

د. زهير منصور المريدي

نموذج زمرد

في البرمجة التطبيقية للقيم و للرسالة الإعلامية

2025

www.zumord.net



شركة مسارات القيم
الاجتماعية للاستشارات
الاجتماعية

00965-99290092(M)
www.ZUMORD.net
Kuwait

زهر

43 طبقة

6 مسوح برمجية

مبدئية

12 فيديو

2 تطبيق ذكاء

اصطناعي



بسم الله الرحمن الرحيم



تنويه

في هذا الإصدار تم تلافي خطأ ورد في اصدار سابق ورد في الصفحة (151).
نعتذر عن أي التباس قد سببه ذلك، ونتمنى لكم قراءة مفيدة.

جدول المحتويات

5	مقدمة
7	نموذج زمرد
11	الباب الأول: الله تعالى شكل دماغ الإنسان عبر مجموعة من الرسائل
12	مفهوم الفطرة
18	ماذا نقصد بعملية استنساخ النهج القرآني للانطلاقة بالخطاب الإعلامي المنشود
19	طبقات البرمجة في الرسائل الإعلامية
30	الأساليب البلاغية في القرآن الكريم
31	فصا الدماغ
34	سلالم العلاقات
37	في القصة وسرد الأحداث والحوار
43	نسب حسابية
45	مد الأثر
48	أسلوب التكرار
60	أسلوب الالتفات
75	أسلوب الاستعارة
88	أسلوب المجاز
99	أسلوب الطباق
122	أسلوب الجناس
136	أسلوب السجع
144	أسلوب المشاكلة
152	أسلوب الحذف

167	أسلوب قوافي اللقطات.....
174	الباب الثاني: نموذج زمرد وتطبيقاته الميدانية.....
183	1- الحملة التوعوية الأولى بعنوان: "آنه بعد وياكم".....
184	2- الحملة التوعوية التالية بعنوان: "يوبه أمانه خليك ويانه" وتعني أبي كن معنا.
186	3- حملة "تكفون افهموني" (إدراك مع مساعدة: 350 مشارك):.....
186	4- حملة "متفاهمين" (إدراك مع مساعدة: 113 مشارك):.....
186	5- حملة "الصاحب صاحب".....
192	6- حملة "لحق عليه".....
197	7- حملة "يومه بصراحة وجودش راحة".....
205	8- حملة " هذا قراري".....
218	إدراك شعارات حملات غراس.....
231	نموذج زمرد في المجال التعليمي ونتائج مراكز تحفيظ القرآن.....
239	نموذج زمرد في المجال التجاري.....
241	هل استوفت رسائلنا الإعلامية نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية؟.....
251	مميزات نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية.....
253	إلى أي من العلوم ينتمي نموذج زمرد؟.....
254	الفـارق بين نموذج زمرد والنظريات الإعلامية الحالية.....
257	خاتمة.....
257	لقد استوفى نموذج زمرد الأسس التالية:.....
262	قائمة المراجع.....
291	المؤلف في سطور.....

مقدمة

إن الحمد لله، نحمده ونستعينه ونستغفره، وجميع المحامد، وجميع أنواع الشكر والثناء مستحقة لله تعالى وحده لا شريك له، والصلاة والسلام على رسولنا الكريم محمد صلى الله عليه وسلم.

المخاض فالولادة

إنه في عام 1976 حين كنت أدرس الهندسة في الولايات المتحدة الأمريكية شغلني الفارق العظيم الذي يمر به المسلمون عما يعيشه الغرب في مجال خطاب التواصل، وهو ما جعلني مجتهدا في التعرف على مسارات ما كان يبهرني في كل مرة عبر إعلان تلفازي تارة، أو ديكور جاذب لمحل تجاري تارة، أو فيما تطرحه آلة الثقافة الأمريكية والغربية من مشاريع ومنتجات تارة أخرى، نطاق ذلك الإبهار نمط حياة أسر سورته أفلام السينما، ودور عرض المسارح، ومدن ترفيهية، ناهيك عما كانت تؤصل لهذا النمط عبر تنافس حميم ما بين كتب تنشر، ورسائل ماجستير، ودكتوراه فيما بين الجامعات مستعرضة فيه أساليب التسويق والترويج وفق أساليب إحصائية لا تخطئها المسوح الميدانية، تلك كانت البذرة التي جعلتني ملتفتا نحو أسرار تلك الصناعة، صناعة تفريخ الخطاب الساحر القادر على تغيير سلوكيات البشر، التفاتة جعلتني وأنا في مرحلة الدكتوراه - إذ اجتزت الاختبار الأول بنجاح في تخصص الهندسة - أن أقرر تغيير مسار التخصص ومسار الحياة بأكمله.

مرّت بعد هذا القرار الثقيل سنون، صرت أتعرف فيها على أسرار هذه الصناعة، فما بين تواجد مع شركات إعلامية غربية وأمريكية، ومسار ميداني تنفيذي أختبر

فيه الذي أدركته لمدى امتد لخمس عشر عام، فالحصول على مراتب في جوائز التحكيم العالمية كمحكم فيما يتم طرحه في الأسواق من ابداعات إعلامية وترويجية.

وطيلة تلك السنوات كان يدور في خلدي ما يمكن أن يكون نموذجاً للإعلام الإسلامي، وهو ما جعلني أبحر في كتب التراث والفن الإسلامي، غير إن ذلك لم يشفي غليلي إذ لم يكن منه إلا ما ندر عبر تأصيل مبني على قواعد، فاتجهت للقرآن الكريم أنهل لعلني أجد ما يصلح لأنطلق منه لرفع قواعد للإعلام الإسلامي، فأدركت طبقة ورفعتها في مؤتمر ضم كوكبة من مخضرمي الإعلام العربي وشيوخ الدين، وكان عنوان ما أطلقت "حركة الكامرة في القصص القرآني" فأحدث وقعا إختل فيه حوار القوم ما بين مؤيد ومعارض، فأحلت الأمر لرئيس الهيئة الاستشارية العليا لاستكمال أحكام الشريعة الإسلامية في دولتي الكويت، فأجازوها بعد تثبت، بل باركوها، وهو ما جعلني - وقد تناولت حبلا في التأصيل - أن أستكمل طريق الطبقات، فتوالت التطبيقات.

ففي عام 2000 أطلقت بفضل الله أول مشروع يدار بشكل احترافي وعلمي فكان عبر اسم "غراس" شهدت له الأمم المتحدة بما حققه من نتائج بعد عامين من الانجاز، ناهيك عما أفادت حياله ملكة السويد - إذ كانت الرئيس الفخري لمكاحة المخدرات عالميا - في تصريح لها في دولة الإمارات العربية المتحدة عبر زيارتها لمعرض خصص للمبادرات المجتمعية حينها بعبارة "لقد حققتكم ما عجزت عن أوروبا من تحقيقه"، وتوالت المشاريع بعدها على ذات النسق.

وفي عام 2008 وفقني الله لاطلاق أول مؤسسة معنية في الترويج لهذا الخطاب أخذ اسم "المؤسسة العربية للقيم المجتمعية" فكان المسار نحو التبشير بخطاب ينسجم مع الثقافة العربية والإسلامية ولا يتعارض مع نظريات الإعلام الحديثة، فظهر النموذج، فكان "نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية للرسالة الإعلامية"، ولعلي أسميته حين استضافتني قناة TRT التركية عبر برنامج قهوة تركية ب"إعلام البيان"، وهو بحق بيان، حين اعتمد الأساليب القرآنية كبنية تحية له في استهداف المرسل إليه، ذلك أنه قيمي المحور، فهو إعلام صادق ولا يروج عن أجندة خفية كما يقوم عليه إعلام الغرب أو الشرق، كما يعتمد الشفافية، ويتناغم مع فطرة الإنسان، أي كان عرق هذا الإنسان أو دينه وثقافته.

وتبع هذا التأصيل لهذا النموذج مساراً شمل بعد الاعلام مجال التعليم ثم التجارة، ثم توالى عملية إبرام مذكرات تفاهم للتدريب عليه مع العديد من الجامعات والمؤسسات المجتمعية والمنظمات الدولية، ومنها منظمة اليونسيف التي تدرب على أيدينا فيها معلمي المدارس التابعة لها في دولة الكويت، واستضافتنا جامعات كجامعة الخليج المعتمدة من قبل جامعة ميزوري الأمريكية لتقديم البرنامج لطلبتها، وإحدى الجامعات البحرينية حين اجتمع اثني عشر دكتوراً لاختباره إن كان يصلح لاعتماده كمادة تدرس في الجامعة فاجتاز بامتياز، ومع جامعة دار الحكمة في المملكة العربية السعودية التي اعتمدته كدبلوم يلتحق فيه المدرسين، ودبلوم آخر لمؤسسات المجتمع المدني.

نموذج زمرد

تم تناول نموذج زمرد في هذا الكتاب عبر بابين، في الباب الأول تناولنا كيف أن الله تعالى شكل دماغ الإنسان عبر مجموعة من الرسائل، وكان القرآن الكريم آخرها كأداة إرشاد لهذا الدماغ في آلية الاستخلاف في الأرض، فكيف تلقى دماغ الإنسان التكليف، مستعرضين طبقات برمجة الرسالة الإعلامية عبر أربع وأربعين طبقة، وفي الباب الثاني تناولنا عمليات تفعيل طبقات برمجة الرسائل الإعلامية هذه بشكل ميداني عبر ثلاث مجالات شملت المجال التوعوي، والمجال التعليمي، والمجال التجاري، مع استعراض النتائج حيال معدل استجابة الانسان وفق مرحلتي المواقف والسلوك وذلك عبر مسوح ميدانية معززة بالأرقام، ونبدأ التعريف بالنموذج لنقول:

1-تعريف

أ. نموذج زمرد هو:

نموذج يوضح كيف استخدم القرآن الكريم الأساليب البلاغية لغرس وتنمية القيم الإيجابية والحد من القيم السلبية، وربطها بآليات عمل الدماغ، ما جعل نطاق تأثيرها يمضي نحو السلوك الفردي والمجتمعي.

ب. هدف نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية:

الاستفادة من القرآن الكريم باستلهاهم البيان فيه لبرمجة الرسائل، فما قام به القرآن الكريم هو استهداف الدماغ عبر ما خلق عليه وجبل، فالنص القرآني صفته أنه مبين، فهو نحو الدماغ الإنساني موجه ليعقل، ثم إلى التطبيق العملي ليمتثل، وما يمكن أن تُبنى عليه البرمجة التطبيقية كي تعمل بشكل مستدام.

ت. محاور نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية للقيم:

1. مزج العلوم وشواهد الطبيعة: بيان كيفية ارتباط القيم بالسياقات المختلفة للعلوم على تنوعها، وظواهر الطبيعية من حولنا.

2. الأساليب البلاغية: رصد الطرق التي استُخدمت في القرآن الكريم لنقل المعاني (مثل الحذف، التكرار، الطباق).

3. التركيب النفسي والسلوكي: تفسير كيفية تأثير الأساليب على العقل الباطن والمشاعر.

4. الأبعاد المجتمعية: بيان تحويل القيم الفردية إلى نظام مجتمعي.

فهي أربعة أبعاد مركزية في هيكله نموذج زمرد:



1. البعد البلاغي:

لإدراك البعد البلاغي يحسن أن نبين ما تعرّض له الدماغ الإنساني لعمليات برمجية عديدة والتي بدأت أول ما بدأت بقيمة العلم ﴿وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا﴾ البقرة 31، ثم القراءة، ليقراً، قراءة عبر أسماء الله الحسنى وصفاته العلا، ليقراً كل ما يدور من حوله في الأرض وليدرك (الإعمار) وفق محور أسمائه وصفاته، الإعمار الذي ستكون انعكاساته على كل ما هو مع الإنسان، وفي الطبيعة من حوله، وعلى الأحداث التي تدور من حوله، لينعكس ذلك على تعلّمه، وعلى نمط حياته، وحتى تعابيرها الفنية وذلك حين أنزل القرآن.

أ- أركان النموذج:

1.

القيم والأخلاق: يشكل المحور الأساسي للنموذج، حيث يسعى إلى غرس القيم الإسلامية والأخلاقية في المحتوى الإعلامي، وتوجيهه نحو بناء مجتمع قيمي متماسك.

2.

التأثير الاجتماعي: يهدف النموذج إلى تحقيق تغيير إيجابي في المجتمع من

خلال الإعلام، وذلك بتقديم محتوى هادف ومؤثر يساهم في حل المشكلات المجتمعية.

3.

الإعلام الإسلامي: يركز النموذج على تطوير إعلام إسلامي متميز يواكب التطورات التكنولوجية، ويقدم نموذجاً إعلامياً إسلامياً حضارياً.

4.

الابتكار والإبداع: يشجع النموذج على الابتكار والإبداع في إنتاج المحتوى الإعلامي، وتطوير أدوات وأساليب جديدة للتواصل والتأثير.

ب- ميزات النموذج:

1. الشمولية: يغطي النموذج جوانب متعددة من الإعلام، بدءاً من الإنتاج وحتى التوزيع والاستقبال.
2. الواقعية: يأخذ النموذج في الاعتبار التحديات والفرص التي تواجه الإنسان في العالم المعاصر.
3. الإيجابية: يركز النموذج على الجانب الإيجابي للإعلام، ودوره في بناء المجتمعات.

ج- مصادر النموذج:

- 1- القرآن الكريم: يستمد النموذج جذوره من القرآن الكريم الغني بالتوجيهات وبأساليب البلاغة.
- 2- التراث الإسلامي: أحاط النموذج بما خلفه التراث الإسلامي من أنواع الفنون في الأدب والتعبير الفني.
- 3- النظريات الإعلامية الحديثة: استفاد النموذج من أحدث النظريات الإعلامية في مجال الاتصال والتأثير.

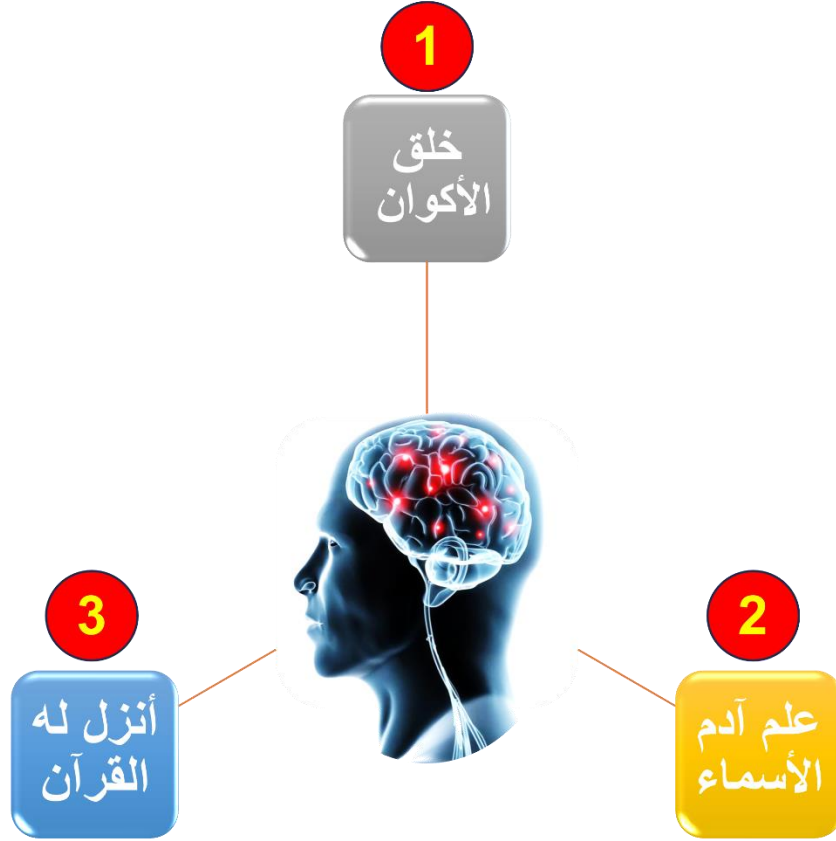
4- الخبرات العملية: يستند النموذج إلى الخبرات العملية التي خاضها المؤلف محلياً ودولياً في مجال الإعلام والتعليم والتسويق.

د- نقاط القوة في النموذج:

1. **التركيز على القيم:** يعتبر هذا الجانب من أهم نقاط القوة في النموذج، حيث يوفر إطاراً أخلاقياً للإنتاج الإعلامي.
2. **القواعد:** انطلاقة النموذج من قواعد راسخة من القرآن الكريم.
3. **الابتكار:** يشجع النموذج على الابتكار وتطوير أدوات وأساليب جديدة في الإعلام.
4. **الشمولية:** يغطي النموذج جوانب متعددة من التواصل عبر أدوات الإعلام.

الباب الأول: الله تعالى

شكل دماغ الإنسان عبر مجموعة من الرسائل



شكل (1) التشكل الذي جاء عليه دماغ الإنسان

ما هو تعريف الفطرة؟

حقيقة الفطرة وتفسيرها

مفهوم الفطرة

الفطرة هي مصطلح يستخدم في العلوم الشرعية والخصائص الجوهرية التي يولد بها الإنسان. وهي المبادئ الأساسية التي تجعله يميل إلى الخير والحق والعدل.

الفطرة في الإسلام

في الإسلام، تعتبر الفطرة من المفاهيم الهامة التي تُعنى بطبيعة الإنسان ونزعاته الفطرية نحو الإيمان بالله والحق والخير. فكل طفل يولد على الفطرة، أي على

الأساس الطبيعي للإيمان بالله والإسلام، ثم يؤثر عليه والداه أو مجتمعه فيتحول إلى ديانة أخرى أو فكرياً آخر. يقول النبي محمد صلى الله عليه وسلم: "كل مولود يولد على الفطرة، فأبواه يهودانه أو ينصرانه أو يمجسانه"، مما يدل على أن الفطرة هي القابلية الفطرية للإيمان والحق.

الفطرة والأخلاق

تمثل الفطرة بالنسبة للفلاسفة الأساس الذي تُبنى عليه الأخلاق. يعتقدون أن الإنسان بالفطرة يميل إلى البحث عن الخير والحق، وأنه يمكنه الوصول إلى المعرفة الأخلاقية الحقيقية من خلال التفكير والتأمل في طبيعته الفطرية.

الفطرة والتعليم

يرى علماء النفس أن الفطرة تلعب دوراً كبيراً في عملية التعليم والتعلم. فهم يعتقدون أن التعليم الفعال يعتمد على تنمية وتوجيه الفطرة الطبيعية للطلاب نحو المعرفة والأخلاق الحميدة. الهدف من التعليم هنا هو تعزيز هذه الخصائص الفطرية وتوجيهها بشكل صحيح لتحقيق النمو الشامل للفرد.

الفطرة والمجتمع

الفطرة لا تقتصر على الفرد فقط، بل تشمل أيضاً المجتمع ككل. فالمجتمعات التي تعترف بالفطرة وتعمل على تنميتها وتوجيهها نحو الخير يمكنها أن تحقق تقدماً وازدهاراً أكبر. الفطرة هنا تكون بمثابة البوصلة التي توجه الأفراد والمجتمع نحو القيم النبيلة والأخلاق الرفيعة.

الفطرة والتحديات المعاصرة

في العصر الحالي، تواجه الفطرة تحديات كبيرة بفعل التغيرات السريعة في التكنولوجيا والثقافة والقيم الاجتماعية. الحفاظ على الفطرة الأصلية يتطلب جهوداً كبيرة من الأفراد والمجتمعات للتوازن بين التقدم والحفاظ على القيم الفطرية.

القصة من البداية

فحين خلق الله تعالى آدم عليه السلام، خلقه على فطرة سليمة متوازنة، وهي بمثابة نظام برمجي فطري زرع في عقله وقلبه ليُدرِك ما يصح وما لا يصح من الاعتقاد

والسلوك. ولتفعيل هذه الفطرة وتوجيهها، عرّضه الله لاختبارات عملية تُبرز ما زُرِع فيه.

أول اختبار واجهه كان حين أمر الله الملائكة وإبليس بالسجود لآدم. فسجدت الملائكة امتثالاً لأمر الله، بينما استكبر إبليس وعصى، ليكون هذا أول درس يتلقاه آدم في نبذ التكبر والطاعة لأمر الله.

ثم عُرِض على آدم اختبار آخر، حين طلب الله منه أن يُظهر علمه أمام الملائكة بتسمية الأسماء التي علمه إياها، فأثبت بذلك كفاءته ونال تقدير الله وعنايته.

وفي الاختبار الثالث، حين نهاه الله عن الاقتراب من شجرة معينة في الجنة، فوقع آدم في الخطأ وأكل منها. ولكن، بخلاف إبليس الذي استكبر، سارع آدم بالاعتراف بخطئه وطلب المغفرة من الله، فغفر له، مما بيّن أهمية التوبة في تصحيح المسار البشري.

بهذا استكملت فطرة آدم تدريجيًا مع تلك التجارب، وأصبح مؤهلاً لاختبار أعظم على الأرض ليحقق الاستخلاف فيها. ومع ذلك، ولأن توجيه هذا النظام الفطري يحتاج إلى إرشاد مستمر، أرسل الله تعالى الكتب السماوية لتكون مرجعًا وبرمجة إلهية للفطرة. وكان ختام هذه الكتب هو القرآن الكريم، الذي ارتكزت رسالته على محور عظيم يُجسد دعوة الله للإنسان فكانت عبر "اقرأ"، فهي دعوة إلى العلم والتعلم والتفكير والتأمل، لتفعيل الفطرة واستكمال مسيرة الاستخلاف في الأرض.

من خلال المحور الأساسي "اقرأ" الذي جاء به القرآن الكريم، وُجدت منظومة متكاملة من الأدوات البرمجية لتوجيه فطرة الإنسان فيما بين ثنايا كتاب الله تعالى لترشد دماغه ولتنمية عقله وسلوكه بما يحقق الهدف من وجوده على الأرض. فسبحانه هو الخالق الموجد لهذا الدماغ، فهو القادر الأوحد في معرفة آلية توجيهه وإعادة تشكيله، فوسائل التوجيه تضمنت رزمة من الأدوات، والوسائل، والأساليب، والأحكام والتشريعات وفق إطار واضح للحياة البشرية، بما في ذلك القوانين المتعلقة بالعبادات، والمعاملات، والأخلاق، والحقوق، والواجبات. هذه الرزمة بمثابة خارطة طريق تضمن للإنسان السير على الصراط المستقيم في كل مجالات الحياة.

ومن خلال "اقرأ" وجه حواس الإنسان لاستكشاف ومعاينة خلق الله في كونه المحيط.

إلى جانب ذلك، كانت هناك رزمة من أدوات الفلتر والاختبار التي تعمل على تنقية النفس وتثبيت الفطرة السليمة، وأبرز هذه الأدوات هي الفتن التي تواجه الإنسان. وقد تنوعت الفتن لتشمل ما يلي:

1. فتنة المال: اختبار الإنسان في مدى تمسكه بالقيم والأمانة، وعدم جعله المال هدفًا بل وسيلة لتحقيق الخير.

2. فتنة الشهوات بأنواعها: من رغبات الجسد إلى مغريات السلطة والجاه، لتبيان قدرة الإنسان على ضبط نفسه واتباع الحق.

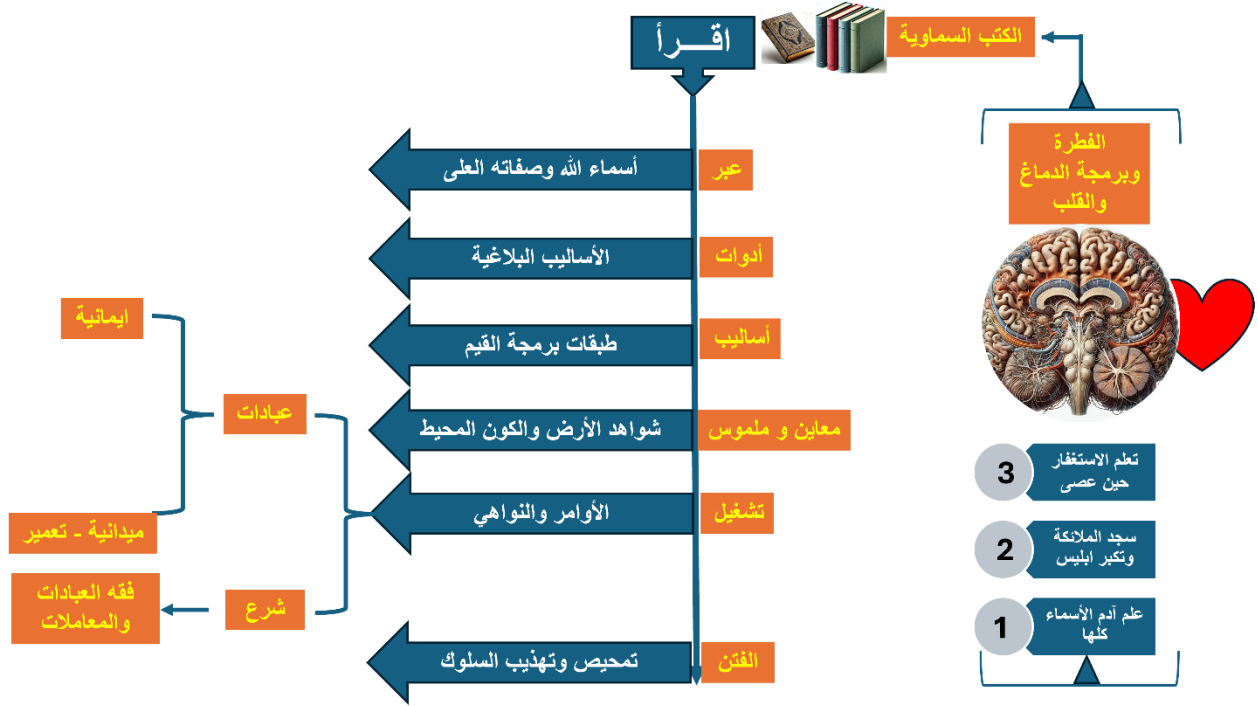
3. فتنة الابتلاءات الأخرى: كالخوف، والفقر، والمرض، لقياس صبر الإنسان وتوكله على الله.

هذه الأدوات البرمجية – من التشريعات إلى الفتن – تعمل معًا لتنشيط الفطرة، وتهذيبها، وتحسينها من الانحراف، بحيث يستطيع الإنسان تحقيق الاستخلاف على الأرض كما أراد الله، وفق منهج يتوازن فيه بين الطاعة العملية والفكرية عبر القراءة الواعية والتدبر المستمر.

إن الأسلوب البرمجي الذي يتعرض له الدماغ وفق المنهج الرباني قد تم تتبعه فحصرنا فيه نحو 45 طبقة برمجية، تتكامل فيما بينها لتشكل منظومة متدرجة تعمل على تهذيب النفس وترسيخ القيم. إذا أدرك المسلم هذه الطبقات وفهمها جيدًا، فإنه سيحسن مساره القيمي والسلوكي، سواء في التعامل مع نفسه وربه أو في التواصل مع الآخرين.

هذه البرمجة الربانية ليست مجرد نظام نظري، بل هي تطبيق عملي يهدف إلى بناء الإنسان المستخلف في الأرض، القادر على التوازن بين متطلبات دنياه وأوامر دينه، مما يحقق له السعادة في الدنيا والآخرة.

هذه الطبقات البرمجية، البالغ عددها نحو 45 طبقة، تشكل في مجموعها ما أطلقنا عليه مصطلح "نموذج زمرد". هذا النموذج هو منظومة متكاملة تستند إلى المنهج القرآني والسنة النبوية والعلوم الأرضية، وتعمل على توجيه العقل البشري وفطرته لتحقيق الانسجام القيمي والسلوكي المطلوب في حياة الإنسان.



تعرّض الدماغ والقلب لمراحل من البرمجيات كي يتهيأ للاستخلاف على الأرض

بعض ملامح التوجيه القرآني

لم يقتصر (1) ما تعرض إليه الدماغ العربي على الألفاظ القرآنية وحدها، بل تجاوزها إلى علاقات هذه الألفاظ فيما بينها، ومواقعها في سياقها، واستخداماتها، والعناصر والأعراف اللغوية والنحوية والخيالية الجديدة التي تنتظمها، ولو وقفنا عند السور واحدة واحدة، وعرفنا أن عدد المواقع القرآنية الجديدة، والنقاط المتفردة المكتشفة، يزيد في كل سورة على عدد كلمات هذه السورة، وإن في سورة كالفاتحة مثلاً، مكونة من (29 كلمة) ما لا يقل عن 58 من هذه المستجدات، أما التعبيرات الجديدة

ففي (المدثر) مثلاً والتي تتألف من 56 آية فثمة ما لا يقل عن 65 تعبيراً قرآنياً جديداً، وتلك هي التعبيرات الجديدة في السورة:

يا أَيُّهَا الْمَدَّثِرُ - قُمْ فَأَنْذِرْ - وَرَبَّكَ فَكَبِّرْ - وَثِيَابَكَ فَطَهِّرْ -
وَالرُّجْزَ فَاهْجُرْ - وَلَا تَمْنُنْ تَسْتَكْثِرْ - وَلِرَبِّكَ فَاصْبِرْ - فَإِذَا نُقِرَ
فِي النَّاقُورِ - يَوْمَ عَسِيرٍ - عَلَى الْكَافِرِينَ غَيْرُ يَسِيرٍ - ذُرْنِي وَمَنْ
خَلَقْتُ وَحِيداً - وَجَعَلْتُ لَهُ مَالاً - مَالاً مَمْدُوداً - بَنِينَ شُهُوداً -
مَهَّدْتُ لَهُ تَمْهِيداً - يَطْمَعُ أَنْ أَزِيدَ - كَانَ لآيَاتِنَا عَنِيداً - سَأَرْهُقُهُ
صُعُوداً - فَكَّرَ وَقَدَّرَ - فَقَتِلْ كَيْفَ قَدَّرَ - عَبَسَ وَبَسَرَ - أَدْبَرَ

فنحن حين نذكر عبارة تشغيل القيم، فإننا نقصد أن نجعلها مفعلة ومنفتحة عبر نمط حياة الفرد، عبر صناعة في التواصل مع الغير، وما عبارة (الله أكبر) إلا نموذج قريب المتناول لتوضيح ما نقصده باللغة المنفتحة، عبر استخدامات الحياة في مثل الله أكبر من كل شيء، من أي حزن، من أي هم، من أي شهوة، من أي ظلم" (1) بتصرف.

تلك الصياغة المعجزة للقرآن التي جاءت وفق قواعد وأساليب بلاغية بما يتفق ووسع هذا الدماغ، كي يستجيب فيمتثل سلوكاً، ونحن عبر أساليب البلاغة تلك، إذ هي بحكم النظام البرمجي المتوافق مع ما يمكن أن يدركه الدماغ ليعقل، سننطلق في مبحثنا، لنصل إلى حقيقة ما وُصف به رسولنا الكريم - صلى الله عليه وسلم - من أنه كان قرآن يتحرك، فكيف كان النظام البلاغي، والتوجيه للنظر في الكون؟ وما انعكاسات ذلك على سلوكيات الإنسان حين جاءت الآيات مرشدة عبر ﴿وَلَقَدْ صَرَّفْنَا فِي هَٰذَا الْقُرْآنِ لِيَذَكَّرُوا وَمَا يَزِيدُهُمْ إِلَّا نُفُورًا﴾ [الإسراء ٤١] ، ﴿وَلَقَدْ صَرَّفْنَا لِلنَّاسِ فِي هَٰذَا الْقُرْآنِ مِنْ كُلِّ مَثَلٍ فَأَبَى أَكْثَرُ النَّاسِ إِلَّا كُفُورًا﴾ [الإسراء ٨٩] ، ﴿وَلَقَدْ صَرَّفْنَا فِي هَٰذَا الْقُرْآنِ لِلنَّاسِ مِنْ كُلِّ مَثَلٍ وَكَانَ الْإِنْسَانُ أَكْثَرَ شَيْءٍ جَدَلًا﴾ [الكهف ٥٤] ، ﴿وَلَقَدْ صَرَّفْنَا لَهُ بَيْنَهُمْ لِيَذَكَّرُوا فَأَبَى أَكْثَرُ النَّاسِ إِلَّا كُفُورًا﴾ [الفرقان ٥٠] والمعنى أن الله قد بين للناس في هذا القرآن، ونوع فيه من كل ما يُعتبر به من المواعظ والعبر والأوامر والنواهي والقصص والبراهين رجاء أن يؤمنوا، و(صَرَّف) الألفاظ تعني اشتق

بعضها من بعض، ومما صرّف كان عبر تلك الصياغة المعجزة عبر أساليب بلاغية أعجزت أهل قريش من أن يأتوا بمثلهما وهم كانوا رواد أهل البلاغة.

الأساليب البلاغية التي تجعل العقل يفكر في مغزى النظم الذي جاء فيه أسلوب الطباق "مبشرا ونذيرا" في الآية ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا مُبَشِّرًا وَنَذِيرًا﴾ الفرقان ٥٦ ولماذا لم يكن "بشيرا ونذيرا" ؟ ذلك إن أدركت أن "مبشرا" اسم فاعل وهي أقل في التبشير درجة من "مبشرا" التي فيها معنى المبالغة في التبشير، ذلك للسياق العام في سورة الفرقان الذي يدور في أحد محاوره في الرد على شبه الكفار، فجاء الإنذار مبالغ فيه وخفّضت درجة التبشير، مع إقرار مهمة الرسول كمبشر ومنذر.

أو كما في الآية ﴿وَهُوَ الَّذِي جَعَلَ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ خِلْفَةً لِّمَنۢ أَرَادَ أَن يَذَّكَّرَ أَوْ أَرَادَ شُكُورًا﴾ الفرقان ٦٢ فكلمة (يذكر) تشير إلى استدامة وتكرار الذكر لله في الليل والنهار، بينما كلمة (شكورا) فهي على وزن فعولا تعني الشكر لله لمرة على الأقل بمبالغة، إدراك كهذا في التكرار والمبالغة أو في الخفض لا يدرك إلا عبر مسار الأساليب البلاغية كطبقات برمجية يتعرض إليها الدماغ، لتوجيهه ومن ثم تهذيب سلوكه البشري، وعبر كتاب سابق لنا جاء بعنوان "البرمجة التطبيقية للقيم" أبنا فيه للعديد من تلك الطبقات، فنحن بصدد رحلة استكشافية لم تنفض بعد في التعرف على مسارات برمجة الرسائل عبر محور القيم، إذ إن الطبقة البرمجية يتنوع تناولها بما له علاقة برسالة القيمة محل الغرس، وهو ما بيناه في كتاب "مسارات القيم" أيضا، وفي هذا الباب سنستعرض بعض من هذه الطبقات، وبالأخص ذات العلاقة بالأسلوب البلاغي في القرآن عبر (المعاني، والبيان، والبدیع)، بأدوات الكناية والتكرار، والالتفات، والاستعارة، والطباق، والمشاكلة، لنستلهم ونستنسخ عنه ما نعتبره طبقات برمجية رفيعة ومعززة في خطاب الاعلام ومسار الغرس القيمي.

ماذا نقصد بعملية استنساخ النهج القرآني للانطلاقة بالخطاب الإعلامي المنشود

لم نكن حتما نقصد بعملية الاستنساخ أن نقلد الآيات، بل قصدنا اعتماد المسار والنهج الذي أدركناه -على قلته - كيف يمكن أن يكون عبر أنماط حياتنا اليومية، فنهج التكرار كيف يمكن ممارسته إن كان القرآن قد اعتمده كأسلوب في برمجة الدماغ، واسلوب الطبايق كيف يمكن ممارسته، واسلوب الجناس، وهكذا، استنساخ النهج بما يعزز لمحورين إثنين:

الاول: في تعزيز ما نستهدفه من قيم ايجابية أو في الحد من القيم السلبية عبر رسائلنا الاعلامية.

الثاني: الامتثال السلوكي، بما يجعلنا أقرب لرسولنا الكريم تخلقاً بالقرآن ومشياً على الأرض، وإعماراً لها عبر مشاريع الجبر والسعي.

طبقات البرمجة في الرسائل الإعلامية



شكل (2)

ما يلي نستعرض روابط لبيان بعض الأساليب البلاغية في عمليات البرمجة الدماغية:

https://youtu.be/bkhL3OthM5g	مسار القيمة	البداية
---	-------------	---------

م	العنوان	رابط الفيديو
1	الجناس	https://youtu.be/76fCzi7aDI8
2	التكرار	https://youtu.be/Wl3Kvy5_WEA
3	الالتفات	https://youtu.be/OSHVpeLScSI
4	الطباق	https://youtu.be/wlwB5DqhMwk
5	التشبيه	https://youtu.be/Xa2s1p0er8E
6	المجاز	https://youtu.be/mD6lIDVyeB4
7	السجع	https://youtu.be/zQgytFb7Hd8
8	المشاكلة	https://youtu.be/e4p7CmCuPXc
9	الحذف	https://youtu.be/0erodWt4SLE
10	مسار القيمة	https://youtu.be/bkhL3OthM5g
11	الاستعارة	https://youtu.be/4WBrbqk94zQ
12	تفعيل الحواس	https://youtu.be/Cpc5PiJeSGo
13	فصا الدماغ	https://youtu.be/HOI3ID1fM4
14	قوافي اللقطات	https://youtu.be/hXodJIUYrXM

جدول روابط الأساليب البلاغية

وما يلي نستعرض الطبقات البرمجية التي اعتمدناها لصياغة الرسالة الإعلامية وفق نموذج زمرد، وعددها يفوق أربع وأربعون طبقة:

فثمة نوعين من طبقات برمجة الرسائل الإعلامية حول محور قيمي:

النوع الأول: أساسي.

النوع الثاني: ثانوي تحسيني.

النوع الأول: أساسي		
م	الطبقة البرمجية	البيان
1	مسار القيمة	تحديد الهدف والغاية لكل قيمة، حيث تختلف المسارات بناءً على الحاجة والخلل الذي تعاني منه الشريحة المستهدفة. ومسارها إما أن يحدد عبر أداة المسح الميداني، أو عبر المعنى الإحاطي للقيمة الذي استعرض عبر سور القرآني الكريم. https://wp.me/p3WskZ-ctq
2	المسوح الميدانية	استخدام البيانات الميدانية لمعرفة الاتجاه الذي يجب أن تأخذه برمجة القيمة، باستخدام أدوات مثل الاستبيانات وتحليل المحتوى . https://wp.me/p3WskZ-dDT https://wp.me/p3WskZ-c9Y
3	تفعيل الحواس	برمجة المعلومات في الدماغ عبر تفعيل مجموعة من الحواس لزيادة التأثير والتفاعل . https://wp.me/p3WskZ-9Je

4	تفعيل المشاعر	استثارة وتحفيز الاستجابات العاطفية. المشاعر في برمجة القيم(muslim-library.com)
5	تحويل القيمة لمنتجات ومشاريع	انتاج منتجات تعزز لرسالة القيم الأخلاقية وتسمح بالتفاعل المباشر معها. https://wp.me/p3Wsk
6	دمج القيمة مع مناهج التعليم	أن تكون القيمة هي المحور في المناهج التعليمية بشكل يجعلها جزءاً محورياً في التعلم. https://wp.me/p3WskZ-cWe https://wp.me/p3WskZ-dwg
7	اعتماد الرسائل غير المباشرة	استخدام الرسائل (الضمنية) غير المباشرة لتعزيز الفهم والامتثال للقيمة .
8	التوجيه عبر ما يدركه كل فص من فصي الدماغ	استخدام طرق مختلفة في توجيه الرسالة بناءً على كيفية إدراك كل فص دماغي للمعلومات، لاعتبار الجانب الأيمن الذي يدرك الرسائل الايمانية والفنية والابداعية، والأيسر الذي يدرك الرسائل المنطقية. https://www.muslim-library.com/books/2024/02/ar_albarmajat_altabaqiat_alqiim_fi_alquran_alkarim.pdf https://wp.me/p3WskZ-cb9

9	نهج برمجة القيمة	استخدام نهج مبني على مسار غير تقليدي يستهدف برمجة الرسالة القيمة لضمان ترسيخها في الذاكرة والسلوك .
10	اللحظة في برمجة القيمة	استثمار لحظات معينة عبر ظرف يحيط بالمرسل إليه لتحقيق أثر أكبر في برمجة الرسالة القيمة. https://wp.me/p3WskZ-bop
11	إدراك دوافع المرسل إليه	التعرف على الشريحة المستهدفة ودوافع سلوكياتها لتضمين الرسالة ما ينسجم بدوافع السلوك.
12	إدراك البنية التحتية (المفاهيم)	عدّد في أشكال رسائلك بما يعزز لمفهوم موحد تدعو إليه القيمة محل الغرس. https://wp.me/p3Wsk
13	تنجيم المعلومة	تقديم المعلومات على مراحل لضمان فهم أفضل وتقبل أكبر . https://www.muslim-library.com/books/2024/02/ar_albarmajat_atabaqiat_alqiim_fi_alquran_alkarim.pdf
14	مراعاة الاعمار	تكييف الرسائل بناءً على الفئة العمرية لضمان الفعالية .
15	قوافي اللقطات	اعتماد حبكة توليف لرسالتك المتلفة عبر نظم من اللقطات مستوحاة من ذات نظم تتابع اللقطات في القصص القرآني. حركة الكامرة في القصص القرآني
		استخدام القصص لنقل القيمة بطريقة مشوقة ومؤثرة. https://wp.me/p3WskZ-eGx

16	القصة	----- https://www.muslim-library.com/books/2024/02/ar_albarmajat_altabaqiat_alqiim_fi_alquran_alkarim.pdf
17	التخلق بصفات الله	استلهام القيم من صفات الله بممارستها سلوكيات يومية. https://wp.me/p3WskZ-brE
18	نوادي القيم	تدشين نادي للقيم يتعهدا بأساليب تحببيه عبر أنشطة ومسابقات وبرامج تفاعلية.
19	سلام العلاقات	استثارة العلاقات بين نص الرسالة وما ترتبط به وتستحضره بشكل تلقائي دماغيا والقيم المستخلصة. https://www.muslim-library.com/books/2024/02/ar_albarmajat_altabaqiat_alqiim_fi_alquran_alkarim.pdf
20	الصورة الموحدة "الجناس"	تأمين صورة في التصاميم المرئية موحدة ومتناسقة للقيمة ليسهل التعرف عليها والامتثال لها. https://bit.ly/2L1s
21	مد أمد اللحظة	العمل على مد تأثير القيمة عبر أكثر من نشاط وفق أمد زمني مسبق التخطيط . https://www.muslim-library.com/books/2024/02/ar_albarmajat_altabaqiat_alqiim_fi_alquran_alkarim.pdf
22	تروس الغرس	التأكد من استيفاء العمل وفق تروس سبعة هي المسح الميداني، ومسار القيمة، وتفعيل دور للإعلام،

		والمسجد، والنوادي الاجتماعية، والتعليم، ومراقبة الأداء رقمياً.
23	التكرار	<p>يستخدم هذا الأسلوب بصيغ مختلفة لتعزيز الرسائل والقيم، حيث يساعد التكرار في تذكر المحتوى وفهمه بعمق أكبر.</p> <p>https://www.muslim-library.com/books/2024/02/ar_albarmajat_altabaqiat_alqiim_fi_alquran_alkarim.pdf</p> <p>https://wp.me/p3WskZ-cvR</p>
24	الالتفات	<p>يغير هذا الأسلوب من منظور السرد للإبقاء على اهتمام الجمهور ولتسليط الضوء على نقاط معينة من وجهات نظر مختلفة.</p> <p>https://wp.me/p3WskZ-cvR</p>
25	الطباق	<p>يقدم هذا الأسلوب أفكاراً متناقضة بشكل متقارب لإبراز الاختلافات، وهو ما يعزز فهم كل مفهوم من خلال نقيضه.</p> <p>https://wp.me/p3WskZ-cvR</p>
26	الجناس	<p>في التصميم يسمى (الصورة الموحدة) Corporate image، وكذلك يشمل استخدام كلمات تبدو متشابهة في الصوت لكن لها معانٍ مختلفة لتعزيز جمالية لغوية وعبارات لا تُنسى.</p> <p>https://wp.me/p3WskZ-cvR</p>

27	روابط القيمة	ربط رسالة القيمة عبر كتاب، أو فيديو، أو نشاط.
28	نطاق الادراك	توسعة نطاق إدراك الرسالة لفهم أعمق للقيمة وتأثيراتها.
29	في سرد الأحداث والحوار	استثارة الحوارات يعزز من غرس رسالة القيمة.
30	مزج العلوم	تضمين الرسالة بمفاهيم علمية لبيان من أن هذا المزيج الذي هو من حولنا إنما بيته واحدة عن خالق واحد لا شريك له، وهو ما يعزز إثراء النص وزيادة تأثيره التعليمي والتربوي.
31	القيم الإيجابية وأضدادها	عرض القيم الإيجابية مع نقائضها لتوضيح الخيارات الأخلاقية وتعزيز التفكير النقدي. https://wp.me/p3WskZ-crP
32	ضرب الأمثال	استخدام الأمثال لتقريب المعاني. https://wp.me/p3WskZ-eLX
النوع الثاني: ثانوي تحسيني		
33	رد العجز على الصدر	

		في تحرير رسالة النص تتم عبر تناغم الكلمات لتحقيق التوازن اللفظي ما بين بداية الرسالة ونهايتها.
34	الإحاطة البيانية عبر أساليب التشبيه والاستعارة	التفاف النص حول ذات المعنى الواحد عبر أكثر من تشبيه أو استعارة أو اشتقاق أو تصوير لتعزيز الفهم. https://wp.me/p3WskZ-cx4
35	الاشتقاقات	استخدام الكلمات المشتقة لتوسيع النطاق الدلالي. https://wp.me/p3WskZ-ch1
36	الثوب اللفظي	استخدام ألفاظ منتقاة بعناية وجعلها منثورة في جسد نص الرسالة الواحدة أو مع أكثر من رسالة ذات محور قيمي واحد. https://www.muslim-library.com/books/2024/02/ar_albarmajat_altabaqiat_alqiim_fi_alquran_alkarim.pdf
37	المنظور	تغيير منظور السرد بما نجعل المستهدف بالرسالة مطالعتها من منظور إيجابي مختلف.
38	المجاز	يستخدم المجاز لنقل معاني أعمق من خلال اللغة الرمزية، مما يثري النص ويفتح المجال لتعدد التأويلات.

https://wp.me/p3WskZ-cvR		
<p>يوفر القافية في نهايات العبارات جودة سمعية للكلام المنطوق، مما يعزز الاحتفاظ بالمعلومات ويجعل مسار السرد أكثر جاذبية.</p> <p>https://wp.me/p3WskZ-cvR</p>	السجع	39
<p>يستخدم هذا الأسلوب الألفاظ المتماثلة لخلق طبقات من المعنى، غالباً لإثراء النص أو توفير تأويلات مزدوجة.</p> <p>https://wp.me/p3WskZ-cvR</p>	المشاكلة	40
<p>عدم اغفال عناصر الزمان والمكان في صياغة الرسالة.</p>	ظرفا الزمان والمكان	41
<p>يفتح المجال لتفسيرات متعددة. لإدراك السعة التي تتمتع بها القيم.</p> <p>https://wp.me/p3WskZ-dzK</p>	تعدد القراءات في القرآن الكريم	42
<p>تضمين النص تفاعلات وحركات الجسد التي تعبر عن قيم معينة.</p>	لغة الجسد	43

https://www.muslim-library.com/books/2024/02/ar_albarmajat_altabaqiat_alqiim_fi_alquran_alkarim.pdf		
<p>في مثل أن يتم تفتيت المشهد العام (السلبى) برمجيا عبر ثمان مشاهد إيجابية، في مثل (مشهد وهمت به وهم بها).</p> <p>https://www.muslim-library.com/books/2024/02/ar_albarmajat_altabaqiat_alqiim_fi_alquran_alkarim.pdf</p>	نسب حسابية	44
<p>حذف أسلوب الاطناب، والحذف يعتمد الاستغناء من تحديد المعنى بما يجعل المعنى ممتدا مبسوطا، أن يكون (حمال أوجه) وفق محور إيجابي.</p> <p>https://wp.me/p3WskZ-ePK</p>	الحذف	45

جدول (1)

إذ تشكل هذه الطبقات نظاماً متكاملًا يهدف إلى بناء الرسالة الإعلامية وفق صياغة محورها قيمي مستلهمة من النص القرآني وكيفية تطبيقها في الحياة اليومية.

وفيما يلي بيان إيضاحي لمزيج من تلك الطبقات، فهي طبقات منسجمة ليس مع دماغ الإنسان فحسب، بل حتى مع شواهد كل ما هو من حولنا في الطبيعة، وهذا الانسجام

هو سر من أسرار تعزيز الرسائل حين يتعرض إليها الدماغ، ونستعرض ذلك ليتضح الجانب العملي في النموذج بشكل جلي عبر أمثلة.



الطبقات البرمجية وترجمتها الميدانية عمليا عبر مجالات العلوم المختلفة والحياة

الأساليب البلاغية في القرآن الكريم

المصدر الأساسي لنموذج زمرد: القرآن الكريم

لقد اخترنا في استعراضنا للطبقات البرمجية ما جعلناه وفق تطبيقات ميدانية، بعد ما أدرجنا – فيما سبق - مع كل طبقة ما يحسن اللجوء إليه كمصدر لاستزادة القارئ عبر رابط.

فصا الدماغ

نلاحظ كيف أن الخطاب يوجه بما يدركه كل جزء أو فص من فصي الدماغ (8)، فهناك بعض الآيات التي تحتوي على إشارات أو توجيهات يمكن اعتبارها ذات صلة بالمفاهيم الحسابية أو الرياضية، في مثل:

1. التوازن والعدالة في القسمة والميراث: القرآن يحث على العدالة في توزيع الميراث ويقدم تفاصيل دقيقة حول نصيب كل وارث (سورة النساء: 11-12).

2. التعاملات المالية والقروض: هناك آيات تحث على كتابة الديون والشهادة عليها، مما يتطلب فهمًا للأرقام والحسابات (سورة البقرة: 282).

3. الزكاة والصدقات: القرآن يوجه المسلمين لإعطاء نسبة معينة من أموالهم (الزكاة) والصدقات، وهو ما يتطلب فهمًا للنسب المئوية والحسابات الأساسية (سورة التوبة: 60).

4. التقويم القمري والأشهر الهجرية: القرآن يشير إلى الأشهر القمرية والتقويم الهجري، وهو ما يتعلق بالحسابات الفلكية والتقويمية (سورة التوبة: 36).

5. الأعداد والتكرار: هناك بعض الأعداد التي تم ذكرها في القرآن بشكل محدد، مثل العدد 7 في قصة خلق السماوات والأرض، والعدد 19 في سورة المدثر (30)، وهناك دراسات تحاول استكشاف الأبعاد الرقمية في القرآن.

بالإضافة إلى ما تم ذكره سابقًا، هناك العديد من الآيات القرآنية الأخرى التي تحت على استخدام العقل والتفكير النقدي، ومنها:

6. **التأكيد على البحث والتدبر:** في سورة البقرة (آية 44)، يقول الله تعالى: "أَفَلَا تَعْقِلُونَ"، مما يشير إلى أهمية التفكير والتدبر في آيات القرآن.
7. **الدعوة إلى النظر في الآفاق والأنفس:** في سورة فصلت (آية 53)، يقول الله تعالى: "سَنُرِيهِمْ آيَاتِنَا فِي الْآفَاقِ وَفِي أَنْفُسِهِمْ حَتَّى يَتَبَيَّنَ لَهُمْ أَنَّهُ الْحَقُّ"، مما يدعو إلى التأمل في خلق الكون والتفكير في الذات.
8. **التحذير من اتباع الظنون والأهواء:** في سورة الحجرات (آية 12)، يقول الله تعالى: "إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ"، مما يحث على البعد عن الافتراضات غير المبنية على أساس متين والتركيز على الحقائق والبراهين.
9. **التشجيع على السؤال والاستفسار:** في سورة النحل (آية 43)، يقول الله تعالى: "فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ"، مما يشجع على طلب المعرفة والاستفسار من العلماء والمتخصصين. هذه الآيات تؤكد على أهمية استخدام العقل والتفكير.

الشق الأيمن من الدماغ:

خطاب القرآن الكريم يمكن أن يستهدف الشق الأيمن من الدماغ، الذي يتعامل مع الإدراك البصري، والمكاني والتفكير الإبداعي والعاطفي. فيما يلي بعض الأمثلة التي تظهر كيف يمكن للقرآن أن يخاطب هذا الجزء من الدماغ:

1. **الاستعارة التشبيهية:** القرآن يستخدم الاستعارات والتشبيهات بكثرة لتقديم المفاهيم بطريقة بصرية وعاطفية. مثلاً، في سورة البقرة (آية 17)،

يُشَبِّهُ حَالِ الْمُنَافِقِينَ بِـ ﴿مَثَلُهُمْ كَمَثَلِ الَّذِي اسْتَوْقَدَ نَارًا فَلَمَّا أَضَاءَتْ مَا حَوْلَهُ ذَهَبَ اللَّهُ بِنُورِهِمْ وَتَرَكَهُمْ فِي ظُلُمَاتٍ لَا يُبْصِرُونَ﴾.

2. القصص: القرآن يحتوي على العديد من القصص التي تخاطب الجانب العاطفي والبصري للإنسان. مثلاً، قصة يوسف عليه السلام في سورة يوسف تعرض بشكل مؤثر تجربته من الحزن والظلم إلى النجاح والغفران.

3. الأوصاف الطبيعية: القرآن يصف الجنة والنار بتفاصيل بصرية وعاطفية تخاطب الشق الأيمن من الدماغ. مثلاً، في سورة الإنسان (آية 14)، يُوصف أهل الجنة بأنهم ذللت قطوفها تذليلاً ﴿وَدَانِيَةً عَلَيْهِمْ ظِلُّهَا وَذُلَّتْ قُطُوفُهَا تَذْلِيلًا﴾.

4. الأمثال: القرآن يستخدم الأمثال لتقريب المفاهيم العقدية والأخلاقية بطريقة بصرية. مثلاً، في سورة الحشر (آية 21) ﴿لَوْ أَنزَلْنَا هَذَا الْقُرْآنَ عَلَى جَبَلٍ لَّرَأَيْنَاهُ خَاشِعًا مُّتَصَدِّعًا مِّنْ خَشْيَةِ اللَّهِ وَتِلْكَ الْأَمْثَالُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ﴾، يُضرب مثل لتأثير القرآن على القلوب بأنه كالجبل الذي يتفتت من خشية الله.

5- الألفاظ الدالة على المشاعر والحالات النفسية:
" -وَلَوْ بَسَطَ اللَّهُ الرِّزْقَ لِعِبَادِهِ لَبَغَوْا فِي الْأَرْضِ وَلَكِنْ يُنْزِلُ بِقَدَرٍ مَّا يَشَاءُ ۚ إِنَّهُ بِعِبَادِهِ خَبِيرٌ بَصِيرٌ " (الشورى: 27).

هذه نماذج تظهر كيف يستخدم القرآن اللغة والصور البصرية والعاطفية لخطاب الشق الأيمن من الدماغ، مما يساعد على تعميق الفهم والتأثير العاطفي للرسالة القرآنية.

سلالم العلاقات

سلالم العلاقات (8) تُستخدم في البحث النوعي والتحليل لفهم كيفية ترابط المفاهيم والقيم في الأذهان، ويمكن العثور على نماذج في القرآن الكريم توضح العلاقة بين الأفعال والصفات والنتائج والقيم الأخلاقية. على سبيل المثال:

الصدقة	
إعطاء الصدقة	الفعل
الكرم والرحمة	الصفة
تطهير النفس وزيادة الرزق	النتيجة
التكافل الاجتماعي والعدالة	القيمة الأخلاقية

الصلاة	
أداء الصلاة	الفعل
الخشوع والتقوى	الصفة
السكينة والطمأنينة.	النتيجة
العبودية لله والانضباط الروحي.	القيمة الأخلاقية

الأمانة	
الحفاظ على الأمانة.	الفعل
الصدق والثقة.	الصفة
الاحترام والتقدير في المجتمع.	النتيجة
النزاهة والعدالة.	القيمة الأخلاقية

الصبر	
التحلي بالصبر.	الفعل
الثبات والتحمل.	الصفة
النجاح والفوز بالجنة.	النتيجة
الاستقامة والتفأل.	القيمة الأخلاقية

هذه الأمثلة تظهر كيف يربط القرآن الكريم بين الأفعال والصفات والنتائج والقيم الأخلاقية، وتعكس أهمية السلوك الأخلاقي في الإسلام.

فالقرآن الكريم، غالبًا ما تُستخدم الكلمات بطريقة تثير تلقائيًا سلسلة من الارتباطات المتعلقة بالمفاهيم والصور الذهنية. في مثال الصدقة، إذ عندما يُذكر هذا المصطلح، يتم استحضار صور ذهنية للفقراء واليتامى والمحتاجين تلقائيًا، كما في الآية

"إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ" (التوبة: 60)

هذه الآية توضح الفئات المستحقة للصدقات، وبمجرد ذكر كلمة "صدقات"، يتم استحضار هذه الفئات في الذهن.

المفاهيم:

وهناك العديد من الأمثلة في القرآن الكريم حيث تثير كلمة أو مفهوم معين سلسلة من الارتباطات المتعلقة بالمفاهيم والصور الذهنية. بعض الأمثلة تشمل:

1- الجنة: عند ذكر كلمة "الجنة" في القرآن، غالبًا ما يتبادر إلى الذهن صور النعيم والخيرات، مثل الأنهار والفواكه والظلال والراحة الأبدية، كما في الآية: "مَثَلُ الْجَنَّةِ الَّتِي وُعدَ الْمُتَّقُونَ فِيهَا أَنْهَارٌ مِنْ مَاءٍ غَيْرِ آسِنٍ وَأَنْهَارٌ مِنْ لَبَنٍ لَمْ يَتَغَيَّرَ طَعْمُهُ وَأَنْهَارٌ مِنْ خَمْرٍ لَذَّةٍ لِلشَّارِبِينَ وَأَنْهَارٌ مِنْ عَسَلٍ مُصَفًّى" (محمد: 15).

2- الصلاة: عند ذكر الصلاة، يتم استحضار صور الطمأنينة والخشوع والتقرب إلى الله، وكذلك الأوقات المحددة للصلاة والأفعال المرتبطة بها، كما في الآية: "إِنَّ الصَّلَاةَ كَانَتْ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ كِتَابًا مَوْفُوتًا" (النساء: 103).

3- الزكاة: عند ذكر الزكاة، يتم استحضار فكرة العطاء والتطهير المالي ومساعدة المحتاجين، كما في الآية: "خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا" (التوبة: 103).

4- الصيام: عند ذكر الصيام، يتم استحضار صور الامتناع عن الطعام والشراب والصبر والتقوى، كما في الآية: "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُتِبَ عَلَيْكُمُ الصِّيَامُ كَمَا كُتِبَ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ" (البقرة: 183).

5- الحج: عند ذكر الحج، يتم استحضار صور الطواف حول الكعبة والوقوف بعرفة ورمي الجمرات، كما في الآية: "وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَى كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ" [الحج ٢٧]

الاختصارات:

وثمة ما يعزز للاختصار عبر ذكر مجرد كلمة لتستذكر المعنى المطلوب دونما حاجة للإطناب أو الشرح، في مثل كلمة (بلاغ)، حين وردت في سورة الأحقاف كما يلي:

﴿فَأَصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أُولُوا الْعَزْمِ مِنَ الرُّسُلِ وَلَا تَسْتَعْجِلْ لَهُمْ كَانَتْهُمْ يَوْمَ يَرَوْنَ مَا يُوعَدُونَ لَمْ يَلْبُثُوا إِلَّا سَاعَةً مِّنْ نَّهَارٍ **بَلَّغَ** فَهَلْ يُهْلِكُ إِلَّا الْقَوْمَ الْفَاسِقُونَ﴾
[الأحقاف ٣٥]

فلا حاجة في تفصيل البلاغ إذ ذكرت في سورة إبراهيم حين وردت في الآية ﴿هَذَا **بَلَّغٌ لِلنَّاسِ وَلِيُنذَرُوا بِهِ** وَلِيَعْلَمُوا أَنَّمَا هُوَ إِلَهُ وَاحِدٌ وَلِيَذَّكَّرَ أُولُوا الْأَلْبَابِ﴾ [إبراهيم ٥٢]

القصة وسرد الأحداث

يذكر د. محمد خضر (8) من أن القصة في القرآن جاءت لأهداف وغايات تسعى إليها، ففي الأعراف (فاقص القصص لعلهم يتفكرون) وفيه (نحن نقص عليك من أنباء الرسل ما نثبت به فؤادك) وفي يوسف (لقد كان في قصصهم عبرة لأولي الألباب) ومن خلال الاسم يتفرع قسمين كبيرين في القصة كطبقة برمجية هما القصة بمعنى المتن الحكائي، والتمتد بمعنى المبني الحكائي، وهذا ما سنستعرضه فيما يلي:

أولا القصة القرآنية بوصفها متنا حكايا تعني دراسة مجموع الأحداث المتصلة فيما بينها مع قصة آدم عليه السلام، حيث يرد هذا القصص في مواضع كثيرة من القرآن الكريم وفيما يلي ترتيب نزول السور القرآنية الكريمة ومثال ذلك:

في قصص آدم عليه السلام يرد هذا القصص في مواضع كثيرة من الكتاب الحكيم ونحن في هذه الدراسة نتتبع هذا القصص في أكثر من مواضعه تفصيلا، واصفين البنية الوظيفية الخاصة بكل موضع - معتبرين ودائما - ترتيب نزول السور القرآنية الكريمة.

أولا: سورة "ص":

- 1- إخبار الله الملائكة بخلق آدم الآيات من 71 إلى 72
- 2- سجود الملائكة وامتناع إبليس الآيات من 73 إلى 76
- 3- طرد إبليس الآيات من 77 إلى 78
- 4- طلبه الانتظار إلى يوم البعث وإجابته إلى طلبه الآيات من 79 إلى 83
- 5- وعيد الله لإبليس وأتباعه الآيات من 84 إلى 85

تبدأ الأحداث بطلب صاحب الوحي (الله تعالى) إلى الرسول - صلى الله عليه وسلم - أن يعلن أن العلم الذي يعلمه موحى به إليه من ربه ولولا هذا الوحي ما كان ليعلم من أمر تلك القصة شيئا، ومن ثم يأخذ في سرد أحداثها من إخبار الله الملائكة بخلق آدم، ثم سجود الملائكة وامتناع إبليس، ثم طرد إبليس وطلبه الإنذار إلى يوم البعث وإجابته إلى طلبه، ثم وعيد الله لإبليس وأتباعه.

في سورة الأعراف:

- 1-سجود الملائكة وامتناع إبليس في الآيات من 11 إلى 12
- 2-طرد إبليس الآيات 13
- 3-طلبه الإنذار إلى يوم البعث وإجابته إلى طلبه الآيات 14 إلى 17
- 4-وعيد الله لإبليس وأتباعه الآية 18
- 5-سكنا آدم وزوجه الجنة ونهيهما عن شجرة فيها الآية 19
- 6-إغواء الشيطان لهما الآيات من 20 إلى 22
- 7-الخطيئة والتوبة الآيات 22 إلى 23
- 8-الهبوط إلى الأرض الآية 24

وتبدأ الأحداث بسجود الملائكة وامتناع إبليس، وما كان من نتائج هذا الامتناع من طرد له ووعد منه بإغواء آدم وذريته، ثم تعرض لسكنى آدم وزوجه الجنة ونهيهما عن شجرة فيها، ومن ثم يتحقق لإبليس ما أراد من إغواء لآدم وذريته فكانت الخطيئة وكانت التوبة.

فإذا كنا في سورة "ص" نجد سردا لقصة آدم وإبليس الغرض منه إثبات الوحي، فنحن هنا نجد شيئا آخر أحدثه فيما نعتقد إحلال وظائف لم تكن موجودة من قبل مثل سكنى آدم وزوجه الجنة، وإغواء الشيطان لهما، إنها قصة العداوة بين آدم وإبليس تفصلها الوظائف المعروضة التي تبدأ برفض إبليس السجود وتنتهي بتأكيد العداوة مع الهبوط إلى الأرض الآية: ﴿فَأَزَلَّهُمَا الشَّيْطَانُ عَنْهَا فَأَخْرَجَهُمَا مِمَّا كَانَا فِيهِ وَقُلْنَا اهْبِطُوا بَعْضُكُمْ لِبَعْضٍ عَدُوٌّ وَلَكُمْ فِي الْأَرْضِ مُسْتَقَرٌّ وَمَتَاعٌ إِلَىٰ حِينٍ﴾ [البقرة ٣٦]

في سورة طه:

- 1- نسيان آدم في الآية 115
- 2- سجود الملائكة وامتناع إبليس الآية 116
- 3- تحذير آدم من عداوة إبليس الآيات 117 إلى 119
- 4- إغواء الشيطان لآدم الآية 120
- 5- الخطيئة والتوبة الآيات 121 إلى 122
- 6- الهبوط إلى الأرض الآيات 123 إلى 126

تتحدد ههنا مهمة السرد منذ البداية ﴿وَلَقَدْ عَهِدْنَا إِلَىٰ آدَمَ مِن قَبْلُ فَنَسِيَ وَلَمْ نَجِدْ لَهُ عَزْمًا﴾ [طه ١١٥] فهي قصة النسيان (نسيان آدم) ويسير السرد على هذا النحو، فتبدأ الأحداث بسجود الملائكة وامتناع إبليس، ثم يأتي التحذير لآدم من عداوة إبليس، وهي وظيفة جديدة هنا - لنألا يخرج من النعيم إلى الشقاء - لكنه ينسى فيكون الشقاء.

سورة الإسراء:

- سجود الملائكة وامتناع إبليس الآية 61
- طلبه الإنظار إلى يوم البعث وإجابته إلى طلبه الآية 62
- وعيد الله لإبليس وأتباعه الآية 63
- إرشاده إلى سبل الغواية وإخباره بعصمة عباد الله الآية 64 إلى 65.

تبدأ الأحداث بسجود الملائكة وامتناع إبليس، واستكباره أن يسجد لمخلوق من طين، مبديا حقه عليه لتكريم الله إياه، ويطلب من الله التأخير إلى يوم القيامة ليري هو كيف أن هذا المخلوق من الضعف حتى أنه لن يثبت أمام

ضلاله واستحواذة عليه - إلا القليل - ويجيبه الله إلى طلبه ويبيشره بجهنم
ومن اتبعه وليفعل كل ما بوسعها فلا سلطان له على عباد الله يمكنه من
تغيير ما في قلوبهم من إيمان، فالقصة تعرض حقد الشيطان على الإنسان
لتكريم الله إياه من دونه، وتفضيله عليه، وتعرض من ثم سبل الشيطان إلى
غواية الغاوين ﴿يَعِدُّهُمْ وَيُمْنِّيهِمْ وَمَا يَعِدُّهُمْ الشَّيْطَانُ إِلَّا غُرُورًا﴾ النساء ١٢٠.

في سورة الحجر:

تقديم خلق الإنسان من صلصال والجان من نار في الآيات من 26 إلى 27
ثم تفصيل

- 1- أخبار الله الملائكة بخلق آدم الآية 28
- 2- سجود الملائكة وامتناع إبليس الآيات من 29 إلى 33
- 3- طرد إبليس الآيات من 34 إلى 35
- 4- طلبه الإنذار إلى يوم البعث وإجابته إلى طلبه الآيات من 36 إلى 38
- 5- وعيد الله لإبليس وأتباعه الآيات 39 إلى 44

بعد مقدمة سريعة تعرض للفارق الأساسي بين الإنسان والجان، وأن لكل
منهما طبيعته التي تعود إلى مادة خلقه، يبدأ تفصيل الأحداث من إخبار الله
الملائكة بخلق آدم، ثم سجود الملائكة وامتناع إبليس أن يسجد لبشر من
صلصال من حمأ مسنون، بينما هو مخلوق من نار السموم، ثم ما كان من
طرد إبليس وطلبه الإنذار إلى يوم البعث، وإجابته إلى طلبه، وإخبار الله له
بعصمة عباده إنما سلطانه على الغاوين.

في سورة البقرة:

- 1- إخبار الله الملائكة بجعله خليفة في الأرض الآية 30
- 2- إعداد آدم للخلافة الآيات 31 إلى 33
- 3- سجود الملائكة وامتناع إبليس الآية 34
- 4- سكنى آدم وزوجه الجنة ونهيهما عن شجرة فيها الآية 35
- 5- إغواء الشيطان لهما الآية 36
- 6- التوبة الآية 37 الهبوط إلى الأرض الآيات 38 إلى 39

تبدأ الأحداث بإخبار الله الملائكة بجعله خليفة في الأرض، وتنتهي بإيجاد هذه الخليفة مرورا بمجموعة من الوظائف المتعلقة بأمر الاستخلاف دون غيرها مما يأتي في سياقات أخرى، فنجد الحديث عن منزلة آدم وتكريمه بأمر الله الملائكة أن يسجدوا له مع كل إلماحة سريعة إلى إباء إبليس دون التعرض لنتيجة هذا الإباء.... ثم إسكان آدم وزوجه الجنة عن شجرة فيها عزلهم الشيطان عنها، وتوبة الله على آدم ثم هبوطه إلى الأرض خليفة كما أراد له الله.

ويعقب د. محمد خضر: نلاحظ كيف أن حضور بعض الوظائف أو غيابها يؤثر في تغيير الصورة التي تأتي عليها القصة في كل مرة، فمرة هي عرض لقصة آدم وإبليس، ومرة هي قصة العداوة بين آدم وإبليس، وثالثة هي قصة نسيان آدم، ورابعة هي قصة حقد الشيطان على آدم، وخامسة هي قصة التباين بين آدم وإبليس، السادسة هي قصة الاستخلاف في الأرض، في كل مرة نجد قصة جديدة كأثر لحضور وظيفة أو غياب أخرى، مما يؤثر في المتتالية الوظيفية، ويغير من ثم منطق ترابطها فيصير المعنى إلى معنى آخر.

نسب حسابية

فيما يلي نستعرض (8) ثلاث أمثلة:

أولاً: جاء في سورة يوسف، ما تعرض إليه يوسف – عليه السلام – من افتراء من قبل امرأة العزيز، حيث نلاحظ كيف تم تفتيت المشهد العام (السلبى) برمجيا عبر ثمان مشاهد إيجابية، فسبحانه لم يستعرض المشهد السلبى كاملاً من بدايته إلى نهايته بل كان يوقفه عن الاستكمال بمشاهد إيجابية وذلك وفق نظم في استعراض المشاهد وفق (2 – 3 – 2 – 5 - 2) في الإيقاف والاستكمال، فكان حظ المشاهد السلبية (6) مشاهد، وحظ المشاهد الإيجابية (8).

في الآيات: (وَرُوِدَتْهُ الَّتِي هُوَ فِي بَيْتِهَا عَنْ نَفْسِهِ وَغَلَّقَتِ الْأَبْوَابَ وَقَالَتْ هَيْتَ لَكَ قَالَ مَعَاذَ اللَّهِ إِنَّهُ رَبِّي أَحْسَنَ مَثْوَايَ إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُونَ (23) وَلَقَدْ هَمَّتْ بِهِ وَهَمَّ بِهَا لَوْلَا أَنْ رَأَى بُرْهَانَ رَبِّهِ كَذَلِكَ لِنَصْرِفَ عَنْهُ السُّوءَ وَالْفَحْشَاءَ إِنَّهُ مِنْ عِبَادِنَا الْمُخْلَصِينَ (24) وَأَسْتَبَقَا الْبَابَ وَقَدَّتْ قَمِيصَهُ مِنْ دُبُرٍ وَأَلْفَيَا سَيِّدَهَا لَدَا الْبَابِ قَالَتْ مَا جَزَاءُ مَنْ أَرَادَ بِأَهْلِكَ سُوءًا إِلَّا أَنْ يُسْجَنَ أَوْ عَذَابٌ أَلِيمٌ (25))

مشهد سلبي	مشهد إيجابي	
راودته		2
هيت لك		
	معاذ الله	3
	أحسن مثواي	
	لا يفلح الظالمون	
همت به		2
هم بها		
	رأى برهان ربه	5
	نصرف عنه السوء	
	والفحشاء	
	من عبادنا المخلصين	
استبقا الباب		2
قدت قميصه		

ثانيا: في تكرار لفظ بمشتقاته في السورة، وفق نظم، بما يجعل اللفظ كما لو كان أيقونة لفظية فيها في مثل كلمة (ردد) في سورة القصص:

1. ﴿وَأَوْحَيْنَا إِلَىٰ أُمِّ مُوسَىٰ أَنْ أَرْضِعِيهِ فَاِذَا خَفَتْ عَلَيْهِ فَأَلْقِيهِ فِي الْيَمِّ وَلَا تَخَافِي وَلَا تَحْزَنِي إِنَّا رَادُّوهُ إِلَيْكِ وَجَاعِلُوهُ مِنَ الْمُرْسَلِينَ﴾ [القصص ٧]

2. ﴿فَرَدَدْنَاهُ إِلَىٰ أُمِّهِ كَيْ تَقَرَّ عَيْنُهَا وَلَا تَحْزَنَ وَلِتَعْلَمَ أَنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ وَلَكِنَّ أَكْثَرَهُمْ لَا يَعْلَمُونَ﴾ [القصص ١٣]

3. ﴿فَلَمَّا أَنْ أَرَادَ أَنْ يَبْطِشَ بِالَّذِي هُوَ عَدُوٌّ لَّهُمَا قَالَ يَمْوَسَىٰ أَتُرِيدُ أَنْ تَقْتُلَنِي كَمَا قَتَلْتَ نَفْسًا بِالْأَمْسِ إِنْ تُرِيدُ إِلَّا أَنْ تَكُونَ جَبَّارًا فِي الْأَرْضِ وَمَا تُرِيدُ أَنْ تَكُونَ مِنَ الْمُصْلِحِينَ﴾ [القصص ١٩]

ثالثاً: في سورة (ص) كلمة (هذا) ذكرت اولاً ثم بعد عشر آيات جاء ذكرها مرة اخرى بعد ثلاث آيات، ثم تكررت لعدد 5 مرات ثم انقطع ذكرها لمدى آية وختمت بواحدة ما يعني نظم وفق ما يلي: (1،3،10،1) فلعل نظم في برمجة القيم عبر ذكر قيمة في تحرير مقال، او تعريض نظري وفق تتابع في الايام أو الاشهر ذات النسق لاحظناه في سورة يوسف عبر لقطات قد القميص ويتكرر في النمل عبر **أَلِلْهُ مَعِ اللَّهِ، وَمَعَ الرَّحْمَنِ كَذَلِكَ** وفي سورة الحج تكرر (كذلك) (يومئذ) تكررت في سورة القيامة، وفي سورة الاحزاب نلاحظ كل اشتقاقات كلمة (الأذى)، **يُؤْذُونَ، يُؤْذِينَ،** آذوا، لاحظ: البرمجة عبر نظم اللقطات كذلك ، والاساليب البلاغية ، فهو مزيج من (الصور المتخيلة و البرمجة عبر تكرار كلمات وفق حساب رقمي، و نظم نحوي ليعزز الجانب السمعي والترتيل مؤازر له) مزيج من برمجة فريدة اداتها (كلمات). ولاحظ كذلك في انضمام مشتقات ذات الكلمة لنجدها منثورة في السورة وفق (ثوب لفظي موحد).

مد الأثر

لعلنا نلاحظ مد أثر القيمة (8) حين نتتبعها عبر كافة سور القرآن، حيث مع قيمة التحميد فالتحميد هو الثناء على الجميل من جهة التعظيم من نعمة وغيرها (الجرجاني)، وقيل: هو إخبار عن محاسن المحمود مع حبه وإجلاله وتعظيمه (ابن القيم). حيث نجد مد أثر القيمة في سائر السور وفق ما تتبعناه عبر الجدول التالي:

وردت قيمة التحميد بالسور ورقم الآية

وردت مرادفات القيمة	ورد اسم القيمة
تزكى التوبة (103) طه (76) فاطر (18) النازعات (18) الأعلى (14) الليل (18)	التحميد الفاتحة (2) البقرة (30) آل عمران (144)، (188) الأنعام (1)، (45) الأعراف (43) يونس (10) الرعد (13) إبراهيم (39) الحجر (98) النحل (75) الإسراء (44)، (52)، (111) الكهف (1) طه (130) المؤمنون (28) الفرقان (58) النمل (15)، (59)، (93) القصص (70) العنكبوت (63) الروم (18) لقمان (25) السجدة (15) الأحزاب (40) سبأ (1)
شكر البقرة (52)، (56)، (152)، (172)، (185)، (243) آل عمران (123) النساء (147) المائدة (6)، (89) الأعراف (10)، (58) الأنفال (26) يونس (60) يوسف (38) إبراهيم (7) النحل (14)، (78)، (114) الحج (36) المؤمنون (78) النمل (19)، (40)، (73) القصص (73) العنكبوت (17)	

<p>الروم (46)</p> <p>لقمان (12)، (14)</p> <p>السجدة (9)</p> <p>سبأ (13)، (15)</p> <p>فاطر (12)</p> <p>يس (35)، (73)</p> <p>الزمر (7)</p> <p>غافر (61)</p> <p>الجاثية (12)</p> <p>الأحقاف (15)</p> <p>القمر (35)</p> <p>الواقعة (70)</p> <p>الملك (23)</p>	<p>فاطر (1)، (34)</p> <p>الصفافات (182)</p> <p>الزمر (29)، (74)، (75)</p> <p>غافر (7)، (55)، (65)</p> <p>الشورى (5)</p> <p>الجاثية (36)</p> <p>ق (39)</p> <p>الطور (48)</p> <p>التغابن (1)</p> <p>النصر (3)</p> <p>الحميد</p> <p>البقرة (267)</p> <p>النساء (131)</p> <p>هود (73)</p> <p>إبراهيم (1)، (8)</p> <p>الحج (24)، (64)</p> <p>لقمان (12)، (26)</p> <p>سبأ (6)</p> <p>فاطر (15)</p> <p>فصلت (42)</p> <p>الشورى (28)</p> <p>الحديد (24)</p> <p>الممتحنة (6)</p> <p>التغابن (6)</p> <p>البروج (8)</p>
---	---

للمزيد طالع كتاب (دليل قيم سورة الفاتحة) بالضغط على الرابط

<https://wp.me/p3WskZ-cg6>

وكتاب (مسارات القيم) بالضغط على الرابط

<https://wp.me/p3WskZ-ctg>

وما يلي مد الأثر الخاص بقيمة التحميد لمسار القيمة عبر سور القرآن الكريم، وهو ما يعزز لعملية مد الأثر لحين أن تصبح سجية في الذكر اللساني والامتثال التشغيلي العملي بالشكر على نعم الله.



للمزيد طالع كتاب (مد أثر القيمة) بالضغط على الرابط

<https://wp.me/p3WskZ-bop>

وتنوعت الأساليب البلاغية (1) في القرآن الكريم، فهي ما بين المعاني، والبيان، والبديع كمسارات، والتكرار أحد الأساليب البلاغية التابعة للمعاني.

التكرار

الأساليب البلاغية



تعريف الكَرّ: الرجوع، يقال: كَرَّه وكَرَّ بنفسه، يتعدَّى ولا يتعدَّى، والكَرُّ مصدر كَرَّ عليه يَكُرُّ كَرًّا ... والكَرُّ: الرجوع على الشيء، ومنه التَّكْرَارُ (ابن منظور)

التكرار في الاصطلاح: تكرار كلمة أو جملة أكثر من مرة لمعاني متعددة كالتوكيد، والتهويل، والتعظيم، وغيرها.

التكرار من الفصاحة:

قال شيخ الإسلام ابن تيمية – رحمه الله -: وليس في القرآن تكرار محض، بل لابد من فوائد في كل خطاب.

قال السيوطي – رحمه الله :- التكرير وهو أبلغ من التأكيد، وهو من محاسن الفصاحة.

يمكن أن نوجز بعض صور وفوائد التكرار فيما يلي:

الفوائد	البيان
التأكيد	التكرير أبلغ من التأكيد؛ لأنه وقع في تكرار التأسيس، وهو أبلغ من التأكيد؛ فإن التأكيد يقرر إرادة معنى الأول وعدم التجوز؛ فلهذا قال الزمخشري في قوله تعالى: ﴿كَأَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ * ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ﴾ [التكاثر: 3، 4]: إن الثانية تأسيس لا تأكيد؛ لأنه جعل الثانية أبلغ في الإنشاء فقال: وفي (ثم) تنبيه على أن الإنذار الثاني أبلغ من الأول.
	وكذا قوله: ﴿وَمَا أَدْرَاكَ مَا يَوْمَ الدِّينِ * ثُمَّ مَا أَدْرَاكَ مَا يَوْمَ الدِّينِ﴾ [الانفطار: 17، 18]، وقوله: ﴿فَقُتِلَ كَيْفَ قَدَّرَ * ثُمَّ قُتِلَ كَيْفَ قَدَّرَ﴾ [المدثر: 19، 20].
زيادة التنبيه على ما ينفي التهمة	ليكمل تلقي الكلام بالقبول، ومنه قوله تعالى: ﴿وَقَالَ الَّذِي آمَنَ يَا قَوْمِ اتَّبِعُونِ أَهْدِكُمْ سَبِيلَ الرَّشَادِ * يَا قَوْمِ إِنَّمَا هَذِهِ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا مَتَاعٌ﴾ [غافر: 38، 39]، فإنه كرر فيه النداء لذلك.

<p>أعيد تكراره ثانيًا؛ تجديدًا لعهدہ؛ كقوله تعالى: ﴿ثُمَّ إِنَّ رَبَّكَ لِلَّذِينَ عَمِلُوا السُّوءَ بِجَهَالَةٍ ثُمَّ تَابُوا مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ وَأَصْلَحُوا إِنَّ رَبَّكَ مِنْ بَعْدِهَا لَغَفُورٌ رَحِيمٌ﴾ [النحل: 119].</p> <p>ومثله: ﴿لَا تَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَفْرَحُونَ﴾ [آل عمران: 188]، ثم قال: ﴿فَلَا تَحْسَبَنَّهُمْ﴾ [آل عمران: 188].</p> <p>وقوله: ﴿وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ مَا أَقْتَلْنَا الَّذِينَ مِنْ بَعْدِهِمْ﴾ [البقرة: 253]، ثم قال: ﴿وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ مَا أَقْتَلُوا﴾ [البقرة: 253].</p>	<p>إذا طال الكلام، وخشي تناسي الأول</p>
<p>كقوله تعالى: ﴿الْحَاقَّةُ * مَا الْحَاقَّةُ﴾ [الحاقة: 1، 2]، ﴿الْقَارِعَةُ * مَا الْقَارِعَةُ﴾ [القارعة: 1، 2]، ﴿إِنَّا أَنْزَلْنَاهُ فِي لَيْلَةِ الْقَدْرِ * وَمَا أَدْرَاكَ مَا لَيْلَةُ الْقَدْرِ﴾ [القدر: 1، 2].</p> <p>وقوله: ﴿وَأَصْحَابُ الْيَمِينِ مَا أَصْحَابُ الْيَمِينِ﴾ [الواقعة: 27].</p>	<p>في مقام التعظيم والتهويل</p>
<p>كقوله تعالى: ﴿كَأَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ * ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ﴾ [التكاثر: 3، 4]، وذكر "ثم" في المكرر دلالة على أن الإنذار الثاني أبلغ من الأول، وفيه تنبيه على تكرار ذلك مرة بعد أخرى، وإن تعاقبت عليه الأزمنة لا يتطرق إليه تغيير، بل هو مستمر دائمًا.</p>	<p>في مقام الوعيد والتهديد</p>
<p>كقوله تعالى: ﴿فَقُتِلَ كَيْفَ قَدَّرَ * ثُمَّ قُتِلَ كَيْفَ قَدَّرَ﴾ [المدثر: 19، 20]، فأعيد تعجبًا من تقديره وإصابته الغرض على حد: قاتله الله ما أشجعَه!</p>	<p>التعجب</p>
<p>كما في قوله تعالى: ﴿فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ﴾ [الرحمن: 13] فإنها وإن تعددت فكل واحد منها متعلق بما قبله، وإن الله تعالى خاطب بها الثقلين من الإنس والجن، وعدد عليهم نعمه التي خلقها لهم، فكلما ذكر فصلًا من فصول النعم، طلب إقرارهم، واقتضاهم الشكر عليه،</p>	<p>لتعدد المتعلق</p>

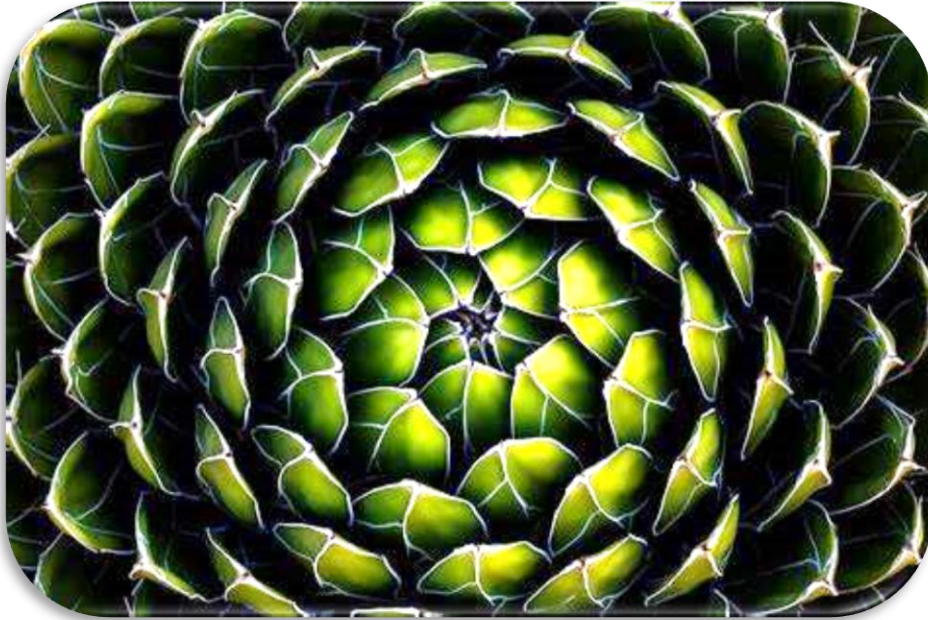
تطبيقات أسلوب التكرار البلاغي وانعكاساته على الحياة

انعكاس الأسلوب البلاغي	
شواهد في الطبيعة من حولنا	1 خلق الأكوان
في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي	2 علم آدم الأسماء
على أسلوب التعلم ومناهج التعليم	3 أنزل القرآن
على أساليب التعبير الفني	
على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية	

انعكاس الأسلوب البلاغي	
شواهد في الطبيعة من حولنا	1 خلق الأكوان



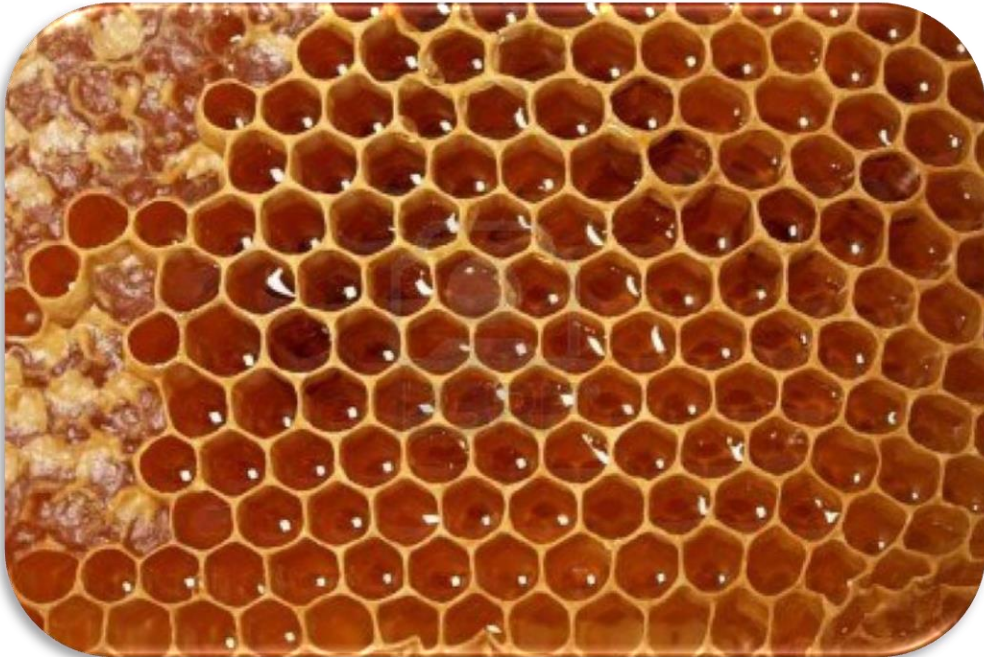
صورة (1) تكرار التموجات الرملية



صورة (2) تتابع اصطفاف أوراق الغلة الزراعية



صورة (3) اصطفاف وريقات أسعف النباتات



صورة (4) نظم التكرار السداسي الأشكال في بيوت النحل



صورة (5) تكرار اصطفاف جذوع الأشجار



صورة (6) أسلوب تكرار بما يعزز لهوية الحيوان

انعكاس الأسلوب البلاغي	 البرمجة الدماغية عبر
في غرس القيم عبر الإثراء اللفظي	2
على أسلوب التعلم ومناهج التعليم	علم آدم الأسماء

أ: الإثراء اللفظي، ومناهج التعليم
طالع "قصة جدتي والحواس الخمس" كمثال للأطفال عبر الرابط التالي
<https://wp.me/p3WskZ-bRH>

انعكاس الأسلوب البلاغي	 البرمجة الدماغية عبر
على أساليب التعبير الفني	3
على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية	أنزل القرآن

1- التكرار وأساليب التعبير الفنية

أ- التصوير الفوتوغرافي



صورة (7) تكرار عبر حراك جموع الطيور



صورة (8) في التعبير عن التفرد

ب-التكرار في العمارة



صورة (9) في هندسة المباني



صورة (10) هندسة ديكور المباني

ج- في الإعلان التجاري



صورة (11) التعبير عن مدى التركيز عبر أسلوب التكرار

2- التكرار عبر الأنشطة الاجتماعية

الأنشطة الاجتماعية والترفيهية:

- أ- في الألعاب الرياضية مثلا نلاحظ دوري كرة القدم الذي تتكرر فيه اللعبة بخروج المغلوب لحين يتم الإعلان عن الفريق الفائز.
- ب- عبر تكرار نمط الحياة الاجتماعي وفق ثقافة كل شعب بشكل يومي.

- ت- في ممارسة العبادة حين يتكرر التواصل مع الله عبر الصلوات الخمس بشكل يومي، ويتكرر اللجوء إلى الله مع الدعاء، أو مع كل عائق يصادف الإنسان مع كل لحظة.
- ث- التكرار الذي يزاوله الإنسان في صلة أرحامه.

الالتفات

الأساليب البلاغية



تعريف الالتفات: اتفاق أصحاب المعاجم على أن معنى الالتفات اللغوي هو التحول أو الصرف من جهة إلى أخرى.

واختلفت مسميات الالتفات عند المتقدمين من أهل اللغة، فكان منهم من أطلق عليه لفظ (الالتفات) وهو الاصمعي، ومنهم بلفظ (الترك والتحويل) ومنهم (الانتقال)، ومنهم (محاسن الكلام)، ومنهم (التلوين)، ومنهم (العدول)، وللافتات أقسام كثيرة تعسر على كثير من العلماء حصر هذه الأقسام.

وللافتات أسباب كثيرة منها اللفظي ومنها المعنوي، ويتم ذلك عبر أسباب عامة في مثل الانتقال من أسلوب إلى آخر لما في ذلك من تنشيط السامع، وتسهيلاً للوزن والقافية، وغير ذلك، وأسباب خاصة وهي تختلف باختلاف محاله، ومواقع الكلام فيه على ما يقصد المتكلم، أو التنبيه، ومنها المبالغة، وقصد التوبيخ وغيرها.

أنواع الالتفات (1)	الآية	البيان
التفات الزمن	في هذا النوع من الالتفات ينتقل الحديث بصورة مفاجئة وغير مألوفة بين الماضي والمضارع، أو العكس، وكذلك بينهما وبين الزمن الحاضر في مثل ما جاء في سورة فاطر.	<p>- ﴿وَاللَّهُ الَّذِي أَرْسَلَ الرِّيحَ فَتُثِيرُ سَحَابًا فُسَقِنَاهُ إِلَى بَلَدٍ مَيِّتٍ فَأَحْيَيْنَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا كَذَلِكَ النُّشُورُ﴾ (9)</p> <p>انتقل من الماضي إلى المضارع، ثم من المضارع إلى الماضي</p> <p>- ﴿يُولِجُ اللَّيْلَ فِي النَّهَارِ وَيُولِجُ النَّهَارَ فِي اللَّيْلِ وَسَخَّرَ الشَّمْسَ وَالْقَمَرَ﴾ (13)</p> <p>انتقل من المضارع إلى الماضي</p>

<p>- ﴿إِنَّمَا تُنذِرُ الَّذِينَ يَخْشَوْنَ رَبَّهُم بِالْغَيْبِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ﴾ (18)</p> <p>انتقل من المضارع إلى الماضي</p>		
<p>﴿وَاللَّهُ الَّذِي أَرْسَلَ الرِّيحَ فَتُثِيرُ سَحَابًا فَسُقْنَاهُ إِلَىٰ بَلَدٍ مَّيِّتٍ فَأَحْيَيْنَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا كَذَٰلِكَ النُّشُورُ﴾ (9)</p> <p>انتقل من المفرد الغائب "أرسل" هو، إلى جمع المتكلمين "سقناه" نحن.</p> <p>﴿أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجْنَا بِهِ ثَمَرَاتٍ مُّخْتَلِفًا أَلْوَانُهَا﴾ (27)</p> <p>انتقل من المفرد الغائب "أنزل" هو، إلى جمع المتكلمين "أخرجنا" نحن.</p> <p>﴿جَنَّاتٍ عَدْنٍ يَدْخُلُونَهَا يُحَلَّوْنَ فِيهَا مِنْ أَسَاوِرَ مِنْ ذَهَبٍ وَلُؤْلُؤًا وَلِبَاسُهُمْ فِيهَا حَرِيرٌ﴾ (33)</p> <p>انتقل من المبني للمعلوم "يدخلونها" إلى المبني للمجهول "يحلون".</p> <p>﴿وَهُمْ يَصْطَرِّخُونَ فِيهَا رَبِّنَا أَخْرَجْنَا نَعْمَلْ صَالِحًا غَيْرَ الَّذِي كُنَّا نَعْمَلْ أَوَلَمْ نُعَمِّرْكُم مَّا يَتَذَكَّرُ فِيهِ مَن تَذَكَّرَ﴾ (37)</p>	<p>التفات الخطاب</p> <p>في التفات الخطاب ينتقل الحديث بين صيغ المتكلم المتكلمين، والمخاطب المخاطبين، والغائب والغائبين، رغم أن المتحدث أو المتحدث عنه هو نفسه لم يتغير، أو ربما انتقل الحديث فجأة، ودون تمهيد، بين متكلم وآخر، أو بين المبني للمجهول والمبني للمعلوم، أو غير ذلك مما يدخل في هذا الباب أو هو قريب منه، وفي سورة فاطر ما لا يقل عن خمس حالات من هذا النوع، نجدها في الآيات التالية:</p>	

<p>انتقل الحديث، بدون تمهيد، من لسان أهل النار "ربنا أخرجنا" إلى الله تعالى "أولم نعمركم".</p> <p>﴿قُلْ أَرَأَيْتُمْ شُرَكَاءَكُمُ الَّذِينَ تَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ أُرُونِي مَاذَا خَلَقُوا مِنَ الْأَرْضِ أَمْ لَهُمْ شِرْكٌ فِي السَّمَوَاتِ أَمْ آتَيْنَاهُمْ كِتَابًا﴾ (40)</p> <p>انتقل من صيغة الأمر الصادر من المفرد المتكلم "أروني" أنا، ويمكن أن يعود على الرسول – صلى الله عليه وسلم – أو على الله تعالى، إلى صيغة الإخبار الصادر عن جمع المتكلمين "آتيناهم" نحن، والعائد عليه تعالى.</p>		
<p>﴿أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجْنَا بِهِ ثَمَرَاتٍ مُخْتَلِفًا (مختلفة) أَلْوْنُهَا وَمِنْ الْأَجْبَالِ جُدَدٌ بَيضٌ وَحُمْرٌ مُخْتَلِفٌ (مختلفة) أَلْوْنُهَا وَغَرَابِيبُ سُودٌ﴾ (27)</p> <p>﴿وَمِنَ النَّاسِ وَالْدَّوَابِّ وَالْأَنْعَامِ مُخْتَلِفٌ (مختلفة) أَلْوْنُهُ (ألوانها) كَذَلِكَ إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ غَفُورٌ﴾ (28)</p>	<p>في سورة (فاطر) أربع حالات اجتمعت كلها في آيتين متتاليتين، وهي قوله تعالى:</p>	<p>التفات الجنس</p>

تشغيل الأسلوب البلاغي وانعكاساته على الحياة

انعكاس الأسلوب البلاغي	 البرمجة الدماغية عبر
شواهد في الطبيعة من حولنا	1 خلق الأكوان
في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي	2 علم آدم الأسماء
على أسلوب التعلم ومناهج التعليم	3 أنزل القرآن
على أساليب التعبير الفني	
على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية	

انعكاس الأسلوب البلاغي	 البرمجة الدماغية عبر
شواهد في الطبيعة من حولنا	1 خلق الأكوان

الالتفات في الطبيعة من حولنا

نلاحظ مظاهر الالتفات في الطبيعة من حولنا بما يبهـر لتتأمل الآلاء والمنن عبر ما خلق فتدرك عظمة ما خلق، ما بين صفاء سماء وتلبـد بالغيوم، وما بين انبساط في الأرض وارتفاع بهضاب وجبال، وما بين درب مستقيم وآخر ملتو.



صورة (12) التواء الطريق التفات



صورة (13) التفات فيما بين اللونين الأخضر والبني

انعكاس الأسلوب البلاغي



البرمجة الدماغية

عبر

2

علم آدم
الأسماء

في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي

على أسلوب التعلم ومناهج التعليم

1- مسار الالتفات في الألفاظ لغرس القيم عبر تأمل :

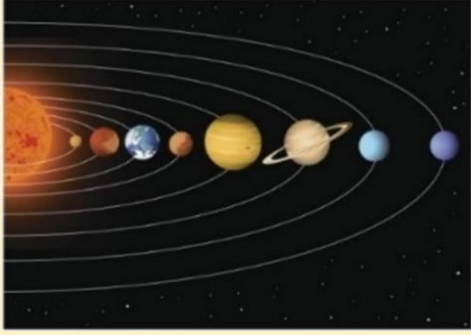
تأملت.. أن لو قرر (كوكب) من الكواكب السيارة أن يقف عن الدوران، فما مصير كوكبنا الأرضي، ذلك ان علمت أن كافة الكواكب تنتظم في حركة دورانها عبر

قوتين اثنتين، قوة جذب أرضية مركزية وقوة طرد طاردة للكوكب خارجية، قوتان تجعل الكوكب يسير باتزان ووفق مسار لا يحيد، وكذلك حين يقرر (الترس) في محرك المركبة لديك أن يقف عن الدوران، فبلا شك ستتعطل المركبة لديك أو ربما لن تؤدي الأداء الذي اعتدت عليه، ذلك السعي مطلوب من كل الكائنات والمخلوقات من حولنا، وكذلك الانسان حيال السعي، وفي ﴿وَأَن لَّيْسَ لِلْإِنسَانِ إِلَّا مَا سَعَى﴾، حثٌ للإنسان بأن يستمر في الحراك، ليس بدافع قطف ثمرة فحسب، بل بالسعي بادئ ذي بدئ، فادراك ثمرة الأجر عند الله تبدأ بالسعي ، كي تستمر الحياة في حراكها، وطالما الجميع في حراك يسعي، فالله هو من يعرف كيف سيضع مخزون السعي ومتى، عبر آله الكبرى في الكون الذي يدير وعليه (فتحرك ولا تقف وامض ولا تلتفت).

2- الالتفات لغرس القيم عبر مناهج التعليم

جاء في ممارسة قيمة الانتماء وفق ما استعرض في كتاب الشبكة الدولية للقيم:

القيمة	النموذج
الانتماء	<p>الإنسان ينتمي للأسرة التي ولد فيها والوطن الذي عاش فيه والمجتمع الذي ترعرع داخله.</p> 
الشكل	<p>هذا بحكم الالتفات عن الجنس الذي كان فيه مع من ينتمي إليه</p> 

<p>القمر الذي يدور بشكل مخالف عن باقي الأقمار هو نوع من التفات في المجرى</p>	<p>المجرى</p>  <p>*الأرض تنتمي للمجموعة الشمسية</p> <p>كل مخلوق في هذا الكون له انتماء إما زماني أو مكاني</p>	
<p>الحيوان ينتمي لفصيلته التي ينحدر عنها والنبات ينتمي لفصيلته التي ينحدر عنها</p>	<p>الانتماء ضد الالتفات</p>  <p>*والحيوان ينتمي لفصيلته التي ينحدر منها</p>  <p>*والنبات ينتمي لسلالته التي نبت منها</p>	

<p>انعكاس الأسلوب البلاغي</p>	 <p>البرمجة الدماغية عبر</p>
<p>على أساليب التعبير الفني</p>	<p>3</p>
<p>على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية</p>	<p>أنزل القرآن</p>

1- مسار الالتفات عبر أساليب التعبير الفنية

أ- في التصوير الفوتوغرافي



صورة (14) التفات لوني



صورة (15) التفات لوني

ب- التفات في التعبير



صورة (16) التفات عبر مسار غير تقليدي في التصميم



صورة (17)

ما يلي تعبيرين من الالتفات عبر ممازجة للتعبير الإنسانية بالتعبير الطبيعية



صورة (18)



صورة (19)

ج- في الإعلان التجاري



صورة (20) التفات عبر دعوة للتبرع بالملابس للمحتاجين عوضا عن التخزين فيصيبها العث



صورة (21) التفات نحو اختزال مدة الإنجاز مقارنة بالأساليب التقليدية



صورة (22) التفات عبر دخول الصورة في مساحة المقال المكتوب

2- الالتفات عبر الأنشطة المجتمعية والابتكارات المجتمعية

حين يكون الابتكار المجتمعي في استغلال القيم ليس عبر درس أو خطبة أو كتاب وإنما عبر متحف يستعرض قصصا ومقتنيات الحضارات السابقة ليتم عرضها بشكل مشوق عبر أفلام قصيرة، وعروض ثلاثية الابعاد افتراضية.



صورة (23) معرض ألف اختراع واختراع التفتات في العرض

الاستعارة

الأساليب البلاغية



تعريف: إن الاستعارة في الأصل أخذ الشيء من ماله غرية لاستعماله مدة ثم إعادته إليه، وفي اصطلاح أهل البلاغة: استعمال اللفظ في غير معناه الأصلي لمشابهة بينهما، وهي من أنواع المجاز، وهو أسلوب من أساليب اللغة العربية. وبما أن القرآن الكريم نزل بلسان عربي مبين فإن أسلوب الاستعارة موجود فيه بكثرة، ومن أمثلة ذلك قول الله عز وجل: (خَتَمَ اللَّهُ عَلَى قُلُوبِهِمْ وَعَلَى سَمْعِهِمْ وَعَلَى أَبْصَارِهِمْ غِشَاوَةً وَلَهُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ) {البقرة: 7}، فكأن هؤلاء الكفار من

شدة الكفر والإعراض عن الحق ورفضه جعل على قلوبهم ختم وغطاء بحيث لا يصل إليها الحق والإيمان.

وكما في قوله تعالى: (فَوَجَدَا فِيهَا جِدَارًا يُرِيدُ أَنْ يَنْقَضَ) {الكهف:77}، فإنه شبه ميل الجدار للسقوط بالإرادة التي هي من صفات العقلاء، فاستعار لفظ الإرادة الذي هو من صفات العقلاء للجدار الذي هو جماد لا إرادة له للمشابهة بين الميلان للسقوط وبين من يريد ذلك من العقلاء.

وكما في قوله تعالى: (وَالصُّبْحُ إِذَا تَنَفَّسَ) {التكوير:18}، فكأن نسيم الصباح وضوؤه المنتشر نفساً يبعث الحياة في الكون من جديد، فالنفس بالنسبة للصباح استعارة.

الاستعارة هي تشبيهٌ حُذِفَ أَحَدُ طَرَفَيْهِ، ولها نوعان:

النوع	الآية
الاستعارة التصريحية:	وهي التي يُصرَّح فيها بالمشبه به
2	قال تعالى: "أولئك الذين اشتروا الضلالة بالهدى والعذاب بالمغفرة" البقرة 175، الاستعارة هنا تصريحية فقد حُذِفَ المشبه وهو: الكُفر، وصرَّح بالمشبه به وهو الضلالة، فقد شَبَّه سبحانه وتعالى الكُفر بالضللال والضياع. ولدينا استعارة تصريحية أخرى في نفس الآية، فقد حُذِفَ المشبه وهو الإيمان، وصرَّح بالمشبه به وهو الهدى؛ فقد شَبَّه سبحانه وتعالى الإيمان بالهدى ومعرفة صواب الطريق.
الاستعارة المكنية:	وهي التي يُحذف فيها المشبه به، مع بقاء شيءٍ من لوازمه يدلّ عليه.

1	"رَبِّ إِنِّي وَهَنَ الْعَظِيمُ مِنِّي واشتعلَّ الرأسُ شيباً" مريم 4، الاستعارة هنا مكنية، فقد صرَّح بالمشبه وهو الشيب، وحذف المتشبه به وهو النار، وترك شيئاً من لوازمه وهو الاشتعال، فقد شبه تعالى الشيب في الرأس بالنار في سرعة الانتشار.
---	--

الاستعارة التمثيلية في القرآن الكريم (14):

استعارة تمثيلية	
النحل -76	﴿وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا رَّجُلَيْنِ أَحَدُهُمَا أَبْكَمُ لَا يَقْدِرُ عَلَى شَيْءٍ وَهُوَ كَلٌّ عَلَى مَوْلَاهُ أَيْنَمَا يُوَجِّههُ لَا يَأْتِ بِخَيْرٍ هَلْ يَسْتَوِي هُوَ وَمَنْ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَهُوَ عَلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ﴾

تشغيل الأسلوب البلاغي وانعكاساته على الحياة

انعكاس الأسلوب البلاغي	
	 البرمجة الدماغية عبر
شواهد في الطبيعة من حولنا	1 خلق الأكوان
في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي	2 علم آدم الأسماء
على أسلوب التعلم ومناهج التعليم	3 أنزل القرآن
على أساليب التعبير الفني	
على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية	

انعكاس الأسلوب البلاغي



البرمجة الدماغية
عبر

1

خلق الأكوان

شواهد في الطبيعة من حولنا

الاستعارة في الطبيعة من حولنا.

الموضوع: مركز الارتكاز



صورة (24) تنوع مراكز الارتكاز

القيمة محل الغرس: تعرف على مركز الارتكاز مع كل قضية أو معضلة تواجهك، ومنها انطلق في التعرف على مساحة للحل معها، فالمعضلات من حولنا والعوائق، إنما توجهنا نحو حياة أفضل، فلا تضجر، فثمة علاقة فيما بين الارتكاز وما يمكن الاستفادة منه كعنصر مع تطبيقات الحياة.

ما العلاقة فيما بين نقطة الارتكاز ودائرة التشابه؟

دائرة التشابه: حيث تتقاطع فيها المتشابهات والصفات، فهو محضن غني من الاستعارات.

نقطة الارتكاز: نقطة الاتزان للعنصر الواحد وربما يشترك مع عناصر أخرى لإحداث التوازن، فالتشابه مع الاتزان الذي تعززه نقطة الارتكاز يعززان للإنجاز. وتباين وضع مركز الارتكاز فيما بين العناصر على تغير أشكاله يعزز للقيم التالية:

- 1- أنه (ممكن) فقط يحتاج للبحث فهو "موجود".

- 2- الذكاء في الإنجاز يختزل (الزمان) وله قدرة في التعامل مع (الحجم) حال كان كبيراً.

- 3- الاستمتاع ممكن أن يتم بالقليل من الموارد.

- 4- بحث على تشغيل العقل والحواس وتنشيط الملاحظة.

في التشبيه:

الانكسار: رسالة أرضية عما يحدث في الفضاء، فليس كل ما تشاهده عبر النظر تُسلم به، (فارجاع البصر).



صورة (25) الانكسار نوع من أنواع الالتفات

انعكاس الأسلوب البلاغي



البرمجة الدماغية
عبر

2

علم آدم
الأسماء

في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي

على أسلوب التعلم ومناهج التعليم

1- مسار الاستعارة عبر الألفاظ في غرس القيم

استعارة الهزة الأرضية للتعبير عما تعرض إليه العربي حين استمع لآيات القرآن، إذ يذكر د. أحد ساعي في كتابه "المعجزة":

" يتوضح لنا الفارق الحقيقي بين اللفظين حين نسلط أضواءنا على الخصائص اللغوية للفاتحة، محاولين اكتشاف طبيعة الانعطافة اللغوية الشديدة التي أحدثها الوحي الإلهي في قاموس الإنسان العربي الأول، وذلك باستحضارنا لأذنه وذاكرته الجاهلية، واستبعاد آذاننا المعاصرة وذواكرنا القرآنية التي رضعت من المهد آيات الكتاب الكريم – حينذاك قد نستطيع تسجيل مقياس الهزة التي أحدثت في أعماق العرب الأوائل ما أحدثت، وجعلت أكثرهم يعتنقون هذا الدين لمجرد سماعهم لغة كتابة لا أكثر".

فاستعار الكاتب مقياس رختر للتعبير عن الهزة التي تعرض اليها العربي لحظة سماعه القرآن.

وفي فقرة تالية يذكر د. أحد ساعي، عبر عنوان الحجم الحقيقي للإعجاز التجديدي:
" وأعترف بأنني لم أكن أدرك نوعية التحدي ساعة تصديت للإجابة عن هذا السؤال وقررت أن أدخل لغة القرآن إلى مخبري اللغوي وأضع نسيجها تحت المجهر".

فاستعار الكاتب المجهر للتعبير عن الأعماق التي سيلج إليها في بحثه اللغوي، واستعار النسيج ككلمة للتعبير عن دقة وتشبك ما سوف يختبره ليدرك أبعاده.

2- تطويعها لغرس القيم عبر مناهج التعليم

ما يلي مجموعة من الفيديوهات وقد اعتمدت أسلوب الاستعارة عبر العديد من المواد الدراسية، حيث يمكن مطالعتها عبر الرابط التالي:

<https://www.youtube.com/channel/UCLtkUbpzNCeF5NEbduVYuiA/videos>

كما استعرضنا عبر منهج العلوم وتحت عنوان "تكيف الحيوان" موضوع "التكيف" حيث التكيف يبلغ مداه حين نجد الحرباء في شكلها أضحى بلون وشكل ورقة الشجر، والدب ذو الفراء الأسود أضحى فراؤه بلون أبيض، والفراشة تلونت أجنحتها بلون الخشب كي تتخفى عن الأعداء، فسنة الحياة توجهنا لأن نتكيف وفق ما أجبرنا عليه من مناخ، أو ظرف مؤقت، ولكن هل هذا يعني الاستسلام للظرف المحيط؟ بالطبع لا، فلو كنا قد استسلمنا لما أضحت لدينا ملابس صيفية وأخرى شتوية، ولما طورنا في صناعة النسيج ولا أدواتها كي تلبي حاجة الستر، لستة مليار إنسان على الأرض.



صورة (26)

<h2>انعكاس الأسلوب البلاغي</h2>		
<p>على أساليب التعبير الفني</p>		<p>البرمجة الدماغية عبر</p>
<p>على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية</p>		<p>3 أنزل القرآن</p>

1- مسار الاستعارة عبر أساليب التعبير الفنية

أ- الإعلان التجاري



صورة (27) استعارة حجر النرد لبيان حجم المغامرة حين لا تستخدم معجون الأسنان



صورة (28) استعارة أسلوب تطريز الأقمشة، وتشبيهه بالطريق المعبد، لبيان مدى الاهتمام الذي أولته العلامة التجارية في النسخة الجديدة للسيارة



صورة (29) استعارة أحد معدات الإطفاء للإشارة لدرجة حرارة المنتج



صورة (30) استعارة القنبلة اليدوية للإشارة لدرجة تأثير المنتج على حاسة المذاق

2- الاستعارة والتشبيه في الأنشطة المجتمعية والابتكارات المجتمعية

أين الله؟

النشاط الاجتماعي هو ما يكون عبر تواصلك مع الغير، فلعل نشاطك يكون عبر دعوة عامة لمن يرغب بالتعرف على الله، فتحشد أدواتك من تلسكوب، ومجهر، ومنظار ومع اختيار موقع عام يسهل الوصول إليه.



صورة (31) فالذي نراه في الفضاء تتعدد فيه الانكسارات الضوئية

فتختلف المواقع وأيضا الأزمان، فنحن نطالع في غالب الأحيان التاريخ وليس النجم في لحظته الآن.



صورة (32) التشبيه عبر الانكسار الذي يتعرض اليه العود في الكوب

كما الأشعة التي تمكنت من خرق الزجاج لترينا ما خلفه، فهي ترينا ما وراء الجسد الذي بداخلنا.



صورة (33) التشبيه عبر اختراق أشعة أكس للجسم

إذاً هناك أشياء يصعب أن نراها من حولنا في فضاء الأرض والكون.



صورة (34) التشبيه بطيف الشمس

دليل ذلك طيف الشمس الذي لا يمكن رؤيته بالعين المجردة الا بعد هطول مطر، فلا يمكن اعتماد العين في رؤية الله تعالى خالق الكون، إلا يوم أن نلقاه ليعززنا بقدرات غير التي نمتلكها الآن.



الأساليب البلاغية



تعريفه: هو استعمال الكلمة في غير معناها الحقيقي لعلاقة غير المشابهة مع قرينة مانعة من إرادة المعنى الحقيقي؛ مثل: ﴿إِنِّي أَرَانِي أَعْصِرُ خَمْرًا﴾ يوسف: 36، والخمر لا تُعَصَّر؛ لأنها سائل، وإنما يُعَصَّر العنب الذي يتحول إلى خمر، فإطلاق الخمر وإرادة العنب مجاز مرسل علاقته اعتباره ما سيكون.

هينته	الآية المثل
السببية	رعت الماشية الغيث. أي النبات؛ لأن الغيث لا يُرعى، لكنه سبب ظهور النبات، فعبر بالسبب (الغيث)، وأريد المُسبب (النبات).
المسببية	:﴿ وَيُنَزِّلُ لَكُمْ مِنَ السَّمَاءِ ﴾ غافر: 13؛ أي: مطرًا يسبب الرزق، فعبر بالمسبب (رزقًا)، وأريد السبب (المطر).
الكلية	:﴿ جَعَلُوا أَصَابِعَهُمْ فِي آذَانِهِمْ ﴾ نوح: 7؛ أي: رؤوس أصابعهم وهي الأنامل، فأطلق الكل وأريد الجزء.
الجزئية	:﴿ فَتَحْرِيرَ رَقَبَةٍ مُؤْمِنَةٍ ﴾ فكلمة (رقبة) جزء من الإنسان، وهو مجاز مرسل علاقته الجزئية.
المحلية	:﴿ وَاسْأَلِ الْقَرْيَةَ ﴾ يوسف: 82؛ أي: أهل القرية، فذكر المحل وأريد الحال؛ أي: الساكن.
اعتبار ما كان	:﴿ وَآتُوا الْيَتَامَىٰ أَمْوَالَهُمْ ﴾ النساء: 2؛ أي: الذين كانوا يتامى ثم بلغوا.
اعتبار ما سيكون	:﴿ وَلَا يَلِدُوا إِلَّا فَاجِرًا كَفَّارًا ﴾ نوح: 27، والمولود حين يولد لا يكون فاجرًا كفارًا؛ أي: سيكونون كفارًا كأبائهم وأجدادهم.
الآلية	:﴿ وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ ﴾ إبراهيم: 4؛ حيث عبر باللسان عن اللغة لأنه آلتها.

فائدة المجاز البلاغية:

- 1- الإيجاز والاختصار في الكلام.
- 2- المبالغة البديعة في الكلام وقوة تأثيره.
- 3- التنوع والأساليب وابتكار المعاني.

تشغيل الأسلوب البلاغي وانعكاساته على الحياة

انعكاس الأسلوب البلاغي		 البرمجة الدماغية عبر
شواهد في الطبيعة من حولنا	1	خلق الأكوان
في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي	2	علم آدم الأسماء
على أسلوب التعلم ومناهج التعليم	3	أنزل القرآن
على أساليب التعبير الفني		
على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية		

انعكاس الأسلوب البلاغي		 البرمجة الدماغية عبر
شواهد في الطبيعة من حولنا	1	خلق الأكوان



صورة (35) المجاز عبر ما تتعرض إليه الفراشة من تحولات

<h2>انعكاس الأسلوب البلاغي</h2>	 <p>البرمجة الدماغية عبر</p>
<p>في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي</p> <p>على أسلوب التعلم ومناهج التعليم</p>	<p>2</p> <p>علم آدم الأسماء</p>

1- المجاز في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي

المجاز في إدراك العلاقة الجامعة والمجازية فيما بين استخدام مصطلح (تمنون) بالمفردات: (الحرث)، (الزرع)، (الماء)، (مواقع النجوم).

(أَفَرَأَيْتُمْ مَا تُمْنُونَ (58) ءَأَنْتُمْ تَخْلُقُونَهُ أَمْ نَحْنُ الْخَالِقُونَ (59) نَحْنُ قَدَرْنَا بَيْنَكُمْ الْمَوْتَ وَمَا نَحْنُ بِمَسْبُوقِينَ (60) عَلَى أَنْ نُبَدِّلَ أَمْثَلَكُمْ وَنُنشِئَكُمْ فِي مَا لَا تَعْلَمُونَ (61) وَلَقَدْ عَلِمْتُمُ النَّشْأَةَ الْأُولَىٰ فَلَوْلَا تَذَكَّرُونَ (62) أَفَرَأَيْتُمْ مَا تَحْرُثُونَ (63) ءَأَنْتُمْ تَزْرَعُونَهُ أَمْ نَحْنُ الزَّارِعُونَ (64) لَوْ نَشَاءُ لَجَعَلْنَاهُ حُطَامًا فَظَلَّتُمْ تَفْكُهُونَ (65) إِنَّا لَمُعْرِضُونَ (66) بَلْ نَحْنُ مَحْرُومُونَ (67) أَفَرَأَيْتُمُ الْمَاءَ الَّذِي تَشْرَبُونَ (68) ءَأَنْتُمْ أَنْزَلْتُمُوهُ مِنَ الْمُزْنِ أَمْ نَحْنُ الْمُنْزِلُونَ (69) لَوْ نَشَاءُ جَعَلْنَاهُ أُجَاجًا فَلَوْلَا تَشْكُرُونَ (70) أَفَرَأَيْتُمُ النَّارَ الَّتِي تُورُونَ (71) ءَأَنْتُمْ أَنْشَأْتُمْ شَجَرَتَهَا أَمْ نَحْنُ الْمُنْشِئُونَ (72) نَحْنُ جَعَلْنَاهَا تَذَكُّرًا وَمَتَّعْنَا لِلْمُقْوِينَ (73) فَسَبِّحْ بِاسْمِ رَبِّكَ الْعَظِيمِ (74) ﴿٧٤﴾ فَلَا أُقْسِمُ بِمَوْعِدِ النَّجُومِ (75) وَإِنَّهُ لَقَسَمٌ لَّوْ تَعْلَمُونَ عَظِيمٌ (76) إِنَّهُ لَقُرْءَانٌ كَرِيمٌ (77))

2- تطويع أسلوب المجاز لغرس القيم عبر مناهج التعليم

التريث في الحكم على الظاهرة المجتمعية أو الحدث الذي نعاينه ومثالنا التالي مع مادة الفيزياء:

الموضوع: الشوكة الرنانة

الشوكة الرنانة وما تحدثه من موجات صوتية، يماثلها في ذلك مسار حراك أعاصير المحيطات، والشكل الذي تتخذه القواقع البحرية.



صورة (36)

القيمة محل الغرس: ذلك إن لك ظاهرة وإن توحدت في أشكالها غير إن مسبباتها تختلف.

انعكاس الأسلوب البلاغي		
على أساليب التعبير الفني		البرمجة الدماغية عبر
على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية		3 أنزل القرآن

1- المجاز عبر أساليب التعبير الفنية

كيف تتم عملية التحسين والتطوير مستفيدين من التقاط الإيقاعات المنثورة في الطبيعة من حولنا، ومفعلين أدوات التجريد والربط، في نقل القيم وتحويلها إلى منتجات ومشروعات؟

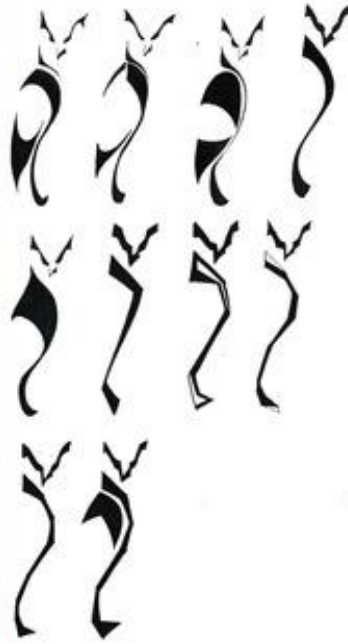
نموذج طائر البوم التالي يبسط لنا عملية التجريد والربط وفق أسلوب المجاز:



صورة (37) نأخذ على سبيل المثال طائر البوم

مراحل تحقيق ذلك تتم عبر:

- 1- تفعيل التأمل فيما خلق الله.
 - 2- التقاط ما يحقق للبدء بعملية التجريد والربط.
 - 3- اختيار "القيمة" محل التحويل.
 - 4- التجسير فيما بين "القيمة" و" ما تم التوصل إليه من تصميم مستحدث.
- ونسأل كيف يمكننا أن نستوحي من شكل طائر البوم ما يساهم في عمليات التحسين والتطوير للأجهزة.



Proud

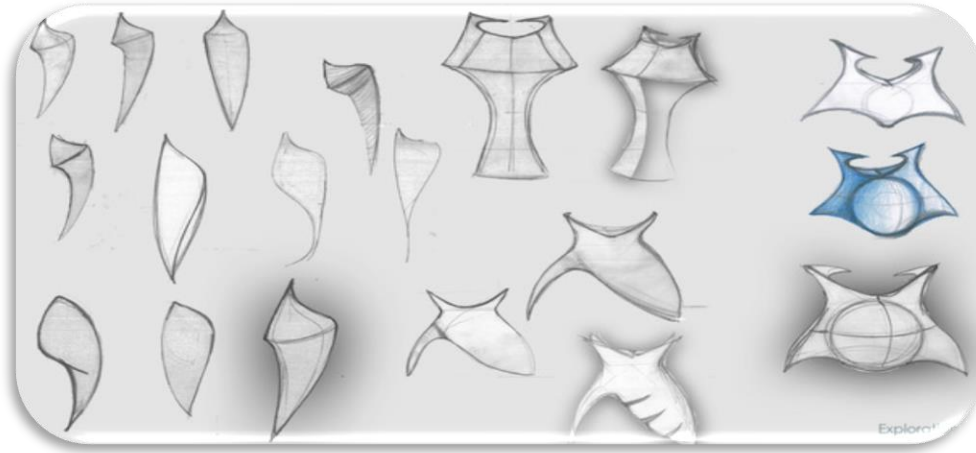
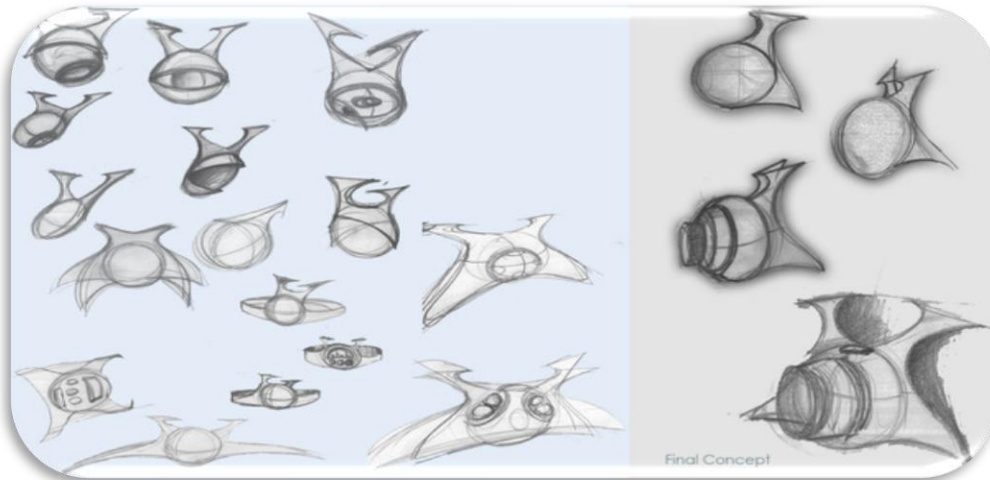


صورة (38) انتزاع رمز المجاز

ومن هذا الجزء الذي تم انتقاؤه وانتزاعه، تتم عمليات التحسين والتطوير للتوصل إلى المنتج المراد استحدثه كتصميم.



صورة (39) العنصر الذي سنعتمده مجازا للتعبير عن طائر البوم



صورة (40) مراحل التطوير في تصميم المنتج عبر مسار المجاز

وهذا ما يقوم به المصممون العالميون، وهكذا تتم عملية استعارة وتطوير التصاميم للأشياء للمنتجات عبر أساليب مجازية.

2- عبر الأنشطة المجتمعية

لعل المواقف التي صارت فيما بين الرجل الصالح وسيدنا موسى – عليه السلام – تمنحنا مسارا يبين لنا (المجاز) وذلك حين خرق الرجل الصالح السفينة، فكان الخرق وإن ظهر للناظرين في كونه عمل سيء، غير أن الحقيقة كانت تنبئ عن حفظ لها، وكذلك في إقامة الجدار وفي قتل الغلام، ما يعني أن المشهد الذي نطالعه يجب أن يقرأ عبر مسارين:

1- مسار النية (إنما الأعمال بالنيات).

2- مسار الصبر.

3- مسار الإحاطة العلمية.

ومع المجاز نحن نعلم لهذه العناصر سواء في التعبير أو في الإنجاز، فالمجاز هو استعمال الكلمة في غير معناها الحقيقي لعلاقة غير المشابهة مع قرينة مانعة من إرادة المعنى الحقيقي، وما قام به الخضر كان عبر سلوك في غير معناه الحقيقي، فكان الخرق حفظا، والقتل حياة، وإقامة الجدار تمكينا.



الطباق

الأساليب البلاغية



تعريف: يقصد بالطباق أو التقابل ذكر اللفظ وعكسه، أي الجمع بين الشيء ونقيضه، وقد يأتي على صور متعددة في الجمل، فقد يكون الطباق بين اسمين كما في قوله تعالى: (هو الأول والآخر)، وقد يأتي بذكر فعلين اثنين كما في قوله تعالى: (هو أضحك وأبكى)، وثالثهما أن يأتي بصورة حرفين، مثل: (يوم لك، ويوم عليك).

أما المقابلة فهي ذكر كلمتين أو أكثر تتوافقان في المعنى ثم الإتيان بكلمتين تقابلهما تُظهران عكس المعنى، الأمر الذي لا يقتصر على ذكر لفظة واحدة بل يتعدى ذلك

وصولا إلى كلمتين تقابلهما كلمتان، مثال ذلك: (إذا كان الكلام من فضة فالسكوت من ذهب)، كما تظهر المقابلة في قوله تعالى: (ويحل لهم الطيبات ويحرم عليهم الخبائث) الأعراف 157.

قوله تعالى: (فليضحكوا قليلا وليبكوا كثيرا) التوبة 82.

الطباق في القرآن الكريم

أمثلة (17) من الطباق في القرآن الكريم:

م	الجملة القرآنية	موضع الطباق
1	(أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ) الفتح 29	أشداء – رحماء
2	(تَعْلَمُ مَا فِي نَفْسِي وَلَا أَعْلَمُ مَا فِي نَفْسِكَ) المائدة 116	تعلم – لا أعلم
3	(الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً) البقرة 22	فراشا – بناء
4	(وَتَحْسَبُهُمْ أَيْقَاظًا وَهُمْ رُقُودٌ) الكهف 18	ايقاظ – رقود
5	(وَوَقَّلْنَاهُمْ ذَاتَ الْيَمِينِ وَذَاتَ الشِّمَالِ وَكَانَتْ بَيْنَهُمْ بِرِّيْضٌ ذِرَاعِيهِ بِالْوَصِيدِ لَوِ اطَّلَعْتَ عَلَيْهِمْ لَوَلَّيْتَ مِنْهُمْ فِرَارًا وَلَمُلِئْتَ مِنْهُمْ رُعبًا) [الكهف ١٨]	ذات اليمين – ذات الشمال
6	(وَأَنَّهُ هُوَ أَضْحَكٌ وَأَبْكِي) [النجم ٤٣]	أضحك – أبكى

وأسلوب (التقابل) في القرآن الكريم من حيث الجملة ينقسم إلى قسمين رئيسيين:

الأول: مقابلة الشيء بضده.

الثاني: مقابلة الشيء بما ليس بضده.

ومقابلة الشيء بضده، ينقسم إلى نوعين :

الأول: مقابلة في اللفظ والمعنى:

م	الجملة القرآنية	موضع الطباق
1	﴿فَلْيَضْحَكُوا قَلِيلًا وَلْيَبْكُوا كَثِيرًا جَزَاءٌ بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ﴾ التوبة: 82	قابل بين (الضحك) و(البكاء)، و(القليل) و(الكثير)
2	﴿لَكَيْلًا تَأْسَوْا عَلَىٰ مَا فَاتَكُمْ وَلَا تَفْرَحُوا بِمَا ءَاتَاكُمْ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ﴾ الحديد: 23	قابل بين (اليأس) و(الفرح)، وبين (الفوات) و(الإيتاء)
3	﴿وَأَنَّهُ هُوَ أَضْحَكَ وَأَبْكَى﴾ وَأَنَّهُ هُوَ أَمَاتَ وَأَحْيَا﴾ النجم: 43-44	قابل بين (الضحك) و(البكاء)، و(الموت) و(الحياة)
5	﴿قُلِ اللَّهُمَّ مَالِكَ الْمُلْكِ تُؤْتِي الْمُلْكَ مَن تَشَاءُ وَتَنْزِعُ الْمُلْكَ مِمَّن تَشَاءُ وَتُعِزُّ مَن تَشَاءُ وَتُذِلُّ مَن تَشَاءُ بِيَدِكَ الْخَيْرُ إِنَّكَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ﴾ آل عمران: 26	قابل بين (تؤتي) و(تنزع)، و(تعز) و(تذل)

الثاني: مقابلة في المعنى دون اللفظ:

م	الجملة القرآنية	موضع الطباق
2	﴿أَلَمْ يَرَوْا أَنَّا جَعَلْنَا اللَّيْلَ لَيْسَكُنَا فِيهِ وَالنَّهَارَ مُبْصِرًا إِنَّ فِي ذَٰلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ﴾ النمل: 86	فمقتضى (التقابل) اللفظي أن يقال: (والنهار ليصروا فيه)، بيد أن (التقابل) هنا جاء معنويًا؛ لأن معنى {مبصرًا}: {تبصرون} فيه طرق التقلب في الحاجات.
3	﴿الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً﴾ البقرة ٢٢	لما كان (البناء) رفعاً للمبنى، قوبل بـ (الفرش) الذي هو على خلاف البناء.

وأما مقابلة الشيء بما ليس بضده، فهو على ضربين :
أحدهما: ألا يكون المقابل مثلاً للمقابل به:

م	الجملة القرآنية	موضع الطباق
1	﴿مُحَمَّدٌ رَسُولُ اللَّهِ وَالَّذِينَ مَعَهُ أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ﴾ الفتح: 29	فإن الرحمة ليست ضدًا للشدة، وإنما ضد الشدة اللين، إلا أنه لما كانت الرحمة من مسببات اللين، حسُنَ التقابل بينها وبين الشدة.
2	﴿إِنْ تُصِيبَكَ حَسَنَةٌ تَسُؤْهُمْ وَإِنْ تُصِيبَكَ مُصِيبَةٌ يَقُولُوا قَدْ أَخَذْنَا أَمْرَنَا مِنْ قَبْلُ وَيَتَوَلَّوْا وَهُمْ فَرِحُونَ﴾ التوبة ٥٠	قوله عز وجل فإن المصيبة سيئة؛ لأن كل مصيبة سيئة، وليس كل سيئة مصيبة، فـ (التقابل) وهنا من جهة العام والخاص .

كيف كانت الأساليب البلاغية ماثلة أيضا في مجالات العلوم

في الأدب: يستخدم الكتاب التناقضات لإضافة طبقات إلى شخصيات القصص.

في علم النفس: يدرس العلماء تناقضات الشخصية وكيف يمكن أن تسهم في تشكيل سلوكيات الفرد.

في علم الاجتماع: التناقضات تعبير أساسي في التفاعلات والديناميات الاجتماعية، ومنها ما توجهه المجتمعات في مجال المساواة بين الجنسين.

في السياسة: حين يكون التناقض ما بين الحاجة إلى الأمان والاستقرار على مستوى:

- أ- الدولة وبين حقوق الفرد عبر الحريات الفردية، فالسعي في تحقيق الأمان قد يتطلب إجراءات أمنية تتعارض مع خصوصيات الأفراد.
 - ب- الرغبة في تحقيق التنمية الاقتصادية مقابل المحافظة على البيئة، فقد تتطلب التنمية تنازلات بيئية مثل استخدام مصادر الطبيعة بكميات كبيرة.
 - ت- في العلاقات الدولية قد يكون ثمة تناقضات فيما بين الرغبة في تحقيق تعاون دولي وبين الحاجة إلى حماية المصالح الوطنية، مثل التجارة، أو التغير المناخي وفي نفس الوقت المحافظة على سيادة الدولة.
 - ث- حق المواطن في التعبير وبين ضرورة منع التحريض على الكراهية والعنف.
- في الاقتصاد: التناقض فيما بين تحقيق الرقي في معيشة المواطنين وبين التوازن الاقتصادي، وهو ما قد يكون على حساب الخدمات الاجتماعية وهو ما قد يؤدي أيضا إلى التضخم.

في الصحة:

يتم تطعيم الأجساد السليمة بالفيروس المسبب للمرض لتقوية مناعتها.

في الصناعة:

- أ- سرعة القطارات تعارضها نسب الاحتكاك بالقضبان.
- ب- دوران تروس المكينات ناجم عن تعارض القوى المغناطيسية في الدينامو المحرك لها.

في الأطعمة: النظام الغذائي

- ب- في اتباع نظام غذائي صحي بسعرات حرارية منزوعة اللذة، وبين تناول أطعمة لذيذة غنية بالسعرات الحرارية.
- ت- الكاكاو الداكن مفيد صحيا في حين يحتوي على نسبة عالية من السكر.

في قوانين الطبيعة:

- 1- قانون نيوتن، لكل فعل هناك ردة فعل متساوي له في المقدار ومعاكس له في الاتجاه.
- 2- جاذبية الأرض تقابلها قوة طرد مركزية ناجمة عن الدوران.
- 3- ظاهرة الليل والنهار.
- 4- الشحنات السالبة والموجبة في تشكل السحب.

تشغيل الأسلوب البلاغي وانعكاساته على الحياة

انعكاس الأسلوب البلاغي		 البرمجة الدماغية عبر
شواهد في الطبيعة من حولنا	1	خلق الأكوان
في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي	2	علم آدم الأسماء
على أسلوب التعلم ومناهج التعليم	3	أنزل القرآن
على أساليب التعبير الفني		
على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية		

انعكاس الأسلوب البلاغي



البرمجة الدماغية
عبر

1

خلق الأكوان

شواهد في الطبيعة من حولنا



صورة (41) في الحيوان طباق اللونين الأبيض والأسود



صورة (42) الطباق فيما بين الداكن والبهى

انعكاس الأسلوب البلاغي



البرمجة الدماغية
عبر

في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي

على أسلوب التعلم ومناهج التعليم

2

علم آدم
الأسماء

1- مسار الطباق في الألفاظ في غرس القيم.

القيمة	الطباق	النموذج
تعاون	تكامل- التفاضل	نعزز لقيم التعاون، والتناصر، والتكامل، وهو ما نجده في عمليات الجمع لا الطرح، وعمليات الضرب لا القسمة، ودوال التكامل لا التفاضل.

2-الطباق في غرس القيم عبر المناهج التعليم

فعبر مناهج التعليم لعل المعلم في تناوله للمادة الدراسية، سواء كانت مادة أدبية أو علمية أن يضمّن ما يتناوله ألفاظا عبر أسلوب "الطباق" وما يلي أمثلة:

نموذج	القيمة	تعليق
النحلة	الاجتهاد	يتعرض من يريد العسل للسع النحل ليتمكن من حيازة العسل
الدواء	الاستشفاء ببذل السبب	نتجرع الدواء المر من أجل صحة أوفر
الفيروس المعدي	تحويل الأزمة لإنجاز	يتم تطعيم الجسد بالفيروس المعدي من أجل مقاومة المرض
قطبي المغنطيس	تذليل المتعارض	يتم زيادة سرعات القاطرات الثقيلة عبر وسائد كهرومغناطيسية
الكدح يتبعه العصر	السعي - نبذ الكسل	بذل الجهد والكدح مطلب لحصد الثمر والراحة

<h2>انعكاس الأسلوب البلاغي</h2>		
<h3>على أساليب التعبير الفني</h3>		البرمجة الدماغية عبر
<h3>على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية</h3>		3 أنزل القرآن

1- مسار الطباق عبر أساليب التعابير الفنية في غرس القيم.

أ- عبر فن التصوير الفوتوغرافي

قام المصور الفوتوغرافي غوردان Chris Jordan photographer بتطبيق فني لتوعية المجتمع الذي هو فيه – المجتمع الأمريكي – بقضايا قيمية مجتمعية في

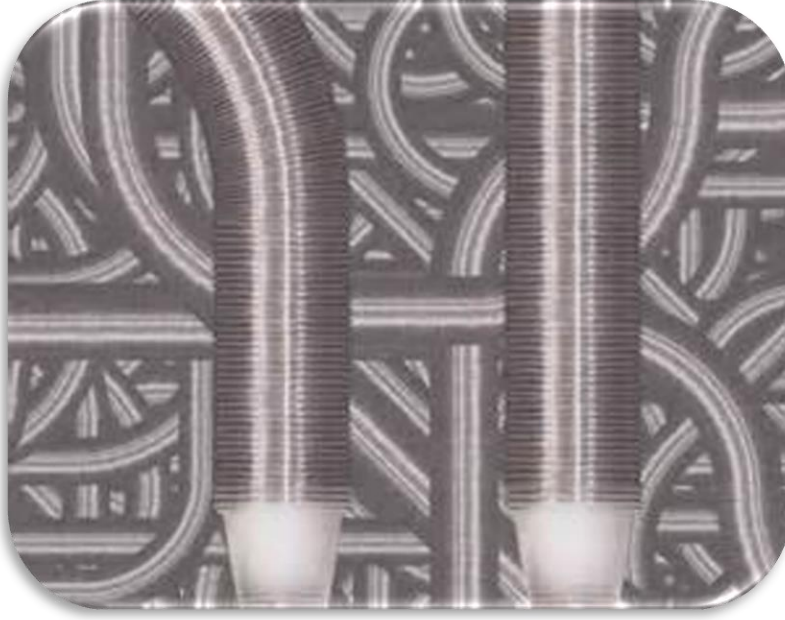
مسار الحد من التدهور البيئي، وهو ما له انعكاسه السيء على صحة الإنسان والحياة على الأرض، فكان مسار "الطباقي" وفق الخطوات التالية:

- 1- اختيار القيمة محل الغرس.
 - 2- حدد الموضوع الذي يخدم عملية غرس القيمة المختارة.
 - 3- حدد عنصر يرمز للقيمة.
 - 4- جعلها وفق فكرة جاذبة
 - 5- بين جانب التناقض فيه بما يعزز للقيمة الإيجابية.
- أ- الهدر غير المرشّد

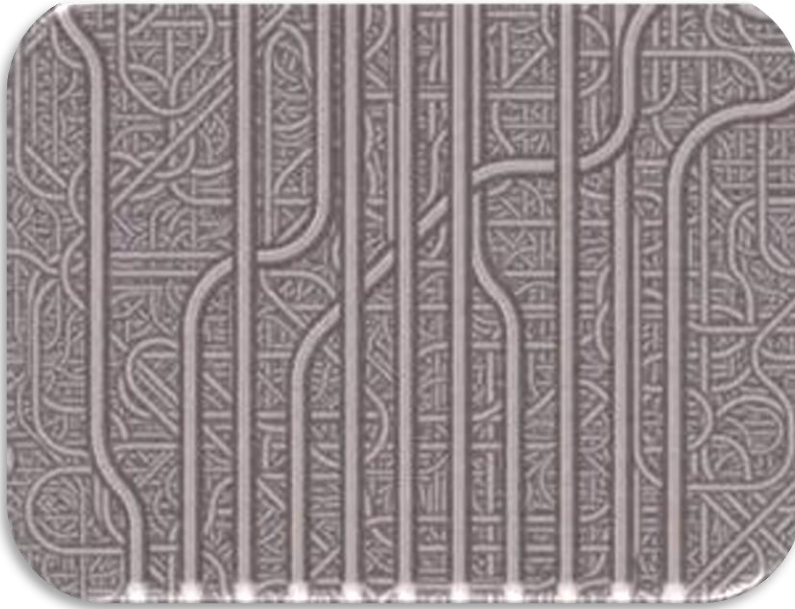
يقول جوردان إن هناك مليون كوب ورقي وبلاستيك يتم عدمها كل 6 ساعات عبر طائراتنا المحلقة في السماء وهي لا تخضع لعمليات التدوير.

وكل يوم نستهلك 40 مليون كوب، اي بارتفاع تمثال الحرية!

القيمة	العنصر	
الحد من الهدر	اختر القيمة محل الغرس	1
أكواب أطباق الطعام في الطائرات	حدد الموضوع الذي يخدم عملية غرس القيمة المختارة	2
الكوب الورقي	حدد عنصر يرمز للقيمة	3
عبر صف الأكواب وفق تصميم جاذب	اجعله وفق فكرة جاذبة	4
كل هذه الأكواب هي محل هدر يومي غير مرشّد وهو ما يحتاج للكف عنه.	بين جانب التناقض فيه بما يعزز للقيمة الإيجابية	5



صورة (43) أكواب

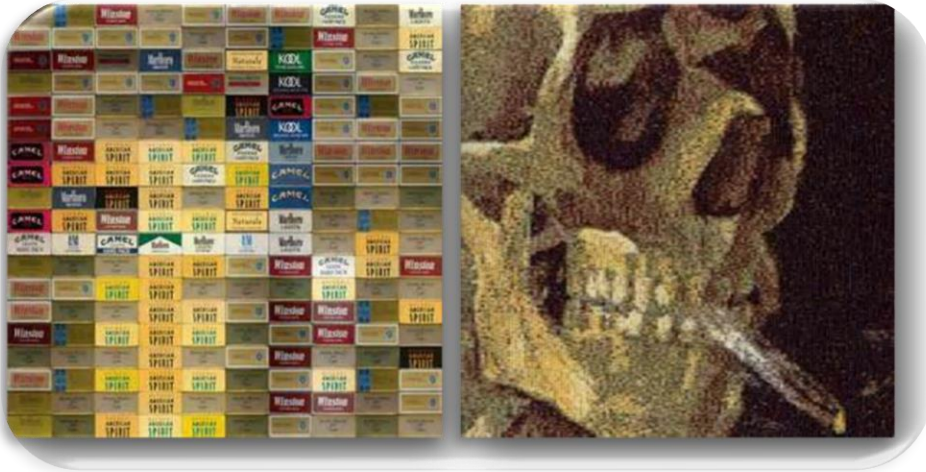


صورة (44) ذات الأكواب عبر تصميم جاذب عن هدر غير مبرر للأكواب الورقية في الطائرات

ب- التوعية بظاهرة التدخين

بين جوردن كيف ان السجائر في اميركا تقتل كل يوم 14,000، واليوم ستقتل 14,000، ونحن لا نحرك ساكنا بينما حادثة 9-11 نستذكرها كل عام بالرغم من ان عدد الذين قتلوا 3000 فقط!

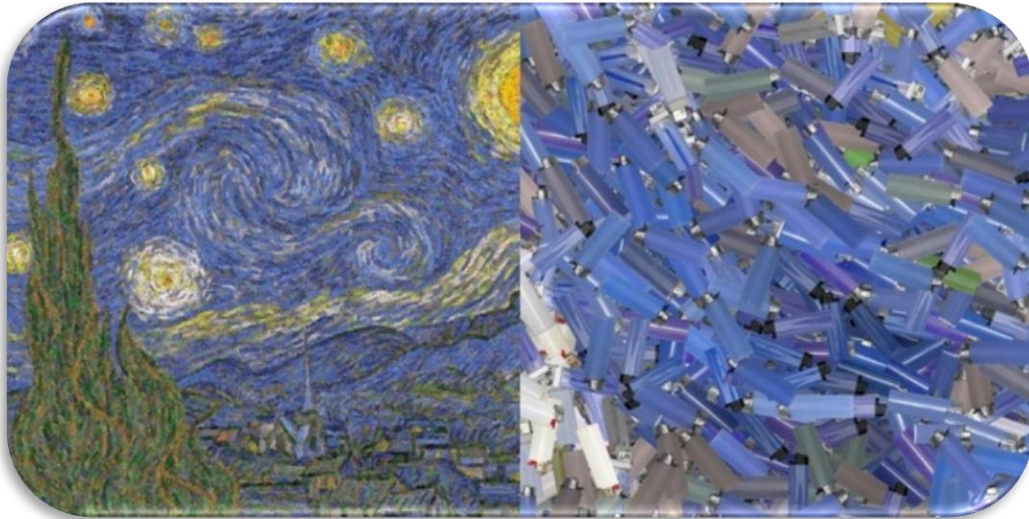
القيمة	العنصر	
الحد من التدخين	اختر القيمة محل الغرس	1
هيكل عظمي	حدد الموضوع الذي يخدم عملية غرس القيمة المختارة	2
علب السجائر	حدد عنصر يرمز للقيمة	3
عبر صف العلب لتشكيل في مجموعها الهيكل العظمي	اجعله وفق فكرة جاذبة	4
تقتل السجائر في أميركا 14,000 يوميا، وهي دعوة لنبذها لإنقاذ البشر.	بين جانب التناقض فيه بما يعزز للقيمة الإيجابية	5



صورة (45) علب السجائر وهي تشكل جمجمة إنسان

ج- ملوثات البلاستيك

القيمة	العنصر	
التلوث البيئي عبر مادة البلاستيك	اختر القيمة محل الغرس	1
الأجواء الرحبة من حولنا	حدد الموضوع الذي يخدم عملية غرس القيمة المختارة	2
مخلفات البلاستيك	حدد عنصر يرمز للقيمة	3
عبر لوحة رسمها الفنان الهولندي الشهير فانكوخ	اجعله وفق فكرة جاذبة	4
بالاقتراب من الصورة يتبين حجم قمامة البلاستيك الملقاة في كل ميل مربع في المحيطات، وهو ما يحتاج للتنقية والتنظيف.	بين جانب التناقض فيه بما يعزز للقيمة الإيجابية	5



صورة (46) مخلفات البلاستيك وهي تشكل لوحة الفنان الهولندي فانكوخ

والصورة تتكون بالفعل من 50000 قطعة بلاستيك، وهو ما يمثل "العدد المقدر لقطع البلاستيك العائم في كل ميل مربع في محيطات العالم".

د - التكنولوجيا ورفاهية الإنسان

العنصر	القيمة
1 اختر القيمة محل الغرس	الحد الغزو التكنولوجي
2 حدد الموضوع الذي يخدم عملية غرس القيمة المختارة	لوحة أرضية
3 حدد عنصر يرمز للقيمة	مخلفات هواتف جوال
4 اجعله وفق فكرة جاذبة	عبر صف الهواتف الجوال في تعبير فني وفق لوحة مسطحة أرضيا.
5 بين جانب التناقض فيه بما يعزز للقيمة الإيجابية	الاستهلاك التقني ليس بالضرورة معزز للسعادة.

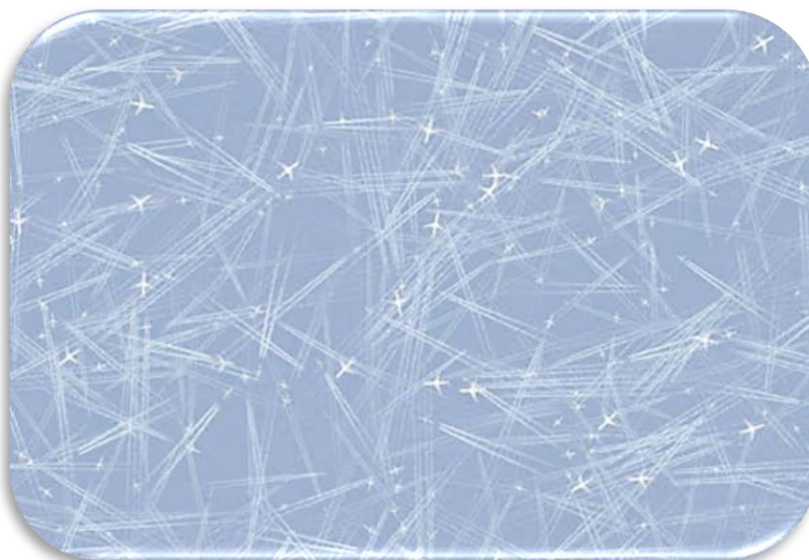


صورة (47) المصور جوردان أمام آلاف من قطع نفايات الهواتف الجوال

استهلاك الأشياء التي لا تساوي بالضرورة السعادة" في حين أن التقدم التكنولوجي يلعب بلا شك دورا في هذا الاستهلاك، يحمل جوردان تفاؤلا أقل، ويؤكد من أن الاعتماد المفرط على التكنولوجيا يمكن أن يؤدي إلى مستوى خطير من الرضا عن الذات.

و- تلويث الأجواء

القيمة	العنصر	
الحد من تلوث الأجواء	اختر القيمة محل الغرس	1
طرق السماء السريعة وما تخلفه الطائرات من ملوثات في الفضاء.	حدد الموضوع الذي يخدم عملية غرس القيمة المختارة	2
طرق الطائرات في السماء	حدد عنصر يرمز للقيمة	3
أجواء سماوية مكتظة بالطائرات	اجعله وفق فكرة جاذبة	4
رغبة التنقل السريع مقابل أجواء ملوثة هادرة لسلامة الإنسان والبيئة، وهو ما يحتاج لتنقية الأجواء.	بين جانب التناقض فيه بما يعزز للقيمة الإيجابية	5



صورة (50) الغلاف: أجواء التلوث الناجمة عن عدد الطائرات المحلقة في السماء

ز-الحياة البرية

القيمة	العنصر	
الأمن البيئي لحياة الأحياء البرية.	اختر القيمة محل الغرس	1
الثروة الحيوانية في خطر	حدد الموضوع الذي يخدم عملية غرس القيمة المختارة	2
طائر نافق	حدد عنصر يرمز للقيمة	3
سبب نفوق الطائر ملوثات بيئية من فعل الإنسان	اجعله وفق فكرة جاذبة	4
الرفاهية دون ضوابط أمام عدم التوازن البيئي، ومصير الإنسان المجهول أمام نفوق الثروة الحيوانية.	بين جانب التناقض فيه بما يعزز للقيمة الإيجابية	5



صورة (51) ما تتلقمه الطيور من على الشواطئ

ح- التدوير

القيمة	العنصر	
سوء تدوير المخلفات	اختر القيمة محل الغرس	1
ما يدركه البشر من رفاهية واطمئنان يكمن من ورائه اضطراب عبر هدم بيئي	حدد الموضوع الذي يخدم عملية غرس القيمة المختارة	2
مخلفات مضغوطة	حدد عنصر يرمز للقيمة	3
جدار عظيم من المخلفات المضغوطة	اجعله وفق فكرة جاذبة	4
الحد من الاستهلاك غير المرشد تحاشيا لارتفاع جدر من المخلفات على نطاق أوسع	بين جانب التناقض فيه بما يعزز للقيمة الإيجابية	5



صورة (52) تدوير القمامة

فوفقا لوكالة حماية البيئة الأمريكية، أنتج الأمريكيون حوالي 254 مليون طن من القمامة في عام 2013، وأعادوا تدويرها وتحويلها إلى سماد حوالي 87 مليون طن منها، أي ما يعادل معدل إعادة تدوير بلغ 34.3٪. هذا يعادل توليد نفايات فردية تبلغ 4.40 رطل للشخص الواحد في اليوم.

ط - النفايات الالكترونية

القيمة	العنصر	
النفايات الالكترونية نفق مظلم	اختر القيمة محل الغرس	1
مدينة تبدو جميلة من الأعلى	حدد الموضوع الذي يخدم عملية غرس القيمة المختارة	2
لوح الكترونية	حدد عنصر يرمز للقيمة	3
أن تبدو من بعيد كما لو كانت مدينة	اجعله وفق فكرة جاذبة	4

5	بين جانب التناقض فيه بما يعزز للقيمة الإيجابية	الرفاهية التكنولوجية بحاجة لتشريع ضابط لها، خشية أن تجعلنا مسجونين فيها، ودعوة المستهلكين توجيه نفاياتهم الإلكترونية إلى مراكز إعادة التدوير.
---	--	---



صورة (53) النفايات الإلكترونية

تنتج الولايات المتحدة المزيد من إجمالي النفايات الإلكترونية سنوياً - 9.4 مليون طن - أكثر من أي بلد آخر. على الرغم من حظر مدافن النفايات وبرامج جمع النفايات الإلكترونية في جميع أنحاء البلاد، يقدر أن حوالي 40٪ من المعادن الثقيلة في مدافن النفايات الأمريكية تأتي من الإلكترونيات المهملة. عندما ينتهي المطاف

بالإلكترونيات القديمة في مدافن النفايات، فإن المعادن السامة ومثبطات اللمب التي تحتويها يمكن أن تسبب مشاكل بيئية.

عبر فن الإعلان التجاري



صورة (54) طباق اللونين، وطباق البروز اللوني



صورة (55) طباق تعارض اللونين الأبيض عبر الأسود



صورة (56) التعارض فيما بين اللونين

2- الأنشطة المجتمعية والابتكار المجتمعي

كان رسولنا الكريم قرآن يتحرك كما وصفته أمنا عائشة رضي الله عنها، فعملية التضلع بالأساليب البلاغية في القرآن لن تقف عند الجانب النظري، بل تتعداه للجوانب التشغيلية الحياتية، فما مسار النشاط المجتمعي "للطباق" وما مسار الابتكار المجتمعي في "الطباق"؟

أولاً: في الأنشطة المجتمعية

إن مسار السعي في حوائج الناس هو نوع من أنواع "الطباق" حين يعمد المسلم لجبر الحوائج، وما الجبر سوا عملية تسوية بين متعارضين، فقر وإغناء، جوع

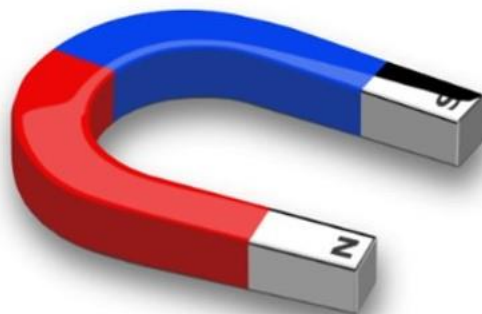
وإشباع، كفالة أيتام وسد حوائج الأرامل، فهي مع كافة صور السعي وسد الحوائج يعتبر ضمن مسار الطباق.

ثانيا: الابتكارات المجتمعية

الابتكار المجتمعي social innovations هو جبر لحاجة مجتمعية بأساليب مبتكرة، والابتكار يعني الاجتهاد في إعادة تشكيل المعطيات، والاجتهاد في استكشاف مسارات الجبر عبر أدوات البحث والتطوير، فهو مقام لقيمة الإحسان، وهو تخلق بصفة الله تعالى "البديع" سبحانه، ففي الحد من الانبعاثات الحرارية بتقليص نسبة غاز ثاني أكسيد الكربون في الأجواء عبر مسار مصادر للطاقة بديلة عن النفط، كالألواح الشمسية، وطاقة الرياح والماء من البحار، هو تعامل فيما بين تناقضات الطبيعة لتعزيز السلام والاطمئنان للبشر على كوكب الأرض.

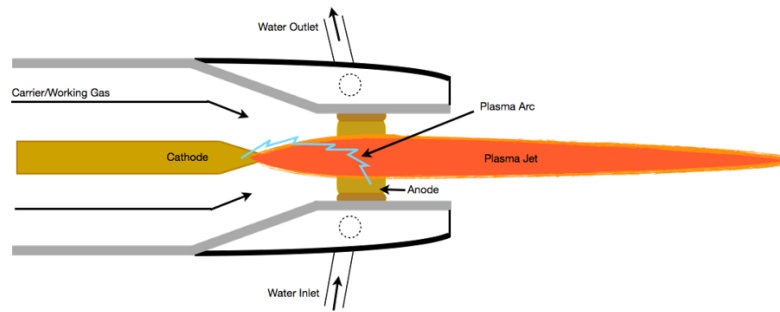
ونلاحظ في الصناعات كيف أن التناقضات كصفة (طباق) تم تذليلها لصالح الابتكارات العلمية في مثل:

1- التناقض فيما بين شحنات قطبي المغنطيس الذي تم تذليله في ابتكار محرك "الموتور".



صورة (57) التعارض القطبي في المغنطيس

- 2- المطر الصناعي في مواسم جفاف السماء وهو ما يتم عبر عمليات تحفيزية في السماء عبر طائرات مخصصة لذلك عبر طلقات تحفيزية.
- 3- اللقاحات على تنوعها إذ يتم تصنيعها من ذات الفيروسات المسببة للأمراض.
- 4- مزارع الأسماك تعتمد لجمع الأسماك المستزرعة مع سمك القرش لجعل السمك في حراك دائم بغية تنشيطها كي يزداد وزنها.
- 5- بقاء النار مشتعلة تحت الماء ابتكار، تمكن من أن يجعل الاضداد متعايشين، ولكن وفق انشاء نظام جديد لوسط خاص بهما، وخاص فقط لهذين الاثنين معا.



صورة (58)

في الشعلة نلاحظ غرفتين تم تخصيصهما من أجل طرد الماء خارج نطاق الشعلة.

الجناس

الأساليب البلاغية



الجناس لغة: المُجانسة، وهو مصدر: جانس الشيء، والمجانسة تكون في حال اتحد الشئيين في الجنس، واختلف عنه في خواص أخرى، فعندما نقول: هذا يجانس هذا أي: يشاكله.

اصطلاحاً: الجناس يشير إلى وجود لفظين متشابهين في النطق لكنهما مختلفان في المعنى، وقد سَمِيَ الجناس بذلك الاسم إشارةً إلى أن النطق من جنس واحد، ف كلا اللفظان من نفس الجنس نُطقاً لا معنى.

أنواع الجناس: ينقسم الجناس في اللغة العربية إلى قسمين رئيسيين، وهما كما يأتي:
الجناس التّام: وهو ما اتفق فيه اللفظان المتجانسان في أربعة أشياء هي:

1. أنواع الحروف
2. عدد الحروف
3. هيئة الحروف
4. ترتيب الحروف.

وهو يقسم إلى قسمين:

الجناس المتمثل: هو ما يكون اللفظان المتجانسان فيه نفس النوع: كأن يكونا اسمين، أو فعلين، أو حرفين قوله تعالى: (وَيَوْمَ تَقُومُ السَّاعَةُ يُقْسِمُ الْمُجْرِمُونَ مَا لَبِثُوا غَيْرَ سَاعَةٍ^٢ كَذَلِكَ كَانُوا يُؤْفَكُونَ) فالمراد بالساعة الأولى يوم القيامة، وبالساعة الثانية المدة من الزمان.

الجناس غير التام: أو ما يُعرف بالجناس الناقص هو ما اختلف فيه اللفظان في واحد أو أكثر من الأربعة السابقة، يكون كما يأتي:

كما في قوله تعالى: (ذَلِكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَفْرَحُونَ فِي الْأَرْضِ بِغَيْرِ الْحَقِّ وَبِمَا كُنْتُمْ تَمْرَحُونَ).

الجناس في القرآن الكريم

السورة \ ورقم الآية	الآية
النور-43	(...يَكَادُ سَنَا بَرْقَةٍ يَذْهَبُ بِالْأَبْصَارِ)
النور - 44	(يُقَلِّبُ اللَّهُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَعِبْرَةً لِّأُولِي الْأَبْصَارِ)
النجم - 1	(وَالنَّجْمِ إِذَا هَوَىٰ)
النجم - 3	(وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ)
المسد - 1	(تَبَّتْ يَدَا أَبِي لَهَبٍ وَتَبَّ)
المسد - 3	(سَيَصْلَىٰ نَارًا ذَاتَ لَهَبٍ)

تشغيل الأسلوب البلاغي وانعكاساته على الحياة

<h2>انعكاس الأسلوب البلاغي</h2>	 البرمجة الدماغية عبر
شواهد في الطبيعة من حولنا	1 خلق الأكوان
في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي على أسلوب التعلم ومناهج التعليم	2 علم آدم الأسماء
على أساليب التعبير الفني على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية	3 أنزل القرآن

<h2>انعكاس الأسلوب البلاغي</h2>	 البرمجة الدماغية عبر
شواهد في الطبيعة من حولنا	1 خلق الأكوان

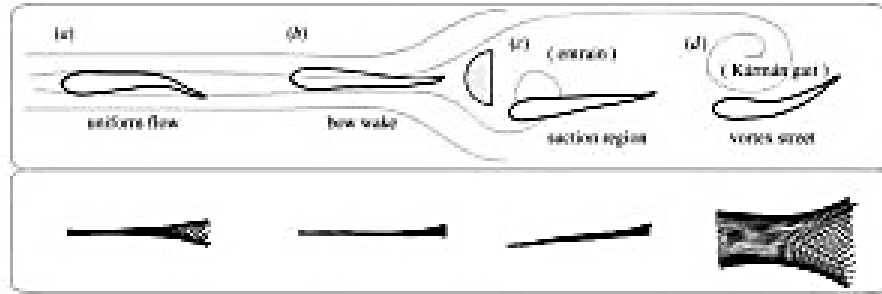
نلاحظ الجناس في الطبيعة عبر ورق الشجر الأخضر حين تتحول بعض أوراقه مع الخريف للون أحمر أو أخضر مع لون أصفر.



صورة (59) جناس البروز اللوني



صورة (60-أ) جناس الحركة الجماعية لدى الأسماك



صورة (ب-60) الأساس العلمي لجناس الحركة الجماعية لدى الأسماك



صورة (61) إيقاع الجناس الحركي لدى الطيور في الطبيعة

انعكاس الأسلوب البلاغي



البرمجة الدماغية
عبر

في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي

على أسلوب التعلم ومناهج التعليم

2

علم آدم
الأسماء

1- مسار الجنس مع الألفاظ

يكون ذلك عبر أساليب القصة، والدرس، والخطبة، والنظم الشعري.

في القصة المصورة: يحسن أن نعزز رسوماتها بما يعزز للجناس حال كان الموضوع يستعرض الآيس كريم فنعدد مذاقات الألوان فيه مستهدفين بذلك تفعيل حواس الأطفال عبر حاسة المذاق.



صورة (62) جناس ألوان بمذاقات متعددة

ومع أطباق الطعام، وكذلك في ترتيب أطباق الموائد، إذ نلاحظ ذلك حين يعمد الأثرياء في القصة تعزيز الترحيب في استضافة ضيوفهم، وهكذا.



صورة (63) الجناس في اللون، والتراكيب، والترتيب

2- الجناس عبر المناهج المدرسية

مادة العلوم:

القيمة	الجناس	النموذج
عطاء	سخاء – صفاء – هباء – دعاء	مع درس تشكّل السحب، ودورة حياة الماء في الطبيعة، تدرج كلمات الجناس في مثل: (عطاء وسخاء من الله تعالى للبشر، فلا إمساك ولا امتناع إذ هو الرب سبحانه المغيث حين ينشد بالدعاء).

مادة الرياضيات:

س1: أوجد علاقة بين منحنى الدالة التالية وبين حديث رسولنا الكريم -صلى الله عليه وسلم – "المؤمن مرآة أخيه المؤمن" (الشبكة الدولية للقيم)

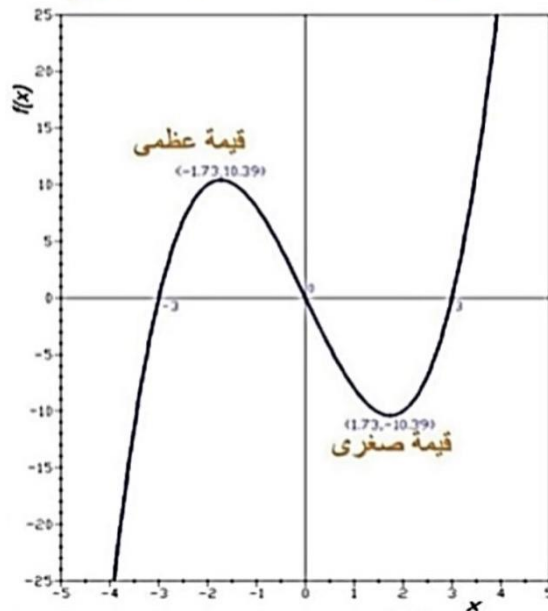
الدالة x^2 دالة زوجية (متناظرة حول المحور y)

الجواب: إن المحور y يبدو كالمرآة بالنسبة لنصف المنحنى فهو يعكس صورة الدالة في الجهة المقابلة، وبذلك نعزز للرفق كقيمة، فالرفق يتمتع بالنقاء والصفاء كالمرآة الصقيلة، فهو كما لو كان جناسا.

س2: أوجد روابط ما بين قيمة اللطف ومنحنى الدالة.

الدالة التكعيبية $f(x) = x^3 - 9x$

منحنى الدالة $f(x) = x^3 - 9x$



شكل (2) منحنى دالة رياضية

ج: ثمة قيم عظمى وقيم صغرى للدالة وهي مناطق الانحناءات في منحنى الدالة، فالشخص ذو الرفق يتوضع في مواقف (القيم الصغرى) ويرتفع في مواقف أخرى (القيم العظمى) فهو شخص مرن متسامح، ومن هنا نعزز مفهوم التكيف وتقبل الآخرين على اختلافهم، وهو من الجناس.

في العلوم التطبيقية، تتعدد الورش ما بين تشكيل المعادن، والمنجور، والنسيج، وصياغة الذهب، ما يلي أضواء على مسار الجناس في التدريب على صياغة الذهب، حيث دوائر التشابه تكمن فيما بين قيمة المسؤولية مثلاً ومعدن الذهب وفق ما يلي:



شكل (3) برمجة قيمة المسؤولية عبر حرفة صياغة الذهب

رعاية	الذهب	مسار البرمجة	التطبيق على الإنسان أو الواقع المعاش
1	الفتن	من أسس رعاية الذهب (الفتن) ليتخلص من الشوائب فيعلو ثمنه	وكذلك الإنسان لن يعلو شأنه إلا عبر دعك من خبرات الحياة
2	التشكيل	يأخذ الذهب تشكيلات آخذة للأنتظار، فرعاية التشكيل تزيد من طلبه	وكذلك الإنسان حين تتشكل لديه المعلومات بما تفضي لمشروع، أو منتج على غير مثال سابق، برعاية من تفكير ومعاونة حيال ما يمكن أن يشكل قيمة مضافة للمجتمع.
3	نفيس الحفظ	وحيث أنه نفيس فهو يستوجب الحفظ والتعهد فهما عنصران في الرعاية	رعاية ما تنجزه بمزيد من التحسين والتطوير هو من الإحسان
4	علو الثمن	يتناسب حجم الرعاية طرديا مع علو أو انخفاض السلعة	ذاتك بما تشتمل عليه من دماغ، وقدرات، الأعلى ثمن لديك فلا تفرط بأي منهما (فتزيع)، (تحدث عن أنواع الزوغان سواء من قبل الحواس أو أعضاء الجسد).
5	الصبر	الرعاية تستوجب الصبر على ما تلاقيه من عناء كي تحصد ما في القمة	وكذلك حين تصبر على نفسك فتتعهدا برعاية المعادة والتكرار في التمرين كي تحسن الأداء، أو تتعهدا بتجويعها مما تشغف إليه النفس من ملذات.

انعكاس الأسلوب البلاغي		
		البرمجة الدماغية عبر
على أساليب التعبير الفني		3
على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية		أنزل القرآن

1- مسار الجناس عبر أساليب التعابير الفنية

أ- الهوية البصرية للمؤسسات



صورة (64) الصورة الموحدة الشاملة Corporate identity كهوية للعلامة التجارية

ب- ديكور المحال التجارية

الانسجام في صف المنتجات في المحال التجارية وهو ما يعزز للاطمئنان في الانفس ويشجع المتبضعين على التناول والشراء عبر مسار الجنس.



صورة (65) الجنس في صف الأقمشة في الحال التجارية

ج- المنتج التجاري



صورة (66) الجنس في المنتج الواحد حال تعددت المذاقات

2- الجنس عبر الأنشطة المجتمعية والابتكارات المجتمعية

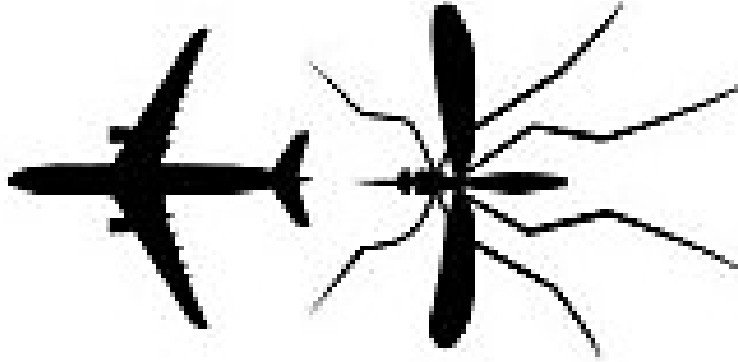
أ- الأنشطة الاجتماعية

انسجام الأنشطة بما يعزز لمحور توعوي محدد أمر هام موصل لتحقيق الهدف المنشود، فالانسجام إنما هو كالعندسة اللامة التي تجمع الأشعة المتناثرة نحو بؤرة مركزية لتحديث الأثر، وكذلك الأنشطة، فصفة وميزة انسجامها يعزز للمحور والهدف المنشود.

في مثل: مجموعة من الألعاب، يكون محورها عنصر جامع قد يكون في قيمة كالصدق، أو قيمة التأزر عبر مسار علوم الرياضيات أو دروس في الكيمياء بما يميز الذرات عن بعضها البعض من روابط أيونية معززة لقيمة التعاون.

ب- الابتكارات المجتمعية

لعل الجناس هو الأقرب في معناه بما يعزز للمفاهيم، فالمفهوم يعرف على أنه إدراك دوائر التشابه التي تمضي وفق قاعدة، ليكون بذلك الجناس إدراك التشابه الذي تمضي عليه الكائنات أو الظواهر الطبيعية من حولنا، فتتبع دوائر التشابه بما يقدر لمسار ابتكاري في حل القضايا هي محل معاناة المجتمع، فعبر علوم الفيزياء استفادة العلماء مما حولهم من الطيور والحشرات في ابتكار وتصميم الطائرات.



صورة (67) جناس الشكل فيما بين البعوضة والطائرة

السجع

الأساليب البلاغية

البديع

- الطباق
- المقابلة
- الجناس
- السجع
- المشاكلة

البيان

- التشبيه
- الاستعارة
- المجاز

المعاني

- الكناية
- الاستفهام
- التكرار
- الالتفات
- الحصر
- القصر

يُعرّف **السجع** بأنه نطق الكلام مع وضع فواصل فيه، وكأنه قوافٍ كالشعر، فهو عملية تكرار نمط معين للأصوات أو اللفظ، وقد وجد البلاغيون السجع في القرآن، كما غيره من أساليب العرب، وفيما يأتي بعض الأمثلة على السجع في القرآن الكريم: أمثلة على السجع المرصع في القرآن وهو السجع الذي يكون التوافق فيه في وزن العروض والقافية، وتكون الألفاظ المتوافقة فيه في فقرتين أو أكثر، ومثاله:

السورة	الآية
الغاشية 25-26	﴿إِنَّ إِلَيْنَا إِيَابَهُمْ ﴿٢٥﴾ ثُمَّ إِنَّ عَلَيْنَا حِسَابَهُمْ ﴿٢٦﴾﴾
الغاشية 15-16	﴿وَنَمَارِقُ مَصْفُوفَةٌ ﴿١٥﴾ وَزَرَابِيُّ مَبْثُوثَةٌ ﴿١٦﴾﴾
الطارق 2-3	﴿وَمَا أَدْرَاكَ مَا الطَّارِقُ ﴿٢﴾ النَّجْمُ الثَّاقِبُ ﴿٣﴾﴾

وقد اختلف العلماء بالرأي حول وجود السجع في القرآن الكريم، فمنهم من قال إن السجع غير موجود في القرآن الكريم وما يُطلق عليه سجعاً ما هو إلا فواصل، والفاصل من البلاغة.

تشغيل الأسلوب البلاغي وانعكاساته على الحياة

انعكاس الأسلوب البلاغي	البرمجة الدماغية عبر
شواهد في الطبيعة من حولنا	1 خلق الأكوان
في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي	2 علم آدم الأسماء
على أسلوب التعلم ومناهج التعليم	3 أنزل القرآن
على أساليب التعبير الفني	
على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية	

انعكاس الأسلوب البلاغي



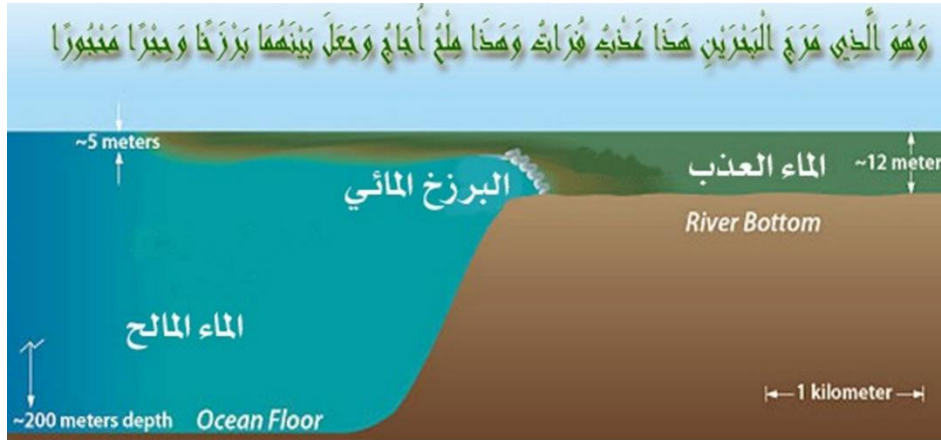
البرمجة الدماغية

عبر

1

خلق الأكوان

شواهد في الطبيعة من حولنا



لاحظ نسب

الأمطار مع

اللحظة التي

تم فيها

التعايش

(نسبة التعايش

5%، مع بقاء

كل منهما

متمتع بسماته

صورة (68) هيئة السجع مع ماء البحار

انعكاس الأسلوب البلاغي



البرمجة الدماغية
عبر

2

علم آدم
الأسماء

في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي

على أسلوب التعلم ومناهج التعليم

1- مسار السجع في الألفاظ في غرس القيم.

لما كان السجع عملية تكرار نمط معين للأصوات أو اللفظ في الشعر، ما يلي نموذجاً لشريحة الأطفال في مسار تلقين الكلمات والشرح المهن:

"عمي منصور نجار

يضحك في يده منشار

يعمل يعمل وهو يغني

في فمه دوما أشعار

2- تطوير أسلوب السجع لغرس القيم عبر مناهج التعليم

عبر مواد العلوم على تنوعها، الفيزياء، والكيمياء نستعرض:

مادة العلوم: معدل كثافة الوسطين

فبرزخ الماء المالح والحلو يعيشان في وسط موحد فلا يبغيان وفق مسار من السجع، وعدم البغي ناتج عما يتمتع به من ميزات أو صفات عن كل طرف، فتعارض الميزات وعدم انسجامها مدعاة للتعرف على ما يشكل نسبة مئوية حتى وإن ضوّلت، عبر كافة المجالات، فلا تحصر نفسك في مجال دون مجال، والمجالات قد تتعدد لتشمل:

- A. التعليم
- B. التوظيف
- C. المناقصات التجارية
- D. المنح الدراسية
- E. الرخص التجارية
- F. رخص مؤسسات مدنية... الخ



صورة (69) برزخ من الماء الحلو والمالح

انعكاس الأسلوب البلاغي



البرمجة الدماغية
عبر

على أساليب التعبير الفني

على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية

3

أنزل القرآن

1- مسار السجع في التعابير الفنية

الصورة الموحدة الشاملة corporate image في تصاميم الإعلان التجارية، وفي تصميم المنتجات التجارية.

أ- السجع في هوية مطبوعات العلامات التجارية



صورة (70) السجع عبر هوية اللونين



صورة (71) السجع عبر هوية اللون الواحد

ب-السجع في منتجات العلامات التجارية

الشكل الهندسي في تصميم أي جهاز من أجهزة "أبل" عبر ميزه "انحناءات الأطراف".



صورة (72) سجع يوحد كافة التصميم عبر انحناء الأطراف كهوية

2- عبر الأنشطة المجتمعية

الشعار اللفظي الذي يطلقه أعضاء فريق أو نادٍ ما كفريق رياضي أو مسابقة تحدي، فيبدأ به النشاط قبل أي فعالية مجتمعية عامة أو حين تنهى به الفعالية.



المشاكلة

الأساليب البلاغية



المشاكلة أو التشاكل: وهو ذكر الشيء بلفظ غيره لوقوعه في سياقه، فكلمات النص تدخل في علاقة مشاكلة، فتكون كل كلمة من تلك الكلمات محملة بقيود تخصصها، فتخرج خصائص وتستغني عن أخرى، حتى تنسجم أجزاء الكلام، وذلك أن الكلمة

في ذاتها تكون متعددة السمات والدلالات، ولا تتخلص من كثافتها إلا عندما تندرج في سياق تركيبى معين، وذلك لتحصيل التشاكل الدلالي، ومن التشاكل قوله تعالى:

السورة – الآية	النموذج	ملاحظات
المائدة: 116	(تَعْلَمُ مَا فِي نَفْسِي وَلَا أَعْلَمُ مَا فِي نَفْسِكَ)	فإن إطلاق النفس في جنب الله سبحانه، إنما ورد لمشاكلة ما معه
آل عمران: 54	(وَمَكَرُوا وَمَكَرَ اللَّهُ وَاللَّهُ خَيْرُ الْمَكِرِينَ)	فإن إطلاق المكر في جنب الله سبحانه، إنما ورد لمشاكلة ما معه
الشورى: 40	(وَجَزَّوْا سَيِّئَةً سَيِّئَةً مِّثْلَهَا فَمَنْ عَفَا وَأَصْلَحَ فَأَجْرُهُ عَلَى اللَّهِ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الظَّالِمِينَ)	لأن الجزاء حق لا يوصف بأنه سيئة

تشغيل الأسلوب البلاغي وانعكاساته على الحياة

البرمجة الدماغية عبر	انعكاس الأسلوب البلاغي
1 خلق الأكوان	شواهد في الطبيعة من حولنا
2 علم آدم الأسماء	في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي على أسلوب التعلم ومناهج التعليم
3 أنزل القرآن	على أساليب التعبير الفني على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية

انعكاس الأسلوب البلاغي



البرمجة الدماغية
عبر

1

خلق الأكوان

شواهد في الطبيعة من حولنا

المشاكلة في خلق الله للبشر، بالرغم من اختلاف أطوالهم وأحجامهم واللوانهم ولغاتهم، غير أن لكل منهم هويته، ومع الحيوان حين نجد القطط عبر خطوط تعرقها وقد تباينت في الالتعرقات واتحدت في الأشكال.



صورة (73) البصمات مشاكلة عبر تفرد في الهوية



صورة (74) مشكلة الإحاطة الزمنية عبر جذوع الأشجار



صورة (75) الإحاطة الزمنية في الجبال بما يكشف عن مناخات لعصور غابرة



صورة (76) الشجر عبر فصول السنة

<h2>انعكاس الأسلوب البلاغي</h2>	 البرمجة الدماغية عبر
<p>في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي</p> <p>على أسلوب التعلم ومناهج التعليم</p>	<p>2</p> <p>علم آدم الأسماء</p>

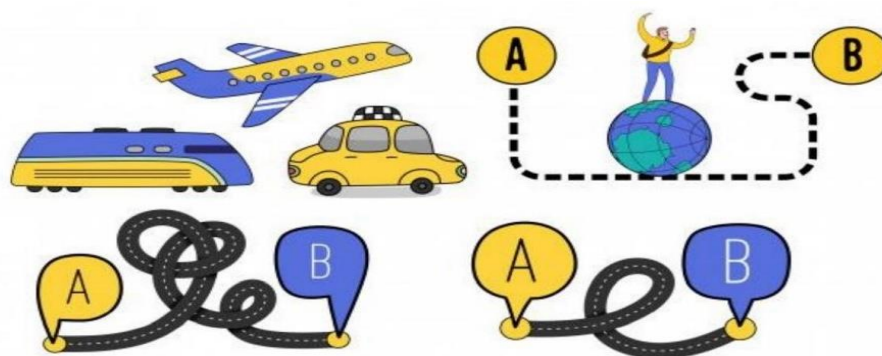
1- مسار المشاكلة في الألفاظ في غرس القيم.

لكلمة العين معاني عديدة منها:

العين	تأتي بمعنى	مثال
1	إحدى الحواس الخمس للإنسان وهي حاسة الرؤية والنظر والإبصار	كقول الشاعر صريع الغواني: إِنْ يَحْجُبُهَا عَنِ الْعُيُونِ فَقَدْ حَجَبْتُ عَيْنِي لَهَا عَنِ الْبَشَرِ
2	بمعنى تدفق المياه من الأرض والتي نسميها ينبوعاً	قول الله تعالى: {وَفَجَّرْنَا الْأَرْضَ عُيُونًا}.
3	الحسد وتمني زوال النعمة عن الآخرين	الحديث الشريف: عن ابن عباس، قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "العين حق ولو كان شيء سابق القدر سبقته العين وإذا استغسلتم فاغسلوا"

2- مسار المشكلة عبر مناهج التعليم

تبسيط مفهوم هندسة التنقل (11) ومسار المشكلة صلة الأرحام.



صورة (77) الربط والوصل بين نقطتين باستخدام وسيلة ما

انعكاس الأسلوب البلاغي



البرمجة الدماغية
عبر

على أساليب التعبير الفني

على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية

3

أنزل القرآن

1- المشكلة عبر أساليب التعبير الفني



صورة (79) المشكلة في الأعراض الجانبية السالبة في تناول بطاط الوجبات السريعة

2-المشكلة عبر الأنشطة المجتمعية والابتكارات المجتمعية

أ- الأنشطة الاجتماعية:

حين يكون النشاط محوره قيمة، في مثل قيمة الجبر، فيكون الجبر للأيتام والأرامل، وجبر الحاجات عبر السعي، وجبر المعادلات الحسابية في التعليم، وجبر حوائج الفقراء، وجبر ضعف المعاقين، وهكذا

ت- الابتكارات المجتمعية:

مصطلح الزراعة حين تم استنساخه لصالح صحة الانسان بابتكارات عبر استزراع الجلد، واستزراع الشعر، وزراعة الأعضاء، كما امتد للحياة المائية عبر أحواض لزراعة الأسماك.



صورة (80) تعددت صور الاستزراع عبر أسلوب المشكلة

❖ للمزيد طالع كتاب "الأساليب البلاغية في برمجة وتفعيل القيم" بالضغط على
الرابط التالي: <https://wp.me/p3WskZ-cvR>
❖ وكتاب " البرمجة التطبيقية للقيم في القرآن الكريم" بالضغط على الرابط التالي:

https://www.muslim-library.com/books/2024/02/ar_albarmajat_altabaqiat_alqiim_fi_alquran_alkarim.pdf



الحذف

إنَّ أسلوب الحذف البلاغي من الأبواب اللطيفة والبديعة عند أهل اللغة العربية؛ حيث اعتبروه من المسائل التي تُكسب الكلام جمالاً وروعة، وتَمُنحه جودة وبلاغة، حتى إنَّ إمام البلاغة عبد القاهر الجرجاني قال عن هذا الباب: "هو باب دقيق المَسْلَك،

لطيف المأخذ، عجيب الأمر، شبيه بالسحر؛ فإنك ترى به ترك الذكر أفصح من الذكر، والصمت عن الإفادة أزيد للإفادة، وتجذك أنطق ما تكون بياناً إذا لم تُثِن.

ويقصد الجرجاني بهذا القول أن باب الحذف باب دقيق لطيف، يُكسب الكلام قوة ومثانة، والسر في ذلك - كما أشار - أن ترك الإفصاح أبلغ من الإفصاح نفسه، وأن التلميح أبلغ من التصريح، بل إنك تجد في بعض الأحياء السكوت أبلغ جواباً، وأحسن بياناً.

الأعراض البلاغية لحذف الكلمات في صياغة الجمل كثيرة منها:

- 1- الاختصار والاحترار.
- 2- التفخيم والإعظام في مثل ﴿ حَتَّى إِذَا جَاءُوهَا وَفُتِحَتْ أَبْوُوبُهَا ﴾ [الزمر 73] فجعل الحذف دليلاً على ضيق الكلام عن وصف ما يشاهدونه وتركزت النفوس تقدر ما شاءته ولا تبلغ من ذلك كنهه ما هنالك.
- 3- التنبيه في مثل ﴿ نَاقَةَ اللَّهِ وَسُقْيَاهَا ﴾ [الشمس 13] ف (ناقة الله) تحذير بتقدير: ذروا، و (سقيها) إغراء بتقدير: الزموا.
- 4- زيادة لذة بسبب استنباط الذهن للمحذوف وكلما كان الشعور بالمحذوف أعسر كان الاستلذاذ به أشد وأحسن، وهذا بعينه ما تقصده التربية الحديثة، وكان القرآن الكريم يقوم ذاتياً بما فيه من هذه المقومات بدور المعلم في مثل قوله تعالى: ﴿وَإِنْ أَحَدٌ مِنَ الْمُشْرِكِينَ اسْتَجَارَكَ فَأَجِرْهُ حَتَّى يَسْمَعَ كَلِمَ اللَّهِ ثُمَّ ابْلِغْهُ مَا آمَنَهُ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَوْمٌ لَا يَعْلَمُونَ﴾ [التوبة 6] حيث جعل مجرد السماع حجة ملزمة.
- 5- ظهور المحذوف بدلالة القرائن عليه، مثل قوله تعالى: ﴿ فَصَكَّتْ وَجْهَهَا وَقَالَتْ عَجُوزٌ عَقِيمٌ ﴾ [الذاريات: 29]؛ أي: أنا عجوز عقيم.

1- مثال الدليل الذي يقتضيه العقل قوله تعالى: ﴿وَسَأَلَ الْقَرْيَةَ الَّتِي كُنَّا فِيهَا وَالْعِيرَ الَّتِي أَقْبَلْنَا فِيهَا وَإِنَّا لَصَادِقُونَ﴾ [يوسف 82]، فإنه يستحيل عقلاً تكلم الأمكنة إلا معجزة، فكان لا بد من تقدير سائل عاقل، فقالوا: التقدير: واسأل أهل القرية. ونحو

هذا قوله سبحانه : ﴿ فَقَبَضْتُ قَبْضَةً مِّنْ أَثَرِ الرَّسُولِ فَنَبَذْتُهَا وَكَذَلِكَ سَوَّلَتْ لِي نَفْسِي ﴾ [طه 96]، فدليل العقل يقتضي أنه إنما قبض من أثر حافر فرس الرسول.

2- مثال الدليل الذي يقتضيه الشرع قوله تعالى : ﴿ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَّرِيضًا أَوْ عَلَى سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ وَعَلَى الَّذِينَ يُطِيقُونَهُ فِدْيَةٌ طَعَامُ مِسْكِينٍ فَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ وَأَنْ تَصُومُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴾ [البقرة 184]، وتقدير الكلام: من كان مريضاً أو على سفر فأفطر، فعليه أن يقضي ما أفطره من أيام.

3- دليل الحذف العادة، كقوله تعالى : ﴿ لَوْ نَعْلَمُ قِتَالًا لَّاتَّبَعْنَاكَ هُمْ لِلْكُفْرِ يَوْمَئِذٍ أَقْرَبُ مِنْهُمْ لِلْإِيمَانِ يَقُولُونَ بِأَفْوَاهِهِمْ مَا لَيْسَ فِي قُلُوبِهِمْ وَاللَّهُ أَعْلَمُ بِمَا يَكْتُمُونَ ﴾ [آل عمران 167]، أي: مكان قتال، والمراد مكاناً صالحاً للقتال؛ لأنهم كانوا أخبر الناس بالقتال، والعادة تمنع أن يريدوا لو نعلم حقيقة القتال، فلذلك قدره مجاهد: مكان قتال.

4- وقد يكون دليل الحذف سياق الكلام، من ذلك قوله سبحانه : ﴿ لَمْ يَلْبَثُوا إِلَّا سَاعَةً مِّنْ نَّهَارٍ بَلَّغَ فُهَلْ يُهْلَكُ إِلَّا أَلْفَوْمُ الْفَالْسِقُونَ ﴾ [الأحقاف 35]، أي: هذا بلاغ، بدليل ظهوره في موضع آخر: ﴿ هَذَا بَلَّغٌ لِّلنَّاسِ ﴾ [إبراهيم 52]

إن شواهد أسلوب الحذف البلاغي يمكن العثور عليها ليس فقط في مظاهر الطبيعة من حولنا، بل تمتد إلى العناصر في الطبيعة، وإلى العلوم مثل الرياضيات والكيمياء، وحتى الفنون. وفي كل مجال نجد أن هذا الحذف يشبه حذف المضاف أو القسم أو غيرها من الأساليب البلاغية التي تفتح المجال للعقل لاستكمال الصورة. دعنا نستعرض هذه الفكرة في المجالات المختلفة:

<h2>انعكاس الأسلوب البلاغي</h2>	 <p>البرمجة الدماغية عبر</p>
<p>شواهد في الطبيعة من حولنا</p>	<p>1 خلق الأكوان</p>
<p>في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي</p>	<p>2</p>
<p>على أسلوب التعلم ومناهج التعليم</p>	<p>علم آدم الأسماء</p>
<p>على أساليب التعبير الفني على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية</p>	<p>3 أنزل القرآن</p>

<h2>انعكاس الأسلوب البلاغي</h2>	 <p>البرمجة الدماغية عبر</p>
<p>شواهد في الطبيعة من حولنا</p>	<p>1 خلق الأكوان</p>

1. في العناصر الطبيعية

أ. الماء (H₂O)

• حذف القسم أو المضاف: الماء كمادة بسيطة مكون من عنصرين: الهيدروجين والأكسجين. لكننا لا نرى العنصرين في صورتها الأصلية، بل في تركيب كيميائي مختلف.

• الرسالة: الماء يدعو للتفكر في وجود عناصر غير مرئية، ولكن عند اجتماعها في هذه النسبة المحددة، تخلق الحياة.

ب. الصخور المفرغة

• أحياناً نجد صخوراً تبدو ناقصة (فيها فجوات أو ثقوب)، مما يجعل العقل يتساءل: كيف تشكلت هذه الفجوات؟ هنا كأن الطبيعة حذفت أجزاء، لكن هذا الحذف يروي قصة التآكل أو عوامل الزمن.

ويمكننا أن نجد شواهد مشابهة لمفهوم أسلوب الحذف البلاغي في الطبيعة، حيث يظهر شيء ما بشكل ناقص أو غير مكتمل لكنه يفتح المجال للتأمل والتفسير، مما يجعلنا نصل إلى المعنى أو الغرض من وجوده. فيما يلي بعض الأمثلة:

1. الهلال في السماء (القمر غير المكتمل)

• عندما يظهر الهلال، يكون القمر مكتملاً في حقيقته ولكنه يظهر لنا جزئياً بسبب موقعه بالنسبة للأرض والشمس. هذا المشهد يشبه الحذف البلاغي، حيث يدعونا إلى التأمل والتخيل لإكمال الصورة الكاملة التي لا نراها.

الرسالة المستفادة: الهلال يدعو العقل لاستحضار دورة القمر الكاملة وفهم كيف يؤثر موقعه على ظهوره.

2. الأشجار في فصل الشتاء (غياب الأوراق)

• الأشجار في فصل الشتاء تفقد أوراقها، مما يجعلها تبدو “ناقصة”. ومع ذلك، فإن هذا “النقص” هو جزء من دورة حياتها الطبيعية، حيث تستعد للربيع لتظهر في صورة مكتملة.

الرسالة المستفادة: غياب الأوراق لا يعني نهاية الشجرة، بل هو مرحلة تدعو للتفكير في الحكمة وراء هذا التغيير.

3. الأصداف الفارغة على الشاطئ

• عندما نجد أصدافًا فارغة على الشاطئ، تبدو وكأنها “ناقصة” لأنها فقدت الكائن الذي كان بداخلها. لكن هذا النقص يجعلنا نتخيل قصة حياتها: كيف كانت تحتوي على حياة في وقتٍ ما، وكيف انتهى بها المطاف هنا.

الرسالة المستفادة: الحذف هنا يترك مساحة للعقل ليتأمل دورة الحياة.

4. أفق غروب الشمس

• عندما تغيب الشمس، يترك غروبها مشهدًا ناقصًا: السماء مظلمة جزئيًا والضوء يختفي تدريجيًا. هذا “النقص” يدفعنا للتأمل في العلاقة بين النهار والليل، وكيف يكمل أحدهما الآخر.

الرسالة المستفادة: الغروب يشير إلى أن الجمال لا يكمن فقط في الاكتمال، بل أيضًا في التدرج والاختفاء التدريجي.

5. انقطاع النهر عند الشلال

• في الشلال، يبدو وكأن النهر “ينقطع” عندما يسقط الماء من الأعلى. لكن هذا الانقطاع الظاهري يوحي باستمرارية غير مرئية، حيث يعود الماء للتدفق بعد السقوط.

الرسالة المستفادة: الحذف الظاهري هنا يُظهر جمال الاستمرارية خلف المظهر الناقص.

الخلاصة:

الطبيعة تمارس "الحذف" بطريقة مشابهة لأسلوب الحذف البلاغي في القرآن، حيث تغيب أجزاء من المشهد أو الدورة، لكنها تحفز العقل والقلب على التأمل واستكمال المعنى المخفي. هذا يعكس التكامل بين الكون والنص القرآني في الدعوة للتفكير والتدبر.

انعكاس الأسلوب البلاغي	 البرمجة الدماغية عبر
في غرس القيم عبر الاثراء اللفظي	2
على أسلوب التعلم ومناهج التعليم	علم آدم الأسماء

2. في الرياضيات

أ. الأعداد الحقيقية ونقاط التقريب

- في المعادلات الرياضية، تُستخدم التقريبات لحذف أجزاء من القيمة الكاملة (مثل 3.14159 تُكتب 3.14). هذا الحذف يؤدي لفهم عام، مع ترك التفاصيل الدقيقة للعقل المتخصص.

- الشبه بالحذف البلاغي: حذف المضاف؛ فالرقم المقدّر يعتمد على القيمة الأصلية لكن بحذف جزء منها.

ب. المتغيرات في الجبر

- في الرياضيات الجبرية، تُستخدم المتغيرات (مثل x و y) كإشارات إلى أشياء غير معروفة. الحذف هنا يُجبر العقل على البحث عن القيم الكاملة التي تحل المعادلة.
- الشبه بالحذف البلاغي: كأن المضاف محذوف ويُترك لك استنتاجه.

3. في الكيمياء

أ. التفاعلات الكيميائية الناقصة

- بعض التفاعلات تكون غير مكتملة أو تصل إلى حالة التوازن الكيميائي، حيث لا يتحول كل المتفاعل إلى ناتج. هذا يشبه الحذف البلاغي لأنه يترك العملية غير مكتملة ظاهريًا.
- الشبه بالحذف البلاغي: حذف القسم، حيث النتيجة تعتمد على فهم السياق العام.

ب. العناصر النادرة

- في الطبيعة، هناك عناصر نادرة لا نراها بوضوح لكنها تُظهر تأثيرًا في الكميات الصغيرة، مثل البلاتين في المحفزات. هذا يشبه الحذف في النصوص، حيث الجمال والتأثير يأتيان من شيء غير مرئي.

<h2 style="text-align: center;">انعكاس الأسلوب البلاغي</h2>	 <p style="text-align: center;">البرمجة الدماغية عبر</p>
<p style="text-align: center;">على أساليب التعبير الفني</p>	<p style="text-align: center;">3</p>
<p style="text-align: center;">على نمط حياة الإنسان وأنشطته الاجتماعية</p>	<p style="text-align: center;">أنزل القرآن</p>

أ. الفن التجريدي

- في الفن التجريدي، يعتمد الفنان حذف التفاصيل الواضحة ليترك للمشاهد حرية تفسير المعنى. مثل لوحة فيها خطوط وألوان متفرقة تدل على إحساس معين دون تفصيل المشهد.
- الشبه بالحذف البلاغي: حذف الموصوف؛ حيث تُترك لك حرية إكمال الصورة.

ب. الفراغات في التصميم

- في الهندسة المعمارية أو الرسم، تُترك أحياناً فراغات في التصميم. هذه الفراغات ليست نقصاً، لكنها مساحة يدعو الفنان من خلالها العقل إلى تخيل ما يمكن أن يكون موجوداً.
- الشبه بالحذف البلاغي: حذف المفعول به، حيث النتيجة النهائية تعتمد على تفسيرك.

الخلاصة

- الحذف البلاغي في النصوص له نظائر عميقة في الطبيعة والعلوم والفنون.

- في الطبيعة، نجد حذف العناصر أو الأجزاء (مثل فجوات الصخور أو الغيوم الناقصة).
- في الرياضيات والكيمياء، نجد حذف التفاصيل الدقيقة أو ترك عناصر غير مرئية.
- في الفنون عادة يُترك جزء من العمل ناقصًا عمدًا لإثارة التخيل والتفاعل.

إن علاقة أساليب البلاغة في القرآن الكريم بدت واضحة عبر وصف أمنا عائشة - رضوان الله عليها - رسولنا الكريم - صلى الله عليه وسلم - بأنه كان قرآن يتحرك، لقد كانت أمنا عائشة - رضوان الله عليها - تنظر للكيفية لتُبصر، ما يعني كيف كان يتحرك رسولنا الكريم عبر كل اسم من أسماء الله وصفاته - بأدوات أساليب البلاغة القرآنية - عبر كل ما هو من حوله من أشياء وأحداث، كيف كان يبصر عبر اسم الله الغفور بأدوات مرشدة من "الطباق" و "الجناس" و "التكرار" وباقي أساليب القرآن البلاغية في التوجيه من أجل الامتثال، وقد امتثل - صلى الله عليه وسلم.

أسلوب الحذف البلاغي في مجال الابتكارات المجتمعية

أسلوب الحذف البلاغي في النصوص القرآنية يمكن أن يكون له انعكاسات عميقة على الابتكارات المجتمعية. إذ أنه يقدم نهجًا شموليًا ومرنًا في التفكير والتفاعل مع القيم، مما يساعد على إيجاد حلول جديدة تعزز التماسك والتنمية المجتمعية.

1-كيف يُسهم الحذف في الابتكارات المجتمعية؟

أ. مرونة القيم المجتمعية:

• الحذف يجعل النصوص مفتوحة لتفسيرات تتكيف مع التحولات المجتمعية.

◦ مثال: ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ﴾ [المائدة 2]

• حذف تفاصيل البر والتقوى يتيح تطبيق القيم في سياقات مختلفة مثل الصحة العامة، البيئة، والتعليم.

ب. تعزيز التفكير الإبداعي في العمل الجماعي:

• النصوص ذات الحذف تُلهم الأفراد لتوسيع مداركهم حول كيفية تطبيق القيم في أنشطة جماعية مبتكرة.

• مثال: ﴿وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا﴾ [الإسراء 35] حذف التفاصيل يجعل الأمر يمتد إلى مفاهيم مثل العدالة الاقتصادية في المشروعات الجماعية.

ج. إفساح المجال لتعدد الحلول:

• حذف القيود والتفاصيل يجعل المجتمعات ترى النصوص كمبادئ عامة يمكن أن تُطبق بطرق متعددة.

• مثال: ﴿لِيُنْفِقْ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ﴾ [الطلاق 7]

• حذف تفاصيل الإنفاق يُتيح تطوير مبادرات مجتمعية مثل الصناديق الخيرية المرنة.

2- مجالات الابتكار المجتمعي المتأثرة بالحذف:

أ. التنمية الاجتماعية:

• التطبيق: إنشاء مشاريع جماعية تعزز القيم القرآنية كالتكافل والتراحم.

• مثال: ﴿وَالَّذِينَ فِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ مَّعْلُومٌ﴾ [المعارج 24]

. حذف من يستحق الحق يُشجع على إنشاء مؤسسات تُلبي احتياجات مختلفة (مثل الفقراء أو المرضى).

ب. تعزيز ثقافة العمل التطوعي:

. التطبيق: توجيه المجتمع نحو المبادرة الذاتية والتكامل مع الآخرين.

. مثال: ﴿فَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ﴾ [البقرة 184] حذف حدود الخير يجعل العمل التطوعي مفتوحاً للإبداع في المجالات.

ج. ريادة الأعمال الاجتماعية:

. التطبيق: توجيه الأعمال نحو تحقيق الأهداف المجتمعية بجانب الربح.

. مثال: ﴿وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ﴾ [القصص 77] حذف حدود الإحسان يُلهم رواد الأعمال لتبني مبادرات تفيد المجتمع.

د. حماية البيئة:

. التطبيق: تطبيق القيم البيئية بشكل مبتكر.

. مثال: ﴿وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ﴾ [الأعراف 56]

. حذف القيد، حذف أشكال الفساد لتشمل كل الممارسات المفسدة. حذف أشكال الفساد البيئي يدفع إلى تصميم مشاريع لحماية الطبيعة.

3- أمثلة على ابتكارات مجتمعية مستوحاة من الحذف:

أ. بناء منظومات اقتصادية عادلة:

. النص " : ﴿وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ﴾ [الشعراء 183]

. الابتكار : إطلاق منصات تجارية إلكترونية تضمن عدالة التسعير والمنافسة.

ب. تصميم أنظمة تعليم مرنة:

. النص " : ﴿وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا﴾ [طه 114]

. الابتكار : إنشاء أنظمة تعليم مفتوح تتكيف مع احتياجات الأفراد (مثل التعلم عن بعد).

ج. مبادرات للرعاية الصحية:

. النص " : ﴿وَمَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا﴾ [المائدة 32]

. حذف القيد: حذف الوسائل التي تحقق الإحياء ليشمل جميع صور الإنقاذ.

. الابتكار: تصميم برامج صحية مجتمعية مجانية تستهدف الأمراض المنتشرة.

د. العمل على التضامن الاجتماعي:

. النص " : ﴿وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا﴾ [آل عمران 103]

. الابتكار : إطلاق برامج لبناء مجتمعات متماسكة (مثل شبكات دعم نفسي واجتماعي).

4- الفوائد المجتمعية من الابتكارات المستندة إلى الحذف:

أ. شمولية الحلول:

. النصوص ذات الحذف تُحفز المجتمع على إنتاج حلول تغطي مختلف الفئات والاحتياجات.

ب. تعزيز الوحدة المجتمعية:

. استخدام القيم ذات الحذف يعزز التعاون والتكامل بين الأفراد.

ج. التكيف مع المستقبل:

. الحذف يجعل القيم القرآنية متجددة وقابلة للتطبيق في مواجهة التحديات الحديثة.

د. تحفيز المشاركة الفعالة:

. النصوص المفتوحة تُشجع الأفراد على تحمل المسؤولية والمشاركة في بناء المجتمع.

5- نموذج عملي: مشروع مجتمعي مستوحى من الحذف

المشروع: منصة رقمية لإدارة الموارد المجتمعية.

. النص المرجعي: "لِيُنْفِقْ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ ^ط وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا ءَاتَاهُ اللَّهُ لَا يَكْفُلُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَآءَاتَهَا سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا" [الطلاق 7] فكرة الابتكار:

. إنشاء منصة تجمع بين المتبرعين والمحتاجين بطريقة مبتكرة، حيث يتمكن كل فرد من المساهمة بما يناسبه (مال، وقت، خبرة).

. القيمة المستهدفة: التكافل الاجتماعي.

. آلية التطبيق:

. تصميم المنصة بحيث تشمل التبرع المادي، التطوع بالخدمات (تعليم، استشارات، إلخ)، وتوجيه المساهمات للمبادرات المجتمعية.

الخلاصة:

أسلوب الحذف يعزز الابتكارات المجتمعية من خلال:

- فتح الآفاق لتطبيق القيم بطرق متنوعة.
 - تقديم حلول شاملة ومرنة.
 - تحفيز الأفراد على التفاعل الإبداعي مع النصوص.
- هذا النهج يجعل المجتمعات قادرة على التطور المستدام، مع الحفاظ على القيم الأساسية التي تُعزز التماسك والتنمية.

❖ للمزيد طالع كتاب "القيم عبر الحذف البلاغي في القرآن الكريم" بالضغط على الرابط التالي: <https://wp.me/p3WskZ-ePK>



قوافي اللقطات

طبقة قوافي اللقطات في القصص القرآني كأسلوب في برمجة القيم ونهج الاستلهام منه في صياغة رسائلنا الإعلامية

في صناعة السينما والتلفاز نحن نعلم إلى ثلاثة أنواع من اللقطات: قريبة (ق)، حيث لا نشاهد سوى وجه المتحدث، إن كان المشهد لمتحدث، وثمة لقطة متوسطة (م) في حال ظهور النصف العلوي للمتحدث أو الشخصية التي في الكادر، أو في حال كان المتحدثون أكثر من واحد كاثنيين مثلاً، واللقطة تكون من نوع (ب) لقطة بعيدة، في حال استدعى المشهد استعراض مجمل الحدث، وعليه فإننا قد استفدنا من الأسلوب القرآني في سرد القصة مؤكدين السبق الإعلامي الذي جاء به الإعجاز القرآني في الشكل الذي يمكن أن نتصوره، أو يمكن أن تتشكل من خلاله الصورة في أذهاننا أثناء استعراض مشاهد القصة.

أولاً: في الانتقال من مشهد إلى مشهد آخر

في اللقطة القريبة (ق):

﴿إِذْ قَالَ يُوسُفُ لِأَبِيهِ يَا أَبَتِ إِنِّي رَأَيْتُ أَحَدَ عَشَرَ كَوْكَبًا وَالشَّمْسَ وَالْقَمَرَ رَأَيْتُهُمْ لِي سَاجِدِينَ﴾ [يوسف ٤]

فان كلمة (قال) تستوجب لقطة قريبة (ق) وليست من النوع المتوسط (م) أو البعيدة (ب)، لان اللقطة المتوسطة والبعيدة لن يعبران بالشكل المطلوب أو بالوضوح الممكن لما يمكن أن نسمعه، وما يؤكد قرب اللقطة (ق) ورود كلمة (قال) الدالة على الشخص الواحد والدالة على ما يقوله أو ما يمكن ان نسمعه.

وكذلك في الآيات:

﴿قَالَ: يَبْنَىٰ لَا تَقْصُصْ رُءْيَاكَ عَلَىٰ إِخْوَتِكَ فَيَكِيدُوا لَكَ كَيْدًا إِنَّ الشَّيْطَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوٌّ مُّبِينٌ﴾ [يوسف ٥]

﴿قَالَ: قَائِلٌ مِّنْهُمْ لَا تَقْتُلُوا يُوسُفَ وَأَلْقُوهُ فِي غَيَابَتِ الْجُبِّ يَلْتَقِطُهُ بَعْضُ السَّيَّارَةِ إِن كُنْتُمْ فَاعِلِينَ﴾ [يوسف ١٠]

﴿قَالَ: إِنِّي لَيَحْزُنُنِي أَنْ تَذْهَبُوا بِهِ وَأَخَافُ أَنْ يَأْكُلَهُ الذِّئْبُ وَأَنْتُمْ عَنْهُ غَافِلُونَ﴾ [يوسف ١٣]

في اللقطة المتوسطة (م):

﴿إِذْ قَالُوا لِيُوسُفُ وَأَخُوهُ أَحَبُّ إِلَيْنَا مِمَّا نَحْنُ عُصْبَةٌ إِنَّ أَبَانَا لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ﴾ [يوسف ٨]

فكلمة (قالوا) لا يمكن التقاطها من خلال لقطة قريبة (ق) وإنما لا بد أن تكون متوسطة، لأنهم أكثر من شخصين، كما أن اللقطة البعيدة لن تكون معبرة بحق عن ما قالوه لبعد اللقطة، وكذلك بالنسبة للآيات:

﴿قَالُوا: يَا أَبَانَا مَا لَكَ لَا تَأْمَنَّا عَلَىٰ يُوسُفَ وَإِنَّا لَهُ لَنَصِحُونَ﴾ [يوسف ١١]

﴿قَالُوا: لَبِئْسَ أَكْلُهُ الذِّئْبُ وَنَحْنُ عُصْبَةٌ إِنَّا إِذًا لَّخَاسِرُونَ﴾ [يوسف ١٤]

وفي اللقطة البعيدة (ب):

﴿قَلَمَّا ذَهَبُوا بِهِ وَأَجْمَعُوا أَنْ يَجْعَلُوهُ فِي غَيَابَتِ الْجُبِّ وَأَوْحَيْنَا إِلَيْهِ لَتُنَبِّئَنَّهُمْ بِأَمْرِهِمْ هَذَا وَهُمْ لَا يَشْعُرُونَ﴾ [يوسف ١٥]

كلمة (ذهبوا) تشير إلى لقطة بعيدة ذلك لعدم احتواءها على ما يمكن أن نسمعه من أي منهم بقدر ما أن المشهد يتطلب لقطة بعيدة (ب) ترينا المذهب الذي ذهبوا إليه مصطحبين معهم أخوهم يوسف.

ثانيا: في الانتقال فيما بين اللقطات القريبة فالمتوسطة أو البعيدة:

أما فيما يخص الانتقال بين أنواع اللقطات (قريبة، متوسطة، بعيدة)

وأساليب الانتقال (قطع، مزج..) نستعرض ما يلي: الآيات (9- 14)، التي تستعرض لنا مشهدين اثنين المشهد الأول يجمع الاخوة في حوار يدور فيما بينهم، يتحاورون فيه بما يشعرون به من غيره من أخويهم (يوسف و بنيامين) . ثم نلاحظ نقله إلى المشهد التالي بأسلوب القطع اللحظي المباشر فإذا نحن أمام المشهد التالي والذي يجمع الأخوة بأبيهم بغرض استدراج الأب لتنفيذ الرأي (المكر) الذي أجمعوا عليه.

المشهد الأول:

﴿إِذْ قَالُوا لِيُوسُفُ وَأَخُوهُ أَحَبُّ إِلَيْنَا مِمَّا نَحْنُ عُصْبَةٌ إِنَّ أَبَانَا لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ﴾
[يوسف ٨]

﴿أَقْتُلُوا يُوسُفَ أَوْ اطْرَحُوهُ أَرْضًا يَخْلُ لَكُمْ وَجْهُ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ﴾ [يوسف ٩]

﴿قَالَ قَائِلٌ مِّنْهُمْ لَا تَقْتُلُوا يُوسُفَ وَأَلْفُوهُ فِي غِيَابَتِ الْجُبِّ يَلْتَقِطُهُ بَعْضُ السَّيَّارَةِ إِنْ كُنْتُمْ فَاعِلِينَ﴾ [يوسف ١٠]

نلاحظ القطع Cut والانتقال فيما بين لقطتين متوسطة وقريبة:

" قالوا يا أبانا مالك لا تأمنا على يوسف وأنا له لناصرحون (م) أرسله معنا غدا يرتع ويلعب وأنا له لحافظون (م) قال إني ليحزنني أن تذهبوا به وأخاف أن يأكله الذئب وأنتم عنه غافلون (ق)

﴿قَالُوا لَيْنَ أَكَلَهُ الذِّئْبُ وَنَحْنُ عُصْبَةٌ إِنَّا إِذًا لَّخَاسِرُونَ﴾ [يوسف ١٤] (م)
الأسلوب الانتقالي للقطات (القطع) (cut) فيما بين المشهدين.

في سورة النمل، التدرج والقطع فيما بين ل(ب) - ل(م) - ل(ق)

﴿قِيلَ لَهَا ادْخُلِي الصَّرْحَ فَلَمَّا رَأَتْهُ حَسِبَتْهُ لُجَّةً وَكَشَفَتْ عَنْ سَاقَيْهَا قَالَ إِنَّهُ صَرْحٌ مُمَرَّدٌ مِّن قَوَارِيرَ ۖ قَالَتْ رَبِّ إِنِّي ظَلَمْتُ نَفْسِي وَأَسْلَمْتُ مَعَ سُلَيْمَانَ لِلَّهِ رَبِّ
الْعَالَمِينَ﴾ [النمل ٤٤]

- فَلَمَّا رَأَتْهُ حَسِبَتْهُ لُجَّةً ل(ب)
- وَكَشَفَتْ عَنْ سَاقَيْهَا ل(م)
- قَالَ: إِنَّهُ صَرْحٌ مُمَرَّدٌ ل(ق)
- قَالَتْ رَبِّ إِنِّي ظَلَمْتُ نَفْسِي ل(ق)

في سورة القصص، التدرج والقطع فيما بين ل(ب) - ل(م) - ل(ق)

﴿وَدَخَلَ الْمَدِينَةَ عَلَى حِينٍ غَفْلَةٍ مِّنْ أَهْلِهَا فَوَجَدَ فِيهَا رَجُلَيْنِ يَقْتَتِلَانِ هَٰذَا مِنْ شِيعَةِ ۖ
وَهَٰذَا مِنْ عَدُوِّهِ ۖ فَاسْتَغَايَاهُ الَّذِي مِنْ شِيعَتِهِ ۖ عَلَى الَّذِي مِنْ عَدُوِّهِ ۖ فَوَكَرَهُ مُوسَى
فَقَضَىٰ عَلَيْهِ ۖ قَالَ هَٰذَا مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ ۖ إِنَّهُ عَدُوٌّ مُّضِلٌّ مُّبِينٌ﴾ [القصص ١٥]

- وَدَخَلَ الْمَدِينَةَ عَلَى حِينٍ غَفْلَةٍ مِّنْ أَهْلِهَا ... ل(ب)
- فَوَجَدَ فِيهَا رَجُلَيْنِ يَقْتَتِلَانِ ل(م)
- قَالَ: هَٰذَا مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ ل(ق)

في سورة القصص، التدرج والقطع فيما بين ل(ب) - ل(م) - ل(ق)

﴿فَأَصْبَحَ فِي الْمَدِينَةِ خَائِفًا يَتَرَقَّبُ فَإِذَا الَّذِي اُسْتَنْصَرَهُ بِالْأَمْسِ يَسْتَصْرِخُهُ﴾
قَالَ لَهُ مُوسَى إِنَّكَ لَغَوِيٌّ مُبِينٌ ﴿[القصص ١٨]

- فَأَصْبَحَ فِي الْمَدِينَةِ خَائِفًا يَتَرَقَّبُ ل(ب)
- فَإِذَا الَّذِي اُسْتَنْصَرَهُ بِالْأَمْسِ ل(م)
- قَالَ: لَهُ مُوسَى إِنَّكَ لَغَوِيٌّ مُبِينٌ ل(ق)

في سورة القصص، التدرج والقطع فيما بين ل(ب) - ل(م) - ل(ق)

﴿وَجَاءَ رَجُلٌ مِّنْ أَقْصَا الْمَدِينَةِ يَسْعَى قَالَ يٰمُوسَى إِنَّ اَلْمَلَأَ يَأْتَمِرُونَ بِكَ لِيَقْتُلُوكَ فَاخْرُجْ اِنِّى لَكَ مِنَ النَّاصِحِينَ﴾ [القصص ٢٠]

- وَجَاءَ رَجُلٌ مِّنْ أَقْصَا الْمَدِينَةِ ل(ب)
- يسعى..... ل(م)
- قَالَ: يٰمُوسَى إِنَّ اَلْمَلَأَ يَأْتَمِرُونَ بِكَ لِيَقْتُلُوكَ... ل(ق)

القطع فيما بين ل(ق) - ل(م) بشكل متكرر

في سورة المائدة

﴿إِذْ قَالَ اَلْحَوَارِيُّونَ يٰعِيسَى ابْنَ مَرْيَمَ هَلْ يَسْتَطِيعُ رَبُّكَ اَنْ يُنْزِلَ عَلَيْنَا مَائِدَةً مِّنَ السَّمَاءِ﴾
قَالَ اَتَقُولُوا لِلّٰهِ اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ ﴿[المائدة ١١٢]

﴿قَالُوا نُرِيدُ اَنْ نَّأْكُلَ مِنْهَا وَنَطْمِئَنَّ قُلُوبُنَا وَنَعْلَمَ اَنْ قَدْ صَدَّقَتْنَا وَنَكُونَ عَلَيْهَا مِنَ اَلشَّاهِدِينَ﴾ [المائدة ١١٣]

﴿قَالَ عِيسَى ابْنُ مَرْيَمَ اللَّهُمَّ رَبَّنَا أَنْزِلْ عَلَيْنَا مَائِدَةً مِنَ السَّمَاءِ تَكُونُ لَنَا عِيدًا لِأَوَّلِنَا
وَعَاخِرِنَا وَءَايَةً مِنْكَ وَارْزُقْنَا وَأَنْتَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ﴾ [المائدة ١١٤]

- إِذْ قَالَ الْحَوَارِيُّونَ يَٰعِيسَى ابْنَ مَرْيَمَ... ل(م)١
- قَالَ: اتَّقُوا اللَّهَ... (ق)١
- قَالُوا: نُرِيدُ أَنْ نَأْكُلَ مِنْهَا... ل(م)١
- قَالَ: عِيسَى ابْنُ مَرْيَمَ اللَّهُمَّ رَبَّنَا أَنْزِلْ... ل(ق)١

القطع فيما بين ل(ق)-ل(ق) بشكل متكرر

في سورة الشعراء

- ﴿قَالَ: فِرْعَوْنُ وَمَا رَبُّ الْعَالَمِينَ﴾ [الشعراء ٢٣] ل (ق) ١ قطع
- ﴿قَالَ: رَبُّ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا إِنْ كُنْتُمْ مُوقِنِينَ﴾ ل (ق) ١ قطع
- ﴿قَالَ: لِمَنْ حَوْلَهُ أَلَا تَسْتَمِعُونَ﴾ ل (ق) ١ قطع
- ﴿قَالَ: رَبُّكُمْ وَرَبُّ آبَائِكُمُ الْأَوَّلِينَ﴾ ل (ق) ١ قطع
- ﴿قَالَ: إِنَّ رَسُولَكُمْ الَّذِي أُرْسِلَ إِلَيْكُمْ لَمَجْنُونٌ﴾ ل (ق) ١ قطع
- ﴿قَالَ: رَبُّ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَمَا بَيْنَهُمَا إِنْ كُنْتُمْ تَعْقِلُونَ﴾ ل (ق) ١ قطع

وهو ما يشكل نظاماً هو أشبه ما يكون بالقوافي وهو ما أطلقنا عليه مصطلح "قوافي اللقطات"

ووفقاً لما تتبعناه فالترتيب الأكثر استعمالاً في تصوير اللقطات يعتمد على التدرج المنطقي بين اللقطات المختلفة لتحقيق تأثير سردي معين. الترتيب الذي يظهر بشكل متكرر هو:

1. الانتقال من اللقطة القريبة إلى اللقطة المتوسطة ثم إلى اللقطة البعيدة:

◦ هذا الترتيب يُستخدم لإعطاء المشاهد صورة واضحة ومفصلة عن التفاصيل الدقيقة أولاً، مثل تعابير الوجه أو عناصر صغيرة في المشهد، ثم يتم توسيع المنظور تدريجياً لإظهار السياق الأوسع أو البيئة المحيطة.

2. الانتقال من اللقطة البعيدة إلى اللقطة المتوسطة ثم إلى اللقطة القريبة:

◦ هذا الترتيب يُستخدم في الحالات التي يراد فيها تقديم المشهد من زاوية أوسع في البداية، مما يعطي المشاهد فكرة عامة عن المكان أو البيئة، ثم يتم التركيز تدريجياً على التفاصيل والشخصيات.

3. التدرج المتكرر بين اللقطات القريبة والمتوسطة:

◦ في بعض المشاهد، يتم الانتقال بشكل متكرر بين اللقطات القريبة والمتوسطة لتعزيز الحوار أو التركيز على تفاعل الشخصيات مع بيئتها.

الاستخدام المتكرر لهذه الأنماط:

• التدرج بين هذه الأنواع من اللقطات يعتمد على السياق الدرامي للقصة القرآنية ويُستخدم لتحقيق التوازن والتأثير المطلوبين في السرد.

❖ للمزيد طالع كتاب "حركة الكامرة في القصص القرآني" بالضغط على الرابط التالي:

[حركة الكامرة في القصص القرآني](#)

الباب الثاني: نموذج زمرد وتطبيقاته الميدانية

أ. محور التفاعل الذاتي والمجتمعي:

فيما يلي نستعرض نتائج ما تم تنفيذه ميدانيا، مترجمين الطبقات البرمجية للرسائل الإعلامية وفق القواعد المستلهمة من القرآن الكريم، والتوليف الذي تم للرسائل القيمية، واستهداف الشرائح المجتمعية، مع بيان للأثر الذي تحقق.

• فأحد الأساليب التي اتبعناها كانت تستهدف تأمين المعلومة القيمية في الدماغ :

◦ فالتكرار → تعزيز الذاكرة طويلة المدى.

- إذ عمدنا لتكرار نشر الرسائل القيمية بعد تعزيز الطبقات البرمجية فيها في عدة وسائل إعلامية والإعلانية شملت الصحافة والتلفاز والشابكة والمقالات واعلانات الطرق، إضافة لذلك تم تحفيز مسار لرعايات من شركات قدمت خصومات لصالح الممثلين للقيمة.

- وأحد أساليب برمجة القيم كانت عبر طبقة أسلوب الحذف البلاغي:

◦ الحذف → تفعيل التفكير التأملي.

- إذ لم يكن التوجيه مباشر لشريحة الآباء بحكم أنهم كانوا الشريحة المستهدفة التالية للمتعاطين من أبنائهم، فكانت الرسائل ضمنية مع شيء من التوجيه المفتوح.

- وأحد أساليب برمجة القيم كانت عبر طبقة أسلوب الطباق البلاغي:

◦ الطباق → استثارة الجانب التحليلي.

إذ نلاحظ نموذج الطباق في اعلان يظهر فيه نموذجين، أحدهما وقد حاز شهادة التخرج الجامعية والآخر قيدت يداه بقيد يقوده للسجن.

ب. محور القيم الفردية والمجتمعية:

. لقد حدد النموذج القيم التي ركز عليها القرآن، وقسمها إلى :

◦ قيم ذاتية: مثل التقوى، الصبر.

◦ قيم سلوكية: مثل الإحسان، الشكر.

◦ قيم اجتماعية: مثل التعاون، العدل.

- ونحن في مجال الاعلام التوعوي استهدفنا شريحة المتعاطين من الشباب، حيث خصصنا لكل قيمة أنشطة، فمع:

القيم الذاتية: نوادي ومخيمات صيغت برامجها مستهدفة القيم الذاتية

القيم السلوكية: الهوايات، ونبذ التدخين.

القيم الاجتماعية: صلة الارحام.

ج. محور البرمجة الزمنية:

. لقد جعل القرآن الكريم القيم خالدة عبر استخدام الأساليب البلاغية :

◦ الألفاظ الكلية: مثل العدل، الإحسان.

◦ ترك التفاصيل: لجعل القيم صالحة لكل زمان ومكان.

- وقد دأب خطابنا عبر خمس عشر حملة إعلانية خلال ثلاث سنوات على

تعزيز الإحاطة البيانية للقيم محل الغرس، وهو ما جعل حملاتنا الاعلانية

تأخذ عناوين عدة محورها معزز لقيمة محورية وهي نبذ المخدرات فكانت

عبر:

- أنه بعد معاكم

- صاحب صاحب

- ماني أذية

لم تكن التفاصيل هاجس بقدر ما أن نمنح سعة في دروب الحل فيما بين الاب وأبناءة ناشدين تعزيز الروابط.

د. نطاق تطبيق نموذج زمرد

لقد تم توسعة نطاق البرمجة التطبيقية للقيم لتشمل طلبة المدارس بكافة مراحلها التعليمية، وعبر كافة المواد الدراسية، ناهيك عن مراكز تحفيظ القرآن لنقلها للجانب التشغيلي للقيم القرآنية كي لا تقف عند التحفيظ فحسب.

أ. الأسلوب التقليدي:

. لقد دأبت وزارات التربية في عالمنا العربي على اطلاق عناوين مجردة لبعض القيم مع بداية كل عام، وتطلب من مدرسي التربية الإسلامية التأكيد عليها عبر مناهجهم، ولم يكن يعرف المدرسين كيف يغرسونها إلا عبر الأساليب التقليدية التي كانت محصورة في آية أو حديث أو قصة لصحابي، أما عبر نموذج زمرد فإن كافة المواد الدراسية والمعلمين معنيين في عمليات الغرس القيمي، وهو ما بيناه عبر موسوعة ضمت عشر أجزاء عن كافة مراحل التعليم من رياض الأطفال إلى المرحلة الثانية عشر التعليمية، ثم أتبعنا لها تطبيقاً ذكياً لقمناه بنحو ألفي صفحة من صفحات الموسوعة ليسهل عمليات البحث والإرشاد للمدرسين فيما يرغبون به من غرس في القيم وفق نموذج البرمجة التطبيقية للقيم.

ب. دمج العلوم الحديثة:

. الدمج كان أحد المحاور الرئيسية في تعزيز القيم محل الغرس، والتجسير فيما بين موضوعات مناهج المواد التعليمية وشواهد الطبيعة من حولنا، ونمط حياة الانسان على الأرض، وخواص المواد، وظواهر الطبيعة.

. الربط شمل إدراك خصائص الدماغ، ومناطق التأثير فيه، وعلم النفس، وعلم الاجتماع، وعلم ما تتأثر به الحواس لتستجيب، وهو ما تشكلت عليه برامجنا التدريبية إذ بينا عبرها آليات ذلك، وأطلقنا فيها دبلومين معتمدين في التدريب مع مجموعة من المؤسسات التعليمية والجامعات.

د. أبعاد نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية عبر التطبيق العملي:

ثمة أربعة أبعاد وهي:



ب. البعد النفسي:

. النقطة المحورية: الأساليب البلاغية تعمل على تفعيل مناطق مختلفة من الدماغ (العاطفة، الإدراك، السلوك).

. التكرار: يعزز الذاكرة ويبني العادات.

○ التأمل (الحذف): يُشرك العقل في استكمال المعاني.



ج. البعد الزمني:

- النقطة المحورية: الأساليب البلاغية مثل الحذف والتكرار تضمن خلود النصوص القرآنية.
- الملاحظة: القرآن يُركز على المبادئ الكلية بدل التفاصيل الجزئية (مثال: "وأقيموا الصلاة" دون تحديد الشكل).



م	النطاق التطبيقي	الوسائل
1	الفرد \ المجتمع	حملات التوعية المجتمعية
2	التعليم	موسوعة قيم مناهج التعليم
3	مراكز تحفيظ القرآن	دليل قيم الشفيع
4	التدريب	دوليا
5	الشركات التجارية	مستشفى المواساة - الكويت
6	دوليا	مؤسسات المجتمع الدولي - الجامعات

في استهداف الفرد والمجتمع عبر حملات توعية في مكافحة المخدرات

شهدت فترة الثمانينيات والتسعينيات من القرن الماضي انتشاراً واسعاً لجائحة تعاطي المخدرات عالمياً. تزامن ذلك مع انفتاح ساهمت في تعزيزه عدة صناعات، مثل السياحة، والتكنولوجيا، والصناعات الكيماوية، مما أدى إلى زيادة مردود تجارة المخدرات وازدهارها على نطاق دولي بين العصابات، وفي مواجهة هذه الموجة الخطيرة، عملت دول ومنظمات دولية عديدة في التصدي لها.

أما في الكويت، فقد تزامن هذا التحدي مع تداعيات حرب الخليج والاحتياح العراقي للبلاد، مما أدى إلى تفاقم ظاهرة تعاطي المخدرات. ورغم أن الاستراتيجية التي اعتمدتها الدولة طيلة عقدين من الزمن كانت تقتصر على التوجيه العام والشعارات التحذيرية مثل "لا للمخدرات"، فإنها افتقرت إلى خطة مدروسة علمياً وشاملة لمواجهة هذه الأزمة.

وهنا برز دور إحدى الشركات الأهلية الخاصة التي قدمت رؤية جديدة تبناها مجلس الوزراء لاحقاً. اعتمدت هذه الرؤية على نموذج "زمرد"، وهو أسلوب مبتكر في البرمجة التطبيقية للرسائل الإعلامية مستوحى من القرآن الكريم. وقد أثبت هذا النموذج فعاليته في إحداث تغييرات سلوكية عميقة، مقارنة بالجهود الدولية التي ركزت على معالجة الظاهرة بشكل عام دون تحقيق التأثير المطلوب.

في هذا الباب، نسلط الضوء على نموذج زمرد لمواجهة ظاهرة المخدرات عبر سلسلة من الحملات الإعلامية التوعوية والميدانية، مع التركيز على الدور الذي لعبته البرامج المستندة إلى نموذج زمرد في تعزيز التغيير السلوكي بين فئات الشباب. نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تقديم فهم أعمق لأهمية القيم المجتمعية في معالجة التحديات الإنسانية الكبرى.

وفيما يلي بيان لعدد سبع حملات توعوية من أصل اثني عشر حملة تمت خلال أربعة أعوام في المدة ما بين عامي 2004، 2000، وقد كان حجم العينة 400 فرد في جميع المسوح الميدانية، والمدى الزمني الخاص بكل حملة استغرق لشهرين تقريباً.

العام	اسم الحملة	الشهر	ملاحظات
2000	النقطة المرجعية	يناير	النقطة المرجعية للمسح الميداني ما قبل تنفيذ حملة وفق نظرية (زمرد) السن (11-49) عام المتزوجون 138 العزاب 262
2000	أنا بعد وياكم	مارس	السن (11-49) عام
2000		أكتوبر	السن (11-49) عام
2002	لحق عليه	يونيو	200 متزوج 200 أعزب
2002	الصاحب صاحب	ديسمبر	200 متزوج (25-54 عام) 200 أعزب (15-24 عام)
2004	هذا قراري	سبتمبر	200 متزوج (25-54 عام) 200 أعزب (15-24 عام)
2004	يومة بصراحة وجودش راحه	يونيو	267 متزوج (25-54 عام) 133 أعزب (15-24 عام) ذكور وإناث متساوين

جدول (2)

يعتبر عام 2000 نقطة تحول في الخطاب الإعلامي التوعوي الذي دأبت عليه دولة الكويت خلال أكثر من عقد في نبذ المخدرات، إذ كانت حملات التوعية تعزز من عبارة (لا للمخدرات) فحسب، وما يلي الوضع العام قبل تدشين حملة توعية استغرقت لمدى أربعة أعوام من 2000-2004

التوعوي

يدرك معظم الكويتيين، قبل تدشين حملات "غراس" التوعوية (من سن 11 إلى 49 سنة) أسماء المخدرات والمواد المخدرة مثل الكوكايين (71%)، والحشيش (71%)، والهروين (55%)، فقط 4% لم يستطيعوا ذكر أي اسم، وتبدو هذه الأرقام المخيفة مرتفعة كنتيجة طبيعية عما تعرضت إليه دولة الكويت من أزمة إثر حرب الخليج.

وقد تم تقدير أن متوسط عدد الوفيات الناتجة عن المخدرات في عام 1999 بلغ 213 وفاة وتم تقدير عدد المدمنين الكويتيين بمتوسط 16,527.

في هذا الصدد، ذكر في الصحف الكويتية أن عدد الوفيات التي حدثت حتى الآن بسبب إدمان المخدرات يقارب 1,900 وفاة (لم يذكر عدد السنوات) وعدد المدمنين 8,000.

وفقاً للكويتيين، فإن مستوى الإدمان هو الأعلى بين الكويتيين (78%) من شريحة المتعاطين، يليهم الإيرانيون (26%) والباكستانيون (22%).

الإدمان مركز بشكل خاص بين الذكور (98%) وبدرجة أقل بين الإناث (31%). وهو مركز بين الفئة العمرية (15 - 29) سنة.

وذلك وفق بيان السنوات التالي:

Years	%
10 – 14	3
15 – 19	60
20 – 24	55
25 – 29	23
30 – 34	8
> 34	4

جدول (3)

يتركز إدمان المخدرات بشكل خاص بين الفئات ذات الدخل الأعلى (37%). أما المنظمات التي تعتني بالمدمنين هي: وزارة الداخلية (41%)، لجنة "المدمن المجهول" (20%) ووزارة الصحة (15%). بعبارة أخرى، جاءت الوزارات الحكومية أولاً (71% مجمعة). وتليها المؤسسات الإسلامية / الخيرية. (20%) وهناك غياب واضح للقطاع الخاص في أذهان الكويتيين.

وقد ظهر أول قطاع تجاري خاص في تاريخ المنطقة لإدارة المشروع الحكومي هذا، فكان فرصة لصاحب نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية للقيم لتفعيله تحت عنوان عام للمشروع الوطني التوعوي والذي أخذ اسم "غراس" عبر مجموعة من الحملات التوعوية، وكل حملة كانت تظهر وفق جملة قابلة للتريد من قبل الجمهور إمعانا للاستذكار.

بداية تنفيذ حملات "غراس"

1- الحملة التوعوية الأولى بعنوان: "أنه بعد وياكم"

الهدف: حشد المجهود المجتمعي لنبذ سلوك التعاطي.

نتائج الحملة التوعوية من عام 2000 في شهر مارس التأثير العام للحملات الإعلانية المضادة للمخدرات. الهدف كان تقييم الوعي العام، والوسائط المستخدمة، التأثير السلوكي والفهم العام للرسائل المقدمة.

النتائج الرئيسية:

- الوعي بالحملة 96%: من المشاركين كانوا على وعي بوجود حملة إعلانية ضد المخدرات.
- وسائل الإعلام: الغالبية العظمى رأت الحملة على التلفزيون (65%)، وأيضاً عبر الإعلانات الطرقية (46%) والصحف (29%).
- التأثير السلوكي: هناك تغييرات في السلوك حيث قام المستطلعون بإجراءات ملموسة مثل تقديم النصح والإرشاد حول أضرار المخدرات.
- فهم الرسائل: الأغلبية فهمت أن الحملة تركز على محاربة المخدرات وتقديم الإرشادات لتجنبها.

السنة	الشهر	نسبة نمو المعلومة	نسبة تغير الموقف	نسبة تغير السلوك	الامتثال للقيمة	الشريحة المستهدفة
2000	مارس	96% يدركون الحملة	65% شاهدوا على TV	تنفيذ تغييرات سلوكية ملموسة	تعزيز الوعي حول مخاطر المخدرات	الكويتيون، 11-49 سنة، الذكور والإناث

جدول (4)

2- الحملة التوعوية التالية بعنوان: "يوبه أمانه خليك ويانه" وتعني أبي كن معنا.

النتائج الرئيسية:

- الوعي بالحملة الإعلانية: يدرك 79% من العينة وجود حملة إعلانية ضد المخدرات في وسائل الإعلام، وهو انخفاض من 96% في إبريل 2000.
- الوسائل الإعلانية: أغلبية الذين يدركون الحملة شاهدوها على التلفزيون (77%)، وكذلك عبر الإعلانات الطرقية (38%) والصحف (24%).
- ماذا شوهد وسمع: ذكر 54% من المشاهدين أنهم رأوا صوراً تتعلق بالمخدرات أو المدمنين، و43% ذكروا أنهم شاهدوا إرشادات حول محاربة المخدرات. من ناحية الصوت، ذكر 50% أنهم لا يتذكرون ما سمعوه.

جدول نتائج عام 2000 شهر أكتوبر:

تحليل النتائج:

الجدول الأول: ملخص الحملة

العام	اسم الحملة	نسبة إدراك الحملة (%)	نسبة التغير في الموقف (%)	نسبة التغير في السلوك (%)
2000	يوبه أمانه خليك ويانه	79	54	43

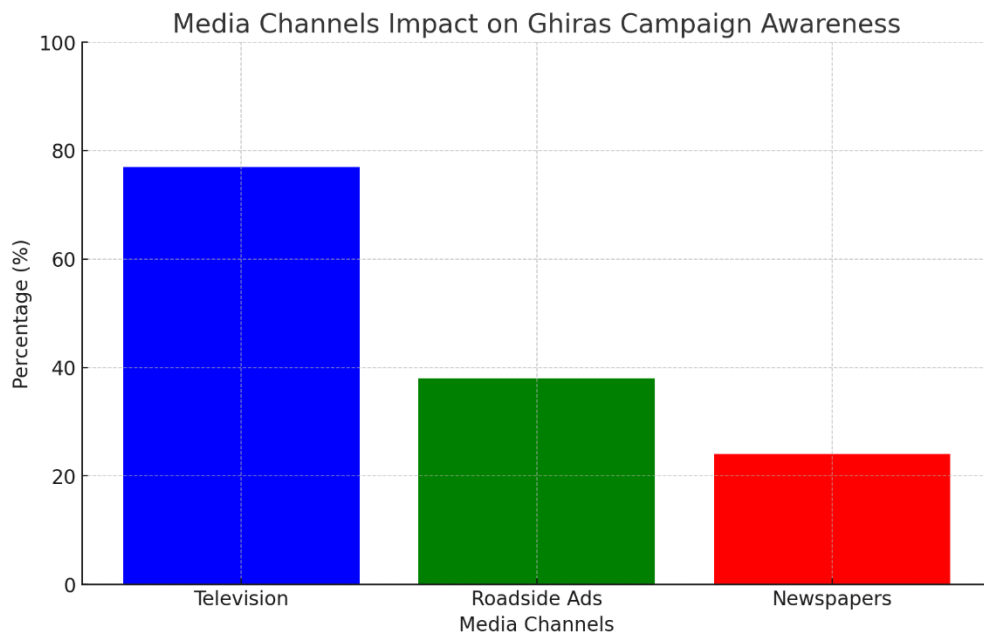
الجدول الثاني: ما قامت به الشرائح المختلفة

المجموعة	ما قامت به الشريحة	النسبة المئوية (%)
الآباء	زيادة الاهتمام بالأبناء وتجنب المخدرات	50
الأمهات	تشجيع النقاشات العائلية حول المخدرات	38
العزاب	تجنب ضغط الأقران والممارسات الضارة	43

جدول (5)

هذه النتائج تظهر كيف أن الحملة استطاعت أن تحافظ على درجة عالية من الوعي العام، رغم أن هناك انخفاض مقارنة بالقياس السابق في إبريل 2000. وتبين البيانات أهمية استمرار استخدام مجموعة متنوعة من الوسائل لتعزيز الرسالة الإعلانية.

للحملة الاعلانية "يوبه أمانه خلك ويانا" نلاحظ التكرار في وسائل الإعلان والمزيج الخاص بها وفق الرسم التالي:



رسم بياني (1)

الرسم البياني الشريطي الذي يعبر عن تأثير وسائل الإعلان المختلفة على الوعي بحملة "غراس". كما يظهر:

. التلفزيون هو الوسيلة الأكثر فعالية حيث شاهد 77% من الأشخاص الحملة عبر التلفزيون.

. اعلانات الطرق كان لها تأثير ملحوظ أيضاً بنسبة 38%.

. الصحف شكلت الوسيلة الأقل تأثيراً بنسبة 24%.

هذا التصوير يوضح بشكل واضح كيف تتوزع نسب الوعي بالحملة بين مختلف القنوات الإعلانية.

توالت الحملات التوعوية وفق نموذج زمرد :

3- حملة "تكفون افهموني" (إدراك مع مساعدة: 350 مشارك):

(إجمالي 19%) ذكروا بأنها تعني "إفهمني / عاملني بشكل لائق". (إجمالي 59%) ذكروا بأنها تعني بأن الآباء / الأهل يتوجب عليهم فهم أطفالهم والاستماع لهم.

4- حملة "متفاهمين" (إدراك مع مساعدة: 113 مشارك):

(إجمالي 58%) ذكروا بأن "الأهل والأطفال / الأب وإبنه متفاهمين مع بعضهم". "متفاهمين / لا يوجد أي مشكلة" (21%).

5- الحملة التوعوية التالية عام 2002 شهر ديسمبر جاءت بعنوان: "الصاحب صاحب"

النتائج الرئيسية:

- . الوعي بالحملة الإعلانية: نصف المستطلعين (50%) على علم بالحملة الإعلانية حول التأثير الإيجابي والسلبي لأصدقاء الذكور (دون مساعدة).
- . وسائل الإعلان: تذكر المستطلعون مشاهدة الحملة بشكل أساسي على التلفزيون (71%)، وكذلك على لوحات الشوارع (37%) وفي الصحف (14%).
- . الجهة المنظمة للحملة: أغلبية المستطلعين (53%) ربطوا الحملة بعنوان "غراس".
- . شعار الحملة: الشعار الأكثر تذكراً كان "الصاحب صاحب" حيث تم ذكره من قبل 67% من المستطلعين.

. **التأثير:** ذكر 70% من المستطلعين الإعلان المقسم الذي يعرض شابين في السجن مقابل شابين يصلان، ونفس النسبة للإعلان الذي يظهر شابين خريجين مقابل شابين في السجن.

جدول النتائج:

السنة	الشهر	نسبة نمو المعلومة	نسبة تغير الموقف	نسبة تغير السلوك والامتثال للقيمة	الشريحة المستهدفة
2002	ديسمبر	50% على علم بالحملة	53% ربطوا الحملة بـ"غراس"	70% تذكروا الإعلانات المقسمة	الكويتيون، أعمار 15-24 للعزاب، الأطفال من 9-19 للمتزوجين

جدول (6)

هذه النتائج تظهر تأثير الحملة الإعلانية بشكل واسع وقدرتها على زيادة الوعي حول أهمية اختيار الأصدقاء بعناية، وكيف يمكن لهذه الأصدقاء أن يؤثروا إيجابياً أو سلبياً على الأطفال والشباب.

النتائج الرئيسية

وعي الآباء بدائرة أصدقاء أطفالهم

- . 93% من الآباء الذين لديهم أطفال ذكور (الأساس: 400/138) و 89% من الآباء الذين لديهم أطفال إناث (الأساس: 400/113) أفادوا بأنهم يعرفون شخصياً الأصدقاء المقربين لأطفالهم.
- . حسب قول الآباء، كان أقرب أصدقاء أطفالهم من الأقارب (خاصة بين الأطفال الإناث)، يليهم زملاء المدرسة والجيران (خاصة بين الأطفال الذكور).

- أغلبية الآباء يدعون أن أطفالهم يخبرونهم عن أماكن ذهابهم مع أصدقائهم. هذه النسبة أعلى للأطفال الإناث.
- 64% من الآباء للأطفال الذكور و 81% من الآباء للأطفال الإناث يقولون إن أطفالهم يتحدثون معهم عن الأوقات الجيدة والمشاكل مع أصدقائهم.
- حوالي ثلثي الآباء (للأطفال الذكور والإناث) يقولون إن أصدقاء أطفالهم يأتون إلى المنزل لقضاء الوقت أو الدراسة معاً.

الوعي التلقائي بالحملة

- 50% من المستطلعين على دراية تلقائية بحملة إعلامية حول التأثير الإيجابي والسلبي الذي قد يكون لأصدقاء الذكور.

وسائل الإعلام التي شوهدت فيها الحملة - دون مساعدة (الأساس: 201)

- الأشخاص الذين استطلعت آراؤهم تذكروا أنهم شاهدوا الحملة في معظم الأحيان على التلفزيون (71%)، اللافتات في الشوارع (37%)، الصحف (14%)، والحافلات (7%).

الوعي الكلي بالحملة:

1. النص / الصوت: تم تذكر التالي بشكل تلقائي:
 ٥ مرتبط بشكل مباشر: 'الصاحب صاحب' 64%
2. البصريات: تذكر معظم المستجيبين بصريات مختلفة متعلقة بالحملة؛ وهي:
 أشخاص في السجن / شباب بالأصفاد 54% (مجمع)، خريجون / شباب يدرسون 37% (مجمع).

الوعي الكلي بالحملة (التلقائي + المساعد)

الوعي بالإعلانات المحددة (الأساس: الكل – 400)

- ذكر 70% إعلان مقسم يظهر شابين في السجن مقابل شابين يصليان.
- ذكر 70% إعلان مقسم يظهر شابين في السجن مقابل شابين خريجين.
- ذكر 50% إعلان مقسم يظهر شبان يتعاطون المخدرات، ثم تداهم الشرطة، تقبض على الشبان وتضعهم خلف القضبان، مقابل طالبين ذكرين في مكتبة الجامعة وأحدهم يدرس حتى وقت متأخر من الليل.
- ذكر 43% إعلان مقسم يظهر شاب يخرج بسرعة من سيارته، يلقي بجثة صديقه الميت على الرصيف ويغادر بسرعة، مقابل شابين يخرجان من السيارة، يتقبلان ويودعان بعضهما بعض.

شعار الحملة (الأساس: الكل – 400)

- 85% من المستجيبين تذكروا شعار "الصاحب صاحب".
- من بين الذين على دراية بالشعار (400/340)، قال 92% (مجمع) إن الشعار يعني أن الأصدقاء يمكن أن يأخذوا الأصدقاء إلى الأشياء السيئة أو الجيدة، إلخ.

الوسائط التي لوحظت فيها الحملة (الأساس: 355)

- قال معظم المستجيبين إنهم شاهدوا الحملة على تلفزيون الكويت (84%)، اللافتات الشارعية (74%)، الصحف (65%)، والحافلات (63%). وقد شاهد عدد أقل منهم الحملة في المجلات (33%)، سمعوا عنها في الراديو (21%)، شاهدوها في المدرسة / الجامعة (18%) أو في السينمات (8%).

فائدة الحملة

فعالية الحملة (الأساس: 355)

. قالت الأغلبية، من الآباء والأطفال/العزاب، إنهم تعلموا شيئاً محدداً من الحملة (كلاهما: 82%).

قال المزيد من الآباء بدون مساعدة:

. التحقق من أصدقاء أطفالهم من خلال السؤال عنهم وتعليم أطفالهم (44% مجمع).

. متابعة والاهتمام بالأطفال (56% مجمع).

. النقاش مع الأطفال والاقتراب منهم (23% مجمع).

قال المزيد من الأطفال:

. تجنب الأصدقاء السيئين / اختيار الأصدقاء بعناية (93% مجمع).

. قال المزيد من الآباء، مقارنة بالأطفال / العزاب (77% مقابل 59%)، إن الحملة أثرت عليهم بحيث قاموا بتغيير محدد، وبذل المزيد من الآباء جهداً لمتابعة والاهتمام أكثر بأطفالهم (63% مجمع).

. التحدث مع الأطفال؛ تقديم النصائح؛ مناقشة القضايا مع أطفالهم (49% مجمع).

. الحفاظ على التحقق من أصدقاء الأطفال / طلب تجنب الأصدقاء السيئين (23% مجمع).

الأطفال / العزاب

. بذل المزيد من الأطفال جهداً لتجنب الأصدقاء السيئين. (74%)

الارتباط بين القيم الاجتماعية وحملات التوعية العامة المختلفة عند سؤال المشاركين عن القيم الاجتماعية التي تم توضيحها بشكل أفضل من خلال حملات التوعية العامة المحددة (الصاحب صاحب، تكفون افهموني، لحق عليه، بيه أمانة خلالك ويانا وأنا بعد وياكم):

. **الصاحب صاحب:** تم ربطها بـ "اختيار الأصدقاء الصحيحين" (82%) وكـ "جهد مشترك لمكافحة المخدرات." (39%)

. **تكفون افهموني:** تم ربطها بـ "فهم المراهقين لضرورة التحرك السريع قبل فوات الأوان." (41%)

. **بيه أمانة خلالك ويانا:** تم ربطها بـ "الروابط العائلية لمكافحة المخدرات" (51%).

ملخص نتائج الحملة:

الجدول الأول: ملخص الحملة "الصاحب صاحب"

العام	اسم الحملة	نسبة إدراك الحملة (%)	نسبة التغيير في الموقف (%)	نسبة التغيير في السلوك (%)
2002	الصاحب صاحب	85	82	74

الجدول الثاني: ما قامت به الشرائح المختلفة

المجموعة	ما قامت به الشريحة	النسبة المئوية (%)
الآباء	التحقق من أصدقاء الأطفال، تقديم النصائح، النقاش معهم	77
العزاب	تجنب الأصدقاء السيئين واختيار الأصدقاء بعناية	74

جدول (7)

6- حملة توعية عام 2002 بعنوان: "لحق عليه"

- **الوعي بالحملة:** وجد أن 88% من المستطلعين على دراية بحملة إعلامية حول آثار المخدرات، وهذا يعكس مستوى عالي من الوعي بين العينة.
- **الاستهداف:** يُعتقد أن الحملة موجهة بشكل أساسي للآباء والأمهات والأسر، مما يشير إلى تركيز الحملات على تعزيز الوعي الأسري بأضرار المخدرات.
- **وسائل الإعلام:** الغالبية شاهدوا الحملة على التلفزيون والملصقات الإعلانية في الشوارع، مما يدل على استخدام وسائل الإعلام الفعالة للوصول إلى الجمهور.
- **شعارات الحملة:** كان هناك تذكر كبير لشعارات مثل "تكفون افهموني" و "لحق عليه"، مما يظهر قدرة الحملة على ترك انطباع دائم.

أغلبية المشاركين وافقوا على أن الأمهات الكويتيات يعطين اهتمام أكبر ببناتهن المراهقات من اهتمام الآباء الكويتيين بأبنائهم المراهقين.

أغلبية المشاركين وافقوا على وجود رابط بين الأهل الكويتيين البعيدين والغير متفهمين لأبنائهم المراهقين – وبين تزايد تعاطي المخدرات بين المراهقين الكويتيين.

(88%) من المشاركين على علم بالحملة الإعلامية عن مضار المخدرات.

بخصوص من لديهم علم بالحملة (400/353)، الأغلبية (52%) ينسبون الحملة لـ "غراس".

الأفكار الرئيسية الأكثر تذكرًا:

- بث التوعية في الشباب، المجتمع، الآباء (إجمالي 62%).

- توضيح مخاطر وتأثير المخدرات (إجمالي 36%).

2. مرئية: أكثر من نصف المشاركون يشاهدون مشاهد صور متنوعة تتعلق بالحمل: طفل حزين (إجمالي 15%)، أمهات في ملابس الحداد، تحديداً، وآباء (إجمالي 22%)، أهل مع أطفالهم (إجمالي 12%). تقريبا الربع يتذكرون صور تتعلق بحملات سابقة.

أماكن مشاهدة أو سماع هذه الحملة (دون تذكير)
(قاعدة الاستبيان: 341)

شاهدها الأغلبية (62%) على التلفزيون، يلي ذلك إعلانات الطرق (45%)، في الصحف (18%) وعلى الباصات (11%).

شعار الحملة (قاعدة الاستبيان: 341)

ذكرت أغلبية المشاركين (22%) "غراس". (6%) ذكروا "لحق عليه"، (12%) ذكروا "تكفون افهموني" و (34%) ذكروا شعارات من حملات سابقة مشابهة مثل: "بيه أمانا خلك ويانا" (13%)، "أنا بعد وياكم" (3%)، "لا للمخدرات" (15%). (28%) لم يتذكروا أي شعار.

نسبة الإدراك لحملة "لحق عليه" (مع تذكير)

(قاعدة الاستبيان: كل العينة 400)

- (40%) من المشاركين كانوا على علم بـ "شابين يلعبان بلياردو ... صورة كأس خمر وسجائر مخدرات ... أحدهما يموت ويوضع في ثلاجة الموتى، والآخر يقف حزينا ووحيدا".

- (38%) من المشاركين كانوا على علم بـ "أب يلعب مع ابنه البالغ من العمر 6 سنوات على الشاطئ ... يصبح شاب ... يدخل المستشفى ... يموت ... الأب بالقرب من قبر ابنه".
- (37%) من المشاركين كانوا على علم بـ "اثنان من الآباء الكويتيين يجلسون في مقهى ويتناقشون بمشاكل أبنائهم".
- (35%) من المشاركين كانوا على علم بـ "شباب وشابات كويتيين يجلسون بحزن يتذكرون توبيخ آبائهم أو أمهاتهم ...".
- (33%) من المشاركين كانوا على علم بـ "أم تداعب ابنها الرضيع ... يصبح شابا ... يدخل المستشفى ... يموت ... وأمه تبكي عليه".
- (32%) من المشاركين كانوا على علم بـ "آباء أو أمهات يمدحون أبنائهم أو بناتهم ...".
- (23%) من المشاركين كانوا على علم بـ "زوجة شابة محجبة تتذكر زوجها".

وصف الإعلان

الكلام المذكور في الإعلان مع تذكير (كل العينة: 400)

كانت بعض الكلمات المذكورة أو المكتوبة في الإعلان بجانب الصور أكثر تذكرا من غيرها، خاصة "تكفون افهموني" (88%) و "فقدنا 18 شابا خلال شهر واحد" (73%). (47%) يتذكرون "لحق عليه" و (28%) يتذكرون "متفاهمين".

"غراس": 4 من 5 مشاركين كانوا على علم بـ "غراس" (83%) و "غراس المشروع التوعوي الوطني للوقاية من المخدرات" (80%).

"لحق عليه" (إدراك مع مساعدة: 186 مشارك):

(إجمالي 91%) ذكروا "افهم / ناقش / احمي ابنك قبل أن تخسره".

وعندما تم تذكير المشاركين عن مواصفات الحملة، تحديدا (96%) منهم يدركون "لحق عليه" (382 مشارك).

أماكن ملاحظة حملة "لحق عليه" مع مساعدة:

ذكرت غالبية المشاركين أنهم لاحظوا الحملة على إعلانات الطرق (87%)، في تلفزيون الكويت (83%)، على الباصات (77%) والصحف (76%). نسبة أقل شاهدوها في المجلات (50%)، سمعوها بالراديو (37%) وشاهدوها بالسينما (11%).

ردة الفعل والانطباع عن حملة "لحق عليه"

(96%) من العينة والذين لاحظوا الحملة، تم سؤالهم عما يتذكرونه:
الآباء ذكروا بأنهم تعلموا:

- أن يتابعوا وينتبهوا لأولادهم أكثر (إجمالي 67%).
- أن يتكلموا ويستمعوا ويكونوا قريبين من أبنائهم (إجمالي 50%).

أبناء / عزاب آخرين (إجمالي 63%) مقارنة بالآباء (إجمالي 28%) ذكروا بأن الحملة تقدم التوعية تجاه المخدرات وكيفية تجنبها.
ذكرت المجموعتين عن أهمية معرفة أصدقاء الأبناء لتجنب أصدقاء السوء (آباء 21% إجمالي، أبناء 27%).

الأباء مقارنة بالأبناء / عزاب (65% مقابل 40%) ذكروا بأن الحملة أثرت بهم لدرجة أنه حصل تغيير محدد في حياتهم. المجموعتين ذكروا بأنهم بذلوا جهودا ليكونوا أقرب لأبنائهم / آبائهم (61% إجمالي، أبناء 53%).

الآباء

آباء بذلوا جهودا لـ:

- متابعة أبنائهم والعناية بهم (إجمالي 87%).
- مراقبة أصدقاء أبنائهم (إجمالي 15%).

أبناء / عزاب

أبناء بذلوا جهودا لـ:

- احترام آبائهم (إجمالي 42%).
- تجنب التدخين والمخدرات (6%).

جهود لحماية المجتمع الكويتي من المخدرات

وافق معظم المشاركين على وجود مؤسسات كويتية مختصة بحماية المجتمع من إدمان المخدرات. ذكرت الغالبية "غراس" (38%) و "وزارة الداخلية" (20%). وبالنسبة "الجدية في الجهود المبذولة" فقد حصلت على معدل (5.0/3.4).

الجدول الأول: ملخص الحملة "لحق عليه"

العام	اسم الحملة	نسبة إدراك الحملة (%)	نسبة التغير في الموقف (%)	نسبة التغير في السلوك (%)
2002	لحق عليه	88	67	65

الجدول الثاني: ما قامت به الشرائح المختلفة

المجموعة	ما قامت به الشريحة	النسبة المئوية (%)
الآباء	زيادة الاهتمام بالأبناء ومراقبة أصدقائهم	87
الأبناء	تجنب التدخين واحترام آبائهم	42

جدول (8)

7- الحملة التوعوية الإعلامية التالية 2004 يونيو بعنوان "يومه بصراحة وجودش راحة"

النتائج الرئيسية:

- الوعي بالحملة 42%: من المشاركون على دراية بحملة إعلانية حول دور الأم في الأسرة. 55% تذكروا شعار الحملة "يمة بصراحة وجودك راحة"
- وسائط ظهور الحملة: شاهد معظم المستطلعين الحملة على تلفزيون الكويت (62%)، اللافتات الشارعية (48%)، الصحف (15%)، والباصات (13%)
- الأفكار الرئيسية للحملة 91%: من المستطلعين ذكروا أن الرسالة الرئيسية للحملة تتمحور حول دور الأم. تضمنت الردود أهمية وجود الأم ورعايتها لأبنائها والحنان الذي توفره.

جدول النتائج:

السنة	الشهر	الوعي بالحملة	وسائل الإعلان التي ظهرت بها الحملة	الأفكار الرئيسية للحملة	الشريحة المستهدفة
2004	يونيو	42%	تلفزيون الكويت 62%، لافتات 48%	دور الأم 91%	الأمهات، العائلات، الأبناء

جدول (9)

تظهر النتائج قوة وفعالية الحملة في تعزيز الوعي حول أهمية دور الأم في البيئة الأسرية داخل المجتمع الكويتي.

الروابط العائلية- بشكل عام (قاعدة الاستبيان: كامل العينة 400)

بالنسبة للعوامل التي تساهم في تأمين النمو العاطفي والمتوازن للأبناء، والتي تم الطلب من المشاركين تقييمها حسب الأهمية، فقد جاء في المرتبة الأولى "حب الأم لأطفالها" يليها "الارتباط بشكل أقوى بالتعاليم الإسلامية"، "الحب بين أفراد الأسرة"، "الحب والاحترام بين الأم والأب"، وأخيراً "حب الأب لأطفاله".

وبالنسبة لمصدر الحب بالنسبة للأبناء، فقد ذكر الأكثر من المشاركين المراهقين وبنسبة (92%) بأنهم يحصلون على الحب والاهتمام الذي يحتاجونه "من الأم" مقارنة بـ (86%) ذكروا "من الأسرة" و (82%) من الأب.

. الإدراك العفوي للحملة

الإدراك (قاعدة الاستبيان: كامل العينة 400)

(42%) من المشاركين أدركوا وبشكل عفوي الحملة الإعلامية عن دور الأم في الأسرة، والتي عرضت في وسائل الإعلام الكويتية.

وسائل الإعلام التي شوهدت الحملة من خلالها (قاعدة الاستبيان: 166 شخص)

الأغلبية من المشاركين وبنسبة (62%) تذكروا بأنهم شاهدوا الحملة على تلفزيون الكويت، إعلانات الطرق (48%)، الصحف (15%)، و (13%) شاهدوها على الباصات.

الفكرة الرئيسية للحملة (قاعدة الاستبيان: 166 شخص)

(91%) من المشاركين يعتقدون أن فكرة/رسالة الحملة الرئيسية هي عن دور الأم وذلك بالشكل التالي:

- واجب الأم في رعاية أبنائها/حضان الأم (34%).
- أهمية الأم / أهمية تواجد الأم (33%).
- الحب / دور الأم (10%).
- حث الأهل على زيادة اهتمامهم بأولادهم (10%).
- تقوية الروابط العائلية (9%).

إجمالي الإدراك للحملة (عفوي + مع مساعدة)

إدراك الخصائص المحددة للإعلان (قاعدة الاستبيان: كامل العينة 400)

- نسبة الإدراك الأعلى كانت لـ: "صورة أم كويتية مع ابنتها الصغيرة" (60% من أصل كامل العينة).

- "صورة أم كويتية تضع يدها على رأس ابنها" (53% من أصل كامل العينة، 59% من السيدات المتزوجات مقابل 42% من الرجال المتزوجين).
- "صورة أم كويتية ينام أبنها في حضنها" (48% من أصل كامل العينة، 47% من السيدات المتزوجات مقابل 31% من الرجال المتزوجين).

الكلمات المسموعة / المقروءة: تم تذكر العبارات التالية عفويا:

- "يمه بصراحة وجودك راحة" / "يمه وجودك راحة" / "يمة بصراحة وجودك" / "يمه بصراحة" (62%).

شعار الحملة (قاعدة الاستبيان: كامل العينة 400)

تذكر (82%) من المشاركين شعار الحملة "يمه بصراحة وجودك راحة" وذلك مع مساعدة. وبالنسبة للذين تذكروا الشعار، كانت نسبة إدراكهم عالية لمعنى ومضمون الشعار.

الدرجات التي أعطيت للحملة

بشكل عام:

الدرجة	
4.5	التميز
4.7	الارتباط بالموضوع
4.4	المصادقية

إعلانات محددة:

من حيث الجاذبية، فقد جاء في المرتبة الأولى إعلان "أم كويتية ينام ابنها في حضنها" وحصل على 4.7 درجة من حيث وقع الحملة / لفت النظر والوضوح فقد جاء إعلانين في المرتبة الأولى وهما "أم كويتية تضع يدها على رأس ابنها" و "أم كويتية ينام ابنها في حضنها" وحصلوا على 4.7 و 4.8 درجة على التوالي.

ومن حيث الحث/الدافعية التي تولدها الإعلانات، فقد تساوت الإعلانات الثلاثة في الدرجة 4.6

أهمية تنظيم حملات مماثلة

(82%) ممن شاهدوا الحملة ذكروا أنه من المهم جدا تنظيم حملات مماثلة، وذكر (11%) بأنه مهم.

فائدة الحملة

الغالبية من المشاركين (92%) يعتقدون أن الحملة مفيدة جدا في حماية المجتمع الكويتي.

تأثير الحملة (قاعدة الاستبيان 332 شخص)

الأشياء التي تعلمها الآباء والأمهات من الحملة

ذكر (60%) من الآباء والأمهات ممن شاهدوا الحملة (قاعدة الاستبيان: 214 شخص) بأنهم قد استفادوا من الحملة. فقد ذكر (30%) منهم عفويا بأنهم قد تعلموا أن يعتنوا بأبنائهم بشكل أكبر، (25%) تعلموا أن

يكونوا الآن أكثر قربا من أبنائهم، (14%) ذكروا بأنهم قد تذكروا أهمية تواجدهم، (13%) تذكروا مسؤولياتهم، (11%) ذكروا أنهم أصبحوا مدركين لأهمية عناية الأم بأولادها، (9%) تعلموا أن يحبوا أبناءهم أكثر، (8%) تعلموا أن يتابعوا أبناءهم أكثر.

المبادرات التي قام بها المشاركون تأثرا بالحملة

-ذكر (47%) من المشاركين الأهل (28% من الآباء و 52% من الأمهات) بأن الحملة قد أثرت بهم وجعلتهم يحدثوا تغييرا معينا في حياتهم:
- (40%) ذكروا عفويا بأنهم قد أصبحوا أكثر قربا من أطفالهم، (58%) أصبحوا يهتمون ويتابعون أبناءهم بشكل أكبر، (25%) أصبحوا أكثر لطافة في التصرف.

المساهمة في مكافحة خطر المخدرات

(87%) من الذين يعرفون الحملة ذكروا بأنها تساهم في محاربة خطر المخدرات الذي يهدد المجتمع الكويتي. والأكثر من السيدات المتزوجات (92%) وافقن على ذلك.

8 (%) Campaign ID أو ملامح الحملة - (قاعدة الاستبيان: كامل العينة 400)

%	
42	الإدراك العفوي للحملة الإعلانية عن دور الأم في العائلة
	إجمالي الإدراك للإعلانات (عفوي + مع مساعدة)

53	- "صورة أم كويتية تضع يدها على رأس ابنها".
60	- "صورة أم كويتية مع ابنتها الصغيرة".
48	- "صورة أم كويتية ينام أبنها في حضنها".

43	التذكر العفوي الصحيح لفكرة الرئيسية للحملة (حنان / تواجد / دور الأم)
----	---

23	التذكر العفوي الصحيح للشعار (يمه بصراحة وجودك راحة)
----	---

69	إجمالي التذكر الصحيح لخصائص محددة في الحملة الإعلانية: عفوياً + مع مساعدة (الصور، الكلمات المكتوبة، الشعار)
----	---

	<u>تأثير الحملة</u>
78	- الارتباط بالموضوع
71	- المصادقية
70	- التميز

	<u>تأثير إعلانات محددة</u>
44	- وضوح الرسالة الموجهة (لمعدل 3 إعلانات 40-48%)
47	- وقع الحملة (لمعدل 3 إعلانات 41-51%)
46	- تحفيز وإقناع (لمعدل 3 إعلانات 40-51%)
44	- الجاذبية (لمعدل 3 إعلانات 40-48%)

	<u>عمل تصرف إيجابي للتأثر بالحملة (مع مساعدة)</u>
37	- حدث عمل ما / حدث تغيير (الأهل + الأبناء)

إدراك شعار غراس الخاص بالحملة

عند سؤال المشاركين، ذكر (86%) منهم أنهم يعرفون غراس. والعزاب (83%).

معنى غراس

من ضمن الذين يعرفون غراس، ذكر الغالبية وبنسبة (20%) أن غراس تعني "غرس القيم"، "غرس البذور" (20%)، "غرس المبادئ" (13%)، "مكافحة المخدرات" (10%)، (22%) لا يعرفون.

الجدول الأول: ملخص الحملة "يمه بصراحة وجودش راحة"

العام	اسم الحملة	نسبة إدراك الحملة (%)	نسبة التغير في الموقف (%)	نسبة التغير في السلوك (%)
2004	يمه بصراحة وجودش راحة	69	78	58

الجدول الثاني: ما قامت به الشرائح المختلفة

المجموعة	ما قامت به الشريحة	النسبة المئوية (%)
الآباء	زيادة الاهتمام بالأبناء وتحسين الرعاية والمشاركة	60
الأمهات	تعزيز القرب من الأبناء وتعميق الروابط الأسرية	58

جدول (10)

8- الحملة التوعوية الإعلامية التالية عام 2004 شهر سبتمبر جاءت بعنوان " هذا قراري "

النتائج الرئيسية:

- الوعي بالحملة %56: من المشاركين على دراية بحملة إعلانية ضد التدخين. %62 من الذكور المتزوجين و %49 من الذكور العزاب على دراية بالحملة
- وسائل ظهور الحملة: شاهد معظم المستطلعين الحملة على تلفزيون الكويت (%65)، الصحف (%21)، واللافتات الشارعية. (%18)
- الأفكار الرئيسية للحملة %50: من المستطلعين ذكروا أن الرسالة الرئيسية للحملة تتمحور حول الابتعاد عن التدخين. %39 ذكروا أخطار التدخين وآثاره الجانبية.

جدول النتائج:

السنة	الشهر	الوعي بالحملة	وسائل الإعلان التي ظهرت بها الحملة	الأفكار الرئيسية للكملة	الشريحة المستهدفة
2004	سبتمبر	56%	تلفزيون الكويت 65%، لافتات 18%	الابتعاد عن التدخين 50%	الأهل والشباب العزاب

جدول (11)

الفكرة الرئيسية للحملة (قاعدة الاستبيان: 222 مشارك)

- (50%) ذكروا التوقف عن التدخين / الابتعاد عن التدخين /
تجنّب التدخين.
- (39%) ذكروا أخطار التدخين / آثاره الجانبية / الصحة /
السرطان.
- (12%) نشر/ غرس التوعية.

وصف الإعلان (قاعدة الاستبيان: 222 مشارك)

الصور المشاهدة:

تم تذكر الصور التالية عفويا:

- صورة أب يدخن أمام أبنائه (16%).
- صورة أطفال يدخنون ويقلدون آبائهم (12%).
- صورة شاب يمسك بسيجارة كبيرة مكسورة
(12%).
- 18% ذكروا: رئة مصابة / قلب مصاب وصورة
شاب لا يدخن ويبدو بصحة جيدة.

- 11% ذكروا صورة شباب يدخنون وأحدهم يرفض أن يدخن.
- (29%) لا يتذكرون أي صور.

الكلمات المسموعة\المقروءة:

تم تذكر العبارات التالية عفويا:

- ذكر (13%) "هذا قراري" / "أنا ضد التدخين".
- 18% التدخين مضر بالصحة / بالقلب / بالأسرة وأن التدخين هو الطريق للموت.
- (6%) "لا للتدخين".
- (6%) التدخين هو السبب الرئيسي للأمراض.
- (55%) لا يتذكرون أي عبارات.

إجمالي الإدراك للحملة (عفوي + مع مساعدة)

إدراك الخصائص المحددة للإعلان (قاعدة الاستبيان: كامل العينة 400)

- نسبة الإدراك الأعلى كانت لـ "صورة شاب مبتسم يمسك بسيجارة كبيرة مكسورة من النصف" (42%).
- "شاب يلعب بلياردو، وبعد أن يضرب الكرة، يقدم لأصدقائه سجائر فيأخذون بفرح، باستثناء شاب واحد يرفض ويقول غاضبا: مشكور أحمد، أنا ما أدخن وهذا قراري" (30%).
- "شباب في سيارة يفكرون في الذهاب لمكان للتسلية، ويمرون على صديقهم ليأخذونه معهم، ويصلون لمنزله فيخرج لهم راكضا ويهم بركوب السيارة، لكنه يتوقف عند مشاهدته لأصحابه وهم يدخنون، ويقول لهم غاضبا: تدرن إني ما أدخن وهم تدخنون جدام بيتنا، الربع اللي ما يحترمون مشاعر رفيجهم ما أمشي معاهم. ويغلق باب السيارة ويؤشر بيده قائلا: هذا قراري" (26%).

- "شباب جالسين في Coffee shop بعد مشاهدتهم لفلم سينما، يرفع أحدهم علبة السجائر بيده وهو ينوي أن يعزم على أصدقائه، فيقف أحد الشباب غاضبا ويعاتب أصدقائه ويقول: المرة اللي طافت طوفتها لكم، لكن هالمرة ماني مطوفها، يا أصير رفيجكم يا السجارة، وهذا قراري" (18%).

شعار الحملة (قاعدة الاستبيان: كامل العينة 400)

تذكر (63%) من المشاركين شعار الحملة "هذا قراري" وذلك مع مساعدة. ذكر 47% من المشاركين أن شعار "هذا قراري" يعني اتخاذ القرار بعدم التدخين / عدم التدخين بعد ذلك. بينما 33% ذكروا اتخاذ القرار والالتزام به. (9%) ذكروا اتخاذ القرار بنفسك، (7%) ذكروا أن معناه هو: هذا اختياري.

إدراك خصائص محددة في إعلانات الحملة - مع مساعدة

(قاعدة الاستبيان: كامل العينة 400)

مع المساعدة، فإن (73%) من المشاركين لاحظوا حملة "هذا قراري"، وتم سؤالهم عن خصائص محددة لها:

رعاة الحملة (قاعدة الاستبيان: الذين يدركون حملة "هذا قراري" 291)

(78%) ممن يعرفون الحملة تذكروا -مع مساعدة- بأنهم شاهدوا اسم "المشروع التوعوي الوطني للوقاية من المخدرات"، (76%) ذكروا "الجمعية الكويتية لمكافحة التدخين والسرطان"، (71%) ذكر كل منهم "غراس" و"اللجنة الوطنية لمكافحة المخدرات"، (62%) ذكروا "الأمانة العامة للأوقاف"، (53%) ذكروا "شركة الاتصالات المتنقلة-".

فودافون"، (44%) ذكروا "اتحاد الجمعيات التعاونية" و (24%)
ذكروا "اتحاد المصارف الكويتية".

نلاحظ كيف أخذ القطاع الخاص دور الحكومة الذي حصل على نسب (78%)،
(71%) ليحل محله في انجاز المهمة اداريا.

موقع الإنترنت (قاعدة الاستبيان: الذين يدركون حملة "هذا قراري" 291)

فقط (17%) لاحظوا تواجد موقع إلكتروني في الإعلان.

(6%) منهم ذكروا عفويا "www.ghiras.com"، (2%) ذكر كل منهم "غراس"
و "www.awkaf.com". (86%) لم يتذكروا.

و (8%) فقط من الذين لاحظوا وجود موقع إلكتروني قد قاموا بزيارته.

الدرجات التي أُعطيت للحملة

بشكل عام

الدرجة	
4.6	الارتباط بالموضوع
4.3	التميز
4.0	المصداقية

الحث والدافعية:

أهمية تنظيم حملات مماثلة

(78%) ممن شاهدوا الحملة ذكروا أنه من "المهم جدا" تنظيم حملات مماثلة لجعل الكويتيين يدركون أهمية اتخاذ قرار وقف التدخين من قبل الشباب أنفسهم. وذكر (18%) بأنه "مهم".

فائدة الحملة

نسبة عالية جدا من المشاركين (93%) يعتقدون أن الحملة "مفيدة جدا" في حماية المجتمع الكويتي.

تأثير الحملة (قاعدة الاستبيان: الذين يدركون حملة "هذا قراري" 291)

استفادة الآباء والأمهات من الحملة (قاعدة الاستبيان: 144 مشارك)
ذكر (78%) من الآباء والأمهات الذين شاهدوا الحملة بأنهم قد استفادوا منها.

الأشياء التي تعلمها الآباء والأمهات (قاعدة الاستبيان: 113 مشارك)

- ذكر (38%) بأنهم قد تعلموا أن ينصحوا أبنائهم بعدم التدخين والأكثر ممن ذكروا ذلك هم الأمهات (53%) مقارنة بالآباء (24%).
- (18%) تعلموا أن لا يدخنوا أمام أبنائهم.
- (18%) اقتنعوا بمضار التدخين.
- (9%) ذكروا التوقف عن التدخين.
- (9%) ذكروا مراقبة أكبر لأبنائهم.

- (8%) نصح الآخرين بعدم التدخين.
- (6%) أصبحوا أكثر اهتماما بمعرفة أصدقاء أبنائهم.

استفادة العزاب من الحملة (قاعدة الاستبيان: 147 مشارك)

ذكر (70%) من المشاركين العزاب الذين شاهدوا الحملة بأنهم قد استفادوا منها.

الأشياء التي تعلمها العزاب من الحملة (قاعدة الاستبيان: 103 مشارك)

- (51%) عرفوا مضار التدخين / أصبحوا أكثر معرفة بها.
- 21% ينصحون أصدقائهم / إخوانهم بعدم التدخين.
- (12%) ذكروا تجنب العادات الضارة.
- (9%) ذكروا عدم مجارة أصدقائهم بالأمر الضار.
- (9%) ذكروا اتخاذ القرار ودون تردد.
- (8%) ذكروا التوقف عن التدخين.
- (5%) ذكروا بأن الإعلانات قد ذكرتهم بضرورة التوقف عن التدخين.

أسباب عدم الاستفادة من الحملة (قاعدة الاستبيان: 44 مشارك)

من ضمن المشاركين العزاب الذين ذكروا أنهم لم يستفيدوا شيئاً من الحملة، فإن (30%) منهم ذكروا أنهم أصلاً غير مدخنين، (25%) ذكروا بأنهم يعرفون مسبقاً بمضار التدخين.

المبادرات التي قام بها المشاركون تأثرا بالحملة مبادرات الأهل (الآباء والأمهات):

ذكر (60%) من المشاركين الأهل (قاعدة الاستبيان: 144) بأن الحملة قد أثرت بهم وجعلتهم يحدثوا تغييرا معينا في حياتهم. (44%) منهم قد ذكروا أنهم أصبحوا يقدمون نصح أكثر لأولادهم، (22%) أصبحوا لا يدخنون أمام أبنائهم، (12%) ذكر كل منهم بأنهم أصبحوا يذكرون أبنائهم بمضار التدخين والاعتناء بشكل أكبر بأبنائهم والبدء بمتابعتهم. (8%) جعلوا أبنائهم يتوقفون عن التدخين، (6%) أصبحوا يسألون عن أصدقاء أبنائهم، (7%) لم يحدثوا تغييرا معينا.

مبادرات العزاب:

ذكر (61%) من المشاركين العزاب (قاعدة الاستبيان: 147 مشارك) بأن الحملة قد أثرت بهم وجعلتهم يحدثوا تغييرا معينا في حياتهم. (54%) منهم أصبحوا ينصحون الآخرين عن التوقف عن التدخين، (33%) أصبحوا يتجنبون التدخين. (13%) توقفوا عن مصاحبة المدخنين و (7%) أصبحوا يهتمون بالموضوع أكثر بعد أن عرفوا مضاره بشكل أوسع.

تدخين السجائر مقابل تعاطي المخدرات

عند السؤال عن ارتباط تدخين السجائر بتعاطي المخدرات / بداية الطريق للتعاطي، فقد وافق (70%) من المشاركين على ذلك، (26%) لم يوافقوا و (4%) لا يعرفون.

Campaign ID (%) أو ملامح الحملة (قاعدة الاستبيان: كامل العينة 400)

%	
56	الإدراك العفوي للحملة الإعلانية ضد التدخين
42	<p>إجمالي الإدراك للإعلانات (عفوي + مع مساعدة)</p> <p>- "صورة شاب مبتسم يمسك بسيجارة كبيرة مكسورة من النصف".</p> <p>30 - "شاب يلعب بلياردو، وبعد أن يضرب الكرة، يقدم لأصدقائه سجائر فيأخذون بفرح، باستثناء شاب واحد يرفض ويقول غاضبا: مشكور أحمد، أنا ما أدخن وهذا قراري".</p> <p>18 - "شباب جالسين في Coffee shop بعد مشاهدتهم لفلم سينما، يرفع أحدهم علبة السجائر بيده وهو ينوي أن يعزم على أصدقائه، فيقف أحد الشباب غاضبا ويعاتب أصدقائه ويقول: المرة اللي طافت طوفتها لكم، لكن هالمرة ماني مطوفها، يا أصير رفيجكم يا السيجارة، وهذا قراري".</p> <p>26 - "شباب في سيارة يفكرون في الذهاب لمكان للتسلية، ويمرون على صديقهم ليأخذونه معهم، ويصلون لمنزله فيخرج لهم راكضا ويهم بركوب السيارة، لكنه يتوقف عند مشاهدته لأصحابه وهم يدخنون، ويقول لهم غاضبا: تدرون إني ما أدخن وهم تدخنون جدام بيتنا، الربع اللي ما يحترمون مشاعر رفيجهم ما أمشي معاهم. ويغلق باب السيارة ويؤشر بيده قائلا: هذا قراري".</p>
48	<p>التذكر العفوي الصحيح للفكرة الرئيسية (التوقف عن التدخين، تجنب التدخين، إظهار مضاره/التأثيرات السيئة للتدخين، إلخ).</p>

5	التذكر العفوي الصحيح للشعار (هذا قرار)
---	--

20	التذكر العفوي الصحيح لرعاة الحملة
4	- غراس
2	- الجمعية الكويتية لمكافحة التدخين والسرطان
1	- الأمانة العامة للأوقاف
1	- اللجنة الوطنية لمكافحة المخدرات
1	- بيت التمويل الكويتي
1	- شركة الاتصالات المتنقلة / Vodafone

73	إجمالي التذكر الصحيح لخصائص محددة في الحملة الإعلانية: عفوياً + مع مساعدة (الصور، الكلمات المكتوبة، الشعار)
%	
65	تأثير الحملة
55	- الارتباط بالموضوع
	- المصادقية

58	- التميز
<u>تأثير إعلانات محددة</u>	
27	- وضوح الرسالة الموجهة (لمعدل 4 إعلانات 17-37%)
24	- شد الانتباه (لمعدل 4 إعلانات 15-32%)
23	- الحث والدافعية (لمعدل 4 إعلانات 14-30%)
23	- الإعجاب بـ /جاذبية الإعلانات (لمعدل 4 إعلانات 15-29%)

	عمل تصرف إيجابي نتيجة للتأثر بالحملة (مع مساعدة)
60	- حدث عمل ما / حدث تغيير (الأهل: الآباء والأمهات – القاعدة: 144)
61	- حدث عمل ما / حدث تغيير (العزاب – القاعدة: 147)

الارتباط بين القيم الاجتماعية وحملات التوعية العامة المختلفة

عند سؤال المشاركين عن القيم الاجتماعية التي تم توضيحها بشكل أفضل من خلال حملات التوعية العامة المحددة (الصاحب صاحب، تكفون افهموني، لحق عليه، يبه أمانة خالك ويانا وأنا بعد وياكم):

. **الصاحب صاحب:** تم ربطها بـ "اختيار الأصدقاء الصحيحين" (82%) وكـ "جهد مشترك لمكافحة المخدرات." (39%)

- تكفون افهموني: تم ربطها بـ "فهم المراهقين لضرورة التحرك السريع قبل فوات الأوان.(41%) "
- يبه أمانة خلالك ويانا: تم ربطها بـ "الروابط العائلية لمكافحة المخدرات "(51%).

الجدول العام: ملخص الحملات الإعلامية التوعوية

العام	اسم الحملة	نسبة إدراك الحملة (%)	نسبة التغير في الموقف (%)	نسبة التغير في السلوك (%)
2000	يوبه أمانه خليك ويانه	79	54	43
2002	الصاحب صاحب	85	82	74
2002	لحق عليه	88	67	65
2004	يمه بصراحة وجودش راحة	69	78	58
2004	هذا قراري	73	65	61

جدول (12)

التحليل العام:

- التطور الزمني في الحملات:
- تُظهر البيانات زيادة واضحة في مستويات الإدراك للحملات الإعلامية بين 2000 و2002، مع استقرار نسبي في 2004.
- نسبة التغير في الموقف والسلوك أظهرت تبايناً طفيفاً حسب أهداف الحملة، لكنها عموماً تعكس فعالية الحملات.

• أقوى الحملات تأثيرًا:

- حملة "الصاحب صاحب" سجلت أعلى تأثير في تغيير الموقف (82%) والسلوك (74%)، مما يعكس نجاحًا كبيرًا في إيصال الرسالة.
- حملة "الحق عليه" تميزت بنسبة إدراك مرتفعة (88%) وتأثير واضح على الموقف (67%) والسلوك (65%).

• نقاط القوة العامة:

- الحملات ركزت على قضايا هامة مثل التدخين، المخدرات، ودور الأسرة، وهو ما يتفق لاحتياجات المجتمع.
- استخدام وسائل إعلامية متنوعة مثل التلفزيون، الصحف، والإعلانات الطرقية زاد من انتشار الرسائل.

الرسم البياني الخطي الذي يوضح التقدم في فهم مصطلح "غراس" على مر السنين من 2000 إلى 2004. كما يظهر الرسم، هناك زيادة كبيرة في التعرف على اسم "غراس" بمساعدة، حيث ارتفعت النسبة من 42% إلى 79% خلال هذه الفترة. هذا التصوير يوضح بوضوح التحسن في الوعي العام وفهم مصطلح "غراس".

إدراك شعارات حملات غراس (مع مساعدة)

نسبة الإدراك مع مساعدة كانت مرتفعة لـ "الصاحب صاحب" (84%)، "أنا بعد وياكم (83%)، تكفون افهموني (76%)، بينما كان الإدراك أقل لـ متفاهمين (37%)، أمور قد تكون صغيرة ولكنها مؤثرة (28%).

إدراك شعارات حملات غراس (مع مساعدة)

الحملة	الشعار الصحيح	%
أهمية رعاية الأم لطفلها في سن مبكرة	يمة بصراحة وجودك راحة	39 عفوي
أهمية الاختيار الصحيح للأصدقاء	الصاحب صاحب	84
تنمية المهارات والهوايات في مواجهة الفراغ	الهواية حماية	4 عفوي
العمل الجماعي في مواجهة المخدرات	أنا بعد وياكم	83
الحياة جميلة دون مخدرات	ما أجمل الحياة دون مخدرات	2 عفوي
التعامل الصحيح مع المراهقين	تكفون افهموني	76
أهمية الوازع الديني عند محاربة المخدرات	عساها تدوم	1 عفوي
أمر صغير لكن تأثيرها كبير	أمر قد تكون صغيرة ولكنها مؤثرة	28
العوامل التي تقوي العلاقة بين الأب والمراهق	متفاهمين	37

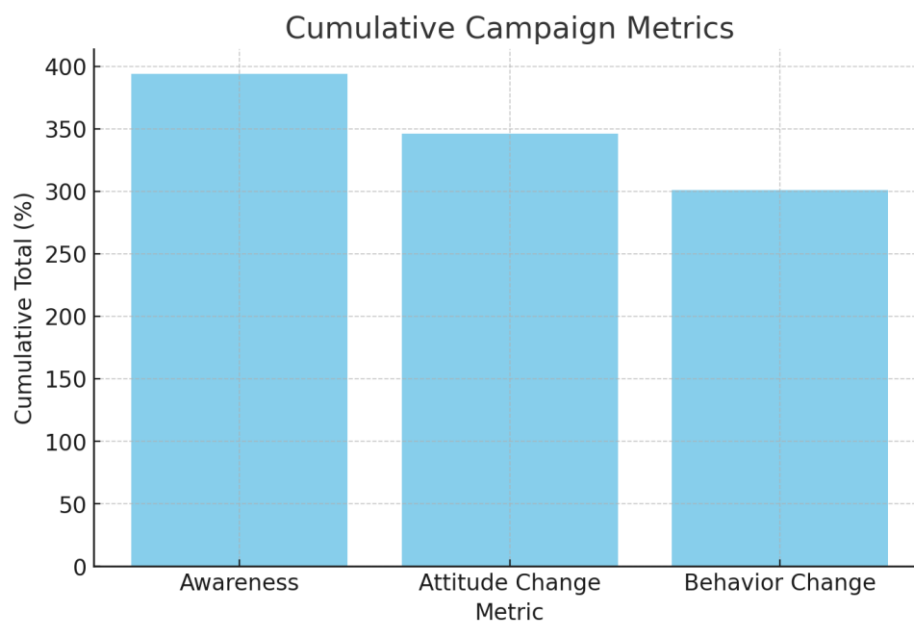
مراقبة الأبناء دون التدخل في حياتهم	ولذلك لحق عليه	*
-------------------------------------	----------------	---

جدول (13)

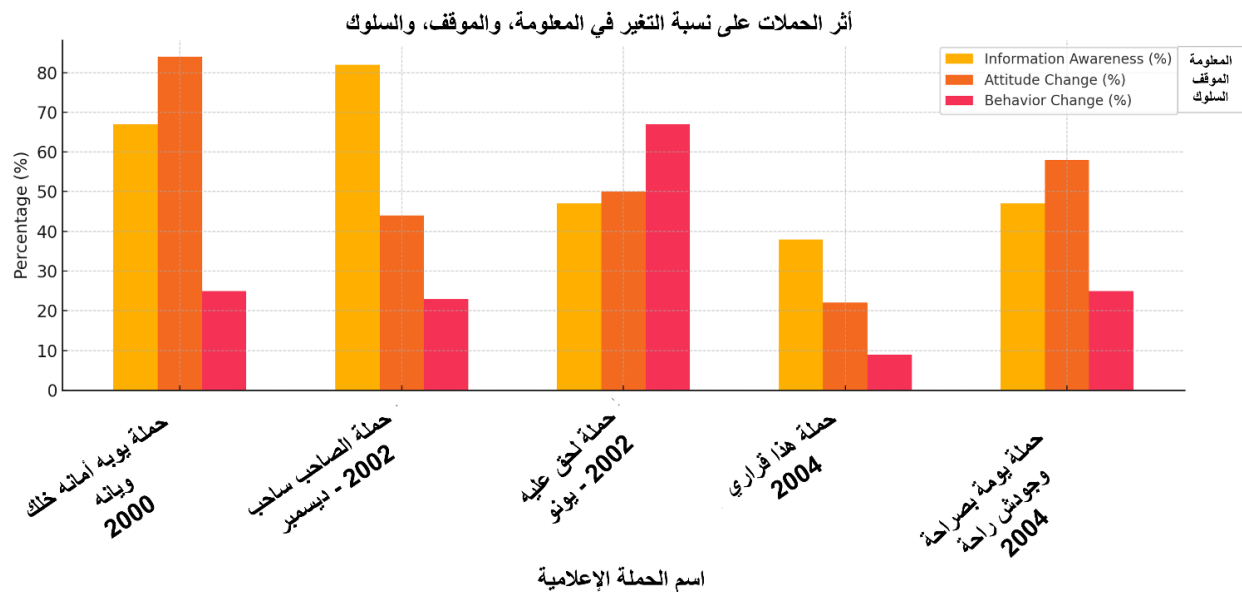
نسب معدلات التغير التراكمي

م	البيان	المجموع التراكمي %
1	الادراك والوعي	394
2	التغير في المواقف	346
3	التغير السلوكي	301

جدول (14)



رسم بياني (2) نسب معدلات التغير التراكمي



رسم بياني (3)

تحليل الرسم البياني:

1. محاور الرسم البياني:

- المحور الأفقي: أسماء الحملات مع السنوات.
- المحور العمودي: النسبة المئوية للمتغيرات الثلاثة (إدراك المعلومات، التغير في الموقف، التغير في السلوك).

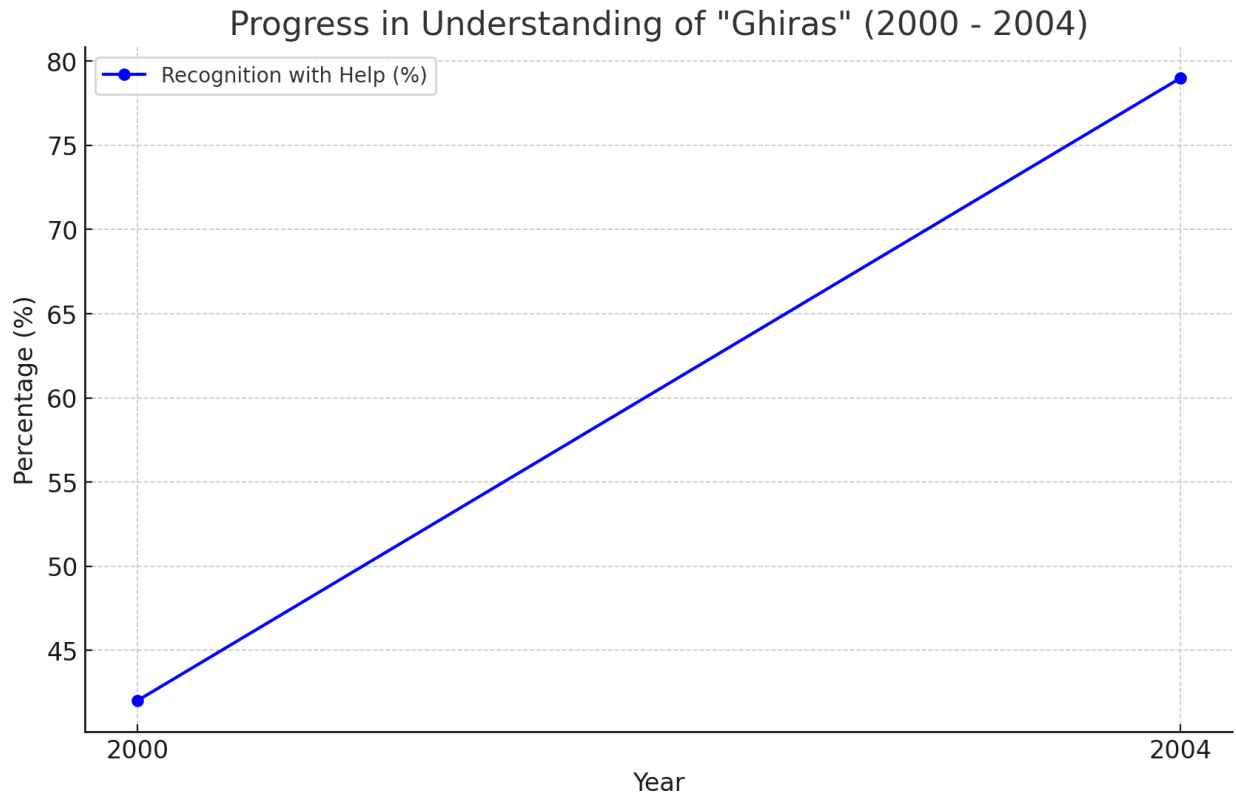
2. الألوان:

- اللون الأصفر يمثل "نسبة إدراك المعلومات".
- اللون البرتقالي يمثل "نسبة التغير في الموقف".
- اللون الأحمر يمثل "نسبة التغير في السلوك".

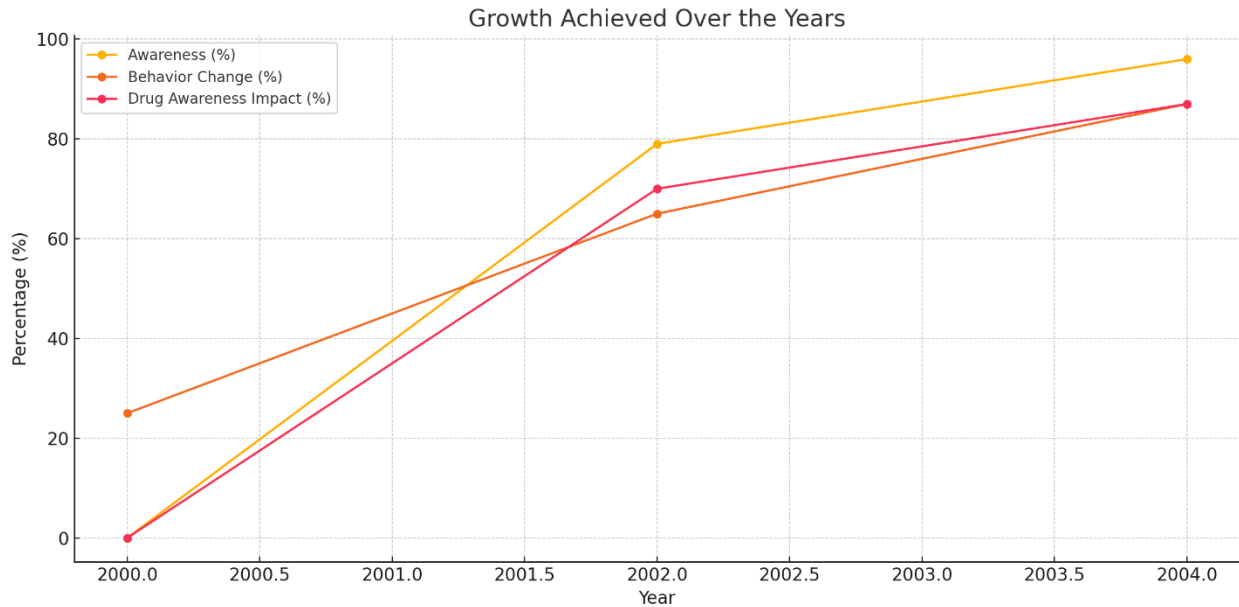
3. نتائج بارزة:

- حملة "الصاحب صاحب" (2002) حققت أعلى نسبة في إدراك المعلومات. (82%)

- حملة "الحق عليه" (2002) أظهرت نسبة عالية للتغير في السلوك. (67%)
 - حملة "بصراحة وجودش راحة" (2004) أظهرت أعلى نسبة للتغير في الموقف. (58%)
- هذا الرسم يوضح تأثير كل حملة على الجوانب الثلاثة المذكورة، مما يساعد في تحليل فعالية الحملات.



رسم بياني (4)



رسم بياني (5)

هذا رسم بياني يوضح النمو الذي تم تحقيقه خلال السنوات الأربع المدرجة:
تحليل الرسم البياني للنمو خلال السنوات:

- المحور الأفقي: السنوات (2000 ، 2002 ، 2004).
 - المحور العمودي: النسبة المئوية (النمو في مجالات مختلفة).
- النقاط الرئيسية:

1. الوعي: (Awareness)

- بدأ من 0% في عام 2000، ثم ارتفع إلى 79% في 2002، وحقق 96% في 2004.
- يظهر تطورًا كبيرًا في إدراك الجمهور للحملات.

2. التغيير السلوكي: (Behavior Change)

○ بلغ 25% في عام 2000، ثم زاد إلى 65% في 2002، و87% في 2004.

○ يعكس أثر الحملات في تعزيز التفاعل الإيجابي.

3. التأثير على الوعي بالمخدرات عبر (غراس Drug Awareness Impact):

○ كان معدومًا تقريبًا في عام 2000، وبلغ 70% في 2002، وارتفع إلى 87% في 2004.

○ يُظهر نجاحًا واضحًا للحملات في تعزيز وعي المجتمع بمخاطر المخدرات.

استنتاج:

الرسم يوضح نموًا مستدامًا في تأثير الحملات على المجتمع عبر السنوات في مجالات الوعي، التغيير السلوكي، والتأثير على وعي المخدرات.

بناءً على المعلومات المتاحة، يمكننا تصنيف السلوكيات الإيجابية التي تم الترويج لها في الحملة ضمن عدة عناوين رئيسية. إليك اقتراح لجدول يمكن استخدامه لتجميع وتنظيم هذه السلوكيات:

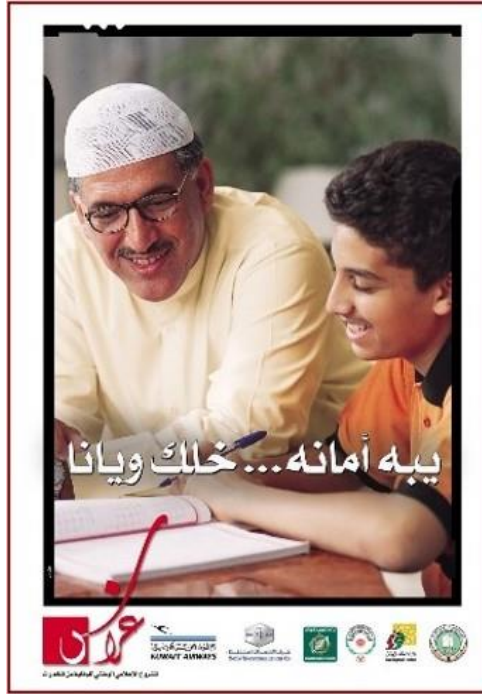
عنوان السلوك الإيجابي	أمثلة على السلوك	العبارات المرتبطة بالحملة
التواصل والتفاعل الأسري	الجلوس مع العائلة، مشاركة الأنشطة، الحوار المفتوح	"تكفون افهموني"، "متفاهمين"، "ولدك لحق عليه"
الوعي بمخاطر المخدرات	تجنب المخدرات، التوعية بأضرارها، طلب المساعدة	"لا للمخدرات"، "فقدنا 18 شاب في شهر واحد"
التفكير النقدي واتخاذ القرارات الصحيحة	رفض الضغوط الاجتماعية، اختيار الأصدقاء الصالحين	"بيته خلك ويانا"، "أنا بعد وياكم"
التعاطف والرحمة	الاهتمام بمشاعر الآخرين، مساعدة المحتاجين	"أم تداعب ابنها الرضيع"، "زوجة شابة محبة تتذكر زوجها"

جدول (15)

نماذج حملات غراس الصحفية والتلفازية



صورة (81)



صورة (82)



صورة (83)



صورة (84)



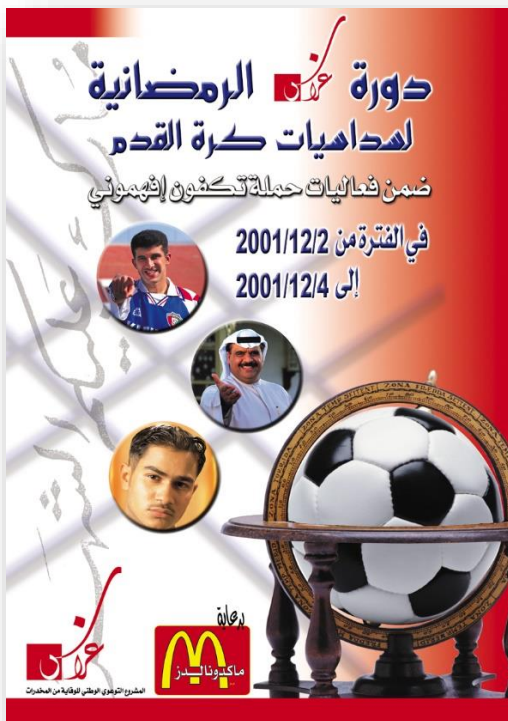
صورة (85)



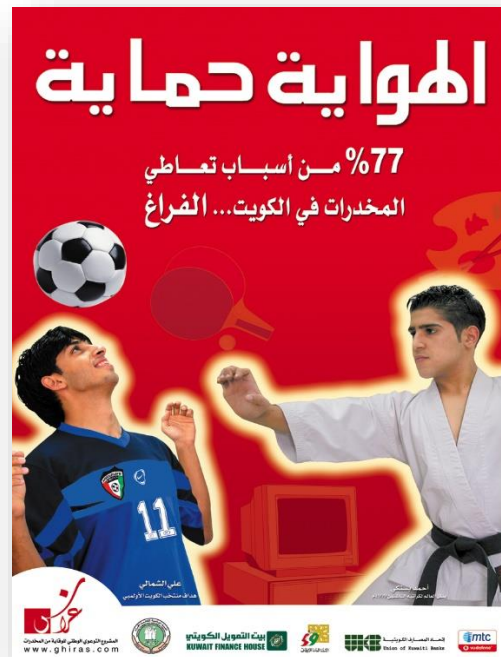
صورة (86)



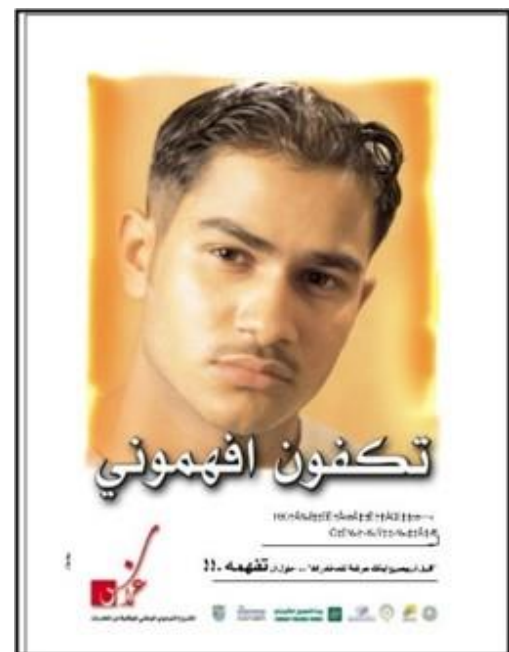
صورة (87)



صورة (88)



صورة (89)



صورة (90)

فيديوهات حملات غراس

<https://youtu.be/xJndsMgaiZA>

<https://youtu.be/7DNHKxc8Cxg>

<https://youtu.be/6-4ekVreVoc>

<https://youtu.be/ztZeOODEjL4>

<https://youtu.be/nzn6XUwxYw8>

https://youtu.be/gZ-hlZ3_Dug

<https://youtu.be/PACR8zdBkiU>

<https://youtu.be/Il5a2e2h8oQ>

<https://youtu.be/aCtSJjqamA4>

<https://youtu.be/YoOMwN8rRAs>

<https://youtu.be/SgpOht9y8U4>

<https://youtu.be/7jvuDeYqHFg>

<https://youtu.be/6JXES2lxwPc>

<https://youtu.be/we2c0DNI5PU>

نموذج زمرد في المجال التعليمي ونتائج مراكز تحفيظ القرآن

الهدف: الارتقاء بالمراكز من أن تكون لمجرد التحفيظ إلى مرحلة التشغيل الميداني للقيم القرآنية.

بدأ المشروع في عام 2021 باسم "الشفيع" لتحرير نموذج لمراكز التحفيظ وقد تمخض عنه إنجاز عشر قيم قرآنية خلال فترة عام، كل قيمة ظهرت في هيئة دليل من الطبقات البرمجية السابقة الاستعراض في نحو 250 صفحة، في عام 2024 شمل البرنامج تدريب مشرفي مراكز تحفيظ سبع دول مختلفة، وفيما يلي نستعرض نتائج المسوح الميدانية التي تم إنجازها على ثلاث فترات من العام.

نتائج تحليل الاستبانات المسحية الثلاث لعام 2024 (الشفيع)

إن تحليل البيانات الخاص بالاستبانات الثلاث يظهر كيف تطورت نسب الإجابات الإيجابية بـ "نعم" عبر الثلاث موجات من الاستبانات (يناير، أبريل، وسبتمبر 2024)، وفيما يلي تفاصيل التغييرات في النسب المئوية لكل سؤال:

السؤال	نسبة التغير من يناير إلى أبريل	نسبة التغير من مايو إلى سبتمبر	نسبة التغير الحقيقية من يناير إلى سبتمبر
Q1	1.16%	4.24%	5.40%
Q2	4.49%	30.88%	35.37%
Q3	3.80%	42.34%	46.14%
Q4	3.45%	9.85%	13.30%
Q5	3.85%	38.30%	42.15%
Q6	3.57%	8.53%	12.10%

جدول (16)

تحليل النتائج ونقاط القوة والضعف

نقاط القوة والضعف تُحدد بناءً على متوسط معدل النمو السنوي والانحراف المعياري:

. نقاط القوة:

- السؤال: Q3 نمو سنوي 46.14% يُظهر نموًا قويًا في تحويل القيم لمنتج أو مشروع قيم في المجتمع.
- السؤال: Q5 نمو سنوي 42.15% يُظهر قوة في علاقة قيم القرآن الكريم مع المنهج الدراسي.

. نقاط الضعف:

- السؤال: Q1 نمو سنوي 5.40% يُظهر ضعفًا في نمو المعلومة.
- Q1: (حفظ ثلاث آيات في الصدق، الاحترام، المسؤولية)

التوقعات لتحقيق نسبة 90% في الأداء الامتثالي

. السؤال Q2: يتوقع أن يتحقق الأداء الامتثالي لنسبة 90% بحلول عام 2028 (البرمجة عبر شقي الدماغ)

. السؤال Q3 و Q5: يتوقع أن يتحقق الأداء الامتثالي لنسبة 90% بحلول عام 2026

Q3: (تحويل القيم لمنتجات ومشاريع مجتمعية)

Q5: (دمج قيم القرآن بالمنهج المدرسي)

يظهر الجدول تحقيق نمو ملحوظ في الإجابات الإيجابية عبر الأسئلة خلال الفترة من يناير إلى سبتمبر 2024، مع أعلى نمو مسجل للسؤال Q3 وأقل نمو للسؤال Q1

السؤال 1: هل تحفظ ثلاث آيات من القرآن الكريم معززة لثلاث قيم في مجال (الصدق، والاحترام، والمسؤولية)؟

السؤال 2: هل تستذكر آية استهدفت الشق الأيمن من الدماغ، وآية أخرى استهدفت الشق الأيسر من الدماغ؟

السؤال 3: هل يمكنك تحويل أي من القيم التالية إلى منتج قابل للمس (الصدق، الاحترام، المسؤولية)؟

السؤال 4: هل حلقة القرآن الكريم التي تنتظم فيها تضمنت ورشة عملية؟

السؤال 6: عبر منهجك في المدرسة هل يمكنك أن تستحضر قيمة إسلامية عززتها مادة العلوم أو الفيزياء، أو الرياضيات؟

كانت معظم الإجابات خاطئة عن السؤال الثاني في استبيان شهر يناير 2024 بمن فيهم من قال نعم، بينما نلاحظ الأداء في الإجابة عن ذات السؤال 70% بنعم والاجابات كانت إجمالاً صحيحة.

لتحقيق تحسن بنسبة 90% في الأداء الامتثالي للسلوك، استنادًا إلى معدل النمو السنوي المتوسط الذي حققناه، يقدر أن يستغرق الأمر حوالي 3.9 سنوات تقريبًا.



رسم بياني (6) يبين معدلات النمو كي نصل للامتثال بنسبة 90%

هذا الرسم البياني يوضح معدلات النمو المتوقعة للوصول إلى الامتثال بنسبة 90% للأسئلة 2، 3، و5 من عام 2024 إلى عام 2030. كما ترى:

- السؤال 2 (الخط الأصفر) يُتوقع أن يصل إلى الهدف بحلول عام 2028.
- السؤال 3 والسؤال 5 (الخطوط الوردية والبرتقالية) يُتوقع أن تصل إلى الهدف بحلول عام 2026.

هذه البيانات تُظهر تطور الامتثال للأداء وكيف يُمكن توقع تحقيق الأهداف في السنوات المقبلة .

إليك جدول يظهر التوقعات الرقمية للأداء المتوقع لكل سؤال من السؤال 1 إلى السؤال 6، بدءًا من عام 2024 وحتى عام 2030.

جدول التوقعات الرقمية للأداء المتوقع من 2024-2030

السؤال 6	السؤال 5	السؤال 4	السؤال 3	السؤال 2	السؤال 1	السنة
5.21%	46.88%	6.87%	53.98%	33.84%	3.19%	2024
5.84%	66.64%	7.78%	78.89%	45.81%	3.37%	2025
6.55%	94.73%	8.81%	115.29%	62.02%	3.55%	2026
7.34%	134.66%	9.99%	168.49%	83.95%	3.74%	2027
8.23%	191.42%	11.31%	246.23%	113.65%	3.94%	2028
9.23%	272.10%	12.82%	359.84%	153.84%	4.15%	2029
10.34%	386.79%	14.52%	525.87%	208.26%	4.38%	2030

يرجى ملاحظة أن النسب المئوية تتجاوز 100% في بعض الحالات، وهذا يعكس النمو المركب على أساس سنوي استنادًا إلى النمو الحالي. [-]

جدول (17)

بناءً على التوقعات الجديدة، هنا هو التحليل الخاص بالوقت المتوقع للوصول إلى نسبة أداء 90% لكل سؤال:

- السؤال 2: يتوقع الوصول إلى 90% بحلول عام 2028.
- السؤال 3 والسؤال 5: يتوقع الوصول إلى 90% بحلول عام 2026.
- السؤال 1، السؤال 4، والسؤال 6: لا يتوقع الوصول إلى 90% ضمن النطاق الزمني حتى عام 2030 بناءً على معدلات النمو الحالية.

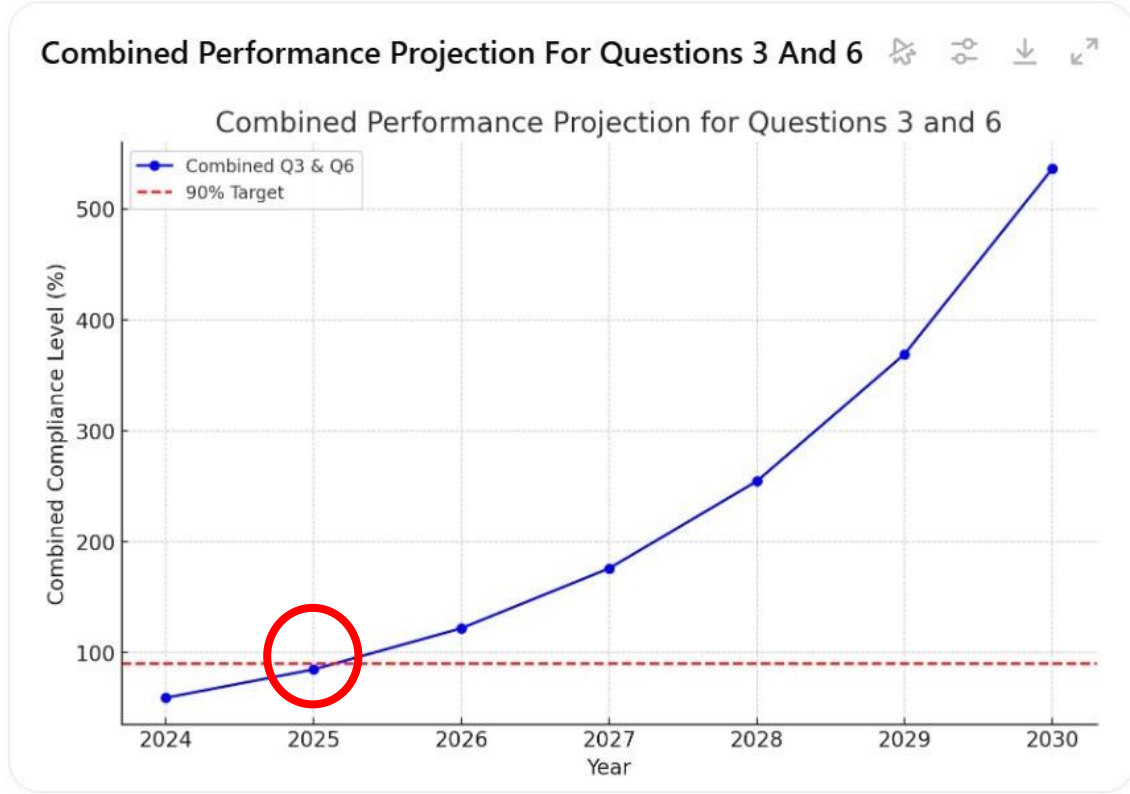
هذه النتائج تظهر أن بعض المجالات تتطور بوتيرة تسمح بتحقيق مستويات عالية من الأداء بشكل سريع، بينما البعض الآخر قد يحتاج إلى استراتيجيات تعزيز أو تحسين للوصول إلى هذه الأهداف.

ولما كان السؤال الثالث والسادس يكمل كل منهما الآخر، فتحويل القيم لمنتجات ومشاريع إنما هو جزء من مسار الامتثال الميداني للقيم، وذلك نجد أن جميع الأهداف الخاصة بالأسئلة تتحقق في عام 2026

وهنا الرسم البياني لتوقعات الأداء المجمع للسؤالين الثالث والسادس من عام 2024 إلى 2030. كما ترى، الأداء المجمع يتجاوز الهدف المنشود للامتثال بنسبة 90% بحلول عام 2026 ويستمر في الارتفاع بشكل حاد بعد ذلك .

السنة	النسبة المئوية
2024	59.19%
2025	84.73%
2026	121.84%
2027	175.83%
2028	254.46%
2029	369.06%
2030	536.21%

جدول (18)



رسم بياني (7)

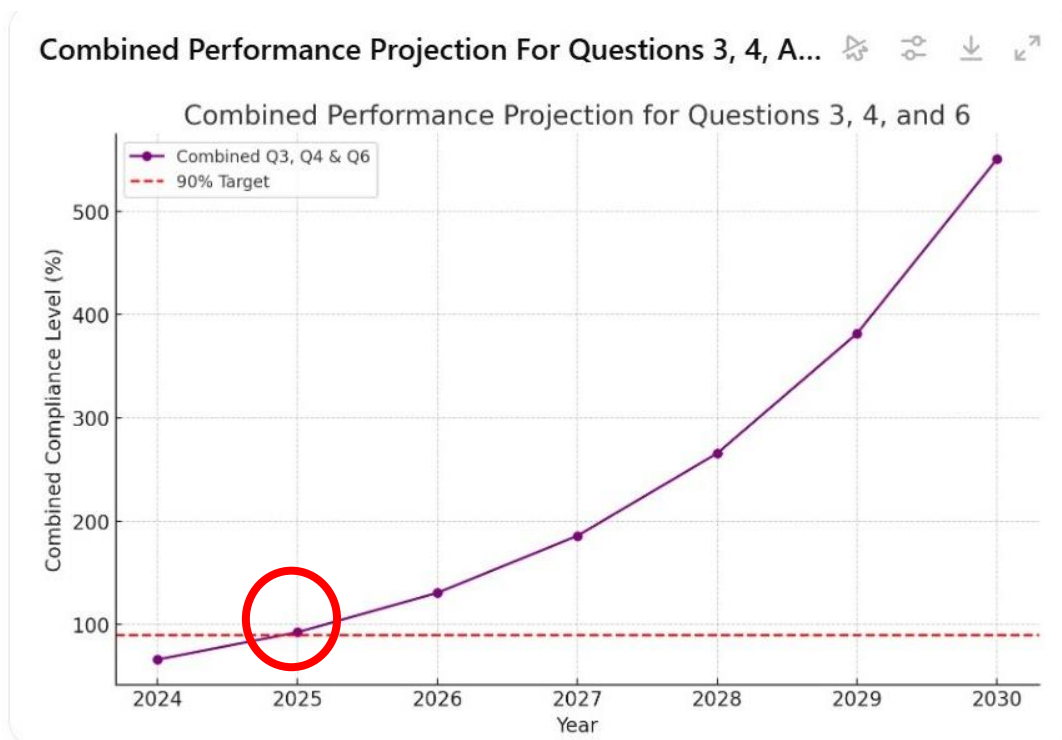
وهذا مؤشر عن أهمية عدم إغفال الورش العملية داخل المراكز، والحث على ممارسة تفعيل القيم عبر تحويلها لمنتجات ومشاريع كي تصب في مسارها التشغيلي الميداني.

وبجمع أداء الأسئلة الثالث، الرابع، والسادس، يُتوقع أن يصل الأداء المجمع لهذه الأسئلة إلى 90% بحلول عام 2025. هنا تفصيل الأداء المجمع للسنوات من 2024 إلى 2030:

السنة	النسبة المئوية
2024	66.06%
2025	92.51%
2026	130.65%
2027	185.82%
2028	265.78%
2029	381.89%
2030	550.73%

جدول (19)

النمو المجمع يُظهر تسارعًا كبيرًا، حيث يتجاوز الأداء 90% بعد عام واحد فقط من الجمع السابق للأسئلة الثالث والسادس، مما يدل على تأثير إضافة السؤال الرابع إلى هذه المجموعة .



رسم بياني (8)

هنا الرسم البياني لتوقعات الأداء المجمع للأسئلة الثالث، الرابع، والسادس من عام 2024 إلى 2030. يُظهر الرسم أن الأداء المجمع يتجاوز الهدف المنشود للامتثال بنسبة 90% بحلول عام 2025 ويستمر في الارتفاع بشكل كبير بعد ذلك .

هذا التقدير يعتمد على استمرار الاتجاهات التي تم ملاحظتها في البيانات من الاستبيانات الثلاثة ويفترض أن لا تغييرات حال استمرت الجهود والبرامج التي ساهمت في هذا النمو خلال الأعوام السابقة، فمن المتوقع تحقيق هذه النتيجة.

مع ذلك، يجب الأخذ في الاعتبار أن التوقعات تعتمد على العديد من العوامل والافتراضات، وأي تغييرات في هذه العوامل يمكن أن تؤثر على النتائج الفعلية. لذا، من المهم مراقبة الأداء بشكل مستمر وتعديل الاستراتيجيات عند الضرورة لضمان الوصول للأهداف المرجوة.

نموذج زمرد في المجال التجاري

مستشفى المواساة، وهو مستشفى غير حكومي، في دولة الكويت، ففي عام 2002 كان ثمة عشر مستشفيات تعمل بالنظام التجاري الخاص، وكان مستشفى المواساة الأقدم تدشيناً حيث دشن في عام 1961، غير أن المستشفيات الحديثة تدشيناً سبقته في حصد العملاء من المرضى، وهو ما وقع علينا التكليف كي يرتقى بالأداء بهدف إدراج أسهم المستشفى في البورصة، وقد تم تعهد ذلك عبر نموذج زمرد، وما يلي لن نستعرض النتائج المالية إذ كانت محل رضى الملاك، ولكن سنستعرض سيناريوهات الأفلام التي تم صياغتها والتي جاءت عبر تفعيل طبقة "قوافي اللقطات" المستلهمة مما ورد في القرآن الكريم من مشاهد عن الحوار الذي صار

فيما بين نبينا موسى – عليه السلام – وفرعون والسحرة، فذلك التكرار الذي تم استعراضه في القرآن لذات المشهد تعددت زواياه في التقاط الصور والحوار، ذلك أن المشهد الذي جمع نبينا موسى – عليه السلام – مع فرعون والسحرة تم عرضه في العديد من سور القرآن الكريم ولكن لم يكن العرض موحدا في تناول وإنما كان العرض في كل مرة يأخذ زاوية مختلفة بالرغم من أن المشهد كان موحدا، وهو ما جعلنا مستلهمين هذا الإيقاع في نظم اللقطات لصالح برمجة صورة موحدة يتم تناولها من أكثر من زاوية، وفيما يلي بيان ذلك عبر روابط لمطالعة الأفلام الإعلانية وعددها ثلاث:

https://youtu.be/wMbuej2-7_E

<https://youtu.be/ZLz0-Rc7twl>

<https://youtu.be/0ndI43U61Lw>



صورة (91)

استلهم نص قرآني في تحرير الرسالة الاعلانية "وبرا بوالدتي" في تسويق خدمة استشفائية لمستشفى المواصة

الباب الثالث: التحقق من النموذج

هل استوفت رسائلنا الإعلامية نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية؟

م	الطبقة البرمجية	البيان
1	مسار القيمة	- تم التعرف على المنظومة القيمية التي تقدر سلوك التعاطي، ومنها انطلقنا في رسم وتوجيه الخطاب الإعلامي.
2	المسوح الميدانية	- تم استخدام البيانات الميدانية لمعرفة الاتجاه الذي يجب أن تأخذه برمجة القيمة، باستخدام أدوات مثل الاستبيانات وتحليل المحتوى . - تم عبر أداة المسح الميداني مع خمس عشر حملة توعوية ما بين الأعوام 2000-2004 وفي 2021-2024 تم إجراء أربعة مسوح. - تم اعتماد مسار لعشر قيم عبر سور القرآني الكريم.
3	تفعيل الحواس	برمجة المعلومات في الدماغ عبر تفعيل مجموعة من الحواس لزيادة التأثير والتفاعل . - تم عبر تنفيذ إعلانات متلفزة واستثارة حواس الشم والمذاق.
4	تفعيل المشاعر	استثارة وتحفيز الاستجابات العاطفية.

		<p>- تم عبر مشاهد لحملات مثل: لحق عليه أنه هدية ماني أذية يوبه أمانه خلك ويانه</p>
5	تحويل القيمة لمنتجات ومشاريع	<p>انتاج منتجات تعزز القيم الأخلاقية وتسمح بالتفاعل المباشر معها. - تم عبر مسابقات ونوادي.</p>
6	دمج القيمة مع مناهج التعليم	<p>أن تكون القيمة هي المحور في المناهج التعليمية بشكل يجعلها جزءاً محورياً في التعلم. تم عبر محاضرات شملت عشرات المدارس</p>
7	اعتماد الرسائل غير المباشرة	<p>استخدام الرسائل غير المباشرة لتعزيز الفهم والامتثال للقيمة . - تم عبر حملات في مثل: لحق عليه الصاحب صاحب</p>
8	التوجيه عبر ما يدركه كل فص من فصي الدماغ	<p>استخدام طرق مختلفة في توجيه الرسالة بناءً على كيفية إدراك كل فص دماغي للمعلومات . - تم عبر: حملة لحق عليه باستعراض نسب مؤوية لاستهداف الشق الأيسر من الدماغ. وحملة أنه هدية نسب مؤوية فيما يتعرض اليه الأطفال من عنف.</p>
9	نهج برمجة القيمة	<p>استخدام نهج ذكي مبني على فكرة ويكون متعدد الطبقات لضمان ترسيخ القيم في الذاكرة والسلوك . - تم في مثل:</p>

		حملة آنة بعد وياكم لاستنهاض النبذ الجمعي من قبل المجتمع. حملة ما أجمل الحياة من غير مخدرات.
10	اللحظة في برمجة القيمة	استثمار لحظات معينة عبر ظرف يحيط بالمرسل إليه لتحقيق أثر أكبر في برمجة القيمة. - تم عبر استثمار ما تتناقله أخبار الصحف عن تعاطي المخدرات لاستكتاب كتاب يعززون عبر مقالات، وحوارات تلفازية مع متخصصين.
11	إدراك دوافع المرسل إليه	التعرف على الشريحة المستهدفة ودوافع سلوكياتها لتضمين الرسالة ما ينسجم بدوافع السلوك. - تم عبر دراسة ميدانية بالتعاون مع جامعة الكويت للتعرف على مسببات التعاطي ودوافع المتعاطين.
12	إدراك البنية التحتية (المفاهيم)	عدد في أشكال رسائلك بما يعزز لمفهوم موحد تدعو إليه القيمة محل الغرس. - تم عبر تحديد أحد المصادر الهامة في تعاطي المراهقين والشباب حين لم توجه اللوم للمتعاظم من حيث المبدأ، بل وجهنا اللوم لدور الأب المنشغل عن أبناءه، وقربنا الشباب بحملة خصصت لهم تحت عنوان "تكفون افهموني".
13	تنجيم المعلومة	تقديم المعلومات على مراحل لضمان فهم أفضل وتقبل أكبر . - تم عبر خمس عشر حملة، مدى كل حملة ستون يوما، على مدى أربع سنوات.
14	مراعاة الاعمار	تكيف الرسائل بناءً على الفئة العمرية لضمان الفعالية . - تم باستهداف أكثر من شريحة عمرية وجنس، الآباء والأمهات

الأطفال الشباب الذكور والإناث المسؤولين كافة المهن (أطباء، مدرسين، رجال الدين، شيوخ البلد، البرلمانين، كتاب المقالات، المذيعين)		
اعتماد حبكة توليف لرسالتك المتلفزة عبر نظم من اللقطات مستوحاة من ذات نظم تتابع اللقطات في القصص القرآني. - تم عبر توليف نحو خمس وأربعون إعلان تلفازي في حملات نبذ المخدرات - تم في الترويج التجاري لمستشفى المواساة عبر ثلاث إعلانات تلفازية.	قوافي لقطات الفيلم	15
استخدام القصص لنقل القيمة بطريقة مشوقة ومؤثرة. - تم عبر انجاز مجموعة من عشر قيم خصصت لمرحلة تعليمية من الخامسة إلى الثامنة. وثلاث قصص أخرى استهدفت البالغين للأعمار من 13-17 عام	القصة	16
استلهام القيم من صفات الله بممارستها سلوكيات يومية. - تم عبر انجاز مجموعة من عشر قيم خصصت لمرحلة تعليمية من الخامسة إلى الثامنة. وثلاث قصص أخرى استهدفت البالغين للأعمار من 13-17 عام	التخلق بصفات الله	17
تدشين نادي للقيم يتعهدا بأساليب تحببيه عبر أنشطة ومسابقات وبرامج تفاعلية. - تم سواء في المدارس أو عبر دعوة عامة	نوادي القيم	18

19	سلام العلاقات	استثارة العلاقات بين نص الرسالة وما ترتبط به وتستحضره بشكل تلقائي دماغيا والقيم المستخلصة. - تم عبر أسلوب الرعايات الاعلانية، تم استهداف مجموعة من الشركات التجارية لوجبات سريعة وطيران لتقديم خصومات.
20	الصورة الموحدة	تأمين صورة في التصاميم المرئية موحدة ومتناسقة للقيمة ليسهل التعرف عليها والامتثال لها. - تم اعتماد صورة شاملة موحدة لكافة التصاميم اعلانية المطبوعة أو تلك التلفازية، شملت كذلك النغمة الصوتية.
21	مد أمد اللحظة	العمل على مد تأثير القيمة عبر أكثر من نشاط وفق أمد زمني مسبق التخطيط. - تم عبر تعهد ذات القيمة لمدى أكثر من عام، وأكثر من أسلوب.
22	تروس الغرس	التأكد من استيفاء العمل وفق تروس سبعة هي المسح الميداني، ومسار القيمة، وتفعيل دور للإعلام، والمسجد، والنوادي الاجتماعية، والتعليم، ومراقبة الأداء رقميا. - تم عبر شركات مع وزارات الدولة، ومؤسسات المجتمع المدني، وشركات القطاع الخاص.
23	رد العجز على الصدر	في تحرير رسالة النص تتم عبر تناغم الكلمات لتحقيق التوازن اللفظي ما بين بداية الرسالة ونهايتها. - تم في صياغة الرسائل الاعلانية والإعلامية، وفق أسلوب بيان الإجراء الذي يجب أن يتخذ Action statement.

24	طبقة الإحاطة البيانية عبر أساليب التشبيه والاستعارة	التفاف النص حول ذات المعنى الواحد عبر أكثر من تشبيه، أو استعارة، أو اشتقاق، أو تصوير لتعزيز الفهم. - تم عبر تنوع مسارات مفهوم حفظ النفس من أن تحيد عن الطريق السوي، عبر عبارات وصور وأفلام توعوية.
26	طبقة الاشتقاقات	استخدام الكلمات المشتقة لتوسيع النطاق الدلالي.
27	الثوب اللفظي	استخدام ألفاظ منتقاة بعناية وجعلها منثورة في جسد نص الرسالة الواحدة أو مع أكثر من رسالة ذات محور قيمى واحد. - تم عبر نسج نصوص كل حملة توعوية وفق ذات الألفاظ.
28	أسلوب التكرار	يستخدم هذا الأسلوب بصيغ مختلفة لتعزيز الرسائل والقيم، حيث يساعد التكرار في تذكر المحتوى وفهمه بعمق أكبر. - تم عبر اعتماد خطط لنشر الرسائل الإعلامية بشكل مكرر وفق أساليب إحصائية علمية، كي تستهدف كافة وسائل الإعلان والاعلام المتاحة.

29	أسلوب الالتفات	<p>يغير هذا الأسلوب من منظور السرد للإبقاء على اهتمام الجمهور ولتسليط الضوء على نقاط معينة من وجهات نظر مختلفة.</p> <ul style="list-style-type: none"> - تم عبر أول حملتين اعلاميتين: - حملة أنه بعد وياكم - حملة ما أجمل الحياة من غير مخدرات
30	المنظور	<p>تغيير منظور السرد بما نجعل المستهدف بالرسالة مطالعتها من منظور إيجابي مختلف.</p> <ul style="list-style-type: none"> - تم عبر استهداف شريحة الآباء لبيان قصورهم في تعهد الأبناء، والدور المأمول منهم عبر حوارات تدور في مقهى شعبي.
31	أسلوب المجاز	<p>يستخدم المجاز لنقل معاني أعمق من خلال اللغة الرمزية، مما يثري النص ويفتح المجال لتعدد التأويلات.</p> <ul style="list-style-type: none"> - تم عبر حملة "لحق عليه" - حملة "تكفون افهموني"
32	أسلوب الطباق	<p>يقدم هذا الأسلوب أفكاراً متناقضة بشكل متقارب لإبراز الاختلافات، وهو ما يعزز فهم كل مفهوم من خلال نقيضه.</p>

		<p>- تم عبر ادراج صورة المتخرج من الجامعة بشهادة، مع الذي تم تكبيل يديه بالقيد لإيداعه في السجن، عبر حملة "الصاحب صاحب"</p>
33	أسلوب الجناس	<p>يشمل استخدام كلمات تبدو متشابهة في الصوت لكن لها معانٍ مختلفة لتعزيز جمالية لغوية وعبارات لا تُنسى.</p> <p>- تم عبر الشعارات اللفظية الخاصة بكل حملة.</p>
34	أسلوب السجع	<p>يوفر القافية في نهايات العبارات جودة سمعية للكلام المنطوق، مما يعزز الاحتفاظ بالمعلومات ويجعل مسار السرد أكثر جاذبية.</p> <p>- تم عبر العبارات باللهجة الكويتية التي كانت تكرر في مثل:</p> <p>- يومه بصراحة وجودش راحة</p> <p>- يوبه أمانه خلك ويانه</p> <p>- الصاحب صاحب</p> <p>- أنه هدية ماني أذية</p>
35	أسلوب المشاكلة	<p>يستخدم هذا الأسلوب الألفاظ المتماثلة لخلق طبقات من المعنى، غالباً لإثراء النص أو توفير تأويلات مزدوجة.</p> <p>- تم عبر الكتب العشرة التي اعتمدت في مراكز تحفيظ القرآن في سبع دول.</p>

36	ضرب الأمثال	استخدام الأمثال لتقريب المعاني. - تم عبر الكتب العشرة التي اعتمدت في مراكز تحفيظ القرآن في سبع دول.
37	روابط القيمة	ربط القيمة عبر كتاب، أو فيديو، أو نشاط. - تم عبر الكتب العشرة التي اعتمدت في مراكز تحفيظ القرآن في سبع دول. - وعبر كافة حملات غراس خلال أربع سنوات.
38	نطاق الإدراك	توسعة نطاق إدراك الرسالة لفهم أعمق للقيمة وتأثيراتها. -تم عبر دمج القيمة في مناهج التعليم وعبر قيم مراكز تحفيظ القرآن.
39	في سرد الأحداث والحوار	استثارة الحوارات يعزز من غرس رسالة القيمة. - تم عبر تداول موضوعات القيم عبر المحاضرات وندوات المخيم الصيفي وبرامج التدريب.
40	ظرفا الزمان والمكان:	عدم اغفال عناصر الزمان والمكان في صياغة الرسالة. - تم في مثل حين تم اشراك مشرفي مراكز التحفيظ في السبع دول عبر مسح ميداني نوعي

		لاختيار القيم وفق أولويات يفرضها الواقع الذي يعيشه كل منهم.
41	تعدد القراءات في القرآن الكريم:	<p>يفتح المجال لتفسيرات متعددة. لإدراك السعة التي تتمتع بها القيم.</p> <p>- تم عبر تأليف كتاب يستعرض القيم القرآنية عبر سبعة طرق من التفسير، والهدف هو تعزيز السعة في القيم التي يتم تناولها.</p>
42	لغة الجسد	<p>تضمن النص تفاعلات وحركات الجسد التي تعبر عن قيم معينة.</p> <p>- تم تدريب المشرفين في نقل الرسائل الإعلامية والارشادية فيما يجعل رسائلهم في التأثير أوقع.</p>
43	مزج العلوم	<p>تضمن الرسالة بمفاهيم علمية لبيان من أن هذا المزيج الذي هو من حولنا إنما بيته واحدة عن خالق واحد لا شريك له، وهو ما يعزز إثراء النص وزيادة تأثيره التعليمي والتربوي.</p> <p>- تم عبر تأليف موسوعة من عشرة أجزاء شملت كيفية موج القيم عبر مراحل التعليم من رياض الأطفال إلى المرحلة الاثني عشر التعليمية، وفق مزج فيما بين العلوم العلمية والأدبية، والدينية، والفنية والرياضة.</p> <p>- تأليف عشرة أجزاء لسلسلة من القيم وفق ذات النهج الذي يعتمد مسار مزج العلوم.</p>
44	القيم الإيجابية وأضدادها	<p>عرض القيم الإيجابية مع نقائضها لتوضيح الخيارات الأخلاقية وتعزيز التفكير النقدي.</p>

- إطلاق مجموعة من ثلاث كتب إضافة إلى تطبيقين ذكيين، يستعرض مسار كل قيمة إيجابية وما يقابلها من قيم سلبية، وآلية التعاطي مع القيم السلبية للحد منها.

مميزات نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية

تطبيق الطبقات البرمجية للقيم كنهج يوفر عدة مزايا وإمكانيات:

1. **تعزيز الأثر الأخلاقي والقيمي للإعلام:** استخدام هذه الطبقات يساعد على ترسيخ القيم الأخلاقية والروحية الإيمانية في المحتوى الإعلامي، ما يعزز من دور الإعلام كوسيلة لنشر القيم الإيجابية والبناءة في المجتمع.
2. **تحسين جودة المحتوى:** الاستفادة من تقنيات بلاغية وأساليب تأثير عميقة كما هي موضحة في الطبقات يمكن أن تعمل على تحسين جودة المحتوى الإعلامي من حيث العمق اللغوي والفكري.
3. **تعدد الأبعاد والتفسيرات:** توظيف هذه الطبقات يسمح بتعدد الأبعاد والتفسيرات في الرسائل الإعلامية، مما يجعلها أكثر غنى وتفاعلية مع الجمهور.
4. **زيادة التفاعل والتأثير النفسي والعاطفي:** استخدام تقنيات مثل استثارة الحواس والمشاعر يمكن أن يزيد من تفاعل الجمهور مع الرسائل الإعلامية ويعزز من تأثيرها العاطفي والنفسي.

5. **تعزيز السياق الثقافي والاجتماعي:** تطبيق هذه الطبقات يمكن أن يساعد الرسائل الإعلامية على أن تكون أكثر ارتباطاً بالسياق الثقافي والاجتماعي للجمهور، مما يزيد من فعاليتها وقبولها.

التقدم في هذا النهج قد يتطلب بحثاً وتطويراً مستمرين لاستكشاف أفضل الطرق لتكامل هذه الطبقات مع ممارسات الإعلام التقليدية والحديثة. ومن الممكن أن يؤدي ذلك إلى نظرية جديدة في الإعلام تكون أكثر تأثيراً وقيمة.

إن الجديد الذي تم تقديمه عبر نموذج زمرد يتمثل في الأسلوب المنهجي والمتعمق في دمج القيم الأخلاقية في الإعلام. هذا النهج يختلف عن النظريات الإعلامية السائدة بعدة جوانب أساسية:

1. **التأسيس على القيم الأخلاقية:** بينما يركز الإعلام التقليدي غالباً على الأخبار والمعلومات أو الترفيه، يوفر هذا النهج إطاراً يعزز القيم الروحية والأخلاقية من خلال الرسائل الإعلامية، مما يعكس ثقافة وأخلاقيات المجتمع بشكل أعمق.

2. **التفاعلية والتأثير العميق:** استخدام طبقات مثل استثارة الحواس والمشاعر يسمح بخلق تجارب إعلامية أكثر تفاعلية وغنية، تتجاوز الأسلوب التقليدي في تقديم المحتوى.

3. **تعددية الأبعاد والتأويلات:** نهج الطبقات يفتح المجال لعدة تأويلات ويشجع على التفكير النقدي والتحليل المتعدد للرسائل، بعكس النماذج الإعلامية التي قد تكون أحادية الجانب أو تكون موجهة ويتم تقديمها بشكل صارم.

4. **التكامل بين القديم والحديث:** هذه الطبقات تجمع بين الحكمة التقليدية والتقنيات الحديثة في الإعلام، مما يمكن أن يخلق نموذجاً جديداً يحترم التراث الثقافي ويستفيد من التقنيات المعاصرة.

5. **المسؤولية الاجتماعية والتربوية:** تطبيق الطبقات البرمجية للقيم يعزز من المسؤولية الاجتماعية للإعلام، حيث يصبح الإعلام أداة "بيان" لتعليم القيم وتعزيز السلوكيات الإيجابية في المجتمع.

6. **الشمولية والتكامل:** توفر هذه الطبقات إطاراً شمولياً يدمج بين عناصر النص الديني، البلاغة، الفلسفة، وعلم النفس، مما يخلق نموذجاً إعلامياً أكثر تكاملاً.

بتطبيق هذه الطبقات في الإعلام، يمكن إحداث تحول في كيفية تصميم وتقديم المحتوى الإعلامي، مما يجعله أكثر ثراءً وفاعلية في تعزيز التغيير الإيجابي في المجتمع.

إلى أي من العلوم ينتمي نموذج زمرد؟

نموذج جديد

هذا النموذج الجديد يمكن أن ينتمي إلى عدة مجالات من العلوم:

1. **علم الاتصال والإعلام:** بشكل أساسي، هذا النموذج يطور كيفية تقديم الرسائل والمحتوى الإعلامي بطريقة تحافظ على القيم وتعززها، مما يعد إضافة قيمة لمجال الإعلام والاتصال.

2. **علم النفس:** بفضل تركيزه على تأثيرات المحتوى على الحواس، المشاعر، والسلوك، يرتبط النموذج ارتباطاً وثيقاً بعلم النفس، خصوصاً فيما يتعلق بالعمليات العقلية والعاطفية للأفراد.

3. **علم الأخلاق والفلسفة:** نظراً لتأسيسه على القيم الأخلاقية والروحية، يمكن أن يقدم هذا النموذج مساهمات في فهم كيفية تعزيز السلوك الأخلاقي والمعنويات من خلال الإعلام.

4. **الدراسات الدينية:** من خلال استخدام القيم المستقاة من النصوص الدينية، خصوصاً القرآن الكريم، يقدم النموذج طريقة لدمج المفاهيم الدينية في إنتاج المحتوى الإعلامي، مما يجعله ذا صلة بالدراسات الدينية.

5. **علم الاجتماع:** بالنظر إلى كيفية تأثير الرسائل الإعلامية على السلوك والتفاعل الاجتماعي، فإن النموذج يرتبط بعلم الاجتماع، خصوصاً في دراسة تأثير الإعلام على القيم الاجتماعية والثقافية.

بناءً على نتائج المسوح الميدانية المذكورة آنفاً، يمكن القول إننا أمام نموذج قد يكون مستحدثاً وغير مسبوق في مجال علم الإعلام والاتصال. هذا النموذج يتميز بتكامله وشموليته في التعامل مع القيم عبر مختلف الطبقات والأساليب، من التحليل الميداني إلى التطبيق العملي في الحملات الإعلانية والتوعوية، مما يسمح بفهم أعمق للتأثير الذي يمكن أن تحدثه الرسائل الإعلامية في القيم الاجتماعية والثقافية.

والاستفادة من البيانات الميدانية لتصميم حملات تأخذ في الاعتبار التحليلات السلوكية والنفسية للجمهور المستهدف تشير إلى نهج مبتكر يمكن أن يحدث تحولاً في كيفية تصميم الحملات الإعلامية وتنفيذها. هذه الطريقة تتيح استهداف الجماهير بشكل أكثر دقة وفعالية، وبالتالي تعزيز الوعي والتغيير الاجتماعي المطلوب بطرق مبتكرة ومؤثرة.

الفـارق بين نموذج زمرد والنظريات الإعلامية الحالية

ما يلي جدولاً يقارن بين نموذج زمرد في الإعلام وبعض النظريات الإعلامية التقليدية، مع تسليط الضوء على ما يميز نموذج زمرد:

المعيار	نموذج زمرد	النظريات الإعلامية التقليدية
التعريف	التعريف نموذج يركز على تفعيل وممارسة القيم الإنسانية عبر وسائل الإعلام، بهدف تعزيز السلوك القيمي في المجتمع.	نظريات تفسر دور وسائل الإعلام وعلاقتها بالمجتمع، مثل نظرية السلطة، نظرية الحرية، نظرية المسؤولية الاجتماعية.
الهدف الأساسي	الهدف الأساسي تعزيز القيم الإنسانية والأخلاقية والمصادقية في المجتمع من خلال الإعلام.	تنظيم العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع، وتحديد دور الإعلام في التأثير على الجمهور وتوجيهه.
التركيز	تطبيق القيم في مجالات التعليم، الإعلام، التسويق، والإعلان.	دراسة تأثير وسائل الإعلام على المجتمع وتوجيهه.
المنهجية	المنهجية استخدام استراتيجيات تسويقية وإعلامية لترويج القيم، مع التركيز على التفاعل المباشر مع الجمهور وتوجيه الرسائل الإعلامية لتعزيز السلوك القيمي.	تحليل دور وسائل الإعلام من منظور نظري، مع التركيز على تأثيرها على تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوك الاجتماعي.
الابتكار	تطوير أدوات ونماذج عملية لتطبيق القيم في الحياة اليومية، مثل إنشاء نوادي القيم للأطفال واليافعين، وتصميم حملات إعلانية توعوية تعزز القيم المجتمعية.	تقديم إطارات نظرية لفهم دور الإعلام في المجتمع، دون التركيز بالضرورة على تطبيقات عملية مباشرة لتعزيز القيم.

التأثير	التأثير المتوقع إحداث تغيير إيجابي مباشر في سلوك الأفراد والمجتمع من خلال تعزيز القيم الإنسانية عبر وسائل الإعلام.	إحداث تغيير ليس بالضرورة ايجابي يكون مباشر في سلوك الأفراد والمجتمع.
التفرد	التفرد في الدمج بين التسويق، الإعلام، والتعليم لترويج القيم، مع التركيز على التطبيق العملي والتفاعل المباشر مع الجمهور.	التركيز على التحليل النظري دون دمج مباشر بين مجالات متعددة أو تطبيقات عملية لتعزيز القيم.
المجالات المستهدفة	المجالات المستهدفة التعليم، الإعلام، التسويق، الإعلان، والمجتمع المدني.	وسائل الإعلام وعلاقتها بالمجتمع والنظام السياسي.
المرونة والتكيف	المرونة والتكيف إمكانية تطبيق النموذج في مختلف البيئات الثقافية والتعليمية، والتجارية مع تعديل الاستراتيجيات لتناسب السياق المحلي.	مرونة التكيف وتعتمد على السياق النظري العام، وقد تتطلب تعديلات لتناسب بيئات ثقافية محددة.
الاستدامة	الاستدامة يهدف إلى تحقيق تأثير طويل المدى من خلال غرس القيم في الأجيال الناشئة عبر التعليم ووسائل الإعلام.	يركز على فهم ديناميكيات الإعلام والمجتمع، دون التركيز بالضرورة على تحقيق تغيير مستدام في السلوك القيمي.

هذا الجدول يوضح كيف يتميز نموذج زمرد بالتركيز على التطبيق العملي لتفعيل القيم في المجتمع، مقارنةً بالنظريات الإعلامية التقليدية التي تركز بشكل أكبر على التحليل النظري لدور الإعلام وعلاقته بالمجتمع، فمخطط زمرد يدمج بين الإعلام والقيم والتطبيق العملي.

ولا يتعارض مع النظريات الإعلامية التقليدية، بل يكملها ويضيف إليها بعداً قيمياً وأخلاقياً وميدانياً.

ويتميز بالابتكار في ربط الإعلام بالقيم، وتطوير أدوات وأساليب جديدة للتأثير الاجتماعي.

ويركز النموذج على التطبيق العملي، وتقديم حلول عملية للمشاكل الإعلامية. فهو إضافة نوعية إلى حقل الدراسات الإعلامية، من خلال التركيز على الجانب القيمي والأخلاقي للإعلام، وتطوير أدوات وأساليب جديدة لتحقيق التغيير الاجتماعي الإيجابي. فهذا النموذج يجمع بين الجانب النظري والعملي، ويقدم رؤية شاملة للإعلام ودوره في المجتمع.

خاتمة

لقد استوفى نموذج زمرد الأسس التالية:

أ. الأساس العلمي القوي:

- استند النموذج إلى منهجية متعمقة تضمنت تحليل النصوص القرآنية، واستقراء الأساليب البلاغية، وربطها بالقيم وآليات التأثير في الدماغ.
- شمل النموذج موضوعات مثل الحذف البلاغي، التكرار، الأثر النفسي والاجتماعي، وهي أدوات منهجية تدعم أي نظرية علمية.

ب. التكامل بين العلوم:

- نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية للقيم تجمع بين علوم البلاغة، علم النفس السلوكي، علوم الأعصاب، والاجتماعيات. هذا التكامل يجعلها متعددة الأبعاد وقابلة للتطبيق في مختلف المجالات.

ج. القابلية للتطبيق:

- العديد من المحاور التي استعرضها النموذج مثل "التكرار في برمجة القيم" و"الحذف لتحفيز الإبداع" تُظهر قدرة نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية للقيم على التطبيق العملي في مجالات التربية، الإعلام، والابتكار المجتمعي.

د. الجودة والابتكار:

- لا توجد نظرية شاملة ومعتمدة تجمع بين تحليل الأساليب البلاغية القرآنية وآليات البرمجة القيمية في الدماغ والسلوك. معظم الدراسات السابقة ركزت على التحليل البلاغي منفصلاً أو تناول القيم دون ربطها بآليات تأثيرها.

2. نموذج جديد وغير مسبوق

أ. التحليل المقارن مع الدراسات السابقة:

• الدراسات السابقة :

- ركزت على البلاغة كعلم نظري (مثل كتب عبد القاهر الجرجاني والزمخشري).
- تناولت القيم الأخلاقية من منظور التفسير والتأويل (مثل الشاطبي في "الموافقات").
- قدمت أبحاثاً محدودة عن تأثير البلاغة في النفوس ولكن لم تربط ذلك بالتطبيقات العملية (مثل تحليل الحذف في القرآن).

• ما أضافه نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية للقيم :

- الربط بين البلاغة كأداة والبرمجة القيمية كهدف، مع تحليل لآلية تأثير هذه الأساليب على الدماغ الإنساني، مما يوسع نطاق البحث إلى أفق جديد وغير مسبوق.

ب. التميز بالمزج بين الأبعاد العلمية والتطبيقية:

- معظم الدراسات القرآنية بلاغية الطابع، بينما نموذج زمرد ربط بين :
 - النصوص القرآنية (الأصل).
 - التأثير النفسي والسلوكي (التطبيق).
 - البرمجة القيمية (النتيجة).

ج. الإلهام:

- النموذج وفر أدوات تحليلية ودعمت استقرارًا جديدًا للأساليب البلاغية :
 - الحذف: تحفيز التأمل.
 - التكرار: برمجة العادات.
 - التشبيه والمجاز: تحفيز الإدراك الحسي والعقلي.
 - هذا الشمول يُظهر أن نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية للقيم ليست مجرد تطوير لمفهوم قائم، بل بناء إطار جديد.

3. مقومات نجاح نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية للقيم:

أ. التكامل بين القيم والأساليب:

• استخدام مفهوم برمجة القيم عبر الأساليب البلاغية يُضفي على نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية للقيم طابعاً شاملاً يغطي :

- القيم الذاتية: الصبر، التقوى.
- القيم السلوكية: الإحسان، العفو.
- القيم المجتمعية: التعاون، العدل.

ب. مرونة نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية للقيم:

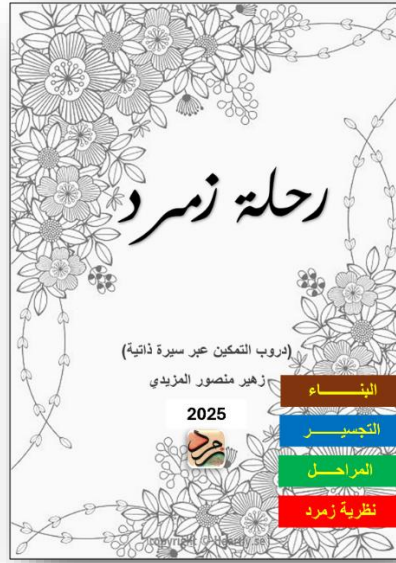
• نموذج زمرد في البرمجة التطبيقية للقيم قابل للتطبيق في عدة مجالات :

- التعليم: تعزيز القيم لدى الأجيال الجديدة.
- الإعلام: تصميم رسائل مؤثرة تعتمد على الأساليب البلاغية القرآنية.
- التنمية المجتمعية: بناء مشاريع تدعم القيم مثل التكافل والعدالة.

ج. التوافق مع احتياجات العصر:

• في عالم مليء بالتحديات الأخلاقية والمجتمعية، يقدم نموذج زمرد حلاً تستند إلى قيم ثابتة وأساليب فعالة.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين



اطلب كتاب رحلة زمرد عبر البريد المبيّن

almazeedizuhair@gmail.com



<https://chatgpt.com/g/g-67768949395881919a1d0818ca32a101-zmrd-fy-lbrmj-ltbqy-llrsl>



<https://chatgpt.com/g/g-RAsA8Q6Zk-rhl-zmrd>

قائمة المراجع

- 1- الأساليب البلاغية في برمجة وتفعيل القيم، شركة القيم الإنسانية للاستشارات الاجتماعية، زهير المزيدي 2024
- 2- الحذف في القرآن الكريم، عبد الكريم حميد
- 3- فهرس تصفح وقراءة سور القرآن الكريم
- 4- - ChatGPT أنواع القيم
- 5- اسلام ويب، حذف القول في القرآن الكريم
- 6- أسلوب الحذف في القرآن، اسلام ويب، دراسات قرآنية 2020
- 7- القيم المحمدية: زهير المزيدي، 2024
- 8- البرمجة التطبيقية للقيم في القرآن الكريم، زهير المزيدي 2024
- 9- البرمجة التطبيقية للقيم، زهير المزيدي، 2020
- 5- تفسير ابن كثير: المعروف بتفسيره للسياق التاريخي والأحداث المتعلقة بالنصوص.
- 6- تفسير الطبري: الذي يعرض الآراء المختلفة من السلف ويستنبط المعاني الأساسية.
- 7- تفسير القرطبي: الذي يركز على الجوانب الفقهية واللغوية للأحكام الواردة.
- 8- تفسير الجلالين: المعروف بالبساطة في بيان معاني الآيات.
- 9- التفسير الميسر: الذي يعبر عن المعاني بوضوح وسلاسة للمساعدة في التدبر.
- في تحليل الأمثلة القرآنية وإيضاح معاني الآيات التي تناولناها، اعتمدت على ما يلي:
- 10- التفاسير المعتبرة:
- تفسير ابن كثير: يركز على بيان المعاني اللغوية والشرعية للنصوص، وربطها بالسياق التاريخي واللغوي.
- تفسير الطبري: يقدم شرحًا تفصيليًا للنصوص، ويعتمد على أقوال السلف لفهم المعاني.
- تفسير القرطبي: يعنى بالأحكام الشرعية والمعاني اللغوية.
- تفسير السعدي: تفسير موجز يوضح المعاني بأسلوب بسيط وميسر.
- تفسير الشعراوي: يعتمد على إيضاح الأمثال بضرب أمثلة معاصرة وربطها بالواقع.

11- الاستنباط من النص القرآني نفسه:

a. الرجوع إلى السياق المباشر للآيات وربط المثل بالموضوع الأساسي في السورة.

b. فهم العلاقة بين المثل والغاية التشريعية أو التربوية التي يسعى النص إلى تحقيقها.

12- اللغة العربية وأسلوب القرآن:

a. تحليل الألفاظ ودلالاتها اللغوية والبلاغية.

b. دراسة أسلوب التشبيه والاستعارة في الأمثال.

13- كتب علوم القرآن:

a. كتب تناولت الأمثال القرآنية مثل كتاب "الأمثال في القرآن" لابن القيم و"التبيان في أمثال القرآن" للفراء.

14- التفكير الشخصي والاستقراء:

a. استقراء النصوص وتحليلها في ضوء القيم التي تتناولها.

b. محاولة ربط النصوص بالواقع والهدف التشريعي من الأمثال.

15- كتب الدكتور زهير المزيدي التالية

حمّل أي كتاب مجاناً بالضغط على الرابط أسفل غلاف الكتاب، يسمح لاقتباس ما شئت مع الإشارة للمصدر مع الرابط، ولا بأس من طباعة نسخة من أي كتاب ورقياً في غير القصد التجاري.



<https://t.me/tammalto/622>



<https://wp.me/p3WskZ-ckt>

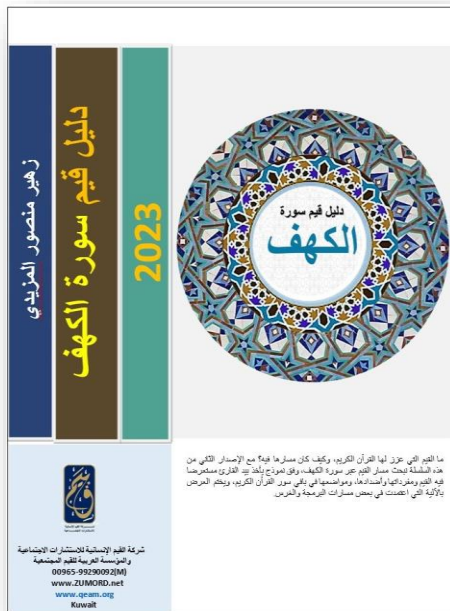


<https://t.me/tammalto/624>



<https://wp.me/p3WskZ-cjl>





<https://t.me/tammalto/627?single>

<https://wp.me/p3WskZ-ch1>



<https://wp.me/p3WskZ-cg6>



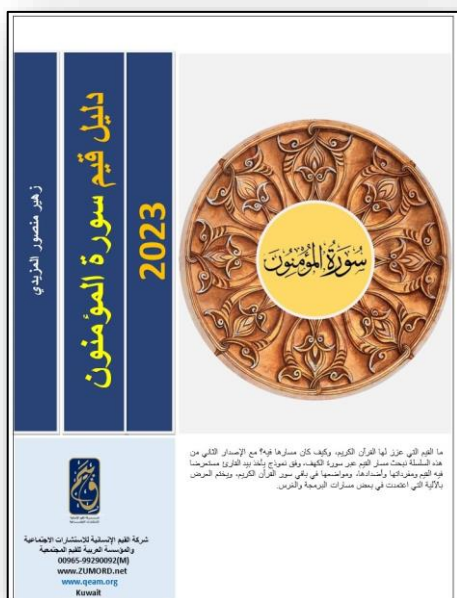
<https://wp.me/p3WskZ-chL>

<https://wp.me/p3WskZ-ciP>

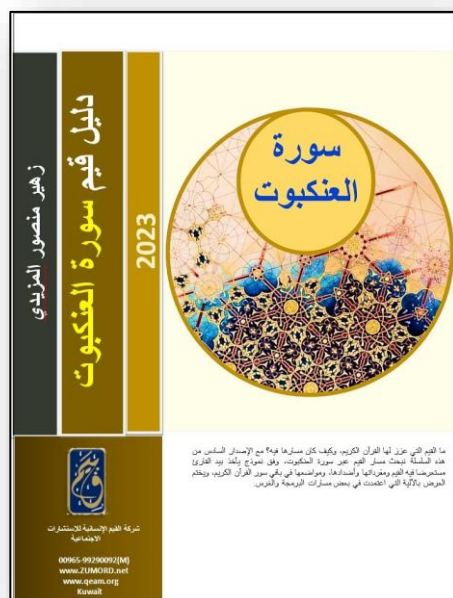
<https://wp.me/p3WskZ-chh>



نموذج زمردي في البرمجة التطبيقية



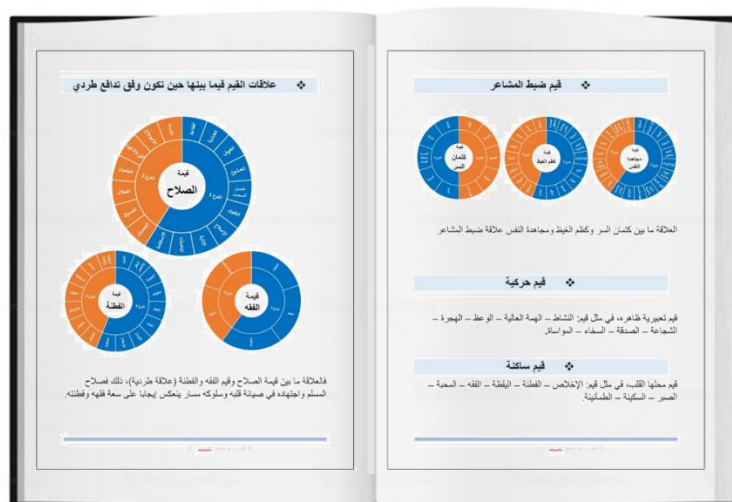
<https://wp.me/p3WskZ-chr>



<https://wp.me/p3WskZ-ci5>



<https://t.me/tammalto/627?single>

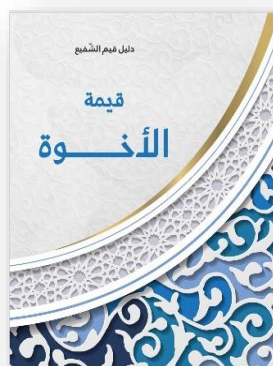


صفحات من كتاب (آلة القيم)

<https://wn.me/n3>



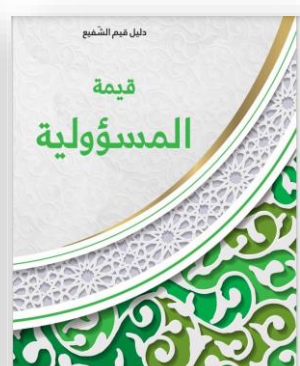
<https://wp.me/p3WskZ-cjA>



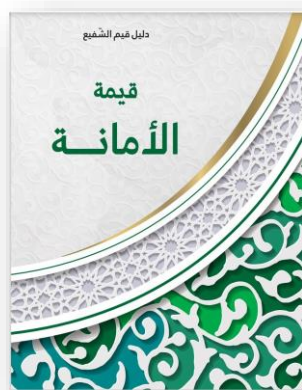
<https://wp.me/p3WskZ-cjP>



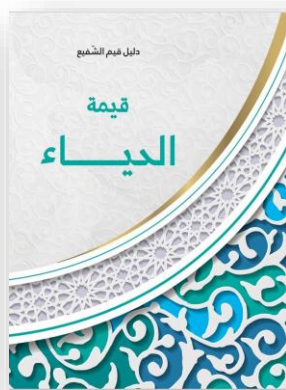
<https://wp.me/p3WskZ-cke>



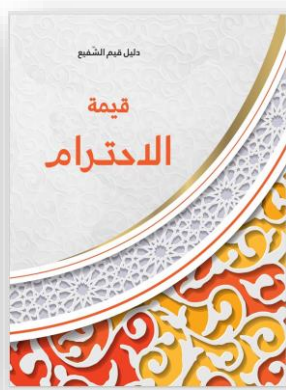
<https://wp.me/p3WskZ-ckn>



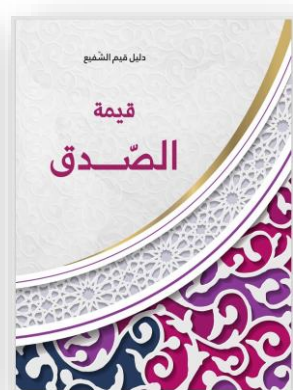
<https://wp.me/p3WskZ-ck8>



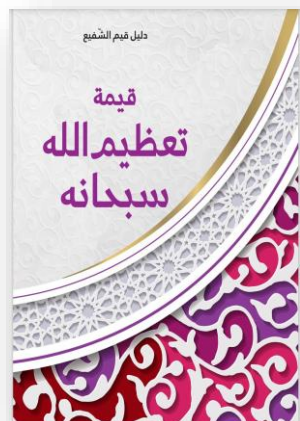
<https://wp.me/p3WskZ-ckb>



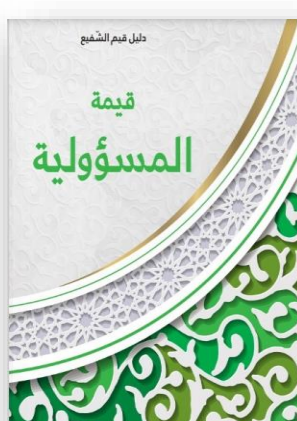
<https://wp.me/p3WskZ-cjM>



<https://wp.me/p3WskZ-cjF>



<https://wp.me/p3WskZ-ckq>



<https://wp.me/p3WskZ-ckn>



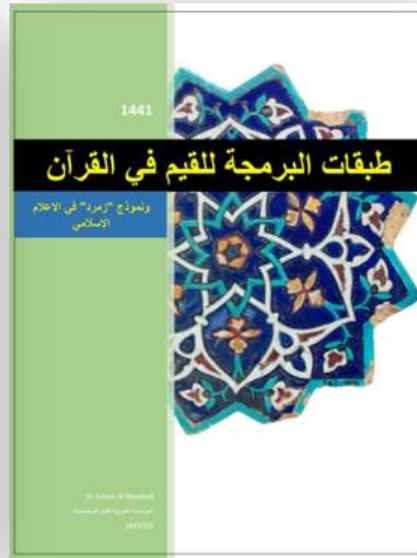
<https://t.me/tammalto/629>



<https://t.me/tammalto/662>



<https://t.me/tammalto/684>



<https://t.me/tammalto/691>



[حركة الكاميرا في القصص القرآني](#)

[طبقات البرمجة للقيم في القرآن | muslim-library.com\)\)](#)

[وإن من شيء إلا يسبح بحمده](#)



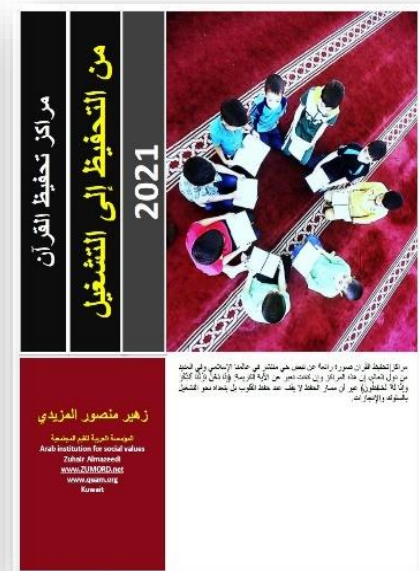
<https://t.me/tammalto/661>



<https://t.me/tammalto/641>



<https://t.me/tammalto/676>



<https://wp.me/p3WskZ-bWQ>

<https://wp.me/p3WskZ-bWM>

<https://wp.me/p3WskZ-bW>





<https://wp.me/p3WskZ-crP>

<https://t.me/tammalto/623>



صفحات من كتاب (مسارات القيم)

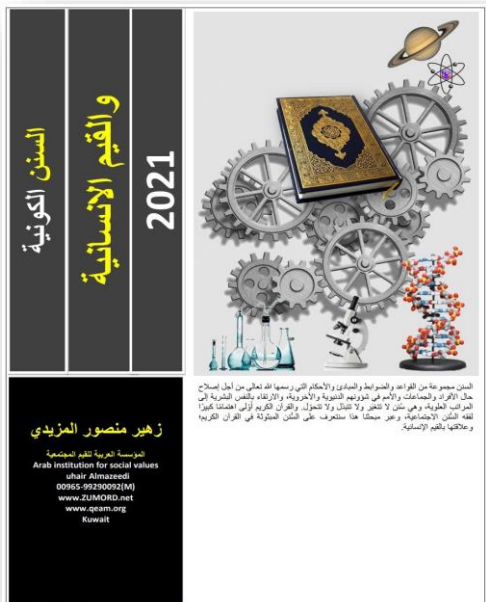
<https://wp.me/p3WskZ-ctg>

<https://t.me/tammalto/726>



<https://bit.ly/3FBcZUm>

<https://www.youtube.com/channel/UCLtkUbpzNCeF5NEbduVYuiA/videos>



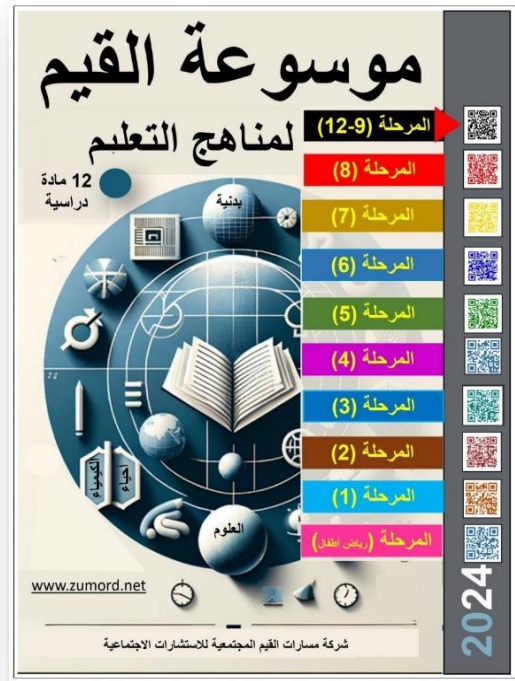
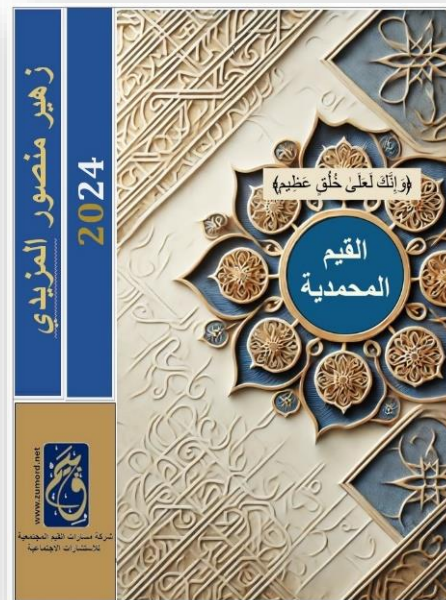
<https://wp.me/p3WskZ-bWh>



<https://wp.me/p3WskZ-c0n>



<https://wp.me/p3WskZ-dfx>
<https://wp.me/p3WskZ-ddz>
<https://wp.me/p3WskZ-ddE>
<https://wp.me/p3WskZ-dfA>
<https://wp.me/p3WskZ-d2i>
<https://wp.me/p3WskZ-eui>
<https://wp.me/p3WskZ-euj>
<https://wp.me/p3WskZ-euk>
<https://wp.me/p3WskZ-cWe>
<https://wp.me/p3WskZ-dfE>



<https://wp.me/p3Wsk>

<https://wp.me/p3WskZ->



<https://t.me/tammalto/677>



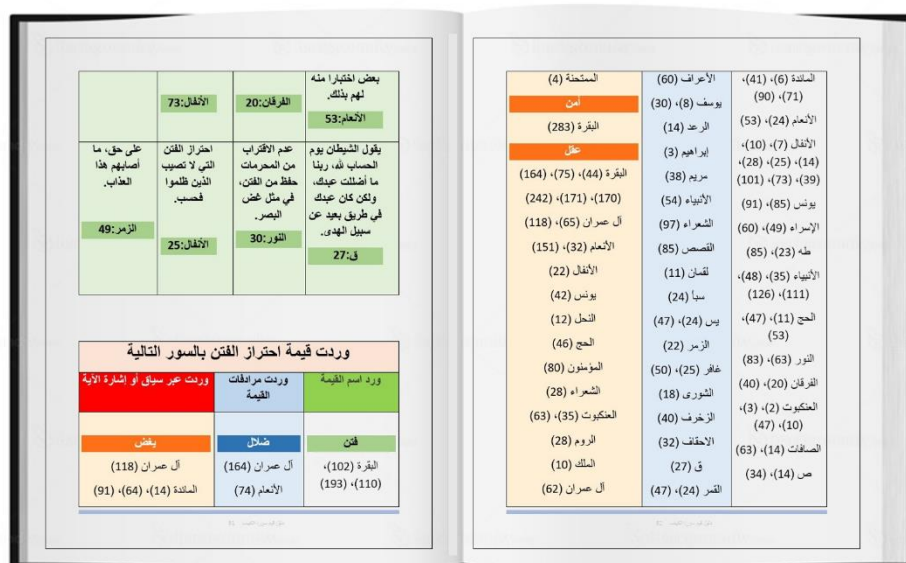
<https://wp.me/p3WskZ-brE>



<https://t.me/tammalto/671>

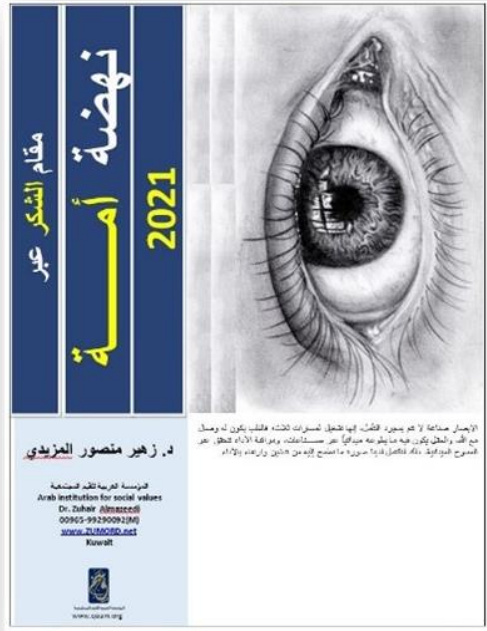


<https://wp.me/p3WskZ-bQ2>

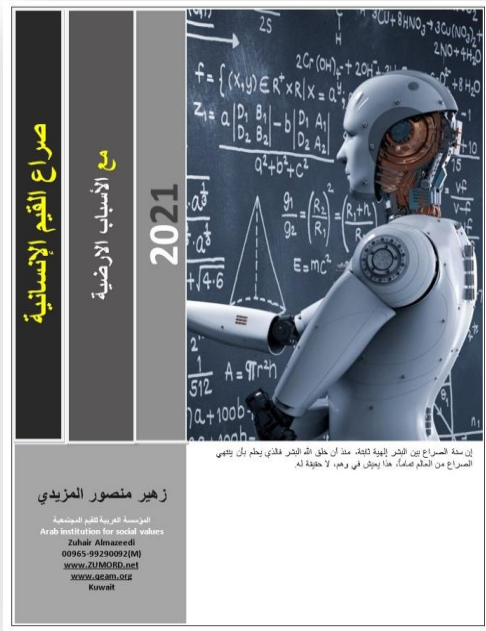


<https://wp.me/p3WskZ-ch1>

صفحات من كتاب دليل قيم سورة الكهف



<https://t.me/iammalko/640>



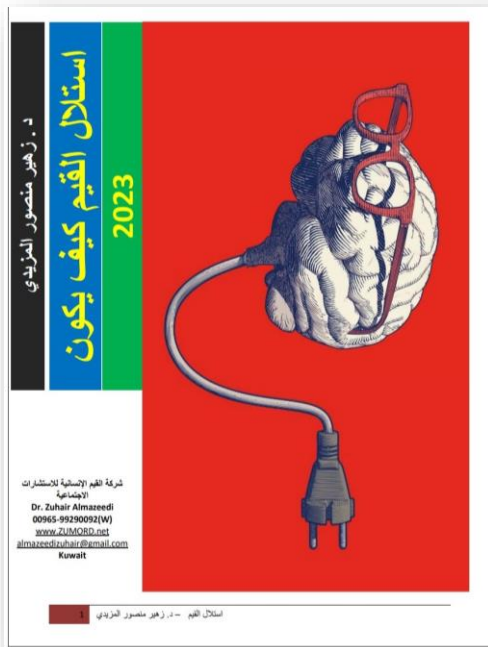
<https://t.me/iammalko/637>



<https://wp.me/p3WskZ-bYn>



<https://wp.me/p3WskZ-bWA>



<https://t.me/iammalko/690>



<https://t.me/iammalko/638>



<https://wp.me/p3WskZ-cb9>



[قيم الاختيار والعزم \(muslim-library.com\)](https://muslim-library.com)





صفحات من كتاب (استلال القيم)

<https://wp.me/p3WskZ-cb9>



<https://t.me/tammalto/673>



<https://bit.ly/2MkLV2z>



<https://t.me/tammalto/678>



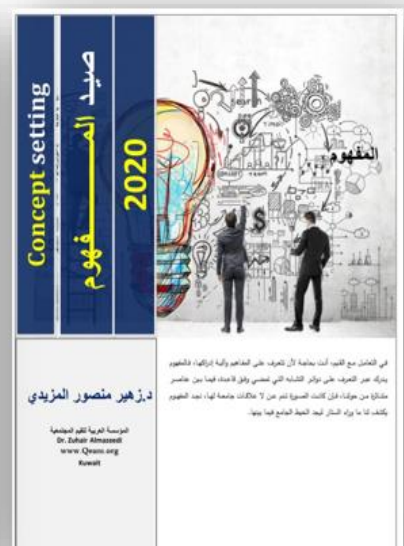
<https://wp.me/p3WskZ-brX>



<https://t.me/tammalto/686>

<https://t.me/tammalto/683>

<https://t.me/tammalto/666>



<https://wp.me/p3WskZ-ho11>

<https://wp.me/p3WskZ-akO>

<https://wp.me/p3WskZ-9>



<https://t.me/tammalto/672>

<https://t.me/tammalto/695>

<https://t.me/tammalto/655>

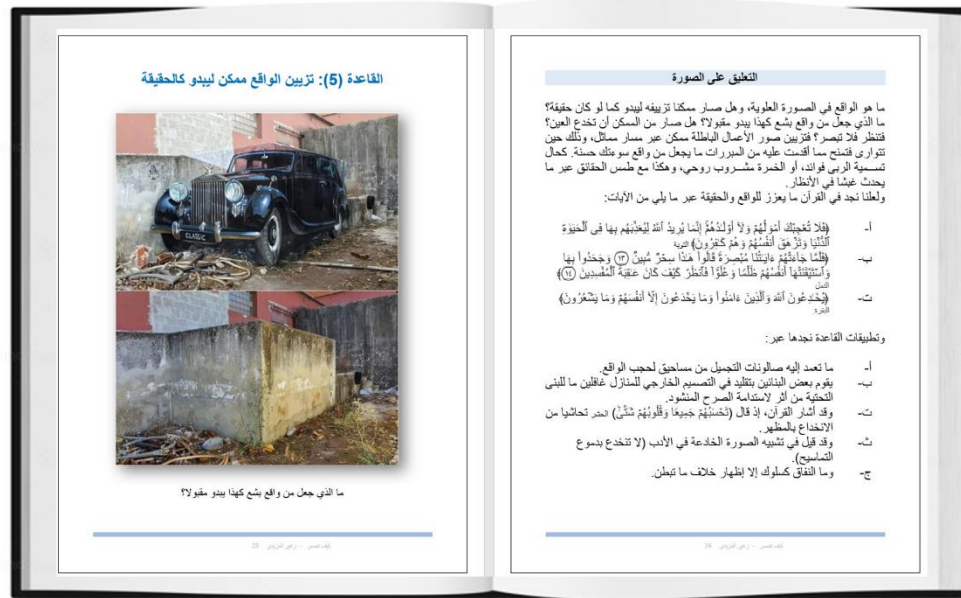


<https://wp.me/p3WskZ-9Je>

<https://wp.me/p3WskZ-9a0>

<https://bit.ly/3f5ukEn>





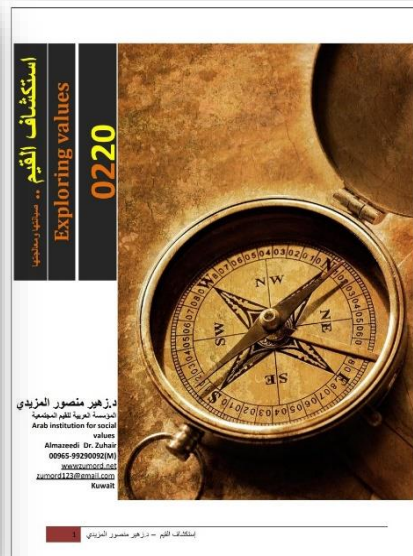
<https://bit.ly/2MkLV2z>

صفحات من كتاب (كيف تبصر)

<https://t.me/tammailto/674>

<https://t.me/tammailto/692>

<https://t.me/tammailto/693>



<https://wp.me/p3WskZ-9ad>

<https://wp.me/p3WskZ-99N>

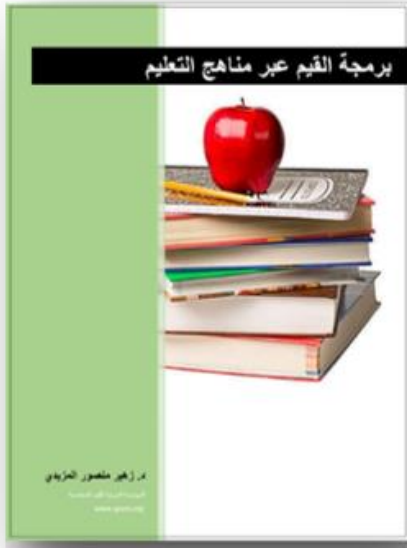
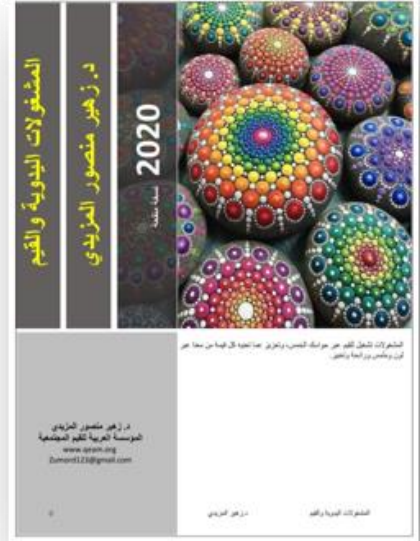
<https://wp.me/p3WskZ-9>



<https://t.me/tammalto/687>

<https://t.me/tammalto/682>

<https://t.me/tammalto/694>



[برمجة القيم عبر مناهج التعليم](#)

[تفعيل القيم لرياض الأطفال](#)

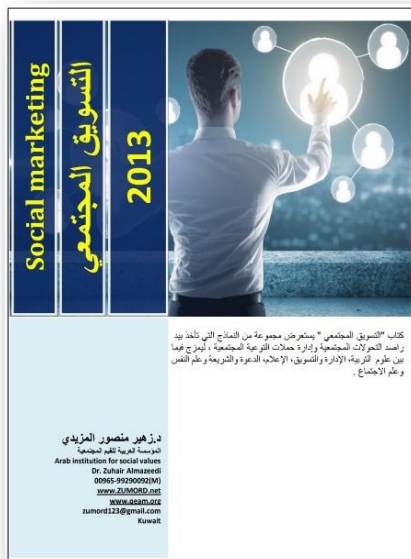
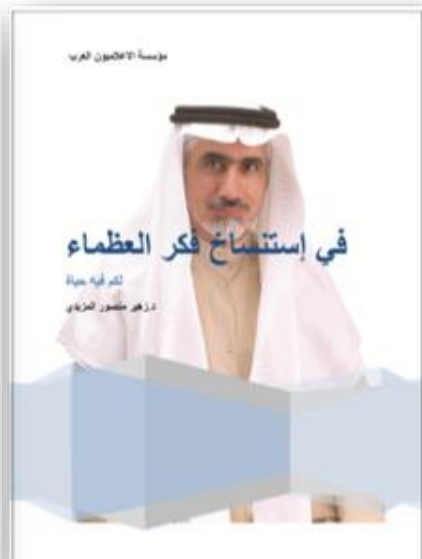
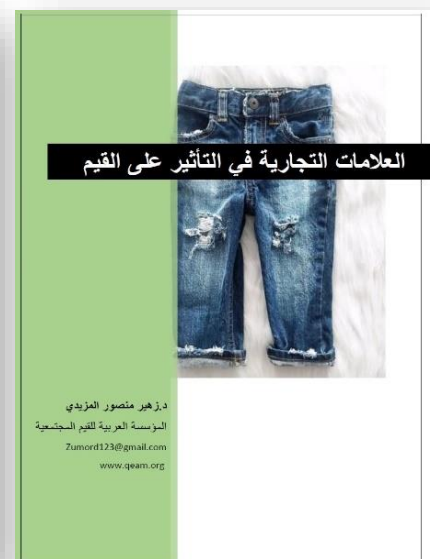
<https://wp.me/p3WskZ-9>



<https://t.me/tammalto/645>

<https://t.me/tammalto/670>

<https://t.me/tammalto/645>

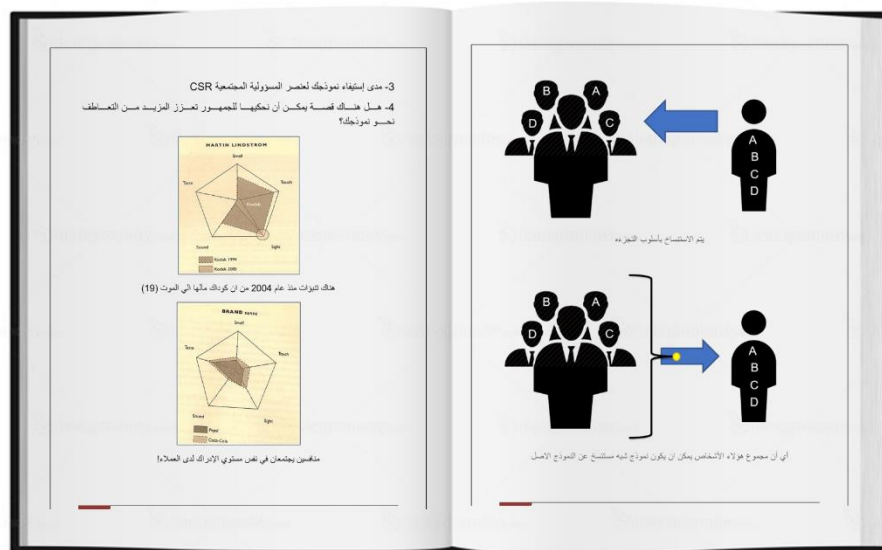


<https://wp.me/p3WskZ-99Q>

<https://wp.me/p3WskZ-99J>

[العلامات التجارية في التأثير على القيم](#)





صفحات من كتاب (في استنساخ فكر العظماء)

<https://wp.me/p3WskZ-99J>

<https://t.me/tammalto/649>

<https://t.me/tammalto/644>

<https://t.me/tammalto/65>



<https://bit.ly/2E95kfp>

http://bit.ly/sinaeat_altakamul

<http://bit.ly/sinaeatalmasw>





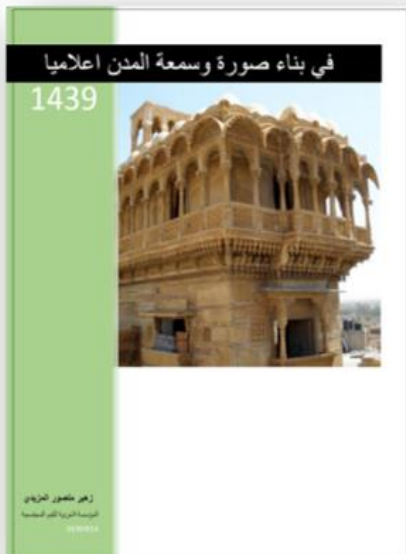
<https://wp.me/p3Wsk>

صفحات من كتاب (البرمجة التطبيقية للقيم)

<https://t.me/tammalto/650>

<https://t.me/tammalto/652>

<https://t.me/tammalto/654>



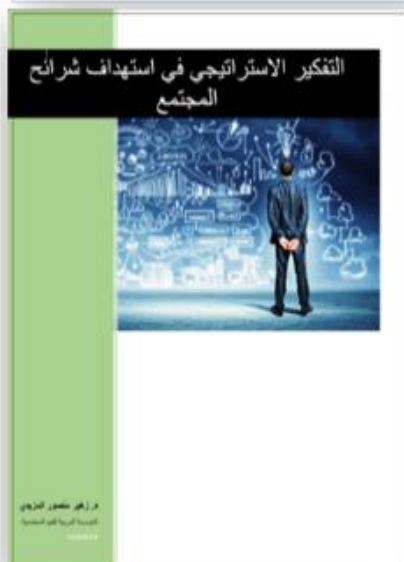
[في بناء صورة وسمعة المدن اعلاميا](https://wp.me/p3WskZ-aTV)

<https://wp.me/p3WskZ-aTV>

[تسويق الحلال](https://wp.me/p3WskZ-aTV)



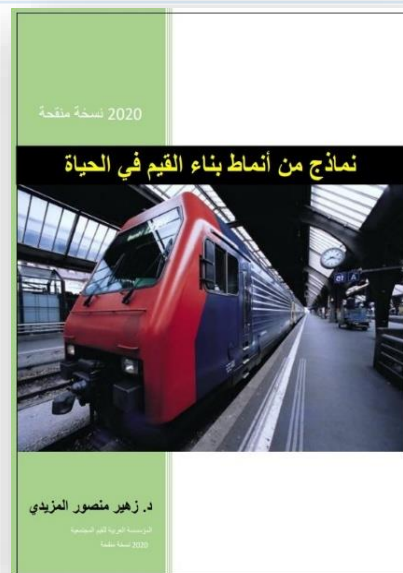
<https://t.me/tammalto/643>



<https://t.me/tammalto/699>



<https://t.me/tammalto/65>



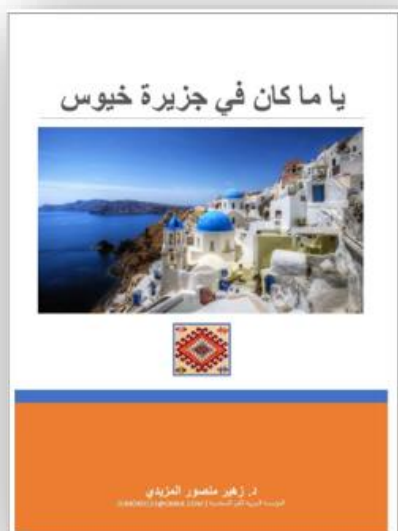
[التفكير الاستراتيجي في استهداف شرائح المجتمع](https://t.me/tammalto/643)

[نجومية الرياضة والقيم](https://t.me/tammalto/699)

[نماذج من أنماط بناء القيم في الحياة](https://t.me/tammalto/65)



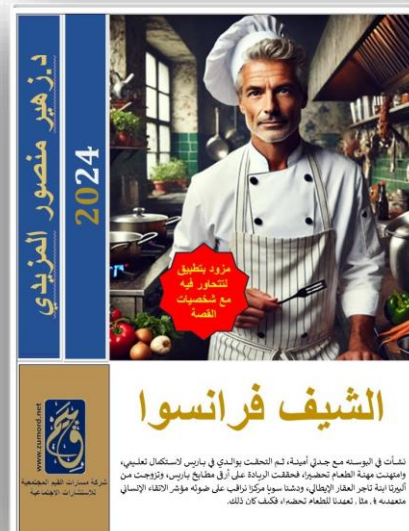
<https://t.me/tammalto/658>



<https://t.me/tammalto/675>



<https://t.me/tammalto/64>



<https://wp.me/p3WskZ-9am>

<https://wp.me/p3WskZ-9sN>

<https://bit.ly/30oJARl>





صفحات من كتاب دليل قيم سورة مريم

<https://wp.me/p3WskZ-chh>

<https://t.me/tammalto/707>



<https://wp.me/p3WskZ-hnD>

<https://wp.me/p3WskZ-bj0>

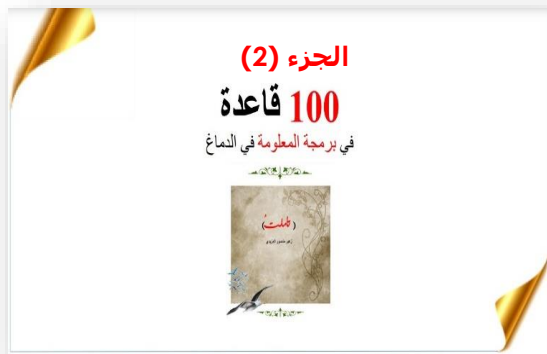


<https://wp.me/p3WskZ->

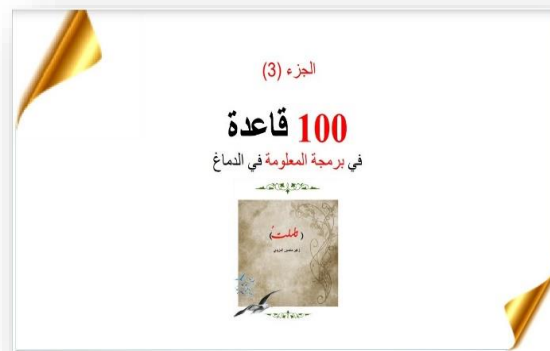
<https://wp.me/p3WskZ->

<https://wp.me/p3WskZ->





<https://t.me/tammalto/701>



<https://t.me/tammalto/701>



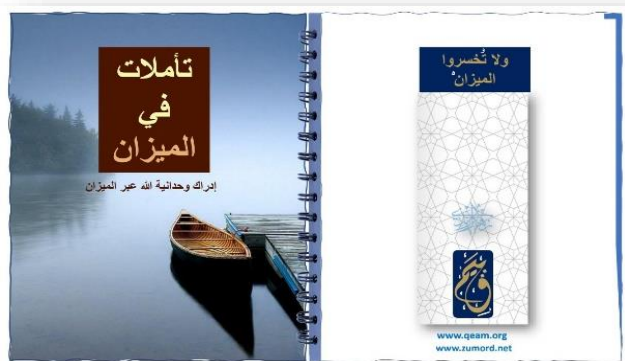
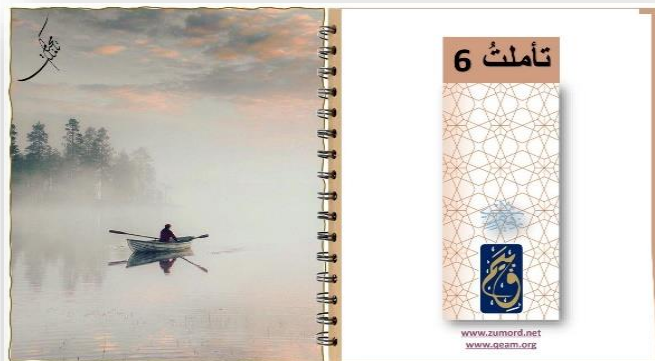
<https://wp.me/p3WskZ->



<https://wp.me/p3WskZ->



<https://t.me/tammalto/720>



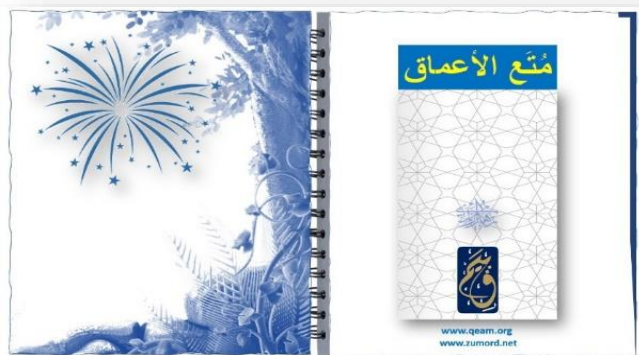
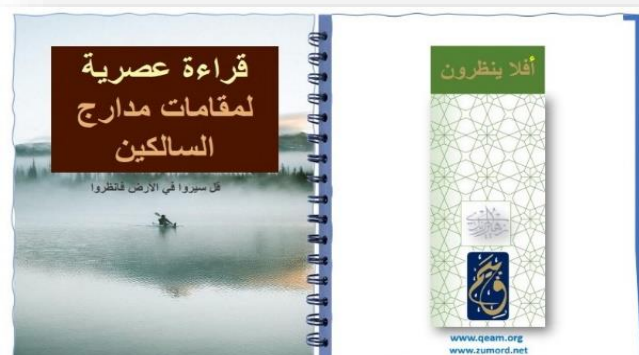
<https://wp.me/p3WskZ-c92>

<https://bit.ly/3pTG1W0>



<https://t.me/tammalto/713>

<https://t.me/tammalto/714>



<https://bit.ly/3TZ5SZG>

<https://wp.me/p3WskZ-c99>





<https://t.me/iammalto/732>



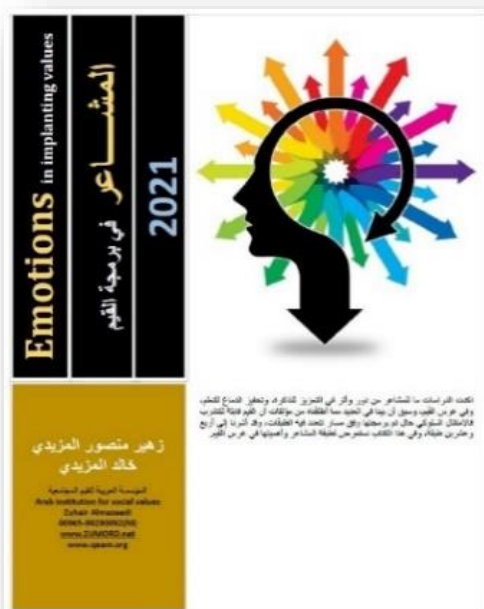
<https://wp.me/p3WskZ-c9Y>



<https://t.me/iammalto/685>



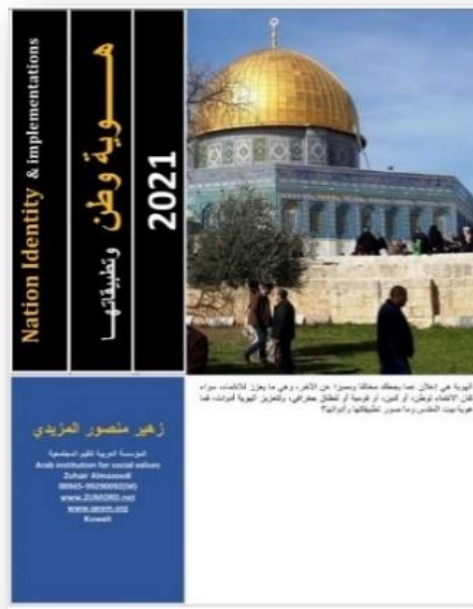
<https://wp.me/p3WskZ-caY>



<https://t.me/iammalto/729>



muslim-library.com



<https://t.me/iammalto/722>



<https://wp.me/p3WskZ-bUp>

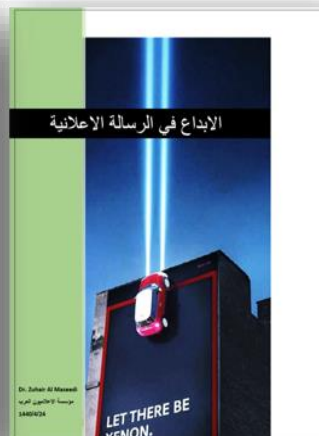
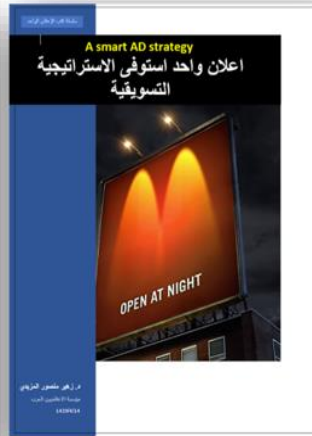


<https://t.me/tammalto/>

<https://t.me/tammalto/72>

<https://t.me/tammalto/71>

<https://t.me/tammalto/72>



<https://bit.ly/2VI0gh>

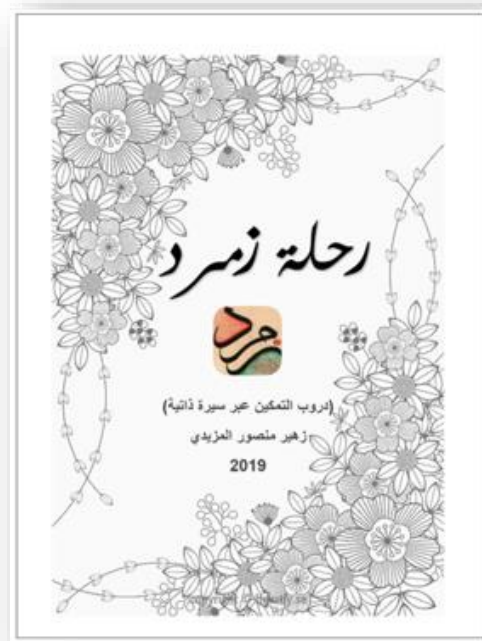
<https://bit.ly/2L1s>

<https://bit.ly/2GsAvT>

قوة علامات التجارية



<https://t.me/tammalto/728>

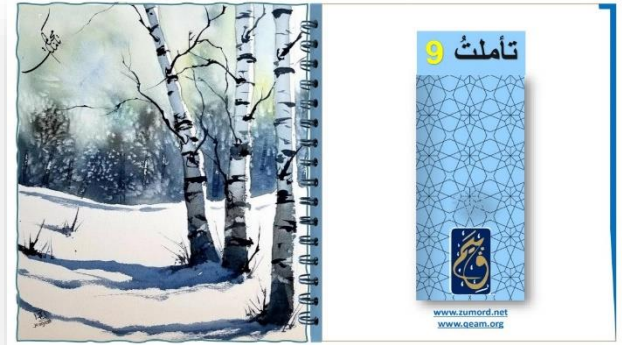


<https://wp.me/p3WskZ-cb6>

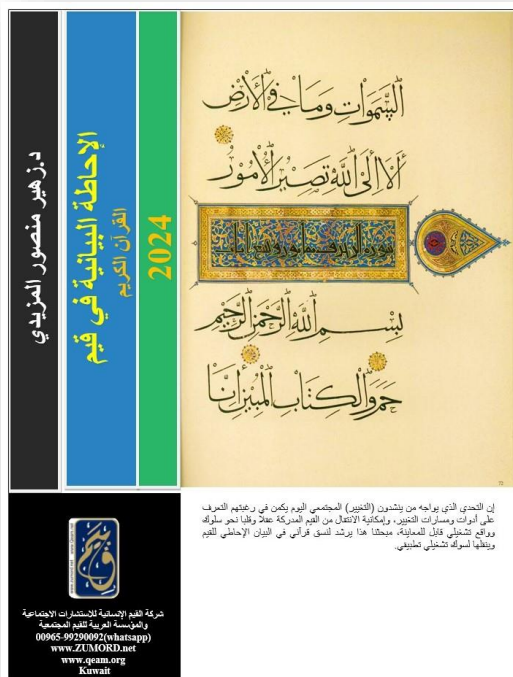
صدر ولم ينشر بعد



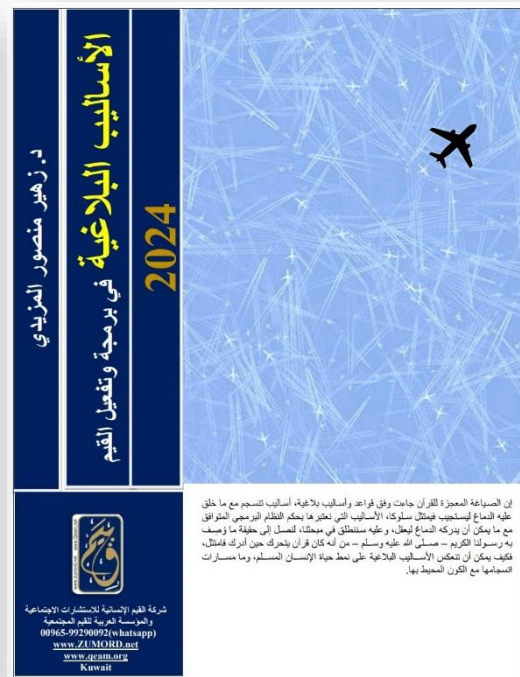
<https://wp.me/p3WskZ-cur>



<https://wp.me/p3WskZ-cyZ>



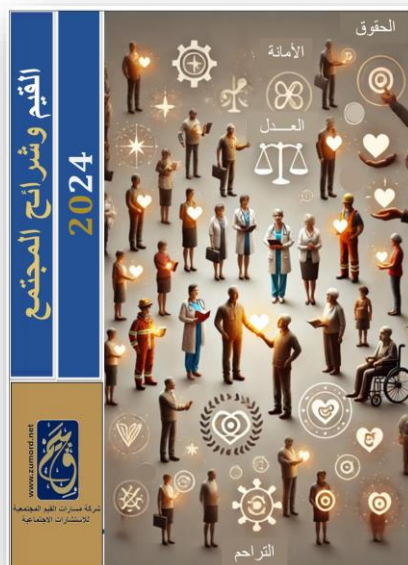
<https://wp.me/p3WskZ-cx4>



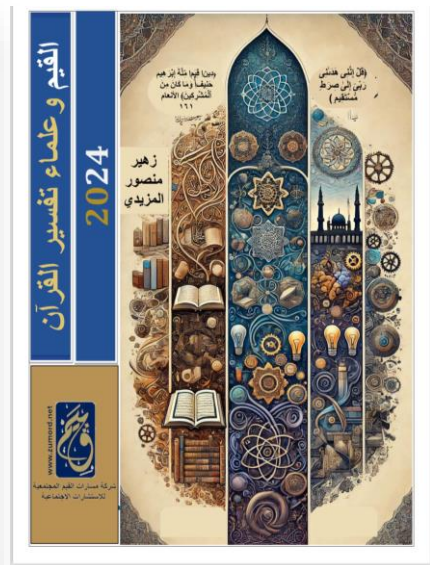
<https://wp.me/p3WskZ-cvR>



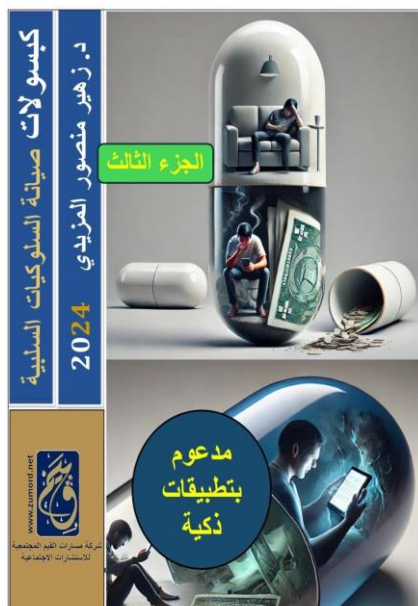
<https://wn.me/n3>



<https://wp.me/p3WskZ->



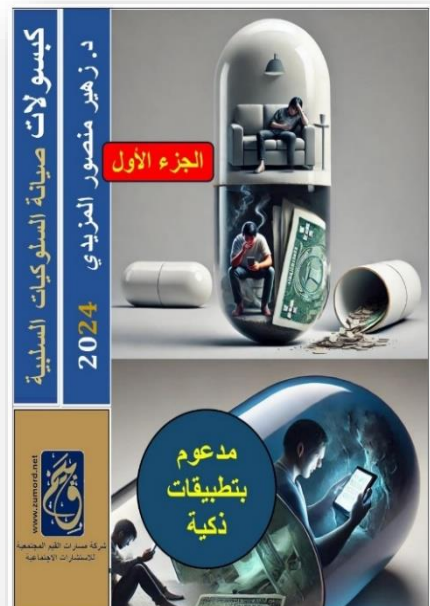
<https://wp.me/p3WskZ->



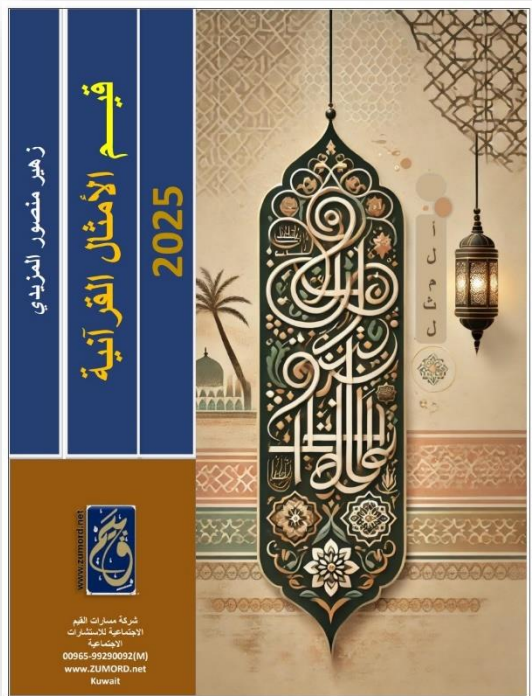
<https://wp.me/p3Ws>



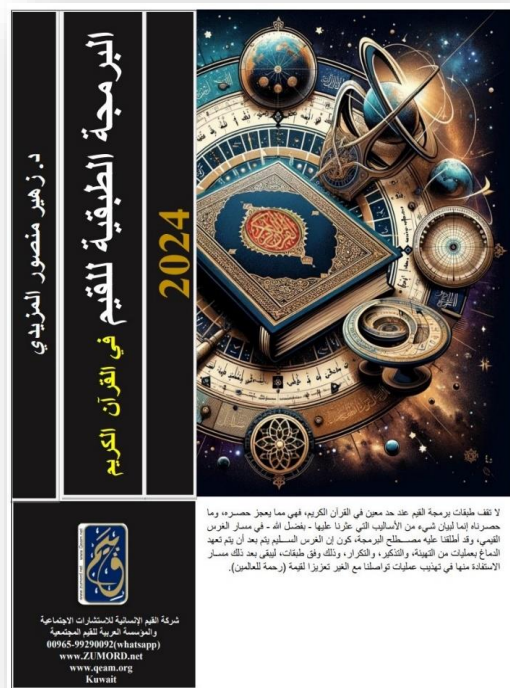
<https://wp.me/p3Wsk>



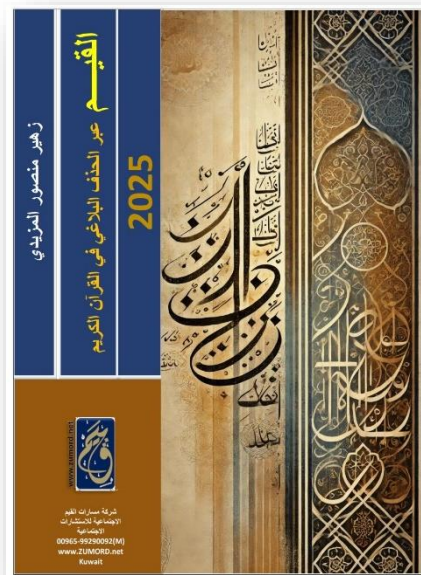
<https://wp.me/p3W>



<https://wp.me/p3WskZ-eLX>



<https://www.muslim-library.com/books/2024/02/ar-albarmajat-altabaqiat-alqiyam-f-alquran-alkarim.pdf>



<https://wp.me/p3WskZ->

<https://t.me/tammalto/665>



ما يلي مكتبة قصص الأطفال

<https://wp.me/p3WskZ-bRE>

<https://wp.me/p3WskZ-bRH>

<https://wp.me/p3WskZ-bRK>

<https://wp.me/p3WskZ-bRO>

<https://wp.me/p3WskZ-bRR>



رابط جميع كتب د. زهير المزيدي

[زهير منصور المزيدي | المكتبة الإسلامية الإلكترونية الشاملة-muslim-library.com](http://www.muslim-library.com)

الدورات التدريبية

تسلسل	اسم الدورة	الرابط
1	تدريب أون لاين معتمد بشهادات دولية	https://www.anardes.net/new/teacherdetails.php?id=6247

المحاضرات

العنوان	الرابط
1 محاضر ة من التحفيظ إلى التشغيل	https://youtu.be/UUf5zlvUuQ0
2 لقاء تلفزيون ي مع د. زهير المزيدي	قهوة تركية د. زهير المزيدي قناة TRT العربية 10 - 06 - - YouTube2016
3 تعريف الاعلام والاعلا ن	Zuhair ALMazeedi on Alrai TV Part 1 - YouTubeتلفزيون الراي
4 الإعلان ات التجارية	Zuhair ALMazeedi on Alrai TV Part Part2 - YouTubeتلفزيون الراي
5 منصة التأملات	القناة التركية ولقاء قروب تأملت - YouTube
6 محاضر ة تحويل القيم لمنتجات	https://youtu.be/jGi8w4IDEuw

<https://youtu.be/HI9zUR4SOjY?si=zfKkV39HToOTaPt1>

القيم
الإسلام
ية
بأبعادها
الثلاثية

7

المؤلف في سطور



المواقع الالكترونية:

www.zumord.net

www.qeam.org

للتواصل: almazeedizuhair@gmail.com

شخصية د. زهير المزيدي الافتراضية عبر الذكاء الاصطناعي

<https://chatgpt.com/g/g-YOw9ZkInq-d-zhyr-lmzydy>

سنوات الخبرة:

أكثر من 35 عام في مجال تخطيط وتصميم وتنفيذ الحملات الاعلانية التجارية والقيمية التوعوية والتسويق لها على نطاق دولي.

الخبرات العملية:

1. رئيس مجلس إدارة مبرة المؤسسة العربية للقيم المجتمعية 2008-2019
2. المشرف على (دبلوم القيم) لدى جامعة دار الحكمة، المملكة العربية السعودية 2019
3. مؤسس ورئيس مجلس إدارة شركة T.C (1985).
4. مؤسس إدارة الإعلام في بيت التمويل الكويتي 1986.
5. مؤسس لشركة الرؤية والكلمة المتخصصة في الإنتاج القيمي للأفلام التلفزيونية. 1991
6. مؤسس ومدير عام مؤسسة "الإعلاميون العرب" للاستشارات 2000
9. خبير إعلامي معتمد لدى غرفة تجارة وصناعة الكويت 2001.
10. محكم دولي لجوائز الإعلان القيمي لجوائز دولية في بريطانيا وأميركا والكويت
11. مدير شركة القيم الإنسانية للاستشارات الاجتماعية 2022

في مجال إبداع المشاريع الاجتماعية Social innovations:

- 1- مشروع "غراس" للوقاية من آفة المخدرات، عبر تشكيل مجلس بعضوية وزارات الدولة وجمعيات المجتمع المدني ومؤسسات القطاع الخاص في دولة الكويت، 1999-2005، أشادت ملكة السويد بنتائج المشروع ضمن جولتها في معرض دولي بما حققه المشروع من نتائج، ولم تحققه مشاريع مماثلة على نطاق أوروبا.
- 2- مشروع "وقف الأرشيف الإعلاني" للجامعة الإفريقية العالمية في السودان، لنقل خبراتنا في تدشين وإدارة جوائز الإعلان الدولية عبر طلبة كلية الإدارة والتسويق. 2017

3- مشروع "سما" سوق منتجات الايتام، لتعزيز مفهوم الإنتاج في مراكز الايتام وجعلها مراكز لموارد مالية عوضاً أن تكون مراكز للإنفاق فقط. 2016

4- مشروع "سمر" سوق منتجات القرآن، مع مجموعة من القرى اليمنية، عبر حلقات تحفيظ القرآن، للارتقاء بالحافظ كي يكون مشغلاً لقيم القرآن ومفاهيمه، لا حافظاً فقط، عبر برنامج أدرناه دولياً بعنوان "تحويل القيم لمنتجات" ما تمخض عن نواة لسوق للمنتجات، وعوائد مالية يستفيد منها سكان القرى. 2017

5- مشروع (تأملت)، عبر 100 جزء، لتعزيز مفاهيم القيم الإنسانية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أسبوعي، والتي تمخضت عن أربعة كتب الكترونية.

6- مشروع الجامعة الخليجية المفتوحة، 1986 مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، كنموذج في مجال مشاريع تمكين القوى العاملة للانخراط في التعليم الجامعي عن بعد.

7- توقيع عشرات مذكرات التفاهم في مجال التعاون المشترك مع جامعات ومؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات تعليمية على نطاق دولي، بهدف تفعيل عمليات التشبيك لتعزيز القيم واعتماد برامج المؤسسة العربية للقيم المجتمعية.

في مجال الاستشارات الاجتماعية القيمة:

1. مستشار لمشروع "غراس"، لمكافحة المخدرات 1999 الكويت
2. مستشار مشروع "نفائس" لتعزيز العبادات 2003
3. مستشار مشروع "ركاز" الدعوي 2004
4. مستشار مبرة طريق الإيمان 2009
5. مستشار الشبكة الدولية لرعاية الايتام 2016
6. مستشار أكاديمية التدريب والقيادة، إستانبول للإدارة حملة توعوية لصالح الايتام في تركيا 2018
7. مستشار الشبكة الدولية للقيم 2020

العضوية في الجوائز الدولية:

1. عضو لجنة التحكيم جائزة الإعلان الدولية الامريكية I.A.A عام 1996
2. عضو لجنة التحكيم لجائزة لندن الدولية للإعلان عام 1999 - لندن.
3. عضو لجنة التحكيم لجائزة الابداع الإعلاني، جامعة الكويت.
4. عضو لجنة تحكيم جائزة (كريا) الاعلانية لمجلة أراب آد Arab AD اللبنانية
5. عضو لجنة تحكيم جائز (سوبر براند) البريطانية 2010
6. يتمتع بالعضوية في عدد من الجمعيات الإعلامية الدولية: جمعية الإعلان الدولية - جمعية التسوق الخليجية - جمعية التسوق الأمريكية.

حيازة الجوائز والمناصب الدولية:

1. حائز على عدد من الجوائز الدولية في مجال (الإعلان القيمي) أبرزها الجائزة العالمية للإعلان عن الشرق الأوسط وأوروبا - برشلونة 1992.
2. رشح لمنصب نائب رئيس مجلس إدارة فرع الكويت لجمعية الإعلان الدولية، الجمعية التابعة لأكبر منظمة إعلانية امريكية-1996
3. عضو مؤسس للاتحاد الكويتي للإعلان، ورئيس لجنة الاعلام المجتمعي 1999
4. عضو مخكم لجائزة لندن الدولية 2000
5. عضو محكم لجائزة "كريا" اللبنانية 2003
6. قلد جائزة منتدى الاعلام العربي، للجامعة العربية، كمؤسس للصناعة الاعلانية في الكويت 2013
7. عضو محكم لجائزة سوبر براند البريطانية 2015
8. محكم جائزة الشبكة الدولية للقيم 2019

المؤلفات:

1. التسويق بالمسؤولية الاجتماعية 2007
2. تفعيل القيم وممارستها 2010 معتمد في (العديد من الجامعات والمؤسسات التعليمية دوليا).
3. استكشاف القيم صيانتها ومعالجتها 2010

4. قوافي اللقطات في القصص القرآني 2010 (باللغة التركية)
5. مقدمة في تفعيل الحواس 2012
6. تحويل القيم إلى منتجات 2013
7. مؤشر الإدراك والقيم 2013
8. التسويق المجتمعي 2013
9. تحويل المشاعر إلى منتجات 2014
10. في استنساخ فكر العظماء 2014
11. تفعيل القيم لرياض الأطفال 2018
12. برمجة القيم عبر مناهج التعليم 2018
13. مفهوم المسؤولية المجتمعية وممارستها 2018
14. التفكير الاستراتيجي في استهداف شرائح المجتمع 2018
15. وإن كل شيء إلا يسبح بحمده، 2018
16. مقدمة في منهج الإبداع - الكويت 1984، دار ذات السلاسل للنشر، تم اعتماد الكتاب كمنهج تدريسي في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب 1985، واعتمد كمقرر تدريسي في إحدى الجامعات الآسيوية.
17. الجامعات المفتوحة في العالم وأضواء على انشاء جامعة مفتوحة لدول مجلس التعاون الخليجي - مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، 1985
18. بنك النصوص - 1994.
19. المكتب الإعلامي للتنمية -1995.
20. القوانين الاحترافية في مجالات الإعلام والإعلان في العالم 1994.
21. التسويق بالعاطفة 2006
22. التسويق بالشريحة المستهدفة (شريحة الاطفال) 2006
23. تسويق أنماط الحياة 2006
24. التسويق بالحواس الخمس 2006
25. قوة العلامات التجارية 2010، دار إنجاز للنشر، ومكتبة جرير
26. العلامات التجارية في التأثير على القيم 2013
27. تسويق الحلال 2017
28. طبقات البرمجة للقيم في القرآن 2017
29. تحويل الكتاب المقروء لمنتجات 2018
30. تفعيل القيم لرياض الأطفال 2018

31. برمجة القيم عبر مناهج التعليم 2018
32. المشغولات اليدوية وغرس القيم 2018
33. نماذج من أنماط بناء القيم في الحياة 2018
34. نجومية الرياضة والقيم 2018
35. في بناء صورة وسمعة المدن إعلاميا 2019
36. وان من شيء الا يسبح بحمده 2019
37. الوسم في العلامات المسجلة 2019
38. صناعة التكامل 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
39. التجسير صناعة. للتعايش 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
40. صناعة المسؤولية 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
41. الابداع في الرسالة الاعلانية 2019
42. اعلان واحد استوفى الاستراتيجية الاعلانية 2019
43. اعلان واحد استوفى معايير الإعلان 2019
44. رحلة زمرد 2019
45. حراك الشذوذ 2020
46. هدايا المصائب ونذرهما 2020
47. تأملات فيمن احصاها 2020
48. الابتكارات المجتمعية 2020
49. كيف تنشئ دليلا للقيم التعليمية 2022
50. رئيس فريق تأليف دليل قيم الشفيع 2021-2022
51. السنن الكونية والقيم الإنسانية 2021
52. صراع القيم الإنسانية مع الأسباب الكونية 2021
53. مراكز تحفيظ القرآن من التحفيظ إلى التشغيل 2021
54. ميزان القيم 2021
55. مقام الشكر عبر نهضة أمة 2021
56. ورشة تشغيل مفاهيم قرآنية 2022
57. كيفية تشكل الظواهر الاجتماعية 2023
58. دليل قيم الشفيع – رئيس فريق التأليف 2021-2022
59. الطقوس في برمجة القيم - 2023

البرامج الاذاعية والتلفزيونية:

- 1- تسجيل 600 ساعة إذاعية مع إذاعة دولة الكويت، سلسلة توثق صناعات الإعلان والتسويق والعلاقات العامة والقيم الاجتماعية.
- 2- استضافات عبر محطات إذاعية وتلفزيونية - قطر، دبي، وتركيا TRT

في مجال الاستشارات التجارية:

1. مستشار إعلامي " مكتب الشهيد – أحد مكاتب الديوان الاميري – الكويت 1993.
2. مستشار الشركة الكويتية للحاسبات 2000
3. مستشار شركة "حرف" إحدى شركات "صخر" الكويت – مصر 2000
4. مؤسس الاعلام والتسويق في بيت التمويل الكويتي. 1986-2003
5. مستشار إعلامي لبيت التمويل الكويتي التركي، 1987
6. قدم الاستشارات لقنوات تلفزيونية دولية كقناة الجزيرة 1997 في قطر، وقناة الرسالة في السعودية.
7. مستشار شركة مستشفى المواساة القابضة 2002-2004
8. مستشار "المركز العلمي" 2003، إحدى شركات مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
9. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الشرقية للاستثمار 2005
10. مستشار مجموعة مدارس IPE (عربية وأجنبية وثنائية اللغة) 2005
11. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الامتياز للاستثمار 2006
12. مستشار التسويق لدى معهد الكويت للأبحاث العلمية 2007، 2009
13. مستشار مركز الكويت للتحكيم التجاري، غرفة تجارة وصناعة الكويت، 2007
14. مستشار وزارة الصحة، المملكة العربية السعودية، مركز الطب الطبيعي 2009
15. مستشار بلدية إمارة عجمان، الامارات العربية المتحدة 2012
16. مستشار 2012 لمؤتمر (World forum) الجمهورية التركية

17. مستشارا للعديد من الشركات الاعلامية والوكالات الاعلانية في الكويت والخليج.
18. مستشار برنامج تحويل القيم لمنتجات لمركز صباح الاحمد للموهبة والابداع 2011
19. مستشار العلاقات الدولية لمركز صباح الاحمد للموهبة والابداع 2015
20. مستشار الشركة الكويتية للاستثمار 2019