



تحليل الخطاب الإعلامي في شعر كريم معتوق: دراسة بلاغية دلالية

Media Discourse Analysis in the Poetry of Karim Maatouq: A Rhetorical and Semantic Study

محمد جواد بور عابد جامعة خليج فارس، بوشهر، (إيران) m.pourabed@pgu.ac.ir	علي خضري جامعة خليج فارس، بوشهر، (إيران) alikhezri@pgu.ac.ir	رسول بلاوي جامعة شهيد تشمران أهواز، أهواز، (إيران) r.balavi@scu.ac.ir	زينب رنجبر جامعة خليج فارس، بوشهر، (إيران) zranjbar272@gmail.com
--	--	--	--

ملومات المقال	المخلص:
تاريخ الارسال: 2025/05/04 تاريخ القبول: 2025/07/24	الخطاب الإعلامي من أبرز أنماط الخطاب الحديث، إذ يسهم في تشكيل الوعي الجمعي وصياغة الرأي العام، بوصفه مزيجاً من الوظائف الإخبارية والإقناعية والتأثيرية. وقد تطور هذا الخطاب مع اتساع الوسائط وانتقاله إلى فضاءات رقمية وفنية متنوعة. لم يعد الخطاب الإعلامي حكراً على الصحافة، بل انفتح على أجناس أدبية مثل الشعر: حيث أفاد أكثر الشعراء المعاصرين، ومنهم كريم معتوق، تقنياته، معيدين صياغته في قوالب جمالية تمنح الكلمة بعداً فنياً وتأثيراً وجدانياً. تتناول هذه المقالة مظاهر التوظيف الجمالي للخطاب الإعلامي في قصائد كريم معتوق، مستندة إلى المنهج الوصفي التحليلي. ترصد كيفية الاشتغال الفني على عناصر إعلامية تُصاغ شعرياً، مما يعيد إنتاجها ضمن رؤية شعرية مكثفة تؤدي وظائف متعددة متصلة بالواقع.
الكلمات المفتاحية: ✓ الشعر المعاصر: ✓ الخطاب الإعلامي: ✓ كريم معتوق: ✓ قصائد كريم معتوق:	Abstract: <i>Media discourse is considered one of the most prominent forms of modern discourse, contributing significantly to shaping collective consciousness and public opinion, as it combines informational, persuasive, and influential functions. This discourse has notably evolved with the expansion of media platforms and its transition into more diverse digital and artistic spaces. In this context, media discourse is no longer confined to journalism but has extended into various literary genres, including poetry. Some contemporary poets, such as Kareem Maatouq, have utilized media techniques, reformulating them into aesthetic structures that give the word an artistic and emotional dimension. This article explores the aesthetic employment of media discourse in Kareem Maatouq's poetry, adopting a descriptive-analytical approach to trace how media elements are artistically reimagined in poetic form, thus reconstructing media</i>
Article info Received 04/05/2025 Accepted 24/07/2025 Keywords: ✓ Contemporary Poetry ✓ Media Discourse ✓ Kareem Maatouq ✓ the Poems of Kareem Maatouq	

1. المقدمة

يشكل الخطاب الإعلامي أحد المحاور الأساسية في الدراسات الحديثة، نظرًا لما يملكه من قدرة على تشكيل الوعي العام وإعادة إنتاج المفاهيم الاجتماعية، والسياسية، والثقافية. وقد تطوّر هذا الخطاب من كونه مجرد وسيلة لنقل المعلومات، إلى منظومة متكاملة من الرموز والدلالات التي تهدف إلى التأثير، والتوجيه، والإقناع، عبر وسائط متعددة تنقل الرسالة بلغة واضحة، ولكن مدروسة. ومع تأثير وسائل الإعلام وتنوع أدواتها، أصبحت الرسالة الإعلامية تتجاوز البعد الإخباري المباشر، إلى أبعاد رمزية وثقافية أعمق، قادرة على اختراق مختلف الحقول المعرفية، بما في ذلك الحقل الأدبي. لقد غدا من اللافت في السنوات الأخيرة تزايد حضور الخطاب الإعلامي في النصوص الشعرية، لا بوصفه اقتباسًا عرضيًا أو تداخلًا عابرًا، بل كعنصر بنائي يُعاد تشكيله ضمن الرؤية الفنية للشاعر. فهذا الخطاب، بما يحتويه من أنماط لغوية وصيغ أسلوبية، أصبح مادة فنية يستثمرها الشعراء لتوسيع أفق التعبير الشعري، والتفاعل مع قضايا الواقع المعاصر، وتقديم رؤى نقدية تتقاطع مع الإعلام، ولكن من زاوية جمالية وإبداعية. وفي هذا السياق، برزت أعمال الشاعر الإماراتي كريم معتوق بوصفها نموذجًا معاصرًا وفقًا للمنهج الوصفي - التحليلي، الذي يتيح تتبع البنى اللغوية والدلالية في النص الشعري ولتوظيف الخطاب الإعلامي في الشعر، حيث تمكّن من إدماج اللغة الإعلامية في قصائده بطريقة فنية واعية، تُحافظ على الطابع الجمالي للنص، وتُغني مضمونه بدلالات متعددة. إن ما يميز شعر معتوق هو هذه القدرة على تحويل العبارة الإعلامية إلى أداة شعرية، تتداخل فيها الصور، والإيقاع، والرمز، ضمن نسيج لغوي متماسك يجمع بين البعد الجمالي والوظيفة البلاغية. وانطلاقًا من هذا التداخل بين الشعر والإعلام، رغم كثرة الدراسات النقدية التي تناولت شعر كريم معتوق من منظور بلاغي، إلا أنّ معظمها أغفل البعد الإعلامي في شعره، أي كيف يوظّف الشاعر عناصر الخطاب الإعلامي للتأثير في القارئ. تسعى هذه الدراسة إلى سدّ هذه الفجوة من خلال: إبراز العلاقة بين البلاغة الشعرية والوظيفة الإعلامية، وتحليل كيفية إعادة صياغة الخطاب الإعلامي في سياق شعري، وتوضيح الأبعاد الجمالية والدلالية لهذا التوظيف.

1-1. أسئلة البحث

تحاول هذه الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية:

ما مظاهر الخطاب الإعلامي في شعر كريم معتوق؟

كيف تساهم الأساليب البلاغية في شعره في أداء وظيفة إعلامية (مثل الإقناع أو التأثير أو تشكيل الرأي)؟

1-2. خلفية البحث

من ضمن البحوث التي دارت حول موضوع الخطاب الإعلامي، دراسة للباحثة د. سعدية حسين المرغني بعنوان (الخطاب الإعلامي في شعر الدعوة الإسلامية: حسان بن ثابت، كعب بن مالك، عبد الله بن رواحة أنموذجًا)، والتي أُجريت سنة 2020 في جامعة بنغازي. تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن الأساليب الإعلامية التي وظّفها شعراء الدعوة لنشر مبادئ الإسلام والدفاع عنه. وقد تناولت الدراسة عدة محاور، منها: البناء الفني للخطاب، ووظائفه التوجيهية والتحريرية، إضافة إلى أثر البيئة الدعوية في صياغة هذا الخطاب. وتُعد هذه الدراسة مرجعًا مهمًا لمن يدرس حضور الخطاب الإعلامي في الشعر، وهي تضيء الخلفية التي يمهّد بها هذا البحث الحديث حول تحليلات الخطاب الإعلامي في شعر كريم معتوق. وكذلك توجد دراسة حديثة بعنوان (الخطاب الإعلامي في شعر منصور جاسم الشامسي: دراسة وصفية تحليلية)، نُشرت في مجلة جامعة القدس المفتوحة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، العدد (63)، يوليو (2023). قام بإعدادها أحمد عبد الإمام جابري وآخرون من جامعة خليج فارس في بوشهر - إيران. تتناول هذه الدراسة مفهوم الخطاب الإعلامي وأهميته في الشعر المعاصر، حيث انطلقت من مقدمة تُعرّف بهذا المفهوم وتبرز حضوره في الحقل الشعري. ثم انتقلت إلى الإطار النظري الذي شرح أبرز المصطلحات المرتبطة بالتحليل والخطاب والإعلام. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في تحليل نصوص الشامسي، مركزة على عدد من الجوانب مثل: توظيف الرموز والشعارات، والطرائق اللغوية في إيصال الرسائل الإعلامية، واستخدام صيغ التفضيل كأداة تأثير. كما تناولت الدراسة الاستمالات العاطفية التي يفعلها الشاعر للتأثير في وجدان المتلقي. واختتمت الدراسة بأبرز النتائج التي توصل إليها الباحثون، مع تقديم توصيات بحثية مستقبلية. وتهدف هذه الدراسة إلى تحليل مكونات الخطاب الإعلامي في شعر منصور الشامسي من حيث بنيته التعبيرية ووظائفه الاتصالية، مركزة على الأبعاد الفنية والبلاغية والدلالية التي يستثمرها الشاعر في نقل مواقفه وأفكاره عبر لغة إعلامية ذات تأثير مباشر. تُعد هذه الدراسة رافدًا مهمًا في فهم كيفية تقاطع الشعر مع الخطاب الإعلامي في السياق المعاصر، وهي تمهّد بدورها لفهم تحليلات الخطاب الإعلامي عند كريم معتوق.

ويوجد بحث آخر عن الخطاب الإعلامي للباحث خالد كب (2021)، في سلك الدكتوراه، مختبر تكامل المناهج وتحليل الخطاب، كلية اللغة، جامعة مراكش، بعنوان (بلاغة الخطاب الإعلامي وآلياته العملية للإقناع). انصب اهتمام هذا البحث على تحليل بلاغة الخطاب الإعلامي وطرق بناء رسائل إقناعية قوية وجذابة. وكان الهدف الرئيس منه هو الكشف عن الآليات العملية التي يستخدمها الإعلام لتحقيق التأثير والإقناع، مع تقديم أمثلة عملية من الواقع الإعلامي المعاصر. والعناوين الفرعية للبحث شملت: مقدمة عامة، ثم تعريف ببلاغة الخطاب الإعلامي وخصائصه، ثم بحث في آليات الإقناع البلاغية، تلاها عرض تطبيقات بلاغية عملية من الحقل الإعلامي، ثم خاتمة تطرقت إلى النتائج والاستنتاجات. لم تتناول أشعار كريم معتوق من زاوية الخطاب الإعلامي بالدراسة من قبل، ولم يُعثر على أعمال سابقة بهذا الخصوص، باستثناء عدد محدود من المقالات، منها:

مقالة بعنوان (تنوع الخطاب التواصل في ديوان “ولدي أقوال أخرى” لكريم معتوق) للباحثة زينب رنجبر وآخرين (2024)، حيث قام الباحثون بتحليل أنماط الخطاب المختلفة التي وردت في ديوان “ولدي أقوال أخرى”، ومن بين هذه الأنماط: الخطاب السينمائي، الخطاب الإعلامي، والميتاشعرية. وتجدد الإشارة إلى أن هذه الدراسة اقتصر على ديوان واحد، بينما في هذا المقال تمتد المعالجة لتشمل كل ما كتبه الشاعر في مجموعاته الشعرية.

كما يوجد بحث آخر عن كريم معتوق بعنوان (تحليلات الميتاشعرية في قصائد كريم معتوق) للباحثة زينب رنجبر وآخرين (2025). يسعى هذا البحث إلى استكشاف مفاهيم الميتاشعرية وتحليلاتها، مثل مفردة الشعر، تصوّر الشعر، طبيعته، وشعر الأنا. وقد أبدع الشاعر كريم معتوق في تقديم صور شعرية متميزة، حيث وظّف كلمة “الشعر” في قصائده ببراعة وبلاغة، ما أضفى على نصوصه عمقاً وجمالاً خاصاً. وتُبرز هذه الاستخدامات الجانب الفني والتعبيري للنص، وتكشف عن جزء جوهري من هوية الشاعر. وقد تناول البحث موضوعات مثل: الميتاشعرية من الناحية اللغوية والاصطلاحية، التعريف بالشاعر وإبداعه، مفردة الشعر، مفهوم الشعر، شعر الأنا، وأهم النتائج.

ويوجد بحث آخر عن كريم معتوق بعنوان (الانتقال من التشاكال النووي إلى المربع السيميائي في قصيدة سوانح متفرقة لكريم معتوق: دراسة سيميائية على ضوء نظرية غريماس)، للباحث ناصر جابري وآخرين (2023). تناول الباحث في هذه الدراسة مجموعة من المفاهيم السيميائية، مثل البنية الظاهرة والبنية العميقة، إضافة إلى مفاهيم التشاكال النووي، والتشاكال السيميولوجي والدلالي، وكذلك المربع السيميائي. وقد ركز البحث على تحليل قصيدة “سوانح متفرقة” لكريم معتوق، من خلال استكشاف الرموز والمعاني المرتبطة بثنائيات مثل الحزن والفرح، والأمان والخوف، التي تشكل ضمن إطار المربع السيميائي. وبهذا قدّم الباحث رؤية تحليلية سيميائية تعتمد على منهج غريماس لتفسير البنى الدلالية في القصيدة.

تناولت بعض الدراسات السابقة موضوع الخطاب الإعلامي في سياقات مختلفة، مثل دراسة سعدية حسين المرغني (2020) التي ركزت على شعر الدعوة الإسلامية، ودراسة أحمد عبد الإمام جابري وآخرين (2023) التي بحثت في الخطاب الإعلامي عند الشاعر منصور جاسم الشامسي، وكذلك بحث خالد كعب (2021) الذي تناول بلاغة الخطاب الإعلامي في المجال الإعلامي. غير أنّ هذه الدراسات لم تتطرق إلى شعر كريم معتوق بشكل مباشر، ولم تبحث العلاقة بين الخطاب الإعلامي والأساليب البلاغية في شعره. وإن العناوين الفرعية لتلك الدراسات لم تُشر حتى بشكل عابر أو تفصيلي إلى الخطاب الإعلامي في شعر كريم معتوق، وإن أشار بعضها إلى مصطلح “الإعلامي” فلم يكن ذلك بتركيز أو تحليل عميق.

أما في إطار الدراسات التي تناولت شعر كريم معتوق، مثل مقالة زينب رنجبر وآخرين (2024) عن الخطاب التواصل في ديوان “ولدي أقوال أخرى”، ودراساتها (2025) عن الميتاشعرية، ودراسة ناصر جابري وآخرين (2023) عن التحليل السيميائي في قصيدة “سوانح متفرقة”، فقد ركزت جميعها على جوانب أخرى، مثل الخطاب السينمائي، الخطاب الميتاشعري، والتحليل السيميائي، ولم تتناول الخطاب الإعلامي تحديداً. لذلك، تأتي أهمية هذا البحث في كونه يعالج جانباً لم تتطرق إليه تلك الدراسات، إذ يحلل الخطاب الإعلامي في شعر كريم معتوق، ويربطه بالرموز والإشعارات والتكرار والتشبيه والتضاد وصيغ التفضيل، التي تشكل بنية خطابية متكاملة ومؤثرة.

يسهم هذا البحث في إغناء النقد الأدبي المعاصر، ويوفر قراءة شاملة للخطاب الإعلامي في قصائد كريم معتوق، بما يفتح أفقاً جديداً لفهم تداخل الإعلام مع البلاغي والجمالي في الشعر الإماراتي.

2. الإطار النظري

1-2. الخطاب الإعلامي

ورد في لسان العرب أن الخطاب هو "مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطاباً. فعل خَطَبَ: فعل يخطب خطابة وخطبة، خطب في الجمهور، ألقى حديثاً أو كلاماً، أي خطبة"¹. خاطبه كالمه وحادثه. الخطاب الكلام، وفي التنزيل العزيز: "وآتيناها الحكمة وفصل الخطاب"². ومصدر الفعل الرباعي للإعلام: "أعلم، يقال: أعلم يعلم إعلاماً، بمعنى أخبره إخباراً، وفي لسان العرب علم العلم وأعلمه إياه فتعلمه"³.

"وضع العلامة على الشيء وهو وسيلة للكشف عن معرفة لدى واضعها يريد أن يظهرها للناس ويطلعهم عليها ويعممها بينهم فالإعلام ينطوي على الكشف عن المعلومات والمعارف والاتجاهات وإبرازها للناس"⁴
إن القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة قد احتوت واستخدمت كثيراً من المصطلحات الإعلامية، نحو الرسائل التي كان يرسلها رسول الله ﷺ إلى الأمراء والملوك ويدعوهم فيها إلى الإسلام.

ولقد استخدم القرآن الكريم الكثير من المصطلحات الإعلامية منها على سبيل المثال لا الحصر "يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ"⁵ وَقَالَ الْمَلِكُ "اتَّبِعْنِي فِيهِ فَلَمَّا جَاءَهُ الرَّسُولُ"⁶، "مَّا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ"⁷.

يُعَدُّ الخطاب الإعلامي واحداً من أكثر الخطابات التي حظيت باهتمام الباحثين والدراسين، وهو يُعرَّف - في أبسط صوره - على أنه مجموعة من الأخبار التي يبتثها الشاعر أو الكاتب بقصد إيصال معلومة أو خبر إلى المتلقي. "وتزويد الناس بالأخبار والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة؛ التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع"⁸. فإنّ هذا الخطاب "يحاول البحث في ضوء السياق السياسي والاجتماعي والثقافي"⁹. فالخطاب الإعلامي يقوم على حلّ الكثير

¹ أبو الفضل جمال الدين ابن منظور، (1997م)، لسان العرب، دار صادر - بيروت لبنان ط2: مادة خطب.

² سورة ص، الآية 20.

³ أبو الفضل جمال الدين ابن منظور، (1997م)، لسان العرب، دار صادر - بيروت لبنان ط2: مادة علم.

⁴ إبراهيم إمام، (1976م)، العلاقات العامة والمجتمع، الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، ص14

⁵ سورة المائدة، الآية 67

⁶ سورة يوسف، الآية 50

⁷ سورة المائدة، الآية 99

⁸ عبداللطيف حمزة، (1987م)، الإعلام في صدر الإسلام، ص 105

⁹ حسام محمد إلهامي، (2013)، الخطاب الإعلامي لمدونات أعضاء جماعة الإخوان المسلمين، ص2

من لاختلافات والمشاكل والقضايا المطروحة إذ أنّ في المجتمعات والثقافات السائدة من خلال نقل الرسائل والعبر المختلفة من دون أخطاء. إذ إنّ في المجتمعات لكل فرد من الأفراد، مذهبه العقلي وآراؤه التي يعبر عنها بشكل خاص، فيأتي الإعلام مساعداً له في تكميل آرائه وتعديلها. والحقيقة أنّ "للإعلام دوراً فعالاً في تشكيل الرأي العام، وتوجيه المجتمع وإثارة اهتماماته بقضايا وحقوقه، كما له دور في توعية الشعب وإطلاعهم على الحقائق وفضح ممارسات المعتدين"¹. مفهوم الخطاب الإعلامي "فعل لغوي إنساني يتميز بكونه نشاطاً تخاطبياً تواصلياً ذا وظيفة حجاجية ومقصدية يتوجه به صاحب الخطاب (الصحفي) أو صوته، إلى جمهور عريض من المتلقين عبر وسيلة إعلامية بهدف الإعلام، والاقتناع، والتأثير، وتشكيل المواقف"². وكذلك من يعتبر الخطاب الإعلامي "عملية أداء وإيصال رسالة كلامية من متكلم إلى مستمع بهدف التأثير والإقناع كالباحث أجد أبو العلا الذي يرى بأن الخطاب الإعلامي يمثل تركيباً من الجمل موجهاً عن قصد إلى المتلقي بقصد التأثير فيه وإقناعه بمضمون الخطاب عن طريق الشرح والتحليل والإثارة ويتضمن هذا الخطاب أفكاراً في مجالات شتى ويهدف الخطيب إلى تغيير النفوس والعقول والأفكار والواقع مما يجعله في حالة لها صفات وسمات وهيئات مختلفة"³. والخطاب الإعلامي هو كوسيلة لنقل وتشكيل الأفكار والآراء، كما قال قاسم حسين السعدي: "كما يمثل الخطاب الإعلامي مجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية: التقارير الإخبارية، الافتتاحيات، البرامج التلفزيونية، المواد الإذاعية، وغيرها من الخطابات النوعية"⁴.

الخطاب الإعلامي في الشعر بمعنى تداخل بين الأدب والفن والإعلام، ويهدف إلى تحقيق تأثير أعمق وأوسع من خلال استخدام الشعر كوسيلة إعلامية فعالة، هو "صناعة تجمع بين اللغة والمعلومة ومحتواها الثقافي والآليات التقنية لتبليغها عبر الزمان والمكان"⁵ وترتكز وظيفة الخطاب الإعلامي بنحو محدد على الاتصال واعتماداً على هذه الوظيفة يُعد الخطاب الإعلامي عملية اتصالية متكاملة تبدأ من منتج الخطاب الإعلامي، الذي ينطلق من فكر أو وجهة نظر أو عقيدة معينة ويعتمد في ذلك على صياغة الخطاب الاتصالي"⁶. و"وظيفة الشعر الإعلامية أن الشعر يساهم مساهمة مهمة وكبيرة في خلق الرأي العام، كما يساهم في تعزيز الآراء وتقوية الشخصية، وإكساب القدرة على تحمل المسؤولية وتنمية القدرات الإبداعية. وهنا يجب أن نشير أنه من الضرورة بمكان أن يوجد شعر وأدب ذو هدف إعلامي يتصدى للغزو الأدبي والفكري

¹ رسول بلاوي، (1442)، تداولية الخطاب التواصلي في قصائد المقاومة للشاعر سعيد الصقلاوي قصيدة صرخة طفل، آفاق الحضارة الإسلامية، ص 12

² خليفة قعيد، (2024)، الخطاب الإعلامي المكتوب - الدرس والتطبيق، سامي للطباعة والنشر والتوزيع، ص 18.

³ خليفة قعيد، (2024)، الخطاب الإعلامي المكتوب - الدرس والتطبيق، سامي للطباعة والنشر والتوزيع، ص 19.

⁴ قاسم حسين السعدي، (2011)، الخطاب الإعلامي للشاعر الدكتور أحمد الوائلي، دراسة، مجلة العلوم الإنسانية، كلية التربية، جامعة بابل، العراق، ج 1، العدد السادس، ص 127

⁵ بشير أبرير، (دت)، استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي، مجلة اللغة العربية، العدد 23، جامعة عنابة، ص 3

⁶ آسيا الحسيني، (2022م)، تحليل الخطاب الإعلامي، مجلة أوراق ثقافية، ص 98-65

الغربي الرهيب، الذي يعمل على تكوين رأي عام هدام، يمهد السيطرة فكرية على عقول الشباب، ولذلك أصبح وجود هذا الأدب الإعلامي المناهض واجباً ولازماً، وهذا يأتي في إطار توجيه الأدب والشعر كأداة إعلامية نحو بناء المجتمع¹. تطرقنا في دراستنا لمظاهر الخطاب الإعلامي في شعر كريم معتوق على الاستمالات العاطفية لأنها الأقرب والانسق للشعر. تهدف الاستمالات العاطفية إلى التأثير على وجدان المتلقي، وإثارة احتياجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بطرق مؤثرة. ومن بين استخداماتها يمكن الإشارة إلى ما يلي: استخدام الشعارات والرموز، وتوظيف الأساليب اللغوية الجذابة، والاستعانة بصيغ التفضيل. وكما ذكرنا الاستمالات سنتطرق في دراستنا لمظاهر الخطاب الإعلامي في شعر كريم معتوق على الاستمالات العاطفية لأنها الأقرب والانسق للشعر.

1-1-2. استخدام الشعارات والرموز

في الخطاب الإعلامي في الشعر، تلعب الشعارات والرموز دوراً مهماً في إيصال الرسائل بشكل قوي وفعال. يُعد الشعار والرمز من أبرز الأدوات التعبيرية في الخطاب الإعلامي، وغالباً ما يتم استخدامهما من قبل الكاتب؛ لما لهما من تأثير واضح في استجلاب انتباه المتلقي وإقباله على المادة المكتوبة أو المرسومة. الشعارات هي عبارات قصيرة وجذابة تُستخدم لتلخيص فكرة أو رسالة معينة بطريقة تُحفر في الذاكرة. في الشعر، تُستخدم الشعارات للتعبير عن مواقف الشاعر من قضايا معينة بشكل مباشر ومؤثر؛ مثلاً، شعار "الحرية للجميع" يمكن أن يكون جزءاً من قصيدة تدعو إلى الحرية والعدالة، ويُعد وسيلة لتكرار فكرة رئيسية في القصيدة، مما يساعد على ترسيخها في ذهن القارئ أو المستمع. وتُعد الشعارات المهمة والمحفزة أداة قوية لتحريك الجمهور ودفعهم للتفكير أو العمل.

الرموز هي أدوات بلاغية تُستخدم لتمثيل مفاهيم أو أفكار أكبر من معناها الحرفي. في الشعر، تُستخدم الرموز لإيصال أفكار معقدة ومشاعر عميقة بطريقة غير مباشرة، مما يُثري النص ويمنحه عمقاً. كما يحفز استخدام الرموز خيال القارئ أو المستمع، ويفتح المجال لتفسيرات متعددة، مما يجعل التجربة الشعرية أكثر تشويقاً. وتُستخدم الرموز أيضاً لربط أجزاء مختلفة من القصيدة ببعضها، مما يخلق وحدة فنية ومضمونية. وتساعد الشاعر في التعبير عن مشاعره ومواقفه بطريقة فنية؛ فعلى سبيل المثال، يمكن استخدام رمز "الطائر الحر" للتعبير عن الحرية والانطلاق. باستخدام الشعارات والرموز، يستطيع الشعراء توصيل رسائلهم بفعالية أكبر؛ حيث تضيف هذه الأدوات طبقات من المعنى والعمق إلى النصوص، مما يجعلها أكثر تأثيراً وجاذبية للجمهور. وفي هذا السياق، نرى كريم معتوق في المقبوس يوظف عدة رموز لكي ينقل المتلقي إلى صلب الموضوع وعمق الفاجعة، فيقول:

¹ عصام محمد المشهراوي، (2011-2012)، الخطاب الأدبي الإعلامي في الشعر الجاهلي: دراسة وصفية تحليلية، أطروحة دكتوراه، كلية

كما تَشَوَّقَ يعقوب لِيُوسِفِهِ
أيوبُ فَلْتَقَرِّي أَوْرَاقَ مُصْحَفِهِ¹

عندي من الشوق ما أوصى الضمير به
عندي من الصبرِ مَا إِنَّ شَحَّ يُكْمِلُهُ

في مقطع الشاعر كريم معتوق في «المقبوس»، نلاحظ استخدامًا مكثفًا لأساليب بلاغية ورمزية ذات أبعاد دينية وثقافية، تهدف إلى توصيل عمق الفاجعة والشعور الشديد للشاعر بطريقة تؤثر بشكل قوي على المتلقي. استخدام الرموز الدينية كشفرات عاطفية مثل شوق يعقوب ليوسف يثير في القارئ استدعاءً ذاكرته الثقافية والدينية التي تعرف قصة يعقوب المليئة بالحزن والحنين، وهو ما يجعل الشوق الموصوف ليس مجرد شعور عادي، بل شوق كوني عميق يلامس الروح. هذه الرمزية تخلق حالة من التعاطف الشديد مع الشاعر، وتثير مشاعر الحزن والاشتياق، مما يعزز التأثير العاطفي للنص. كما أن رمز صبر أيوب يوظف معنى الصبر بمعناه الأعلى، وهو صبر النبي أيوب على المحن، فيربط الشاعر مشاعره الشخصية بمثالية الصبر الديني، ليعطي إحساسًا بالثبات في مواجهة المحن. هذه الرموز تخلق نوعًا من القدسية للنص وتُشعر القارئ بأن ما يُقال هو تجربة إنسانية ذات أبعاد أخلاقية ودينية. إضافة إلى ذلك، استخدام رمز أوراق المصحف يربط النص بالإيمان والثبات الديني، ويُبرز أن الصبر والشوق في القصيدة ليسا مجرد مشاعر، بل مرتبطان بالبعد الروحي، مما يعطي النص هالة من القداسة والثوقية. من حيث التأثير على القارئ، يؤدي استخدام قصص الأنبياء في النص إلى إثارة مشاعر الحزن، الشوق، والتعاطف، مما يجعل القارئ يتفاعل بشكل أعمق مع المعاناة المعبرة عنها. هنا، الأسلوب الرمزي لا يكتفي بوصف المشاعر بل يجعل القارئ يعيشها. كما أن الاستعانة برموز دينية معروفة لدى الجمهور تُقنع القارئ بجدية المعاناة وصدق المشاعر، لأن هذه الرموز تحمل وزنًا ثقافيًا ودينيًا كبيرًا، وهذا يعزز من مصداقية الشاعر وحجم الفاجعة. استخدام التكرار والتوازي في عبارات مثل «عندي من الشوق» و«عندي من الصبر» يعزز التماسك النصي ويزيد من قوة الرسالة، حيث يُشعر القارئ بثبات الشعور واستمراريته. أما في السياق الإعلامي، فإن توظيف الرموز الدينية والثقافية يجعل المحتوى يتجاوز مجرد شعر إلى خطاب يُحرك الجماهير، خاصة في المجتمعات التي تمتلك حساسية دينية وثقافية قوية. هذا الأسلوب يجعل القصيدة أداة قوية في نقل رسالة الفاجعة أو المأساة التي يعبر عنها، إذ يخلق ربطًا نفسيًا قويًا مع الجمهور، ويزيد من قدرة الإعلام على إثارة التعاطف الشعبي أو دعم قضية معينة. وقد وجدنا الشاعر في الشاهد التالي ينشد:

والنفط والنخلُ عن إشباعه عَجْزاً²

والجوع من قاله السيابُ في سَعَةٍ

الكلمات في هذا المقطع الذي يستشهد فيه كريم معتوق بما قاله السياب عن الجوع رغم وجود الثروات الطبيعية كالنفط والنخيل، يستخدم الشاعر رموزاً قوية ليعبر عن تناقضاً مؤلماً بين الثراء والحرمان، حيث يعبر عن فاجعة الجوع والفقر في ظل وفرة

¹ كريم معتوق، (2021)، ولدي أقوال أخرى، الإمارات العربية المتحدة، دار عشتار للنشر والتوزيع، ص 7

² نفس المصدر: 19

الموارد. الكلمات هنا تتجاوز دلالتها الحرفية لتتحول إلى رموز تحمل معانٍ أعمق؛ ف«الجوع» لا يرمز فقط إلى الحاجة المادية، بل يعبر عن الشدة الاقتصادية والمعاناة الإنسانية، بينما «النفط والنفيل» تمثلان الثروة والرخاء. هذا التناقض بين وجود الموارد و«العجز» عن إشباع الجوع يشكل رمزًا قويًا لعجز النظام أو المجتمع عن توفير الاحتياجات الأساسية رغم إمكانياته، وهو ما يثير شعورًا بالصدمة والظلم في نفس القارئ. هذه الرمزية تُستخدم كأداة إقناعية وتأثيرية في النص، حيث تستدعي وعي القارئ إلى التناقضات الاجتماعية والاقتصادية بعمق، مما يثير استياءه وتعاطفه مع المتألمين. في السياق الإعلامي، توظيف مثل هذه الرموز يعزز قدرة الخطاب على جذب انتباه الجمهور وتحريك مشاعرهم، خصوصًا عند الحديث عن قضايا اجتماعية معقدة مثل الفقر والجوع، فيصبح النص وسيلة لإثارة الوعي وتسلط الضوء على القضايا المجتمعية التي قد تُهمش أو تُخفى، مما يجعل القارئ أو المتلقي أكثر استعدادًا للتفاعل والدعم. بذلك، تؤدي الرموز إلى تعزيز فعالية النص في التأثير النفسي والمعنوي، من خلال إثارة الانفعالات ورفع الحس النقدي تجاه الواقع الاجتماعي والاقتصادي. ولمح بشاهد ثاني يقول:

تخضر في الحلم أو توحى إلى قلبي
في الليل ثارت بوجه الفجر من ظلم¹

تبقى لياليك في منأى عن العدم
كأنما أنت شمس كلما احتجبت

في هذا المقطعين يستخدم الشاعر أساليب تصويرية ورمزية تؤثر على القارئ بشكل عميق، حيث تصوّر الليالي التي تبقى في الذاكرة كمأوى يحمي من النسيان والعدم، مما يثير شعور الحماية والثبات في مواجهة الفقد. رمز الشمس هنا يُوظف ليمثل الحبيبة أو الغالي الذي يظل مشعًا ونورًا حتى في غيابه الظاهر، فالشمس رمز معروف عالميًا للنور والحياة والإشراق، وهذا يوحي باستمرار الأمل والوجود رغم الظلام. استخدام الفعل «تخضر» ليصف الليالي كأنها تزدهر أو تتجدد في الحلم، يثير إحساسًا بالحيوية والإبداع، ويُحفز القارئ على التفاعل مع الصورة الشعورية التي تلهم الشاعر للكتابة، مما يخلق رابطًا وجدانيًا معه. من الناحية الإعلامية، توظيف هذه الرموز والأساليب يعزز قدرة النص على إثارة المشاعر والتأثير النفسي لدى الجمهور، حيث أن الرموز المحفزة مثل الشمس والليل والفجر تُستخدم لجذب انتباه المتلقي وإيصاله إلى حالة وجدانية متجددة، وهذا يرفع من قدرة الخطاب الإعلامي على إقناع الجمهور وحث مشاعر الأمل والحنين، ويُعمّق تفاعلهم مع الموضوع المطروح. بهذه الطريقة، تكون اللغة الرمزية والأدبية أداة فعالة في الإقناع والإثارة داخل الخطاب الإعلامي، مما يجعل الرسالة أكثر تأثيرًا وأبعد مدى في نفس القارئ أو المستمع.

2-1-2. الأساليب اللغوية

الأساليب اللغوية في الخطاب الإعلامي في الشعر تُعدُّ جزءًا حيويًا من الأدوات التي يستخدمها الشعراء لجعل رسائلهم أكثر تأثيرًا وإيصالها بطريقة فعّالة. ومن بين هذه الأساليب: التكرار، التشبيه، والتضاد.

2-1-2-1. التكرار

التكرار هو أحد الأساليب اللغوية المهمة في الخطاب الإعلامي، ويُستخدم لتعزيز الرسائل وإبراز الأفكار الرئيسية بشكل أكثر وضوحًا وقوة. في السياق الإعلامي، يهدف التكرار إلى ترسيخ المعلومات في ذهن الجمهور، وجعل الرسائل أكثر تذكرًا وتأثيرًا.

ويُعدُّ التكرار في الأساليب اللغوية أداةً فعّالةً لتعزيز الرسائل، وزيادة تذكرها، وإبراز أهميتها. من خلاله، يمكن تذكره الإعلاميين التأكد من أن رسائلهم تصل إلى الجمهور بشكل واضح ومؤثر، مما يسهل أداءه ساعد في تحقيق أهداف التواصل الإعلامي بشكل أفضل. والشاعر كريم معنوق يستدعي التكرار في شعره، فنراه يقول:

وتعاهديه على الوفاء وزيني
مابين حين يرتقي بالحين¹

مدي إلى المهجران كفّ مُروعة
وتوحدي بالوقت لا تتناقضي

في هذا المقطع الشعري، يوظف كريم معنوق أسلوب التكرار بشكل واضح ليعزز من أثر الرسالة التي يحملها النص، حيث تكرر كلمة «حين» على مرور الزمن وتقلباته، ويُبرز فكرة التغير المستمر في الحياة وأهمية التكيف معه. هذا الأسلوب لا يقتصر فقط على الجانب الموسيقي والإيقاعي للنص، بل يمتد ليكون أداة بلاغية قوية تُشد انتباه القارئ وتُعمّق من فهمه للمعنى، إذ يعزز الإحساس بالاستمرارية والحركة في الزمن، ويؤكد على أهمية الوفاء والإخلاص رغم فواجع المهجران والفراق. من ناحية التأثير على القارئ، يُثير التكرار مشاعر الحث والتذكير المستمر، مما يجعل النص أكثر إقناعًا ويُحفّز المتلقي على التفكير والتفاعل مع الرسالة المقدمة. في السياق الإعلامي، يُستخدم التكرار كذلك كأداة فعّالة لجذب الانتباه وترسيخ الفكرة في ذهن الجمهور، إذ يُسهل استيعاب الموضوع ويزيد من تأثيره النفسي، مما يساهم في نقل الرسالة بفعالية أعلى وإثارة مشاعر الانتماء والالتزام بالقيم التي يدعو إليها الشاعر. بهذا، يكون التكرار عنصرًا مهمًا في بناء الخطاب الشعري والإعلامي على حد سواء، يعزز من قوة الإقناع ويشجع على الاستجابة العاطفية والفكرية لدى المتلقي. كذلك كريم معنوق استحضر التكرار عدة مرات في أشعاره، كما سنرى في الشاهد التالي:

¹ نفس المصدر: 52

"ها أنا وحدي وهذي الكأسُ

قد قال لنا وحدي هنا

فلمن يقطع في الليل وريدُ الأغنيات

وَيَمُوتُ اللَّيْلُ مَرَّاتٍ وَمَرَّاتٍ

وتغنى الأمنيات"¹.

هذه السطور في هذا المقطع الشعري، يستخدم كريم معتوق التكرار كأداة بلاغية قوية لتعميق شعور الوحدة والحزن لدى المتحدث، حيث يتكرر لفظ «وحدي» ليؤكد على حالة العزلة التي يعيشها بشكل مكثف، مما يجعل القارئ يتلمس هذا الشعور بحدة ويشعر بوطأته النفسية. كما يكرّر الشاعر كلمة «الليل» لِيُبْرِزَ ارتباط هذه الوحدة بالظلام والزمن الذي يمر فيه الألم والمعاناة، إذ يصبح الليل رمزًا لحالة الحزن المستمرة والمتجددة. كذلك، تكرار «مرات» يعزز إحساس التكرار والملل من هذه المعاناة، كأن الألم يعاود الظهور بشكل متكرر لا ينتهي، مما يزيد من وقع الوحدة ويجعل القارئ يتعايش مع هذه التجربة الإنسانية الصعبة. في السياق الخطاب الإعلامي، تُعد هذه الأساليب فعالة في إثارة مشاعر التعاطف والشفقة لدى الجمهور، إذ تستخدم التكرارات لتعميق التفاعل العاطفي مع المحتوى ونقل شعور الألم بشكل ملموس، ما يزيد من قدرة النص على الإقناع وتحفيز الانتباه. يساهم هذا الأسلوب في جعل الرسالة تصل إلى المتلقي بعمق، ويحفزه على التفكير في القضية المطروحة أو التجربة المعبر عنها، مما يعزز من تأثير الخطاب الإعلامي على الجمهور ويخلق رابطًا إنسانيًا يثري التواصل ويقوي الرسائل المنشورة. وأتى الشاعر في النموذج التالي يقول:

"وبكاء غير ما نعرف من دمع

بكاء كان للقلب ضمادا دوبي

وجهك يأتيني بلا قصد وعن قصد

فأنهار حروفاً وفؤادا دوبي"².

في هذا النص، يستخدم الشاعر أسلوب التكرار بشكل بارز لتعميق الإحساس بالحزن والشوق العميقين، حيث تتكرر كلمة «بكاء» لتؤكد على الأهمية النفسية والعاطفية لهذا الفعل، ليس كبكاء عادي بل كبكاء يحمل شفاءً داخليًا غير متاح بالكامل للشاعر، مما يثير لدى القارئ شعورًا بالحزن المستمر والاحتياج النفسي العميق. تكرار «يأتيني» يبرز الاستمرارية والإلحاح في ظهور وجه الحبيبة في ذهن الشاعر، سواء كان ذلك بقصد أو بدون قصد، مما يعكس مدى هيمنة هذا الحضور على وجدانه، ويثير مشاعر الاشتياق التي لا تفارق ذهنه. أما تكرار «دوبي» فيعزز إحساس العزلة والحرمان، إذ يشير إلى شعور الشاعر بأنه منفصل عن الشفاء والراحة رغم معاناته، مما يزيد من تعقيد حالته النفسية ويعمق تأثير النص على القارئ. في سياق الخطاب الإعلامي، يُعد هذا الاستخدام للتكرار أداة قوية في إثارة العواطف والتعاطف مع المتلقي، حيث

¹ نفس المصدر: ص 50

² كريم معتوق، (2015)، هذا أنا، الإمارات العربية المتحدة، دار الياسمين للنشر والتوزيع، ص 82

يعزز من قدرة النص على جذب الانتباه وتحفيز الاستجابة العاطفية، مما يجعل الرسالة أكثر تأثيرًا وإقناعًا. فالتركيز على المشاعر الإنسانية العميقة من خلال هذه الأساليب البلاغية يُمكن الخطاب الإعلامي من التواصل بفعالية مع الجمهور، ويخلق جسرًا من الفهم والتفاعل الحسي مع الموضوع المطروح.

2-2-1-2. التشبيه

التشبيه هو أسلوب لغوي يُستخدم في الخطاب الإعلامي لتعزيز الرسائل وجعلها أكثر وضوحًا وتأثيرًا. يعتمد التشبيه على مقارنة بين شيئين بهدف إظهار تشابه بينهما، مما يساعد في توضيح الفكرة أو توصيلها بطريقة أكثر جاذبية وإقناعًا. في السياق الإعلامي، يُستخدم التشبيه لتقريب الفكرة إلى ذهن الجمهور عبر صور مألوفة، مما يجعل الرسالة أسهل في التلقي وأكثر رسوخًا في الذاكرة. كما يضفي التشبيه بعدًا جماليًا ولغويًا على الخطاب، فيمنحه حيوية وطابعًا تصويريًا محببًا. وفي مقتطف شعري، يقول الشاعر:

"هِيَ ذِي طَقُوسِي لَا أَنَامُ
وَأَنْتَ سَاهِرَةٌ مَعِيَ لِلصُّبْحِ يُفْرِخُكَ الْأَلَمُ
عَيْنَاكَ يَقْطُظُ ذَنْبَةً
فِي شَالهَا الْبَحْرِي رَائِحَةُ الْغَنَمِ
لِنَعُودَ لِلْفَقْرِ الْقَدِيمِ"¹

الشاعر في هذا المقتطف الشعري، يلعب التشبيه دورًا محوريًا في نقل المعاني العميقة وإثارة مشاعر القارئ بشكل قوي وجذاب، خاصة في السياق الإعلامي حيث يحتاج الخطاب إلى أن يكون مؤثرًا ومشوقًا. عندما يشبه الشاعر عيني الحبيبة بـ«يقظة ذنبة» فهو لا يكتفي بوصف العينين كجزء من الجسد فقط، بل يمنحهما حياة وروحًا، ويغرس فيهما شعورًا بالحدة والتربد الدائم، كما لو أن هاتين العينين تشبهان ذنب حيوان يقظ ومستعد للحركة في أي لحظة. هذا التشبيه يجعل القارئ يتخيل بوضوح حالة الحيطة والانتباه التي تحيط بالحبيبة، ويُشعره بأن ثمة قصة أو إحساس عميق يكمن وراء تلك النظرات. في الإعلام، مثل هذه الصور البلاغية تُستخدم لتجسيد الأفكار والمشاعر بشكل أكثر تفاعلًا مع الجمهور، حيث تحفز الخيال وتحفز عواطف المتلقي، ما يجعل الرسالة لا تُنسى وتترك أثرًا نفسيًا قويًا. كذلك يعزز التشبيه من حيوية النص ويمنحه بُعدًا تصويريًا مشوقًا، فالعيون لا تُرى فقط بل تُشعر ويُحسّ بها، وتصبح رمزًا للحضور والوعي والارتباط العاطفي. هذا النوع من التشبيه الجريء يجعل المتلقي يدخل في عالم الشاعر ويعيش التفاصيل الدقيقة للمشاعر المعقدة التي يمر بها، مثل الألم والحزن والندم، مما يزيد من تفاعل القارئ وانغماسه في النص.

التشبيه في هذا النص لا يعمل فقط كزخرفة لغوية، بل هو أداة فنية تثير العاطفة، تحفز الذهن، وتشد الانتباه، مما يجعله مثالًا رائعًا على قوة الأساليب البلاغية في تعزيز تأثير النص الشعري في السياق الإعلامي. وفي مقتطف ثاني الشاعر يقول:

¹ كريم معتوق، (2021)، ولدي أقوال أخرى، الإمارات العربية المتحدة، دار عشتار للنشر والتوزيع، ص10

"ما يَشَاءُ مِنَ الْغَمَامِ
تَمَشِي كَأُغْنِيَةٍ بِهَا سَيْلٌ مِنَ الْأَلْحَانِ
رَاقِصَةً وَأَضْلَعُنَا الْمَقَامُ"¹.

في هذا المقتطف الشعري، يستخدم الشاعر التشبيه كأداة إعلامية قوية لتجسيد المشاعر والأفكار بطريقة تثير حواس القارئ وتأسر مخيلته، مما يعزز من تأثير النص في السياق الإعلامي. عندما يشبه الشاعر السحاب (الغمام) بأغنية تحمل سيلاً من الألحان، فإنه لا يقدم مجرد وصف جاف للمطر، بل يصوره كحدث موسيقي ينبض بالحياة والجمال، يشد القارئ ويجعله يشعر وكأنه يستمتع إلى نغمة طبيعية متناغمة تملأ الأجواء. هذا التشبيه لا يثير فقط الصورة البصرية، بل يستثير الحاسة السمعية والعاطفية، مما يجعل القارئ يعيش التجربة ويشعر بجمال الطبيعة بشكل أعمق.

وبالانتقال إلى تشبيه المطر بـ«راقصة» تتحرك بخفة ورشاقة، هنا تُمنح الطبيعة صفات إنسانية نابضة بالحياة، وهذا يُضفي على المشهد إحساساً بالحركة والديناميكية، ويحول ظاهرة طبيعية إلى فعل في متعة. أما استخدام تعبير «أضلعنا المقام» فهو تعبير بليغ يربط بين الموسيقى والمشاعر الداخلية، حيث يجعل من داخل الإنسان مساحة تتردد فيها الألحان، أي أن تأثير المطر لا يقتصر على الحواس الخارجية، بل يمتد ليؤثر في القلب والروح. هذا التشبيه يخلق رابطاً عاطفياً قوياً بين الظاهرة الطبيعية والإنسان، ويجعل القارئ يشعر بتفاعل داخلي مع المشهد.

التشبيه هنا لا يُستخدم لمجرد التجميل، بل كأداة لنقل رسالة تتعلق بجمال الحياة، وديناميكيته، وقدرة الطبيعة على التأثير في النفس الإنسانية. هو تحويل للخبر العادي إلى تجربة حسية متكاملة تشد الجمهور وتدفعه للتفاعل العاطفي والفكري. إن الشاعر يستخدم التشبيه في هذا النص كوسيلة إعلامية لخلق صورة حية نابضة بالمعاني والجمال، تثير الانتباه وتحث القارئ على المشاركة العاطفية، مما يجعل الرسالة الشعرية أكثر قوة وإيصلاً. هذه القدرة على المزج بين الصورة الفنية والرسالة الإنسانية هي التي تجعل التشبيه أداة لا غنى عنها في الشعر الإعلامي لجذب الجمهور وبث مشاعر معينة بفعالية عالية. ومن ثم جاء بشاهد آخر حيث يقول:

"لم يزل في الصدر بيت
يحتوي ظلَّ سَحَابَةٍ
قلت فاحتارت وقالت
قد مضى عهد الرتابة
وانتهى الطيب وولى
أصبح العالم غابة"².

¹ نفس المصدر: 28

² نفس المصدر: 33

في هذا المقطع الشعري، يبرع الشاعر في استخدام التشبيه كأداة إعلامية بصرية ووجدانية قوية تُجسّد حالة من الاختيار والتحول العميق في النفس والعالم من حوله. عبارة (أصبح العالم غابة) ليست مجرد مقارنة بسيطة، بل هي صورة حية تُعيد تشكيل الواقع أمام أعيننا. فالغابة هنا لا تعني فقط مكاناً طبعياً، بل رمز للفوضى، الصراع، القسوة، والبقاء للأقوى. هذا التشبيه يخلق إحساساً درامياً لدى القارئ، حيث يتحول العالم من فضاء مألوف ومستقر إلى ساحة صراع متوحشة لا رحمة فيها.

في السياق الإعلامي، هذا الأسلوب قوي للغاية، لأنه لا يكتفي بوصف الواقع فقط، بل يحفز المشاعر ويثير القلق من خلال رسم صورة تحمل تحذيراً ضمنياً من التحولات الخطيرة التي يمكن أن يعيشها المجتمع أو الفرد. التشبيه هنا يستخدم لإحداث أثر نفسي وإدراكي يجعل القارئ يشعر بأن العالم ينهار أمام عينيه، فيشعر بالحاجة إلى الفهم وربما اتخاذ موقف. من الناحية البلاغية، اختيار كلمة (أصبح) كأداة للتشبيه يعطي قوة وديناميكية للصورة، حيث يوضح أن هذا التحول ليس ثابتاً منذ البداية، بل هو حدث حصل وتغيّر الواقع بشكل ملموس. وهذا يعكس واقع التغيرات الاجتماعية والسياسية التي يسلط الإعلام عليها الضوء ليحرك وعي الجمهور.

إثارة الخيال والتفاعل العاطفي من خلال التشبيه يجعل النص لا يُقرأ فقط، بل يُحسّ، ويتعايش معه القارئ. فالتشبيه هنا لا ينقل المعنى فقط، بل يخلق تجربة تفاعلية تجعل القارئ يدرك ويشعر بقسوة الواقع الذي يصوره الشاعر، وهو ما يعد هدفاً مهماً في النصوص الإعلامية التي تسعى إلى إقناع وتحفيز الجمهور.

باختصار، الشاعر يوظف التشبيه ليجعل النص أكثر تأثيراً، من خلال خلق صورة قوية تمس العقل والعاطفة معاً، فتتحول كلمات الشعر إلى رسالة إعلامية تنقل مشاعر الخوف من الفوضى وتحفز القارئ على التأمل والتفاعل بعمق مع موضوع التغيرات التي تواجهه.

2-1-3. تضاد

التضاد هو وجود علاقة بين كلمتين أو أكثر تكون معانيها متناقضة أو متعاكسة. وتُسمى الطباق، والتضاد أيضاً، وهي الجمع بين المتضادين، أي معنيين متقابلين في الجملة¹. وفي الخطاب الإعلامي يؤدي التضاد دوراً بارزاً في إبحار المتلقي وتنبيهه في مواجهته مع النص، لذا نلاحظ استخدام هذا الأسلوب قد جاء بكثافة في نصوص الشامي في اللغة العربية، يُستخدم التضاد للإشارة إلى الكلمات التي تحمل معانٍ متعاكسة. التضاد يُعد من الوسائل البلاغية الهامة في اللغة، حيث يُسهّم في إثراء النص وإبراز المعاني بشكل أقوى وأوضح. يمكن أن يكون التضاد لفظياً (كلمتين متضادتين) أو معنوياً (مفهومين متناقضين)، وهو يُستخدم في الأدب والشعر والخطابة لخلق تأثيرات بلاغية وجمالية. وأتى الشاعر بمقتطف فيه التضاد حيث يقول:

¹ جلال الدين محمد عبد الرحمن الخطيب القزويني، (2005م)، الإيضاح في علوم البلاغة، بيروت، دار الكتب العلمية، ص255.

"إن ضاقت على المعنى مفاتيح الكمال

ويظل يبحث في القواميس القديمة

والجديدة عن ظلال

يبكي على الأطلال في فرح

وتخذله المعاني

ليس من طللٍ على طللٍ يُقال¹.

في هذا النص الشعري، يرسم الشاعر مشهداً داخلياً يشبه تقريراً إعلامياً عن رحلة البحث المضنية عن الحقيقة والمعنى، وهو تقرير مليء بالتضاد والتشويق. يبدأ الشاعر ببيتٍ بليغ: "إن ضاقت على المعنى مفاتيح الكمال"، حيث يُشبه المعنى بكائنٍ مسجون خلف أبوابٍ مغلقة (مفاتيح الكمال)، وهنا يوظف الشاعر هذه الصورة ليؤكد التعددية والانفتاح على كل المرجعيات، مما يضفي على النص بعداً إعلامياً بامتياز، حيث يكتسب مصداقية أكبر من خلال استدعاء كل ما هو أصيل وحديث.

ثم يأتي الذروة العاطفية المدهشة في قوله "يبكي على الأطلال في فرح"، في مشهد شعري يكاد يضاهي "مانشيتاً" صحفياً مثيراً: البكاء الذي يدل على الحزن، والفرح الذي يدل على السعادة، يلتقيان في صورة واحدة متناقضة! هذا التضاد يثير القارئ بقوة، فيجعله يتساءل: كيف يمكن للإنسان أن يشعر بأحاسيس متناقضة في لحظة واحدة؟ في الإعلام، يشبه هذا تقارير توثق معاناة وانتصارات الشعوب معاً، لتجعل القارئ يعيش هذه المشاعر المركبة ويتفاعل معها بعاطفة وفضول. وتتجلى قوة التشبيه الإعلامي في "يبكي على الأطلال"، فالأطلال هنا تُشبه بذاكرة جماعية تُستعاد، تماماً مثل فيلم وثائقي يعرض الماضي ويجعله حاضراً نابضاً. البكاء على الأطلال في حالة فرح يُشبه المحتوى الإعلامي الذي يوثق الحنين للماضي كدموع، لكنه يحتفي به أيضاً كإرث ثقافي وكفرح بالذكريات. هذا يجعل القارئ يعيش تجربة إنسانية متكاملة، مليئة بالتناقضات والتأمل. ويختتم الشاعر بقوله "ليس من طللٍ على طللٍ يقال"، وهي عبارة تحمل في طياتها نقداً للإعلام الذي يكرر الصور والقصص القديمة دون إضافة جديدة، فيجعلها تتلاشى معانيها، ويُخفي بذلك جمالها وفرادتها. بهذا، يوظف الشاعر التضاد والتشبيه كأدوات إعلامية قوية، ينقل من خلالها رسالة عميقة: أن البحث عن الحقيقة والمعنى صراع مستمر مع الزمن، مع المصادر، ومع تعقيد المشاعر الإنسانية نفسها. وهذه هي رسالة الإعلام القوي أيضاً: أن ينقل ما هو حقيقي وسط عالم مليء بالتناقضات، وأن يوقظ في القارئ رغبة الاكتشاف والدهشة والبحث اللامتناهي.

الشاعر هنا لا يكتفي بالتصوير الجمالي، بل يصنع من تضاده وتشبيهاته خطاباً إعلامياً كاملاً: يُقنع القارئ بقيمة البحث، يُثيره عاطفياً، ويشد انتباهه حتى النهاية، وكأنه يكتب تقريراً صحفياً مشوقاً يترك أسئلة مفتوحة في ذهن القارئ، تماماً كما تفعل الأخبار الجيدة والتقارير الاستقصائية المؤثرة. جاء الشاعر في قصيدة أخرى يحث ينشد:

¹ كريم معتوق، (2021)، ولدي أقوال أخرى، الإمارات العربية المتحدة، دار عشتار للنشر والتوزيع، ص 27

"عجباً ما مر حُزنٌ مثلما مرَّ على قلبي

وأوصاني بأفراحي

وأوصاني بعينيك ومنفى الكلمات"¹.

في هذا المقطع الشعري، يستخدم الشاعر التضاد كأداة إعلامية قوية لنقل رسالة مشحونة بالعاطفة والتأمل، مما يشبه في تأثيره خطاباً إعلامياً صادقاً يحاول أن ينقل أبعاداً متعددة للواقع الإنساني. يبدأ الشاعر بالتعبير عن دهشته الممزوجة بالألم في قوله: "عجباً ما مر حُزنٌ مثلما مرَّ على قلبي"، ثم ينتقل الشاعر إلى عرض وصايا متناقضة، ففي وسط هذا الحزن العميق، يوصي نفسه بأن يتذكر أفراحه: "وأوصاني بأفراحي"، وهذا التضاد القوي بين الحزن والفرح يخلق حالة من الإثارة العاطفية لدى القارئ، ويدفعه للتفاعل مع النص بعمق. هذا التضاد يُشبه الرسائل الإعلامية المتوازنة التي تعرض الأزمة والأمل في آنٍ معاً، وتثير في القارئ مشاعر مختلطة، فلا يكتفي بالتعاطف مع الألم، بل يرى أيضاً مساحة للأمل والفرح. ويكمل الشاعر هذه اللوحة المتضادة حين يوصي نفسه أو يُوصيه حزنه بـ "عينيك" التي ترمز إلى الحب والحنان، وفي المقابل يُذكره بـ "منفى الكلمات" الذي يوحي بالصمت والبعد والتعبير المفقود. هذا التضاد القوي بين حضور العيون وغياب الكلمات يُشبه ما يفعله الإعلام الصور المؤثرة: صورة الألم، وصورة الحب، وصورة الصمت. الشاعر هنا يصنع نصاً إعلامياً متكاملًا في بلاغته وتأثيره، فهو لا يكتفي بسرد مشاعره، بل يقدم رسالة عن قوة التناقض في التجربة الإنسانية. أثر هذه الأساليب على القارئ واضح وقوي؛ إذ يستحوذ التضاد على مشاعره ويثير فضوله للتعمق في النص. هذا يجعل القارئ يشعر أن النص ليس مجرد فضفضة ذاتية، بل هو حالة عامة تمس الجميع، تمامًا كما يفعل الإعلام القوي الذي يحول القضية الفردية إلى قضية عامة. التضاد هنا يساهم في الإقناع بصدق التجربة، ويثير العاطفة، ويحفز التأمل في تناقضات الحياة نفسها.

يستخدم الشاعر التضاد كتقنية إعلامية تبني نصاً متماسكاً في رسالته وقويًا في تأثيره، فيجعل القارئ يعيش تجربة شعرية نابضة، يرى فيها وجوه الحزن والفرح والبعد واللقاء مجتمعة في مشهد واحد. بهذه الطريقة، تتحول الأبيات إلى خطاب إعلامي فعال، لا يترك القارئ محايداً، بل يُشركه في عمق المعاناة والأمل معاً، ويشد انتباهه حتى آخر كلمة. وأتى الشاعر بسطر ثاني يقول:

"سيمجدون بذكرك الأيام

أو قد يخسفون

ولطية في بعضهم

كيما أبرئ ذمتي قد يسألون عن الديون"².

¹ نفس المصدر: 50

² كريم معتوق، (2022م)، لم يكن حبا، الإمارات العربية المتحدة، منشورات كريم معتوق، ص 10

في هذا المقطع الشعري، يوظف الشاعر التضاد كأداة إعلامية قوية لنقل رسالة مركبة ومعقدة عن الصيت، السمعة، والواجبات الأخلاقية للإنسان، حيث يجعل الشاعر القارئ يعيش حالة من التناقضات التي تحكم عالمنا المعاصر، وهو ما يشبه أسلوب الخطاب الإعلامي الذي يعرض الحقائق المتضادة ليكشف عمق الظاهرة. والشاعر يبدأ بقوله: "سيمجدون بذكرك الأيام أو قد يخسفون"، وهنا يظهر التضاد بوضوح بين المجد والخسف، وهو صورة تعكس تقلب المواقف والآراء في عالم الإعلام، إذ يمكن أن يُرفع شخص في لحظة إلى قمة المجد، ثم يسقط في لحظة أخرى إذا ما وجد الإعلام أو المجتمع فرصة لذلك. ثم يأتي التضاد في قوله: "ولطيفة في بعضهم كيما أبرئ ذمتي قد يسألون عن الديون"، وهو تضاد بين الطيبة التي قد تبقى محفوظة في ذاكرة البعض، وبين استغلال الآخرين لهذه الطيبة لاحقاً في محاسبة الشاعر وسؤاله عن "الديون"، سواء كانت مادية أو أخلاقية، وهو ما يعكس أسلوب الإعلام في تحويل حتى النوايا الطيبة إلى تهمة أو عبء يُحاسب عليه الإنسان. يستخدم الشاعر التضاد كتقنية إعلامية بارعة توصل رسالة قوية: الحقيقة ليست مطلقة، بل هي عرضة للتلاعب والتشويه، مثلما تفعل وسائل الإعلام التي تُسقط العظماء وتُحيي المنسيين. النص الشعري هنا يتحول إلى خطاب إعلامي بامتياز، إذ يعرض الحقائق المتناقضة ويترك للقارئ مساحة للتأمل في مدى هشاشة الأحكام الجماعية. وجاء معتوق بمقطع شعري ثاني بقول:

"هذا المغادر شاعر وأحبي فترفقوا

إن مر ديوان له

قولوا به خير الكلام، ترحموا

سراً، علانيةً، إذا قاموا له يترحمون"¹.

في هذا المقطع الشعري، يوظف الشاعر التضاد كأداة إعلامية ذكية لنقل رسالة إنسانية عميقة تتجاوز الشعر ذاته، لتصل إلى القارئ بأسلوب مؤثر يلامس العاطفة ويحرك الضمير. الشاعر يقدم نفسه باعتباره «المغادر»؛ شاعرٌ يعرف مصيره، لكنه يصّر على أن يظل حاضراً في قلوب الناس وفي خطابهم، سواء بشكل علني أو في الخفاء. هنا يظهر التضاد في عبارتي (سراً) و(علانيةً) وهو ليس مجرد تقنية بلاغية، بل يشبه تماماً طريقة عمل الخطاب الإعلامي الذي يوصل الرسائل بوجهين: العلن والسر، الظاهر والباطن. بهذا التضاد، يحاكي الشاعر روح الإعلام التي تجمع بين العلن والخصوصية، بين البث المباشر والكواليس التي لا يراها الجميع.

أسلوب التضاد هنا يحمل طابعاً إعلامياً في مضمونه: إنه يدعو المتلقي أن يلتزم بقيم أخلاقية لا تتبدل مهما اختلفت الظروف أو تبدلت المواقف، تماماً كما يدعو الخطاب الإعلامي إلى النزاهة والمصادقية حتى لو اختلفت المنصات. هذه الأساليب تقنعنا بأهمية الذاكرة الجماعية، وتثير فيه الإعجاب بالشاعر الذي يطلب الرحمة، لا الشهرة الفارغة، وتجعله يتعاطف مع هذه الأمانة الإنسانية البسيطة. النص هنا يتجاوز كونه مجرد رثاء ذاتي؛ بل يتحول إلى رسالة إعلامية

¹ نفس المصدر: 17

صريحة: أن ذكرى الإنسان الحقيقية ليست في ما يُقال علناً فحسب، بل في ما يُقال عنه سراً أيضاً، في قلوب من عرفوه عن قرب. ويمنح الشاعر التضاد بعداً جديداً، إذ لا يصبح مجرد مقارنة بلاغية، بل أداة لنقل رسائل تحاكي طريقة وسائل الإعلام في عرض الأبعاد المختلفة للشخصية: الجانب الإنساني الذي لا يُرى (السر)، والجانب العلني الذي يُبث أمام الجميع (العلانية). بهذه القوة والجاذبية، ينجح الشاعر في جعل القارئ يرى التضاد كوسيلة إعلامية، تشبه كاميرا تلتقط كل الزوايا، لتخلد الصورة الإنسانية للشاعر بعد رحيله وتبقيها حية في قلوب القراء، تماماً كما تفعل وسائل الإعلام مع الرموز التي لا تموت بغيابها.

2-1-3. صيغ التفضيل

استخدام صيغ التفضيل في الخطاب الإعلامي في الشعر يعد من الأدوات البلاغية التي تعزز قوة التعبير وتضفي على النص تأثيراً كبيراً. تُستخدم صيغ التفضيل لتفضيل شيء على آخر، سواء في صفاته أو تأثيره أو قيمته. يستخدم الشاعر صيغ التفضيل لتسليط الضوء على الفكرة الرئيسية وجعلها أكثر بروزاً، كما يعمل على جذب انتباه القارئ أو المستمع وترسيخ الفكرة في ذهنه. يُظهر الشاعر من خلال صيغ التفضيل الفرق بين حالة وأخرى أو بين موضوع وآخر، مما يساعد في توضيح التفاوت والتباين ويخلق تأثيراً درامياً. إن استخدام صيغ التفضيل في الشعر يضيف بُعداً من القوة والتأثير للنص، ويساعد على إيصال الرسائل بطريقة أكثر جاذبية وفعالية. هذه الأداة البلاغية تعزز جمال اللغة الشعرية وتخلق صوراً ذهنية قوية تجعل النص الشعري أكثر تميزاً. أتى الشاعر بمقطع شعري يقول:

"نعم في وجهها الأحلام

والأفراح والروعة به من أمسي الأحلى

وإن ولي بلا رجعة

أرى أيامي الأعلى فأعصرُ خَلْفها دَمعة"¹.

في هذا المقطع الشعري، يوظف الشاعر صيغ التفضيل كأداة إعلامية قوية لنقل رسالة مشحونة بالعاطفة والعمق الإنساني. صيغة التفضيل هي أسلوب بلاغي يمنح النص بُعداً تصاعدياً، يرفع صورة الحبيب واللحظات معه إلى أعلى المستويات، لتترك في ذهن المتلقي انطباعاً قوياً ومؤثراً يشبه الخطاب الإعلامي حين يستخدم المقارنات والتفضيلات لإبراز القيمة والأهمية. والشاعر هنا لا يكتفي بوصف وجه الحبيب بالأحلام والأفراح والروعة، بل يرفع تلك اللحظات إلى مرتبة "الأحلى" و"الأعلى" باستخدام صيغ التفضيل (الأحلى، الأعلى). هذا الأسلوب له أثر مباشر في إقناع القارئ بأن هذه الذكريات لا تضاهى، وأنها تتفوق على كل ما سواها. إنه يشبه تماماً الطريقة التي يعتمد فيها الخطاب الإعلامي إلى استخدام

¹ كريم معتوق، (2021)، ولدي أقوال أخرى، الإمارات العربية المتحدة، دار عشتار للنشر والتوزيع، ص 41

صيغ التفضيل (الأقوى، الأهم، الأجل) لإقناع المتلقي بأن الرسالة التي ينقلها ذات قيمة عليا، أو أن الحدث الذي يتحدث عنه أهم من غيره.

هذا التضخيم العاطفي من خلال صيغ التفضيل يشحن النص بطاقة مؤثرة تشد الانتباه وتجعله يشارك الشاعر في شعوره بأن هذه الذكريات "الأعلى" والأكثر قيمة، حتى لو مضى الحبيب بلا رجعة. وهنا يتحقق أثر الإثارة في النص، لأن القارئ يتأثر بهذا التصعيد ويشعر بعظمة هذه اللحظات في حياة الشاعر، تمامًا كما تؤثر العناوين الإعلامية المصاغة بصيغ التفضيل في المتلقي. صيغ التفضيل هي جزء من "التدرج البلاغي" الذي يعد أداة خطابية فعالة لخلق حالة من الإقناع العاطفي والنفسي. في هذا السياق الشعري، تُستخدم صيغ التفضيل لإبراز مكانة الذكريات التي يحملها الشاعر، وجعلها تتفوق على أي لحظة أخرى، مما يعكس هيمنة الحبيب على وجدانه. وهذا الخطاب الشعري يتماهى مع الخطاب الإعلامي في فكرة "إبراز الأهم"، ليصبح وسيلة لإقناع القارئ بأن هذه اللحظة أو الذكرى هي الأكثر تأثيرًا وقيمة في حياة الشاعر. وبهذا الأسلوب المبدع والجذاب، ينجح الشاعر في إيصال رسالة عاطفية قوية: أن ما نحمله من مشاعر وذكريات قد يتجاوز كل اللحظات الأخرى ليظل "الأحلى" و"الأعلى" في حياتنا، فيظل تأثيره خالدًا في القلب، تمامًا كما تظل الرسائل الإعلامية العظيمة عالقة في أذهاننا بفضل صيغ التفضيل التي تمنحها بريقًا خاصًا. وفي هذا المقطع يقول الشاعر:

"وسنعلو بالأحاديث قليلاً

ربما أروي قراءاتي عن الأبراج

لا صبر لبرج القوس في الحب

ود وصفاء وفي الجوزاء

ود ولنكن أرقى قليلاً حينما نحترم المهجر

فلا نذكر ساعات التلاقي

خلف «كائنات» الدراسات صباحاً

وعلى المقهى مساءً¹.

النص في هذا المقطع الشعري، يظهر بوضوح كيف يستخدم الشاعر صيغ التفضيل كوسيلة إعلامية لتمرير رسالة أخلاقية وسلوكية، بأسلوب مؤثر يلامس وجدان القارئ ويشد انتباهه. صيغة التفضيل هنا ليست مجرد زخرفة لغوية، بل أداة بلاغية استراتيجية، تمامًا مثلما يوظف الخطاب الإعلامي العبارات التي تحمل طابع التفضيل (الأفضل، الأقوى، الأرقى) لإبراز فكرة أو توجه معين وإقناع المتلقي بها. والشاعر هنا يربط بين موضوع الأبراج والصفات الشخصية المرتبطة بها، مستغلًا فضول القارئ حول موضوع شائع مثل "الأبراج" ليجذب انتباهه أولاً، ثم ينتقل بسلاسة ليزرع فكرته الأهم: "لنكن أرقى قليلاً". هذه الصيغة التفضيلية (أرقى) تُستخدم هنا للإشارة إلى التميز الأخلاقي والتحلي بسلوكيات أرفع في مواجهة المهجر.

¹ كريم معتوق، (2024)، قصائد من وادي عبقر، الإمارات العربية المتحدة، منشورات كريم معتوق، ص 16

بهذا، ينقل الشاعر رسالة إعلامية واضحة: حتى في زمن الفراق، علينا أن نرتقي فوق العتاب والتذكير باللقاءات الماضية. هذه الرسالة التي تحمل طابعاً قيمياً تصل بسهولة إلى القارئ لأنها تستفيد من تأثير صيغ التفضيل التي دائماً ما تثير فينا الشعور بالتفوق والتحسن. وتأثير هذه الصيغة على القارئ يتمثل في إقناعه بأن الرقي والتحلي بفضائل الكتمان والسمو فوق ذكريات الهجر هو خيار "الأفضل" دائماً. هذا الأسلوب يضيف على النص بعداً تربوياً وإقناعياً، فيدعو القارئ لأن يتبنى نفس الموقف في حياته الخاصة. تماماً مثلما يستخدم الإعلام صيغ التفضيل لتحديد ما هو "الأرقى" أو "الأكثر قيمة" لدفع الجمهور لتبني فكرة أو سلوك معين، يوظف الشاعر هذه الصيغة البلاغية لتوجيه القارئ إلى أخلاق "السمو".

من الناحية العلمية، صيغ التفضيل تُحدث أثراً نفسياً مباشراً، فهي تولّد في القارئ شعوراً بالانحياز الطبيعي نحو الخيار "الأفضل"، وتخلق حالة من الإثارة الفكرية والعاطفية. في النص الشعري، تتضاعف هذه القوة لأنها لا تُستخدم في سياق إخباري بارد، بل في سياق شعري ملتهب بالعاطفة، فيصبح تأثيرها مزدوجاً: إثارة وجدانية وتحفيز سلوكي.

هذا المزيج بين الرقي اللغوي وصيغة التفضيل يمنح النص بُعداً إعلامياً مُتَقَنّاً، حيث يُصبح الشاعر كإعلامي الذي يعرض صورة مثالية من السلوك الاجتماعي والأخلاقي، ويدعو القارئ لأن يكون جزءاً منها. وهكذا، يحقق النص هدفاً مزدوجاً: إمتاع القارئ بجماليات الشعر وإقناعه برؤية أخلاقية راقية، بأسلوب بليغ وجذاب يشبه في قوته خطاباً إعلامياً راقياً يفرض هيئته على وعي المتلقي.

3. الخاتمة

تجدر الإشارة إلى أبرز النتائج التي توصل إليها البحث:

- أظهرت الدراسة أن كريم معتوق يمتلك قدرة فائقة على استخدام الأساليب اللغوية والإعلامية مثل صيغ التفضيل، والتضاد، والتكرار، والتشبيه، والرموز، بشكل موحى وفَعّال، حيث أن هذه الأساليب لم تُستخدم للزينة فقط، بل كانت في خدمة الهدف الشعري والإعلامي معاً. من خلال هذه الأساليب، نجح الشاعر في توصيل رسائل معقدة وبث طاقات عاطفية وفكرية عالية، مما جعل قصائده غنية بالمعاني ومتعددة الأبعاد، وقدرة على جذب القارئ وإثارة تفكيره في آن واحد. وهذا ما يؤكد على أن الخطاب الإعلامي يشكل أداة فنية وجمالية مركزية في شعر كريم معتوق، تسهم في جعله نصاً حديثاً متميزاً قادراً على مواكبة وتفسير متغيرات الواقع بشكل جذاب ومؤثر.
- كريم معتوق نجح في توظيف الخطاب الإعلامي داخل قصائده بشكل فني متميز، جمع فيه بين البعد الإخباري والبعد الجمالي، ما أسهم في تطوير البنية الشعرية وتأكيد الطابع الحداثي للنص.
- لقد أتاح هذا التوظيف للشعر أن تصبح أكثر انفتاحاً على قضايا العصر، وأكثر قدرة على التفاعل مع المتلقي، دون أن تفقد خصوصيتها الشعرية أو بعدها الرمزي.
- إنّ الخطاب الإعلامي، بما يحمله من طاقات لغوية ودلالية، يشكّل في شعر كريم معتوق أداة فنية وجمالية تُثري النص وتمنحه القدرة على مواكبة تحولات الواقع.

- يهدف البحث إلى التعرف على مفاهيم الخطاب الإعلامي الشاعر الإماراتي كريم معتوق يعتبر من أبرز الشعراء في الساحة الأدبية الإماراتية، وقد تجلّى ذلك من خلال شعره الغني بالصور الفنية والموضوعات المتنوعة. يتسم خطاب الإعلامي في شعره بالعديد من المظاهر التي تعكس العمق الثقافي والفني في كتاباته.

في خاتمة هذا التحليل، يمكن القول إن الصور الشعرية المتأثرة بالأسلوب الإعلامي في نصوص كريم معتوق تحمل دلالات عميقة تتجاوز الجمال اللغوي لتصل إلى أبعاد فكرية وثقافية تُغني التجربة القرائية. فهذه الصور تسهم في خلق جسر تواصل بين النص والقارئ، عبر استثمار طاقات الخطاب الإعلامي في إثارة اهتمام المتلقي، وتحفيزه على التأمل والتفاعل مع الموضوعات التي تطرحها القصيدة. وقد استخدم الشاعر صياغات مثل صيغ التفضيل والتضاد، إلى جانب الرموز والإشارات، ليحول النص إلى خطاب فني وإعلامي في آن واحد، قادر على نقل رسائل معقدة بطريقة مشوقة ومؤثرة.

أما بالنسبة لكيفية توظيف كريم معتوق للخطاب الإعلامي في شعره، فقد تميز بدمج البعد الإخباري والبعد الجمالي بشكل فني متميز، مما أسهم في تطوير البنية الشعرية ورفع طابع الحداثة فيها. هذا التوظيف جعل النصوص أكثر انفتاحاً على قضايا العصر وأكثر قدرة على التأثير والتفاعل مع المتلقي دون أن تفقد خصوصيتها الشعرية ورمزيتها. فالخطاب الإعلامي في شعر معتوق ليس مجرد نقل للمعلومة، بل أداة فنية ذات بعد جمالي تعزز من عمق النص وتجعله مرآة تعكس تحولات الواقع الاجتماعي والثقافي.

المصادر

القرآن الكريم

- ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين، (1997م)، «لسان العرب»، دار صادر، بيروت لبنان ط2.
- أبرير، بشير (دت)، «استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي»، مجلة اللغة العربية، العدد 23، جامعة عنابة.
- إلهامي، حسام محمد، (2013م)، «الخطاب الإعلامي لدونات أعضاء جماعة الإخوان المسلمين: دراسة تحليلية»، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد 39.
- إمام، إبراهيم إمام، (1976م)، «العلاقات العامة والمجتمع، الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية»، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية.
- بلاوي، رسول، (1442 هـ.ق)، «تداولية الخطاب التواصل في قصائد المقاومة للشاعر سعيد الصقلاوي قصيدة صرخة طفل»، آفاق الحضارة الإسلامية، أكاديمية العلوم الإنسانية والدراسات الثقافية، العدد2.
- بن ذهيب، مولات، (2017م)، «الخطاب الإعلامي وعلاقته بالدرس اللساني الحديث»، رسالة ماجستير المشرف صبرينة بو الحية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية الآداب والفنون الجزائر.
- الجبوري، رياض يونس خلف، (2005م)، «اسم التفضيل في القرآن الكريم دراسة دلالية الموصل: دار المنظومة.
- حمزة، عبداللطيف، (1987م)، «الإعلام في صدر الإسلام»، القاهرة، دار الفكر العربي.
- الحسيني، آسيا، (2022م)، «تحليل الخطاب الإعلامي»، مجلة أوراق ثقافية.

- الخطيب القزويني، جلال الدين محمد عبد الرحمن، (2005م)، «الإيضاح في علوم البلاغة»، بيروت: دار الكتب العلمية.
- الشنقيطي، سيد محمد ساداتي، (1986م)، «مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم - دراسة تحليلية لنصوص من كتاب الله»، الرياض، دار عالم الكتب.
- عبد المجيد، محمد، (2002م)، «ظاهرة التفضيل بين القرآن الكريم واللغة»، مجلة البلقاء العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- عصام محمد المشهراوي، (2012)، «الخطاب الأدبي الإعلامي في الشعر الجاهلي: دراسة وصفية تحليلية»، أطروحة دكتوراه، كلية الآداب واللغات والفنون، قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة وهران، الجزائر.
- قاسم حسين السعدي، (2011)، «الخطاب الإعلامي للشيخ الدكتور أحمد الوائلي: دراسة»، مجلة العلوم الإنسانية، كلية التربية، جامعة بابل، العراق، ج1، العدد السادس.
- قعيد، خليفة، (2024)، «الخطاب الإعلامي المكتوب: الدرس والتطبيق»، للطباعة والنشر والتوزيع سامي.
- ماتسون دونالد، (1392ش)، «گفتمانهای رسانه تحلیل متون رسانه ترجمه عبدالحسين کلانتری و بهزاد احمدی تهران دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی».
- المتوكل، محمد عبد الملك، (2003م)، «مدخل إلى الإعلام والرأي العام»، ط2، جامعة الصنعاء كلية التجارة والاقتصاد.
- معتوق، عبدالكريم، (2022)، «رحلة لا بد منها»، الإمارات العربية المتحدة، منشورات كريم معتوق.
- معتوق، عبدالكريم، (2015)، «هذا أنا»، الإمارات العربية المتحدة، دار الياسمين للنشر والتوزيع.
- معتوق، عبدالكريم، (2024) «قصائد من وادي عبق»، الإمارات العربية المتحدة، منشورات كريم معتوق.
- معتوق، عبدالكريم، (2021)، «ولدي أقوال أخرى»، الإمارات العربية المتحدة، دار عشتار للنشر والتوزيع.
- معتوق، عبدالكريم، «لم يكن حبا»، (2022م)، الإمارات العربية المتحدة، منشورات كريم معتوق.