

دور المثل القرآني في تحقيق التأثير على الجمهور

The role of the Qur'anic proverbs in influencing the audience



ط. د برجيجان موعاد¹، خضره علي²

¹ إسهامات علماء الجزائر في إثراء العلوم الإسلامية، جامعة الوادي - الجزائر-

bordjihane-mouad@univ-eloued.dz

² إسهامات علماء الجزائر في إثراء العلوم الإسلامية، جامعة الوادي - الجزائر-

Ali.khedourah@gmail.com

تاريخ الإرسال: 2025/07/17 تاريخ القبول: 2025/09/08

ملخص:

القرآن الكريم كلام الله تعالى الذي خشعت لعظمته الجبال، آياته فيها الرحمة والشفاء للبشرية، وسلوك منهجه يسهل الصعاب ويسر الأمور، ومن أبرز الجوانب التي اهتم بها القرآن الأمثال الهادفة إلى بناء شخصية مسلمة قوية لا تأثر فيها المغريات، ولا المتغيرات، ولا الشهوات، ولا الشهوات، وفي هذا المقال سأحدث عن هذا الجانب مستهدفا بيان مدى تأثير الأمثال في الجمهور، معرجا على ذكر فوائدها وأهميتها، وقد خلص فيه إلى أنّ المثل القرآني لا يستغنى عنه في توجيه الجمهور نحو الاعتقاد الصحيح، والمنهج السليم، والأخلاق الفاضلة، وجعل أفرادها صالحين لأنفسهم ومن حولهم.

الكلمات المفتاحية: المثل القرآني؛ التأثير؛ الجمهور.

Abstract:

The Holy Quran is the word of God, the mountains humbled before it, its verses are mercy and healing for humanity, following its approach makes difficulties and matters easy, and one of the most prominent aspects that it focused on are the proverbs that aim to build a Muslim personality that is not affected by temptations, variables, desires, or doubts. In this article, I will demonstrate the extent of the impact of proverbs on the public, while mentioning their benefits and importance. I have concluded that they are indispensable in directing the public to the correct belief and approach, virtuous morals, and making its individuals righteous for themselves and those around them.

Key words: Quranic proverbs; influence; audience.

* برجيجان موعاد

مقدمة:

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين نبينا محمد وعلى آله وأصحابه وأتباعه إلى يوم الدين أما بعد:

جعل الله سبحانه وتعالى القرآن الكريم آخر الرسالات السماوية وضمّنه خير ما أنزله فيما سبقه من الرسائل وزاد فيه بما يتناسب ويتوافق مع حياة كل من يدركه زمان هذه الرسالة الخاتمة الجامعة للمحاسن، فقال تبارك وتعالى: ﴿وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيْمِنًا عَلَيْهِ فَاحْكُم بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا﴾ [المائدة: 48]، ومن تلك المحاسن توجهاته الربانية من خلال أمثاله الهادفة التي شاعت فكرتها والحديث عنها عند من كتب في الدراسات القرآنية قديما وحديثا، فمنهم من ألف في إيجازها، ومنهم من ألف في حكمها ومواعظها، ومنهم من كان كلامه عنها في شرحها وبيان بلاغتها إلا أن الحديث عن تأثيرها في الجمهور في حدود اطلاعي لم ينل حقه من البحث؛ لهذا جاء هذا البحث كمحاولة جادة للإجابة عن إشكال مطروح يقودنا إلى معرفة تأثير المثل القرآني في الجمهور محاولا التماس أصول التأثير لهذا المثل وبيان مجالاته، وفوائده وأهميته، والوقوف على قواعد البنية التأثيرية به وأبعادها الإقناعية في ميدان يلتقي فيه الداعية والمدعو حيث تتفق أو تفترق القناعات.

أ- إشكالية الدراسة:

يعيش الجمهور اليوم كثير من التغيرات التي لم يعهد مثلها من سبقه في الماضي، ويسيطر على هذه التغيرات مؤثرات متنوعة الأهداف والاتجاهات تستدعي الرجوع إلى كتاب الله تعالى لمعرفة أساليب ترويض هذه التغيرات وضبط مؤثراتها، ومن أبرز تلك الأساليب ضرب الأمثال التي تحقق الكثير من الغايات منها التأثير في الجمهور، وهذا ما نعالجه في هذه الدراسة مجيبين عن إشكال مطروح حولها وهو: ما الدور الذي يؤديه المثل القرآني في تحقيق التأثير على الجمهور؟ وينبثق عن هذا الإشكال تساؤلات فرعية منها: ماذا نعني بالجمهور والتأثير والمثل في القرآن؟ أين تكمن علاقة المثل القرآني بالتأثير؟ وهل لها مجال محدد أم أنّها تشمل مجالات متنوعة؟ ولعل الإجابة عن هذه التساؤلات غاية ما أتفاءل بلوغه لبناء تصور علمي لما يقدمه المثل القرآني من خدمات دعوية على رأسها وفي مقدمتها التأثيرات المتنوعة في الجمهور والتي نعالج بعضها منها من خلال نماذج تطبيقية توضح ذلك.

ب- أهمية البحث:

تظهر أهمية هذا البحث في استجلاء تأثيرات المثل القرآني على الجمهور بداية من التصور المتنوع الذي يحدث في العقل، ومرورا بالتأثير العاطفي والوجداني الذي يتركه في القلب، وانتهاء بالتأثير العملي الذي تنقاد إليه الجوارح لعلاج الضعف واستبداله بالقوة وتثبيتها.

ت- أهداف البحث

يستهدف هذا البحث الوصول إلى:

- 1- بيان قوة وعمق المثل القرآني في التأثير على الجمهور.
- 2- معرفة تأثيرات المثل القرآني والتي منها إصلاح العقائد والأخلاق وتنظيم حياة الجمهور.
- 3- توجيه الدعاة إلى تحليل مضمون الأمثال القرآنية من خلال اكتشاف أفكار وحجج دعوية جديدة مقنعة تساهم في نشر الدعوة .
- 4- رصد الاتجاهات المختلفة للجمهور من خلال المثل القرآني أثناء عملية التأثير.

ث- الدراسات السابقة:

قضية المثل القرآني والدراسات حوله استحوذت على كثير من مؤلفات الباحثين وتنوعت موضوعات طرحه غير أن دراسة ذات خصوصية في تأثيره على الجمهور لم تنل حق التأمل والدراسة من الباحثين إلا أن بعض الدراسات قربت شيئا من الموضوع كدراسة:

1- الأمثال في القرآن، لمحمد بن أبي بكر بن قَيِّم الجوزية وقد احتوت على 60 صفحة تطرق فيها إلى الأمثال التي ضربها الله سبحانه وتعالى في المنافقين، والكفار، والصالحين، والفاستدين، والدنيا، والحيوانات وغيرها، وهي دراسة متخصصة في جمع الأمثال المضروبة على من ذكرهم المؤلف تختلف عن دراساتي التي تعنى بدور المثل في تحقيق التأثير على الجمهور المتلقي فقط.

2- الأمثال القرآنية القياسية المضروبة للإيمان بالله، لعبد الله بن عبد الرحمن الجربوع، وهو مؤلف مقسم إلى ثلاثة أبواب، الباب الأول حول مقدمات الإيمان وتعريف الأمثال، والباب الثاني حول الأمثال المضروبة لاستنارة قلوب المؤمنين وظلمة قلوب الكافرين في سورة النور، والباب الثالث ذكر فيه الأمثال المضافة إلى الله تعالى، وهو مؤلف موجه لدراسة الجانب العقدي الذي يعالجه المثل القرآني بينما دراستنا تلتقي معه في كون المثل يؤثر في القلب محل الاعتقاد وتختلف عنه في كونها مختصة بالتأثير الذي يساهم في دعوة الجمهور واستمالته.

3- عون الحنان في شرح الأمثال في القرآن، لعلي أحمد عبد العال الطهطاوي، قسمه إلى ثلاثة فصول حيث ذكر في الفصل الأول القرآن الكريم وظيفته الأصلية وكيف يتخذها المسلمون، وأما الفصل الثاني

فتحدث فيه عن إلزام القرآن للماديين والمليين، وأمّا الفصل الثالث فكان حول الأمثال في القرآن الكريم وهو فصل تعرض فيه لفكرة الأسلوب القرآني وتأثيره ولكنه لم يقدم نماذج في مجالات التأثير على الجمهور كما هو حال دراستنا.

4- مقالات تناولت أطرافاً من موضوع البحث كمقال: (الأمثال في القرآن الكريم خصائصها، وفوائدها وأغراضها البلاغية) لهشام عطاء الله، إشراف الدكتور محمد بشير باي نشرتها مجلة الحكمة للدراسات الأدبية و اللغوية، و(أسلوب ضرب الأمثال في القرآن وأثره في استجابة الخطاب الدعوي) للدكتور مسعي محمد السعيد نشرته مجلة قبس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، و(دلالة الأمثال القرآنية بين الترغيب) للأستاذة سهيلة مساعد نشرتها مجلة الحكمة للدراسات الإسلامية، وهي مقالات قريبة لامست أطرافاً من هذه الدراسة ولم تحقق في تأثير المثل القرآني على الجمهور كما هو حال هذه الدراسة.

ج- منهج البحث :

تحقيقاً لغاية الإجابة عن التساؤلات المطروحة واتباعاً لمنهج علمي محكم سألني بحثي على المنهج الوصفي التحليلي، أمّا الوصفي فخصصته للتعريف بالمصطلحات وذكر نماذج من الأمثال الدالة على التأثير، وأمّا التحليلي فجعلته لتحليل الآيات وبعض الأفكار بما لا يخرج عن نطاق دراستنا لنكتشف من خلال ذلك كله تأثير المثل القرآني على الجمهور.

د- خطة البحث:

سأسير في هذا البحث للإجابة عن هذه التساؤلات وفق الخطة المبنية على ما يلي:
مقدمة: بيّنت فيها إشكالية البحث، وأهمية البحث، وأهداف البحث، والدراسات السابقة، والمنهج المتبع في دراسته.

المبحث الأول: تحديد المفاهيم،

المطلب الأول: التعريف بالجمهور.

المطلب الثاني: التعريف بالتأثير.

المطلب الثالث: التعريف بالمثل القرآني.

المبحث الثاني: علاقة المثل القرآني بالتأثير على الجمهور وأثارها

المطلب الأول: علاقة المثل القرآني بالتأثير على الجمهور.

المطلب الثاني: آثار علاقة المثل القرآني بالتأثير على الجمهور.

المبحث الثالث: نماذج من المثل القرآني للتأثير على الجمهور.

المطلب الأول: التأثير بذكر صفة الحياة الدنيا.

المطلب الثاني: التأثير بذكر أزمات وعقوبات الأمم الماضية.

المطلب الثالث: التأثير بذكر فضيلة الإنفاق في سبيل الله.

خاتمة: ضمنتها النتائج المتوصل إليها في هذا البحث مع التوصيات التي تفتح آفاقاً لمزيد الاعتناء بهذا النوع من البحوث.

المبحث الأول:

تحديد المفاهيم

تعدّ المصطلحات في البحوث العلمية متغيرات قد تختلف معانيها من تخصص إلى آخر وذلك راجع إلى استعمال الباحثين وإلى دلالاتها اللغوية التي يمكن أن تحمل أكثر من معنى؛ لذا يجب ضبطها وبيان معانيها.

المطلب الأول: التعريف بالجمهور

لمعرفة المراد بكلمة الجمهور يجب الرجوع إلى معناها في اللغة والاصطلاح.

الفرع الأول: تعريف الجمهور في اللغة والاصطلاح

سأبدأ بتعريف الجمهور من الناحية اللغوية ثم من الناحية الاصطلاحية التي سأذكر فيها بعض ما عرّفه به علماء المصطلحات الشرعية، ثم علماء الدعوة، ثم مجالين للتأثير الجماهيري وهما علم الإعلام والاتصال وعلم النفس لكونها تخصصات تهتم بالتأثير.

أولاً: في اللغة

بالوقوف على المعاني التي أوردتها المعاجم اللغوية نجدها تكاد تتفق على أنّ الجمهور يراد به:

"جل الناس". (الرازي، 1999، صفحة 62/1)

ولكلمة جل معان عدة في اللغة وما يناسبها في هذا المقام: كثير الناس، ومعظمهم.

ثانياً: في الاصطلاح

أما علماء المصطلحات فيقول التهانوي: المراد بالجمهور الأكثرية من الناس. (التهانوي، 1996، صفحة

582)

وفي اصطلاح المعاصرين المشتغلين بالدعوة يرى (محمد منير حجاب) أنّ الجمهور: جماعة من

الناس مرتبطين ببيئة تحويهم وتمييزين عن غيرهم بصفات معينة. (حجاب، 2004، صفحة 221)

وأما أصحاب الإعلام والاتصال فيفرون في تعريف الجمهور بين كونه شعب في مجتمع ما وكونه

مجموع أفراد يشاهدون أو يسمعون أو يقرؤون أياً من وسائل الإعلام. (العراي، 1989، صفحة 165)

وأما علماء النفس فتعريفهم قريب من تعريف الإعلاميين مع تفريق عندهم عنهم في تقسيمه إلى حقيقي فعلي أو افتراضي متخيل. (فرويد، 2006، الصفحات 9-10)

ومن خلال التعاريف اللغوية والاصطلاحية للجمهور فإن المراد بالجمهور في هذه الدراسة القرآنية ما سأذكره في التعريف الإجرائي.

الفرع الثاني: التعريف الإجرائي

المقصود بالجمهور في هذه الدراسة: معظم المدعوين الذين وجه الله تعالى إليهم القرآن الكريم بأساليب متنوعة للتأثير في معتقداتهم أو سلوكهم أو مواقفهم.

المطلب الثاني: تعريف بالتأثير

تختلف معاني كلمة التأثير من تخصص إلى آخر، وما سأتناوله في هذا المقام متعلق بتخصص الدعوة الإسلامية وأما ذكر المجالات الأخرى فلتوضيح المصطلح أكثر، وهذا بعد ذكر معنى الكلمة في اللغة العربية.

الفرع الأول: تعريف التأثير لغة واصطلاحاً

سأقتصر على ذكر تعريف واحد في اللغة لكون أغلبية المعاجم اللغوية تتفق عليه، أما اصطلاحاً فسأذكر ما عرفه به علماء الدراسات القرآنية، ثم أردف ذلك بمجالين آخرين للتأثير الجماهيري من باب زيادة توضيح معنى التأثير في الدراسات غير القرآنية وهما المجال الإعلامي ومجال التنمية البشرية.

أولاً: في اللغة

المعنى الذي ذكرته أغلب معاجم اللغة العربية لمصطلح التأثير هو: "إبقاء الأثر في الشيء". (ابن منظور، 1414هـ، صفحة 5/4)

ثانياً: في الاصطلاح

في مجال الدراسات الاعجازية للقرآن يقول الخطابي: التأثير ما يتركه القرآن الكريم من أثر في النفوس. (الخطابي، 1976، صفحة 70)

وفي مجال الإعلام والاتصال: تعددت تعريف التأثير في هذا المجال وأغلبها تناولت كلمة التأثير على أنه: قوة فعلية تعتمد على استخدام مجموعة من الأساليب الاتصالية لإحداث تغيير في سلوك أو آراء أو معتقدات الآخرين حيث يكون هذا التأثير مقصوداً أو غير مقصود. (كلفاح وغيث، 2020، صفحة 526)

وأما في مجال التنمية البشرية فمن تعاريف التأثير: أنه مجموعة من المهارات التي يمارسها الأفراد فيما بينهم والتي يمكن للمرء أن يتقنها ويتعلمها. (ذوكر، 2010، الصفحات 19-20)

الفرع الثاني: التعريف الإجرائي

التأثير في دراستنا هذه هو: ما يبقيه المثل القرآني من أثر في قلوب المدعويين يعود عليهم بحسن توجيههم وتنظيم تعاملهم وإصلاح أخطاءهم في مجال العقيدة والشرعية والأخلاق.

المطلب الثالث: تعريف بالمثل القرآني

لقد وردت تعاريف كثيرة للمثل القرآني في الدراسات القرآنية للقداامي والمعاصرين وسأقتصر على إيراد بعضها منها في هذه الدراسة حسبما يرتبط بتأثير المثل في الجمهور.

الفرع الأول: تعريف المثل القرآني لغة واصطلاحاً

سأورد تعريفاً لغوياً يفي بغرض بيان معنى المثل في اللغة أمّا في الاصطلاح فسأركز على تعريفين أحدهما للقداامي وثانيهما للمعاصرين لأنّ التعريف الاصطلاحي قريب من التعريف اللغوي.

أولاً: في اللغة

جاء في (مقاييس اللغة): "الميم والثناء واللام أصل صحيح يدل على مناظرة الشيء بالشيء، وهذا مثل هذا، أي نظيره، والمثل والمثال في معنى واحد، وربما قالوا مثيل كشيء، تقول العرب: أمثل السلطان فلاناً: قتله قوداً، والمعنى أنّه فعل به مثل ما كان فعله". (ابن فارس، 1979، صفحة 296/5)

فمن معاني المثل إذا في اللغة: النظير، والشبيه.

ثانياً: في الاصطلاح

من تعاريف القداامي للمثل تعريف (ابن قيم الجوزية) قال بأنّ المثل: "تشبيه شيء بشيء في حكمه وتقريب المعقول من المحسوس، أو أحد المحسوسين من الآخر واعتبار أحدهما بالآخر" (ابن قيم الجوزية، 1991، صفحة 116/1)

وأما من المعاصرين فعرفه (القطان) بأنّه: تشبيه أو قول مرسل على شكل صورة بارزة تؤثر في النفس (القطان، صفحة 292).

فكما قلت آنفاً فالتعريف اللغوي يلتقي مع التعريف الاصطلاحي في كونهما يفيدان التشبيه ويفترقان في الضابط والقيّد الذي يحدده علماء الاصطلاح كل حسب تعريفه.

الفرع الثاني: التعريف الإجرائي

بتحليل ما تمّ ذكره في اللغة والاصطلاح وبربطه بالتأثير والجمهور حسب دراستنا يتضح لنا أنّ المثل القرآني هو: كلام الله تعالى البليغ يحتوي على معنى مقصود منه التأثير والاقناع والعبرة والعظة وتوضيح المعاني وتبسيط المفاهيم، وله أثر في القلب والنفس والعقل.

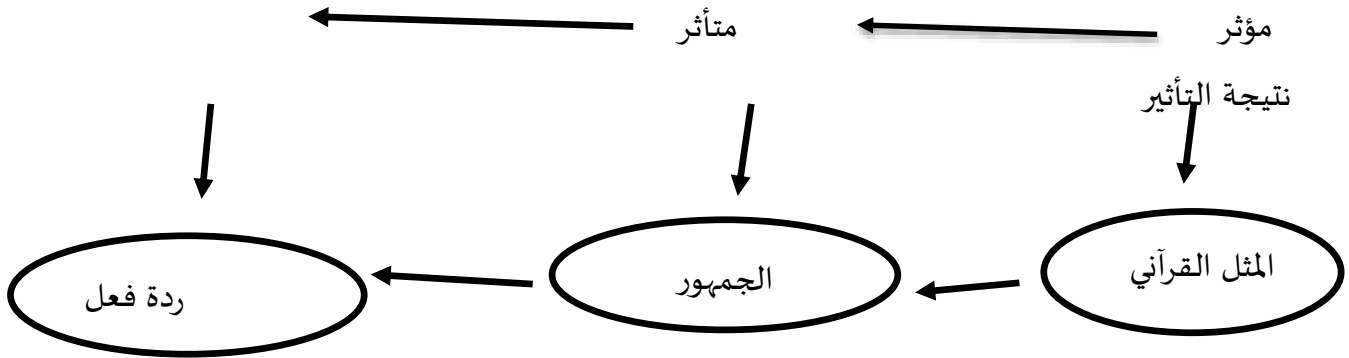
المبحث الثاني:

علاقة المثل القرآني بالتأثير على الجمهور وآثارها

يعتبر المثل القرآني الحاضر في أغلب سور القرآن الكريم من القضايا المهمة التي تكون سببا في نجاح العملية الدعوية المستهدفة لتحقيق التأثير، فعلاقة المثل القرآني بالتأثير على الجمهور من الأمور المهمة التي لا يمكن تجاوزها لكون الأمثال القرآنية من الوسائل التأثيرية في الدعوة الإسلامية.

المطلب الأول: علاقة المثل القرآني بالتأثير على الجمهور

تتجسد العلاقة التأثيرية بين المثل في القرآن الكريم والتأثير على الجمهور في ثلاثة أصول هي: المؤثر (مثل القرآن الكريم)، والمتأثر (الجمهور)، ونتيجة التأثير (ردة فعل الجمهور)، وتبدأ العملية التأثيرية من سماع الجمهور-المتأثرين-للمثل وتحليله لهم من طرف الداعية ثم بعد فهمهم لمضمون هذا المثل تظهر فهم ردة فعل - نتيجة التأثير-المتمثلة في تحقيق المقصود، والشكل التالي يوضح ذلك:



وفي نجاح تحقيق العلاقة بين المثل القرآني والتأثير على الجمهور يتحقق المقصد وتحصل الفائدة، ومما يحقق نجاح العلاقة بعد اكتمال أصول العملية التأثيرية ما يلي:

- 1- معرفة كيفية ربط أفكار وتصورات الجمهور بالمثل القرآني.
- 2- عدم الخلط بين ميدان الإقناع والتأثير، وميدان الوعظ والإرشاد، وميدان الاعتبار وغيرها.
- 3- العلم بالأمثال الظاهرة والكامنة (السيوطي، 1988، صفحة 39/4) والتفريق بينها.
- 4- تحديد وسائل متطورة حديثة توصل محتوى المثل القرآني إلى الإيديولوجيات المختلفة الفردية والجماعية للجمهور وتشكل نظرة واقعية تجذبهم وتؤثر فيهم.
- 5- توزيع وظائف أصول العلاقة التأثيرية بانتظام بين المؤثر - المثل القرآني - والمتأثر - الجمهور - من أجل تحقيق مقاصد المثل القرآني.

وهذه الأمور وما في معناها تضمن العلاقة الناجحة بين المثل القرآني والتأثير على الجمهور، وتترك آثار على الجمهور نوردها في المطلب الآتي.

المطلب الثاني: آثار علاقة المثل القرآني بالتأثير على الجمهور

إنَّ أبرز آثار العلاقة بين المثل القرآني والتأثير على الجمهور تكمن في تحقيق التفاعل على مستوى العقل والوجدان وعمل الجوارح، وتفصيل ذلك على النحو الآتي:

أولاً: مجالات التأثير العقلي للمثل القرآني على الجمهور

مجالات تأثير الأمثال القرآنية في العقل تتمحور في توجيه الخطاب إليه للاعتبار والفهم والإدراك ومعرفة الحجة التي أقيمت عليه ومطالبته بالإتيان بالأدلة والبراهين في حالة الريب ومناقشة الأخطاء والانحرافات التي يقع فيها، وكل هذه المجالات تدفع العقل إلى التفكير والنظر والمناقشة والتحليل فيقرر الرد والرفض أو الإذعان والقبول، ولقد جاءت أمثال كثيرة في هذا الشأن منها قوله تعالى: ﴿وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ﴾ [إبراهيم:25]، فالتذكر عملية عقلية مرتبطة بالصور المحسوسة التي يرسمها العقل في الدماغ من خلال ضرب الأمثال، وهذا ما اعتبره الزركشي حين قال أنَّ ضرب الأمثال يرتب مراد العقل وتصوره للمعنوي بالمحسوس. (الزركشي، 1980، الصفحات 486/1-487)

ثانياً: مجالات التأثير الوجداني للمثل القرآني على الجمهور

أبرز مجالات التأثير الوجداني للمثل القرآني مجال إصلاح القلوب بالترغيب والترهيب، فعندما يتأثر القلب بالترغيب ينبعث منه الحب الذي يدفع إلى العمل الصالح والعكس صحيح عندما يؤثر فيه الترهيب تنبعث منه الكراهية التي تدفع إلى النفرة من العمل السيء، وهذا ما يعبر عنه علماء النفس بالاستعداد الوجداني المكتسب الذي ينشأ من المواقف الانفعالية (معوض، 2000، صفحة 106)، ومثال ذلك العبد الذي يمنّ في صدقته ويتصدق مما رزقه الله رياء لينال مدح الناس فيخسر الدنيا والآخرة ولا يحصل على شيء من الأجر والثواب، قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُبْطِلُوا صَدَقَاتِكُمْ بِالْمَنِّ وَالْأَذَى كَالَّذِي يُنْفِقُ مَالَهُ رِئَاءَ النَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَمَثَلُهُ كَمَثَلِ صَفْوَانٍ عَلَيْهِ تُرَابٌ فَأَصَابَهُ وَابِلٌ فَتَرَكَهُ صَلْدًا لَا يَقْدِرُونَ عَلَى شَيْءٍ مِّمَّا كَسَبُوا﴾ [البقرة:264]، في هذه الآية الكريمة ترغيب في الإخلاص الذي محله القلب وترهيب من الرياء المفسد للقلوب، وصورة التأثير الوجداني في هذا المثل تظهر في تشبيه المرئي بالصفوان الذي هو الحجر الأملس الذي لا يستقر فوقه التراب إذا نزل عليه المطر الغزير (ابن أبي زمنين، 2002، صفحة 258/1)، ونظير هذا في زماننا أولئك الذين ينفقون الملايين والمليارات ونيتهم دخول قائمة المشهورين في موسوعة غنيس، أو السعي بالعمل الصالح لنيل منصب أو حصول جاه.

ثالثاً: مجالات التأثير العملي للمثل القرآني على الجمهور

دلالة تأثير المثل القرآني على بعض الأعمال التي تقوم بها الجوارح تظهر في مجالات كثيرة منها مجال التشريع في الإسلام الذي يبين حالة كثير من الأعمال بين المدح والذم ليقتل المتأثر على المدح الذي يترتب عليه الأجر والثواب وينفر من الذم الذي يترتب عليه الإثم والعقاب، ومثال ذلك حسن التعامل مع النفقة في قوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا﴾ [الفرقان: 67]، في هذه الآية الكريمة مثل كامن ضربه الله تعالى لبيان الطريقة العملية المثلى في النفقة وهي التوسط فيها بين الإسراف والتقتير. (السيوطي، 1988، صفحة 39/4)

فمن هذا الذي ذكرته من مجالات التأثير على العقل والوجدان والأعمال يمكن أن نستنتج بعض فوائد ضرب الأمثال القرآنية على الجمهور كالتالي :

- 1- إظهار المعنوي في صورة المحسوس له أثر عميق في التأثير على الجمهور حيث يمكنهم من فهم رسالة القرآن في كثير من المجالات المتعلقة بالإنسان.
- 2- هداية القلوب إلى الإخلاص وتنفيها من الرياء من خلال التأثير فيها بالترغيب والترهيب.
- 3- التأثير بالأمثال القرآنية الكامنة منها والظاهرة يساهم في إصلاح الكثير من الأعمال.
- 4- فهم الأمثال القرآنية يصنع التأثير الذي يدفع إلى الفعل أو الترك بعد العلم بالحكم.

المبحث الثالث

نماذج من المثل القرآني للتأثير على الجمهور

إنّ ضرب الأمثال في القرآن الكريم له الأثر العجيب في التأثير على الجمهور، وإنّ الناظر في واقع الناس يقف على تأثيرات الأمثال القرآنية في القناعات والأفكار والمعتقدات والفطروالأخلاق والسلوكيات والمعاملات حتى في اللسانيات، فقد تضمنت من الإرشادات والإشارات والتنبيهات والبلاغة والفصاحة ما يعجز الإنسان على الإتيان بمثله ويخدم الداعي في دعوته ويستفيد منه المدعو إذا دعي إلى الحق، وسأسوق نماذج تطبيقية لبيان بلاغة المثل القرآني وبنيته الرمزية ومواطن تأثيرها على الجمهور حسب خصائص التأثير وما ذكرته بعض نظريات التأثير ولكن على سبيل التمثيل لا على سبيل الحصر، ثم أختتمها ببيان ما يقرها من النماذج في عصرنا مع الإشارة إلى كيفية توظيفها بالتقنيات الحديثة المتطورة.

المطلب الأول: التأثير على الجمهور بذكر صفة الحياة الدنيا

قال تعالى: ﴿إِنَّمَا مَثَلُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا كَمَاءٍ أَنْزَلْنَاهُ مِنَ السَّمَاءِ فَاخْتَلَطَ بِهِ نَبَاتُ الْأَرْضِ مِمَّا يَأْكُلُ النَّاسُ وَالْأَنْعَامُ حَتَّى إِذَا أَخَذَتِ الْأَرْضُ زُخْرُفَهَا وَازَّيَّنَتْ وَظَنَّ أَهْلُهَا أَنَّهُمْ قَادِرُونَ عَلَيْهَا أَتَاهَا أَمْرُنَا لَيْلًا أَوْ نَهَارًا فَجَعَلْنَاهَا حَصِيدًا كَأَنْ لَّمْ تَغْنِ بِالْأَمْسِ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ﴾ [يونس: 24]

"هذه الآية مثل ضربيه الله-تعالى-للمتشبث في الدنيا الراغب في زهرتها وحسنها، ووجه التمثيل أن غاية هذه الدنيا التي ينتفع بها المرء كناية عن هذا النبات الذي لما عظم الرجاء في الانتفاع به وقع اليأس منه، ولأن المتمسك بالدنيا إذا نال منها بغيته أتاه الموت بغتة فسلبه ما هو فيه من نعيم الدنيا ولذتها" (طنطاوي، 1998، صفحة 56/7).

هذا المثل القرآني تتجلى بلاغته في توضيح المعنى المؤثر بالإيجاز وجعله يستقر في الذهن، وبنيته تظهر في تقريب ما خفي من خلال عرضه للغائب في صورة المشاهد، فيكون المعنى الذي ضرب له المثل أوقع في القلوب وأثبت في النفوس وأحضر على التفكير والاعتبار (طنطاوي، 1998).

وأما خاصية التأثير في هذا المثل هي التأثير النفسي للجمهور وتظهر في تغيير حالة النفس من التعلق بالدنيا وحطامها والحذر من غرورها إلى الاستعداد للمصير في الآخرة.

وما تقوم به وسائل الإعلام في عصرنا بتقنياتها المتطورة عبر وسائلها المتنوعة من عرض هذه الأمثال على شكل أشرطة ومسلسلات ومسرحيات وأفلام الكارتون بالأبعاد الثلاثية وغيرها له الأهمية الكبيرة في تحقيق التأثير النفسي للجمهور وتوجيه وجهه سليمة وتغيير مواقفه ومعارفه وتكون النتيجة إيجابية إذا اعتمدت على الصحيح والمعلومات الصادقة، يقول لازار: إن وسائل الاعلام تستطيع أن تجعلنا نتعاطف مع ما تبثه من المسلسلات والأفلام ويصل بنا الأمر أحيانا إلى البكاء حينما تعرض مشاهد المعاناة والألم (لازار، 1995، صفحة 67).

المطلب الثاني: التأثير على الجمهور بذكر أزمات وعقوبات الأقوام الماضية

قال تعالى: ﴿وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا قَرْيَةً كَانَتْ آمِنَةً مُطْمَئِنَّةً يَأْتِيهَا رِزْقُهَا رَغَدًا مِنْ كُلِّ مَكَانٍ فَكَفَرَتْ بِأَنْعُمِ اللَّهِ فَأَذَاقَهَا اللَّهُ لِبَاسَ الْجُوعِ وَالْخَوْفِ بِمَا كَانُوا يَصْنَعُونَ﴾ [النحل: 112]

هذه الآية الكريمة تحمل في طياتها رسالة عاطفية مقنعة فعالة تربط مشاعر الجمهور بضرورة حسن التعامل مع نعمة الأمن والرزق هذه النعمة التي يعقها الخوف والجوع بسبب تغيير السلوك والمواقف تجاهها كترك شكر الله عليها والكفر بها، وفي نفس الوقت الآية حجة على المبذرين والمسرفين في الأكل واللباس والذين يروعون الناس، وضرب المثل في هذه الآية الكريمة عن القرية ليس للتعيين وإنما لبيان صفة وحال "كل قوم أنعم الله عليهم فأبطرتهم النعمة" (الزمخشري، 1987، صفحة 638/2).

أما بلاغة هذا المثل فتتجلى في براعة الأسلوب واللفظ وإصابتها (ضرب أي جعل، رعد أي اتسع وطاب، فأذقها وهي كلمة تجري مجرى الحقيقة لشيوعها في البلايا والشدائد)، والتصوير البديع في وصف ما أصابهم من جوع وخوف، حتى لكأن ما هم فيه من هزال وسوء حال يبدو كاللباس الذي يلبسه الإنسان ويجعلهم يذوقون هذا اللباس ذوقا يحسون أثره إحساسا عميقا (طنطاوي، 1998، صفحة 247/8)، وأما بنيته المثل تكمن في توظيف الاستعارة التي أظهرت "أثرهما عليهما بصورة واضحة تجعل الناظر إليهم لا يخفى عليه ما هم فيه من فقر مدقع وفزع شديد" (طنطاوي، 1998، صفحة 247/8).

وكما قلت في المثل السابق فإنّ لوسائل الإعلام الدور الفعال في التأثير على الجمهور إيجابا أو سلبا من خلال ما تبثه من الأفكار والمعلومات حول القضايا المختلفة في العالم حتى إن بعض المتأثرين بها يصدق ما يراه أو يقرأه أو ينقل له من مواقع التواصل الاجتماعي أكثر مما يصدق والديه أو ما يتعلمه في مدرسته، فإذا يمكن لوسائل الإعلام في عالم الإسلام إذا استغلت أحسن استغلال أن تغير من موقف ونظرة الجمهور البعيد عن هدي القرآن تجاه الإسلام وتكون له معارف تغير من قناعاته المكتسبة. وهناك العديد من الأمثلة في عصرنا عن التأثير على الجمهور بحدوث الأزمات والعقوبات وما حادثة كورونا 2019م عنا ببعيد وكذلك حرائق أمريكا في كاليفورنيا 2025م الشبيهة بالقرية التي أذاقها الله لباس الخوف والجوع لكفرهم وبطهرهم.

المطلب الثالث: التأثير بذكر فضيلة الإنفاق في سبيل الله

قال تعالى: ﴿مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَسِيعٌ عَلِيمٌ﴾ [البقرة: 261]

ذكر بعض المفسرين أنّ هذه الآية والتي بعدها نزلنا في صدقة عبد الرحمن بن عوف وعثمان بن عفان -رضي الله عنهما- لما حث رسول الله -صلى الله عليه وسلم- الناس حين أراد الخروج إلى غزوة تبوك، ونزول هاتين الآيتين في شأن صدقة هذين الصحابييين الجليلين لا يمنع من شمولهما لكل من نهج نهجهما، وبذل من ماله في سبيل الله. (طنطاوي، 1998، صفحة 602/1)

هذه الآية الكريمة مثل ضربه الله عز وجل للمتصدق بماله ابتغاء مرضاته، ووجه التمثيل أنّ هدف هذه الصدقة النافعة كناية عن هذه السنبلة التي ألقى أصلها حبة واحدة تفرعت إلى سبع سنابل في كل سنبلة مائة حبة تعجب النظر إليها "وفي هذا التشبيه ما فيه من الحظ على الإنفاق في وجوه الخير ومن الترغيب في فعل البر ولا سيما النفقة في الجهاد في سبيل الله" (طنطاوي، 1998، صفحة 603/1)، والراغب في التصديق إذا سمع بهذا زاد تأثره بها، قال ابن كثير: "وهذا المثل أبلغ في النفوس من ذكر عدد السبعمئة،

فإنّ هذا فيه اشارة إلى أنّ الأعمال الصالحة ينميها الله تعالى لأصحابها كما ينمى الزرع لمن بذره في الأرض الطيبة" (ابن كثير، 1998، صفحة 530/1).

هذا المثل القرآني تتجلى بلاغته في التشبيه الذي وظّف لإبراز قيمة الانفاق في سبيل الله، وتظهر بنيته في بيان حقيقة عظم جزاء التصديق وسعة فضل الله على صاحب النفقة في سبيله من خلال عرض المعنوي في صورة المحسوس.

وأما خاصية التأثير في هذا المثل فهي خاصية تعدد الأوجه فأول الأوجه التأثير الاجتماعي والذي يكمن في الدعوة إلى التعاون والتكافل الاجتماعي، وأما الوجه الثاني فهو التأثير العاطفي بترغيب النفس في الصدقة، وأما الوجه الثالث فهو التأثير المعرفي في ذكر جزاء الانفاق في سبيل الله تعالى.

ومن وجوه الإنفاق في سبيل الله الانفاق لإعلاء راية الإسلام ونصرة المسلمين، ومن أمثلة هذا النوع في وقتنا الحالي نصره إخواننا المسلمين في غزة خاصة وفي كل مكان يضطهد فيه المسلمون ويقتلون ويشردون،

وفي تأمل هذا المثل وتدبره نستلهم أهمية تكمن في الدعوة إلى التأثير بالإنفاق في سبيل الله ومن سبيل الله نصره كل قضايا الأمة الإسلامية في العالم بدأ من القضية الإسلامية الفلسطينية ولا أقول القضية الفلسطينية فقط كما يروج لها من يريد أن يستغل جمهور المسلمين في العالم ويجعلها قضية تخص الفلسطينيين فقط وغايته شعراً لم يشعر طمس هوية المسجد الأقصى أولى القبلتين.

خاتمة:

بعد هذه الجولة العلمية في رحاب المثل القرآني وتأثيره في الجمهور يتضح لكل المشتغلين في حقل الدعوة الإسلامية أهمية الأمثال القرآنية في تحقيق التأثير على الجمهور، وأنها أسلوب من الأساليب التي لا يمكن للدعاة الاستغناء عنه إذا ما أرادوا تحقيق النجاح في عملهم الدعوي، لا سيما وأنّ أفضل الأنبياء والرسول محمد -صلى الله عليه وسلم- أمر به، قال تعالى: ﴿وَاضْرِبْ لَهُم مَّثَلًا﴾ [الكهف:32] ومن كان قبله من الأنبياء -عليهم السلام- لم يستغنوا عن هذا الأسلوب وكان منهجاً من مناهجهم في تبليغ ما أمرهم الله أن يبلغوه للجماهير، وقد توصلت في خاتمة هذه الدراسة إلى نتائج أذكرها، ثم أتبعها بجملة من التوصيات التي نراها ذات الصلة بموضوع البحث وتفتح آفاقاً جيدة:

أولاً: النتائج:

- 1- المثل القرآني من أبرز الأساليب البلاغية التي تقرب المعاني وتوضح الحقائق للجمهور بطريقة مؤثرة.
- 2- كلمة المثل في القرآن الكريم تستخدم أحياناً بمعنى النظير والشبيه وأحياناً بمعنى الصفة والحال.
- 3- العلاقة بين المثل القرآني والتأثير في الجمهور تكاملية تظهر في ردة فعل الجمهور حين تلقيه للمثل.

- 4- التأثير بالمثل القرآني يشمل مجالات عدة منها المجال العقلي، والمجال الوجداني، والمجال العملي.
- 5- للمثل القرآني دور مهم في إصلاح النيات وتحفيز الهمم وشحذها للإقبال على فعل الخير وترك الشر.
- ثانيا: التوصيات:

- 1- ضرورة توظيف الأمثال القرآنية لمعالجة القضايا الاجتماعية.
- 2- إنشاء مجلات وقنوات إذاعية سمعية وبصرية تعنى بالأمثال القرآنية.
- 3- تربية الجيل المستقبلي الناشئ على معرفة الأمثال القرآنية وآليات تأثيرها من خلال إقامة مسابقات وفتح منافسات تتوج بتكريمات.

قائمة المصادر والمراجع:

القرآن الكريم

- أحمد ابن فارس. (1979). معجم مقاييس اللغة. دار الفكر.
- إسماعيل ابن كثير. (1998). تفسير القرآن العظيم. بيروت: دار الكتب العلمية.
- ألينا ذوكر. (2010). التأثير القوة الخفية في عصر متغير. الرياض: دار المعرفة للتنمية البشرية.
- أمال كلفاح، و حياة غياث. (جوان، 2020). التأثير النفسي والسلوكي للرسالة الإعلامية المبتكرة - دراسة ميدانية. مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد السابع (الثاني)، الصفحات 524-538.
- جوديت لازار. (1995). سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري. دمشق: دار اليانبيع.
- حمد الخطابي. (1976). بيان إعجاز القرآن. مصر: دار المعارف.
- خليل ميخائيل معوض. (2000). علم النفس العام. مصر: مركز الاسكندرية للكتاب.
- ساعد خضر العرابي. (1989). الإعلام وسيلة ورسالة. السعودية: دار المريخ.
- سيغموند فرويد. (2006). علم نفس الجماهير وتحليل الأنا. بيروت: دار الطليعة للطباعة والنشر.
- عبد الرحمن السيوطي. (1988). الإتقان في علوم القرآن. بيروت: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
- محمد ابن أبي زمنين. (2002). تفسير القرآن العزيز. القاهرة: الفاروق الحديثة.
- محمد ابن قيّم الجوزية. (1991). إعلام الموقعين عن رب العالمين. بيروت: دار الكتب العلمية.
- محمد ابن منظور. (1414هـ). لسان العرب. بيروت: دار صادر.
- محمد الأمين الشنقيطي. (1995). أضواء البيان في إيضاح القرآن بالقرآن. بيروت: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.
- محمد التهانوي. (1996). موسوعة كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم. بيروت: مكتبة ناشرون.
- محمد الرازي. (1999). مختار الصحاح. المكتبة العصرية- الدار النموذجية.
- محمد الزركشي. (1980). البرهان في علوم القرآن. بيروت: دار إحياء الكتب العربية عيسى البابي الحلبي وشركائه.
- محمد سيد طنطاوي. (1998). التفسير الوسيط للقرآن الكريم. القاهرة: دار نهضة مصر للطباعة والنشر.
- محمد منير حجاب. (2004). تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر. الجزائر: دار الفخر للنشر والتوزيع.
- محمود الزمخشري. (1987). الكشاف عن حقائق غوامض التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل. القاهرة: دار الريان للتراث.
- مناع القطان. (بلا تاريخ). مباحث في علوم القرآن. مكتبة المعارف للنشر والتوزيع.