

استراتيجيات الكفاءة الإعلامية في قصيدة "يا أعز الرجال" لغازي القصيبي

دراسة في ضوء علم لغة النص

د. مفلح زابن هادي القحطاني

أستاذ العلوم اللغوية المشارك بقسم اللغة العربية وآدابها - جامعة الملك خالد

البريد الإلكتروني: mzaloshbah@kku.edu.sa

تاريخ استلام البحث : ٢٠٢٣ / ١٢ / ٣١

تاريخ قبول البحث : ٢٠٢٤ / ١ / ٢٣

الخلاصة:

يهدف هذا البحث إلى رصد المظاهر والأساليب والأدوات التي ساعدت في تحقيق الكفاءة الإعلامية، وأسهمت في جعل قصيدة "يا أعز الرجال" مؤثرة ومقبولة وذات أبعاد وأثر في نفوس المتلقين.

ويعتمد البحث على المنهج الوصفي، ويستند إلى التحليل والاستقراء والاستنتاج في ضوء أدبيات علم لغة النص؛ وذلك من خلال تلمس الاستراتيجيات والطرق والأساليب التي اعتمد عليها الشاعر غازي القصيبي رحمه الله في بناء القصيدة وتوظيف العناصر اللغوية وصياغتها وفق الطريقة التي حققت كفاءة إعلامية عالية يلاحظها بها كل متلقٍ للقصيدة، وهي العناصر والأساليب التي كان منطلقها "كسر التوقع" وكانت غايتها "إثارة الاهتمام وصناعة التأثير".

ويشتمل البحث على مقدمة وتمهيد، ويتناول التمهيد جانبين (الإعلامية مفهومها وأبعادها، والتعريف بالشاعر)، بالإضافة إلى مبحثين رئيسيين، ويتناول المبحث الأول التناص في القصيدة ودوره في تحقيق الكفاءة الإعلامية، ويستعرض المبحث الثاني الاستعمال اللغوي ويضم عدة مطالب، وتتضمن الخاتمة أهم النتائج والتوصيات، إضافة إلى فهرس للمصادر والمراجع.

وقد وصل البحث إلى نتائج منها أن نص "يا أعز الرجال" لغازي القصيبي يتمتع بإعلامية عالية، حيث جاء عنوان القصيدة على هيئة نداء، وجسد قيمة المرثي ومكانته؛ محققاً الكفاءة الإعلامية، كما حفلت القصيدة بتناص في مجالات شملت الوزن والقافية والمفردات وبعض الأفكار والتراكيب، وجسد التناص مستوى إعلامية مرتفعاً بالنظر إلى ما أحدثه من مفاجأة وجذب للمتلقى في محاولة الربط بين النصين ورصد ما استجد في النص الجديد، كما حفلت القصيدة بانزياحات كثيرة حققت الكفاءة الإعلامية؛ فعلى المستوى التركيبي اشتملت القصيدة على تقديم وتأخير وحذف وأسهمت الصور الفنية المبتكرة في القصيدة (التشبيه، والاستعارة، والكناية، والصور الكلية) في تحقيق مستوى عالٍ من الإعلامية، كما اتسمت القصيدة بتوسيع الدلالة، وهذا التوسيع كان له دوره الواضح في تمكين المعنى وتثبيته وتعزيز الحضور الذهني للمتلقى.

الكلمات المفتاحية : استراتيجيات الكفاءة الإعلامية، قصيدة "يا أعز الرجال" لغازي القصيبي، علم لغة النص.

Informativity efficiency strategies in the poem “O Dearest Men” by Ghazi Al-Gosaibi

A study in light of text linguistics

Dr. Mufleh Zabin Hadi Al-Qahtani

Associate Professor of Linguistics, Department

of Arabic Language and Literature - King Khalid University

Date received: 31/12/2023

Acceptance date: 23/1/2024

Abstract:

This research aims to monitor the aspects, methods, and tools that helped achieve informativity efficiency, and contributed to making the poem “O Dearest Men” influential, acceptable, and having dimensions and impact on the souls of the recipients.

The research relies on the descriptive approach and is based on analysis, induction, and deduction in light of the literature on text linguistics. This is through examining the strategies and methods that the poet Ghazi Al-Gosaibi, may Allah have mercy on him, relied on in constructing the poem and employing linguistic elements and formulating it according to the method that achieved high media efficiency that was noticed by every recipient of the poem. These are the elements and methods whose starting point was “breaking expectation” and whose goal was “stirring interest.” And the influence industry.

The research includes an introduction and preface. The preface deals with two aspects (informativity, its concept and dimensions, and introducing the poet), in addition to two main sections. The first section deals with intertextuality in the poem and its role in achieving informativity competence. The second section reviews linguistic use and includes several demands. The conclusion includes the most important results and recommendations. In addition to an index of sources and references.

The research reached results, including that the text “O Dearest Men” by Ghazi Al-Gosaibi has a high informativeness, as the title of the poem came in the form of an appeal, and embodied the value and status of the elegy. Achieving informative efficiency, the poem was also full of intertextuality in areas that included meter, rhyme, vocabulary, and some ideas and structures. The intertextuality embodied a high level of informativeness in view of the surprise and attraction it caused to the recipient in the attempt to link the two texts and monitor what was new in the new text. The poem was also full of many shifts that achieved efficiency. Informativity; On the compositional level, the poem included introduction, delay, and deletion. The innovative artistic images in the poem (simile, metaphor, metonymy, and overall images) contributed to achieving a high level of informativity. The poem was also characterized by an expansion of meaning, and this expansion had a clear role in empowering and stabilizing the meaning and enhancing presence. mentality of the recipient.

Keywords: Informativity efficiency strategies, the poem “O Dearest Men” by Ghazi Al-Gosaibi

A study, text linguistics

المقدمة:

تتعدد النصوص، وتتنوع في طريقة بنائها، بتعدد الشعراء والكتاب، واختلاف قدراتهم وتفاوت إمكاناتهم اللغوية والفنية، وباختلاف مناهجهم وتوجهاتهم نحو الكتابة والإبداع، ويظل الشعر في ذروة سنام النصوص الإبداعية في اللغة العربية؛ فالعرب أمة شاعرة تحب الشعر وتجل الشعراء.

وإذا كان الكثير من البحوث والدراسات تناولت الشعر والنثر ونصوصهما المختلفة بالدراسة والتحليل من مناهج وزوايا وجهات ومجالات متعددة ومتنوعة؛ فإن معين هذه النصوص لا ينصب، وأسرارها وخباياها مليئة بما يستحق الدراسة والتحليل، ويظل البحث في مجال "التأثير" أو "العلاقة بين المبدع والمتلقي" من أهم المجالات وأدقها بل وأكثرها حساسية وصعوبة؛ لأنه في كثير من الأحيان يتجاوز اللغة إلى ما وراءها.

وهذا البحث يتحرك في هذه المنطقة الحساسة والمهمة؛ حيث يسعى إلى رصد أدوات التأثير ورفع مستوى الإعلامية إلى درجة "الكفاءة" في قصيدة "يا أعز الرجال" للشاعر غازي القصيبي؛ الذي يُعد أحد أبرز الأسماء الشعرية في العصر الحديث، ويأتي هذا البحث بعنوان: الكفاءة الإعلامية في قصيدة "يا أعز الرجال" لغازي القصيبي.. مظاهرها وأبعادها - مقارنة في ضوء علم لغة النص.

أهمية البحث:

تتجلى أهمية البحث من خلال المحاور الآتية:

١. قلة الدراسات والبحوث التي تناولت "الإعلامية" بصفاتها معياراً نصياً؛ مقارنةً بوفرة الدراسات التي عالجت وناقشت المعايير الأخرى كالتماسك النصي وغيره.
٢. كون هذا البحث يهدف إلى اكتشاف منطقة "التأثير"، والتأثير هو الغاية من النصوص، وتحقيق التأثير يتم من خلال وجود كفاءة لغوية ويعني نجاح عملية التواصل.
٣. الرغبة في استكشاف الأدوات والاستراتيجيات والأساليب اللغوية التي من خلالها تتحقق الكفاءة اللغوية من خلال دراسة قصيدة "يا أعز الرجال" للشاعر غازي القصيبي.
٤. كون القصيدة مرثية والمرثي هو الصديق الحميم للشاعر يترتب عليه أن يستخدم الشاعر أعلى إمكاناته اللغوية وأقوى استراتيجيات التأثير وأهم أساليب رفع الكفاءة الإعلامية، ومن هنا كانت دراسة هذه القصيدة على نحو خاص مهمة.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى:

١. رصد استراتيجيات رفع الكفاءة الإعلامية في شعر غازي القصيبي من خلال قصيدة "يا أعز الرجال".
٢. رصد دور "كسر التوقع" لدى المتلقي في تحقيق الكفاءة الإعلامية في القصيدة.
٣. رصد الأثر الذي يخلقه الانزياح اللغوي واستعمال اللغة وفق تشكيل خاص في صناعة الكفاءة الإعلامية في القصيدة.
٤. الكشف عن جانب التناص في القصيدة، وعن أثره في تحقيق الكفاءة الإعلامية.
٥. معرفة مدى أثر إعادة صياغة المفاهيم والأفكار والأسلوب القصصي في رفع مستوى الإعلامية في النص.

منهج البحث:

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي، ويستند إلى التحليل والاستقراء والاستنتاج، من خلال أدبيات نظرية علم لغة النص، والعمل على تقديم الإطار النظري يتبعه تطبيق هذا الإطار على قصيدة "يا أعز الرجال" للشاعر القصيبي، ومحاولة استنتاج النص للكشف عن استراتيجيات وأدوات خاصة تسهم في تحقيق الكفاءة الإعلامية وقد لا يكون تضمنها الإطار النظري؛ بالنظر إلى أن النصوص معروفة بثرائها واكتنازها ظواهر وأساليب متنوعة، وبالنظر إلى أن الأصل في اللغة الاستعمال، ويعتمد البحث في بعض جوانبه على الإحصاء.

الدراسات السابقة:

لم أجد - فيما اطلعت عليه - من دراسات وبحوث دراسة تناولت موضوع الكفاءة الإعلامية في شعر القصيبي أو في قصيدة "يا أعز الرجال" في ضوء نظرية علم لغة النص، وهناك دراسات عامة تناول بعضها الإعلامية في نصوص غير هذه القصيدة وغير شعر القصيبي، ودراسات أخرى تناولت شعر القصيبي من زوايا غير زاوية الكفاءة الإعلامية، وهذه الدراسات يمكن الاستفادة من بعضها تأسيساً، وتشمل:

١. قصيدة "يا أعز الرجال" لغازي القصيبي دراسة نقدية أسلوبية، د. ماهر فؤاد الجبالي، مجلة قطاع كلية اللغة العربية والشعب المنطرة لها، جامعة الأزهر - مصر، العدد ١٤.

٢. معيار الإعلامية لدى روبرت دي بوجراند وتجلياته في آيات القرآن الكريم - دراسة دلالية، حنان مصطفى ومحمد إخوان بن عبدالله، مجلة الدراسات اللغوية والأدبية، الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا، العدد الأول السنة العاشرة، يونيو ٢٠١٨م.
 ٣. تجليات الإعلامية في شعر تميم البرغوثي، د.مفلاح عبدالله، مجلة المدونة، مخبر الدراسات الأدبية والنقدية، جامعة البليدة، الجزائر، المجلد الرابع العدد الثاني، ديسمبر ٢٠١٧م.
 ٤. الإعلامية في كتاب حديث الأربعاء لطفه حسين دراسة في ضوء علم اللغة النصي، براء نصير جرمت وأ.د.نعيم سلمان البدري، مجلة جامعة واسط للعلوم الإنسانية، العراق، المجلد ١٦ العدد ٤٧، ٢٠٢٠م.
 ٥. الإعلامية وتجلياتها في قصة موسى والخضر في سورة الكهف وقصيدة مقابلة خاصة مع ابن نوح، صحيفة الألسن، كلية الألسن بجامعة عين شمس، مصر، العدد ٣٨ يناير ٢٠٢٢م.
 ٦. الإعلامية في النص الأدبي دراسة تطبيقية في قصيدة وصف الرياض للشاعر زين العابدين الكويتي، زيد دبيان الشمري ومحمد محمود أبو حسن، المجلة العلمية لكلية الآداب بجامعة طنطا، مصر، المجلد ٢٠١٦م العدد ٢٩.
 ٧. الإعلامية في قصيدة أندلسان لمحمد عبدالباري دراسة نصية، د.شاذلية سيد محمد السيد، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ٤١، يناير ٢٠٢٣م.
 ٨. الالتفات وأثره في رفع الكفاءة الإعلامية للنص عند الزمخشري - تفسير الكشف أنموذجاً، علاء مهدي عبدالجواد، مجلة مركز دراسات الكوفة للعلوم الإنسانية، ٢٠١٧م.
- تلك أبرز الدراسات التي اطلعت عليها حول القصيدة، وحول موضوع الإعلامية إجمالاً، وهي بعيدة عن الهدف الذي يسعى هذا البحث على نحو خاص إلى تحقيقه.

هيكل البحث:

يشتمل البحث على مقدمة وتمهيد، ويتناول التمهيد جانبين، كما يشتمل البحث على مبحثين رئيسيين، وتتضمن الخاتمة أهم النتائج والتوصيات، ويملأها فهرس للمصادر والمراجع، وذلك على النحو الآتي:

- مقدمة

- تمهيد ويضم:

١. الإعلامية: مفهومها وأبعادها

٢. التعريف بغازي القصيبي وقصيدة "يا أعز الرجال"

المبحثان:

المبحث الأول: التناس في القصيدة ودوره في تحقيق الكفاءة الإعلامية

المبحث الثاني: الاستعمال اللغوي ودوره في تحقيق الكفاءة الإعلامية

الخاتمة

المصادر والمراجع

التمهيد:

الإعلامية مفهومها وأبعادها:

من المعروف أن علم لغة النص فرع معرفي من فروع البحث اللغوي ظهر في النصف الثاني من الستينيات في غرب أوروبا، وينطلق من النظر إلى المكونات اللغوية من أفق أشمل يتجاوز الجملة إلى مساحات أوسع تشمل النص ومجموعة من النصوص، وتتمثل مهمة علم لغة النص في "وصف العلاقات الداخلية والخارجية للأبنية النصية بمستوياتها المختلفة، وشرح المظاهر العديدة لأشكال التواصل، واستخدام اللغة كما يتم تحليلها في العلوم المتنوعة"^(١).

وقد حدد علم لغة النص سبعة معايير لجعل النصية Textuality مشروعًا لإيجاد النصوص واستعمالها، وتتمثل هذه المعايير السبعة في السبك وهو يترتب على الروابط اللفظية الشكلية (الظاهرة)، والحبك ويعتمد على الربط المفهومي (الدلالي)، والقصد أو القصدية ويتضمن هذا المعيار موقف منشئ النص من كون صورة ما من صور اللغة قُصد بها أن تكون نصًا وهذا النص وسيلة من وسائل متابعة خطة معينة للوصول إلى غايتها، ويتمثل المعيار الرابع في القبول أو المقبولية ويتجسد في موقف مستقبل النص أو المتلقي، ومعياري رعاية الموقف (المقامية) وهو المعيار الخامس ويتعلق بالعوامل التي تجعل النص مرتبطًا بموقف سائد يمكن استرجاعه، ومن المعايير أيضًا التناص وهو يتضمن علاقة النص بالنصوص الأخرى، أما المعيار الأخير هنا فهو معيار الإعلامية والمقصود به القدرة على إيصال الرسائل وتحقيق الهدف من النص، وتلخيصًا لهذه المعايير السبعة؛ أشير إلى أن معياريين يتصلان بالنص ذاته وهما السبك والحبك، ويتصل معيارا القصدية والمقبولية بمستعمل النص منتجًا أو متلقيًا، فيما تتصل معايير الإعلامية والمقامية والتناص بالمحيط الثقافي والسياق المادي للنص^(٢).

الإعلامية Informativity:

سبقت الإشارة إلى أن الإعلامية هي أحد معايير النصية، وتُعنى الإعلامية بـ "مدى التوقع الذي تحظى به بعض وقائع النص المعروض في مقابل عدم التوقع، أو المعلوم مقابل المجهول"^(٣).

وتأسيسًا لمفهوم الإعلامية؛ هي من الفعل (أَعْلَمَ)، وأصله الثلاثي (عَلِمَ) الذي تدور معانيه حول الإبلاغ والإخبار والإفادة وتحصيل العلم للمخاطب الذي هو جاهلٌ به^(٤)، وتجعله بعض المعاجم بمعنى اليقين والمعرفة وتخصه بالعلم التام الذي جاء تاليًا لجهل تام^(٥)، ومن هنا يبدو المعنى اللغوي وثيق الصلة بالمعنى

الاصطلاحي، ففي الاصطلاح يُنظر إلى الإعلامية من جانبين^(٦)، أولهما يتعلق بالمعلومات فتكون هي الكم المعلوماتي الذي يشكل مضمون النص، لأن أي نص لابد أن يقدم خبراً ما، وهذا المفهوم عام تشترك فيه جميع النصوص^(٧)، كما ينظر إلى الإعلامية من جانب الجودة والتنوع، ويذكر دي بوجراند أن مصطلح الإعلامية لا يُنظر إليه من حيث كونه يدل على المعلومات التي تشكل محتوى الاتصال، بل من حيث يدل بالأحرى على ناحية الجودة والتنوع، الذي توصف به المعلومات في بعض المواقف^(٨).

وحيث يتحكم بالإعلامية - كما أسلف البحث - عنصران، المحتوى وطريقة تقديم المحتوى، جعلوا الإعلامية ثلاث درجات^(٩):

إعلامية الدرجة الأولى: وتتمثل في المحتوى المحتمل أو المتوقع في التركيب المحتمل أو المتوقع، ومعنى ذلك أن المعلومات والأفكار متوقعة وليست غريبة ولا جديدة، وطريقة تركيبها وصياغتها وعرضها متوقعة وليست غريبة ولا جديدة، فيدرك المتلقي المراد دون عناء، ويخلو الموقف الاتصالي من الحيوية والتفاعل والابتكار. إعلامية الدرجة الثانية: يتحقق هذا النوع من خلال المحتوى غير المتوقع أو المحتمل في التركيب المتوقع أو المحتمل أو العكس، وهذه الدرجة تتسم بالتحدي ولكنها تبقى في الإطار المتوسط وليس مثيرة للجدل. إعلامية الدرجة الثالثة: وفي هذا النوع يبدو التحدي كبيراً، فالمحتوى أو المعلومات والأفكار غير محتملة ولا متوقعة وهي مقدمة بطريقة إبداعية مبتكرة وليست محتملة ولا متوقعة.

وتبقى الإعلامية ذات جوانب متعددة، ويظل هناك جوانب حولها جدية بالحديث والكشف وهو ما سيرد ويتضح في المباحث القادمة من هذا العمل العلمي.

الشاعر: غازي القصيبي وقصيدة يا أعز الرجال^(١٠):

يُعد الشاعر غازي بن عبدالرحمن القصيبي أحد أبرز شعراء العصر الحديث في المملكة العربية السعودية، ولد في مارس ١٩٤٠م وتوفي - رحمه الله - في ١٥ أغسطس ٢٠١٠م، وقد جمع القصيبي الشعر والإبداع والعمل الإداري والوزاري والدبلوماسي، وتدرج في مناصب عديدة في المملكة.

وقد قضى القصيبي سنوات عمره الأولى في الأحساء، ثم انتقل إلى البحرين، ودرس فيها مراحل تعليمه العام، وحصل من جامعة القاهرة على درجة البكالوريوس من كلية الحقوق، ومن جامعة جنوب كاليفورنيا

بالولايات المتحدة الأمريكية على درجة الماجستير في العلاقات الدولية، وحصل على الدكتوراه في العلاقات الدولية من جامعة لندن.

وقد تولى القصيبي مهام إدارية ودبلوماسية، وعمل في حقول متعددة، حيث عمل أستاذًا مساعدًا في كلية العلوم الإدارية بجامعة الملك سعود في الرياض، وشغل منصب عميد كلية التجارة بجامعة الملك سعود، كما عمل مديرًا للمؤسسة العامة للسكك الحديدية، ثم وزيرًا للصناعة والكهرباء، ثم وزيرًا للصحة، ثم عين سفيرًا للمملكة لدى مملكة البحرين، ثم سفيرًا لدى بريطانيا، ثم وزيرًا للمياه والكهرباء، ثم وزيرًا للعمل.

أما من حيث الإنتاج الأدبي؛ فقد أصدر القصيبي - رحمه الله - دواوين شعرية متعددة وكتبًا متنوعة، ودارت حول فنه وإبداعه وسيرته عددٌ من الرسائل العلمية والبحوث والدراسات، ومن أشهر إصداراته: الأعمال الشعرية الكاملة، ودواوين: أشعار من جزائر اللؤلؤ، وقطرات من ظمأ، ومعركة بلا راية، وأبيات غزل، وأنت الرياض، والحمى، والعودة إلى الأماكن القديمة، وكتاب "حياة في الإدارة"، وكتاب "الوزير المرافق"، وكتاب "التنمية.. الأسئلة الكبرى"، وديوان "يا فدى ناظريك"، وديوان "قراءة في وجه لندن"، ومؤلفات أخرى متعددة.

أما قصيدته موضوع الدراسة "يا أعز الرجال"؛ فهي إحدى قصائد ديوانه "حديقة الغروب"^(١١)، وهي قصيدة عمودية تقع في خمسة وأربعين بيتًا، وقد كتبها في رثاء صديقه يوسف الشيراوي، رحمه الله، وفيها من الخصائص والأفكار والصور والأساليب والإبداع الذي صنعتها العاطفة الصادقة ما ستكشف الصفحات القادمة من جوانب منه.

المبحث الأول: التناص في قصيدة (يا أعز الرجال) ودوره في تحقيق الكفاءة الإعلامية:

يعرّف النصيون التناص - بصفته أحد معايير النصية السبعة - بأنه: علاقة بين نصين أو أكثر بما يؤثر على طريقة قراءة النص المتناص Intertext أي الذي تقع فيه آثار نصوص أخرى أو أصدائها^(١٢)، وإذا كان التناص جديداً في المصطلح؛ فهو قديم في المفهوم، وقد حفلت كتب الأقدمين بالحديث عن التأثير والتداخل والتفاعل بين النصوص على اختلاف المسميات التي وضعوها^(١٣)، وحديثاً ظهر مصطلح التناص على يد الباحثة جوليا كريستيفا في عدة بحوث صدرت عامي ١٩٦٦-١٩٦٧م، وتتعدد قضايا التناص وأقسامه وأنماطه وصوره والآراء حوله، ولكن البحث سيقصر على نماذج منه في القصيدة، وأثره في تحقيق الكفاءة الإعلامية النصية فيها.

وقصيدة "يا أعز الرجال"، تشتمل على تناص من عدة وجوه:

١. الوزن (بحر الخفيف).

٢. القافية.

٣. المفردات.

٤. التراكيب والأبنية.

٥. الصور.

وقد وضّح الشاعر في الديوان هذا التناص؛ حين قال في حاشية الصفحة الأولى من القصيدة "سيلحظ عشاق المتنبّي في القصيدة أصداء كثيرة لقصيدة المتنبّي التي تبدأ: ما لنا كلُّنا جوٍ يا رسول.. وكنا - يوسف وأنا - نعشقها"^(١٤).

ويبدأ التناص من مطلع القصيدة، حيث يقول القصيبي^(١٥):

يا أعز الرجال ماذا تقول أطويل هذا الأسي أم يطول؟

فهو يتناص مع قول المتنبّي^(١٦):

نَحْنُ أدري وقد سألنا بنجد أقصير طريفنا أم يطول؟

وهنا يأتي التناص بين البيتين ليؤكد أن "الكتابة لا تحدث بشكل معزول أو فردي ولكنها نتاج لتفاعل ممتد لعدد لا يحصى من النصوص المخزونة في باطن المبدع، ويتمخض عن هذه النصوص جنين ينشأ في ذهن الكاتب ويتولد عنه العمل الإبداعي الذي هو النص"^(١٧).

أما كيف يكون التناص سبيلاً إلى رفع درجة الإعلامية؛ فالمعروف أن المتلقي ينتظر نصاً وحين يكسر الشاعر التوقع ويتناص مع غيره يبدأ ذهن المتلقي في محاولة الربط واستحضار النص الآخر ويزيد الاهتمام ويعلو التركيز ويقوى الارتباط الذهني بالنص؛ ومن هنا تتحقق الكفاءة الإعلامية، وكذلك يأتي دور التناص في رفع درجة الإعلامية من خلال أنه "حينما يقرأ المتلقي القصيدة يتذكر معنى النص المضمن؛ فيتوقع المتلقي أنه سيقراً المعاني نفسها؛ لكن حينما يكمل القراءة يصطدم بما يخالف المعنى، أو يتعارض معه تماماً، ومن هنا تحدث المفاجأة وعدم التوقع للمتلقي؛ وبذلك ترتفع إعلامية النص"^(١٨).

ومن التناص في القصيدة قول القصيبي^(١٩):

إلفُ هذا الهواءِ أوقعَ في الأنفس أن الجِمامَ شرٌّ وبيلُ

فقد نص القصيبي نفسه في الديوان على أن فيها تناصاً وتضميناً مع قول المتنبي^(٢٠):

إلفُ هذا الهواءِ أوقعَ في الأندفس أن الجِمامَ مرُّ المذاقِ

والتناص هنا بين هذين البيتين هو "لملحٌ من ملامح شعرية النص، كما أنه من سمات الخطاب الشعري، ومن خصائصه، كما أن التناص كان له دورٌ كبيرٌ في تشكيل الصورة الشعرية في البيت، والصورة الشعرية مفصلٌ من مفاصل العمل الشعري، فالشاعر هنا صوّر إلف الحياة والارتواء في أحضانها بأنه نذيرٌ يحذر من الموت ويسوق هذا التحذير للشاعر وصديقه"^(٢١).

إن هذا التناص وما يترتب عليه من الارتداد إلى الماضي أو استحضاره "من أكثر الأمور فعالية في عملية الإبداع، فقد يحدث تماس - أو بالضرورة سوف يحدث تماس - يؤدي إلى تشكيلات تداخلية قد تميل إلى التماثل وقد تتحاز إلى التخالف وقد تنصرف إلى التناقض، وفي كل ذلك يكون للنص الجديد موقف محدد إزاء هذا التماس، ومن ثم تتجلى فيه إفرات نفسية مميزة تتراوح بين الإعجاب الشديد والرفض الكامل، وبينهما درجات من الرضا أحياناً والسخرية أحياناً، إلى غير ذلك من ظواهر المعنى الشعري التي تدخل دائرة التناص على نحو من الأنحاء"^(٢٢).

ومن التناص - أيضاً - في قصيدة "يا أعز الرجال" للقصيبي قوله^(٢٣):

نم قريراً لديك حزني وضحكي فعلى أي جانبك تميل؟

حيث تناص مع قول المتنبي^(٢٤):

وسوى الروم خلف ظهرك رومٌ فعلى أي جانبك تميل؟

ومنه قوله^(٢٥):

كفكف الدمع يا صديقي وانهض
إذ جاء متناصاً مع قول المتنبي^(٢٦):

زودينا من حسن وجهك ماداً
م فحسُّ الوجوه حالٌ تحول
وإذا كانت قصيدة المتنبي هذه في مدح سيف الدولة الحمداني تبدأ بقوله^(٢٧):

ما لنا كلُّنا جوٍ يا رسول؟ أنا أهوى وقلبك المتبول
فإن القصيبي قد استحضر شطر البيت في قوله^(٢٨):

وهنا خيمةُ القصيدِ أعد لي ما لنا كلُّنا جوٍ يا رسول

إن هذا التناص يُكسب النص حياة وحيوية، ويجعل المتلقي في موطن اليقظة ودائرة النشاط، وانفصال النص عن ماضيه ومستقبله يجعله نصّاً عقيماً وغير خصب، وهذا النوع - كما يقول رولان بارت - (نصٌ بلا ظل)^(٢٩).

ومما يعزز ويؤكد دون التناص في رفع مستوى الإعلامية وصف اللغويين إياه بأنه ترحالٌ للنصوص وتداخلٌ نصيٌّ، ففي فضاء نص معين تتقاطع وتتفاى ملفوظات عديدة مقتطعة من نصوص أخرى^(٣٠).

ويتفق اللسانيون على أن التناص ضروريٌّ لعملية التلقي، كما هو ضروريٌّ لعملية الكتابة، ومحورٌ من محاور تحقيق الكفاءة الإعلامية للنص، وينبع ذلك من قدرة التناص على إثراء النص وشحنه بطاقة رمزية تدفع المتلقي إلى الاهتمام وإعمال الذهن وبذل جهد فكري في فك شفرات النص المتداخلة^(٣١).

ويبقى التناص في قصيدة "يا أعز الرجال" متجاوزاً الجانب السطحي إلى الجانب الدلالي ومكونات الناص العميقة؛ فوجوه التناص مع قصيدة المتنبي بارزةٌ وواضحةٌ، وقد سبقت الإشارة إلى أن القصيدتين المتناصتين جاءتا على بحر واحد وقافية واحدة، وهو تناص صوتي، وقد جاءت القافية على روي اللام المضمومة، وهي قافية مطلقة متحركة بالضم، وهي كذلك قافية مردوفة سبقت بالواو أو الياء، والروي حرف اللام، وهو حرف لساني يخرج من إحدى حافتي اللسان ومجهور ينبجس النفس معه عند النطق؛ لقوة الاعتماد عليه في مخرجه، وهو يناسب حالة الحزن في القصيدة والموقف الانفعالي النفسي^(٣٢).

وكلتا القصيدتين على بحر الخفيف التام، "والخفيف أخف البحور على الطبع، وأطلاها للسمع، يشبه الوافر ليئاً، ولكنه أكثر سهولةً وأقرب انسجماً، وإذا جاء نظمه رأيتُه سهلاً ممتنعاً لقرب الكلام المنظوم فيه من القول المنثور، وليس في جميع بحور الشعر بحرٌ نظيره، ويصح للتصرف بجميع المعاني"^(٣٣).

أما على مستوى الكلمات الواقعة في قافية الأبيات فقد وقع التناص في ثلاث عشرة مفردة على النحو الآتي:

م	الكلمة	رقم البيت عند القصيبي	رقم البيت عند المتنبي
١	يطول	١	١٣
٢	الجميل	٤	٢٩ (جميل)
٣	ورحيل	٩	١٥ (الرحيل)
٤	يزول	١١	١٩
٥	تحول	١٢	٦
٦	دليل	١٤	٥
٧	نخيل	١٥	٣٢ (والنخيل)
٨	عقول	١٦	٣ (العقول)
٩	رسول	١٧	١
١٠	الخيول	١٩	٣١
١١	الذبول	٣٤	٩
١٢	التبديل	٣٥	١٠
١٣	تميل	٤٥	٣٥

المبحث الثاني: الاستعمال اللغوي ودوره في تحقيق الكفاءة الإعلامية:

يؤدي الاستعمال اللغوي دوره في تحقيق الكفاءة الإعلامية، من خلال طريقة الاستعمال والبناء والتركيب، وكذلك من خلال المحتوى المقدم ومدى الابتكار فيه، وسيستعرض جوانب من هذا الموضوع.

أ/ العنوان:

جاء العنوان على هيئة النداء، وجاء المنادى مركباً إضافياً (يا أعز الرجال)، وفي العنوان من دلالة القرب النفسي مع المرثي، وكونه أعز الرجال وأقربهم منزلة وأعلاهم قدراً ومكانة لدى الشاعر، ما يؤكد ذلك، فضلاً عما تقتضيه كلمة "الرجال" من المعاني والقيم.

ولا يمكن مقارنة أسلوب نداء إنشائي حيوي كهذا بما يمكن أن يكون من عبارات التقرير التي يمكن أن تكون عنواناً لأي مرثية، كأن تقول (نجمٌ أفل) أو (رحيلٌ وبكاءٌ) ونحوهما، فعنوان القصيدي مليءٌ بدلالات الحسرة والأسى، وهو مؤشرٌ على المكانة الرفيعة للمنادى، إذ يستعمل النداء في موطن التقدير والحرص والمحبة على نحو قوله تعالى: (يا أبت أني أخاف أن يمسك ...) (٣٤).

وإن مما يكسر التوقع ويزيد الاحتمالات ويرفع مستوى إعلامية هذا النص من خلال عنوانه تعدد التأويل فيه، فلا يمنع أن يكون هذا العنوان في دلالاته على غرار قول الشاعر (٣٥):

حُمِلْتُ أَمْرًا عَظِيمًا فَاصْطَبِرْتُ بِهِ وَقَمْتُ فِيهِ بِأَمْرِ اللَّهِ يَا عَمْرَا

وبممارسة الخفض التقديمي الذي هو أحد أنواع خفض الإعلامية، تتكشف للمتلقي الجوانب المتعلقة بـ (أعز الرجال) ومعرفة جو القصيدة وغرضها.

ويتسم العنوان هنا - أيضاً - بأنه الأيقونة الرئيسة للتجربة الشعورية وقد تكرر أربع مرات في ثنايا القصيدة، وهذا التكرار للعنوان "تصوير حي لنقل المشهد النفسي الذي يعتل في داخله، وإعادة هذه الجملة بنصها في أكثر من موضع يعكس وطأة الفراق والحسرة والإقرار بتميز الشخصية التي يتحدث عنها، ودلالة كلمة الرجال وتكرارها - أيضاً - تعكس ما ينطوي عليه إحساس الشاعر من هذا الواقع الهائل الذي يتردد بين الإعجاب والحسرة" (٣٦).

ب/ الانزياح في الاستعمال:

يقصد بالانزياح: استعمال التراكيب والعلاقات اللغوية بين المكونات بخلاف المعتاد، ويشمل الانزياح هنا جانبين، أحدهما يتعلق بالاستعمالات اللغوية والتركيبية على نحو خاص كالحذف والتأخير ونحوها، والآخر يتعلق بالاستعمالات البلاغية المتعلقة بالعلاقات وتشمل التشبيه والكناية والاستعارة ونحوها^(٣٧). ويأتي دور الانزياح في رفع درجة الإعلامية من خلال مخالفته الأصل وانتهاكه السائد وكسره التوقع، وذلك أنه يخالف الرتبة المعهودة أو العلاقات بين المفردات التي وضعها النظام اللغوي، وهذا ما يصنع لدى المتلقي موقفاً^(٣٨).

وقصيدة (يا أعز الرجال) حافلة بأنماط الانزياح اللغوي على اختلافها، ومن ذلك:

الالتفات:

يمكن تعريف الالتفات بأنه: نوع من التعبير يتغير فيه الاستعمال بالانتقال بين الضمائر أو بين وجوه الكلام^(٣٩).

ومن نماذج الالتفات في قصيدة "يا أعز الرجال"، قول غازي القصيبي وقد تحول فيه الضمير من الخطاب الذي يفهم من سياق النداء إلى التكلم:

يا أعز الرجال! يعرف قلبي أن حمل الفراق عبء ثقيل^(٤٠)

ويأتي التحول على مستوى البيتين أو أكثر، حيث تحول الضمير من المخاطب إلى المتكلم ثم إلى المخاطب في قوله^(٤١):

كفكف الدمع يا صديقي وانهض واحضن اليوم فهو حالّ تحول

يا أعز الرجال أمر مطاع نضب الدمع وارتوى المنديل

أدخل الآن باسمًا عالم الذكرى وأمشي فيه.. وأنت الدليل

ويأتي دور الالتفات في رفع درجة الإعلامية من خلال كسر التوقع وذلك بالانتقال بين الضمائر أو وجوه الكلام على نحو لا يرد في ذهن المتلقي أو توقعه وفيه إثارة اهتمام ولفت انتباه.

التقديم والتأخير:

وضع النحويون واللغويون إطاراً يحكم الجملة من حيث التقديم والتأخير، وكانت الرتبة وتحديد محل اهتمامهم، ولكن النظام اللغوي مرناً ويمكنه أن يتشكل في حدود معينة على النحو الذي يخدم الدلالة ويحقق التواصل.

ولا يأتي التصرف في الكلام عند الشعراء عبثاً أو جبّراً، ومن ذلك التقديم والتأخير الذي يمارس الشاعر التصرف فيه رغبةً في مشاركة القارئ النص، والأخذ بيده ليتلمس مواطن الجمال الفني، لإيجاد نوع من التواصل الوجداني، والتفاعل الفكري والنفسي، بالمستوى الذي يجعل المتلقي يعيش اللحظة الشعرية وبحس أثرها الفني^(٤٢).

ويبرز التقديم والتأخير ظاهرة أسلوبية واضحة في قصيدة (يا أعز الرجال)؛ حيث استغل الشاعر المساحة التي تمنحها اللغة في الرتبة ليعبر من خلال تصرفه في هذا الجانب عن مشاعره وحزنه العميق. وقد برز تقدم الجار والمجرور بشكل واضح ومثله الظرف والمفعول به وبعض المعمولات في الأبيات الآتية^(٤٣):

وليلي الفراق.. كيف تراها	وشعاع الصباح <u>فيها قتل</u>
وهنا قاعة الدراسة فكر	وعقول <u>تعب منها عقول</u>
كنت <u>حشداً من النفوس غريباً</u>	ما <u>لنفس بين النفوس مثيل</u>
تتلاقى فيها العواصف والصحو...	<u>ويلقى الهجير ظل ظليل</u>
تتلاقى فيك البراءة والمكر..	<u>ويلقى الخبير طفل جهول</u>
<u>في أسارىك ابتسام مريح</u>	<u>وعلى ناظريك حلم نبيل</u>
كل شيء <u>لكل شيء... عدو</u>	كل شيء <u>لكل شيء زميل</u>
كنت تمشي مع الملوك... وحيناً	<u>في جموع المهمشين.. تجول</u>
وهنا مدخل الوزارة.. شوط	<u>والقرارات في السابق الخيول</u>
أي سحر.. يغوى.. ويغري.. ويغوي	عطش لا <u>يبل منه غليل</u>
عدت من رحلة الطموح وفي	<u>روحك من لفحة الطموح ذبول</u>
اطرح حلة الوزارة والبس	فكرة ما <u>لحسنها تبديل</u>

قلت لي باسمًا لديَّ جوابٌ
والتفاصيلُ يا صديقي فُضولُ
كيف كان اللقاء بالموت؟ قل لي!
أكما يحتوي الخليل.. خليلُ

كل هذا التقديم والتأخير يجعل المتلقي يواجه خلاف توقعه فيبحث بذهنه في رتبة الجملة وفي سبب هذا الخروج عن الرتبة الأصلية، وهو ما يجعل الإعلامية ترتفع في مستواها.
الحذف:

وجود الفجوات النصية هو أحد مظاهر واستراتيجيات الكفاءة الإعلامية، من منطلق تعدد الاحتمالات في أذهان المتلقين عند محاولة تقدير المحذوف وسد هذه الفجوة البارزة في النص "ففي المسكوت عنه تحريضٌ للمتلقي، وتحفيزٌ على المشاركة في تشكيل الفكرة"^(٤٤).

وهنا خمسة نماذج في قصيدة (يا أعز الرجال) للحذف، وفي الحاشية بعض إيضاح لأبعاد الحذف:

يا أعز الرجال! <u>أمرٌ مطاعٌ</u>	نضب الدمع.. وارتوى المنديل ^(٤٥)
وهنا خيمة القصيد أعد لي	<u>ما لنا كلنا جو يا رسول^(٤٦)</u>
عجبًا منك كم تثير حروبًا	ثم تمضي موادعًا... <u>وثقيل^(٤٧)</u>
شد دنياك للبريق طموحٌ	<u>أي سحر هذا الطموح القتل^(٤٨)</u>
أي سحرٍ.. ويغوى.. ويغري.. ويغوي	<u>عطش لا يبيل منه غليل^(٤٩)</u>

وللحذف دورٌ فاعلٌ في تعزيز دور المتلقي؛ حيث "يتمثل دور المتلقي في العمليات الذهنية التي يقوم بها الناتجة عن الحذف، فتعمل على بعث الخيال وتنشيط الإيحاء، فيرتبط تعدد دلالات النص بتعدد المتلقين وثقافتهم ومعرفتهم بأعراف اللغة وتنوع القدرة على الاحتفاظ بالعنصر / العناصر المحذوفة في الذاكرة لحين الانتهاء من القراءة؛ مما ينتج عنه استمرارية في التلقي، وفي الربط المفهومي بتعليق الكلام اللاحق على السابق"^(٥٠)، ومن هنا يكون الحذف أحد استراتيجيات تحقيق الكفاءة الإعلامية.

التشبيه والاستعارة والكناية:

من مظاهر الانزياح في العلاقات التي تحكم مكونات التراكيب التشبيه والاستعارة والكناية، وهي فنون لغوية بيانية مركزة ممارسة تجاوزية في الإسناد وتشكيل العلاقات بين عناصر التركيب.
والتشبيه - كما يرى ابن رشيق^(٥١) - هو صفة الشيء بما شاكله وقاربه من جهة واحدة أو من عدة جهات، لا من جميع جهاته؛ لأنه لو شاكله كلية لكان إياه.

وإذا كانت الجدة أحد مبادئ الكفاءة الإعلامية، فإن تشبيهات القصبي في قصيدة (يا أعز الرجال) وصوره الفنية صور مبتكرة، ومن التشبيهات التي تضمنتها القصيدة، ولها دورها في تحقيق الكفاءة الإعلامية^(٥٢):

وشعاع الصباح فيها قتيلٌ

الغابر.. المغاني الطلول؟

أن هذي الحياة طيفٌ يزولُ

وغديرٌ ونسمةٌ ونخيلُ

والقرارات في السباق الخيولُ

ما لنفسٍ بين النفوس مثيلُ

وسلاماً كأنك المستحيلُ

وليلي الفراق كيف تراها

والمغاني الطلول.. هل تسترد الفرح

أعقل الناس من يعيش.. ويدي

ها هنا واحة الصداقة عشبٌ

وهنا مدخل الوزارة شوطٌ

كنت حشداً من النفوس غريباً

كنت عنفاً ورقةً وخصاماً

وتعرّف الاستعارة بأنها ادعاء معنى الحقيقة في الشيء عن طريق المبالغة في التشبيه، مع حذف أحد طرفي التشبيه، والعلاقة في الاستعارة المشابهة مع وجود قرينة مانعة من إرادة المعنى الأصلي^(٥٣). ومن الاستعارات التي وردت في القصيدة^(٥٤):

أترى يرجع الزمانُ الجميلُ؟

واحضن اليومَ فهو حالٌ تحولُ

نضب الدمعُ وارتوى المنديلُ

وأمشي فيه.. وأنت الدليلُ

وعقولٌ تعبٌ منها عقولُ

روحك من لفحة الطموح ذبولُ

فكرة ما لحسنها تبديلُ

وضجُّ الترحيبُ.. والتأهيلُ^(٥٥)

والزمان الذي دفناه طُهرًا

كفكف الدمع يا صديقي وانهضُ

يا أعز الرجال! أمرٌ مطاعٌ

أَدْخُلُ الآنَ باسمًا عالمَ الذكرى

وهنا قاعة الدراسة فكرٌ

عدت من رحلة الطموح وفي

اطرُحْ حُلة الوزارة والبس

أتلقاك واجمًا؟ أم تلقاك

وإذا كان الباحثون يؤكدون أن الابتكار والجدة أساس الكفاءة الإعلامية "فالجدة هذه هي الوظيفة الثابتة من وظائف الصورة الاستعارية... وجدة الاستعارة معناها قدرتها على أن تظهر الصورة جديدة على أعيننا

وقلوبنا، فتُحدث بذلك أثرها في نفوسنا عن طريق خلق صور غير مألوفة، والذي يجعل الاستعارة تكتسب هذه القيمة هو ذلك التفاعل الذي يحدث بين طرفيها^(٥٦).

وفي تعريف مصطلح الكناية بين الجرجاني أن الكناية تتمثل في "أن يريد المتكلم إثبات معنى من المعاني فلا يذكره باللفظ الموضوع له في اللغة، ولكن يجيء إلى معنى هو تاليه وردفه في الوجود؛ فيوحي به إليه وبجعله دليلاً عليه، مثال ذلك قولهم: هو طويل النجاد، يريدون طويل القامة، وكثير رماد القدر، يعنون كثير القرى"^(٥٧).

وقد اشتملت القصيدة على عدة كنايات تتفاوت وضوحاً وغموضاً، ومن نماذجها قوله كنايةً عن تغير الأحوال وتبدل الليالي والأيام:

هذه سنه الحياة.. غروبٌ وشروقٌ.. ومنزلٌ.. ورحيلٌ

وكبيرٌ يمضي.. ويأتي صغيرٌ وفصولٌ وراءهن فصولٌ

ويبين إحدى صفات المرثي، وهي خبرته الواسعة بالحياة رخاءً وشقاءً؛ فيقول :

قد خبرت الحياة.. وهي جبالٌ وألفت الحياة.. وهي سهولٌ

ويشير إلى أن آخر القضية - مهما كان حجم الحزن والتشكي - تسليمٌ بالأمر الواقع، وقبولٌ لما تم، فيقول في أسلوب كناية:

يا أعز الرجال! أمرٌ مطاعٌ نضبَ الدمعُ وارتوى المنديلُ

ويكني عن جو الحزن والألم الذي حوّل الوقتَ ليلاً سرمدياً؛ فيقول:

ولبالي الفراق.. كيف تراها وشُعاع الصباح فيها قتيلٌ

ويرسم صورة وجه المرثي، بأسلوب الكناية، وقد تعددت مشاعره، واختلطت ملامحه:

وتراءيت لي.. ووجهك حُبٌ وحنينٌ.. ولهفةٌ. وذهلٌ

تلك بعض كنايات القصيدي في قصيدة (يا أعز الرجال)، والملاحظ ارتباطها بالصور الفنية كالتشبيه والاستعارة، أما دور الكناية في رفع درجة إعلامية النص فهو دورٌ فاعلٌ؛ "لأن المتكلم لا يعبر عن المعنى باللفظ الموضوع له في اللغة، لكنه يأتي بمعنى آخر يحمل في باطنه المعنى المراد، وهي بهذا تدفع المتلقي وتستثيره للبحث عن ذلك المعنى؛ ولهذا عُدت من الوسائل التي ترفع من إعلامية النصوص بما فيها من الجودة

والطرافة في التعبير والبعد عن المتوقع المألوف، كما أن ما في الكناية من تجسيد للمعنى يكسبها قوة، ويجعلها أكثر أثراً؛ لأن ما يُدرك بالحواس أعلقُ بالنفس وأثبت^(٥٨).

توسيع الدلالة:

من مبادئ الإعلامية توسيع الدلالة، والقصيدة كما هو واضح قائمة على توسيع الدلالة، فكل منظومة من الأبيات تعبر عن فكرة وتجسد مشهداً، خذ مثلاً صفة المراثي المتمثلة في جمعه بين المتناقضات من حزم ولين وشدة وتسامح ونحوها، كان من الممكن أن يعبر عنها بيت شعري واحد، غير أن الشاعر ليحقق الكفاءة الإعلامية، وليمكن هذا المعنى، وسّع الدلالة فقال:

كنت حشداً من النفوس غريباً	ما لنفسٍ بين النفوس مثيلُ
تتلاقى فيك العواصف والصحو...	ويلقى الهجير ظلّ ظليلُ
تتلاقى فيك البراءة والمكر..	ويلقى الخبير طفلٌ جهولُ
كل شيءٍ لكل شيءٍ عدوٌّ	كل شيءٍ لكل شيءٍ زميلُ
عجباً منك! كيف تعتورُ الأضدادَ	روحاً.. ولا يضجُّ النزيلُ؟
في أسارىك ابتسامٌ مريحٌ	وعلى ناظريك حلمٌ نبيلُ
عجباً منك! قُرب كلِّ مُحِبٍّ	لكَ نَدٌّ مقارعٌ.. وعُدُولُ
عجباً منك! كم تُثير حروباً	ثم تمضي موادعاً وتُقيلُ
كنتَ تمشي مع الملوكِ وحيئاً	في جموع المهتمّشين تجولُ
كنتَ عنفاً ورقةً وخصاماً	وسلاماً كأنك المستحيلُ

تلك كانت صورة المراثي في تعامله وصفاته، والواضح هنا أن الشاعر أبدع في توسيع الدلالة حتى لكأنك تتابع قصة أو رواية متسلسلة الأحداث، دون أن يكون هناك تكرار أو ترهل أو ضعف في النص، فضلاً عن قدرته الباهرة على رسم صور جزئية كوّنت في مجموعها صورة كلية، وهذا نموذجٌ يؤكد أن القصيدة قائمة على توسيع الدلالة وفق عدة مكونات محددة وهي تأخذ الطابع القصصي وطابع توسيع الدلالة وتوليد الصور الجزئية لتكوين صورة كلية، وتلك بلا شك من أهم ركائز تحقيق الكفاءة الإعلامية وإثارة اهتمام المتلقي.

الحوار والخطاب:

يمنح الحوار النصوص حيويةً وحضورًا فاعلاً، والقصيدة تشتمل على حوار بدأت الإشارة إليه من العنوان "يا أعز الرجال"، والبيت الأول الذي يحاور فيه المرثي:

يا أعز الرجال!... ماذا تقولُ أطويلُ هذا الأسي.. أم يطول؟!

ويستمر هذا الحوار على مدى ستة أبيات في شكل أسئلة يطرحها الشاعر على المرثي، ثم يأخذ الحوار

صورة أخرى يكون فيها المرثي هو المتحدث بعد أن تأمل وجه الشاعر، يقول:

وتراءيت لي.. ووجهك حُبٌّ وحنينٌ.. ولهفٌ. وذهولُ

وتأملتني.. وقلت: تجلُّدُ لا أطيق الدموعَ حين تسيلُ

إلى آخر الأبيات، وإضافةً إلى الحوار، يسيطر على القصيدة الخطاب وتحضر الضمائر التي تدل على المخاطب بوفرة، من أول القصيدة إلى منتهاها، وهو الحضور الكفيل ببث الحيوية في القصيدة، وإثارة اهتمام المتلقي، ومن هنا رفع مستوى إعلامية النص.

الخاتمة:

- وصل هذا البحث إلى عدد من النتائج، من أبرزها:
- الإعلامية هي أحد معايير النصية، وهي تبحث في العلاقة بين الكاتب والمتلقي.
 - يمكن رفع مستوى الإعلامية من خلال استراتيجيات وأدوات لغوية وغير لغوية في ضوء التحكم بركنيها (المحتوى، وطريقة عرض المحتوى).
 - يتمتع نص "يا أعز الرجال" لغازي القصصية بإعلامية عالية، انطلقت من صدق العاطفة ومرارة الفقد، وانعكست من خلال أدوات واستراتيجيات متعددة.
 - جاء عنوان القصيدة على هيئة نداء، وجسد قيمة المرثي ومكانته؛ محققاً الكفاءة الإعلامية.
 - حفلت القصيدة بتناص في مجالات شملت الوزن والقافية والمفردات وبعض الأفكار والتراكيب، وكان جل التناص مع قصيدة المتنبي الشهيرة "مالنا كلنا جَوَّ يا رسول".
 - جسّد التناص مستوى إعلامية مرتفعاً بالنظر إلى ما أحدثه من مفاجأة وجذب للمتلقى في محاولة الربط بين النصين، ورصد ما استجد في النص الجديد.
 - حفلت القصيدة بانزياحات كثيرة حققت الكفاءة الإعلامية.
 - على المستوى التركيبي اشتملت القصيدة على تقديم وتأخير وحذف وظواهر تركيبية متعددة على النحو الذي يثير اهتمام المتلقى ويرفع مستوى الإعلامية.
 - أسهمت الصور الفنية المبتكرة في القصيدة (التشبيه، والاستعارة، والكناية، والصور الكلية) في تحقيق مستوى عالٍ من الإعلامية.
 - اتسمت القصيدة بتوسيع الدلالة، وهذا التوسيع كان له دوره الواضح في تمكين المعنى وتثبيته وتعزيز الحضور الذهني للمتلقى.

ملحق (القصيدة كما كُتبت في الديوان)

يا أعز الرجال^(٥٩)

- في وداع الصديق يوسف الشيراوي، - رحمه الله - رجل لا يتكرر -
- يا أعزَّ الرجال!... ماذا تقولُ
- أطويلُ هذا الأسى.. أم يطولُ؟!
- وليالي الفراق.. كيف تراها
- وشعاع الصباح فيها قَتيلُ؟
- والمغاني الطلول.. هل تسترد الفرح
- والغابر.. المغاني الطلول؟
- والزمان الذي دفناه ظهرًا
- أترى يرجع الزمانُ الجميلُ؟
- يا أعز الرجال! يعرف قلبي
- أن حمل الفراق عبءً ثَقيلُ
- ولياليه موحشات.. شُكولُ
- وأماسيه.. رنة.. وعويلُ
- وتراعت لي.. ووجهك حُبُّ
- وحنين.. ولهفة.. وذَهولُ
- وتأمَلتني.. وقلت: تجلّد!
- لا أطيقُ الدموع حين تسيلُ
- هذه سُنَّة الحياة.. غروبُ
- وشروق.. ومنزل.. ورحيلُ
- وكبيرٌ يمضي.. ويأتي صغيرُ
- وفصولٌ وراءهنّ فصولُ
- أعقل الناس من يعيش.. ويدري
- أن هذي الحياة طيفٌ يزولُ
- كفكف الدمع، يا صديقي، وانهضْ
- واحضن اليوم فهو حالٌ تحولُ
- يا أعز الرجال! أمرٌ مطاعُ
- نضب الدمع.. وارتوى المنديلُ
- أدخلُ الآن، باسمًا، عالم الذكرى
- وأمشي فيه.. وأنتَ الدليلُ
- هاهنا واحة الصداقة... عشبُ
- وغدير.. ونسمة.. ونخيلُ
- وهنا قاعة الدراسة.. فكرُ
- وعقولٌ تعبُ منها عقولُ
- وهنا خيمة القصيد... أعد لي
- "مالنا كلُّنا جَوِّ يا رسولُ؟"
- وهنا غرفة الضجيج.. هراءُ
- وأقاصيصٌ جلها منحولُ
- وهنا مدخل الوزارة.. شوطُ
- والقراراتُ في السباقِ الخيولُ
- ها هنا أنت... فالزمان مليءُ
- وهنا أنت... فالمدى مأهولُ
- كنتَ حشدًا من النفوس غريبًا
- ما لنفسي بين النفوس مثيلُ

- تتلاقى فيك العواصفُ والصحور...
- تتلاقى فيك البراءةُ والمكر..
- كلُّ شيءٍ لكل شيءٍ... عدو
- عجباً منك! كيف تعتورُ الأضداد
- في أسارىك ابتسامٌ مريحٌ
- عجباً منك! فُرب كل محبٍ
- عجباً منك! كم تثيرُ حروباً
- كنتَ تمشي مع الملوك... وحيئاً
- كنتَ عنفاً ورقةً.. وخصاماً
- شدّ دنياك للبريق طموحٌ
- أيُّ سحرٍ.. يغوى.. ويغري.. ويغوي
- قد خبرتَ الحياة.. وهي جبالٌ
- عدتَ من رحلة الطموح وفي
- اطرخ حلة الوزارة! والبس
- أنت.. أنت الأستاذُ يخلدُ فينا
- أقبل الليل.. ذاك ركنك.. اجلس
- "كيف كان اللقاء بالموت؟ قل لي!
- أملح هذا الردى... أم فظيع؟
- أتلقاك واجماً؟.. أم تلقاك
- قلت لي باسمًا... لدي جوابٌ
- "إلف هذا الهواء أوقع في
- دع حديث الردى.. فإني ملولٌ
- يا أعزَّ الرجال! انتصف الليل..
- نم قريراً.. لديك حزني وضحي
- ويلقى الهجير ظلَّ ظليلٌ
- ويلقى الخبيرَ طفلٌ جهولٌ
- كلُّ شيءٍ لكل شيءٍ... زميلٌ
- روحاً.. ولا يضجُّ النزيلُ؟
- وعلى ناظريك حلمٌ نبيلٌ
- لك ندٌّ مقارعٌ.. وعذولٌ
- ثم تمضي موادعاً... وتُقبلُ
- في جموع المهمشين.. تجولُ
- وسلاماً.. كأنك المستحيلُ!
- أيُّ سحرٍ هذا الطموحُ القتلُ!
- عطشٌ لا يُبلُّ منه غليلٌ
- وألفتَ الحياة.. وهي سهولٌ
- روحك من لفحة الطموح ذبولٌ
- فكرةً ما لحسنها تبديلٌ
- حين يُنسى المبجلُ.. المسؤولُ
- نتسامرُ!.. ليلُ الشتاء طویلُ
- أكما يحتوي الخليل.. خليلٌ؟
- ومريزٌ... أم طعمه معسولٌ؟
- وضجَّ الترحيبُ.. والتأهيلُ؟"
- والتفاصيلُ، يا صديقي، فضولٌ
- النفوسُ أن الحِمَامَ^(٦٠) شرٌّ وبيلٌ
- وأعطني غيره.. فإني عجولٌ!"
- كلانا في صبحه مشغولٌ
- "فعلى أي جانبك تميلُ؟"^(٦١)

هوامش البحث:

- (^١) بلاغة الخطاب وعلم النص، ٢٤٧، وينظر: علم النص مدخل التداخل الاختصاصات، ١٣ وما بعدها.
- (^٢) ينظر: النص والخطاب والإجراء، ١٠٣-١٠٥.
- (^٣) مدخل الي علم لغة النص، ٣٢-٣٣.
- (^٤) ينظر: لسان العرب ١٢: ٤١٦-٤٢٢.
- (^٥) ينظر: المصباح المنير ٥٨٣-٥٨٤.
- (^٦) ينظر: الالتفات وأثره في رفع الكفاءة الإعلامية للنص عند الزمخشري، ١٢١.
- (^٧) ينظر: نظرية علم النص رؤية منهجية في بناء النص النثري، ٦٦.
- (^٨) ينظر: النص والخطاب والإجراء، ٢٤٩.
- (^٩) ينظر: مدخل إلى علم لغة النص، ١٨٧ وما بعدها.
- (^{١٠}) ينظر في ترجمة الشاعر غازي القصيبي كتابه "سيرة شعرية"، وكتابه "حياة في الإدارة"، وكتاب "غازي القصيبي حياته ومختارات من شعره".
- (^{١١}) ينظر: حديقة الغروب، ٦٩-٧٨.
- (^{١٢}) ينظر: نظرية علم النص رؤية منهجية في بناء النص النثري، ١٩٤.
- (^{١٣}) ينظر: قضايا الحداثة عند عبد القاهر الجرجاني، ١٣٦ وما بعدها.
- (^{١٤}) حديقة الغروب، ٦٩.
- (^{١٥}) حديقة الغروب، ٦٩.
- (^{١٦}) ديوان أبي الطيب المتنبي، ٤٢٨.
- (^{١٧}) الخطيئة والتكفير، ٣٣٣.
- (^{١٨}) الإعلامية وتجلياتها في قصة "موسى والخضر في سورة الكهف"، وقصيدة "مقابلة خاصة مع ابن نوح"، ٩٤.
- (^{١٩}) حديقة الغروب ٧٧.
- (^{٢٠}) ديوان أبي الطيب المتنبي ٢٢٦.
- (^{٢١}) قصيدة يا أعز الرجال لغازي القصيبي دراسة نقدية أسلوبية، ٢٦٨٣-٢٦٨٤.
- (^{٢٢}) قضايا الحداثة عند عبدالقاهر الجرجاني، ١٤٢.
- (^{٢٣}) حديقة الغروب، ٧٨.
- (^{٢٤}) ديوان أبي الطيب المتنبي، ٤٢٩.
- (^{٢٥}) حديقة الغروب، ٧١.
- (^{٢٦}) ديوان أبي الطيب المتنبي، ٤٢٧.
- (^{٢٧}) ديوان أبي الطيب المتنبي، ٤٢٧.

- (٢٨) حديقة الغروب، ٧٢.
- (٢٩) لذة النص، ٣٧، وفي ذلك يقول - أيضًا - "وما لم يجتمع هذا النص بنص آخر فإنه يقع خارج اللذة وخارج النقد".
- (٣٠) ينظر: النص الغائب في القصيدة العربية الحديثة، ١٥ وما بعدها.
- (٣١) ينظر: التناص نظريًا وتطبيقيًا، ١١، وينظر: تداخل النصوص في الرواية العربية، ٤٢، وينظر: تجليات الإعلامية في شعر تميم البرغوثي ٦٠٧.
- (٣٢) ينظر: قصيدة يا أعز الرجال لغازي القصيبي دراسة نقدية أسلوبية، ٢٦٥٤-٢٦٥٥.
- (٣٣) معالم العروض والقافية، ٣٨، وينظر: قصيدة يا أعز الرجال لغازي القصيبي دراسة نقدية أسلوبية، ٢٦٥٣.
- (٣٤) سورة مريم، الآية ٤٥.
- (٣٥) البيت لجريير في ديوانه ٣٠٤، في رثاء عمر بن عبد العزيز وهو من الشواهد النحوية البارزة في كتب النحو في استعمال (يا) للندبة .
- (٣٦) قصيدة يا أعز الرجال لغازي القصيبي دراسة نقدية أسلوبية، ٢٦٧٣.
- (٣٧) ينظر: الانزياح في منظور الدراسات الأسلوبية، ٨.
- (٣٨) ينظر: الانزياح في الخطاب النقدي والبلاغي عند العرب، ٢٣٧-٢٣٨.
- (٣٩) ينظر: البديع لابن المعتز، ٥٨.
- (٤٠) حديقة الغروب، ٧٠.
- (٤١) حديقة الغروب، ٧١-٧٢.
- (٤٢) ينظر: الحذف والتقديم والتأخير في ديوان النابغة الذبياني، ١٢.
- (٤٣) حديقة الغروب، ٦٩-٧٨.
- (٤٤) الإعلامية في قصيدة (أندلسان) لمحمد عبد الباري، دراسة نصية، ٩.
- (٤٥) كأن المحذوف مبتدأ والتقدير أمرنا أو شأننا أو حالنا أمرٌ مطاع ...
- (٤٦) يشير سياق الأبيات السابقة إلى أن التقدير وكلامنا أعد لي
- (٤٧) يبدو التقدير (وتقيل تلك الحروب والعثرات) بمعنى تتسامح وتغفو.
- (٤٨) وردت (أي) في ضبط الديوان منصوبة وكأن التقدير أي سحر يصنع هذا الطموح....
- (٤٩) عطش خبر لمبتدأ محذوف تقديره الأمر عطش أو النتيجة عطش ونحو ذلك.
- (٥٠) علم لغة النص النظرية والتطبيق، ١١٧.
- (٥١) ينظر: العمدة في نقد الشعر ونثره، ٢٥٦.
- (٥٢) حديقة الغروب، ٦٩-٧٨.
- (٥٣) ينظر: التلخيص في علوم البلاغة، ٢٩٥.
- (٥٤) حديقة الغروب، ٦٩-٧٨.
- (٥٥) المقصود الموت.
- (٥٦) ينظر: الكلمة والمجهر، ١٥٦.

- (٥٧) دلائل الإعجاز، ٦٦.
- (٥٨) الإعلامية في قصيدة (أندلسان) لمحمد عبد الباري دراسة نصية، ٨.
- (٥٩) سيلحظ عشاق المتنبي في القصيدة أصداء كثيرة لقصيدة المتنبي التي تبدأ: "ما لنا كلُّنا جوٍ يا رسولُ" .. وكنا - يوسف وأنا - نعشقها.
- (٦٠) من بيت المتنبي الشهير:
- "إلفُ هذا الهواء أوقع في الأنف - فُسُ ان الحِمَامَ مُرُّ المذاق"
- (٦١) الشطر للمتنبي.

قائمة المراجع:

- الإعلامية في قصيدة أندلسان لمحمد عبد الباري دراسة نصية، د. شاذلية سيد محمد السيد، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ٤١، يناير ٢٠٢٣م.
- الإعلامية في كتاب حديث الأربعة لطف حسين دراسة في ضوء علم اللغة النصي، براء نصير جرمل وأ. د. نعيم سلمان البدر، مجلة جامعة واسط للعلوم الإنسانية، العراق، المجلد ١٦ العدد ٤٧، ٢٠٢٠م.
- الإعلامية في النص الأدبي دراسة تطبيقية في قصيدة وصف الرياض للشاعر زين العابدين الكويتي، زيد دبيان الشمري ومحمد محمود أبو حسن، المجلة العلمية لكلية الآداب بجامعة طنطا، مصر، المجلد ٢٠١٦م العدد ٢٩.
- الإعلامية وتجلياتها في قصة موسى والخضر في سورة الكهف وقصيدة مقابلة خاصة مع ابن نوح، صحيفة الألسن، كلية الألسن بجامعة عين شمس، مصر، العدد ٣٨ يناير ٢٠٢٢م.
- الالتفات وأثره في رفع الكفاءة الإعلامية للنص عند الزمخشري - تفسير الكشف أُنموذجًا، علاء مهدي عبد الجواد، مجلة مركز دراسات الكوفة للعلوم الإنسانية، ٢٠١٧م.
- الانزياح في منظور الدراسات الأسلوبية، أحمد محمد ويس، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، ط ١.
- الانزياح في الخطاب النقدي والبلاغي عند العرب، د. عباس رشيد الددة، دار الشؤون الثقافية العامة، العراق، ط ١، ٢٠٠٩م.
- البديع في البديع، أبو العباس عبد الله بن محمد المعتز بالله، دار الجيل، بيروت - لبنان، ط ١، ١٤١٠ هـ - ١٩٩٠م.
- بلاغة الخطاب وعلم النص، د. صلاح فضل، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، ١٩٩٠م.
- تجليات الإعلامية في شعر تميم البرغوثي، د. مفلح عبدالله، مجلة المدونة، مخبر الدراسات الأدبية والنقدية، جامعة البليدة، الجزائر، المجلد الرابع العدد الثاني، ديسمبر ٢٠١٧م.
- تداخل النصوص في الرواية العربية، حسن محمد حامد، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة - مصر، ط ١، ١٩٩٧م.

- التلخيص في علوم البلاغة، الخطيب القزويني، تحقيق: عبدالرحمن البرقوقي، المكتبة التجارية الكبرى، القاهرة - مصر، ط٢.
- التناص نظرياً وتطبيقياً، أحمد الزغبى، مؤسسة عمون للنشر والتوزيع، الأردن، ط٢، ٢٠٠٠م.
- حديقة الغروب - ديوان شعر، غازي بن عبدالرحمن القصيبي، مكتبة العبيكان، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٢٨هـ - ٢٠٠٧م.
- الحذف والتقديم والتأخير في ديوان النابغة الذبياني. دراسة دلالية تطبيقية معنوية، ابتسام أحمد حمدان، دار طلاس، سوريا، ط١، ١٩٩٢م.
- حياة في الإدارة، غازي بن عبدالرحمن القصيبي، المؤسسة العربية للدراسات، بيروت - لبنان، ٢٠١١م.
- الخطيئة والتكفير: من البنيوية إلى التشريحية - قراءة نقدية لنموذج إنساني معاصر، د.عبدالله محمد الغدامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة - مصر، ط٤، ١٩٩٨م.
- ديوان أبي الطيب المتنبي، د.عبد الوهاب عزام، الهيئة العامة لقصور الثقافة (الذخائر ١)، القاهرة - مصر، د.ت.
- دلائل الإعجاز، أبو بكر عبدالقاهر بن عبدالرحمن الجرجاني، تحقيق: محمود شاكر، مكتبة الخانجي، القاهرة - مصر، ط٢، ١٤١٣هـ - ١٩٩٢م.
- سيرة شعرية، غازي بن عبدالرحمن القصيبي، تهامة للنشر والمكتبات، جدة - المملكة العربية السعودية، ط٣، ١٤٢٤هـ.
- علم لغة النص النظرية والتطبيق، د.عزة شبل محمد، مكتبة الآداب، القاهرة - مصر، ط٢، ١٤٢٠هـ / ٢٠٠٩م.
- علم النص مدخل متداخل الاختصاصات، تون أ. فان دايك، ترجمة: د.سعيد حسن بحيري، دار القاهرة، القاهرة - مصر، ط٢، ٢٠٠٥م.
- العمدة في نقد الشعر ونثره، أبو علي الحسن بن رشيق، تحقيق: محمد محيي الدين عبدالحميد، دار الجيل، بيروت - لبنان، ط٥.
- قصيدة "يا أعز الرجال" لغازي القصيبي دراسة نقدية أسلوبية، د.ماهر فؤاد الجبالي، مجلة قطاع كلية اللغة العربية والشعب المنظرة لها، جامعة الأزهر - مصر، العدد ١٤.
- قضايا الحداثة عند عبدالقاهر الجرجاني، د.محمد عبدالمطلب، مكتبة لبنان ناشرون - بيروت - لبنان، الشركة المصرية العالمية للنشر - لونجمان، القاهرة - مصر، ط١، ١٩٩٥م.
- الكلمة والمجهر، د.أحمد درويش، دار الشروق، القاهرة - مصر، ط١، ١٩٩٦م.
- لذة النص، رولان بارت، ترجمة: فؤاد صفا والحسين سبحان، الدار البيضاء - دار توبقال للنشر، المغرب، ١٩٨٨م.
- لسان العرب، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور الإفريقي المصري، دار صادر، بيروت - لبنان، ط٦، ١٤١٧هـ - ١٩٩٧م.

- المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، أحمد بن محمد بن علي المقرئ الفيومي، دار القلم، بيروت - لبنان،
- مدخل إلى علم لغة النص، روبرت دي بوجراند وولفجانج دريسلر، د.إلهام أبوغزالة وعلي خليل حمد، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة - مصر، ط٢، ١٩٩٩م.
- معالم العروض والقافية، د.عمر الأسعد، مكتبة العبيكان، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط٢، ١٩٩٦م.
- معيار الإعلامية لدى روبرت دي بوجراند وتجلياته في آيات القرآن الكريم - دراسة دلالية، حنان مصطفى ومحمد إخوان بن عبدالله، مجلة الدراسات اللغوية والأدبية، الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا، العدد الأول السنة العاشرة، يونيو ٢٠١٨م.
- النص الغائب في القصيدة العربية الحديثة، عبدالسلام عبدالخالق الريدي، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، ط١، ٢٠١٢م.
- النص والخطاب والإجراء، روبرت دي بوجراند، ترجمة: د.تمام حسان، عالم الكتب، القاهرة - مصر، ط٢، ٢٠٠٧م.
- نظرية علم النص رؤية منهجية في بناء النص النثري، د.حسام أحمد فرج، مكتبة الآداب، القاهرة - مصر، ط١، ١٤٢٨هـ - ٢٠٠٧م.

