

# **الملامح الإشهارية في الخطبة الزينية في مجلس يزيد**

## **The Publicity Features in Lady Zainab's Speech in the Court of Yazid**

Adil Kamoon Jaber

الباحث: م.د. عادل كمون جابر

Misan University – College of Political Sciences      جامعة ميسان – كلية العلوم السياسية

[Adilkam.j@gmail.com](mailto:Adilkam.j@gmail.com)

البريد الإلكتروني:

## الخلاصة

تحتفي الخطب العربية بملامح ومضامين إشهارية كثيرة، كنوع من أنواع الممارسات الثقافية الواعية والمقصودة، وحدث تواصل تفاعلي، له دلالات محددة وأهداف معلنة وغير معلنة، تستبطن رؤى ومقاصد وأيديولوجيات الخطيب، وتكشف عن مستويات إمكاناته في إدارة العملية الإشهارية في ضوء مكونات هذا الخطاب الموجه.

وقد وجدنا في خطبة السيدة زينب بنت علي (عليهما السلام) ميدانا رحبا للبحث، وحقلاً خصباً تتجلى فيه تقنيات الخطاب الإشهاري، ومكوناته وآليات اشتغاله، بشكل يغري الباحثين لدراساتها وتوضيح جوانبها، وهو ما سنحاول تسليط الضوء عليه في هذا البحث، والكشف عن آثاره على المتلقي، بوصفه ركيزة من ركائز العملية التواصلية الإشهارية، والتعرف على مدى فاعلية الخطاب الإشهاري في عملية الاتصال بين المرسل والمتلقي، إذ تعكز الخطاب على المرتكزات الإقناعية، التي كان لها الأثر في إبراز الإرساليات الإشهارية، عبر تموضعها في أشكال متعددة، أغنت العملية التواصلية بتواجدها داخل أنظمة الخطاب وأنظمة الإفصاح النصوي، ولبيان ذلك سنعمل على تقصي حضورها وتعيين مستوياتها في المنظومة الخطابية.

الكلمات المفتاحية: الإشهار، الحجاج، الخطبة الزينية.

## Abstract

Arabic sermons have many publicity features, as a type of intentional conscious and intentional cultural practice as well as an interactive communicative event. These features can be delivered explicitly or implicitly which internalize the ideologies of the speaker.

The researcher finds in the sermon of Lady Zainab (peace be upon her) a broad field for research. This sermon has the techniques, components and the mechanisms of publicity discourse. The researcher tries to study and clarify these features of publicity and reveals the effects of these features on the recipients.

The researcher tries to identify the extent of the effectiveness of publicity discourse in the communication process between the sender and the recipient. The publicity

features play a central role as persuasive techniques in the discourse. The features of publicity also enrich the communicative process by their presence in the textual disclosure. The researcher investigates the presence of publicity features and determining their levels in the discourse.

**Keywords:** Publicity, Persuasion, Lady Zainab's Sermon

## 1- تعريف الإشهار

الإشهار لغة: من الشهرة التي يعرفها ابن منظور في معجم لسان العرب بأنها " ظهور الشيء في شئنة حتى يشهره الناس، وجاء في الحديث من لبس ثوب شهرة ، ألبسه الله ثوب مذلة" (ابن منظور، 1990، 431).

الإشهار اصطلاحاً: يرتبط الإشهار اصطلاحاً بالإعلان، الذي يعرفه البعض بأنه "مجموع الوسائل المستخدمة بتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية، وإقناعه بامتياز منتجاتها" (الحديدي، 1999، 16).

والإشهار وأن ذاع صيته وأخذ نصيبه من الدراسة والبحث في السنوات الأخيرة، إلا أنه كان حاضراً على مرّ العصور ولا يكاد عصرٌ من العصور يخلو من ملامح الخطاب الإشهاري على اختلاف سبله وآلياته، بل يمكن القول أنّ باليسر استكشاف ملامح الخطاب الإشهاري منذ بدء الخليقة، في أول حوار بين الله (جل وعلا) والملائكة (وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ) (البقرة، 30)، وهنا أول اشهار عمّن سيسكن الأرض، وهو بمثابة الإعلان عن طبيعة الخليفة الذي سيخلفه الله في الأرض، وتوالت السبل حول توظيف الخطاب الإشهاري، فقد كان قديماً يأخذ شكل النداء على البضائع والسلع المعروضة، ويسمى من يقوم بالنداء ( البرّاح أو المنادي) " وقد استعملت المجتمعات القديمة المنادي كوسيلة للإعلان المتمثل في إعلام الجمهور بقرارات الحاكم" (سييه، 2016، 8) ، ثم أخذ مفهوم الإشهار يسلك طريقه بين قصائد الشعراء وخطب الخطباء.

## 2- الخطاب الإشهاري:

يندرج الخطاب الإشهاري ضمن الممارسات الثقافية على نحو الخطاب الأدبي والخطاب السيميائي، وهو مرتبط بشكل وثيق بالخطابات الدعائية والإعلانية، ويرتكز على مفهومي الحجاج والإقناع، ويتحدد مستواه التأثيري في قدرته على إيصال الفكرة والدفاع عنها، وتكمن مقدرته على "استحضار متطلبات المشاهد في ظرف قياسي ووفق بناء يكفل له روح التواصل والإقناع، انطلاقاً مما يتم تحصيله في الرحلة الاستكشافية بحثاً عن تلك السبل الإقناعية الناجحة في الاستراتيجية" (عبدالواحد، 2014، 515)، إذاً هو ممارسة ثقافية وفن من فنون الخطاب، "تعمل على رسم يعج بالمثل والقيم السامية التي تعمل على شحن الخطاب بموجبات تثير أحلام المتلقي، وتعزز خياله على حساب الواقع المعيش والمعروف، محدثةً خلخلة في أنساقه وقيمته الثقافية" (الشنقيطي، 1440هـ، 16).

يرتبط الإشهار بأغلب الفنون الأدبية وأبرزها الخطابة، لكونها فناً لمخاطبة الجماهير بهدف التأثير فيهم واستمالتهم، إذ تُعنى بشكل أساس في التحدث مشافهةً مع المتلقين، والسعي لإقناعهم، واستمالتهم نحو هدف الخطيب، فهي "تتشدد عادة الربط بين أذهان السامعين وقلوبهم من جهة، والأفكار التي تنتهي إليهم من جهة أخرى، وهذا يفرض على المتكلم أن يكون ذا ثقافة واسعة، للتوافق مع المحرضات النفسية والعقلية للجمهور" (عبدالنور، 1994، 103).

والإشهار بوصفه فن من فنون التواصل قائم على الإقناع، لاشك أنه قد مرّ بمراحل تطور وتنقلات نوعية من حيث المفهوم والدلالة، فلم يعد يقتصر على الترويج للسلع والبضائع لأهداف اقتصادية بحتة فحسب، بل غدا مفهوم يطلق على كل ما يمكن أن يندرج ضمن ذلك العنوان الساعي نحو الإعلان والشياح حول كل موضوع سواء كان اجتماعياً أم ثقافياً أم سياسياً أم غيره ممن "تتجلى فيه معاني الإشهار ودلالاته كالاقتدار بالنفس والقبيلة، وتمجيد الآخرين، والمدح، والمبالغة في تصوير الأشياء بدافع الإشهار والإعلان عنها" (عبدالله، 2022، 167)، بل وحتى الغزل يندرج ضمن مفهوم الإشهار إذ إنَّ الشاعر ما ذكر أوصاف حبيبته إلا بقصد الإعلان عن صفات جمالها، من هنا أخذ مفهوم الإشهار يتوسع ويأخذ منحاً متعددة بتعدد المسالك التي تتناوله.

إذ يعد "الإشهار استراتيجية جديدة للتواصل مع الجمهور قائمة على الإقناع؛ لأنه يوظف عدداً من العلوم والمعارف اللغوية والنفسية والاجتماعية والاقتصادية والفنية والفلسفية وغيرها مرتكزاً في ذلك على النظريات العلمية والتطبيقية لتلك المجالات لتشكيل خطاب التواصل" (الشنقيطي، 1440هـ، 200)، الذي يقوم بدوره على ثلاث ركائز رئيسية هي المرسل (المُعلن) والمرسل إليه (جمهور المتلقين) والرسالة (الإعلان) والتي تعد محور العملية الإشهارية برمتها؛ لما تحمله من أهداف وغايات وأيديولوجيات يُراد إيصالها إلى المتلقي، مشفوعةً بالأدلة والبراهين، موظفين لإيصالها ما تمكن من تقنيات الحجاج و وسائل الإقناع.

والخطاب الإشهاري تبعاً لما قدمناه يمكن أن نعده نسقاً اجتماعياً وثقافياً يرتكز على مجموعة موضوعات ومناهج تختلف باختلاف مقاصده والغاية التي أنشئ من أجلها، والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، وقد تنوعت مداخل دراسته لاختلاف مداخل البحث فيه، فهناك من يبحثه سوسيولوجياً وفق ما يتبناه من نظريات الصراع والبنائية الوظيفية، والتفاعلية الرمزية، وهناك من يتناوله اجتماعياً كاشفاً عما فيه من نظريات التوازن المعرفي، والدوافع والمثيرات والاستجابة وغيرها.

وقد كان الشعر أحد وسائل الإعلان والإشهار الأكثر رواجاً بين الناس في العصور السالفة، ذلك ما دفع الإمام زين العابدين (عليه السلام) أن يوظفه في الإعلان عن مقتل الإمام الحسين عليه السلام قبل أن يدخل مدينة جده رسول الله، حينها عمد إلى الشاعر (بشر بن حذلم) وأوصاه أن يذيع خبر قتل الإمام الحسين (عليه السلام) في المدينة المنورة، " فلما قرب المدينة حط رحاله وقال: يا بشر \* أدخل المدينة وأنع أبا عبد الله. قال بشر: ركبت فرسي وركضت حتى دخلت المدينة، فلما بلغت مسجد النبي (صلى الله عليه وآله وسلم) رفعت صوتي بالبكاء وأنشأت أقول:

يا أهل يثرب لا مقام لكم بها      قُتل الحسين فأدمعي مدرار

الجسم منه بكريلاء مضرخ      والرأس منه على القناة يدار" (المجلسي، 1983، 147)

فكان ما فعله بشر هو إعلان وإشهار عن فاجعة أمت بالمسلمين، إذ لم يكن أنذاك وسيلة للإعلام والإعلان أفضل من صوت الشعراء، فهم لسان الأمة في السراء والضراء.

ولا يخفى على أحد ما لوسائل الإعلام من أثر بالغ في المجتمع، فهي على تماس مباشر مع الناس تتحدد وفقها شكل ونوع الثقافة التي تغذي المجتمع، وتسهم إسهاماً كبيراً في رسم هندسة الذوق العام، وصناعة الثقافة، وتشكيل القيم الاجتماعية، والسياسية، وحتى الدينية. من هنا يمكننا القول: أنّ الإشهار صناعة إعلامية ثقافية قد يأتي على عدة مستويات وفقاً للغرض المنشود وطبيعة المتلقي، فقد يكون للترويج عن السلع والبضائع وهذا ما ركز عليه أغلب الباحثين في مضمار الإشهار، وقد يكون للإخبار والتوعية والإرشاد.

من هنا ينبغي أن يُدرس الخطاب الإشهاري دراسة ثقافية تستكشف ما أضمر في نصوصه من أنساق وفاعلية اشتغالها، ومستويات تأثرها على الفرد والمجتمع.

ولعل أبرز الأنساق التي يمكن أن يستشفها المتلقي في خطاب السيدة زينب (عليها السلام) هي: أنها كسرت القاعدة الذكورية التي كانت متسيدة على المشهد الثقافي والاجتماعي آنذاك، فهي (سلام الله عليها) فندت النظرية السائدة حول دونية المرأة، وقصورها الفكري والثقافي، فكان للدور الإعلامي الذي سلكته السيدة زينب (عليها السلام) وتصدرها كصوت ناطق بالحق، صادق بأحقية الثورة الحسينية، ومدى المظلومية التي تعرض لها أبناء الرسالة، لتزيل العمى الثقافي، وتكشف عن التضليل الإعلامي الذي انتهجته سياسة الإعلام السلطوي، فعملت على فضح سياسة الإجرام والدموية الأموية، ولعل هذا هو السبب الرئيس الذي جعل من الإمام الحسين (عليه السلام) اصطحابها في ركبها، لتكون قناة إعلامية، تنقل مضامين وأهداف الثورة الحسينية للعالم، فلولا دورها الإعلامي لطُمت ثورة عاشوراء ولأسدل الستار عليها كما طُمت الكثير من الثورات، وأخفيت ملامحها ليختفي معها قبح الإجرام السلطوي الأموي، ولم تأخذ الصدى الإعلامي الذي أخذته ثورة عاشوراء، ولم يكن ذلك لولا الدور الريادي المتميز الذي شغلته السيدة الحوراء زينب (عليها السلام) في نقل الحقيقة وإشهار المضمون من ثورة الإمام الحسين (عليه السلام) موظفة لذلك العديد من السبل الإشهارية التي سنبحثها بإيجاز مراعاةً لضوابط البحث.

تبرز الأهمية القصوى للجانب الإعلامي في توثيق الحقائق، ونقل الأحداث، ولعلنا لا نجانب الحقيقة إذا قلنا أن أغلب الحكومات المتسلطة على مقدرات الشعوب تجعل جلَّ اهتمامها بالجانب الإعلامي ودائماً تسعى لتطوير منظومتها الإعلامية، كونها السبيل لديمومة بقائها.

### 3- الخطاب الإشهاري في النص الديني

يعد الخطاب الإشهاري في النصوص الدينية موضوعاً مثيراً للاهتمام والبحث؛ لتأثيره على الفرد والمجتمع، وبوصفه نصاً " يسعى جاهداً إلى توظيف الإمكانيات المتاحة من علامات لسانية أو أيقونات رمزية أو نزعات فكرية أو مرجعيات عقديّة أو مسلمات اجتماعية أو غير ذلك، بغية الترويج المفضي إلى تسليم المخاطب بما يطرح أو يعرض عليه" (الشنقيطي، 1440هـ، 69)، لكونه يُعنى بدراسة الخطاب الإشهاري في النصوص الدينية وكيفية تكيفه مع التطورات الاجتماعية والثقافية المعاصرة. بمعنى دراسة الموروث من منطلق حدثي سيتم تحليل الأساليب المستخدمة في تلك النصوص وكيفية توائمتها مع الخصائص اللغوية للنص الديني ونظريات تحليل الخطاب.

ويمكن أن نعرف الخطاب الإشهاري في النص الديني على أنه نوع من أنواع الخطاب يسعى نحو التأثير في الجمهور وإقناعه بمفاهيم دينية وقيم إيمانية، موظفاً لذلك أدوات لغوية وآليات إجرائية من لغة وأساليب دعائية وإقناعية؛ بغية تحقيق الغرض المنشود، الذي يهدف إلى نشر رسالة دينية معينة، أو توجيه الجمهور نحو فكرة ما، وحثهم وتشجيعهم على اتخاذ إجراء معين.

ولأهمية الخطاب الإشهاري ومدى ارتباطه ب حياة المجتمع لا بد من دراسته بشيء من الدقة والاهتمام فهو "لا يكتفي بالدعاية لمنتوج من خلال تعداد محاسنه ووظائفه، إنّه يقوم بأكثر من ذلك وأخطر، إنّه ينتج قيماً ويوجه أذواقاً ويخلق حاجات" (بنكراد، 2006، 29). يمكن أن يتضمن هذا النوع من الخطاب استخدام الأمثال، والقصص، والأدلة الدينية، والتوجيهات الإرشادية، بأسلوب يعتمد على الإلقاء والإقناع بالدرجة الأساس.

من هنا ينبغي أن يكون الخطاب الإشهاري في النص الديني موجهاً بشكل يتناسب مع الجمهور المستهدف، وأن يحترم قيم ومبادئ الدين ولا يتعارض معها. كما يجب أن يرتكز على مفاهيم صحيحة وموثوقة، "فسلوك الإنسان ليس دائماً فردياً، ولا يعبر بالضرورة عن ميل خاص لا

تدرك سره سوى الذات الفاعلة، فهذا السلوك قد يكون جزءً من خُطاطة ثقافية عامة" (بنكراد، 2006، 10)، كونه يهدف إلى تعزيز الفهم وتقبل الفكرة المراد تصديرها للجمهور .

ولدراسة الخطاب الإشهاري لابدً من التأكيد على نظريتي الخطاب وتحليل الخطاب؛ كونهما الأساس لفهم الخطاب الإشهاري في جميع النصوص لاسيما النص الديني، إذ تتعكز هذه النظرية على دراسة الخصائص اللغوية، والتحليل الدقيق لعناصر الخطاب، من جمل وكلمات وأساليب، وتراكيب، ورموز، بغية فهم كيفية بناء الخطاب الإشهاري ومدى تأثيره على الجمهور المستهدف، مما يسهم في كشف الرسائل الإشهارية في النصوص الدينية وتحليلها بشكل أعمق وأكثر دقة.

#### 4- الملامح الإشهارية في خطاب السيدة زينب (عليها السلام)

تعد خطبة السيدة زينب (عليها السلام) في مجلس يزيد من الأمثلة البارزة في التاريخ الإسلامي التي يتجلى فيها الخطاب الإشهاري، فهي بالإضافة إلى لما انطوت عليه من قيم ومبادئ عظيمة ورسائل اشهارية كبيرة، فقد تتناول موضوعات متعددة، نحو: مجابهة الظلم والعدالة، والحق، والصبر، والإيمان، والتضحية، والوفاء، والتسليم لقضاء الله بالإضافة إلى انطوائها على القضايا الروحية والاجتماعية والدينية، فهي، أنموذج تتجلى فيه ملامح الخطاب الإشهاري التي سنحاول أن نضعها موضع الدراسة والتحليل في ضوء بحثنا هذا. إذ أنّ فاعلية الخطاب الإشهاري تتجلى حينما يتماشى مع القيم السامية والمثل النبيلة التي يسعى لتعزيزها وتعميق فهمها لدى الناس، مع الأخذ في الاعتبار السياق الثقافي والاجتماعي الذي يعمل فيه الخطاب.

وبما أن الخطاب الإشهاري ينبثق عن تأملات في الخطاب بالشكل الذي يتوافق مع الحاجات والمتطلبات الاجتماعية والثقافية، فبالإمكان التأمل في القيم والمبادئ والأخلاق التي دعت إليها السيدة الحوراء زينب (عليها السلام) في خطبتها، مثل طاعة الله، والعدل، والكرامة، والصبر، والتسامي، والرفعة، ومواجهة الظلم، فكان خطابها (عليها السلام) رسالة تعكس تلك القيم وتروج لها في مجتمعٍ سادته الظلم والجور وتسلطت عليه الأرجاس والأوباش وأراذل الناس.



من هنا لا بد من قراءة خطاب السيدة زينب (عليها السلام) قراءة ثقافية تستكشف مضامين الخطاب وأنساقه الثقافية المضمره، باحثين عن خفايا النص بشيء من الدقة والوضوح، بهدف ابراز المكونات الجمالية، والثقافية، والمرجعية للنص، فكما أن للقراءة الأدبية أدواتها والتي نبحث في ضوئها عن معايير النوع الأدبي والجماليات الفنية للنص، فأن للقراءة الثقافية معاييرها التي نبحث عبرها عن الأنساق الثقافية، كون القراءة الثقافية تسعى إلى كشف أبعاد الصراع القيمي داخل النص، عبر قراءة فاحصة تحلل تلك الأبعاد ومظهراتها في الخطاب.

ولكون خطاب السيدة زينب (عليها السلام) خطاباً مضاداً لخطاب السلطة الحاكمة، فهو لم يخلُ من الأيديولوجيا، والتي تعني بأبسط تعريفاتها: " ثمرة تبشير أو دعوة بموجبها يتحول الفكر من حدود فردانيته إلى فكر جماعي " (هاني ا.، 2006، 15)، وهذا غاية ما تقوم به الخطابات الإشهارية في مستوياتها الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية جميعها.

#### 5- الرسائل الإشهارية في الخطاب الزينبي

توظيف الخطاب الإشهاري في نصوص السيدة زينب (عليها السلام) لم يكن محض صدفة أنما كان مقصوداً ومتعمداً، كون المقام الذي أُلقت فيه السيدة الحوارة زينب (عليها السلام) خطبتها يستدعي منها توظيف جميع آليات الخطاب الإشهاري، لإظهار الحقيقة وازالت العمى الثقافي الذي أصاب الأمة بسبب التضليل الإعلامي الذي تعمدته الوسائل الإعلامية للسلطة الحاكمة، فكان خطابها عبارة عن جملة من الرسائل الإشهارية التي سنحاول أن نتطرق إليها بشيء من الإيجاز، وبيان مستويات تأثيرها على الجمهور، عبر استكشاف الأدوات والأساليب التي وُظفت في هذا السياق وتحليل تأثيرها الاجتماعي والثقافي.

الرسائل الإشهارية التي تبناها الخطاب الزينبي كثيرة، كان أغلبها يتمحور حول فضح المنظومة المؤسساتية الزائفة التي تدعي الإسلام، فعملت على كسر هالة القداسة التي أحاطت السلطة بها نفسها، موظفة لذلك المنظومة الإعلامية الحكومية التي كانت تجلل يزيد لعنه الله برداء الخلافة، وإمارة المسلمين؛ لذا عملت السيدة الحوارة (عليها السلام) على ابراز الأنساق القبحية التي تتوارى تحت رداء خلافة يزيد (عليه اللعنة).

وعلى الرغم من بدهاة تلك الحقيقة، التي تكشف عن نفسها بشكل صريح، إلا أن المجتمع في ذلك الزمان كان رهين الأعلام السلطوي الأموي، الذي يسعى غالباً لعزله عن المحيط القيمي، وتحوله إلى مادة استهلاكية تخدم الأمير وحاشيته بلا قلب ولا روح ولا وعي، يتجه حينما أرادت له السلطة، لذا عمدت السيدة زينب (عليها السلام) على انتاج وصلات إشهارية توضح للناس شمس الحقيقة المغيبة، وتزيل عن أعينهم ركام العمى والتضليل الذي عاشوه بفعل التغذية الإعلامية الممنهجة، التي صورت للناس أن الحسين بن علي (عليه السلام) خارجي، وأنه قتل لخروجه على الخليفة يزيد كما يزعمون (سَاءَ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ) (المنافقون الآية 2)•

من هنا كانت أولى رسائل السيدة زينب (عليها السلام) الإشهارية أن ابتدأت خطبتها في مجلس يزيد (لعنه الله) بقولها: "الحمد لله رب العالمين، وصلى الله على محمد وآله أجمعين" (بن طاووس، 1434هـ، 215)، وهنا تصدر السيدة زينب أول رسالة اشهارية، في هدي افتتاح كلامها بحمد الله والثناء عليه، والصلاة على رسول الله وعلى آله؛ ليكون ذلك بابا تستدعي فيه مسامح الجمهور، وأذهانهم للإصغاء والإنصات لما تقول. فقد تمكنت السيدة زينب من تهيئة مسامح الجمهور لتمهده لاستقبال رسائلها الإشهارية، لتنتقل بعدها إلى استدعاء آية من آيات القرآن الكريم، فاستهلت خطبتها بقوله تعالى: (ثُمَّ كَانَ عَاقِبَةَ الَّذِينَ أَسَاءُوا السُّوأَى أَن كَذَّبُوا بِآيَاتِ اللَّهِ وَكَانُوا بِهَا يَسْتَهْزِئُونَ) (الروم آية 10)، فعملت على توظيف النص القرآني وجعلته مرتكزا حجاجياً، وعيا منها (عليها السلام) لما يؤديه النص المقدس من مضمون حجاجي كبير يسهم في توصيل المرسل الإشهاري المتوخى من النص، المتمثل بسوء العاقبة التي احاطت بيزيد (عليه اللعنة) ومؤيديه، الذين كانوا بآيات الله يستهزئون، وهنا إشارة صريحة على بعد يزيد وزبائنه عن دين الله -الذي بادعائه تسلط على رقاب الناس- أكدت السيدة زينب على ابرازها للمتلقي، لاسيما ان خطابها جاء بعد أن تبجح يزيد بن معاوية (عليه اللعنة) بأبيات من الشعر قال فيها:

ليت أشياخي ببدر شهدوا      جزع الخرج من وقع الأسل

لأهلوا واستهلوا فرحاً      ولقالوا: يا يزيد: لا تشل

قد قتلنا القرم من ساداتكم      وعدلنا ميل بدر فاعتدل  
لست من خندق إن لم أنتقم      من بنى أحمد ما كان فعل  
لعبت هاشم بالملك فلا      خبر جاء ولا وحى نزل" (بن طاووس، 1434هـ، 214)

فكان اقتباس الآية الكريمة خير ردٍ على فعل يزيد الذي كان يترجم كفره ومروقه وسوء عقيدته، كما وصفه الطبري في تاريخه: " هذا هو المروق من الدين وقول من لا يرجع إلى الله ولا إلى دينه ولا إلى كتابه ولا إلى رسوله ولا يؤمن بالله ولا بما جاء من عند الله" (الطبري، 1996، 60) ، لتنتقل بعدها إلى مخاطبته باسمه مجردا من الألقاب التي كان يناديه بها زبانيته، وكأنها تصرح بعدم اعترافها بخلافة ذلك الرجس، فقالت (عليها السلام): " أظننت يا يزيد حيث أخذت علينا أقطار الأرض وآفاق السماء ، فأصبحنا نُساق كما تُساق الأسارى أن بنا على الله هواناً وبك عليه كرامة" (بن طاووس، 1434هـ، 214)، فعمل النص على سلب رداء القداسة الذي كان يزيد يلقيه على نفسه، وبين للمتلقي زيف ما يدّعي من أنه خليفة المسلمين وأنّ الله نصره على الحسين (عليه السلام) إذ تمكن من قتله وسبي عياله، فتقول (عليها السلام) أن ما فعلته ليس مدعاة للتفاخر والغرور، فهو ليس لعظم خطرك عند الله "فشمخت بأنفك، ونظرت في عطفك، جذلان مسروراً" (بن طاووس، 1434هـ، 214)، بل أن ذلك ليس لهواننا عند الله وكرامتك عليه، فالملك الذي أنت فيه إنما تسلطت عليه لادعائك للانتساب إلى ديننا، وسلطك على رقاب الناس من باع آخرته بدنياه، "وحين صفا لك ملكنا وسلطاننا" (بن طاووس، 1434هـ، 214)، فالملك ملكنا أهل البيت والسلطان سلطاننا، وما أنتم إلا عصابة استحوذتم عليه ظلماً وعدواناً، وتسلطتم على رقاب المسلمين بالعدو والسيف، لتنتقل السيدة زينب إلى أسلوب التهديد والوعيد للسلطان الذي كانت تحيطه جنوده وجلاوزته من كل جانب، فتقول: "فمهلاً مهلاً، لا تطش جهلاً، أنسيت قول الله تعالى: ﴿وَلَا يَحْسَبَنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا أَنَّ نُمْلِي لَهُمْ خَيْرٌ لِأَنْفُسِهِمْ إِنَّمَا نُمْلِي لَهُمْ لِيَزْدَادُوا إِثْمًا وَلَهُمْ عَذَابٌ مُهِينٌ﴾" (بن طاووس، 1434هـ، 214)، فاستعملت السيدة زينب (عليها السلام) هنا ملمحين إشهاريين بارزين:

- الأول تكرار اسم فعل الأمر (مهلاً، مهلاً) وما يضيف ذلك التكرار من بعد استطريقي للنص، كونه ظاهرة لغوية توظف في الخطابات الإشهارية، لتسهم في تحقيق التوافق، والتآلف، والانسجام بين عناصر النص بغية التأثير على المتلقي وجذب انتباهه.
- والآخر: الاستشهاد بالآية الكريمة، فلكي يتمكن الخطاب الإشهاري من تحقيق غايته التفاعلية الإقناعية عليه أن يؤسس منطقاً على براهين وحجج تدعم الإطروحة المتبناة، وتجعلها مقبولة، ومرضية لدى

المتلقي، فقد بنت السيدة زينب هنا خطابها الإشهاري على الحجاج اللغوي الذي اعتمد بدوره على الشاهد الحجاجي، الذي غالباً ما يكون نصاً مقدساً تستدعيه السيدة زينب ليقوم بدور الثيمة الحجاجية كما في قولها أعلاه.

عمدت السيدة الحوراء إلى ملمح آخر من ملامح الإشهار في خطابها، مركزة على كسر مركزية السلطة الأموية وتقويض هيمنتها في نفوس الأمة، بتذكيرها بأنها ليست أهلاً لقيادة تلك الأمة الإسلامية التي هي حلم جميع الأنبياء والمرسلين، وتحقيق وعد الله الذي قال: ﴿هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَى الدِّينِ كُلِّهِ وَلَوْ كَرِهَ الْمُشْرِكُونَ﴾ (التوبة الآية 23). إذ ليس من المنطق أن يتسلط على رقاب المسلمين شخص مثل يزيد، فتقول (عليها السلام) مخاطبة يزيد (عليه اللعنة): "أمن العدل يا ابن الطلقاء، تخديرك حرائرك وإماءك، وسوقك بنات رسول الله سبايا، قد هتكت ستورهن، وأبديت وجوههن، تحدو بهنّ الأعداء من بلد إلى بلد، ويستشرفهن أهل المناهل والمعازل، ويتصقح وجوههن القريب والبعيد، والدني والشريف" (بن طاووس، 1434هـ، 215-216)، مؤكدة على ثيمة مهمة ومركزية هي: (الطليق) جعلتها بمحل القطب الذي يدور حوله ما قالتها من كلام بعدها، والتي تعني: "الأسير الذي أطلق عنه إسهاره، وخلي سبيله، أنّ الرسول (صلى الله عليه وآله) بعد فتح مكة وانتصاره الكبير على مشركي قريش أنذاك وكان فيهم معاوية وأبو سفيان (قال لهم حين اجتمعوا في المسجد ما ترون اني صانع بكم قالوا خيراً، أخ كريم وابن أخ كريم قال اذهبوا فأنتم الطلقاء) (البيهقي، 2003، 118). فأصبحت تلك العبارة ملازمة لتلك الفئة التي دخلت الإسلام بالإكراه، ولم يؤمنوا بمبادئه، فكانوا وبالاً على الأمة الإسلامية بعد استشهاد الرسول (صلى الله عليه وآله وسلم). لذا كررتها السيدة زينب في موضع آخر من خطبتها قالت فيه: "ألا فالعجب كل العجب، لقتل حزب الله النجباء، بحزب الشيطان الطلقاء" (بن طاووس، 1434هـ، 217). فكان من المرتكزات الإشهارية التي ركزت عليها السيدة زينب (عليها السلام) تذكير المتلقي بتاريخ تلك العائلة المتسلطة على رقاب المسلمين، فعمدت على استدعاء قول أبيها أمير المؤمنين (عليه السلام) في رده على معاوية بن ابي سفيان "وأما قولك إنا بنو عبد مناف فكذلك نحن. ولكن ليس أمية كهاشم، ولا حرب كعبد المطلب، ولا أبو سفيان كأبي طالب، ولا المهاجر كالطليق، ولا الصريح كالصيق" (عبدة، 117)، لتبين للمتلقي

تأريخه وتاريخ أباؤه المخزي، فتعمل على تغيير مرتكزات القوى وتحويله من مركز بوصفه حاكماً للدولة وخليفة وأميراً لأتباعه، إلى هامشاً لا يقوى أن ينكر تاريخه الذي لم يكن مخفياً على الكثير من المسلمين آنذاك.

تنتقل بعد ذلك إلى ابراز ملمح آخر تعمل على إعادة تصديره لأذهان المتلقين وهو أن يزيد المتهمك لحدود الله، وقاتل ذراري الأنبياء، ما هو إلا حفيد لتلك المرأة التي أكلت كبد حمزه عم النبي (صلى الله عليه وآله) في معركة أحد، إذ كانت تمثل محور الشر والكفر المتمثل بآل أبي سفيان، في حين كان علي وآل علي يمثلون محور الحق والرسالة، فتقول: "وكيف تُرتجى مراقبة من لفظ فوه أكباد الأزكياء، ونبت لحمه من دماء الشهداء" (بن طاووس، 1434هـ، 216)، لاشك أن الأساس الذي أقامت عليه السيدة الحوراء خطبتها يستند على قيمة ثقافية مهمة تركز على تهشيم المتبنيات الدعائية والإعلامية التي سعت السلطة إلى بثها بين الناس والتي كانت تتمحور حول التقليل من عظمة الجرم الذي ارتكبه بقتلهم الإمام الحسين (عليه السلام) سبط رسول الله (صلى الله عليه وآله وسلم)، فتقول: "فهذه الأيدي تَنْطَفُ من دمائنا، والأفواه تتحلب من لحومنا وتلك الجثث الطواهر الزواكي تتابها العواسل، وتعفرها أمهات الفراعل ولئن اتخذتنا مغنما، لتجدنا وشيكاً مغرمًا، حين لا تجد إلا ما قدّمت يداك وما ربك بظلام للعبيد، وإلى الله المشتكى وعليه المعول" (بن طاووس، 1434هـ، 217).

فما كان منها إلا ان تنتهج اسلوباً إشهارياً مضاداً للقنوات الإعلامية والأفواه المأجورة التي كانت تروج بين العامة أن الذين قتلوا في حادثة كربلاء هم من الخوارج فكانت الناس فرحة مستبشرة بيارك بعضها بعضاً لانتصار دولتهم كما يزعمون على أعدائها من الخوارج، فهنا انبرت بنت أمير المؤمنين ع لتطلق صوتها العلوي الذي زلزل أركان القصر الأموي وتكشف عن الحقائق التي اخفتها السلطة المهيمنة استغفلاً منها للجماهير.

فالسيدة زينب (سلام الله عليها) لم تدعُ الجمهور إلى مناصرتها بشكل صريح إنما قامت بيث رسائلها الإشهارية التي تخاطب العقل وتحاكي المنطق لتكون بذلك أداة جذب للمتلقي ليهتدي إلى الطريق السليم ويسلك السبل الحق، بإرسال إشارات تحفيزية لخيال المتلقي؛ ليعقد مقارنة بين يزيد

قاتل النفس المحترمة، منتهك حدود الإسلام، وبين آل النبي الكريم معدن الرسالة ومهبط الوحي والتنزيل، فنقول: " وكيف يستبأ في بغضنا أهل البيت من نظر إينا بالشنف والشنان، والإحن والأضغان ثم تقول غير متأئم ولا مستعظم: لأهلوا واستهلوا فرحاً ثم قالوا يا يزيد لا تشل منحنياً على ثانيا أبي عبد الله سيد شباب أهل الجنة تنكتها بمخصرتك وكيف لا تقول ذلك، وقد نكأت القرحة، واستأصلت الشأفة، يارقتك دماء ذرية محمد (صلى الله عليه وآله) ونجوم الأرض من آل عبد المطلب" (بن طاووس، 1434هـ، 216)، وهنا أكدت السيدة زينب (عليها السلام) على أمر غاية في الأهمية بينت في ضوئه على تجذر الكفر في قلب يزيد (عليه اللعنة) تجسد في قوله (ليت أشياخي ببدر شهدوا...) فتقول (سلام الله عليها): "وتهتف بأشياخك زعمت أنك تناديهم، فتريدن وشيكاً موردهم، ولتودن أنك شللت، وبكمت، ولم تكن قلت ما قلت، وفعلت ما فعلت" (بن طاووس، 1434هـ، 216)، فبينت أن يزيد (عليه اللعنة) بنداؤه لأشياخه ببدر الذين قاتلوا رسول الله (صلى الله عليه وآله) والصحابة، ووقفوا بوجه الدعوة الإسلامية منذ انطلاقها، مفتخراً بأنه أخذ ثأره من رسول الله بقتل سبطه الحسين بن علي (عليه السلام)، وتلك النزعة للجاهلية لم تكن وليدة اللحظة، بل أنها كانت متأصلة في ذلك النسل الملعون، منذ أن قال قائلهم (تلاقفوها يا بني أمية تلاقف الكرة بيد الصبيان فو الذي يحلف به أبو سفيان فلا جنة ولا نار ولا معاد ما قاتلتكم لتصوموا ولا لتصلوا ولا لتحجوا وتزكوا وإنما قاتلتكم لأتأمر عليكم)، وكانت السيدة زينب (عليها السلام) ملتقته إلى ذلك لذلك قالت: "وسيعلم من سؤل لك ومكنك من رقاب المسلمين، بأس للظالمين بدلا، وأيكم شرّ مكاناً وأضعف جند" (بن طاووس، 1434هـ، 217)، فعمل خطابها على ملامسة شعور المتلقي، واستفزاز فطرته السليمة؛ لأن فاعلية الخطاب تتجلى في مدى تقبل المتلقي لما يبثه المرسل من رسائل تتحكم فيها مجموعة من الصور النمطية الثابتة في الأطر المنظمة للشعور، تعمل على تحديد توجيهاتها لحظة التفاعل مع الرسالة، وتدفع المتلقي نحو الاقتناع بهذا الخطاب دون غيره، ذلك أن الاقتصار على الدعوة الصريحة، معناه جهل أو تجاهل لما يعمل داخل الإنسان شعورياً ولا شعورياً؛ فالجمهور لا ينجذب إلى النص لأنه الأنفع والأجدى من غيره، إنه يفعل ذلك لأن هذا الخطاب يلامس روحه وفطرته السليمة، ويقدم نفسه للمتلقي

بطريقة أجمل وأدكى من غيره. إذ تتم العملية الإشهارية وفق خطاطة أركانها الرئيسة هي) المرسل، والرسالة، والمتلقي) لتمخض في هدي تفاعل الأركان الثلاث عن نتيجة العملية الإشهارية ومدى استجابة المتلقي لمكنون الرسائل الإشهارية التي وجهت له، "فالتواصل عادة ما يقوم على الوسائل التي تؤدي الوظيفة الإقناعية والإبلاغية، وهو محور الخطاب الإشهاري" (عبد العال، 2022، 8)، أما اثر الخطاب الإشهاري في النص فهو ما تركه من تأثير في نفوس المتلقين من إقناع أو إغراء أو عتاب أو توبيخ أو توجيه من مقام النص والإرشاد.

من اليسر أن نلمح أنّ السيدة زينب(عليها السلام) قد وظفت عناصر السياق توظيفاً دقيقاً، واستغلت صفة التداوليات والمشاركة في خطابها الإقناعي بين المرسل (المتكلم) والمتلقي (السامع)، عبر مجموعة من الآليات جاءت وفق تنظيم دقيق، مرة عبر السؤال الاستكاري الذي يتطلب من الجمهور التفاعل والتفكير في إجابته، كون أدوات الاستفهام قد تفرغ من دلالتها الحقيقية إلى دلالات مجازية بديلة تُفهم من السياق الذي تغرس فيه، بالشكل الذي تؤدي دوراً مزدوجاً في النص، ومرة في التحولات المركزية وجدليات التقاطب بين الهامش والمركز، بتحويل المركز إلى هامش لا قيمة له، على وفق قولها ليزيد بن معاوية في مجلسه وبين حاشيته الذين كانوا يعدونه مركزاً للسلطة، وهرماً لقيادة الأمة، فتقول (سلام الله عليها): " **ولئن جرّت علي الدواهي مخاطبتك، إنّي لاستصغر قدرك واستعظم تقريعتك، واستكثر توبيخك**" (بن طاووس، 1434هـ، 217)، وهنا نرى السيدة زينب تهشم معولها ذلك العرش الوهمي الذي يتسيده يزيد (لعنه الله) وتنقله من المركز إلى هامش حقير استصغاراً لقدره، بل هي تستعظم تقريعه، وتوبيخه، كيف لا وهي سليلة النبوة و بنت أمير المؤمنين علي (عليه السلام)، وأمها فاطمة الزهراء (عليها السلام)، ويزيد بن معاوية، وأمّه هند آكلت الأكباد، وشتان بين الثرى والثرية، وهنا تمكنت السيدة زينب من إبراز القيمة التواصلية للإشهار عبر قدرتها على اقناع الجمهور، وإيصال الرسائل التي كانت هي الهدف من خطبتها. فقد حقق خطابها النظرية الإشهارية وما تقوم عليه من أسس ودعائم قائمة على الحجاج والإقناع، لما يحمل قضايا ترتبط بحياة الناس وعقائدهم الدينية.

من الملامح الإشهارية الأخرى التي وظفتها السيدة زينب (عليها السلام) في خطابها، التهكم بأسلوب الأمر على نحو قولها: " **فكد كيدك، واسع سعيك، وناصب جُهدك، فوالله لا تمحو ذكرنا،**

ولا تميت وحيناً، ولا يرحض عنك عارها، وهل رأيك إلا فند وأيامك إلا عدد، وجمعك إلا بدد، يوم ينادي المنادي ألا لعنة الله على الظالمين" (بن طاووس، 1434هـ، 218)، فجاء خطاب السيدة زينب (عليها السلام) يحمل إشهاراً يعتمد على الفعل الإنجازي، لجذب المتلقي واستفزاز حفيظته إذ "يشكل الفعل الإنجازي حلقة مفصلية في التواصل بين المرسل وبين المرسل إليه" (الشنقيطي، 1440هـ، 65)، فقد اشتمل على عدد من الألفاظ الإنجازية على نحو (كد، أسع، ناصب) لتثير حفيظة المتلقي وتشده لانتظار ماذا بعد هذا الخطاب، وما الثمرة المتوخاة من بعد الـ (كد والسعي والنصب) ليكون الجواب مغايراً لأفق توقع الجمهور من امرأة مسبية، قد قتل أخوتها وأبنائها، وحي بها أسيرة مقيدة من بلد إلى بلد، فكان ردها (لا تمحو، لا تميت، لا يدحض) لتقدم وظيفة إشهارية تفاعلية، أغنت عوز المتلقين لسماع مثل هذا العنفوان في مجالس السلاطين الظالمين، لتنتقل بعدها إلى توظيف الأفعال الاخبارية عبر استعمال الثنائيات الضدية التي تمنح النص بعداً إشهارياً إضافة إلى بعده الجمالي نحو: (رأيك- فند، أيامك- عدد، جمعك- بدد) كونها -الأفعال الاخبارية- "تؤدي دوراً مهماً في الإشارة لفكرة الكاتب، إذ تمهد للأفكار الإقناعية التي ستفصح عنها الأفعال الإنجازية والتأثيرية" (الشنقيطي، 1440هـ، 54)، فكان لابد للخطاب من أداة حجاجية قوية تسند ما قدمته السيدة زينب (عليها السلام) من تقنيات إشهارية؛ ليترسخ المفهوم في أذهان المتلقين، لتتزع نشوة النصر التي كانت باديةً على البلاط الأموي، فترد ذلك بقولها: "يوم ينادي المنادي ألا لعنة الله على الظالمين" (بن طاووس، 1434هـ، 218)؛ ليكون ذلك اشهاراً صريحاً بسوء عاقبة من ينصب نفسه خليفة على المسلمين، ويوغل بسفك دماء الطاهرين، وهنا يمكن أن نستشف من خطاب السيدة زينب (عليها السلام) أنموذجاً إشهارياً عبر تفعيل المهيمنات الحجاجية التي ألقى بظلالها على المتلقي، واستمكنت منه، في هدي تحولات السياق الخطابي التي لم تتعد حول المحور الأساس، وهو: المقاومة، والتمرد، والمعارضة للسلطة الأموية، التي شكّلت بؤرة مركزية تدور حولها كل المعطيات الحجاجية والإشهارية.

أسست السيدة زينب (عليها السلام) لخطابها الإشهاري بلغة بليغة متشعبة بالحجة، ثرية بالأدلة والبراهين، متعكزة على إرثها المعرفي، وثقافتها الموسوعية التي ورثتها عن أبيها سيد البلغاء علي بن أبي طالب (عليه السلام)، فكانت خطبتها مكتنزة بأسلوب الاحتجاج المنطقي،



كونه "الطريق الموصل إلى معرفة الاستدلال المنطقي القائم على ترتيب الخطاب الذي يميّز الحق من غيره، ويصحح الوضع ويقيم المعوج، وهو بهذا يستحق أن يكون من أنجع العلوم وأكثرها رفعةً، وأعظمها طرقياً وأركاناً، لأن غايته نقصي الحقائق وإبرازها واستخدام الآليات المفضية للاقتناع بها" (صالح، 2015، 8)، وهذا ما ترك أثره في نفوس المتلقي لخطابها (عليها السلام) فاستمكنت بذلك من اعدائها، وقلبت الطاولة على الحاكم الأموي يزيد بن معاوية (عليهما اللعنة)، الذي ساقها إلى مجلسه ليتشفى بها، ويستشفى بقتله لأخيها سبط النبي المختار (صلى الله عليه وآله وسلم)، فكانت النتائج عكسية عليه، إذ أفضلت مخططه، وبينت زيف سلطته، وقلبت عليه الأمور، واستحوذت على قلوب المتلقين وعقولهم، وهنا تحقق الهدف الأسمى للخطاب الإشهاري الذي هو استمالة قلوب وعقول المتلقين والاستمكان منها كما أسلفنا.

## النتائج

بعد هذه الرحلة البحثية حول ملامح الإشهار في خطاب السيدة زينب (عليها السلام) ودور الرسائل الإشهارية في صناعة الرأي والرأي المضاد نخلص إلى مجموعة من الاستنتاجات منها:

1. قدم لنا خطاب السيدة زينب لوحة إشهارية مكتملة بصور متنوعة تعبر عن حالة الاستياء والغضب نتيجة للسياسة الرعناء للسلطة الأموية الحاكمة، والجرائم التي ارتكبوها باسم الإسلام، وأظهرت بشاعة الحقيقة المغيبة للمؤسسة الحاكمة. فكان خطاباً إشهارياً تسويقياً لا للبضائع والسلع بل لتسويق الأفكار والمعتقدات وفق آليات إشهارية تأثيرية إقناعية.
2. شغل خطاب السيدة زينب (عليها السلام) حيزاً مهماً ودوراً احيائياً فاعلاً في مخيلة المتلقي، بوصفه أداة لتغيير رؤية الجمهور وصناعة الرأي المضاد حول الأحداث السياسية والدينية، فعمل على تحفز عاطفة الجماهير عبر استراتيجية إعادة استجواب الجمهور برسائل المحفزات الإشهارية التي تؤكد على يقظة المتلقي وتفعيل منهجية الرفض ودحض فكرة الخنوع التي أسس لها الاعلام السلطوي.

3. أن بناء الإرسالية الإشهارية يجب أن يستند إلى منطقية التدليل التي تجعل المتلقي متعطشاً لاستيفاء الموضوع ولإتمام الحجة، يعيش الصراع بين حقيقة ما يسمع من خطاب، وبين مخزونه القيمي والثقافي الذي كان يتغذاه في فترة من العمى الثقافي المنتهج، والتصريح بالانتماء إلى الفطرة السليمة.

4. كان خطابها (عليها السلام) تحدياً واضحاً وجلياً ليزيد وزبانيتها الذين كانوا عاجزين على الرد عليه، كونه يرتكز على أدلة وحقائق منطقية، ما جعل الجميع صاغ لكلامها، ومقتنع كامل القناعة بأحقية ما تقول، وهنا تكمن ملامح فاعلية الإشهار القائم على الحجة والبرهان، بوصفه استراتيجية تواصلية قائمة على الإقناع عبر توظيف الوسائل الحجاجية بقصد التأثير على المتلقي وحمله على اختيار الطريق الأمثل للوصول الى الحقيقة بين تزامم الخطابات الأخرى.

5. من سمات الخطاب الإشهاري في النص الزينبي ارتكازه على منطقية التدليل التي تؤسس لمبدأ الأقتناع، ما تشكل وعياً بمتطلبات الخطاب الإشهاري الرامية للوصول الى التأثير على المتلقي الذي هو غاية العملية الإشهارية.

6. لقد أحدث خطاب السيدة زينب (عليها السلام) تغييراً جذرياً في المجتمع آنذاك وإلى يومنا هذا فلولا الدور الإعلامي للسيدة زينب (عليها السلام) لما حصدت ثورة عاشوراء هذا الخلود على مر العصور، فهو نتاج عبقريتها الإعلامية وأسلوبها الإقناعي المتأتي من إيمانها بأحقية الثورة الحسينية، فقد أسهمت (سلام الله عليها) مساهمة فاعلة في تخليد الثورة الحسينية، في هدي ما قامت به من دور إعلامي وترويجي لمبادئ ثورة عاشوراء، وتصديرها للرسالة الإشهارية السامية وفضح المنظومة السلطوية الحاكمة.

7. نجحت السيدة زينب نجاحاً باهراً في إدارة الدور الإعلامي والإشهاري، وتمكنت من إقناع المتلقين برسائلها الإشهارية، عبر توظيف السبل والآليات الإعلامية المقنعة والمؤثرة التي مكنتها من تغيير الرأي العام، وإنتاج ثقافة معارضة لثقافة السلطة.

## المصادر

1. القرآن الكريم
2. ابن منظور (1990م) معجم لسان العرب، ط1، دار صادر، بيروت.
3. بنكراد، سعيد (2006م) سيميائيات الصورة الإشهارية الإشهار والتمثلات الثقافية، افريقيا الشرق، المغرب.
4. البيهقي، أبو بكر أحمد بن الحسين بن علي، السنن الكبرى، تح: محمد عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت.
5. الحديدي، منى (1999م) الإعلان، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر.
6. سيبه، د. شذوان علي (2016م) الإعلان المدخل والنظرية، دار المعرفة الجامعية.
7. الشنقيطي، مريم (1440هـ) الخطاب الإشهاري في النص الأدبي دراسة تداولية، دار الفیصل الثقافية، الرياض.
8. صالح، زينب مهدي (2015م) الخطاب الإقناعي في كتاب الوساطة بين المتنبي وخصومه، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة البصرة.
9. الطبري، محمد بن جرير (1996)، تاريخ الرسل والملوك، تح: محمد أبو الفضل إبراهيم، دار المعارف، القاهرة.
10. عبد العال، كمال محمد (2022م) الإشهار في خطاب الإمامين الصادقين (عليهما السلام)، أطروحة دكتوراه، كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة ذي قار.
11. عبد الله، عمر محمد (2022م) الخطاب الإشهاري في شعر بشار بن برد، نماذج مختارة، بحث منشور، مجلة التربية للعلوم الإنسانية، المجلد2، العدد7.
12. عبد النور، جبور (1994م) المعجم الأدبي، ط3، دار العلم للملايين، بيروت.
13. عبد الواحد، كريمة (2014م) سيمولوجيا الإتصال في الخطاب الإشهاري البصري، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، مجلد7، العدد2، الجزائر.
14. عبدة، محمد، نهج البلاغة، خطب الإمام علي بن ابي طالب، دار المعرفة للطباعة والنشر، بيروت.

15. المجلسي، الشيخ محمد باقر، بحار الأنوار الجامعة لدرر اخبار الأئمة الأطهار، هيئة أحياء التراث العربي.
16. محمد، عبد المطلب (1995م) جدلية الافراد والتركيب في النقد العربي القديم، ط1، الشركة العالمية للنشر.
17. هاني، إدريس (2006م) خرائط أيديولوجية ممزقة الأيديولوجيا وصراع الأيديولوجيات العربية الإسلامية المعاصرة، ط1 الانتشار العربي، بيروت، لبنان.

## Sources

1. 1. The Holy Quran
2. Ibn Manzoor (1990), Masjem Tassan al-Arabi, T1, Dar Sadr, Beirut.
3. Bankrad, Sa 'id (2006) Semitics of Celebration and Cultural Representations, Africa East, Morocco.
4. Al-Bihki, Abu Bakr Ahmed bin Al-Hussein bin Ali, Greater Sinnin, Yah: Mohamed Abdelkader Atta, Science Books House, Beirut
5. Al-Hadidi, Mona (1999) Al-Adha, T1, Egyptian Lebanese House, Cairo, Egypt.
6. Sebh, d. Shadwan Ali (2016) The Introduction and Theory, University Knowledge House.
7. Al-Shanqaiti, Maryam (1440H) The celebratory speech in the literary text A deliberative study, Al-Faisal Cultural House, Riyadh.
8. Saleh, Zainab Mahdi (2015) Persuasive Speech in the book Mediation between Al-Mutanabi and his opponents, Master's thesis, Faculty of Arts, Basra University.
9. Al-Tabari, Mohammed bin Jereer (1996), History of the Apostles and Kings, Yah: Mohammed Abu Fazal Ibrahim, Dar al-Marek, Cairo.

- 10. Abdel Ali, Kamal Mohammed (2022), in the speech of the two honest imams (peace be upon them), doctoral thesis, Faculty of Education for Humanities, Dhi Qar University.**
- 11. Abdullah, Omar Mohammed (2022) Al-Sha 'ar Bashar bin Bird, Selected Models, Published Research, Journal of Education for Humanities, Vol. 2, No. 7.**
- 12. Abdelnur, Jabbour (1994), Literary Dictionary, T3, Dar al-Alam for millions, Beirut.**
- 13. Abdelwahid, Karima (2014). Communication Semology in Visual Notice Speech, Oasis Journal of Research and Studies, Vol. 7, No. 2, Algeria.**
- 14. Abda, Muhammad, The Rhetoric Approach, Speeches by Imam Ali bin Abi Talib, Al-Marefa Printing and Publishing House, Beirut.**
- 15. The Council, Sheikh Mohammed Baqer, Seamen of the umbrella lights of Im al-Tahar News, Arab Heritage Biology Authority.**
- 16. Mohammed, Abdelmotaleb (1995) Arguments of Individuals and Installation in Old Arab Monetary, T1, International Publishing Company.**
- 17. Hani, Idris (2006), Maps of Ideologically Fractured Ideology and Conflict of Contemporary Arab-Islamic Ideologies, I, 1 Arab Proliferation, Beirut, Lebanon.**