

الوسائل الإشهارية في الأندلس

قراءة في نماذج شعرية مختارة

أ.م.د. خالد عبد الكاظم عذاري

م.م. محمد كاظم عجيل

جامعة البصرة - كلية التربية للعلوم الإنسانية - قسم اللغة العربية

الخلاصة :

يتناول هذا البحث أبرز الوسائل الإشهارية ، التي استخدمها المشهورون الأندلسيون ، للترويج عن بضائعهم وأفكارهم ورؤاهم ومواقفهم وحاجاتهم الذاتية . وبعد الاطلاع على المدونة الشعرية الأندلسية ، وجد البحث أنّ هناك وسائل إشهارية متعددة ، بعضها يؤدي الغرض الإشهاري عبر الأداء الشفوي الصوتي ، فيعمل على إثارة المُستقبّلات السمعية لدى المتلقي ، وتوجيهها بالاتجاه الذي يخدم توجّهات المشهرين ، ومن أبرز وسائل هذا النوع (الغناء) . وفي بعض الأحيان يقوم الإشهاري بالاشتغال على الجانب البصري ، حينما يتم استغلال الكتابة ، في تجسيد المعنى ، وتأكيدُه في ذهن المتلقي ، فنجد (الكتابة والنقوش) ، قد مثّلت أبرز وسائل التواصل البصرية الفعّالة ، التي استوعبت الكثير من المواقف الإشهارية .

Abstract

This research deals with the Most Prominent means of Publicity used by famous Andalusians to promote their goods, ideas, visions, attitudes and self – needs, and by looking at the code of Andalusian poetry . The research found that there are multiple advertising methods, some of which lead the publicity purpose through the oral vocal performance and work to raise the audio receptors in the receiver and directing them in the direction that serves directions of the famous . one of the prominent means of this genre singing and in some cases Alshahari work on the visual side when the exploitation of the writing in the embodiment of meaning and consistency in the mind of the recipient we find writing and inscriptions have represented the most effective means of visual communication, which absorbed many of the famous .

إضاءة أولى / الإشهار لغة واصطلاحاً :

١- الإشهار لغةً :

لقد وردت مادة (شهر) في معاجم اللغة العربية بمعانٍ تكاد تكون متقاربة ، إذ تشير إلى معاني الوضوح والبروز والشيوع والنبوغ ، والإعلان عن الشيء وإذاعته ، وشهرته بين الناس ليكون معروفاً لديهم . فجاء في مختار الصحاح ((والشُّهْرَةُ وضُوح الأمر ، تقول : شَهَرْتُ الأمر من باب قَطَعَ وشُهْرَةً أيضاً فاشْتَهَرَ واشْتَهَرْتُهُ أيضاً فاشْتَهَرَ ... ولَفْلان فَضِيلَةٌ اشْتَهَرَهَا النَّاسُ ، وشَهَرَ سَيْفَهُ من باب قَطَعَ أي سَلَّهُ))^(١). وجاء في لسان العرب ((الشُّهْرَةُ ظهور الشيء في شُنْعَةٍ حتى يَشْهَرَهُ النَّاسُ))^(٢). وورد في المصباح المنير ((اشْتَهَرْتُهُ بِالْأَلْفِ بِمَعْنَى شَهَرْتُهُ فَعَيْرٌ مَنْقُولٌ ، وشَهَرْتُهُ بَيْنَ النَّاسِ أَبْرَزْتُهُ ، وشَهَرْتُ الْحَدِيثَ شَهْرًا وشُهْرَةً أَفْشَيْتُهُ فَاشْتَهَرَ))^(٣). ودُكِرَ في القاموس المحيط أن ((الشَّهِيرُ وَالْمَشْهُورُ الْمَعْرُوفُ الْمَكَانِ ، الْمَذْكُورُ ، وَالنَّبِيُّ ، وَالشُّهْرُ الْعَالِمُ))^(٤). وجاء في المعجم الوسيط أن ((شهره شهراً وشهرة أعلنه و أذاعه))^(٥).

٢- الإشهار اصطلاحاً :

أمّا تعريف الإشهار في الاصطلاح ، فقد ذكر المتخصصون بالشأن الإشهاري أنّ لفظة الإشهار (publicite) مشتقة من الأصل اللاتيني (publicus) . وقد اتّسمت أغلب تعريفاتهم للإشهار بالطابع التجاري ، واقتصارها على الطريقة التي يتم بها تسويق المنتج ، وإقناع المستهلك باقتنائه . فقد ذُكِرَت في المدونة الغربية تعريفات متعددة للإشهار ، منها ما ذكره معجم موسوعة (Encarta ٢٠٠٨) بأنّه ((رسالة مخصصة للإعلان وبيع مُنتَج ، أو هيئة وُجِدَت لتحريض الجماهير لاقتناء مُنتَج أو استعماله))^(٦). فيما ذُكِرَت دائرة المعارف الفرنسية الكبرى أنّ الإشهار هو ((مجموع الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية بامتياز منتجاتها ، والإيعاز إليه بطريقة ما بحاجتها إليها))^(٧). أمّا الجمعية الأمريكية للتسويق فتعرّف الإشهار بأنّه ((شكل من أشكال العرض والتنشيط اللا شخصيين لآراء أو سلع أو خدمات يتولى كفيل معروف دفع أجره))^(٨).

وهذا الأمر هو الذي نجده عند أغلب الباحثين العرب المهتمين بالنشاط الإشهاري ، الذين جعلوا مصطلح الإشهار مرتبطاً بالجانب التجاري ، فتعاملوا معه بوصفه نشاطاً

اقتصادياً ((يشير إلى كل إعلان تكون أولى غاياته أن يضمن شراء السلع ، أو الإقبال على كل أنواع الخدمات الممكنة المؤدى عنها مقابل نقدي . وهو أثناء ذلك يمارس تأثيراً جمالياً وأدبياً وسيكولوجياً على الناس ، من أجل تحقيق غايات تجارية))^(٩). وهذا الارتباط واقتصار الإشهار على الجانب التجاري ، يعود إلى التطور الهائل الذي طرأ على وسائل الاتصال المختلفة ، الصحف والتلفاز والراديو والأنترنت واللافتات الضوئية ، التي استثمارها التجار وأصحاب المؤسسات والشركات التجارية والصناعية ، ووكالات البيع للترويج لبضائعهم ، حتى أصبحت الإعلانات ظاهرة لافتة للنظر في وسائل الاتصال ، من أجل كسب أكبر عدد ممكن من المستهلكين ، سعياً وراء الربح والكسب المالي .

لكن هذا لا يعني اقتصار الإشهار على الجانب التجاري ، وتسويق البضائع والسلع ، بل يشمل مختلف جوانب الحياة بأبعادها المختلفة (التجارية ، والسياسية ، والاجتماعية ، والدينية ، والثقافية) ، فهو - في نظر البعض - ((موقف من العالم ، من أسيائه وموضوعاته ومن كل ما تعج به الحياة من سلع وخدمات وأفكار وحالات وجودية . فالأشياء والموضوعات والخدمات وأحلام النجوم وطموحات السياسيين كلها سلع تحتاج إلى تسويق ، وهو ما يتكفل به الإشهار وفق آليات ، يجب أن تقود جميعها إلى البيع ثم البيع ولا شيء سواه))^(١٠). وبذلك فإن الإشهار ليس فعالية تجارية فحسب ، بل يدخل في الميادين السياسية والاجتماعية والأخلاقية . وهو - فوق كل هذا - خطاب إيديولوجي ، إنّه اللغة الثقافية المهيمنة ، ليكون أهم نسق للإخبار في التاريخ ، لكونه يمس مختلف القطاعات والأنشطة . وبما أنّ الإشهار لغة شاملة ، فإنّه يُعد التجسيد والمرآة للثقافة الشعبية التي تمنح شكلاً ومعنى لمختلف الأشكال التواصلية الاجتماعية^(١١).

وبهذا فإنّ الإشهار عملية مقصودة واعية ، ذات دلالة محددة ، وأهداف مُعلنة . وحدثاً تواصلياً تفاعلياً يشترك في إنجاحه طرفا الفعل الإشهاري (المرسل) بوصفه مُنتج الخطاب الإشهاري ، و (المرسل إليه) بوصفه المُستهدف والمعني بالعملية الإشهارية . وهو يستبطن رؤى المُشهر وأفكاره ، ويستند إلى قدرته على الترويج عن الأفكار بمختلف أنواعها (السياسية ، والدينية ، والاجتماعية ، والثقافية) ، والإيديولوجيات والسلع والخدمات ، واختيار أفضل السبل لتسويقها .

إضاءة ثانية / الوسائل الإشهارية قديماً وحديثاً :

لا شك أنّ العملية الإشهارية تمر بمراحل متعددة ، فتبدأ بتحديد المُشهر الجمهور المُستهدف تحديداً دقيقاً ، ثمّ يقوم باختيار أفضل الوسائل أو القنوات للوصول إليهم ، وتكون وسائل الاتصال على نوعين ، شخصية وغير شخصية ، فالوسائل الشخصية تهدف إلى الاتصال المباشر بالجمهور المُستهدف عن طريق رجال البيع أو ممثلي المؤسسة أو الخبراء أو مرّوجي الأفكار . أمّا الوسائل غير الشخصية فهي تلك الوسائل التي لا تتضمن اتصالاً شخصياً ، وتشمل وسائل تصل إلى أعداد كبيرة من المتلقين ، ومنها الصحف والمجلات واللافتات والنقوش والراديو والتلفاز وغيرها^(١٢) . وهنا تكمن براعة الإشهاري ومهارته في اختيار الوسيلة القادرة على تهيئة أجواء تفاعلية ، تؤدي إلى نجاح العمل الإشهاري . لذلك فإنّ مستوى التواصل والتفاعل بين طرفي العلاقة التخاطبية (المُخاطب والمُخاطب) ، يكون مرتبطاً بالوسيلة الناقلة للإشهار ، فهي الوسيط الذي يحمل الرسالة الإشهارية إلى المتلقي ، ومن ثمّ فإنّ فاعلية إحدى الوسائل وتمييزها عن الوسيلة الأخرى ، هو الذي يحقّق في النهاية الدرجة العالية من النجاح لأكبر قاعدة من المتلقين ، للإمام بما يريد المُعلن إيصاله إليهم ، وصولاً إلى استقطابهم وإقناعهم بأهمية الشيء المعروف ، بما يحقّق الهدف الذي من أجله تم وضع الإشهار^(١٣) .

وقد قفزت الصناعة الإشهارية في الآونة الأخيرة قفزات كبيرة ، حتى أصبح الإشهار يقتحم أهمّ الوسائط في حياة الإنسان المعاصر بكل ما فيها من وسائل سمعية وبصرية ، وبدأ يزاحم الفنون الأخرى المكتوبة والمرئية على السواء ، ليفرض نفسه قسرياً على الناس ، إذ سلك القائمون على الإشهار مختلف الأساليب الدعائية ، لضمان ترويج السلع والأفكار ، وهذا قاد إلى مزيد من التقنن والإبداع في وسائل التعبير ، وتكثيف الصورة واللون والحركة ، وابتكار المواقف والأفكار من أجل شد الانتباه . وفي هذا الجانب يلتقي الإشهار مع الفنون التصويرية والتعبيرية الأخرى . لذلك تمّت مغادرة الأشكال التعبيرية المباشرة القائمة على الإقناع اللفظي والمنطقي ، الذي كان يهتم أساساً في الزمن الماضي بالتركيز على الجودة الفعلية للمنتج ، والتحوّل نحو الانبهار بجمالية الإشهار في حد ذاتها ، بدلاً عن جودة المنتج ، بفعل التطوّر المتسارع الذي طرأ على وسائل الإشهار^(١٤) .

أمّا في العصور القديمة فقد لجأ العرب إلى الشعر والنثر في صياغة اللوحات الإشهارية ، بإطار شفوي يكون الاعتماد فيه على الجانب الصوتي ، ضمن ما يُعرف بالمتعة الشفوية ، أي تلك المتعة التي يوفّرها الخطاب الشعري أو النثري أثناء إنجازه الشفوي ، وهي متعة تكسب الصوت قيمة وقوة في ثني الأعناق ، واستمالة القلوب ، إذ تعمل على السماح للخطاب بأن يمر عبر قنوات شفوية وصوتية ، لها دلالاتها وتأثيراتها الخفية التي تنتقل عبر تفاعل حي بين اللسان والأذن ، لذلك وُصفت حضارة العرب بأنّها حضارة اللسان عندما يتعلق الأمر بالمتكلم ، وأنّها حضارة الأذن عندما يتعلق الأمر بالمتلقي السامع^(١٥). وبذلك كان الأدب العربي بشقيه الشعر والنثر ، يمثّل وسيلة إشهارية بالغة الأهمية والتأثير في الحياة اليومية ، نظراً لما يحظى به الأدب بشكل عام ، والشعر بشكل خاص من مكانة في المجتمع العربي آنذاك ، تصل إلى حد القداسة أحياناً ، بوصفه جزءاً من هوية الفرد العربي وانتمائه وثقافته وحضارته ؛ لأنّ العرب أصحاب كلام وبيان . لذلك شعروا بأهمية الأدب ودوره الفاعل في مخاطبة العقل ، وتشكيل الوجدان . فعمدوا إلى استثمار القوة التأثيرية الكامنة فيه ، وما يثيره من أجواء سحرية ، من أجل إيصال رسائلهم الإشهارية .

لكن هذا لا يعني الاقتصار على الأدب لوحده في العمل الإشهاري في العصور السابقة ، وإنّما أدرك العرب القدامى - لا سيما في الأندلس - أنّ هنالك حاجة ملحة ، لتطوير الجانب الإشهاري ، وابتكار طرائق ووسائل جديدة تكون معزّزة لفنون القول الأدبية ، في تجميل رسائلهم الإشهارية ، ومنحها طاقة تأثيرية تكون قادرة على تحقيق أكبر قدر ممكن من التواصل والتفاعل بين المرسل والمرسل إليه ، فتعمل على إيصال المتلقي إلى حالة متقدمة من التقبّل والرضا بما يُطرح عليه .

وبعد الاطّلاع على المدوّنة الشعرية الأندلسية ، وجدت الدراسة أنّ هناك وسائل إشهارية متعددة ، بعضها يؤدي الغرض الإشهاري عبر الأداء الشفوي الصوتي ، فيعمل على إثارة المُستقبّلات السمعية لدى المتلقي ، ومن أبرز وسائل هذا النوع (الغناء) . وفي بعض الأحيان يقوم الإشهاري بالاشتغال على الجانب البصري ، حينما يتم استغلال الكتابة ، في تجسيد المعنى ، وتأكيدِه في ذهن المتلقي ، فنجد (الكتابة والنقوش) ، تمثّل أبرز وسائل التواصل الفعّالة ، التي أسهمت إسهاماً كبيراً في إنجاح العملية الإشهارية .

المبحث الأول : الوسائل الصوتية (الغناء) :

لقد كانت البيئة الأندلسية مُهيأة لأن تكون واحة للغناء واللهو وجلسات السمر والطرب ، بفعل موقعها الجغرافي ، وما تشتمل عليه من رياض واسعة غناء مليئة بالأشجار والأزهار ذات الألوان الزاهية ، وما يتخللها من الأنهار الجارية . فضلاً عن طبيعة المجتمع الأندلسي الذي كان يضم أجناساً وقوميات مختلفة ، انصهرت جميعها تحت مظلة الدولة في بلاد الأندلس بمختلف عصورها المتعاقبة . زد على ذلك الحرية الدينية والاجتماعية التي كان يتمتع بها المجتمع الأندلسي آنذاك . كل هذه العوامل أدت إلى انتشار الحانات ومجالس اللهو والطرب ، التي كانت تغصُّ بغناء الأشعار والرقص والراقصات ، إذ انتشرت في جميع البلدان أصناف من الملاهي والرواقص المشهورات بحسن الانطباع واللعب بالسيوف وغيرها ، وازدانت مجالس الغناء بالغانيات المطربات من الجواري وغيرهن ، وكان فيهن من هو أمهر من الرجال في هذه الصنعة ، وأكثرهن وافر من المشرق ، وكانت حالة الغناء من حيث الاهتمام به والإقبال عليه ، من أعظم مظاهر العقول والأدب^(١٦).

والغناء كان وما يزال وسيلة إشهارية بالغة التأثير ، فالإشهاري باستطاعته أن يوصل ما يريد من رسائل عبر الغناء ، نظراً لما يملكه الغناء من طاقة سحرية تداعب المشاعر والأحاسيس ، فتجعل المتلقي يُنصت بشغف لما يسمع ، فيقبل عليه طائعاً مستسلماً . وفي العصور القديمة قد وُظف الغناء في بعض جوانبه للترويج للجواري والقيان ، لا سيما في قصور الخلفاء والأمراء والقادة الأندلسيين ، بغية استمالة قلوبهم ، فتتم عملية شرائهن من دون عناء أو تعب . وكلما كانت الجارية حسناء ، وتجيد الغناء ، لا سيما غناء الشعر المنظوم ، كلما كانت بضاعة رائجة ، وسعرها مرتفع جداً . فجمال الجارية وحسنها يمثلان بضاعتها ، التي تكون بحاجة إلى أداة مؤثرة للإعلان عنها وتسويقها إلى الآخرين ، وليس أفضل من الغناء في أداء هذه المهمة على أتم وجه ، وهو الأسلوب المتبع في الوقت الحاضر في أكثر الوصلات الإشهارية ، إذ يتم استغلال الطاقة التعبيرية الكامنة في الغناء ، لإعطاء البضاعة المُعلن عنها مساحة أوسع من الانتشار والقبول عند أغلب فئات المجتمع . وفي هذا المقام ينقل المقرئ خبراً يبيّن أثر الغناء في عملية تسويق البضاعة / الجارية ، فيذكر أنّ أحد التجّار أهدى جارية للأمير عبد الرحمن

الأوسط ، ويذكر أنها كانت ((بارعة الحسن ، واسمها طرب ، ولها صنعة في الغناء حسنة ، فعندما وقع بصره على حسنها ثم أذنه على غنائها أخذت بمجامع قلبه ، فقال لأحد خدامه : ما ترى أن ندفع لهذا التاجر عوضاً عن هذه الجارية التي وقعت منّا أحسن موقع فقال : تقدّر ما تساوي من الثمن وتدفع له بقدرها ، فقومت بخمسائة دينار ، فقال المنذر للخديم : ما عندك فيما ندفع له فقال : الخمسمائة ، فقال : إن هذا اللؤم ، رجل أهدى لنا جارية ، فوعدت منّا موقع استحسان ، نقابله بثمانها ، ولو أنّه باعها من يهودي لوجد عنده هذا ، فقال له : إنّ هؤلاء التجّار لؤماء بخلاء ، وأقل القليل يقنعهم ، فقال : وإنا كرماء سمحاء ، فلا يقنعنا القليل لمن نجود عليه ، فادفع له ألف دينار ، واشكره على كونه خصنا بها ، وأعلمه بأنّها وقعت منّا موقع رضى ، وفيها يقول :

ليس يُفِيدُ السُرورُ والطربُ إنّ لم تقابلْ لواحظي طربُ
أبْهَتْ في الكأسِ لستُ أشربها والفكرُ بينَ الضلوعِ يلتهبُ
يعجبُ مني معاشرٌ جهلوا ولو رأوا حُسْنَهَا لما عجبوا^(١٧)

وهنا نجد أنّ صاحب الخطاب الإشهاري كان يعلم بسحر الغناء في استثارة ذائقة المتلقي ، وتحفيز غرائزه الباطنية ، وتفعيل مدركاته الحسية ، بهدف استمالاته عاطفياً . إذ يكمن مفعول الغناء في الوصلة الإشهارية في كون اللحن يحمي الكلمات من أيّ حكم ورقابة ، والغناء يضمّد الجسم الاجتماعي مثلما تفعل الأناشيد والتراتيل الكنائسية ، ويجعل المتلقي يعيش اللحم ، حلم اليقظة ، ويحلّق مع ما تنطق به رغباته ومخيلته^(١٨) . فالمُشهر اجتهد كثيراً من أجل إيصال بضاعته / الجارية إلى قلب الأمير عن طريق حاستي البصر والسمع ، إذ تآزرت الصورة (جمال الجارية) مع الصوت (الغناء) في بلوغ الغاية من العمل الإشهاري ، المتمثلة في إقناع المتلقي / الأمير عبد الرحمن الأوسط .

ولكي تتم العملية الإشهارية بنجاح ، فإنّ الإشهاري على مستوى الإعلان ، لا يفصح عن حقيقة المنتج في بعده التجاري القائم على الرغبة في جلب المُستهلك ، ولكنه يفعل ذلك بتشديد جسر من الصور والتخيّلات والأحلام التي تُعدّ مدخلاً لجذب المتلقي ، ليتحوّل من متلقٍ مُتخيّل إلى فاعل^(١٩) . لذلك سارع المتلقي / الأمير ومن دون أدنى تردّد إلى إغداق الأموال على التاجر ، فبدا مبهوراً ، ولم يستطع مقاومة ما شاهده وسمعه من حسن وجمال . وبهذا فإنّ ما قام به الإشهاري / التاجر يدل على ذكائه وإجادته للعمل

الإشهاري ، بدءاً من اختياره جارية ذات حسن وجمال ، وإتقانها صنعة الغناء ، وقدرة على نظم الشعر ، وانتهاء بإهدائها إلى الأمير ، فكان وثقاً من نجاح العملية الإشهارية في تحقيق أهدافها ؛ لأنه وضع في حسابه ردود فعل المتلقي ، فجاء عمله متوافقاً مع أفق توقعه . لذلك بادر إلى مضاعفة ثمنها ، بما ينم عن اقتناعه التام بما عُرض عليه من بضاعة ، وتعلُّقه بها بقوة ، وهو ما دلَّلت عليه الأبيات الشعرية التي ذكرها ، إذ لخصَّ فيها ما مرَّ به بعدما أدهشه المنظر ، فكانت انعكاساً لحالته الشعورية ، وما تبعها من تداعيات نفسية ، دفعته إلى أن يعلن صراحة أن لا قيمة للحياة ، ولا طعم للسرور والطرب بغياب الجارية / طرب ، التي أشعلت بداخله لواعج الشوق واللهفة ، وأثارت لديه رغبة التحدي والإصرار على التمسك بها، غير مبالٍ بما يقوله الآخرون، مُنكراً عليهم تدميرهم من مدى إعجابه بالجارية .

ومن الأمثلة الأخرى التي تمَّ فيها استثمار الشعر المُغنى في الأندلس ، بوصفه وسيلة إشهارية فاعلة في عملية الترويج عن البضائع والأفكار والآراء ، لا سيما ما قامت به بعض الجواري ، إذ ينقل المقرئ في نفح الطيب ، أنَّ المُغني زرياب كانت له ((جارية اسمها متعة أدبها وعلمها أحسن أغانيه حتى شبَّت ، وكانت رائعة الجمال ، وتصرفت بين يدي الأمير عبد الرحمن بن الحكم ، تغنيته مرة وتسقيه أخرى ، فلما فطنت لإعجابه بها أبدت له دلائل الرغبة ، فأبى إلا التستر فغنته بهذه الأبيات ، وهي لها في ظنِّ بعض الحفَّاظ :

يا مَنْ يَغْطِي هَواهُ	مَنْ ذا يَغْطِي النَّهَارا
قَدْ كُنْتُ أَمَلُكَ قَلْبِي	حَتَّى عَلَقْتُ فِطَارا
يا وَيَلْتا أَتَراهُ	لي كانَ أو مستعارا
يا بِأبي قُرْشِي	خَلَعْتُ فِيهِ العِذارا

فلما انكشف لزرياب أمرها ، أهداها إليه فحظيت عنده ((٢٠).

فالخبر السابق يشير بوضوح إلى أثر الغناء في استمالة قلب الأمير عبد الرحمن بن الحكم ، وكسب رضاه ، بوصفه آلية تواصلية ، ووسيلة إغرائية تزيد من فاعلية الخطاب الإشهاري ، وتمنحه القدرة على اختراق الحجب ، والنفوذ إلى قلب المتلقي بسرعة فائقة . فجاء غناء الجارية أمراً مكماً لما تتمتع به من جمال ، فما كان منها إلا أن تسوّق نفسها

عن طريق الغناء ، لعلها تنال مرادها ، وتحظى بقلب المتلقي / الأمير ، فتكون حظيته . وهو ما تقوم به الإرساليات الإشهارية في الوقت الحاضر لبلوغ هدفها ، إذ تعمل على إثارة أحاسيس المُشاهد وشبقيته من جهة ، واستعمال قالب إبداعي جمالي وشاعري يُؤلف في تركيب متناسق وجذاب ، بين عنصر الصورة والصوت والموسيقى والكلام من جهة أخرى^(٢١). لذلك فالنص الشعري الذي غنّته الجارية كان يمثّل مضمون الرسالة الإشهارية التي أطلقتها ، للبوح بمشاعرها وأحاسيسها تجاه الأمير ، فنظمت ما يعتمل بداخلها من عواطف على شكل أبيات شعرية ، اتسمت بطابع الرغبة والطموح ، لنيل ود الأمير والفوز بحبه ، ونيل ثقته . وصولاً إلى تحقيق رغباتها الذاتية بالعيش الكريم ، والسعادة التي تنتظرها في قصور الأمراء . لذلك فهي لم تتردّد فيما غنّته من أبيات شعرية من الإعلان بكل صراحة ووضوح ، أنّها تريد أسر قلب الأمير ، لكونه المفتاح الحقيقي الذي يمكّنها من الولوج إلى حياة النعيم . فجاءت أبياتها موجزة وواضحة ، صاغت بلغة رقيقة وجذابة ، فجاءت مفعمة بمشاعر الالهفة والشوق . وقد عزّزتها بتكرار حرف المد (الألف) وجعلته جزءاً من القافية ؛ لأنّ حرف المد ((أحسن وعاء صوتي يلجأ إليه الشاعر ، ليحمّله أكبر شحنة من الأبعاد النفسية))^(٢٢). ممّا منحها متسعاً تعبيرياً ، لتجسيد حالتها الشعورية ، والبوح بمشاعرها وأحاسيسها التي اتسمت بالرقّة والعذوبة ، فحرف المد يسهم في إخراج آهات المبدع وعواطفه المكبوتة . ويخلق جوّاً انفعالياً يجعل المتلقي يشعر بما يعانيه الباث ، فيعيش الاثنان تحت تأثير التجربة الشعورية ذاتها . ممّا أفضى إلى تقوية الخطاب الإشهاري الذي أطلقته الشاعرة ، لتقترب من المُرسَل إليه / الأمير ، وتشعره بمدى حبها ، وأنّه قد استولى على قلبها ، فعملت على سحبه شيئاً فشيئاً إلى دائرة مشاعرها ، ليشاركها وجدانياً وشعورياً .

ولتأكيد مشاعرها ، ومنحها رسوخاً في وجدان المتلقي ، لجأت الشاعرة إلى تجسيد حالتها الشعورية عبر الصورة الاستعارية ، بوصفها نشاطاً عقلياً ووجدانياً يعمل على تنسيق الانفعال ، لتقدّم في نهاية الأمر علاقات نفسية ، تعمل على تنظيم التجربة الانسانية ، كما تنطبع على حدقة الشعور^(٢٣). فوجدت فيها وسيلة تعبيرية قادرة على تصوير مكنونات نفسها ، وتحقيق غايات دلالية من أجل إضاءة النص ، ومنحه وهجاً

شعورياً يُبهر المتلقي ، فيقف متأملاً ومتفاعلاً مع مقاصدها . لذلك عملت على تشخيص الهوى بقولها :

يا مَنْ يَغْطِي هَواهُ مَنْ ذا يَغْطِي النَّهارا

والصورة الاستعارة الأخرى التي شخّصت فيها القلب بقولها :

قد كنتُ أملكُ قلبي حتى علقْتُ فطارا

بوصفه البؤرة الأساسية للمشاعر والأحاسيس عند الإنسان ، ومركزاً لبث خلجات النفس وما يعتريها عند لحظات الشوق والهيام ، لعلّها تجد طريقها إلى قلب المتلقي عبر حوارية القلوب . الأمر الذي انعكس إيجاباً على العملية الإشهارية ، فتحقق ما كانت تصبو إليه الجارية ، لتحصل على إعجاب الأمير ، فظفر بها بعدما أُهديت إليه .

ومن هنا فإنّ للغناء سلطاناً على القلوب لا يمكن إنكاره ، إذ باستطاعته أن يحقّق ما تعجز عن تحقيقه الوسائل الأخرى ؛ لأنّه يعمل على إشاعة أجواء خاصة من الفرح والرضا ، تجعل المتلقي يحلّق في عوالم السحر الخيال ، بعيداً عن هموم الواقع ومرارته ، فتكون ردود أفعاله تبعاً لما يعيشه في تلك الأجواء الحاملة ، فتتهار كل الحواجز والعراقيل التي تقف حائلاً أمام بعض الناس للوصول إلى أهدافهم ، وتتقارب المسافات البعيدة ، فتقترب القلوب من بعضها كثيراً ، وتتعلّل رقابة العقل ووصايته على تصرفات الإنسان ، فلا يستمع إلا لصوت القلب ، الذي يصبح هو مصدر القرارات ، والحاكم على التصرفات.

ومن تجليات ذلك ، ما قام به الحكيم أبو بكر بن باجّة ، وزير أبي بكر بن تيفلويت ، وفيلسوف الأندلس وإمامها في الألبان آنذاك ، إذ استثمر الغناء ، لتحقيق أحلامه بالحصول على الأموال ، فيذكر أنّه ((حضر مجلس مخدمه ابن تيفلويت صاحب سرقسطة ، فألقى على بعض قيناته موشحته التي أولها :

جرّ الذيلَ أيّما جرّ وصلِ الشكرَ منك بالشكرِ

فطرب الممدوح لذلك لما ختمها بقوله :

عقدَ اللهَ رايةَ النصرِ لأميرِ العُلا أبي بكرِ

وطرق ذلك التلحين سمع ابن تيفلويت صاح : واطرباه ، وشق ثيابه وقال : ما أحسن ما بدأت وختمت ، وحلف بالأيمان المغلظة ، لا يمشي ابن باجة إلى داره إلا على الذهب ، فخاف الحكيم سوء العاقبة ، فاحتال بأن جعل ذهباً في نعله ومشى عليه ((^(٢٤)).

وبذلك فإن ابن باجة خبير الألحان والغناء ، كان على معرفة تامة بأثر الغناء في إشاعة أجواء خاصة ، مليئة بالفرح والطرب ، تكون جسراً لتحقيق أحلامه ورغباته ، بالحصول على الأموال . والخبر السابق يفصح عن براعته ومدى تمكُّنه في اختيار الوسائل التي أعانته على بلوغ غايته ، حينما عمل على اختيار اللحن المؤثر ، والموشحة المفعمة بالرقة والعذوبة ، لتكون لوحة فنية ، طرزها بمختلف ألوان المدح والثناء على الممدوح صاحب سرقسطة .

فكان المشهر يعول كثيراً على اختيار الألحان الموسيقية المؤثرة ، والقادرة على دفع الفعل التواصلي إلى الأمام ، بوصفها غذاء للروح والجسد على حد سواء ، كونها تخترق الأذن وهي أحد أعضاء الجسد ، وصولاً إلى الروح العائمة بداخله ، فما هي إلا عوالم ساحرة خالصة في اللحم ، تبعث على الاسترخاء والطمأنينة للنفوس الحائرة ، والأجساد المتعبة^(٢٥).

ومن أجل أن تؤدي رسالة الذات المُرسلة للخطاب أهدافها التي رُسمت لها ، كان لابد من وسيلة تكون قادرة على إيصال محتواها إلى المتلقي / الممدوح ، لذلك اختار إحدى قيناته ممَّن تجيد الغناء ، لتعني في مجلس الممدوح . فكان ذلك سبباً في إثارة مشاعر السعادة والطرب ، حتى غدا الممدوح أسيراً لهذه المشاعر ، حينما أنفق ما يملك من ذهب ، ليمشي عليه ابن باجة حتى يصل داره . فيما كانت الأيمان المغلظة التي أقسم بها ابن تيفلويت ، تعدُّ دليلاً على أنه قد وصل إلى درجة من الاقتناع التام بما سمع وشاهد . إذ مارس المشهر سلسلة من الأدوات الإشهارية البصرية والسمعية (الشعر واللحن والغناء) ، من أجل تحقيق أقصى درجات التواصل الفعّال ، وحمل المتلقي على إنفاق ما بحوزته من أموال .

ولم يقتصر الغناء على الجوانب الاجتماعية والتجارية فحسب ، بل تمّ توظيفه في الميدان السياسي ، ومن ذلك ما قام به ملك مالقة إدريس بن يحيى بن حمّود ، إذ استعان

بالغناء ، للإشهار عن توجُّهاته وأهدافه السياسية ، فيروي ابن بسّام في الذخيرة ، أنّه طلب من المغنّي أن يغنّي هذه الأبيات :

إذا ضاقت بك الدنيا فعرج نحو إدريسا
إذا لاقيتهُ تلقى رئيساً غير مرؤوسا
ومن عزماتهُ تنفي عن الأوطان إبليسا
إمام ماجدٌ ملكٌ يزيلُ الغمَّ والبؤسا

فتبادر من بالحضرة إلى حفظها^(٢٦).

يتضح من الخبر السابق أنّ ملك مالقة / أدريس بن يحيى قد اختار الغناء ، لتحقيق غاياته ومآربه بالترويج لنفسه ، ودعوة الناس للإقبال والتوجُّه إليه والتمحور حوله ، رغبة منه في كسب ودِّهم ، وضمان طاعتهم وولائهم ، فعمل على توظيف حاسة السمع ، للقيام بعملية الإشهار السياسي ، فطلب من المغنّي أن يغنّي نصاً شعرياً مُفعماً بمعاني الترويج السياسي .

وبعد معاينة النص الإشهاري نجد أنّه ينطوي على أساليب لغوية متنوعة ، منها أسلوب الشرط ، والأمر ، مُتخذاً من حاجة بعض الناس وعوزهم ، مادة للترويج وال جذب والاستقطاب ، مُوجِّهاً الدعوة لكل من ضاقت به الدنيا ، وتأزمت أحواله ، فما عليه إلا التوجُّه نحو إدريس ، فإنّه سيجد ما يشفي صدره ويهدّئ من روعه . ويتجلّى البعد السياسي في قوله : (تلقَ رئيساً غير مرؤوسا) ، فهذا التعبير يمثّل بؤرة النشاط الإشهاري ذي المغزى السياسي ، ويدلّل على نزوع المُشهر نحو التباهي بسلطانه . وبما أنّ الغالب في معظم الإشهارات السياسية تسخير الدين ، لتقوية موقف الحُكّام ، فقد عمد المُشهر إلى إضفاء طابع إيماني على أفعال إدريس بن يحيى وتصرفاته ، ونشاطاته السياسية والاجتماعية ، فجعله يُبعد عن الأوطان إبليسا ، من أجل أن يزيد من فاعلية الخطاب السياسي ، ويعزّز من مكانته الاجتماعية ، لخدمة أغراضه السياسية ، وتثبيت موقفه الداعي إلى جمع أبناء المجتمع حول سياسته . وقد أكّد ذلك في تعدّد الأخبار التي تخبر عن حقيقة المُشهر / إدريس بن يحيى ، فهو (إمام ، ماجد ، ملك) ، وهي تحمل في طياتها نبرة الهيمنة والتسلُّط ، ومحاولة إخضاع الناس لهيمنته .

المبحث الثاني / الوسائل البصرية (الكتابة والنقوش) :

تعمل الكتابة بوصفها تقنية تواصلية على تجسيد الوسائل الحياتية الكلامية ، بتحويلها إلى مادة أكثر دواماً ، باستعمال مجموعة من القواعد والأساليب النظامية ، أي النسق الكتابي . وتُعد من أكثر الوسائل التخاطبية أهمية وتأثيراً ، وتوصيلاً للمعلومات والأفكار والمشاعر ، فهي حضارة يدويّة تساعد الحضارة اللفظية وتُكمّلها . وتعمل اللغة عبر مجموعة من التقنيات ، لإنتاج هذه الوسيلة ، أي ترتيب الأشياء من أجل خدمة غرض معيّن ، وهذا الغرض هو التواصل الذي يؤثّر به الناس بعضهم في بعض^(٢٧) .

وممّا لا شك فيه هو أنّ تطور الكتابة وشيوعها يدلّ على ازدهار الحياة الثقافية في المجتمع ؛ لأنّ الكتابة ومستلزماتها من علامات تطور الشعوب ، ورقّيتها فكرياً واجتماعياً وحضارياً . لذلك كانت محط اهتمام العرب المسلمين منذ بزوغ فجر الإسلام ، والعصور التي تلتها . حتى تحوّلت إلى مهنة عند الأندلسيين ، وأصبحت من أرقى المهن ؛ لأنّ الشهرة بها يمثّل وسيلة من وسائل الوصول إلى المناصب العليا في الدولة آنذاك ، وغدوا يطلقون على من يكون منهم فاضلاً في علم الأدب بشقيه ، النثري والشعري بذي الوزارتين^(٢٨) . لذلك أصبحت من المناصب التي يسعى إليها الشعراء والناهبون ، ويتنافسون للظفر بها ، وظهرت وظيفة كاتب الرسائل وهي من أشرف الوظائف^(٢٩) . ومن أجل الوصول إلى مهنة الكاتب ، عمد الكثير من الشعراء والكتاب إلى الترويج لأنفسهم ، والإعلان عن مؤهلاتهم وقدراتهم في صناعة الكتابة وإتقانها .

ومن جهة أخرى فقد برع الأندلسيون في فن العمارة والنقوش ، ولهم في ذلك آثار جميلة بديعة ، وميولهم إلى فن التصوير والنحت كانت من بواعث الأمل على تقدمهم في ذلك ، فكانت لخلفاء بني أمية ميول لفني النحت والتصوير ، فبنى عبد الرحمن الناصر لجاريته الزهراء مدينة سمّاها باسمها ، ونقش صورتها على الباب ، وكانوا يجلبون الصور والتمائيل من البلاد الأخرى ، وقلّدوا بعض النقوش التي كانت في كنائس أسبانيا وصقلية^(٣٠) .

وبذلك أولى الأندلسيون عناية خاصة بالكتابة والنقوش على أدوات الحرب والأواني والمباني وغيرها ، إذ كانت من العلامات التي دلّلت على تقدّمهم وحدائهم ، وكانوا بارعين في اختيار الكلمات والأشعار المؤثرة التي تحمل في طياتها رسائل مقصودة ،

لتكون لافتات وواجهات إعلانية ، أستثمرت في مجالات مختلفة ، سياسية واجتماعية وثقافية ودينية ، عبّرت عن قدرة الأندلسيين في ابتداع الوسائل الفاعلة ، التي تشتمل على الجدة وغير المؤلف في مخاطبة المتلقي ، وجذبه بقوة نحو ما مكتوب ، وصولاً إلى إقناعه بما تحمله تلك الكتابات والنقوش ؛ لأنها تبقى عالقة في الأذهان ، ولا يمكن نسيانها ، وبإمكان مختلف شرائح المجتمع مشاهدتها وحفظها والتفاعل معها .

وهي تشبه إلى حد ما اللافتات والصور التي يستخدمها السياسيون في الوقت الحاضر للترويج لأنفسهم ، والتعريف ببرامجهم السياسية ، لا سيما في الحملات الانتخابية التي يقومون بها قبل الانتخابات ، أو تلك اللوحات المنتشرة على واجهات المحال التجارية ، والمؤسسات والشركات والمكاتب ودور العلم ، بهدف صياغة وعي المجتمع ، وتشكيل ثقافته ، للتأثير على توجهاته وقراراته . وقد أخذت الكتابة والنقوش أشكالاً متعددة في الأدب الأندلسي ، منها :

أولاً / الكتابة على الأدوات :

لجأ الأندلسيون إلى الكتابة على بعض الأدوات ، رغبة في إيجاد وسيلة مؤثرة ، يتم استثمارها في السياق التخاطبي ، لتؤدي دوراً فاعلاً في عملية الترويج السياسي والاجتماعي ، ومن تلك الأدوات ، أدوات الحرب مثل (القوس ، والترس ، والسيف وغيرها) ، وهي بلا شك تتضمن بعداً إشهارياً ، يسعى عبرها المشهر إلى بث رسائل تشير إلى الترويج للحرب والقتال ، عبر تمجيد أدواتها ، ومزج ذلك بالمدح ، عبر الإشادة بالمدوحين ، وبيان فضائلهم . وخير مثال على ذلك ما قاله الشاعر أبو محمد بن هود من أبيات شعرية ، نقشها على رأس سيف المتوكل بن الألفطس :

لا تخش ضيماً ولا تُمسِ أخاً فرّقِ إذا رئاسي في يميني يديك بقي
أصبحتُ أمضى من الحين المتاح فصلُ على الكُماةِ وبني عند الوغى فثقي
لولا فتورُ بأحاطِ الظباءِ إننْ لقلتُ إنني أمضى من ظبي الحادقِ (٣١)

وهنا لجأ الشاعر إلى عملية استنطاق رأس السيف ، ومنحه خاصية الكلام ، ليعلن عن ملامح القوة والمنعة التي يمتلكها ، إذ فيه من مقومات القوة ما يجعل النصر أمراً حتمياً . والمُخاطب في هذا النص الشعري هو الشاعر / رأس السيف ، والمُخاطب هو المتوكل ، والغاية من الخطاب هي الترويج للحرب والقتال ، وتشجيع المُخاطب ، وتحفيزه

على الصمود والمواجهة وعدم الاستسلام والضعف ، وهي دعوة إلى استنفار العزيمة والاصرار ، واستنهاض الهمم ، وإيقاد جذوة الحماسة . وقد دللت على ذلك البنى اللغوية المكوّنة للنص ، إذ ابتدأها الشاعر بأساليب طلبية ، تجلّت بأسلوب النهي (لا تخش) ، و (لا تمس) . وأسلوب الأمر (فصل) ، و (فثق) ، ليبرهن على قيمة السيف وفاعليته في إشاعة أجواء الاطمئنان والثقة ، حتى يتحقّق النصر على الأعداء .

فيما قام الشاعر لسان الدين بن الخطيب بالكتابة على حمالة سيف لأحد أولاد السلطان ، من أجل الإشادة بممدوحيه من بني نصر ، إذ يقول :

إنّا بني نصرٍ إذا ما اطلعت يوماً سماءُ سُعودنا مولودا
كانت حمائلنا له وسُروجنا بين الملوك تمانماً ومُهوداً^(٣٢)

فالمُرسل هنا هو الشاعر لسان الدين بن الخطيب ، والمُرسل إليه هو أبناء المجتمع ، والآلية التي اتّبعتها المُرسل في تبليغ رسالته الإشهارية ، هي الكتابة على حمالة السيف ، التي هي بلا شك تتضمن دلالات كبيرة ، فقيام الشاعر باختيارها والكتابة عليها لا يخلو من قصدية واضحة ، بوصفها علامة من علامات القوة والشجاعة ، لاقترانها الدائم بالسيف ، ثم تأتي الغاية من ذلك الترويج لممدوحيه (بني نصر) ، والتغنيّ بأمجادهم وفضائلهم ، وشجاعتهم . فكان النص الشعري المكتوب على حمالة السيف يمثّل ملصقاً دعائياً لبني نصر ، جعل الخطاب فيه على لسانهم ، فجاء التعبير الشعري المكتوب ، مكتنزاً بالإيحاء الذي شكّته الصور البيانية في قوله : (سماء سعودنا) ، إذ جعل للسعود سماء على سبيل الصورة الاستعارية ، فما أن يُولد لبني نصر مولود حتى يكون حاملاً معه السعد واليمن ، في إشارة واضحة إلى رغبة المُشهر / الشاعر في رسم صورة زاهية لممدوحيه ، تجعل المتلقي يقف متأملاً ، ليتصوّر قيمة هؤلاء الممدوحين ، ومنزلتهم . فيما شبّه في صورة أخرى حمائل السيوف بالتمائم ، وجعل السروج مهدياً لهذا المولود القادم . وهنا وظّف رمزين من رموز الشجاعة والقوة في الثقافة العربية ، وهما حمائل السيف وسروج الخيل ، وجعلهما الأساس في بناء الصورة الفنية ، ليؤكّد على ملامح الشجاعة والقوة ، وشدة البأس ، وقام بإصاقها بممدوحيه . وهو ما فرضته طبيعة الموقف المدحي ، إذ في المدح ((يستنفر الشاعر كل طاقاته البيانية ، وألعيه الأسلوبية ، ليلمع صورة الممدوح ، ويحسّنها لدى المتلقي ، حتى ولو كان متقولاً ، فيرفعه إلى مرتبة فوق

مراتب البشر العاديين ، ويتكئ في ذلك على عنصر الإبهار الخالق للانبهار ، والمبالغة المنتجة للتعجب ، فيصوّر الممدوح في صورة من يقترب من النموذج أو المثال ((^(٣٣)). تاركاً المتلقي يعيش في أجواء الدهشة والانبهار ، ليقوم بتمرير أهدافه السياسية المتعلقة بالترويج للدولة النصرية ، عبر إظهار فضائلهم، ومحاولة فرضها على المتلقي ، وإقناعه بها .

ثانياً / الكتابة على المباني :

فيما كانت الكتابة والنقوش على المباني حاضرة بقوة في بلاد الأندلس ، وشكّلت ظاهرة جمالية واضحة المعالم ، تمّ استغلالها لأغراض سياسية واجتماعية وعلمية . ومن أمثلة ذلك في الشعر الأندلسي ، ما نظمه الشاعر ابن الجيّاب الغرناطي ، إذ كتب نصاً شعرياً إشهارياً على باب المدرسة العلمية بغرناطة ، التي بناها السلطان أبو الحجاج يوسف الأول ، إذ يقول :

يا طالب العلم هذا بابه فُتِحَا	فادخُلْ تُشَاهِدْ سَنَاهُ لَاحِ شَمْسُ ضُحَى
واشكُرْ مُجِيرَكَ مِنْ حِلِّ وَمُرتِحِلِ	إذ قَرَبَ اللهُ مِنْ مَرْمَاكَ مَا نُزِحَا
وشُرِفَتْ حَضْرَةُ الإِسْلَامِ مَدْرَسَةً	بها سَبِيلُ الهُدَى والعِلْمِ قَدْ وَضِحَا
أَعْمَالُ يوسُفَ مولانا وَنِيَّتُهُ	قَدْ طَرَّرَتْ ضُحْفًا مِيزَانَهَا رَجُحَا ^(٣٤)

فالأبيات التي كُتبت على باب المدرسة تمثّل لوحة إعلانية ، استخدم فيها المُشهر كل وسائل الترغيب والإغراء ، لجذب طلاب العلم ، وحثّهم على الإقبال إليها . وقد دلّت البنى الصياغية للنص على رغبته في إقناعهم بدور المدرسة في نشر العلم ، إذ شكّلت أساليب الطلب أساس بنية النص ، فابتدأ خطابه الإشهاري بأسلوب النداء (يا طالب العلم هذا بابه فُتِحَا) ، وهو يمثّل دعوة مفتوحة لكلّ من يريد أن يتعلّم ، فأنّه سيجد ضالته في هذه المدرسة ، والنداء هنا يتضمّن بعداً حجاجياً الهدف منه إغراء الآخرين وإقناعهم ، للتوجّه نحو الشيء المُعلن عنه .

وقد عمل على تعزيز رؤيته الإشهارية بتوظيف فعلي الأمر (ادخل ، اشكر) ، ليكونا القوة الفاعلة التي سلّطها الإشهاري من أجل تحفيز المتلقي ، وشدذ همّته ، ليقبل على المدرسة بعزم وقوة . ومن أجل أن يزيد الإشهاري من الفاعلية الترويجية للمكان المُعلن عنه / المدرسة ، وبيان مدى أثرها في بناء المجتمع ، وكسب ثقة المُخاطبين

الباحثين عن العلم ، وزرع الاطمئنان في نفوسهم ، عمد إلى بيان مزايا المدرسة ، فعدها مفخرة للإسلام والمسلمين ، ومَشْعَلاً للهدى والعلم . وهو بهذا يحاول ملامسة وجدان المتلقي ، وإثارة حساسيته الدينية ، لضمان وفوده إليها . وفي ختام اللوحة الإشهارية عمد الإشهاري إلى ذكر اسم مؤسس هذا الصرح العلمي ، والإشادة بما قام به من إنجاز ، ليمزج بين الإشهار السياسي والعلمي .

فيما كان تلميذه لسان الدين بن الخطيب أكثر تفصيلاً في عمله الإشهاري ، فنظم أبياتاً شعرية كتبت على جدران المدرسة :

وتبقى عُهودُ المجدِ ثابتةً الرَّسْمِ	ألا هَكَذَا تُبْنَى المَدَارِسُ للعلمِ
وَتُجْنَى ثَمَارُ العِزِّ من شَجَرِ العِزِّمِ	وَيُقْصَدُ وَجْهُ اللهِ بِالْعَمَلِ الرِّضَى
تَقْدَمُ خَصْمٌ في الفَخَارِ إلى خَصْمِ	تُفَاخِرُ مِنِّي حَضْرَةُ المُلْكِ كَلِّمًا
وأهدى إذا جَنَّ الظَّلَامُ من النَّجْمِ	بأجْدَى إذا ضَنَّ الغَمَامُ من الحَيَا
كُفِيَتْ اعْتِرَاضُ البِيدِ أو لُجَجَ اليَمِّ	فيا ظَاعِنًا للعلمِ يَطْلُبُ رِحْلَةً
فقد فُزَّتْ في حَالِ الإِقَامَةِ بالغنمِ	ببَابِي حُطَّ الرَّحْلَ لا تَنوِ وَجْهَةً
ومن هَالَةٍ دارتْ على قَمَرٍ تَمِّ	فكمْ من شِهَابٍ في سَمَائِي ثاقِبِ
ومن حِكْمَةٍ تَجْلُو القُلُوبَ إلى حُكْمِ	يُفِيضُونَ من نُورٍ مُبِينٍ إلى هُدَى
مُلُوكِ بَنِي نَصْرِ عَنِ الدِّينِ والعِلْمِ ^(٣٥)	جَزَى اللهُ يُوسُفًا خَيْرَ ما جَزَى

اتخذ الإشهاري من الكتابة على جدران المدرسة سبيلاً إشهارياً ، ليكون الوسيط بين المكان المُعلن عنه والمتلقي ، فقام بصياغة رؤيته الإشهارية عبر نص شعري ، جاعلاً منه مُلصقاً إعلانياً ينطوي على سلسلة من الأساليب اللغوية ، التي تحمل في مضمونها ومغزاها حججاً ودلائل على أهمية المدرسة ودورها التعليمي . فابتدأ خطابه الإعلاني بـ (ألا) الاستفتاحية ، بوصفها عتبة لغوية ذات أبعاد دلالية ، تهدف إلى دعوة المتلقي للدخول إلى عالم النص ، ولفت نظره إلى أمر هام يريد تفصيله عبر تقنية الوصف ، ليبين القيمة العلمية لهذه المدرسة ، وما يمكن أن تقدّمه من معارف وعلوم ، تجعل المتلقي يحلّق في أجواء العلم والمعرفة ، وتمنحه فرصة للتأمل في هذا الصرح العلمي ، لتتحرك بداخله الرغبة لطلب العلم ، فيعجّل بالدخول في هذا المكان . بعد ذلك وجّه خطاباً مباشراً لطالب العلم عبر أسلوب النداء (فيا ظاعناً للعلم) ، ليؤدي وظيفتين

إحداهما حاجية ، بهدف إقناع طالب العلم بالقدوم إلى المدرسة ، وعدم الاكتراث بالمصاعب والمعاناة التي يسببها عناء السفر ، وقطع المسافات البعيدة عبر الصحاري والبحار . والوظيفة الأخرى نفسية ، لتهيئة المتلقي وتحفيزه نفسياً ، وتنشيط رغبة حب العلم والتعلم ، وتنميتها بداخله . وبيان أن لا مانع يقف أمام طلب العلم .

ولعلّ ما يميّز هذا النص الإشهاري عن النص السابق ، أنّ المُشهر لم يكتفِ بفعل الأمر (ببابي حُطَّ الرحل) في مخاطبة المتلقي ، بل ينهائه عن البحث عن أيّ وجهة أخرى (لا تنوِ وجهة) ، في محاولة منه لتكثيف الضغط على المتلقي ، ومحاصرته ضمن حدود رغبة المُشهر . ثم بعد ذلك وسَّع من دائرة الضغط النفسي والديني ، فضمّن النص الإشهاري حزمة من الإغراءات ، وقَدَّمها للمتلقي ، فأخذ يعدّه بالحصول على كلّ ما يبحث عنه من معارف وعلوم وحِكم وهداية . وهو بهذا الخطاب سعى إلى الهيمنة كلياً على قرار المتلقي ، إذ لم يترك أمامه أيّ خيار ، سوى الموافقة بالدخول إلى المدرسة المُعلن عنها .

وبما أنّ ((السلطنة التي تحكم تبحث عن كيفية إدامتها وتثبيتها ، وهي دائمة الاشتغال على ما يحقّق لها ذلك السلطان المبسوط على الرعية والنفوذ الواقع))^(٣٦). لذلك استثمر بعض الإشهاريين ظاهرة الكتابة والنقوش على المباني ، للترويج السياسي ، لتكون أُلصق بالأذهان ، وهو ما نجده عند الشاعر والسلطان النصري يوسف الثالث ، بقوله : ((وممّا نظمنا وأمرنا أن تُرسم في مبنى :

أنا مَطْلَعُ السَعُودِ	أنا قَبْلَةُ الوَفُودِ
يوسفُ شَرَفْنِي	حيثُ جَدَّدَ العَهْودِ
ناصرِي لَمْ تَزَلْ	رحماتُهُ تجوِّدُ
فتأمَّلْ مصنوعي	تُلفِه روضاً مجوِّدِ
والظِّلالُ حَوْلَهُ	كخوافِقِ البِنُودِ
وأمامي وقفَتْ	رَبَّةُ الثَّغْرِ البُرُودِ
خصَّةٌ معجَبَةٌ	أخذتْ أوجَّ الصَّعُودِ
كلِّمها تبصرني	تترامى للسجودِ
جلبتْ في مشيها	حينَ ريعتْ بالأسودِ

لا تُراعُ إنَّها (في حمى مولى الوجود) (٣٧)

وهنا استغلَّ السلطان النصري يوسف الثالث موهبته الشعرية ، وقدرته على تطويع اللغة ، وصياغتها في قالب شعري ، ليكون وسيلة إعلامية قادرة على التعبير عن مكونات نفسه ، وتوضيح أفكاره ورؤاه ، وإيصالها إلى المتلقي . فوجد أنَّ خير وسيلة لتسويق خطابه السياسي هو نقش أبياته الشعرية على أحد المباني ، لتكون ماثلة أمام أعين الناس في جميع الأوقات ، وبذلك تقوم مقام الصحف والمجلات وشاشات التلفاز في الوقت الحاضر التي يوظفها السياسيون لتسويق أنفسهم ، وتعريف أبناء المجتمع ببرامجهم السياسية ، وخططهم المستقبلية ، ومنجزاتهم . فتعمل على تشكيل وعي الجماهير ، وصناعة الرأي العام المُساند لتوجهاتهم وطموحاتهم ، وفي ظل ذلك يتم تمرير أهدافهم السياسية ومصالحهم الحزبية ، من دون أن يشعر المتلقي في بعض الأحيان . وهو ما عمله المُشهر في النص السابق ، إذ استثمر أجواء انشغال المتلقي بجمال المبنى وروعته ، ومشاهدة الأبيات الشعرية المكتوبة عليه ، ليمرّر مقاصده السياسية عبر الترويج للدولة النصرية ، ولنفسه شخصياً ، بوصفه سلطاناً نصرياً يُمسك بزمام الأمور في غرناطة . جاعلاً المبنى هو من يتحدّث ، فيصف زينته وجماله اللذين كانا بفعل تشريف السلطان يوسف الثالث للمكان ، وبذلك أصبحت الأبيات الشعرية المنقوشة على المبنى تمثّل إعلاناً سياسياً، الهدف منه كسب ود الجماهير، ونيل ثقتهم .

الخاتمة :

وبعد أن وصل البحث إلى نهايته ، صار لزاماً علينا أن نعرض أبرز النتائج التي توصّلنا إليها :

١- سعى البحث إلى بيان أنَّ الإشهار لا يقتصر على الجانب التجاري ، بل يمتد ليشمل مختلف جوانب النشاط الإنساني (التجارية ، والسياسية ، والاجتماعية ، والعلمية ، والدينية) ، فالتعبير عن الأفكار والآراء والحاجات الذاتية المختلفة ، يقع في صلب العمل الإشهاري .

٢- اعتمد الأندلسيون في عملهم الإشهاري على وسائل إشهارية متعددة ، منها ما يرتبط بالجانب السمعي الشفوي ، ومن أبرز وسائل هذا النوع (الغناء) . ومنها ما يرتبط

بالجانب البصري التدويني ، فنجد (الكتابة والنقوش) ، تمثّل أبرز وسائل هذا النمط الإشهاري .

٣- مثل الغناء استراتيجية تواصلية وممارسة خطابية إغرائية ، تتطوي على رسالة مقصودة موجّهة نحو الآخر ، ليتم استقبالها عبر حاسة السمع ، فيكون إشهاراً سمعياً ، يسعى فيه المُشهر إلى ملامسة وجدان المتلقي ، وما يكنّه بداخله من مشاعر وأحاسيس ، بهدف استثاره ذائقته الجمالية ، وصولاً إلى صياغة ردود أفعاله ، بحسب أهواء المُشهر ورغباته وميوله الذاتية .

٤- أدّى الغناء وظيفتين ، إحداها إبلاغية ، فكان القناة الفاعلة التي استوعبت الكثير من رسائل المُشهرين ، وعملت على تجسيد مشاعرهم وانفعالاتهم ، والتعبير عن أفكارهم ورؤاهم ، وسمحت بمرورها إلى المتلقي . والوظيفة الأخرى جمالية إبداعية ، إذ عمل الغناء على إشاعة أجواء سحرية مليئة باللذة والمتعة ، تخلق الألباب ، وتأسر القلوب .

٥- يكتسب الغناء قيمته وفاعليته من الذوق السائد ، فالإشهاري يسعى دائماً إلى بث خطابه الإشهاري في أجواء ملائمة للمتلقي ، فيأخذ بنظر الاعتبار الظروف المحيطة به ، وجنسه . وقد اتضح من أغلب الشواهد الإشهارية التي مرّ ذكرها ، أنّ الغناء كان مُخصصاً لإثارة رغبات الرجال وغرائزهم الباطنية ، لا سيما الأمراء والقادة أصحاب القرار السياسي والسلطة ، لذلك تم استثمار الجوّاري والقيان ، لأداء هذه المهمة ، فعمل القائمون على العمل الإشهاري إلى إدخالهن في اللعبة الإشهارية ، بحثاً عن الأموال ، والتقرب من الطبقة الحاكمة ، وتحقيق غايات شخصية خاصة . فيما كان الغناء حاضراً في الترويج السياسي ، إذ تمّ استثماره لتحقيق أهداف سياسية، مثلما فعل إدريس بن يحيى بن حمّود .

٦- بيّنت الدراسة أنّ ظاهرة الكتابة والنقوش والرسم على المباني ، والأدوات المختلفة ، وغير ذلك من الأشياء ، مثلت نسقاً ثقافياً وحضارياً وإبداعياً ، أسهمت عوامل متعددة في تشكيله ، فأصبح آلية تخاطبية ذات أبعاد إشهارية متنوّعة ، تهدف إلى مخاطبة وجدان المتلقي وعقله . يسعى عبرها المُشهر إلى استنفار مدركات المتلقي وقواه البصرية ، من أجل لفت انتباهه ، وتحفيز مثيراته الذوقية ، وصولاً إلى استثارة طاقاته الانفعالية والشعورية ، لتكون إشهاراً بصرياً ، يحدث عن طريق معاينة النصوص المنقوشة ، والاستمتاع بجمالها وروعيتها وطريقة نقشها ، وما تتطوي عليه من صور شعرية ،

وأساليب لغوية ، يتم تحشيدتها بدقة ، لتسهم في زيادة الفاعلية الدلالية ، بما يؤدي إلى استقطاب أعداد كبيرة من المشاهدين ، وفتح مساحات جديدة للعمل الإشهاري . وبذلك يكون المتلقي قد دخل إلى الجو الإشهاري من دون أن يشعر ، فيجد نفسه في مواجهة الخطابات المنقوشة ، فيضطر إلى قراءتها ، والتأمل في دلالتها ، وما تنطوي عليه قصدية المُشهر من رسائل وغايات .

٧- بدا لنا من النصوص المنقوشة ، أنَّها في أغلبها قد طغى عليها طابع التسويق والترويج لسياسي السلطة الحاكمة في مختلف عصور الأندلس ، فكانت عبارة عن منشورات ولافئات سياسية ، تهدف إلى تلميع صور القائمين على الشؤون السياسية ، ودعوة الجماهير إلى الالتفات حولهم . فيما كان الإشهار عن أماكن العلم ، قد أخذ مساحة من اهتمام الأندلسيين وعنايتهم .

الهوامش :

- ١- مختار الصحاح ، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي : ١٤٧ .
- ٢- لسان العرب ، جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور الأنصاري الإفريقي (ت ٧١١هـ) : مادة شهر .
- ٣- المصباح المنير ، أحمد بن محمد بن علي الفيومي المقري (ت ٧٧٠هـ) : ١٢٤ .
- ٤- القاموس المحيط ، مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزآبادي (ت ٨١٧هـ) : ٤٢١ .
- ٥- المعجم الوسيط ، إبراهيم مصطفى وآخرون ، تحقيق : معجم اللغة العربية : ج ١ / ١٠٣٣ .
- ٦- اللغة العربية والخطاب الإشهاري بين النظرية والتطبيق - دراسة سيميائية ، د. بلقاسم دفة ، بحث ، مجلة الموقف الأدبي ، ٥١٧ع ، أيار ، ٢٠١٤م : ٥٠ .
- ٧- صناعة الإعلان في العالم العربي ، د. حنان يوسف : ١٥ .
- ٨- المصدر نفسه : ١٦ .
- ٩- استراتيجيات التواصل الإشهاري ، سعيد بنكراد وآخرون : ٥٢ .
- ١٠- المصدر نفسه : ٦ .
- ١١- ينظر : الإشهار والمجتمع ، بيرنار كاتولا ، ترجمة : سعيد بنكراد : ٨٨ .
- ١٢- ينظر : بلاغة الخطاب المكتوب - دراسة لتقنيات الحرف واللون والصورة في خطاب الدعاية التجارية ، أمينة رقيق ، أطروحة دكتوراه ، جامعة محمد خيضر - بسكرة ، كلية الآداب واللغات ، ٢٠١٤م : ١٢٨ .
- ١٣- ينظر : الإعلان ، الأسس والمبادئ ، د. النور دفع الله أحمد : ٦٩ .
- ١٤- ينظر : استراتيجيات التواصل الإشهاري : ٥٣ .
- ١٥- ينظر : بلاغة الخطاب الإقناعي - نحو تصوّر نسقي لبلاغة الخطاب ، د. حسن المودن : ١٠٩ .
- ١٦- ينظر : بلاغة العرب في الأندلس ، د. أحمد ضيف : ٣٤ - ٣٥ .
- ١٧- نفع الطيب من غصن الأندلس الرطيب ، أحمد بن محمد المقري : ٣ / ٥٧٧ - ٥٧٨ .

- ١٨- ينظر : بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الخطاب الإشهاري - نظرة سيميائية تداولية ، د. بشير إبرير ، بحث الملتقى الوطني الثاني - السيمياء والنص الأدبي ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، ٢٠٠٢م : ٧٥ . وينظر : وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع - آراء ورؤى ، نصر الدين العياضي : ٤٦ .
- ١٩- ينظر : استراتيجيات التواصل الإشهاري : ١٢٥ .
- ٢٠- نفع الطيب : ٣ / ١٣١ .
- ٢١- ينظر : استراتيجيات التواصل الإشهاري : ١٣٢ .
- ٢٢- التحليل في ضوء علم الدلالة ، د. أحمد نصيف الجناحي، بحث، مجلة الأقلام، ع ١٢، السنة ٢، ١٩٨٥ : ٣١٤ .
- ٢٣- ينظر : فلسفة البلاغة العربية بين التقنية والتطور ، د. رجاء عيد : ٤١٨ .
- ٢٤- تاريخ ابن خلدون ، عبد الرحمن بن خلدون (ت ٨٠٨ هـ) : ١ / ٨١٨ . وينظر : أزهار الرياض في أخبار عيَّاض ، شهاب الدين أحمد بن محمد المقري التلمساني : ٢ / ٢٠٩ .
- ٢٥- ينظر : طقوس الجسد والكتابة - مقاربات في النص الإبداعي : ١٥٤ .
- ٢٦- ينظر : الذخيرة في محاسن أهل الجزيرة ، أبو الحسن علي بن بسَّام الشنتريني (ت ٥٤٢هـ) : ١ / ج ٢ / ٨٦٤ .
- ٢٧- ينظر : التداولية في البحث اللغوي والنقدي ، تحرير : د. بشرى البستاني : ٢٣٣ .
- ٢٨- ينظر : المرجعيات الثقافية الموروثة في الشعر الأندلسي عصري الطوائف والمرابطين ، د. حسين مجيد رستم الحصونة : ٢٩٦ - ٢٩٨ .
- ٢٩- ينظر : الحلل السندسية في الأخبار والآثار الأندلسية ، شكيب أرسلان : ١ / ٢٥١ .
- ٣٠- ينظر : بلاغة العرب في الأندلس : ٢٧ .
- ٣١- ينظر : الذخيرة في محاسن أهل الجزيرة : ق ٢ / ج ٢ / ٨٠٤ . وينظر : شعر ملوك الأندلس وأمرائها في القرن الخامس الهجري، صناعة : د. إنقاذ عطا لله محسن العاني، مجلة المورد ، مجلد ٢٩ ، ع ٣ ، ٢٠٠١م : ١١٦ .
- ٣٢- ديوان لسان الدين بن الخطيب السلماي ، تحقيق : د. محمد مفتاح : ١ / ٣٣٠ .
- ٣٣- تجليات الخطاب الإشهاري في الشعر القديم - محاولة في التأسيس ، سعيد محمد بگور ، بحث ، مجلة المورد ، ع ٢٤ ، ٢٠١٦م : ٨٧ .
- ٣٤- ينظر : نفع الطيب : ٥ / ٤٥٧ - ٤٥٨ .
- ٣٥- ديوان لسان الدين بن الخطيب السلماي : ج ٢ / ٥٧٠ - ٥٧١ . وينظر : نفع الطيب : ٦ / ٤٨٢ .
- ٣٦- الموجعات الإيديولوجية في الشعر العربي القديم ، رحمن غركان عبادي ، مجلة القادسية للعلوم الإنسانية ، مجلد ٩ ، ع ١٤ - ٢ ، ٢٠٠٦م : ١٥٧ .
- ٣٧- ديوان ملك غرناطة يوسف الثالث ، تحقيق : عبد الله كنون : ٥٣ .

المصادر والمراجع :

أولاً / الكتب :

- القرآن الكريم
- ١- أزهار الرياض في أخبار عيَّاض ، شهاب الدين أحمد بن محمد المقري التلمساني ، تحقيق : مصطفى السقا - إبراهيم الإيباري - عبد الحفيظ شلبي ، مطبعة لجنة التأليف والترجمة والنشر ، القاهرة ، (د.ط) ، ١٩٣٩م .
- ٢- استراتيجيات التواصل الإشهاري ، سعيد بنكراد وآخرون ، دار الحوار للنشر والتوزيع ، سوريا - اللاذقية ، ط ١ ، ٢٠١٠م .

- ٣- الإشهار والمجتمع ، بيرنار كاتولا ، ترجمة : سعيد بركراد ، دار الحوار للنشر والتوزيع ، سوريا - اللاذقية ، ط ١ ، ٢٠١٢ م .
- ٤- الإعلان ، الأسس والمبادئ ، د. النور دفع الله أحمد ، دار الكتاب الجامعي ، الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية ، ط ٣ ، ٢٠١٦ م .
- ٥- بلاغة الخطاب الإقناعي - نحو تصوّر نسقي لبلاغة الخطاب ، د. حسن المودن ، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن ، ط ١ ، ٢٠١٤ م .
- ٦- بلاغة العرب في الأندلس ، د. أحمد ضيف ، دار المعارف للطباعة والنشر ، سوسة - تونس ، ط ٢ ، ١٩٩٨ م .
- ٧- تاريخ ابن خلدون ، عبد الرحمن بن خلدون (ت ٨٠٨ هـ) ، تحقيق : خليل شحادة ، مراجعة : د. سهيل زكار ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، بيروت - لبنان ، (د.ط) ، ٢٠٠١ م .
- ٨- التداولية في البحث اللغوي والنقدي ، تحرير : د. بشرى البستاني ، مؤسسة السيّاب ، لندن ، ط ١ ، ٢٠١٢ م .
- ٩- الحلل السندسية في الأخبار والآثار الأندلسية ، شكيب أرسلان ، المطبعة الرحمانية بمصر ، ط ١ ، ١٩٣٦ م .
- ١٠- ديوان لسان الدين بن الخطيب السلماي ، تحقيق : د. محمد مفتاح ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الدار البيضاء ، ط ١ ، ١٩٨٩ م .
- ١١- ديوان ملك غرناطة يوسف الثالث ، تحقيق : عبد الله كنون ، مكتبة الإنجاو المصرية ، ط ٢ ، ١٩٦٥ م .
- ١٢- الذخيرة في محاسن أهل الجزيرة ، أبو الحسن علي بن بسّام الشنتريني (ت ٥٤٢ هـ) ، تحقيق : د. إحسان عباس ، دار الثقافة ، بيروت - لبنان ، (د.ط) ، ١٩٩٧ م .
- ١٣- صناعة الإعلان في العالم العربي ، د. حنان يوسف ، أطلس للنشر والتوزيع الإعلامي ، القاهرة ، ط ١ ، ٢٠٠٨ م .
- ١٤- طقوس الجسد والكتابة - مقاربات في النص الإبداعي ، آلاء عبد الأمير السعدي ، الرافدين ، بيروت - لبنان ، ط ١ ، ٢٠١٧ م .
- ١٥- فلسفة البلاغة العربية بين التقنية والتطور ، د. رجاء عيد ، منشأة المعارف بالإسكندرية ، ط ٢ ، (د.ت) .
- ١٦- القاموس المحيط ، مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزآبادي (ت ٨١٧ هـ) ، تحقيق : مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة ، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع ، بيروت - لبنان ، ط ٨ ، ٢٠٠٥ م .
- ١٧- لسان العرب ، جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور الأنصاري الإفريقي (ت ٧١١ هـ) ، دار صادر - بيروت ، ط ٣ ، ١٤١٤ هـ .
- ١٨- مختار الصحاح ، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي ، إخراج : دائرة المعارف في مكتبة لبنان ، مكتبة لبنان ، بيروت - لبنان ، (د.ط) ، ١٩٨٦ م .
- ١٩- المرجعيات الثقافية الموروثة في الشعر الأندلسي عصري الطوائف والمرابطين ، د. حسين مجيد رستم الحصونة ، مؤسسة دار الإسلام ، ط ١ ، ٢٠٠٤ م .
- ٢٠- المصباح المنير ، أحمد بن محمد بن علي الفيومي المقرئ (ت ٧٧٠ هـ) ، مكتبة لبنان ، بيروت - لبنان ، (د.ط) ، ١٩٨٧ م .
- ٢١- المعجم الوسيط ، إبراهيم مصطفى وآخرون ، تحقيق : معجم اللغة العربية .
- ٢٢- نفع الطيب من غصن الأندلس الرطيب ، أحمد بن محمد المقرئ التلمساني ، تحقيق : د. إحسان عباس ، دار صادر - بيروت ، (د.ط) ، ١٩٦٨ م .

٢٣- وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع - آراء ورؤى ، نصر الدين العياضي ، سلسلة معالم - دار القصبية للنشر - الجزائر ، (د.ط) ، (د.ت) .

ثانياً / الرسائل والأطاريح الجامعية :

١- بلاغة الخطاب المكتوب - دراسة لتقنيات الحرف واللون والصورة في خطاب الدعاية التجارية ، أمينة رقيق ، أطروحة دكتوراه ، جامعة محمد خيضر - بسكرة ، كلية الآداب واللغات ، ٢٠١٤م .

ثالثاً / الدوريات :

١- بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الخطاب الإشهاري - نظرة سيميائية تداولية ، د. بشير إبرير ، بحوث الملتقى الوطني الثاني - السيمياء والنص الأدبي ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، ٢٠٠٢م .

٢- تجليات الخطاب الإشهاري في الشعر القديم - محاولة في التأسيس ، سعيد محمد بكور ، بحث منشور ، مجلة المورد ، ٢٤ ، ٢٠١٦م .

٣- التحليل في ضوء علم الدلالة ، د. أحمد نصيف الجنابي ، بحث منشور ، مجلة الأقلام ، ع١٢ ، السنة ٢ ، ١٩٨٥م .

٤- شعر ملوك الأندلس وأمرائها في القرن الخامس الهجري ، صنعة : د. إنقاذ عطا لله محسن العاني ، بحث منشور ، مجلة المورد ، مجلد ٢٩ ، عدد ٣ ، ٢٠٠١م .

٥- اللغة العربية والخطاب الإشهاري بين النظرية والتطبيق - دراسة سيميائية ، د. بلقاسم دفة ، بحث منشور ، مجلة الموقف الأدبي ، ع٥١٧ ، أيار ، ٢٠١٤م .

٦- الموجهات الإيديولوجية في الشعر العربي القديم ، رحمن غركان عبادي ، بحث منشور ، مجلة القادسية للعلوم الإنسانية ، مجلد ٩ ، ع١ - ٢ ، ٢٠٠٦م .