

يُعدّ الخطاب الشعاري في عصرنا هذا امتداداً لإعلامية وثقافية باتت معتمدة الكلمة ، ولذلك فهو يحظى باهتمام كبير في مختلف المجتمعات وخصوصاً المنظورة منها ، لما يتميز به من قدرة عالية على بلورة الرأي وتشكيل الوعي وفي التأثير على الثقافة وتوجيهها في اتجاهات مختلفة الأخلاقية والفلسفية .

وقد بدأت تعرفه الدراسات اللسانية والأدبية في وطننا العربي منذ فترة وجيزة كخطاب له خصائصه السيمائية والداولية التي تزوده بالطاقة على التفاعل الفعال مع المتلقي بغية تمكين خطابيه وتحقيق مقاصده باستعمال كل الوسائط المعرفية المتاحة له ، ولذلك فهو خطاب ذو سيادة يرتبط بالسلطة والامال ويوظفها من أجل استمالة المتلقي وإقناعه بالخدمة كمدونة عنها .

• إنَّ إلى شأهم والسلطة العارضة التي تمارسها المؤسسات التجارية لخدمات استمرارها ونفوذها ، ويُعدّ هذا الوصف دقيقاً في تحديد تأثير الخطاب في الجمهور ، فالتيار يكون غالباً عن طيبة خاطر لكنه يتصمته عنفاً غير مستحسباً ، إنَّه يدفع إلى استقلال المنتوجات لإعرايا ، استقلالك من أجل الاستهلاك .

• إنَّ إلى استعارته إعلامية يستند على مؤشرات مرتبطة مثل العناوين في كتابتها ومضامينها وأنواع الطباع والصور ، فمن خلالها يبيّن تأسيسه لغار قواعده بين المخاطب والمتلقي أو بين المنتج والمستهلك ، فقد قد أولد وقبل كل شيء شيئاً ، وتبلغ الخطاب ، ولذلك يتوخى أن تكون أفكاره واضحة وهادفة ويستعمل وسائل تليغ متنوعة ومتناسقة ليسخرها كلوا في سبيل تحقيق الهدف المراد .

• وهكذا فإنَّ الإشهار متنوع الأشكال والأهداف ، فقد يتم توجيهه إلى فرد أو جماعة أو حزب أو أمة ، وقد يكون علمياً أو ثقافياً أو سياسياً أو اقتصادياً ، وقد يكون مسموعاً أو مكتوباً أو سمعياً - بصرياً - إنَّه كما يُقال : مدد ختم مركب يفتح العالم بين