آليات المُشهِّر في الخطب الإشهارية الفاطمية

الباحثة : م . م حنان مرزوك شدهان أ .د . كريمة نوماس المدني

hanan.marzog@s.uokerbala.edu.iq

رقم الهاتف

07723758796

الملخص:

يتّجه هذا البحث إلى بيان العنصر الأول من عناصر الخطاب الإشهاري، ألا وهو المُشهِّر أي منتج الخطاب وموجّه الرسالة إلى الآخر، يتمتّع بمقدرته على إيصال إرساليته إلى المتلقي دون وجود فارق زمني أو مكاني، فالخطيب يوجّه خطبته أمام الجمع من المستقبلين لخطابه، فيجسّد أفكاره ورؤاه في صور سمعية، تتمحور حول إطار مرجعي تسير على وفق نظامٍ لغوي مقنّن، يتميّز أسلوبه بالتأثير على المتلقي بهدف إقناعه برؤيته وفكرته لكسبه لصالحه، يقوم بتوظيف الحجج المنطقية والأدلة العقلية مع نفثات من الجوانب العاطفية لاسترضاء وكسب وجدان المتلقي، يعمل على استفزازه عبر مجموعة من الآليات والاستراتيجيات المتنوعة ليروّج بذلك لصالح أهدافه.

الكلمات المفتاحية : المُشهِّر ، الخطاب الإشهاري ، الخطب الفاطمية .

Summary:

This research aims to explain the first element of advertising speech, which is the announcer, i.e. the producer of the speech and the one who directs the message to the other. It has the ability to deliver its message to the recipient without any time or place difference. The preacher directs his sermon in front of the gathering of recipients of his speech, thus embodying his ideas. His visions are in audio images, centered around a frame of reference and proceeding according to a codified linguistic system. His style is characterized by influencing the recipient to convince him of his vision and idea to win him his favor. He employs logical arguments and rational evidence with bursts of emotional aspects to appease and win the recipient's conscience. He works to provoke him through a group of Various mechanisms and strategies to promote this in favor of its goals

المقدمـــة :

يعد المُشهِّر المنتج للخطاب، وهو "مصدر الخطاب المقدم، إذْ يعد ركنًا حيويًا في الدائرة التواصلية اللفظية، فهو الباعث الأول على إنشاء خطاب يوجه إلى المرسل إليه في شكل رسالة[1] ، ومن ثمَّ يقوم بالتصريح عن رسالته، ويعمل على إضفاء لمسات جمالية عليه ليحقق مقبولية عند المتلقي موظفًا ملكته الفكرية واللغوية حسب مستوى المتلقي، ففي رسالته الموجهة بخطابٍ عالٍ وتتطلب الإدراك العالي يكون القيد اللّغوي معتبر وعالٍ، أما إذا كانت الرسالة موجهة بخطاب عادي تكون قيوده اللغوية بسيطة، كما أنَّ الرسالة عنده تتقاطع حسب القدرة المستقبلة والقدرة المنسقة للمتلقي، كما أنَّ المُشهّر له القابلية على اللياقة الكافية حتى يستطع أنْ يوجه خطابه بشكله المنطوق أو المكتوب، بمعنى آخر أنَّ تكون للمشهر مقدرة فيزيولوجية يستطع من عبرها بث رسالته أو ما يطلق عليها بالعلامة الصوتية [2].

فضلاً عن ذلك أنَّ المُشَهِّر لا يمكنه أنَّ يقدم رسالتهُ إلى المُشهّر إليه عارية من أي سقفٍ ثقافي تمنحه الأمان والدفء وتُشكّل عنده الرغبة بالإقبال عليها؛ بل يستعين بمثيرات ايحائية تقود متلقي رسالته إلى معانقتها، فلا وجود للهدف المعزول والرسالة المعزولة من دون الترغيب لها[3] .

آليات المُشهِّر في الخطب:

حينما ننظر إلى الإشهار كونه من الوسائل التي تبيّن الطريق الأمثل لنظرة المجتمع لذاته، أي التوصل لأغلب التقنيات التي تنتقل بنا للوصول إلى تصور شامل للمجتمع وللإشهاري مرسل الإرسالية، ومن ثمَّ الدخول لمرمى تفكير المُشهّر، فخلف كلَّ إشعار وإشهار فلسفة تؤمن به وتكون خاصة بمرسلها ومحددة لمقاصده[4] .

ويكون الاشهاري ممثل واعٍ لأطر التعامل مع الآخر؛ إذ يلعب دور المعلن عن خطابه عبر إرساليات يحددها ويتشكّل هدف مستقى من خلفها، إذ ينتمي هذا المرتكز لعلاقة تواصلية بهدف إيصال موضوع ما حين طرحه له، فالوظيفة الموكولة له هي ضمان استمرار التواصل وتحقيق التفاعل معه من قبل الآخر؛ فهو الذي يقوم بتحفيز الذات المقابلة برفض أو قبول الموضوع المُشهّر له بطرق الإقناع المختلفة.

فضلاً عن ذلك تقع على عاتقه جذب انتباه المتلقي لخطابه؛ فمرحلة جذب الانتباه في الخطابات الإشهاري لها أهمية كبرى إذ تكون بمثابة مقدمة ودافع أولي تتحقق به سائر الأهداف المرجوة من الخطاب الأخرى، فيحدث ذلك عبر لفت النظر أو جلب السمع لغرض اجتذاب أكبر عدد ممكن من المتلقين وإقناعهم بالخطاب، إذ إنَّ إثارة اهتمام المتلقي لمعرفة فحوى الرسالة الإشهارية ومدى تقبل مضمونها يعدُّ من أولويات عمل المرسل حينما يبدأ باستمالة رغبات المتلقي وتشويقه للخطاب والتأثير فيه وإقناعه وبالنتيجة استجابة المتلقي لهذا الخطاب وتثبيته في ذاكرته والحفاظ على فحواه .

فحينما يرسل المُشهّر رسالته يبدأ المتلقي باستقبال تلك الرسالة، مما يولد عن ذلك انتقال فكرة الرسالة من المرسل (الخطيب) الى المرسل إليه (الجمهور) وبذلك تكون الرسالة متداولة بين الوسط الذي استقبلها ، وأهم تلك الآليات :

- **التوظيف اللغوي**

لاشك أنّ لغة أي رسالة تحمل إعلانًا عن توجهات ذات المُشهِّر نحو المُشهّر إليه، فحينما يريد المُشهِّر الإعلان عن سلطته وقبضته المحكمة وبناء دولته وإرساءها من جديد بكل قوة فإنه يعمد إلى استعمال ضمير المتكلم (نا) مُشهِّرًا ومعلنًا إلى المُشهّر إليه عن دولته حتى يمتثل لولايته، من ذلك نجد خطبة المنصور بالله الفاطمي[5] (ت341هـ)[6]: " **لنا ولأوليائنا محنة أكسبتنا أجرًا وذخرًا، وأعقبتنا عزًا وفخرًا، وعقباها كريمًا لما أراد الله عزّ وجل من تجديد دولتنا وإعزازنا** " [7]، منتفعًا من خطابه العاطفي بحديثه عن محنته بوفاة والده بكسب ود الجمهور مع الإعلان عن الفكر السياسي لبناء الدولة وتجديدها؛ فتراه يشحن ويُكسب الألفاظ العاطفية ذات النغمة الحزينة بأفكاره فيتفاعل معها الجمهور وبالتالي تلك الحركة تخدم منهاجه السياسي، فطرْح المشهر الإشهار عن دولته الجديدة انطلق من لبّ عمله، فهو يعي تمامًا أنَّ السيطرة على عاطفة وأهواء المتلقي من أهم استراتيجيات الاستحواذ على رغباته، إذْ جاء الملفوظات في نص الإرسالية متعلقة بعاطفة المتلقي، فعمل المشهر على تحريك فعل الرغبة عنده بوساطة تجسيده عاطفيًا في الأثر الذي تركه بحزنه على فراق والده، فحوله من نفسه الى نفس المتلقي، فكان هناك رابط اتصالي فيما بينهما، أسهم في تقريب عاطفة المتلقي من فكرة المرسل وهو المطلوب، فهدف المرسل هنا جاء معلن وصريح وبأسلوب تقريري متسّم بالسهولة والوضوح كونه موجّه لعامة الجمهور، والنصوص العامة تتصف بأنها ليست نصوصًا نخبوية موجهة لفئة محددة[8] .

لذا فإنّ الخطيب الفاطمي قد استعمل جملة من الاساليب حتى يكسب الجانب العاطفي للمتلقي، الهدف من تلك الاساليب إيصال رسالة أراد دمجها في وجدان المتلقي، فيبدأ المتلقي باستقبال الإعلان عبر النص فتتحول فكرة المرسل إلى ذهنه، الهدف منها تهييج عاطفة المتلقي وأثر به وعبر الفاظ مشحونة بالفكر والسياسة تفاعل معها المتلقي كما في خطبة المعز الفاطمي (ت365هـ) في نعي المنصور الفاطمي (ت341هـ) : " **إنّ القلقَ وشدة الحرق عليك يا أبتاه، يا سيّداه، يا إسماعيلاه، يا أبا الطاهرة، يا بحر علوم الائمة الهُداة المهديين، يا بقية أبناء الرسول، وأبناء الوصي والطاهرة البتول، يا إمام الأئمة ومفتاح باب الرحمة، يا سراج الهدى، عَظُم والله علينا المُصابُ بك، وحلَّ البلاءُ لفقدِك، وقَصُرت الألسن عن ادراكِ إحصاء شمائِلك... لولا ما أوعزت اليّ به وأكّدته عليّ من القيامِ بحقِّ الله لضربت على وجهي سائحًا في البلاد** "[9] .

فظاهر الفاظ الخطاب أنه يعلن عن حزنه وبثّ شكواه على فراق أبيه بشدّ انتباه المتلقي هذه التعبيرات مع الفاظ الحزن والفراق التي حققت مفهومية تبيّن امكانية الخطيب وامتلاكه للملكة التعبيرية والقابلية في إثراء النص بمفردات قد اختيرت بأسلوب دقيق لكي ينقل وقع المصيبة من ذاكرة المرسل الى ذاكرة المتلقي حتى يكسب بذلك وده وعطفه ويؤثر عليه

كما نجد التأكيد على ذات الطاعة وتوجبّها على الجمهور ودفاعهم عن الخلافة في خطبة القائم بالله الفاطمي[10] (334هـ)[11]، إذ يقول: " **وقد علمتم يا معشر كتامة ما مضى عليه آباؤكم وقدماء أسلافكم من لزوم الطاعة، والاعتصام بحبلها، والتفيئ بظلها والمجاهدة في الله حق الجهاد، وأنّكم خبيئةُ الله لهذا الحقّ المحمدي الفاطمي المهدي حتى أظهره الله وأعلاه، وجعل لكم فخره وسناه ...**"[12].

فقد انطلق المشهر من رؤية مفادها ان الحاكم هو ولي الأمر الواجب طاعته، وقد ابرز ذلك الأمر إعلانا للناس كونه يريد أن تكون زمام أمور الأمة بيده فتكون أحكامه نافذة ابتعادًا عن الفوضى التي ممكن أنَّ تحصل لو كثر حكام الأمة، مستعملا ضمير المخاطب الذي يكون اخص من ضمير الغائب، أي أنَّ المشهر استعمل القصدية التخاطبية الإيجابية وفيها يكون الكلام المبني على الوضوح وعدم اللبس في فهمه[13]، فاعلان المشهر في خطابه قائم على التواصل مع جمهوره .

- **توظيف الصور**

أحيانا ما نجد الخطيب المشهر يستعمل وسائل عدة ليعبر عن رسالته؛ منها رسم صور تحاكي الفكرة التي يريد إرسالها ، فيترجمها عبر صورٍ يستقبلها المتلقي وتؤثر في نفسه .

فخطاب الفاطميين يحتوي صور مختلفة الغاية من ذلك التأثير على المرسل إليه ومداعبة خياله، ومثال الصورة الاشهارية التي استعملها الخطيب الفاطمي خطبة القائم بالله الفاطمي ت431هـ في المهدية: " **نزل بإزائكم الدجال اللعين في شرذمة ضآلة مضلة، لم يستضيئوا بنور هداية، فهم كالأنعام المهملة والصور الممثلة...، وأنتم حزب الله وهم حزب الشيطان وقتيلكم في الجنة و قتيلهم في النار**))[14]، فالعناصر التي تكونت منها الصورة الإشهارية في هذه الخطبة تمثلت بـ : مرحلة وصول العدو (نزل بإزائكم دجال) إلى أرضهم ومحاولة الاستيلاء عليها، ثم عمد إلى تحديد صفات هذا العدو وبالتالي الوقوف على نقاط ضعفه (ضال، مضل، مهمل).

بعد ذلك أنتقل إلى تقسيم اتجاهات الصورة (الإيجابي المتمثل بحزب الله) و(السلبي المتمثل بحزب الشيطان)، ثم ينتقل وصولًا إلى النتيجة لذلك اللقاء هو نصر حزب الله وهذه النتيجة استحضر فيها المرسل

المنزلة الكريمة التي سيحظى بها الشهيد عند الله تعالى فيحمل ذلك في طياته دافعًا روحيًا وحماسيًا لجمهوره ومتلقيه.

فحينما نفسّر هذه الصورة نجد إنَّ الصورة الكلية هي دائرة حرب تحتمل النصر والهزيمة وبأسلوب لغوي حماسي يجعل المرسل نتيجة الحرب لصالحه فيدخل بمنطقة أعلى من الوقوع في الاحتمالات في إن تكون هناك هزيمة لجيشه؛ إذْ يجعل عقلية المتلقي تُجبل على النصر ولا غيره، فللصورة مداخلها ومخارجها؛ لها أنماط للوجود وانماط للتدليل، إنَّ نص ... لا يمكن للصورة ان تتحول إلى نص الَّا من خلال عملية انتقاء مزدوج: انتقاء العناصر التي يجب إنَّ تظهر في الصورة وانتقاء العناصر التي يجب إنْ تختفي منها، أي انتقاء ما يسهم في تكوين النص ، وانتقاء ما يحضر في نص الصورة من خلال غيابه " [15].

فيجعل الخطيب إشهاره خطابًا موجّهًا الى العقل والخيال والوجدان بنفس الوقت، فينطلق المرسل للرسالة منذ لحظات الادراك الأولى لإدخالها في منطقة اللاوعي عن المتلقي، محفّزًا عنده الرغبة بالإقبال عليه [16] .

ومثل تلك الصور أيضًا خطبة المعز بالله[17] الفاطمي (ت 365هـ) [18]: " **إنّي لأُحبُّ أن تراجعُوني فيما تسمعُون، وتذكرون من ذلك ما تشكّون فيه، ويُشكِل عليكم فأوضّحهُ لكم ولا تأخذوا ذلك على التسليم وتتلقُّوْه بالقَبُول، وأنتم ترَوْنَ أنّه يدخل فيه لقائلٍ مقالٌ ، أو يختلِجُ في قلوبكم منه شيءٌ، فإنّ ذلك إذا راجعتمُونَا فيه أبَنَّاهُ وزِدْنَاكُم في القول قَدْرَ ما فيه، فمن عرَضَ له ذلك فلْيَذكُر ما عرض له، ولا يُقِم على الشُّبهة فإنّما نسمَحُ لأوليائنا بالمزيد من فضلِ الله عندنا ونرغبُ في ذهاب الشكوك عنهم وإزالة الشُّبُهات عن قلوبهم ، ومن ثَبَتَ ذلك في قلبه وقَبِلتْه نفسُه فليحمَدِ اللهَ عليه ، ثم إن أحبَّ أن يسألَ عن الحُجَّة في ذلك على من خالفَه ليقْهَر بها خصمَه ويقطعَ بها مخالِفَه ويدفعَ بها عدُوَّه فَلْيَفْعَلْ يَجِد عندنا من ذلك ما يريدُهُ** "[19] .

فالمُشّهِّر هنا أبرز مُبتغاه عبر الصور وليس عبر البراهين، فتكون مهمته في المقدرة على إظهار فكرته عبر صور جاهزة ثابتة ، وإنّ تعاون أجزاء الصورة لدى المرسل الذي بدأ يدلي بمعلوماته عن علومه التي يعرفها، وإنَّ مرجعاً لغيره من طالبي العلم ساهم في توليد دلالات كثيرة[20] يستطيع المُشهَّر له أن يُدرك الهدف المقصود من خلفها .

أما العناصر التي تكونت منها الصورة فقد تمثلت بـ :

1- الرجوع إلى الخليفة بعد استعمال الحاسة الأولى (السمع).
2- بيان ما أُشكِل عليهم بالمنطق .

3- التفريق بين الشك واليقين .

4- الحكم على المعرفة .

فالإشهار هنا انطلق من " وقائع ملموسة، يستمد قدرته على قول شيء حقيقي عن المنتوج المراد عرضه للتداول ...، وهذه الوقائع هي وضعيات إنسانية تحضر في ذهن المتلقي على شكل نماذج عامة يتم وفقها ادراك كل وضعية مخصوصة " [21] .

-توظيف آلية التسلسل الإشهاري

نجد عند المُشَهِّر الفاطمي اعتماده التسلسل الإشهاري؛ إذ يرتب خطبته بمجموعة خطوات متسلسلة تحوي شدّة تماسك العبارات موجزًا لها، فترى معانٍ كثر لأمر واحد مما يجذب المتلقي لما يريد أنْ يعرض عليه مما عنده، وبوصف المُشهِّر هو الِذات المحورية في الخطاب، فإنه تقع على عاتقه مهمة إيصال مقصده وهذا يتطلّب كفاءة لغوية يكتسي بها النص جمالية، و المُشهِّر يكون واعيًا لما يقول، نذكر مثالًا على ذلك خطبة المنصور بالله الفاطمي (ت341 هـ) فيقول: " **يا أهل دعوتنا، يا أنصار دولتنا يا كتامة احمدوا الله واشكروه على ما خصّكم به من نعمتِه وجسيم منته وفضّلَكم به على كافّة الخلقِ في غربٍ وشرق، بَدَأكُم بالنعمةِ العظمى، ثم شَفَعَكُم بالمِنَّة الكبرى، ووالى بينهما من سوابغِ نِعَمِه بما لا يُحصى، بَصَّرَكُم والناس عميان، وعَلَّمَكُم والنّاس جُهَّال ، وهَدَاكم والناس ضلال الى دينه ونُصرة حقه وطاعة وليّه، عَلَم الهدى وسراج الدُّجى وحَبْل الله المتين فأفازَكم بالسَّبْقِ الى نُصْرَته** "[22].

إذ جاء المُشَهِّر بديباجة معينة ليقنع المُشَهّر إليه بما يريد أن يعرض عليه؛ فقد اتجه المشهر باتجاه منطق جديد وهو المدح والإجلال للمُشهر إليه والمتمثل ببني كتامة، فجاء اشهاره بجملٍ متراصّة عدّة رتبها بصورة متناسقة ومتسلسلة هي:

1- المقدمة وتمثلت بالنداء وتخصيص نداءه لأهل دعوته ليشد انتباههم اليه.

2- المديح والإجلال والقرب: أنصار دولتنا .

3- وصف حالهم وتذكيرهم بنعم الله عليهم: فضلهم على خلقه، شفاعة الله عز وجل لهم، اعطاهم العلم، والهداية، عرّفهم وليهم.

4- الخاتمة والنتيجة لذلك هو النصر الذي سيفوزون به كونهم تمسكوا بحبل الله .

فاستدعاء المُشَهِّر لهذا التسلسل جاء ليلائم مضمون إعلانه، فضلاً عن إنَّ معطيات هذا الإعلان إنّما هي رؤية اقناعية للمُشهّر إليه فترتفع عنده القيم الدفاعية والروح الحماسية لنصرة الخليفة، معتمداً فيها على لغة

مكثّفة ليقدم بذلك نمطًا جديدًا ملهمًا مُشبعًا بالتفاؤل احتوى سياقًا مقاميًا فنيًا جماليًا للتأثير على ذات المستمع له .

نلحظ هنا أنَّ خطابه جاء بقصدية التأثير " الذي تتحول فيه العملية التخاطبية إلى عملية تواصلية لا تنفصل عن حيثياتها المقامية وابعادها الاجتماعية، حيث تهدف الى التفاعل الإيجابي المبني على الإقناع المبثوث في ثنايا البنى اللغوية تبعا للموقف التواصلي المشترك بين المُخاطَب والمُخاطِب" [23].

-استعمال أسلوب الترغيب والترهيب

ولربما استعمل المُشهِّر في خطابه الإغراء كوسيلة اشهارية هدفها إثارة المُشهّر إليه لما يعرض من موضوعات، فهو بذلك يقوم بحياكة دلالات حيوية تمنح النص خيالاً ممزوجًا بآمال محجمة ومقاسة لتطلعات وطموحات المُشهّر إليه، فقد نجح المنصور بالله (ت431هـ) في الترويج لدولته وفرض سلطته ليكسبها مقبولية بين أوساط الجمهور، فقد وجّه لهم خطابا نذكر منه[24]: " **قد عَلِم الله سبحانه حسنَ نيّتي فيكم وما أُضمره من الخير لكم ، وما أُحبّه من صلاح أموركم، وما أجد في نفسي من الغمِّ لما حلَّ بكم من البلاء، وما نزل بكم من الفقر وذهاب الأنفس والأموال، إنَّ لي آمالا كثيرة حسنة أؤمّلها فيكم** "[25]

إذْ عرض المُشهِّر لنيته اتجاه سكنة القيروان حينما حاربوه مع صاحب الحمار، وهي إصلاح أحوالهم وأغراهم بالخيرخ الوفير وتخليصهم من الهموم .

بناءً على ذلك يقودنا الإشهار في النص إلى المسلك الذي اتخذه منتجه، فقد اسقط ثيمات إبداعية تمثلت بالأسلوب الترغيبي الذي اعتمده الخطيب، كذلك التحفيز والنشاط والولاء جاءت مطعّمة بِلَذَّة الخير الذي طوقهم بها الخطيب المُشهّر والمُعلِن عن أهدافه المستقبلية .

وأحيانًا نجد المُشهِّر يُشَهِّر عن قوة دولته وعزم جنوده في الدفاع عنه ضد أي خطرٍ يهدد كيانهم واستقرارهم، فيستعمل أسلوب إثارة الحماس والتحفيز لجيوشه، والهدف من ذلك ايقاظ خيال السامع ومداعبة فكره بسحر القوة، فمثلا نجد المعز بالله الفاطمي (ت365هـ) يقول[26]: " **أنتم من معدن البركة، وعنصر الخير بكم بدأ الله إظهار أمرنا، وبكم يُتِمَّه وُيصلحه، بحولِه، وبقوتِه، وقد علِمتُ مسارعتِكم إلى ما نُدِبتُم اليه، وإجابتكم لما اردتُّم له، وأرجو ان تبلغوا من ذلك بحسب الأمل فيكم ويرفع الله عز وجل بذلك درجاتكم ويعلي ذكركم، أنتم البنون والأخوة والأقربون، أنتم البنون والأخوة والأقربون، ما يعد لكم عندي أحد ، ولا يبلغكم من قبلي بشر** "[27] .

إذْ عَمِل المُشهِّر بأسلوب اعتمد الأدلة التي تقوي رسالته وتؤيد الحقيقة التي يعرفها عن جيوشه ، والصدق في نقل حقيقتهم وعرض الوقائع بدقّة [28]، فقد عمل على تكثيف صور نصه ونسجها نسجا محكما اضفى عليها أسلوب الاغراء من أجل تزكية عامل الوهم الذي يترقب من خلاله حصول وتحقيق هدفه، لأننا في الواقع نلاحق الأمل الذي يسكن الهدف بعد حصوله [29]، والذي ساعد المُشهِّر الفاطمي في تسهيل مهمته أنَّ قد اعتمد على عُرفٍ قد ألفه الناس عنه، إذْ عُرِف عن المعز بأنه كان كثير الكرم بالمال فقد كان يدر عليهم بالكثير منه، حتى لا يستطيع أحد أن يقارن بين جنوده وجنود العباسيين أو الأمويين، وتكون النصرة دائمًا بحيازته ولصالحه، ولم تقتصر عطاءاته لهم[30]، فعبر هذه الخلفية انطلق لتقريب الناس له وتأليبهم ضدَّ أعدائه، فقد أعانته تلك الصفة بإغراء الناس ولكسب ودّهم .

وقد يكون المُشهِّر الفاطمي ساعيًا لتطويع المُشهّر إليه وإرغامه على قبول فكرته فيستعمل أسلوب الترهيب والتخويف والتهديد والتحذير، فالتخويف يشير إلى " مضمون الرسالة الذي يشير إلى النتائج غير المرغوبة التي تترتب عن عدم إعتناق المتلقي أو قبوله لتوصيات القائم بالاتصال، وسوف تنشط أمثال تلك الاستمالات درجة معينة من التوتر العاطفي، تزيد أو تقل وفقًا لمضمون الرسالة ، وكثيراً ما تلجأ وسائل الإعلام الجماهيرية إلى استخدام الرسائل التي تثير خوف المتلقي بهذا الشكل "[31] .

إذْ نلحظ ذلك في خطبة المعز بالله الفاطمي (ت365هـ)، محذراً العمال والمتولّين الذين يظلمون ويتجاوزون إلى الناس ويتعدّون حدودهم فقال: " **أما والله ما أغفلتُ أمرَهم ولا أغضيتُ عنهم، ولا أُغضي ولا أتغافل إلاّ عمّا يكون في ذات نفسي، وأمّا ما كان لعباد الله مما قلّدنيه جلّ ذكره، فلا أدعُ منه ...، وإذا أنا نُدِبت أو أُندِب لذلك أمثل من رأيته، أمرته بالعدل وحسن السيرة وأخذ الحقِّ بلا زيادة عليه ولا نقص منه** "[32].

فقد جعل المعز فعله الكلامي في خطابه الإشهاري فعلاً تأثيريًا، أي أنَّ يكون له صدى في المُخاطَب ويكون فعله له إلزاما فعليًا لإنجازه، فهو عبر خطابه يُفصح عن مطالبه التي يريد من عماله أن ينجزوها، فتتحوّل لغته الاشهارية ألى فعلٍ منجز، فالفعل الكلامي هو " الإنجاز الذي يؤديه المتكلم بمجرد تلفظه بملفوظات معينة، ومن أمثلته: الوعد، الوعيد[33] .

ومن الملاحظ أنَّ المشهر الذي ينتج الخطاب حاول أنَّ يستقطب المتلقي عبر لغة في كل مستوياتها، وبناء خطابه عبر فهم أحوال المُشهَّر إليه وما يريد وماهي حاجاته التي عبرها استطاع المشهر أن يدخل لذهنه، فكانت ملكته الفكرية مستحضرة له لمعرفة كيفية الولوج لعمق فكره.

فاستطاع المُشهّر الفاطمي الوصول لأهدافه عند الجمهور عبر لغة جزلة هدفه عبرها اقناعه بما يريد، أي أنَّ أحداث مسايرة فكرية لصالحه عبر سياسة اللّغة.

نخلص من ذلك إلى أنَّ المُشهّر في الخطب الإشهارية الفاطمية يكون منتجًا للخطاب ويعمل على تزويده بشحنات من المعلومات التي تهدف إلى التعريف بمنتجه وإرساله إلى متلقٍ بحث عنه وفهم متطلباته فكان ساعيا لتلبية احتياجاته عبر خطابه كوسيلة من وسائل إقناعه بإقتناء وقبول أفكاره ورؤاه ، فيجذب انتباهه ويؤثر به ويشده إليه، محاولاً تغيير فكره وخلق فضاءًا واسعًا لتحقيق مقبولية لرؤيته، فاعتمد استراتيجيات مكثّفة ومتنوعة ليحقق الوظيفية التعبيرية ليضمن إثارة ذوق المستمع لخطابه وتحريك فكره لقبول تلك الرؤية ومن ثمَّ تحقيق المبتغى المراد .

أهم النتائج التي توصّل إليها البحث:

1- يعد المُشهِّر هو المنتج الأول للخطاب، كما يُعدّ مصدر الخطاب المُقدّم، وهو الباعث الأول على إنشاء خطاب يوجه إلى المرسل إليه في شكل رسالة يُعلن فيها عن رؤية معينة يؤمن بها، فيقوم بالتصريح والإعلان عنها.
2- استطاع المُشهّر الفاطمي عبر خطابه الوصول لأهدافه عند الجمهور عبر لغة جزلة هدفه عبرها اقناعه بما يريد، أي أنَّه أحدث مسايرة فكرية لصالحه عبر سياسة اللّغة.
3- المُشَهِّر الفاطمي لا يمكنه أنَّ يقدم رسالتهُ إلى المُشهّر إليه عارية من أي سقفٍ ثقافي يقنع بها المتلقي ويمنحه الأمان والدفء وتُشكّل عنده الرغبة بالإقبال عليها.
4- مقدرة المُشهَّر على جذب انتباه المتلقي لخطابه؛ لذلك يستعمل جملة من الاساليب حتى يكسب الجانب العاطفي للمتلقي، الهدف من تلك الاساليب إيصال رؤيته وتحقيق هدفه في الإعلان عنها، بما يحقق مقبولية لدى المتلقي.
5- من أهم الآليات التي استعملها المشهر الفاطمي في خطبه، هو التعبير عن فكرته عبر رسم صوره، فتكون مهمته في المقدرة على إظهار فكرته عبر صور جاهزة ثابتة، فتتعاون أجزاء الصورة على إعطاء ملمح قوي وواضح لإبراز فكرته وايصالها إلى ذهن المتلقي.
6- من الآليات الأخرى اعتماده التسلسل الإشهاري؛ إذ يرتب خطبته بمجموعة خطوات متسلسلة تحوي شدّة تماسك العبارات موجزًا لها، فترى معانٍ كُثر لأمرٍ واحد مما يجذب المتلقي لما يريد أنْ يعرض عليه مما عنده.

7- اعتماد المُشهِّر في خطابه الإغراء كوسيلة اشهارية هدفها إثارة المُشهّر إليه لما يعرض من موضوعات، فهو بذلك يقوم بحياكة دلالات حيوية تمنح النص خيالاً ممزوجًا بآمال محجمة ومقاسة لتطلعات وطموحات المُشهّر إليه.

8- عَمِل المُشهِّر على استعمال أسلوب اعتماد الأدلة التي تقوي رسالته وتؤيد الحقيقة التي يعرفها.

9- يستعمل المشهِّر الفاطمي أسلوب الترهيب، والتخويف، والتهديد، والتحذير، حينما يكون ساعيًا لتطويع المُشهّر إليه وإرغامه على قبول فكرته.

الهوامش

([1]) التواصل اللساني والشعرية –مقاربة تحليلية لنظرية رومان جاكوبسن – الطاهر بومزبر –الجزائر –الدار العربية للعلوم –منشورات الاختلاف – ط1- 2007م : 26 .

([2]) ينظر: م. ن : 26 .

([3]) ينظر: سيميائيات الصورة الإشهارية : 63 .

([4]) ينظر: الاشهار والمجتمع : بيرنار كاتولا : 121 .

([5]) المنصور : أبو الطاهر إسماعيل، الملقب بالمنصور بن القائم بن المهدي، ولد بالمهدية في أول ليلة من جمادى الآخرة سنة ثلاث وثلاثمائة، وقيل في سنة احدى وثلاثمائة، بويع له في شوال سنة أربع وثلاثين وثلاثمائة، وتوفي يوم الأحد الثالث والعشرين من شوال وقيل يوم الجمعة سنة إحدى وأربعين وثلاثمائة وسترت وفاته إلى يوم الأحد سابع ذي الحجة منها، كان له من العمر إحدى وأربعين سنة وخمسة أشهر، وكانت ولايته بعد أبيه ثماني سنين، كان فصيحًا بليغًا خطيبًا حاد الذهن، حاضر الجواب يخترع الخطبة لوقته جيد الحدس، بعيد الغور. ينظر: اتعاظ الحنفا: المقريزي: 1: 88 .

([6]) هذه الخطبة خطبها المنصور بالله وقد أعلن فيها موت أبيه القائم بأمر الله، ينظر: سيرة الاستاذ جؤذر: 55.

([7]) سيرة الأستاذ جؤذر: تصنيف أبي علي منصور الجوذري: 58 .

([8]) ينظر : الخطاب الاشهاري في النص الأدبي (دراسة تداولية) : 43 .

([9]) سيرة الأستاذ جوذر: 79-80.

([10]) القائم بأمر الله أبو القاسم محمد بن المهدي عبيد الله، ولد بسلمية في المحرم سنة 280 للهجرة – وقيل 277 – ورحل مع أبيه المهدي إلى المغرب، وعهد اليه من بعده، وتوفي في رمضان وقام من بعده ابنه المنصور والذي كتم موت ابيه القائم بالله خوفا من ابي زيد الذي كانت له عداء طويل مع الفاطميين، وسيرد ذكره فيما بعد ، ينظر: اتعاظ الحنفا: 1: 74-83 .

([11]) هذه الخطبة أنشأها القائم بالله وأمر المروزي بقراءتها على المنبر أيام الحصار، ينظر: سيرة الأستاذ جوذر: 54 .

([12]) سيرة الأستاذ جوذر: 54.

([13]) ينظر: القصدية التواصلية والتخاطبية الإيجابية والسلبية في النحو العربي: د. عمر علي سليمان الباروني: 4.

([14]) سيرة الأستاذ جوذر : 54 .

([15]) سيميائيات الصورة الاشهارية : 30.

([16]) ينظر : الإشهار والمجتمع : 123.

([17]) المعز هو معدّ بن اسماعيل أبي تميم الفاطمي تولى الخلافة بعد وفاة أبيه المنصور بالله الفاطمي، كانت له مهابة كبيرة عند الأولياء، فلا يتجاسرون على سؤاله في الأمور المعتادة، كان يعلم بالتنافر الحاصل بين الدولة الفاطمية وبين العامة، فعمل على أنّ يظهر للناس بمظهر المنقذ الهادي ليخلِّص الدين من أعدائه، سواء أكانوا من النصارى البيزنطيين أو ممن يدعون الإسلام أمثال بني أمية في الأندلس أو بني العباس في بغداد، وكان بنو كتامة من الخلصاء له، فكان عطفه عليهم عظيم، كونهم حزب الفاطميين منذ بداية الدعوة، ينظر: المجالس والمسايرات: 25–26، تاريخ الخلفاء الفاطميين بالمغرب:6:549 .

([18]) هذه الخطبة قالها حينما جلس عنده جماعة من الأولياء بين يديه يحدثهم بفوائد العلم والحكمة، وقد ذكرها القاضي النعمان في مؤلفه، ينظر: المجالس والمسايرات : 116 .

([19]) المجالس والمسايرات : 116 .

([20]) ينظر : الصورة الاشهارية: 62 .

([21]) الصورة الاشهارية : 61 .

([22]) سيرة الأستاذ جوذر : 59 .

([23]) أثر الأفعال الكلامية في الخطاب الاشهاري –الإشهار الثابت المعروض في الجزائر إنموذجا– : معلم فريدة –عمير العياشي : 12 .

([24]) هذه الخطبة بعد النصر الذي حققته الجيوش الفاطمية على المارق أبي يزيد وانهزام جيوشه وترك مواضع معسكراتهم، وقد خرج المنصور بالله للحرب بنفسه وقد جعل في ميمنة جيشه أهل افريقية، وفي الميسرة لهيصة وجيملة، وفي القلب بني بنطاس وذلك يوم الخميس 13 محرم، ولما اصبح في يوم الجمعة يوم الفتح ، أخرج احمالًا من الدنانير والدراهم فتصدّق بها على الفقراء، وقد تولى تفريقها في القيروان قاضي الخليفة محمد بن أبي المنظور. ينظر : تاريخ الخلفاء الفاطميين بالمغرب : 378.

([25]) تاريخ الخلفاء الفاطميين بالمغرب : 378 .

([26]) هذه الخطبة للجيوش المتطوعة والذين كانوا يسارعون إلى تلبية النداء حينما تعصف بالدولة الفاطمية العواصف، وهؤلاء من أصحاب العقيدة والمتفانين في طاعة الخلفاء الفاطميين، ينظر: المعز لدين الله الفاطمي: 178 .

([27]) المعز لدين الله الفاطمي (واضع أسس الوحدة العربية الكبرى): عارف تامر : 178 .

([28]) ينظر : الاعلام والمجتمع : إعداد : علي عبد الفتاح كنعان : 92 .

([29]) ينظر : استراتيجيات الاقناع من خلال الأسطورة في الخطاب الاشهاري (نماذج اشهارية مختارة): أسماء حمايدية : 185 .

([30]) المعز لدين الله (واضع أسس الوحدة العربية الكبرى): 178 .

([31]) الأسس العلمية لنظريات الإعلام : أ. د. جيهان احمد رشتي : 465

([32]) المجالس والمسايرات : 335 .

([33]) التداولية عند العلماء العرب (دراسة تداولية لظاهرة الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي): د. مسعود صحراوي: 10.

قائمة مصادر البحث

1- التواصل اللساني والشعرية –مقاربة تحليلية لنظرية رومان جاكوبسن – الطاهر بومزبر –الجزائر – الدار العربية للعلوم –منشورات الاختلاف – ط1- 2007م .

2- سيميائيات الصورة الإشهارية – الاشهار والتمثلات الثقافية – : سعيد بنكراد- افريقيا الشرق- المغرب -2006- الدار البيضاء .

3- الاشهار والمجتمع : بيرنار كاتولا – –ترجمة : سعيد بنكراد –ط1-6-2012 .

4- اتّعاظ الحُنفا بأخبار الأئمة الفاطميين الخُلفا : تقي الدين احمد بن علي المقريزي –تحقيق : جمال الدين الشّيال – المجلس الاعلى للشؤون الإسلامية في جمهورية مصر العربية –لجنة إحياء التراث الإسلامي- ط2-القاهرة -1996 .

5- سيرة الأستاذ جوذر (وبه توقيعات الأئمة الفاطميين) : تصنيف ابي علي منصور الجوذري –تقديم وتحقيق : د. محمد كامل حسين –د. محمد عبد الهادي شعيرة-سلسلة مخطوطات الفاطميين -11- دار الفكر العربي – مطبعة الاعتماد بمصر – د. ت

6- الخطاب الإشهاري في النص الأدبي –دراسة تداولية- :مريم الشنقيطي-دار الفيصل الثقافية – الرياض -1440هـ .

7- القصدية التواصلية والتخاطبية الإيجابية والسلبية في النحو العربي : د. عمر علي سليمان الباروني –المجلة العلمية لكلية التربية –جامعة مصراتة –ليبيا –المجلد الأول –ع7–مارس 2017 .

8- تاريخ الخلفاء الفاطميين بالمغرب –القسم الخاص من عيون الاخبار : ادريس عماد الدين – تحقيق : محمد اليعلاوي –دار الغرب الاسلامي –ط1– 1985 .

9- المجالس والمسايرات : القاضي النعمان بن محمد ت363هـ– تحقيق : الحبيب الفقي –ابراهيم شبوح –محمد اليعلاوي – دار المنتظر –بيروت –لبنان –ط1–1996 .

10- أثر الأفعال الكلامية في الخطاب الاشهاري –الإشهار الثابت المعروض في الجزائر إنموذجا– : معلم فريدة –عمیار العياشي –جامعة 8 ماي–1945–قالمة –الجزائر / ص1 –مجلة إشكالات في اللغة والأدب –مجلد9–ع5–السنة :2020

11- المعز لدين الله—الفاطمي (واضع أسس الوحدة العربية الكبرى): عارف تامر–منشورات دار الافاق الجديدة –بيروت –ط1–1983 .

12- الإعلام والمجتمع : إعداد : علي عبد الفتاح كنعان– دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع – الطبعة العربية –2014 .

13- 167- استراتيجيات الاقناع من خلال الأسطورة في الخطاب الاشهاري (نماذج اشهارية مختارة): أسماء حمايدية قسم اللغة العربية –مجلة كلية الآداب واللغات – ع 22– جامعة قالمة –الجزائر– جامعة محمد خيضر – بسكرة –جانفي –2018 .

14- الأسس العلمية لنظريات الاعلام : أ. د. جيهان احمد رشتي –دار الفكر العربي –د. ت .

15- التداولية عند العلماء العرب (دراسة تداولية لظاهرة الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي): د. مسعود صحراوي –دار الطليعة –بيروت –د. ت .