وَهُمْ نَصَرُوا

أَفَحَمْتُ عَنْكُمْ بَنِي النَّجَارِ قَدْ عَلِمَتْ ... عَلِيَا مَعَدِّ وَكَانُوا طَائِمًا هَدَرُوا

حَتَّى اسْتَكَانُوا وَهُمْ مِنِّي عَلَى مَضْضٍ ... وَالْقَوْلُ يَنْفَعُ مَا لَا تَنْفَعُ الْإِبْرُ

تمثل الأبيات نموذجاً حياً من الشعر الأموي بوصفه خطاباً إعلامياً - ثقافياً وظيفته الدفاع عن الشرعية السياسية وصياغة صورة جماهيرية للسلطة؛ فالشاعر لا يكتفي بالمديح المباشر، بل يعرض نفسه كناطق رسمي باسم بني أمية، يقاتل عنهم بالكلمة كما يُقاتل بالسيف، هنا يتحول الشعر إلى منصة دعائية، ويُعاد تعريف الشاعر بوصفه وسيلة إعلامية تسبق وسائل الإعلام الحديثة في صناعة الرأي العام وبناء الهوية الجماعية؛ إذ يظهر النصّ الشعري بوصفه بياناً سياسياً في ثوب أدبي، يُقدّم الشاعر نفسه فيه لا بوصفه مادحاً تقليدياً، بل مقاتلاً رمزياً يتصدى بالكلمة دفاعاً عن بني أمية، ومنذ مطلع البيت الأول "بني أمية قد ناضلت دونكم" يعلن الشاعر أنه خاض معركة نيابة عن السلطة، لكن ميدانها ليس السيف، بل المناظرة والقول، هذا القول يجعل القارئ أو السامع يدرك أن القصيدة ليست ترفاً لغوياً، بل عملية تعبئة دعائية تهدف إلى تثبيت شرعية الحكم الأموي وإجباط خطاب المعارضة، ويمضي النصّ ليؤكد هذا الدور في قوله "أفحمت عنكم بني النجار قد علمت"، إذ تتحول اللغة إلى سلاح هيمنة؛ فالإفحام هنا ليس براعة شعرية فحسب، بل هو آلية لإسكات الخصم، وهو ما تُسميه نظريات الإعلام الحديثة التأيير أي فرض رواية واحدة على الجمهور بحيث تبدو هي الحقيقة الوحيدة الممكنة، هذا الإخضاع الرمزي يحقق ما لا

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقاربة إعلامية - ثقافية

يحققه القتال المباشر، فيريح الشاعر المعركة في وعي المتلقين قبل أن تُحسم على أرض الواقع، ويبلغ هذا الإدراك الإعلامي ذروته في البيت الأخير "والقول ينفذ ما لا تنفذ الإبر"، إذ يقرّ الشاعر بأنّ الكلمة تتجاوز أثر السلاح المادي، هنا يلتقي النصّ مع مفهوم العنف الرمزي عند بورديو، إذ تصبح اللغة أداة للسيطرة والتأثير دون إراقة دماء، وتتحول القصيصة إلى وسيط جماهيري يُعيد تشكيل الوعي الجمعي، ويحدد اتجاهات النقاش، بهذا يتحول الشعر إلى ما يشبه الحملة الإعلامية بمعايير العصر الحديث؛ فهو يحدد الأجندة (تفوق بني أمية)، ويبني صورة ذهنية للخصوم كـ"مهزومين"، ويعبئ الجمهور عاطفياً ليقف إلى جانب السلطة، إنّ هذه الأبيات تقدّم مثلاً حياً على قدرة الشعر الأموي على أداء وظيفة إعلامية-ثقافية متكاملة، تجعل من القصيصة أداة لصناعة الرأي العام وترسيخ الشرعية السياسية في الوعي الجمعي.

والشاعرُ في البلاط الأموي لا يقدّم مديحا استعراضياً فحسب؛ بل يصوغ خطاباً يؤسس شرعية سياسية عبر ربط الحاكم بقيم دينية واجتماعية، فالمدائح الأموية كثيراً ما استدعت لغة القداسة ومفردات تشير إلى الأمن، النعم، وضمان الرعاية لتظهر الخلافة بوصفها قيمة لا غنى عنها، وعملياً كان شاعر السلطة يلجأ إلى التكرار والمبالغة والتناصّ إضافة إلى رموز مألوفة ليحدث لدى الجمهور رابطاً بين الحاكم والمصلحة العامة، وقد وظّف عدي بن الرقاع العاملي في مدائحه للأمويين رموزاً دينية وسياسية توحى بقداسة السلطة، كما في قوله مادحاً عمر بن عبد العزيز:<sup>٢٣</sup>

جَمَعْتَ اللّوَاتِي يَحْمَدُ اللهُ عِنْدَهُ ... عَلَيْنَهِنَّ فَلَيْهِنَّءٌ لَكَ الْخَيْرُ وَأَسْلَمَ

فَأَوْلُهُنَّ الْبِرُّ وَالْبِرُّ غَالِبٌ ... وَمَا بِكَ مِنْ غَيْبِ السَّرَائِرِ يُعْلَمُ

وَتَأْنِيَةٌ كَأَنَّتَ مِنَ اللهِ نِعْمَةً ... عَلَى الْمُسْلِمِينَ إِذْ وَلِي خَيْرٌ مِنْهُمْ

وثالثةٌ أَنْ لَيْسَ فِيكَ هَوَادَةٌ ... لِمَنْ رَامَ ظُلْمًا، أَوْ سَعَى سَعْيَ مُجْرِمٍ

ورابعةٌ أَنْ لَا تَزَالَ مَعَ التَّقَى ... تَخْبُ بِمِيْمُونٍ مِنَ الْأَمْرِ مَبْرَمٍ

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

وخامسةً في الحكم أنك تنصفُ ... الضعيفَ، وما من علم الله كالعمي

وسادسةً أن الذي هو ربنا ... اضطفاك فمن يتبعك لا يتندم

تأتي هذه الأبيات في إطار مديح سياسي يُراد به صناعة صورة مثالية للحاكم بوصفه جامعًا لكل الفضائل الدينية والأخلاقية والاجتماعية، إنها نموذج متكامل لما يمكن تسميته في النقد الثقافي بـ "الخطاب التمثيلي"؛ إذ يُقدّم الحاكم باعتباره تجسيدًا للقيم العليا التي ينبغي للجماعة أن تتبناها، وفي هذا المعنى يُمارس الشعر وظيفة قريبة من الإعلام السياسي الحديث في بناء شرعية الحاكم وتوجيه الوعي الجمعي عبر استراتيجية رمزية متقنة، تجعل الطاعة ليست واجبا سياسيًا فحسب، بل استجابة لقيم متعالية؛ فالشاعر يُرتّب الفضائل ترتيبًا عدديًا (أولهنّ... ثانية... ثالثة...)، فيما يشبه "التقطيع الإعلاني" أو صيغة الحملة الدعائية، إذ يُقدّم الحاكم في صورة "المنتج الكامل" الذي يجمع مزايا متعدّدة فالبرّ والتقوى: قيمة دينية عليا تُحيل إلى المخيال الإسلامي، فتصبح طاعته طاعة لله، والولاية الشرعية: اعتراف بأن ولايته "نعمة من الله" يحيل إلى فكرة "الاصطفاء الإلهي"، وهو خطاب يُشرعن الحكم دينيًا، والصرامة ضد الظلم: يقدّم الحاكم بوصفه حاميا للعدالة، وهي قيمة اجتماعية وسياسية في آن، وملازمة التقوى في الحكم: ربط الأخلاق بالإدارة، لتوليد ثقة عامة، وإنصاف الضعفاء: استدعاء لوجدان الجماهير، إذ يشعر الضعيف بأنّ الحاكم حامٍ له، والاصطفاء الرباني النهائي: ذروة الخطاب، إذ يجعل الاتباع طريقًا إلى عدم الندم، أي خلاصًا دنيويًا وأخرويًا. هذا الترتيب المتدرّج يعكس استراتيجية إقناع متصاعدة تشبه ما تعرفه دراسات الإعلام الحديث في "نظرية الإقناع المتدرّج" التي تُراكم المصادقية حتى تصل إلى نتيجة نهائية مقنعة.

أما وسائل الشاعر البلاغية والإعلامية المستخدمة لإيصال رسالته فقد تمثلت بالترار العددي (أولهنّ، ثانية، ثالثة...) الذي يعمل كآلية إيقاعية تحفظ الرسالة في الذاكرة الشفهية، تمامًا كما تفعل الإعلانات أو الحملات الانتخابية التي تسرد ستة أسباب لاختيار مرشح ما، وبالرمزية الدينية (البرّ، النعمة، الاصطفاء)

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

التي تمنح الخطاب سلطة قدسية تُحوّل الولاء إلى التزام روحي، إضافة إلى المقابلات الأخلاقية (البرّ/الظلم، الضعيف/المجرم) التي تخلق ثنائية (خير/ شر) تسهّل توجيه الجمهور نحو موقف واحد لا يحتمل الحياد.

لقد حدد الشاعر القيم التي ينبغي للجمهور التركيز عليها (التقوى، العدل، نصرّة الضعفاء)، فوجّه الرأي العام إلى رؤية الحاكم من خلال هذه المعايير وحدها، وهو ما يُوصف حديثاً بـ"نظرية وضع الأجندة"، ولجأ الشاعر الى ما يشبه التأثير الرمزي؛ فكل فضيلة تتحول إلى رمز متداول في المخيال الجمعي، ليصبح اسم الحاكم مرادفًا للبرّ والعدل، كما لجأ الشاعر أيضا إلى أسلوب التأطير؛ إذ لا يصف الحاكم فحسب، بل يقدمه في إطار القداسة والعدالة، وهو ما يحجب أي نقاش سياسي حول شرعية الحكم أو أخطائه.

ومن المنظور الثقافي، تعمل القصيدة على إعادة إنتاج الهيمنة من خلال تحويل السياسة إلى أخلاق ودين؛ فالجمهور يتلقّى صورة الحاكم الكامل فيتماهى مع القيم المطروحة، ويجد في الولاء له ضمانة للفضيلة والنجاة، وهذه الآلية تقارب ما تسميه الدراسات الثقافية بـ"إنتاج الرضا"، إذ يتم دمج السلطة بالقيم الروحية لإلغاء المسافة بين الحاكم والجماعة.

خلاصة القول، تمثل الأبيات ذروة الشعر الدعائي الأموي، إذ يتحول النصّ إلى حملة إعلامية شاملة تبدأ بتحديد القيم (وضع الأجندة)، ومن ثمّ تقديم الحاكم بوصفه رمزا (التأثير الرمزي)، ويحصّن الخطاب بالقداسة (التأطير)، لتصل إلى هدفها في جعل الجمهور يعتمد عليه (الحاكم) في فهم الدين والسياسة (الاعتماد على الوسيط)، وبذلك يغدو الشعر أداة فعالة في صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي، تماما كما تفعل الوسائط الإعلامية الحديثة في بناء صورة القادة وصياغة المخيال الجماعي.

٢- الشعر بوصفه أداة معارضة

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

لم يكن الشعر في العصر الأموي فناً للتعبير عن المشاعر الفردية أو المديح السياسي فحسب، بل كان أداة استراتيجية لإعادة تشكيل الوعي الجماعي، وفي ظل هيمنة السلطة المركزية، برز شعراء المعارضة بوصفهم منصات رمزية، يعيدون صياغة مفاهيم الشرعية والدين والأخلاق، ويكشفون الانحراف عن القيم الإسلامية الحقيقية من منظورهم، عبر استحضار التاريخ، السيرة النبوية، والمآسي الجماعية، مثل كربلاء، أو تأويل التاريخ لصالح رواية مغايرة، من هنا صاغ الشعراء خطاباً بديلاً قادراً على توجيه الرأي العام وإنتاج ذاكرة جماعية مقاومة، إذ يتيح للجماهير استرجاع قيم ومثل عليا تُعيد قراءة السلطة وممارساتها، وأفضل من يمثل هذا الاتجاه الكميّ بن زيد الأسدي الذي تعدّ أشعاره نموذجاً صريحاً لشعر المعارضة الأموي؛ فهي تنتقد السلطة بشكل مباشر، مستعينة بالبلاغة والهجاء لتسليط الضوء على الظلم الاجتماعي والسياسي، وتؤطر الممارسات السلطوية في سياق أخلاقي وديني، مما يجعلها مثلاً واضحاً على قدرة الشعر على إنتاج خطاب مضاد يوازن خطاب الدولة الرسمي، ويكشف عن الاستراتيجيات التي استخدمها الشعراء في التأثير على الرأي العام وصياغة تصورات جماهيرية بديلة، إذ يقول الكميّ بن زيد في نقد السلطة الأموية: <sup>٢٤</sup>

فَتِلْكَ وُلَاةُ السَّوِّءِ قَدْ طَالَ مُلْكُهُمْ ... فَحَتَّامَ حَتَّامِ الْعَنَاءِ الْمُطَوَّلِ

رَضُوا بِفِعَالِ السَّوِّءِ فِي أَهْلِ دِينِهِمْ ... فَقَدْ أَيَّتَمَّوْا طَوْرًا عِدَاءً وَأَتَّكَلُوا

كَمَا رَضِيَتْ بُخْلًا وَسَوْءَ وِلَايَةٍ ... بِكَلْبَتِهَا فِي أَوَّلِ الدَّهْرِ حَوْمَلِ

الكميّ بصفته شاعر المعارضة الأبرز في العصر الأموي، قدّم شعره بوصفه فضاءً لإنتاج خطاب مقاومة سياسي - ديني، يتجاوز حدود الهجاء التقليدي إلى مستوى الممارسة الأيديولوجية؛ ففي هذا النصّ تتجسد ثنائية حادة: "الأمويون خانوا / آل البيت أوفوا"، وهي صياغة تقوم على ما يسميه علماء الاتصال باستراتيجية الاستقطاب الثنائي التي تُبسّط المشهد السياسي والأخلاقي في صورة حادة قابلة للتداول الشعبي، إذ يقدّم الشاعر خطاباً هجائياً ذا وظيفة إعلامية واضحة، يتجاوز حدود التوبيخ الفردي إلى حرب

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

رمزية ضد بنية السلطة الأموية، وافتتاح النصّ بعبارة "فَتِلْكَ وُلاةُ السوء" يقوم بدور التأييد وفق مصطلحات الإعلام؛ إذ يحدد منذ البداية إطار التلقي ويصنّف الحُكّام في خانة الشرّ، فلا يترك للجمهور مساحة للتأويل، واستخدام لفظ "السوء" يُفعل ما يسمى في نظريات الاتصال باللغة المحمّلة بالقيمة إذ يستحضر صوراً سلبية جاهزة في ذهن المتلقي، فيرسّخ موقفاً معارضاً دون حاجة إلى تفصيل الحجج، ويواصل البيت الثاني "رَضُوا بفعال السوء في أهل دينهم..." بناء صورة ذهنية جماهيرية من خلال رسم السلطة ككيان فاسد لا يكتفي بالظلم السياسي بل يتعداه إلى الاعتداء على الدين والأخلاق، هنا يعمل الشاعر وفق منطق وضع الأجندة؛ فهو يحدد للمجتمع القضايا التي يجب أن تشكّل أولوياته، مثل: الدين، الأخلاق، ورعاية الضعفاء من خلال اتهام السلطة بأنّها "أَيّمت وأثكلت"، ويستحضر مشاهد مأساوية تثير عاطفة الجمهور، وهو ما تتناوله نظرية الإقناع العاطفي التي ترى أنّ استثارة الشعور أقوى من البرهان العقلي في تغيير الاتجاهات، أما البيت الثالث "كما رضيت بخلاً وسوء ولاية..." فيستخدم الشاعر آلية الاستدعاء التاريخي؛ إذ يربط فساد الحاضر بسوابق تاريخية ليؤكد أنّ الانحراف الأموي ليس حادثاً عابرة بل بنية متكررة، وهو ما يقارب مفهوم الذاكرة الجمعية.

ومن المنظور الثقافي؛ نجد أنّ الشاعر يحفر في ذاكرة السامعين، ويعيد تفعيل أمثلة الماضي لإقناعهم بأنّ الظلم سمة بنيوية للحكم الأموي، والجمهور الذي يرّد هذه الصياغات يشارك من حيث لا يشعر في تضخيم الرسالة حتى تتحول إلى رأي عام، كما تعدّ الأبيات مثلاً على ما يسميه بورديو العنف الرمزي؛ فالكلمات هنا تؤدي دور السلاح، تقوض هيبة الحاكم وتعيد توزيع رأس المال الرمزي بين السلطة والمعارضة، وهكذا يتحول الشعر إلى وسيط جماهيري تعبوي يعيد تعريف الشرعية، ويوجه الوعي الجمعي نحو قناعة محددة؛ أنّ الأمويين ليسوا سوى ولاة سوء، وأنّ مقاومة حكمهم واجب أخلاقي وديني.

أما من ناحية وسائل الشاعر البلاغية، فقد اعتمد الكمية على الاختصار والقطيعة الخطابية؛ جملة قصيرة حاسمة تُغلق باب التأويل وتنتج قوة تداولية عالية للنصّ، هذا النمط يقترب من آليات "الشعار





## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

جمهور الشاعر المستهدف هو الجمهور العام: سكان الكوفة والمدن التي شهدت ظلم الوالي الأموي، لتوجيه الرأي العام نحو إدراك الفساد، وكذلك النخبة المعارضة: قبائل الهاشميين والمتقفون السياسيون الذين يبحثون عن خطاب داعم لموقفهم، والأثر الإعلامي هنا مزدوج: تعبئة عاطفية ضد السلطة إضافة إلى إعادة إنتاج المخيال الجمعي الأخلاقي والسياسي.

أما من منظور نظرية الإعلام الحديث، فيمكن ربط هذه العملية بنظرية التأثير الرمزي من جهة؛ إذ تصنع اللغة الشعرية صوراً ذهنية تعيد إنتاج مفاهيم السلطة والفساد، ونظرية الإقناع العاطفي من جهة أخرى؛ إذ يحفز الهجاء المشاعر الجماعية "الغضب، الاشمئزاز، الشك" لتوجيه الرأي العام، هذا بالإضافة إلى صناعة الصورة الذهنية كما في الإعلام المعاصر، فالأبيات تصوغ صورة السلطة على أنها شرّ مطلق، ما يسهل تداول هذه الصورة اجتماعياً وثقافياً.

وهكذا نجد أنّ الأبيات توضح كيف تحول الشعر الأموي إلى آلية إعلامية - ثقافية؛ إذ لم يكن الهجاء سخريه فحسب، بل وسيلة لإعادة إنتاج قيم أخلاقية ودينية وجعلها إطاراً لتقييم السلطة، فالنصوص الشعرية تعمل بوصفها فضاءً رمزيًا وصوتًا جماهيريًا يمارس تأثيراً على المخيال الاجتماعي، ويرسخ الوعي الجمعي المضاد للهيمنة، ومن خلال الأبيات السابقة يتضح أنّ الشعر الأموي يوازي دور وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل الرأي العام وصناعة الصور الذهنية، فهو يدمج بين القوة الرمزية للغة والتأثير العاطفي للجمهور، والرسالة الأخلاقية والسياسية، لتثبيت سردية مضادة للسلطة وإعادة إنتاج معايير العدالة في وعي المجتمع.

وتجدر الإشارة أنّ هذه الشواهد الشعرية، وإن صدرت عن الشاعر بوصفه صوتاً فردياً، فإنّها لا تعبر عن ذاته وحدها؛ فالهجاء في السياق الأموي - كما في الثقافة العربية المبكرة عموماً - يمثل امتداداً لصوت الجماعة التي ينتمي إليها الشاعر، ويعكس قيمها، وموقفها، وحدود تحالفها السياسي والقبلي، وبذلك يصبح الشاعر ناطقاً باسم القبيلة حين يهاجم خصومها، تماماً كما يكون ممثلاً عن الضمير الجمعي حين

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

يواجه تجاوزات السلطة، فالقصيدة هنا تؤدي وظيفة مزدوجة: هي تعبير فردي بأسلوب الشاعر، لكنها ذات مضمون جماعي يمثل موقف القبيلة ويؤطر الوعي العام في اتجاه محدد.

وتعكس قصائد شعراء جماعة الخوارج، الذين تبنوا موقفًا راديكاليًا في مواجهة الحكم الأموي خطابًا سياسيًا - دينيًا هجومياً يروج لفكرة الخروج على السلطة، ويضع معيارًا أخلاقيًا لتقييم الطاعة؛ من لا يقاتل الأمويين فهو في ضلالة، هنا يتحول الشعر إلى وسيلة إعلامية بديلة تمارس التأثير على الجماهير، ليس فقط بوصفه إقناعًا سياسيًا، بل بوصفه أداة لتوجيه المخيال الجمعي وإعادة إنتاج القيم الجماعية، يقول الطرماح:<sup>٢٦</sup>

عَصَائِبُ مِنْ شَتَى يُؤَلَّفُ بَيْنَهُمْ ... هُدَى اللَّهِ نَزَلُونَ عِنْدَ الْمَوَاقِفِ

إِذَا فَارَقُوا دُنْيَاهُمْ فَارَقُوا الْأَدَى... وَصَارُوا إِلَى مَوْعِدٍ مَا فِي الْمَصَاحِفِ

فَأَقْتَلَ قَعَصًا ثُمَّ يُرْمَى بِأَعْظَمِي ... كَضِغْتِ الْخَلَى بَيْنَ الرِّيَاحِ الْعَوَاصِفِ

وَيُصْبِحُ قَبْرِي بَطْنٌ نَسْرٍ مَقِيلُهُ ... بِجَوِّ السَّمَاءِ فِي نُسُورِ عَوَائِفِ

النص يصور الخوارج جماعةً موحدة رغم تعدد أصولهم القبلية، وهو تصوير يقدم الهوية العقائدية بوصفها رابطة تتجاوز النسب والدم، في مقابل مجتمع قبلي ظلّ فيه الانتماء القبلي أساس الولاء السياسي والاجتماعي، وفي الأبيات يُعاد بناء صورة الجماعة وفق قيم تستمد مشروعيتها من المرجعية الدينية: فهم "نزلون عند المواقف" بما يشير إلى الشجاعة الممهورة بالثقوى، ثم إن موتهم يُصوّر انتقالاً إلى "موعودٍ ما في المصاحف" أي وعد الجنة، وهو ما يحول الموت من خسارة دنيوية إلى فوزٍ أخروي، ضمن ما يسميه علماء الإعلام إطار التمكين الذي يعيد تشكيل معنى الحدث في الوعي الجماهيري.

وعلى الرغم من أنّ الشعر العربي القديم يستند غالبًا إلى منظومة أخلاقية قبلية - كالفخر، والنجدة، والشجاعة، وحماية الذمار - فإنّ هذه الأبيات تستمد قيمها الأخلاقية بصورة رئيسة من الخطاب الديني لا من الأعراف القبلية، فالعقيدة هنا هي مركز الهوية، وهي التي تمنح السلوك (القتال، التضحية، الصبر)

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

قيمته ومعناه، بينما تتراجع القبلية إلى الخلف، غير أنّ ذلك لا يعني غياب القيم القبلية كلياً؛ إذ تُعاد صياغتها داخل إطار ديني: الشجاعة تُفهم بوصفها "جهاذاً"، والوفاء يُقدّم على أنه "إخلاص للعقيدة"، والموت يُؤوّل بوصفه "شهادة"، وهكذا يتفاعل الديني مع القبلي، لكن الغلبة في هذا النصّ للقيم العقدية التي تُعاد عبرها صياغة الشرعية والهوية الجماعية، ومن ثمّ فإنّ الرسالة المركزية للأبيات لا تقتصر على مدح الخوارج، بل تسعى إلى تعبئة الرأي العام ضد السلطة من خلال تقديم نموذج أخلاقي-ديني بديل، يضع الولاء لله والنصّ الديني فوق الولاء للحاكم، ويعيد تعريف الشرعية السياسية وفق معيار ديني لا قبلي.

ووسائط الشاعر البلاغية والإعلامية لإيصال هذه الرسالة تتمثل بالموتيفات القرآنية: "هدى الله"، "المصاحف" تمنح النصّ قداسةً لغوية تشبه ما يُعرف اليوم بالخطاب ذي السلطة الرمزية، إضافة إلى الاستعارة الحركية؛ الانتقال من ساحة القتال إلى السماء "قبر في بطن نسر" يوحي بترقي روعي، فيقلب صورة القتل من إعدام إلى معراج، كما يعزز الطرماع رسالته باستخدام الإيقاع الجماهيري، التكرار والجرس القوي يجعل الأبيات سهلة التداول الشفهي، أشبه بـ"هتاف عقائدي" يرسخ في الذاكرة.

ويمكن قراءة الأبيات وفق نظريات الإعلام الحديثة لتوضيح طريقة تأثير الشعر في تشكيل الرأي العام وصناعة الصورة الجماهيرية؛ فالأبيات تتحرك بين الإيمان والسلاح، وتخلق صورة ذهنية للخارجي كبطل أخلاقي، بينما تُصوّر السلطة الأموية ككيان منحرف وفاقد للشرعية، هذه الرمزية تُحوّل الحدث التاريخي إلى أيقونات ثقافية يسهل تفاعل الجمهور معها حسب منظور نظرية التأثير الرمزي، كما أنّ توظيف الشجاعة والتضحية والخوف الذي يثيرونه في نفوس الأعداء يثير مشاعر الإعجاب والخوف معاً، ويحفز الجمهور على تأييد الموقف المعارض، أي أنّ النصّ لا يكتفي بالإعلام بل يُحرّك العاطفة الجماعية، والنصّ يشبه إلى حدٍ كبير الحملات الإعلامية الحديثة التي تبني أيقونات وخصوماً رمزيين، لتوجيه الرأي

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

العام وبناء مخيال جماعي حول الصراع بين الخير والشر، الطاعة لله والطاعة للحاكم.

من خلال الأمثلة السابقة يتضح أنّ الشعر الأموي لم يكن تعبيراً أدبياً فحسب، بل مارس دوراً يمكن وصفه بالإعلام الموازي الذي سبق ظهور الصحافة والوسائط الحديثة؛ فقد تحوّل إلى خطابٍ دعائي إيديولوجي في خدمة السلطة، إذ أعاد إنتاج صورة الحكم بوصفه شرعياً ومقدساً، مستخدماً آليات التأطير الرمزي لربط الطاعة بالاستقرار الدنيوي والخلّاص الأخروي، وفي المقابل، أدّى الشعر دور الإعلام المقاوم حين تبنته المعارضة، فصار منبراً تعبويّاً يوظّف استراتيجيات الوصم والتشكيك التاريخي لإضعاف صورة الأمويين، وبناء ذاكرة جمعية بديلة ترد الشرعية إلى خصومهم ولا سيما آل البيت (عليهم السلام).

بهذا المعنى، يمكن النظر إلى الشعر الأموي بوصفه وسيطاً سياسياً - ثقافياً مزدوج الوظيفة؛ إذ مثّل أداة لتصنيع القبول الجماهيري حين استخدمته الدولة لتثبيت هيمنتها الرمزية، وفي الوقت نفسه كان منصة لإنتاج خطاب مضاد يوظّفه المعارضون لتعبئة الجمهور وخلق فضاء ثقافي بديل، وإنّ الأثر الأبرز لهذا الشعر يكمن في أنّه أسهم في تشكيل الرأي العام وصياغة الصورة الجماهيرية، عبر آليات مشابهة لما تقوم به وسائل الإعلام الحديثة، مثل: إنتاج الرموز، التحكم في المخيال الجمعي، وصياغة السرديات الكبرى التي تحدد علاقة المجتمع بالسلطة والمعارضة.

### ثانياً: الرسائل الاجتماعية

لم يكن الشعر الأموي حكراً على السياسة وصراعات الشرعية، بل شكّل أيضاً أداة لتثبيت القيم الاجتماعية التي حكمت سلوك العرب في ذلك العصر، فقد استمر حضور البنية القبلية في حياة الناس رغم قيام الدولة، مما جعل الشعر مجالاً للتفاخر بالأنساب، وتعزيز العصبية، وإعادة إنتاج قيم الفروسية والكرم والشرف، وفي الوقت نفسه، تأثر المجتمع بالقيم الإسلامية التي عملت على تهذيب بعض

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

الممارسات القبلية، فجاء الشعر ليعكس هذا التوازن بين القديم القبلي والجديد الديني، وبذلك صار الشعر أداة إعلامية-ثقافية تثبت القيم في وعي الجماهير، وتحدد معايير الفخر والفضيلة.

### ١- تعزيز القيم القبلية (الشعر بوصفه أداة لإنتاج الولاءات)

لم يُنه الشعر الأموي حضور القبيلة في الوعي الجمعي، بل عمل على إعادة إنتاجها داخل فضاء الدولة عبر تحويلها من رابطة دم ونسب إلى رمز ثقافي - إعلامي يُعاد تسويقه باستمرار في الأسواق والمجالس، تمامًا كما تفعل وسائل الإعلام الحديثة حين تُحوّل الرموز الاجتماعية إلى علامات متداولة، وإذا كان الإعلام في النظريات الحديثة يُنظر إليه بوصفه أداة لبناء الهوية الجمعية فإنّ الشعر الأموي مارس هذا الدور بدقة؛ إذ حوّل العصبية القبلية إلى بنية رمزية متخيلة تعيش في المخيال الشعبي أكثر مما تعيش في الواقع السياسي.

ولعل نقائص جرير والفرزدق تمثل أفضل تجسيد لذلك؛ فهي لم تكن منافسة لغوية بين شاعرين فحسب، بل سوقاً رمزية للهوية، يتم فيها إعادة إنتاج صورة القبيلة في وعي أبنائها وخصومها معاً، يقول جرير: ٢٧

إذا غضبت عليك بنو تميم ... حسبت الناس كلهم غضابا

ألسنا أكثر الثقلين رجلاً ... ببطن منى وأعظمه قبابا

الشاعر هنا لا يقدم مبالغة شعرية، بل يمارس ما يمكن وصفه بالتأطير الدعائي؛ إذ يُحوّل غضب جماعة محلية إلى غضب شامل يُراد له أن يُنفع الجمهور بأن القبيلة هي مقياس الأمة كلها، وهذه الاستراتيجية قريبة مما تصفه نظريات الإعلام المعاصرة بتأثير الأجندة حيث لا يُقال للجمهور ما يفكر فيه مباشرة، بل يُقال لهم فيمّ يجب أن يفكروا؛ أي أن القبيلة تصبح معياراً تُقاس به القوة والهيبة، ومركزاً لترتيب الأولويات في الوعي الجمعي، كما أنّ البناء البلاغي للنص يكشف عن آلية التضخيم الدعائي إذ يتحوّل حدث جزئي (غضب قبيلة واحدة) إلى صورة كلية شمولية (غضب الأمة كلها)، وهذه المبالغة ليست حيلة فنية

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

فحسب، بل وظيفة دعائية تجعل النصّ أشبه بشعار جماهيري قابل للتداول الشفهي على نطاق واسع، إضافة إلى الإيقاع الشعري وما يحمله من قابلية للحفظ والترديد، يضطلع بوظيفة مماثلة للوسائط القابلة للتشارك في العصر الحديث، إذ يتحول النصّ إلى منتج ثقافي جماهيري يعيد إنتاج نفسه عبر التداول. أما من حيث الجمهور، فيمكن القول إنّ النصّ يتحرك ضمن استراتيجيتين متوازيتين؛ فهو أولاً يخاطب أبناء القبيلة في إطار ما يسميه النقد الثقافي بتعزيز الهوية الداخلية إذ يعمل على توطيد الانتماء وترسيخ الشعور بالتفوق الجماعي، وثانياً، يوجّه إلى القبائل الأخرى عبر ما يمكن وصفه بالردع الرمزي، إذ يصوغ صورة تهديدية تجعل الانتماء للقبيلة شرطاً للقوة والهبة، وهذا التوزيع المزدوج للخطاب يكشف عن طبيعة الشعر بوصفه وسيطاً دعائياً قادراً على الجمع بين التعبئة الداخلية والتأثير الخارجي في آن واحد. وفي ضوء نظرية الهيمنة الثقافية لغرامشي يمكن أن نرى أنّ مثل هذا الخطاب الشعري لم يكن بريئاً، بل كان يشغل بوصفه أداة لإعادة إنتاج أنماط السيطرة الاجتماعية، فالقبيلة لم تُلغ في ظلّ الدولة، بل أعيدت صياغتها في صورة جديدة تُخدم الدولة حيناً، وتتافسها حيناً آخر، وبذلك يصبح الشعر جهازاً أيديولوجياً، بالمعنى الألتوسيري، يعمل على ترسيخ "بداهة" أنّ القبيلة هي مصدر الشرف والقوة، حتى في ظلّ وجود سلطة مركزية.

إنّ النقائص، بهذا المعنى، لم تكن معاركا لغوية فحسب بل فضاءات دعائية مفتوحة أشبه بجمالات إعلامية جماهيرية؛ إذ تُصاغ الهوية وتُعاد صياغة الرأي العام، وما فعله جرير والفرزدق وغيرهما هو أنّهم استثمروا المخيلة الجمعية في إنتاج سرديات قابلة للتداول، تصنع الانتماء، وتعيد إنتاج العصبية، وتجعل الشعر الأموي أقرب ما يكون إلى جهاز إعلامي معاصر يُعيد تشكيل الرأي العام والصورة الجماهيرية وفق

منطق الدعاية والتعبئة، وهذا الأمر نجده في شعر الفرزدق، إذ يقول:<sup>٢٨</sup>

أولئك آبائي فجئني بمثلهم ... إذا جمعتنا يا جريرُ المجمعُ

بهم أعتلي ما حمّلتني مُجاشعُ ... وأصرعُ أقراني الذين أصرعُ

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقاربة إعلامية - ثقافية

فِيَا عَجَبِي حَتَّى كَلَيْبٌ تَسُبُّنِي ... كَأَنَّ أَبَاهَا نَهَشَلٌ أَوْ مُجَاشِعٌ

الأبيات تجسد آلية الإعلام القبلي في الشعر الأموي، إذ يحوّل الفخر بالأباء إلى وسيلة لإعادة إنتاج الهوية الجمعية للقبيلة، والفرزدق لا يكتفي بالمديح الذاتي، بل يربط نفسه بمجموعة تاريخية أوسع، مستثمراً الرأسمال الرمزي لأسلافه، ما يمنحه قوة شرعية معنوية.

ومن منظور الدعاية السياسية، الأبيات تعمل على تعزيز الولاء الداخلي، فمخاطبة أبناء القبيلة تثبت لديهم الانتماء والقيمة الجمعية، بينما مخاطبة الخصوم تعمل بوصفها أداة ردع رمزي، والوسائط البلاغية هنا متعددة منها، الاستدعاء التاريخي والجمع بين الماضي والحاضر -خلق رابط مباشر بين " آبائي، المجامع"-، والإيقاع السهل القابل للتريديد، وهو ما يجعل البيت قابلاً للتداول شفهيًا مثل شعار دعائي.

ويمكن ربط هذا الأبيات بنظريات الإعلام الحديث، إذ يظهر واضحاً وفق نظرية الغرس الثقافي التكرار المستمر لمثل هذه الصور يعزز الاعتقاد بأن القبيلة متفوقة بطبيعتها، ما يصوغ وعياً جماهيرياً متماسكاً حول قيم القوة والشرف، ومن منظور الإعلام الثقافي، يمكن القول إنّ الأبيات تشكل خطاباً أيديولوجياً يعيد تثبيت الهيمنة الرمزية للقبيلة، ويحوّل التاريخ إلى أداة لإعادة إنتاج السلطة الاجتماعية. ومن الأمثلة الأخرى على ذلك قول الأخطل:<sup>٢٩</sup>

أَعَاذِلُ نِعَمَ قَوْمِ الْحَرْبِ قَوْمِي ... إِذَا نَزَلَ الْمُلَمَّاتُ الْكِبَارُ

رَبِيعَةٌ حِينَ تَخْتَلِفُ الْعَوَالِي ... وَمَا بِي إِنْ مَدَحْتُهُمْ إِبْتِهَارُ

وظّف الأخطل التضخيم الكوني والمبالغة البلاغية بوصفهما أدوات دعائية تعيد صياغة صورة القبيلة في الوعي العام، لكنّه لا يكتفي بالمبالغة الشعرية؛ بل يستخدم منظومة متكاملة من آليات الإقناع الخطابي، فهو أولاً يعتمد الإعلاء القيمي عبر ربط قومه بفضيلة الحرب ومقام الملّمات الكبرى، بما يحوّل القبيلة إلى مرجع أخلاقي وقوة مطلقة لا يمكن تجاوزها، ثم يوظّف الاستدعاء التاريخي والهوية الجمعية من

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

خلال ذكر "ربيعة"، وهو نداء يستحضر إرثًا طويلًا من القوة، فيقنع المتلقي بأن المديح ليس موقفًا فرديًا بل توصيف لحقائق راسخة في ذاكرة الجماعة، كما يستثمر الأخطل الإيقاع الخطابى الحاسم وصيغ التوكيد لإنتاج يقين لدى الجمهور بأن تفوق القبيلة أمر مفروغ منه، وهو ما يمثل آلية مهمة من آليات الإقناع العاطفي القائمة على إثارة الشعور بالفخر والرهبة معًا، ومن زاوية التواصل الجماهيري، ينشئ النص صورة نمطية ثابتة تتكرر في الوعي الاجتماعي عن قوة ربيعة، صورة قابلة للانتشار الشفهي بين الأجيال، والجمهور المستقبل للنص هنا مزدوج؛ أبناء القبيلة لتعزيز الهوية الجمعية، والقبائل الأخرى لتأكيد التفوق والتهديد الرمزي.

أما من منظور الإعلام الثقافي، يعكس النص خطاب الهيمنة الرمزية إذ تحوّل القوة المبالغ فيها إلى معيار اجتماعي وأيديولوجي يعيد إنتاج التراتبية بين الجماعات، والنص هنا لا يكتفي بالإمتاع، بل يؤدي وظيفة دعائية استراتيجية تعيد تشكيل الصور الذهنية للرأي العام، كما نجد الاستراتيجية ذاتها تتكرر في أبيات الراعي النميري:<sup>٣٠</sup>

والحربُ حرفتنا وبئست حرفةً ... إلا لمن هو في الوغى مقدامٌ

نعري السيوف فلا تزالُ عريّةً ... حتى تكون جفونهن إهائمٌ

والموتُ يسبقنا إلى أعدائنا ... تهفو به الزايات والأعلامُ

الراعي النميري هنا يستخدم ثنائية صارمة: الهيمنة أو الفناء، وهو ما يسمّى في النقد الثقافي الحديث بخطاب الإقصاء، والرسالة الدعائية واضحة؛ فالقبيلة ليست جماعة فحسب، بل فاعل سياسي واجتماعي شامل، يُفرض احترامه أو مواجهته بتداعيات كونية، ووسيط الشاعر البلاغي يتمثل في الاستعارة والتجسيد: السيوف تُعري ثم تُغطّي بـ "الجفون" في صورة حيّة تجعل السلاح كائنًا فاعلًا، لا أداة جامدة، أما الإيقاع والجرس، فتكرار الأصوات الصلبة (العين، الراء، الميم) يخلق إيقاعًا يشبه قرع الطبول، يحاكي صوت الحرب ويثير الحماسة السمعية لدى الجمهور، ويجعل الأبيات شعارًا قابلاً للترديد، أي إنها أداة

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

دعاية نفسية جماعية، ومن منظور الإعلام الحديث، تعيد الأبيات إنتاج الهوية الجماعية، وتغرس في المخيال الشعبي فكرة التفوق المطلق، بما يتوافق مع نظرية الغرس الثقافي و"الإعلام الهوياتي في الدراسات الحديثة، كما يقوم النصّ بوظيفة تسليع البطولة؛ إذ يجعل من الحرب سلعة رمزية تُستثمر لرفع مكانة القبيلة في الحقل الاجتماعي، ووفق نظرية وضع الأجندة يحدد الشاعر ما يجب أن يتصدر أولويات الجمهور، والجمهور هنا مزدوج؛ أبناء القبيلة الذين يُعاد إنتاج الولاء لديهم، والخصوم الذين تتعاضم لديهم صورة قوة القبيلة، ما يخلق توازنًا نفسيًا وسياسيًا يخدم السيطرة الرمزية للجماعة، وهكذا يشكّل النصّ خطابًا أيديولوجيًا يعيد تعريف الهيمنة، ويحوّل الشعر إلى أداة سياسية-ثقافية متقدمة، تقوي الولاء الداخلي وتوجه الرأي العام الجماعي.

وبذلك يمكن القول إنّ الشعر الأموي أدّى دورًا مزدوجًا؛ فمن جهة عزّز الولاءات القبلية عبر تمجيد المآثر وإحياء السرديات البطولية، ومن جهة أخرى أسهم في تشكيل رأي عام قبلي واسع يتجاوز نطاق الجماعة الضيق، وتظهر دلالة ذلك في اتساع تداول الشواهد الشعرية بين القبائل وفي الأسواق الأدبية الكبرى - كسوق المربد وسوق الكوفة - حيث كانت القصائد التي تُمدّد قبيلة أو تهاجم أخرى تُعيد رسم صورة تلك القبيلة في الوعي العام، كما أن تلقّف الرواة لتلك النصوص وحفظهم إياها ونسبتها إلى أيام العرب وصراعاتها يدلّ على أنّها لم تُستقبل بوصفها أصواتًا فردية، بل بوصفها تمثل الموقف الجمعي للقبيلة وتعبّر عن هويتها، ويشهد على أثرها أيضًا أنّ السلطة الأموية كانت تراعي نتائج هذا التداول الشعري؛ فتقرّب شعراء قبائل معينة وتبعد آخرين، إدراكًا منها أنّ تأثير القصيدة يتجاوز صاحبها ليصنع رأيًا عامًا يحسم الانحيازات القبلية والسياسية، وهكذا يتبيّن أنّ الشواهد الشعرية ذات الطابع القبلي لم تكن مدائح أو هجاء داخلي فحسب، بل كانت نصوصًا مؤثرة في المجال العام، أعادت ترتيب المكانة الاجتماعية وزوّدت الجماهير بإطارٍ تفسيري يصوغ مواقفهم وانتماءاتهم.

٢- تثبيت القيم الدينية والأخلاقية (الشعر وسيلة لتمرير القيم)



## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

بالمصداقية واليقين، أما الإيقاع المتوازن للأبيات فقد سهّل عملية الحفظ والإنشاد، وأمن سرعة الانتشار الشفهي، تمامًا كما تعتمد الوسائط الحديثة على قابلية التداول.

من منظور إعلامي نجد أنّ الغرس الثقافي يتجسد في التكرار المكثف للرموز الدينية والمكانية؛ إذ تغرس صورة الإمام بوصفها معياراً للفضيلة، وتعمل على تثبيت القيم الأخلاقية في وعي الجمهور على المستوى الفردي والجماعي، ومن زاوية أخرى يعزز النصّ الانتماء الديني والأخلاقي للمجتمع، ويحوّل احترام الإمام إلى واجب جماعي متصل بالهوية الجمعية، إذ يخاطب النصّ جمهورين متداخلين: العامة لتعزيز القيم اليومية، والنخبة لتأكيد مكانة الإمام بوصفه رمزا أخلاقيا وسياسيا، وهكذا يصبح النصّ أداة لإنتاج صورة جماهيرية مقدسة توائم بين الأخلاق والسياسة.

من جانب آخر استخدم شعراء السلطة، ومنهم جرير الشعر لدمج المعايير الدينية مع القيم الاجتماعية، محوّلًا الخطاب الشعري إلى وسيلة تربوية وسياسية في آن واحد، إذ تصبح الفضيلة معيارًا للشريعة الاجتماعية والسياسية للحاكم، يقول جرير في مدح عبد الملك بن مروان: <sup>٣٢</sup>

لَوْلَا الْخَلِيفَةُ وَالْقُرْآنُ نَقْرُهُ ... مَا قَامَ لِلنَّاسِ أَحْكَامٌ وَلَا جُمُعٌ

أَنْتَ الْأَمِينُ أَمِينُ اللَّهِ لَا سَرْفٌ ... فِيمَا وُلَيْتَ وَلَا هَيَابَةٌ وَرَعٌ

يمزج الشاعر بين القيم الدينية والاجتماعية ليحوّل النصّ إلى خطاب دعائي-تربوي يرسخ الطاعة والفضيلة بوصفها معياراً للأخلاق والسياسة، ويربط الشاعر وجود الخليفة بوجود الشريعة ذاتها؛ فالخليفة هي الضامن لإقامة الأحكام وصلاة الجمعة، أي أنّ الدولة والحاكم شرط لقيام الدين والنظام، وهذه الرسالة تحوّل الطاعة السياسية إلى واجب ديني، وتجعل الخروج عن الخليفة خروجًا عن الإسلام.

والنصّ يستخدم المقابلة الضمنية لتحديد الإطار الديني والأخلاقي: لولا الخليفة ⇔ انعدام الأحكام والجُمُع؛ أي أن غياب الحاكم يعني الفوضى الدينية والاجتماعية، وتكرار لفظ "أمين" (أنت الأمين، أمين

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

الله) يرسخ صورة الخليفة بوصفه حارس الشرع ووكيل الله، وتعطي الصياغة الشرطية (لولا) معنى التهديد الضمني؛ فوجود الخليفة ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها.

أما جمهور الشاعر المستهدف بالخطاب فهم النخبة السياسية أولاً؛ لتأكيد شرعية الخليفة وتقوية موقعه في مواجهة المعارضين، والجماهير العامة ثانياً؛ لإقناعهم بأن استقرار حياتهم الدينية والاجتماعية مرهون ببقاء الحاكم، والنصّ يمثل توليفة دعائية-ثقافية تعمل على ترسيخ صورة جماهيرية متسقة بين الدين والسياسة، مع إنتاج وعي جمعي متماسك، إذ يعمل النصّ بوصفه أداة بروباغندا مبكرة تشبه الحملات الإعلامية الحديثة، من خلال صناعة الصورة الذهنية التي تصوّر الخليفة بوصفه أمين الله الذي يقرأ القرآن ويقيم الشرع، والجمهور يعتمد على هذا الخطاب لتحديد موقفه من السلطة، ليغدو المديح مرجعاً لتصور علاقة الدين بالسياسة، إضافة إلى الإقناع العاطفي واللعب على وتر الخوف من انهيار الأحكام (والجُمع) يثير القلق الجمعي ويعزز الولاء.

لم يقتصر الشعر الأموي على تمجيد الفضائل أو تثبيت القيم الدينية والأخلاقية فحسب، بل تطوّر إلى أداة رقابية ونقدية تمارس وظيفة اجتماعية-سياسية بالغة الأثر، فقد تحوّل الشعر إلى منصة علنية تفضح مواطن الخلل وتكشف الانحرافات في البنية الاقتصادية والأخلاقية والسياسية للمجتمع، وفي هذا الإطار يبرز الراعي النميري مثلاً دالاً؛ إذ استثمر طاقته الشعرية في رصد ظواهر الفقر والجوع والتفاوت الطبقي، مقدّمًا صورة حية لأحوال الفئات المهمّشة، ولم يكن نقده وصفاً محايداً، بل إدانة أخلاقية للفساد وانتهاك قيم العدالة التي يفترض أن يقوم عليها المجتمع الإسلامي، وهكذا غدا شعره أشبه بخطاب جماهيري يتجاوز المتعة الجمالية ليؤدي دور الإعلام الشعبي؛ يستنهض الضمير الجمعي، ويحرض على مراجعة السلوك الاجتماعي، ويعيد تعريف علاقة السلطة بالمجتمع من منظور قيمي يوازن بين الدين والعدالة الاجتماعية، يقول النميري: <sup>٣٣</sup>

عَجِبْتُ مِنَ السَّارِينِ وَالرَّيْحِ قَرَّةً ... إِلَى ضَوْءِ نَارٍ بَيْنَ فَرْدَةٍ وَالرَّحَى

صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

إلى ضوء نارٍ يَشْتَوِي القَدَّ أَهْلُهَا ... وَقَدْ يُكْرَمُ الأَضْيَافُ وَالْقَدُّ يُشْتَوَى

فَلَمَّا أَتَوْنَا فَاشْتَكَيْنَا إِلَيْهِمْ ... بَكَوْا وَكَلَا الْحَيَّيْنَ مِمَّا بِهِ بَكَى

بَكَى مُعَوِّزٌ مِنْ أَنْ يُلَامَ وَطَارِقٌ ... يَشُدُّ مِنَ الْجُوعِ الإِزَارَ عَلَى الحَشَا

رسالة الشاعر في هذه الأبيات تتجاوز السرد الواقعي لتكون صرخة احتجاج ضد الفقر والإهمال الاجتماعي، وإدانة ضمنية لسياسات السلطة التي سمحت باستشراء الجوع في ظلّ دولة غنية، ووسائله البلاغية والإعلامية تكمن في التصوير الحسي؛ إذ يوظف الشاعر صوراً بصرية "ضوء النار" وسمعية "بكاء الطرفين" ولمسية "الريح القَرّة" ليضع المتلقي داخل التجربة، فيستشعر قسوة البرد والجوع، وفي المفارقة الدرامية؛ إذ اجتماع الكرم والجوع، والنار والبرد، والبكاء المتبادل، كل ذلك يخلق شحنة عاطفية قوية تدفع الجمهور إلى التعاطف وربما إلى الغضب، إضافة إلى الإيقاع المتوازن؛ فالأبيات سهلة التداول في المجالس والأسواق، بما يشبه اليوم انتشار الأخبار المؤثرة عبر وسائل الإعلام الشعبي.

ويستهدف الشاعر في النصّ الشعري، الجمهور العام، ولا سيما الفقراء والمهمّشين الذين يرون معاناتهم منعكسة في الصورة الشعرية، لكنّه يوجّه خطابه أيضاً إلى النُخب الحاكمة بطريقة غير مباشرة، بوصفه رسالة أخلاقية تفضح تقصيرهم، هذا التعدد في مستويات الخطاب يمنح القصيدة قوة تداولية تشبه الحملات الإعلامية الحديثة التي تخاطب الشارع والسلطة في وقت واحد.

ومن منظور نظريات الإعلام الحديثة، يتقاطع النصّ مع نظرية وضع الأجندة إذ يدفع الجمهور إلى الانتباه لقضية الجوع بوصفها أولوية اجتماعية، والتأثير الرمزي فالنار والبرد والجوع تتحول إلى رموز لغياب العدالة وفشل الدولة في حماية مواطنيها، إضافة إلى الإقناع العاطفي من خلال البكاء المشترك الذي يولد تعاطفاً عابراً للطبقات، يحفّز الوعي الجمعي.

وهكذا فإنّ الأبيات ليست وصف لحادثة ليلية فحسب، بل بيان شعري يمارس وظيفة الإعلام البديل؛

يفضح، يوثق، ويستنهض، إنّها نصوص تقيم جسراً بين التجربة الشعبية والخطاب السياسي، فتصنع رأياً

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقاربة إعلامية - ثقافية

عامًا ناقدًا للسلطة ومتعاطفًا مع الضحايا، محولةً المعاناة اليومية إلى قضية عامة تتداولها الألسن مثلما تتداول المجتمعات الحديثة أخبار الفقر والأزمات عبر وسائل الإعلام.

في سياق آخر، يقدم شعر الزهّاد نموذجًا للوعظ المباشر، إذ نلاحظ أنّ الشعراء الزهّاد استخدموا الشعر بوصفه أداة تذكير مستمرة بقصر الحياة وأهمية التقوى، ما يحوّل القيم الفردية إلى التزام جماعي، يعمل على توجيه سلوك المجتمع بأكمله، يقول عروة بن أذينة:<sup>٣٤</sup>

لا خَيْرَ في طَمَعٍ يُدني لِمَنْقَصَةٍ ... وَعُتْبِرٍ مِنْ كَفَافِ العَيْشِ يَكْفِينِي

لا أَرْكَبُ الأَمْرَ تُزْرِي بي عَوَاقِبُهُ ... وَلَا يُعَابُ بِهِ عِرْضِي وَلَا دِينِي

كَمْ مِنْ فَاقِرٍ غَنِيّ النَّفْسِ تَعْرِفُهُ ... وَمِنْ غَنِيٍّ فَاقِرِ النَّفْسِ مَسْكِينِ

الآبيات تمثل خطابًا أخلاقيًا-اجتماعيًا يوازن بين المعيار القيمي والموقف العملي من الحياة، وهي نموذج لما يمكن تسميته (الشعر بوصفه إعلامًا قيميا في العصر الأموي)؛ إذ لا يكتفي الشاعر بالتأمل الفردي، بل يوجّه رسالة تربية للجمهور حول معنى الغنى والفقر، والكرامة والاستقلال، إذ يقرر الشاعر مبدأً أساسياً هو رفض الطمع إذا كان يؤدي إلى المذلة "لا خير في طمع يدني لمنقصة"، وهذا إعلان واضح عن سيادة الكرامة على المنفعة، وهو خطاب أخلاقي يحد من الانجراف وراء المال أو السلطة، ويعمّق الشاعر الفكرة: فالإكتفاء بالقليل "عُتْبِرٍ مِنْ كَفَافِ العَيْشِ" أفضل من ثراءٍ يجرّ العار، وهنا يقدم الشاعر قيمة القناعة بوصفها حماية للدين والعرض، أي مزيجًا من رأس المال الرمزي (الشرف والدين) الذي يتفوق على رأس المال المادي، وأخيرا يعرض الشاعر مفارقة اجتماعية: فقير غني النفس = عزيز كريم، غني فقير النفس = مسكين مهان، إنّها مقابلة رمزية تفكك معايير المجتمع المادي، وتعيد تعريف الغنى والفقر على أساس القيمة المعنوية لا المال.

والنصّ يستخدم الطباق والمقابلة: "طمع/كفاف - غني/فقير - عرضي/ديني"؛ وهذه المفارقات تعمل بوصفها أداة إقناعية حادة تشبه "العناوين الصادمة" في الإعلام الحديث، كما أنّ الإيقاع المتوازن: يسهّل

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

الحفظ والترديد، فيؤدي وظيفة التداول الشفهي شبيهة بنشر الشعارات الأخلاقية في الحملات التوعوية، إضافة إلى التكرار البنائي (لا خير - لا أركب - لا يعاب)، الذي يعطي النصّ قوة تقريرية أشبه ببيان أو ميثاق، لإيصال رسالة وعظيمة، لكنها تتجاوز الفرد لتصبح معيارًا جماعيًا للسلوك، طبقًا لنظريات الدعاية الجماهيرية الحديثة؛ فالنصّ يمثل أسلوبًا اقناعيًا فعالًا لتوجيه سلوك الجماهير نحو الالتزام بالقيم الدينية، وزعزعة القيم المادية، وصناعة وعي جمعي يرفض الخضوع للمال أو السلطة، إنها صياغة شعرية لما يشبه اليوم خطاب التنمية الذاتية أو الحملات الأخلاقية التي تعيد ترتيب سلم القيم داخل المجتمع. والجمهور المخاطب هنا هو عموم المجتمع: الفقراء والأغنياء على السواء؛ إذ يقدم الشاعر نموذجًا يُغري بالتقليد: الفقير المترفع والغني المتواضع، وهذا يخلق وعيًا جماعيًا مصادًا لقيم الترف الأموي، ويعيد الاعتبار لطبقات مسحوقة دون صدام مباشر مع السلطة.

يتضح من الأمثلة السابقة أنّ الشعر الأموي قد مارس الإعلام القبلي والديني-الأخلاقي معًا، حيث أعاد إنتاج الولاءات القبلية وأطر القيم الأخلاقية، واستخدم آليات دعائية متقدمة، مثل التكرار، الرمزية، المقابلة الثنائية، والإيقاع لتوجيه المواقف والسلوك، كما طبق نظريات الإعلام الحديثة، مثل الغرس الثقافي من خلال ترسيخ الفضائل في وعي الجماهير عبر التداول المستمر، والإطار الإعلامي الذي تجسد في تحديد القيم والمفاهيم المرغوبة للجمهور، والإقناع الجماهيري من خلال تحريك العواطف وتوجيه السلوك الجمعي، إضافة إلى الإعلام الهوياتي لصناعة الانتماء والهوية الرمزية المشتركة. وبذلك يصبح الشعر الأموي وسيطًا إعلاميًا-ثقافيًا مزدوج الوظيفة؛ فهو يعزز الولاءات التقليدية، ويرسخ القيم الدينية والأخلاقية، ويصنع الرأي العام والصورة الجماهيرية بشكل متماسك ومتقن، ليكون نموذجًا مبكرًا للإعلام الثقافي وصناعة المواقف الجماعية.

ثالثًا: الرسائل الثقافية

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقاربة إعلامية - ثقافية

إذا كانت الرسائل السياسية قد ركزت على الصراع بين السلطة والمعارضة، والرسائل الاجتماعية قد أعادت إنتاج قيم العصبية القبلية والدينية، فإن الرسائل الثقافية للشعر الأموي أخذت بُعدًا أعمق ألا وهو بناء الذاكرة الجماعية وصياغة العلاقة بين النخبة والجمهور، فلقد كان الشعر بمنزلة "الإعلام الثقافي" الذي حفظ التجارب المشتركة، ونقلها من جيل إلى جيل، فصار مرجعًا لسرديات الحروب، وأداة لتعزيز الهوية الجماعية، كما أظهر الشعر طبيعة التفاعل بين الشاعر (صوت النخبة) والجمهور (المتلقي والمشارك في إنتاج المعنى).

### ١- الشعر بوصفه ذاكرة جماعية

يمثل الشعر في العصر الأموي أكثر من كونه تعبيرًا فنيًا أو أداة للمدح والهجاء، بل هو مستودع للذاكرة الجمعية للأمة، فقد عاش العرب في مجتمع تغلب عليه الشفاهية، إذ تنتقل القيم والمعارف والأحداث من جيل إلى جيل عبر الكلمة المنطوقة، ومن ثم غدا الشعر بمنزلة أرشيف حيّ يسجل الانتصارات والهزائم، يوثق المآثر البطولية، ويصوغ الروايات التي تحدد مكانة القبائل والسلطات في الوعي العام، فالشعر الأموي كان ذاكرة جماعية ناطقة، الأمر الذي جعل أن كل حدث أو قيمة لا يكتسب شرعيته إلا إذا كُتِبَ شعرًا يُقال في الأسواق والمجالس، ويُتناقل بين الناس؛ لذا يمكن القول إن الشعر لم يحفظ التاريخ فحسب، بل أعاد تشكيله، مانحًا الجماعة العربية سرديات موحدة عن نفسها، ومحددًا معايير الفخر والعار، النصر والهزيمة، الحق والباطل. ومن هذا المنظور، جرى اختيار نماذج شعرية معينة لأنّها لا تمثل مواقف فردية معزولة، بل تحوّلت بفعل تداولها ورسوخها في الوجدان العام إلى شواهد تأسيسية للذاكرة الجماعية؛ فهي نصوصٌ عبّرت حدود قائلها إلى المجتمع كله، وأسهمت في بناء تصوّر مشترك عن السلطة والقبيلة والقيم الأخلاقية، مما يجعل دراستها ضرورة لفهم الآليات الثقافية التي شكّلت الوعي الأموي، فلم يكن الفرزدق - على سبيل المثال - شاعر هجاء أو فخر فحسب، بل كان صانعًا لذاكرة جماعية لقبيلته (تميم) وللمجتمع الأموي بوجه عام، إذ أدرك أن الشعر هو الوسيلة الأهم لحفظ الأمجاد

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

وإعادة إنتاجها في المخيلة الجمعية، بحيث يتحول الشعر إلى وثيقة تاريخية تُداول جيلاً بعد جيل، من هنا يمكن فهم قوله: <sup>٣٥</sup>

سَتَاتِي عَلَى الدَّهْنِ قَصَائِدُ مِرْجَمٍ ... إِذَا مَا تَمَطَّتْ بِالْفَلَاةِ رِكَابُهَا

قَصَائِدُ لَا تُثْنِي إِذَا هِيَ أَصْعَدَتْ ... لِحْيٍ وَلَا يَخْبُو عَلَيْهَا شِهَابُهَا

يقدم البيتان صورةً استباقيةً للشعر بوصفه حدثاً إعلامياً، لا كلام عابر فحسب، فالشاعر هنا يتنبأ بانتشار قصائده في الفياقي والقبائل، حتى تصبح أشبه بالقوة المتحركة التي لا تُردّ، والشاعر يربط الفخر الجماعي (أخبار القبيلة، بطولاتها) بقصائد "تمططي الفلاة"، أي تنتقل بين الأحياء، هذه القصائد تحفظ الأحداث وتنقلها فتغدو أرسيفاً حياً للجماعة، وسيبلغ أثرها القبائل البعيدة (على الدهن أي الفلاة الواسعة) دون أن توقفها حواجز، كما أنها سيظل متقدماً (لا يخبو شهابها) حتى تحقق غايتها في التأثير والتعبئة، فالرسالة هنا تتعلق بقدرة الشعر على صناعة الرأي العام وتثبيت السردية التي يريدها صاحبها، سواء أكانت هجاءً أم فخراً أم دعوة سياسية.

وقد استخدم الشاعر استعارة الحركة: "تمطت بالفلاة ركابها" تجعل القصائد أشبه بقوافل تتحرك، في محاكاة لشبكات الانتشار الإعلامي الحديثة، ورمزية الضوء والنار: "لا يخبو شهابها" تعبير عن استمرار الوميض والتأثير، كما لو كانت القصيدة رسالة مضيئة تتجاوز الزمان والمكان، وستبقى في الذاكرة ولا تمحى، كما لجأ إلى الإيقاع الموزون؛ ليسهل حفظ الأبيات وتداولها شفهيًا، بما يضمن استمرارها بوصفها وسيط إعلامي حي.

ويستهدف النصّ الجمهور القبلي الواسع: شعراء، فرسان، وأبناء القبائل الذين يتلقون الرسائل عبر الأسواق والمجالس، لكنّه موجّه أيضًا إلى الخصوم السياسيين و شعرائهم، في تحذير مبطن بأنّ صوت الشاعر سيصل إليهم رغم المسافات، إنّه إعلان مبكر عن "قوة الوسيط" الذي لا يحتاج إلى سلطة رسمية لنشر رسالته، وفي ضوء نظريات الإعلام الحديثة النصّ يقترب من نظرية الانتشار؛ إذ يصف الشاعر آلية



## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

والشرعية، وبمنطق الإعلام الحديث فإنّ النصّ الشعري قام بدور (الهاشتاغ الشفهي) الذي ينتشر سريعاً ويؤسس صورة ذهنية جمعية تتجاوز اللحظة السياسية المباشرة.

وخلاصة القول: إنّ أثر الأبيات في الذاكرة الجمعية تمثل في قدرتها على تدوير رمز الإمام عليّ (عليه السلام) بوصفه إماماً جامعاً للعلم والدين والشرعية، وتحويل اللحظة السياسية إلى نصّ ثقافي دائم، يعاد توظيفه في كل مرحلة تاريخية تشهد صراعاً على مفهوم القيادة العادلة.

### ٢- التفاعل بين النخبة والجمهور

كان الشعراء في العصر الأموي وسطاء ثقافيين بين النخبة والجماهير، إذ كانوا يلقون قصائدهم في المجالس والأسواق، ما جعل الشعر قناة جماهيرية بامتياز، ويُعد أداء الأخطل وجريير والفرزدق في المجالس والأسواق نموذجاً واضحاً للتفاعل بين النخبة والجمهور، يقول جريير في حضرة الخليفة عبد الملك بن مروان: <sup>٣٧</sup>

سَأَمْتَا حُ الْبُحُورَ فَجَبَّيْنِي ... أَدَاةَ اللَّوْمِ وَأَنْتَظِرِي إِمْتِيَا حِي

ثَقِي بِاللَّهِ لَيْسَ لَهُ شَرِيكٌ ... وَمِنْ عِنْدِ الْخَلِيفَةِ بِالنَّجَاحِ

أَلَسْتُمْ خَيْرَ مَنْ رَكَبَ الْمَطَايَا ... وَأَنْدَى الْعَالَمِينَ بَطُونٌ رَاحِ

في هذه الأبيات يظهر التفاعل بين النخبة والجمهور بوصفه آلية مركزية في بناء الرسالة الشعرية، فالشاعر - وهو من طبقة منقفة تملك سلطة الكلمة - يتوجه بخطابه إلى الخليفة الأموي - النخبة الحاكمة -، لكنّه يفعل ذلك في فضاءٍ علني تتلقاه الجماهير، وهذا يعني أنّ القصيدة تؤدي وظيفة مزدوجة؛ خطاب مباشر للسلطة، وفي الوقت نفسه خطاب للجمهور الذي يسمع النصّ ويعيد إنتاجه، ويكتب الشاعر رسالته هذه بأسلوب الاستفهام البلاغي "ألستم" ليوحي بالتقرير، وكأنه يضع الجمهور أمام حقيقة لا جدال فيها، أما الصورة البلاغية "ندى الراحة، الكرم" فتسهّل وصول الرسالة للجمهور المكوّن من الخليفة والنخبة السياسية لإرضائهم وتثبيت شرعيتهم، وجماهير العامة التي تلتقط الصورة وتعيد تداولها

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

بوصفها جزءاً من الخطاب العام، وهدفه من هذا جعل الشعر أداة تواصل بين النخبة والجماهير، وتكريس صورة الشاعر بوصفه وسيطاً إعلامياً يترجم طموحات النخبة، ويعيد صياغتها بما يناسب الجمهور.

هذا السماع يُحوّل المدح من طلبٍ شخصي إلى خطاب جماهيري، فيترسخ في الوعي الجمعي أنّ الخليفة هو "أندى العالمين" و"خير من ركب المطايا"، بهذا التفاعل، تتحقق ما تسميه دراسات الإعلام المعاصرة بالدائرة الاتصالية؛ إذ يتبادل الشاعر (النخبة المثقفة) والسلطة (النخبة السياسية) والجمهور (المجتمع الأوسع) إنتاج المعاني، فالمديح لا يبقى حواراً مغلقاً بين شاعر وخليفة، بل يتحول إلى مسرح رمزي يعيد إنتاج القيم الاجتماعية (الكرم، السيادة) ويربط بقاء الحكم بشرعية جماهيرية تدعم النخبة الحاكمة.

ومن هنا يتبين أنّ الشعر الأموي مارس وظيفة إعلامية-ثقافية متكاملة، إذ لم يكن أداة فنية فحسب بل وسيلة لإنتاج الرسائل الجماهيرية وتوجيهها، إذ ظهر الشعر بوصفه قوة رمزية قادرة على صناعة الرأي العام، وبناء الهوية الجماعية، وتوجيه المسار السياسي والثقافي للأمة الإسلامية.

أما المواقف الشعبية في الأسواق والمجالس فيُروى أنّ الشعراء في العصر الأموي كانوا يتبارزون بالنقائض في سوق المربد بالبصرة، إذ يتجمهر الناس ويستمعون إلى الهجاء والفخر، مثل بيت جرير في هجاء الراعي النميري:<sup>38</sup>

**فغض الطرف إنك من نميرٍ ... فلا كعباً بلغت ولا كلاباً**

رسالة الشاعر هنا السخرية من قبيلة الراعي (بني نمير) ويصورها في مرتبة وضعية، فهي رسالة اجتماعية لكنها تؤدي وظيفة إعلامية واضحة، هي التشهير بالخصم أمام الجمهور، فالسخرية الشعبية في البيت تجعله سهل الحفظ والتداول، والإلقاء أمام الجمهور يحول الشعر إلى "عرض حي" يشبه الإعلام الجماهيري، أمام الحضور في السوق (عامّة الناس + النخب)، والمتلقين الذين ينقلون البيت لاحقاً شفهيّاً في قبائلهم، فيتحقق هدف الشاعر من خلال تحوّل النقائض إلى وسيلة لصناعة الرأي العام، إذ تؤثر على

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

صورة القبائل في المخيال الشعبي، وإبراز العلاقة التبادلية بين الشاعر والجمهور؛ فالشاعر يغذي الناس بالهجاء والفخر، والجمهور بدوره يمنح الشعر شرعية بالتداول والحفظ.

ويتبين مما تقدم أنّ الشاعر الأموي كان حلقة وصل بين النخبة والجمهور؛ فهو من جهة لسان حال السلطة أو القبيلة أو الجماعة العقائدية، يعرض خطابها ويعيد إنتاج رؤيتها السياسية والاجتماعية، ومن جهة أخرى يتوجّه إلى الناس مباشرة، فيستجيب لتطلعاتهم، ويستحضر قيمهم، ويعيد صياغة الرسائل بما يضمن قبولها وانتشارها، وهكذا لم يكن الشاعر صوت النخبة وحدها، ولا تعبيراً حرّاً عن الجمهور فحسب، بل وسيطاً دينامياً يصوغ الخطاب في منطقة وسطى حيث تتفاعل إرادة المُتلقي مع متطلبات المُرسِل، وقد أظهرت النصوص المدروسة أنّ الرسائل السياسية والاجتماعية والثقافية كانت تُبنى في أحيان كثيرة وفق ما تريده النخبة لترسيخ شرعيتها، لكنّها لا تكتسب فعاليتها إلا إذا انسجمت مع بنية الوعي الشعبي وقيمه وتوقعاته؛ فالجمهور كان معيار القبول، والشاعر كان المهندس الذي يضمن توافق الخطاب مع الذائقة الجماعية.

وهكذا نجد أن الشعر بوصفه ذاكرة جماعية وثقّ الأحداث، وحفظ مآثر القبائل والأبطال، وبنى سرديات السلطة والمعارضة معاً، وأن التفاعل بين النخبة والجمهور حول الشعر إلى وسيلة اتصال جماهيري، حيث يتبادل الشاعر والجمهور الأدوار في إنتاج المعنى، وبذلك، يثبت الشعر الأموي أنه لم يكن فنّاً جمالياً فحسب، بل كان وسيطاً إعلامياً-ثقافياً لتخليد الذاكرة، وصياغة الهوية، وتعزيز العلاقة بين السلطة والجمهور.

## خاتمة

تُظهر نتائج هذا البحث أنّ الشعر الأموي تجاوز حدود كونه ممارسة فنية أو تعبيراً زخرفياً، ليغدو أداة تواصل جماهيري ذات فعالية عالية، ووسيطاً إعلامياً-ثقافياً أسهم بعمق في تشكيل الوعي الجمعي

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

وصناعة الرأي العام، فقد تبين من خلال تحليل النماذج الشعرية أنّ الشعر في ذلك العصر لم يقتصر على تسجيل الوقائع أو تمثيل العصبية، بل أدى دورًا بنيويًا يشابه وظائف الإعلام في العصر الحديث، عبر آليات التأثير الجماهيري مثل الإيقاع، والتكرار، والرموز الدينية والثقافية، والصور البلاغية، والجدل الشعري، التي شكّلت أدوات لتوجيه المواقف وصياغة التصورات الذهنية تجاه السلطة أو المعارضة والقضايا الدينية والاجتماعية.

كما أثبت البحث أنّ اعتماد المقاربة الإعلامية-الثقافية أتاح منظورًا تحليليًا أكثر عمقًا لقراءة الأدب العربي الكلاسيكي، من خلال فهم الشعر بوصفه خطابًا جماهيريًا متفاعلًا مع محيطه السياسي والاجتماعي، لا نصوصًا جمالية منفصلة عن شروط إنتاجها، وقد مكّن هذا المنظور من إعادة ربط الشعر بآليات الثقافة الجماهيرية، وتعزيز الصلة بين الدراسات الأدبية وحقول الإعلام والاتصال، بما يفتح آفاقًا رحبة أمام الدراسات البينية في العلوم الإنسانية والاجتماعية. وفي هذا الإطار تكشف الدراسة، أنّ الشاعر الأموي لم يكن صوتًا للنخبة السياسية فقط ولا صدىً للجمهور وحده، بل عمل وسيطًا بين الطرفين؛ يتلقى حاجات الجماهير وتصوراتهم، ويعيد صياغتها ضمن خطاب يتوافق مع مصالح النخب أو يعارضها، فالرسائل السياسية والاجتماعية والثقافية لم تكن تُبنى بالكامل وفق رغبة الجمهور، ولا تُفرض كليًا من أعلى؛ بل جاءت نتاج تفاعل معقد بين متطلبات السلطة، وانتظار الناس، والمكانة الرمزية للشاعر بوصفه صانعًا للمعنى وحارسًا للذاكرة الجماعية.

من زاوية أوسع، تُبرز هذه الدراسة أنّ فهم دور الشعر الأموي في تشكيل الوعي الجمعي لا يمثل قراءة للماضي فحسب، بل يتيح أدوات لفهم الحاضر واستشراف المستقبل؛ ذلك أنّ العلاقة بين الأدب والإعلام في تشكيل الوعي علاقة بنيوية تتكرر عبر الأزمنة وإن اختلفت وسائطها، وإذا كان الشعر في العصر الأموي قد اضطلع بدور جماهيري في صناعة الرأي العام، فإنّ الأدب اليوم قادر - ضمن

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

فضاءات الإعلام الجديد-على استعادة دوره المؤثر في صياغة الثقافة العربية ومواقفها الجماعية، وهكذا يظل الأدب، عبر التاريخ، جزءاً أصيلاً من البنى المنتجة للوعي وشريكاً فاعلاً في تشكيل المجال العام.

### الهوامش:

١- المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، الإدارة العامة للمعجمات وإحياء التراث، جمهورية مصر العربية، مكتبة الشروق الدولية، ط٤، ٢٠٠٤م، ص: ٣٢٠.

٢- القاموس المحيط، مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزآبادي (ت ٨١٧هـ)، تحقيق: مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة، مؤسسة الرسالة، دمشق، ط٦، ١٩٩٨م، ص: ١١٤١.

٣- الرأي العام بين الكلمة والمعتقد، د. جمال سلامة، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م، ص: ٤١٤.

٤- ضمانات نفاذ القواعد الدستورية، د. فتحي عبد النبي الوحيدي، كلية القانون، جامعة القاهرة، ١٩٨٢م، ص: ٢٧٧.

٥- ينظر، الحريات العامة والأنظمة السياسية المعاصرة، د. كريم يوسف أحمد كشاكش، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٧٧م، ص: ٥٠٣.

٦- ينظر، لسان العرب، ابن منظور، تحقيق: عبد الله علي الكبير وآخرون، دار العرب - القاهرة، مصر ٢٠٠٠م، ص: ٧٤٨.

٧- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، موسى عبد الرحيم حلس وناصر علي مهدي، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، مجلد ١٢، ص: ١٤٢.

٨- أساس البلاغة، جاد الله أبي القاسم الزمخشري، دار الكتاب، القاهرة، ١٩٨٣م، ج ٢، ص: ٥٨١.

٩- موسوعة علم الإنسان، المفاهيم والمصطلحات الأنثروبولوجية، شارلوت سيمور سميث، ترجمة: مجموعة من أساتذة علم الاجتماع، المركز القومي للترجمة- القاهرة، ط٢ د.ت، ص: ٣٦٩-٣٧٠.

١٠- مقدمة في علم الاجتماع، موسى عبد الرحيم حلس، مكتبة دار المنار، غزة، ٢٠٠٣م، ص: ٩١.

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

- ١١- ينظر، الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، عبد الله بو جلال، مجلة المستقبل العربي، ١٩٩١م، مجلد ١٤، العدد (١٤٧)، ٤٠-٥٨، ص: ٢٤.
- ١٢- ينظر، الإعلام وتزييف الوعي، عبد الباسط عبد المعطي، دار الثقافة الجديدة- القاهرة، ١٩٧٩م، ص: ٧-٨.
- ١٣- ينظر، الشباب والمجتمع، محمد علي محمد، الهيئة المصرية العامة للكتاب- الإسكندرية، ط١، ١٩٨٠م، ص: ٢٢٢.
- ١٤- ما بعد الحداثة، كامل الأسواني، دار شيراز للنشر، مصر ط٢، ١٩٩٥م، ص: ١٤٥.
- ١٥- ينظر، صفوت العالم، الدعاية الانتخابية، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٧م، ص ٨٢-٨٣.
- ١٦- ينظر، الدعاية والحرب النفسية، نضال الضالعين وآخرون، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٤م، ص: ٨٥.
- ١٧- الاتصال والعلاقات العامة، زكي مصطفى عليان وعدنان الطرابلسي، دار صفاء، الأردن، ٢٠٠٥م، ص: ٦١.
- ١٨- ينظر، نظرية الاتصال، ميرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦م، ص: ٢٤١.
- ١٩- ينظر، محاضرات في نظريات الإعلام، هشام رشدي خير الله، كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، جامعة المنوفية، د.ت، ص: ١٨٨-١٨٩.
- ٢٠- ينظر، الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، حارث القرعاوي، مركز دراسة الوحدة العربية، لبنان، ٢٠١٣م، ص: ١٥٤.
- ٢١- وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام، عبير إبراهيم عزي، رسالة ماجستير، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٢٠٠٩م، ص: ٩.
- ٢٢- شعر الأخطل، عن رواية أبي جعفر محمد بن حبيب، تحقيق: د. فخر الدين قباوة، دار الفكر المعاصر، بيروت- لبنان، ط٤، ١٩٩٦م، ص: ١٥٠.
- ٢٣- ديوان عدي بن الرقاع العاملي (ت٩٥هـ)، جمع وشرح ودراسة: د. حسن محمد نور الدين، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان، ط١، ١٩٩٠م، ص: ٣١-٣٢.
- ٢٤- شرح هاشميات الكميت بن زيد الأسدي، بتفسير أبي رياش أحمد بن إبراهيم القيسي، تحقيق: د. داود سلوم، د. نوري حمودي القيسي، مكتبة النهضة العربية، بيروت، ط٢ - ١٩٨٦م، ص: ١٦٠.

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

- ٢٥- ديوان يزيد بن مفرغ الحميري (ت ٦٩هـ)، جمعه وحققه: د. عبد القدوس أبو صالح، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط ٢، ١٩٧٥م، ص: ٨٧.
- ٢٦- ديوان الطرماح، تحقيق: د. عزّة حسن، دار الشرق العربي، بيروت - لبنان، ط ٢، ١٩٩٤م، ص: ٢٠٢-٢٠٣.
- ٢٧- ديوان جرير، بشرح محمد بن حبيب، تحقيق: د. نعمان محمد أمين طه، دار المعارف، ط ٣، د ت، ص: ٨٢٣.
- ٢٨- ديوان الفرزدق، شرح وضبط: علي فاعور، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان، ط ١، ١٩٨٧م، ص: ٣٦٠-٣٦١.
- ٢٩- شعر الأخطل، ص: ٣٢١.
- ٣٠- ديوان الراعي النميري، شرح: د. واضح الصمد، دار الجيل، بيروت، ط ١، ١٩٩٥م، ص: ٢٧٧.
- ٣١- ديوان الفرزدق، ص: ٥١١.
- ٣٢- ديوان جرير، ص: ٢٩٥.
- ٣٣- ديوان الراعي، ص: ٣٥.
- ٣٤- شعر عروة بن أذينة، د. يحيى الجبوري، دار القلم - الكويت، ط ٢، ١٩٨١م، ص: ٣٨٦-٣٨٧.
- ٣٥- ديوان الفرزدق، ص: ٥٤.
- ٣٦- مناقب آل أبي طالب، زين الدين محمد بن علي المازندراني (٥٩٧هـ)، تحقيق: د. يوسف البقاعي، منشورات ذوي القربى، ١٤٢٩هـ، ج ٣، ص: ٢٢٦.
- ٣٧- ديوان جرير، ص: ٨٨-٨٩.
- ٣٨- السابق، ص: ٨٢١.

### قائمة المراجع والمصادر

- ١-الاتصال والعلاقات العامة، زكي مصطفى عليان وعدنان الطرابلسي، دار صفاء، الأردن، ٢٠٠٥م.
- ٢-أساس البلاغة، جاد الله أبي القاسم الزمخشري، دار الكتاب، القاهرة، ١٩٨٣م.
- ٣-الإعلام وتزييف الوعي، عبد الباسط عبد المعطي، دار الثقافة الجديدة - القاهرة، ١٩٧٩م.
- ٤-الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، حارث القرعاوي، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ٢٠١٣م.
- ٥-الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، عبد الله بو جلال، مجلة المستقبل العربي، ١٩٩١م، مجلد ١٤،

العدد (147)

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

- ٦- الحريات العامة والأنظمة السياسية المعاصرة، د. كريم يوسف أحمد كشاكش، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٧٧م.
- ٧- الدعاية الانتخابية، صفوت العالم، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٧م.
- ٨- الدعاية والحرب النفسية، نضال الضلاعين وآخرون، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٤م.
- ٩- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، موسى عبد الرحيم حلس وناصر علي مهدي، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، مجلد ١٢.
- ١٠- ديوان جرير، بشرح محمد بن حبيب، تحقيق: د. نعمان محمد أمين طه، دار المعارف، ط٣، د.ت.
- ١١- ديوان الراعي النميري، شرح: د. واضح الصمد، دار الجيل، بيروت، ط١، ١٩٩٥م.
- ١٢- ديوان الطرماح، تحقيق: د. عزة حسن، دار الشرق العربي، بيروت - لبنان، ط٢، ١٩٩٤م.
- ١٣- ديوان عدي بن الرقاع العاملي (ت ٥٩٥هـ)، جمع وشرح ودراسة: د. حسن محمد نور الدين، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٩٩٠م.
- ١٤- ديوان الفرزدق، شرح وضبط: علي فاعور، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٩٨٧م.
- ١٥- ديوان يزيد بن مفرغ الحميري (ت ٦٩هـ)، جمعه وحققه: د. عبد القدوس أبو صالح، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط٢، ١٩٧٥م.
- ١٦- الرأي العام بين الكلمة والمعتقد، د. جمال سلامة، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م.
- ١٧- الشباب والمجتمع، محمد علي محمد، الهيئة المصرية العامة للكتاب - الإسكندرية، ط١، ١٩٨٠م.
- ١٨- شرح هاشميات الكميث بن زيد الأسدي، بتفسير أبي رياش أحمد بن إبراهيم القيسي، تحقيق: د. داود سلوم، د. نوري حمودي القيسي، مكتبة النهضة العربية، بيروت، ط٢ - ١٩٨٦م.
- ١٩- شعر الأخطل، عن رواية أبي جعفر محمد بن حبيب، تحقيق: د. فخر الدين قباوة، دار الفكر المعاصر، بيروت - لبنان، ط٤، ١٩٩٦م.
- ٢٠- شعر عروة بن أذينة، د. يحيى الجبوري، دار القلم - الكويت، ط٢، ١٩٨١م.
- ٢١- ضمانات نفاذ القواعد الدستورية، د. فتحي عبد النبي الوحيد، كلية القانون، جامعة القاهرة، ١٩٨٢م.
- ٢٢- القاموس المحيط، مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزآبادي (ت ٨١٧هـ)، تحقيق: مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة، مؤسسة الرسالة، دمشق، ط٦، ١٩٩٨م.
- ٢٣- لسان العرب، ابن منظور، تحقيق: عبد الله علي الكبير وآخرون، دار العرب - القاهرة، مصر، ٢٠٠٠م.
- ٢٤- ما بعد الحداثة، كامل الأسواني، دار شيراز للنشر، مصر، ط٢، ١٩٩٥م، ص: ١٤٥.

## صناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي في الشعر الأموي: مقارنة إعلامية - ثقافية

- ٢٥- المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، الإدارة العامة للمعجمات وإحياء التراث، جمهورية مصر العربية، مكتبة الشروق الدولية، ط٤، ٢٠٠٤م.
- ٢٦- مقدمة في علم الاجتماع، موسى عبد الرحيم حلس، مكتبة دار المنار، غزة، ٢٠٠٣م.
- ٢٧- مناقب آل أبي طالب، زين الدين محمد بن علي المازندراني (٥٩٧هـ)، تحقيق: د. يوسف البقاعي، منشورات ذوي القربى، ١٤٢٩هـ.
- ٢٨- موسوعة علم الإنسان: المفاهيم والمصطلحات الأنثروبولوجية، شارلوت سيمور سميث، ترجمة: مجموعة من أساتذة علم الاجتماع، المركز القومي للترجمة - القاهرة، ط٢، د.ت.
- ٢٩- نظرية الاتصال، ميرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦م.
- ٣٠- وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام، عبير إبراهيم عزي، رسالة ماجستير، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٢٠٠٩م.