

## الخطابُ الإشهاريُّ في المقالة الأدبيَّة

كتاب (مقالات في الأدب والثقافة) لسعيد عدنان مثلاً

م.د.علي جواد عبادة

جامعة المثنى/ قسم البعثات والعلاقات الثقافية

ali.jawad.sci@mu.edu.iq

تاريخ استلام البحث: ٢٠٢٤ / ٤ / ٨

تاريخ قبول البحث: ٢٠٢٤ / ٥ / ١٢

### الخلاصة :

يسلك الخطاب الإشهاري في كتاب سعيد عدنان (مقالات في الأدب والثقافة) منحيين، الأول: موصول بالترويج إلى موضوعات ثقافية معينة من التراث والحداثة، ويروج الثاني إلى شخصيات معينة حملت شعلة الفكر، والتتوير على حد قوله الذي تردد كثيراً في مقالاته. تبني عدنان في المنحى الأول من خطابه الإشهاري استراتيجيةً اشهاريةً قائمةً على ربط الموضوع عينه الترويج بتثمينٍ قيمي كامن في اللاشعور الجمعي للمستهلكين؛ يضطلع هذا التثمين بوظيفتي: التشويق للموضوع، والحث عليه، فضلاً عن ذلك يساهم في تخصيب الحاجة إلى إشباعه. وتبني في المنحى الثاني استراتيجيةً اشهاريةً قائمةً على جعل المنتج يتمظهر بوصفه وعداً للكينونة الثقافية، تعتمد هذه الاستراتيجية على جعل المنتج يتحرك في فضاء مشبع بالاستيهامات الرمزية أي بوصفه الفردوس المفقود، الذي لا بد من العثور عليه.

الكلمات المفتاحية : الخطاب، الإشهار، المقالة، الأدبية، سعيد عدنان.

**The advertising speech in the literary article  
The book (Essays on Literature and Culture) by Saeed Adnan is an example**

**Dr: Ali Jawad Obada**  
**Al-Muthanna University/Department of Missions and Cultural Relations**  
**ali.jawad.sci@mu.edu.iq**

Date received: 8/4/2024

Acceptance date: 12/5/2024

**Abstract:**

The advertising discourse in Saeed Adnan's book (Essays on Literature and Culture) follows two trends: the first is linked to the promotion of specific cultural topics of heritage and modernity, and the second promotes specific figures who carried the torch of thought and enlightenment, according to his saying, which was frequently mentioned in his articles. Adnan adopted the first approach of his advertising speech An advertising strategy based on linking the promotional topic to a value assessment inherent in the collective unconscious of consumers. This appreciation performs two functions: to excite the subject and encourage it. In addition, it contributes to fertilizing the need to satisfy it. In the second direction, he adopted a publicity strategy based on making the product appear as a promise of cultural existence. This strategy depends on making the product move in a space saturated with symbolic illusions, that is, as a lost paradise that must be found.

**Keywords: speech, advertising, article, literary, Saeed Adnan.**

ليس غريباً النظر إلى الثقافة على أنها سلعة خاضعة لاستراتيجيات التداول الاقتصادي؛ ذلك أن الآليات التي يشتغل عليها الاشهاري في الترويج لسلعة خدمية ما هي ذاتها التي يستعملها المثقف في الترويج لثقافة ما، أو لتبني مشروع فكري ما، فالفكرة سلعة لا جدوى لها خارج طريقة تبليغها إلى المستهلك؛ ذلك لأن طريق الوصول إلى المعنى أهم من المعنى نفسه.

بناءً على هذا جاء بحثنا راصداً الطريقة التي سلكها "سعيدٌ عدنان" في تبليغ رسالته التوتيرية؛ لأننا تلمسنا في تلك الطريقة خطاباً اشهارياً يُروجُ لأفكارٍ بعينها، ويدعو الجيلَ الصاعد لقراءة، أو إعادة قراءة شخصياتٍ ثقافيةٍ معينة، فافتتحنا الحديثَ بتمهيدٍ: وقفَ على الإشهار مفهوماً، وميادينَ اشتغالٍ، وعرجَ على الكتابِ منهجاً، وأسبابَ تأليفٍ، ورسالةً مرجوةً. ثم جاء المبحثُ الأولُ راصداً للاستراتيجية الاشهارية الأولى في الكتاب، وهي ربطُ المنتج، والدعوة إليه بتممينِ قيمي. فوسمَ المبحثُ بـ(دوائر القيم المثمنة)، وتكفلَ الثاني بتتبعِ الاستراتيجية الاشهارية الأخرى، وهي جعلُ المنتجِ يتمظهرُ حاملاً معه وعداً بكينونة ثقافية جديدة، فوسمَ المبحثُ بـ(وعد الكينونة الثقافية)، وأتمنا الحديثَ بخاتمةٍ عن أهم النتائج التي تمخض عنها البحث. وتوخياً للأمانة العلمية أرفقنا قائمةً بالمصادر والمراجع التي أعانتنا على انجاز هذا البحث. أملاً أن يكون بحثنا هذا باكورة أعمال توسع ميدان اشتغال التواصل الاشهاري فتنتشله من السياق الشائع له وهو الترويج لسلع، وخدمات إلى سياق جمالي يكمن في النص الأدبي والنقدي على حد سواء.

### التمهيدُ : تأسيساتٌ مفاهيميةٌ

#### أولاً: في مفهوم الإشهار وميادينه

الحديث عن الإشهار يضعنا أمام مرحلتين تاريخيتين: مرحلة الإرهافات الأولى للنشاط الاشهاري لاسيما الدعوات التسويقية التي وجدت في الحضارات إلى منتجات بعينها بلغة ذات طاقة حجاجية، وأسلوب اقناعي<sup>(١)</sup>، وهناك مَنْ يعترض على هذه المرحلة التأسيسية للإشهار، ويرجعه إلى لحظة خلق الإنسان، على ان الإشهار موجود بوجود الإنسان<sup>(٢)</sup> فضلاً عن هذا ثمة ممارسات إشهارية أخرى متناثرة في بطون التراث العربي تستعمل النص الأدبي ترويجاً لبضاعة ما<sup>(٣)</sup>. في حين تمثل المرحلة الأخرى الوعي بالإشهار بوصفه علماً يتكئ على الفن، أو فناً يعول على العلم، وهو بأسسه، وستراتيجياته، وآلياته ظهر في القرن التاسع عشر حين غيرت

الثورة الصناعية موقف الإنسان من العالم<sup>(٤)</sup> في خضم هذا التحول الحضاري، أصبح الإشهار يتمتع باستقلالية في الصياغة، والاشتغال، وصار يعتمد على منطلقات علم النفس، ولاسيما في السيطرة على سلوك المستهلكين عبر الاغراء، والاستحواد<sup>(٥)</sup>، ويقنضي سبياً عميقاً لأغوار النفس الإنسانية التي ينبغي أن تُمس وتُفاجأ<sup>(٦)</sup> وتُدَّهش.

أمّا عن هويّة الإشهار فهو عند "س. ر. آس" (C.R.Haas) أداة لتسويق الأفكار والسلع<sup>(٧)</sup>، ويراه "سعيد بنكراد" بوصفه (وسيلة ضرورية من وسائل البيع. إنه أداة التوسط المثلى بين عارض لبضاعة " كيفما كان نوع هذه البضاعة: سلعة أو أفكاراً أو خدمات " وبين زبون محتمل مضطر - اجتماعياً أو نفسياً أو جمالياً - إلى استعمال هذه البضاعة... " إنه تقنية في التواصل غايتها تسهيل انتشار بعض الأفكار... أو هو تواصل... يعتمد خطاطة تواصلية وحيدة الاتجاه تتحقق من خلال وسائط وأسناد متنوعة؛ وذلك من أجل الترويج لمنتج أو ماركة أو شركة أو قضية أو مرشح يمكن التعرف عليه من خلال الإرسالية)<sup>(٨)</sup>. ويقدم دايفد فيكتوروف (David Victoroff) تعريفاً للإشهار على أنه صناعة ثقافية<sup>(٩)</sup>:

أما عن ميادين الإشهار فيقول سعيد بنكراد: (بإمكاننا أن نُوسع من دائرة الإشهار لكي يشمل ميادين بالغة التباين. حينها يستوعب ضمن آلياته المشاريع الفردية والجماعية على حد سواء. فكل المحاولات التي يقوم بها الأفراد العزّل والمؤسسات الكبيرة للفت الأنظار نحوهم ليست سوى رغبات معلنة أو ضمنية من أجل تسويق أفكار أو آراء أو برامج وأنماط حياتية قد تشمل كل شيء في حياة الإنسان بما فيها معتقداته واختياراته الايديولوجية والثقافية)<sup>(١٠)</sup>.

إنّ هذه الميادين المتباينة فيما بينها توسع دائرة الإشهار من حيز التداول السلعي الاستهلاكي إلى حيز ثقافي ابستمولوجي؛ إذ (لا تختلف حالات استهلاك مواد نفعية عن استهلاك الأفكار إلا في الظاهر)<sup>(١١)</sup>، فما يتكئ عليه مروجو السلع والخدمات النفعية الاستهلاكية يعول عليه مروجو الثقافة، وأنماط الحياة الجديدة؛ ذلك لأن الغاية واحدة وهي الوصول إلى المستهلك والإمساك به.

وتجدر الإشارة هنا إلى أنّ الإشهار بوصفه مفهوماً ترويجياً ينضوي تحت شجرة السيميائيات، فقد حاول الحقل المعرفي السيميائي، فهم الخطابات الإشهارية، وتفكيك سننها، والنظر إليها بوصفها وسائل إقناع وتأثير يستطيع بوساطتها المشهر تسويق بضاعته، والترويج لها<sup>(١٢)</sup>، وفي دراستنا هذه سنركز على سيمياء الأهواء بوصفها حقلاً معرفياً مختصاً بدراسة الميول والأهواء<sup>(١٣)</sup>، أو قراءة تستهدف البعد الخاص بإثارة الانفعال<sup>(١٤)</sup>؛

ذلك لأن "سعيد عدنان" في مقالاته يُركّز على البعد النفسي للمستهلك؛ فيربط رسالته التنويرية بثمين قيمي كامن في اللاوعي الجمعي للمستهلكين تارة، ويجعلها تعدّ المستهلك وتغويه بكينونة ثقافية جديدة تارة أخرى. ثانياً: منهج الكتاب، ورسالته.

بدءاً لأبْد من الإشارة إلى مرجعيات التكوين المعرفي لمؤلف الكتاب، فقد دُوّنَ على الصفحة الداخلية للغلاف، الآتي:

سعيد عدنان

- أستاذ في الأدب العربي
- عمل في جامعات الموصل، والكوفة، والقادسية، وكربلاء.
- رئيس قسم اللغة العربية في كلية التربية للبنات بجامعة الكوفة من ١٩٩٦ حتى ٢٠٠٥.
- عميد كلية التربية بجامعة القادسية من ٢٠٠٥ حتى ٢٠١٣.
- من كتبه المطبوعة:

.الاتجاهات الفلسفية في النقد الأدبي عند العرب.

.الشعر والفكر عند العرب.

.علي جواد الطاهر الناقد المقالي.

.أدب المقالة وأدباؤها.

.في أفق الأدب.

أمّا عن منهج الكتاب فإننا لا نلفي استقامة لفكر ما، دون منهج يسوره، ويضبط خرائطه المعرفية، فالمنهج طريق واضح كما ورد في معجم ابن منظور<sup>(١٥)</sup> وهو قرين قوله تعالى: ﴿لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا﴾ المائدة: ٤٨. ولا يختلف معناه المعجمي عمّا تواضع عليه الاصطلاحيون فهو عند "د. علي جواد الطاهر" (ما يمكن التوصل فيه بصحيح النظر إلى المطلوب)<sup>(١٦)</sup> أو هو (طريقة يصل بها الإنسان إلى حقيقة)<sup>(١٧)</sup> فهو طريق واضح إن التزمه الإنسان مضى به إلى الغاية المرجوة بدقة ووضوح.

فقد تحدث سعيد عدنان في كتابه (مقالات في الأدب والثقافة) عن منهجه وتقسيماته الاجرائية للمقالات التي ضمها الكتاب، فوزعها على (أربعة ميادين؛ جرت في الشعر، وفي النثر، وفي النقد، وفي شؤون أخرى)<sup>(١٨)</sup>، ثم شرع ببيان ضروب الشعر التي يقف عليها، وأنواع النثر الذي يدرسه، وطبيعة النقاد الذين يقف

عند تجاربهم، وماهية الشؤون الأخرى التي تناولها. وهو بهذا الحد من المقدمة يرسم طريقاً واضحةً لمقالاته، ويصنفها تصنيفاً دقيقاً قائماً على وحدة الموضوع عينة المقالات، لكننا نفاجاً حين نتصفح الكتاب فنجد الميادين كلها متداخلة في ما بينها على صعيد التنسيق، فضلاً عن افتقارها للمنهجية التاريخية في الترتيب؛ فنجد مقالة تتحدث عن الشعر القديم، وبعدها مقالة عن الشعر الحديث أو شاعر حديث ثم نجد عودة مفاجئة إلى الشعر القديم أيضاً بما يعني أن مقالات الميدان الواحد غير مرتبة ترتيباً تاريخياً أيضاً، ونعزو هذا الخرق لمؤسسة النشر لا للمؤلف؛ لأن الأخير كان واضحاً في توزيع الميادين وتصنيفها، بل وتوضيح دقائق النماذج التي ينتقيها عينات لمقالاته.

يقودنا الحديث عن المنهج إلى الوقوف على سبب التأليف فقد لَمَح المؤلف في ختام المقدمة إلى جزئية تتضوي تحت أسباب التأليف وهي قوله (لقد أرادت هذه الكلمات، وهي تعالج قضاياها أن يكون لها شيء من حسن الصياغة، فإن تم لها ذلك، أو بعضه، فقد بلغت ما تريد...!)<sup>(١٩)</sup>، وتبوح لنا طبيعة المقالات فكراً وموضوعاً عن أسباب أخرى للتأليف يقف في مقدمتها تنوير عقول الجيل الصاعد بقامات ثقافية، وموضوعات إنسانية مستمدة من التراث والحداثة، وحثّ القارئ بطريقة غير مباشرة على الاقبال على مؤلفات الشخصيات التي وقفت عليها مقالاته، ودراسة الموضوعات التي رصدتها، حتى أننا لا نُغالي إذا ما قلنا أن سعيد عدنان في ختام كل مقالة من مقالاته يريد القول: (اقرأوا لهذا المؤلف أو تتبعوا هذا الموضوع).

فكتاب (مقالات في الأدب والثقافة) يحمل رسالة تنويرية خفية؛ يتغيا من خلالها عدنان حث الجيل الصاعد على قراءة الشخصيات التي كتب عنها، والموضوعات التي تطرق إليها، وما يميز طبيعة المقالة الأدبية للكتاب حيز الدراسة هو التركيز على البعد الايجابي للشخصية، أو الكتاب موضوع المقالة؛ لتعرض القارئ معرفياً وتحته لقراءة تلك الشخصيات التنويرية، أو ذلك الكتاب، وهذه المزية هي التي حفزتنا لمقاربه خطابه الاشهاري؛ بغية الوقوف على أهم الاستراتيجيات التي يشتغل عليها خدمة لرسالته التنويرية.

### المبحث الأول: دوائر القيم المُمثَّنة

الحذر الشديد الذي يؤرق الاشهاري خوفاً على انحراف رسالته التسويقية يدفعه إلى التفتيش في أعماق اللاوعي والبحث عن أكثر القيم تُمثيلاً، والتي لا يأتيها الباطل من أية جهة؛ ذلك لأن المنتج على اختلاف مظهره: سلعة أو فكرة أو شخصية أو أيديولوجيا معينة (لا يمكن أن يأتي إلى المستهلك حافياً ومفصلاً عن غطاءه القيمي، فالقيمة التي يشير إليها هي الأساس، واستناداً إلى هذا الغطاء تُبنى استراتيجية التواصل الاشهاري ويتحدد منطقتها)<sup>(٢٠)</sup>، فالحديث عن موضوع ثقافي، ورسالة تنويرية، وشخصيات أدبية وثقافية ونقدية يفقد جذوته النفعية ما لم تُسوّر تلك الشخصيات ذات البعد التنويري الثقافي بغطاء قيمي يجعل المستهلك في دوامة من الاستيهامات الرمزية؛ ذلك لأن العوالم الرمزية تستهوي الذات المستهلكة<sup>(٢١)</sup> أكثر من خطاب المباشرة والوضوح.

وإذا ما رمنا تسوير القيم المُمثَّنة فإننا نحدها بتلك المعاني التي يُجمع بنو الإنسان على تُمثيها، والاعلاء من شأنها، وحثّ الناشئة عليها نحو: الصدق، والوفاء، والإنسانية، والحكمة، والتعقل. وفي دراستنا للخطاب الاشهاري في كتاب د. سعيد عدنان (مقالات في الأدب والثقافة) فإننا سنرصد ربط الدكتور سعيد عدنان رسالته التنويرية بهذه القيم، فما من شخصية ولا من كتاب، أو موضوع ثقافي ورد في كتابه إلا ورُبطَ بقيمة مُمثَّنة في لا وعي المستهلكين، محاولين الامساك بالوظيفة الاشهارية لهذا الربط.

وتجدر الإشارة إلى مركزية الربط بين المنتج والقيم المُمثَّنة، فلم يقتصر على المقالات التي جمعت بين دفتي الكتاب بل كان مرتكزاً تأسيسياً بنيت عليه المقدمة، فالإنصات إلى منهجية عدنان في المقدمة كفيلاً بأن يضعها على هذا الربط القيمي، إذ يقول في تعداد ميادين الكتاب: (قد أرادت، وهي تنظر في الشعر، أن تقف عند ما كان قائماً على تجربة تتصف بالصدق والأصالة، والمقدرة على مخاطبة الإنسان على اختلاف الأزمنة والأمكنة)<sup>(٢٢)</sup> وفي نظرتها إلى النثر (فكانت وقفتها عند ضروب من الكتابة قلّ من غني بها، وعند كُتاب اتسموا بالصدق والأصالة في ما يعالجون من شؤون)<sup>(٢٣)</sup> وفي نظرتها إلى ميدان النقد وقفت عند (أعلام هذا الدرس المعاصرين الذين استوعبوا العربية في تراثها المجيد، واطلوا على العصر، وأفادوا منه، وقد اتيح لهم حسن المزوجة بين الأمرين. ولا يبعد عن الصواب من يقول: إنهم أنشأوا نقداً أدبياً حديثاً لم يأسره القديم،

ولم يذب في ما وفد من جديد<sup>(٢٤)</sup>، وفي الميدان الأخير وقفت مقالاته على شؤون لا تبتعد عن الشعر والنثر والنقد وهي وقفته (عند أعلام كرام صدقوا، وأخلصوا، وأحسنوا البيان)<sup>(٢٥)</sup>.

أول ما يمكن ملاحظته على هذه الميادين هو إلحاح سعيد عدنان على قيمة الصدق فقد تكررت جملة (الصدق والأصالة) في ميدان الشعر والنثر، وذكرت مفردة (صدقوا) في الشؤون الثقافية الأخرى واختفاؤها عن ميدان النقد هو ضرب من التنوع الأسلوبي؛ دفعاً للملل، والاتكاء على ذكر ما يعادلها أو يرشح منها وهو الأصالة؛ إذ سورّ النقاد الذين انتخبهم بالأصالة من خلال عدم انغماسهم بالقديم، وتخلصهم من أسر الوافد النقدي والثقافي فهم ذو رؤية أصيلة تحتمل الصدق، إن لم تكن صادقةً بامتياز.

فالتثمين القيمي الذي ألح عليه عدنان في مقدمته هو ربط ميادين دراسته بالصدق وفي هذا الربط محاولة اشهارية مضمرة ترغب بانتشال المستهلك من السياق الواقعي للميادين، السياق الذي يجعلها تحتمل الصدق والكذب في الآن نفسه، وزجها في سياق رمزي يتكئ على التثمين الكوني للصدق بوصفه قيمة لا يمكن أن ترفع للذهن - عند سماعها - حمولات سلبية، بل على العكس من ذلك؛ إذ يتمتع الصدق بشحنات رمزية تجعل المستهلك يدخل في حلم الظفر بتلك اللحظة الثقافية الصادقة، التي غيبتها الطروحات النقدية ذات المعاضلة والمماثلة، والتي زيفت الوعي في لحظة أريد لها أن تخلصه من زيف الأساطير، والأباطرة العراء. وإذ فتننا عن دوائر الربط القيمي في مقالات الكتاب فإننا نلفي تعميماً اشهارياً على المدلول النهائي لكل مقال وهو (اقرأ الموضوع هذا، أو اقرأوا للمؤلف هذا) ومن خلال هذا التعيم بين النص الاشهاري، ومدلوله النهائي (تتسلل في غفلة عن شعور المتلقي سلسلة المدلولات التي تتوسط المنطق والغاية)<sup>(٢٦)</sup>، ويتجلى الرابط القيمي المئتمن (بشكل ضمني وغير مرئي على سلسلة من الاوضاع يكون فيها المنتج هو "المخلص" و"المصالح" و"المغري" و"الدافع للأذى")<sup>(٢٧)</sup> فقد جعل "سعيد عدنان" منتجاته التثمينية التي اشتملت المقالات تتسلل الى المتلقي بعيداً عن المدلول النهائي لها؛ لأن الغاية الاشهارية التي يشغل عليها تفرض هذه الاستراتيجية التي تربط المنتجات بقيم مئتمنة في اللاشعور الجمعي؛ إذ كلما حُفّ المنتج بقيمة مئتمنة غدت معارضته مستحيلة، وأصبح اشباعه ملحاً بل وضرورة من ضرورات الثقافة.

وفي المقال الأول من الكتاب (من الشعر القديم) الذي يدرس عدنان فيه أبياتاً من الشعر القديم عن الغربة التي تعرو المرء في غياب الصديق فقد ختم مقاله بإرسالية اشهارية جلية الحث على إعادة قراءة التراث، إذ يقول: (تجدها من أجود الشعر المبين عن معنى الصداقة، وتجد صاحبها، هذا البدوي، رهيف النفس، رقيق



المشاعر. فإذا كانت منه غلظة في موضع ما فلما اقتضته الحال؛ وإلا فإنه على عرقه الإنساني في الألفة والمحبة، وتجنب المعادة. والأبيات، من بعد، عزيزة في بابها، رفيعة المعنى، سلسلة البيان، قد صوّرت ألفاظها معناها تمام التصوير، من دون زيادة أو نقص<sup>(٢٨)</sup>.

قد يبدو حكمنا على الذي قدمنا به هذا النص وهو دعوة عدنان إلى إعادة قراءة التراث فيه شيء من المبالغة بناءً على هذا النص فقط لكن بالعودة على موضع هذه الأبيات من التراث يمكن أن يخفف من حدة هذه المبالغة فقد صرّح عدنان في مستهلّ مقالته، أنه لا يريد أن يقف عند القوائد العامرة بالبيان الرصين إنما يركز على أبيات (يجدها المرء بين طيات الكتب القديمة... في البيان والتبيين، والحيوان، والعقد الفريد، والأغاني، والأمال، وفي أمثالها، وكلها في معان كريمة تتفجر في حنايا الإنسان)<sup>(٢٩)</sup>، فالحث على تقصي هذه الأبيات في كتب التراث ذات الطابع الموسوعي التي تتطلب قراءتها رداً طويلاً من الزمن، فضلاً عن امتلاك ناصية لغة تمكن القارئ من تفكيك شفرات النص القديم لا يمكن تحقيقه ما لم يُربط بثمين قيمي مترسب في طيات اللاشعور الجمعي للإنسان، فقد ربط عدنان دعوته هذه بالإنسانية بوصفها قيمة مثمّة في داخل الإنسان؛ لذا ترددت لفظة الإنسانية بشكلها الصريح، وبما يعادلها نحو: الكرم، والألفة، والمحبة، والعزة، والرفعة، وتجنب المعادة، هذه الدائرة القيمة التي تمثل الإنسانية قطب رحاها المركزي وسوّرت الدعوة الشاقة التي تتمثل بتقصي أشات متناثرة في موسوعات تراثية ضخمة، وتسالت إلى المستهلك بوصفها استيهامات حلمية؛ لبلوغ الكمال الإنساني الخلاق، فربط المنتج - وهو الدعوة إلى قراءة التراث هنا - بثمين قيمي إنساني يفتح باب تقبل المستهلك له على مصراعيه، بل وحثّه بشوقٍ، ولهفةٍ إليه.

وفي تفكيك البعد اللساني للنص نقف على التكرار المعنوي الذي يفرط الأشهاري في الاتكاء عليه؛ لصوغ رسالياته، وتقديمها بأكثر من زاوية؛ بغية الاستحواذ على المستهلك، واقناعه؛ (ذلك لأنّ التكرار يساعد أولاً على التبليغ والإفهام ويعين المتكلم ثانياً على ترسيخ الرأي، أو الفكرة في الأذهان)<sup>(٣٠)</sup> ومن ثم يشكّل وسيلة للإفهام، والإفصاح، والكشف، والتأكيد، والتقرير. فهو من أهم الآليات التي تحقق الوظيفة الإقناعية في النصوص<sup>(٣١)</sup>، فتأمل المتواليات اللسانية الواقعة بعد قوله: تجدها من أجود الشعر المبين عن معنى الصداقة يضعنا أمام تكرار معنوي مكنتز بالطاقة الحجاجية؛ التي يُعول عليها الأشهاري كثيراً بوصفها رافداً من روافد تحقيق غايته، ولاسيما في اغراء المتلقي وحثّه على المنتج عينة الدعاية<sup>(٣٢)</sup>، فلا يختلف التكرار المعنوي من حيث الجوهر عن تحولات عدسة الكاميرا التي تطوف حول المنتج؛ لتقديم المعنى الواحد بزوايا نظر مختلفة قريباً

وُعداً، يساهم هذا الاختلاف بالاستحواذ على المستهلك، والامسك به؛ كذلك تفعل المتواليات اللسانية المكررة إذ تطوف حول المدلول الواحد؛ لتقدمه بزوايا دلالية توهم بتنوعها، من أجل السيطرة على المتلقي، والاستحواذ عليه.

ويعود سعيد عدنان في مقاله الثانية عن الشعر القديم إلى الصدق بوصفه رابطاً قيمياً يدخل من خلاله إلى المستهلك؛ إذ يصدر المقال باختزال وتكثيف اشهاريين ينعت بهما الشعر القديم قائلاً: (في الشعر القديم موارد عذبة المشرب، لا يكدر صفوها الزمن؛ لصدق ما تنبئ عنه)<sup>(٣٣)</sup> فالصدق هو معيار عذوبة الشعر القديم، ثم يعرج على تحليل مقطوعة لشاعر عن تجربة الفقر؛ يتكئ التحليل على أسلوب التفضيل، فينعت الشاعر بـ(أحسن الدخول إلى ما يريد، وأحسن عرضه، وأحسن ختامه)<sup>(٣٤)</sup>، ولا يُخفى البعد الحجاجي الاشهاري في هذا الأسلوب الذي يجعل المستهلك أمام خيار واحد أوحد، ولم يكتفِ ترويض عدنان لقراءة هذا الضرب من الشعر المبيوث في أثناء أمهات الكتب التراثية بأسلوب التفضيل بل ختم المقال بسلم حجاجي\*، يرتب الحجج سعياً لنتيجة واحدة وهي اقرأوا هذه الأشعار المتناثرة في بطون الكتب، فيصفها بـ(أنها ما تزال قادرة على حكاية ما يتردد في صدور كثير من الناس، وفي كثير من الأوقات، ولأمر ما بقيت تروى، وتستجد، حتى ضفر بها أبو تمام، فضمها إلى حماسته...!)<sup>(٣٥)</sup> فقد تمركزت هذه الحجج على منطلق نفسي وهو حكاية ما في الصدور؛ إذ ليس بالإنسان شوق أشد من الظفر بالمُعبر عمًا في صدره.

وإذا ما رمنا ترتيب الحجج بناءً على سُلُميتها الحجاجية بتشكيل تخطيطي فإننا نقف:

ن:	أشعار صادقة اقصدوها
ح ٣	ضمها أبو تمام إلى حماسته
ح ٢	تروى وتستجد
ح ١	قادرة على رواية ما في الصدور

فقد تراصت الحجج، وتتابع بالشكل الذي يجعل الحجة ذات المرتبة الأعلى أكثر خدمةً للنتيجة المرجوة من النص فالحجة الأولى تعد تأسيسية وعلّة لوجود الحجة الثانية، والحجتان الأولى والثانية تأسيسيتان للحجة الثالثة والدليل اللساني الذي يجعل الحجة الثالثة هي الأقوى بالنسبة للنتيجة النهائية هو أنها جاءت بعد الرابط

الحجاجي (حتى) الذي يصفه الزميلان (ليكرو وأنسكومبير) بأنَّ (الحُججَ المربوطة بواسطة هذا الرابط ينبغي ان تنتمي إلى فئة حجاجية واحدة أي انها تخدم نتيجةً واحدةً، والحجة التي ترد بعد هذا الرابط هي الأقوى؛ لذلك فإنَّ القول المشتتمل على الأداة "حتى" لا يقبل الإبطال والتعارض الحجاجي)<sup>(٣٦)</sup>، فهذا الوصف يدرج الاستعمالات الحجاجية للأداة "حتى" ضمن لواء الحُجج القويّة، وكل الحُجج التي ترد بعدها تكون هي الأقوى من سابقتها في ترتيب السُّلم الحجاجي<sup>(٣٧)</sup>، فقد خدمت هذه الحجج مجتمعة بناءً على القوة الحجاجية لها النتيجة النهائية التي تعبر عن الرسالة التتويرية للكتاب.

تأسيساً على ما تقدم تتجلى الغاية الاشهارية في كتاب (مقالات في الأدب والثقافة) من خلال ربط المنتج بقيمة مثمّنة عند المستهلكين/ القراء، وهذا الربط هو غاية الخطاب الاشهاري ومبتغاه اللذان يمضيان صوب السيطرة على اللاشعور، وتوجيه سلوك القارئ بالاعتماد على مسبّقات مثمّنة اجتماعياً نتوكل عليها في سلوكنا القرائي، وهذا الخطاب الاشهاري الذي يصل عبر التثمين القيمي للمنتج يضمّر في طياته الدعوة إلى الانخراط في نمط معين للحياة، يثمنه المجتمع وتحقّي به الثقافة والرسالة التتويرية لمقالات سعيد عدنان لا تنفك عن دعوة القراء للانخراط بنمط حياتي معين مرتكزه الانسانية والصدق.

### المَبْحَثُ الثَّانِي: وَعْدُ الكَيْنُونَةِ الثَّقَافِيَّةِ

لا يشقُّ المُنتجُ - أي منتجٍ كانَ - طريقه بين جمهور المستهلكين ما لم يتمظهر أمامهم حاملاً لوعد الكينونة التي يكون عليها المستهلك بعد الاقتناء، فالاعتماد على جودة المنتج، وبعده النفعي غير كافيين لحث جمهور المستهلكين صوبه، والخطاب الاشهاري حين يتبنى منتجاً ما فإنه يكيف جميع الامكانيات التي تغيب البعد النفعي المباشر وتجعل المستهلك أمام وعد مستقبلي، ويتكفل النسق اللساني الذي يضطلع بوظيفة الافصاح عن المنتج بغلق منافذ الاحتمالات الدلالية وجعل المستهلك امام نتيجة واحدة هذه النتيجة هي مستودع الوعد المستقبلي وكلما تعلق هذا الوعد المستقبلي بضرورة من ضرورات الحياة أو كلما فرض نفسه بوصفه ضرورة حياتية ملحة كان جنوح المستهلكين نحو المنتج كبيراً جداً ينطلق هذا الجنوح من مسلمة اشهارية عمادها: (وعد الكينونة اشد اغراء من يقين الامتلاك)<sup>(٣٨)</sup> على حد قول "جاك سيغيلا" فلا قيمة للرسالة التتويرية التي يدعو إليها عدنان في مقالاته ما لم تسوّر بوعد كينونة جديدة.

وهذه الكينونة الجديدة لا يمكن أن تتحقق عفو الخاطر ما لم تكن هناك استراتيجية اشهارية منضبطة، ترتكز هذه الاستراتيجية على (على مفصلة قيمها استنادا إلى طولية زمنية مُدركة من خلال الإيحاء بوجود وضع بدئي تتخلله لحظة نقص تليها لحظة ثانية تختم الدورة الحركية وفيها يستعان بالمنتج باعتباره حلاً لعقدة<sup>(٣٩)</sup>) أن المنتج يتموضع بين لحظتين لحظةً بدئيةً ولحظة كينونة جديدة وبين اللحظتين فتق لا يرتقه إلا المنتج عينة الترويج والدعاية، فيأتي المنتج بوصفه الحل الأمثل لهذا الفتق.

التساؤل الذي يفرض نفسه الآن: هل ثمة لحظتين في كتاب سعيد عدنان بينهما منتج يرتق الشرخ؟ إن كان الجواب إيجاباً، فما هُن؟ وما المنتج؟ الإيجاب هو الرد على السؤال الأول، والتعيين هو الرد على السؤالين اللاحقين ففي التساؤل عن اللحظتين نلفي الخطاب الثقافي الذي ينشكّي من جدوى المقروء، وينعته بالاستلاب أمام الآخر الغربي وفرض تصوراتهِ على الأدب والثقافة العربيّتين، ويشخص الأخطاء اللغوية والأسلوبية لمتسيدي المشهد الثقافي العربي، فيصفهم بالانفصال عن القارئ والتعالى عليه، وعدم تطوير مهاراته العقلية واللغوية ومهارات التفكير النقدي لديه لأنهم أصالة يفتقدون للجهاز المفاهيمي النقدي، ويفتقرون لوعي الناقد الخلاق، حتى صار من مسلمات القول أن الثقافة العربية الحديثة لا تمتلك نظرية واحدة تخص الأدب، وليس لديها رؤية خاصة للعالم، أن هذا الخطاب الثقافي الناقم يحول دون الوعد بين المنتج والمستهلك.

أما عن لحظة الكينونة الجديدة فهي عماد مقالات سعيد عدنان فقد ألحت المقالات في جانب كبير منها على حث القراء إلى مؤلفين يحملون شعلة التنوير، ويستضيئون به، و قراءتهم لا تخلو من منفعة تصب في جانب تطوير اللغة والبيان عند المستهلكين، وتشدّ وعيهم بالتفكير النقدي الخلاق، والرؤية الأصيلة والصادقة، وتمدهم بمعول تفكيك الخطابات بتنوعاتها المختلفة، وبالمحصلة تنتشلهم إلى كينونة جديدة، ومغايرة تماماً لكينونة اللحظة الأولى، والمنتج الذي يضعه عدنان بين هاتين اللحظتين هو مقالاته المختصة بالوقوف على جوانب من حياة بعض الشخصيات ومؤلفاتهم، وهو بهذه المقالات يعدّ المستهلك بكينونة ثقافية خلّاقة إن هو أقبل على قراءة هؤلاء المفكرين التنويريين.

تجدر الإشارة إلى تأكيد الخطاب الاشهاري في صوغ ارسالياته على بعدي الاغراء والاغواء بغية استدرج المستهلك/ القارئ من الاشباع النفعي إلى عوالم الاستيهامات الرمزية فليس من الاشهار بشيء التنكير بحقيقة المنتج إنما الاشهار في جوهره تسويرٌ لحقائق المنتج وتقديمها بوصفها قيمة رمزية<sup>(٤٠)</sup> فقد سورت مقالات سعيد عدنان في كتابه حقيقة المنتج بسياق رمزي موصول بكينونة جديدة؛ بغية جعل هذه الكينونة الموجة لفضل

الشراء لا المنتج نفسه، والشراء هنا يضارع فعل الاقبال على القراءة الذي يمثل مرتكز مقالات الكتاب، وصفوة دعوته التتبيرية.

تتمظهر الكينونة الثقافية في مقالات خاصة من كتاب سعيد عدنان (مقالات في الأدب والثقافة) المقالات التي أفردها للحديث عن جهود شخصيات ينعتهم دائماً بحاملي شعلة التتبير، نحو: (طه حسين، علي الطنطاوي، أحمد زكي، محمود المسعودي، عبد الواحد لؤلؤة، حسين مروة... وغيرهم الكثير)، ففي مقالته الموسومة (احمد زكي.. البيان في ميدان العلم) نلاحظ مقدمة المقالة تعرج على علاقة البيان بالعلم (ليس البيان مقصوراً على الأدب؛ بل هو شيء ينبغي أن يجلو كل ضروب الفكر حتى ما كان منها علماً صرفاً؛ من أجل أن يحسن تداوله، ويأخذ مداه؛ ذلك أن نقص البيان يرجع على الفكر بالنقصان. وقد كان أهل الفكر يُعنون بلغتهم وبيانها ويضعون الألفاظ مواضعها؛ من دون أن يزيد اللفظ عن المعنى أو ينقص)<sup>(٤١)</sup> ثم بدأ عرض المقال بالحديث عن عصر النهضة وفاعليته في عودة رونق اللغة العربية التي غيبته عصور الاضمحلال الثقافي، ومن ثم الحديث عن أحمد زكي بدءاً بمرجعيات تكوينه، وتركته المعرفية، وعلاقته بالعلم والصحافة والنشر، بأسلوب يعتمد على الاختزال والتكثيف، يختتم عدنان مقالته بارسالية اشهارية مكثفة، قائلاً (وبقى يكتب كل شهر في قضية من قضايا العلم، وقد تمت له لغة فصيحة مشرقة واضحة الدلالة قادرة على النهوض بأعباء العلم...

إن لغته لخير مثال لما ينبغي أن تكون عليه لغة العلم...!)<sup>(٤٢)</sup>

إن الدعوة لقراءة منجز معرفي في ميدان العلوم الصرفة لا شيء سوى أنها منجزات ذات بيان مشرق قد تحمل كثيراً من المخاطرة في تفاعل جمهور القراء معها؛ لكن هذه المخاطرة تتلاشى حين يشتغل المُشهر على وعد كينونة جديدة، ولاسيما أن هذه الكينونة الجديدة سُبقت بتقديم يصرح أن حسن تداول الأفكار في المديات الواسعة يحتاج إلى بيان عال أو أنه موصول ببيانها العالي؛ لذا وجدنا سعيد عدنان في مقالته هذه يربط دعوته الصريحة لقراءة التركة المعرفية لأحمد زكي بوعد كينونة جديدة وهي البراعة اللغوية والتشبع بالبيان العالي وحتى لغة المتواليات اللسانية الأخير إن لغته لخير مثال لما ينبغي أن تكون عليه لغة العلم...! جاءت موصولة بالحديث عما يُستقبل من الزمن؛ بغية ادراج المستهلك في سياق رمزي ذي قيمة ثقافية موصولة بالبراعة اللغوية وحسن البيان، إن الوثوق في وعد الكينونة الثقافية الجديدة يجعل المشهور يدعو مستهلكين للبحث عن حاجاتهم في أماكن غير مخصصة لها، مثلما صنع سعيد عدنان حين دعا إلى قراءة كتب مختصة بالعلوم الصرفة

كالكيمياء والأحياء وعلم النجوم والكواكب والمجرات لأن لغة هذه المصنفات تتمتع ببيان عال ولأن البيان العالي لا يرجع على الفكر بالنقصان فهذا البيان هو السبيل الأمثل لبلوغ الكينونة الثقافية التي لا يعترها النقصان. وفي مقالته الموسومة (أحمد لطفي السيد وقضية التنوير) تتجلى الكينونة الثقافية في عد السيد مرشداً للعقل والحرية فقد استهل سعيد عدنان مقالته بالحديث عن رواد النهضة العربية في مصر بوصفهم طليعة (قد شرعت، منذ أوائل القرن التاسع عشر تنفض عنها غبار قرون من الجفاف، وتبسس عروق الحياة وتسعى أن تصل ما انقطع من تاريخها؛ تحيي جوانب القوة من تراثها، وتمد بصرها إلى الغرب تقتبس منه ما يفيدها)<sup>(٤٣)</sup> فذكر من هذا الطليعة رفاة رافع الطهطاوي، وجمال الدين الأفغاني، وجعل الحديث عن تتلمذ أحمد لطفي السيد على يد الأفغاني بداية للشروع بالحديث عن الدور التنويري للسيد في النهضة العربية التي شهدتها مصر.

وبعد العرض الموجز والمكثف والمشوق يختتم سعيد عدنان مقالته بارسالية اشهارية قوامها (سارعوا بقراءة أحمد لطفي السيد)، إذ يقول: (لكن نهج أحمد لطفي السيد في إشاعة المعرفة الرصينة الصحيحة الهادئة يبقى مرشداً على طريق العقل والحرية من أجل الخروج من ظلمات الجهل والاستبداد)<sup>(٤٤)</sup>.

شروع الحديث عن السيد بـ(لكن) الاستدراكية يعني أن ثمة خصم لا يروج لقراءة السيد، ويعد مؤلفاته انتهى رونقها بزمنها فقط، وما عادت تصلح لثقافة اليوم ووعي الجيل. فجاءت (لكن) بوصفها رابطاً حجاجياً ينفي التوجيه عمّا قبلها ويقرّه لما بعدها ويقويه<sup>(٤٥)</sup>. وتجدر الإشارة هنا إلى أن التلفظ بأقوالٍ من نمط (أ) لكن (ب)، يستلزم أمرين اثنين<sup>(٤٦)</sup>:

١- إنَّ المُتَكَلِّمُ يُقَدِّمُ (أ) و (ب) بوصفهما حُجَّتَيْنِ، الحُجَّةُ الأولى موجَّهة نحو نتيجة معيَّنة (ن)، والحُجَّةُ التَّانِيَّةُ موجَّهة نحو النتيجة المضادَّة أي نحو (لا - ن).

٢- إنَّ المتكلم يقدم الحُجَّةَ التَّانِيَّةَ بوصفها الحُجَّةُ الاقوى التي توجَّه القول أو الخطاب برمته.

فالحجة الأولى هي دعوى الخصوم والحجة الثانية هي ما جاء بعد (لكن) والملاحظ على الحجة التي يسوقها عدنان بعد (لكن) يجدها تؤكد على وعد الكينونة الثقافية الجديدة، فمنهج السيد يبقى مرشداً في طريق الحرية، ويتموضع بين لحظتين الأولى الجهل والاستبداد، والثانية تكفل بها المسكوت عنه: علامة الحذف والتعجب؛ بغية جعل المستهلك في استيهام رمزي للكينونة الثقافية الجديدة التي يحصل عليها بعد العزم على قراءة أحمد لطفي السيد.

ولما كان الخطاب الاشهاري حجاجي في جوهره فإننا نجد مقالات سعيد عدنان بوصفها تحمل رسالة تنويرية تريد أن تروجها، وتدعو إليه تتكئ عليه اتكاءً مفرطاً فقد لاحظنا حركية التوجيه التي وفرتها (لكن) الحجاجية بالاستدراك، وإذا أمعنا النظر بالإرسالية الاشهارية نلفها قائمةً على حجاج لغوي دقيق فلم يكتف عدنان بإيراد نهج السيد أحمد لطفي في إشاعة المعرفة مجرداً بل أرفه بنعوت (الرصينة، الصحيحة، الهادئة) هذه النعوت تسهم برفع مستوى التشويق لنهج السيد في رسالته التنويرية، وقادرة على رفع حمولات ايجابية إلى ذهن المستهلك، فضلاً عن ذلك تحتوى الارسالية الاشهارية هذه على حجاج قرآني مستوحى من قوله تعالى ﴿اللَّهُ وَلِيُّ الَّذِينَ آمَنُوا يُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ وَالَّذِينَ كَفَرُوا أَوْلِيَاؤُهُمُ الطَّاغُوتُ يُخْرِجُونَهُم مِّنَ النُّورِ إِلَى الظُّلُمَاتِ أُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ﴾ البقرة: ٢٥٧. فقد اعتمد سعيد عدنان في تسويق دعوته لقراءة أحمد لطفي السيد على إمكانات لغوية ذات طابع حجاجي؛ ذلك لأنّ (الخطاب الاشهاري خطاب مخاتل يحاول توظيف أية أداة لغوية أو علامتية ليسوق المخاطب مدعناً إلى التسليم بما يتبناه هذا الخطاب)<sup>(٤٧)</sup> فالكينونة الثقافية الجديدة التي يبشر بها سعيد عدنان تكمن في المعرفة الرصينة الصحيحة الهادئة والتمتع بنور العلم الرصين، ويبدو لأن حجج الخصوم التي تعدّ كتب السيد خاصةً بسياقها التاريخي والثقافي قوية وذات مقبولية جماهيرية فإن سعيد عدنان دعّم حجته الاشهارية الداعية لقراءة السيد في لحظتنا الراهنة بممكنات حجاجية متنوعة بدءاً بالرباط الحجاجي (لكن) مروراً بالنعوت الايجابية وصولاً إلى حجج الدليل التي تُستنتج من كلامه فتجعل المستهلك يستحضر النص القرآني بوصفه مصداقاً لما يقول المُشهر، وهذه الممكنات الحجاجية كلها تجعل المستهلك في استيهام رمزي لشخصية أحمد لطفي السيد أولاً والحلم بكينونة ثقافية جديدة تحمل شعلة العقل الهادئ والمعرفة الصحيحة، وهكذا كينونة أشد اغراءً من يقين امتلاك ثقافة فقط.

ويمكن أن ترشح الكينونة الثقافية من سلطة الاحتراف المكثف التي اتكأ عليها سعيد عدنان في مقالاته التي يروج بها لشخصيات ثقافية تحمل شعلة التنوير. تسهم هذه السلطة الاحترافية في ادراج القارئ ضمن عوالم من الاستيهامات الرمزية للشخصيات التي تحتفي بها المقالات. فعن علي جواد الطاهر يقول عدنان: (أن الظاهر وهو يزاوّل التحقيق بضربيه، محقق ثبت قليل النظر، يزينه علم رصين، ومنهج قويم، وخلق رفيع...!)<sup>(٤٨)</sup>، وفي موضع آخر يقول عنه: (لقد كان وجود ما ينشر في الصحافة، وينقيه حتى يستوي محكماً محكماً، رأياً وصياغةً، ولم تكن عنايته به، ورعايته له بأقلّ مما تلقى بحوثه الأكاديمية منه، من عناية ورعاية، فلا غرو أن جاءت كتبه المنشورة في الصحافة أصلاً على قدر رفيع من أصالة الفكر، وبراعة الأداء،

ولا غرو أن كانت له تلك المنزلة المرموقة في الصحافة الأدبية...!)<sup>(٤٩)</sup> يتجلى البعد الاشهاري في هذا الاحتفاء في محاولة تخلص المنتج (علي جواد الطاهر) مما يناظره وتقديمه إلى القارئ بوصفه الوحيد الأوحد ذا المنهج القويم، والخلق الرفيع، والأكاديمي المنضبط حتى في مقالته.

وعن فؤاد زكريا يقول: (لقد تكامل التأليف والترجمة لدى فؤاد زكريا على أحسن حال ما يكون التكامل حتى كأنهما أمر واحد يسعى في سبيل زيادة ضياء مصباح العقل...!)<sup>(٥٠)</sup>، وعن هاني فحص يقول: (قلم مبین، وذهن فصیح، وروح سامية، تألف، وتؤلف، وعقلانية متوازنة واستنارة مشرقة؛ كلها باق إذا ما طوى الموت الجسد...!)<sup>(٥١)</sup>، وعن نادية العزاوي يقول: (إن الروح الوطني الإنساني ليمزج المنحى الأكاديمي عند الأديبة الناقدة الدكتورة نادية العزاوي حتى ليصبح شيئاً منه...!)<sup>(٥٢)</sup>.

تعتمد هذه الاحتفاءات على الاختزال والتكثيف اللذين يسهمان في ادخال المستهلك في فضاء من الاستيهامات الرمزية، ويعدانه - إن هو أقبل - على قراءة هذه الكوكبة من النقاد والعلماء بكيونة ثقافية خلقة؛ ذلك لأن التوكل على جودة المنتج، وحقيقته لا يسهمان في حث جمهور المستهلكين/ القراء عليه، إذ لا بد من ربط المنتج بوعده رمزي، وكلما شُحن هذا الوعد بمجسات تجعله ضرورة من ضرورات الحياة تقام أقبال القراء عليه؛ إذ اننا بطبيعتنا نُقبل على شراء الوعود لا المنتجات، فما لم تُسور هذه الشخصيات التي كتبت عنها سعيد عدنان بوعود رمزية، تجعلها تتحرك في أذهان القراء بوصفها الشخصيات الوحيدة القادرة على انتشال المستهلك من مستنقع الجهل، وشحذ همة التفكير والتدبر عنده، وتسهم بإيقاد شعلة التنوير لديه.

من خلال ما تقدم يمكن القول: أن الخطاب الاشهاري في كتاب سعيد عدنان (مقالات في الأدب والثقافية) يسلك منحيين. الأول موصول بالترويج إلى موضوعات ثقافية معينة من التراث والحداثة، ويُروّج الثاني إلى شخصيات معينة حملت شعلة الفكر والتنوير على حد قوله الذي تردد كثيراً في مقالاته. تبنى عدنان في المنحى الأول من خطابه الاشهاري استراتيجية شهرية قائمة على ربط الموضوع عينة الترويج بثمين قيمي كامن في اللاشعور الجمعي للمستهلكين؛ يضطلع هذا التثمين بوظيفي التشويق للموضوع والحث عليه فضلاً عن ذلك يساهم في تخصيص الحاجة إلى إشباعه. وتبنى في المنحى الثاني استراتيجية شهرية قائمة على جعل المنتج يتمظهر بوصفه وعداً للكيونة الثقافية، تعتمد هذه الاستراتيجية على جعل المنتج يتحرك في فضاء رمزي مشبع بالاستيهامات أي بوصفه الفردوس المفقود، الذي لا بد من العثور عليه.



تسهم هاتان الاستراتيجيتان بدفع المستهلك إلى قراءة ما يدعو إليه سعيد عدنان في مقالاته فقد غيَّب عدنان هذه الدعوة وسورها باستراتيجيتي: التثمين القيمي، والكينونة الثقافية، وبهاتين الاستراتيجيتين يشتغل على تقصي ميول المستهلكين ومحاولة ربط المنتج بأهوائهم وطموحاتهم، بلغة تمضي صوب الاختزال والتكثيف، وتعتمد على الحجاج بشكل كبير؛ بغية الامساك بالمستهلك من خلال التشويق والاغواء، وبناءً على ذلك يمكن القول: أن سعيد عدنان اشهاري في مقالاته.

## الهوامش:

- (<sup>١</sup>) ينظر، الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة: ٤٧.
- (<sup>٢</sup>) ينظر، الإشهار القرآني والمعنى العرفاني في ضوء النظرية العرفانية والمزج المفهومي والتداولية " سورة يوسف نموذجاً ": د. عطية سلمان أحمد ، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي ، د. ط ، ٢٠١٤م: ٣٣.
- (<sup>٣</sup>) ينظر، الصورة الإشهارية في لخطاب البصري والمرأة في الشعر العربي القديم: أ.د. محمد الدسوقي ، دار النابعة ، ط ١ ، ٢٠١٥م: ٢٨.
- (<sup>٤</sup>) نظر: الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة: ٤٨.
- (<sup>٥</sup>) ينظر: نفسه: ٤٩.
- (<sup>٦</sup>) ينظر، الإشهار والمجتمع: بيرناركاتولا ، ترجمة: سعيد بنكراد ، دار الحوار ، ط ١ ، ٢٠١٢م: ١١٢.
- (<sup>٧</sup>) ينظر، الإشهار القرآني والمعنى العرفاني: ٢٢
- (<sup>٨</sup>) الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة: ٤٥
- (<sup>٩</sup>) ينظر: نفسه : ٦٣.
- (<sup>١٠</sup>) الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة: ٥٦.
- (<sup>١١</sup>) نفسه : ١٨٠.
- (<sup>١٢</sup>) ينظر: معجم السيميائيات: فيصل الأحمر ، منشورات الاختلاف ، ط ١ ، ٢٠١٠م: ١١٤ / والخطاب الإشهاري مكوناته وآليات اشتغاله: عبد المجيد نوسي ، بحث في مجلة الفكر العربي المعاصر ، ع: ٨٤،٨٥ ، ١٩٩١م: ٨٧.
- (<sup>١٣</sup>) ينظر: سيميائيات الأهواء من حالات الأشياء إلى حالات النفس: ألجيرداس.ج. غريماس ، جاك وننتي ، ترجمة وتقديم وتعليق: سعيد بنكراد ، دار الكتاب الجديد ، ط ١ ، ٢٠١٠م: ٣٦٩.
- (<sup>١٤</sup>) ينظر: سيميائيات السرد الروائي من السرد إلى الأهواء ، حليلة وزيدي ، منشورات القلم المعرفي ، ط ١ ، ٢٠١٧م: ٢٤.
- (<sup>١٥</sup>) ينظر: لسان العرب: جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور الأنصاري (ت٧١١هـ) ، دار صادر ، مادة (نهج): ٣٨٣ / ٢.
- (<sup>١٦</sup>) منهج البحث الأدبي: د. علي جواد الطاهر ، الدار المتحدة للنشر والتوزيع ، بيروت ، ط ٨ ، ١٩٩٥م: ١٧.
- (<sup>١٧</sup>) معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب ، مجدي وهبة وكمال المهندس ، مكتبة لبنان ، ١٩٧٩ ، ٤١٥.

- (١٨) مقالات في الأدب والثقافة: سعيد عدنان ، جامعة الكوفة سلسلة دراسات فكرية ، ط١ ، ٢٠١٨م: ٩.
- (١٩) نفسه: ١٠.
- (٢٠) سيميائيات الصورة الاشهارية الاشهار والتمثلات الثقافية: سعيد بنكراد ، منشورات ضفاف ، ط١ ، ٢٠١٦م: ٨٤.
- (٢١) ينظر: نفسه: ٨٤.
- (٢٢) مقالات في الأدب والثقافة: سعيد عدنان ، دراسات فكرية جامعة الكوفة ، ط١ ، ٢٠١٨م: ٩.
- (٢٣) نفسه: ٩.
- (٢٤) نفسه: ٩.
- (٢٥) نفسه: ١٠.
- (٢٦) نفسه: ٧٣.
- (٢٧) نفسه: ٧٣.
- (٢٨) مقالات في الأدب والثقافة: ١٣.
- (٢٩) نفسه: ١١.
- (٣٠) الحجاج في الشعر العربي: ١٦٨
- (٣١) ينظر: الخطاب الأدبي ورهانات التأويل " قراءة نصية تداولية حجاجية " : د نعمان بوقرة ، ط١ ، ٢٠١٢ عالم الكتب الحديث ، أريد - الأردن: ١٧٦، و بلاغة الحجاج في الشعر القديم " حجاج الشاعر شفيحاً ومحرضاً": د.محمد سيد علي عبد العال ، ط١ ، القاهرة مكتبة الآداب ، ٢٠١٤م: ٦١
- (٣٢) ينظر: الحجاج في الشعر العربي القديم بنيته وأساليبه: سامية الدريدي ، عالم الكتب الحديث ، الأردن ، ط١ ، ٢٠٠٨م: ٣٠ ، والخطاب الاشهاري في النص الأدبي دراسة تداولية: مريم الشنقيطي ، دار الفیصل ، ١٤٤٠هـ: ٦٩ - ٧٠.
- (٣٣) مقالات في الأدب والثقافة: ١٤.
- (٣٤) نفسه: ١٦.
- \*. عن مفهوم السلم الحجاجي يقول أبو بكر العزاوي : (عندما تقوم بين الحجج المنتمية إلى فئة حجاجية ما ،علاقة ترتيبية معينة ، فإن هذه الحجج تنتمي إذ ذاك إلى نفس السلم الحجاجي ، والسلم الحجاجي هو فئة حجاجية موجهة) أما عن سمات السلم الحجاجي فهي:
- كل قول يرد في درجة ما من السلم ، يكون القول الذي يعلوه دليلاً دليلاً أقوى من بالنسبة للنتيجة
  - إذا كان القول "ب" يؤدي إلى النتيجة "ن" فهذا يستلزم أن "ج" أو "د" الذي يعلوه درجة يؤدي إليها والعكس غير صحيح.ينظر: اللغة والحجاج: د. ابو بكر العزاوي ، ط٢ ، مطبعة العمدة ، ٢٠٠٦: ٢٠ - ٢١.
- (٣٥) مقالات في الادب والثقافة: ١٦.
- (٣٦) اللغة والحجاج: ٧٣
- (٣٧) ينظر: نفسه: ٧١
- (٣٨) الصورة الاشهارية آليات القناع والدلالة: ٩٥.
- (٣٩) سيميائيات الصورة الإشهارية الإشهار والتمثلات الثقافية : ٦١.

- (٤٠) ينظر: التقديم: سعيد بنكراد (بحث ضمن كتاب: استراتيجيات التواصل الاشهاري: سعيد بنكراد وآخرون: دار الحوار ، ط١ ، ٢٠١٠م: ٨.
- (٤١) مقالات في الأدب والثقافة: ٨٢.
- (٤٢) نفسه: ٨٦.
- (٤٣) نفسه: ١٦٥.
- (٤٤) نفسه: ١٧٠.
- (٤٥) ينظر: لامية العرب بين التواصل والقطيعة " مقاربة حجاجية " : عبد الرحمن أحمد اسماعيل كرم الدين ، مج العلوم العربية ، ع: ٢٨ رجب ١٤٣٤ هـ: ١٢٧.
- (٤٦) ينظر: اللغة والحجاج : ٥٨
- (٤٧) الخطاب الاشهاري في النص الأدبي دراسة تداولية: ٦٩.
- (٤٨) مقالات في الأدب والثقافة: ٢٣٥.
- (٤٩) نفسه: ٢٤١.
- (٥٠) نفسه: ٢٥١.
- (٥١) نفسه: ٢٦٨.
- (٥٢) نفسه: ٢٧٢.

## المصادر والمراجع

### القرآن الكريم

- استراتيجيات التواصل الاشهاري: سعيد بنكراد وآخرون: دار الحوار ، ط١ ، ٢٠١٠م
- الإشهار القرآني والمعنى العرفاني في ضوء النظرية العرفانية والمزج المفهومي والتداولية " سورة يوسف نموذجاً " : د. عطية سلمان أحمد ، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي ، د. ط ، ٢٠١٤م.
- الإشهار والمجتمع: بيرناركاتولا ، ترجمة: سعيد بنكراد ، دار الحوار ، ط١ ، ٢٠١٢م
- بلاغة الحجاج في الشعر القديم " حجاج الشاعر شفيحاً ومحرضاً": د.محمد سيد علي عبد العال ، ط١ ، القاهرة مكتبة الآداب ، ٢٠١٤م.
- الحجاج في الشعر العربي القديم بنيته وأساليبه: سامية الدريدي ، عالم الكتب الحديث ، الأردن ، ط١ ، ٢٠٠٨م.
- الخطاب الأدبي ورهانات التأويل " قراءة نصية تداولية حجاجية ": د نعمان بوقرة ، ط١ ، ٢٠١٢ عالم الكتب الحديث ، أريد - الأردن.
- الخطاب الاشهاري في النص الأدبي دراسة تداولية: مريم الشنقيطي ، دار الفيصل ، ١٤٤٠هـ.
- سيميائيات الأهواء من حالات الأشياء إلى حالات النفس: ألجيرداس.ج. غريماس ، جاك وننتي ، ترجمة وتقديم وتعليق: سعيد بنكراد ، دار الكتاب الجديد ، ط١ ، ٢٠١٠م.

- سيميائيات السرد الروائي من السرد إلى الأهواء ، حليلة وازيدي ، منشورات القلم المعرفي ، ط١ ، ٢٠١٧م.
- سيميائيات الصورة الاشهارية الاشهار والتمثلات الثقافية: سعيد بنكراد ، منشورات ضفاف ، ط١ ، ٢٠١٦م.
- الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة: سعيد بنكراد ، المركز الثقافي العربي ، ط١ ، ٢٠٠٩م.
- الصورة الاشهارية في لخطاب البصري والمرأة في الشعر العربي القديم: أ.د. محمد الدسوقي ، دار النابغة ، ط١ ، ٢٠١٥م.
- لسان العرب: جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور الأنصاري (ت٧١١هـ) ، دار صادر ، مادة (نهج).
- معجم السيميائيات: فيصل الأحمر ، منشورات الاختلاف ، ط١ ، ٢٠١٠م.
- معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب ، مجدي وهبة وكمال المهندس ، مكتبة لبنان ، ١٩٧٩.
- مقالات في الأدب والثقافة: سعيد عدنان ، جامعة الكوفة سلسلة دراسات فكرية ، ط١ ، ٢٠١٨م.
- منهج البحث الأدبي: د. علي جواد الطاهر ، الدار المتحدة للنشر والتوزيع ، بيروت ، ط٨ ، ١٩٩٥م.

#### المجلات

- الخطاب الاشهارية مكوناته وآليات اشتغاله: عبد المجيد نوسي ، بحث في مجلة الفكر العربي المعاصر ، ع: ٨٤-٨٥ ، ١٩٩١م.