الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العلمي العالي و البحث

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة
كلية أصول الدين
قسم الدعوة و الإعلام و الاتصال
تخصص: إعلام إسلامي

الرقم التسلسلي :.....

رقم التسجيل:.....

الأساليب الإقناعية في قناة هدى (Huda) الفضائية الناطقة باللغة الإنجليزية

- دراسة تحليلية -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام الإسلامي

إعداد الطالبة:
فيروز بوزيدة

إشراف الأستاذ الدكتور:
حسين خريف

أعضاء لجنة المناقشة :

الاسم و اللقب	الصفة	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية
أ.د عمر لعويرة	رئيسا	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة
أ.د حسين خريف	مقررا	أستاذ التعليم العالي	جامعة قسنطينة 03
د. نور الدين سكحال	عضوا	أستاذ محاضر(أ)	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة
د. احمد عبدلي	عضوا	أستاذ محاضر (أ)	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة

السنة الجامعية: 2014/2013



جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

﴿ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦۖ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ﴾

In the name of Allah

The Beneficent, The Merciful

﴿Invite to the way of Your Lord with wisdom

and fair preaching , and argue with them in a way

that is better﴾

To the one God

With genuine humility ,

I acknowledge your aid O God

In the true spirit of Islam

I appreciate your grace O God

With all my heart I thank you O God

With your guidance and love

This work would not have been possible

Were it not for your help and cause

This humble contribution

would have never become a reality

It is dedicated to you O God



شكر و تقدير

أقدم هذا العمل بأسمى معاني الامتنان و التقدير إلى والدي الكريمين و اسأل الله تعالى أن يحفظهما و يرزقهما الجنة ، و إلى كل عائلتي كبيرا و صغيرا .

كما أوجه الشكر لجامعة الأمير عبد القادر التي أعادت إلي الأمل بعد طول انتظار بمنحي الفرصة في إكمال الدراسات العليا.

أخص بالشكر المشرف على هذا العمل الأستاذ الدكتور حسين خريف، الذي قبل الإشراف علي و منحني الثقة لإتمام هذا العمل منذ أن كان مجرد فكرة فكان بحق نعم الأستاذ ، علما و خلقا فجزاه الله عني خير الجزاء .

كما أتوجه بالشكر الجزيل إلى كل الأساتذة و الزملاء و الأصدقاء الذين لم يبخلوا علي بالمساعدة في إخراج هذا العمل إلى النور فلهم مني دعوة صالحة في ظهر الغيب.

في الأخير أقدم هذا العمل إلى الأمة الإسلامية جمعاء التي أدعو الله أن يفرج كرباتها و يرفع رايتها.

....

- فهرس الموضوعات -

الموضوع	الصفحة
مقدمة	أ ، ب
الفصل الأول : إطار الدراسة و منهجيتها	04
تمهيد	05
1-1 موضوع الدراسة و اشكاليتها	06
1-1-1 إشكالية الدراسة و تساؤلاتها	06
2-1-1 أهمية الدراسة و أهدافها	07
3-1-1 أسباب اختيار الموضوع	08
4-1-1 تحديد المفاهيم	09
5-1-1 الدراسات السابقة و المشابهة	14
2-1: الإطار المنهجي	23
1-2-1 مجال الدراسة	23
2-2-1 منهج الدراسة و أدواتها	25
3-2-1 عينة الدراسة و مجتمع البحث	28
3-1: المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة	30
الفصل الثاني : الإقناع في الفضائيات الإسلامية	36
تمهيد	37
1_2 ماهية العملية الاقناعية	38
1_1_2 طبيعة العملية الاقناعية	38
2_1_2 عناصر العملية الاقناعية	40
3_1_2 استراتيجيات الاقناع	43
4_1_2 أساليب الإقناع في الرسالة الإعلامية	54
5_1_2 أساليب الإقناع في الدعوة الإسلامية و المنطق	62
6_1_2 أساليب الإقناع في الدعاية	74

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

2_1_7 أساليب الإقناع في السمعي البصري	75
2_2 مدخل الى البث الفضائي	77
تمهيد	77
2_2_1 مفهوم البث الفضائي	77
2_2_2 لمحة تاريخية عن البث الفضائي	78
2_2_3 ايجابيات البث الفضائي	80
2_2_4 سلبيات البث الفضائي	82
2_2_5 أهمية البث الفضائي في مجال الدعوة الإسلامية	85
2_3 مدخل الى الفضائيات الإسلامية.	86
تمهيد	86
2_3_1 نشأة الفضائيات الإسلامية	87
2_3_2 أهمية الفضائيات الإسلامية	87
2-3-3-لمحة عن اللغة الإنجليزية وأهميتها في الفضائيات الإسلامية	88
2_3_4 الفضائيات الإسلامية الناطقة باللغة الإنجليزية و متغيرات العصر	90
2_3_5 الفضائيات الإسلامية بين الواقع و الطموح.	91
الفصل الثالث:الأساليب الإقناعية في قناة الهدى –دراسة تحليلية للمضمون-	96
تمهيد	97
3-1صفات العينة	98
3-2 فئات تحليل المحتوى	100
3-3 تحليل فئات ماذا قيل؟	106
3-4 تحليل فئات كيف قيل؟	129
3-5 نتائج الدراسة التحليلية للمضمون	234
الفصل الرابع:الأساليب الإقناعية في قناة الهدى–دراسة تحليلية للصورة-	238
تمهيد	239
4-1 المقاربة السيميولوجية لبرنامج Ask Huda	243

فهرس الموضوعات

4-2 المقاربة السيميولوجية لبرنامج Let's Talk	260
4-3 المقاربة السيميولوجية لبرنامجThe Deenshow	275
4-4 التحليل السيميولوجي للصور الفوتوغرافية الواردة في الصورة	292
4-5 نتائج الدراسة السيميولوجية	302
خاتمة	308
قائمة المصادر و المراجع	312
الملاحق	326
الفهارس	346

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

مقدمة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

يشهد العالم اليوم ثورة اتصالية و إعلامية حولته إلى أكثر من قرية كونية ، حيث أصبحت وسائل الإعلام اليوم من أكثر المنابر تأثيرا و إقناعا ، كما تلعب دورا محوريا في بناء التصورات و تشكيل الاتجاهات تعكس رغبة الإنسان الدائمة في إيصال أفكاره و إقناع غيره بها بكافة الأساليب الممكنة.

لقد أتاح عصر البث الفضائي مزيدا من الانفتاح و المنافسة بين الفضائيات ، بهدف إقناع المتلقي بمختلف الوسائل المتاحة التي تكفل نجاح عملية الإقناع عبر الرموز اللغوية، بالتواصل اللساني أو غير اللساني المتعلق بالصورة ، بكل ما تحمله اللغة من مدلولات لها وقعها في عملية الإقناع انطلاقا من ثنائية الشكل و المضمون تتجاوز فيها الرسالة حدود الفهم إلى اقتناع لدى المتلقي.

إن الإسلام دين إعلامي بطبيعته و يعد الإقناع ركيزة أساسية في عمل الإعلام الإسلامي الذي رسم القرآن الكريم و النبي صلى الله عليه و سلم منهجه بالحكمة و الموعظة الحسنة و الجدل بالتي هي أحسن بهدف التأثير في المخاطبين عن طريق المعرفة اليقينية التي تخاطب العقل و الوجدان.

إن التحديات التي يواجهها الإسلام و المسلمون اليوم تفرض ضرورة وجود قنوات إسلامية ناطقة باللغات الأجنبية خاصة باللغة الانجليزية ، باعتبارها لغة العالم الأولى ، تتولى مهمة نقل الخطاب الإسلامي إلى المسلمين و غير المسلمين الناطقين بغير العربية متخطية بذلك الأحياز المكانية و الألسنية ، خاصة في ظل الصورة النمطية المشوهة للإسلام التي جعلتها وسائل الإعلام الغربية قوالب جاهزة لا تستدعي الإجهاد الفكري لاستحضارها .

إن تقديم الرسالة الإعلامية الإسلامية لا يتحقق إلا بانتهاج استراتيجيات و أساليب إقناع محكمة تعكس روح الإسلام الحقيقية بما يستميل العقل و العاطفة عن طريق المغايرة و الاختلاف في الطرح عن الآخر بواسطة الأنساق اللغوية اللفظية و غير اللفظية بهدف التأثير و تحقيق أهداف الرسالة الإقناعية بتشكيل ، تغيير أو تدعيم القناعات لدى المتلقي.

انطلاقا من أهمية الفضائيات الإسلامية الناطقة باللغات الأجنبية كقناة الهدى الناطقة باللغة الانجليزية ، و أهمية فهم أساليب الإقناع في تحقيق الأهداف و توظيفها لخدمة الإسلام ، ارتأيت في هذه الدراسة تسليط الضوء على قناة الهدى باعتبارها أنموذجا للإعلام الإسلامي المنفتح

على جمهور عالمي بلغة عالمية ، من خلال محاولة استبصار أساليب الإقناع التي تستخدمها للتأثير في المتلقي من المسلمين و غير المسلمين و ذلك بتحليل المضمون و الصورة .

عملنا على هندسة هذا الجهد في خطة منهجية تحتوي على أربعة فصول نعتقد أنها كافية لاختزال موضوع الدراسة.

الفصل الأول: بعنوان إطار الدراسة و منهجيتها ، يرتكز هذا الفصل في المبحث الأول على تحديد إشكالية الدراسة ، أهميتها و أهدافها مع تحديد الأسباب الذاتية و الموضوعية في اختيار الموضوع ، و تحديد المفاهيم ، بالإضافة إلى الدراسات السابقة و المشابهة ، أما المبحث الثاني فيتعلق بالإطار المنهجي للدراسة الذي يشمل مجال الدراسة ، منهجها و أدواتها بالإضافة إلى العينة و مجتمع البحث ، وصولا إلى المبحث الثالث الذي يتضمن المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة المتمثلة في نظرية التفاعلية الرمزية .

الفصل الثاني: الموسوم بالإقناع في الفضائيات الإسلامية يشمل هذا الفصل ثلاث مباحث، يُعنى المبحث الأول بمدخل إلى عملية الإقناع، أما المبحث الثاني فهو مخصص للبث الفضائي، في حين يتناول المبحث الثالث الفضائيات الإسلامية.

أما القسم التحليلي الذي يعد الحلقة الأهم في هذا الدراسة فيضم فصلين الثالث و الرابع.

الفصل الثالث: بعنوان أساليب الإقناع في قناة الهدى – دراسة تحليلية للمضمون – الذي يشتمل على تحليل مضمون البرامج من خلال فئات ماذا قيل ؟ و كيف قيل ؟ و قد تم التركيز في هذا الفصل على فئة الأساليب الإقناعية بشيء من الإسهاب نظرا لطبيعة الدراسة المتعلقة أساسا بهذا الجانب وصولا إلى أهم نتائج الدراسة التحليلية للمضمون .

الفصل الرابع : الموسوم بأساليب الإقناع في قناة الهدى – دراسة تحليلية للصورة- يشتمل هذا الفصل على الدراسة التحليلية السيميولوجية بهدف استخراج أساليب الإقناع المرتبطة بالصورة من خلال المستوى التعييني و التضميني ، و أخيرا الخاتمة كحوصلة نهائية للدراسة.

كما تتضمن الدراسة ملخصا باللغة العربية ،الفرنسية و الانجليزية

الفصل الأول: إطار الدراسة و منهجيتها

1-1: موضوع الدراسة و إشكاليتها

1-1-1 إشكالية الدراسة و تساؤلاتها.

1-1-2 أهمية الدراسة و أهدافها.

1-1-3 أسباب اختيار الموضوع.

1-1-4 تحديد المفاهيم.

1-1-5 الدراسات السابقة و المشابهة.

1-2: الإطار المنهجي

1-2-1 مجال الدراسة.

1-2-2 منهج الدراسة و أدواتها.

1-2-3 عينة الدراسة و مجتمع البحث.

1-3: المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة.

-نظرية التفاعلية الرمزية -

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

تمهيد :

سنحاول في هذا الفصل الأول – الموسوم بإطار الدراسة و منهجيتها– أن نتناول إشكالية الدراسة و التساؤلات المتعلقة بها ، و أهمية الدراسة و أهدافها ، بالإضافة إلى أسباب اختيار الموضوع و أهم المفاهيم التي تشير إليها و الدراسات السابقة و المشابهة ، ثم ننتقل بعد ذلك في المبحث الثاني إلى تحديد الإطار المنهجي للبحث الذي يشمل مجال الدراسة ، المنهج و الأدوات المعتمدة لإنجازها ثم بيان عينة الدراسة و مجتمع البحث ، أما المبحث الأخير فيعنى بالمقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة و هي نظرية التفاعلية الرمزية.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

1-1-1 الإشكالية

يعتبر الإنسان كائنا اجتماعيا بطبعه، و حياته لا تحدث إلا في إطار النسق الإجتماعي الذي يعد السمة الأساسية للحياة الإنسانية بواسطة الإتصال و التفاعل الإجتماعي ، و ما يترتب عنها من تأثير و تأثر بالأفكار و تكوين الإتجاهات عن طريق الإقناع ، و هذه الفكرة ليست وليدة اليوم بل تمتد إلى حقب تاريخية ماضية، تعكس رغبة الإنسان في إيصال أفكاره و إقناع غيره بها ، عن طريق العلامات اللغوية التي تساهم في تشكيل المفاهيم و التصورات ،ففي الفلسفة اليونانية القديمة إتخذ الإقناع مسميات عدة مرتبطة أساسا بالبلاغة و الجدل و الحجاج و الخطابة ، كما ارتبط الإقناع بتاريخ الأديان إذ يعد الركيزة الأساسية في الدعوة إلى التوحيد ، و ما قام دين من الأديان إلا بطريق الإقناع ، إلى أن جاء الإسلام ليقدم منهاجا شاملا للعمل الدعوي القائم على الإقناع الذي حدد القرآن الكريم خطوطه المنهجية بطريق الحكمة و الموعظة الحسنة و الجدل بالتي هي أحسن ، بمراعاة أحوال المخاطبين، لأن لكل مقام مقال بما يكفل الوصول إلى مدارك المتلقين و وجدانهم بالإقناع، بعيدا عن المشاحنات و الأغاليط التي تورث التعصب و لا توصل إلى الحق ، و قد أبدع المسلمون في استخدام أساليب الاقناع كما و كيفا ، تأثرا بالقرآن الكريم و منهج النبي صلى الله عليه و سلم ما أفضى إلى ظهور علم المناظرة و الجدل .

يرتبط الإقناع بشتى مجالات الحياة ، و قد زادت الحاجة إلى فهم عناصره و أساليبه مع تطور الحياة الإنسانية ، إذ صار مرتبطا بالدعاية و غسيل الدماغ و الحملات الإعلانية خاصة بظهور وسائل الإعلام و تأثيرها في المتلقي ، هذا ما ساهم في ظهور العديد من الدراسات العلمية التي أرست أهم القواعد الخاصة به ، و قد أتاح عصر السماوات المفتوحة المزيد من الإنفتاح و المنافسة بكافة الأساليب الإقناعية ، ما مهد الطريق إلى مزيد من الإختراق و التأثير في النظام القيمي الإسلامي ، ما استدعى ظهور الفضائيات الإسلامية و خاصة الناطقة باللغة الانجليزية كقناة الهدى و هي تجربة رائدة في الإعلام الاسلامي الفضائي الذي تندمج فيه اللغة العالمية بالأيقونات البصرية و ما يتأسس عنها من دوال و مدلولات رمزية ،تهدف إلى استمالة المتلقي بمختلف الوسائل حاملة على عاتقها مهمة الدعوة إلى الإسلام للمسلمين و غير المسلمين الناطقين بغير العربية ،انطلاقا من عالمية الاسلام و شمولية رسالته ، بكافة أساليب الإقناع المشروعة العقلية و العاطفية ، بما يتقبله العقل و يتلمسه الوجدان، بالترغيب في اتباع الهدي الرباني ، و الترهيب من مخالفته لا بالقهر و الاجبار و تزييف الحقائق.

إن الوصول إلى المتلقي خاصة الغربي و إقناعه بتعاليم الإسلام و تقديم الذات الإسلامية للآخر ليس أمرا يسيرا ، بل يحتاج إلى التخطيط المحكم للرسالة الاقناعية كما و كيفا ،مع مراعاة احوال المخاطب النفسية و الثقافية نتيجة عمليات التطبيع الاجتماعي التي يمر بها ، و ذلك باستغلال مختلف أساليب الإقناع الكفيلة بإزاحة الشبهات و استنقاذ العقول من الظلمات ، لأن الاتجاهات و السلوك الإنساني عبارة عن بناءات شخصية للواقع تساهم وسائل الإعلام في تشكيلها خاصة في ظل تيارات الهدم و التغريب و التمييع التي تهدد الدين الاسلامي ، بالاضافة إلى حملات التشويه المضللة التي تروجها وسائل الاعلام الغربية ،و جعله دينا مشوها حضاريا لا يرتقي أن يكون منهج حياة ، رغم أن هذه الصورة المشوهة لها ارهاصاتها و جذورها التاريخية ، و على هذا فان نجاح الخطاب الاسلامي الناطق بغير العربية عامة ، و الانجليزية خاصة عبر الفضائيات و إقناع المخاطبين به من المسلمين و غير المسلمين يستلزم استخدام كافة الأساليب المشروعة لإنجاح عملية الإقناع.

من هنا يأتي السؤال الرئيس للموضوع : ما هي الأساليب الاقناعية التي تستخدمها قناة الهدى الإسلامية الناطقة باللغة الانجليزية ؟

يندرج تحت هذا الإشكال مجموعة من الأسئلة :

1_ما هي طبيعة المواضيع التي تتناولها قناة الهدى ؟

2- من هو الجمهور المستهدف من عملية الإقناع ؟

3_ما هي الأساليب العقلية التي تستخدمها عبر برامجها ؟

4-ماهي الأساليب العاطفية المستخدمة في برامجها ؟

5- ماهو توزيع الأساليب العقلية و العاطفية على البرامج في العينة ؟

6_ما هي أشكال اللغة المستخدمة في الرسالة الإقناعية ؟

7_ما هي أساليب الإقناع المتعلقة بالصورة من خلال الدلالات التي تحملها ؟

1-1-2 أهمية الدراسة و أهدافها

الأهـــمية

تعتبر أساليب الإقناع أساسا مهما يرتكز عليه الإعلام الإسلامي ،بما في ذلك الفضائيات الإسلامية الناطقة باللغة الانجليزية ، فمتى استخدمت هذه الأساليب بطريقة منهجية و مدروسة تحققت بذلك أهداف الرسالة الإقناعية الإسلامية عبر هذه القنوات و منها قناة الهدى ، انطلاقا من المنهج الذي حدده القرآن الكريم بالحكمة و الموعظة الحسنة و الجدل بالتي هي أحسن بما يكفل

استمالة العقل و الوجدان ، فالإعلام الاسلامي بحاجة إلى معرفة هذه الأساليب سواء تعلق الأمر باللغة المنطوقة ، أو ما تعلق بالصورة بكل ما تحمله من دلالات رمزية بهدف استغلالها أحسن استغلال لضمان و صول رسالته إلى المسلمين و غير المسلمين.

الأهداف : ترمي هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن رصده فيما يلي:

1_محاولة التعرف على أساليب الإقناع المختلفة و المستخدمة في قناة الهدى الناطقة باللغة الانجليزية خاصة ،بهدف التأثير في الجمهور المتلقي.

2_التنبيه إلى أهمية الإقناع في مجال الدعوة الإسلامية عبر قناة الهدى و مدى فاعليته في استمالة المسلمين و غير المسلمين الناطقين بغير العربية.

4_لفت الباحثين إلى أهمية هذا النوع من البحث في مجال الإقناع عبر الإعلام الإسلامي الناطق باللغة الأجنبية.

5- الكشف عن أساليب الإقناع المتعلقة بالصورة و الدلالات التي تحملها .

5-التحكم في الخطوات المنهجية للبحث العلمي و التحكم أكثر في تقنية تحليل المحتوى و السيميولوجيا .

3-1-1 أسباب اختيار الموضوع

يقف وراء اختيار هذا الموضوع عدة أسباب ذاتية و أخرى موضوعية :

أولا: الأسباب الذاتية

إن اختياري لدراسة الأساليب الإقناعية في قناة الهدى الفضائية الناطقة بالانجليزية لم يكن بمحض الصدفة ، بل كان نابعا من ميل شخصي للموضوع و لهذه القناة الإسلامية الفتية الناطقة بغير العربية ، و رغبتي الجامحة في دراستها من خلال متابعتي لها منذ سنوات قليلة مضت و إدراكي لأهمية الإقناع و التأثير في تغيير الاتجاهات و السلوك و شموله شتى مجالات الحياة الإنسانية.

ثانيا : الأسباب الموضوعية .

1_ الرغبة في التعرف على أساليب الإقناع المختلفة التي صارت تفرض نفسها في شتى المجالات بما فيها مجال الدعوة الإسلامية باللغة الانجليزية.

2_ الإشارة إلى أهمية الإقناع في تغيير الإتجاهات باعتباره الجسر الرابط بين المرسل و المتلقي .

3_ بما أن تخصصنا هو الإعلام الإسلامي ، إخترت دراسة أساليب الإقناع في قناة الهدى باعتبارها نموذجا للإعلام الإسلامي ناطقة بغير العربية في ظل ما يبذله أعداء الإسلام من تفنن في تشويه صورته عبر وسائل الإعلام المختلفة بأفضل الطرق وأجدرها إقناعا.

1_1-4 مفاهيم الدراسة

يعتبر تحديد المفاهيم من العناصر الهامة في إنجاز البحث العلمي ، و يجب أن تكون واضحة و دقيقة ليتمكن الباحث من المضي قدما في إنجاز بحثه .

"المفاهيم هي مجموعة الرموز التي يستخدمها الفرد لتوصيل ما يريده من معاني لغيره من الأفراد"[1] ، و لكل بحث علمي مفاهيمه الخاصة به ، و يشير عنوان الدراسة إلى العديد من المفاهيم ترتكز عليها الباحثة في محاولة للإجابة عن إشكالية البحث و التساؤلات التي تندرج تحتها .

اولا: الأسلوب:

لـــغـــة : " الأسلوب هو الطريق ، و يقال سلكت أسلوب فلان في كذا : طريقته و مذهبه و طريقة الكاتب في كتابته و جمعها أساليب"[2] ، و جاء في لسان العرب لابن منظور " الأسلوب هو الطريق و الوجه و المذهب "[3] .

إصطلاحا : إن المعنى الإصطلاحي لكلمة أسلوب لم يبتعد كثيرا عن المفهوم اللغوي .

ففي مجال البلاغة: " طريقة الكتابة ، أو طريقة الإنشاء ، أو طريقة اختيار الألفاظ و تأليفها للتعبير بها عن المعاني قصد الإيضاح و التأثير"[4] .

" و هو اختيار الألفاظ و ترتيبها في شكل له أثره و طابعه في اللغة المستعملة"[5]

الاسلوب هو :" طريقة الكاتب الخاصة في استعمال اللغة لايصال تجربته و أحاسيسه"[6]

أما المفهوم الإجرائي للأساليب :هي مجموعة الطرق و الوسائل المستخدمة في الوصول إلى هدف معين يحاول شخص ما بلوغه .

---

[1]_ احمد بدر ، أصول البحث العلمي و مناهجه، د ط ، القاهرة ، المكتبة الأكاديمية ، 1996 ص38

[2]_ المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية ، الطبعة الرابعة، جمهورية مصر العربية، مكتبة الشروق ، 2004، ص 441 .

[3]_ ابن منظور ،لسان العرب ،الجزء الاول ، الطبعة الاولى، دار صادر ، ص ،471

[4]_ محمد عبد المطلب ،البلاغة و الاسلوبية، الطبعة الاولى ،مصر ، الشركة المصرية العالمية للنشر ، 1994 ،ص 12

[5]_ حمد بن ناصر عبد الرحمان العمار،اساليب الدعوة الاسلامية المعاصرة، الطبعة الثالثة دار شبيليا ، 1995 ،ص 29.

[6] -Denis Delany,Ciaran Ward ,Carla Rho Fiorina ,Fields of Vision,volume 2 longman p87.

ثانيا: الإقنـــاع:

إن محاولة تحديد مفهوم الإقناع توجب علينا الرجوع إلى أصولها اللغوية و البحث عن مختلف المفاهيم الاصطلاحية التي حددها الباحثون في مختلف المجالات و الأزمنة.

- **الاقناع في اللغة:**

الاقناع في المعاجم العربية :

الإِقْنَاعُ كلمة مشتقة من الفعل قَنَعَ (القاف و النون و العين) أصلان صحيحان أحدهما يدل على الإِقْبَالُ على الشيء ،ثم تختلف معانيه مع اتفاق القياس ، و الآخر يدل على استدارة في شيء ، فالأول الإقناع، الإقبال على الشيء يقال ، أَقْنَعَ له يُقْنِعُ إقناعًا ، و الإقناع مد اليد عند الدعاء و سمي بذلك عند إقباله على الجهة التي يمد يده إليها، و الإقناع إمالة الإناء للماء المنحدر"[1] .

يقال: " الرجل يَقْنَعُ قُنُوعًا سَأَلَ و تَذَلَلَ ،و الإبل صعدت ، و الإبل أيضا قَنَعَتْ مَالَتْ لمأواها و أقبلت نحو أهلها ، و يَقْنَعُ قَنَاعَةً و قَنْعًا و قُنْعَانًا رضي بالقسم "[2] ، و يتضح من معاني الكلمة في اللغة العربية أنها تشير إلى معاني الرضا و القبول و عدم الإكراه.

الإقناع في المعاجم الاجنبية:

الإقناع في اللغة الفرنسية:

"تورد القواميس باللغة الفرنسية كلمة (persuasion) و تعني اقناع و اقتناع action de persuader و تعني اليقين و أصل الكلمة من الفعل persuader أي أقنع بمعنى حمل أو افحام على الإقناع ، و persuasif تعني مقنع.

أما كلمة (convaincre) فتعني " أقنع" و هي تقارب دلاليا كلمة persuader و يشتق منها كلمة convaicu بمعنى مقتنع ، أما convaincant فتعني مقنع" [3].

نلاحظ تقاربا دلاليا بين كلمتي persuader و convaincre حيث تحملان معنى الإقناع و الإقتناع و الإفحام، أما كلمة conviction فهي تشير إلى اليقينcroyance ferme أي الإعتقاد الراسخ.

---

[1]_ابي الحسين احمد بن فارس بن زكريا ، معجم مقاييس اللغة ،الجزء الخامس ،كتاب القاف ، ص 32،33

[2]_ المعلم بطرس البستاني ، محيط المحيط ، باب القاف ، دط، بيروت ،مكتبة لبنان**1987** ، ص 756

[3]_ La Rousse Dictionnaire de Francais p. 314

"أما موسوعة لالاند الفلسفية الفرنسية التي تتضمن مرادفا للإقناع في كلمة (convaicre) بالحجج و عموما في سبيل الحقيقة ، و أقنع (persuader) تعني أفحم بالخيال أو بالإنفعال و أحيانا في سبيل الخطا "[1].

الإقناع في اللغة الانجليزية:

جاءت كلمة الإقناع مرادفة لكلمة (persuasion) التي تعني فعل الإقناع (to persuade) بمعنى جعل الشخص يوافق بشئ ما بتقديم حجج لقيام به ، أما persuasive فتعني مقنع ، أو القادر على الإقناع "[2] ، كما يعني الفعل (to persuade) التأثير بالحجة"[3].

"كما تشير كلمة convince إلى فعل إقنع أو جعل الشخص يؤمن بأن أمرا ما حقيقي ، أما كلمة convinced فتعني مقتنع ، و convincing فتعني مقنع"[4].

الإقناع في اللغة الإيطالية:

"يشير الفعل (persuadere) إلى الفعل : يقنع ، يغري ، يغوي . يحمله على الإعتقاد.

أما (persuasione) فتعني إقناع ، إغراء ، القدرة على الإقناع ، (persuasivo) تعني مقنع ، أما (persuaso) فتعني راض ، مقتنع ، معتقد ، متيقن ، متأكد"[5]

تشير كلمة(convincere) إلى الفعل يقنع ، يفحم أو يسكت بالحجة ، أما كلمة (convinzione) فتعني إقناع ، أو إقتناع ، و يقين أو إيمان راسخ ، كما تعني أيضا الإدانة و التجريم.

الإقناع في اللغة الألمانية :

تشير كلمة الإقناع Überredung في اللغة الألمانية إلى معنيين . الأول يعني الإستمالة ، و هي مشتقة من الفعل Überreden الذي يعني أغرى ، و إستمال (بالعاطفة).

---

[1]- اندريه لالاند ، موسوعة لالاند الفلسفية تعريب خليل احمد خليل المجلد الاول دط بيروت ،ص 230

[2] - Oxford Advanced Learner's Dictionary p 283

[3] - New Webster's Dictionary and The Saurus p 282

[4] - Longman Dictionary of American English p 168

[5]- Dizionario Iitaliano Arabo.Librairie du Liban .p 240

أما المعنى الثاني للإقناع الذي يشير إلى كلمة "Überzeugung Überzeugen مشتقة من الفعل الذي يعني أقنع ، إقتنع ، أثبت له "[1] ،أي بالدليل ، و يشير أيضا إلى معنى الرضا .

- **الإقناع إصطلاحا:**

يعتبر الإقناع من المصطلحات التي لم يتم الإتفاق حولها و لاقت إهتماما ملحوظا من الباحثين كل حسب تخصصه ، ما أعطى مصطلح الإقناع تنوعا و مرونة فرضتها العلوم و الثقافات في مختلف المجالات منذ القدم إلى يومنا. و يمكن تلخيص أهم التعاريف فيما يلي:

في الثقافة الغربية القديمة :

إن عناية الفلسفة اليونانية بالإقناع قديمة تعود الى أعمال سقراط ، أفلاطون و أرسطو ، إذ يرى افلاطون أن هناك فرقا بين الفعل أفحم و أقنع ، فالفعل الأول يكون من إختصاص الفيلسوف الذي يهتم بالبحث عن الحقيقة و المثال و الوجود ، أما الفعل الثاني فهو من صنيع الخطيب "الذي يستخدم في إقناعه السفسطات و الأدلة العاطفية حيث يكون تأثيره على خيال المستمع و مشاعره و ليس على عقله"[2].

مع أن أرسطو كان من الأوائل الذين استعملوا مصطلح الإقناع إلا أنه لم يقدم تعريفا واضحا له،غير أن دراسته للخطابة و البلاغة و الحجاج مرتبطة بهذا المصلح ، فالخطابة عند ارسطو " صناعة مدارها إنتاج قول تبني به الإقناع في مجال المحتمل و المسائل الخلافية "[3].

لقد أسهب حديثه عن الإقناع و جعله الوظيفة التي تقصد من الأجناس الخطابية و كان كتابه الريطوريقا كله بيان لما يتحقق به الاقناع، الذي يعتبر الوظيفة الأولى و الأساسية للخطابة ، و قد صنف الحجج المقنعة إلى سيكولوجية متعلقة بالإنفعالات ، و الأساليب العقلية التي تستعمل الدليل بالواقعة و الإستدلال.

---

[1] -Das Einzige ,Wolerbuch ,Der Deutchen und Arabishen Sprache p 1007

[2]- هشام بلخير،اليات الاقناع في الخطاب القراني سورة الشعراء انموذجا ،مذكرة مكملة لنيل درجة الماجيستير في اللسانيات العامة جامعة الحاج لخضر ،باتنة ،2012/2011 ،ص18.

[3]– حمادي صمود، اهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من ارسطو الى اليوم،د ط ، تونس، المطبعة الرسمية للجمهورية التونسية ص 12

الإقناع في الثقافة الغربية الحديثة:

يعرف هنريش بليث الإقناع بقوله :" هو قصد المتحدث إلى إحداث تغيير في الموقف الفكري أو العاطفي عند المتلقي "[1].

أما wallas فيعرفه بأنه:" تأثير المصدر في المتلقين بطريقة مناسبة و مساعدة على تحقيق الاهداف المرغوب فيها عن طريق عملية معينة اين تكون الرسائل محددة لهذا التاثير "[2].

و يعتقد توماس شايدل Thomas Sheidel أن الاقناع "ليس مجرد عملية يقوم بها الباحث لتغيير اعتقاد المتلقي أو سلوكه دون وعي منه بل إنها محاولة واعية للتاثير في السلوك"[3].

و يشير الباحثون في مجال علم النفس الغربي أن الاقناع يعني:"مجموعة العوامل و الأساليب و المهارات المهيأة لزيادة فعالية الرسالة المراد نقلها إلى الفرد الذي نرغب في تغيير مواقفه ، طريقة تفكيره ،قناعاته ،و معتقداته و سلوكاته "[4] ،و يرتبط الإقناع بخمسة عناصر و هي : من ؟ يقول ماذا ؟ لمن ؟ كيف ؟ و باي وسيلة؟.

و يعرفه Harry Mills " الإقناع عملية تغيير أو تعزيز المواقف أو المعتقدات أو السلوك" [5]

لقد حدد Bettinghaus (1973) مفهوم الإقناع "على أنه محاولة مقصودة من جانب المرسل لتغيير معتقدات أو اتجاهات أو سلوكيات المستقبل من خلال نقل بعض الرسائل "[6].

---

[1]- هنريش بليث ، البلاغة و الاسلوبية نحو نموذج سيميائي لتحليل النص ،ترجمة محمد العمري د ط ، أفريقيا الشرق **1999** ص **102** .

[2]- عامر مصباح ، الاقناع الاجتماعي ، د ط ، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون الجزائر **2005** .ص **16**.

[3]- هشام فروم ،تجليات الحجاج في الخطاب النبوي ،دراسة في وسائل الاقناع ،الاربعون النووية انموذجا،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير في اللغة العربية ،تخصص لسانيات اللغة العربية ،جامعة الحاج لخضر ،باتنة **2009/2008** ،ص **123** .

[4] -Lamilo Charron , Nathalie Dunnet ,Nicholas Gueguen, Alain Lieury , Stephane Rusinek , La psychologie , 500 mots pour comprendre , Dunod , Paris 2007 p . 137

[5] -Harry Mills , Artful Persuasion , library of congress U.S.A .p 02

[6]- منى سعد الحديدي ، سلوى امام علي ، الاعلام و المجتمع ،د ط ، الدار المصرية اللبنانية ، ص 70

الإقناع في الثقافة العربية الإسلامية:

- **قديما**

إن الإقناع في الثقافة العربية القديمة يحدد مفهومه حازم القرطاجني في كتابه منهاج البلغاء و سراج الأدباء فيقول:" هو حمل النفوس على فعل شئ و اعتقاده أو التخلي عن فعله و اعتقاده"[1]

كما تحدث الجاحظ عن شروط تحقيق الإقناع من خلال الاعتناء بالخطاب شكلا و مضمونا و يعتبر الأستاذ محمد العمري أن تحليل استراتيجية كتاب البيان و التبيين للجاحظ يكشف عن محاولة لوضع نظرية لبلاغة الإقناع أساسها مراعاة أحوال المخاطبين.

- **حديثا :**

تعرف ليلى داوود الإقناع بأنه :" آلية رئيسية لتكوين الآراء و المواقف"[2]

و يعرفه محمد منير حجاب بأنه:" جهد اتصالي مقصود و مخطط للتأثير في النواحي العقلية للآخرين في ظروف متاح فيها الاختيار ، و تستخدم له كل الوسائل الممكنة بغرض تعديل معتقداتهم و قيمهم أو ميولهم"[3] .

و يعرفه الدكتور إبراهيم إمام في كتابه الإعلام الإسلامي :" أقنعني أي أرضاني ، و يقصد به أن يصبح السامع لك و قد اقتنع بفكرتك لا باعتبارها فكرتك انت و لكنهاأصبحت فكرته الخاصة به و التي انبثقت من داخل نفسه و كان لك فضل إثارتها و تحريكها و الكشف عنها "[4]

أما التعريف الإجرائي للإقناع فهو عملية واعية و مقصودة تعتمد على التعامل الرمزي بهدف التاثير في النواحي العقلية و العاطفية للمتلقي باستخدام مختلف الوسائل المتاحة.

أما المفهوم الإجرائي للأساليب الإقناعية: فهي تلك الطرق و التقنيات و المهارات التي يستخدمها شخص ما بهدف التأثير المقصود في الآخرين و استمالتهم عقليا و عاطفيا .

1-1-5 الدراسات السابقة و المشابهة

إن الاطلاع على التراث العلمي يوفر للباحث فرصة وضع الدراسة في إطارها الصحيح كما تزوده بالكثير من الأفكار و الأدوات التي يمكن الاستفادة منها.

---

[1]- سمير شرف استيتيه ،اللسانيات المجال ،الوظيفة،و المنهج ، ط 1 ، الاردن ،عالم الكتب الحديث ، 2005 ص700

[2]- عامر مصباح ، مرجع سبق ذكره ، ص 16

[3]-محمد منير حجاب ، الموسوعة الاعلامية المجلد الاول ،الطبعة الاولى ،القاهرة ،دار الفجر ،2003 ، ص 370

[4]- عبد الله محمد العوشن ،كيف تقنع الاخرين ،ط 3 ، المملكة العربية السعودية دار العاصمة ، 1996 ص، 17

بالنسبة لموضوع الدراسة– الأساليب الاقناعية في قناة الهدى الناطقة بالانجليزية –بعد التنقيب في التراث العلمي في هذا المجال وجدت أن الدراسات السابقة في هذا الموضوع نادرة إلا أن ذلك لم يمنع من وجود دراسات مشابهة يمكن الاستفادة منها .

- **الدراسة الأولى:**

الشيخ طه عبد الله محمد السبعاوي : أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي للشيخ سنة 2005[1].

تعتبر من أهم الدراسات التأصيلية و التطبيقية التي تناولت عملية الإقناع من المنظور الإسلامي ، و قد قسم الباحث كتابه إلى ثلاثة أبواب ، تناول في الباب الأول مكونات عملية الإقناع و أركانه و أساليبه العامة ، و قسم هذا الباب إلى ستة فصول مرتبطة ب :مكونات الإقناع و أركانه، عوائق الإقناع و عقباته ، النظام و التنظيم ،التدرج و الإستدراج ،الإعلام ،التسويف.

الباب الثاني تحت عنوان :أساليب الإقناع العملية ، قسم الباحث هذا الباب إلى ثمانية فصول عرض فيها مختلف أساليب الإقناع من الناحية العملية و تشمل : خوارق العادات ، الترغيب و الترهيب ، حسن الخلق ، التجربة ، الصحبة ، القوة و القدرة ، القرعة و الإقتراع ، الحلف و القسم.

الباب الثالث :بعنوان أساليب الإقناع الجدلية ، يضم هذا الباب خمسة فصول تناول فيها التعريف بأسلوب الجدل و مختلف الألفاظ ذات الصلة به ، ثم ينتقل إلى عرض أساليب الإقناع المتعلقة بالجدل و هي : السبر و التقسيم ، الأقيسة ، الدعوى ،الإستدلال ، و أساليب جدلية أخرى متمثلة في الإستفهام التقريري،التسليم ، القول بالموجب ، مجاراة الخصم لتبيين عثرته ، المناقضة، الإسجال .

✓ **تقييم الدراسة** : تعتبر هذه الدراسة ذات قيمة علمية هامة إذ تناول فيها الباحث الإقناع من المنظور الإسلامي طبق فيها فنون الإقناع و أساليبه انطلاقا من النص الشرعي المتمثل في القران

[1]–طه عبد الله محمد السبعاوي ،أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي ، ط1 ،بيروت ،لبنان ،دار الكتب العلمية، 2005

الكريم و السنة النبوية الشريفة لبيان ما لهذه النصوص قدرة على إقناع المخاطبين أو المشككين في قطعية هذا النص .

كما تعد الدراسة ركيزة أساسية في الدراسة التي نحن بصددها في ظل التقارب الموجود بينهما نسبيا خاصة من الناحية التطبيقية ، فقد تم الإعتماد عليها في رصد العديد من أساليب الاقناع التي تستخدمها قناة الهدى باعتبارها قناة إسلامية .

- **الدراسة الثانية** :

للدكتور إبراهيم بن صالح الحميدان : الإقناع و التأثير –دراسة تأصيلية و دعوية – جامعة الإمام محمد بن سعود الاسلامية سنة 1426 هـ[1]

و هي دراسة نظرية تأصيلية للإقناع في مجال الدعوة الاسلامية ، قسم الباحث دراسته إلى ثلاثة فصول ، تناول في الفصل الأول تعريف الإقناع و التأثير و الصلة بينهما ، أما الفصل الثاني فعرض فيه الباحث أهمية الإقناع و التأثير و مقومات نجاحه ، و خصص الفصل الثالث للحديث عن أساليب الإقناع و التأثير في مجال الدعوة من خلال بيان الإطار الدعوي لأساليب الإقناع المتعلقة بالحجج القطعية التي عرض فيها الإستدلال بالنقل الذي قسمه إلى النقل الخاص المتمثل في النص الشرعي ،و النقل العام الذي ينقل من مصادر أخرى غيرها ، إضافة إلى أسلوب الإقناع و التأثير العاطفي.

نتائج الدراسة : توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج:

–الصلة الوثيقة بين الإقناع و التأثير و أهميتهما في الحياة الإنسانية في شتى مجالاتها.

–أهمية الإقناع و التأثير في مجال الدعوة إلى الإسلام و اعتباره في النصوص الشرعية توجيها و استخداما.

– سمو الأصول الشرعية للإقناع و التأثير و ظهور ذلك في التطبيقات و الأهداف و الأساليب.

– انظباط أساليب الإقناع و التأثير الدعوي بالكتاب و السنة و تميزه عن غيره.

✓ **تقييم الدراسة:** رغم أن هذه الدراسة نظرية تأصيلية ، و لا تلتقي مع دراستنا إلا في هذا الإطار الذي يختص بعملية الإقناع و أساليبها في إطارها الدعوي ،إلا أنه لا يمكن إنكار دورها في

[1] – إبراهيم بن صالح الحميدان ،الاقناع و التاثير ،دراسة تاصيلية و دعوية ،مجلة جامعة الامام ، العدد 49 ، 1426

توجيه دراستنا إلى مسار واضح المعالم خاصة في تقسيم الباحث للاستدلال بالنقل ، حيث اعتمدت على تقسيمه للنقل إلى خاص الذي يضم النص الشرعي المتمثل في الكتاب و السنة ، و النقل العام الذي يضم ما يخرج عن الإطار الشرعي كالأمثلة ،الاحصائيات، و الحقائق العلمية...الخ

- **الدراسة الثالثة :**

عبد المالك صاولي ''أساليب الإتصال الإقناعي عند رسول الله صلى الله عليه وسلم''[1] ، جامعة الأمير عبد القادر ،2006/2005

إشكالية الدراسة: ركز الباحث في إشكاليته على أهمية الإعلام الذي يعد من أخطر القضايا المعاصرة مما استلزم على المسلمين الإرتقاء و النهوض بأساليب الإتصال الإقناعي للخطاب الإسلامي المعاصر من خلال دراسة منهج النبي صلى الله عليه و سلم في الإقناع و من هنا يبرز الإشكال الرئيسي: كيف يمكن أن نعيد للتراث الإسلامي بريقه حتى يكون مؤثرا و قادرا على التغيير؟ و يندرج تحت هذا الإشكال سؤال فرعي: إلى أي مدى يمكن توظيف سيرة المصطفى صلى الله عليه و سلم كإطار مرجعي في مختلف العمليات الإعلامية و الإتصالية؟

منهج الدراسة : إعتمد الباحث على المنهج الإستنباطي ، لأن الموضوع له بعد شرعي ،إذ يتعلق بالتعامل مع الأحاديث النبوية الشريفة بهدف الكشف عن أساليب الاقناع ، و يفيد المنهج الاستنباطي في الوصول إلى المعرفة البرهانية ، و قد استعان الباحث بأداة تحليل المحتوى في الدراسة بهدف الوصف الموضوعي الكمي لمحتويات المادة المدروسة.

نتائج الدراسة : توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

-خلال المرحلة المكية :

كان الرسول صلى الله عليه و سلم يعتمد أسلوب الدعوة و التبليغ مع المشركين ، مع تنويع أنماط الاتصال مع العدو بين الإيجابية و السلبية ، أما التعامل مع المسلمين فقد استخدم صلى الله عليه و سلم أسلوب الإقناع الذاتي و التعبئة النفسية و غسيل الدماغ .

[1]- عبد المالك صاولي ، اساليب الاقناع عند رسول الله صلى الله عليه و سلم مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في الدعوة والاعلام جامعة الامير عبد القادر ، 2006/2005

كما اتسم تعامله مع الوفود و الملوك باستخدام اسلوب الترغيب ، فكل من اقبل على الله وجب احتضانه و تعريفه بالاسلام ، و كل وفد يعامل بطريقة خاصة و مميزة بالاضافة الى الرفق بهم.

-خلال المرحلة المدنية :

كان الإقناع في هذه المرحة مرتكزا على وسائل التكوين و تكثيف آيات القرآن الكريم و التعبئة ضد العدو و التبشير للمؤمنين ، أما التعامل مع المنافقين فكان صلى الله عليه و سلم لا يرمي أحدا بالنفاق و الفسق ، و لم يكن يقاطعهم ، كما أنه لم يكن يميز بين المؤمنين و المنافقين ، بل يعاملهم بطريقة جماعية حفاظا على وحدة الصف.

إتسم إقناع المشركين في هذه المرحلة على الترهيب و الحرب النفسية ، مع الوفاء بالعهد إن هم جنحو للسلم و الصلح ، أما تعامله في هذه المرحلة فتركزت على إقامة العلاقات الودية و التعامل بالإيجابية للترغيب في الإسلام.

- ✓ **تقييم الدراسة:** تعتبر دراسة الأساليب الإقناعية عند الرسول صلى الله عليه و سلم محطة هامة في البحث العلمي في مجال الإعلام الاسلامي ، الذي يحاول التأثير في المتلقي بمختلف الأساليب، إذ تفيد هذه الدراسة من الناحية النظرية و التطبيقية التعرف على أساليب الاقناع المختلفة و الاستفادة منها في الدراسة التي نحن بصددها.

- **الدراسة الرابعة:**

هشام بلخير : آليات الإقناع في الخطاب القرآني – سورة الشعراء أنموذجا – جامعة الحاج لخضر باتنة ، سنة 2012 [1]

تنتمي هذه الدراسة إلى مجال اللسانيات العامة ، حاول فيها الباحث استخراج أساليب الإقناع من القرآن الكريم من خلال سورة الشعراء كنموذج .

منهج الدراسة : إعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف الظواهر الحجاجية في الخطاب القرآني.

[1]-هشام بلخير ،آليات الإقناع في الخطاب القرآني ، سورة الشعراء أنموذجا ،مذكرة مكملة لنيل درجة الماجيستير في اللسانيات العامة ،جامعة الحاج لخضر ،باتنة ، السنة الجامعية 2012/2011.

نتائج الدراسة : توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نرصدها فيما يلي:

-تنوعت أساليب الإقناع في الخطاب القرآني ، إذ يشمل الآليات اللغوية ، البلاغية و الآليات الشبه منطقية.

-يتسع الخطاب القرآني لكل الأدوات المعرفية منها المقاربة الحجاجية التي تتسم بالتفاعلية و التواصلية.

-إن تعريف الخطاب القرآني لذاته قابل للتحقق منه بصورة علمية في حدود يمكن منه العلم باستراتيجياته و آلياته المختلفة التي تتكاثف لتحقيق أهداف القرآن الكريم.

-منهجية الخطاب القرآني في الإقناع تساعد في تحرير العقل المسلم ، و جعله يتطلع إلى التواصل مع الآخر ، فما يوظفه الخطاب القرآني من آليات في الإقناع تحقق مبدأ التصديق و هذا ما كان عليه علماء المسلمين في تواصلهم مع الغرب.

✓ **تقييم الدراسة** : تناولت هذه الدراسة الاقناع في ضوء القران الكريم ، فرغم انها تختلف عن دراستنا الا انها تتقاطع معها في العديد من العناصر التي نستفيد منها خاصة في استخلاص اساليب الاقناع المتعلقة بالخصوص بالسلم الحجاجي .

- **الدراسة الخامسة:**

نزهة حنون :"أساليب الإتصال الإقناعي في الصحافة المكتوبة الجزائرية – ميثاق السلم و المصالحة الوطنية نموذجا – دراسة تحليلية مقارنة بين جريدتي النصر و الخبر"[1] ، جامعة منتوري قسنطينة ، سنة 2008

إشكالية الدراسة: تنطلق الدراسة من الاشكالية التالية: ماهي الأساليب الإقناعية التي تستخدمها الصحافة المكتوبة الجزائرية في تحرير مضامينها؟

منهج الدراسة: إستخدمت الباحثة منهج تحليل المضمون كطريقة للتحليل الكمي و الكيفي على السواء و لا تقف الدراسة عند التحليل الكمي فقط بل تتعداه الى التحليل الكيفي بهدف اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى ، و اعتمدت الباحثة على استمارة تحليل المحتوى كأداة لتحليل المحتوى من خلال فئات ماذا قيل و كيف قيل؟

[1]- نزهة حنون ،اساليب الاتصال الاقناعي في الصحافة المكتوبة الجزائرية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستير في علو الاعلام و الاتصال ، جامعة منتوري ،قسنطينة ،2008/2007

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

–ان الصحافة المكتوبة الجزارية من خلال جريدتي النصر و الخبر قد استخدمت كل الأساليب الإقناعية العلمية و هذا ينطبق على الفرضية الاولى.

– أن الصحافة المكتوبة الجزارية تعتمد إلى جانب الأساليب الإقناعية العلمية على أساليب غير علمية و هذا ينطبق على الفرضية الثانية.

–كشفت البيانات أن الأساليب الإقناعية العلمية جاءت موزعة على مواضيع الصحافة الوطنية، حيث تفاوتت نسب استخدامها من موضوع الى آخر.

✓ **تقييم الدراسة:** تناولت الدراسة موضوع أساليب الإقناع في مجال الصحافة المكتوبة الجزائرية و رغم ان هذا الموضوع بعيد نوعا عن موضوع الدراسة التي نحن بصددها ، الا انها تفيدنا في خطوات البحث الخاصة بتحليل المضمون ، و رصد مختلف أساليب الإقناع ، بالإضافة إلى ما توفره من معلومات من الناحية النظرية.

- **الدراسة السادسة :**

سعيدة ابرادتشة: ''الإستمالات الإقناعية في الإعلان المتلفز –دراسة تحليلية في مضمون اعلانات mbc''– ، جامعة منتوري قسنطينة ، سنة 2009[1]،

تتمحور الدراسة حول الإستمالات الإقناعية التي تستعمل في الإعلان المتلفز و تنطلق الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي : ما هي الإستمالات الإقناعية التي تستعمل في الإعلان المتلفز عبر الفضائية **mbc** ؟ وبنيت الدراسة على الفرضيات التالية :

_ توظف الإعلانات التي تبثها قناة **mbc** الاستمالات العاطفية أكثر من الاستمالات العقلية

_ تستخدم قناة **mbc** أسلوب المزج بين البرامج و الإعلانات لفرض التعرض لها من قبل الجمهور .

منهج الدراسة: اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي في هذه الدراسة لتحليل المادة الإعلانية في الإعلانات السمعية البصرية التي تبثها قناة **mbc** بهدف استخلاص الإستمالات الإقناعية التي يعتمد عليها المعلن من أجل الوصول إلى الجمهور المستهدف .و اعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون في الدراسة كأسلوب منهجي للدراسات الإعلامية ،

[1]– سعيدة برادتشة ، الاستمالات الاقناعية في الاعلان المتلفز ،مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة منتوري ،قسنطينة ، 2009/2008

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

– تتنوع الاستمالات الاقناعية التي يستخدمها الإعلان المتلفز بين الاستمالات العاطفية و العقلية إلا أن الاستمتالات العاطفية كانت أكثر ظهورا باستعمال استمالتي الدفء و المكانة .

– الاستمالات العقلية ركزت على على استمالات السمات و كانت قليلة الظهور

– الإعلان على شاشة **mbc** يستهدف بالأساس النساء مما يعكس الدور الإقناعي الذي تلعبه تلعبه المرأة كعامل لجذب الانتباه.

– كثافة الإعلانات لا تتوزع بنفس القدر على أيام الأسبوع ، فالفترة المسائية هي التي تعرف عرضا مكثفا للإعلانات مقارنة بالفترات الزمنية الأخرى فهي تمثل فترة الذروة.

– كانت اللغة العربية العامية هي المهيمنة على الإعلانات بالتحديد العامية الخليجية التي احتلت الصدارة .

– الحجم الزمني الذي استغرقته الإعلانات كان كبيرا كما أن الومضات الإعلانية كانت طويلة في مجملها ، و توصلت الدراسة في التأكيد على صدق الفرضية الثانية التي تقول أن قناة **mbc** تستخدم أسلوب المزج بين البرامج و الإعلانات لغرض التعرض لها من طرف المشاهد.

✓ **تقييم الدراسة** : إن هذه الدراسة متقاربة من حيث الشكل مع دراستنا مع أن المضمون مختلف ، إذ تفيد في تقديم الخطوات المنهجية لتحليل المحتوى و استخراج الأساليب الاقناعية ، كما لا يمكن إنكار أهميتها من الناحية النظرية في دراسة العملية الإقناعية و أساليبها.

- **الدراسة السابعة :**

عبد النور بوصابة :الأساليب الإقناعية للومضات الإشهارية التلفزيونية ،دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الومضات الاشهارية الخاصة بمتعامل الهاتف النقال نجمة ، جامعة الجزائر ، سنة 2009[1].

تتمحور هذه الدراسة حول البحث عن أساليب الاقناع في الومضات الاشهارية

[1] – عبد النور بوصابة ، الاساليب الاقناعية للومضات الاشهارية التلفزيونية ،دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الومضات الاشهارية الخاصة بمتعامل الهاتف النقال نجمة رسالة لنيل شهادة الماجيستير في علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر 2009/2008،

إشكالية الدراسة : تنطلق هذه الدراسة من تساؤل رئيسي هو:ماهي الإستراتيجيات الإقناعية التي تميز البناء الفني و الدلالي لاشهار شركة نجمة للهاتف النقال؟

منهج الدراسة : إعتمد الباحث على منهج التحليل السيميولوجي للإجابة عن الإشكالية المطروحة بهدف استخلاص الأساليب الإقناعية المتعلقة بالصورة للومضات الاشهارية من خلال الدلالات التي تحملها يقوم هذا المنهج أساسا على إعادة بناء نظام المعاني و الحصول على أفضل وظيفة للنص ، و قد اعتمد الباحث في هذا التحليل على مقاربة رولان بارث.

نتائج الدراسة : توصل الباحث الى النتائج التالية:

- ✓ المقاربة المستعملة في هذه الومضات هي مقاربة نجم الاستراتيجية.
- ✓ الصياغة الفنية الغالبة على الأفلام الاشهارية هي الفيديو كليب، و أسلوب الجدل بالإضافة إلى الرسوم المتحركة.
- ✓ إستخدمت الومضات الرسائل التفسيرية و الخفيفة مراعاة للمتلقي.
- ✓ إستخدام نظام لغوي يسوده الاستعمال المتجانس للمضمون الإشهاري.
- ✓ الإعتماد على التمثيلات الأيقونية القادرة على الاقناع،و الألوان و الإضاءة المناسبة
- ✓ الإعتماد على أسلوب الموسيقى الرسالة بالاضافة الى الفيلم القصير أو القصة.
- ✓ إستخدمت الومضات القالب الفني الهزلي و الاستراتيجيات الاستدلالية.

✓ **تقييم الدراسة** : تعتبر هذه الدراسة مفيدة للدراسة التي نحن بصددها فهي تتعلق أساسا بالشق الثاني من التحليل في بحثنا ، المتمثل في الأساليب الاقناعية المتعلقة بالصورة في قناة الهدى ، إذ يمكن الاستعانة بها من الناحية المنهجية و النظرية من جهة ، بالاضافة الى اتباع خطوات التحليل السيميولوجي من جهة أخرى.

بعد عرض الدراسات المشابهة نستنتج أنه يمكن الإستفادة منها من الناحية النظرية، المنهجية و التحليلية ،خاصة و ان الدراسة التي نحن بصددها تدور في نفس الفلك تقريبا رغم أن مادة التحليل مختلفة .

1-2 الإطار المنهجي:

1- 2-1مجال الدراسة:

لقد وقع الاختيار على قناة الهدى كمجال لدراسة الاساليب الاقناعية رغم تعدد القنوات الاسلامية الناطقة باللغة الانجليزية ،تبث قناة الهدى برامجها من الشرق الأوسط من مصر بالتحديد ، و نالت إقبالا كبيرا من المسلمين الناطقين بغير العربية بالاضافة إلى غير المسلمين الذين تعرفوا على الإسلام من خلال القناة ما أدى الى اعتناق الكثيرين منهم الدين الإسلامي .

" بدأت قناة الهدى الفضائية مع إطلالة شهر رمضان 1426 هـ الموافق ل 4 أكتوبر 2005 ، تتوجه قناة هدى الفضائية للمسلمين الناطقين بغير العربية بالإضافة إلى غير المسلمين"[1] .

تعتبر قناة هدى منبرا إعلاميا إسلاميا تتميز بالحرفية و الاعتدال و الايجابية في الطرح من أجل بيان الصورة المشرقة للإسلام و الدفاع عن مكتسباته و بعده عن أشكال التطرف و الشبهات التي تثار حوله و تتلخص سياسة القناة في :

– تقديم الفتوى الشرعية الموثقة للمشاهدين.

– دعوة غير المسلمين الى الاسلام انطلاقا من عالمية هذه الرسالة و شموليتها.

– توضيح مبادئ المنهج الإسلامي الوسطي و محاربة الأفكار المتطرفة و الهدامة التي لا تخدم الاسلام.

– إرشاد الأقليات المسلمة إلى كيفية التعامل مع غير المسلمين و غرس القيم الإسلامية السامية و بيان دورها في الرقي بالمجتمع .

– إبراز تكريم الإسلام للمرأة و صون كرامتها و دحض الشبهات التي تثار ضد الإسلام.

– غرس الأخلاق الفاضلة في نفس الطفل بأساليب مبتكرة .

[1] –هبة شاهين ،التلفزيون الفضائي العربي ، ط 1 ، القاهرة ،الدار المصرية اللبنانية ، 2008 ،ص 275

تمتلك قناة الهدى فريق عمل من مختلف أنحاء العالم و هؤلاء لديهم ثقافة واسعة في مختلف مجالات الحياة و المفاهيم الإسلامية ، و تلعب الدور الهام جفي مع كافة المسلمين تحت منارة رسالة الإسلام الخالدة في كل العصور و الأماكن إلى أن يرث الله الأرض و من عليها.

و يصفها العديد بمثابة النور الذي يضئ الطريق فهي تسعى لتوضيح المواضيع المعقدة و ترشد الناس إلى الطريق المستقيم staight path و ذلك بالاعتماد على جملة من البرامج المتنوعة يقدمها إعلاميون و مشايخ و علماء من المسلمين بتنوع جنسياتهم باللغة الانجليزية التي تعد لغة عالمية .

ملكية القناة: تعد قناة هدى الفضائية إحدى القنوات الفضائية الخاصة التي يمتلكها مجموعة من رجال الأعمال السعوديين ، و يقع مقر هذه القناة في المنطقة الإعلامية بالقاهرة ، و بدا بثها برأس مال يقدر ب 50 مليون ريال سعودي .

و يسعى القائمون عليها إلى بث برامجها بلغات أخرى و هي الفرنسية و الإسبانية مع مراعاة التركيز على الخطاب الإيجابي و المتنوع في الشكل و المضمون لإبراز عالمية الإسلام و البعد عن التعصب و الصراعات المذهبية التي تصب في مصلحة الحاقدين على الإسلام .

صممت قناة الهدى شعارا مميزا لها logo باستخدام الحروف اللاتينية في كتابتها بهذا الشكل Huda لكي تستهدف غير الناطقين بالعربية و غير المسلمين و أيضا مع استخدام الرموز البصرية من خلال الدائرة التي تظهر على شكل قرص الشمس باللون الأصفر الفاقع للدلالة على النور و الهداية .

1- 2-2 منهج الدراسة و أدواتها:

- **منهج الدراسة :**

إن البحث العلمي السليم يقتضي استخدام منهج علمي للوصول إلى نتائج علمية ،فهو الطريقة التي يتبعها الباحث للوصول إلى هدفه المنشود، و المنهج العلمي هو:" فن التنظيم الصحيح

لسلسلة من الأفكار العديدة إما من اجل الكشف عن حقيقة مجهولة لدينا و إما من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون"[1] .

تندرج دراستنا الموسومة ب : **الأساليب الإقناعية في قناة الهدى الفضائية الناطقة باللغة الإنجليزية** ضمن الدراسات الوصفية التي نهدف من خلالها استخلاص أساليب الإقناع التي تستخدمها هذه القناة الإسلامية ، لذلك فإن المنهج الأنسب لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي ، الذي يمكننا من الإجابة عن التساؤلات و تحقيق الأهداف المرجوة ، و يعتبر المنهج الوصفي " أسلوبا من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية و دقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة و ذلك من أجل الوصول إلى نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية و بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة"[2].

يهدف المنهج الوصفي في دراستنا إلى جمع البيانات و تبويبها عن موضوع ما و تحليل ما تم جمعه بطريقة موضوعية كخطوة لاحقة تؤدي بنا إلى التعرف على الظاهرة بشكل دقيق من خلال الوصف الكمي والكيفي للموضوع .

إن هذه الدراسة لا تتوقف عند الرصد الكمي لتكرار الأساليب الإقناعية بل تتعداها إلى التحليل الكيفي لها ، بهدف تفسير تواجد الأساليب الإقناعية و انعدامها و سبب تفاوتها في برنامج أو موضوع دون آخر تبعا لإشكالية الدراسة و أهدافها، و ما يميز هذا المنهج هو أنه يوفر لنا بيانات دقيقة مفصلة عن موضوع الدراسة كما يقدم في ذات الوقت تفسيرا واقعيا للعوامل المرتبطة بالموضوع محل الدراسة.

- **أداوات الدراسة:**

لكل بحث علمي أدواته و وسائله التي تخدم أهدافه،و الأداة المناسبة في هذه الدراسة هي تحليل المضمون "content analysis ".

1_ محمود حسن إسماعيل ، مناهج البحث الإعلامي ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، دار الفكر العربي 2011 ، ص 30

2_ محمد عبيدات و آخرون ، منهجية البحث العلمي ،ط 3 ، دار وائل للطباعة و النشر ، ص 46

"يعتبر تحليل المضمون وسيلة من وسائل جمع البيانات يتم بمنهج وصفي حيث يستخدم كأداة في تحليل محتوى المادة التي تقدمها وسائل الاتصال الجمعي " [1]، و يتم ذلك بالوصف الموضوعي المنظم للمحتوى الظاهر لوسيلة الاتصال المدروسة و يعد من أكثر الأدوات استعمالا في مجال تحليل مضمون وسائل الإعلام من خلال الوصف الكمي للمحتوى و بيان دلالاته و المعاني الكامنة و علاقته بالاتجاهات من خلال التحليل الكيفي للمحتوى الظاهر فهو " كتقنية بحث يعطي رؤى جديدة ، و يرفع درجة فهم الباحث لظاهرة معينة "[2] .

تنطوي الدراسة التحليلية لقناة الهدى على تحليل مضمون البرامج المعروضة من خلال فئات التحليل حيث " ترتبط عملية التصنيف و تحديد الفئات classification and categorizing بمفهوم التجزئة parting أي تحويل الكل إلى أجزاء ذات خصائص أو مواصفات أو أوزان مشتركة بناء على محددات يتم وصفها و الاتفاق عليها مسبقا"[3].

- **استمارة تحليل المحتوى:**

إن تجزئة المضمون الى وحدات قابلة للعد و القياس يقتضي تصميم استمارة لتحليل المحتوى تاخذ على عاتقها تغطية جزانب المادة المراد تحليلها.

بعد عرض الإستمارة على الأستاذ المشرف ، و من ثم اختبار صدقها بعرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين[4] ، بناء على الملاحظات و التعديلات المقترحة ، تم الحصول على الإستمارة في شكلها النهائي لتكون بمثابة خارطة طريق في عملية التحليل.

يهتم تحليل المحتوى في تحديد أنواع الفئات من خلال المادة التي تحتويها الرسالة و الشكل الذي تقدم به من خلال سؤالين : **ماذا قيل ؟ و كيف قيل** ؟

1ـ رجاء وحيد ديدوي ، البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارساته العلمية ،ط 1 ،دمشق ، سوريا ، دار الفكر المعاصر.2000 ص215

2 -Klaus Krippendorff, content analysis 2nd edition USA sage publication,2004,p 18

3ـ محمد عبد الحميد ، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام ، د ط ، دار و مكتبة الهلال 2009/2008 ص 112.

4- أ.د فضيل دليو (جامعة منتوري ،قسنطينة) / أ.د صالح نعمان (جامعة الامير عبد القادر)/ أ د السعيد بومعيزة (جامعة الجزائر) / د رقية بوسنان (جامعة الامير عبد القادر)/ د بدر الدين زواقة (جامعة باتنة).

قد يثار التساؤل حول جدوى الإعتماد على بعض الفئات رغم ارتكاز الدراسة على الأساليب الإقناعية و ليس تحليل محتوى شامل للبرامج في العينة . إن الاستعانة بهذه الفئات يجعل الدراسة أكثر عمقا و وضوحا بالإشارة إلى المواضيع المعالجة و تعلقها بالأساليب الاقناعية في قناة الهدى باعتبار المواضيع هي الرسالة الاقناعية، أما فئة الجمهور لبيان المستهدفون من أساليب الاقناع.

أما فئات الشكل فهي ترتكز بالأساس على فئة الأساليب الإقناعية التي هي أساس الدراسة، إضافة إلى فئة اللغة المستخدمة .

بما أن طبيعة المادة المدروسة سمعية بصرية حول موضوع أساليب الإقناع فإن خصوصية هذه الدراسة تقتضي استخراج الأساليب الإقناعية المتعلقة بالصورة من خلال **التحليل السيميولوجي**.

إن السيميولوجيا أو السيمياء هي علم الدلالة ، تشتق معناها من اللفظة اليونانية Semion و التي تعني علامة"[1] ، و عرف Dessaussure السيميولوجيا بانها " علم العلامات"[2] ، فهي بذلك نظام من العلامات و الرموز اللغوية اللفظية و غير اللفظية .

يتحدد نظام العلامات عند دي سوسير من خلال **الدال** " و هو الصورة السمعية التي يتضمنها الدليل أو العلامة ، و يسمى الثاني **مدلولا** و هو المتصور الذهني "[3].

تسعى هذه الدراسة من الناحية السيميولوجية إلى اكتشاف الوظيفة التي تقوم بها الصورة في عملية الإقناع بأساليبها المختلفة، من خلال مختلف الدوال الرمزية ذات المدلولات التأويلية من خلال مقاربة Roland Barthes عبر المستويات المتعددة من التعبير أو ما يسمى بالمستوى التعييني و المستوى التضميني ،"بحيث تتحول العلامات من مستواها الأول دوالا تحيل بدورها على مدلولات منفتحة هي الأخرى"[4].

---

[1]– جوناثان بيغنل ،مدخل الى سيمياء الاعلام،ترجمة محمد شيا،ط1 ، بيروت ،لبنان ، مؤسسة مجد 2011 ،ص 14

[2] -Siobhan Chapman and Christopher Routledge ,Key ideas in linguistics ,Edinburg University Press,UK, 1999 p206

[3]– نور الهدى لوشن ،مباحث في علم اللغة و مناهج البحث اللغوي، د ط، الاسكندرية، المكتبة الجامعية،2002 ،ص 308

[4]– نواري سعودي ابوزيد ،الدليل النظري في علم الدلالة ،د ط ، عين مليلة الجزائر ، دار الهدى 2007، ص 27

لقد تمكن بارث بعد نشره لكتاب الأساطير من وضع نظرية سيميولوجية " فقد بين بارث و منذ تأليفه لهذا الكتاب تصوره لسيمياء العلامة التي تقوم على العلاقة بين الدال و المدلول "[1]

ترتكز الدراسة السيميولوجية للأساليب الاقناعية في قناة الهدى الناطقة باللغة الانجليزية من خلال العلامات غير اللسانية أي الصورة و دلالاتها المختلفة ، و يتغلق التحليل السيميولوجي على ثلاث عناصر أساسية حددها بورس Pierce و تتمثل فيما يلي:

- **الأيقونة** (icone):تدل على المشابهة و التمثيل للموضوع ، فهي تشكل نموذجا مستنسخا عن الصورة الحقيقية ، "فهي صور اصطناعية و حرفية تمثل شيئا معينا"[2]مثل الصورة الفوتوغرافية
- **الإشارة** (indice): تشير إلى علاقة الملازمة مع الموضوع ، مثال ذلك إشارة الدخان على وجود النار.
- **الرمز** (**symbole**): و يعتبره بورس علامة العلامة ،أي وجوده قائم مقام علامة أخرى كدلالة الثعلب على المكر.

يشتمل التحليل السيميولوجي في هذه الدراسة على تحديد أنواع اللقطات و مدتها و زوايا التصوير ، بالإضافة إلى قراءة دلالات الصورة من حيث الشخصيات ، الألوان ، الديكور ،و نوعية الاضاءة و البنية النصية و المؤثرات الصوتية .

1- 2-3 عينة الدراسة و مجتمع البحث:

إن المعلومات التي يتحصل عليها الباحث في إطار المنهج الوصفي إما تكون من المجتمع الأصلي كله، أو من عينة ممثلة لهذا المجتمع ، و تعرف العينة على أنها" هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي ، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله "[3]، و يعتبر اختيار عينة الدراسة من اهم مراحل البحث العلمي و التي يتوقف عليها مدى نجاح المراحل المقبلة للبحث.

اولا: نــوع العـــينة

[1]- بشير تاوريريت ، محاضرات في مناهج النقد الادبي المعاصر ،ط 1، قسنطينة ،الجزائر ،مكتبة اقرا ،2006،ص 126

[2] -Rene Predal , Denis Benoit , Les medias et la communication audiovisuelle,les editions d'organisations Paris , France 1995 ,p 17

[3]- رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1 قسنطينة ،ديوان المطبوعات الجامعية، ص267

نعتمد في هذه الدراسة على العينة الدائرية و هي شكل من أشكال العينة العشوائية المنتظمة "و يطبق هذا الأسلوب عادة عند إجراء دراسة على الصحف اليومية أو البرامج الإذاعية و فيه يحدد الباحث فترة صناعية artificial period كان تكون أسبوعا أو شهرا أو غيرهما ..."[1]، و تفيد هذه العينة في الموضوع محل الدراسة في تمثيل كل البرامج في أيام و ساعات البث و إعطائها فرصا متساوية في تمثيل العينة من خلال :

الأسبوع الأول من الشهر الأول ،الأسبوع الثاني من الشهر الثاني، الأسبوع الثالث من الشهر الثالث الأسبوع الرابع من الشهر الأول ، الأسبوع الأول من الشهر الثاني و الأسبوع الثاني من الشهر الثالث .

و قد تم مراعاة تسجيل البرامج أثناء بثها بتقنية جهاز USB مباشرة من الجهاز الرقمي الموصول بالتلفاز ثم حفظها في جهاز الكمبيوتر ليسهل استرجاعها و دراستها ، و من ثم كتابة النص السمعي البصري المسجل لعدم توفره مكتوبا على موقع القناة عبر شبكة الأنترنت ، و من ثم ترجمته الى اللغة العربية و رغم أنها عملية جد متعبة إلا انها تساهم في الحصول على نتائج دقيقة.

ثانيا: مجتمع البحث و حجم العينة :

تتحدد حجم العينة في هذه الدراسة من عدد من البرامج الأسبوعية الممثلة للمجتمع الكلي بحسب الأشكال الفنية و أنواع البرامج التي تقدمها القناة .

يمثل مجتمع البحث في دراستنا البرامج المعروضة على قناة الهدى طيلة الدورة البرامجية لثلاثي كامل ، و وقع الإختيار على ثلاث برامج قارة البث هي : Ask Huda (اسالوا الهدى) و Let's Talk (لنتكلم) ، و The Deenshow (الدين شو). إذ تعتبر هذه البرامج الثلاثة الأكثر جماهيرية و متابعة حسب مصادر القناة إضافة إلى ثباتها.

لقد كان اختيار مجتمع البحث أمرا صعبا نوعا ما لأن القناة لا تتوفر على برامج يومية منتظمة أو برامج قارة ماعدا الإبتهالات و تلاوات القرآن المترجمة إلى اللغة الانجليزية و الأناشيد الدينية و الفلاشات و الفيديوهات حول مآثر الإسلام و سيرة الرسول صلى الله عليه و سلم ، إضافة إلى بعض البرامج غير المنتظمة التي تبث مرتين أو ثلاثة خلال الأسبوع و هي في معظمها

[1]– رشدي طعيمة ، تحليل المحتوى في العلوم الانسانية ،د ط ،القاهرة ، دار الفكر العربي ، ص، 139 .

برامج غير قارة ما يصعب على الباحث اختيار البرامج لضبط العينة بشكل دقيق و علمي، إضافة إلى أن القناة تقوم بإعادة عرض البرامج عدة مرات خلال أيام الاسبوع لمراعاة فارق التوقيت بين الدول باعتبارها قناة دولية موجهة إلى جمهور متعدد الجنسيات، اللغات والثقافات بهدف ايصال خطابها في كل زمان و مكان خاصة مع امتداد بثها على الأقمار الصناعية و شبكة الأنترنت.

3-1 المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة

– نظريـــة التفـاعلية الرمــزية –

يتم معالجة موضوع الدراسة الموسومة ب: " الأساليب الاقناعية في قناة الهدى الفضائية الناطقة باللغة الانجليزية " على ضوء نظرية التفاعلية الرمزية ، إذ تعتبر من أهم المداخل النظرية التي تنسجم مع الأهداف و طبيعة الموضوع على المستوى الابستيمولوجي ، فهي بالتالي تغطي متطلبات البحث الذي يتعلق بتحليل محتوى سمعي بصري من حيث الصورة ، و اللغة المستخدمة و هي اللغة الانجليزية ، و الرموز التي تستخدمها و دلالاتها و القيم التي تجسدها.

- **الاستراتيجيات الرمزية في نظرية التفاعلية الرمزية**

تهتم نظرية التفاعلية الرمزية بطبيعة اللغة و الرموز في شرح عملية الاتصال في إطارها الاجتماعي، و تتحدد الإستجابات من خلال الرموز و المعاني التي يبنيها الفرد عن الآخرين و المواقف المختلفة ، " كما هو واضح من الاسم فإن هذه النظرية تهتم أساسا و في المقام الأول بعملية التفاعل الإجتماعي القائم على الرموز و تركز بشكل مباشر على الإتصال"[1].

" تقوم فكرة التفاعلية الرمزية على وجود عملية التفاعل و الإتصال بين الناس عن طريق اللغة حيث تستخدم الرموز و العقل و الذات و الأنا كأداة علمية لمعرفة و تحليل السلوك الإنساني و الظاهرة الاجتماعية "[2]، و تعتبر الرموز حسب هذه النظرية :

– أداة أساسية للتفاهم و الاتصال بين أفراد المجتمع.

– تشير الرموز إلى الدلالة على أشياء مادية أو معنوية، و لكل رمز معنى محدد في المجتمع.

– الرموز لها معان محددة متفق عليها من قبل أفراد المجتمع و تستخدم لتحقيق الاتصال.

---

[1]– هناء حافظ بدوي، الاتصال بين النظرية و التطبيق، د ط ،الاسكندرية،المكتب الجامعي الحديث،2003 ،ص 141

[2]– سعيدة ابرادتشة ، الاستمالات الاقناعية في الإعلان المتلفز ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة منتوري قسنطينة 2009/2008 ، ص 16 .

بما أننا نستخدم اللغة للتعبير عما بداخلنا و ما يحيط بنا فهناك صلة بين الكلمات و التعابير و الأشياء التي يمكن استخدام اللغة للدلالة عليها .من الواضح أننا نمتلك مفاهيم أو تصورات عقلية حول الأشياء في عالمنا ، " إن المقدرة على نقل المعنى هي الخاصية المميزة للرموز فعلى كل رمز أن يكون قادرا على إظهار نفسه بطريقة ما "[1].

- **نشأة التفاعلية الرمزية**

لقد قدم أفلاطون تحليلا عن العلاقة بين اللغة و المعنى و الواقع ، و يبدو واضحا أن مسالة الاتفاق حول القواعد التي تربط المعاني بالواقع هي مسالة اجتماعية و فردية أيضا ،" إذ عبر أفلاطون قديما أن معرفة العالم الذي نعيش فيه لا يعتمد فقط على ما نلمسه بحواسنا و إنما بما اتفقنا عليه مع زملائنا حول المعاني المشتركة عن العالم الخارجي حولنا "[2]و هذا يعني أن معرفة الحقيقة عبارة عن اتفاق اجتماعي تسهل على الناس معرفتها عن طريق اللغة ، و استمر هذا التصور و برز في كتابات عديدة خلال عصر النهضة و ما بعدها.

تمتد جذور هذه النظرية من الناحية التاريخية إلى أبحاث علماء الاجتماع و علم النفس ، إذ يتفقون أن الاتصال الإنساني لم يكن ممكنا لولا الاتفاق على معاني موحدة للرموز الموجودة بالبيئة المحيطة بهم و ما يترتب عنها من استجابات سلوكية ناتجة عن عمليات التفاعل الاجتماعي المرتبطة بادراك هذه الرموز و دلالاتها .

في الثلاثينات من القرن العشرين ظهرت أهم الكتابات التي أرست القواعد الأساسية لنظرية التفاعلية الرمزية المتمثلة في كتابات جورج هربرت ميد **G.H.Mead** و تشارلز هورتون كولي **C.H.Cooley** ، إذ يرى **Cooley** :"إن الذات **self** يشار إليها ببساطة في الحديث العام بتلك الضمائر الدالة على الشخص الفرد **myself ,me, mine,my** سيفهم بمناقشة ما يطلق عليه السيكولوجيون الذات الامبريقية **empirical self** ، و التي تمثل حقيقة سيكولوجية يمكن إدراكها بسهولة من خلال الملاحظة المنظمة ، و انه سيضيف إليها اجتماعي **social** في إطار اهتمامه

---

[1]- ن.ي.كولنج ،الموسوعة اللغوية ،ترجمة محي الدين حميدي ،عبد الله حميدان ،المجلد الاول،د ط ،جامعة الملك سعودللنشر العلمي،**1941** ،ص**141**.

[2]- ميلفين دوفلير،ساندرا بال روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام ،ترجمة كمال عبد الرءوف، ط **1** ،القاهرة ،مصر ،الدار الدولية للنشر و التوزيع ، ص **331** .

بواجهتها الاجتماعية "[1] ، فهو يرى أن العلاقات الاجتماعية تتكون من خلال الانطباعات **impressions** التي يخلقها الأفراد عن بعضهم البعض من خلال عمليات التفاعل الاجتماعي ، و يطلق على هذه الانطباعات اسم الأفكار الشخصية **personal ideas** التي نستخدمها كقاعدة للتنبؤ بسلوك الآخرين .

لقد تم تفسير نظرية **Cooley** للنتائج الشخصية و الاجتماعية للتفاعلات الرمزية بطريقة مفصلة من خلال العالم **G.H.Mead** الذي اعتبر عملية التفكير بالعقل وسيلة للتعلم و استخدام الرموز و مشاركتها مع الآخرين. و أشار إلى انه" لكي ننتسب إلى الآخرين ، فإن علينا أن نأخذ أدوارهم "[2] ، و يفسرها بعملية التقمص الوجداني **empathy** "و هي عملية إسقاط لا إرادي "[3] أو القيام بدور الآخر في المواقف المختلفة أي أن الفرد في هذه العملية يقوم برسم صور للآخرين بناء على تصوره لإدراك الغير للرموز و دلالاتها المشتركة من خلال التفاعل الاجتماعي.

هناك امتداد معاصر لمفهوم التفاعلية الرمزية عند **Cooley** و**Mead** أو ما يسمى لدى علماء الإجتماع " نظرية التسمية أو نظرية اليافطة أو البطاقة أو العلامة "و هذه النظرية مهمة في دراسة السلوك المنحرف الذي يدمغ بواسطة المجتمع ، فالعلامات أو الأسماء مثل مريض عقليا ، إرهابي ، يجعلنا نعامل الشخص الذي يحملها بطريقة سلبية على الرغم من أن هذه الأسماء و أحكامنا على الآخرين قد تكون ظالمة ، فقد يشفى المريض عقليا ، و قد يتوب المجرم و مع ذلك يظل يحمل هذه العلامة أو الصفة في نظر المجتمع.

- **فرضيات نظرية التفاعلية الرمزية:**

تؤكد نظرية التفاعلية الرمزية على دور اللغة في صياغة الأنشطة الذهنية للأفراد و دورها في الاتصال الاجتماعي في بناء معاني للرموز من خلال التفاعل الإجتماعي كما أنها تعتبر مدخلا لتفسير كيفية اكتساب الفرد للمعاني التي تشكل الصور و الإنطباعات و التوقعات عن الآخرين بواسطة الرموز ، و يمكن تلخيص فروض هذه النظرية كما يلي :

1-يعتبر المجتمع نظاما للمعاني و الرموز التي تعد جزءا من النشاط الإنساني.

---

[1]- جمال أبو شنب ،نظريات الاتصال و الإعلام ، د ط ، دار المعرفة الجامعية **2009** ، ص**147** .

[2]- ميلفين دوفلير، ساندرا بال روكيتش ، مرجع سبق ذكره ، ص**352**

[3] -J .A.Guddon ,The Penguin dictionary of literary theory,Penguin books London 4th ed 1998p257

2-من خلال التفاعل الرمزي بين الناس يتم بناء الحقائق و الاتفاق عليها في المجتمع " معنى هذا إن قيمة الرموز اللغوية تقوم على العرف، أي تقوم على ذلك الاتفاق الكائن بين الأطراف التي تستخدمها في التعامل"[1].

3-الانطباعات التي يكونها الأفراد عن أنفسهم و عن الآخرين تعتبر بناءات شخصية للمعاني الناتجة عن التفاعل الرمزي و تمثل أهم حقائق الحياة الاجتماعية .

4- يعتبر السلوك الإنساني حيال المواقف عبارة عن بناءات شخصية عن الذات و عن الآخرين في المجتمع ، إن الأفكار التي قدمها **Mead** و **Cooley** ركزت على الاتصال و التفاعل الإنساني و لم تتطرق بعد إلى علاقة وسائل الإعلام بالتفاعل الرمزي ، إلا أنها مهدت الطريق لظهور العديد من الأبحاث حول الموضوع ، إذ تناولت أدبيات الإعلام هذه الأفكار من مداخل مختلفة و ظهرت في الكثير البحوث المتعلقة بنظريات الإعلام.

- **التفاعلية الرمزية في الدراسات الإتصالية.**

إن الاهتمام المعاصر بدور وسائل الإعلام في بناء المعنى لم ينشا من فراغ ، إذ تعود جذوره إلى المؤلف الكلاسيكي الذي ألفه **Walter Lippmann** " الرأي العام **"Public Opinion** عام **1922** ، حيث تحدث فيه عن دور الصحافة في خلق الصور المزيفة عن العالم الحقيقي و تأثيرها في سلوك الناس و اتجاهاتهم ، إذ أن الأخبار التي تقدمها الصحافة ليست مجرد مرآة عن الواقع بل هي تفسيرات له ، و النقطة الأساسية التي يريد **Lippmann** آنذاك إيضاحها أن طريقة تصوير الصحافة للواقع كانت مظللة و زائفة بخلق صور مشوهة عن الأحداث ، و استنتج أن الناس لا يتصرفون على أساس أحداث الواقع الحقيقي بل على أساس ما يعتقدون انه موقف حقيقي من خلال الصور و التفسيرات التي تقدمها الصحافة و هو ما أشار إليه بوظيفة الصحافة في تركيب الرموز للمعاني .

توسعت بعد ذلك نظرية ليبمان – رغم انه لم يضع لها اسما – لتشمل وسائل الإعلام الحديثة السمعية البصرية منذ النصف الثاني من القرن العشرين ، حيث ساهم الراديو و التلفزيون في تركيب المعاني و خلق صور في أذهان الناس .

[1]- رجب عبد الجواد إبراهيم، دراسات في الدلالة و المعجم،د ط ، القاهرة ، دار غريب **2001**، ص **13**.

لقد أصبحت و سائل الإعلام تقدم المعاني و التفسيرات إلى الناس الذين يعتمدون عليها في رسم معالم الأفكار عن الحقائق التي لم يشاهدوها فعلا ، " بالتالي فان الناس تبني المعاني أو الصور عن الحقائق الاجتماعية أو المادية من خلال التعرض إلى وسائل الإعلام و بالتالي إن سلوكهم الذاتي و اتجاهاتهم تحددها هذه المعاني و التصورات التي ساهمت وسائل الإعلام في تقويمها و رسمها، حيث تعتبر المصدر الأساسي للمعرفة و المعلومات الخاصة بالحقائق و الأشياء و الأشخاص "[1]، وهذا يعني أن وسائل الإعلام بأشكالها المكتوبة و السمعية البصرية تساهم في التركيب الاجتماعي للمعنى.

لقد تابع العديد من الباحثين أفكار **Lippmann** بدور الصحافة في نقل الأخبار و بناء المعنى و صنع المعرفة عن العالم المحيط بنا، و هنا طرح سؤال مهم: لماذا تنشر بعض الأخبار و تهمل أخرى ؟ "و هو ما أطلق عليه ليبمان تدخل الصحافة في تقرير الأخبار و أهميتها" [2]، أما **Lewin** فقد استخدم مصطلح حارس البوابة **gate keeper** ، كما ركز **Gensen** على دور المؤسسات الإعلامية في التأثير على الجوانب المعرفية للأخبار الخاضعة لإعادة التشكيل.

"من الواضح أن وسائل الاتصال الجماهيرية تمارس دورا مهما في المجتمعات الحديثة فهي تقدم تفسيرات للواقع بالكلمة و الصورة و الحركة و اللون و تضفي على من يتلقون الرسالة الإعلامية صبغة ذاتية ، و يبني الأفراد معان مشتركة للواقع المادي و الاجتماعي من خلال ما يقرؤونه أو يسمعونه أو يشاهدونه"[3].

و بهذا تعد نظرية التفاعلية الرمزية مدخل نظري استراتيجي لفهم كيفية عمل وسائل الإعلام في بنائها للرموز و المعاني و دلالاتها المتعددة ما يجعلها صالحة للدخول في أكثر من سياق للوصول إلى الهدف المنشود ما يؤثر في تحديد السلوك الذاتي و الاجتماعي من خلال ما تعرضه من تفسيرات للقضايا و الأحداث بالكلمة و الصوت و الصورة .

تقوم قناة الهدى الاسلامية الناطقة باللغة الانجليزية ببث مجموعة من البرامج هي في حد ذاتها عبارة عن رسائل تحمل دلالات مختلفة باستغلال كافة إمكانيات العرض بالصوت و الصورة من خلال الكلام المنطوق و هي اللغة الانجليزية و المؤثرات الصوتية بالاضافة إلى ما توفره الصورة من عناصر الجذب و التاثير في نقل المعلومات و الأفكار من خلال نظام الرموز و ما تحمله من إيحاءات

---

[1]- محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير ،الطبعة الثانية ، عالم الكتب ، **2000** ص **151**

[2]- مرفت الطرابيشي ، عبد العزيز السيد ، نظريات الاتصال ،د ط، القاهرة ،دار النهضة العربية ، ص **229** .

[3]- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط 7، الدار المصرية اللبنانية، 2008 ص 145

connotations عبر التواصل اللساني و غير اللساني لجمهور عالمي متباين منهم المسلمون و غير المسلمين الناطقين بغير العربية باستخدام اساليب اقناعية مختلفة منطقية و عاطفية بهدف الاقناع و التأثير ، إما لزرع قناعة جديدة في ذهن المستقبل (المدعو) ، أو بتغيير قناعة خاطئة ، أو بتعزيز قناعة موجودة صحيحة بواسطة تفاعل الرموز اللغوية لإنشاء معاني لها تأثيرها في المتلقي ، و صنع المعرفة حول الإسلام بهدف التعاطي مع متغيرات العصر الذي يشهد رهاب الإسلام أو ما اصطلح عليه الاسلاموفوبيا و سلسلة الحملات الإعلامية المشوهة له في الغرب ، و مع الإنتشار السريع للاسلام في أوروبا و أمريكا صارت الحاجة أكبر إلى إنشاء هذه القناة و مثيلاتها باللغات الحية الأخرى –لجذب الجمهور– التي تساهم في بناء المعاني و التصورات عن الإسلام و العالم الإسلامي.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الثاني: الإقناع في الفضائيات الإسلامية

2_1 ماهية العملية الإقناعية

2_1_1 طبيعة العملية الإقناعية

2_1_2 عناصر العملية الإقناعية

2_1_3 إستراتيجيات الإقناع

2_1_4 أساليب الإقناع في الرسالة الإعلامية

2_1_5 أساليب الإقناع في المنطق و الدعوة الإسلامية.

2_1_6 أساليب الإقناع في الدعاية

2_1_7 أساليب الإقناع في السمعي البصري

2_2 مدخل إلى البث الفضائي

2_2_1 مفهوم البث الفضائي

2_2_2 لمحة تاريخية عن البث الفضائي

2_2_3 إيجابيات البث الفضائي

2_2_4 سلبيات البث الفضائي

2_2_5 اهمية البث الفضائي في مجال الدعوة الاسلامية

2_3 مدخل إلى الفضائيات الإسلامية.

2_3_1 نشأتها

2_3_2 أهميتها

2-3-3-لمحة عن اللغة الإنجليزية وأهميتها في الفضائيات الإسلامية

2_3_4 الفضائيات الإسلامية الناطقة بغير العربية و متغيرات العصر

2_3_5 الفضائيات الإسلامية بين الواقع و الطموح.

تمهيد:

يعتبر هذا الفصل مدخلا نظريا لعملية الإقناع في الفضائيات الاسلامية ، إذ يعنى المبحث الأول بأهم العناصر المتعلقة بالإقناع من حيث عناصره و استراتيجياته ، و أساليبه المختلفة في شتى المجالات التي تعد الركيزة الأساسية للدراسة التحليلية للمضمون بالإضافة إلى الدراسة السيميولوجية المتعلقة بالصورة ، أما المبحث الثاني فيعد مدخلا إلى البث الفضائي الذي سنتعرف فيه على هذه الوسيلة التي اعتمد عليها الإعلام الإسلامي في إيصال رسالته ، أما المبحث الثالث فخصصناه للبحث عن الفضائيات الإسلامية الناطقة بالعربية و اللغة الإنجليزية وصولا إلى التحديات و الطموحات .

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

2-1 ماهية العملية الإقناعية.

2-1-1 طبيعة العملية الإقناعية:

إن عملية الإقناع ليست محاولة قهر أو إجبار مباشر و لا تتم بإصدار القوانين ، و إنما تتم من خلال العديد من المراحل و الجهود التي تخاطب العقل و العاطفة و هذا يعني أنه ليس فعل الي أو ميكانيكي ، إذ يتطلب التخطيط المسبق بتوفير الجهد و الوقت اللازمين للتخلص من مختلف العوائق التي تحول دون تحقيق أهداف العملية الإقناعية ،أي أن الإقناع يشير إلى وجود هدف مقصود للتأثير في مستقبل الرسالة . تعتمد العملية الإقناعية على التعامل الرمزي باستخدام استراتيجيات رمزية تستهدف استمالة العقل و العاطفة حيث يقوم المصدر بوضع الرسالة في نظام من الرموز (codes) ، و يقوم المستقبل بفكها على أساس خبرة كل منهما من خلال وجود مفاهيم مشتركة تكفل صياغة و نجاح الرسالة الإقناعية من حيث الشكل و المضمون." و لخلق القناعة ينبغي أولا أن يصغي الإنسان أو ينتبه إلى الرسالة التي يحاول الاخر إيصالها و من ثم فهم محتوى الرسالة ، و بالتالي تقبل الرسالة كشئ مقنع "[1] .

يرى هربرت ليونبرجر أن عملية الإقناع تتم عبر المراحل التالية:

اولا: مرحلة إدراك الشئ Awareness .

تعد المرحلة الأولى التي يختبر فيها المستقبل الفكرة و قد يتحفظ الفرد في هذه الفترة مما قيل و قد يبادر بالرفض للوهلة الأولى ، لكن مع استمرار المحاولة يمكن للمرسل أن ينقل المستقبل إلى مرحلة أقل تشددا.

ثانيا:_مرحلة المصلحة و الاهتمام Interest.

" و فيها يحاول الفرد أو الجماعة تلمس مدى وجود مصلحته في هذا الأمر أو الاتجاه"[2]

ثالثا:_ مرحلة التقييم او الوزن Evaluation .

في هذه المرحلة يحاول المتلقي الموازنة بين ما لديه من خبرات و معلومات و بين ما يمكن أن يقدمه الأمر الجديد.

---

[1]_ راضي الوقفي ،مقدمة في علم النفس ،الطبعة الثالثة ، عمان الاردن ، دار الشروق 2003 ص 695 .

[2]_ عامر مصباح ، مرجع سبق ذكره ، ص 21 .

رابعا:_ **مرحلة المحاولة Trial** .

تتمثل المحاولة في اختبار الموضوع محل الإقناع و محاولة التعرف على مدى إمكانية الإستفادة منه بما يحقق احتياجات المستهدف من الرسالة الإقناعية.

5_ مرحلة التبني Adoption

وهي المرحلة الأخيرة تتم بالاقتناع بالفكرة و التصديق ، بذلك ينجح مصدر الرسالة في عملية الاقناع، لكن قد تنتهي العملية الاقناعية عند الكثير من الناس ، و قد تتجاوزه إلى مراحل أكثر تطورا هي مرحلتي الحماس للفكرة و الدعوة لها ، و يمكن تلخيصهما على النحو التالي:

مرحلة الحماس للفكرة :

يمكن للإقناع أن يبلغ درجة أكثر من الإقتناع و الإيمان بالرسالة لتتطور إلى مرحلة الحماس و التفاعل معها ، إذ تعبر هذه الخطوة على درجة الإقتناع العميقة .

مرحلة الدعوة للفكرة:

"تعد مرحلة الدعوة للفكرة هي مرحلة تبادل الأدوار، أي يتحول المستقبل إلى مرسل يهدف إلى إقناع الاخرين بتبني أو التخلي عن الفكرة"[1].

هناك من الباحثين من يقسم مراحل الإقناع إلى ثمانية مراحل تبدأ برفض الفكرة و تنتهي بمرحلة الدعوة لها ، كما توجد عدة قواعد أساسية يجب مراعاتها في عملية الإقناع و هي :

-إختيار الفكرة أو الموضوع من قبل المرسل وفق ما يراه مناسبا لظروف المرسل إليه من حيث حالته النفسية و خصائصه الاجتماعية.

- صياغة الفكرة في وسيلة للتعبير عن محتوى الرسالة الاقناعية ما من شأنه إحداث الإقناع و التأثير.

- تلقي المستقبل للرسالة و تفسيره و فهمه لها متأثرا بذلك بخبراته السابقة و مواقفه و درجة وضوح الرسالة .

- إحداث التأثير بعد إدراك الرسالة الإقناعية و يترجم ذلك في سلوك المتلقي.

-" تزداد فرصة احتمال قبول إقتراح التغيير إذا كانت تتماشى مع الإحتياجات و الرغبات و الدوافع الشخصية لأفراد الجماعة ، كما تزداد فرصة و احتمال قبول فكرة التغيير كلما كانت منسجمة و متفقة مع عادات الجماعة"[2].

---

[1]_ محمد الظفيري ، فن الاتصال اللغوي و وسائل تنميته ،الطبعة الاولى، الكويت مكتبة الفلاح ، **1999** ص **99** .

[2]_ محمد الصيرفي ،عبد الغني حامد ، الاتصالات الدولية و نظم المعلومات،دط، جمهورية مصر ، دار الوفاء ، **2006** ،ص **99**

– إن احتمال قبول الرسالة و إحداث التغيير المطلوب يكون أكبر كلما كانت النظرة إلى مصدره على أنه جدير بالثقة و ذو خبرة و مصداقية .

– إن نجاح الرسالة و تحقيق أهداف القائم بالإقناع يتوقف على درجة تأثيره في مجال الممارسة أو السلوك ، لأن الهدف الاساسي للإقناع هو إعادة تشكيل الإتجاه و السلوك ، بما يتفق مع أهداف المرسل.

2-1-2 عناصر العملية الإقناعية :

تتكون العملية الإقناعية من العناصر التالية:

اولا: المرسل (sender) :

يعتبر المرسل هو مصدر الرسالة الإقناعية ، و قد يكون فردا ، جماعة أو مؤسسة و هو الذي يقوم بصياغة الرسالة و الهدف الذي ترمي إليه ، كما أنه لابد أن يأخذ بعين الإعتبار ضرورة تحقيق التناغم و التوافق بين المرسل و المستقبل ، إذ عليه أن يحدد بدقة الفكرة، وصياغتها بشكل رمزي معين ، و لابد أن تتوفر في المرسل جملة من الشروط التي تزيد من فعاليته ، أهمها ما يلي :

* **المصداقية (credibility)** :" و هي الدرجة التي يكون عندها المصدر قابلا للتصديق و المتصل مرتفع المصداقية هو الذي يتمتع بكل من الخبرة و الكفاءة و الأهلية للثقة "[1]، و تتحقق مصداقية المصدر من خلال عوامل ذات أهمية مثل التعليم ، الذكاء ، الخبرة بموضوع الرسالة ، المكانة الاجتماعية ، الموضوعية ، و الصدق في عرض المعلومات .

***الجاذبية (attractivness)**: تلعب الجاذبية في المرسل و مهاراته دورا هاما في التأثير على المتلقي من خلال تحديد استجابات الأشخاص له ،و هي تزيد من استمالته للمتلقي ، كما أن تشابه المرسل و المستقبل في بعض الخصائص الإجتماعية و النفسية و الديمغرافية و حتى الإيديولوجية تزيد من جاذبية المصدر و فعاليته في الإقناع و إحداث التأثير و تحقيق أهداف الرسالة الإقناعية .

***مهارات الإتصال (communication skills)**: بمعنى أن تتوفر لدى المرسل المهارة و القدرة في الإقناع و تشمل البلاغة اللغوية في سرد المعلومات و لغة الجسد و غيرها من المهارات.

***المكانة الاجتماعية و الشخصية (socialstatus)**: و تتعلق هذه الخاصية بالمكانة العلمية ومدى شعبية المرسل و حسن سيرته في المجتمع .

[1]_هالة منصور ، الاتصال مفاهيمه و اساليبه و مهاراته ،د ط ، الاسكندرية ، المكتبة الجامعية 2000 ، ص 23 .

*المعرفة (knowledge): تتمثل في المعرفة بطبيعة النظام الإجتماعي الذي تعمل فيه الرسالة الإقناعية و درجة الإلمام بالموضوع .

ثانيا: الرسالة (message):

إن نجاح عملية الإقناع يعتمد أساسا على مضمون الرسالة " فهي مجموعة من الأفكار و الإتجاهات و الاراء و الأحاسيس و الخبرات التي يرغب المرسل في إيصالها إلى المستقبل "[1] ، و يتم التعبير عن هذه الرسالة من خلال الرموز اللغوية التي قد تكون لفظية أو غير لفظية أو بهما معا في صورة كلمات منطوقة أو مكتوبة أو إشارات ، إيماءات، و حركات جسدية تعكس معاني مختلفة و تعتبر الرسالة أهم مكونات عملية الإقناع لأنها تمثل مضمونه الذي يحتوي على الرموز و المعاني التي يريد المرسل نقلها إلى المستقبل لإحداث التأثير، و من أجل ان تؤدي الرسالة الرسالة الإقناعية الغرض المنشود منها يجب أن تستوفي مجموعة من الشروط لتضمن فعاليتها :

* الجاذبية بتضمينها عنصر التشويق و الإثارة.
* بساطة الأسلوب ، أي إستخذام لغة واضحة و مفهومة .
* إستخدام الحجج و البراهين لضمان الفعالية.
*الصدق و الوضوح في اللغة.
* أن تكون الرسالة متناسقة ، مترابطة و مختصرة.
* الإهتمام بأسلوب العرض المناسب للرسالة .
*مراعاة الظروف النفسية و الإجتماعية للمتلقي.
*حسن اختيار الزمان و المكان أثناء عرض الرسالة .
* إختيار الوسيلة المناسبة لنقل الرسالة الإقناعية.
* أن يتناسب موضوع الرسالة مع المستقبل من حيث تلبية جاجاته و مستوى إدراكه.

ثالثا: الوسيلة (medium):

تعد الوسيلة الأداة أو القناة التي يتم عن طريقها نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل ،كما تتعدد أشكال الوسيلة و لكل منها خصائصها التي تميزها عن غيرها بما تحتويه من عناصر الجذب و القوة أو الضعف و هناك عدة معايير يجب مراعاتها أثناء اختيار الأداة و هي :

[1]_محمد الظفيري ، مرجع سبق ذكره ، ص 39 .

*مدى ملاءمة **الوسيلة المستخدمة لمستقبل الرسالة** : من أجل ضمان فاعلية أكبر للرسالة و إقناع المخاطب بها ، فعلى المرسل إختيار أنسب الوسائل لما لها من تأثير قوي على الرسالة، حيث يذهب البعض إلى اعتبار أن الوسيلة هي الرسالة.

***درجة الإعتماد و الثقة في الوسيلة المستخدمة** : يجب على المرسل التأكد من فعالية الوسيلة و دقتها في نقل الرسالة و درجة ثقة الجمهور في تلك الوسيلة ، فإذا كان الجمهور مثلا لا يثق في قناة تلفزيونية معينة و يشكك في دقتها و مصداقيتها فإن احتمال التأثير و الإقناع غير مضمون ،لأن عامل الدقة و الثقة مهم جدا لتحقيق أهداف الرسالة الإقناعية.

***مدى ملاءمة الاداة المستخدمة لطبيعة الرسالة** : يختلف محتوى الرسائل بحسب المواضيع التي تتضمنها ، لذا فكل رسالة إقناعية تتطلب الوسيلة الملائمة لها .

رابعا: <u>المستـــقبل</u> (reciever):

يقصد بالمستقبل الشخص أو الجماعة أو بصفة عامة الجمهور الذي يستقبل الرسالة من مصدر معين،"و تذهب دراسات الباحثين في مجال الإتصال إلى أن هناك متغيرات خاصة بالمستقبل أو الجمهور ،تحدد تأثير الرسالة بعض هذه المتغيرات ذو طبيعة ديمغرافية مثل النوع و السن و الحالة الاجتماعية و محل الاقامة و الدخل المادي ، و بعضها ذو طبيعة سيكولوجية إجتماعية مثل المعتقدات و الاراء و الإتجاهات ، و القيم و الميول و الطموح أو التطلعات "[1]، إذ تؤكد الدراسات على أن معرفة الجمهور المستهدف يحقق فعالية أكبر للرسالة الإقناعية ، لأن هذه المعرفة تمكنه من التخطيط بما يتوافق مع طبيعة المتلقي الذي يلعب دورا هاما في عملية الإقناع حيث يستقبل الرسالة و يقوم بفك رموزها و محاولة فهمها ،كما يجب على القائم بعملية الإقناع بأن يأخذ بعين الإعتبار الحاجات و الدوافع النفسية ، بالإضافة إلى البيئة الإجتماعية التي يعيش فيها الفرد .

كما أن المتلقي لا يستقبل الرسالة و يتأثر بها مباشرة بل يقوم بتنقيحها حسب خصائصه النفسية و الإجتماعية ،و اتجاهاته و مرجعيته الثقافية ،لأنه من الخطا الإعتقاد بضمان تأثر المستقبل بالرسالة بمجرد استقبالها، فذلك يتوقف على حاجات الفرد التي يريد إشباعها أيا كان نوعها ، كما أن البيئة تؤثر على مدى تقبله للرسالة .

* تأثير الإطار الدلالي للمستقبل على مدى الإستجابة للرسالة باعتبار أن لكل فرد أو جماعة إتجاهات و عادات و انماط ثقافية مشتقة من البيئة الاجتماعية.

[1] _ مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال ،د ط، القاهرة ،دار النهضة العربية **2006** ، ص **31** .

*مستوى الإدراك الحسي للمستقبل المتمثلة في الحواس باعتبارها الطريق لاستقبال و فك رموز الرسالة.

*كلما كانت الرسالة تخاطب حاجات الفرد كلما سعى إليها المستقبل ،" بالتالي فهو عند إدراكه للرسالة الإتصالية يكون إنتقائيا ، و متوافقا مع العمليات السيكولوجية و البناء السيكولوجي له ليس إدراكا عشوائيا بالتالي هذا الإنتقاء قد يحد من مجال تأثير عملية الاتصال "[1].

خامسا: الهـــدف (goal)

إن عملية الإقناع تفترض وجود هدف ترمي إلى تحقيقه ، و من الضروري أن يرتبط الهدف بالرسالة الإقناعية إرتباطا وثيقا فمن غير المعقول أن ينفصل الهدف عن محتوى الرسالة ، أو يختلف باختلافها فقد تهدف إلى تغيير المعتقدات و الاراء أو الأفكار، فالهدف "هو الذي قامت لأجله عملية الإقناع و تحركت فعاليتها "[2] ، و يعتبر المرحلة النهائية و ثمرة الإقناع أي إحداث التأثير المطلوب في المتلقي للرسالة.

3-1-2 إستراتيجيات الإقناع

إن عملية الإقناع تتطلب اتباع إستراتيجية محكمة لتحقيق أهداف الرسالة الإقناعية و ضمان وصولها إلى المتلقي و الإستراتيجية هي:" خطة لو مجموعة من الخطط تضمها خطة كبرى ترسم لتحقيق هدف أو أهداف محددة تعبر عن حاجات معينة"[3] ، لقد حدد الباحثون ثلاث إستراتيجيات في مجال الإقناع و يمكن تلخيصها فيما يلي:

- **الإستراتيجية السيكوديناميكية**

ترتكز الإستراتيجية السيكوديناميكية على الإقتراحات الأساسية لعلم النفس المتمثلة في المؤثر والإستجابة لدى الفرد ، و تعود هذه الفكرة إلى المدرسة السلوكية التي تقوم على قوانين الإشراط أو مايعبر عنه بالمؤثر و الاستجابة إنطلاقا من دراسات بافلوف الفيسيولوجية إلى البحوث السلوكية لواطسن و سكينر و غيرهم من الباحثين ، بإثارة الجوانب الإنفعالية و العاطفية لإحداث الإقناع و التأثير في سلوك الفرد الذي يعتبر " مجموعة من الحركات المنسقة التي تقود إلى وظيفة ما فتمكن

[1]_ هالة منصور ، مرجع سبق ذكره ، ص 60 .

[2]_ عبد الله بن محمد العوشن ، مرجع سبق ذكره ،ص 37

[3]_ فاروق ناجي محمود ،استراتيجية الاتصال مع الاخر ،الطبعة الاولى، عمان ، الاردن ،دار النفائس ، 2010 ص،24 .

صاحبها من الوصول إلى غاية مادية أو معنوية "[1]، تشير إفتراضات علم النفس إلى أحداث سيكولوجية تفترض أنها تحدد السلوك الإنساني و ذلك من خلال :

- المؤثرات تستقبل بواسطة الأحاسيس من المحيط الخارجي .
- خصائص الكائنات تحدد نوع الإستجابة.
- ينتج عن ذلك بعض أشكال السلوك .

يعتبر الانسان محل الإهتمام و ليس باقي الكائنات باعتباره تركيبة معقدة من عناصر بيولوجية عاطفية و إدراكية تحدد شخصيته و التي تعطي أشكالا مختلفة من الإستجابة السلوكية ، " إن جوهر الإستراتيجية الديناميكية النفسية هو أن رسالة فعالة لها خواص قادرة على تغيير الوظائف النفسية للأفراد بحيث أنهم يستجيبون بشكل علني (نحو الشئ الذي هو هدف الاقناع) مع أساليب من السلوك و هذه الرسالة مرغوبة أو مقترحة بواسطة رجل الاعلام"[2]، كما توجد هناك عوامل وسيطة بين المؤثر و الإستجابة و تتمثل فيما يلي:

- مجموع الخصائص الوراثية .
- مجموع العوامل المكتسبة من المحيط الاجتماعي .
- مجموع العوامل البيولوجية و المكتسبة جزئيا مثل الظروف الانفعالية مثلا.

يحدد واضعوا هذه الإستراتيجية مجموعة من المفاهيم مرتبطة بعوامل داخلية يطلق عليها بالحاجات النفسية و الدوافع و المعتقدات ،و القيم و الاراء و المواقف ،و كل هذه العناصر تجتمع لتكون سلوك الفرد بمختلف خياراته و أولوياته ، و بالتالي فهو المدخل الرئيسي لفهم عميق لعملية الإقناع ، و هذا يعني أن القائم بعملية الإقناع يمكن له النفاذ إلى الجمهور المستهدف عبر المفاهيم السابقة من خلال التوظيف الذكي و المناسب لها بهدف تمرير الرسالة الإقناعية دون عوائق .

يستعمل علماء النفس كلمات الحاجات،الدوافع والغريزة بطرق معينة فكل هذه المصطلحات تعد تكوينات و عمليات داخلية مفترضة يبدو أنها تفسر السلوك ، و لكن لا يمكن ملاحظتها أو قياسها بصورة مباشرة ، و يطبق مصطلح الحاجات على أوجه النقص التي تقوم على متطلبات معينة ، " و يشير الدافع أو الدافعية إلى حاجة داخلية تنتج عن حاجة ما و تعمل هذه

---

[1] _ موسوعة علم النفس و التربية ، الجزء الخامس د ط ، بيروت لبنان ص ، 83

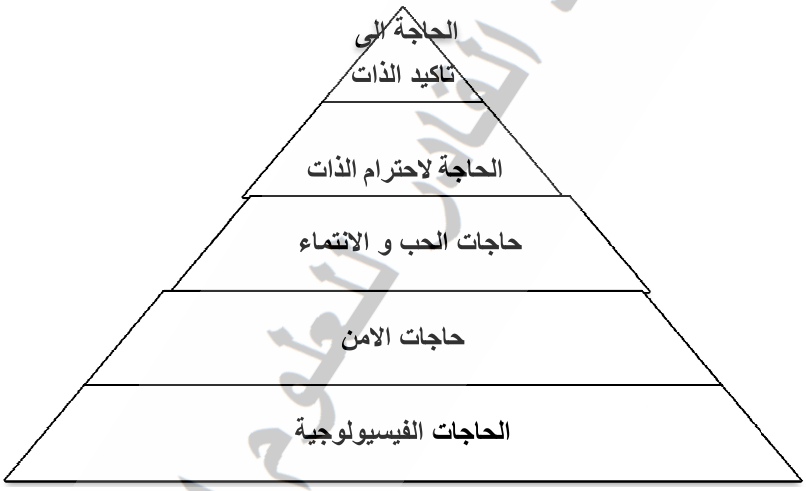
[2] _ ميلفين دوفلير ، ساندرا بول روكيتش ، مرجع سبق ذكره ، ص 383

الحالة على تنشيط و استثارة السلوك الموجه عادة نحو الحاجة المنشطة "[1] ، و قد ناقش الكثير من علماء النفس سلسلة طويلة من الحاجات ، و تعد نظرية **A .Maslaw** أحد أهم الركائز في علم النفس لتفسير الحاجات و الدوافع الانسانية.

أكد **Maslaw** في نظريته(**هرم الحاجات**) أن الحاجات تختلف أهميتها و ضرورتها بالنسبة لحياة العضوية و للتوازن النفسي فقد إقترح تنظيما هرميا للحاجات وفق ما يسمى هرم ماسلو للحاجات ، و ذلك ابتداء بالحاجات الفيسيولوجية في أسفل قاعدة الهرم إلى الحاجة إلى الأمن و غيرها من الحاجات و انتهاء بالحاجة إلى تأكيد الذات في قمة الهرم "[2].

و يبين الشكل التالي هرم الحاجات عند ماسلو[3]:

الشكل رقم (01) : هرم الحاجات عند Abraham Maslaw



لقد بين ماسلو في نظريته أنه لا يمكن الإنتقال عبر سلم الحاجات من حاجة إلى أخرى إلا بعد إشباع الحاجة التي تسبقها ،و لا يشترط أن يكون الإشباع كاملا لكن يكفي أن يكون بمقدار تحقيق الإشباع الأساسي.

---

[1]- لندال دافيدوف مدخل علم النفس ، ترجمة سيد الطواب، محمود عمر ، نجيب حزام مراجعة فؤاد ابو حطب ، الطبعة الثانية السعودية ،الرياض ، دار ماكحروهيل للنشر ،ص 43

[2]- مصطفى عشوي ، مدخل الى علم النفس المعاصر ، ديوان المطبوعات الجامعية 2010 ، ص 206

[3] -David Kumar , psychology of human behavior, krishi Vishvavidyalaya , Palmapur ,p 42

تبين الدراسات الحديثة في علم النفس أن **Maslaw** ترك الكثير من ظواهر الدافعية دون تفسير لأنه بنى تصنيفه للحاجات انطلاقا من الثقافة الغربية التي ينحدر منها، و علاقاته في المجتمع و استقرائه لحياة بعض الرموز التاريخية ، إضافة إلى وجود فروق فردية و ثقافية بين الافراد و المجتمعات في تفضيل و إشباع الحاجات فمثلا القناعات الأيديولوجية و الإيمان بعقائد معينة تبدو عند البعض أهم من إشباع الحاجات الفيزيولوجية كالأكل و الأمن ، فقد أضرب الزعيم غاندي عن الطعام شهورا عديدة لأسباب وطنية و أيديولوجية .

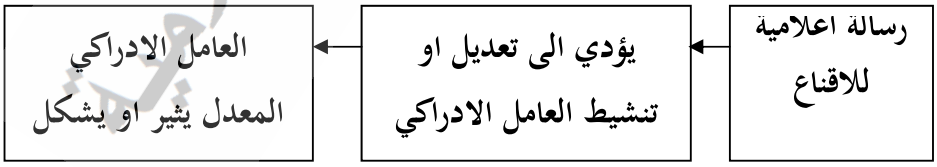
تهدف الإستراتيجية الديناميكية النفسية إلى ربط المؤثرات النفسية بضروب من السلوك من خلال التاثير في عوامل الادراك الذي يمثل "العملية التي من خلالها يصبح لنا وعي ببيئتنا باختيار و تنظيم و تفسير التاثيرات التي تاتي من حواسنا "[1] ، و يمكننا الادراك من التعامل مع ما يحدث حولنا بكل ثقة ووعي و ينسب بشكل كبير الى حاستي السمع و البصر .

و قد بين كل من ميلفين دوفلير و بال روكيتش وجود قائمة طويلة من العوامل النفسية تشكل استراتيجيات الاقناع، و اذا تم توجيهها و تعديلها ينتج عنها الاستجابة السلوكية المرغوب فيها من قبل مصدر الرسالة الاقناعية .

إن هذه الإستراتيجية و إن كانت منطقية فإنها لا تعمل بشكل ثابت لعدة اعتبارات ، إذ يرى جيرالد ميللر :" أنه رغم الشعبية الدائمة للاستراتيجية الإدراكية ، فإن الأدلة لا تؤيدها باعتبارها نهجا موثوقا يسعى لتحقيق تغيير سلوكي عن طريق الإقناع "، و يمضي قائلا :" مع ذلك لا يمكن أن نتوقع أن يتصرف الناس بطرق موصوفة لهم في روشتة إعلامية إذا لم يكونوا ميالين بصورة مناسبة نحو هذه الروشتة "[2].

و لتوضيح هذه الإستراتيجية أكثر قدم دوفلير و روكيتش الشكل التالي:

الشكل رقم: (02) : الاستراتيجية السيكوديناميكية



[1]_ فاروق عبد الفتاح موسى ، اسس السلوك الانساني ، د ط ، الرياض ، دار عالم الكتب **1985** ، ص.**283**

[2]_ ميلفين دوفلير ، بال روكيتش ، مرجع سبق ذكره ، ص **385** .

- **الإستراتيجية السوسيوثقافية**

إن السلوك الإنساني ظاهرة ليست عشوائية تحدث بمحض الصدفة ، إذ تقوم الدراسات النفسية على مبدأ أن السلوك الإنساني تحكمه قوى داخلية من الدوافع و الحاجات ، أما العلوم الاجتماعية فهي تفترض العكس من ذلك من خلال تأثير العوامل الخارجية المتصلة بالبيئة و الثقافة التي يعيش فيها الفرد و التي يقصد بها "مجموعة العوامل الخارجية التي تحيط بالفرد في المجتمع الذي يعيش فيه ، فسلوك الفرد يتأثر بدرجة كبيرة بالظروف الإجتماعية و الإقتصادية و السياسية و الحضارية للمجتمع"[1] ، فهناك الكثير من العوامل الإجتماعية و الثقافية التي تكفل صياغة السلوك الإنساني مما يمهد الطريق للإقناع.

بدأ التفكير المنظم للإنسان و المجتمع من خلال الفلسفات اليونانية القديمة و حتى فلسفات العصور الوسطى و ما بعدها ، " لقد أطلق الفلاسفة و المفكرون الإجتماعيون القدماء أمثال أرسطو و ابن خلدون على الإنسان بأنه كائن مدني أو إجتماعي بالطبع ، و يتفق اليوم مختصو العلوم الإنسانية و الإجتماعية كعلماء النفس و الأنثروبولوجيا و الإجتماع بأن الكائن الإنساني هو كائن ثقافي بالطبع ، أي أنه الكائن الوحيد الذي يتميز عن غيره من الكائنات بنسق عالم الرموز الثقافية"[2]. إن الثقافة عامل جوهري في طبيعة الكائن البشري ، فهي تعد العامل الرئيسي لعلماء الإجتماع و الأنثروبولوجيا في تفسير و فهم السلوك الإنساني على المستوى الفردي و الجماعي ، فكما يتأثر سلوك الحيوانات و الحشرات بعامل الغريزة البيولوجي ، فإن سلوك الإنسان يتأثر بدرجة كبيرة بالعوامل الثقافية و هذا ما يميز الانسان عن باقي الكائنات .

"يأخذ معنى الثقافة في الدراسات الإجتماعية ذلك المنحى الذي يتصل بكل أوجه النشاط الإنساني الذي جاء نتيجة للإجتماع البشري" [3]، فهو يشمل في تعريف علماءالإجتماع:

- ما يتلقاه الفرد عن الجماعة من المعارف و العقائد و غيرها .
- النماذج المختلفة التي يصب فيها الأفراد سلوكهم و تصرفهم.
- الطرق التي يوجدها أي مجتمع لسد حاجاته الأساسية لتقوم بتنظيم علاقاته الاجتماعية.

---

[1]_ شعبان علي حسين السيسي ، علم النفس ، المكتب الجامعي الحديث، د ط ، الاسكندرية **2002** ص**34** .

2_ محمود الذوادي ، الثقافة بين تاصيل الرؤية الاسلامية و اغتراب منظور العلوم الاجتماعية، ط **1** ،بيروت لبنان ،دار الكتاب الجديد ص**181**

[3]_ عمر عودة الخطيب ، لمحات في الثقافة الاسلامية ، الطبعة الثالثة ، بيروت مؤسسة الرسالة ، **1979** ص **31** .

إن الثقافة ذات دلالات كثيرة و تتعلق في إطارها العام بالفكر ، السلوك ، و النظم الانسانية و هي افاق و مستويات يضيق المدلول اللغوي عن ضبطها و حصرها و احتوائها ، فهي كل ما يتصل بمقومات الفرد و المجتمع من النواحي الفكرية و السلوكية و الإجتماعية ، تعتمد أفكار الأنثروبولوجيا الإجتماعية إعتمادا كبيرا على التعريف الذي قدمه تايلور عن الثقافة :"هي ذلك الكل المعقد الذي ينطوي على المعرفة و المعتقدات و الفنون و الاخلاق و القانون و العادات "[1] و غير ذلك من القدرات ، كما أن ثقافة أي أمة لابد أن تقوم على أساس من القيم التي تسود مجتمعها و هي وثيقة الصلة بالفكر ، العقيدة ، السلوك ، و نمط الحياة .

إن الإنسان مدني بطبعه ، أي العمران كما عبر ابن خلدون في مقدمته ، أي أن الإنسان لا يمكنه أن يعيش خارج إطار الجماعة ، "ذلك أن شعور الفرد برغبته في الحياة الإجتماعية شعور فطري يدفعه إلى محاولة الإستئناس بأخيه الإنسان"[2] ، و لكل مجتمع ثقافته و طريقته الخاصة في الحياة و تختلف المظاهر الثقافية من مكان لاخر في العالم ، فالمجتمع الذي نعيش فيه يؤثر فينا منذ لحظة ميلادنا فنحن في حالة تفاعل دائم إذ نتعلم طرق الحياة ، اللغة ، المعتقدات ، القيم و القوانين التي تنظم حياتنا و هذا ما يطلق عليه التطبيع الاجتماعي.

يبين **Defleur** و**Ball Rokeach** أن الإستراتيجية الإقناعية الراسخة هي التي تتصور التوقعات الإجتماعية للجماعة الإجتماعية التي توجه إليها الرسالة الإقناعية لكسب التأييد الإجتماعي، و إحداث التفاعل الإجتماعي المدعم لهذه الرسالة و هذا ما تهدف إليه وسائل الإعلام.

إن للثقافة دور بالغ الأهمية في السلوك البشري ، إذ أن الفرد لا يعيش منعزلا و إنما يعيش في مجتمع يتفاعل معه و ينخرط في عضويته ، فهي الخلفية الفكرية للسلوك من خلال عمليات التنشئة الإجتماعية باعتبارها "العملية التي يحاول فيها الناس تبني قوانين السلوك في المجتمع و احترامها و الالتزام بها ، فهي العملية التي يتم فيها تشكيل معايير الفرد و قيمه و دوافعه و اتجاهاته و سلوكه في المجتمع و هي تبدأ منذ اللحظات الأولى للميلاد"[3]، كما تختلف أساليب التطبيع الإجتماعي باختلاف الثقافات ، فالسلوك السوي و المرغوب في مجتمع ما قد يكون شاذا أو غير مرغوب في

---

[1]_جوردون مارشيل ، موسوعة علم الاجتماع ، المجلد الاول ، الطبعة الثانية **2007** .ص **457**

[2]_غريب محمد سيد احمد ، علم الاجتماع و دراسة المجتمع ، د ط ، دار المعرفة الجامعية **2003** ، ص.**60**

[3]_ سيد محمود الطواب ، علم النفس الاجتماعي ،د ط ، دار المعرفة الاجتماعية **2007** ص **179**

مجتمع اخر ، إذ يوجد تباين بين مختلف الثقافات في العالم من حيث الامزجة و الأدوار و الشخصية و الأفكار و المعتقدات ، " و لكل ثقافة من الثقافات طابعها الذي يميزها عن غيرها من الثقافات و تحاول كل ثقافة طبع أفرادها بطابعها لذلك ينشأ أفراد الثقافة الواحدة و لهم طابع مشترك يميزهم عن غيرهم من الثقافات الأخرى "[1].

إن الإنسان خلال مراحل حياته يمر بعدد من الخبرات مع الاخرين و التي تؤثر بدورها في بناء شخصيته و تحكم سلوكه الإجتماعي نتيجة التفاعل الاجتماعي ، و هذا ما حاول علماء النفس الإجتماعي الكشف عنه بأساليب كثيرة و مواضع عدة أمثال **Cantril**و **Asch** ، بالتالي فمتغيرات البناء الإجتماعي تؤثر في تكوين السلوك البشري بالإضافة إلى المعطيات البيولوجية ،و في أحد التجارب التي قام بها **Mechanic** (**1963**) " الذي لاحظ أن اليهود الامريكيين يزورون الأطباء و يتعاطون العقاقير بدرجة أكبر أحيانا من البروتستانت أو الكاثوليك الأمريكان "[2]، و هذا بالطبع يعكس الإختلاف بين الجماعات الثقافية و أن الشخصية وثيقة الصلة بالمحتوى الثقافي الذي ينشأ فيه الفرد .

يشير كل من **Defleur** و**Ball Rokeach** إلى مثال حي عن دور الثقافة في تشكيل السلوك من خلال قانون بوشيدو الياباني الذي غرس في نفوس الجنوذ اليابانيين خلال الحرب العالمية الثانية ، و مفاد هذا القانون أن الإستسلام و الأسر بعتبر عارا و خزيا لا يمكن تحمله ، و هذا ما حمل الطيارين اليابانيين المشبعين بثقافة البوشيدو يحلقون بطائرات إنتحارية مثقلة بالقنابل علما بأنه ليس لديهم من الوقود إلا ما يكفي للوصول للهدف المقصود ،و هم لا يتردون في الهجوم و الارتطام بالسفن الأمريكية لتفجيرها و تدميرها ، و هؤلاء الجنود ليسوا مجانينا بل كانوا يتصرفون بشكل طبيعي في إطار الخلفية الثقافية لليابان ، و حتى الجنود البريون كانوا يلقون بأنفسهم من فوق الصخور و يبقرون بطونهم بالسكاكين لتفادي الوقوع في الأسر الذي يعتبر عارا، و أن الموت بأيديهم شرف و عزة، و هو شعور غرس في هؤلاء الجنود بواسطة التنشئة الاجتماعية .

هناك الكثير من الأمثلة في ثقافات العالم المختلفة التي تكفل توجيه السلوك الإنساني ، وفي هذا السياق يذهب مالك بن نبي إلى القول :"فالخليفة المسلم و الراعي المسلم يتصفان بسلوك واحد لان شخصيتهما تغور في ارض واحدة هي المجال الروحي للثقافة الاسلامية ، و الطبيب الانجليزى

---

[1]_ كامل علوان الزبيدي ، علم النفس الاجتماعي ، الطبعة الاولى ،عمان ،الاردن، الوراق للنشر و التوزيع ، **2003** ص**14**

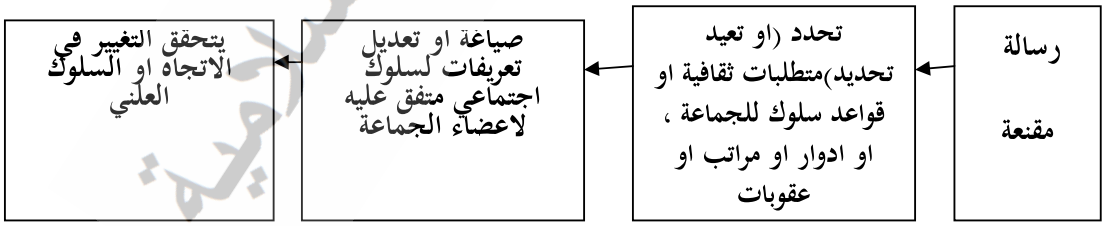
[2]_ ريتشارد لازاروس ، الشخصية ،ترجمة سيد محمد غنيم ، الطبعة الثالثة ،دار الشروق القاهرة ، **1989** ص **191**

و الطبيب المسلم يختلف سلوكهما لأن جذورهما لا تغوص في الأرض نفسها على الرغم من أن تكوينهما المهني يتم في إطار فني واحد"[1].

تستخدم هذه الإستراتيجية بشكل واسع في الإعلان لإعادة تشكيل الإتجاه حيال منتج معين ،و خير مثال على ذلك الإعلان عن السجائر عقب الحرب العالمية الأولى ،عندما كان تدخين النساء يعد سلوكا مرفوضا إجتماعيا و هذا ما جعل أمر تخطيط حملة إعلانية لتشجيع النساء على التدخين مهمة في غاية الصعوبة ،لعدم وجود اتفاق اجتماعي، بهذا أدرك المعلنون أهمية إعادة تعريف قواعد السلوك لكسب التأييد في المجتمع لتدخين النساء و بالتالي نجاح الحملة الإعلانية و تحقيق الأرباح ،و بالرغم من صعوبة المهمة إلا أن المعلنين نجحوا في تنفيذ الأمر بواسطة الإعلان الشهير الذي يبين منظر رجل و امراة أنيقين يجلسان على ضفة النهر و يصور الرجل و هو ينفث دخان سجارته بعيدا، بينما تميل المراة نحوه بشوق قائلة :"أنفث قليلا ناحيتي"، و بعد مدة ظهرت الكثير من الإعلانات تبين نساء يدخن ، و بهذا فان نجاح الرسالة الإقناعية تتطلب توافقا إجتماعيا في الرأي ، كما أن الأفكار المعروضة يجب أن تلقى تأييدا من المجتمع الذي تستهدفه الرسالة الإقناعية.

" و في القرآن الكريم اقترنت هذه الإستراتيجية بمعجزات الرسل عليهم السلام ، حيث كانت هذه المعجزات تتفق مع القيم و العادات و التقاليد السائدة في مجتمع كل نبي من الانبياء"[2] ، فكان السحر يغلب في مجتمع الفراعنة الذي عاش فيه سيدنا موسى عليه السلام فكانت معجزاته من جنسها ، أما سيدنا عيسى عليه السلام فبعث في زمن الأطباء و علماء الطبيعة فكان يشفي الأكمه و الأبرص و يحي الموتى بإذن الله ، أما سيدنا محمد صلى الله عليه و سلم فكانت معجزته القرآن الذي أعجز العرب في البيان و اللغة ، و تتخذ هذه الاستراتيجية الشكل التالي:

الشكل (03) : الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية للاقناع



[1]_ مالك بن نبي ، مشكلة الثقافة ، الطبعة التاسعة ، دمشق ، دار الفكر، 2009 ، ص 52 .

2_ عبد المالك صاولي ، أساليب الاتصال الاقناعي عند رسول الله صلى الله عليه و سلم ، رسالة ماجيستير جامعة الامير عبد القادر للعلوم الاسلامية 2005 /2006 ص.113 .

- **إستراتيجية بناء المعاني:**

لقد تم إرساء قواعد نظرية المعرفة قبل حوالي **400** سنة قبل الميلاد من خلال الفلسفة اليونانية و ما قدمه أفلاطون **Plato** من تحليلات دقيقة للمعنى ،في نظريته عن الأشكال في محاولة لمعرفة الاشياء الموجودة خارج تجاربنا الذاتية ، و لا يشترط لهذه الأشياء أن يكون لها وجود مادي كالحجر و الشجر ، يمكن أن تكون مجردة مثل الجمال و العدالة ." هذه الأسس مبنية على فكرة أن المفاهيم هي مجموعة من الصفات ذات المعنى لبعض نواحي الواقع التي يمكن التعرف عليها عن طريق اسم أو رمز يعتبر جزءا من اللغة، "[1] فالمفاهيم تعتبر أساس المعرفة و التي تعد بدورها أساسا للسلوك الإنساني و ركنا أساسيا في تحليل و فهم الطبيعة البشرية ، " إن نظرية المعرفة تنصب على طبيعة المعرفة البشرية و تفسير ماهيتها ، و تعرض لدراسة أصولها و أدواتها و تتناول بالبحث أركان قيامها أو الشك في وجودها "[2].

إن العلاقة بين المعرفة و السلوك عرفت منذ زمن بعيد ، ففي نظرية المعرفة ميز أرسطو بين اليقين الواضح و المحتمل الذي يدخل في باب الظن (الجدل) و مع ذلك فهو يربط بين هذين الشكلين من المعرفة عن طريق اللغة "[3]، فالمعاني التي يشكلها الأفراد عن العالم المحيط بهم تتم عن طريق عمليات التطبيع الإحتماعي التي كانت تنتقل بطرق شفهية حول مختلف الموضوعات ، و جاءت الطباعة لتوسع دائرة المعرفة أو المعنى ، و إذا انتقلنا إلى عالم اليوم فإن ما توصلت إليه تكنولوجيا الإتصال و المعلومات يؤدي بنا إلى إنشاء معان عن الواقع الموضوعي على أساس ما تقدمه وسائل الإعلام ، و التي تعتمد على مختلف المصادر كما أنها تتنافس فيما بينها بهدف صياغة و إنشاء و تنظيم ،أو تعديل المعاني التي تعد جزءا من الخبرة الإنسانية.

لقد أعاد الباحثون في العلوم الإجتماعية و الإنسانية اكتشاف هذا المبدأ أي المعرفة هي أساس السلوك ، و وجد علماء الأنثروبولوجيا أن المعاني مرتبطة أساسا باللغة ،و هي الأخرى تعد المنفذ لفهم العالم الخارجي . كما أدمج علماء الإتصال هذا المبدأ في أبحاثهم لتفسير الكيفية التي تؤثر بها وسائل الإعلام في سلوك الجمهور المتلقي فهي بشتى أنواعها مكتوبة أو سمعية بصرية تساهم في تشكيل معارفنا و معتقداتنا عن العالم المحيط بنا فهي تنشئ و تستبدل المعاني التي لدينا ،

---

[1]_ ميلفين دوفلير ، ساندرا بول روكيتش مرجع سبق ذكره ، ص.**330** .

[2]_ اسماعيل الشرفا ، الموسوعة الفلسفية ، الطبعة الاولى ، ، عمان ، الاردن دار اسامة **2002** ، ص**212**

[3]- موريس شربل ، موسوعة علماء التربية و علماء النفس ، الطبعة الاولى ، بيروت ، لبنان دار الكتب العلمية ، **1991** ص**18**.

و تساهم في ترتيب أولوياتنا عن المواضيع و حتى إحداث التناقر الإدراكي و بعبارة أشمل التأثير في السلوك.

إن استراتيجية بناء المعاني تمهد الأساس لتغيير السلوك من خلال ما تقدمه وسائل الاعلام و ما تحمله من معان مختلفة ، و ما أكثر استخدام المعاني في الحملات الإعلانية أو الإنتخابية و استعمال الكلمات الدالة و الموحية ،ما من شأنه حمل المتلقي على الإقتناع بالرسالة ، بالتالي فإن المعرفة التي نعتقدها عن الواقع يهيئ الطريق لاتخاذ القرارات حوله، و بالتالي ترجمة ذلك إلى سلوك علني ، و قد جاء في كتاب التعريفات للجرجاني أن " المعاني هي الصور الذهنية من حيث أنه وضع الألفاظ و الصورة الحاصلة في العقل من حيث أنها تقصد باللفظ"[1] ، و المعنى أيضا هو "الصورة الذهنية من حيث وضع بإزائها اللفظ و يطلق على ما يقصد بالشئ ،أو على ما يدل عليه القول ، أو الرمز أو الإشارة و منه دلالة اللفظ على المعنى الحقيقي أو المجازي، و دلالة القول على فكرة المتكلم "[2].

ترتبط هذه الإستراتيجية مباشرة باللغة التي يعبر بها الإنسان عما بداخله من معاني، و بالتالي فالإنسان يتعامل مع محيطه الخارجي بناء على المعاني التي يحملها ، و انطلق علماء الإتصال من هذه الفكرة في تفسير عمل وسائل الإعلام ،و مدى تأثيرها في السلوك من خلال إنشاء المعاني و الصور الذهنية إزاء مختلف المسائل ،و الأشخاص فهي تبث ، تنشئ ، تغير و توسع المعاني للكلمات، التي بدورها تؤثر في مدى استجابتنا للموضوعات ، فالمعاني تؤدي إلى انبثاق السلوك الذي يطمح إليه مصدر الرسالة الإقناعية ،و بهذا فإستراتيجية بناء المعاني تستهدف البنية المعرفية للفرد، و هذا يحتاج إلى مصادر غير محدودة من المعلومات من أجل صياغة أو تعديل المعاني خاصة في ظل التقدم المذهل في تكنولوجيا الإتصال و المعلومات ،و نقل المعاني و الأفكار بالصوت و الصورة التي لها الدور البالغ في توجيه سلوك الأفراد من خلال مختلف اللغات المتفاعلة و الرموز المنشئة للمعنى .

تعتبر وسائل الإعلام بشتى أنواعها من أهم القنوات في تكوين الصور الذهنية النمطية في أذهان الناس بفضل قدرتها على استيلاب العقول ،و يمكن القول أن الكثير من الصور المتراكمة في أذهاننا عن العالم المحيط بنا نستقيها من وسائل الاعلام المختلفة و التي تصنع تلك الصور بمعانيها

[1]- علي بن محمد الشريف الجرجاني ،د ط ، بيروت ، مكتبة لبنان ، **1993** ، ص **335** .

[2]- محمد فتحي عبد الله ، معجم مصطلحات المنطق و فلسفة العلوم ، د ط ، الاسكندرية، دار الوفاء **2002** ص**264**

و تصوغها و تؤطرها بطريقتها الخاصة لتؤثر بطريقة ما في سلوكنا، و اتجاهاتنا و بالتالي فهي تخلق نوعا من البيئة الصورية بين الإنسان و العالم المحيط به.

و خير مثال على ذلك ما يتعرض له الإسلام من حملات تشويه " اذ توظف وسائل الاعلام الغربية العديد من الأساليب و التكنيكات الاعلامية لخدمة أغراضها في حملاتها المغرضة التي تستهدف تشويه صورة الإسلام و العرب في المجتمعات الغربية "[1].

فالغرب يتعمدون إثارة الشبهات و الأباطيل للدس على الاسلام و جعله دينا يقترن بالعنف و الإرهاب خاصة من خلال تعبير الجهاد في سبيل الله للطعن فيه ،و انه دين انتشر بقوة السيف يقاتل من يخالف العقيدة الاسلامية ، و يحمل في ثناياه معاني العنصرية و الكره ، رغم علم الكثيرين منهم بأن الإسلام لم ينشر بالإكراه و حد السيف ، إذ يقول غوستاف لوبون :"إن القوة لم تكن عاملا في نشر القرآن ، و أن العرب تركوا المغلوبين أحرارا في أديانهم ،فإذا كان بعض النصارى قد أسلموا و اتخذوا العربية لغة لهم فذلك لما كان يتصف به العرب الغالبون من ضروب العدل الذي لم يكن للناس بمثله عدل ، و لما كان عليه الإسلام من السهولة التي لم تعرفها الديانات الأخرى" [2]، فالقرآن الكريم يقر بحرية العقيدة يقول تعالى في محكم تنزيله : ﴿ لَآ إِكۡرَاهَ فِي ٱلدِّينِۖ قَد تَّبَيَّنَ ٱلرُّشۡدُ مِنَ ٱلۡغَيِّ ﴾[3] ، و قال تعالى: ﴿ وَقُلِ ٱلۡحَقُّ مِن رَّبِّكُمۡۖ فَمَن شَآءَ فَلۡيُؤۡمِن وَمَن شَآءَ فَلۡيَكۡفُرۡ ﴾[4].

يرى عبد القاهر الجرجاني" اننا حينما ننطق بأية جملة و نركبها من كلماتها فإن هذا التركيب ناشئ و قبل كل شئ عن المعنى الذي هيانأه في نفوسنا و أردنا أن نعبر عنه بهذه الألفاظ "[5].

من خلال ماسبق نستنتج أن استراتيجية بناء المعاني تستهدف البنية المعرفية للإنسان من خلال إنشاء المعاني ،أو استبدالها أو تعديلها و بهذا فهي بحاجة إلى كم معتبر من المعلومات، و المعاني التي يجب أن تكون كافية و مناسبة لتحقيق هدف الرسالة الاقناعية ،و التي تعد أساسا للسلوك و تتخذ الإستراتيجية الشكل التالي حسب **Defleur** و**Ball Rokeach** :

---

[1]- عبد القادر طاش ، صورة الاسلام في الاعلام الغربي ، الطبعة الثانية،القاهرة ،مصر الزهراء للاعلام العربي **1993**، ص **107**

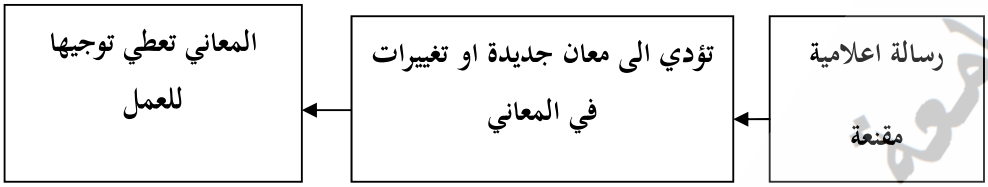
[2]- محمد علوان ، انتشار الاسلام و الجهاد ،لفتراءات غربية و حقائق اسلامية ،د ط ، دار التعاون الحديثة **2004** ص.**121**

[3]- سورة البقرة ، الاية **256**

[4]- سورة الكهف الاية **29**

[5]- البلاغة فنونها و افنانها ، علم المعاني ،د ط ، عمان ،الاردن ،دار الفرقان للنشر و التوزيع ، ص **85** .

الشكل (04): إستراتيجية إنشاء المعاني للإقناع.



2-1-4 أساليب الإقناع في الرسالة الإعلامية

إن تاثيرات الرسالة الإقناعية تقع عن طريق توظيف مختلف الأساليب الإقناعية للرسالة الإعلامية التي تهدف الى استمالة العقل أو العاطفة أو كلاهما معا ، و التأثير في المتلقي بواسطة منبهات رمزية يحددها المرسل مسبقا و تعتبر هذه الأساليب مفاتيح للولوج إلى عقل و وجدان المتلقي متى استخدمت هذه الأساليب بطريقة ذكية ،من خلال" منبهات أو مثيرات ترفع من مستوى التحفيز سلبا أو إيجابا لقبول توصيات أو توجيهات الرسالة الإقناعية"[1]، تحقق بذلك أهداف الرسالة.

" إن الاقناع يظهر في شتى مجالات الحياة "[2] و تتعدد أساليب الإقناع من مجال إلى آخر حسب الأهداف و مستقبل الرسالة الإقناعية و قد اختلف الباحثون في تحديدها و تصنيفها كل حسب تخصصه خاصة في مجال المنطق واللغة و علم النفس و الاتصال ، و هذا ماجعل اختيار تصنيف دون آخر أمرا في غاية الصعوبة ، بعد الاطلاع العميق على التراث الفكري الذي تناول الإقناع بين أن أساليب الإقناع تندرج ضمن أساليب عامة تندرج ضمنها أساليب خاصة ، و هي الأساليب العقلية و الأساليب العاطفية ، يندرج تحتها مجموعة من الأساليب المتعلقة بها ،تم تصنيفها حسب منشئها و الغاية منها من خلال العقل أو الوجدان و يمكن تلخيص أهم الاساليب الاقناعية في وسائل الإعلام فيما يلي:

[1]- جمال مجاهد،شدوان شيبة،طارق الخليفي ، مدخل الى الاتصال الجماهيري ، د ط ، الاسكندرية ،دار المعرفة الجامعية ، 2008 ص 307

[2]_Dave Lakhani ,Persuasion the art of getting what you want,Wiley Publication Canada 2005

أولا: الأساليب العاطفية:

تعتبر الأساليب العاطفية من أهم أساليب الإقناع و لا يمكن تجاهل دورها في عملية الإقناع رغم أهمية العقل ،فالإنسان كائن ملئ بالأحاسيس ، العواطف و الانفعالات التي يوظفها القائم بالإقناع لتحقيق أهدافه ،لأن الأساليب المنطقية قد لا تحقق الأهداف المرجوة في كثير من الأحيان رغم أهميتها القصوى في إحداث التأثير .

تعتبر العاطفة " إستعداد أو ميل انفعالي يتركز حول فكرة او موضوع ، و هي ليست مجرد تجربة و لكنها جزء من تكوين الفرد "[1]. تستهدف الأساليب العاطفية التأثير في وجدان المتلقي و مخاطبة حواسه و إثارة حاجاته النفسية و الاجتماعية بما يحقق أهداف الرسالة و تشمل ما يلي :

- **إستخدام الشعارات و الرموز:**

إذ تشير الشعارات إلى العبارات التي يطلقها القائم بالاتصال لتلخص هدفه في صيغة واضحة و مؤثرة بشكل يسهل حفظها و ترديدها ، و تشحن هذه الشعرات بجرعات عاطفية من خلال الأسلوب المؤثر و الكلمات الدالة و البراقة ، و تفيد الرموز في إلغاء التباين بين الافراد و المجتمعات و إحلال التفاهم و التناغم بواسطة هذه الرموز التي أصبح لها مدلول متفق عليه من أفراد الجماعة "و إذا كان الرمز لا ينكشف مدلوله إلا لطائفة تدرك أبعاده الظاهرة و لا نستطيع الإلمام بكل مراميه الباطنية كلها ، فيمكن أن ندخل تحت هذا المستوى الكنائي تلك الرموز التي تلجا اليها الاديان و الثقافات و تشكل هذه الرموز حالات خاصة للكناية "[2]، و لكل مجتمع رموزه الخاصة به و التي تميزه عن غيره ، و تنبع هذه الرموز من الثقافة السائدة و التراث ، الدين، المعتقدات و القيم.

- **إستخدام الأساليب اللغوية البلاغية:**

تضفي اللغة البليغة جمالا و درجة تاثير أكبر ، مثل التشبيه ، الكناية ، الاستعارة ، ألوان البديع أي كل الأساليب اللغوية التي من شأنها إحداث التأثير في المتلقي بما يحقق أهداف المرسل .

يوصي الباحثون في مجال الإعلام بضرورة اختيار الرموز اللغوية الواضحة و المفهومة ، البعيدة عن الغموض و التعقيد ، بالإضافة إلى مراعاة خصائص الجمهور المتلقي ، و لكن ما يثير الجدل هو

---

[1]- عبد المنعم الحنفي ، موسوعة علم النفس و التحليل النفسي ،الطبعة الرابعة القاهرة، مكتبة مدبولي ،**1994** ، ص **786**

[2]- زين كامل الخويسكي،احمد محمود المصري،رؤى في البلاغة العربية، ط **1** ،الاسكندرية ،دار الوفاء ، **2006** ص **218**

شيوع الاعتقاد بأن استخدام اللغة الإنفعالية **Intense Language** يعد أحد أهم الأساليب في الإقناع ، "و استخدام اللغة الانفعالية له عدد من المداخل منها "[1] :

– إقحام مجموعة من الرموز اللفظية التي تحدد المعنى مثل عداء ، متطرف، المعارضة الجانحة، ارهاب فكري ، ...إلى اخره.

–إستخدام الاستعارة في التعبير عن الأشخاص أو المواقف خصوصا بين الناس الذين يعتقدون أن اللغة الإنفعالية تؤدي إلى قبول أكثر لموقف القائم بالاتصال .

في ذات الوقت تشير العديد من البحوث التي قدمها كل من **Burgoon** و**King** و غيرهم إلى أن الرسائل شديدة الانفعال لها تأثير سلبي على المتلقي ، ذلك أن الناس نتيجة للضغط الواقع عليهم يميلون إلى الرسائل الأقل انفعالية، كما يرى الباحثان أن خصائص القائم بالاتصال تعد عنصرا وسيطا في عملية الإقناع ، بمعنى أن الرجال يظلون مقنعين رغم استخدامهم للغة الانفعالية ، أما النساء بحكم انوثتهن يكن أكثر إقناعا باستخدام لغة أقل انفعالية.

- **الإعتماد على شخصيات معروفة و مؤثرة :**

و ذلك بالاستعانة بالمصادر و الشخصيات الأكثر شهرة و الأعلى مصداقية بالنسبة للمتلقي لتعزيز مفعول الرسالة الاقناعية.

- **معاني التوكيد :**

و هي مجموع الألفاظ و العبارات التي تستخدم للتشديد على المعنى المراد ابلاغه.مثل : لا شك في الحقيقة ، فعلا ...الخ ، و ذلك لعرض الرأي على أنه حقيقة لتثبيت الفكرة لدى المتلقي.

- **مخاطبة حاجات و دوافع المتلقي:**

تشير الدراسات في علم الإجتماع و العلاقات العامة ،أن الرسالة تصبح أكثر فاعلية حينما تجعل الموضوع وسيلة لتحقيق الإحتياجات الموجودة فعلا لدى الجمهور، و يؤمن بعض الباحثين أن فاعلية الإعلان ترجع أساسا لاهتمامه المطلق بربط الرسائل بالاتجاهات القائمة ، فقد لاحظ **Lazarsfeld** و**Merton** في كتاب الاتصال الجماهيري ، الذوق العام ، الفعل الاجتماعي المنظم(**1948**)، " أن الاعلان يميل إلى استغلال أنماط السلوك و الاتجاهات السائدة و نادرا ما يسعى ألى غرس اتجاهات جديدة أو خلق اساليب جديدة تماما للسلوك"[2].

---

[1]– محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام و اتجاهات التاثير ، مرجع سبق ذكره ، ص **332**

[2]– جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، الطبعة الثانية ،دار الفكر العربي **1978** ،ص **499** .

- **تأثير رأي الأغلبية او استخدام غريزة القطيع :**

كشفت العديد من الأبحاث على أن الرسائل لها قدرة أكبر على الإقناع إذا كانت تتفق مع رأي الأغلبية و الرأي العام ،و هذا ما يطلق عليه الرغبة في البقاء مع القطيع الكبير و يطلق عليها **Gustav Lebon** العدوى النفسية في حين أن الرسائل التي تخاطب رأي الأقلية لا تحتمل أن تكسب مؤيدين لها ،" معظم الناس يميلون إلى الموافقة على الإقتراحات و المنتوجات أو الخدمات التي يراها الأغلبية في الجماعة مقبولة "[1].

ثانيا : <u>الأساليب العقلية</u>

تهدف الأساليب العقلية إلى مخاطبة العقل لما يتميز به من بداهة و يقين كما عبر بذلك الفيلسوف رونيه ديكارت و ما يتميز به العقل من قدرة على الوصول إلى الظواهر الخاصة بالقواعد الكلية ، كما يرى افلاطون " أن العقل قادر على اكتساب المعرفة و الوصول إلى الحقائق المطلقة أو عالم المثل و حقيقته بطرق مختلفة "[2] ، و يكون ذلك بتقديم و إبراز الحجج و الأدلة و البراهين لإقناع المتلقي ،و تفنيد الآراء المضادة بعد مناقشتها و تحليلها بهدف تحقيق المعرفة باعتبارها كما عبر عنها ديكارت :"المعرفة تأتي عن طريق التحليل الذي يرد الأشياء إلى عناصرها البسيطة "[3] ويستخدم هذا النوع من الأساليب ما يلي:

- **الوضوح و الضمنية:**

أجريت العديد من البحوث في مجال مضمون الرسالة و كيفية تقديمها ، حيث أشارت إلى ان الرسالة الاقناعية تكون ذات فاعلية كلما ذكرت أهدافها و نتائجها المحققة بدلا من ان تترك للجمهور عبء استخلاص النتائج بنفسه و تشير ابحاث كل من هوفلاند و ماندل أن نسبة الأفراد الذين تغيرت اتجاهاتهم من خلال ما قدمته بلغت الضعف عندما قدم المصدر نتائجه بوضوح و بشكل محدد مقارنة بنسبة الذين غيروا اتجاهاتهم بعد أن استخلصوا نتائجها ضمنيا ، بالتالي فإن المعلومات الواضحة و الحقائق التي تذكر بوضوح يتم نقلها بنجاح أكبر ، في حين أن ترك هدف الرسالة ضمني قد لايحقق التاثير المرغوب ، في نفس الوقت ، أن ذكر الرسالة لكافة اهدافها و التاثير المرغوب الذي تريد ان

---

[1] -KEVIN HOGAN , THE PSYCHOLOGY OF PERSUASION ,PELICAN PUBLISHING COMPANY 3rd EDITION ,U,S,A 2000 P 70.

[2]- عبد الله محمد الفلاحي، نقد العقل بين الغزالي و كانط ،ط 1بيروت،لبنان مجد المؤسسة الجامعية للدراسات 2003 ص 24

[3]- راوية عبد المنعم عباس، ديكارت و الفلسفة العقلية ، د ط ، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية ، ،ص 359

تحدثه قد تقاومها الاتجاهات الموجودة و عمليات الإدراك ،و التعرض الانتقائي و قد وجد كل من **Lazarsfeld** و **Katz**بالمثل أنه كلما كان الإقتراح الذي يقدمه القائم بالاتصال محددا إزداد احتمال إتباع النصيحة ، و لكن مسالة الوضوح و الضمنية تذهب إلى إبعد من ذلك إذا تعلق الأمر بظروف أخرى و هي :

- مستوى ذكاء و تعليم المتلقي.
- درجة صلة الموضوع بالذات او اهمية الموضوع .
- نوع القائم باللاتصال .

إن الملاحظ أنه من الأفضل ترك الهدف ضمني للرسالة كلما زاد ذكاء المتلقي ، أما إذا كان أقل ذكاء فانه قد لا يتمكن من إدراك محتوى الرسالة ضمنيا ، لذا فمن الاحسن ذكر النتائج و الأهداف صراحة و علنا، كما أن اهمية الموضوع بالنسبة للجمهور يشير إلى امكانية وجود معلومات عنه ، بالتالي فإن استخلاص النتائج ضمنيا يكون أكثر فاعلية لمن لديه من الخبرة حول الموضوع ما يكفي ليمحص الموضوع او الرسالة .

إن درجة تعقيد الرسالة له علاقة بمدى استخلاص النتائج ، فإذا كان الموضوع معقدا كان من الأفضل تقديم النتائج بشكل محدد ، كما أن درجة الثقة بالمصدر تؤثر في إقناع المتلقي بالرسالة فإذا كان محل شكوك فإن تأثيره لن يكون فعالا أو قد لا يقع أصلا .

تشير جيهان رشتي " أن الرسالة التي تقدم سلسلة من الحجج المعقدة و غير المالوفة عن موضوعات غير شخصية للأفراد الاقل ذكاء تصبح أكثر فاعلية حينما تقدم نتائجها بشكل محدد عما إذا تركت الجمهور يخرج بنتائجه"[1].

- **تقديم الرسالة لأدلة و الحجج العقلية:**

إن الإعتماد على الإدلة و الحجج في عملية الإقناع يجعل الرسالة ذات فاعلية و تأثير ، إذ يحاول أغلب القائمين بالاتصال أن يدعموا رسائلهم الإقناعية بمختلف الأدلة و الحجج ، و أساس ذلك أن مصدر الرسالة يستطيع أن يضفي نوعا من الشرعية و الثقة في المصدر التي يقدمها ما يزيد من قدرته في الإقناع ، و هذه الفكرة ليست و ليدة اليوم بل تمتد إلى أزمان بعيدة من التاريخ الانساني فقد كان الفلاسفة يعتمدون على الحجج لاقناع غيرهم في مجالس الخطابة و النقاش حيث كان البرهان يعتمد أساسا للاقناع و يعني ارسطو بالبرهان :" القياس الذي يكون من مقدمات

[1]- جيهان رشتي مرجع سبق ذكره ، ص 488 .

صادقة اولية "[1]، إذ نحس في كتابه(السماء) بما لبراهين الوجود من طابع خطابي يتميز بالاحتجاج الجدلي ،لقد سعى أرسطو في هذا الكتاب إلى جانب رغبته في البرهنة إلى الإقناع و إثارة شعور المستمع و دفعه القبول و الإعجاب بالكمال الرباني الذي تتسم به الكائنات السماوية.

هناك العديد من العوامل التي تلعب دورا هاما في مدى فاعلية الادلة و الحجج في الإقناع أهمها درجة تصديق المرسل و المصادر ، كما أن درجة التصديق و الإقناع تتطلب حسن تقديم الرسالة للشواهد و البراهين المدعمة لتأثيرها في المتلقي ،و إحداث التغيير في الاتجاه و السلوك ، و لكن هناك إعتباران هامان هما:

– العلاقة بين ذكاء المتلقي و تأثير دعم الرسالة بالأدلة .

–تأثير الأدلة على الإقناع المضاد الذي قد يتعرض له المتلقي في المستقبل.

يرى الباحث كلاين أن تقديم دليل محدد يؤثر في المتلقي الذي يتمتع بدرجة ذكاء عالية من المتلقي ذو المستوى الأقل ذكاء ،بالتالي فالأدلة عامل أساسي في تحصين المتلقي بجرعة تحميه من الدعاية المضادة و تجعل المواقف و الآراء أكثر ثباتا و استقرارا ، و تشير جيهان رشتي إلى بعض التعميمات المتعلقة بتأثيرات تقديم الأدلة و هي:

–إستخدام الرسالة للأدلة متعلق أساسا بادراك المتلقي لصدق المصدر " فكلما زاد صدق المصدر كلما قلت الحاجة لمعلومات تؤيد او تدعم ما يقوله".

–التقديم الضعيف للرسالة يقلل من تاثير و وقع اي دليل و حجة.

–تقديم الاسانيد يكون وقعه أكبر على الجمهور الذكي.

–إن معرفة أو اعتياد الجمهور للأدلة سيقلل من وقعها عليه.

–بعض الموضوعات بحاجة إلى الادلة و الحجج التي تدعمها أكثر من غيرها.

تجدر الاشارة الى ان الدليل الذي يقدم حقائق يختلف عن الدليل الذي يقدم اراء ، لان تاثيراتها تختلف ، والواقع ان الابحاث حول هذا الموضوع لم يخضع للسيطرة لان اغلب الباحثين استخدموا كلا النوعين من الرسائل ما جعل معرفة اي منهما اكثر اقناعا أمرا صعبا من جانب الباحثين.

[1]– الطاهر وعزيز ، المناهج الفلسفية ، الطبعة الاولى ،بيروت ،لبنان ، المركز الثقافي العربي، **1990** ، ص **99**

- **عرض جانب واحد من الموضوع أو عرض الجانبين المؤيد و المعارض:**

كثيرا ما يطرح هذا السؤال: هل يكون الاقناع أكثر فاعلية عندما يقدم الحجج التي تدعم جانبا واحدا من الموضوع أم التي تقدم الحجج المعارضة؟

يعتبر عرض و تحليل الاراء المتباينة للموضوع أحد الأساليب الإقناعية العقلية" حيث يقوم بعرض جانبي الرسالة المؤيد و المعارض و تقديم الحجج و الشواهد المنطقية على صدقية رسالته حيث يقدم كل ما يؤيد وجهة نظره مترافقا مع تقديم كل ما يفند الآراء المضادة لها"[1].

أجرى قسم المعلومات و التعليم بوزارة الدفاع الامريكية أثناء الحرب العالمية الثانية مجموعة من الأبحاث حول الموضوع و قام كل من **Hoveland Lumsdaine sheffield** و وجدوا أن تقديم الحجج المعارضة و المؤيدة أكثر فاعلية و تأثيرا بالنسبة للفرد المتعلم ،و عندما يكون الجمهور مترددا حيال الموضوع ، و أن تقديم جانب واحد من الموضوع له فاعلية أكبر في توجيه وإقناع الجمهور الاقل تعليما أو المؤيدين أصلا للفكرة المطروحة ،و التأثير في هذه الحالة يصبح تدعيما، كما أثبتت الدراسات أن " الرسالة التي تذكر جانبي الموضوع المؤيد و المعارض أكثر قدرة تحصين المستمع من الدعاية المضادة ، في حين أن الرسالة التي تعرض جانبا واحدا غير قادرة على تحصين الجمهور "[2] ، و قد لخص **Janis** و**Kily** و**Hoveland** (**1953**) الفائدة النسبية للرسائل التي تعرض الجانبين:

– عرض جانبي الموضوع أكثر فاعلية على المدى الطويل من عرض جانب واحد.

– تقديم جانبي الموضوع المؤيد و المعارض أقل فاعلية من تقديم جانب واحد إذا كان الجمهور يتفق أصلا مع موقف القائم بالاتصال، و غير معرض للدعاية المضادة.

و تضيف جيهان رشتي الى ذلك أن:

–عرض جانبي الموضوع يكون اكثر فاعلية حينما لا يكون الجمهور على علم بنية القائم بالاتصال و رغبته في التاثير عليه.

–حينما يكون اعضاء الجمهور اكثر ذكاء .

–حينما يرغب القائم بالاتصال في ان يبدو حياديا و موضوعيا.

---

[1]– جودت شاكر محمود،الاتصال في علم النفس ، ط**1** ، عمان ،الاردن دار صفاء ، **2013** ص**661** .

[2]– جيهان رشتي ، مرجع سبق ذكره، ص **492** .

- **ترتيب الحجج الإعلامية:**

غالبا ما يطرح هذا السؤال أثناء عملية الإقناع: أي الحجج أكثر فاعلية التي تقدم في أول الرسالة ام التي تقدم في آخرها ؟.

" عادة ما يشار إلى الرسالة التي تحتجز أقوى و أهم الحجج الى النهاية على أنها تستخدم ترتيب الذروة أو تأثير النهاية **"recency "** ، أما الرسالة التي تقدم الحجج الأقوى في البداية فهي تتبع تأثير عكس الذروة أو تأثير البداية **"primacy"**[1]، لقد اظهرت الدراسات حول هذا الموضوع أن الحجج التي تقدم في البداية تترك أثرا أكبر من الحجج التي تقدم في النهاية ، بينما اظهرت دراسات أخرى العكس.

تتوقف فاعلية الرسالة في تغيير الاتجاهات المتعلقة بالعوامل المتصلة بدوافع التعلم ، "تشير نظريات التعلم إلى أن تقديم الجوانب أو الحجج الأكثر قوة في البداية سوف تساعد على إثارة اهتمام المتلقي بالموضوع ، و خصوصا إذا لم يكن المتلقي لديه اهتمام بالموضوع بداية " [2]، و بشكل عام فإن ترتيب الذروة يكون أفضل بالنسبة للموضوعات المالوفة لدى الجمهور و التي يهتم بها ، أما ترتيب عكس الذروة يكون أكثر فاعلية بالنسبة للموضوعات غير المألوفة و ليست من أولويات و اهتمامات الجمهور المستهدف.لقد ظهرت العديد من الدراسات حول هذا الموضوع خاصة **Hoveland** و زملاؤه و لم يستطيعوا أن يثبتوا ما مدى صحة و فاعلية الحجج التي تقدم في البداية ، غير أنهم توصلوا إلى أن قبول الحجج قد يتوقف على تقييم الجمهور للقائم بالاتصال و درجة التزامهم .

إن لحجج و الأدلة العقلية مراتب حسب الهدف من عملية الإقناع و هي :

الحجج البرهانية :و هي تفيد اليقين الجازم.

الحجج الجدلية :أي انها ملزمة للمخاطب نظرا لشهرتها التي تقارب قوة اليقين أو لأنها مذهبه.

الحجج الخطابية:فهي التي لا تكون ملزمة للطرف الاخر لكنها تفيد ظنا راجحا .

الحجة الشعرية:تهدف إلى التلاعب بمشاعر المخاطب الذي يتأثر بها وإن كان عالما بخطئها.

و خلاصة القول ، إنه لا توجد قاعدة أو قانون لترتيب الحجج أثناء عملية الإقناع، معنى هذا أن القائم بالاقناع عليه أن يدرك الظروف التي تلائم استخدام الحجج في البداية أو في النهاية.

---

[1]- حسن عماد مكاوي، نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر و التوزيع، مصر، القاهرة الطبعة الاولى **2009** ،ص.**104**

[2]- محمد عبد الحميد ،نظريات الاعلام و اتجاهات التاثير ، مرجع سبق ذكره، ص **331**، **332** .

- **الـتكـــرار** :

يؤمن الكثير من الباحثين في مجال الاتصال بأن تكرار الرسالة من العوامل التي تساعد على الإقناع ، و تعتبر الحملات الإعلانية خير مثال على ذلك ، فهي تعتمد على تعزيز رسائلها بالتكرار، لكن بالرغم من الفوائد الجمة للتكرار إلا أنه قد يثير بالتالي الملل ، و لهذا اقترح بعض الباحثين أن التكرار بالتنويع يثير احتياجات المتلقي ، إذ يرى **Merton** أن التكرار بالتنويع ساهم في نجاح كيت سميث في حض الجمهور على شراء سندات الحرب و استخدام ستون استمالة و كل واحدة مستقلة و متنوعة عن الاخرى .

مهما يكن فإن التكرار بالغ الاهمية في عملية الإقناع لأنه يشكل تذكيرا للمتلقي بالرسالة و دفعه إلى الإقتناع بها .

تقديم الموضوع بالأرقام و الإحصائيات و الحقائق العلمية : و هذا الأسلوب من شأنه أن يقنع المتلقي بصحة الرسالة و مدى واقعيتها و مخاطبتها للعقل .

الاستشهاد بالأحداث و الأمثلة الواقعية و التاريخية: و ذلك لبيان مدى حقيقة مضمون الرسالة و مطابقتها للواقع الذي يعيشه الإنسان سواء في الماضي أو الحاضر.

تفنيد وجهة النظر الاخرى: و ذلك لا يكون عشوائيا و إنما يكون مبنيا على أسس علمية و حجج منطقية من شأنها حمل الجمهور على الإقناع و تبني وجهة نظر المصدر.

2-1-5 أساليب الإقناع في الدعوة الإسلامية و المنطق:

إن الـدعوة إلى الله هـي رسـالة كـل الأنبيـاء و الرسـل و قـد حـدد القـرآن الكـريم منهجهـا، و فصلت السنة النبوية الشريفة أساليبها فهي دعوة عالمية خالدة إلى الناس كافة ، فقد أرسل الله سبحانه و تعالى سيدنا محمدا صلى الله عليه و سلم بالهدى و دين الحق ليكون مبشرا و نذيرا و داعيـا إلى الله ، إذ يقـول الله تعـالى : ﴿ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦۖ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ﴾ "[1]، يشـرح شـيخ الاسلام ابن تيمية هذه الاية قائلا: "و من تمام ذلك يعني تلازم العلم و العمل ،أن الله أمر نبيه إلى سبيل ربه بالحكمة و الموعظة و يجادلهم بالتي أحسن ، و هذه الطرق الثلاثة هي النافعة في العلم

[1]- سورة النحل الاية 125

و العمل "[1]، و تشير الآية إلى أن الدعوة الإسلامية تكون بالحكمة و الموعظة الحسنة و الجدل بالتي هي أحسن و هو الأساس الذي ينبني عليه تأصيل أساليب الإقناع في مجال الدعوة.

أولا: الحكمة:

تعتبر الحكمة أحد الركائز الأساسية في الدعوة الإسلامية بهدف إقناع المدعوين" فهي النظر في أحوال المخاطبين و ظروفهم ،و القدر الذي يبينه الداعية لهم في كل مرة حتى لا يثقل عليهم و لا يشق بالتكاليف قبل استعداد النفوس لها "[2] ، و تمثل الحكمة أسلوب الإقناع بالحجج و الادلة القطعية التي تستميل العقل ، و يشير ابن تيمية إلى أن الحكمة هي الكتاب و السنة.

ثانيا : الموعظة الحسنة :

و هو أسلوب مخاطبة القلوب بكل رفق و لين فهي استمالة الوجدان و القلوب من خلال الترغيب و الترهيب.

ثالثا : الجدل بالتي هي احسن:

الجدل علم له ضوابطه و أساليبه ، فهو " فن الحوار و المناقشة و درة كلامية و براعة حجاجية ، و طريقة في المناقشة و الاستدلال "[3]، و يكون الجدل في مجال الدعوة بلا تحامل على المخالف في الرأي و تقبيح له فيشعره الداعي بأن الهدف من الجدل لا يرمي إلا لبيان الحقيقة ، قال تعالى : ﴿وَلَا تُجَٰدِلُوٓاْ أَهۡلَ ٱلۡكِتَٰبِ إِلَّا بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُ إِلَّا ٱلَّذِينَ ظَلَمُواْ مِنۡهُمۡۖ﴾ [4] ، أي هو التقيد بالتهذيب في القول و بهذا يرتقي المسلم في جداله بالآدب و الأخلاق دون أن ينفر المدعو .

لقد ورد في قصة سيدنا إبراهيم عليه السلام صور من الجدل ، قال تعالى: ﴿وَتِلۡكَ حُجَّتُنَآ ءَاتَيۡنَٰهَآ إِبۡرَٰهِيمَ عَلَىٰ قَوۡمِهِۦۚ نَرۡفَعُ دَرَجَٰتٖ مَّن نَّشَآءُۗ إِنَّ رَبَّكَ حَكِيمٌ عَلِيمٞ﴾" [5]، فعندما يئس سيدنا إبراهيم من هداية قومه و إقناعهم بصدق دعوته ،أراد أن يقيم عليهم الحجة فقام بكسر الأصنام التي اتخذوها آلهة لهم دون الله ، " و عندما فشا استهزاؤه بالهتهم التي لا تنطق و لا تنفع و لا تضر

---

[1]- عابد بن عبد الله الثبيتي ، قواعد و ضوابط فقه الدعوة عند شيخ الاسلام ابن تيمية ، الطبعة الاولى دار ابن الجوزي ، 1828 ص 244 .

[2]- عبد الله شحاتة ،الدعوة الإسلامية و الإعلام الديني ، الطبعة الثانية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1986 ص 6

[3]- يوسف عمر لعساكر ،الجدل في القران خصائصه و دلالاته ، رسالة ماجيستير في الدراسات اللغوية و النظرية ،جامعة الجزائر ،السنة الجامعية 2004 /2005 ،ص 28

[4]- سورة العنكبوت ،الاية 46 .

[5]- سورة الانعام الاية 83 .

، فدعاه النمرود فحاجه "[1] ، قال تعالى: ﴿ أَلَمْ تَرَ إِلَى ٱلَّذِى حَآجَّ إِبْرَٰهِـۧمَ فِى رَبِّهِۦٓ أَنْ ءَاتَىٰهُ ٱللَّهُ ٱلْمُلْكَ إِذْ قَالَ إِبْرَٰهِـۧمُ رَبِّىَ ٱلَّذِى يُحْىِۦ وَيُمِيتُ قَالَ أَنَا۠ أُحْىِۦ وَأُمِيتُ ۖ قَالَ إِبْرَٰهِـۧمُ فَإِنَّ ٱللَّهَ يَأْتِى بِٱلشَّمْسِ مِنَ ٱلْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ ٱلْمَغْرِبِ فَبُهِتَ ٱلَّذِى كَفَرَ ۗ وَٱللَّهُ لَا يَهْدِى ٱلْقَوْمَ ٱلظَّٰلِمِينَ ﴾[2]، ففي هذه الآية يحاجج سيدنا إبراهيم النمرود و يجادله بالتي هي أحسن، و يقيم عليه الحجة ليبهته و يجعله في الاخير غير قادر على مجاراته عليه السلام.

إن المتامل في حياة النبي صلى الله عليه و سلم يرى فيه صفات الداعية الحكيم ، و تنتظم فيه صفات الحكمة و الموعظة الحسنة و الجدل بالتي هي أحسن في علاقاته الإنسانية ، ما يرسم للبشرية المنهج الذي يحكم حياة الانسان من فنون التعامل ، و الحادثة التي بين أيدينا تمنحنا صورة جلية عن النمهج النبوي الحكيم في الدعوة إلى الله و معالجة المشكلات.

عن أبي أمامة رضي الله عنه قال :" أن فتى شابا أتى النبي صلى الله عليه و سلم فقال : يا رسول الله ائذن لي بالزنا ، فأقبل القوم عليه فزجروه ،قالوا: مه مه ، فقال صلى الله عليه و سلم :أدنه ، فدنا منه قريبا ، قال : فجلس ، قال :أتحبه لأمك ؟ قال :لا و الله ،جعلني الله فداءك ،قال : و لا الناس يحبونه لامهاتهم ، قال :أفتحبه لابنتك ؟قال: لا و الله يارسول الله ، جعلني الله فداءك و لا الناس يحبونه لبناتهم ، قال: أفتحبه لأختك ؟ قال: لا و الله ، جعلني الله فداءك ، قال: و لا الناس يحبونه لأخواتهم ، قال أفتحبه لعمتك؟ قال: لا و الله جعلني الله فداءك ، قال : و لا الناس يحبونه لعماتهم ، قال : أفتحبه لخالتك ؟ قال : لا و الله ، جعلني الله فداءك ، قال : و لا الناس يحبونه لخالاتهم ،قال: فوضع يده عليه ، و قال :(اللهم اغفر ذنبه ، و طهر قلبه ، و حصن فرجه) فلم يكن بعد ذلك الفتى يلتفت الى شئ"[3].

إن النظر إلى الإقناع في الدعوة الإسلامية من خلال القرآن الكريم و السنة النبوية الشريفة يبين أنها تستخدم أساليب عقلية تخاطب عقل الإنسان من خلال الحجج القطعية و أساليب عاطفية تهدف إلى استمالة العاطفة و الوجدان.

---

[1]- ابي اسحاق احمد بن ابراهيم النيسابوري ،عرائس المجالس ، الطبعة الرابعة ، بيروت،لبنان ،دار الكتب العلمية، 2004 ص69

[2]- سورة البقرة الاية 258

[3]- أحمد ابن حنبل، مسند الإمام أحمد ابن حنبل،كتاب تتمة مسند الأنصار، باب حديث أبو أمامة الباهلي، رقم 22211، ج36، ص 545.

الأساليب العقلية :

الإستدلال بالحجج و البراهين:

يعتبر الإستدلال أحد أهم الأساليب الإقناعية العقلية يستخدم للوصول إلى المعرفة ،فمن وجهة النظر الفلسفية المنطقية هو " استنتاج قضية مجهولة من قضية أو من عدة قضايا معلومة ،أو هو التوصل إلى حكم تصديقي مجهول بملاحظة حكم تصديقي معلوم ، أو بملاحظة حكمين فأكثر من الأحكام التصديقية المعلومة "[1]

و بهذا فالإستدلال عملية عقلية منطقية تهدف إلى استنتاج قضايا دون اللجوء إلى التجربة، فمثلا إذا أردنا التوصل إلى معرفة أن الله واحد لا شريك له بملاحظة القضيتين التاليتين :

لو كان في الأرض و السماء لآلهة غير الله لفسدتا (ببرهان العقل) ، و الملاحظ أنهما لم تفسدا (ببرهان المشاهدة) ، و نستنتج أنه لا توجد الهة متعددة ، و بهذا فالله واحد لا شريك له ،" و لا بد ان نعلم أن الدليل يأخذ طابع الإلزام ما سلم تركيبه من التناقض و الإختلاف و استعمل في مورده لسلامته من التناقض و الاختلاف "[2]، و مما لاشك فيه أن أدلة القرآن قطعية لا شك فيها فهي من لدن الحق تبارك و تعالى ،فهي بذلك سليمة التركيب خالية من التناقض.

" و الحجة القطعية هي الحجة الصحيحة الثابتة و يقابلها الحجة الحجة الظنية "[3]، و الإستدلال بالحجج القطعية قد يكون:

الإستدلال بالحجج و الأدلة النقلية:

ينقسم الإستدلال بالنقل إلى قسمين الإستدلال الخاص و العام ،

الإستدلال بالنقل الخاص " هو الدليل النصي من كتاب الله تعالى او سنة رسوله صلى الله عليه و سلم أو إجماع أهل العلم "[4]

الاستدلال بالنقل العام : هو كل ما ينقل من مصادره بقصد الاحتجاج و الاستدلال.

و للدليل النقلي مزايا منها:

---

[1]- عبد الرحمان حسن حنبكة الميداني ،ضوابط المعرفة ،الطبعة الرابعة، دمشق دار القلم ، 1993 ص149

[2]- طه عبد الرحمان السبعاوي ،اساليب الاقناع في المنظور الاسلامي ، ط 1 ، بيروت، لبنان دار الكتب العلمية ،2005 ص 245.

[3]- ابراهيم بن صالح الحميدان ،الاقناع و التاثير ، مجلة جامعة الامام ، العدد 49 ،1429 ص 274 .

[4]- المرجع نفسه ، ص 278 .

– يشتمل الدليل النقلي الوارد من الكتاب و السنة على العقليات التي يحتاجها الانسان خاصة في مسائل الاعتقاد .

– الاستدلال بالأدلة النقلية بمصدرها الصحيح الموثوق يختصر على الإنسان مهمة التحقق من القضية المثبتة بالنقل .

ـ يفيد الإستدلال بالنقل في مجال الاقناع و التأثير في الدعوة إلى الله ببيان الباطل و إظهار الحق .

إن ما يعطي القرآن الكريم صفة القطعية و الإلزامية هو إعجازه العلمي و البلاغي، فقد تحدى الله عز وجل المشركين في قريش لإخراج كتاب مثل القرآن "على الرغم من أن القرآن أنزل بلغتهم و قد كانوا سادة الفصاحة و البيان و الشعر و الأدب ، إلا أنهم فشلوا في إخراج سورة واحدة تحاكي القرآن الكريم"[1] .

إن الأدلة التي يكون مصدرها الأهواء و الجدل من أجل الغلبة على حساب اظهار الحق تكون حججها باطلة لانها غير قطعية و الزامية ، و يكون إقناع المجادل بكشف زيف استدلاله و إظهار البديل القائم على الحق .

الإستدلال بالعقل :

الدليل العقلي : هو:" ما أدركه العقل في الموضوع الذي هو محل الإستدلال "[2]

إن مستقبل الرسالة الاقناعية قد لا يقتنع بالمصادر و الأدلة التي يقدمها المرسل في مجال الدعوة ،لهذا فإن الأدلة و البراهين العقلية ، فالنصوص الشرعية إعتمدت على الإستدلالات العقلية و الأمثال المضروبة لبيان الحق و دحض الباطل ، و الإجابة عن حجج و جدال المعارضين و المشركين ،و النقل الصحيح لا يتعارض في أي حال من الأحوال مع العقل بل هما متلازمان و لهذا فان الاستدلال بالادلة العقلية يتميز ب:

– تتوافق الادلة و الحجج العقلية مع الفطرة الإنسانية السليمة.

– يتفق العقلاء على صحتها حتى و ان اختلفت مللهم و أفكارهم .

– موافقتها للنقل الصحيح خاصة في مجال العقائد و الأديان.

---

[1] -Abdur Rahman Bin Hammad Alomar , The religion if truth ,Darussalam KSA p 28

[2] ـ ابراهيم بن صالح الحميدان ،مرجع سبق ذكره ، ص 280 .

– يعتبر الاعجاز العلمي في القرآن و السنة أحد أهم أشكال الأدلة العقلية و لها أثرها البالغ في مجال الدعوة خاصة في بيان النتائج المتوصل إليها في البحوث ما أدى إلى دخول الكثير من غير المسلمين إلى الاسلام.

إن للأدلة العقلية أهمية كبيرة في عملية الإقناع في مجال الدعوة و لا تقل أهمية عن المصادر و الحجج الشرعية رغم أهميتها القصوى.

و يشتمل الاستدلال في مجال المنطق على ما يلي :

أولا : الاستدلال بالمنطق غير المباشر: و يشمل القياس،التمثيل ،الاستقراء.

1- القياس:

يعتبر القياس أحد أشكال الإستدلال غير المباشر ، و يمثل القياس المنطقي:" صيغة شكلية لإثبات حقائق سبق العلم بها ، و لكن حصلت الغفلة عن جوانب منها ،إذ يأتي **القياس المنطقي** منبها عليها أو ملزما الخصم بالتسليم بها إذا هو أنكرها ، و هو قول مؤلف من قضايا إذا سلمت لزمت عنها لذاتها قول آخر كقولنا العالم متغير و كل متغير حادث فانه قول مركب من قضيتين إذا سلمنا لزم عنهما لذاتهما العالم حادث"[1] .

القياس الفقهي: "هو حمل فرع على اصله لعلة مشتركة بينهما "[2].

لابد للقياس من وجود قضيتين او اكثر بينهما حد مشترك متكرر فيهما كما هو موضح في المثال التالي:

الشمس كتلة من نار (القضية الاولى).

و كل نار محرقة (القضية الثانية).

الملاحظ أن القضيتين تشتملان على حد متكرر و مشترك بينهما هو النار ، نستنتج من هذه العملية العقلية أن الشمس محرقة و هي القضية الجديدة ، للقياس العديد من اللواحق منها:

[1]_عبد الرحمان حنبكة الميداني ،مرجع سبق ذكره ص 227

[2]_طه عبد الله محمد السبعاوي ،مرجع سبق ذكره ، ص 223

قياس العلة:

تحتوي بعض الاقيسة على المنطقية على العلة ، و يطلق عليه الفقهاء قياس العلة و يسميه المنطقيون برهان اللم او البرهان اللمي.مثال:

ابو لهب /مات مشركا/و كل من مات مشركا/لا يغفر الله له/

حد اصغر/ حد اوسط / /حد اوسط / /حد اكبر/

إذن فأبو لهب لا يغفر الله له.

و بهذا فان الحد الأوسط في القياس هو علة الحد الأكبر ، و نلاحظ في المثال السابق ان علة عدم مغفرة الله لمن مات على الشرك هو الموت على الشرك.

قياس الخلف:

" هو اثبات المطلوب بابطال نقيضه "[1]، ففيه يتبين المطلوب من جهة تكذيب نقيضه ، و من أمثلة قياس الخلف في القرآن الكريم من خلال إبطال حجج المشركين و عبادتهم للأوثان و اثباته التوحيد لله سبحانه و تعالى " فالله الواحد الاحد الذي ليس له و لد و لا شريك و ليس كمثله شئ" [2]، إذ قال تعالى:﴿ لَوۡ كَانَ فِيهِمَآ ءَالِهَةٌ إِلَّا ٱللَّهُ لَفَسَدَتَاۚ فَسُبۡحَٰنَ ٱللَّهِ رَبِّ ٱلۡعَرۡشِ عَمَّا يَصِفُونَ ﴾[3] ، بما انهما لم تفسدا فالنتيجة أن الله واحد و لا شريك له.

القياس الاقتراني الشرطي:

يتألف من قول شرطي ، و قول حملي يستخلص منهما النتيجة.

2- التمثيل

التشبيه و التمثيل كلمتان مترادفتان من حيث الدلالة اللغوية فهو " الدلالة على اشتراك امرين في المعنى بآلة مصحوبة ك الكاف ظاهرة او مقدرة "[4].

---

[1]- المرجع نفسه ، ص 224 .

[2] -Abdul Rahman Abdullah, Who is Allah and his prophet ,Darussalam,1st edition KSA 1999p6

[3]- سورة الانبياء الاية 22 .

[4]- علال نوريم ،جديد الثلاثة الفنون في شرح الجوهر المكنون ،دط ،مطبعة النجاح ،الدار البيضاء2007 ،ص 12

هو أحد أشكال الاستدلال غير المباشر و يعرفه المناطقة:" قول مؤلف من قضايا تشتمل على بيان مشاركة جزئي لاخر في علة الحكم فيثبت الحكم له "[1]، يقوم التمثيل على تشبيه أمر بآخر في العلة و اعتبار هذا الشبه سببا لقياس قضية على أخرى لتشاركهما في الظاهرة.

مثال: إفتراض العلماء وجود كائنات على سطح المريخ لوجود ظواهر دالة على أسباب الحياة فيه لمشابهته لكوكب الارض.

3- الإستقراء:

يمثل الإستقراء أحد أنواع الإستدلال غير المباشر ، إذ يمثل"انتقال المعرفة من القضايا الجزئية إلى الموضوعات العامة "[2] ، و يسمى أيضا الإستدلال الفاحص الذي ينتقل من الظواهر إلى القوانين، و يهدف الإستقراء إلى الوصول إلى المعرفة ، و قد ساهم المنطق الحديث في توسيع دائرته من خلال الكشف عن المجهول و استخدام القياس لضبط النتائج التي يصل إليها ، كما يهدف إلى الوصول إلى القوانين العامة من خلال استخلاص العلاقات بين الظواهربهدف وضع قواعد المعرفة العلمية.

ثانيا : أسلوب السبر و التقسيم:

يعتبر السبر و التقسيم من الأساليب العقلية المستعملة في الإقناع ، و معناهما واحد و هو:" إيراد أوصاف الأصل أي المقيس عليه و إبطال بعضها ليتعين الباقي للعلية (أي العلة و السبب)، و هذا يعني حصر الأوصاف في الأصل بشكل جامع و من ثم إلغاء بعضها ليتعين الباقي للعلية "[3] ، و مثال ما ورد في القرآن الكريم من السبر و التقسيم قوله تعالى :﴿ ثَمَٰنِيَةَ أَزۡوَٰجٖۖ مِّنَ ٱلضَّأۡنِ ٱثۡنَيۡنِ وَمِنَ ٱلۡمَعۡزِ ٱثۡنَيۡنِۗ قُلۡ ءَآلذَّكَرَيۡنِ حَرَّمَ أَمِ ٱلۡأُنثَيَيۡنِ أَمَّا ٱشۡتَمَلَتۡ عَلَيۡهِ أَرۡحَامُ ٱلۡأُنثَيَيۡنِۖ نَبِّـُٔونِي بِعِلۡمٍ إِن كُنتُمۡ صَٰدِقِينَ ١٤٣ وَمِنَ ٱلۡإِبِلِ ٱثۡنَيۡنِ وَمِنَ ٱلۡبَقَرِ ٱثۡنَيۡنِۗ قُلۡ ءَآلذَّكَرَيۡنِ حَرَّمَ أَمِ ٱلۡأُنثَيَيۡنِ أَمَّا ٱشۡتَمَلَتۡ عَلَيۡهِ أَرۡحَامُ ٱلۡأُنثَيَيۡنِۖ أَمۡ كُنتُمۡ شُهَدَآءَ إِذۡ وَصَّىٰكُمُ ٱللَّهُ بِهَٰذَاۚ فَمَنۡ أَظۡلَمُ مِمَّنِ ٱفۡتَرَىٰ عَلَى ٱللَّهِ كَذِبٗا لِّيُضِلَّ ٱلنَّاسَ بِغَيۡرِ عِلۡمٍۗ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يَهۡدِي ٱلۡقَوۡمَ ٱلظَّٰلِمِينَ ﴾[4].

---

[1] _ عبد الرحمان حنبكة الميداني ،مرجع سبق ذكره ، ص **290** .

[2] –ابراهيم مصطفى ابراهيم ،منطق الاستقراء ،دط ، مطبعة الانتصار، الاسكندرية ، 1999 ،ص،18 .

[3] _ طه عبد الله محمد السبعاوي،مرجع سبق ذكره ، ص **117** .

[4] _ سورة الانعام الاية **143** ، **144** .

في هذه الآية رد الله سبحانه و تعالى على الكفار الذين كانوا يجادلون في تحريم الذكور تارة و الإناث تارة أخرى باستخدام السبر و التقسيم ، ذلك أن : الخلق لله كله ، خلق الذكور و الإناث، فمن أين جاء وجه التحريم الذي ذكره الكفار مادام هو الخالق ، زد على ذلك أن الأخذ عن الله تعالى لا بد أن يكون بواسطة رسول اليهم و هو باطل بالنسبة اليهم ، و إما أن يكون دون واسطة و هذا غير ممكن ، بالتالي إذا بطل كل ذلك ثبت أن ادعاءاتهم باطلة ، فعدم وجود وحي من الله يحرم ذلك او امر من رسول اليهم ، فكلا الاحتمالين غير موجودين فهذا كله كذب و ادعاء و تبين ذلك من خلال أسلوب السبر و التقسيم.

ثالثا- أسلوب التعريف:

يعتبر التعريف أحد أهم أساليب الإقناع العقلية من خلال بيان معاني الألفاظ من خلال تحديد ماهية الأشياء ، إذ يعرفه أبو حامد الغزالي:" هو القول الدال على تمام ماهية الشيء ، و اللفظ الشارح للفظ بتعديد صفاته الذاتية و اللآزمة على وجه يميزه عن غيره"[1].

رابعا: اسلوب الاستفهام :

يعرف الجرجاني الاستفهام :"بأنه استعلام ما في ضمير المخاطب ، و قيل هو طلب حصول صورة الشيء في الذهن فإن كان تلك الصورة وقوع نسبة بين الشيئين ،أو لا وقوعها فوقوعها هو التصديق ، و إلا فهو التصور"[2] ، و يتعدى أسلوب الإستفهام في مجال الدعوة حد المقدمات كما جرى الأمر عند المنطقيين ليبلغ حد التسليم ليشمل الناس جميعا بأكثر قوة و أبلغ تأثير لأنه ينطلق من قطعية القران ، و يختلف الاستفهام التقريري **hypophora** عن الاستفهام المجازي **rhetorical question**، فالاول يخاطب العقل و الثاني يخاطب العاطفة ، "إن الاستفهام التقريري يحاول الحصول على المعلومات من المستمع الذي لا يعرفه المتكلم "[3].

[1]–مهدي فضل الله ، علم المنطق ،الطبعة الثالثة ، بيروت ، دار الطليعة للنشر و التوزيع ، 1985 ص 77

[2]– الجرجاني ، مرجع سبق ذكره ،ص 17

[3] – Angela Downing and Philip Lock ,English Grammar,2nd edition ,USA,Routledge ,2006 p201

الأساليب العاطفية :

تتمثل الأساليب العاطفية في مجال الدعوة فيما يلي:

1- الترغيب و الترهيب : يعتبر الترغيب و الترهيب من أكثر الاساليب المستخدمة في مجال الدعوة الاسلامية بهدف اقناع المخاطب بما يحقق له الخير و النفع و يبعده عن الشر.

الترغيب في اللغة: من الفعل رغب ، يرغب ، رغبة ، أراده ، و أرغبه غيره و رغبة و الرغيبة الأمر المرغوب فيه و العطاء الكثير ، و رغبة بالضم هو المسالة"[1]، و إذا كان الفعل رغب مع (عن) ، أي رغب عن شئ ما أي لم يرده .

أما **الترهيب** "من الفعل (رهب) ، يقال أرهبه و استرهبه أخافه و ترهبه ، توعده ، و يقال رهبه رهبا و رهبة و رهبا ،أي خافه ، أرهب فلانا خوفه و فزعه"[2].

لقد ذكرت مادة الترغيب و الترهيب في القران الكريم في مواضع عديدة منها قوله تعالى قَالَ﴿ أَرَاغِبٌ أَنتَ عَنْ ءَالِهَتِى يَـٰٓإِبْرَٰهِيمُ ﴾[3] ، ، و قوله تعالى:﴿ إِنَّهُمْ كَانُوا۟ يُسَـٰرِعُونَ فِى ٱلْخَيْرَٰتِ وَيَدْعُونَنَا رَغَبًا وَرَهَبًا ۖ وَكَانُوا۟ لَنَا خَـٰشِعِينَ ﴾[4].

" فالترغيب و الترهيب تشويق الناس إلى ثواب الله و الجنة و تخويفهم من عذاب النار ، و النفوس السوية مجبولة على الخوف و الفزع و على حب الخير "[5] ، و آيات الترغيب و الترهيب كثيرة في القران الكريم منها قوله تعالى: ﴿ وَأَصْحَـٰبُ ٱلْيَمِينِ مَآ أَصْحَـٰبُ ٱلْيَمِينِ ﴿٢٧﴾ فِى سِدْرٍ مَّخْضُودٍ ﴿٢٨﴾ وَطَلْحٍ مَّنضُودٍ ﴿٢٩﴾ وَظِلٍّ مَّمْدُودٍ ﴿٣٠﴾ وَمَآءٍ مَّسْكُوبٍ ﴿٣١﴾ وَفَـٰكِهَةٍ كَثِيرَةٍ ﴿٣٢﴾ لَّا مَقْطُوعَةٍ وَلَا مَمْنُوعَةٍ ﴿٣٣﴾ وَفُرُشٍ مَّرْفُوعَةٍ ﴾[6] ، و قال تعالى:﴿ وَٱسْتَفْتَحُوا۟ وَخَابَ كُلُّ جَبَّارٍ عَنِيدٍ ﴿١٥﴾ مِّن وَرَآئِهِۦ جَهَنَّمُ

---

[1] الفيروزابادي ،القاموس المحيط ، فصل الراء ،باب الباء ص 74 .

[2] المعجم الوجيز ، مجمع اللغة العربية ،دط، جمهورية مصر العربية 1993 ، ص 279 .

[3] سورة مريم الاية 46 .

[4] سورة الانبياء الاية 90 .

[5] عبد الحليم محمد الرمحي ،مفاهيم في فقه الدعوة و اساليبها ،الطبعة الاولى ،عمان ،الاردن، دار و مكتبة الحامد ، 2002 ص 142

[6] سورة الواقعة الايات من 27 الى 34 .

وَيُسۡقَىٰ مِن مَّآءٖ صَدِيدٖ ١٦ يَتَجَرَّعُهُۥ وَلَا يَكَادُ يُسِيغُهُۥ وَيَأۡتِيهِ ٱلۡمَوۡتُ مِن كُلِّ مَكَانٖ وَمَا هُوَ بِمَيِّتٖۖ وَمِن وَرَآئِهِۦ عَذَابٌ غَلِيظٞ ﴾[1].

صور الترغيب و الترهيب في المنظور الإسلامي:

إن لأساليب الترغيب و الترهيب أشكالا عدة في القرآن الكريم و السنة النبوية الشريفة و ذلك بهدف إيصال الرسالة بشتى الطرق التي تكفل إقناع المخاطب بها و تتمثل فيما يلي:

- **اولا: صور الترغيب:**

1- الوعد : لقد جاء الوعد في القرآن الكريم دالا على الخير و من ذلك قوله تعالى: ﴿ وَعَدَ ٱللَّهُ ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ وَعَمِلُواْ ٱلصَّٰلِحَٰتِ مِنۡهُم مَّغۡفِرَةٗ وَأَجۡرًا عَظِيمَۢا ﴾[2].

2ـ ضرب الامثال : ذكر الله تعالى في القران الكريم الامثال باسلوب مرغوب لدى النفس و يحمل المثل هنا صفة الوعظ و التوجيه و منه قوله تعالى : ﴿ مَّثَلُ ٱلَّذِينَ يُنفِقُونَ أَمۡوَٰلَهُمۡ فِي سَبِيلِ ٱللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنۢبَتَتۡ سَبۡعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنۢبُلَةٖ مِّاْئَةُ حَبَّةٖۗ وَٱللَّهُ يُضَٰعِفُ لِمَن يَشَآءُۗ وَٱللَّهُ وَٰسِعٌ عَلِيمٌ ﴾[3].

3ـ التفخيم و التعظيم للمرغب فيه : لقد أولى القرآن الكريم اهتماما بهذا الشكل من الترغيب لما فيه زيادة للثقة و الاقتناع بالشئ المرغب فيه ، و من أمثلة ما جاء في القرآن الكريم قوله تعالى:﴿ لَوۡ أَنزَلۡنَا هَٰذَا ٱلۡقُرۡءَانَ عَلَىٰ جَبَلٖ لَّرَأَيۡتَهُۥ خَٰشِعٗا مُّتَصَدِّعٗا مِّنۡ خَشۡيَةِ ٱللَّهِۚ وَتِلۡكَ ٱلۡأَمۡثَٰلُ نَضۡرِبُهَا لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمۡ يَتَفَكَّرُونَ ٢١ هُوَ ٱللَّهُ ٱلَّذِي لَآ إِلَٰهَ إِلَّا هُوَۖ عَٰلِمُ ٱلۡغَيۡبِ وَٱلشَّهَٰدَةِۖ هُوَ ٱلرَّحۡمَٰنُ ٱلرَّحِيمُ ﴾[4]

4ـ التيسير و عدم التعسير : إن النفس البشرية بطبيعتها تميل إلى اليسير و تنفر من العسير من الأمور لكلفتها ، و عدم القدرة على تحملها أو أدائها و لذلك جاء الإسلام يسيرا لا يحمل الإنسان ما لا يطيق و كثيرة هي الآيات القرانية التي تحمل في طياتها صور التيسير و رفع الحرج و العسر و منها قوله تعالى: ﴿ يُرِيدُ ٱللَّهُ بِكُمُ ٱلۡيُسۡرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ ٱلۡعُسۡرَ ﴾[5].

---

[1]ـ سورة ابراهيم الايات من **15** الى **17**.

[2]ـ سورة الفتح الاية **29** .

[3]ـ سورة البقرة الاية **261** .

[4]ـ سورة الحشر **21** .

[5]ـ سورة البقرة الاية **185**.

ثانيا :صور الترهيب :

1ـ الوعيد : ورد في القران الكريم العديد من صور الوعيد ترهيبا للمخاطبين منها قوله تعالى: ﴿ذَٰلِكَ لِمَنۡ خَافَ مَقَامِي وَخَافَ وَعِيدِ ﴾[1].

2ـ ضرب الامثال :ضرب القران الكريم الكثير من الامثال للترهيب منها قوله تعالى :﴿ مَثَلُ ٱلَّذِينَ حُمِّلُواْ ٱلتَّوۡرَىٰةَ ثُمَّ لَمۡ يَحۡمِلُوهَا كَمَثَلِ ٱلۡحِمَارِ يَحۡمِلُ أَسۡفَارَۢاۚ بِئۡسَ مَثَلُ ٱلۡقَوۡمِ ٱلَّذِينَ كَذَّبُواْ بِـَٔايَٰتِ ٱللَّهِۚ وَٱللَّهُ لَا يَهۡدِي ٱلۡقَوۡمَ ﴾[2].

3ـ التهويل و التعظيم تنفيرا للمرغب عنه : يساهم هذا الاسلوب في زيادة النفور و تقبيح المرهب منه و قد جاء في القران نصوص كثيرة حول التهويل و تعظيم المرغب عنه ،و هذا قوله تعالى :﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ ٱتَّقُواْ رَبَّكُمۡۚ إِنَّ زَلۡزَلَةَ ٱلسَّاعَةِ شَيۡءٌ عَظِيمٞ ۝ يَوۡمَ تَرَوۡنَهَا تَذۡهَلُ كُلُّ مُرۡضِعَةٍ عَمَّآ أَرۡضَعَتۡ وَتَضَعُ كُلُّ ذَاتِ حَمۡلٍ حَمۡلَهَا وَتَرَى ٱلنَّاسَ سُكَٰرَىٰ وَمَا هُم بِسُكَٰرَىٰ وَلَٰكِنَّ عَذَابَ ٱللَّهِ شَدِيدٞ ﴾[3].

4ـ اظهار سلبيات و عيوب المرغب عنه: ان الترهيب من شئ ما باظهار عيوبه و سلبياته و تثير في المتلقي الاحساس بعدم جدوى شئ ما ، و يشتمل القران الكريم على العديد من الايات تمثل هذه الصورة من الترهيب .

5ـ اظهار الفارق بين المرغوب فيه و المرغب عنه : ان المقارنة بين المرغوب فيه و المرغب عنه يهدف الى بيان الحقيقة ، قال الله تعالى:﴿ ٱللَّهُ وَلِيُّ ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ يُخۡرِجُهُم مِّنَ ٱلظُّلُمَٰتِ إِلَى ٱلنُّورِۖ وَٱلَّذِينَ كَفَرُوٓاْ أَوۡلِيَآؤُهُمُ ٱلطَّٰغُوتُ يُخۡرِجُونَهُم مِّنَ ٱلنُّورِ إِلَى ٱلظُّلُمَٰتِۗ أُوْلَٰٓئِكَ أَصۡحَٰبُ ٱلنَّارِۖ هُمۡ فِيهَا خَٰلِدُونَ ﴾[4].

---

[1] ـ سورة ابراهيم الاية 14

[2] ـ سورة الجمعة الاية 05

[3] ـ سورة الحج الاية 1 و 2

[4] ـ سورة البقرة الاية 257 .

6-1-2 أساليب الإقناع في الدعاية:

يمثل الإقناع عنصرا أساسيا في الدعاية بهدف جذب الجمهور إلى موضوع ما ، و يستخدم الإقناع في مجال الدعاية لأهداف سياسية ، إجتماعية ، صحية أو دينية ، و يعتمد التأثير في اتجاهات المتلقي للحملة الدعائية على توظيف مختلف الأساليب و الاستمالات المنطقية و الوجدانية و رغم عدم وجود مفهوم دقيق و مشترك بين الباحثين للدعاية إلا ان ذلك لم يمنع من اشتراكهم في أنها محاولة التاثير في المتلقي ، كما تجدر الإشارة إلى أن الدعاية كانت مرتبطة بالجانب الديني لكن "مع عام 1915 بدأت تأخذ إيحاء سلبيا يتعلق بالتلاعب و أصاف الحقائق"[1] .

لقد قدم **Jack Illul** مجموعة من الخصائص الخاصة بالدعاية بدل تعريفها لصعوبة ذلك ، لذلك فهو يرى ان الدعاية تشتمل على المجالات التالية :

- **العمل النفسي psychological action**: يسعى هذا الجانب إلى التاثير في الآراء و الاتجاهات بطرق نفسية بحتة.

-**الحرب النفسية psychological warfare** :يسعى رجل الدعاية إلى تحطيم معنويات الخصم بأساليب نفسية و تشكيكه في معتقداته و قناعاته.

- **غسيل الدماغ brainwashing** :و ذلك من خلال محاولة تحويل الخصم الى حليف .

- **العلاقات العامة public relation** :أضيفت العلاقات العامة إلى الدعاية لأنها تسعى إلى تكييف الفرد مع مجتمع ما أو نمط معين من الحياة .

ترتبط الدعاية بمجموعة من الأساليب الاقناعية تهدف إلى اقناع المتلقي غير ان هذه الاساليب غير جامدة و مطلقة بل هي حصيلة ابحاث و اجتهادات الباحثين نذكر منها:

- **التضخيم و المبالغة** : "و يعني ذلك إبراز كل ما يخدم الدعاية و انتزاعه دون غيره من الأشياء و تحميل الأنباء دلالة و معنى و استخدام الأحداث الصغيرة و استغلالها لخدمة اغراض الدعاية"[2].

- **التكرار**: يعتبر من الأساليب المهمة في الدعاية إذ يساعد على ترسيخ الفكرة و تعلم المهارات و الخبرات ، غير أن التكرار لا يجب أن يبلغ درجة الملل فإذا زاد الشئ عن حده انقلب إلى ضده .

---

[1] _Michael Sproul , Propaganda and democracy ,Cambridge University press 1997 p 55

[2] _مي العبد الله ، الدعاية و اساليب الاقناع ، الطبعة الاولى، بيروت ، لبنان ، دار النهضة العربية 2006، ص 93

– **الكذب و الاختلاق**:تعتمد الدعاية على هذا الاسلوب من خلال تزييف الحقائق و الحذف و البتر بهدف تحريف المعنى.

– **قوة الاغلبية**: يهدف هذا الأسلوب إلى التأثير من خلال رأي الاغلبية خاصة و أن الفرد يخضع بطبعه الى ضغط الجماعة التي ينتمي اليها .

–**البساطة**: تستخدم الدعاية الاسلوب البسيط الواضح و ذلك من خلال الايجاز و التركيز على الاهم لكي تصل الى المتلقي بسهولة.

–**الشعارات و الرموز**: و هي الشعارات و الرموز التي يصدرها الزعماء و ذو المكانة و تتناقلها وسائل الاعلام ،و مختلف الجهات للتاثير في الجمهور و من امثلة ذلك الشعرات التي تطلقها الدعاية الصهيونية لاستمالة الراي العام ضد المقاومة الفلسطينية.

–**الاستعطاف و الاستضعاف**: يرمي هذا الأسلوب إلى محاولة التأثير في الجانب العاطفي للمتلقي لكسب التأييد .

2-1-7 الأساليب الإقناعية في السمعي البصري:

لقد أدرك القائمون على الانتاج السمعي البصري أن عملية إقناع الجماهير أمر صعب فهناك العديد من المحددات التي تؤدي الى نجاح البرامج التلفزيونية ، و التاثير في المتلقي و اقناعه بمحتوى الرسالة الاعلامية ، و لعل اهم هذه العوامل و الاساليب الاقناعية في مجال السمعي البصري ما يلي:

– طريقة المذيع في تقديم البرنامج من حيث الشكل و المضمون ، و نقصد بذلك صوت المذيع و هيئته و طريقة تقديمه للبرنامج ،بما يؤدي إلى جذب انتباه المتلقي . يجزم البعض على أن لحركات الجسم او لغة الجسد **body language** دور بالغ الاهمية في اقناع الاخرين و" تتضمن الحركات تعبيرات الوجه ،اللباس ، الهيئة، و قد وثق الباحثون بعض التعبيرات غير اللفظية المشتركة بين كل الثقافات ، و من ناحية اخرى تعرض الثقافات هذه التعبيرات المشتركة بطرق مختلفة "[1].

–لعل من أساسيات العملية الاقناعية في البرامج السمعية البصرية علم المقدم بنفسية المتلقي للرسالة (مستمع او مشاهد) من خلال اطلاعه على علم النفس و علم الإجتماع ،ليتمكن بذلك من مخاطبة الجمهور باختلاف انواعه و ميولاته.

[1]- Toni Rosenbaum, effective communication skills,Cornell Local Roads Programs New York 2005, p 25

– لا بد من اعتماد عنصر التشويق في المادة المقدمة لكي ينجذب المتلقي نحوها و لا يشعر بالملل و النفور.

– لعل من اهم عوامل نجاح البرنامج السمعي البصري تحديد مدى أهمية الموضوع بالنسبة للمستقبل فاي موضوع لا يثير اهتمامه سوف يؤدي به الى العزوف عن متابعته ، كما يجدر بالقائم على البرنامج محاولة جعل الموضوع قادرا على إثارة اهتمام الجمهور باشعاره بأنه مهم و مفيد له.

ـ تحديد الاسلوب الانسب في الإخراج الإذاعي أو التفزيوني و يشمل :

الديكور و الاكسسوارات: يعتبر هذا العنصر مهم جدا في اخراج البرنامج التلفزيوني إلى النور بما يضفيه الديكور من وظيفة جمالية والتي بدورها " تساعد على تحقيق الامتاع الوجداني و الترويح من خلال ملئ الفراغات المحيطة بالشخصيات بالكتل و المساحة اللونية"[1] ، كما يقدم هذا العنصر وظيفة درامية من خلال اضفائه طابع خاص للبرنامج و الجو النفسي العام و ذلك بما يتناسب مع محتواه.

– **الاضاءة** : توجد اشكال و احجام مختلفة للاضاءة التي تجعل موجودات الديكور تعكس الضوء بدرجة استضاءة ملائمة ، و لها دور مهم في الحصول على لقطات ذات جودة و جاذبية بواسطة :

– مسح الظلال المشوهة الموجودة في الكادر .

–إعطاء الإحساس بالعمق من خلال جعل الصورة أكثر واقعية و ايحاء لاحداث الامتاع و الترويح و التشويق ، ما يؤدي الى نجاح البرنامج ،حيث تهدف الاضاءة الى التاثير النفسي على المشاهد طبقا لتوزيعها و توزيع الظلال و الألوان ، كما تساعد على ابراز اجزاء دون غيرها لجذب عيون المشاهد اليها "[2].

ـ إعطاء الملمس الملائم للصورة فالاضاءة المنتشرة تعطي الصورة ملمسا ناعما يضفي عليها جاذبية و جمالا .

---

[1] ـ فاروق ناجي محمود ،البرنامج التلفزيوني، الطبعة الاولى ،عمان، الاردن ، دار النفائس 2007 ،ص 115

[1] ـ لعرابة صورايا ،البعد الاتصالي لاستراتيجية التسويق في المؤسسة الاقتصادية ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستير في علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة منتوري قسنطينة ،2008/2007 ،ص 114 .

-**إستخدام الالوان**: إن الصورة التلفزيونية تتكون من العناصر البنائية للشخصيات و الأشياء و الألوان التي تبرز بها ، و هي بدورها تعمل على جذب انتباه المستقبل للرسالة و تمكنه من تكوين صورة صحيحة عن العالم الذي يشاهده عبر الشاشة.

ان هذه الاساليب المذكورة ليست على سبيل الحصر بل نماذج عن أهم الاساليب الاقناعية المستخدمة في مجال السمعي البصري و هي كثيرة و تختلف من باحث إلى آخر.

2-2 مدخل الى البث الفضائي

تمهيد

شهدت البشرية تطورا متسارعا في تكنولوجيا الاتصال حولت العالم إلى أكثر من قرية كونية بفضل ثورة الاتصال الثالثة التي أعطت للإنسان آفاقا غير مسبوقة للاتصال و التفاعل ، ودخلت بذلك في معادلة السيطرة و القوة كما عبر بذلك المفكر **Toffler** في كتابه **the power shift** أي تحول القوة، و يعد استخدام الأقمار الصناعية في خدمة البث الفضائي المباشر خطوة هامة في عمل الفضائيات و بات ما يعرف بعصر السماوات المفتوحة ، إذ تعد من أكثر المنابر تأثيرا و بهذا تحتدم المنافسة بين الفضائيات في العالم لكسب اكبر عدد من الجمهور، كما تعد منفذا للأفكار و الإيديولوجيات و الاتجاهات.

2-2-1 مفهوم البث الفضائي المباشر:

لقد حاول الباحثون تحديد مفهوم البث الفضائي و نتج بذلك العديد منها و نذكر منها:

البث الفضائي هو:" الإستلام المباشر من القمر الصناعي إلى جهاز الإستقبال في المنزل أو عبر الكابل المرتبط بمحطة استقبال ، و توزيع ترددات القمر أما ميكانيكية البث المباشر فتعمل على قيام محطة ببث برنامج او مادة تحجز لها وقت على قمر صناعي تتعامل معه بحيث يقوم القمر ببث برنامج المادة في نفس وقت بثها إلى الدول المستقبلة لها "[1].

و يشير إبراهيم إمام إلى البث الفضائي بأنه:" إمكانية الاتصال بين القطاع الفضائي و أجهزة الاستقبال في البيوت مباشرة من دون المرور على المحطات الأرضية "[2].

---

[1]_ احمد هاشم الهاشمي ، الإعلام الكوني و تكنولوجيا المستقبل ،الطبعة الأولى، دار المستقبل للنشر و التوزيع ،ص **91** .

[2]_ إبراهيم إمام ،الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، الطبعة الثانية ،دار الفكر العربي ، **1985** ص.**84**

2_2_2 لمحة تاريخية عن البث الفضائي:

إن فكرة البث الفضائي تبلورت عبر التاريخ في مجالين هما : صناعة الصواريخ و الكتابات العلمية التي نبهت إلى اختراع هذه الأقمار ففي المجال الأول ظهرت فكرة صناعة الصواريخ في ألمانيا بعد هزيمتها في الحرب العالمية الأولى، و منعها من صناعة و امتلاك الأسلحة في معاهدة فرساي و لم تتطرق هذه المعاهدة الى سلاح الصواريخ ، مما شجع ألمانيا خاصة بعد اعتلاء هتلر الحكم في 1933 على إجراء البحوث العلمية حول الصواريخ فبدأت بتطوير أقمار المواصلات و أقمار القصف و بهذا تمكنت ألمانيا من تذليل الصعوبات و اختراق الفضاء الخارجي ، و هذا ما نبه العالم إلى الانطلاق إلى الفضاء الخارجي .

أما المجال الثاني فهو الكتابات العلمية و خاصة كتابات العالم الانجليزي الواسع الخيال ارثر كلارك في مقال له نشر عام 1945 بمجلة عالم اللاسلكي ،و انه من الممكن نقل الاتصالات الالكترونية إلى مسافات بعيدة باستخدام الأقمار الصناعية بمحطات توسط مثبتة في الفضاء .

كما ساعدت الحرب الباردة بين الاتحاد السوفييتي سابقا و الولايات المتحدة الأمريكية في الإسراع باكتشاف و استخدام الأقمار الصناعية ، " و يمكن القول أن عصر الفضاء بدا في الرابع من تشرين الأول أكتوبر عام 1957 حين أطلق الاتحاد السوفييتي (سابقا) سبوتنيك Sputnick أول قمر صناعي في عالم يدور حول الأرض في الفضاء ، و كان هذا الانجاز تحديا لأمريكا و تهديدا لأمنها القومي "[1].

و قد عرفت الأقمار الصناعية تطورا ملحوظا حيث نجحت الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1962 بإطلاق أول قمر صناعي للاتصالات الفضائية يسمى Telstar1 ، و تمكن هذا القمر من نقل برامج التلفزيون بشكل حي عام 1962 عبر المحيط الأطلنطي ، و في عام 1962 تكونت هيئة دولية جديدة تسمى الرابطة الدولية لأقمار الاتصال المعروفة ب Intelsat باتفاق 12 دولة ، و عينت شركة Comsat الأمريكية لإدارة المشرع من الناحية التقنية ، و قد فتحت الرابطة المجال واسعا أمام دول العالم جميعا و شهدت عدة نشاطات ، و أشارت الإحصائيات إلى إطلاق ما يقارب 2100 قمر صناعي ما بين 1957 و 1979 ، و تعد هذه الأقمار جزءا من أعمال دوائر وسائل الاتصال المختلفة.

[1]_ اياد شاكر البكري ، عام 2000 حرب المحطات الفضائية ، ط 1 ،عمان ، الاردن ، دار الشروق1999 ص19

إن أقمار الاتصال**Communication Satellites** عبارة عن محطات فضائية تدور حول الأرض توجد بها محطات إرسال و استقبال للرسائل عبر مختلف أنحاء العالم ، و التلفزيون مدين في دوليته و انتشاره الواسع إلى أقمار الاتصالات التي تنقل البث التلفزيوني بالصوت و الصورة إلى مناطق بعيدة يغطيها القمر الصناعي ، و أقمار الاتصال نوعان:

1- الأقمار السالبة: Negative Satellites

و هي عبارة عن بالون كبير ذو سطح معدني يقوم بعكس الإشارات السالبة المرسلة إليه و إعادة إرسالها إلى الأرض مرة أخرى ، و من أشهر أقمار الاتصالات السالبة **Score** الذي أطلقته الولايات المتحدة الأمريكية و بدا العمل عام **1958** و القمر الصناعي**Eco1** الذي استمر حتى عام **1980** و **Eco 2** الذي أطلق عام **1964** حيث استطاع أن يربط أمريكا و الاتحاد السوفييتي عبر انجلترا.

2- الأقمار الموجبة: Active Satellites

" و تحتوي على أجهزة استقبال و إرسال و تسجيل و كل ما يحتاجه العمل الإذاعي لذلك ، فهو بحاجة إلى تشغيل تستمدها من مجموعة البطاريات الشمسية الموجودة على سطحها و منها قمر تلستار **1** و تلستار **2** (Telstar 1 Telstar 2) و أقمار **Relay** "[1].

إن التطورات التكنولوجية المتسارعة أحدثت تغيرات كبيرة في نظم الاتصالات ، اذ تم الانتقال من عصر أقمار الاتصال الصناعية إلى أقمار البث المباشر Digital Broadcasting Satellites ، حيث أصبح هذا النظام الميزة الأساسية منذ عقد التسعينات إلى يومنا هذا ، "و تقوم فكرة هذا النظام على إرسال إشارة قوية يمكن استقبالها مباشرة بواسطة أجهزة التلفاز العادية المجهزة بهوائي خاص ، بمعنى أن الإشارة المرسلة من القمر الصناعي لا تمر بمحطات أرضية تتولى إعادة بثها على الشبكات التلفازية المحلية"[2] ، إذ أن الأقمار الصناعية المباشرة لها القدرة على التغطية المباشرة و الشاملة او تغطية منطقة الخدمة بشكل أوسع مما تفعله أقمار الخدمة الثانية ، فهي ذات فعالية كبرى على المستوى الوطني و الإقليمي و الدولي ، و يعتبر القمر **ATS** الذي وضعته وكالة الفضاء الأمريكية **NASA** تحت تصرفها و ذلك بهدف تقديم خدمة البث المباشر ، و منذ عام **1986** شاع استخدام البث الفضائي المباشر عبر العالم على موجة (**MHZ1 2**) بوصفه نظاما يوفر

[1]_ المرجع نفسه ،ص **20**

[2]_ ياس خضير البياتي ، الاتصال الدولي و العربي ، الطبعة الاولى، عمان، الاردن ،دار الشروق **2006** ص**236**

إمكانية البث المباشر بتغطية واسعة و دون انقطاع ، و بدأ عدد الفضائيات في الزيادة و الانتشار يوما بعد يوم و ظهور البث التلفزيوني الدولي الموجه إلى المشاهد الدولي **International Audience** ، كما انتقل البث من النظام التماثلي إلى التكنولوجيا الرقمية **Digital Technology** التي بدأت منذ عام **1995** و أدى إلى زيادة عدد القنوات الفضائية و يتوقع الخبراء الى تزايد عدد القنوات الفضائية " و بهذا فان خدمات البث الفضائي المباشر قادرة على تقديم كم هائل من القنوات للمشاهدين"[1]

أما الدول العربية فقد دخلت عالم البث الفضائي مع بداية **1990** ، خاصة و أن المنطقة العربية تتميز بكثرة الإشارات النازلة إليها من مختلف أنحاء العالم ، و ارتبط البث الفضائي العربي بالقمر الصناعي عربسات ، و تعود فكرة إنشائه عام **1967** بعد اجتماع مجلس وزراء الإعلام و الثقافة العرب في بنزرت بتونس ، و تعد عربسات أول منظمة عربية للاتصال الفضائي و أنشئت بموجب اتفاقية أقرت في **14** افريل **1976** ، و اتخذت الرياض مقرا لها، و تمكنت من نقل المواد مباشرة الى المواطنين العرب و إعادة بث البرامج في أي وقت شاءت ، و تمكنت من ربط الدول العربية و أتاحت إمكانية التبادل الفكري و الثقافي بينها ، و إزالة الحواجز بينها خاصة في ظل السماوات المفتوحة التي تحمل في طياتها مختلف التيارات الفكرية الهدامة الآتية عبر الفضائيات الأجنبية ، كما تمكنت من استيعاب حاجات المشاهد العربي.

و الجدير بالذكر أن البث المباشر أتاح فرصا ممتازة للإعلام الدولي و نشر الأخبار ، كما يساهم في نشر التعليم عبر العالم ، إلا انه في ذات الوقت ينطوي على أخطار عديدة على الصعيد السياسي و الثقافي و غيرها .

2_2_3 إيجابيات البث الفضائي:

إن للفضائيات دورا إيجابيا مهما لا يمكن انكاره و تجاهله ، فهي من منجزات العصر الحضارية بكافة أشكالها ، و يمكن تلخيص أهم الجوانب الايجابية للبث الفضائي فيما يلي:

– إمكانية استقبال و إرسال العديد من القنوات الأجنبية و العربية التي تتضمن الكثير من البرامج التعليمية و الثقافية و الدينية التي لها أهميتها في حياة الأفراد.

[1] -Helen Katz ,The Handbook Lawrence Erlbaun Associates Publishers ,Mahwa,New Jzrsey 2nd edition , p 60

-إن من الإستخدامات الايجابية للبث الفضائي التعليم المفتوح أو التعليم عن بعد" و أصبح في استطاعة البعض الحصول على معلومات تؤهله للحصول على درجات علمية من جامعات عالمية مفتوحة "[1] ، فالتلفزيون عبر أقمار البث المباشر أصبح وسيلة عالمية للتعليم المفتوح أين تلعب الصورة المرئية دورا أساسيا فيها في إيصال المعلومة بكل سهولة، و تشتمل هذه الجامعات كل أنواع العلوم و المعارف بمناهج علمية مستحدثة تتلاءم مع كل الوافدين إليها.

- إن الإمكانات الهائلة للبث الفضائي أدت إلى تطوير وسائل الاتصال المحلية خاصة التلفزيون لان المنافسة القوية التي تفرضها القنوات الدولية الوافدة و ما تتمتع به من عناصر الجذب و الإبهار و التنوع يفرض عليها ضرورة تحسين أدائها و تحديث أساليبها .

- يمكن تحديد الدور الذي تلعبه الفضائيات من خلال توعية الرأي العام و إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا و المشكلات الكبرى التي تواجهه ، و العمل على إيجاد حلول لها باتخاذ التدابير المنسقة على الصعيد الوطني و الدولي .

- ان من ايجابيات الإعلام الفضائي " النقل الاني للاخبار من بلد الى اخر وقت وقت وقوعها فيما اصطلح على تسميته بالنقل المباشر "[2]، حيث اتاح للمشاهد فرصة الاطلاع على الاخبار في كل مكان فور وقوعها بالصوت و الصورة .

- إن من ابرز ايجابيات البث الفضائي إمكانية استخدامها في الدعوة إلى الله ، و و نشر الدين الاسلامي الى العالم كافة ،و أن الإرسال عبرها يجري بكل لغات العالم و على مدى أربع و عشرين ساعة بهدف إيصال الخطاب الإسلامي الهادف إلى كل مكان في ظل الانتشار الصارخ لقنوات الرذيلة و الفساد ، و طوفان المعلومات غير السوية و العنصرية و لا ينكر احد الدور الايجابي الذي تضطلع به الفضائيات الإسلامية اليوم رغم التحديات و العراقيل التي تواجهها.

- إن البث الفضائي لا يمكن النظر إليه على انه بث وافد في اتجاه واحد فقط ، لأنه قد مكن الإعلام العربي و الاسلامي من الدخول في حلبة المنافسة على المستوى العالمي و التخلص من نطاق القطرية و المحلية و عدم التوازن في البث " لذلك فان القنوات العربية استطاعت في وقت وجيز

[1]_ احمد جاد احمد ،الاعلام الفضائي و اثاره التربوية ،الطبعة الاولى ، دار العلم و الايمان للنشر و التوزيع 2008 ،ص97

[2]_ تيسير ابو عرجة ، الاعلام العربي وسائله و رسائله وقضاياه، ط 1عمان ،الاردن دار مجدلاوي للنشر و التوزيع 2009 ص86

معالجة هذا الخلل و وضعت نوعا من التوازن في البث ، و توفرت للشعوب العربية الخيارات التي لم تكن تتمتع بها من قبل "[1]، فقد سجلت الفضائيات العربية حضورها الدولي و الإقليمي .

– أتاح البث الفضائي المباشر الاتصال و الانفتاح بين العرب و المسلمين فقد كانوا في السابق لا يعرفون عن بعضهم البعض إلا الشئ القليل لعدم وجود الوسائل الفاعلة في تدعيم هذا الاتصال فقد أفسحت المجال أمام التبادل و التلاقح الثقافي بينهم ، فإمكانية المشاهدة عبر الفضائيات وسعت من المعرفة المتبادلة و أمكن من خلالها الإلمام بمعلومات ثرية ، و غزيرة من خلال المشاهدة الحية للبرامج و الدراما و الأخبار بالصوت و الصورة .

– لقد مكن البث الفضائي القنوات العربية من جذب الجمهور " فقد استحوذت على غالبية المشاهدين العرب و شغلتهم عن متابعة القنوات الدولية الأخرى"[2] ،فقد وفرت خيارات مناسبة للمشاهد العربي خاصة باستعمالها للغة العربية بكافة لهجاتها .

2_2_4 سلبيات البث الفضائي:

بالرغم من الايجابيات العديدة و الدور البارز الذي يلعبه البث الفضائي في كسر الحواجز و الحدود بين دول العالم ، و الانسياب الحر للفضائيات عبر الأقمار الصناعية و بجودة فائقة للصوت و الصورة ، و إذا اعتمدنا منهجية تحليلية للبث الفضائي ، فإننا نجد أنفسنا أمام محاذير عديدة و احتمالات مستقبلية صعبة خاصة بالنسبة للمجتمعات التي لا تملك القدرة على المنافسة، و فيما يلي رصد موضوعي لاستخلاص أهم سلبيات هذا المتغير من خلال العديد من الدراسات التي أجريت على المستوى الدولي و العربي حذرت من مخاطر البث الفضائي:

– من بين المآخذ على القنوات الفضائية المواد اللاخلاقية و المشاهد الخليعة ، و المضمون المخالف لمنظومة القيم و الأخلاق الإنسانية عامة و الإسلامية خاصة ، إذ أصبحت منبرا لانتشار الرذيلة و السلوكيات المنحرفة و العواطف الشهوانية بابتذال جسد المرأة و تحويلها إلى شئ بدون قيمة من خلال الأفلام و عروض الموضة من خلال الاستغلال المصطنع للانفعالات و العواطف.

[1]_ علي محمد شمو ،تكنولوجيا الفضاء و اقمار الاتصالات ، الطبعة الاولى ،الاسكندرية، مكتبة الاشعاع 2002 ص 239

[2]_ المرجع نفسه، ص 240 .

– لقد أتاح البث الفضائي إمكانية الاطلاع على الثقافات الأخرى إذ "تستطيع الحضارة الكونية القضاء تدريجيا على مكونات التنوع فيها بطمس الخصوصيات المميزة للثقافة الوطنية و تذويب معالم الذاتية الحضارية التي يختص بها كل شعب"[1].

– لقد ساهمت الفضائيات في" اختلاط المعقول باللامعقول في السلوكيات و التصرفات "[2] ، و الوصول بالفرد و الجماعة إلى حالة من الاغتراب عن التاريخ و التراث من خلال إهدار الثقافة الوطنية و إحلال ثقافات أخرى محلها.

– إن الإنتشار الواسع للفضائيات خاصة الغربية يعد غزوا للدول التي لا تملك زمام المبادرة و مقومات التصدي و تهديدا للقيم و المفاهيم السائدة فيها ، و يحذر الكثير من الباحثين في العالم الإسلامي من هذا لغزو للعالم الإسلامي ،لما يحمله البث الوافد من تأثيرات فكرية و عقدية و أخلاقية بتقديم الممنوع و المحظور في ملتنا على انه سوي و مرغوب ، و زعزعة الثقة في ديننا و قيمنا الإسلامية الأصيلة، و عرض الأنماط الثقافية الأجنبية على أنها الأصلح و الواجبة التطبيق بما تتوفر عليه من عناصر الجذب و الإثارة " و مما يدل على قوة الهيمنة المعاصرة إن معارضة تسلطها توصف بالرجعية و بعدم مسايرة التقدم"[3].

– إن المضمون الإعلامي عبر الفضائيات من خلال استيراد البضاعة الإعلامية الغربية من الأفلام و المسلسلات و برامج الترفيه و القيام بدبلجتها و ترجمتها ،و خلق جمهور يتعلق بها بسبب قلة الإنتاج و غلاء تكلفته ،بخلق حالة من التبعية و الركود الإعلامي و من ثم تكريس السلبية كجزء من التعطل الحضاري أو ما يسميه الأستاذ عزي عبد الرحمان " القابلية الإعلامية للتبعية "[4] كإضافة أو توسيع لما يسميه المفكر مالك بن نبي القابلية للاستعمار.

– تحمل القنوات الفضائية الكثير من الرسائل الدعائية و التي تؤثر بدورها على امن و استقرار الدول التي يصل إليها بثها بهدف تضليل الرأي العام و عدم إحاطته بالحقيقة.

– إن الكثير من الفضائيات الدولية و العربية تسهم في إبراز قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية لخدمة أجندات و مصالح جهات معينة.

---

[1]_ فاطمة حسين عواد ،الاعلام الفضائي ،الطبعة الاولى، عمان ،الاردن ، دار اسامة **2010** ص**90**

[2]_ جبارة عطية جبارة ،علم الاجتماع الاعلام ،د ط ،دار الوفاء، الاسكندرية **2001** ص **171** .

[3]– هربرت شيلر ، الاتصال و الهيمنة الثقافية ، ترجمة وحيد سمعان عبد المسيح ،مراجعة مختار التهامي ،د ط ،الهيئة المصرية العامة للكتاب **1993** ص **101** .

[4]– عبد الرحمان عزي حفريات في الفكر الاعلامي القيمي ،الطبعة الاولى ،تونس ،الدار المتوسطية للاعلام **2011** ص**20**

_ تساهم الفضائيات في تكوين الصور الذهنية عن الأفراد و الدول و الجماعات و الديانات ، لعل أوضح مثال على ذلك ما تروج له الفضائيات الغربية من حملات تشويه ضد الإسلام من خلال الأفلام و الوثائقيات و نشرات الأخبار.

– نتيجة لتعدد القنوات الفضائية أحدثت نوعا من الانفصال و العزلة عن الواقع الحقيقي من خلال الانجذاب إلى الأنماط و الصور و الشخصيات الساحرة و المثيرة التي يشاهدونها ، و هذا كله يؤدي إلى عزل و انفصال الأفراد عن الواقع الملموس و يؤثر بذلك على درجة استعدادهم على التعامل مع الحياة الواقعية .

–ان عصر السماوات المفتوحة يثير المخاوف من " التأثيرات المحتملة للمضامين البرامجية و الإعلانات التي تقدمها هذه القنوات الفضائية الدولية ، حيث أن بعض هذه المضامين تشمل نظما و أنماطا استهلاكية تتعارض مع أنماط و نظم الاستهلاك في الدول العربية"[1].

–يكرس الإغراق التلفزيوني الفضائي نوعا من الخمول و عدم الجدية في الحياة و اتجاه القضايا الهامة.

– تعتبر الفضائيات الغربية المنبع بشتى لغاتها استعمارا جديدا و هو امتداد للأساليب الاستعمارية التقليدية للمحافظة على نفوذها السياسي و الثقافي في مستعمراتها، و تكريس الهيمنة و السيطرة على الدول النامية و التدخل في قضاياها.

– الإنتشار الصارخ للفضائيات المنوعة و الغنائية و المسابقات الغبية كرس صور الحياة الاستهلاكية بسبب الاتجاه التجاري لمعظم هذه الفضائيات ، و على المستوى العربي فقد أصبحت بعض الفضائيات شبه نواد ليلية لا ترقى بمستوى المشاهد و الذوق الرفيع .

نستنتج مما سبق عرضه ان القنوات الفضائية من أكثر الوسائل اهمية ان لم تكن الأكثر تأثيرا على الجمهور، و أن الحكم عليها بالايجابية أو السلبية مرتبط أساسا بطبيعة المضمون و الاستخدام لاحتوائها على كافة عناصر الابهار و الجذب ، أين يمتزج الصوت بالصورة و الالوان و الحركة ما جعل الكثير من الباحثين على المستوى الدولي و المحلي يبحثون عن أدوارها و تأثيراتها المحتملة على كافة الاصعدة ،فهي من جهة فكت العزلة عن بني البشر و من جهة أخرى يشكل الكثير منها تهديدا و تحديا على المستوى القيمي و الأخلاقي و الديني و السياسي و الاجتماعي.

[1]_ محمد جاد احمد، مرجع سبق ذكره ، ص،122 .

2_2_5 أهمية البث الفضائي في مجال الدعوة الإسلامية.

لقد مكنت الثورة التكنولوجية و الرقمية الذي تزامن مع إطلاق الأقمار الصناعية من تكريس عصر السماوات المفتوحة، ما أدى إلى بروز الكثير من القنوات الفضائية و أصبح السعي مركزا على تلبية حاجات الجمهور ، و أصبح البث الفضائي يحظى بالاهتمام المتزايد حيث أضحت هذه الوسيلة قوة ذات أبعاد إجتماعية ، سياسية و اقتصادية و هذا ينطبق مع العبارة الشهيرة :" الوسيلة هي الرسالة و هي دون شك القول الشهير لماكلوهان"[1] ، و أصبحت الفضائيات بذلك من أكثر المنابر تأثيرا في افكار الناس و قناعاتهم و ذلك لامتلاكها عناصر الجذب الفنية و التقنية التي تؤثر على حاسة السمع و البصر .

و على هذا تظهر أهمية الفضائيات و تسخيرها في مجال خدمة الإسلام و الدعوة اليه " بهدف التأثير الايجابي في المتلقين من خلال جعل مضامين هذه الوسيلة تخضع الى ضوابط الشريعة الاسلامية و الاستفادة من المميزات العالية التي تتمتع بها هذه الوسيلة لخدمة الإسلام"[2].

لقد ساهم البث الفضائي في ظهور العديد من الفضائيات الإسلامية خاصة خلال العشر سنوات الاخيرة و تمكنت بذلك من توسيع دائرة الدعوة الاسلامية نظرا للحاجة الملحة لهذا النوع من الفضائيات ،في الوقت الذي يتزايد فيه عدد الفضائيات ذات المضمون الهابط التي تتنافس بكل الأساليب في سبيل جذب الجمهور و التأثير فيه ، ناهيك عن وسائل الإعلام خاصة الغربية التي تعمل على تنميط صورة الاسلام و ربطه ببواعث التطرف و الارهاب و التخلف الحضاري و غيرها من الأمراض الإجتماعية.

لقد أتاح البث الفضائي للإعلام الإسلامي الهادف الولوج إلى أماكن لم يكن بإمكانه الولوج اليها قبلا و إيصال الخطاب الإسلامي في كل مكان و زمان و بمختلف اللغات ، و هذا يكشف عن الدور البالغ الذي يمكن ان تلعبه هذه المنابر الإعلامية في خدمة الإسلام، و إبلاغ هذا الدين الذي أنزل للناس كافة للمسلمين و لغير المسلمين لأن رسالة الإسلام كثيرا ما تصل مبتورة عن حقيقتها حينا و مشوهة حينا آخر ، لأن الإسلام دعوة عالمية لا يختص بقوم أو زمان محدد ، إذ

---

[1]_Paul Levinson,Digital Mcluhan a guide to the information mellinium ,Routledge London 2004 p 35

[2]– هاشم احمد نغيمش الزوبعي،الدعوة الاسلامية في القنوات الفضائية ضمن كتاب الاعلام الاسلامي الواقع و الطموح ،ط 1 عمان ،الاردن ، دار النفائس 2007 ،ص 206 .

تؤكد النصوص في القرآن الكريم عالمية الاسلام و شمولية رسالته ، قال تعالى :﴿ وَمَآ أَرۡسَلۡنَٰكَ إِلَّا رَحۡمَةٗ لِّلۡعَٰلَمِينَ ﴾[1] ، و قوله تعالى:﴿ تَبَارَكَ ٱلَّذِي نَزَّلَ ٱلۡفُرۡقَانَ عَلَىٰ عَبۡدِهِۦ لِيَكُونَ لِلۡعَٰلَمِينَ نَذِيرًا[2] ، و هذه النصوص القطعية تدل على أن الاسلام رسالة كونية لا تقتصر على العرب وحدهم أو أنه دين تجاوزه الزمن ، و هذا ما يميز الإسلام عن الديانات الأخرى التي اختصت بأقوام و بزمن معين .

من خلال ماسبق نستنتج أن استثمار البث الفضائي في خدمة الإسلام ضرورة ملحة تفرضها ظروف العصر ، فالرسول صلى الله عليه و سلم إستخدم كافة وسائل الإعلام و الإتصال في زمانه لإبلاغ رسالة الإسلام بأساليب الإقناع العقلية و العاطفية المختلفة بالحكمة و الموعظة الحسنة و الجدل بالتي هي أحسن ،بواسطة الخطابة و إرسال الرسل إلى ملوك العالم ، و على هذا لا بد على المسلمين استغلال هذه الوسيلة أحسن استغلال لتلبية حاجات المسلمين و دعوة غير المسلمين إلى الإسلام و الدفاع عنه .

2_3 مدخل إلى الفضائيات الإسلامية

تمهيد:

لقد نتج عن البث الفضائي ظهور ما يعرف بالفضائيات الإسلامية التي شهدت منذ ظهورها إلى الوجود اقبالا و انتشارا واسعا رغم قلة الإمكانيات بالاضافة الى العقبات التي تواجهها ، إذ أن عصر السماوات المفتوحة فرصة غاية في الأهمية في الإعلام الإسلامي لخدمة الإسلام و المسلمين بالاضافة إلى الذود عنه و عن مقدساته التي تتعرض من وقت إلى آخر إلى الهجوم و التشكيك في مصداقية هذه الرسالة السامية التي حفظها الله من التحريف و التزييف ، إن إنشاء الفضائيات الإسلامية يعد مشروعا حضاريا للنهوض بالأمة الإسلامية و تبليغ الإسلام و خدمة القضايا الإنسانية باعتباره دينا عالميا و رسالته شاملة للبشرية جمعاء.

[1]- سورة الانبياء ،الاية 107

[2]- سورة الفرقان الاية 01

2-3-1 نشاة الفضائيات الاسلامية:

إن تجربة الفضائيات الإسلامية حديثة نسبيا و تزامن ظهورها مع الألفية الثالثة التي شهدت ظهور الكثير من القنوات الاسلامية ، و يعج الفضاء الاعلامي اليوم بالكثير من الفضائيات الاسلامية الناطقة باللغة العربية و مختلف اللغات الأجنبية خاصة اللغة الانجليزية .

لقد شهد عام **2001** ظهور أول قناة فضائية إسلامية و هي قناة إقرأ التابعة لراديو و تلفزيون العرب ، مع مطلع سنة **2003** شهد العالم الإسلامي ظهور شبكة المجد المجد للقنوات الفضائية ، للتوالى بعد ذلك الفضائيات الإسلامية في الظهور و التنامي ، إذ ظهرت قناة الرسالة ، الرحمان الإندنوسية ، صفا ، الهداية ،الرحمة ،العفاسي و غيرها من القنوات .

إن البث الفضائي الإسلامي لم يقتصر ظهوره باللغة العربية فقط إذ شهد العالم ظهور قنوات إسلامية ناطقة باللغة الانجليزية انطلقت من الولايات المتحدة الامريكية كقناة **Bridges** أي " جسور " و **Islamic city** أي "المدينة الإسلامية" ، بالإضافة إلى القنوات الإسلامية التي انطلقت من بريطانيا و هي **Peace tv** بمعنى "السلام تي في " و **Islam channel** أي " قناة الاسلام" .

أما من المشرق العربي و من مصر تحديدا فقد انطلق بث قناة **الهدى** الإسلامية " **Huda tv** " الناطقة باللغة الانجليزية عام **2005** لتكون بذلك منبرا إعلاميا إسلاميا يستهدف خدمة المسلمين في مختلف أنحاء العالم بلغة العالم الانجليزية بالإضافة إلى دعوة غير المسلمين خاصة في العالم الغربي الذي يحمل صورة نمطية مشوهة عن الإسلام و المسلمين.

2-3-2 أهمية الفضائيات الاسلامية

إن للفضائيات الإسلامية أهمية بالغة خاصة في ظل الظروف الراهنة و متغيرات العصر الحالية و تتجلى اهمية الفضائيات الاسلامية فيما يلي :

– إن الفضائيات الإسلامية تعد ميدانا من ميادين الجهاد و الرباط في سبيل الله بالحكمة و الموعظة الحسنة و الجدل بالتي هي احسن بنشر العقيدة الإسلامية و أحكامها الشرعية و بث التلاوات القرآنية و مختلف البرامج الدينية التي تبين الاسلام في صورته الحقيقية ، خاصة مع تزايد عدد الفضائيات النصرانية الناطقة بمختلف اللغات حتى العربية و التي تناضل من أجل زعزعة عقيدة المسلمين ناهيك عن الأفكار الإلحادية ، بالإضافة إلى بعض الفضائيات التي تنتمي في شكلها إلى الاسلام لكنها منحرفة في باطنها كالقاديانية و الشيعية و غيرها.

– الفضائيات الاسلامية هي وسيلة اعلامية للهداية و الدعوة ، قال تعالى :﴿ وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلاً مِّمَّن دَعَآ إِلَى ٱللَّهِ وَعَمِلَ صَٰلِحًا وَقَالَ إِنَّنِى مِنَ ٱلْمُسْلِمِينَ ﴾[1].

– تعتبر منبرا إعلاميا لدعوة غير المسلمين من خلال التعريف بالإسلام و إبراز قيمه و مبادئه السمحة بكافة الأساليب العقلية و الوجدانية.

– " ملء فراغ الاعلام النافع ببث برامج هادفة سواء كانت تربوية او اجتماعية او إسلامية لتحل محل الأفلام و البرامج الهابطة و المنافية للقيم الاسلامية و العربية الأصيلة"[2].

– تساهم الفضائيات الإسلامية في الدفاع عن الإسلام من حملات التشويه المضللة للرأي العام العالمي التي تقودها وسائل الاعلام الغربية .

– الفضائيات الاسلامية وسيلة لمواجهة التغريب : إن حملات التغريب و الغزو الثقافي من خلال وسائل الاعلام يهدد الاستقرار الديني للمسلمين في كل مكان خاصة مع تطور وسائل الاعلام و امتداد بثها و تأثيراتها من خلال محاولات طمس الهوية الإسلامية .

و بهذا فإن الفضائيات الإسلامية مكسب رائد للامة و ضرورة حتمية للعصر الحالي الذي كثرت فيه منابر الفساد الأخلاقي و العنصرية .

2-3-3 لمحة عن اللغة الإنجليزية و أهميتها في الفضائيات الاسلامية.

تعتبر اللغة الإنجليزية أكثر اللغات استخداما و انتشارا في العالم أو ما يسمى ب langua franca " ، تنحدر اللغة الانجليزية من العديد من اللهجات الجرمانية و هذه ثلاثة منها Anglesو Jutes وSaxons التي عبرت بحر الشمال من شمال غرب أوروبا عام 450 للميلاد و أدى الاندماج إلى إفراز ما يسميه علماء اللسانيات The Anglo Saxons أو Old English أي الانجليزية القديمة"[3] .

إن الانجليزية اليوم هي اللغة العالمية ، و قد ساهم في عولمتها العديد من العوامل التاريخية، السياسية ، الثقافة ،و الاقتصادية ، بالإضافة إلى وسائل الإعلام التي كان لها دورا بارزا في عولمتها

---

[1]_سورة فصلت الاية 33

[2]_عدنان سعدي ابراهيم ، الاعلام الاسلامي امام التحديات ضمن كتاب الاعلام الاسلامي الواقع و الطموح ،ط 1 ، بغداد،العراق، دار النفائس 2007 ،ص 151

[3] – Rejend Mesthrie and Rakesh .M. Bhalt, world englishes Cambridge University USA2008 p13

و انتشارها الواسع في كل القارات ،على غرار اللغات الأخرى كالآتينية و اليونانية ، و كذلك اللغة الفرنسية و الإسبانية في الماضي التي انتشرت بقوة الغزو و الإحتلال الذي فرض هذه اللغات على الشعوب المحتلة ، و تشير موسوعة Britanica أن الانجليزية " هي اللغة الأولى للولايات المتحدة الأمريكية ، بريطانيا ،كندا ، أستراليا ،إيرلندا ، نيوزيلندا ، و بعض الدول في جزر الكاريبي و المحيط الهاديء ، و هي أيضا اللغة الرسمية للهند و العديد من الدول في شبه الصحراء الإفريقية و جنوب إفريقيا"[1].

تشير الإحصائيات إلى أن عدد الناطقين باللغة الإنجليزية في تزايد مستمر ، و صارت اللغة الأكثر تعليما عبر العالم ، و هذا ما يجعلها محل الاهتمام و البحث .

إن وجود لغة عالمية ، و وجود رسالة عالمية أيضا أرسلها الله سبحانه و تعالى إلى الناس كافة يجعل إمكانية تزاوج هذين العنصرين من خلال تسخير اللغة الانجليزية في خدمة الاسلام و المسلمين باستغلال البث الفضائي الذي ذلل الصعوبات أمام الدعوة الاسلامية و صارت فرصة نشر الإسلام و الدفاع عنه أمرا يسيرا أكثر من قبل بفضل التقدم الذي أحرزته البشرية في مجال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال. فاللغة الإنجليزية تعد من أهم الأدوات التي يجب على القائمين على الإعلام الإسلامي استغلالها بفضل ما تتيحه من إمكانية التواصل و التفاعل، و في هذا الشان يقر الأستاذ David Crystal"بأن الفائدة من وجود اللغة العالمية يتيح خدمة العلاقات و الحاجات الإنسانية العالمية"[2]

إن وجود فضائيات إسلامية ناطقة باللغة الإنجليزية يعد أكثر من ضرورة خاصة في الوقت الراهن ، إذ تساعد هذه اللغة العالمية على نقل الخطاب الإسلامي إلى جمهور واسع من المسلمين و غير المسلمين و إقناعه بالإسلام ، بالإضافة إلى الدفاع عنه من حملات التشويه المضللة التي تروج في كل مرة بهدف تشويه و تنميط صورته أمام الراي العام الدولي ، و اقترانه بالعنف و التطرف الديني و الإرهاب ، و تهديده للأمن القومي للدول و السلم العالمي.

[1] - Britanica encyclopedia volume 4 p 500.

[2] -David Crystal ,English as a Global Language ,2nd edition,New York ,Cambridge University Press2003p30

2-3-4 الفضائيات الإسلامية الناطقة باللغة الإنجليزية و متغيرات العصر.

يتعرض الدين الإسلامي إلى حملة ضارية من التشويه و الدس و مظاهر هذه الهجمات كثيرة تقودها وسائل الإعلام الغربية التغريبية ما أفسح المجال أمام إفساد المزاج الإسلامي و انكماش العقل عن الفهم الصحيح للإسلام الذي اتهم " بأنه دين السيف ، دين تخلى عن الروحانية الحقة بتقديسه للعنف و عدم التسامح"[1].

"لقد ساهمت أحداث الحادي عشر من سبتمبر **2001** من زيادة حدة هذا التوجه ضد الإسلام و اتهامه بالارهاب و التعصب و اللآسامية"[2] ،رغم أن الاسلام دين السلم و الدعوة إلى خير الإنسانية جمعاء ،كما في قوله تعالى:﴿ وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى ٱلْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِٱلْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ ٱلْمُنكَرِ ۚ وَأُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلْمُفْلِحُونَ ﴾[3] ، فالإسلام دعوته عالمية و رسالته شاملة للبشرية كافة لا تستثني أحدا من البشر و أرسل الله سيدنا محمدا صلى الله عليه و سلم ليكون رحمة للعالمين ،لتكون هذه الرسالة الخاتمة نظام الإنسانية الكامل في مستوياتها المادية و الروحية و في كل زمان و مكان .

إن للحضارة الإسلامية رصيد هائل من التراث الفكري و القيمي ما لا يتوفر في غيره من الأديان و الأيديولوجيات ، لقد نجح الإسلام في التعايش مع مختلف الحضارات و الدول دون قهر أو إجبار أو ظلم ، فأنى لدين كهذا من عظمة أن يكون مصدرا يروج للإرهاب و محرضا على العنصرية و في هذا الصدد يقول المفكر الانجليزي هيلد بيلوك:" لا يساورني شك في أن الحضارة التي ترتبط أجزاؤها برباط متين و تتماسك أطرافها تماسكا قويا و تحمل في طياتها عقيدة مثل الإسلام لا ينتظرها مستقبل باهر فحسب بل ستكون أيضا خطرا على أعدائه"[4].

تساهم وسائل الإعلام الغربية اليوم في خلق التصورات و بناء المعاني المظللة و في هذا الصدد يقول**Herbert Shiller** :" و لقد أصبحت أدوات تعليب التصورات و الأفكار أدوات يجري

---

[1]- كارين ارمسترونغ ،الاسلام في مراة الغرب ،ترجمة محمد الجورا ، الطبعة الثانية ، دمشق،سورية دار الحصاد **2002** ص**192**.

[2] -**Marie Christine Pauwels ,civilisation des Etats Unis ,Hachette Paris p 151 .**

[3]- سورة ال عمران ،الاية **104**

[4]_ محمد مورو،الاسلام و امريكا ،د ط ، دار النهضة ، **2001** ص **82** .

استخدامها للتأثير في الرأي العام "[1] ، إن هذا الواقع عمق من حدة سوء الفهم و كرس الصورة النمطية للاسلام.

إن الحديث عن التحديات التي يعيشها الإسلام ليس أمرا اقتضته وسائل الإعلام الغربية الحديثة أو هجمات الحادي عشر من سبتمبر بل يمتد بجذوره إلى فجر الإسلام و الحروب الصليبية و كتابات المستشرقين الطاعنة في الإسلام و المصطفى صلى الله عليه و سلم ، و ما أفرزه من تسميم العقل الغربي ضد المسلمين ما عمق التنافر بين الحضارتين الإسلامية و الغربية بقيادة المدارس النصرانية (الكاثوليكية و البروتستانتي) ، و اليهودية ، و الإلحادية العامة ،و الإلحادية الشيوعية .

بعد تصدع المعسكر الشرقي و انتهاء الحرب الباردة افرز ضرورة البحث عن عدو جديد يتحد الغرب لمحاربته ،ما أفرز ضاهرة التخويف من الإسلام أو الإسلاموفوبيا الذي " يمثل المرحلة المعاصرة التي توهمت أن الإسلام يمثل خطرا يهدد الوجود الغربي بثقافته التي بني عليها و نحت مصطلح الإسلاموفوبيا"[2] ، غير أن هذا الرهاب غير مبرر منطقيا و كانت له نتائج وخيمة على المسلمين من خلال التضييق عليهم و استضعافهم و زيادة حملات التطاول عبر وسائل الإعلام على المقدسات الاسلامية.

إن هذه المتغيرات المعاصرة أفرزت ضرورة وجود إعلام إسلامي و خاصة الفضائيات الإسلامية الناطقة بالغات الأجنبية و خاصة اللغة الإنجليزية باعتبارها لغة العالم الأولى للذود عن الإسلام و دعوة غير المسلمين إليه لتوضيح حقائق الإسلام و قيمه الأصيلة.

2-3-5 الفضائيات الإسلامية بين الواقع و الطموح:

تعتبر الفضائيات الإسلامية تجربة رائدة في مجال الإعلام الإسلامي و مكسبا مهما للامة رغم حداثة التجربة إلا أنها تواجه جملة من العقبات و التحديات تحاول التخلص لزيادة فاعليتها و تأثيرها ، من خلال الطموحات التي تسعى إلى بلوغها.

أولا: التحديـــــات

إن الفضائيات الإسلامية تواجه جملة من التحديات التي تساهم في عرقلة عملها بالشكل المطلوب و المؤثر في ذات الوقت ، و قد حدد العديد من الباحثين مختلف العقبات و المشكلات

[1] ـ هربرت شيللر ، المتلاعبون بالعقول ،ترجمة عبد السلام رضوان ، عالم المعرفة ، العدد 106 ، الكويت 1999ص 237 .

[2] ـ علي بن ابراهيم النملة ، نقد العقل المعاصر ،الطبعة الاولى ، دمشق ، دار الفكر ، ص 125 .

التي تواجه الفضائيات الاسلامية و الاعلام الاسلامي بصفة عامة ، و على هذا الاساس يمكن رصد اهم هذه التحديات و تقسيمها الى تحديات داخلية و اخرى خارجية و هي كما يلي:

- **التحديات الداخلية** : تشتمل التحديات الداخلية على كافة العوامل المتعلقة بعمل القناة من الناحية الشكلية و الفنية و الادارية و حتى البشرية و تضم :

1- الضعف العام للأمة الإسلامية : لقد عانت الدول الإسلامية من ويلات الإستعمار الذي لم يعمل إلا على إنهاكها في كل المجالات ، و استمر هذا الضعف حتى بعد استقلالها و لا زال أغلبها يعاني من تبعية سياسية و اقتصادية و فكرية ،" فضعفها إقتصاديا و ماديا و علميا ، و عدم الأخذ بأسباب التنمية التي تحتاج لتقنية متقدمة صناعيا ، و انعكس كل ذلك على الحياة الإجتماعية و الثقافية و بالتالي الاعلامية"[1] ،و على هذا فان الكثير من الدول الإسلامية لا تملك زمام أمرها .

2 – حداثة التجربة : إن تجربة الفضائيات الإسلامية حديثة نسبيا بالمقارنة مع غيرها من القنوات ، و لا تزال تفتقر إلى الكثير من عناصر الجذب من حيث الشكل و المضمون إذ يغلب عليها طابع الوعظ الديني إذ تعاني من ضعف التشويق و عدم الإستفادة الكاملة من تقنيات الصورة الإعلامية لدرجة أن بعض البرامج هي إذاعية و لا تضيف لها الصورة شيئا "[2] إذ تعاني من ضعف التشويق وعدم الإستفادة الكاملة من تقنيات الصورة الإعلامية لدرجة أن بعض البرامج هي إذاعية ولا تضيف الصورة لها شيئا.

3- قلة التمويل و غياب التخطيط :تعاني الكثير من الفضائيات الإسلامية من قلة التمويل و هذا ما انعكس سلبا على أدائها ، و لازال بعضها مهددا بالإغلاق بالمقارنة مع الملايين التي تصرف على القنوات الهابطة .

4- قلة الكوادر الإعلامية المؤهلة : إن قلة الكوادر المؤهلة في القنوات الإسلامية يعرقل عملها و تأثيرها على الجمهور المتلقي الذي يتأثر بالمصادر الإعلامية ذات الكاريزما و الفاعلية ، فالكثير ممن يعمل في الفضائيات الإسلامية قليلو الخبرة و الكفاءة .

---

[1] _ محمد بن عبد الله السلامة ، الاعلام الاسلامي و متغيرات العصر ،الطبعة الاولى، الرياض السعودية مكتبة التوبة **2003** ص **182** .

[2] – مالك الاحمد ،الفضائيات الاسلامية نظرة اولية ، تاريخ الدخول**2013/03/20** ww.islammessage.com

- **التحديات الخارجية :**

المتمثلة أساسا في الإعلام الغربي الذي يشن في كل مرة سلسلة حملات ضد الإسلام و مقدساساته ما يؤثر سلبا على صورته امام الراي العام الدولي ، ناهيك عن الأفكار و الفلسفات الإلحادية و المادية التي تستغل كل الأساليب المتاحة للتأثير في المتلقين من المسلمين و غير المسلمين " فبعد أحداث 11سبتمبر 2001 أصبح مصطلح المسلم و الإرهابي مترادفين في الكثير من البلدان الغربية ، و قد حذر الخبراء و الناشطون في حقوق الإنسان من تنامي ظاهرة الاسلاموفوبيا و العنصرية ضد المسلمين"[1] .

بالإضافة إلى المنظمات و الشركات العالمية التي تستهدف الإسلام و تشويه صورته و إضعاف عقيدة المسلمين و التشكيك في الإسلام ، بالاضافة إلى الإساءة إلى الرسول الكريم صلى الله عليه و سلم ، مع أن هذه المنظمات و الحركات كلها منتقدة حتى في العالم الغربي لدعوتها الى التحرر من كافة العوائق و الانظمة الاجتماعية و الاخلاقية التي تعيق حرية الانسان ، كالوجودية **existentialism** ، و العدمية **nahilism** ، و الماسونية و توابعها **free massons and its sattelites** ، فرغم التقدم المادي للعالم الغربي إلا أنه لا يزال يعاني من انحلال اخلاقي صارخ يهدد أمنه و استقراره الاجتماعي.

ثانيا : <u>الطموحـــــات</u>

إن التحديات التي تواجه الفضائيات الإسلامية ليست مبررا مبررا لاستمرار نمطيتها و السلبيات التي تعاني منها رغم ما حققته من انجازات رغم حداثة التجربة ، بل عليها الطموح لتحسين أدائها و زيادة فاعليتها في خدمة الإسلام و المسلمين و دعوة غير المسلمين و من جملة هذه الطموحات ما يلي :

1- لا بد للفضائيات الإسلامية من تطوير أساليبها الشكلية و الموضوعية و الاستفادة أكثر من التكنولوجيا الإعلامية الحديثة و تسخيرها لما يخدم أهدافها بما ينسجم مع المنهج الاسلامي الذي

[1]- Mirza Mezic, the perception of Islam and Muslims in the media and the responsibility of European Muslims towards the media . www.culturallink.org تاريخ الدخول 2013/09/03 .

يهدف الى خير البشرية جمعاء ، لأن عدم مواكبة التطور في يزيد من عمق الهوة و تأخرها عن أداء دورها الريادي الذي تضطلع إليه.

2- ضرورة صياغة الرسالة الإعلامية الإسلامية في قوالب فنية متنوعة و جذابة و عدم تكريس الركود و الملل ، لأن الكثير من البرامج في الفضائيات الأسلامية تفتقر إلى الجاذبية و التشويق مع مراعاة الضوابط الشرعية في صياغتها و تقديمها.

3- الحرص على التنوع في تقديم المادة الإعلامية دعوية كانت أم غيرها من المواضيع و ألا تقتصر على الوعظ و الإشاد الديني ، بحيث يجب أن تتناول مختلف المواضيع و القضايا الإجتماعية و الإقتصادية و حتى السياسية و محاولة تفسيرها من منظور إسلامي ، لأن الإسلام منهج حياة و مبادئه راسخة و صالحة لكل زمان و مكان يهتم بأمور الدين و الدنيا.

4- معالجة قضايا الأمة و الأقليات المسلمة محاولة إيجاد حلول لمشكلاتها ، لأن وسائل الإعلام و الدعاية صارت تتأجر بالقضايا المصيرية للمسلمين لخدمة مصالح قوى معادية للإسلام .

5- التخطيط و الشمولية في الطرح من خلال الإهتمام بمختلف القضايا و مخاطبة مختلف شرائح المجتمع لأن اولويات الجمهور مختلفة "فكل عمل كبير لا بد له من خطة عمل رشيدة لتتضح رسالته وتعالج سلفاً نقاط الضعف والذي يبدو جليا أن الكثير منها لم يُعط جانب التخطيط أهميته "[1].

6- ضرورة تطوير الكوادر الإعلامية العاملة بهذه الفضائيات من خلال اختيار كفاءات قادرة على القيام بدورها المطلوب منها ، مع إجراء دورات تدريبية لهم تساعدهم على تطوير أدائهم ، "والقنوات الفضائية الإسلامية إذا ما أرادت أن تحقق الحضور المثمر والمنافسة الفعلية، فعليها أن تقوم بدراسة احتياجات الجمهور، وأن تعمل على إيجاد البديل النافع وَفْقَ الضوابط الشرعية والرؤى الواضحة، وهذا لن يأتي من غير الاستعانة بالكفاءات ذات الخبرة الإعلامية لوضع الخطوط العريضة، الفاصلة لقضايا تتعلق بالعمل الإعلامي الإسلامي.

7- تقديم الصورة المشرقة للإسلام و الدفاع عنه من خلال البرامج المتنوعة ، نظرا لاستهدافة من قبل وسائل الإعلام خاصة الغربية التي تعمل على تشويه صورته امام الراي العالمي ، و تسخير كافة الطاقات المادية و البشرية لبيان حقيقة هذا الدين الحنيف.

8- مخاطبة غير المسلمين بمختلف لغات العالم لأن ذلك سيساعد على توسيع دائرة الدعوة الى الاسلام لانه رسالة عالمية الى الناس كافة ، فمن حق غير المسلمين ان يعرفوا الاسلام و ان لا نترك

[1]- سعد فياض ، الفضائيات الاسلامية انتقادات وتوجيهات ، تاريخ الدخول : 2013/09/01 www.muslim.org

هذه المهمة لوسائل الاعلام الغربية ، كما يجب " أن تأخذ الفضائية المقترحة بنظر الاعتبار آليات العقل الغربي وطريقة التفكير وأسلوب التقديم ومعالجة الموضوعات وماهياتها"[1].

9- إستغلال اللغة الانجليزية في مجال الفضائيات الإسلامية باعتبارها لغة عالمية من شانها إيصال الخطاب الإسلامي إلى مختلف أنحاء العالم ، فهذا من شأنه أن يخدم المسلمين الناطقين بغير العربية في كل مكان بالإضافة إلى تقديم الإسلام إلى العالم و تصحيح المفاهيم الخاطئة التي التصقت به جراء التشويه .

إن الطموحات السابقة الذكر من شانها أن تنهض بعمل الفضائيات الإسلامية و إخراجها من الدائرة المحصورة التي تقبع بها ، بالإضافة إلى قيامها بالدور الريادي في النهوض بالأمة و عدم حصر عملها في الوعظ الديني فقط بال المشاركة في شتى مجالات الحياة التي تهم الانسان النسلم و غير المسلم.

خلاصة:

نستنتج مما سبق أن الإقناع عملية واعية و مقصودة من خلال العناصر التي تكونها ، وتتعدد أساليب الإقناع من مجال إلى آخر يشمل الإعلام ، المنطق ، الدعوة الإسلامية ، الدعاية و السمعي البصري ، كما يرتكز الإقناع على عدة استراتيجيات مرتبطة بالعوامل السيكولوجية ، الثقافية و بناء المعاني.

تحاول الفضائيات الإسلامية عامة و الناطقة باللغة الإنجليزية خاصة نظرا لارتباطها بموضوع دراستنا استغلال كافة أساليب الإقناع و الإستراتيجيات المرتبطة به للإرتقاء إلى مستوى تحقيق أهداف الرسالة بمنظورها الإسلامي ، و التحديات التي تواجهها خاصة في ظل متغيرات العصر التي تفرض عليها ضرورة استغلال كافة آليات و وسائل الإقناع بما يحقق إيصال الرسالة الإسلامية إلى المسلمين و غير المسلمين انطلاقا من عالمية الإسلام و شمولية رسالته.

[2]- حسن السوداني، الفضائية الاسلامية ، تاريخ الدخول :www.annabaa.org.**2013/09/22**

الفصل الثالث:

الأساليب الإقناعية في قناة الهدى

–دراسة تحليلية للمضمون–

تمهيد

3-1صفات العينة

3-2 فئات تحليل المحتوى

3-3 تحليل فئات ماذا قيل؟

3-4 تحليل فئات كيف قيل؟

3-5 نتائج الدراسة التحليلية للمضمون.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

تمهيد:

سنحاول في هذا الفصل تحليل مضمون قناة الهدى تحليلا كميا و كيفيا لعينة الدراسة بما يكفل الوصول الى النتائج عبر البيانات المبوبة في الجداول و التعليق عليها بطريقة علمية دقيقة ، باستخدام أدة تحليل المحتوى ، و يشتمل هذا الفصل على تحديد صفات العينة زمكانيا التي من شأنها تسهيل عملية التحليل بطريقة علمية و منهجية ، بالإضافة إلى تحديد الفئات التي تنطوي عليها الدراسة التحليلية للمضمون التي تركز على فئة الأساليب الإقناعية باعتبارها أساس هذا البحث ، لنصل إلى المرحلة الأخيرة المتمثلة في التحليل الكمي و الكيفي الذي يعبر عن القيم الإحصائية لنخلص في النهاية إلى أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة التحليلية للمضمون .

3-1 صفات العينة

سيتم تحديد صفات العينة من حيث المكان و الزمان.

أولا : العينة المكانية:

يمثل الإطار المكاني لهذه الدراسة في قناة الهدى الناطقة باللغة الانجليزية ، من خلال عينة من مجموع البرامج التي تبثها خلال الدورة البرامجية المحددة ، و ذلك بالتعريف بكل برنامج محل الدراسة و التي من خلالها سيتم تحليل المضمون و استخراج الأساليب الإقناعية .

- **التعريف ببرامج العينة:**

– Ask Huda (**إسالوا الهدى**) : يعتبر هذا البرنامج أحد أهم و أشهر البرامج المعروضة على قناة الهدى الناطقة باللغة الإنجليزية يعنى بالفتاوى الشرعية و الإجابة على تساؤلات و انشغالات المسلمين و حتى غير المسلمين الناطقين بغير العربية في كل مكان ، يبث هذا البرنامج يوم الأحد و الثلاثاء لمدة ساعة من القاهرة بمصر مع إعادة بث حلقاته عدة مرات في الأسبوع ، و يلقى البرنامج إقبالا كبيرا من المشاهدين حيث يعتبر مقدمه الشيخ محمد صلاح أشهر العلماء في العالم الغربي .من بين العوامل التي ساعدت هذا البرنامج على الرواج و الشهرة هو إتقان االشيخ للعلم الشرعي باعتباره متخصصا في الفقه المقارن ،و للغة الانجليزية ما ساعد على إيصال الرسالة بشكل واضح إلى المشاهدين من المسلمين و حتى غير المسلمين .

–Let's talk (**لنتكلم**) : يعد من أشهر البرامج المعروضة على القناة يعنى بالشباب خاصة المسلم و قضاياه المعاصرة ، و هو عبارة عن ندوة ، يعرض كل يوم خميس بمدة قدرها 45د ،يقدمه إعلامي من أصل يوناني و جنسية أمريكية هو Malik Evangelatos يستضيف فيه مختلف الشخصيات الإسلامية المعروفة و بعض الشباب من جنسيات مختلفة لمناقشة و إثراء القضايا المطروحة ، إذ يلقى البرنامج إقبالا من الشباب المسلم في مختلف أنحاء العالم كما أن له صفحة على الفيس بوك و اليوتيوب يتفاعل معها الشباب مما يتيح إمكانية طرح مواضيع للنقاش في البرنامج .

–The Deenshow (**الدين شو**): و هو برنامج تولك شو و حواري في نفس الوقت ، يعرض كل يوم جمعة على الساعة الواحدة و النصف زوالا ، ينتج بالولايات المتحدة الأمريكية يقدمه

Eddie Redzovic ذو الجنسية الأمريكية ، حسب موقع البرنامج على شبكة الأنترنت هو برنامج يحاول استغلال وسائل الإعلام "لمساعدة الإنسانية كافة لفهم الإسلام الصحيح و الرسالة الحقيقة التي يعلمها و هي: السلم (peace) ، الخضوع (submission)، الإستسلام (surrender) و الطاعة (obedience) لله سبحانه و تعالى "[1]، و يعتبر البرنامج من أشهر البرامج الدينية التي تدافع عن الإسلام في العالم الغربي،و محاولة تصحيح الصورة النمطية المشوهة لديننا الحنيف، خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 ، يعرض هذا البرنامج عبر قناة الهدى كل يوم جمعة على الساعة الواحدة و النصف زوالا مع الإعادة عدة مرات في الأسبوع و يقوم باستضافة مختلف الشيخصيات الإسلامية المعروفة عبر العالم، بالإضافة إلى الذين اعتنقوا الإسلام حديثا ،خاصة المشاهير منهم ،و ينال تفاعلا و إقبالا كبيرا داخل الولايات المتحدة و خارجها،خاصة و أنه يقدم الإسلام بطريقة حديثة ، مبتكرة مستغلا بذلك عناصر الجذب في المضمون و الشكل.

العينة الزمنية: تشتمل العينة الزمنية في هذه الدراسة على مجموع البرامج خلال خلال الشبكة البرامجية للثلاثي الأول من السنة الهجرية 1434 الموافقة لنهاية الثلاثي الأخير من سنة 2012 ، و بداية الثلاثي الأول من سنة 2013 ، من خلال الأشهر الثلاثة : نوفمبر 2012 ، ديسمبر 2012 ، و جانفي 2013 ، من خلال تطبيق العينة الدائرية على هذه البرامج خلال المدة الزمنية المحددة نتحصل على :

- ✓ الأسبوع الأول من شهر نوفمبر
- ✓ الأسبوع الثاني من شهر ديسمبر
- ✓ الأسبوع الثالث من شهر جانفي
- ✓ الأسبوع الرابع من شهر نوفمبر
- ✓ الأسبوع الأول من شهر ديسمبر
- ✓ الاسبوع الثاني من شهر جانفي

[1] -www.TheDeenshow.com 2013/01/14 : تاريخ الدخول

من خلال هذه العينة من البرامج نتحصل على ستة أعداد لكل برنامج و بهذا نحصل على مجموع 18 عدد خلال المدة المذكورة بحجم ساعي يقدر ب 13 ساعة و نصف.

الجدول التالي يبين مفردات العينة في قناة الهدى خلال الأشهر الثلاثة:

الجدول رقم (01): مفردات العينة و تاريخ بثها.

البرامج / العدد	Huda Ask "إسالوا الهدى"	Let's Talk "نتكلم"	DeenShow "الدين شو"
تاريخ العدد الأول	04 نوفمبر 2012	05 نوفمبر 2012	09 نوفمبر 2012
تاريخ العدد الثاني	25 نوفمبر 2012	26 نوفمبر 2012	30 نوفمبر 2012
تاريخ العدد الثالث	04 ديسمبر 2012	03 ديسمبر 2012	07 ديسمبر 2012
تاريخ العدد الرابع	11 ديسمبر 2012	10 ديسمبر 2012	14 ديسمبر 2012
تاريخ العددالخامس	13 جانفي 2013	14 جانفي 2013	11 جانفي 2013
تاريخ العدد السادس	22 جانفي 2013	21 جانفي 2013	18 جانفي 2013

3-2 فئات تحليل المحتوى

تنطوي الدراسة التحليلية للمضمون من خلال تقسيمه إلى فئات ، "حيث ترتبط عملية التصنيف و تحديد الفئات بمفهوم التجزئة ، أي تحويل الكل إلى أجزاء ذات خصائص أو مواصفات أو أوزان مشتركة ، بناء على محددات يتم وضعها و الإتفاق عليها مسبقا "[1]. يهتم تراث تحليل المحتوى بتحديد أنواع الفئات من خلال المادة التي تحتويها الرسالة ،و الشكل الذي تقدم به من خلال سؤالين : ماذا قيل؟ و كيف قيل؟

1_ محمد عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره، ص 112

فئات ماذا قيل ؟

1-**فئة الموضوع** : " و هي من أكثر الفئات استخداما في بحوث الاعلام و الاتصال و ذلك للسهولة النسبية التي تتطلبها ، إذ أنها تحاول الإجابة على السؤال : علام يدور المحتوى؟" [1]، أي ما هي المواضيع الأكثر بروزا في المحتوى و تهدف هذه الفئة إلى الكشف عن مراكز الإهتمام في المحتوى أيا كان شكل تقديمه و تشمل هذه الفئة المواضيع التالية:

–**المواضيع العقدية** : تشتمل المواضيع العقدية مايلي: الإيمان بالله ،الإيمان باليوم الآخر ، الإيمان بالرسل و الكتب السماوية، الإيمان بالقضاء و القدر و الملائكة ، آداب التعامل مع الله ،البدع و الخرافات ، الفلسفات الإلحادية و أخرى.

–**المواضيع التشريعية**: و تشمل العبادات (الصلاة ،الزكاة ، الصوم، الحج) ، المعاملات (المعاملات المالية و التجارية ، الزواج ، الطلاق ،اللباس ،الاطعمة و الاشربة)، الحدود (القصاص القتل) بالإضافة إلى أخرى(تضم المواضيع التشريعية المختلفة).

–**المواضيع الاجتماعية**: وتشمل الآفات الإجتماعية (التدخين ، المخدرات، الاختلاط بين الجنسين ، تقليد الثقافة الغربية) ، الآداب و الأخلاق (جهاد النفس ، الصداقة ، صلة الرحم ، البركة في المجتمع).

–**المواضيع الفكرية**: تشمل الإسلام منهج حياة ، الدفاع عن الاسلام،العلم و العرفة،أساليب الدعوة الإسلامية، قضايا الأمة الإسلامية.

2– فئة الجمهور المستهدف من عملية الإقناع: إرتاينا أن نضيف هذه الفئة إلى الدراسة لأهميتها باعتبار الجمهور مستقبل الرسالة الإقناعية ، بالاضافة إلى التعرف على المخاطبين في قناة الهدى ، تضم هذه الفئة : جمهور المسلمين ، و غير المسلمين الناطقين بغير العربية .

1_ يوسف تمار ، مرجع سابق سبق ذكره، ص 35

فئات كيف قيل؟

تمثل مجموعة الفئات التي تصف الكيفية أو أسلوب تقديم المضمون و تشمل:

1- **فئة أساليب الإقناع** : تضم الأساليب و الطرق التي تؤدي بالمستقبل إلى الإقتناع بالرسالة نظرا لتنوع و اختلاف الأساليب الإقناعية في مجال المنطق و الإعلام و الدعوة فقد قمنا بجمعها و تصنيفها ،و تقسيمها إلى وعاءين كبيرين هما :الأساليب العقلية ، و الأساليب العاطفية ، و يندرج تحت كل أسلوب أساليب فرعية متعلقة بها حسب أهداف الدراسة .

إن هذا التصنيف لم يكن إعتباطيا بل جاء إثر قراءة متأنية لأساليب الإقناع في مختلف المجالات بالاضافة إلى الإستعانة بأساتذة متخصصين في علوم المنطق و الدعوة و الاتصال بهدف تصنيف الأساليب بطريقة علمية و منهجية نجيب من خلالها على تساؤلات الدراسة ،يوضح الجدول التالي الأساليب الإقناعية المعتمدة في الدراسة.

الجدول رقم (02) : أنواع الأساليب الإقناعية المعتمدة في الدراسة

<table>
<tr><th colspan="3">الأساليب العقلية</th><th colspan="2">الأساليب العاطفية</th></tr>
<tr><td rowspan="8">الاستدلال بالنقل</td><td rowspan="3">النقل الخاص</td><td>القرآن الكريم</td><td colspan="2">إستخدام الشعارات و الرموز</td></tr>
<tr><td rowspan="2">السنةالنبوية الشريفة</td><td colspan="2">مخاطبة حاجات و دوافع المتلقي</td></tr>
<tr><td colspan="2">أسلوب الاستعطاف</td></tr>
<tr><td rowspan="5">النقل العام</td><td>اقوال أهل العلم</td><td colspan="2">أسلوب غريزة القطيع</td></tr>
<tr><td>الإنجيل</td><td colspan="2">الإعتماد على المصادر و الشخصيات المعروفة</td></tr>
<tr><td rowspan="3">الأمثلة الواقعية و الشواهد التاريخية.</td><td rowspan="3">الأساليب اللغوية و البلاغية</td><td>الأسلوب الخبري</td></tr>
<tr><td>الأسلوب الانشائي</td></tr>
<tr><td>الصور البيانية</td></tr>
</table>

				الصور البديعية
		الاحصائيات و الحقائق العلمية	**الترغيب و الترهيب**	
		الامثال و الحكم	**صور الترغيب**	**صور الترهيب**
الإستدلال بالعقل	الإستدلال بالمنطق		الوعد	الوعيد
	أسلوب التعريف		ضرب الامثال ترغيبا	ضرب الامثال ترهيب
	تفنيد وجهة النظر الاخرى		التيسير و عدم التعسير	تعظيم المرغب عنه
	أسلوب التكرار		تعظيم المرغب فيه	إظهار سلبيات المرغب عنه
	أسلوب الإستفهام			إظهار الفارق بين المرغب فيه و المرغب عنه.
	السبر و التقسيم			
	الجدل بالتي هي أحسن			

2- **فئة اللغة** : إن اللغة هي الوعاء الذي ينقل الفكر ، و تعتبر عنصرا رئيسيا في تحليل مضمون وسائل الإعلام لأنها حلقة الوصل بين المرسل و المستقبل ، تشمل فئة اللغة في هذه الدراسة ما يلي:

أولا: اللغة الإنجليزية المحضة: و هي اللغة التي تنطق بها القناة الخالية من الكلمات الاجنبية عنها. و قد تم تصنيف اللغة الإنجليزية إلى فئات أخرى حسب التقسيم الخاص بأشكال اللغة الإنجليزية الموجودة عير العالم و هي : اللغة الإنجليزية البريطانية ، الإنجليزية الأمريكية ،الإنجليزية الأسترالية ، الإنجليزية الآسياوية، الإنجليزية الإفريقية ، الإنجليزية كلغة أجنبية ،و نقصد بها اللغة الإنجليزية المستعملة في الدول التي يعد تأثيرها فيها خارجيا و ليس عبر الاستيطان و تستعمل فيها اللغة الانجليزية لأغراض دولية و ليست وطنية كاللغة الإنجليزية التي تكون كلغة ثانية كما هو معروف

لدى بعض الدول مثل نيجيريا .لقد اعتمدنا هذا التقسيم بالاعتماد على أشهر النماذج المتعلقة باللغات الإنجليزية الموجودة عبر العالم englishes world "و هو النموذج الذي قدمه Tom McArthur من خلال نموذج العجلة الذي ظهر في اللغة الإنجليزية في جوان1987 "[1].

ثانيا: الإنجليزية المختلطة بالعربية : و هي اللغة الإانجليزية التي تمتزج بكلمات و عبارات من اللغة العربية حتى لو كانت كلمة واحدة عربية ،و قد تم استبعاد الكلمات التي دخلت القاموس الإنجليزي و منها : الله ، السنة ، الشريعة ، الشيخ ، الإمام ، الجهاد ، و فيها ينتقل المتحدث من اللغة العربية إلى اللغة الإنجليزية بسلاسة لتقريب المعاني و هو ما يسمى ب code switching " هو عملية الانتقال من لغة إلى لغة أخرى ، و في معناه الواسع هو عملية استخدام مختلف أشكال اللغة "[2].

ثالثا: ترجمة عربية إنجليزية : و هي اللغة التي يتم فيها ترجمة بعض النصوص خاصة الآيات القرآنية و الأحاديث النبوية الشريفة من اللغة العربية إلى اللغة الإنجليزية لتقريب معناها إلى المتلقي.

وحدات التحليل

تعتمد دراسة تحليل المحتوى على وحدات التحليل ، إذ يقسم الباحث محتواه إلى وحدات قابلة للعد و القياس تبعا لإشكالية الدراسة و الأهداف التي ترمي إليها" و هي الوحدات التي يتم عليها العد او القياس مباشرة و هذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى"[3].

تشتمل الدراسة التحليلية على وحدات التحليل التالية :

وحدة الموضوع: تعتبر الوحدة الأكثر شيوعا في تحليل المحتوى من خلال الكشف عن ما يقوله المحتوى ، إن طبيعة موضوع الأساليب الإقناعية يستدعي استخدام هذه الوحدة للكشف عن أساليب الاقناع المستخدمة في قناة الهدى ، و هي بذلك من أنسب الوحدات في الدراسة.

---

[1] -Ragend Masthrie and Rakesh.M .Bhatt, World Englishes, Cambridge University Press, NewYork ,USA 2008 ,p 06

[2] -James.D.Williams ,The Teacher's Grammar Book, 2nd edition ,New Jersey 2005 LEA publishers p 250.

[3] _محمد عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره، ص 233

وحدة الفكرة: تعتبر وحدة الفكرة من أهم وحدات التحليل في بحوث الإعلام ، و عن طريقها يمكن فهم المحتوى بدقة ،و قد تكون عبارة عن فقرة ،جملة و تدل على معنى معين ، و في هذه الدراسة تعد الافكار جزء من الموضوع أي أنه يشتمل على مجموعة من الأفكار.

وحدة العبارة: و هي من الناحية السمنطيقية اكبر من الكلمة ، فقد تكون مجموعة من الكلمات تعطي معنى معين ، و تم الاستعانة بهذه الوحدة في التعرف على بعض الاساليب الاقناعية .

وحدة الجملة : و هذه الوحدة تعطي للمعنى بداية و نهاية يفهم المتلقي معناها ،يكمن استخدامها في هذه الدراسة على إيجاد و استخراج الأساليب الإقناعية خاصة العقلية.

وحدة الكلمة : تعد أصغر الوحدات في تحليل المحتوى يستعين بها الباحث أثناء التحليل ، أما في هذه الدراسة فتفيد هذه الوحدة في استخراج الأساليب الإقناعية خاصة المتعلقة باللغوية و البلاغية كاطباق و الجناس ، و السجع .

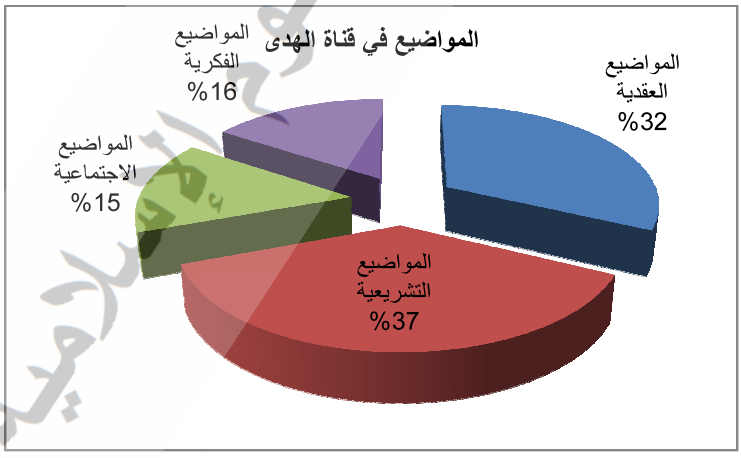
التحليل و النتائج

3-3: تحليل فئات ماذا قيل ؟

الجدول رقم (03) : يبين المواضيع المعالجة في برامج العينة.

البرامج / المواضيع	Ask Huda اسالوا الهدى		Let's Talk لنتكلم		Deenshow الدين شو		ك	%
	ك	%	ك	%	ك	%		
المواضيع العقدية	17	22.97%	05	21.73%	21	56.75%	43	32.08%
المواضيع التشريعية	45	60.81%	04	17.39%	01	02.70%	50	37.31%
المواضيع الإجتماعية	06	8.10%	10	43.47%	04	10.81%	20	14.92%
المواضيع الفكرية	06	8.10%	04	17.39%	11	29.72%	21	15.67%
المجموع	**74**	**100%**	**23**	**100%**	**37**	**100%**	**134**	**100%**

الشكل رقم (05): المواضيع في قناة الهدى



تتعلق البيانات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (03) بنوع المواضيع التي تتناولها برامج قناة الهدى تبعا للعينة و مدة الدراسة التي تهدف إلى الاجابة عن التساؤل الاول : ما هي المواضيع التي تتناولها القناة في برامجها ؟ لبلوغ ذلك سيتم عد تكرارات كل موضوع و بيان نسبته المئوية من ثم مقارنتها مع سائر المواضيع.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة تحصلت عليها المواضيع التشريعية بنسبة 37.31% ، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب المواضيع العقدية إذ بلغت نسبتها 32.08% لتأتي المواضيع الفكرية في المرتبة الثالثة حيث تقدر نسبتها ب 15.67% ، و هي نسبة مقاربة للمواضيع الإجتماعية التي حلت في المرتبة الرابعة و الأخيرة بنسبة 14.92% .

– **المواضيع التشريعية** : حصل برنامج Ask Huda (اسالوا الهدى) على المركز الأول بنسبة 60.81% ، يليها برنامج هلا نتكلم بنسبة 17.39% ، ليأتي برنامج The Deenshow (الدين شو) في المرتبة الأخيرة بنسبة 02.70% ، و هي نسبة جد ضئيلة بالمقارنة مع غيره من البرامج ، و هذا ما يعكس عدم اهتمام هذا البرنامج بهذا النوع من المواضيع.

– **المواضيع العقدية** : حصل برنامج The Deenshow على أعلى نسبة بلغت 56.75% يليها برنامج Ask Huda في المرتبة الثانية بنسبة 22.97% ، و جاء برنامج Let's Talk في المرتبة الأخيرة بنسبة 21.73% و هي نسبة غير بعيدة عن سابقتها في برنامج الفتاوى.

–**المواضيع الفكرية** : حصل برنامج The Deenshow على المرتبة الأولى بأعلى نسبة بلغت 29.72% ، يليها برنامج Let's Talk في المرتبة الثانية بنسبة 17.39% ، و أخيرا برنامج Ask Huda بنسبة تقدر 8.10% ، و هو ما يدل على عدم توجه هذا البرنامج إلى هذا النوع من المواضيع باعتباره برنامج فتاوى بالدرجة الأولى.

– **المواضيع الاجتماعية** : تحصل برنامج Let's Talk على المرتبة الأولى من مجموع المواضيع الإجتماعية بنسبة 43.47% ، يليها بعد ذلك برنامج The Deenshow بنسبة تقدر ب 10.81% ، و أخيرا برنامج Ask Huda بنسبة تقدر ب 8.10 %.

نلاحظ من خلال البيانات الإحصائية السابقة المبينة في الجدول أعلاه وجود تقارب في النسب بين المواضيع التشريعية و العقدية إذ كانت النسبة متقاربة الى حد ما كما نلاحظ التقارب بين المواضيع الإجتماعية و الفكرية ، غير أن هذه النتائج لم تأت بمحض الصدفة فبعد حساب التكرارات و اختبار صدق ثباتها عدة مرات تحصلنا على نفس النتائج .

من خلال القراءة نستنتج أن البرامج في قناة الهدى حسب العينة تهتم بمختلف المواضيع التي تهم المتلقي، باعتبارها قناة موجهة للمسلمين و غير المسلمين ، و هذا ما يستلزم وجود تنوع في الواضيع رغم التفاوت في النسب التي تحصلنا عليها.

إن الهدف العام الذي يشمل خدمة الاسلام و تبليغ رسالته في كل مكان يصل اليه بث القناة ، و محاولة اقناع المدعوين الى الاسلام بهذه الرسالة يفرض افادة المشاهد و اثراؤه بكل المواضيع التي تهم المسلمين و غير المسلمين الناطقين بغير العربية ، من خلال المواضيع المتنوعة التشريعية العقدية ، الإجتماعية و الفكرية في محاولة إلى نقل مفهوم الإسلام إلى كافة بقاع الأرض بكل الوسائل و اللغات و تقديم المفاهيم الصحيحة عن الدين الاسلامي.

ان ما سبق ذكره يجعلنا نطرح العديد من التساؤلات و هي : ما السبيل إلى تفسير هذا التفاوت في المواضيع ؟

أولا :لماذا حصلت المواضيع التشريعية على المركز الأول من بين الموضوعات الأخرى و تصدرها برنامج إسالوا الهدى؟

ثانيا: ما هو تفسير حصول برنامج الدين شو على المركز الأول في المواضيع العقدية و الفكرية ؟

ثالثا: ما هو السبب في حصول برنامج لنتكلم على المركز الأول في المواضيع الإجتماعية؟

يمكن تفسير التساؤلات السابقة كما يلي:

1ــ إن السبيل إلى تفسير حصول المواضيع التشريعية على المرتبة الأولى من بين المواضيع الأخرى يرجع ألى النسبة التي حصل عليها برنامج إسالوا الهدى المخصص للفتاوى و الإجابة على أسئلة المشاهدين خاصة المسلمين من مختلف أنحاء العالم ، فهو برنامج خاص ببيان الأحكام الشرعية و الفقهية حول مختلف القضايا من عبادات ، معاملات كالصلاة ، الزكاة ، الزواج ، الطلاق ،

الصيام و الحج و المعاملات التجارية و غيرها من المواضيع الشرعية من جهة ، من جهة أخرى إن برنامج إسالوا الهدى له حجم زمني أكبر من البرنامجين الآخرين إذ يقدر زمن بثه ساعة كاملة بالمقارنة مع البرنامجين الآخرين ، اذ نجد برنامج دعونا نتكلم يستغرق بثه 48 دقيقة ، أما الدين شو فمدته 30 دقيقة .

إذن ، من خلال ما سبق نستنتج أن تفوق المواضيع التشريعية لم يأت بالصدفة بل بسبب حيازتها للحجم الزمني من جهة و لتخصص برنامج إسالوا الهدى في مجال الفتاوى الشرعية من جهة أخرى.

2_ إن تفسير حصول برنامج The Deenshow على المركز الأول في معاجة المواضيع العقدية و الفكرية على حساب البرنامجين الأخرين يعود أساسا إلى إهتمام هذا البرنامج بالعقيدة و الفكر نظرا لطبيعة المكان الذي يبث منه و هو الولايات المتحدة الأمريكية التي تتنوع فيها الديانات و الملل خاصة النصرانية و الفلسفات الإلحادية بالإضافة إلى الصورة النمطية المشوهة عن الإسلام في العالم الغربي ما يستدعي بواعث معالجة هذا النوع من المواضيع لتصحيح العقائد و الدفاع عن الإسلام و دعوة غير المسلمين بتقديم مختلف الحجج و الأدلة عن هذه الرسالة العالمية التي تخلو من التحريف ، إن لاسلام"هو آخر الرسالات التي اوجدها الله إلى الناس كافة في كل الأزمنة و الأماكن انزله الله سبحانه و تعالى ليخرج الناس من الظلمات إلى النور بهدف التخلص من العقائد"[1] الخاطئة و الفاسدة التي أغرقت العالم الغربي رغم تفوقه المادي .

3 _ ان حصول برنامج Let's Talk على المرتبة الأولى في المواضيع الإجتماعية يعكس توجه هذا البرنامج إلى هذا النوع من المواضيع ،فهو برنامج شبابي بالدرجة الأولى يطرح مختلف القضايا التي تهم الشباب خاصة المسلم و مناقشتها مع مختصين ،دعاة و شباب، من خلال إثراء المواضيع الشبابية المختلفة في شكل ندوة يتجاذب فيها الضيوف و مقدم البرنامج أطراف الحديث عبر النقاش الحيوي الهادف و الجاد .

إن الشباب المسلم بحاجة إلى التوجيه و الإرشاد إلى ما فيه خير و صلاح له ، فالعالم الإسلامي يزخر بهذه الطاقة الشبانية ، إلا أنه في ذات الوقت يعاني الكثير من المشاكل الإجتماعية

[1] -Muhammed Yusuf Mussa , Islam and humanity's need for it ,Alahram commercial press ,Kalioub , Egypt , 1993 , p 20

و الأخلاقية و الإغراءات المادية التي تعيق فاعليته في المجتمع و خدمة دينه جراء التمييع و التغريب في العالمين الغربي و الإسلامي على حد سواء ،مع تفاوت في نسب الجرعات ، فالشباب هم روح الأمم و زادها كما أنه أمانة عظمى يجب أداؤها حق الأداء ، إن هذا البرنامج يعد استجابة لإدراك القائمين على القناة إلى حاجة هذه الفئة إلى برامج تجمع بين الإسلامي و الشبابي تفيدهم في شتى مجالات حياتهم ، خاصة الإنحراف الذي يجتذبهم بشتى الأساليب و دعوتهم إلى الكدح المتواصل و تشجيعهم على الإبداع.

و يمكن التذكير بمجمل ما جاء في الإحصائيات السابقة من خلال ما يلي:

1_ المواضيع التشريعية:

37.31

- 60.21 :Ask Huda
- 17.39 :Let's talk
- 2.70 :The Deenshow

2_ المواضيع العقدية:

32.08

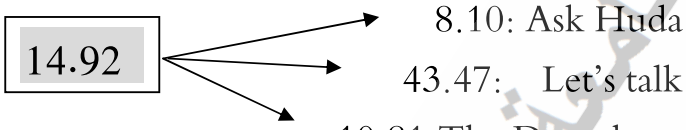
- 22.97 :Ask Huda
- 21.73 Let's talk
- 56.75 : The Deenshow

3_ المواضيع الفكرية:

15.67

- 08.10 :Ask Huda
- 17.3: Let's talk
- 29.72: The Deenshow

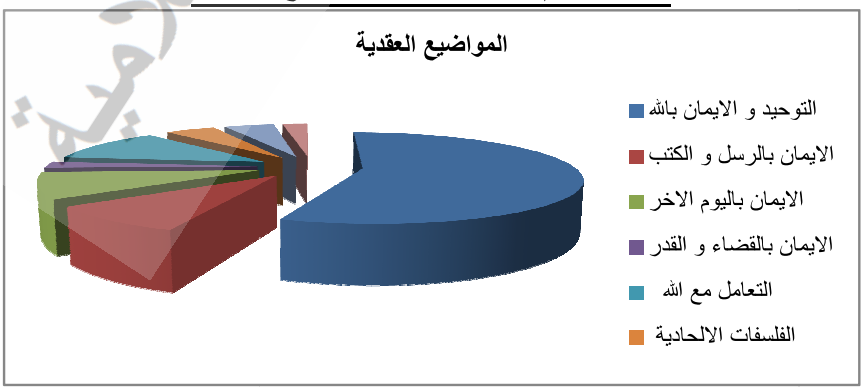
4_ المواضيع الاجتماعية:



الجدول رقم (04) :يبين توزيع المواضيع العقدية على برامج العينة

البرامج / المواضيع	Ask huda إسألوا الهدى		Let's talk لنتكلم		Deenshow الدين شو		ك	%
	ك	%	ك	%	ك	%		
التوحيد و الايمان بالله	08	%47.0	03	%60	13	%61.90	24	%55.81
الايمان بالرسل،الكتب	00	%00	00	%00	04	%19.04	04	%09.30
الايمان باليوم الاخر	02	%11.7	00	%00	02	%09.52	04	%09.30
الايمان بالقضاء والقدر	01	%5.88	00	%00	00	00	01	%02.32
التعامل مع الله	03	%17.6	01	%20	01	%04.76	05	%11.62
الفلسفات الالحادية	00	%00	01	%20	01	%04.76	02	%04.65
البدع و الخرافات	02	%11.7	00	%00	00	%00	02	%04.65
اخرى	01	%5.88	00	%00	00	00%	01	%02.32
المجموع	17	%100	05	%100	21	100%	43	%100

الشكل رقم (06): يبين المواضيع العقدية



يوضح الجدول رقم (04) بينات رقمية عن المواضيع العقدية التي وردت في برامج قناة الهدى الثلاثة في العينة ، إذ تشير الأرقام إلى تفوق موضوع الإيمان بالله و حصوله على المرتبة الأولى من بين كل المواضيع العقدية بنسبة 55.81 **%** بعدد 24 تكرارا ، أما أدنى نسبة فعادت إلى مواضيع الإيمان بالقضاء و القدر ،و مواضيع أخرى بنسبة 02.32 بتكرار واحد فقط ، أما المرتبة الثانية فحصل عليها موضوع التعامل مع الله بنسبة بلغت 11.62**%** بعدد يقدر ب 05 تكرارات ، في حين عادت المرتبة الثالثة لموضوعي الإيمان بالرسل و الكتب السماوية و الإيمان باليوم الآخر بنسبة بلغت 09.30% ب 04 تكرارات ، أما المرتبة الرابعة فكانت من نصيب موضوعي الفلسفات الإلحادية و البدع و الخرافات بنسبة قدرها 04.65 **%**و بمجموع تكرارين ، كما يتضح من خلال الجدول أعلاه وجود تنوع في المواضيع العقدية و هذا ما يعكس اهتمام القناة بالعقيدة باعتبارها قناة عالمية تخاطب المسلمين و غير المسلمين .

نلاحظ في الجدول أعلاه وجود أعلى نسبة لموضوع الإيمان بالله يسجل في برنامج the Deenshow ،إذ بلغت نسبته 61.90% ، أما المرتبة الثانية فعادت إلى برنامج let's talk بنسبة 60% ، ليأتي برنامج Ask Huda في المرتبة الأخيرة بنسبة 47.05% .

بالنسبة لموضوع الإيمان بالرسل و الكتب فلم يكن له نصيب ببرنامجي Let's Talk و Ask Huda ، حيث كانت النسبة 0% ، بينما برنامج the Deenshow فقد تناول الموضوع بنسبة 19.04%.

أما موضوع الإيمان باليوم الآخر، يتضح من خلال الجدول أن برنامج Ask Huda قد احتل المرتبة الأولى بنسبة 11.76% ، ليأتي برنامج The Deenshow في المركز الثاني بنسبة 09.52% ، أما برنامج Let's Talk فلم يتناول الموضوع فكانت النسبة بذلك 0% .

إن موضوع الإيمان بالقضاء و القدر لم يظهر إلا في برنامج Ask Huda الوحيد الذي عالجه بنسبة 05.88% بتكرار واحد ، أما باقي البرامج فكانت نسبتها 0 % .

نلاحظ أن موضوع التعامل مع الله كان حظه أوفر في برنامج Let 's Talk إذ احتل المرتبة الأولى بنسبة 20% ، ليأتي برنامج Ask Huda في المرتبة الثانية بنسبة 17.64% ، أما برنامج The Deenshow فجاء في المركز الأخير بنسبة 04.76% .

أما موضوع الفلسفات الإلحادية فقد سجل أعلى نسبة ضمن برنامج Let's Talk بنسبة 20% ، أما المركز الثاني فكان من نصيب برنامج The Deenshow بنسبة 04.76% ، بالنسبة لبرنامج Ask Huda فلم يتناول الموضوع فكانت النسبة 0% ليحتل بذلك المرتبة الاخيرة.

إن موضوع البدع و الخرافات لم يلق الإهتمام إلا في برنامج Ask Huda بنسبة 11.76% ، في حين لم تتناول البرامج الأخرى هذا الموضوع و هي نفس النسبة التي وردت في موضوع أخرى.

من خلال الجدول السابق نلاحظ تفوق موضوع الإيمان بالله و التوحيد على المواضيع العقدية الأخرى بنسبة كبيرة و هذا ما يطرح التساؤل : ما هو سبب تفوق موضوع الإيمان بالله على المواضيع العقدية الأخرى؟

إن حصول موضوع الإيمان بالله على المرتبة الأولى يعود تحديدا إلى أن أساس العقيدة الإسلامية هو الإيمان بالله ، و ترتكز عليها أركان الإيمان و المواضيع العقدية الأخرى ، إذ يتحدد الإيمان بالله " على التصديق بأن الله تعالى هو الواحد الأحد ،الذي يستحق العبادة ، هو رب كل شيء ، و هو الواحد في أسمائه و صفاته و أفعاله "[1] ، فهو الركن الأول و الركيزة الأولى التي ينبني عليها الإسلام، و يضم الإيمان بالله أسماء الله الحسنى ، و نقض العقائد المنحرفة عن النهج الرباني كالعقيدة النصرانية و غير ذلك من المواضيع التي تنضوي تحت التوحيد.

أمثلة لبعض النصوص الخاصة بالمواضيع العقدية في برامج العينة:

1_ المواضيع العقدية

- **برنامج Ask Huda** :

في الحصة المؤرخة يوم الأحد20 جانفي 2013 يتحدث الشيخ الدكتور محمد صلاح عن أحد أروع أسماء الله الحسنى و هو اسم الله الرزاق مستدلا بقوله تعالى :﴿وَإِذَا رَأَوْاْ تِجَـٰرَةً أَوْ لَهْوًا

[1] -Muhammed Bin Salah Al-Utheimeen, Sarh Usol Al EEman ,translated by Saleh Elsaleh,cooperative office for call and Islamic Guidance,Ryadh,1998,p07

ٱنفَضُّوٓاْ إِلَيۡهَا وَتَرَكُوكَ قَآئِمٗاۚ قُلۡ مَا عِندَ ٱللَّهِ خَيۡرٞ مِّنَ ٱللَّهۡوِ وَمِنَ ٱلتِّجَٰرَةِۚ وَٱللَّهُ خَيۡرُ ٱلرَّٰزِقِينَ ﴾[1] ، و قوله تعلى:﴿ قُلۡ إِنَّ رَبِّي يَبۡسُطُ ٱلرِّزۡقَ لِمَن يَشَآءُ مِنۡ عِبَادِهِۦ وَيَقۡدِرُ لَهُۥۚ وَمَآ أَنفَقۡتُم مِّن شَيۡءٖ فَهُوَ يُخۡلِفُهُۥۖ وَهُوَ خَيۡرُ ٱلرَّٰزِقِينَ ﴾[2] ، فالله سبحانه و تعالى هو خير الرازقين ، توجد العديد من النصوص القرآنية الدالة على أن الله سبحانه و تعالى Allah the Almighty هو خير الرازقين the best of providers ، و اسم الله الرزاق هو واحد من أجمل أسماء الله الحسنى ، و لا أحد يرزق من في السماوات و الأرض إلا هو ، فكل الأرزاق و الخيرات تأتي من لدنه وحده لا شريك له ، قال تعالى :﴿ وَفِي ٱلسَّمَآءِ رِزۡقُكُمۡ وَمَا تُوعَدُونَ ﴾[3] ، و لله الأسماء الحسنى ذكرها الله تعالى ،و منها ما هو في علم الغيب عنده لا يعلمها إلا هو ، فنحن ندعو الله سبحانه و تعالى بأسمائه حسب حاجاتنا فنقول " ياعفو" لطلب العفو ، و نقول "يا رحيم " لطلب الرحمة ، كما نقول" يا رزاق " في ابتغاء الرزق .

- **برنامج Let's talk** :

في الحصة المؤرخة يوم **14 جانفي 2013** تناول البرنامج موضوع أثر الإيمان و الإخلاص لله في العبادة على حياة المسلم في كل المجالات ، فهو سبحانه و تعالى بيده الخير و البركة ، فهذه الأخيرة هي دليل الإخلاص و توكل الإنسان على ربه ، فالله وحده من يستحق الثناء فهو المنعم علينا له الحمد و الشكر في الأولى و الآخرة ،كما أن قراءة القرآن و الذكر له أثره أيضا في زيادة الخير و البركة ، و استدل أحد الضيوف في البرنامج بقوله تعالى: ﴿وَإِذۡ تَأَذَّنَ رَبُّكُمۡ لَئِن شَكَرۡتُمۡ لَأَزِيدَنَّكُمۡۖ وَلَئِن كَفَرۡتُمۡ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٞ ﴾[4] ، فالله سبحانه و تعالى هو العليم يعلم حال عباده و يجيب المضطر إذا دعاه ، و يروي أحد الضيوف و هو طالب جامعي بجامعة الأزهر من دولة البوسنة أنه كان يعيش في مدينة بوسنية تسكنها أغلبية غير مسلمة ، حيث كان يعاني من التضييق

[1] _ سورة الجمعة ،الاية 11

[2] _ سورة سبا ، الاية 39

[3] _ سورة الذاريات الاية 22

[4] – سورة سورة ابراهيم ، الاية 07 .

عليه في المدرسة و المجتمع ككل ، فدعا الله بكل إخلاص أن يعينه على السفر و طلب العلم الشرعي في بلد مسلم لا يجد فيه من يضيق عليه في ممارسة عباداته أو طلب العلم الشرعي فاستجاب الله لدعائه، و تمكن الشاب من السفر إلى مصر و الدراسة بجامعة الأزهر بفضله تعالى.

- **برنامج The Deenshow:**

في الحصة المؤرخة يوم: 9 نوفمبر 2012 تناول البرنامج موضوع نقض ألوهية المسيح عليه السلام و هي العقيدة الغالبة في المجتمع الأمريكي على غرار بعض الديانات و التيارات الإلحادية الأخرى، حيث بين مقدم البرنامج Eddie ، رفقة ضيفه الذي اعتنق الإسلام ، أن في العقيدة النصرانية بعدا عن المنطق ، فسيدنا عيسى عليه السلام لم يقر يوما بألوهيته" Jesus never claimed to be God'' ، لأنه هو ذاته يعبد الله الواحد الاحد الذي خلق المسيح ابن مريم و ما في السماوات و الأرض. ، إذ يقول ضيف البرنامج Yusha Evans :" إنني كنت أؤمن بأن المسيح هو الله ، و في نفس الوقت كنت أفكر أن الله إنسان ، و طالما كنت أشكك في عدد الأقانيم التي أعبدها هل هو إله واحد أم ثلاثة إيمانا بعقيدة التثليث ، و هذا في حد ذاته تناقض.

إن المسيح عليه السلام لم يدع الألوهية " و قد بين المسيح أنه مجرد رسول أمر بني اسرائيل بعبادة الله ربه و ربهم و حذرهم من الإشراك بالله حيث الحرمان من الجنة "[1] ، إن كل من يعتقد بألوهية المسيح عليه السلام هو كافر إذ يقول المولى عز و جل :﴿ لَقَدْ كَفَرَ ٱلَّذِينَ قَالُوٓاْ إِنَّ ٱللَّهَ هُوَ ٱلْمَسِيحُ ٱبْنُ مَرْيَمَ ۖ وَقَالَ ٱلْمَسِيحُ يَٰبَنِىٓ إِسْرَٰٓءِيلَ ٱعْبُدُواْ ٱللَّهَ رَبِّى وَرَبَّكُمْ ۖ إِنَّهُۥ مَن يُشْرِكْ بِٱللَّهِ فَقَدْ حَرَّمَ ٱللَّهُ عَلَيْهِ ٱلْجَنَّةَ وَمَأْوَىٰهُ ٱلنَّارُ ۖ وَمَا لِلظَّٰلِمِينَ مِنْ أَنصَارٍ ﴾[2] .

إن تأليه المسيح ورد في الأناجيل الأربعة " فتدور كلها حول المسيح و تقرر ألوهيته و بنوته للأب و أن الإله عبارة عن ثلاثة أقانيم الأب و الإبن و الروح القدس "[3] ، غير أن أكثر الأناجيل إقرارا بألوهية المسيح و ملحقاتها هو إنجيل يوحنا ، إن رسالة المسيح في حد ذاتها لم تكتمل

[1]– داوود علي الفاضلي ، اصول المسيحية كما يصورها القران الكريم ، دط ،الرباط، مكتبة المعارف 1986 ، ص 260

[2]– سورة المائدة ، الاية 268 .

[3]– علي عبد الواحد وافي ، الاسفار المقدسة في الاديان السابقة للاسلام ، ط 1 القاهرة 1964 ، دار نهضة مصر،ص 70

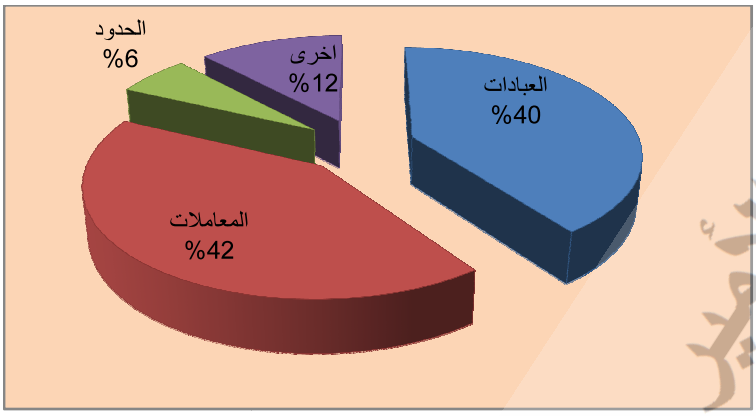
فجاءت رسالة سيدنا محمد صلى الله عليه و سلم لتخاطب البشرية جمعاء لتكمل الرسالات السابقة و إن الإمعان في نصوص الأناجيل يجد فيها نبوة عيسى عليه السلام و بشريته و من تلك النصوص :" فقالت الجموع هذا يسوع النبي الذي من ناصرة الجليل"[1] ، كما أن الإسلام هو دين الأنبياء و الرسل جميعا الذين دعوا إلى عبادة إله واحد لا شريك له worshipping the one God without partner.

جدول رقم (05) : يبين المواضيع التشريعية في برامج العينة

البرامج / المواضيع	Ask huda إسألوا الهدى		Let's talk لنتكلم		Deenshow الدين شو		ك	%
	ك	%	ك	%	ك	%		
العبادات (الصلاة ، الزكاة، الحج ،الصوم)	19	%42.22	01	%25	00	%00	20	%40
المعاملات(الزواج، الطلاق،اللباس، الأطعمة و الأشربة)	17	%37.77	03	%75	01	%100	21	%42
الحدود(القتل،القصاص	03	06.66%	00	00%	00	%00	03	%06
أخرى	06	13.33%	00	%00	00	%00	06	%12
المجموع	**45**	**%100**	**04**	**%100**	**00**	**%100**	**50**	**%100**

[1]– انجيل متى ، 21: 11

الشكل رقم (07) :يوضح المواضيع التشريعية



يتضح من خلال الجدول أعلاه و الشكل المرافق له تنوع في المواضيع التشريعية ، إلا أن موضوع المعاملات الذي يشمل المعاملات التجارية و المالية ، الزواج ، الطلاق ، اللباس الشرعي ، الأطعمة و الأشربة قد تحصل على المرتبة الأولى بنسبة **42%** ، أما المرتبة الثانية فعادت إلى موضوع العبادات الذي يتضمن الصلاة ، الزكاة ، الصوم و الحج حيث بلغت نسبته 40% في حين عادت المرتبة الثالثة إلى المواضيع الأخرى بنسبة 12% ، بالنسبة للمرتبة الأخيرة فتعود إلى موضوع الحدود الذي يشمل القتل و القصاص بنسبة 06% .

الملاحظ في الجدول أعلاه أن برنامج Ask Huda قد تحصل على المرتبة الأولى في المواضيع الخاصة بالعبادات المتعلقة بالصلاة و الزكاة و الحج و الصيام بنسبة 42.22% أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب برنامج Let's Talk بنسبة 25% ، بينما برنامج The Deenshow فجاء في المرتبة الأخيرة ب 0 % ، أما موضوع الحدود فقد ورد فقط في برنامج Ask Huda بنسبة 06.66% ، كما نسجل نفس الملاحظة لموضوع أخرى بنسبة 13.33% أما باقي البرامج فلم تهتم بهذين الموضوعين فكانت النسبة 0% .

يتضح من خلال الجدول السابق أن برنامج إسالوا الهدى قد تحصل على أعلى نسبة في المواضيع التشريعية ، لكونه برنامجا يعنى بالفتاوى بالدرجة الأولى، لكن الملاحظ أيضا التقارب الكبير بين موضوع العبادات و المعاملات فهي مواضيع شرعية تحوز على اهتمام المشاهدين من المسلمين في شؤون دينهم ، أما مواضيع الحدود و المواضيع التشريعية الأخرى فلم تحض باهتمام البرامج في قناة الهدى حسب الإحصائيات الرقمية الواردة في الجدول.

أمثلة لبعض النصوص المتعلقة بالمواضيع التشريعية في برامج العينة:

2_ المواضيع التشريعية:

- **برنامج Ask huda** :

في الحصة المؤخة يوم 20 جانفي 2013 : تناول البرنامج إثر سؤال أحد المشاهدين موضوع صلاة الجماعة في المسجد "the group prayer in the mosque"، و أجاب الشيخ الدكتور محمد صلاح بأن صلاة الجماعة في المسجد لها آداب خاصة بها و الكثير من المصلين يتركون الفرجات بينهم ، فهذا السلوك يتناقض مع سنة نبينا محمد صلى الله عليه و سلم ، فقد ورد ذلك في الكثير من الأحاديث النبوية الشريفة ، من بين ما ورد في هذا الموضوع الحديث الذي رواه عبد الله ابن عمر رضي الله عنهما حيث قال صلى الله عليه و سلم :" **أقيموا الصفوف و حاذوا المناكب و سدوا الخلل و لينوا في أيدي إخوانكم و لا تذروا فرجات للشيطان و من وصل صفا وصله الله**"[1] ، إذ يجب على المصلين إقامة الصفوف وراء الإمام من اليمين إلى الشمال أي هناك تقنية في إقامة الصفوف إذ لا يجب ترك الفراغاتgaps بين المصلين .

سال أحد المشاهدين عن كيفية صلاة المريض الذي لا يقدر على السجود ، فأجابه الشيخ بما ورد عن النبي صلى الله عليه و سلم في صلاة الفرض بأن يصلي قائما ، و إن لم تستطع فصل قاعدا ، إلا أن هناك من الناس من يلازم الفراش و لا يقدر على القيام و السجود ، فأجاب الشيخ مستدلا بقوله تعالى :﴿ لَا يُكَلِّفُ ٱللَّهُ نَفۡسًا إِلَّا وُسۡعَهَا ﴾[2] ، بمعنى أن يصلي المريض العاجز كما استطاع within his capacity فدين الإسلام دين يسر و ليس دين عسر ، المهم ألا يترك المسلم فرائضه و عباداته فالله سبحانه و تعالى رحيم The most Merciful لطيف بعباده .

[1]– أبو داود، سنن ابو داوود، (تحقق شعَيب الأرنؤوط – محَمَّد كامِل قره بللي، ذار الرسالة العالمية، ط1، 1430هـ، 2009م)كتاب تفريع أبواب الصفوف باب تسوية الصفوف، رقم 666، ج2، ص8

[2]– سورة البقرة ، الاية ، 286 .

برنامج Let's Talk :

في الحصة المؤرخة يوم 03 ديسمبر 2012 تناول البرنامج موضوع الزواج في حياة المسلم ، فهو حصن للشباب من الوقوع في المعصية ، لكن مؤسسة الزواج في الكثير من البلاد الإسلامية تأثرت كثيرا بالماديات ، و لم يعد يراعى فيه الضوابط الشرعية لصلاح هذه المؤسسة المهمة في المجتمع كالدين و الأخلاق، فصار أهل الفتاة يطالبون الشاب بأمور مادية تفوق طاقته و قدرته ، فالكثير من الشباب المسلم يرغب بالزواج إلا أن إمكانياتهم المتواضعة تمنعهم من ذلك ، كما وضح الضيف الرئيسي للبرنامج أبو عبد الرحمان أن موضوع الزواج من المواضيع الحساسة و المهمة في الشريعة الإسلامية و نصح الشباب المسلم بصفة عامة و المهاجرين إلى امريكا و الدول الغربية خاصة بالزواج قبل الهجرة ،لأن في ذلك حماية لهم من الوقوع في المعصية لكثرة الإغراءات temptations، و الإنحلال الأخلاقي moral disintegration في هذه المجتمعات،كما لا يجوز للشباب المسلم الرغبة عن الزواج إذا استطاعوا الباءة كما أوصى النبي عليه الصلاة و السلام.

- **برنامج The Deenshow**

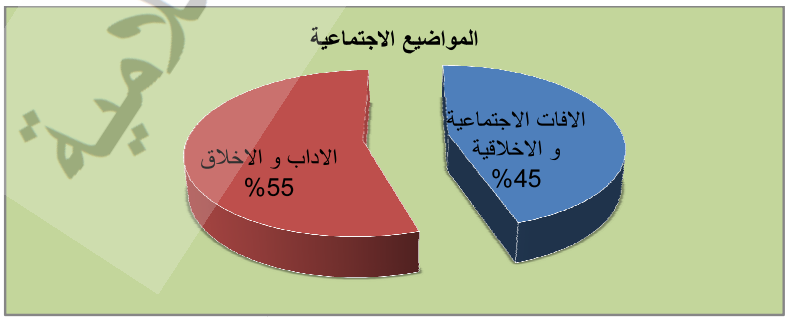
في الحصة المؤرخة يوم 07 ديسمبر 2012، تناول البرنامج موضوع الحجاب الشرعي و هو من المواضيع الشرعية المهمة التي لها أبعادها و آثارها على المجتمع ، حيث ناقش مقدم البرنامج الموضوع رفقة ضيفه الداعية وسام الشريف في الولايات المتحدة الأمريكية هذا الموضوع بكل جراة و دقة ، إذ تعود الناس خاصة في العالم الغربي على حب إظهار أجسادهم خاصة في فصل الصيف مع العلم أن الأمر لا صلة له بالشريعة الإسلامية ، لقد أمرنا الله سبحانه و تعالى بالاحتشام و الستر و غض البصر لكي يعف الإنسان خاصة المؤمن نفسه من الوقوع في المعصية . إن الكثير من الناس اليوم يبحثون عن الظهور في أبهى حلة و شكل جذاب ،و يلجا بعضهم إلى عمليات التجميل ليبدوا مثاليين إلا أن الكمال لله سبحانه و تعالى ، الذي أمر المراة بستر عورتها و مفاتنها و لا تكون عرضة للنفوس الضعيفة و المريضة، كما أن الاحتشام في اللباس رغم كونه من الضوابط الشرعية إلا انه لا يتنافي إطلاقا مع الفطرة البشرية ، و ضرب وسام الشريف مثالا على ذلك فلو أننا أحضرنا صورة إمراة ترتدي ملابس غير محتشمة و سألنا طفلا صغيرا : هل تريد أمك أن تلبس هذا و تخرج إلى الشارع؟ لأجاب : لا رغم أنه لا يعرف الحكم الشرعي للحجاب . إن المرأة الحقيقية لا ترضى لنفسها أن تكون محط الأنظار و الأطماع ، و لا تأخذ أشكال الموضة من المشاهير

و الفنانات بل تأخذها من دين الله سبحانه و تعالى الذي أمر بالزينة و الطيب و الجمال لكن في حدودها الشرعية. إن الله سبحانه أمر المرأة أن تغطي نفسها لتفوز برضوان الله تعالى عليها و الجنة و ضرب وسام الشريف مثالا رائعا في ذلك أن كل النساء التقيات عبر العصور و الأديان كن يغطين أجسادهن و خير مثال على ذلك مريم العذراء The Virgin Mary حتى أن صورها في الكنائس تبدو بلباس محتشم ، فالفتيات المسلمات لا يجب عليهم تقديم الأعذار إذ يقول بعضهن أن لها قلبا نقيا و طاهرا إذن لا حاجة لها بالحجاب ، إن الإسلام كرم المرأة بالحجاب و لما شرع اللباس الشرعي ليس ليقلل من كرامة المراة بل ليرفع من قدرها ،و شأنها في الدنيا و الآخرة فهو العليم بما يليق بعباده قال تعالى:﴿ أَلَا يَعْلَمُ مَنْ خَلَقَ وَهُوَ ٱللَّطِيفُ ٱلْخَبِيرُ ﴾[1].

الجدول رقم (06) يبين المواضيع الاجتماعية في برامج العينة

البرامج / المواضيع	Ask huda اسالوا الهدى		Let's talk لنتكلم		Deenshow الدين شو		ك	%
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الافات الاجتماعية و الاخلاقية	02	%33.33	04	%40	03	%75	09	45%
الآداب والأخلاق	04	%66.66	06	%60	01	%25	11	55%
المجموع	06	**%100**	10	**%100**	04	**%100**	**20**	**%100**

الشكل رقم (08): يوضح المواضيع الاجتماعية.



[1] – سورة الملك ، الاية 14

يتضح من خلال الجدول أعلاه و الشكل المرافق له أن المواضيع الإجتماعية حازت على اهتمام برامج قناة الهدى الفضائية، حيث نسجل حصول موضوع الآداب و الأخلاق على أعلى نسبة بلغت 55% ليحتل موضوع الآفات الإجتماعية و الأخلاقية المرتبة الثانية بنسبة 45 % .

لقد حصل برنامج The Deenshow على أعلى نسبة في موضوع الآفات الإجتماعية بنسبة 75% ب 03 تكرارت ، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب برنامج Let's Talk بنسبة 40% ب 04 تكرارت ، ليأتي برنامج Ask Huda في المرتبة الأخيرة بنسبة 33.33% ب 02 تكرار ، أما نصيب الأسد في موضوع الآداب و الأخلاق فجاء في برنامج Ask Huda بنسبة 66.66% ، بينما المرتبة الثانية كانت من نصيب برنامج Let's Talk بنسبة 60% ب 06 تكرارات ، و أخيرا برنامج The Deenshow بنسبة 25% بتكرار واحد.

نلاحظ تقاربا في النسب إذ لا يوجد تفاوت كبير بين الموضوعين ، غير أن هذه النتائج تجعلنا نطرح السؤال التالي : ما هو سبب حصول الآداب و الأخلاق على المرتبة الأولى؟

إن الكثير من المجتمعات اليوم تعاني من انفلات إخلاقي على الرغم من التقدم العلمي و التكنولوجي الذي بلغت فيه المجتمعات خاصة الغربية شأوا كبيرا ، و الحاجة ماسة ألى الآداب الأخلاق التي تضبط المجتمع المسلم و حتى غير المسلم ، كما أن ارتباط موضوع الآفات الإجتماعية وثيق بموضوع الآداب و الأخلاق ، لأن التحلي بالأخلاق و الآداب يساعد على التخفيف من حدة الآفات الإجتماعية و حتى القضاء عليها.

أمثلة لبعض النصوص المتعلقة بالمواضيع الإجتماعية في برامج العينة:

3_ المواضيع الإجتماعية

- **برنامج Ask Huda**

في الحصة المؤرخة يوم 04 نوفمبر 2012 ، تناول الشيخ الدكتور محمد صلاح موضوع تقليد الثقافة الغربية المنتشرة في أوساط المسلمين حيث اعتبرها أحد الأمراض التي يعاني منها المجتمع الإسلامي في سياق الموضوع تحدث عن انتشار ظاهرة الإحتفال بعيد الهالوين halloween

فهي ظاهرة لا تمت بصلة إلى الإسلام ، بل على العكس فهو عيد يحتفل به المسيحيون ، و هو يوم مقدس لديهم يصلون فيه لأمواتهم الموجودين بين الجنة و النار ، المؤسف أن هذه الظاهرة انتشرت بكثرة في المجتمعات العربية و الإسلامية ، فصار هذا التقليد جزءا من ثقافة الكثير من المسلمين الذين يحتفلون به ، الأغرب أنه مدرج في بعض المناهج الدراسية لدى بعض الدول الإسلامية ، ففي هذا العيد يرتدي فيه الناس ألبسة الشياطين ، و مصاصي الدماء ، السوبرمان ، باتمان ، و دعا الدكتور محمد صلاح إلى وقف هذا الغزو الثقافي cultural invasion في المجتمعات الإسلامية ، كما حث الشيخ الآباء أن يعلموا أولادهم أن الرسول صلى الله عليه و سلم قال بأن للمسلمين عيدين فقط، هما عيد الفطر بعد شهر رمضان و عيد الأضحى بعد الحج ، فالمسلمون لا يجب عليهم استيراد مثل هذه العادات و الأعياد الغريبة عن الاسلام ، كما دعا إلى ضرورة العودة إلى التقاليد الإسلامية التي يجب أن تسود المجتمعات المسلمة و أن تكون جزءا من حياة المسلمين المقيمين في بلاد غير إسلامية ، بهذا تكون التنشئة الإجتماعية سليمة بعيدة عن قيم احتماعية غريبة عن الثقافة الإسلامية.

- **برنامج Let's talk**

في الحصة المؤرخة يوم **05 نوفمبر 2012** تناول البرنامج موضوع آفة التدخين و انتشارها في أوساط الشباب و المجتمعات عامة و الإسلامية خاصة، يعتبر التدخين من أخطر الآفات الإجتماعية التي تهدد صحة مدمنيه من كل فئات المجتمع و ليس الشباب فقط ، لقد أصبحت عادة عادية في مجتمعاتنا إذ نجد التدخين في أوساط النساء خاصة في المجتمعات الغربية، لقد صار الناس يدمنون على السجارة و يلجأون إليها في حالة يأسهم و قلقهم، بدل اللجوء الى الله ، فهذه الآفة تسبب مضار صحية خطيرة تهدد صحة الانسان ،مثل سرطان الرئة و القلب ، و قد حرم العلماء المسلمون التدخين لأضراره الكبيرة على صحة الإنسان قال الله سبحانه و تعالى :" وَلَا تَقْتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمْۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا [1] .

أصبح التدخين من أكثر أسباب الوفيات حسب ما تشير إليه الإحصائيات في مختلف بلدان العالم ، و الإنسان المسلم لا يجدر به إلحاق الضرر بنفسه ،و لمن حوله بسبب التدخين

[1] –سورة النساء ، الاية 29 .

و يتساءل الشيخ زكرياء بعد كل هذه الأدلة القاطعة حول أضرار التدخين و تحريمه من طرف العلماء فاي أدلة اخرى بعد كل هذا يحتاجها المدخنون ليقلعوا عن هذه الآفة ؟ ، و المؤسف أن كثيرا من الآباء يدخنون بجوار أبنائهم و لا يدركون حجم الضرر الذي يلحقونه بهم ، فالكثير من الناس يضيعون أوقاتهم في التدخين و المعاصي بدل الذكر و قراءة القرآن ، فهي من أكثر السموم المنتشرة في المجتمعات ليست الغربية فقط بل حتى في المجتمعات الإسلامية في أوساط الشباب و الكهول و النساء و حتى الأطفال للأسف، أما الغريب في الأمر أن الناس يعلمون أضراره إلا أنهم يقلعون عن التدخين.

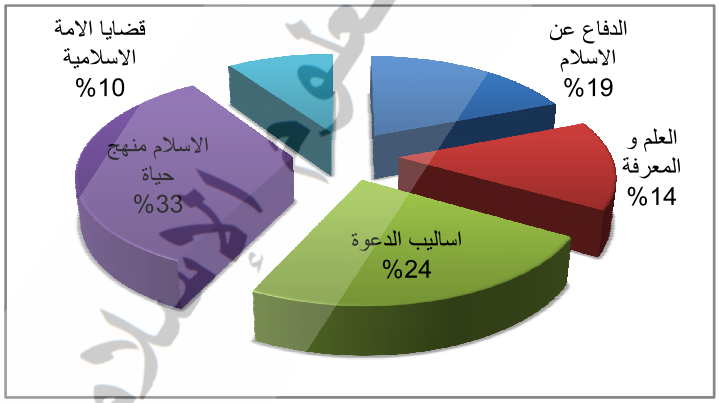
- **برنامج The Deenshow**

في الحصة المؤرخة 11 جانفي 2013 :تناول البرنامج موضوع المخدرات و العلاقات غير الشرعية و الموسيقى الشيطانية الصاخبة المنتشرة في أوساط الشباب خاصة الغربي، و الأمريكي بالذات ، إذ يشير مقدم البرنامج Eddie أن كل هذه الآفات الإجتماعية لا تحقق للشباب السعادة لا في الدنيا و لا في الآخرة ، و تساءل : كم من أناس تائهون لا يعرفون طريق الخلاص بسبب هذه الآفات ، و هي لا تمت بصلة إلى الهدف من الحياة و الغاية من الوجود ، المؤسف في الأمر أن الشباب لا يتقبلون النصيحة و يقدمون أعذارا واهية لنمط حياتهم ، فيرغب الكثير منهم التشبه بنجوم السنما cinema stars و السعي وراء المال و الملذات الدنيوية التي حطت المجتمعات الغربية خاصة من الناحية الأخلاقية رغم تطورها المادي بسبب الآفات الاجتماعية و الاخلاقية المنتشرة بكثرة على حد تعبيره ،و اعتاد الناس عليها حتى صارت شيئا عاديا في إطار منظومة الجماعة الإجتماعية التي عبر عنها ضيف البرنامج Antony Green بأنها هي التي تحدد ما هو السوي و غير السوي ، إن العلاقات غير الشرعية و المخدرات و الملاهي الليلية سلوكيات مدمرة و عواقبها وخيمة ، غير أن مدمنيها لا يدركون ذلك خاصة إذا كانت الدعوة للخلاص منها من و جهة نظر دينية ، فهم يزعمون أن الدين وضع فقط ليصنع نوعا من النظام في المجتمع و ليس لإسعاد البشر .

الجدول رقم (07) :يبين المواضيع الفكرية في برامج العينة

البرامج / المواضيع	Ask huda اسالوا الهدى		Let's talk لنتكلم		Deenshow الدين شو		ك	%
	ك	%	ك	%	ك	%		
الدفاع عن الإسلام	00	%00	01	%25	03	%27.27	04	%19,04
العلم و المعرفة	02	%33.33	01	%25	00	00%	03	%14,28
أساليب الدعوة الإسلامية	01	%16.66	01	%25	03	%27.27	05	%23,80
الإسلام منهج حياة	01	%16.66	01	%25	05	%45.45	07	%33,33
قضايا الأمة الاسلامية	02	%33.33	00	%00	00	00%	02	%09,52
المجموع	06	%100	04	%100	11	%100	21	%100

الشكل رقم (09): يبين المواضيع الفكرية



نلاحظ في الجدول و الشكل أعلاه له حصول موضوع الإسلام منهج حياة على المرتبة الأولى من بين المواضيع الفكرية و بلغت نسبته 33.33% ، و احتل موضوع أساليب الدعوة الإسلامية المرتبة الثانية بنسبة 23.80% ،أما المرتبة الثالثة فتعود لموضوع الدفاع عن الاسلام الذي تقدر نسبته ب 19.04% ، و عادت المرتبة الأخيرة لقضايا الأمة الإسلامية بنسبة 09.52% .

يوضح هذا الجدول أن برنامج Ask Huda قد اهتم بموضوعي العلم و المعرفة و قضايا الأمة الإسلامية بنسبة 33.33% ب تكرارين، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب موضوعي أساليب الدعوة الإسلامية و الإسلام منهج حياة ب 16.66% بتكرار واحد ، و لم يهتم البرنامج بموضوع الدفاع عن الإسلام فكانت النسبة بذلك 0% و السبب يعود إلى تخصصه في الفتاوى الشرعية بالدرجة الأولى.

بالنسبة لبرنامج Let's Talk فقد تساوت نسب المواضيع الخاصة بالدفاع عن الإسلام ، العلم و المعرفة ، أساليب الدعوة الإسلامية ، و الإسلام منهج حياة بنسبة 25% بتكرار واحد و لم يعالج البرنامج قضايا الأمة الإسلامية فكانت النسبة 0% و بدون تكرار.

أما برنامج The Deenshow : لقد حصل موضوع الإسلام منهج حياة على أعلى نسبة في البرنامج بنسبة 45.45% ب 05 تكرارات ، في حين قد تساوى موضوعي الدفاع عن الإسلام و أساليب الدعوة الإسلامية إذ تقدر النسبة ب 27.27% ب 03 تكرارات ، في حين لم يحصل موضوعي العلم و المعرفة و قضايا الأمة الإسلامية على أية نسبة أو تكرار .

أمثلة لبعض النصوص المتعلقة بالمواضيع الفكرية في برامج العينة:

4– المواضيع الفكرية

- **برنامج Ask Huda**

في الحصة المؤرخة يوم الأحد 04 نوفمبر 2012 تحدث الشيخ محمد صلاح عن موضوع المسلمين المستضعفين في الأرض الذين يتعرضون للقصف و الجوع و المهانة دون ذنب يذكر فالمسلمون في سوريا ، فلسطين ، العراق، أفغانستان ، باكستان و ميانمار يتوقون لأدنى شروط العيش و لا أحد يتحدث في العالم عن هؤلاء الأبرياء، فالكل أصم أمام هذه القضايا الإنسانية العادلة ، فالله سبحانه و تعالى في كل مرة يعطي تحذيرات لهؤلاء الظالمين لأنه الحق لا يرضى بالظلم سبحانه و تعالى ، و هو نداء إلى كل البلدان العربية و المسلمة التي تحوز ملايين الدولارات و لا يساعدون إخوانهم في بلاد المسلمين ، فالله سيسألنا يوم القيامة عن سكوتنا و عدم مساعدتنا لهؤلاء الضعفاء.

- **برنامج Let's talk**

في الحصة المؤرخة يوم 26 نوفمبر 2012 تناول البرنامج موضوع العلم و المعرفة في الإسلام حيث استضاف البرنامج الداعية الألماني Pierre Vogel الذي تحدث عن أهمية العلم الذي يحقق التقدم و الرفاهية للإنسانية مع أهمية الاهتمام بالعلم الشرعي الذي لا يقل أهمية عن العلوم الأخرى قال تعالى:﴿ إِنَّمَا يَخْشَى ٱللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ ٱلْعُلَمَٰٓؤُاْ إِنَّ ٱللَّهَ عَزِيزٌ غَفُورٌ [1]﴾، فالمجتمعات الإسلامية بحاجة إلى أطباء و مهندسين و مخترعين لخدمة هذه الأمة،لقد حث الدين الإسلامي على طلب العلم seeking knowledge و التفكر في هذا الكون و خالقه .

يقدر العلماء وقوع أزمة في المياه مستقبلا لهذا يجب على المسلمين خاصة الموجودين في المناطق الصحراوية البحث لإيجاد حلول لهذا النوع من الأزمات، و يضيف Vogel نحن المسلمون في الغرب بحاجة ماسة إلى علماء بالدين الإسلامي يتقنون اللغات الأجنبية لخدمة الإسلام هناك ، و هذا ما يشجع على ضرورة الهجرة لطلب العلم الشرعي و تعلم اللغات الأجنبية لإيصال الرسالة الإسلامية . إن طلب العلم لا يحدد بسن و لا بجنس معين فهو للناس كافة من المهد إلى اللحد كما أن وسائل التعليم أصبحت متاحة و سهلة خاصة مع التطور الحاصل في مجال الإتصالات، و لا ننسى أن طلب العلم يعد أحد الطرق لبلوغ الجنة .

- **برنامج The Deenshow**

في الحصة المؤرخة يوم **11جانفي 2013** تناول البرنامج موضوع اتهام الإسلام بالإرهاب خاصة في أمريكا و العالم الغربي بصفة عامة ، بالتحديد بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 ، و ظهور مصطلح الإسلاموفوبيا ، إذ صار الإسلام في أمريكا دين يثير الرهاب في نفوس الأمريكيين رغم أن الإسلام بريء من هذه الشبهات ، و أشار مقدم البرنامج Eddie أن الاسلام دين السلم لا يدعو إلا للسلم و لخير البشرية كافة ، كما أنه منهج حياة يصلح تطبيقه في كل زمان و مكان .

يحاول أعداء الإسلام تشكيك المسلمين في عقيدتهم ، و إنماء الكراهية لهذا الدين في نفوس غير المسلمين بألصاق التهم و الدس عليه ، إن الاسلام دين يدعو إلى عبادة إله واحد خالق هذا

[1]– سورة فاطر ، الاية 28

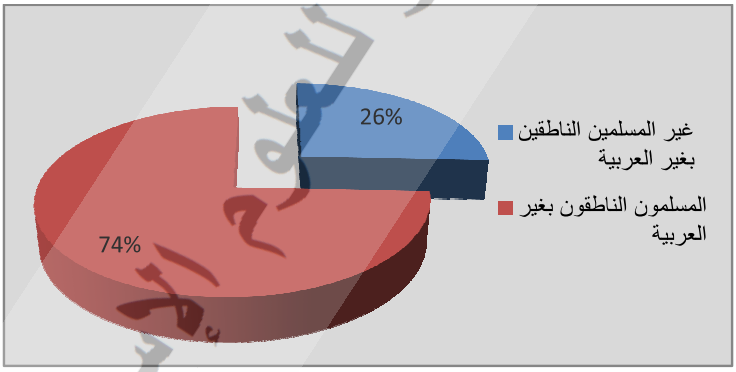
الكون فأرسل الرسول صلى الله عليه و سلم بشيرا و نذيرا يحقق الخير للبشرية كافة ، فكيف يمكن لرسالة سامية كهذه أن تكون مصدر إرهاب و تعاسة للبشر ؟ بل على العكس فالإسلام يحترم كل الناس و لا يفرق بينهم بلون أو عرق على عكس بعض الفلسفات و الأيديولوجيات.

2– فئة الجمهور المستهدف:

الجدول رقم (08): نوع الجمهور المستهدف من عملية الاقناع.

نوع الجمهور المستهدف	ك	%
المسلمون الناطقون بغير العربية	93	%74,4
غير المسلمين الناطقين بغير العربية	32	%25,60
المجموع	125	%100

الشكل رقم (10):يبين نوع الجمهور المستهدف من عملية الإقناع



يشير الجدول أعلاه إلى الجمهور المستهدف من عملية الإقناع في قناة الهدى ،إذ تبين البيانات الرقمية تفوق جمهور المسلمين الناطقين بغير العربية بحصوله على أعلى نسبة تقدر ب 74,4% ، في حين حل جمهور غير المسلمين الناطقين بغير العربية في الرتبة الثانية بنسبة بلغت 25,6%.

إن هذه الإحصائيات التي تحصلنا عليها تشير إلى أن قناة الهدى تهتم بالجمهور المسلم أكثر من الجمهور غير المسلم الناطق بغير العربية ، و هذا يعود إلى عدة اعتبارات مفادها أن القناة إسلامية بالدرجة الأولى تهدف إلى خدمة المسلمين في كل مكان من هذا العالم بتلبية حاجاتهم المعرفية في أمور

دينهم خاصة في البلاد الغربية التي يحاط فيها المسلم بكل أشكال الفتن المادية ، الفكرية و الأخلاقية التي تهدد منظومته الدينية و القيمية.

الملاحظ من هذه البيانات هو اهتمام قناة الهدى بجمهور واسع ليس فقط خدمة المسلمين بل أيضا التعريف بالإسلام إلى غير المسلمين ، مستغلة بذلك لغة العالم الأولى لهذه الغاية فضلا عن الدفاع عن الإسلام و إبراز صورته الحقيقة في ظل ما بات يعرف برهاب الاسلام أو الاسلاموفوبيا.

الجدول رقم (09): توزيع نوع الجمهور المستهدف على برامج العينة.

البرامج / الجمهور المستهدف	Ask Huda إسالوا الهدى		Let'sTalk لنتكلم		The Deenshow الدين شو	
	ك	%	ك	%	ك	%
المسلمون الناطقون بغير العربية	74	%94,87	08	%80	11	%29,72
غير المسلمين الناطقين بغير العربية	04	%5,12	02	%20	26	%70,27
المجموع	78	%100	10	100	37	100

يبين الجدول رقم (09) توزيع نوع الجمهور المستهدف على البرامج الثلاثة الممثلة للعينة ، إذ نلاحظ أن جمهور المسلمين الناطقين بغير العربية قد تحصل على المرتبة الأولى في برنامج Ask Huda بنسبة 94,87% ،و حل جمهور غير المسلمين في المرتبة الثانية بنسبة 5,12% ، يرجع هذا التفاوت إلى طبيعة البرنامج الذي يعنى بالدرجة الأولى بتقديم الفتاوى الشرعية و الوعظ الديني.

أما برنامج Let'sTalk فتحصل الجمهور المسلم على المرتبة الأولى أيضا بنسبة بلغت 80% ، في حين حصل جمهور غير المسلمين على 20% ، يمكن تفسير هذا التفاوت إلى تخصص هذا البرنامج في قضايا الشباب المسلم بالدرجة الأولى ، بالنسبة لبرنامج The Deenshow كان مساره و توجهه مغايرا لسابقيه في خطابه الذي يتوجه في المقام الأول إلى جمهور غير المسلمين الذي بلغت نسبته 70,27% أكثر من المسلمين الناطقين بغير العربية الذي تحصل على 29,72% يعود هذا الفارق في النسب إلى كون البرنامج ينتج بالولايات المتحدة الأمريكية و له جمهور عالمي

فيتوجه إلى فئة غير المسلمين بهدف التعريف بالإسلام و تفنيد الشبهات و حملات التشويه المضللة عنه في العالم الغربي.

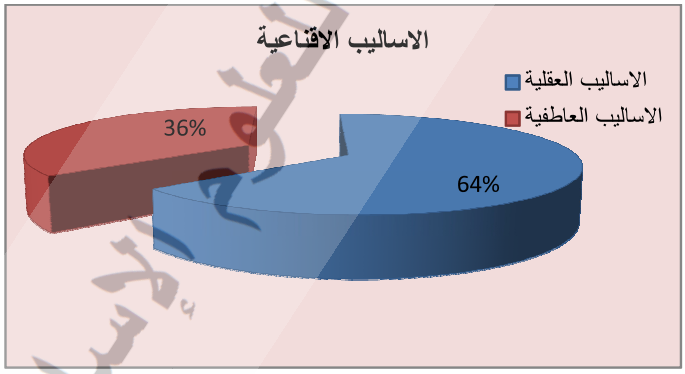
3-4: تحليل فئات كيف قيل؟

فئة الأساليب الإقناعية

الجدول رقم(10) : أساليب الاقناع العقلية و العاطفية.

أساليب الإقناع	ك	%
الأساليب العقلية	918	%64.46
الأساليب العاطفية	506	%35.53
المجموع	1424	%100

الشكل رقم (11):يوضح الاساليب الاقناعية.



يتبين من خلال الجدول أعلاه أن الأساليب الإقناعية العقلية احتلت المرتبة الأولى بنسبة 64.46% بعدد 918 تكرارا ، أما الأساليب العاطفية فحلت في المرتبة الثانية بنسبة 35.53% ب 506 تكرارا .

إن هذه المعطيات الرقمية تشير إلى تساؤل مهم مفاده : لماذا تفوقت أساليب الإقناع العقلية على الأساليب العاطفية؟

إن تفوق الأساليب العقلية على الأساليب العاطفية يدل على اهتمام القناة من خلال برامجها بالعقل الإنساني نظرا لمكانته و دوره في مسائل الإستدلال فهو أعظم المكارم التي شرف الله بها الإنسان و ميزه به عن سائر المخلوقات ،لقد اهتم الدين الإسلامي بالعقل و أعطاه مكانة رفيعة إذ ورد العقل في القران الكريم في مواضع عديدة نذكر منها قول المولى عز وجل: ﴿**وَقَالُواْ لَوۡ كُنَّا نَسۡمَعُ أَوۡ نَعۡقِلُ مَا كُنَّا فِيٓ أَصۡحَٰبِ ٱلسَّعِيرِ**﴾[1] ، و قوله تعالى:﴿ **وَسَخَّرَ لَكُمُ ٱلَّيۡلَ وَٱلنَّهَارَ وَٱلشَّمۡسَ وَٱلۡقَمَرَۖ وَٱلۡقَمَرَۖ وَٱلنُّجُومُ مُسَخَّرَٰتُۢ بِأَمۡرِهِۦٓۗ إِنَّ فِي ذَٰلِكَ لَأٓيَٰتٖ لِّقَوۡمٖ يَعۡقِلُونَ** ﴾[2] ، كما أن العقل واحد من مقاصد الشريعة الخمسة التي يجب الحفاظ عليها و هي: الدين، النفس و النسل ، العقل و المال .

إن اهتمام الإسلام بالعقل جعله مناط التكليف ،و به يهتدي الإنسان إلى الإيمان فالإسلام دين العقل و النظر و التفكر و التدبر، " فالعقل هو مقر التدبير و فنون العلم و هو مستقر المعرفة و بصائر الحكمة و به يتم التمييز بين الخير و الشر "[3]،فهو آية كبرى في خلق الله و عظمته، لهذا لا لا يمكن تجاهل مخاطبته في أية رسالة إقناعية خاصة إذا كانت موجهة إلى جمهور متباين و واسع .

الجدول رقم (11) : توزيع الأساليب الإقناعية على برامج العينة.

البرامج / الأساليب	Ask huda اسالوا الهدى		Let's Talk لنتكلم		Deenshow الدين شو		ك	%
	ك	%	ك	%	ك	%		
الأساليب العقلية	342	%69.23	379	%65.00	197	56.77%	918	%64.46
الأساليب العاطفية	152	%30.76	204	%34.99	150	43.2%	506	%35.53
المجموع	**494**	**100**	**583**	**%100**	**347**	**%100**	**1424**	**%100**

[1]–سورة الملك ، الاية 10 .

[2]– سورة النحل ، الاية 12 .

[3]– نبيه عبد الرحمان عثمان ، الانسان و العقل، مجلة دعوة الحق ، العدد 70 دار الصحافة و النشر ،الاسكندرية 1998ص106

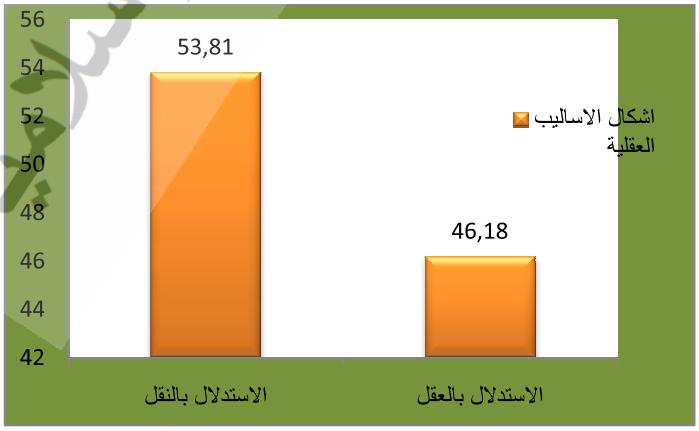
يوضح الجدول أعلاه أن نسبة الأساليب العقلية قد تفوقت على الأساليب العاطفية في البرامج الثلاثة، إذ تقدر نسبتها في برنامج Ask Huda ب69.23% أما الأساليب العاطفية فتحصلت على نسبة 30.76%. أما برنامج Let's Talk فتمثل نسبة الأساليب العقلية به 65% ، بينما العاطفية فتقدر ب 34.99% ، في حين بلغت نسبة الأساليب العقلية في برنامج The Deenshow 56.77% ، أما العاطفية فبلغت نسبتها 43.22% .

إن الملاحظة الدقيقة لهذه النسب من خلال التحليل الكيفي لهذه المعطيات الرقمية ،تبين أن البرامج الثلاثة أولت اهتماما كبيرا بأساليب الإقناع العقلية على حساب الأساليب العاطفية لإدراك القائمين على البرامج على أهمية الأسلوب الإقناعي العقلي في إيصال الخطاب الإسلامي .

الجدول رقم (12) : يبين أشكال الأساليب العقلية.

أشكال الأساليب العقلية	ك	%
الإستدلال بالنقل	494	%53.81
الإستدلال بالعقل	424	%46.18
المجموع	918	%100

الشكل رقم (12):يوضح اشكال الاساليب العقلية.

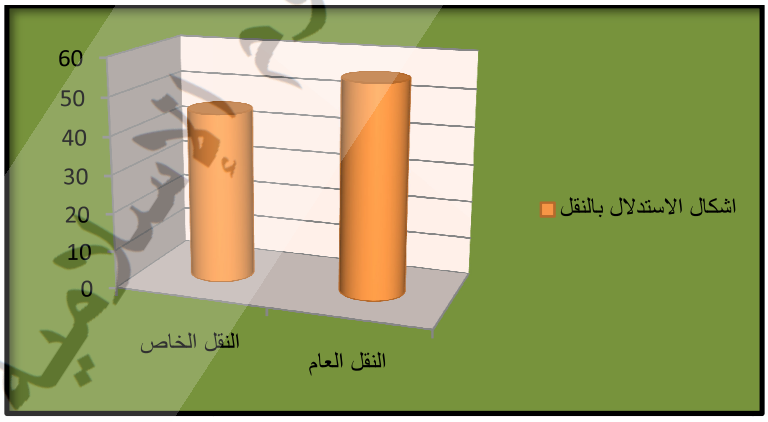


يتضح من خلال الجدول و الشكل المرافق له أن الإستدلال بالنقل تحصل على الصدارة بنسبة 53.81% ، أما الإستدلال بالعقل فجاء في المرتبة الثانية بنسبة 46.18% ، و الملاحظ أيضا أن النسب متقاربة إلى حد ما باعتبارها ينتميان إلى الوعاء الكبير الخاص بالأساليب الإقناعية العقلية ، بالإضافة إلى عدم التعارض بين العقل و النقل خاصة في مجاله الخاص (القرآن و السنة) ، " فالدليل النقلي الوارد من الكتاب و السنة يشتمل على العقليات التي يحتاج الناس إليها خاصة في أبواب الاعتقاد "[1] كما سيتضح في الجداول المقبلة ، فالدليل النقلي إذا كان صحيحا فإنه يوجه العقل إلى الحقيقة اليقينية.

الجدول رقم (13) : أشكال الإستدلال بالنقل.

أشكال الإستدلال بالنقل	ك	%
النقل الخاص (القرآن و السنة)	221	%44.73
النقل العام	273	%55.26
المجموع	494	%100

الشكل رقم (13): يوضح أشكال الاستدلال بالنقل



[1]– ابراهيم بن صالح الحميدان ، مرجع سبق ذكره ، ص 278

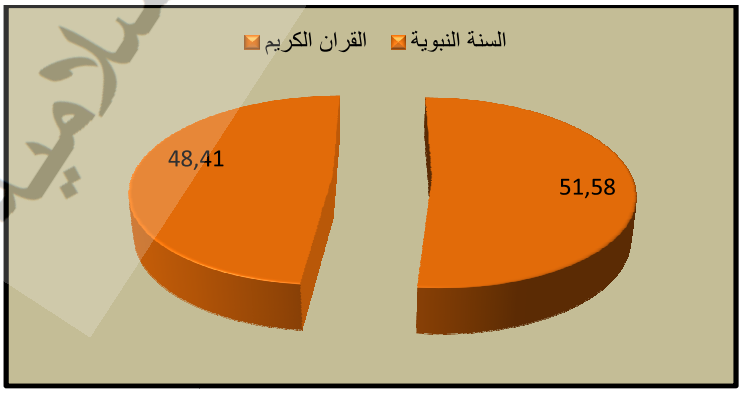
نلاحظ من خلال الجدول رقم(13) أن الاستدلال بالنقل العام قد جاء في المرتبة الأولى بنسبة 55.26 % إذ بلغت عدد تكراراته 273 تكرارا ، ليأتي الاستدلال بالنقل الخاص في المرتبة الثانية و الأخيرة بنسبة 44.73% بعدد 221 تكرارا.

إن البيانات السابقة تشير إلى العديد من المعطيات التي من شأنها تفسير هذا التفاوت بين النسب المتعلقة بأشكال النقل ، إن تفوق النقل العام على الخاص مفاده أن الأدلة النقلية العامة موجهة إلى جمهور واسع من المسلمين و غير المسلمين ،خاصة هذا الأخير الذي لا يسلم بسهولة إلى النقل الخاص المتمثل في القران الكريم و السنة النبوية الشريفة اللذان يقتنع بهما المسلمون أكثر من غيرهم لعلمهم بقطعيتها و عدم قابليتها للشك،إن النقل العام لا يقل أهمية في مسائل الإستدلال و الإقناع ، إذ يوجد في مختلف العلوم ، و يستدل به كبار المفكرين بهدف الدلالة على الحق و دحض الحجج الباطلة .

الجدول رقم (14) : أشكال الإستدلال بالنقل الخاص

الإستدلال بالنقل الخاص	ك	%
القـــران الكـــــريم	114	%51.58
السنة النبوية الشريفة	107	%48.41
المجمــوع	221	%100

الشكل رقم (14):اشكال الاستدلال بالنقل الخاص.



يتبين من الجدول أعلاه أن القرآن الكريم احتل الصدارة في النقل الخاص بنسبة 51.58% و عدد تكراراته 114 تكرارا ، أما نسبة السنة النبوية الشريفة فبلغت 48.41% و يقدر عدد تكراراتها ب 107 تكرارا. يلاحظ من خلال هذه البيانات أن هناك تقاربا نسبيا بين الدليلين الشرعيين و ذلك لأهميتهما مع الأخذ بالاعتبار تفوق القرآن الكريم باعتباره المصدر الأول و الأساسي للدين الإسلامي إذ يعتبر من أكثر الأدلة إقناعا لقطعيته و عدم قابليته للشك أو تعرضه للتحريف كما حدث للكتب السماوية الأخرى التي تشوبها الكثير من التناقضات ما يبطل صدقها و عدم قطعيتها لتعرضها للتحريف .

الجدول رقم (15) :توزيع الأدلة النقلية الخاصة على البرامج.

البرامج / النقل الخاص	Ask Huda إسألوا الهدى		Let's Talk لنتكلم		Deenshow الدين شو	
	ك	%	ك	%	ك	%
القـــرآن الكـــريم	79	%55.63	24	%40.67	11	%55
السنة النبوية الشريفة	63	%44.36	35	%59.32	09	%45
المجـموع	142	%100	59	100	20	100

يبدو جليا في الجدول أعلاه المتعلق بتوزيع الأدلة النقلية الخاصة على البرامج في العينة المرتبطة أساسا بالقرآن الكريم و السنة النبوية الشريفة أن برنامج Ask Huda قد بلغ فيه القرآن الكريم أعلى نسبة إذ تقدر ب 55.63% ب 79 تكرارا ، أما السنة النبوية الشريفة فقد تحصلت على المركز الثاني بنسبة 44.36% ب 63 تكرارا ، أما برنامج Let's Talk فقد احتلت السنة النبوية المرتبة الأولى بنسبة 59.32 % ب 35 تكرارا ، في حين جاء القرآن الكريم في المرتبة الأولى ضمن برنامج The Deenshow بنسبة 55% ب11تكرارا ، أما السنة الشريفة فحلت ثانيا بنسبة 45% ب 09 تكرارات.

إن تفوق القرآن الكريم في برنامجي Ask Huda و The Deenshow دليل على اهتمامهما بالقرآن الكريم الذي يعد المصدر الأول للشريعة الإسلامية ،تعود أهمية الاستدلال به في طرح القضايا و المواضيع المختلفة أمام المتلقي و اقناعه بها ، بقوة أسلوبه و سلامة تراكيبه و أن الرسالة التي ينقلها المرسل ليست من بنات أفكاره أو استنتاجات عامة مستقاة من الواقع، بل إن القران الكريم يقر بها ، فالاستدلال به هنا لزرع اليقين في المتلقي للرسالة الإقناعية ،و زيادة فاعليتها خاصة بالنسبة للمسلمين الناطقين بغير العربية الذين يسلمون بقطعية هذا الدليل و عدم مخالفته للعقل في أي حال من الأحوال ،رغم الشبهات التي تثار حول هذا المصدر النقلي الذي لا يتناقض مع العقل و وصفه كتابا من لدن البشر و هذه فكرة طالما يروجها المغرضون لقطعية القرآن الكريم و سلامة تراكيبه و أحكامه .

لقد احتلت السنة الصدارة ضمن برنامج Let's Talk من مجموع الاستدلال بالنقل الخاص على حساب القرآن الكريم ، يمكن تفسير هذا التفاوت في أن البرنامج شبابي بالدرجة الأولى يخاطب الشباب المسلم خاصة ،مع عدم اهماله لغير المسلمين ، فالسنة النبوية الشريفة القولية و الفعلية التي تتجلى في هذه الدراسة يستدل بها الشباب لإقناع المتلقي بمضمون الرسالة الإقناعية حول مختلف المواضيع التي تهمهم ، فالرسول صلى الله عليه و سلم خير البشرية و قدوة لهؤلاء الشباب الذين يقتدون به في شتى مجالات حياتهم ، و تعلق هذه السنن النبوية بمختلف القضايا التي يعيشونها.

أمثلة لبعض النصوص من القرآن الكريم و السنة النبوية الشريفة الواردة في البرامج:

☜ **القران الكريم:**

- **برنامج Ask Huda**

في عدد 04 نوفمبر2012 : استدل الشيخ محمد صلاح اثناء حديثه عن ايات الله و تجلي عظيم قدرته في الكون بالاية الكريمة ، اذ يقول الله تعالى:" ﴿ إِن فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْفُلْكِ الَّتِي تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَعُ النَّاسَ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ مَاءٍ فَأَحْيَا بِهِ الْأَرْضَ

بَعْدَ مَوْتِهَا وَبَثَّ فِيهَا مِنْ كُلِّ دَابَّةٍ وَتَصْرِيفِ الرِّيَاحِ وَالسَّحَابِ الْمُسَخَّرِ بَيْنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَعْقِلُونَ﴾"[1] .

قال تعالى :" ﴿ كَذَّبَتْ عَادٌ فَكَيْفَ كَانَ عَذَابِي وَنُذُرِ﴾ (18) ﴿ إِنَّا أَرْسَلْنَا عَلَيْهِمْ رِيحاً صَرْصَراً فِي يَوْمِ نَحْسٍ مُسْتَمِرٍّ﴾[2].

قال تعالى:" ﴿وَفِي عَادٍ إِذْ أَرْسَلْنَا عَلَيْهِمُ الرِّيحَ الْعَقِيمَ (41) مَا تَذَرُ مِنْ شَيْءٍ أَتَتْ عَلَيْهِ إِلَّا جَعَلَتْهُ كَالرَّمِيمِ﴾"[3].

قال تعالى:" ﴿ وَلا تَنْكِحُوا الْمُشْرِكَاتِ حَتَّى يُؤْمِنَّ وَلَأَمَةٌ مُؤْمِنَةٌ خَيْرٌ مِنْ مُشْرِكَةٍ وَلَوْ أَعْجَبَتْكُمْ وَلا تُنْكِحُوا الْمُشْرِكِينَ حَتَّى يُؤْمِنُو﴾ "[4].

في عدد 11 ديسمبر 2012 : اثناء حديث الشيخ عن موضوع الايمان و الاسلام استدل بقوله تعالى :" ﴿قَالَتِ الْأَعْرَابُ آمَنَّا قُلْ لَمْ تُؤْمِنُوا وَلَكِنْ قُولُوا أَسْلَمْنَا وَلَمَّا يَدْخُلِ الْإِيمَانُ فِي قُلُوبِكُمْ وَإِنْ تُطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ لا يَلِتْكُمْ مِنْ أَعْمَالِكُمْ شَيْئاً إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴾"[5].

قال تعالى:" ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ تُقَاتِهِ وَلا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنْتُمْ مُسْلِمُونَ﴾"[6].

قال تعالى:" ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَابْتَغُوا إِلَيْهِ الْوَسِيلَةَ وَجَاهِدُوا فِي سَبِيلِهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾ [7].

في عدد 20 جانفي 2013 : تناول البرنامج موضوع صفات الله تعالى و اسمائه الحسنى ، و من بين هذه الاسماء اسم الله الرزاق ، قال تعالى :" ﴿ قَالَ عِيسَى ابْنُ مَرْيَمَ اللَّهُمَّ رَبَّنَا أَنْزِلْ عَلَيْنَا مَائِدَةً مِنَ السَّمَاءِ تَكُونُ لَنَا عِيداً لِأَوَّلِنَا وَآخِرِنَا وَآيَةً مِنْكَ وَارْزُقْنَا وَأَنْتَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ﴾ [8].

---

[1]-سورة البقرة ، الاية 164

[2]–سورة القمر الاية 19

[3]–سورة الذاريات الاية 41،42

[4]–سورة البقرة ، الاية 221

[5]–سورة الحجرات ، الاية 14

[6]–ال عمران، الاية 102

[7]–سورة المائدة ، الاية 35

[8]– سورة المائدة ، الاية 114

قال تعالى : ﴿ فَلا وَرَبِّكَ لا يُؤْمِنُونَ حَتَّى يُحَكِّمُوكَ فِيمَا شَجَرَ بَيْنَهُمْ ثُمَّ لا يَجِدُوا فِي أَنْفُسِهِمْ حَرَجاً مِمَّا قَضَيْتَ وَيُسَلِّمُوا تَسْلِيماً﴾ [1]

قال تعالى : ﴿ قُلْ إِنَّ رَبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ وَيَقْدِرُ لَهُ وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ﴾ [2].

قال تعالى : ﴿ وَفِي السَّمَاءِ رِزْقُكُمْ وَمَا تُوعَدُونَ﴾[3].

- **برنامج Let's Talk**

في الحصة المؤرخة يوم05 نوفمبر2012: تناول البرنامج موضوع التدخين و أضراره الجسيمة على صحة الانسان خاصة فئة الشباب الذين يدمنون على هذه الافة ، اذ استدل احد ضيوف البرنامج الشباب بقوله تعالى : ﴿ وَلا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيماً﴾[4].

قال تعالى : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنْفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَاراً وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلائِكَةٌ غِلاظٌ شِدَادٌ لا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ﴾ [5].

قال تعالى: ﴿ وَآتَاكُمْ مِنْ كُلِّ مَا سَأَلْتُمُوهُ وَإِنْ تَعُدُّوا نِعْمَتَ اللَّهِ لا تُحْصُوهَا﴾ [6].

في عدد 10 ديسمبر 2012 : استدل احد الضيوف بقول الله عز و جل : ﴿ إِنَّكَ لا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾[7].

كما قال تعالى:" ﴿وَجَعَلْنَا مِنَ الْمَاءِ كُلَّ شَيْءٍ حَيٍّ ﴾ [8].

---

[1]- سورة النساء ، الاية 65

[2]–سورة سبا ، الاية 39

[3]–سورة الذاريات الاية 22

[4]– سورة النساء ، الاية 29

[5]– سورة التحريم ،الاية 06

[6]–سورة ابراهيم ، الاية 34

[7]–سورة القصص ، الاية 56

[8]– سورة الانبياء الاية 30

في عدد 14 جانفي 2013 : استدل احد ضيوف البرنامج بقوله تعالى :" ﴿ لا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْساً إِلَّا وُسْعَهَا﴾ [1].

و قال تعالى : ﴿وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ ﴾ [2].

قال تعالى:" ﴿ كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ مُبَارَكٌ لِيَدَّبَّرُوا آيَاتِهِ وَلِيَتَذَكَّرَ أُولُو الْأَلْبَابِ﴾ "[3].

و قال تعالى: ﴿ وَلَقَدْ يَسَّرْنَا الْقُرْآنَ لِلذِّكْرِ فَهَلْ مِنْ مُدَّكِرٍ﴾ [4].

و قال تعالى: ﴿ أَلا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ﴾ [5].

- **برنامج The Deenshow**

في الحصة المؤرخة يوم 07 ديسمبر 2012 : استدل ضيف البرنامج وسام الشريف بالاية الكريمة في معرض حديثه عن الحجاب و غض البصر ، اذ قال الله تعالى :﴿قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَلِكَ أَزْكَى لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ﴾ [6]

قال تعالى: ﴿وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَيَخْشَ اللَّهَ وَيَتَّقْهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْفَائِزُونَ﴾[7].

و قال تعالى:" ﴿ لا يَسْتَوِي أَصْحَابُ النَّارِ وَأَصْحَابُ الْجَنَّةِ أَصْحَابُ الْجَنَّةِ هُمُ الْفَائِزُونَ﴾ [8].

في الحصة المؤرخة يوم 18 جانفي 2013: تناول البرنامج اداب التعامل مع الله سبحانه و تعالى و علاقة العبد بربه و استدل الشيخ محمد العدلي بقوله تعالى: ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ دِيناً مِمَّنْ أَسْلَمَ وَجْهَهُ لِلَّهِ وَهُوَ مُحْسِنٌ وَاتَّبَعَ مِلَّةَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفاً وَاتَّخَذَ اللَّهُ إِبْرَاهِيمَ خَلِيلاً﴾[9].

---

[1]– سورة البقرة ،الاية 286

[2]– سورة ابراهيم ، الاية 07

[3]– سورة ص ، الاية 29

[4]– سورة القمر ،الاية 17

[5]– سورة الرعد الاية 28

[6]–سورة النور الاية 30

[7]–سورة النور الاية 52

[8]–سورة الحشر ، الاية 20

[9]–سورة النساء ، الاية 125

و قال تعالى: ﴿ تِلْكَ حُدُودُ اللَّهِ وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ يُدْخِلْهُ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا وَذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ﴾ [1].

قال تعالى: ﴿ إِلَّا تَنْصُرُوهُ فَقَدْ نَصَرَهُ اللَّهُ إِذْ أَخْرَجَهُ الَّذِينَ كَفَرُوا ثَانِيَ اثْنَيْنِ إِذْ هُمَا فِي الْغَارِ إِذْ يَقُولُ لِصَاحِبِهِ لا تَحْزَنْ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا فَأَنْزَلَ اللَّهُ سَكِينَتَهُ عَلَيْهِ وَأَيَّدَهُ بِجُنُودٍ لَمْ تَرَوْهَا وَجَعَلَ كَلِمَةَ الَّذِينَ كَفَرُوا السُّفْلَى وَكَلِمَةُ اللَّهِ هِيَ الْعُلْيَا وَاللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ﴾ [2].

☜ أهمية الإستدلال بالقرآن الكريم في عملية الإقناع:

إن القرآن الكريم هو المصدر الأول للشريعة الإسلامية ، فهو دليل قطعي لا شبهة فيه ، حفظه الله تعالى من التحريف و التبديل على عكس ما حدث للكتب السماوية الأخرى ، فهو كلام الله و معجزة كبرى أيد الله به سيدنا محمدا صلى الله عليه و سلم ، لقد سار الإسلام على سمت مغاير للأديان الاخرى لأنه سن طريقا مغايرا في الإقناع و إقامة الحجة و البرهان ، " فالقرآن هو الكتاب المعجز للبشر بهدايته و تشريعه و أسلوبه و معانيه التي تتميز بخلودها "[3].

من معجزات القرآن أنه جديد لا يبلى مهما تكررت قراءته رغم أنه يتكون من نفس الأحرف التي يتكلم بها الناس ، فهو كلام إلهي ينفرد بأسلوبه و بلاغته ، فلو كان من تأليف البشر لجاء على طريقة تشبه أسلوب العرب في النظم ، إذ أعجزت بلاغته و فصاحته الأولين و الآخرين حتى من درسه بهدف الطعن فيه من المستشرقين ، فهذا المستشرق ليون يقول :"و حسب القرآن جلالة و مجدا أن الأربعة عشر قرنا التي مرت عليه ، لم تستطع أن تخفف و لو بعض الشيء من أسلوبه الذي لا يزال غضا كأن عهده بالوجود أمس"[4]، فهو كتاب لا تناقض فيه و لا شبهة ،و هو دليل قطعي لا يتعارض مع العقل ، حفظه الله بعنايته من التحريف إذ يختلف عن الكتب السماوية السابقة التي طرأ عليها تحريف معانيها الأصلية ، و صدق الله العظيم حين قال :﴿ **إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا ٱلذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُۥ لَحَٰفِظُونَ** ﴾[5]، زد على ذلك أن آياته لا تخل من إعجازه العلمي المتعلق بالحقائق العلمية التي يكتشفها العلم الحديث ، فهذا موريس بوكاي يقول:"و لقد أثارت الجوانب العلمية التي

[1]- سورة النساء ، الاية 13 .
[2]–سورة التوبة ، الاية 40
[3]-عفيف عبد الفتاح طبارة ،روح الدين الاسلامي ،ط 9 ، بيروت ،دار العلم للملايين ،1972 ،ص .32 .
[4]– عبد المجيد عزيز الزنداني ،كتاب التوحيد ، د ط ، جدة ، مكتبة جدة ، 1989 ، ص .72
[5]– سورة الحجر ،الاية 09 .

تخص القرآن الكريم دهشتي العميقة في البداية ، فلم أكن أعتقد قط بإمكان اكتشاف عدد كبير إلى هذا الحد من الدعاوى الخاصة بموضوعات شديدة التنوع و مطابقة تماما للمعارف العلمية الحديثة"[1].

☜ **السنة النبوية الشريفة:**

- **برنامج Ask Huda**

في الحصة المؤرخة يوم 27 نوفمبر 2012 : تناول البرنامج موضوع المعاملات المالية و التجارية و ادابها ، اذ استدل الشيخ محمد صلاح بقول النبي صلى الله عليه و سلم :" **كلكم راع و كلكم مسؤول عن رعيته** "[2].

في الحصة المؤرخة يوم 04 ديسمبر: جاء الاستدلال اثناء الحديث عن موضوع الثبات على الدين استدل السيخ بدعاء النبي في هذا الشان :"**اللهم يا مقلب القلوب ثبت قلبي على دينك** "[3]

استدل بقوله صلى الله عليه و سلم في حديثه عن اداب عيادة المريض :" **أسال الله العظيم رب العرض العظيم أن يشفيك** "[4].

---

[1]– محمد محمود متولي ، الاسلام فطرة الخلق و شريعة الوجود، مجلة الشريعة و الدراسات الاسلامية ، العدد 27 ، 1995 ص 260

[2]– محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله صلى الله عليه وسلم وسننه وأيامه، صحيح البخاري (تحق محمد زهير بن ناصر الناصر، ط1دار طوق النجاة، 1422هـ)، كتاب النكاح، باب المرأة راعية في بيت زوجها، رقم 2500، ج 7، ص 31.

[3]- أبو عبد الله أحمد بن محمد بن حنبل ، مسند الإمام أحمد ابن حنبل، مصدر سبق ذكره، مسند النساء، مسند الصديقة عائشة بنت الصديق، رقم 24604، ج41، ص41.

[4]- أبو داود سليمان بن الأشعث بن إسحاق بن بشير بن شداد بن عمرو الأزدي السِّجِسْتاني، (تحق شعَيب الأرنؤوط – محَمَّد كامِل قره بللي، ط 1 ، دار الرسالة العالمية، 1430هـ، 2009م)، كتاب الجنائز، باب الدعاء للمريض عند العيادة، رقم 3156، ج5، ص22.

قال النبي صلى الله عليه و سلم عن الاستغفار:" **يا أيها الناس توبوا إلى الله فإني أتوب إليه في اليوم مائة مرة** "[1].

في الحصة المؤرخة يوم 08 جانفي 2013 : استدل الشيخ اثناء حديثه عن موضوع صلاة الجماعة بقول النبي صلى الله عليه و سلم :" **أقيموا الصفوف وحاذوا المناكب و سدوا الخلل و لينوا بأيدي إخوانكم و لا تذروا فرجات للشيطان و من وصل صفا وصله الله** "[2].

قال النبي صلى الله عليه و سلم:" **من دل على خير فله أجر فاعله**"[3].

- **برنامج Let's Talk**

في الحصة المؤرخة يوم 26 نوفمبر 2012: تناول البرنامج موضوع العلم و المعرفة و استدل بقول النبي صلى الله عليه :" **من سلك طريقا يلتمس فيه علما سهل الله له طريقا إلى الجنة**"[4]

قال النبي صلى الله عليه و سلم :" **خيركم من تعلم القرآن و علمه**"[5] .

و قال النبي صلى الله عليه و سلم:" **لا ضرر و ضرار**"[6].

---

[1]- مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري، المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، (تحق محمد فؤاد عبد الباقي، د ط ، دار إحياء التراث العربي، د ت)، كتاب الذكر والدعاء والتوبة والاستغفار، باب استحباب الاستغفار والإكثار منه، رقم 2702، ج4، ص 2075.

[2]- أبو داود، سنن ابو داوود، (مصدر سابق) كتاب تفريع أبواب الصفوف باب تسوية الصفوف، رقم 666، ج2، ص8 .

[3]- مسلم ، المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، صحيح مسلم، مصدر سبق ذكره، كتاب الإمارة، باب فضل إعانة الغازي في سبيل الله بمركوب وغيره، رقم 1893، ج 3، ص 1506.

[4]- محمد بن عيسى بن سَوْرة بن موسى بن الضحاك، الترمذي، أبو عيسى، سنن الترمذي،(تحق أحمد محمد شاكر، محمد فؤاد عبد الباقي، ط2 ،مصر ،شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي –1395هـ، - 1975 م)، كتاب أبواب العلم، باب فضل طلب العلم، رقم 2246، ج 5، ص 28.

[5]- البخاري، صحيح البخاري، مصدر سبق ذكره ،كتاب فضائل القران، باب خيركم من تعلم القرآن وعلمه، رقم 5027، ج 6، ص 192.

[6]- ابن ماجة أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني، سنن ابن ماجة،(تحق محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء الكتب العربية – فيصل عيسى البابي الحلبي، د ت)، كتاب الأحكام، باب من بنى في حقه مايضر بجاره، رقم 2340، ج 2، ص 784.

قال صلى الله عليه و سلم :" **يا معشر الشباب من استطاع منكم الباءة فليتزوج فإنه أغض للبصر و أحصن للفرج ، و من لم يستطع فعليه بالصوم فإنه له وجاء** "[1].

و قال صلى الله عليه و سلم :" **الرجل على دين خليله ،فلينظر أحدكم من يخالل**"[2].

قال النبي صلى الله عليه و سلم : " **إذا أتاكم من ترضون خلقه و دينه فزوجوه ، إلا تفعلوا تكن فتنة في الأرض و فساد عريض**"[3].

قال رسول الله صلى الله عليه و سلم :" **إنما الأعمال بالنيات و إنما لكل امرئ ما نوى**"[4].

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 18 جانفي 2013: تناول البرنامج موضوع الصداقة و أثر الصديق الصالح أو السئ في حياة الإنسان .

استدل الضيف بقول النبي صلى الله عليه و سلم:" **إنما مثل الجليس الصالح و جليس السوء كحامل المسك و نافخ الكير**"[5].

قال صلى الله عليه و سلم:" **تنكح النساء لأربع : لمالها و لحسبها و لجمالها و لدينها ، فاظفر بذات الدين تربت يداك**"[6].

---

[1]- مسلم، صحيح مسلم، مصدر سبق ذكره،كتاب النكاح، باب استحباب النكاح لمن تاقت نفسإليه،رقم1400،ج2،ص1008.

[2]- أبو داود ، سنن أبي داود، مصدر سبق ذكره، كتاب الأدب، بباب من يؤمر أن يجالس، رقم 4833، ج4، ص259.

[3]–ابن ماجة، سنن ابن ماجة ، كتاب أبواب النكاح، باب الأكفاء، رقم 1968، ج3، ص 141.

[4]- – البخاري، صحيح البخاري، مصدر سبق ذكره، كتاب بدء الوحي، باب كيف كان بدء الوحي إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، رقم1، ج 1، ص 6

[5]– مسلم ، المسند الصحيح المختصر ، مصدر سبق ذكره ، كتاب البر والصلة والآداب، باب استحباب مجالسة الصالحين ومجانبة قرناء السوء، رقم2628 ، ج4، ص 2026.

[6]- ابن ماجة، سنن ابن ماجة، مصدر سبق ذكره، كتاب أبواب النكاح، باب تزويج ذات الدين، رقم 1858، ج3، ص62.

☜ أهمية السنة النبوية الشريفة في عملية الإقناع:

تعتبر السنة النبوية الشريفة المصدر الثاني من مصادر العقيدة الإسلامية بعد القرآن الكريم " و هي ما نقل عن النبي صلى الله عليه و سلم من قول أو فعل أو تقرير "[1] .

إن المسلمين يجمعون على التصديق بحجية ما جاء عن النبي صلى الله عليه و سلم ، فهو لا ينطق عن الهوى بل هو و حي من الله تعالى الذي قال:﴿ **وَٱلنَّجۡمِ إِذَا هَوَىٰ ۝ مَا ضَلَّ صَاحِبُكُمۡ وَمَا غَوَىٰ ۝ وَمَا يَنطِقُ عَنِ ٱلۡهَوَىٰٓ ۝ إِنۡ هُوَ إِلَّا وَحۡيٞ يُوحَىٰ ۝ عَلَّمَهُۥ شَدِيدُ ٱلۡقُوَىٰ ۝** ﴾"[2]و قد جاءت السنة النبوية مرددة لما جاء به القرآن مؤكدة لما أثبته"[3]. و لا يذكر أن خالفت السنة مدلولات القرآن ما يجعلها دليلا قطعيا يؤدي إلى اليقين و المعرفة القطعية التي يحتج بها في عملية الإقناع ،

إن الرسول صلى الله عليه و سلم خير الأنام و خاتم النبيئين و المرسلين ، فجاءت رسالته شاملة جامعة للبشرية كلها على عكس الرسائل الأخرى التي خاطب بها الأنبياء و الرسل أقواما بعينهم ، فقد استغرقت و أبهرت أخلاقه و سيرته العطرة صلى الله عليه و سلم كافة أرجاء المعمورة فقد صنفه المفكر الأمريكي **مايكل هارت** في المرتبة الأولى في كتابه الذي يضم 100 شخصية مؤثرة في التاريخ .

يقول أحد الشعراء في وصفه صلى الله عليه و سلم:

إن فاتكم أن تروه بالعيون فما يفوتكم وصفه هذي شمائله

مكمل الذات في خَلق و في خُلق و في صفات فلا تحصى فضائله.

يعتبر الاستدلال بسنة النبي صلى الله عليه و سلم في قناة الهدى التي تخاطب جمهورا واسعا بلغة عالمية من شانه أن يدحض شبهات المغرضين التي تحاول تشويه صورة خير الأنام في كل مرة ، و ذلك ببيان أخلاقه ، آدابه ، حِلمه ، شجاعته و كافة تعاملاته حتى مع غير المسلمين ، في زمن نحتاج فيه إلى نشر هذه الشمائل المحمدية التي انتصر بها الإسلام و ساهمت في انتشاره في أرجاء المعمورة .

---

[1]– ناصر عبد الكريم العقل ،الاتجاهات العقلية الحديثة ،ط 1 ،الرياض، دار الفضيلة ،2001 ،ص 28

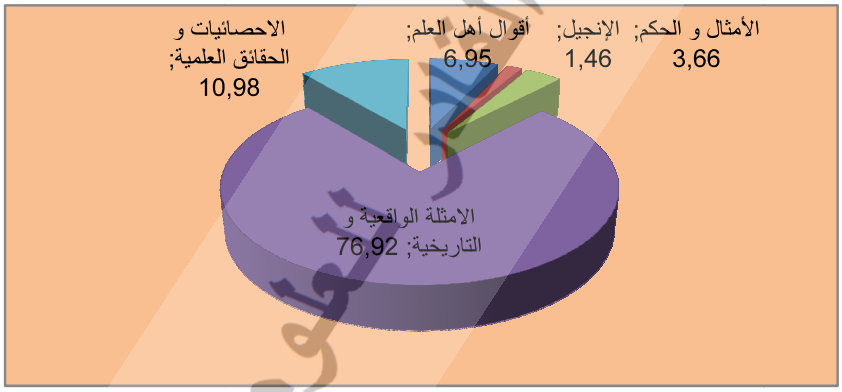
[2]- سورة النجم ، الايات من 01 الى 05

[3]– محمد بن عبد الكريم الجزائري ،الدين الاسلامي عقيدة و شريعة ،د ط ، الجزائر ، شركة الشهاب ،ص 15 .

الجدول رقم (16) : أشكال الإستدلال بالنقل العام

الاستدلال بالنقل العام	ك	%
أقوال أهل العلم	19	%6.95
الإنجيل	04	%1.46
الأمثال و الحكم	10	%3.66
الأمثلة الواقعية و الشواهد التاريخية	210	%76.92
الإحصائيات و الحقائق العلمية	30	%10.98
المجمـوع	273	%100

الشكل رقم (15) : يوضح أشكال الإستدلال بالنقل العام



نلاحظ في الجدول أعلاه و الشكل المرافق له اللذان يمثلان أشكال الاستدلال بالنقل العام أن أعلى نسبة كانت من نصيب الأمثلة الواقعية و الشواهد التاريخية فاحتلت بذلك المرتبة الأولى بنسبة 76.92% و بلغ عدد تكراراتها 210 تكرارا ، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب الإحصائيات و الحقائق العلمية بنسبة 10.98% ب 30 تكرارا ، كما جاءت أقوال أهل العلم في المرتبة الثالثة بنسبة 6.95% و عدد تكراراتها 19 تكرارا ، لتأتي الأمثال و الحكم في المركز الرابع بنسبة 3.66% ب 10 تكرارات ، أما المرتبة الخامسة و الأخيرة فكانت من نصيب الإستدلال بالإنجيل الذي لم تتعدى نسبته 1.46% ب 04 تكرارات.

إن الملاحظة الدقيقة للجدول السابق و البيانات الرقمية التي تتعلق بها تجعلنا نطرح التساؤل التالي: ما هو سبب ارتفاع نسبة الأمثلة الواقعية و الشواهد التاريخية و احتلاله المركز الأول ضمن الاستدلال بالنقل العام في عملية الإقناع؟

إن صدور الأمثلة الواقعية و التاريخية في المركز الأول دون الأساليب الأخرى يدل على التجاء الفاعلين في البرامج إلى الاستدلال بها، نظرا لقرب هذا الأسلوب من حياة المتلقي و تجاربه الخاصة و تجارب الأشخاص و الأمم الماضية ،فالواقع و التاريخ يعكس الحياة العامة الحاضرة و الماضية بهدف تقريب المعاني إلى المتلقي كما أن الكثيرين قد مروا ربما بتجارب مماثلة ، بالتالي يمكن إسقاطها و الاستدلال في عملية الإقناع بمضمون الرسالة الإقناعية ،

لقد تم الاستعانة بالاحصائيات و الحقائق العلمية نظرا لأهميتها و صدقيتها فالإنسان بطبعه يميل إلى تصديق ما تؤشر عليه الاحصائيات، و الأرقام و الحقائق العلمية خاصة إذا كانت صادرة من مصادر لها تأثيرها و مصداقيتها لدى المتلقي.

إن الاستدلال بأقوال أهل العلم له أثره في زيادة فاعلية الرسالة الإقناعية لما يتميز به العلماء و اهل العلم من مصداقية و احترام لدى الجمهور، أما الأمثال و الحكم التي حلت في المرتبة الرابعة فهي تقرب المعنى لدى المتلقي الذي يشاهد البرامج .

أما الإستدلال بالإنجيل فكان لبيان على ما ورد فيه من شرح لمسائل خاطئة يعتقد بها النصارى تارة ، و بيان الصحيح في الإسلام ، و تارة للتدلال على ما ورد به من تناقضات باعتبار أن الكتاب المقدس ليس كتابا واحدا بل يشتمل على أربعة اناجيل (متى ، لوقا ، يؤحنا ، مرقس)، و عشرات الإصحاحات و الأسفار ، زد على ذلك التحريف الذي حل به ،ما جعله يخرج من دائرة القطعية و تناقضه مع العقل و دخوله مجال الشك ، من خلال الإختلافات و انحراف عن المعاني التي جاء بها عيسى عليه السلام .

الجدول رقم (17) : توزيع الاستدلال بالنقل العام على البرامج في العينة

البرامج / الاستدلال بالنقل العام	Ask Huda إسألوا الهدى		Let's Talk لنتكلم		Deenshow الدين شو	
	ك	%	ك	%	ك	%
اقوال اهل العلم	07	12.06%	12	7.36%	00	%00
الانجيل	01	1.72%	00	%00	03	%5.76
الامثال و الحكم	01	%1.72	05	%3.08	04	7.69%
الامثلة الواقعية و التاريخية	42	%72.41	127	%77.91	41	78.94%
الاحصائيات و الحقائق العلمية	7	%12.06	19	%11.65	04	%7.69
المجمـوع	**58**	**%100**	**163**	**%100**	**52**	**%100**

يمثل الجدول السابق توزيع الإستدلال بالنقل العام على برامج قناة الهدى التي وردت في العينة،ففي برنامج Ask Huda: إحتلت الأمثلة الواقعية و التاريخية المرتبة الأولى في البرنامج بنسبة 72.41% ب 42 تكرارا ، اما المرتبة الثانية فكانت من نصيب أقوال أهل العلم و الاحصائيات و الحقائق العلمية بنسبة 12.06% ب 07 تكرارات ، ليأتي الاستدلال بالإنجيل و الأمثال و الحكم في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.72% ب تكرار واحد.

أما برنامج Let's Talk : فنلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة فيه عادت إلى الأمثلة الواقعية التي تحصلت على نسبة 77.91% ب 127 تكرارا أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب الإحصائيات و الحقائق العلمية بنسبة 11.65% ب 19 تكرارا و تعود المرتبة الثالثة إلى أقوال أهل العلم بنسبة 7.36% ب 12 تكرارا ، في حين تعود المرتبة الرابعة إلى الأمثال و الحكم بنسبة قدرها 3.08% ب 05 تكرارات ، أما الاستدلال بالإنجيل فلم يتحصل على أية نسبة و دون أي تكرار.

بالنسبة لبرنامج The Deenshow : يوضح الجدول السابق أن أعلى نسبة فيه كانت من نصيب الأمثلة الواقعية و الشواهد التاريخية إذ بلغت نسبتها 78.94% ب41 تكرارا ، و عادت المرتبة الثانية لأسلوب الأمثال و الحكم و الإحصائيات و الحقائق العلمية بنسبة 7.69% ب 04 تكرارات، بينما تحصل الاستدلال بالإنجيل على المرتبة الثالثة بنسبة 5.76% و بعدد 03 تكرارات ، في حين لم يتحصل أقوال أهل العلم على أي نسبة و تكرار ليكون في المركز الأخير.

أمثلة عن الإستدلال بالنقل العام التي وردت في البرنامج:

☜ **اقوال اهل العلم**:

- **برنامج Ask Huda**:

الحصة المؤرخة يوم 04 نوفمبر 2012 : استدل الشيخ محمد صلاح بقول **الشيخ السعدي** في شرحه لمعنى الريح و الرياح التي تعبر عن قدرة الله عز و جل إذ شرح الآية الكريمة "و تصريف الرياح " التي تعني في أوقات وسيلة للرحمة a means of mercy و اللطف بالعباد و أحيانا أخرى هي وسيلة للعقاب و التدمير a means of punishment and destruction

الحصة المؤرخة يوم 04 ديسمبر2012 :إستدل الشيخ بقول الحسن البصري الذي سئل ذات يوم عن امكانية نوم الشيطان : أينام الشيطان؟ فاجاب الحسن البصري بليته يفعل .

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 10 ديسمبر 2012 : إستدل الشيخ زيدان الذي استضافه البرنامج عبر الهاتف بقول الشيخ ابن تيمية في معرض حديثه عن الفلسفات الإلحادية atheist philosophy التي تهدد عقيدة الشباب المسلم و في معنى قول شيخ الإسلام أن كل من يستمع إلى الباطل ستؤدي به في النهاية إلى تحريف الحقيقة.

كما استدل الضيف الأمريكي أبو عبد الرحمان بقول الامام الباباهاري في كتابه شهر السنة حينما جاء أحد المبدعين إلى الإمام و طلب منه أن يتلو عليه آيات من القرآن الكريم فرفض ، فساله أصحابه لم رفضت الاستماع إلى تلاوته ؟ فرد قائلا:" خوفا من أن يحرف الكلمات و تطبع في قلبي ".

☜ **أهمية الاستدلال باقوال اهل العلم في عملية الإقناع** :

إن الاستدلال بأقوال أهل العلم له أهمية في عملية الإقناع لما لهم من مكانة و احترام لدى المتلقي بفضل ما يمتلكونه من علم غزير و حكمة و مقدرة على إقناع المخاطبين ، فالإنسان بطبعه يميل إلى تصديق أهل العلم ،غير أن المقصود بهم هنا أصحاب العلم النافع الذي يرشد الانسان إلى مافيه خير في الدنيا و الآخرة و ليس العلم الذي فيه مخالفة لأحكام الإسلام و الخروج عن قواعده و ضلال للعباد .

☜ **الإنجـــــيل**:

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 ديسمبر 2012 : إستدل الشيخ محمد صلاح بأحد النصوص التي وردت في أحد الأناجيل و لم يحدد الشيخ أي انجيل ورد بها هذا النص ،كما أنه ذكره باللغة الإنجليزية ، و بعد البحث في الكتاب المقدس وجدنا النص الذي استدل به الشيخ و قد جاء في **إنجيل مرقس** 12،11 و كان بعنوان **لعن شجرة التين** و النص كما يلي :" فدخل يسوع أورشليم و الهيكل و لما نظر حوله إلى كل شيء إذ كان الوقت قد أمسى ، خرج إلى بيت عنيا مع الإثني عشر . و في الغد لما خرجوا من بيت عنيا جاع ، فنظر شجرة تين من بعيد عليها ورق ، و جاء لعله يجد فيها شيئا .فلما جاء إليها لم يجد شيئا إلا ورقا ، لأنه لم يكن وقت التين . فأجاب يسوع و قال لها :" لا ياكل أحد منك ثمرا بعد إلى الأبد " و كان تلاميذه يسمعون."[1].

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 11 جانفي2013 : تسود فكرة الخلاص في العقيدة النصرانية أي أن سيدنا عيسى عليه السلام مات على الصليب ،و أنه ضحى من أجل خطايا البشر ، فالإيمان بهذه التضحية هي السبب في الدخول إلى ملكوت الله و الخلاص ، و استدل ضيف البرنامج بما جاء في **انجيل متى** 19،18من خلال هذا النص :"و إذا واحد تقدم و قال له :"أيها المعلم الصالح ، أي

[1]– انجيل مرقس 12،11 ص 42 .

صلاح أعمل لتكون لي الحياة الأبدية ؟ ، فقال له :" لماذا تدعوني صالحا؟ ليس أحد صالحا إلا واحد و هو الله . و لكن إن أردت أن تدخل الحياة فاحفظ الوصايا "[1].

إن فكرة الخلاص بالإيمان و ليس بالشريعة ترسخت من خلال رسالة الرسول بولس إلى غلاطية :" إذ نعلم أن الإنسان لا يتبرر بأعمال الناموس ، بل بإيمان يسوع المسيح ، آمنا نحن أيضا بيسوع المسيح ، لنتبرر بإيمان يسوع لا بأعمال الناموس ، لأنه بأعمال الناموس لا يتبرر جسد ما "[2] أي أن الإيمان متعلق باللآهوت لا بالناسوت.

☜ أهمية الاستدلال بالانجيل في عملية الإقناع :

إن الاستدلال بالأناجيل لا يعني التصديق بها و بما ورد فيها ، و إنما للتدلال على ما في أيدي النصارى من الأناجيل المتعددة و الأسفار و الإصحاحات المحرفة ، فهي في حقيقتها ليست عين الإنجيل الذي أنزل على سيدنا عيسى عليه السلام ، بهدف بيان " انقطاع أسانيدها و احتوائها على الكثير من التحريف و التبديل و الأغاليط و الإختلاف فيها "[3] ، كما أن استدلال الدعاة في الأمثلة السابقة بها لبيان حقيقتها التي لا يبصرها الغافلون في أنها مواعظ و أناجيل مؤلفة من طرف متأخريهم ، بعيدة كل البعد عن الإنجيل الحقيقي، حيث بين الله سبحانه و تعالى حقيقة الإنجيل في القرآن الكريم :﴿ **وَمِنَ ٱلَّذِينَ قَالُوٓاْ إِنَّا نَصَٰرَىٰٓ أَخَذۡنَا مِيثَٰقَهُمۡ فَنَسُواْ حَظّٗا مِّمَّا ذُكِّرُواْ بِهِۦ فَأَغۡرَيۡنَا بَيۡنَهُمُ ٱلۡعَدَٰوَةَ وَٱلۡبَغۡضَآءَ إِلَىٰ يَوۡمِ ٱلۡقِيَٰمَةِۚ وَسَوۡفَ يُنَبِّئُهُمُ ٱللَّهُ بِمَا كَانُواْ يَصۡنَعُونَ** ﴾[4].

إن التدلال بالإنجيل له أهميته في عملية الإقناع بالنسبة للنصارى ، لبيان أهمية التوحيد الذي كان عقيدة المسيح ، كما أن عيسى عليه السلام رسول بشر اصطفاه الله بالنبوة و الرسالة المتمثلة في الإنجيل مبشرا برسول بعده اسمه أحمد و هو محمد صلى الله عليه و سلم ، بالإضافة إلى أن معجزاته ليست دلائل على ألوهيته كما يدعون بل جاءت هذه المعجزات تناسب الزمن الذي بعث

---

[1]– انجيل متى ، 18،19

[2]– الكتاب المقدس ، رسالة بولس الرسول الى اهل غلاطية ، 2، 16.

[3]– بكر بن عبد الله بوزيد ، الابطال لنظرية الخلط بين دين الاسلام و غيره من الاديان، ط 1 ،الرياض، دار العاصمة ص.73

[4]– سورة المائدة الاية .14

فيه و الدعوة التي جاء بها ،ألا و هي تربية الروح و الإيمان و أن هناك حياة أخرى يجازى فيها الانسان على أعماله خيرا أم شرا كانت بتفنيد فكرة الإيمان بالآهوت على حساب الناسوت سبب الدخول في ملكوت الله.

☜ **الامثال و الحكم** :

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 05 نوفمبر 2012 : إستدل أحد ضيوف البرنامج أثناء حديثه عن احترام الوقت بحكمة و هي" النفس إن لم تشغلها بالحق شغلتك بالباطل".

–كما استدل احد الضيوف ايضا باحد الامثال المتداولة " البركة في القليل "contentment with the little

–" القناعة كنز لا يفنى."

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 18 جانفي: تناول البرنامج موضوع الصداقة واهميتها في ذكر الله و استدل بحكمة و هي :" إذا ذكرته أعانك ، و إذا نسيت ذكرك".

كما استدل في نفس الموضوع بمثل عربي: "الصاحب ساحب".

☜ **أهمية أسلوب الأمثال و الحكم في عملية الإقناع:**

يعتبر استخدام الأمثال و الحكم و حتى الأبيات الشعرية أمرا له أهميته في زيادة فعالية الرسالة الإقناعية ، بما ينقل من أقوال السابقين التي كانت تمثل تجاربهم لتصبح بعد ذلك أقوالا ماثورة تتوارثها الأجيال ، و تساهم في توضيح المعاني و اختصارها في جمل لها تأثيرها في المتلقي .

☜ **الامثلة الواقعية و التاريخية:**

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 11 ديسمبر 2012 : أورد الشيخ مثالا واقعيا عندما تحدث عن موضوع الفرق بين الإيمان و الإسلام و النفاق ، في أحد المرات قام أحد العملاء السريين في المخابرات الأمريكية بكالفورنيا بادعاء الإسلامpretending Islam فكان يصلي ،و يصوم

و يقوم بكل العبادات الظاهرية، لكي يعتقد المسلمون من حوله بأنه مسلم و هذه الأعمال طبعا هي جزء من وظيفته المخابراتية ، و ذلك بهدف التخابر و الاندساس بين المسلمين لمدة ثلاث سنوات ، لكنه في النهاية اعترف بكل شئ أمام وسائل الإعلام بأنه لم يكن مؤمنا بل كان يدعي الاسلام فقط .

في أحد المرات كان أحد المسلمين على متن طائرة أمريكية مع عدد من الركاب الأجانب و عندما حان وقت الصلاة قام ذلك المسلم ليصلي ، فأثار هذا الفعل ذعرا كبيرا في أوساط الركاب و قام الطيار بتغيير اتجاه الطائرة ، لاعتقادهم بأن هذا المسلم سوف يقوم بعملية إرهابية he will do a terrorist act بتفجير الطائرة أو اختطاف الركاب كرهائن.

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 05 نوفمبر 2012 : تناول البرنامج موضوع التدخين و استدل الضيوف بالكثير من الأمثلة الواقعية التي دعمت الرسالة الإقناعية إلى الجمهور المتلقي و نذكر منها : أن الكثير من أصدقاء أحد ضيوف البرنامج يدخن بعد تناوله للوجبات الغذائية ، كما يلجأ المدخنون إلى السيجارة عند شعورهم بالقلق و التوتر ، فقد اصبح التدخين جزءا لا يتجزأ من حياتهم و لا يمكنهم الاستغناء عنها و هي ظاهرة منتشرة في كل أنحاء العالم .

الحصة المؤرخة يوم 21 جانفي 2013 : إستضاف البرنامج أحد الشباب البريطانيين الذين اعتنقوا الإسلام ، فيروي تجاربه الشخصية بأمثلة واقعية يمكن الاستفادة منها ، إذ قال أن له أخا توأما و كانت الخلافات و الصراعات بينهما تبلغ أشدها في الكثير من المرات قبل اعتناق الإسلام ، لأنهما لم يربيا تربية الأخوة و العفو و التسامح بسبب انفصال الوالدين ، و طبيعة المجتمع الغربي من جهة أخرى ، لكن الدخول في الإسلام غير حياة الأخوين بشكل جذري .

الحصة المؤرخة يوم 03 ديسمبر 2012 : يذكر أحد ضيوف البرنامج و هو الدكتور بهاء صالح الأكاديمي و الأستاذ الجامعي ، إذ يستدل بمثال تاريخي مهم في أن النساء في الولايات المتحدة الأمريكية التي تدعو اليوم إلى التحرر لم يكن يسمح للمرأة في الماضي بالتعليم و الذهاب إلى المدارس ، فقد كان التعليم يقتصر على الرجال فقط ، و هو عكس ما يدعو إليه الإسلام الذي لا يفرق بين الرجل و المراة في التعليم و أول آية نزلت في القرآن الكريم هي " إقرأ"، لكن اليوم المرأة

أصبحت عنصرا فاعلا في المجتمع الأمريكي و تتمتع بكل الحقوق التي حرمت منها في الماضي، فصارت تنافس الرجل في كل الأعمال و الوظائف.

في نفس العدد يذكر مقدم البرنامج مثالا عن الكثير من الطلبة المسلمين الذين يدرسون في الخارج و يتلقون التعليم من غير المسلمين ، ما أدى بهؤلاء الشباب إلى التأثر بما يقوله أولئك و انبهارهم بالثقافة الجديدة التي يتلقونها ما أدى بالكثير منهم إلى الانحراف عن الدين الإسلامي.

يضرب مقدم البرنامج أحد الأمثلة الواقعية و هو نموذج لأحد الشباب المسلمين في الغرب الذي يناظر الملاحدة و النصارى و أصحاب الملل الأخرى ، بمحاولة إقناعهم بجدارة الإسلام و كونه خاتم الرسالات ،و هو الشاب Hamza Andrias Saurtcis الذي ناظر أحد أشهر أعمدة الفلسفات الإلحادية في العالم و هو Sir Dawkins.

يذكر مقدم البرنامج مثالا تاريخيا يتمثل في أن للإسلام الفضل الكبير في ظهور العلوم في أوروبا التي كانت تعيش عصور الظلام ، و سيطرة الكنيسة على الحياة العامة ، في الوقت الذي كانت فيه الحضارة الإسلامية في أوج ازدهارها بالأندلس ، كما أن العلماء المسلمين كان لهم الأثر البارز في العصر العباسي إذ ازدهرت العلوم و ظهرت المؤلفات ، لكنها دمرت بعد غزوها من طرف التتار الذين أحرقوا المكتبات .

يقدم أحد ضيوف البرنامج تجربته في أمريكا بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر فيذكر أنه كان دائما يُسأل من قبل أصدقائه و معارفه عن الإرهاب و تنظيم القاعدة و حركة طالبان ، و علاقة كل هذه الأمور بالإسلام، و هذا ما جعل الشاب يصر على التمسك بالإسلام و التعرف عليه أكثر فأكثر و محاولته الدفاع عنه في الولايات المتحدة الأمريكية.

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 09 نوفمبر 2012 : إستدل مقدم البرنامج رفقة ضيفه بهجمات 11 سبتمبر 2001 التي ساهمت في تشويه صورة الإسلام في الولايات المتحدة الأمريكية و العالم بأسره فصار بالنسبة إليهم دينا يدعو إلى الإرهاب و التعصب terrorism and fanaticism ، و القتل killing people .

كما استدل أيضا في سياق نفس الموضوع بالفيلم الأمريكي العنصري بعنوان unwelcome بمعنى ليس مرحبا بكم ، و هو فيلم يجسد الصورة المشوهة للمسلمين ، و يشجع على العنصرية segregation و كره الإسلام و كل ما يتعلق به.

الحصة المؤرخة يوم 18 جانفي 2013 :ضرب ضيف البرنامج الشيخ محمد العدلي مثالا عن بعض الشباب التائهين خاصة هنا في العالم الغربي الذين يعانون من الاكتئاب ،رغم توفر الإمكانات المادية ،إذ يحس هذا الشخص بعدم الجدوى من الحياة ، فينتهي به الأمر إلى الانتحار إذ يرى الموت نهاية و حلا لاكتئابه ، و السبب يعود لعدم إدراك هؤلاء الناس الغاية الحقيقية من وجود الإنسان في هذه الحياة و هي عبادة الله سبحانه و تعالى ، و السعي لنيل رضوانه ، فهؤلاء بحاجة إلى معرفة طريق الخلاص المتمثل في دين الإسلام .

استدل مقدم البرنامج بأحد أشهر الشخصيات المسلمة في أمريكا و هو Malcom X حيث كان رجلا له مواقفه و تعرض إلى الكثير من المضايقات في حياته بسبب قناعاته المتعلقة بالإسلام ، إلا أن مبادئه بقيت راسخة فجعلت منه أكثر الشخصيات أهمية عبر العالم.

☜ **أهمية الأمثلة الواقعية و التاريخية في عملية الإقناع :**

إن للواقع و التاريخ ارتباطا بحياة الإنسان الماضية و الحاضرة و حتى المستقبلية ، فيستند عليها القائم بالإقناع من خلال البرامج السابقة ، بهدف إسقاط الأحداث الواقعية و الشواهد التاريخية على موضوع النقاش لتزيد من فاعلية الرسالة الإقناعية ، إذ لا ننكر أن الكثير من تجارب الآخرين أو قصص السابقين لها أثرها في حياتنا كمتلقين ، بهذا لا يمكن إغفال دورها في عملية الاقناع بمضمون الرسالة التي تحتاج سياقاتها إلى الاستدلال بها.

☜ **الاحصائيات و الحقائق العلمية:**

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 نوفمبر 2012 : تناول البرنامج موضوع قدرة الله عز و جل و آياته في الكون من خلال الأعاصير و العواصف و الكوارث الطبيعية التي تحدث في العديد من البلدان ، و استدل الشيخ بما ورد عن المركز الأمريكي للاعاصير أن أحد الأعاصير التي ضربت الولايات المتحدة الأمريكية بلغت سرعتها 170 ميلا ، أي 280 كلم .

في معرض حديثه عن الرياح أورد الشيخ حقيقة علمية في أن الرياح تقوم بتحريك الغيوم و تجمعها مع بعضها البعض بهدف إسقاط المطر، و توفير المياه من أجل إمكانية الحياة على سطح الأرض.

أوردت أحد المجلات التي اطلع عليها الشيخ عن وجود سلاح خطير مدمر و هو الغاز الكميائي ، و يستعمل هذا الغاز في تغيير اتجاه الرياح ، و هذا مايسبب بعض الكوارث الطبيعية.

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 05 نوفمبر 2012: تناول البرنامج موضوع التدخين و أشار مقدمه إلى عدد من الإحصائيات ، فقد أوردت وكالة رويترز للأنباء تقريرا عام 2011 أن نصف مليون شخص يموتون سنويا في الولايات المتحدة لوحدها بسبب التدخين ، و أن التدخين يودي بحياة النساء في الولايات المتحدة الأمريكية أكثر من الرجال.

في نفس العدد عرض البرنامج فيديو خاص بأضرار التدخين أجراه بعض الأطباء في الولايات المتحدة الأمريكية ، من خلال التصوير المقطعي للرئتين و هي ممتلئة بالمواد الكيماوية و البنزين جراء التدخين ، حيث أوضحت التقارير الطبية أن التدخين له اضرار جسيمة على صحة الإنسان ، إذ يؤدي إلى سرطان الرئتين ، أمراض القلب ، و تلف الجهاز العصبي و المخ ، كما أنه يؤثر على العينين و الأسنان و سبب في الكثير من الأمراض.

الحصة المؤرخة يوم 26 نوفمبر 2012 : يذكر ضيف البرنامج الألماني Pierre Vogel أنه يوجد بألمانيا 2000 مسجد ، و في أغلب المساجد حسب الإحصائيات الألمانية يوجد بها أئمة لا يتقنون اللغة الألمانية بهذا لا يمكنهم مخاطبة الألمان بلسانهم و إقناعهم برسالة الإسلام ، في حين هناك من يتقن اللغة الألمانية من المسلمين لكنه لا يتقن العلم الشرعي.

و يذكر أيضا أثناء حديثه عن العلم و المعرفة و حاجة المسلمين له ، إذ يقدر العلماء في الغرب عن وجود أزمة ندرة المياه في المستقبل هذا ما يدفعهم إلى ضرورة إيجاد الحلول الممكنة ، و تعتبر المنطقة العربية بطبيعتها الصحراوية هي الأكثر تضررا من هذا المشكل لهذا عليهم التفكير في سبل التخلص من هذه الأزمة.

في الحصة المؤرخة يوم 03 ديسمبر 2012 يشير أبو عبد الرحمان أن أحد المدارس الأمريكية أجرت تجربة و دراسة علمية تتعلق بفصل الذكور عن الإناث في التعليم ، وجدت المدرسة أن نسبة العلامات الجيدة و التحصيل الدراسي قد ارتفعت بعد الفصل بين الجنسين و منع الاختلاط حيث استنتجت أن الاختلاط يؤثر على جودة التحصيل الدراسي ، كما تشير الإحصائيات الأمريكية عن رغبة العديد من المدارس الفصل بين الذكور و الإناث في المدارس.

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 11 جانفي 2013: أثبتت الدراسة العلمية النفسية التي قام بها أحد الباحثين و صدرت في كتاب يسمى Flow حول موضوع السعادة من خلال عملية مسح و استبيان للموضوع على عدد كبير من المبحوثين من مختلف أنحاء العالم ، فوجدوا أن الأمور التي تجلب السعادة للإنسان ليست تلك التي نحصل عليها بسهولة ،بل من خلال تلك التي نضحي و نتعب من أجلها ، كما أن اللهو المفرط و الإنحراف باتباع الملذات و أهواء النفس كشرب الخمر و الملاهي الليلية و العلاقات الجنسية غير الشرعية أو الاستماع إلى الموسيقى الصاخبة و مشاهدة الأفلام ، كل هذه الأمور يمكن أن تحقق السعادة لكنها سعادة محدودة و مؤقتة لا تظل مع الإنسان بل تجلب له التعاسة في النهاية ، فالسعادة تتحقق من خلال الأعمال المفيدة الخيرة التي تفيد صاحبها و الناس جميعا ، كالعبادة و عمل الخير و التطوع لمساعدة المحتاجين ، فهي إذن تتحقق بضبط أهواء النفس و عدم اتباع أوامرها و ليس العكس .

☜ أهمية أسلوب الإحصائيات و الحقائق العلمية:

تعتبر الإحصائيات و الحقائق العلمية أساليبا مهمة تزيد من فاعلية الرسالة الإقناعية ، فهي تخاطب العقل بما تؤشر عليه العلوم في مختلف المجالات ، التي يحتاج عقل المتلقي إلى إدراكها و العلم بها و من ثم تصديق مضمون الرسالة .

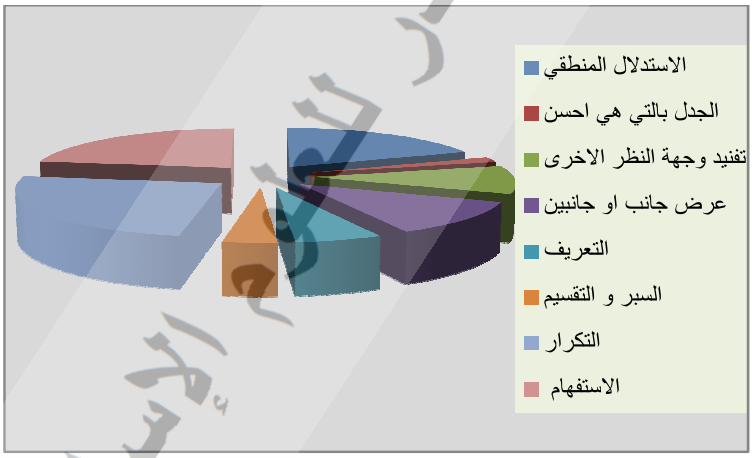
فالإنسان بطبيعته يميل إلى تصديق الرسائل الأكثر حرصا على استيقاء معلوماتها بما تقدمه الإحصائيات و العلوم .

إن الاستدلال بها في الأمثلة السابقة جعل الرسالة بمنظورها الإسلامي تواكب العلوم الحديثة ، و تزيد قدرتها على الاقناع معية الأساليب الأخرى.

الجدول رقم (18): يوضح أساليب الإقناع بالعقل

أساليب الإقناع بالعقل	ك	%
الإستدلال بالمنطق	81	%19.10
الجدل بالتي هي أحسن	08	%01.88
تفنيد وجهة النظر الاخرى	42	%9.90
عرض جانب من الموضوع او الجانبين	50	%11.79
أسلوب التعريف	26	%06.13
أسلوب السبر و التقسيم	16	%03.77
أسلوب التكرار	105	%24.76
الاستفهام التقريري	96	%22.64
المجموع	424	%100

الشكل رقم (16): يوضح اساليب الاستدلال بالعقل.



يوضح الجدول و الشكل المرافق له الموسوم بالاستدلال بالعقل أن أعلى نسبة كانت من نصيب أسلوب التكرار بنسبة 24.76%و بلغ عدد تكراراته 105 تكرارا ، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب الاستفهام الذي تقدر نسبته 22.64% ب 96 تكرارا ، لتعود المرتبة الثالثة للاستدلال المنطقي الذي بلغت نسبته 19.10%ب 81 تكرارا ، ليحل أسلوب عرض جانب من الموضوع أو عرض الجانبين في المركز الرابع بنسبة 11.79% ب 50 تكرارا ، أما المرتبة الخامسة فكانت من نصيب تفنيد وجهة النظر الأخرى الذي وصلت نسبته إلى 9.90%ب 42 تكرارا ، بينما جاء

أسلوب التعريف في المرتبة السادسة بنسبة 06.13% و بعدد 26 تكرارا ، و كانت المرتبة السابعة من نصيب أسلوب السبر و التقسيم بنسبة قدرها 03.77% و ب 16 تكرارات ، ليحل أسلوب الجدل بالتي هي أحسن في المرتبة الأخيرة بنسبة 01.88% و بعدد 08 تكرارات.

إن هذه البيانات تدل على أن أسلوب التكرار من أهم الأساليب الإقناعية التي تعتمد عليها قناة الهدى في إقناع المتلقي معية الأساليب الأخرى برسائلها ، لما له من قدرة على ترسيخ الفكرة في ذهن الجمهور، من خلال تراكم التعرض الذي بوسطته يألف الإنسان الرسالة و يتعود عليها ، بالتالي إمكانية تحقيق أهداف الرسالة الإقناعية .

الجدول رقم (19) : توزيع أساليب الإقناع بالعقل على برامج العينة.

البرامج / الاستدلال بالعقل	Ask Huda إسألوا الهدى		Let's Talk لنتكلم		Deenshow الدين شو	
	ك	%	ك	%	ك	%
الاستدلال بالمنطق	25	%17.60	30	%19,10	26	%20.80
الجدل بالتي هي أحسن	03	%02.11	03	%01.91	02	%01.60
تفنيد وجهة النظر الاخرى	20	%14,08	10	%06,36	12	%09,60
عرض جانب من الموضوع او جانبين	14	%09.85	18	%11.46	18	%14.40
أسلوب التعريف	11	%07.74	03	%01.91	12	%09.60
أسلوب السبر و التقسيم	10	%07.04	02	%01.27	04	%3,20
أسلوب التكرار	35	%24,64	44	%28.02	26	%20,80
الاستفهام التقريري	24	%16,90	47	%29,93	25	%20
المجموع	**142**	**100**	**157**	**100**	**125**	**100**

يمثل الجدول السابق توزيع أساليب الإقناع من خلال الإستدلال بالعقل على برامج قناة الهدى في العينة ، إذ نلاحظ في برنامج (إسالوا الهدى) أن أعلى نسبة به تحصل عليها أسلوب التكرار بنسبة 24,64%، و جاء أسلوب الاستدلال المنطقي في المرتبة الثانية بنسبة 17.60% ، في حين حل أسلوب الاستفهام في المركز الثالث بنسبة 16,90% ، و تحصل أسلوب تفنيد وجهة النظر الأخرى على المرتبة الرابعة بنسبة قدرها 14,08% ،أما المرتبة الخامسة فعادت إلى أسلوب عرض جانب من الموضوع أو عرض الجانبين بنسبة 09.85% ، ليأتي أسلوب التعريف في المرتبة السادسة ، بينما جاء أسلوب السبر و التقسيم في المرتبة السابعة بنسبة تقدر ب07.04% ، في حين حل أسلوب الجدل بالتي هي أحسن في المرتبة الأخيرة بنسبة 02.11%.

أما برنامج (لنتكلم) فجاء أسلوب الإستفهام في المرتبة الأولى بنسبة 29,93% ، و حل أسلوب التكرار في المرتبة الثانية بنسبة 28.02% ، بينما أسلوب الاستدلال المنطقي فجاء في المركز الثالث بنسبة تقدر ب 19,10% أما اسلوب عرض جانب من الموضوع او جانبين فتحصل على المرتبة الرابعة بنسبة 11.46% ، في حين عادت المرتبة الخامسة إلى أسلوب تفنيد وجهة النظر الأخرى بنسبة 06,36%، أما المرتبة السادسة فتحصل عليها أسلوبي الجدل بالتي هي أحسن و التعريف بنسبة 01.91%، و حصل أسلوب السبر و التقسيم على المركز الأخير بنسبة لا تتجاوز 01.27%.

بالنسبة لبرنامج (الدين شو) ، لقد تحصل فيه أسلوبي الإستدلال بالمنطق و التكرار على المرتبة الأولى بنسبة 20.80%، و جاء أسلوب الإستفهام في المرتبة الثانية إذ تقدر نسبته ب20% ليحل أسلوب عرض جانب من الموضوع أو الجانبين في المرتبة الثالثة بنسبة 14.40% ، أما المرتبة الثالثة فتحصل عليها أسلوب التعريف و تفنيد وجهة النظر الأخرى بنسبة 09.60%، و عادت المرتبة الرابعة لأسلوب السبر و التقسيم بنسبة 3,20% ، أما اسلوب الجدل بالتي هي أحسن فتحصل على نسبة 01.60% ليحتل بذلك في المركز الأخير.

أمثلة عن أساليب الإستدلال بالعقل الواردة في البرامج الثلاثة :

☜ **أسلوب الجدل بالتي هي أحسن**

- **برنامج Ask Huda** :

الحصة المؤرخة يوم 27 نوفمبر 2012 :جادل الشيخ محمد صلاح أحد الفتيات المسلمات التي تريد الزواج من رجل من أتباع الجماعة الاحمدية القاديانية[1] ، فكانت الفتاة متمسكة برايها و مقتنعة به لدرجة انها تفكر في مغادرة اهلها مع هذا الرجل ، و غير مقتنعة بان هذه الجماعة لا تنتسب إلى الاسلام ، و قد اثبتت الحقائق التاريخية انها من صنيع الاستعمار البريطاني .

حاول الشيخ تبصرة هذه الفتاة بحقيقة هذه الجماعة و غيرها التي تُظهر الإسلام في الظاهر الا ان باطنها يعمل على زعزعة عقيدة المسلمين ، فقال الشيخ لا يوجد اسلام بانواع ، اما ان يكون مسلما او شيئا اخر ، فالمراة المسلمة لا يجوز لها الزواج بغير المسلم بنص القران الكريم ، و ان استمريت – مخاطبا الفتاة – بهذه العلاقة فيعتبر ذلك زنا .

ان المراة المسلمة تمتثل لطاعة الله سبحانه و تعالى و تتعدى حدوده ، فعليك انهاء هذه العلاقة ، لان هذا الرجل ليس مسلما باجماع العلماء ، فهذه الجماعة لا تؤمن بختم النبوة للنبي محمد صلى الله عليه و سلم ، فعودي الى رشدك و فكري في مستقبلك بما يرضي الله عز وجل .

[1] – القاديانية : جماعة تنسب إلى "المتنبي ميرزا غلام أحمد القادياني في بلاد الهند "*ابان الاستعمار الانجليزي لبلاد الهند ،في القرن 19 ، ولد عام 1839 من أسرة عرفت بولائها للانجليز و توفي سنة 1908 بعد مرضه بداء الطاعون،و أهم ادعاءات ميرزا انه نبي مجدد ينزل عليه الوحي ، و انه يشبه المسيح بن مريم عليه السلام في صفاته بالتواضع و المسكنة ، و زعم في المرحلة الثالثة بانه الموعود المنتظر في اخر الزمان ، و قال بانه نبي نبوة جزئية ، و لهذه الجماعة خلفاء يتولون الخلافة و لهم العديد من الاتباع في مختلف انحاء العالم ، و يسمون انفسهم في افريقيا بالجماعة الاحمدية نسبة الى هذا المدعي للنبوة (احمد)

*ناصر بن عبد الله القفاري و ناصر بن عبد الكريم العقل ، الموجز في الاديان و المذاهب المعاصرة ،ط1، الرياض ، دار الصميعي 1992، ص 144

برنامج Let's Talk

الحصة المؤرخة يوم 10 ديسمبر 2012: سأل أحد الملاحدة أحد ضيوف البرنامج عن مسالة وجود الله ، إذا كان الله موجودا لماذا لا نستطيع رؤيته فهده عقيدة عمياء ، بما أننا لا نستطيع أن نراه فلا يمكن أن نؤمن به و كان استدلال هذا الملحد جدليا و يمكن تصوير ذلك في الشكل التالي:

إذا كان الله موجودا فهو مرئي .

لكنه غير مرئي .

إذن فهو غير موجود (**النتيجة**).

إستدلال جدلي يقوم على مقدمات ظنية لا تصل الى نتيجة يقينية

إن هذا الملحد لا يؤمن إلا بالمنطق و العلم فبالنسبة له العلم يمكنه أن يفسر كل شئ science can explaine every thing و الإنسان ليس بحاجة إلى هذا الاله الذي لا يكاد يبين ، فجادله الضيف بأن الله هو الواحد الأحد و واجد كل موجود ، أنظر إلى السماء و الأرض و ما فيهما ، و هذا الكون المذهل من الذي أوجده؟ ، من الذي أوجد الطبيعة في حد ذاتها لا يمكن لشيء أن يكون عبثا أو صدفة ، فكل ما في هذا الوجود يدل على أن لهذا الكون ربا عظيما أحكم صنعه.

في نفس الحصة جادل أحد الأساتذة الملاحدة من الولايات المتحدة الأمريكية أبو عبد الرحمان ، و قال بأن الله غير موجود و أنا لا أؤمن به و أن العلم يمكنه أن يقدم تفسيرا لكل الظواهر التي تحدث في هذا الكون ، في أحد المرات هبت على الولايات المتحدة الأمريكية إعصار و عاصفة ثلجية قوية ، و لا أحد يعلم بحدوثها ، فجاءت فجاة و عصفت بكامل المدينة ، فقال أبو عبد الرحمان للأستاذ : "لماذا لم تخبرنا بقدوم هذه العاصفة الثلجية ؟ "، فقال البروفيسور لم أكن أدري بقدومها ، فقال عبد الرحمان : "لكنك قلت بأن العلم يمكنه أن يفسر كل شئ ، إذن لا أنت و لا العلم الذي تؤمن به يستطيع تفسير كل شئ لأن هناك قوة أكبر منك و من كل شيء هي الله سبحانه و تعالى.

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 30 نوفمبر 2012: تحدث الداعية البريطاني عبد الرحيم قرين مع أحد الشابات الأمريكيات التي كانت تسأل عن الإسلام ، فقالت بأنها تعلم أن الإسلام هو الحقيقة لكنني لا أستطيع التخلي عن شرب الخمر و إقامة العلاقات، و الخروج مع الأصدقاء ، فجادلها الداعية بالتي هي أحسن سائلا : في نهاية الليلة التي تقضينها مع أصدقائك هل تشعرين فعلا أنك حققت شيئا مفيدا و جديرا بالتقدير بما أنك انسان أكرمك الله بالعقل ؟ ،و هذا الشيء يعود عليك و على الإنسانية بالفائدة؟ ، فضحكت الفتاة ، فرد عليها عبد الرحيم قائلا : "إن ما أجادلك به جدي ، في نهاية الأمر هل تحسين أنك فعلت ما هو صواب و يستحق التقدير ، و يشعرك بالسعادة الحقيقية التي تبحثين عنها؟" ، إن الشرب و الخروج إلى الملاهي الليلية لا يحققان السعادة التي تريدينها ، فشعورك بالضيق بعد كل سهرة و ملهى ليلي هو نتيجة حتمية لهذه الملذات الوقتية التي لا تحقق السعادة الحقيقية التي تبحثين عنها، لأنك بعيدة عن الغاية التي أرادها الله منك كإنسان و هي العبادة .

☜ أهمية أسلوب الجدل في عملية الإقناع :

إن أصل الجدل بالتي هي أحسن يكون بالقول المهذب مع الطرف المجادل للوقوف على الحق دون اللجوء إلى التعصب "بلا تحامل على المخالف ، و لا ترذيل له و تقبيح ،حتى يطمئن إلى الداعي"[1]، فهو محاولة لتصحيح المفاهيم و الأخطاء للوصول إلى الحقيقة ، و قد أرشدنا القرآن للأخذ بهذه القاعدة لما فيها من فائدة في عملية الاقناع مع المعاندين سواء من المسلمين أو غيرهم ،بتجنب أساليب الغمز و اللمز و الشتم و السب و الطعن ، و قد نهانا الله تعالى عن انتهاج مثل هذه الأساليب ، اذ يقول الله سبحانه و تعالى :﴿ **وَلَا تَسُبُّواْ ٱلَّذِينَ يَدۡعُونَ مِن دُونِ ٱللَّهِ فَيَسُبُّواْ ٱللَّهَ عَدۡوَۢا بِغَيۡرِ عِلۡمٖۗ كَذَٰلِكَ زَيَّنَّا لِكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلَهُمۡ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِم مَّرۡجِعُهُمۡ فَيُنَبِّئُهُم بِمَا كَانُواْ يَعۡمَلُونَ** ﴾ [2].

[1]– عبد الله شحاته ، مرجع سبق ذكره ، ص 06 .

[2]–سورة الأنعام الاية 108

إن الجدل من المنظور الإسلامي ليس جدلا سوفسطائيا أو مغلوطا يؤدي إلى المعرفة الظنية ، بل غايته الاولى كما في الامثلة الواردة تحقيق اليقين و إزالة الشك محل الجدل .

☜ **اسلوب تفنيد وجهة النظر الأخرى** :

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 ديسمبر 2012 : من بين المواضيع العقدية التي تناولها البرنامج موضوع نقض العقيدة النصرانية ، و استعمل الشيخ محمد صلاح أسلوب تفنيد وجهة النظر الأخرى و هي العقيدة النصرانية التي تؤمن بفكرة الخلاص salvation ، حيث فند الشيخ هذا المعتقد على أنه رأي خاطئ لا أساس له من الصحة ، فهو أمر غير وارد بدليل المنطق و العقل،حتى لو لم نستعمل دليل القرآن ، فوضح أن الخلاص يكون للمؤمن بالعمل الصالح و اتباع شريعة الله سبحانه و تعالى ، و ليس الخلاص للذين يؤمنون بأن أحدا ما هو عيسى عليه السلام الذي ضحى بحياته ليمحو خطايانا نحن البشر ، فالقاتل يؤمن بأن ذنوبه ستمحى و تغفر لأن الرب يسوع قد ضحى من أجله و سيخلصه من خطاياه ، و هذا يقود الى تساؤل مهم : ما هي الجدوى من يوم القيامة ، الذي يساوي بين من فعل خيرا و من فعل شرا في حياته؟، و أين هو العدل الإلهي الذي تتحدث عنه العقيدة النصرانية؟

الحصة المؤرخة يوم 04 نوفمبر 2013: فند الشيخ وجهة النظر التي تقدس عيد الهلوين hallaween ، و هي ظاهرة إحتفالية منتشرة في العالم الغربي المسيحي و للأسف بسبب الغزو الثقافي صار الكثير من المسلمين يحتفلون به ، إن هذا العيد لا يمت بأي صلة إلى الإسلام ، فالمسلم له عيدان عيد الفطر و عيد الأضحى ، فعلى المسلمين في كل مكان من العالم ألا يكونوا جزءا من هذه الإحتفالات الغريبة عن الإسلام لأنها طقوس جد خطيرة تؤثر في عقيدة المسلمين .

- **برنامج Let's Talk** :

الحصة المؤرخة يوم 03 ديسمبر 2012 : تناول البرنامج موضوع الإنحلال الأخلاقي و الإختلاط الفاحش بين الجنسين ، حيث فند ضيف البرنامج الأمريكي الجنسية –اعتنق الاسلام حديثا– العلاقات غير الشرعية بين الشباب و أنها أمر خاطئ في غاية الخطورة ، و هي فكرة جد سائدة في العالم الغربي الذي لا يحبذ زواج الفتاة المبكر ، إذ يجب عليها أن تستمتع بحياتها و تتعرف

على الشباب و تقيم علاقات معهم ، حيث قال أنه فعلا فكر خاطيء ،و لا يصح فعله لأنه يهدد المجتمع و بنيته الأخلاقية التي تنحدر يوما بعد يوم رغم التقدم المادي في العالم الغربي الذي بلغ فيه شأوا كبيرا .

الحصة المؤرخة يوم 10 ديسمبر 2012 : تناول البرنامج موضوع الفلسفات الإلحادية في معرض حديثه عن الأديان و علاقتها بالعلم ، فند مقدم البرنامج الرأي القائل بأن الإسلام يعارض العلم و التقدم العلمي ، لأنها الفكرة السائدة لدى المشككين على حجية الاسلام و المنكرين بجدارته و ختامه لسائر الرسالات السماوية ،فهم يربطونه بالأديان الأخرى و بما حدث في الماضي أين كانت الكنيسة في أوروبا تحارب العلم بشتى الوسائل أو ما عرف بعصور الظلام the dark ages. إن الاسلام لا يعارض العلم و التقدم العلمي بل يحث عليه ، و يكفي المسلمين فخرا أن أول آية نزل بها القرآن الكريم هي " إقرأ" .

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 09 نوفمبر 2012 : من بين المواضيع التي تناولها البرنامج الدفاع عن الإسلام و بعده عن التطرف ، التعصب و الإرهاب ، حيث فند مقدم البرنامج الفكرة الرائجة في الولايات المتحدة خصوصا و العالم الغربي عموما عن الإسلام و ظهور ما يسمى بالإسلاموفوبيا islamophobia و الصورة النمطية stereotype الخاطئة عن الإسلام و إلصاقه بالإرهاب و جعلهما مترادفين ، فالإسلام دين يدعو إلى التسامح و السلم .

في نفس الحصة تناول البرنامج موضوع التوحيد و العقيدة النصرانية حيث فند مقدم البرنامج فكرة ألوهية المسيح ، حيث ذكر أن المسيح عليه السلام لم يدع الالوهية أبدا ، بل دعا الناس إلى عبادة الله الواحد الاحد الذي خلقه و خلق من في الكون جميعا .

الحصة المؤرخة يوم 03 ديسمبر 2012 : تناول البرنامج موضوع الحجاب الشرعي للمراة الذي يعد جزءا من حيائها و سترها ، حيث فند مقدم البرنامج فكرة الحجاب المعصرن الذي يظهر كل مفاتن المراة و لا يبدو منه سوى الخمار فوق الرأس ، ان الحجاب الشرعي ليس خمارا فقط ، بل هو ستر ما أمر الله و رسوله ستره من الجسد ، حيث فند وجهة النظر التي تحاول غربنة الحجاب الشرعي باتباع آخر صيحات الموضة التي تفقده شروطه و ضوابطه الشرعية كإظهار الأذنين و الشعر

أو الالبسة التي تظهر تفاصيل جسد المرأة ، و هو أمر للأسف رائج في صفوف الفتيات المسلمات فالفتاة المسلمة تأخذ الموضة من الإسلام و ليس من مشاهير السنما و الفنانات ، إن الاسلام يحب الزينة و النظافة و الجمال لكن في حدود الضوابط الشرعية التي لا تبتذل جسد المراة، بل تحافظ عليه و تشرفه بنعمة الحجاب .

☜ **أهمية أسلوب تفنيد وجهة النظر الاخرى في عملية الإقناع :**

إن هذا الأسلوب العقلي يساعد على دحض حجج الطرف الآخر من خلال نقض وجهة نظره، و التحدي بصدق الدعوى و قوة حججها ، بكشف ما تنطوي عليه حجج المخالف من شبهات و ملابسات، لا يتقبلها العقل السليم ، ببيان ما في هذه الآراء من أغاليط و شبهات تسقط ادلتها و إمكانية إقناع المتلقي بها ، فهذا ما يمنح الحجة القائمة محل الحجة المفندة امكانية تحقيق فعالية أكبر في عملية الإقناع.

☜ **اسلوب التعريف:**

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 نوفمبر 2012 : تناول البرنامج موضوع صفات الله تعالى و آياته في الكون ، و تحدث الشيخ محمد صلاح عن الريح و الرياح التي هي من آيات الله في الكون ، إن تعريف الريح و الرياح في القاموس الإنجليزي تدل على شيء واحد و هو wind، لكن القرآن يفسر الفرق بين الريح و الرياح ، فالرياح وسيلة للرحمة و المسرة ، بينما الريح يفيد معناها إلى الريح القوية الغاضبة التي تسبب العواصف الهائجة و تلحق الضرر بالكائنات الحية و تهدد حياتها.

في نفس العدد و من بين المواضيع التي تناولها البرنامج عيد الهالوين hallaween الخاص بالمسيحيين،حيث عرفه بأنه :"الهالوين مشتق من اليوم المسيحي المقدس يسمى hallows day و هو يوم عيد يشرف فيه القديسون المسيحيون ، و القيام بالصلاة للأموات الذين يقبعون في مكان بين الجنة و النار "، فالإحتفال يقام بهدف الصلاة و الدعاء للأموات المسيحيين لكي ينقل الله هؤلاء الموتى من هذا المكان إلى الجنة ، و يشير هذا العيد في المسيحية إلى أرواح الأموات المسيحيين الذين يريدون الإنتقال إلى الجنة و العيش فيها.

الحصة المؤرخة يوم 11 ديسمبر 2012 : قام مقدم البرنامج بتحديد الفرق بين الإيمان و الاسلام ، لإيصال الفكرة قام باستخدام أسلوب التعريف حيث عرف الإيمان بأنه يمثل الجزء الباطني و الداخلي للدين الإسلامي ، و يتعلق الإيمان بأكانه الستة : و هي الإيمان بالله ، و الكتب ، و الملائكة ، و الرسل ، و اليوم الآخر ، و بالقدر خيره و شره .

أما الإسلام فيمثل الجزء الخارجي من الدين الإسلامي ، و أركانه هي : شهادة أن لا إله إلا الله و أن محمدا رسول الله ، و إقام الصلاة ، و أداء الزكاة ، و صوم رمضان ، و حج البيت لمن استطاع إليه سبيلا .

- **برنامج Let's talk**

الحصة المؤرخة يوم 14 جانفي 2013 : تناول البرنامج موضوع البركة في حياة المسلم ، حيث عرف أحد الدعاة في البرنامج البركة بأنها:" هي الحصول على أكثر من الجهد الذي تقدمه ، و هي النظام الخفي الذي جعله الله سبحانه و تعالى للإنسان في قيامه بأعماله و لكن يحصل على ضعف و أكثر مما قدمه من جهد "، تتجلى البركة في الوقت ، المال ، الاهل ، الدين و الدنيا .

الحصة المؤرخة يوم 26 نوفمبر 2012 : ناقش مقدم البرنامج مع ضيوفه موضوع العلم و أثناء الحديث عن العلم النافع و الضار، قام الضيف الداعية الألماني Pierre Vogel بتعريف الإستشراق orientalism الذي يعني دراسة الغرب لتاريخ الشرق و لغاته و دينه و علومه و آدابه ، و هم الكتاب الغربيين الذين يكتبون عن الحضارة الإسلامية و الفكر الإسلامي و الكثير منهم ساهم في تشويه الإسلام و حضارته.

- **برنامج The Deenshow**:

الحصة المؤرخة يوم 09 نوفمبر 2012 : قام صيف البرنامج Yusha Evans بتعريف **الاسلام** فهو كلمة عربية تعني الخضوع و الاستسلام و الانقياد لله رب العالمين ، و يشترط فيه أن يكون إختياريا لا قسريا .

كما قام بإعطاء تعريف **للشريعة** : الشريعة كلمة عربية تعني الطريق الذي يؤدي إلى الماء ، و الإسلام هو الطريق أو المنهج الذي يؤدي إلى الله تعالى ، و الشريعة الإسلامية هي نظام من القوانين التي أعطاها الله لنا لممارسة الإسلام و مهد لنا الطريق لفعل ذلك فهي بذلك خارطة طريق.

☜ **أهمية أسلوب التعريف في عملية الإقناع :**

إن أسلوب التعريف يساعد على بيان الألفاظ و تحديدها من خلال القول الشارح لها ، فهو " محاولة للقيام بتحديد ما يريده المتكلم في محاولة نقله للمعلومات التي يحملها للغير"[1]، و الإنسان لا يستغني عن التعريف في مجالات حياته اليومية ، فهو مفيد في عملية الإقناع لعلاقته بالتصور لأنه عملية ذهنية مرتبطة باللغة ، فهو يساعد على الوصول إلى الأشياء المبهمة و الوسيلة التي يدرك بها الفرد معاني الألفاظ ، الكلمات ، المواضيع ، و عمل للوصول إلى معنى الشيء المبهم بهدف إقناع المتلقي بالرسالة .

☜ **اسلوب السبر و التقسيم**

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 ديسمبر 2012 : ردا على من يشكك في عقيدة التوحيد.

كل شيء نتج عن الطبيعة / هناك من يومن بقاعدة السببية/ السببية تعني أن حدوث أي شيء له علة و سبب .

إن الملاحدة يؤمنون بقانون الطبيعة تارة / و بمبدأ العلية تارة أخرة /كما لا يعتقدون بوجود إله واحد خلق الطبيعة و ما في الكون جميعا /

الشرح : لقد استخدم الشيخ أسلوب السبر و التقسيم قائلا: إن الإيمان بقاعدة السببية cause and effect يعني أن لكل شيء سبب و موجد ، فكذلك الطبيعة وجودها له سبب و مسبب ، لا يمكن أن تنشا الطبيعة لوحدها ، فلكل موجود واجد ، فإذا تحرك القلم من هذا المكان إلى مكان آخر ، يعني لا بد من وجود أحد ما قام بتحريكه.

[1]– حسن بشير صالح ، علاقة المنطق باللغة ،الطبعة الاولى ، الاسكندرية ، دار الوفاء ،2003 ، ص 257 .

زد على ذلك : من خلق هذا الكون المذهل ، فلتنظر من حولك؟ هل الطبيعة هي من خلقت كل هذا ؟ و من خلق الطبيعة في حد ذاتها.

النتيجة : لابد أن يكون خالق لكل هذا الخلق ، و هذا الخالق ليس كمثله شيء.

و إلى هذا الحد انتقل الشيخ إلى استخدام أسلوب آخر في إقناع هذه المرأة غير المسلمة و هو أسلوب قياس الخلف الذي سنتطرق إليه فيما بعد.

الحصة المؤرخة يوم 11 ديسمبر 2012 : إتصل أحد المشاهدين من سيريلنكا و طرح سؤالا حول يوم القيامة مفاده أنه سمع إشاعة تقول أنه مع حلول يوم 21 ديسمبر 2012 كل أبواب التوبة ستغلق ، و استغرب الشيخ محمد صلاح من هذه الإشاعة مع أنه صادف مثلها في الكثير من المرات بظهور بعض المطويات التي يدعي مبتدعوها ضرورة إعادة كتابتها 10 مرات مثلا و توزيعها بسبب قرب فناء هذا العالم.

هذا التساؤل جعل الشيخ يستخدم أسلوب السبر و التقسيم لإقناع هذا الرجل ببطلان هذا الادعاء و هذه البدعة.

الشرح : لا أحد يعلم حلول الساعة إلا الله عز و جل فهذا في علم الغيب .

حتى الرسول صلى الله عليه و سلم لا يعلم أجلها لكنه دل على أماراتها فقط.

من يدعي هذا الادعاء يعني أنه إله و يعلم الغيب.

لا يمكن لبشر خلقه الله أن يعلم بحلول الساعة .

النتيجة : هذا الادعاء باطل و لا يجب عليك التسليم به أو الخوف منه.

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 10 ديسمبر 2012 : القرآن بين كلام الله ، و اختراع البشر، رد على المشككين.

هناك من يدعي بأن القران كتاب قديم منذ 1400 سنة و لا يصلح تطبيقه في هذا العصر/كما انه متناقض و لا يوجد فيه ما يدعو إلى التصديق به.

الشرح : إستخدم الشيخ أسلوب السبر و التقسيم للرد على هذه التهم و الشكوك الباطلة .

القرآن يحتوي على قضايا بدأ العلم الحديث باكتشافها.

كما أنه جاء باللغة العربية و لم يتغير منذ أن أُنزل .

إن عدنا إلى الأديان الأخرى كالمسيحية ، و سألنا عن الكتاب المقدس باللغة الأصلية التي أنزل بها و طلبنا منهم قراءة مافيه ، لن يستطيعوا فعل ذلك.

القران إعجاز في بلاغته و كل ما فيه.

النتيجة : كيف يمكن لكتاب كهذا أن يكون من عند غير الله و لا يصلح للتطبيق.

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 30 نوفمبر 2012 : ردا على من يؤمن بألوهية عيسى عليه السلام.

الإيمان بالله الواحد الاحد .

إن المسيحيين يعتقدون بأن الرب يسوع سيخلصهم من خطاياهم .

الرب يسوع ضحى بحياته من أجل خطايا البشر.

الإيمان بللآهوت سبب الخلاص.

يمكن لأي شخص أن يفعل ما يشاء من الذنوب لأن الثمن قد دفعه اليسوع.

الشرح : إستخدم ضيف البرنامج أسلوب السبر و التقسيم لدحض حجج هؤلاء الذين يؤمنون بهذه العقيدة ،كيف يمكن لهذه العقيدة أن تكون صحيحة ؟

يستحيل أن يفعل الإنسان ما يشاء من الخطايا و يدخل في ملكوت الله بمجرد الإيمان بأن عيسى عليه السلام ضحى بنفسه على الصليب من أجل خطايا البشر؟

إن التسليم بهذه الفكرة يعني أن يساوى في الملكوت بين الصالح و الطالح ، لأن الثمن موجود .

بالتالي التسليم بهذه القاعدة يعني عدم وجود العدل الإلهي.

النتيجة : هذه عقيدة خاطئة و لا مجال للتسليم بصدقها.

الحصة المؤرخة يوم 11 جانفي 2013 : ردا على المشككين في قطعية القران الكريم.

هناك من يدعي أن القران الكريم كتاب من تأليف البشر / هو اختراع من شخص يدعى محمد /ليس منزلا من عند الله .

الشرح : إستخدم الداعية أسلوب السبر و التقسيم لإقناع هؤلاء المشككين بصحة القرآن الكريم و نزوله من عند الله عز و جل .

القرآن الكريم يعكس صفات الله عز و جل ، و لا يحتوي على التناقضات.

لا يمكن لرجل أمي أن ينطق بكلام فيه إعجاز كالقرآن.

إن الله يتحدث فيه عن مواضيع في هذا الكون يمكن ملاحظتها اليوم من خلال ما يكتشفه العلماء.

اذن: فهو كتاب الله الذي لا تبديل فيه ، و في هذا الشان يقول المولى تبارك و تعالى :"﴿ إِنَّا نَحۡنُ نَزَّلۡنَا ٱلذِّكۡرَ وَإِنَّا لَهُۥ لَحَٰفِظُونَ﴾ "[1].

[1]– سورة الحجر ،الاية 9

☜ **أهمية اسلوب السبر و التقسيم في عملية الإقناع** :

ورد هذا الأسلوب بهدف توجيه عقل المتلقي إلى عناصر الموضوع المختلفة و ذلك من خلال تقسيمه إلى أجزاء عديدة ينتقل بها العقل من أجزاء الموضوع المختلفة محل الشك و الرفض ، إلى أن يصل إلى الجزء الذي يدله على الحقيقة، إذ يساعد هذا الأسلوب في " حصر أوصاف الموضوع بصفات ، لا تسوغ إيراد الدعوى فيها ، فتبطل دعوى المجادل"[1]، و يستخدم هذا الأسلوب بحصر الأمر المختلف فيه في أصلين أو أكثر كما في الأمثلة الواردة ، ثم لزوم صحة الدعوى عنهما بحيث لا يستطيع الخصم إنكارها .

☜ **اسلوب التكرار:**

لقد ورد أسلوب التكرار في صيغتين أساسيتين هما : **التكرار التام و الجزئي** ، الهدف منها ترسيخ الفكرة في ذهن المتلقي ، فهو من أهم الآليات الإقناعية التي تستخدم لتحقيق أهداف الرسالة .

أولا : التكرار التام :

يستخدم بشكل عام بكل عناصر العبارة أو الجملة أو حتى الكلمة أو وصف بهدف التاكيد على محتوى الرسالة بشكل عام.

ثانيا : التكرار الجزئي:

" و يتحقق بالنسبة للكلمات التي تظهر متقاربة جدا ، و لا يستطيع النص تحديد الفروق و الاختلافات "[2].

لقد ورد أسلوب التكرار في قناة الهدى بهذين الشكلين في الكثير من المواضع ما أهله الحصول على المركز الأول ضمن الأساليب العقلية.

[1]– طه عبد الله محمد السبعاوي ، مرجع سبق ذكره ، ص 217

[2]– سليمة مخلوفي ، وسائل الاقناع في خطبة طارق ابن زياد ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في اللغة العربية ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2011/2010، ص 109

أمثلة عن أسلوب التكرار بنوعيه الواردة في البرامج :

☜ **التكرار التام :**

- **برنامج Ask Huda**

ذكر الشيخ دعاء النبي صلى الله عليه و سلم " اللهم **يا مقلب القلوب ثبت قلبي على دينك**". إذ كرر هذا الدعاء مرتين بهدف تلقينه إلى السائل و تثبيته في نفسه و عقله بهدف العمل به إن شاء الله لعل الله يحدث بعد ذلك أمرا.

كرر الشيخ الاية التالية مرتين : قال تعالى : ﴿ لَوۡ كَانَ فِيهِمَآ ءَالِهَةٌ إِلَّا ٱللَّهُ لَفَسَدَتَاۚ فَسُبۡحَٰنَ ٱللَّهِ رَبِّ ٱلۡعَرۡشِ عَمَّا يَصِفُونَ ﴾.

كما كرر الشيخ الاية التالية مرتين ، قال تعالى : ﴿وَمَن أَعۡرَضَ عَن ذِكۡرِي فَإِنَّ لَهُۥ مَعِيشَةٗ ضَنكٗا وَنَحۡشُرُهُۥ يَوۡمَ ٱلۡقِيَٰمَةِ أَعۡمَىٰ ﴾

- **برنامج Let's Talk**

إستدل الفاعلون في البرامج بقول النبي صلى الله عليه و سلم :" **الرجل على دين خليله ،فلينظر أحدكم من يخالل**" ، و قام أحد ضيوف البرنامج بشرح الحديث و ترجمته الى اللغة العربية و من ثم إعادة قراءته من خلال تكراره ثلاث مرات مع الشرح و الترجمة بهدف إقناع المشاهدين بأهمية اختيار الرفيق الصالح .

قام مقدم البرنامج بتكرار هذه الجملة مرتين في معرض حديثه عن اعتناقه للاسلام : **إنه شرف عظيم** ، it is a great honor ، لتاكيد نعمة الاسلام .

ناقش مقدم البرنامج رفقة ضيوفه موضوع التدخين و أضراره الجسيمة ، حيث استدلوا بحديث النبي صلى الله عليه و سلم :" **لا ضرر و لا ضرار**" ، فكرر هذا الحديث خمس مرات كاملة لأهميته و علاقته بالأضرار التي يلحقها التدخين بالمدخنين و بمن حولهم .

- **برنامج The Deenshow**

قام مقدم البرنامج رفقة ضيوفه بالحديث عن الاسلام في **أنه منهج حياة islam is a way of life** ، كرر Eddie هذه العبارة خمس مرات كاملة لترسيخ الفكرة .

عالج البرنامج موضوع التوحيد فكرر هذه الجملة ست مرات : اعبد الله الواحد الأحد worship the one God .

☜ **التكرار الجزئي :**

- **برنامج Ask Huda**

تحدث الشيخ عن احد اسماء الله الحسنى و هو الرزاق ، مستخدما اسلوب التكرار الجزئي بالشكل التالي : **و الله خير الرازقين / و انت (الله) خير الرازقين /و هو (خير الرازقين)**

تناول البرنامج موضوع حول العلم و مسؤولية الوالدين في تعليم أبنائهم حيث قال : لا تقللوا من قدرات أطفالكم do not underestimate the ability of your children ، لا تقلل من قدرة الطفل do not underestimate the capability of the child.

- **برنامج let's talk**

تحدث مقدم البرنامج رفقة ضيوفه عن تاثير الافكار في الشباب المسلم ، قام بتكرار الجملة التالية مرتين جزئيا : طور شبكة من المسلمين حولك devolop a network of muslim people around you ، و في عبارة اخرى كون شبكة من الأصدقاء الصالحين establish a network of good friends .

- **برنامج The Deenshow**

قام البرنامج بنقض فكرة ألوهية المسيح ست مرات كاملة على مستوى العدد حيث قال Jesus is not God و في عبارة أخرى Jesus never claimed to be God

كرر الفاعلون في البرنامج شعار الاسلام منهج حياة : Islam is a way of life ، في عبارة أخرى : هذا هو المنهج للحياة الحقيقية this is the way of the true life

☜ أهمية أسلوب التكرار في عملية الإقناع :

إن لهذا الأسلوب قوة كبيرة في عملية الإقناع ، فهو يقوم بتعزيز الرسالة في ذهن المتلقي من خلال الإلحاح على الفكرة محل الإقناع ، و إعادتها مرات عدة ، اذ عبر عنه الجرجاني بانه :"عبارة عن الاتيان بشيء مرة بعد الأخرى "[1]، بالإضافة إلى توجيه فكر المتلقي إلى أهمية الرسالة ، بهذا فإن لأسلوب التكرار أهمية قصوى في تكوين الإتجاهات و تغييرها أو تعزيزها ، و قد أثبتت الدراسات في مجال الدعاية خاصة أن" التكرار لعبارة ما بشكل كاف يجعل الجمهور يتقبلها مع مرور الوقت "[2] ، ترجع أهمية التكرار الذي تعتمده القناة إلى التاكيد و تثبيت الحجة ، و لعل هذا الأسلوب المنتهج في التكرار استقاه الفاعلون من القرآن الكريم الذي يعتمد على التكرار لتثبيت الفكرة في الذهن و الوجدان إذ يعتبر هذا الأسلوب من إعجاز القرآن الكريم الذي مهما تكررت معانيه و عباراته إلا أنه لا يحدث الملل ، و بهذا فأسلوب التكرار من أفضل أساليب الإقناع و أقوى الوسائل لتعزيز الأفكار و ترسيخها في النفس ، نظرا لأهميته القصوى في عملية الإقناع يلجأ إليه القائمون على وسائل الاتصال و الاعلام بهدف إيصال رسائلهم إلى المتلقي.

يعد التكرار رافدا أساسيا من روافد الحجج التي يقدمها المرسل ، إذ يزيد طاقة مضافة إلى البراهين و الأدلة بما يساعد على نحو فعال في إقناع المستقبل للرسالة و للتكرار وظيفتان :

– إفهام و تبليغ المخاطب.

– ترسيخ الفكرة في الأذهان و تحقيق التأثير المرغوب ، و ذلك بتحويل الفكرة إلى معتقد يؤمن به المتلقي للرسالة الإقناعية.

[1]_ الجرجاني ، مرجع سبق ذكره ، ص 68.

[2]– صالح خليل ابو اصبع ، الاتصال و الاعلام في المجتمعات المعاصرة ، ط 4، عمان ،الاردن ،دار مجدلاوي 2004 ص 349

☜ **أسلوب الإستفهام :**

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 نوفمبر 2012

إستخدم الشيخ أسلوب الاستفهام في معرض حديثه عن آيات الله في الكون ، حيث تساءل :"هل تستطيع فعلا أن توقف غضب الله؟ ،can you really stop Allah's anger?.

الحصة المؤرخة يوم 11 ديسمبر 2012:

استخدم هذا الأسلوب أيضا عندما تحدث عن موضوع الفوائد الربوية و العلاقات الإنسانية عندما اتصل به أحد الآسياويين العاملين بالسعودية، إذ طلب منه رب العمل فائدة مقابل منحه الإقامة بهذا البلد و العمل عنده فتساءل الشيخ : أي نوع من المسلمين هو ؟ هل يمثل هذا الرجل الاسلام؟ what kind of a muslim is he ? does he represent Islam ?

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 05 نوفمبر 2012

بدأ المقدم برنامجه حول موضوع التدخين بمجموعة من الاسئلة : هل تريد أن تقتل نفسك؟ would you like to kill yourself ? ، هل تريد أن تقتل نفسك ببطء؟ would you like to kill yourself slowly? ، هل تدفع مالا لتقتل نفسك؟ would you pay money to kill yourself ?

كما تساءل الشيخ زكرياء من جنوب إفريقيا : لماذا تريد أدلة أكثر لتقول أنه حرام أم لا؟ why do you need more reasons to say that it is haram or not ?

كما تساءل ضيف البرنامج عمر بعد تقديم كل الأدلة على أضرار التدخين: كم عدد الأدلة التي تحتاجها؟ ، How much evidences that you need ?

الحصة المؤرخة يوم 10 ديسمبر 2012 :

إستخدم مقدم البرنامج أسلوب الاستفهام في عماية الإقناع عندما تناول موضوع الفلسفات الإلحادية و تأثير الكتب في هذا المجال حيث خاطب عقول المتلقين بالاستفهام التقريري، و طلب منهم طرح هذا التساؤل: من هو كاتب هذا الكتاب؟ Who is the author of this book ? ، ما هي نيته ؟ ؟ What is his intention ، لماذا او كيف صار الكتاب بين يديك ؟ Why or how it is in your hands now ?

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 09 نوفمبر 2012

إستخدم Yusha Evans أسلوب الاستفهام عندما كان يخاطب حاجات المتلقي الغربي ، الذي حقق إشباعاته المادية لكنه ما زال في رحلة البحث عن الحاجات الروحية الموجودة في الإسلام، حيث تساءل عن الحياة بالنسبة إليهم: ما هي الحياة؟ و ماذا تعني ؟و كيف أستطيع أن أكيف نفسي لكي أكون أكثر قربا من الهدف من الحياة ؟ what is life , what does it mean,and how can I adjust myself to be more in line with the purpose of life ?

الحصة المؤرخة يوم 14 ديسمبر 2012

تساءل مقدم البرنامج عن مدى إرضائنا لله تعالى فقال: هل نحن نعمل فعلا لإرضاء خالقنا؟

Are we really working to please our creator?

هل تفكر مليا حول الغاية من هذه الحياة ؟ Are you reflecting about the purpose of life ?

هل تفكر مليا في النعم التي يهبها الله لك؟ Are you reflecting about the blessings the creator is giving you ?

☜ أهمية أسلوب الاستفهام في عملية الإقناع :

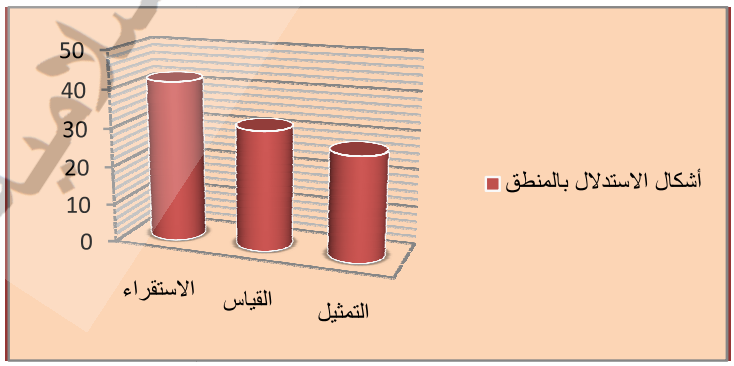
إن للاستفهام التقريري دور بالغ الأهمية في عملية الإقناع لما له من قدرة على المخاطبة المباشرة لعقل المتلقي و صرفه إلى الأمر المستفهم عنه ، فهو طلب الفهم ، إذ قال البلاغيون فيه " من جزع من الإستبهام فزع إلى الإستفهام "[1] ، فهو خطاب موجه مباشرة إلى العقل من خلال طلب حصول صورة شيء ما في الذهن . إن الاستفهام التقريري هو محاولة الحصول على المعلومات من المستمع الذي لا يعرفه المتلقي ،

لقد حظي الإستفهام باهتمام كبير لدى الفلاسفة ، فهم يرون أن التفلسف لا يحدث إلا بطرح الأسئلة بهدف الحصول على أجوبة لها ، و قد جعله أرسطو تابعا للجدل و وجها من وجوهه المتعددة.

الجدول رقم (20) : أشكال الاستدلال بالمنطق

الاستدلال بالمنطق	ك	%
أسلوب الاستقراء و الإستنتاج	51	%41,80
أسلوب القياس	38	%31,14
أسلوب التمثيل	33	%27,04
المجموع	122	100%

الشكل رقم (17) : يوضح أشكال الاستدلال بالمنطق



[1]– عبده عبد العزيز قلقيلة ، البلاغة الاصطلاحية ،الطبعة الثالثة ،القاهرة ،دار الفكر العربي ، 1992 ،ص .160.

يشير الجدول رقم (20) إلى نسبة الإستدلال المنطقي المتمثلة في الاستقراء و الإستنتاج ، القياس و التمثيل ، و يتبين من خلاله أن أعلى نسبة كانت من نصيب الاستقراء إذ يمثل 41,80% ب 51 تكرارا ، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب القياس الذي يمثل 31,14% ب 38 تكرارا ، ليحل التمثيل في المرتبة الأخيرة بنسبة 27,04% ب 33 تكرارا .

ان النتائج السابقة تشير إلى التساؤل التالي ما هو سبب حصول الاستقراء و الإستنتاج على اعلى نسبة من بين اساليب الاستدلال غير المباشر ، و حلول القياس ثانيا و التمثيل ثالثا؟

يعتبر الاستقراء و الاستنتاج صيغة منطقية لاثبات حقائق تهدف الى تحقيق المعرفة و الحصول على قوانين يسلم بها العقل، و هي في هذا المجال قوانين يقينية و ليست ظنية لان أصله يعتمد على مقدمات صادقة غير قابلة للشك .

الجدول رقم (21) : توزيع أساليب الإستدلال المنطقي على البرامج.

البرامج / الاستدلال المنطقي	Ask Huda إسألوا الهدى		Let's Talk لنتكلم		Deenshow الدين شو	
	ك	%	ك	%	ك	%
الاستقراء و الإستنتاج	19	%47,50	18	39,13%	14	38,88%
القياس	10	%25	16	%34.78	12	%33,33
التمثيل	11	%27,5	12	%26,08	10	%27,77
المجمـــوع	**40**	**%100**	**46**	**%100**	**36**	**%100**

تبين النتائج الرقمية في الجدول أن البرنامج Ask Huda قد تحصل فيه أسلوب الاستقراء و الاستنتاج على أعلى نسبة ب 47,50%، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب القياس الذي تحصل على 25 % ، ليحل التمثيل في المرتبة الثالثة بنسبة 27,5% ، أما برنامج Let's Talkفقد تحصل فيه أسلوب الاستقراء و الاستنتاج أيضا على المرتبة الأولى بنسبة 39,13%،و المرتبة الثانية تحصل

عليها أسلوب القياس بنسبة 34.78% ، و أخيرا أسلوب التمثيل بنسبة 26,08% ، بالنسبة لبرنامج Deenshow فكانت أعلى نسبة فيه من نصيب أسلوب الاستقراء و الإستنتاج بنسبة 38,88%، في حين حل أسلوب القياس ثانيا بنسبة 33,33% ، ليحل أسلوب التمثيل في المرتبة الأخيرة بنسبة 27,77%.

أمثلة عن أساليب الاستدلال المنطقي الواردة في البرنامج :

☜ **الإستقراء Induction**

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 نوفمبر 2012 :

الرجل المسلم يمكن له أن يتزوج من مسلمة .....(1)

و يمكنه أن يتزوج من النصرانية.....(2)

و يمكنه أن يتزوج من اليهودية .....(3)

(1)+ (2)+ (3) = **ن**

إذن : **ن** = الرجل المسلم يمكنه الزواج من المسلمة و الكتابية (**النتيجة**).

الحصة المؤرحة يوم 08 جانفي 2013 :

يحرم على المسلم أكل لحم الخنزير.....(1)

يحرم على المسلم التجارة بالخنزير .....(2)

(1)+ (2) = **ن**

اذن : **ن** = يحرم على المسلم أكل الخنزير أو المتاجرة به (**النتيجة**)

عيسى و أمه يأكلان الطعام .....(1)

الإنسان يأكل الطعام.....(2)

الله لا يشبه أحدا من خلقه..... (3)

(1)+ (2)+ (3) = **ن**

اذن: **ن** = عيسى و أمه بشر و ليسا إلهين (**النتيجة**).

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 05 نوفمبر2012 :

ن=(1)+ (2)+ (3)+ (4)

(1).....الله حرم قتل النفس

(2) و الرسول صلى الله عليه و سلم أقر بأنه لا ضرر و لا ضرار...

(3).....أغلب العلماء المعاصرين حرموا التدخين

(4).....التقارير الطبية تقر بأضرار التدخين و تسببه بالموت

اذن : **ن** = كل المؤشرات تدل على ان التدخين مضر و هو بذلك محرم (**النتيجة**).

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 09 نوفمبر 2012:

المثال الاول:

ن= (1)+ (2)+ (3)

(1).....عيسى عليه السلام يعبد الله الواحد الأحد

(2).....عيسى عليه السلام صلى لله الواحد

(3).....المسلم يعبد و يصلي لله الواحد الأحد

اذن : **ن** = عيسى عليه السلام مسلم (النتيجة).

المثال الثاني:

ابراهيم عليه السلام كان مسلما .....(1)

عيسى عليه السلام كان مسلما. .....(2)

موسى عليه السلام كان مسلما... .....(3)

نوح عليه السلام كان مسلما. .....(4)

محمد صلى الله عليه كان مسلما. .....(5)

الانبياء و الرسل سلموا انفسهم لله الواحد .....(6)

(6)+(5)+(4)+(3)+(2)+(1)

= ن

اذن : **ن =** كل الانبياء و الرسل كانوا مسلمين (**النتيجة**).

☜ أهمية اسلوب الاستقراء في عملية الإقناع :

إن أسلوب الإستقراء كأسلوب إقناعي عقلي يساعد على الكشف عن المجهول ، فهو يسعى لإرضاء نزعة الإنسان في المعرفة للوصول إلى الحقيقة و القوانين، فاستخداماته كعملية عقلية إقناعية في مجال المنطق الإسلامي غايته الحقيقة و خدمة الإسلام و الدفاع عنه ، بالتالي تمكين المخاطبين من الوصول إلى المعرفة اليقينية التي تدعو إلى إعمال ملكات العقل، ففي الأمثلة الواردة ينتقل العقل من الجزء بتدرج و بسلاسة و تأن للوصول إلى نتيجة يقينية في النهاية ، يقول أبو حامد الغزالي في معرض حديثه عن الاستقراء :"يقول المناطقة إن ما يميز الحجة البرهانية في شكلها الثلاثي اي بحدودها الثلاثة :بمقدمتها و قرينتها و جامعتها (في عبارة ابن حزم) هو أنها تؤدي بالضرورة إلى اليقين لا إلى مجرد الظن ، فتلزم العقل بالتسليم و تنفي عنه التردد و الشك "[1].

[1]– عبد الله محمد الفلاحي ، مرجع سبق ذكره ، ص **134** .

☜ اسلوب التمثيل **Analogy**

- برنامج **Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 نوفمبر 2012

المثال الاول : المسيحيون يحتفلون بعيد الهالوين و يرتدون ثيابا و أزياء غريبة **مثل** الشياطين و مصاصي الدماء . They are like satons and vampires

الشرح : إن من يرتدي الأزياء الغريبة اثناء الاحتفال بعيد الهلوين مثل الشيطان في شكله و تصرفاته حيث مثل لباس المحتفلين بعيد الهالوين بالشياطين .

المثال الثاني : العالم الغربي يقف صامتا إزاء القضايا الاسلامية العادلة فهم **مثل** الصم و البكم و العميان The western world like the deaf. and the blind

الشرح : مثل الشيخ صمت العالم الغربي عن القضايا الإسلامية العادلة مثل الصم و البكم و العمي من الناس لأنهم فقدوا حواسهم في إدراك ما يجري في العالم الخارجي من حولهم.

الحصة المؤرخة يوم 11 ديسمبر 2012:

قلب الظالم **مثل** الصخرة. The heart of the oppressor like a rock

الشرح : مثل الشيخ قلب الظام بالصخرة ، و وجه التمثيل هنا القساوة و الصلابة ، فالصخرة قاسية و يصعب هدمها فكذلك قلب الظالم القاسي الذي يصعب تليينه ، و استمالته لرحمة المستضعفين .

لقد أورد الشيخ هذا التمثيل عندما سأله أحد الأشخاص من العمالة الآسياويين المقيمين في المملكة العربية السعودية و يتعرضون للظلم من قبل أرباب العمل الذين يعملون لديهم ، و لا يشفقون على حال هؤلاء المسلمين المساكين الذين هاجروا من أجل إعالة ذويهم.

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 05 نوفمبر 2013:

المدخن **مثل** السجين. The smoker is like a prisoner

الشرح : قام أحد ضيوف البرنامج بتمثيل نفسه عندما كان يدخن السجارة بالسجين في السجن ، إذ أن وجه التمثيل هنا هو أن كلاهما مقيد و ليس حرا .

الحصة المؤرخة يوم 26 نوفمبر2012 :

المثال الاول: العالِم **مثل** القمر .The scientist like the moon

الشرح : استعمل Pierre Vogel هذا التمثيل ، فالقمر يعطي النور في الظلام الحالك ، و العالم يعطي النور أيضا و يمحو ظلمة الجهل ، فوجه التماثل هنا هو النور الذي يمدان غيرهما به رغم أن النور الأول مادي أما الثاني للعالِم فهو معنوي .

المثال الثاني: الشخص الذي يتعلم العلم و لا يحدث به **مثل** الذي يكنز الكنز ثم لا ينفق منه.

The one who learns and doesn't teach is like the one who has a treasure and he doesn't give from it.

الشرح : مثل Pieere Vogel الشخص العالِم الذي لا يفيد الناس بعلمه كمن يملك الكنز و لا ينفق منه ، فكلا الشخصين هنا يتماثلان في البخل و عدم إفادة غيرهم بما يملكون .

الحصة المؤرخة يوم 03 ديسمبر2012 :

الذهاب إلى الحي الجامعي الآن أصبح **مثل** الذهاب لساحة المعركة بالنسبة للشاب المسلم. Going to campus university like a battle field

الشرح: مثل ضيف البرنامج الشاب الذي يذهب الى الحي الجامعي لما فيه من شتى أنواع الفتنة ، الفساد الاخلاقي، كالمجاهد في ساحة المعركة و كأنه مثل الجامعة بالمعركة .

الحصة المؤرخة يوم 21 جانفي 2013:

قال احد الشباب : أنا و اخوتي **مثل** أصابع اليد . I and my brothers like the fingers of the hand

الشرح : مثل الشاب العلاقة بينه و بين إخوته كأصابع اليد التي تلتحم لتقوم بعمل معين و تكون اليد التي يحتاجها الغنسان للقيام بأعماله ، فإذا نقص أصبع واحد تداعت اليد و أعيقت عن عملها و حركتها كما ينبغي.

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 09 نوفمبر2012:

الشريعة الاسلامية **مثل** خارطة الطريق. Shariaa is like a road map

الشرح : مثل الضيف Yusha Evans الشريعة الإسلامية بخارطة الطريق و وجه التماثل هو الإهتداء إلى المكان الصحيح بفضل هذه الخريطة التي ترشدنا إلى الغاية التي نريدها ، و هذا ما تفعله الشريعة بكل ما فيها من قوانين و أنظمة تنظم حياة البشر فكأنها خريطة ترشدهم إلى ما فيه صلاح و خير في الدنيا و الآخرة .

الحصة المؤرخة يوم 07 ديسمبر 2012:

المثال الاول:

النساء **مثل** الكنز. Women are like a treasure

الشرح : مثل ضيف البرنامج وسام الشريف النساء بالكنز في معرض حديثه عن الحجاب ، فالمراة قيمتها كقيمة الكنز الذي يحرص صاحبه على إخفائه و المحافظة عليه من اللصوص مخافة سرقته و اتلافه .

لقد كرم الإسلام المرأة و أعطاها قيمة لم تمنحها الديانات و الملل الأخرى ، لأن حجابها ستر لها و إخفاء لمفاتنها من الطامعين فيها ، و لا يمكن للمجتمع أن يقوم بدون دورها و لهذا يمثلها بالكنز الذي يجب المحافظة عليه نظرا لقيمته الكبيرة .

المثال الثاني:

النساء **مثل** الأميرات .Women like princesses

الشرح : مثل ضيف البرنامج النساء بالأميرات ، و وجه هذا التمثيل هو القيمة الكبيرة لكليهما ، فالأميرة سيدة القصر و محبوبة الجميع ، و كذلك النساء هن أميرات و سيدات بيوتهن و المجتمع ككل و لهن دور مهم ، فلا توجد مملكة دون أميرة و كذلك المرأة لا يقوم بيت و لا مجتمع بدون المرأة .

الحصة المؤرخة يوم 11 جانفي2013:

الرغبات الإنسانية **مثل** الحصان. Human desires like a hourse

الشرح : مثل الضيف عبد الرحيم قرين رغبات الإنسان في قوتها و أمرها بالسوء بقوة الحصان الجامح الهائج الذي يجر ما وراءة و يسحق ما هو أمامه ، فكذلك رغبات الإنسان إن لم نضبطها و نتحكم بها تجرنا إلى الهاوية .

☜ أهمية اسلوب التمثيل في عملية الإقناع:

يعتبر أسلوب التمثيل من أساليب الإقناع العقلية الفعالة ، فهو يعطي الرسالة أكثر وضوحا ، و دلالة أدق و أداء للمعنى من الكلمات التي تدل بوضعها اللغوي " إن للتمثيل اثر كبير في إظهار الحقائق الخفية ، و تقريب المعاني البعيدة حتى تصير واضحة مألوفة "[1]من خلال تقريب صورة الممثل أو المشبه به إلى ذهن المتلقي، و تحقيق أهداف عملية الإقناع الذي يصل إلى مستوى إقامة الحجة البرهانية ، أو يقتصر فقط على إقامة الحجة الخطابية .

[1]– علي محفوظ ، هداية المرشد ،الطبعة التاسعة ،القاهرة ، دار الاعتصام ، 1979 ص 32

يساهم التمثيل في لفت الإنتباه إلى الحقيقة من خلال الصورة المماثلة ، بالإضافة إلى " شحذ ذهن المتلقي و تحريك طاقاته الفكرية و استرضاء ذكائه لتوجيه عنايته حتى يتأمل و يتفكر و يصل إلى إدراك المراد عن طريق التفكر "[1]."

ان عملية التمثيل كما ورد في الأمثلة المذكورة أعلاه تقوم على تشبيه أمر بآخر يشترك معه في علة الحكم ، فيثبت للأمر الجزئي ما لسابقه ، ففي هذه الأمثلة نقل الجزء حكمه إلى الجزء الآخر يشابهه في شيء ما.

☜ القياس syllogism

سوف نستعين في الأمثلة المتعلقة بالقياس بسلم الحجاج المزود بعلاقة ترتيبية مستوفية لشروط الترتيب .

☜ **قياس العلة :**

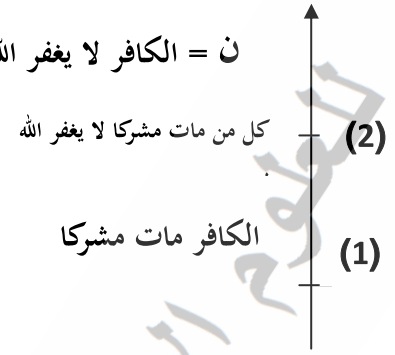
- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 27 نوفمبر 2012

الكافر مات مشركا

كل من مات مشركا لا يغفر الله له .

الكافر لا يغفر الله له (النتيجة).



فإذا سالنا ماعلة عدم غفران الله للكافر ؟ كان الجواب هو الموت على الشرك و هو علة عدم غفران الله لمن مات على الشرك ، لأن الله لا يغفر أن يشرك به و يغفر ما دون ذلك لمن يشاء .

[1]– عبد الرحمان حسن حنبكة الميداني ، البلاغة العربية ، الجزء الثاني ، الطبعة الاولى ، دمشق ، 1996 ، دار القلم ، ص 170

الحصة المؤرخة يوم 20 جانفي 2013:

كل وارث يرث /

كل من يرث لا وصية له لان الله اعطى كل ذي حق حقه . **(1)** **الوارث يرث**

الوارث لا وصية له (**النتيجة**). **(2)** **من يرث لا وصية له**

ن = الوارث لا وصية له

فاذا قلنا ما علة عدم الوصية للوارث ؟ كان الجواب لأن الله أعطى كل ذي حق حقه و هو المقدمة الكبرى في هذا القياس.

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 05 نوفمبر 2013:

التدخين مضر و قاتل /

كل ما هو مضر و قاتل حرام .

التدخين حرام (**النتيجة**).

(1) **التدخين مضر و قاتل**

(2) **ما هو مضر و قاتل حرام**

ن= التدخين حرام

فإذا سألنا ما علة تحريم التدخين ؟ كان الجواب هو الضرر الذي يحدثه .

- **برنامج the deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 09 نوفمبر2012

القران كتاب لم يكتبه بشر و لم يتغير/

الكتاب الذي لم يتغير و لم يكتبه بشر منزل من عند الله .

اذن : القران منزل من عند الله (**النتيجة**) .

(1) **الكتاب الذي لم يتغير و لم يكتبه بشر منزل من عند الله**

(2) **القران كتاب لم يكتبه بشر و لم يتغير**

ن = القران منزل من عند الله

الشرح : إذا سألنا ما علة حقيقة نزول القرآن من عند الله ؟ كان الجواب عدم تغيره و كتابته من طرف بشر.

يقوم هذا القياس بيان العلة أو السبب في قضية معينة ، إذ يطرح التساؤل : ما علة كذا ؟ فيعطي مصدر الرسالة الإقناعية العلة في أحد الحدود ، يسميه المنطقيون " برهان اللم أو البرهان اللمي "[1] ، لأنه إذا قيل في الحد الأكبر لم ؟ كان الجواب لأن و اللم مشتق من لم ؟ الاستفهامية .

- **القياس الاقتراني الشرطي:**
- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 14 جانفي 2013

كلما اتبع الإنسان الطريق المستقيم زادت البركة (**م ص**).....**ح1+ن1**

كلما زادت البركة زادت سعادته (**م ك**).....**ح2+ن2**

اذن: كلما اتبع الانسان الطريق المستقيم حلت السعادة (**النتيجة**).

برنامج The Deenshow

الحصة المؤرخة يوم 14 ديسمبر2012

كلما زار الناس المرضى تذكروا نعم الله (**م ص**).....**ح1+ن1**

كلما تذكر الناس نعم الله ازدادوا حمدا (**م ك**).....**ح2+ن2**

اذن : كلما زار الناس المرضى ازدادوا حمدا.(**النتيجة**)

[1]- عبد الرحمان حسن حنبكة الميداني ، مرجع سبق ذكره ، ص 285 .

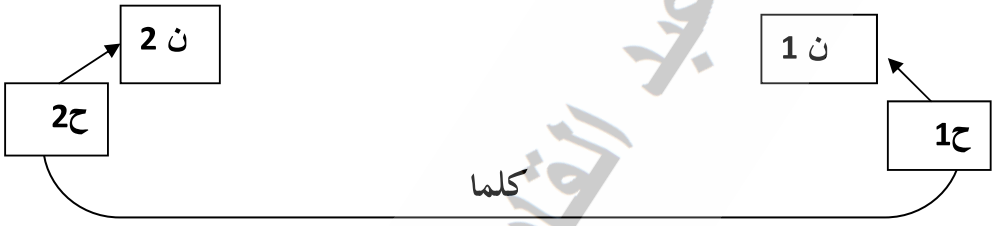
الحصة المؤرخة يوم 18 جانفي 2013:

كلما تقرب العبد من ربه بالنوافل احبه (م ص).....**ح1+ن1**

و كلما احبه صار سمعه الذي يسمع به و عينه التي يبصر بها (م ك).....**ح2+ن2**

كلما تقرب العبد من ربه صار سمعه الذي يسمع به و عينه التي يبصر بها (**النتيجة**).

يمكن إيضاح هذا النوع من القياس بالرسم التالي:



- ن -

حيث :

ح1= الحجة الأولى (المقدمة الصغرى)

ح2= الحجة الثانية (المقدمة الكبرى)

ن1= نتيجة الحجة الأولى

ن2= نتيجة الحجة الثانية

ن= النتيجة العامة

كلما = الرابط الاقناعي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

قياس الخلف

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 ديسمبر2012:

1/الله هو خالق السماوات و الأرض و من في الكون جميعا .....(**م ك**)

لو لم يكن هناك إله واحد ، لفسدتا .....(**م ك**)

لكنهما لم تفسدا ..... (**م ص**)

اذن : الله اله واحد لا شريك له (**النتيجة**).

2/عيسى عليه السلام كان بحاجة إلى الطعام ..... (**م ك**)

إن لم يكن عيسى إنسانا و كان إله فعلا ، لم يكن بحاجة إلى الطعام ...(**م ك**)

لكنه كان بحاجة إلى الطعام.....(**م ص**)

اذن : عيسى عليه السلام إنسان و ليس إله (**النتيجة**).

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 09 نوفمبر 2012:

لو كان القرآن من عند غير الله لوجدوا فيه اختلافا كثيرا ....(**م ك**)

لكنهم لم يجدوا فيه الإختلاف.....(**م ص**)

إذن: فالقرآن الكريم من عند الله (**النتيجة**).

☜ **أهمية اسلوب القياس في عملية الإقناع:**

إن للقياس قيمته الإقناعية ، فهو عملية عقلية منطقية تساعد العقل على الانتقال بين المقدمات، و القضايا المطروحة للوصول إلى النتيجة اليقينية التي ينشدها القائم بالإقناع للتأثير في

المخاطبين ، فبواسطته يمكن الوصول إلى الحقيقة و به يتمكن من إبطال الدعوى الخاطئة و دحض حججها .

☜ أهمية اسلوب الاستدلال بالمنطق في عملية الاقناع:

يذهب العلماء إلى أن المنطق فن و علم و رغم أن أصوله غربية يونانية ، إلا أن الكثير من العلماء المسلمين اهتموا به ، و لعل السبب وراء الاهتمام بالمنطق هو حاجة هؤلاء العلماء إليه في الدفاع عن الإسلام ضد الهجمات المناهضة له .

إن للمنطق ارتباطا و ثيقا بمختلف العلوم و يساعد العقل على تطوير ملكاته الفكرية و تمكينه من التمييز بين الأدلة الكافية و الأدلة القاصرة ، إن استخدامه في مجال الدعوة و الفضائيات الإسلامية الناطقة باللغات الاجنبية من شأنه تفنيد الشبهات و التحذير من الدعايات و مقاومة الآراء المظللة.

لقد اعتمد عليه الكثير من المناطقة المسلمين ، فالاستدلال بالمنطق كما يقرر ابن حزم " يفيد اليقين متى سلمت مقدماته و انتهت نتائجها الى الحسن السليم "[1]

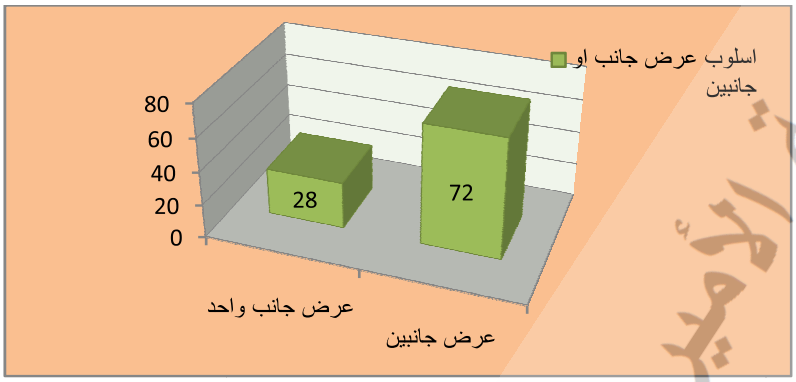
إن الاسلام قام بقوة الدليل و البرهان باستنباط الحقائق و إثباتها بالعقل لا بالأهواء و الأغاليط، فهو بهذا علم له أهميته في مجال الإعلام الإسلامي طالما كانت الغاية منه الدعوة بالحكمة و الموعظة الحسنة و الجدل بالتي هي أحسن.

الجدول رقم (22) : أسلوب عرض جانب من الموضوع أو عرض الجانبين .

الأسلوب	ك	%
عرض جانب واحد	14	%28
عرض جانبين	36	%72
المجموع	50	%100

[1]– نعمان بوقرة بن عبد الحميد ،تفسير النصوص ، و حدود التاويل عند ابن حزم الاندلسي ، مجلة الشريعة و الدراسات الاسلامية ، العدد 27 ، 2004 ،ص 238 .

الشكل رقم (18): يوضح اسلوب عرض جانب او جانبين



يوضح الجدول أعلاه نسب أسلوب عرض جانب واحد من الموضوع أو عرض الجانبين ، إذ نلاحظ أن نصيب الأسد فيه كان لأسلوب عرض الجانبين بنسبة بلغت 72% و بعدد 36 تكرارا ، مقابل 28 % لأسلوب عرض جانب واحد من الموضوع ب 14 تكرارا .

إن هذه النتيجة تجعلنا نطرح التساؤل حول هذا التفوق لأسلوب عرض الجانبين؟

إن حصول أسلوب عرض الجانبين المؤيد و المعارض على المرتبة الأولى يعود إلى عدة عوامل مرتبطة أساسا بنشاط المتلقي ، حيث أن تحليل و عرض الآراء المتباينة للموضوع يعد أكثر فاعلية و بالتالي أكثر إقناعا من أسلوب عرض جانب واحد فقط و ذلك بسبب :

1- أن الجمهور متباين ، و الرسالة الإقناعية في قناة الهدى تخاطب المسلمين و غير المسلمين.

2- الجمهور المخاطب ليس كله من المؤيدين للرسالة ففيه المعارضون لها ، إذ اثبتت الدراسات أن تقديم جانبي الموضوع أكثر فاعلية عندما يكون الجمهور معارضا و مترددا حيال الموضوع .

3- الرسالة التي تعرض جانبي الموضوع المؤيد و المعارض أكثر قدرة على تحصين المتلقي من الدعاية المضادة ، في حين أن الرسالة التي تقدم جانبا واحدا فقط و هو المؤيد غير قادرة على تحصين الجمهور و هو ما توصل اليه Hoveland,Janis,Killy .

4- تضيف جيهان رشتي أن عرض جانبي الموضوع يبدي القائم بالإقناع أكثر حيادية بالنسبة للمعارضين للرسالة الإقناعية .

الجدول رقم (23) : توزيع أسلوب عرض جانب من الموضوع أو جانبين على البرامج.

البرنامج / الاسلوب	Ask Huda إسألوا الهدى		Let's Talk لنتكلم		TheDeenshow الدين شو	
	ك	%	ك	%	ك	%
عرض جانب واحد	03	%21.42	05	%27.77	06	%33.33
عرض الجانبين المؤيد و المعارض	11	%78.57	13	%72.22	12	%66.66
المجموع	**14**	**%100**	**18**	**%100**	**18**	**%100**

يمثل الجدول رقم (23) توزيع أسلوب عرض جانب واحد من الموضوع أو عرض الجانبين على البرامج في العينة ، إذ نلاحظ في برنامج Ask Huda أن اسلوب عرض جانبين المؤيد و المعارض قد احتل المرتبة الأولى بنسبة 78.57% و بعدد 11 تكرارا ، ليأتي أسلوب عرض جانب واحد في المرتبة الأخيرة بنسبة قدرها 21.42% و بعدد 03 تكرارات.

أما برنامج Let's Talk فتحصل ايضا أسلوب عرض الجانبين على المركز الأول بنسبة تقدر ب 72.22% و بعدد 13 تكرارا ، ليحل أسلوب عرض جانب واحد في المرتبة الثانية و الاخيرة بنسبة 27.77% ب 05 تكرارات فقط.

بالنسبة لبرنامج The deenshow نلاحظ من خلال الجدول أن المرتبة الأولى تحصل عليها أسلوب عرض الجانبين بنسبة 66.66% ب 12 تكرارا ، أما اسلوب عرض جانب واحد فتحصل على نسبة 33.33% و بعدد 06 تكرارات.

أمثلة عن أسلوب عرض جانب واحد أو الجانبين للموضوع.

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 ديسمبر2012 : قام الشيخ محمد صلاح بعرض جانبين من الموضوع المعارض و المؤيد عندما تحدث عن القرآن ، يزعم معارضوه بأنه كتاب أُنزل منذ 1400 سنة على رجل أمي في الصحراء و بلغة العرب ، فهذا الكتاب لا يصلح تطبيقه إلا في البيئة البدوية التي جاء إليها ، كما أنه كتاب قديم مر عليه من الدهر ما ينفي صلاحيته للتطبيق و التشريع و اتخاذه منهجا للحياة يستغرق العمر كله ، إضافة إلى أنه أنزل باللسان العربي و على هذا الأساس لا يصلح إلا للعرب الذين جاء بلسانهم ، أما الأمم و الألسنة الأخرى فلا حاجة لهم بهذا الكتاب أو لهذا الدين .

إنتقل بعد ذلك الشيخ إلى عرض الجانب المؤيد للموضوع ، و هو أن القرآن كتاب من عند الله أنزل للناس كافة و لا يخص أمة دون غيرها ، أما عن كونه أنزل باللغة العربية لا يعني أن الشعوب الأخرى مستثناة من هذه الرسالة السماوية الخاتمة ، كما أن اللغة العربية من أثرى اللغات و أنزل القرآن بهذه اللغة بما فيه من الإعجاز ما يزيده قطعية و تأثيرا و إقناعا .

برنامج Let's Talk

الحصة المؤرخة يوم 05 نوفمبر 2012 : تناول البرنامج موضوع التدخين حيث استخدم الفاعلون هذا الأسلوب بعرض الجانب المؤيد للموضوع فقط و هو أضرار التدخين و آثاره السلبية على صحة المدخنين فقد أثبتت الدراسات و الأبحاث العلمية الطبية أن له مخاطر كبيرة جدا على صحة المدخنين ، إذ يسبب مرض القلب ، و سرطان الرئة ، كما له تأثيرات جانبية على المخ و العينين و الأسنان ،ناهيك عن اتلاف المال فلما لاحظ الفقهاء في الدين الإسلامي أضراره الكبيرة و تسببه في موت الإنسان أجمعوا على تحريمه طبقا لقول النبي صلى الله عليه و سلم :" **لا ضرر و لا ضرار**".

الحصة المؤرخة يوم 10 ديسمبر2012 : ناقش البرنامج موضوع الإنحلال الأخلاقي و الفتنة الجسدية بين الجنسين خاصة بين فئة الشباب ، فعمد الفاعلون إلى استخدام أسلوب عرض الجانبين المؤيد و المعارض .

إن منع الإختلاط بين الجنسين في المدارس و الجامعات ، يؤدي إلى خلق مشاكل نفسية psychological problems في أوساط الذكور و الإناث لأنهم بحاجة إلى التعرف على بعضهم البعض و تكوين علاقات ، فعدم الاختلاط يؤدي إلى قمع و كبت الكثير من الطاقة the suppressed energy ، في المقابل عرض الفاعلون في البرنامج الجانب المؤيد لموضوع محاربة الإنحلال الأخلاقي و الحد من الإختلاط الفاحش بين الجنسين ، حيث قال أبو عبد الرحمان أن هذه المزاعم حول وجود مشاكل نفسية إن لم يكن هناك اختلاط بين الذكور و الاناث لا أساس لها من الصحة ، فكل من يدعم الاختلاط في إطاره غير المضبوط يحاول تلبية رغباته بخلق الأعذار they make excuses for their desires ، إن عملية الحد من الاختلاط الفاحش ليس لها علاقة بالعنصرية ، إنه أمر مرتبط بالحياء و الأخلاق modesty and morality .

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 09 نوفمبر 2012 : قام Yusha Evans بعرض تجربته ككل المسيحيين ، إذ كان يعتقد بعقيدة التثليث ، الأب ، الإبن و الروح القدس ، و أن عيسى عليه السلام هو الله Jesus is God بكل ما ورد في الإنجيل من معجزات منذ ميلاده إلى يوم صلبه و قيامه في اليوم الثالث ، فصارت هذه العقيدة أيديولوجية استمرت معه طيلة سنين ، أما الجانب المعارض لألوهية المسيح عليه السلام هو كيف يمكن لرجل خلقه الله أن يكون إلها ، كما أنه في حد ذاته لم يدع هذه الألوهية ، زد على ذلك كم عدد الآلهة هل هو واحد أم اثنان أم ثلاثة ؟، و جاء المنظور الإسلامي ليحل المشكلة ، لأن الاسلام هو دين الأنبياء و الرسل و هو الرسالة الخاتمة ،و لم يكن عيسى عليه السلام إلا بشرا رسولا بشر بنبي بعده اسمه أحمد هو محمدا صلى الله عليه و سلم .

الحصة المؤرخة يوم 07 ديسمبر2012: تناول البرنامج موضوع الحجاب الشرعي للمراة المسلمة و استخدم أسلوب عرض جانبي الموضوع المؤيد للحجاب و المعارض له ، إذ أن من

ينتقصون من قيمة الحجاب خاصة في العالم الغربي يستغربون من ارتداء المراة له ، و أن كل من ترتديه هي مرغمة على ذلك بسبب ضغط الزوج أو الأهل ، فهم يستغربون من تغطية المرأة نفسها في هذا الحر الشديد خاصة في فصل الصيف و كأنها في فصل الشتاء و كثيرا ما يتساءلون ألا تشعرين بالحر ؟ فهذه المرأة المتحجبة في حالة تعاسة دائمة لأنها تغطي كل ما يبرز جمالها .

في المقابل المرأة المسلمة سعيدة بحجابها و لم يرغمها أحد على ارتدائه ، و تشعر بالراحة عندما تخرج ، و لا تأخذ الموضة من Britny Spires أو من Lady Gaga أو من Bioncy ، إنها تأخذ الموضة من الله الواحد الذي خلق كل شيء ، she is taking the fashion from the One God who created the creation .

☜ أهمية اسلوب عرض جانب او الجانبين في عملية الإقناع:

يعتبر هذا الأسلوب أحد أهم أساليب الإقناع العقلية ، فيكون عرض الجانبين المؤيد و المعارض أكثر فعالية إذا كان الجمهور مترددا حيال الموضوع المعروض للإقناع ، كما يبدو فيه القائم بالإتصال الاقناعي أكثر حيادية و موضوعية أثناء عرضه للموضوع ، كما أنه يحمي المتلقي المؤيد أصلا للموضوع من الدعاية المضادة التي يمكن أن يتعرض لها .

يفيد عرض جانب واحد للموضوع عندما يكون اتجاه الجمهور إيجابيا نحو الموضوع و هذا حسب الدراسات العلمية التي قام بها الباحثون حول الموضوع في وسائل الاعلام ،كما تضيف جيهان رشتي أن " تقديم جانبي الموضوع أكثر فاعلية حينما لا يكون الجمهور مدركا بأن القائم بالإتصال يرغب في التأثير عليه "[1].

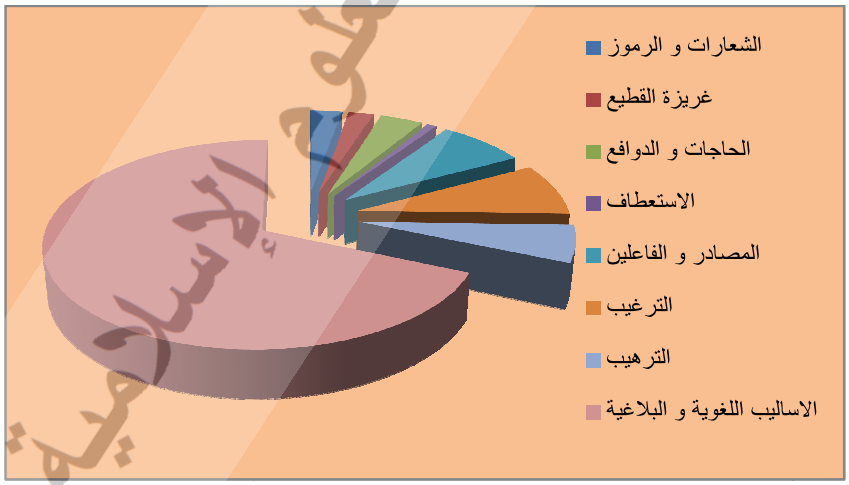
يمكن أن نستنتج أن الرسالة تزداد فعالية كلما كانت مرتبطة بالجانبين المؤيد و المعارض للموضوع ، لكن لا يجب أن ننسى أن هذه العملية مرتبطة أساسا بالجمهور المتلقي للرسالة الإقناعية.

[1]– جيهان رشتي ، مرجع سبق ذكره ، ص 494 .

الجدول رقم (24) : أساليب الإقناع العاطفية.

الأساليب العاطفية	ك	%
الشعارات و الرموز	14	%02.76
أسلوب غريزة القطيع	11	%02.17
استخدامحاجات و دوافع المتلقي	19	%03.75
أسلوب الاستعطاف	04	%0.79
الاعتماد على مصادر و فاعلين مؤثرين	39	%07.70
أسلوب الترغيب	42	%08.30
أسلوب الترهيب	30	%05.92
الاساليب اللغوية و البلاغية	347	%68,57
المجموع	**506**	**%100**

الشكل رقم (19): اساليب الاقناع العاطفية



نلاحظ في الجدول رقم(24) المتعلق بأساليب الإقناع العاطفية أن أعلى نسبة تحصل عليها الأساليب اللغوية و البلاغية بنسبة 68.57% و بعدد كبير من التكرارات تقدر ب347 تكرارا ،

أما المرتبة الثانية فتحصل عليها أسلوب الترغيب بنسبة 8.30% و بعدد 42 تكرارا ، في حين كانت المرتبة الرابعة من نصيب أسلوب الاعتماد على مصادر و فاعلين مؤثرين بنسبة 7.70% و يقدر عدد تكراراته 39 تكرارا ، و احتل أسلوب الترهيب المركز الخامس بنسبة 5.92 % و عدد تكراراته يقدر ب 30 تكرارا ، ليحل أسلوب استخدام حاجات و دوافع المتلقي في المركز السادس بنسبة تقدر ب 3.75% و ب 19 تكرارا ، أما المرتبة السابعة فكانت من نصيب أسلوب الشعارات و الرموز بنسبة 02.76% و بعدد 14 تكرارا ، ليأتي أسلوب غريزة القطيع في المرتبة الثامنة بنسبة قدرها 02.17% و عدد تكراراته 11 تكرارا ،أما المرتبة التاسعة و الأخيرة فكانت من نصيب أسلوب الاستعطاف بنسبة 0.79% و بعدد 04 تكرارات فقط ، الملاحظ في هذا الجدول أن اسلوب الترغيب قد تفوق على أسلوب الترهيب .

إن البيانات التي تحصلنا عليها في الجدول السابق تشير إلى تساؤل مهم : ما هو سبب حصول الأساليب اللغوية و البلاغية على المرتبة الأولى و بنسبة عالية بالمقارنة مع الأساليب العاطفية الأخرى؟

إن احتلال الأساليب اللغوية و البلاغية على المركز الأول يعود إلى أهمية هذا الأسلوب و ما يضفيه من جمال في النص السمعي البصري الذي يخاطب جمهورا متباينا ، و القدرة على انتزاع إحساس الجمهور المتلقي في عملية إدراك الكلام البليغ و الجميل ، و يمكن الاستدلال هنا بقول خالد ابن صفوان :"خير الكلام ما طرفت معانيه ، و شرفت مبانيه ، و التذه آذان سامعيه"[1] .

رغم أن النص هنا سمعي بصري و ناطق باللغة الإنجليزية إلا أن ذلك لم يمنع من استخدام البلاغة الانجليزية و علم المعاني بكل مافيها من جماليات ترخي بظلالها في نفسية المتلقي ، فاللغة الإنجليزية لها جمالياتها التي تجذب و تتلاءم مع المتلقي الذي يراد إيصال المعاني إليه و التأثير في مشاعره .

[1]– عبد الرحمان حسن حنبكة الميداني ،مرجع سبق ذكره ، ص 13

الجدول رقم (25) : توزيع الاساليب العاطفية على برامج العينة.

البرنامج / الاساليب العاطفية	Ask Huda إسألوا الهدى		Let's Talk لنتكلم		TheDeenshow الدين شو	
	ك	%	ك	%	ك	%
الشعارات و الرموز	01	%0.65	05	%2.45	08	%05.33
غريزة القطيع	00	%00	08	%3.92	03	%02
استخدام حاجات و دوافع المتلقي	03	%1.97	05	%2.45	11	%07.33
الاستعطاف	03	%1.97	00	%00	01	%0.66
الاعتماد على مصادر و فاعلين مؤثرين	06	%3.94	17	%8.33	16	%10.66
الترغيب	11	%7.23	18	%8.82	13	%08.66
الترهيب	10	%6.57	09	%4.41	11	%07.33
الأساليب اللغوية و البلاغية	118	77.63	142	%69.6	87	%58
المجموع	**152**	**%100**	**204**	**% 100**	**150**	**%100**

الملاحظ في الجدول أن أعلى نسبة للأساليب العاطفية في البرنامج Ask Huda كانت من نصيب الأساليب اللغوية و العاطفية بنسبة 77.63% و ب 118 تكرارا ، أما أدنى نسبة فنسجلها في أسلوب غريزة القطيع ب 00% ،أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب أسلوب الترغيب ب 07.23% و بعدد 11 تكرارا ، ليحتل أسلوب الترهيب المرتبة الثالثة بنسبة 06.57 % و بعدد 10 تكرارات ، في حين كانت المرتبة الرابعة من نصيب أسلوب الاعتماد على المصادر و الفاعلين المؤثرين بنسبة 3.94% و بعدد 06 تكرارات ، أما المرتبة الخامسة فكانت من نصيب أسلوبي استخدام الحاجات و الاستعطاف بنسبة 1.97% و بعدد 03 تكرارات ، بينما احتل

أسلوب الشعارات و الرموز المركز السادس بتكرار واحد و بنسبة 0.65%، بالنسبة لبرنامج Let's Talk يبين الجدول أن الأساليب اللغوية كان له الحظ الأوفر من بين الأساليب العاطفية إذ تقدر نسبته ب 69.6% و بعدد 142 تكرارا ، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب أسلوب الترغيب بنسبة 8.82% و بعدد 18 تكرارا ، في حين جاء أسلوب الاعتماد على المصادر و الفاعلين في المرتبة الثالثة بنسبة 8.33% و يقدر عدد تكراراته 17 تكرارا ، ليحتل أسلوب الترهيب المركز الرابع بنسبة 4.41% و بعدد 09 تكرارات ، أما اسلوب غريزة القطيع فجاء في المركز الخامس و بعدد 08 تكرارات ، و احتل أسلوب الشعارات و الرموز بالاضافة إلى أسلوب الحاجات و الدوافع المركز السادس بنسبة قدرها 2.45% و بعدد 05 تكرارات ، أما أسلوب الاستعطاف فجاء في المرتبة السابعة و الأخيرة ب 0%. أما برنامج The Deenshow نلاحظ من خلال الجدول أن الأساليب اللغوية و البلاغية كان لها نصيب الأسد في هذا البرنامج كما في باقي البرامج ، إذ تقدر نسبته ب 58% و بعدد 87 تكرارا ، أما المرتبة الثانية فتحصل عليها أسلوب المصادر و الفاعلين بنسبة 10.66% و بعدد 16 تكرارا ، كما عادت المرتبة الثالثة إلى أسلوب الترغيب بنسبة 08.66% و ب13 تكرارا ، ليحتل أسلوبي الحاجات و الترهيب المرتبة الرابعة بنسبة 07.33% و بعدد 11 تكرارا ، في حين جاء أسلوب الشعارات و الرموز في المرتبة الخامسة بنسبة 05.33% و بعدد 08 تكرارات ، أما المرتبة السادسة فتحصل عليها أسلوب غريزة القطيع بنسبة 02% بعدد 03 تكرارات ، ليكون أسلوب الاستعطاف في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.66% الذي تحصل على تكرار واحد.

أمثلة عن الأساليب العاطفية الواردة في البرامج .

- **اسلوب الشعارات و الرموز**
- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 ديسمبر 2012 : إستخدم البرنامج شعارا واحدا يرمز إلى قيمة الإسلام و كونه الدين الوحيد الذي يهدي الانسان، و يخرجه من الظلمات إلى النور عندما تلقى أحد الرسائل من غير المسلمين يريدون معرفة الحقيقة ،فقال هذه فرصتكم لمعرفة الخالق مستخدما هذا الشعار **" الغاية من الحياة" 'the purpose of life** لأن الشيخ بحكم إقامته في أمريكا يعرف أن الكثير من غير المسلمين تائهون في عقائد غير صحيحة و فاسدة .

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 05 نوفمبر 2012 : تناول البرنامج موضوع التدخين ، و بهدف إقناع الجمهور بالأضرار الجسيمة التي يلحقها بصحة الإنسان استخدم شعارين هما : ''كل سجارة تؤذيك **every cigarette makes you damaged** "، و عند الحديث عن تأثير الأصدقاء في شخصية الإنسان استخدم أحد الضيوف الشعار التالي " **المرء على دين خليله** " و اتخذوا هذا الشعار على طول الحلقة لبيان أهمية الموضوع.

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 30 نوفمبر2012 : إستخدم الداعية الاسلامي البريطاني شعارا للدلالة على قطعية الدين الإسلامي و تفنيد الشبهات التي تحاك ضده ، و كان هذا الشعار " الاسلام هو الحقيقة" ، **'Islam is the truth'** .

الحصة المؤرخة يوم 11 جانفي 2012: تحدث البرنامج عن الإسلام و كونه الدين الصحيح الذي أرسله الله على سيدنا محمدا صلى الله عليه و سلم إلى الناس كافة و يشمل كل مجالات الحياة من اجل إيصال الفكرة بأسلوب وجداني استخدم مقدم البرنامج الشعار " **الاسلام منهج حياة** " **'Islam is a way of life"**، لاقناع المتلقي بحقيقة الإسلام ، كما استخدم شعارا يشبهه و يؤدي نفس المعنى في عدد يوم الاسبوع من شهر ديسمبر و هو " **الاسلام منهج حياة ارسله الله الينا"** ، **Islam is a way of life that God sent to us** .

☜ **أهمية أسلوب الشعارات و الرموز في عملية الإقناع :**

إن أسلوب الشعارات و الرموز يساعد على تلخيص الهدف الذي يريده القائم بعملية الاقناع بصيغة واضحة و مؤثرة ، و مختصرة في ذات الوقت ، فهي طاقة مشحونة بمؤثرات عاطفية تستميل مشاعر المتلقي من خلال الكلمات البراقة التي تزيد من قوة الرسالة و بالتالي من احتمال تأثيرها ، فالشعارات التي تلازم الرسالة الإقناعية تزيد من فعاليتها و قدرتها على تلخيص المضمون في كلمات بسيطة قادرة على التغلغل وجدان المتلقي بسلاسة .

☜ اسلوب غريزة القطيع:

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 26 نوفمبر2012 : ناقش مقدم البرنامج رفقة ضيوفه موضوع العلم و المعرفة و عن دور العلم في معرفة الاسلام الذي يعد منهج الحياة الصحيح ، حيث عبر الداعية الألماني Pierres Vogel عن الإسلام مستخدما أسلوب غريزة القطيع للتأثير في المتلقي خاصة في غير المسلمين بجدارة الإسلام ،حيث قال بان الاسلام قادم Islam is coming و أنه ينتشر في أوروبا بشكل سريع و الناس بدأوا يتعرفون عليه ، و عدد المسلمين يزداد في ألمانيا يوما بعد يوم ، و كان يقصد من وراء هذه العبارات أن يخاطب وجدان المتلقي بأن الكثير من الأوروبيين دخلوا في الاسلام ، الملاحظ أنه كان يريد تمرير رسالة لغير المسلمين ماذا تنتظرون؟ ، هلموا إلى الاسلام ، و انظموا إلى هذه الأمة التي هي خير أمة أخرجت للناس.

و عبر أيضا في نفس السياق ، عندما ألقى محاضرة رفقة الداعية الإسلامي العالمي Billal Phillips في فرانكفوت بألمانيا ، و تأثر بها عدد هائل من الألمانيين ما اذى بهم في النهاية إلى اعتناق الإسلام.

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 30 نوفمبر : تناول البرنامج موضوع الإسلام و صورته المشوهة في الغرب رغم كونه منهج الحياة الصحيح و استخدم مقدم البرنامج أسلوب غريزة القطيع عندما قال إن الاسلام هو دين كل الأنبياء و المرسلين Islam is the way of all the prophets and messengers، هو دين إبراهيم ، و موسى و عيسى و يوسف و غيرهم من الأنبياء وصولا إلى النبي الخاتم سيدنا محمد صلى الله عليه و سلم ، أي أن كل الأنبياء و المرسلين كانت رسالتهم الإسلام ، و حاول مقدم البرنامج استمالة المتلقين من غير المسلمين خاصة أهل الكتاب من خلال غريزة القطيع أو رأي الأغلبية فإذا كان كل الأنبياء و الرسل مسلمين فماذا تنتظرون بعدم الدخول في الإسلام؟

☜ **أهمية اسلوب غريزة القطيع في عملية الإقناع :**

إن هذا الأسلوب يفيد في زيادة تأثير الرسالة الإقناعية من خلال عملية الضغط الجماعي الذي يجعل المتلقي يسير في فلك الجماعة و لا يخرج عنها لأن الانسان كائن اجتماعي بطبعه ، و لا يمكنه العيش خارج إطار الجماعة التي لها تأثير في اتجاهاته و مواقفه إزاء القضايا ، فعندما استخدمت البرامج غريزة القطيع بأن الاسلام في انتشار سريع و يعتنقه الآلاف من مختلف أنحاء العالم و حتى من الشخصيات المشهورة فهذا سيساعد على زيادة مفعول الرسالة و درجة إقناعها.

☜ **أسلوب استخدام حاجات و دوافع المتلقي**

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 08 جانفي2013 : إن أسلوب الحاجات و الدوافع كان حاضرا في هذا البرنامج الخاص بالفتاوى ، فالانسان بطبيعته يحاول تحقيق حاجته في الأمن و الاستقرار الداخلي النفسي و الخارجي أيضا ، بالاضافة الى حاجاته المعرفية ، لهذا عمد الشيخ محمد صلاح إلى استخدام أسلوب الحاجات التي ينشدها الناس في محاولة لإقناع المتلقين للرسالة بأهمية قراءة القرآن كالمعوذات و سورة البقرة بهدف تحصين المسلم .

يحاول الانسان و خاصة المسلم ايجاد سبل لتحقيق الأمان النفسي و الروحي ، بالإضافة إلى تأمين جسده من المخاطر و الأضرار التي تحدق به مثل المس و الشياطين، و لإقناع الجمهور بقراءة القرآن و المداومة عليه استخدم هذه الحاجات و الدوافع لتحقيق الهدف من الرسالة. ، زد على ذلك حاجة المسلم لبلوغ الجنة و الاستمتاع بما وعد الله فيها من ملذات ، فالقرآن بذلك حصن للإنسان في الدنيا و الآخرة.

الحصة المؤرخة يوم 04 ديسمبر 2012 : إستخدم الشيخ محمد صلاح أسلوب الحاجات و الدوافع لإقناع المتلقي بأن الإسلام منهج حياة قادر على حل كل المشكلات على هذه الارض التي يعاني منها العالم اليوم it solves all the problems on the whole earth و ضرب مثالا بالأزمة الاقتصادية العالمية ، و كيف يمكن أن يكون الإقتصاد الإسلامي بديلا للقروض الربوية التي تتعامل بها البنوك في مختلف أنحاء العالم .

إن الإنسان رغم التقدم المادي الهائل و ما يحققه من تطور في شتى المجالات التي سهلت عليه سبل الحياة، إلا أنه يتخبط في العديد من المشكلات المادية ، النفسية ، الروحية و حتى الأخلاقية ، و لم تستطع الفلسفات الغربية المادية علاجها ، أو أنصاف الحلول التي يقترحها البعض من هنا و هناك ، بهذا يأتي دور الدين الاسلامي في حل الأزمات أيا كان نوعها لأنه منهج و دستور الحياة

إن الضنك الذي يعاني منه الكثيرون ما هو إلا نتيجة لبعدهم عن منهج الله الصحيح الذي ارتضاه لعباده بما يحقق سعادتهم في الدنيا و الآخرة ، و استدل الشيخ محمد صلاح بقوله عز و جل **﴿وَمَن أَعْرَضَ عَن ذِكْرِى فَإِنَّ لَهُۥ مَعِيشَةً ضَنكًا وَنَحْشُرُهُۥ يَوْمَ ٱلْقِيَـٰمَةِ أَعْمَىٰ ﴾**[1]، فكل ما يحقق السعادة و الطمانينة في هذه الحياة أو في الدار الآخرة موجود في الإسلام.

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 14 جانفي 2013 : لقد كان استخدام أسلوب حاجات و دوافع المتلقي حاضرا في هذا البرنامج ، إذ تطرق مقدم البرنامج رفقة ضيفه إلى أهمية الذكر في حياة المسلم ، إذ عبر الضيف أن بذكر الله تطمئن القلوب ، فالانسان بحاجة دائمة إلى الشعور بالطمأنينة و الأمان الروحي لكن هذا لا يتأتى إلا بذكر الله ، فالذاكر يحس بأن الله معه يعينه في أموره كلها ، حتى لو لم يكن النجاح في الدنيا سيكون الفلاح في الآخرة ، فذكر الله تعالى من أهم عوامل السعادة و الطمانينة و هي الحاجة التي ينشدها كل إنسان .

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 14 ديسمبر 2012: إن هذا البرنامج ينتج في أمريكا التي يطغى فيها حسب ما يقر به ضيوف البرنامج في كل مرة المادية و العقلانية المفرطة ، ما خلق لدى الإنسان الغربي غير المسلم أو البعيد عن منهج الله تعالى فراغا روحيا ، و ضنكا في العيش ، و هذا ما استدعى استخدام أسلوب الحاجات و الدوافع في إقناع المتلقي بالرسالة الإسلامية في كل مرة ،حيث عبر مقدم البرنامج أن الدخول في الإسلام و الإيمان الحقيقي يجلب السعادة الحقيقية ، و يذهب عنا كل الشكوك ، فالكثير من الناس يتخبطون في المخدرات و الفواحش لينسوا مشاكلهم فهم تائهون

[1]– سورة طه ، الاية 124

people are lost , they don't know where to go ، لا يعرفون اين يذهبون كل هؤلاء الناس لهم حاجات لا يستطيعون تحقيقها ، فالسعادة لا تحققها الماديات لان هناك قوة أكبر في هذا العالم هي من تضع السعادة في القلوب إنه الله تعالى ، و قال مقدم البرنامج :" إسال الواحد الذي خلقك ، كن شجاعا و اسال الله الهداية" ، ask the one who created you ,be courageous and ask God for guidance'' ، تدل هذه العبارات على حاجات لم يستطع الكثير من الأمريكيين تحقيقها ، فهو بذلك يخاطب حاجات المتلقي التي يمكنه إيجادها في الاسلام و لا توفره الفلسفات و الأفكار الوضعية .

☜ **أهمية أسلوب الحاجات و الدوافع في عملية الإقناع:**

إن عملية الإقناع الناجحة تخاطب الحاجات و دوافع المتلقي ، فالانسان لا يمكنه العيش دون هذه الدوافع التي تقويه على البقاء و يسعى إلى تحقيقها بمختلف الوسائل ، في الأمثلة التي ذكرناها سابقا و حتى التي لم تذكر تعبر عن مدى اهتمام القناة ببرامجها بهذا الأسلوب العاطفي من خلال محاولة إيجاد الحلول لهذه الحاجات التي يفتقدها المتلقي في كثير من المرات ، إن سلم الحاجات الذي اقترحه ماسلو ينطلق من منظور غربي مادي إلى حد كبير يحاول أن يشرح فيه الحاجات الانسانية المختلفة و كثيرا ما يعتمد عليه الغرب في تفسيرهم لها ، مع ملاحظة أن الكثير من الإنتقاد وجه لهذا الهرم الذي أهمل العديد من الحاجات ، إن المنظور الإسلامي حسب ما رأيناه في الأمثلة يقترح حلولا لحاجات لم تذكر في هرم ماسلو ، على الرغم من أن حاجة الأمن كانت ، و قد ساعد هذا الاسلوب على تقريب المنظور الاسلامي في إشباع الحاجات الإنسانية خاصة لغير المسلمين الذين يعجزون في الكثير من المرات إيجاد ما يسد حاجاتهم و يحل مشاكلهم.

☜ **أسلوب الإستعطاف**

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 نوفمبر2012 : تناول البرنامج موضوع قضايا الأمة الإسلامية و ذكر بعضها مثل الأزمة الإنسانية في سوريا إذ أن السوريين بسبب الحرب لا يملكون أساسيات الحياة ، الآلاف منهم مشردون بلا مأوى ، كما أن الكثيرين من بلاد المسلمين يعانون الظلم و القهر دون ذنب فقط لأنهم مسلمون مثل فلسطين ، ميانمار و أفغانستان ، و لا أحد يحرك ساكنا إزاء ما يحدث لهؤلاء المسلمين الأبرياء، و المؤسف في الأمر أن كثيرا من بلاد المسلمين أنعم الله عليهم بالمال

إلا أنهم لا يساعدون إخوانهم المسلمين و حذر الشيخ من أن الله سيحاسبهم على هذا ، نلاحظ في هذه العبارات استعطاف للقلوب من أجل مساعدة المسلمين المظلومين في كل مكان .

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 14 ديسمبر2012 : إستخدم مقدم البرنامج أسلوب الاستعطاف عندما استضاف الطفل Sannel و هو طفل أمريكي مسلم لازمه المرض منذ و لادته ، حيث صور البرنامج في المستشفي الذي يتواجد فيه ، إذ كانت حالته صعبة و طلب مقدم البرنامج من كل القلوب الرحيمة الدعاء لهذا الطفل بالشفاء مستخدما أسلوب الاستعطاف ، فهو طفل لم يستمتع بملذات الحياة فهو في بداية حياته إلا أن المرض منعه من القيام و اللعب كسائر الأطفال ، لكن ذلك لم يمنع من وجود ابسامة على وجه هذا الطفل المؤمن الذي رضي بقضاء الله و قدره و لا يشتكي أبدا لحاله .

☜ **أهمية أسلوب الاستعطاف في عملية الإقناع:**

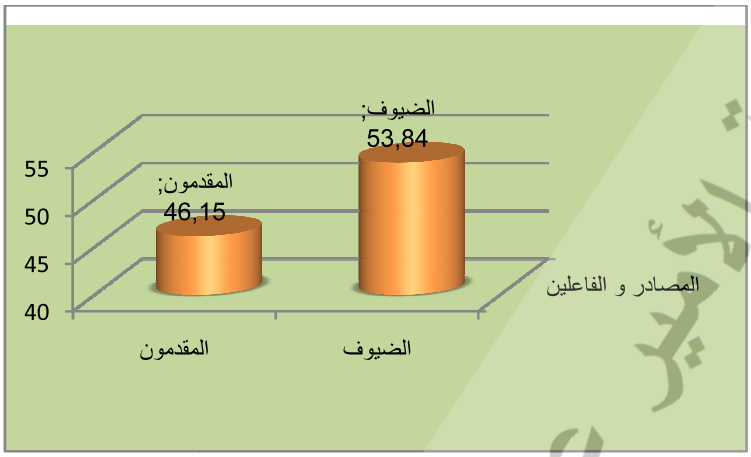
يفيد هذا الأسلوب في مخاطبة العواطف و استمالة القلوب نحو قضية معينة بهدف كسب التأييد من الرأي العام ، و كثيرا ما يستخدم هذا الأسلوب في مجال الدعاية إلا أنه كما في الأمثلة التي أشرنا إليها سابقا لا يهدف حسب ما لاحظناه إلى دعاية أو ما شابه و إنما مخاطبة القلوب و استعطافها للتضامن مع أشخاص أو قضايا معينة في أصلها عادلة باستخدام كلمات مؤثرة و لينة تتغلغل في القلوب و تؤثر في المشاعر بسلاسة.

☜ **أسلوب الاعتماد على مصادر و فاعلين مؤثرين** : في هذا الاسلوب يمكن الاستعانة بجدول لتعدد الفاعلين في البرامج من خلال المقدمين و الضيوف.

الجدول رقم (26) : أشكال أسلوب المصادر و الفاعلين

الفاعلون	ك	%
المقدمون	18	%46.15
الضيوف	21	%53.84
المجموع	39	**%100**

الشكل رقم (20):يوضح اشكال اسلوب المصادر و الفاعلين



يبين الجدول أعلاه أسلوب الاعتماد على المصادر و الفاعلين المؤثرين ، إذ نلاحظ أن نسبة الضيوف قد جاءت في المركز الأول بنسبة 53.84% بعدد تكرارات يقدر ب 21 تكرارا ، ليحل المقدمون في المركز الثاني بنسبة 46.15% و بعدد 18 تكرارا ، ان حصول الضيوف على المرتبة الأولى يعود إلى استضافة البرامج في كثير من المرات أكثر من ضيف ، في حين أن المقدمين هم شخص واحد في كل البرامج و لا يتغيرون.

الجدول رقم (28) : توزيع أسلوب المصادر و الفاعلين على برامج العينة

البرامج / المصادر	Ask Huda إسألوا الهدى		Let's Talk لنتكلم		Thedenshow الدين شو	
	ك	%	ك	%	ك	%
المقدمون	06	%100	06	%35.29	06	%37.50
الضيوف	00	%00	11	%64.70	10	%62.50
المجموع	**06**	**%100**	**17**	**%100**	**16**	**100**

نلاحظ من خلال الجدول أن أسلوب المقدمين قد احتل المرتبة الأولى في برنامج إسألوا الهدى بنسبة 100% أما الضيوف فلم يتحصل على أي نسبة ، و هذا يعود إلى طبيعة البرنامج الخاص

بالفتاوى الذي يجيب فيه الشيخ الدكتور محمد صلاح على اسئلة المشاهدين ، إذ أن البرنامج لا يستضيف أي شخصية ، و يقوم فقط باستقبال أسئلة المشاهدين عبر الهاتف أو الايميل أو وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك ، أما برنامج Let's talk فتشير البيانات في الجدول أن أسلوب الضيوف قد احتل المرتبة الأولى بنسبة 64.70% على حساب المقدمين الذي جاء ثانيا بنسبة 35.29% ، فالبرنامج شبابي حواري يناقش المواضيع في شكل ندوة ، كما تحصل الضيوف ضمن برنامج The Deenshow على أعلى نسبة تقدر ب 62.50% اما المقدم فتحصل على 37.50% ، هذه النتائج يمكن تفسيرها إلى طبيعة البرنامج الذي يمزج بين شكل التولك شو و الحوار الذي يستضيف فيه عدد من الشخصيات المعروفة بهدف مناقشة مختلف القضايا.

أمثلة عن أسلوب الاعتماد على المصادر و الفاعلين المؤثرين :

- **برنامج Ask Huda**

المقدمون: يقدم البرنامج الشيخ الدكتور **محمد صلاح** ، و هو من أشهر العلماء المسلمين في العالم الغربي خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية ، حاصل على شهادة الدكتوراه في الفقه المقارن كما تحصل على شهادة جامعية في الصيدلة ،" و هو المرشد الديني لقناة الهدى الناطقة باللغة الانجليزية ، و له العديد من البرامج المشهورة بالقناة و هي Ask Huda (اسالوا الهدى) و Correct Your Recitation(صحح تلاوتك) و Gardens of the Pious (رياض الصالحين)"[1]، إشتغل كمدير للمركز الإسلامي بفيكتوريا الأمريكية ، و هو أستاذ محاضر بجامعة الأزهر و جامعة شمال أمريكا و لندن الإسلامية عبر شبكة الانترنت / و له العديد من تسجيلات الفيديو و البرامج عبر شبكة الأنترنت في مجال الدعوة .

- **برنامج Let's Talk**

المقدمون : يقدم البرنامج الصحفي Malik Evangelatos ، و هو شاب من جنسية أمريكية كان يدين بالمسيحية منذ ولادته إلى أن اعتنق الإسلام منذ مدة ليست ببعيدة ، درس الأدب الانجليزي بجامعة كاليفورنيا ، ساهمت حيويته و ثقافته و حبه للإسلام في جعله من أشهر المذيعين في قناة الهدى فله العديد من البرامج من بينها Let's Talk (لنتكلم) ،و Nation Of

[1] – www.huda.tv تاريخ الدخول : 04 /2013/09

goodness(امة الخير) و The Ummah Tonight(الأمة هذه الليلة) ، كما ألف كتابا يسمى Between Tow Worlds(بين عالمين) .

الضيوف : يستضيف هذا البرنامج العديد من الضيوف الفاعلين المسلمين في العالم الغربي و الإسلامي لمناقشة مختلف المواضيع التي تعني فئة الشباب خاصة .

ففي الحصة المؤرخة يوم 05 نوفمبر 2012: إستضاف البرنامج الداعية الجنوب إفريقي الشيخ زكرياء لمناقشة موضوع التدخين و الإدمان ، و هو من ابرز الدعاة في جنوب افريقيا ، و له اسهامات كبيرة لخدمة الاسلام و المسلمين في افريقيا بفضل علمه و أخلاقه ، و اتقانه للغة العربية و الانجليزية و دراسته للعلم الشرعي .

اما في الحصة المؤرخة يوم 26 نوفمبر ، استضاف البرنامج الداعية الالماني Pierre Vogel لمناقشة موضوع العلم و المعرفة ، "و لد الداعية عام 1978 بألمانيا و يعرف ايضا بأبو حمزة ، اعتنق الإسلام سنة 2001 و منذ ذلك الوقت بدأ تعلم العلم الشرعي و اللغة العربية فير مكة المكرمة ، تزوج من امرأة مسلمة مغربية و أب لثلاثة أطفال"[1] ، يعتبر Pierre Vogel من أشهر الدعاة في العالم الغربي خاصة في أوروبا و في المانيا بالتحديد ، فله الكثير من المحاضرات عبر العالم لشرح الإسلام و الدفاع عنه ما ساهم في اعتناق الكثيرين الدين الاسلامي .

- **برنامج The Deenshow**

المقدمون: يقدم البرنامج Eddie Redzovic و هو شاب مسلم من الولايات المتحدة الأمريكية ، و لد عام 1974 بنيويورك من الاسر اليوغوسلافية التي هاجرت الى العالم الجديد (الولايات المتحدة الامريكية) ، له شركة بمدينة شيكاقو الأمريكية تحمل اسم البرنامج و هي شركة إسلامية تعنى بالإعلام الإسلامي الذي يهدف إلى تصحيح صورة الإسلام في أمريكا و العالم الغربي خاصة بعد احداث 11 سبتمبر 2001 ، إضافة إلى خدمة المسلمين في شتى أنحاء المعمورة ، صرح في موقعه بأن حياته قبل عودته إلى الله كانت موحشة ، مظلمة و مليئة بالمشاكل و المطبات ، لكن فهم الإسلام جعل منه شخصا ناجحا و محبوبا ، فقد تغيرت حياته بشكل جذري .

[1] - www.wikipedia .com تاريخ الدخول : 2013/10/20

أطلق مشروعا خاصا به يسمى من الدنيا إلى الدين from Dunia to Deen يروي تجربته قبل و بعد العودة إلى الطريق المستقيم .

الضيوف : يستضيف البرنامج العديد من الشخصيات الإسلامية المشهورة عبر العالم لمناقشة مختلف القضايا التي تهم المسلمين و غير المسلمين خاصة المواضيع المتعلقة بالعقيدة و المجتمع.

ففي الحصة المؤرخة يوم 30 نوفمبر 2012و الحصة المؤرخة يوم 11 جانفي 2013 استضاف البرنامج الداعية البريطاني المشهور Antony Green الذي غير إسمه بعد إسلامه من Antony إلى عبد الرحيم .

ولد عبد الرحيم عام 1964 بدار السلام بتنزانيا نظرا لطبيعة عمل والده ، درس التاريخ في جامعة لندن غير أنه لم يكمل دراسته ، لم يكن الداعية مقتنعا بالمسيحية منذ السن الثامنة ، فمارس البوذية لمدة ثلاث سنوات تقريبا لكنه لم يعتبرها ديانة له ، بعد رحلة البحث عن الطريق الصحيح قرأ القرآن الكريم و اعتنق الإسلام أخيرا سنة 1988 و بدأ الدعوة إلى الإسلام منذ ذلك الوقت في بريطانيا و دول العالم ما جعله من أشهر الدعاة في العالمين الغربي و الإسلامي.

☜ أهمية أسلوب الاعتماد على المصادر و الفاعلين المؤثرين في عملية الإقناع:

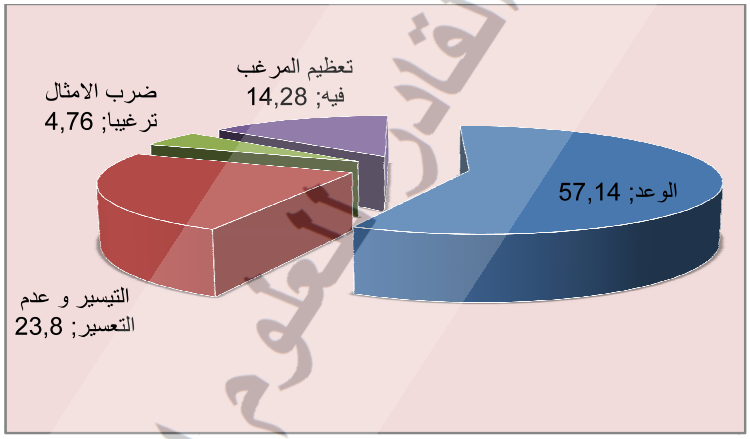
يساهم هذا الأسلوب في الإقناع و التأثير في المتلقي بسبب المصداقية و الشهرة التي يتمتع بها هؤلاء الفاعلين ، كما أن الاعتماد على هذا الاسلوب يرفع من درجة الثقة في الرسالة الاقناعية لأنها صادرة من مصادر يتمتعون بالثقة و الشهرة لدى الجمهور المتلقي بالتالي يزيد من فعالية الرسالة الاقناعية و احتمال تأثيرها.

تساهم الشخصيات الفاعلة في البرامج على إضافة عنصر المصداقية في الرسالة ما يساعد على تاثيرها في الجمهور المتلقي ، فالإنسان بطبيعته يميل إلى تصديق الرسالة التي يتمتع مصدرها بالثقة .

الجدول رقم (28) : أشكال اسلوب الترغيب

اشكال اسلوب الترغيب	ك	%
أسلوب الوعد	24	%57.14
التيسير و عدم التعسير	10	%23.80
ضرب الامثال ترغيبا	02	%04.76
تعظيم المرغب فيه	06	%14.28
المجموع	**42**	**%100**

الشكل رقم (21): اشكال اسلوب الترغيب



يبين الجدول أعلاه نسب أشكال أسلوب الترغيب ، إذ نلاحظ أن أعلى نسبة كانت من نصيب أسلوب الوعد الذي تحصل على 57.14% ، أما المرتبة الثانية فعادت لأسلوب التيسير وعدم التعسير الذي تحصل غلى 23.80% ، في حين جاء أسلوب تعظيم المرغب فيه في المرتبة الثالثة فتحصل على نسبة قدرها 14.28% ، أما المرتبة الرابعة و الأخيرة فكانت من نصيب أسلوب ضرب الأمثال ترغيبا بنسبة 04.76% .

إن القراءة التحليلية لهذا الجدول تبين أن قناة الهدى تعتمد على أسلوب الوعد ضمن الترغيب لما فيه من مغريات أخروية تساعد في عملية الإقناع، من خلال ما يدل عليه من الخير و النعم التي

سيتحضى بها من امتثل إلى أوامر الله عز و جل ، ذلك أن من طبيعة الإنسان البحث عما يسعده و يريحه و نبذ ما لا يحقق له السعادة.

كما أن احتلال أسلوب التيسير و عدم التعسير المرتبة الثانية يعكس سماحة هذا الدين الذي أنزله الله ليريح الإنسان لا ليزيد شقاء ، فالإسلام دين يسر و ليس دين عسر ، فيه من البساطة و السهولة ما يحببه و يجعله مرغوبا في كل زمان و مكان.

الجدول رقم (29): توزيع اسلوب الترغيب على برامج العينة.

البرامج / اشكال الترغيب	Ask Huda إسألوا الهدى		Let's Talk لنتكلم		TheDeenshow الدين شو	
	ك	%	ك	%	ك	%
الوعد	05	%45.45	08	%44.44	11	%84.61
التيسير و عدم التعسير	05	%45.45	05	%27.77	00	%00
ضرب الامثال ترغيبا	01	%09.09	00	%00	01	%07.69
تعظيم المرغب فيه	00	%00	05	%27.77	01	%07.69
المجموع	**11**	**%100**	**18**	**%100**	**13**	**%100**

نلاحظ من خلال الجدول أن على نسبة في أسلوب الترغيب ضمن برنامج Ask Huda تحصل عليها أسلوبي الوعد و أسلوب التيسير و عدم التعسير بنسبة قدرها 45.45% ،أما المرتبة الثانية فتحصل عليها أسلوب ضرب الأمثال ترغيبا بنسبة 09.09% ، في حين لم يتحصل أسلوب تعظيم المرغب فيه على أي نسبة أو تكرار ليكون بذلك في المرتبة الأخيرة.

إن حصول أسلوب الوعد و التيسير و عدم التعسير على المركز الأول ، يعود إلى اهتمام البرنامج بهذين الأسلوبين بدرجة كبيرة ، خاصة و أنه برنامج متعلق بالفتاوى الشرعية الذي من شأنه إبراز الأحكام الشرعية بأسلوب يجذب المتلقي من خلال اليسر في الدين بدل العسر الذي يثقل

العبادات و ينفر منها ، من خلال رفع التكاليف و إعذار المعذورين فالإنسان مهما بلغت طاقته يبقى عاجزا أمام الكثير من الأمور التي لا يطيقها و لا يسعها لطبيعته البشرية ، فالإسلام بذلك بسيط كما و كيفا و ما جاء ليضيق علينا كما قال عز و جل :﴿ يُرِيدُ ٱللَّهُ بِكُمُ ٱلْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ ٱلْعُسْرَ [1] ﴾ .

أما برنامج Let's Talk يبين الجدول أن المرتبة الأولى عادت إلى أسلوب الوعد أيضا كالبرنامج السابق بنسبة 44.44% و بعدد 08 تكرارت ، أما المرتبة الثانية فكانت متكافئة بين أسلوبي التيسير و عدم التعسير و أسلوب تعظيم المرغب فيه بنسبة قدرها 27.77% ب 05 تكرارات، أما أسلوب ضرب الأمثال ترغيبا فلم يتحصل على أي نسبة أو تكرار ليحل في المركز الأخير.

إن حصول أسلوب الوعد على المرتبة الأولى في البرنامج يعكس حرص الفاعلين فيه على كسب الجمهور من خلال الخير الذي ينتظر المؤمنين في الدنيا و الاخرة ، ذلك أن الوعد بطبيعته يحمل في طياته إلزاما بإنجاز الموعود ، فالله سبحانه و تعالى لا يخلف وعوده التي قطعها لعباده جل في علاه.

يشير الجدول السابق في برنامج The Deenshow إلى أن المرتبة الأولى ضمن أساليب الترغيب قد تحصل عليها أسلوب الوعد كما في البرنامجين السابقين بنسبة بلغت 84.61% و بعدد 11 تكرارا أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب أسلوبي ضرب الأمثال و تعظيم المرغب فيه بنسبة 07.69% بتكرار واحد ، في حين جاء أسلوب التيسير و عدم التعسير في المرتبة الأخيرة بدون أي نسبة أو تكرار، ما يعكس عدم اهتمام البرنامج بهذا الأسوب خاصة و أنه برنامج منتج في أمريكا و يخاطب عددا كبيرا من غير المسلمين ، المعلوم الطبيعة المادية التي تطغى على الشعوب الغربية التي تنشد الملذات المادية الدنيوية الزائلة ، إذ يعدهم البرنامج و يمنيهم بما يوجد في الآخرة من ملذات و خيرات لا تنفذ و سعادة أبدية مستعينا بأسلوب التعظيم و ضرب الأمثال لزيادة التشويق و الترغيب في الموضوع محل الإقناع بهدف التأثير في المتلقي.

[1]– سورة البقرة الاية 185

أمثلة عن أسلوب الترغيب الواردة في البرامج

☜ **أسلوب الوعد :**

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 ديسمبر2012: تناول البرنامج أسلوب الوعد من خلال ما أعده الله لعباده المؤمنين الموحدين في الجنة ، فهي الحياة الأبدية التي ينعم بها الفائزون بالجنة ، و سوف يعفو الله عنهم و يعتقهم من النار ، ''ففيها ما لا عين رأت things which no eye has seen و لا أذن سمعت and no ear has heard ، و لا خطر على قلب بشر not have they occured to the human heart "[1] .

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 14 جانفي2013 : إستخدم ضيف البرنامج أسلوب الوعد من خلال ما أعده الله سبحانه و تعالى للعبد المؤمن الذي يعبد الله و لا يشرك به شيئا من ثواب في الدنيا و الآخرة من خلال الجنة التي وعدها الله عباده الصالحين فهي حياة أبدية ينعم فيها الإنسان و لا يشقى.

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 18 جانفي2013 : كان أسلوب الوعد حاضرا في هذا البرنامج ، من خلال ما وعد الله عباده من ثواب و أجر بواسع رحمته سبحانه و تعالى ، ترغيبا في التوحيد و الموت على الإسلام فمهما بلغت ذنوب الإنسان عنان السماوات و الأرض ، و ياتي العبد ربه يوم القيامة يؤمن به و لا يشرك به شيئا he does not bring partners to Allah Almighty فالله سبحانه و تعالى يغفر ذنوب عباده و يبدل سيئاتهم حسنات ، و ينعمون بالجنة خالدين فيها.

[1] -Ali Hassan Abd Alhamid, Paradise its blessings and how to get there,1st edition,Dar Ibn Hazm,Beirut,Lebanon,1997 ,p 10

☜ **أسلوب التيسير و عدم التعسير**

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 ديسمبر2012 : اتصلت فتاة غير مسلمة تريد الدخول في الاسلام ، لكنها تحمل اوشاما في جسدها ، و سالت هل تزيل هذه الاوشام اولا ثم تنطق بالشهادة؟ ، فرد عليها الشيخ مستخدما اسلوب الترغيب ان ازالة الوشم عملية مؤلمة جدا و ان وجدت تكنولوجيا لازالته فهي مكلفة ، ان استطعت ازالتها بالتكنولوجيا فلا مشكلة، و ان لم تستطيعي فلا تفعلي شيئا ازاءها لان الله لا يكلف نفسا الا وسعها ،و ما عليك فعله الان هو قول اشهد ان لا اله الا الله و اشهد ان محمد رسول الله قبل فوات الاوان لان الاسلام يجب ما قبله، و لا تدعي هذا الوشم كعائق do not put this as an obstacle ، كما نوه الشيخ إلى ضرورة الدعوة بالحكمة و الموعظة الحسنة و الجدل بالتي هي أحسن.

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 14 جانفي2013 : في سياق موضوع التعامل مع الله و التوكل عليه ، يريد الانسان احيانا أن يقوم بالكثير من الأعمال الصالحة لكنه لا يستطيع لقلة حيلته و بهذا فالله تعالى لا يحمل الإنسان ما لا يطيق إذ يقول في محكم تنزيله:" لَا يُكَلِّفُ ٱللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا" [1]، فالاسلام دين يسر و ما جعل الله فيه حرجا و لا ضيقا.

☜ **اسلوب ضرب الامثال ترغيبا :**

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 08 جانفي 2013: تناول البرنامج موضوع الرافة و التعامل مع الحيوانات و ما اعده الله لعباده الرحماء من خير ، و استخدم اسلوب ضرب الامثال حيث ذكر المراة التي ادخلها الله الجنة لانها سقت كلبا ، و في هذا الاسلوب حث على الرافة بالحيوان ابتغاء مرضات الله.

[1]–سورة البقرة ، الاية 286 .

- **برنامج the Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 07 ديسمبر 2012: إستخدم ضيف البرنامج أسلوب ضرب الأمثال بهدف الترغيب على الاحتشام و اللباس الشرعي لكل من يشكك في الحجاب خاصة من غير المسلمين، إذ حاول أن يخاطبهن بهذا المثال : إن السيدة مريم العذراء في كل الصور التي ترسم لها دائما تبدو بلباس محتشم و فضفاض و شعرها مغطى ، و هذه دلالة على أن المرأة ملزمة بالاحتشام و ستر جسدها في الأديان الاخرى و ليس في الإسلام فقط .

☜ **أسلوب تعظيم المرغب فيه:**

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 14 جانفي2013 : عظم ضيف البرنامج من نعيم الجنة و ثواب لمن عمل الصالحات في الدنيا إذ يبلغ الدرجات العلى في الجنة ، و هناك أربع طرق يتحقق بها الدعاء و اعظمها عندما يترك الله تعالى إجابة الدعاء ليوم الآخرة عندما يرتقي الإنسان بدرجاته في الجنة .

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 18 جانفي 2013: إن الله سبحانه و تعالى غفور رحيم تواب ، و أعظم من هذا أنه يفرح بتوبة عباده He is so happy ، و بهذا على الإنسان التوبة و العودة إلى الله لينال هذا الشرف و المنزلة عند الله تعالى .

☜ **أهمية أسلوب الترغيب في عملية الإقناع :**

" إن تقديم الترغيب على الترهيب يفتح القلوب الغلف و العيون العمي ، و الآذان الصم و تشتاق النفس إلى هذا الخير الذي ينتظرها فتجتذب إليه و لا تستثقل فعله"[1] ، من خلال تقديم البشارة على النذارة ،و إبلاغ المخاطبين في الثواب المؤجل و المعجل قبل الإنذار بالعذاب خاصة و أن المتلقين متباينون فمنهم من يعرف الحق لكن أهواءه تصده عن اتباعه، لهذا فإن من أحسن الأساليب الاقناعية لجمهور كهذا هو الترغيب.

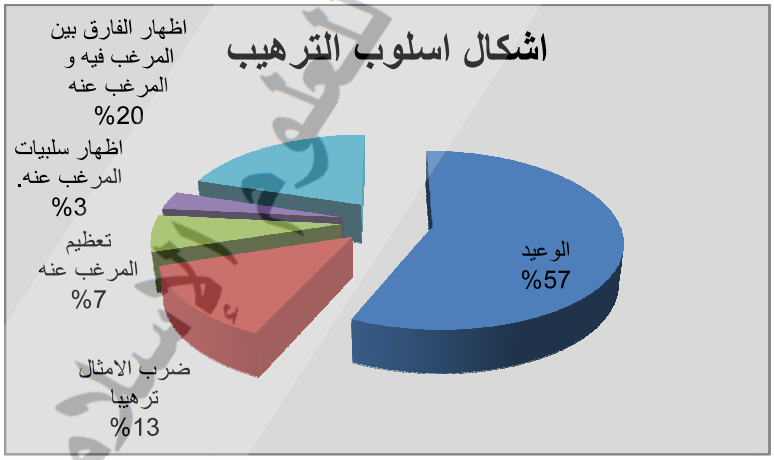
[1]– محمد امين حسن محمد بني عامر،اساليب الدعوة و الارشاد ، دط ، جامعة اليرموك ،1999 ، ص 73

مما لا مرية فيه أن أسلوب الترغيب يتضمن قدرا من الحق من خلال إغراء المتلقي بما وعد الله سبحانه و تعالى العبد الصالح في الجنة من نعيم مقيم و منزل كريم، و ما يحظى به من طمأنينة في الحياة الدنيا.

الجدول رقم (30) : اشكال اسلوب الترهيب.

أشكال أسلوب الترغيب	ك	%
الوعيد	17	%56.66
ضرب الامثال ترهيبا	04	13.33%
تعظيم المرغب عنه	02	%06.66
اظهار سلبيات المرغب عنه	01	%03.33
اظهار الفارق بين المرغب فيه و المرغب عنه	06	%20
المجموع	**30**	**%100**

الشكل رقم (22) : اشكال اسلوب الترهيب.



نلاحظ من خلال الجدول أشكال أسلوب الترهيب ، إذ تشير البيانات إلى أن أعلى نسبة تحصل عليها أسلوب الوعيد بنسبة 56.66% ، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب أسلوب إظهار الفارق بين المرغب فيه و المرغب عنه بنسبة 20% ، ليتحصل أسلوب ضرب الأمثال ترغيبا على

المرتبة الثالثة بنسبة قدرها 13.33% ، بينما جاء أسلوب تعظيم المرغب عنه في المركز الرابع بنسبة 06.66% ، أما المرتبة الخامسة و الأخيرة فكانت من نصيب أسلوب إظهار سلبيات المرغب عنه بنسبة 03.33%.

الجدول رقم (31) : توزيع اشكال اسلوب الترهيب على برامج العينة.

البرامج / اشكال الترغيب	Ask Huda إسألوا الهدى		Let's Talk لنتكلم		TheDeenshow الدين شو	
	ك	%	ك	%	ك	%
الوعيد	05	%50	05	%55.55	07	%63.63
ضرب الامثال ترهيبا	02	% 20	01	11.11%	01	%09.09
تعظيم المرغب عنه	01	%10	01	%11.11	00	%00
اظهار عيوب المرغب عنه	00	%00	01	%11.11	00	%00
اظهار الفارق بين المرغب فيه و المرغب عنه	02	%20	01	%11.11	03	%27.27
المجموع	**10**	**%100**	**09**	**%100**	**11**	**%100**

يوضح الجدول أعلاه أن أسلوب الوعيد قد تحصل على أعلى نسبة في برنامج Ask Huda حيث تقدر ب 50% ، أما المرتبة الثانية فعادت إلى أسلوبي ضرب الأمثال ترهيبا و إظهار الفارق بين المرغب فيه و المرغب عنه بنسبة قدرها 20% ، بينما حل أسلوب تعظيم المرغب عنه في المرتبة الثالثة بتكرار واحد ، و لم يتحصل أسلوب اظهار عيوب المرغب عنه على اي نسبة .

نلاحظ في برنامج Let's Talk اسلوب الوعيد قد تحصل على المركز الأول بنسبة 55.55% و تتساوى باقي الأساليب في النسبة الممثلة للمرتبة الثانية ، اذ تقدر ب 11.11%.

يتضح ضمن برنامج TheDeenshow أن المرتبة الأولى كانت من نصيب أسلوب الوعيد الذي تحصل على 63.63% ، ليحل أسلوب إظهار الفارق بين المرغب فيه و المرغب عنه

ثانيا بنسبة 27.27% ،و تحصل أسلوب ضرب الأمثال ترهيبا على المرتبة الثالثة بنسبة 09.09% بينما لم يتحصل أسلوبي إظهار عيوب المرغب عنه و تعظيم المرغب عنه على أي نسبة و تكرار.

امثلة عن أسلوب الترهيب الواردة في برامج العينة.

☜ **أسلوب الوعيد**

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 ديسمبر 2012 : تعرض البرنامج إلى أسلوب الترهيب بالوعيد من خلال ما أعده الله من عذاب شديد لمن أعرض عن ذكره ، حيث يقول الله تعالى:﴿ **وَلَوۡ تَرَىٰٓ إِذۡ وُقِفُواْ عَلَى ٱلنَّارِ فَقَالُواْ يَٰلَيۡتَنَا نُرَدُّ وَلَا نُكَذِّبَ بِـَٔايَٰتِ رَبِّنَا وَنَكُونَ مِنَ ٱلۡمُؤۡمِنِينَ** ﴾[1].

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 03 ديسمبر2012 : تناول البرنامج موضوع الانحلال الأخلاقي في أوساط الشباب ، و لمحاولة اقناع المتلقي بعدم الاقتراب من الزنا لأنه فاحشة كبيرة ، و من يفعل ذلك سوف يعذبه الله عذابا شديدا في الدنيا و الآخرة، فالله سبحانه و تعالى حذرنا من الوقوع في فاحشة الزنا بكافة أشكاله .

☜ **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 18 جانفي 2013: عرض ضيف البرنامج الشيخ محمد عدلي أسلوب الوعيد عندما تحدث عن العذاب الشديد الذي ينتظر من رفض اتباع الإسلام و أعرض عنه و اتهمه بالباطل ، ماذا سيكون جواب من يفعل هذا عندما ياتي ملك الموت The angel of death ليقبض روح هذا الإنسان العاصي و يأخذ كل حياته في لحظة واحدة، فيخسر بذلك الدنيا و الآخرة و يتمنى لو يعود إلى الحياة الدنيا و يفعل ما أمره الله ،لكن يومئذ لا عاصم لهم من هذا عذاب الله.

[1]– سورة الانعام ،الاية27

☜ **أسلوب ضرب الأمثال ترهيبا**

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 نوفمبر2012 : ضرب الشيخ محمد صلاح مثلا بأسلوب الترهيب مما ورد في القرآن الكريم من قصص القرون السابقة ، إذ ضرب مثلا بقوم عاد عندما أرسل الله عليهم ريحا عقيما جعلت كل شئ كالرميم و دمرتهم تدميرا و استدل بقوله تعالى : قال تعالى:" ﴿وَفِي عَادٍ إِذْ أَرْسَلْنَا عَلَيْهِمُ الرِّيحَ الْعَقِيمَ (41) مَا تَذَرُ مِنْ شَيْءٍ أَتَتْ عَلَيْهِ إِلَّا جَعَلَتْهُ كَالرَّمِيمِ﴾[1] ، لقد كانت امة كانت متقدمة و لم يخلق مثلها في البلاد إلا أنهم لم يمتثلوا لأمر الله من خلال النبي هود عليه السلام فدمرهم الله تعالى بهذه الريح في الدنيا و أعد لمن عصاه عذابا أليما في الآخرة.

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 05 نوفمبر 2012: نظرا لأهمية الأمثلة المضروبة في مجال الترهيب استخدم الشيخ زكرياء هذا الأسلوب لاقناع المشاهدين بضرورة طاعة الله عز و جل و الامتثال لأوامره و من لم يفعل ذلك كان من الظالمين ، فضرب مثالا عن أصحاب السبت الذين عصوا أمر ربهم فعاقبهم الله في الدنيا بأن خسفهم و حولهم إلى قردة جزاء على أفعالهم.

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 30 نوفمبر2012: ضرب مقدم البرنامج Eddie مثالا للترهيب من الموت و ما ينتظر العاصي و المعرض عن دين الله ، من خلال عرض بعض الصور لمشاهير ماتوا و تركوا وراءهم نعيم الدنيا ، حيث ذكر أن كل الناس سيموتون و Michael Jakson مات الذي يعد من مشاهير الفن العالميين إلا أن الله قد قبض روحه فصار مجرد ذكرى .

☜ **أسلوب تعظيم المرغب عنه :**

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 04 نوفمبر2012: إستخدم الشيخ أسلوب تعظيم المرغب عنه في معرض حديثه عن العذاب و النار التي وقودها الناس و الحجارة يوم القيامة الذي لا يماثله يوم

[1]–سورة الذاريات الاية 41،42

و استخدم مصطلحات دالة على عظم هذا اليوم و هوله و هي الطامة ، الحاقة، الزلزلة ، الواقعة ، و قال الشيخ هذه الأسماء العظيمة these big names تثير الخوف عند سماعها أو قراءة هذه السور ، فهذا اليوم واقع لا محالة .

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 05 نوفمبر2012: عالج البرنامج موضوع التدخين و الإدمان مستخدما أسلوب تعظيم المرغب عنه من خلال عرض الأضرار الجسيمة التي تسببها السجائر الرهيبة these terrible cigarettes و مدى عظم تأثيراتها على صحة من يتناولها من خلال عرض كل الدلائل أمام المتلقي بتهويل مخاطرها من جانب، و تحريمها شرعا من جانب آخر لثبوت اضرارها الخطيرة، فالنفس مقصد من مقاصد الشريعة يجب المحافظة عليها ، قال تعالى :﴿ وَلَا تَقْتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴾[1] ، في هذه الآية نهي عن عدم قتل النفس لأن التدخين موت بطيء على حد تعبير الفاعلين في البرنامج.

☜ **أسلوب بيان سلبيات المرغب عنه:**

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم 05 نوفمبر2012: ناقش الفاعلون في البرنامج موضوع التدخين و اضراره و قاموا باظهار عيوب و مساؤيء التدخين لإقناع المدخنين بضرورة الإقلاع عنه ، فهي تسبب مرض القلب و تصلب الشرايين ، تسبب سرطان الرئة ، و لها تاثير مباشر على المخ و على عمى العينين بسبب المواد الكيماوية التي تحتويها مثل: amonia,arsenic,benzen,formaldehyde و غيرها من المواد.

[1]- سورة النساء ، الاية 29

☜ أسلوب إظهار الفارق بين المرغب فيه و المرغب عنه:

- **برنامج Ask Huda**

الحصة المؤرخة يوم 08 جانفي2012: تناول الشيخ موضوع عذاب القبر و نهاية الانسان الحتمية فبمجرد موت الإنسان يبدا حسابه ، فالقبر إما روضة من رياض الجنة ينعم بنعيمها أو حفرة من حفر النار يعذب فيه مهانا ، و من هنا يظهر أسلوب إظهار الفارق بين المرغب فيه و هو الجنة و النار التي يعرض الإنسان عليها.

- **برنامج Let's Talk**

الحصة المؤرخة يوم05 نوفمبر2012 : إستخدم ضيف البرنامج Pierre Vogel هذا الأسلوب من خلال موضوع الصلاة مستدلا بقوله صلى الله عليه و سلم أن أول ما يحاسب عليه العبد يوم القيامة صلاته ، فبها تتعلق أعماله فإن صلحت صلح سائر عمله ، و إن فسدت فسد سائر عمله، و هذا بيان على الفرق في حال الصلاة بهدف ترهيب المتلقي بأهمية المحافظة على الصلاة و إتقانها .

- **برنامج The Deenshow**

الحصة المؤرخة يوم 07 ديسمبر2012 : عرض ضيف البرنامج وسام الشريف موضوع الثواب و العقاب من خلال أسلوب إظهار الفارق بين المرغب فيه و المرغب عنه ، فهناك فرق بين المؤمن و العاصي و استدل بقوله تعالى:" ﴿ لا يَسْتَوِي أَصْحَابُ النَّارِ وَأَصْحَابُ الْجَنَّةِ أَصْحَابُ الْجَنَّةِ هُمُ الْفَائِزُونَ﴾ [1]، فهذا بيان إلى البون الشاسع بين من يستمتع بالجنة خالدا ، و من يتعذب بنار جهنم فكل حسب ما قدم من عمل في الحياة الدنيا .

☜ **أهمية أسلوب الترهيب في عملية الإقناع :**

يعد الترهيب أسلوبا فعالا في إقناع المتلقي من أجل ردع النفس النفس عن الفواحش و الاثام " و الترهيب عنصر مكمل للترغيب في كثير من الأحوال"[2] في عملية الإقناع بفكرة معينة ، و هو

[1]–سورة الحشر ، الاية 20

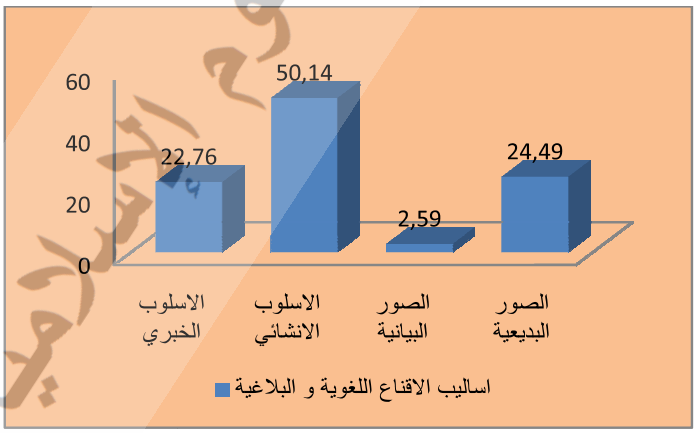
[2]– طه عبد الله محمد السبعاوي ، مرجع سبق ذكره ، ص 118 .

من الاساليب المهمة التي تستميل الوجدان و العواطف و إثارة الخوف في النفس ،فالخوف ظاهرة طبيعية خلقها الله في الانسان و هي ناتجة عن شعوره بالخطر، فهو يستنفر الحواس و يحملها على الاستعداد لمواجهة الخطر ، و الترهيب أو التخويف له اثره في عملية الاقناع من خلال المضمون التهديدي الذي يبين حجم الضرر الناتج عن عدم الاستجابة، إلا أن استخدام هذا الأسلوب يجب أن يكون بشكل عقلاني لأن الدراسات النفسية أثبتت أن الترهيب و التخويف المبالغ فيه يفقد الرسالة الاقناعية فاعليتها.

الجدول رقم (32) : أساليب الإقناع اللغوية البلاغية .

الأساليب اللغوية البلاغية	ك	%
الأسلوب الخبري	79	%22.76
الأسلوب الانشائي	174	%50.14
الصور البيانية	09	%2.59
الصور البديعية	85	%24.49
المجموع	**347**	**%100**

الشكل رقم (23): يوضح اساليب الاقناع اللغوية و البلاغية



يوضح الجدول اعلاه توزيع الاساليب اللغوية و البلاغية اذ نلاحظ ان اعلى نسبة تحصل عليها الاسلوب الانشائي بكل ما يحتويه من اساليب فرعية و هي الامر و النهي و التعجب و القسم و الدعاء اذ بلغ 50.14% ، و عادت المرتبة الثانية لاسلوب الصور البديعية الذي تحصل على 24.49% ، اما المرتبة الثالثة فتحصل عليها الاسلوب الخبري بنسبة 22.76% و جاء اسلوب الصور البيانية في المرتبة الرابعة و الاخيرة بنسبة قدرها 2.59%.

الجدول رقم (33):توزيع الاساليب اللغوية البلاغية على برامج العينة.

البرامج / الأساليب اللغوية	Ask Huda اسالوا الهدى		Let's Talk لنتكلم		TheDeenshow الدين شو	
	ك	%	ك	%	ك	%
الأسلوب الخبري	22	%18.64	42	%29.57	15	%17.24
الأسلوب الانشائي	68	%57.62	75	%52.81	31	%35.63
الصور البيانية	00	%00	04	%02.81	05	%05.74
الصور البديعية	28	%23.72	21	14.78	36	%41.37
المجموع	**118**	**%100**	**142**	%100	**87**	**%100**

يمثل الجدول أعلاه توزيع الأساليب اللغوية و البلاغية على برامج العينة ،نلاحظ في برنامج Ask Huda أن أعلى نسبة للأساليب اللغوية في البرنامج تحصل عليها الأسلوب الإنشائي الذي بلغت نسبته 57.62% و عدد تكراراته 68 تكرارا ، و عادت المرتبة الثانية لأسلوب الصور البديعية الذي تحصل على 23.72% ب 28 تكرارا ، أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب الأسلوب الخبري الذي تحصل على نسبة 18.64% بعدد 22 تكرارا ، و لم يتحصل أسلوب الصور البيانية على أي نسبة أو تكرار ليحتل بذلك المركز الأخير.أما برنامج Let's Talk فنلاحظ أن الأسلوب الإنشائي قد تحصل على المركز الأول في هذا البرنامج إذ بلغت نسبته

52.81% و عدد تكرارته 75 تكرارا ، بينما عاد المركز الثاني للأسلوب الخبري الذي تحصل على 29.57 % بعدد 42 تكرارا ، و جاء أسلوب الصور البديعية في المرتبة الثالثة بنسبة قدرها 14.78% ب 21 تكرارا ، في حين عاد المركز الرابع و الاخير لأسلوب الصور البيانية بنسبة 02.81% بعدد 04 تكرارات.

بالنسبة لبرنامج TheDeenshow كما يبين الجدول أن أعلى نسبة وردت به تحصل عليها أسلوب الصور البديعية بنسبة قدرها 41.37% و ب 36 تكرارا ، أما المرتبة الثانية فتحصل عليها الأسلوب الانشائي بنسبة 35.63% بعدد 31 تكرارا ، في حين جاء الأسلوب الخبري في المركز الثالث بنسبة تقدر ب17.24% و بعدد 15 تكرارا ، بينما تحصل اسلوب الصور البيانية على المرتبة الأخيرة بنسبة 05.74% و بعدد 05 تكرارات.

أمثلة عن الأساليب اللغوية و البلاغية .

- **الاسلوب الخبري** : يتمثل الأسلوب الخبري في هذه الدراسة في أسلوبين هما : أسلوب التوكيد و أسلوب افعل التفضيل اللذين ينتميان إلى علم المعاني.
- **اسلوب أفعل التفضيل**: يقابل هذا الاسلوب في اللغة الانجليزية comparatives و supperlatives و بهذا نتحصل على صيغ التفضيل و المفاضلة بين امرين:

- **برنامج Ask Huda** : جاءت صيغ أفعل التفضيل كثيرة في هذا البرنامج من بينها: الله خير الرازقين، Allah is the best of providers ، و التفضيل في قوله : اية الكرسي اعظم اية في القران، It is the greatest verse in the Quran ، ذكر الله عز و جل افضل وسيلة للتحصين ، it is the best means if orotection .
- **برنامج Let's Talk** : جاء التفضيل في مواضع عديدة منها: الحوار أفضل حل لخلافات الإخوة، coversation is the best solution for rivalry siblings ، و في قوله البيت أفضل مكان تصلي فيه النساء ، the best place for a woman to pray is their homes ، و في قوله : الرسول صلى الله عليه و سلم كان الأوضح في الشرح the Prophet peace be upon Him was the clearest in explaining .

- **برنامج TheDeenshow**: في قوله : لا يوجد إنسان أحسن قدوة من النبي صلى الله عليه و سلم ، no human being is a better example than the Prophet (P ,B,U,H).

و في قوله : الحجاب اختيار و يجعل النساء أكثر راحة في أجسادهن ، hijab is a choice ,it makes women more confortable about their bodies .

و في قوله: الاسلام أفضل منهج حياة ، Islam is the best way of life .

☜ **اسلوب التوكيد** : ورد في البرامج العديد من معاني التوكيد اهمها : دون ريب (حقا) ، بالفعل ، حقيقة really, indeed, actually,absolutly .

☜ **الاسلوب الانشائي** : تنوع الاسلوب الانشائي في هذه الدراسة من خلال برمج العينة بين الأمر و النهي و التعجب و الدعاء و القسم .

- **برنامج Ask Huda**: ورد الأسلوب الإنشائي بكثرة في هذا البرنامج الخاص بالفتاوى نذكر منه:

☜ **اسلوب الأمر** : في قوله : إدع الله بأسمائه الحسنى ، invoke Allah with his beautiful names

☜ **النهي في قوله** : لا تضعي هذا كعائق أمامك (عند حديثه عن وشم الفتاة غير المسلمة)، do not put this as an obstacle و في قوله : لا تقللي من إمكانيات طفلك ، do no underestimate the abilities of your child.

☜ **التعجب**: في قوله :سبحان الله.

☜ **الدعاء بمعنى التمني** : في قوله : عسى الله أن يهدينا لما فيه الخير ،آمين، may Allah guide us to what is best .

☜ **القسم في قوله** : و الله ، ذكر باللغة العربية.

- **برنامج Let's Talk** : إستخدم الفاعلون في هذا البرنامج الشبابي مجموعة من الاساليب الانشائية منها:

☜ **الأمر: في قوله** : توقف عن التدخين ، stop smoking ، و في قوله : تجنب المجادلة و اتركها لمن هو أهل لها، avoid debate ,leave debate to those who are qualified

☜ **النهي: في قوله**: لا تجالس صديقا يدخن ، don't stay with a friend who is smoking و في قوله : لا تصدق كل شيء تقرؤه في كتاب ، don't believe everything you read in a book

☜ **التعجب**: في قوله سبحان الله ، رائع wonderful ، مدهش amazing

☜ **الدعاء بمعنى التمني** : في قوله : بارك الله فيك، may Allah bless you

☜ **القسم**:في قوله و الله و ذكرها باللغة العربية.

- **برنامج TheDeenshow**:

☜ **الأمر في قوله** : إبق بعيدا عن الخمر و المخدرات ، stay away from alcohol and drugs ،و في قوله إسال من خلقك ، ask the one who created you

☜ **النهي في قوله** :لا تعبد أحدا من خلق الله ، لا تعبد عيسى عليه السلام don't worship any of His creation , don't worship Jesus (PBUH)

☜ **التعجب**: في قوله سبحان الله.

☜ **الدعاء** :في قوله: جازاك الله خيرا ، may Allah the Creator reward you و في قوله: عسى الله أن يهديه، may Allah guide him .

☜ **<u>أهمية الاسلوب الانشائي في عملية الإقناع:</u>**

يساهم الاسلوب الانشائي في مخاطبة العناصر الوجدانية للمتلقي و ما تثيره من تأثير في الجانب العاطفي ، كما ان هذا الاسلوب يجعل الكلام اكثر تنويعا و تشويقا ، و إيضاحا للمعنى .

☜ اسلوب الصور البيانية

- برنامج **Let's Talk**

الاستعارة المكنية في قوله : الإيمان الأعمى ، blind faith ، حيث شبه الايمان و هو شيء معنوي بشيء مادي و هو الشخص الاعمى ، فحذف المشبه به و تركت القرينة الدالة عليه او احد لوازمه و هو العمى.

و في قوله أيضا : الفتنة الجسدية تهاجم وجدان و عادات المسلمين ، physical fitnah attaks the psyche of muslims ، حيث شبه مقدم البرنامج الفتنة الجسدية و هي شيء معنوي بشيء مادي مثل الإنسان او الحيوان المفترس الذي يهاجم ، و حذف المشبه به و تركت القرينة الدالة عليه و هو الهجوم.

- **برنامج TheDeenshow**

تناول البرنامج أسلوب الصور البيانية المتعلقة بعلم البيان " و هو علم يعرف به أداء المعنى الواحد بطرق مختلفة في درجة الوضوح "[1] و رد الأسلوب البياني ضمن برامج العينة من خلال :

- **الاستعارة المكنية في حديثه عن**: مشاهدة التلفزيون و البرامج الترفيهية التي ستقتل قلبك watching will kill your heart، حيث شبه مقدم البرنامج المشاهدة و الترفيه المفرط بالإنسان القاتل ، حيث حذف المشبه به و تركت القرينة الدالة عليه و هي القتل من خلال الاستعارة التخييلية.

☜ **أهمية أسلوب الصور البيانية في عملية الإقناع:**

ان للصور البيانية دورا مهما في عملية الاقناع بما تقدمه من تقوية و توضيح للمعنى فالبيان في اللغة هو الوضوح و الظهور و هنا وضوح للمعنى و ما يحتويه من حيل تعبيرية باستخدام الصور الجمالية بهدف ايصال المعنى للمتلقي و امتاعه بالصور الجمالية لما لهذا الامتاع من أثر في النفس و الوجدان .

☜ **الصور البديعية** : جاءت الصور البديعية متنوعة بين الطباق و الجناس و السجع .

- **الطباق**: ورد الطباق في الكثير من المواضع و من بين ما ورد في البرامج مجتمعة :

[1]– علال نوريم ، مرجع سبق ذكره ، ص 08

الكلمة	ضدها
the sky السماء	the earthالارض
paradise الجنة	hellfire النار
the rich الغني	the poor الفقير
the day النهار	the night الليل
the punishmentالعقاب	the reward الثواب
death الموت	life الحياة
the white الابيض	the black الاسود
good الخير	evil الشر
the truth الحقيقة	false-hoodالباطل
peace السلم	violence العنف
the light النور	darkness الظلام

الجناس الناقص : يطلق على الجناس في اللغة الانجليزية ب paronomasia ورد هذا الاسلوب البديعي في بعض المواضع و نذكر منه : بين الكلمتين : health / wealth كما نجده بين الكلمات :psychologies / theologies/ideologies .

السجع : ورد السجع ايضا من خلال اللغة الانجليزية الذي يعبر عنه ب assonance ،اذ نذكر منه /gambling/ drinking وايضا terrorising/terrifying بالاضافة الى extremism/terrorism.

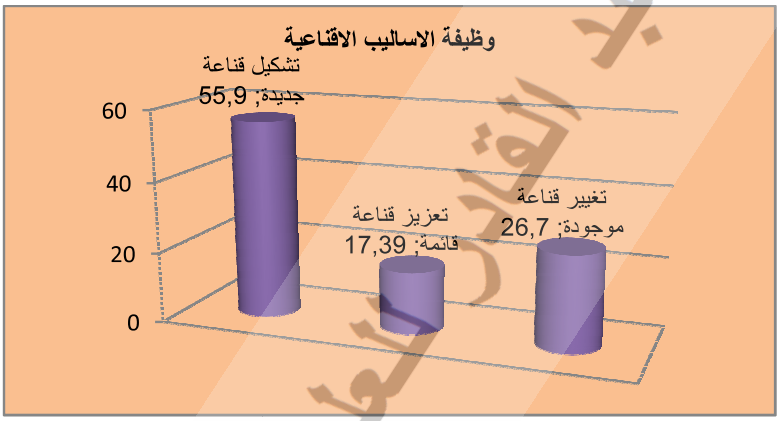
☜ أهمية أسلوب الصور البديعية في عملية الإقناع:

إن للصور البديعية أهمية في عملية الإقناع من خلال ما تضفيه من جماليات على الكلام فهذه المحسنات البديعية يراد منها اضفاء الحس الجمالي في النص ، و قد حدد البلاغيون شروطا لوضعها من خلال التلقائية و إخفاء قصد التجميل ، الملاحظ في الأمثلة المذكورة انها جاءت تلقائية تخاطب مشاعر المتلقي دون تكلف أو تصنع ما يساعد على إيصال المعنى باكثر جمالية و وضوح بهدف الإقناع و التأثير.

الجدول رقم (34)" : وظيفة الأساليب الإقناعية .

وظيفة الأساليب الإقناعية	ك	%
تشكيل قناعة جديدة	90	%55.90
تعزيز قناعة قائمة	28	%17.39
تغيير قناعة موجودة	43	%26.70
المجموع	161	%100

الشكل رقم (24) : يوضح وظيفة الأساليب الإقناعية



يوضح الجدول أعلاه و الشكل المرافق له وظيفة الأساليب الاقناعية المرتبطة بأشكال القناعات ، نلاحظ أن أعلى نسبة تحصل عليها تشكيل قناعات جديدة التي تقدر ب 55.90% ، ليليها تغيير قناعات موجودة في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 26.70% ، أما المرتبة الثالثة و الأخيرة فكانت من نصيب تعزيز قناعات موجودة التي تحصلت على نسبة 17.39%.

إن النتائج الواردة في الجدول تثير تساؤلا جديرا بالطرح مفاده : ما سبب حصول وظيفة تشكيل قناعات جديدة على المرتبة الأولى من بين الوظائف الاقناعية الأخرى ؟

يمكن تفسير هذا التفاوت في النسب بحلول وظيفة تشكيل القناعات الجديدة إلى طبيعة القناة الدعوية ، فعملية الإقناع و التأثير هنا أشبه ما تكون بالتعليم ، بحيث يصبح القائم بالإقناع

بمثابة المعلم أو الموجه الذي يحاول التعريف بمحتوى الرسالة ، و غالبا ما يرتبط هذا النوع من القناعات بالموضوعات الجديدة بالنسبة للمتلقي الذي يفتقر إلى معلومات متعلقة بالموضوع .

تعتبر وظيفة تغيير القناعة الموجودة أصعب أشكال القناعات ، حيث تتطلب جهدا مضاعفا و كبيرا من القائم لعملية الإقناع ، يرجع عامل الصعوبة إلى مقاومة المتلقي للرسالة ، ما يحتم على المرسل الربط بين الفكرة المستهدفة و بعض أشكال المعتقدات و الأفكار التي يتبناها مستقبل الرسالة.

أما وظيفة تعزيز القناعة القائمة فترتبط أساسا باتجاهات فعلية إزاء موضوع الإقناع ، في هذه الحالة يقوم المرسل بتدعيم هذا الإتجاه أو السلوك الحالي طالما أنه يتفق مع الهدف الإقناعي للرسالة.

☜ أبعاد أساليب الاقناع في قناة الهدى:

يرتبط استخدام الاساليب الاقناعية في قناة الهدى بعدة أبعاد لها أهميتها في تحقيق أهداف الرسالة الإقناعية ، يمكن تلخيص أهم هذه الأبعاد في مايلي :

1–البعد الديني:

حظي هذا البعد باهتمام كبير في قناة الهدى الناطقة باللغة الإنجليزية باعتبارها قناة دينية إسلامية بالأساس . فالدين له أهمية قصوى في إصلاح الأحوال و تحقيق المنافع الدنيوية و الأخروية فهو الوضع الإلهي الذي شرعه الله لعباده فهو إعتقاد و نطق و عمل ، إلا أن إقناع المخاطبين بهذا البعد ليس بالأمر اليسير لهذا عمد الفاعلون في القناة إلى تجنيد كافة الأساليب النقلية خاصة الشرعية بالنسبة للمسلمين في الأمور الشرعية و العقدية التي يحتاج المسلم لفهمها ، بالإضافة إلى وسائل الترغيب و الترهيب لتحقيق فعالية أكبر للرسالة بالإضافة إلى وسائل المنطق و الإستمالات العاطفية لإقناغ غير المسلمين .

2– البعد الإجتماعي:

لقد كان هذا البعد حاضرا في عملية الإقناع بالقناة من خلال التركيز على المشكلات الإجتماعية و محاولة إيجاد الحلول لها انطلاقا من المنظور الإسلامي باستخدام مختلف أساليب

الإقناع المتاحة من الأمثلة الواقعية و الإحصائيات بالإضافة إلى الإستدلال بالمنطق بالترغيب و الترهيب بهدف إصلاح الفرد و المجتمع.

3– البعد النفسي:

لقي هذا البعد بجانب معتبر من البرامج إنطلاقا من أساليب الإقناع التي تخاطب الوجدان خاصة من خلال أسلوب الحاجات التي ينشدها المتلقي ، في محاولة لها بعدها الإسلامي لايجاد حلول للمشكلات النفسية التي يعاني منها الناس ، غير أن التركيز في هذا الجانب كان على الفرد الغربي الذي يعاني فراغا روحيا رغم الإشباعات المادية المتاحة.

4– البعد الحضاري:

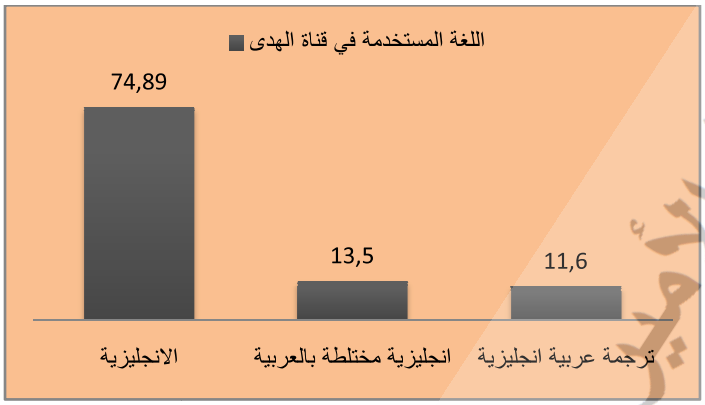
إرتبطت الأساليب الاقناعية المستخدمة في قناة الهدى بالبعد الحضاري للإسلام الذي لا يمكن غض الطرف عن أهميته .كان الهدف من هذا البعد زرع القناعة لدى المتلقي بأن للإسلام دور هام في سير عجلة التاريخ و مختلف العلوم فلا يمكن بذلك انكار دوره الحضاري في الماضي فهذا البعد يشحن الهمم لاستعادة مجد الأمة الإسلامية التي تقوم بروح الدين ،فهذا مالك بن نبي يقول :"فإن قوة التركيب لعناصر الحضارة خالدة في جوهر الدين "[1]. يعني هذا أن العودة لصناعة الحضارة يكون بالعودة إلى الذات الإسلامية ،و تفنيد ما يروج ضد الإسلام من شبهات باستخدام الشواهد التاريخية خاصة .

الجدول رقم (35) : اللغة المستخدمة في قناة الهدى

اللغة المستخدمة	ك	%
الانجليزية المحضة	710	%74.89
انجليزية مختلطة بالعربية	128	%13.50
ترجمة عربية انجليزية	110	%11.60
المجموع	**948**	**%100**

[1]– مالك بن نبي، شروط النهضة ، الطبعة التاسعة ، دمشق ، دار الفكر ، 2009 ،ص 65 .

الشكل رقم (25): اللغة المستخدمة في قناة الهدى



يتضح من الجدول أن اللغة الانجليزية المحضة هي الحائزة على المرتبة الأولى بنسبة 74.89% و بعدد 710 تكرارا ، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب الانجليزية المختلطة بالعربية بنسبة بلغت 13.50% و بعدد 128 تكرارا ،لتأتي الترجمة الانجليزية العربية في المرتبة الاخيرة بنسبة 11.60% و بلغ عدد تكراراتها 110 تكرارا.

إن النتيجة التي تحصلنا تشير إلى بعض المعطيات المهمة و هي :

إن حصول اللغة الإنجليزية على المرتبة الأولى لا يثير تساؤلات لأن قناة الهدى أصلا ناطقة باللغة الانجليزية و موجهة للناطقين بغير العربية من المسلمين و غير المسلمين .

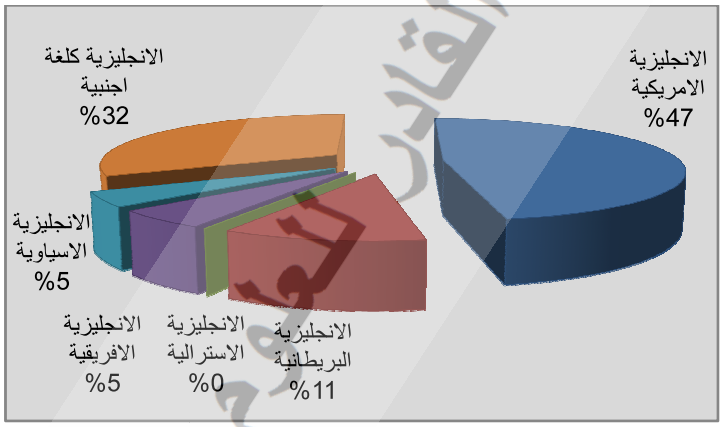
إن حصول الإنجليزية المختلطة بالعربية على المرتبة الثانية يدل على أن البرامج تتعمد استخدام اللغة العربية خاصة في المواضيع المتعلقة بالمسلمين الناطقين بغير العربية ،لأنهم بحاجة الى تعلم المصطلحات الإسلامية الخاصة بالامور الشرعية و التي تهمهم باللغة العربية .

أما الترجمة من اللغة العربية إلى الانجليزية تدل على أن القناة مهتمة بنقل المعاني الواردة في الدين الاسلامي باللغة العربية و ترجمتها إلى اللغة الإنجليزية، ليتمكن المتلقي من المسلمين من فهم معاني الآيات و الآحاديث النبوية بالاضافة إلى المصطلحات ، و الأمر كذلك بالنسبة لغير المسلمين خاصة في البلدان الغربية أين يساء فهم النصوص الشرعية من ثم تحريفها عن غرضها الحقيقي، بهدف تشويهه لتنفير غير المسلمين من الإسلام ، فهذه الترجمة تساعد على تقريب المعنى و تفسيرها و تصحيح الشبهات التي تثار حول الإسلام.

جدول رقم (36) توزيع اشكال اللغة الانجليزية

أشكال اللغة الانجليزية	ك	%
الانجليزية الأمريكية(American English)	335	%47,18
الانجليزية البريطانية (British English)	78	%10,98
الانجليزية الاسترالية(Australian English)	00	%00
الانجليزية الإفريقية (African English)	39	%05,49
الانجليزية الاسياوية(Asian English)	32	%04,50
الانجليزية كلغة اجنبية(English as foreign language)	226	%31,83
المجموع	**710**	**%100**

الشكل رقم (26) :اشكال اللغة الانجليزية المستخدمة



نلاحظ في الجدول أعلاه ان اللغة الانجلزية الأمريكية قد تحصلت على المرتبة الأولى بنسبة 47.18% ، و جاءت اللغة الانجليزية الاسترالية في الرتبة الاخيرة بنسبة 00% ، اما المرتبة الثانية فعادت للغة الإنجليزية كلغة أجنبية بنسبة 31.83 ، أما المرتبة الثالثة فعادت للإنجليزية البريطانية بنسبة 10.98 لتأتي الإنجليزية الإفريقية في المرتبة الرابعة بنسبة 05.49% أما المرتبة ماقبل الاخيرة فكانت من نصيب الإنجليزية الآسياوية بنسبة 04.50%

إن سبب حصول الإنجليزية الامريكية على المرتبة الأولى يعود إلى أن برنامجي **Let's Talk** و **The Deenshow** يقدمه منشطين أمريكيين ، و أغلب الضيوف في البرامج من الولايات المتحدة الامريكية ، اما اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية التي تحصلت على المرتبة الثانية فيعود إلى كون مقدم برنامج الفتاوى **Ask Huda** من جنسية مصرية ، كما أن العديد من الضيوف من جنسيات مختلفة من العالم و لا يتحدثون اللغة الانجليزية كما يفعل ناطقوها الأصليون ، فيما يخص الانجليزية البريطانية التي حلت في المركز الثالث فيرجع الى استضافة القناة بعض الشخصيات من بريطانيا ، في حين الانجليزية الإفريقية التي جاءت في المركز الرابع فاقتصرت على بعض المشاركين في البرامج من دول افريقية لغتها الرسمية الانجليزية مثل نيجيريا و جنوب افريقيا ، و ضيف واحد في برنامج **Let's Talk** ، أما الآسياوية التي حلت في المرتبة الخامسة فوردت من خلال مشاركة بعض الآسياويين في البرامج إما لطرح الاسئلة أو للمشاركة في البرامج.

3-5 نتائج الدراسة التحليلية للمضمون

توصلت الدراسة التحليلية لمضمون قناة الهدى إلى النتائج التالية:

- تنوعت المواضيع التي تعالجها قناة الهدى بهدف تلبية حاجات المتلقي المعرفية التي تضم مختلف المجالات ، غير أنها ركزت خلال فترة الدراسة على المواضيع التشريعية المتعلقة بالعبادات ،المعاملات و الحدود ، إذ تعد من أكثر المواضيع التي تشغل المسلمين .

- تباينت نسب توزيع المواضيع على برامج العينة ، و هذا ينصب ضمن تخصص كل برنامج بمجال معين ، غير أن ذلك لم يمنع من وجود شمولية و انفتاح في الطرح و عدم الانحباس في مجال محدد .

- تخاطب قناة الهدى جمهورا متنوعا من المسلمين و غير المسلمين ، انطلاقا من عالمية الرسالة الإسلامية التي لا تختص بأقوام بعينهم بل هي تستغرق في خطابها الناس كافة ، غير أن قناة الهدى تركز في خطابها على المسلمين بدرجة أكبر ، و هذا ربما يدعوها في المستقبل إلى توسيع دائرتها بالنسبة لمخاطبة غير المسلمين بهدف تعريفهم بهذا الدين و الدفاع عنه في ظل حملات التشويه.

- تستخدم قناة الهدى أساليب الإقناع العقلية و العاطفية بما يكفل تحقيق أهداف الرسالة الاقناعية.

• أثبتت الدراسة أن قناة الهدى تستخدم الأساليب الإقناعية العقلية أكثر من العاطفية لعدة اعتبارات تعود إلى مكانة العقل في الإسلام الذي به ميزنا الله عن سائر المخلوقات ، إضافة إلى تباين الجمهور المتلقي ، و نحن نعلم أن المتلقي خاصة الغربي يؤمن بما يؤشر عليه العقل و المنطق أكثر من العاطفة التي قد تغيب على الإنسان فرصة معرفة الحقيقة.

• تسجل الدراسة تفوق النقل العام على النقل الخاص ، يعود ذلك أيضا إلى تباين الجمهور المتلقي للرسالة خاصة من غير المسلمين الذين يصعب استمالتهم بالنقل الخاص المتمثل في القرآن و السنة ، و بهذا يثبت أهمية النقل العام في عملية اقناع جمهور متباين.

• تفوق النص القرآني على السنة النبوية الشريفة ضمن النقل الخاص ، فالقرآن الكريم هو المصدر الأول في الإسلام و فيه من الإعجاز البياني و العلمي ما يمنحه صفة القطعية و انتفاء الشك حوله.

• نسجل من خلال الدراسة تفوق الأمثلة الواقعية و الشواهد التاريخية ضمن النقل العام لارتباط الواقع و الماضي بحياة الجمهور ، إذ يمكن إسقاطها في شحن المواضيع و زيادة جرعات الفاعلية للرسالة الإقناعية.

• إحتل أسلوب التكرار الصدارة ضمن الاستدلال بالعقل ، فهو بذلك من أكثر الأساليب إقناعا و تأثيرا ، أي مرتبط بالمتلقي من خلال ترسيخ الفكرة أو الرسالة و تثبيتها في ذهنه دون أن يحدث ذلك الإطناب أو الملل ، فهو من الناحية اللسانية ظاهرة لغوية لها أبعادها العقلية و المنطقية ، و بهدف البعد عن الملل بالتكرار سجلنا حضورا لشكلين منه هما : التكرار التام و الجزئي ، فهذا إستخدام ذكي من قبل الفاعلين لإبعاد الإطناب عن الرسالة الإقناعية .

• كان للمنطق حضورا قويا في عملية الإقناع فهو علم و فن يستهدف إقناع المخاطب بما يوافق عليه العقل ، لقد حاول الفاعلون تطويعه بما يخدم الإسلام و يقرب المعاني خاصة إلى غير المسلمين و قد اشتمل المنطق أساليب الاستقراء ، القياس و التمثيل ، تساعد هذه الأساليب على الوصول إلى المعرفة اليقينية انطلاقا من مقدمات صادقة و التي أدت بالضرورة إلى نتائج كلية قطعية.

• نرصد من خلال الدراسة إستخدام القناة لاسلوب الاسفهام التقريري في النص السمعي البصري حيث تكمن أهميته في صرف المخاطب إلى الأمر المستفهم عنه عبر حصول صورة في الذهن ، يمكن أن نطلق عليه المنبه الذي ينتظر الاستجابة في عملية الإشراط الذهنية.

• لم نسجل حضورا قويا لأسلوب الجدل بالتي هي أحسن لعدم توفر مواقف للمناظرة و الحجاج وجها لوجه بين طرفين ، غير أن ذلك لم يمنع من ظهوره بما يعكس سماحة الإسلام بما يحقق الوصول إلى الحقيقة دون اللجوء إلى أساليب تقلل من شان المجادل .

• تفطن الفاعلون إلى اعتماد التعريف الذي يقدم القول الشارح كأسلوب يحقق أهداف عملية الإقناع ، بالإضافة إلى أسلوب تفنيد وجهة النظر الأخرى كأسلوب عقلي ينفي حجج الطرف الآخر ببيان ضعفها .

• إتبع القائمون بعملية الإقناع في قناة الهدى على تقديم شتى جوانب الموضوع محل النقاش من خلال أسلوب عرض جانب واحد أو الجانبين المؤيد و المعارض الذي حصل على الأفضلية ليجعل من الرسالة أكثر حيادية ، و حماية أيضا للمؤيد من الدعاية المضادة.

• إستخدمت قناة الهدى أساليب عاطفية متنوعة تعكس حرص القناة على إيصال رسالتها بكافة السبل المتاحة و المشروعة ، و قد تحصلت الأساليب اللغوية و البلاغية على مركز الصدارة ضمنها .

• إفتك الأسلوب الإنشائي الأفضلية في الأساليب اللغوية و البلاغية التي تضم الأسلوب الخبري و الصور البديعية و البيانية.

• تفوق أسلوب الترغيب على الترهيب من خلال النسب التي تحصلنا عليها إنطلاقا من مبدأ تقديم البشارة على النذارة .

• تصدر أسلوب الوعد ضمن الترغيب بما يحقق جذب المتلقي إلى الثواب الدنيوي و الأخروي ، كما تصدر أسلوب الوعيد قائمة أساليب الترهيب لتخويف النفس بما ينتظر العاصي من عذاب في الحياة الدنيا و الآخرة.

• لم يظهر أسلوب الاستعطاف إلا في حالات نادرة ، ربما يعود ذلك إلى ارتباط هذا الأسلوب بالدعاية من حيث الأصل باعتبار قناة الهدة قناة إسلامية دعوية و ليست دعائية ، أو لعدم حاجة القناة إلى هذا الأسلوب لوجود أساليب أقوى منه.

- إرتبطت أساليب الإقناع بالحاجات و الدوافع التي ينشدها الإنسان و يسعى لتحقيقها ، بالإضافة إلى غريزة القطيع التي يسير المخاطب في فلكها باعتبار الإنسان كائنا اجتماعيا يسير وفق ما تكون عليه الجماعة في المجتمع.

- إرتبطت أساليب الإقناع في قناة الهدى بثلاثة أشكال من الوظائف هي : تشكيل قناعة جديدة ، تعزيز قناعة قائمة و تغيير قناعة موجودة ، و قد كانت الأفضلية لتشكيل قناعة جديدة باعتبار المرسل موجِها غالبا ما ترتبط رسالته بمواضيع جديدة أو يفتقر إلى معرفتها المتلقي.

- نرصد من خلال الدراسة مجموعة من الأبعاد المتعلقة بأساليب الإقناع هي : الأبعاد الدينية، الإجتماعية ، النفسية و الحضارية.

- تنوعت اللغة المستخدمة في قناة الهدى رغم أنها ناطقة أصلا باللغة الانجليزية ، تتمثل في الانجليزية المختلطة بالعربية و الترجمة عربية انجليزية ، هذا يعكس حرص القناة على إيصال الرسالة و تقريب المعاني بكافة السبل و أيسرها.

- كان للغة الإنجليزية الأمريكية نصيب الاسد في توزيع النسب ، يرجع ذلك إلى الفاعلين الذين يستخدمون هذا الشكل فالكثير منهم من الولايات المتحدة الامريكية.

- كنتيجة لما تم عرضه ، إن قناة الهدى رغم الإمكانيات القليلة المتاحة لها بالمقارنة مع غيرها من القنوات ، تسعى من خلال الفاعلين فيها إلى إيصال الخطاب الإسلامي بمختلف الأساليب إنطلاقا من المنهج الاسلامي بالحكمة و الموعظة الحسنة و الجدل بالتي هي أحسن.

ما يمكن أن نستخلصه في الأخير أنه لا يمكن الفصل بين العقل و العاطفة في عملية الإقناع بمختلف أساليبها ، فهما يشكلان كيان الإنسان فما نعتقد أحيانا أنه اسلوب عقلي قد يفيد في مخاطبة الوجدان ، كما لاحظنا أن الاقناع عملية معقدة تتظافر فيها كافة الآليات و العلوم و الوسائل الكفيلة بإنجاح أهدا ف الرسالة .

الفصل الرابع:

الأساليب الإقناعية في قناة الهدى

-دراسة تحليلية للصورة-

تمهيد

4-1 المقاربة السيميولوجية لبرنامج Ask Huda

4-2 المقاربة السيميولوجية لبرنامج Let's Talk

4-3 المقاربة السيميولوجية لبرنامج The Deenshow

4-4 المقاربة السيميولوجية للصور الفوتوغرافية

4-5 نتائج الدراسة السيميولوجية

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

تمهيد :

مما لا شك فيه أننا نعيش عصر الصورة التي أصبحت اليوم أكثر بلاغة و قدرة على إيصال المعاني ، فقد تعجز اللغة اللفظية عن التعبير و إحداث التأثير المطلوب ، لتكون الصورة العنصر البارز باعتبارها لغة تحمل في ثناياها كما هائلا من المدلولات القادرة على جذب المتلقي و استمالته عقليا و عاطفيا بما يحقق أهداف الرسالة الإقناعية.

يختص هذا الفصل بدراسة أساليب الإقناع في قناة الهدى من خلال التحليل السيميولوجي للصورة بالاعتماد على مقاربة رولان بارث ، باعتبارها / الصورة كيانا متدفقا من المعاني و الرموز يحمل أبعادا سيكولوجية ، ثقافية ، اجتماعية و معرفية .

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

ترتبط هذه الدراسة بالصورة بوصفها نظاما علاماتيا يندرج تحتها العديد من المدلولات ، إذ تساهم في تمثيل الواقع المدرك .

تعرف الصورة على أنها :" كل تقليد تمثيلي مجسد أو تعبير بصري معاد ، و هي معطى حسي للعضو البصري حسب ، أي إدراكا مباشرا للعالم الخارجي في مظهره المضيء "[1] ، و ما تطرحه الصورة في هذا المجال هو اعتبارها لغة بوصفها علامة أيقونية فهذا Christian Metz يعتبر الرسالة البصرية مثل الكلمات ، إذ تحمل في طياتها معان عديدة .

ان التحليل السيميولوجي في هذه الدراسة ينطلق من مقاربة Roland Barthes الذي درس بلاغة الصورة ، و قد حدد في ابحاثه ثلاث مستويات لفهم الصورة الاشهارية و هي : المستوى اللغوي ، المستوى التعييني ، و المستوى التضميني ، و قد استعار بارث مفهومي التعيين و التضمين من عالم اللسانيات الدانماركي Hyelmslev الذي ينتسب لمدرسة براغ Prague School .

1- <u>المستوى التعييني</u> (الدال) : يشكل هذا المستوى الانطباع الأولي عن الصورة محل الدراسة ، اي " انه القراءة السطحية و الاولية للرسالة "[2] ، فهو بذلك يمثل الدال الذي يؤشر على مدلولات رمزية.

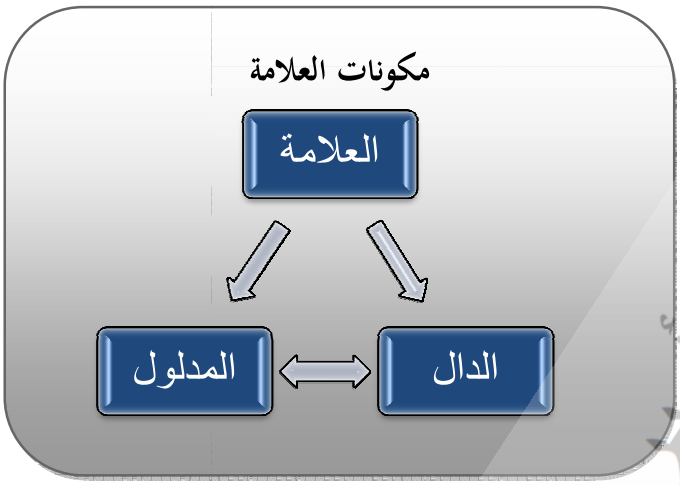
2- <u>المستوى التضميني</u> (المدلول): يعتبر هذا المستوى القراءة المتأنية و المعمقة لما بين سطور الصورة ، من خلال استخراج المدلولات و التأويلات و الإيحاءات التي تحملها .

تتميز الصورة في منظور بارث باستقلالية بنيوية لها عناصر مرتبطة بما هو جمالي و أيديولوجي تفتح المجال في المستوى التضميني أمام القراءات و التأويلات في ضوء المخيال الثقافي .

يعتمد التحليل السيميولوجي للعلامة من المنظور البارثي على عنصرين أساسين مرتبطين أساسا بما جاء به دي سوسير من خلال الدال و المدلول كما تبين الخطاطة التالية:

[1]– قدور عبد الله ثاني ، سيميائية الصورة ، د ط ، وهران ،دار الغرب للنشر و التوزيع ، 2005 ،ص 131

[2]– رضوان بلخيري ،سيميولوجيا الصورة بين النظرية و التطبيق، ط 1 ،الجزائر ، دار قرطبة ، 2012 ، ص 53 .



إن الاعتماد على الطريقة البارثية في التحليل أمر في غاية الأهمية ، إلا انه من الناحية المنهجية قد لا يوفر عناصر التحليل اللازمة نظرا لخصوصية الدراسة السمعية البصرية ، " فالصور التي أمامنا متحركة تتدفق بسرعة كبيرة ، لذا كان من اللازم الاعتماد على طريقة تحليل هذه الأخيرة تعني تجزئة الفيلم إلى مكوناته الأساسية ثم إعادة بنائه لأهداف تخدم التحليل"[1] ، و يعني ذلك تجزئة الصورة و تقسيمها من خلال التقطيع التقني للفيلم إلى مجموعة من اللقطات لتسهيل عملية القراءة السطحية و التأويلية في ذات الوقت.

يتحدد المستوى التعييني في هذه المقاربة السيميولوجية من خلال ما يلي:

- تحديد نوع اللقطة.
- تحديد زاوية التصوير .
- تحديد حركة الكامرا.

أما المستوى التضميني فيشتمل على ما يلي :

- دلالة الشخصيات الظاهرة من حيث السن، الجنس، الشكل، اللباس.
- دلالات الألوان.
- دلالات الديكور و مكان التصوير .
- دلالات الإضاءة.

[1]- فايزة يخلف ، خصوصية الاشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي ،دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الاشهارية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الجزائر ، 2005/2004

إن التحليل السيميولوجي للبرامج الثلاثة لن يتم على كل اللقطات الواردة بها ، لأن ذلك أمر في غاية الصعوبة و يحتاج إلى زمن و جهد أكبر ، و على هذا تم اختيار مجموعة من اللقطات الأكثر جاذبية ، و من ثم تحليلها تحليلا سيميائيا تعيينيا ثم تضمينيا .

وحدة العد و القياس : إن الوحدة التي سيتم الاعتماد عليها في العد و القياس هي وحدة اللقطة التي تعد الأنسب في الدراسة التي نحن بصددها ، من خلال تقسيم المحتوى إلى لقطات يتم حسابها وفق ما يخدم إشكالية الدراسة و أهدافها.

تسمح لنا المقاربة السيميولوجية من المنظور البارثي من فتح المجال للقراءات المتعددة للنص السمعي البصري أي تأويل العلامات في الصورة بكافة تمظهراتها ، و هذا ما عبر عنه بارث في الإتجاه اللساني بموت المؤلف أي أن مؤلف الصورة السمعية البصرية في مجال الإعلام هنا يموت و ينتهي بعد أن يحيا المشاهد أو الباحث السيميائي في هذا المقام الذي حل محل المؤلف ، إذ أن سيادة المؤلف تنتهي بمجرد الانتهاء من الإنتاج أو بث الصورة ، و هذا ما يسمى بلحظة تفجير أو ولادة الدلالة .

1-4 المقاربة السيميولوجية لبرنامج Ask Huda

أولا : الدراسة الشكلية (المستوى التعييني):

التاريخ	مكان التصوير	رقم اللقطة	مدة اللقطة	نوع اللقطة	زاوية التصوير	حركة الكاميرا	وصف ما يبدو في الصورة
/11/4 2012	داخلي	01	05 ثا	عامة	عادية	تنقل أمامي	الشيخ ينظر إلى الكاميرا ليبدأ تقديم البرنامج .
/11/4 2012	داخلي	02	3د و 44 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يبدأ الشيخ البرنامج مبتسما و يستقبل المشاهدين ثم يستهل الحديث عن الموضوع و يحرك يديه.
/11/04 2012	داخلي	03	20 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	الشيخ يتحدث عن الموضوع و يحرك يديه لشرح الموضوع، و يحرك السبابة للتحذير من شيء ما.
/11/04 2012	داخلي	04	18 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	الشيخ يستقبل مكالمة هاتفية من احد السائلين مبتسما ، و يستمع إلى سؤاله باهتمام
/11/04 2012	داخلي	05	16 ثا	عامة	غطسية	ثابتة	الشيخ يستمع إلى السائل عبر الهاتف بكل اهتمام ليتمكن من إجابته.
/11/04 2012	داخلي	06	13 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يشرح الدكتور الموضوع مستخدما لغة جسده ،إذ يحرك يديه و يرفعهما ، و

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

							يحرك عينيه
11/04/ 2012	داخلي	07	35 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	الشيخ يشرح الموضوع ، و علامات التعجب بادية على وجهه ، إذ يستغرب من شيء ما مبتسما ، ثم يرفع يديه للدعاء.
11/04/ 2012	داخلي	08	10 ثا	عامة	عادية	ثابتة	الشيخ يتكلم و ينظر إلى ورقة أمامه فيها ملاحظاته.
11/04/ 2012	داخلي	09	21 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	الشيخ محمد صلاح يتكلم و يحرك يده اليسرى و يرفعها ثم ينظر إلى يساره ، ثم يرفع إصبعه السبابة من اليد اليمنى و كأنه يحذر من شيء ما.
11/04/ 2012	داخلي	10	4 ثا	عامة	عادية	ثابتة	الشيخ يتكلم و يحمل قلما ، ثم ينظر إلى ورقة أمامه و يحرك يده اليمنى.
11/27/ 2012	داخلي	11	27 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	الشيخ يتكلم و يحرك يده اليسرى و يرفعها ، ثم يحرك يديه و يضع يده اليسرى على الطاولة، ليكمل شرح الموضوع محركا أصبعه السبابة من اليد اليسرى.
11/27/ 2012	داخلي	12	26 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	الشيخ يرفع يديه و يحركهما لشرح الموضوع للسائل، ثم يحرك يده اليمنى
11/27/ 2012	داخلي	13	27 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يحمل الشيخ قلما ، و يكتب على الورقة و يستمع إلى المتصلة ، ثم يكتب سؤالها على الورقة.

11/27/ 2012	داخلي	14	1 د و 1 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	الشيخ يحمل القلم بيده اليمنى ، و يضع يده اليسرى على الورقة ، و يستمع إلى سؤال احد المشاهدات ، ثم يتحدث مع السائلة مطأطئا رأسه ، ثم يرفعه ، و يشرح الموضوع برفع يده اليمنى، ثم يحرك يده اليسرى .
11/27/ 2012	داخلي	15	1 د و 15 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	يتكلم الدكتور مع المشاهدين مجيبا أحد السائلين و رفع يديه ،ثم يحرك يده اليسرى التي يضعها على المكتب ، و يحرك رأسه . بعد ذلك يقوم بالعد بيده اليمنى ، ثم يجمع يديه ، ويحرك يديه على المكتب من الجهة اليمنى إلى الجهة اليسرى ، و يقوم بالعد باليد اليسرى التي ينفي بها و يبعد بها أمرا ما ، ثم يحمل القلم و يكتب على الورقة استجابة لأحد المشاهدين.
11/27/ 2012	داخلي	16	1 د و 8 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	الشيخ يستمع لسؤال أحد المتصلين و يطأطيء رأسه ، و يحمل القلم بيده اليمنى ، ثم يرفع رأسه و يتكلم مع المتصل بعد ذلك يرفع يديه عن الطاولة و يفتح ذراعيه ثم يشرح الموضوع و يحرك يده اليسرى و يرفعها ، ثم يضع كفيه على سطح المكتب .
11/27/ 2012	داخلي	17	9 ثا	عامة	عادية	ثابتة	الشيخ يتكلم ، و يجمع يديه و يضعهما على المكتب .

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

/11/27 2012	داخلي	18	36 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	الشيخ يتكلم و يضع يديه على المكتب و يعد باليد اليسرى.
/11/27 2012	داخلي	19	28 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	الشيخ يبتسم مرحبا بالمشاهدين و يضع كفه الأيمن على يده اليسرى على سطح المكتب ، ثم يقرا من الورقة التي يكتب فيها انشغالات المشاهدين .
	داخلي	20	6 ثا	عامة	عادية	ثابتة	الشيخ يتكلم و يرفع ذراعه السيرى.
/12/04 2012	داخلي	21	4 ثا	عامة	عادية	تنقل أمامي	الشيخ يجلس على المكتب مستعدا لبدء تقديم البرنامج
/12/04 2012	داخلي	22	06 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	الشيخ يستمع إلى سؤال أحد المتصلين بتركيز و يجمع يديه و يضعهما على المكتب ثم يكتب السؤال على الورقة أمامه.
/12/04 2012	داخلي	23	49 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	الشيخ يتكلم و يحرك رأسه و يده اليمنى من اليمين إلى اليسار ، ثم يحمل القلم و يوجه نظره إلى الورقة أمامه ، ثم يستمر في الكلام.
/12/04 2012	داخلي	24	1 د و 30 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	الشيخ يتكلم و يرفع يده اليمنى ثم السبابة للتحذير أو الإنذار من أمر ما و يجمع حاجبيه مشيرا بسبابة اليد اليمنى إلى صدره ، ثم يرفع يديه و يخاطب بهما المشاهد ، ثم يستعمل يده اليسرى للقسم

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

							ثم يضع يديه على المكتب بعد ذلك يرفع يديه لتمني شيء ما كما ينفي بسبابة اليد اليسرى، و يستمر بالكلام بإطباق يديه مبتسما.
12/04/ 2012	داخلي	25	31 ثا	لقطة قريبة	عادية	ثابتة	الشيخ يتكلم و يرفع حاجبيه متأثرا ثم يبتسم و يحرك رأسه .
12/04/ 2012	داخلي	26	10 ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	الشيخ يعد بأصابع اليد اليمنى من واحد إلى ثلاثة ، ثم يعيد العد مرة أخرى .
12/04/ 2012	داخلي	27	1 د و 48 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يتحدث الشيخ مبتسما و يجمع كفيه و يحرك ظهره إلى الخلف واضعا كفيه على المكتب ثم يحمل القلم و ينقله من اليسار إلى اليمين ، في نفس الوقت يرفع عينيه إلى الأعلى من الجهة اليمنى.
12/04/ 2012	داخلي	28	5 ثا	عامة	عادية	ثابتة	الشيخ يتكلم و يرفع ذراعه اليسرى.
12/04/ 2012	داخلي	29	2 د و 44 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	الشيخ يستمر في شرح الموضوع بأصبع الوسطى و السبابة من اليد اليسرى بالإشارة إلى العدد اثنان ، و يشير بيده إلى فمه ، و يبتسم مستغربا ، و ينفي بيده اليسرى ، ثم يرفع يده اليمنى و يشير بها إلى كيفية رمي شيء ما ، و يشير بيده اليسرى إلى عقله ، و يبدأ بالعد بيده اليسرى ، ثم يرفع يديه و عينيه إلى الأعلى للدعاء ثم ينظر إلى الورقة حاملا القلم و

							يحذر بسبابة اليد اليسرى
12/04/ 2012	داخلي	30	9 ثا	عامة	عادية	ثابتة	الشيخ يستمع إلى سؤال احد المشاهدات باهتمام .
12/11/ 2012	داخلي	31	28	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	يتكلم الدكتور و يجمع يديه ثم يفرقهما .
12/11/ 2012	داخلي	32	8ثا	عامة	عادية	ثابتة	الشيخ يستمع إلى اتصال احد المشاهدين ثم يجيبه عن سؤاله.
12/11/ 2012	داخلي	33	1د و 33 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يتحدث الشيخ مع المشاهدين بيده اليمنى قلم ، ثم بدأ بالعد باليد اليسرى في نفس الوقت يرفع حاجبيه إلى الأعلى و يستمر بشرح الموضوع مستعملا يده اليسرى ثم يبتسم .
12/11/ 2012	داخلي	34	16 ثا	عامة	عادية	ثابتة	الشيخ يستمع إلى سؤال أحد المتصلين ، ثم يتكلم معه ، و يكتب على الورقة .
12/11/ 2012	داخلي	35	41 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	الشيخ يشرح الموضوع رافعا ذراعيه و يحركا رأسه و يديه من اليمين إلى اليسار ثم يبتسم و يشير بإبهامه الأيسر إلى اليسار ، ثم يتجه بيديه إلى اليمين مبتسما.
12/11/ 2012	داخلي	36	2 ثا	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	الشيخ يعد باليد اليمنى على أصابع اليد اليسرى .
12/11/ 2012	داخلي	37	2 د و 26	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	الشيخ يستمع لانشغال احد المشاهدين بتعجب و يضع يده اليسرى على خده ، تبدو عليه علامات الغضب و التعجب

				ثا			مما يسمع ، ثم يرفع أصبع السبابة لليد اليسرى و يشير به و كأنه يحذر من شيء ما ، ثم يتكلم مع المتصل و يضع يديه على المكتب و يحمل القلم و يشير بيده اليمنى إلى الورقة ثم ينفي بسبابة اليد اليمنى.
12/11/ 2012	داخلي	38	1 د و 58 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	الشيخ يشرح الموضوع و تبدو عليه علامات الغضب و التعجب و يضرب كفيه ثم يحمل القلم ، بعد ذلك وضع يديه على صدره .
12/11/ 2012	داخلي	39	5 د و 31 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	الشيخ يبتسم و يرحب بالمشاهدين مرة أخرى ثم يقرا من الورقة سؤال احد المشاهدين و ثم يجيب على السؤال محركا يده اليسرى و رأسه ثم يحمل القلم و يكتب على الورقة و يستمع إلى سؤال احد المتصلين بالهاتف و يبدأ بالإجابة ، ثم يحرك يديه من اليمين إلى اليسار.
12/11/ 2012	داخلي	40	1د و 20 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	يجيب الشيخ على الأسئلة بهدوء و يضع يديه على المكتب ،ثم يرفع ذراعه الأيمن قليلا ، ثم يرفع ذراعية و ينزلهما.
01/8/ 2013	داخلي	41	4 ثا	عامة	عادية	تنقل امامي	الشيخ جالس على المكتب و ينظر إلى جهاز Ipad
01/8/ 2013	داخلي	42	2د و 1 ثا	مقربة حتى	عادية	ثابتة	يبتسم الدكتور و يقرأ سؤال أحد المشاهدين و يجيب عليه مشيرا بكفيه

			الصدر				يمينا و شمالا ، ثم يشير بيديه إلى منكبيه ثم ينظر بعينيه إلى الأعلى .
01/8/ 2013	داخلي	43	عامة	12 ثا	عادية	ثابتة	الشيخ يتحدث و ينظر إلى الورقة و Ipad ، و يحمل القلم مشيرا بسبابة اليد اليمنى.
01/8/ 2013	داخلي	44	عامة	29 ثا	عادية	ثابتة	الشيخ يستمع إلى احد المتصلات و يحمل القلم و يكتب على الورقة ثم يستمر في الاستماع إليها.
01/8/ 2013	داخلي	45	مقربة حتى الخصر	1 د و 1 ثا	عادية	ثابتة	الشيخ يتحدث ، ثم يستمر في الاستماع إلى انشغال احد المشاهدات غبر الهاتف، و يحمل القلم و يكتب ، ثم يستقبل اتصالا و يستمع إلى السؤال ، و يكتب الانشغال
01/8/ 2013	داخلي	46	عامة	20 ثا	عادية	ثابتة	الشيخ يستمع إلى الاتصال بانتباه.
01/8/ 2013	داخلي	47	مقربة حتى الخصر	1د و 3ثا	عادية	ثابتة	يبتسم الدكتور و يجيب على انشغال المتصل و يحرك ذراعه الأيسر.
01/8/ 2013	داخلي	48	عامة	25 ثا	عادية	ثابتة	الشيخ يشرح يجيب على السؤال و يحمل القلم بيده.
01/8/ 2013	داخلي	49	مقربة حتى الخصر	41 ثا	عادية	ثابتة	يستمر الدكتور في الإجابة و يحرك يديه يمينا و شمالا ، ثم يغمض عينيه لوهلة من الزمن مبتسما ، و يقوم بالعد بأصابع يده اليسرى ، ثم يستقبل اتصالا آخر من احد

							المشاهدات ، و يكتب على الورقة.
01/8/ 2013	داخلي	50	43 ثا	عامة	عادية	ثابتة	الشيخ محمد صلاح يستمع إلى الاتصال الهاتفي ، و يكتب على الورقة.
1/20/ 2013	داخلي	51	3د	لقطة الجزء الكبير	عادية	تنقل أمامي	الشيخ يرحب بالمشاهدين ، و يقرا سؤالا من جهاز Ipad ، ثم يجيب على السؤال و يحرك رأسه و يديه.
1/20/ 2013	داخلي	52	48 ثا	عامة	عادية	ثابتة	الشيخ يشرح الموضوع و يحرك يده اليمنى.
1/20/ 2013	داخلي	53	2د و 47 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يتحدث الشيخ محركا يديه و يقرا السؤال من Ipad ، و يجيب عليه ،ثم يرفع يديه إلى الأعلى للدعاء ،ثم يشير بسبابة يده اليمنى إلى اليمين بعد ذلك يشير بيده اليمنى إلى الأعلى.
12/11/ 2012	داخلي	54	11 ثا	عامة	عادية	ثابتة	الشيخ يتحدث و ينظر الى الورقة امامه
1/20/ 2013	داخلي	55	3د و 8ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	الشيخ يتحدث و يغمض عينيه لوهلة من الزمن ،و يحرك رأسه و يرفع حاجبيه و ذراعيه إلى الأعلى ، ثم يرفع كفيه و رأسه إلى الأعلى للدعاء ، ثم يقوم بالعد بيده اليمنى بعد ذلك يحمل القلم بيده اليمنى و يبتسم ، ثم يستقبل اتصالا هاتفيا و يكتب على الورقة.
1/20/ 2013	داخلي	56	11	عامة	عادية	ثابتة	الشيخ محمد صلاح يستمع الى الاتصال

				ثا			الهاتفي ، و يتحدث إلى المتصل.
1/20/ 2013	داخلي	57	41 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يتحدث الشيخ حاملا القلم بيده و يبتسم و يمازح المتصل .
1/20/ 2013	داخلي	58	10 ثا	عامة	عادية	ثابتة	الشيخ يستمع إلى الاتصال الهاتفي بتركيز.
1/20/ 2013	داخلي	59	2د و 4ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	الشيخ يتحدث مع المتصل و يجيبه على السؤال ثم يحمل القلم و يكتب على الورقة و يرفع يديه للدعاء، ثم يستقبل اتصالا آخر.
1/20/ 2013	داخلي	60	5ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	تنقل خلفي	الشيخ جالس على المكتب ، و يبتسم مع المشاهدين .

ثانيا : الدراسة النوعية (المستوى التضميني):

1- سيميائية العنوان :

يعتبر عنوان البرنامج مفتاحا سيميائيا مهما – به يعرف البرنامج – و قد جاء العنوان بصيغة الأمر باللغة الانجليزية بالشكل التالي :**Ask Huda** بمعنى " **إسألوا الهدى** "، و بدى بلون أصفر ،و لهذا العنوان الدال مدلولين :

الأول: أن يسال المأمور القناة المسماة (الهدى) حول مختلف القضايا التي تشغل الإنسان مسلما كان أم غير مسلم.

الثاني: أن يسال المأمور الهدى أي الطريق المستقيم و الصحيح الذي لا يظل بعده السائل أبدا.

إن العنوان في هذا البرنامج يحث المشاهد على السؤال و فك ألغاز المبهمات ، من خلال استبصار الحقيقة، كما ورد العنوان جملة فعلية بسيطة لكن في ذات الوقت تحمل في ثناياها مدلولات شتى تحمل الباحث إلى العديد من القراءات .

يصاحب العنوان بعض الكلمات و الرموز المتمثلة في النقاط الثلاث (...) و علامات الاستفهام (؟) التي تفرض على الدارس السيميائي الوقوف عندها ، نظرا لأهميتها في عملية الإقناع و قد وردت هذه الكلمات جنبا إلى جنب مع العنوان و متعلقة أساسا به و هي : Ask about Quran or Jannah (إسأل حول القرآن أو الجنة أو) ، و وقد وردت هذه الكلمات باللون الرمادي.

ثم جاءت الكلمات Ask about… peace or struggle , prayer and fasting , life and death بمعنى : اسأل حول ...السلم و الصراع ، الصلاة و الصيام ، الحياة و الموت ، و وردت هذه الكلمات باللون الأبيض .

تظهر النقاط الثلاث (...) و علامة الاستفهام (؟) للدلالة على عدم النهاية ، و يرمز لها باللغة العربية ب ...الخ ، للدلالة على حيرة الإنسان الدائمة و طموحة اللامتناهي في الحصول على المعرفة ، خاصة السؤال عن أسرار هذا الكون و عجائبه ، و عن خالقه الذي أبدع في صنعه ، بالإضافة إلى الغاية من الوجود ، ناهيك عن رغبة الإنسان المسلم في السؤال عن أمور دينه .

الصورة رقم (01) : عنوان برنامج Ask Huda



2- الشخصيات:

تعد الشخصيات عنصرا أساسيا في الصورة ، فهي المسؤولة عن إنتاج الأحداث و تحريك الزمن ، فهي من الناحية السميولوجية نسق علاماتي يحمل في ثناياه العديد من المدلولات التي يمكن ملاحظتها و استنتاجها ، كما أن لهذه الشخصيات أبعاد عدة لابد من رصدها.

برز في هذا البرنامج على امتداد حلقاته شخصية واحدة و هي الشيخ الدكتور محمد صلاح كما يبدو في الصورة رجل في مرحلة بين الشباب و الكهولة ، أشقر ذو ملامح غربية أوروبية ، ملتحي ، كما تبدو عليه ملامح العلم و الحكمة ، كما نلاحظ خلال فترة الدراسة أنه شخصية هادئة يتميز بالأخلاق الحميدة إذ ينعكس ذلك في سماحة و نور وجهه.

الصورة رقم (02) : الشيخ الدكتور محمد صلاح



- **اللـــــباس:**

ظهر الشيخ خلال الأعداد الستة بعدة أزياء تتمازج فيما بينها لتعطي مدلولات عديدة فهي بحد ذاتها نظام من العلامات له مدلولات يمكن رصدها فيما يلي:

ففي الحصة المؤرخة يوم 04 نوفمبر 2012 يبدو الشيخ بزي خليجي يتمازج فيه اللون البني الفاتح

و الأبيض، إذ يتزامن تصوير هذه الحلقة مع عودة الشيخ مباشرة من بالمملكة العربية السعودية بعد أدائه لمناسك الحج.

أما الحصة المؤرخة يوم 27 نوفمبر 2012 يظهر الشيخ بقميص أو ثوب أبيض، كما يضع طاقية بيضاء فوق رأسه أيضا.

في الحصة المؤرخة يوم 04 ديسمبر 2012 : ارتدى الشيخ قميصا لونه بني فاتح ، و يضع طاقية بيضاء على رأسه .

الحصة المؤرخة يوم 11 ديسمبر 2012 : يرتدي الشيخ في هذا العدد سترة بنية و قميصا أبيض تحتها ، و يضع طاقية بيضاء على رأسه .

الحصة المؤرخة يوم 08 جانفي 2012 : بدا الشيخ بزي كلاسيكي بني فاتح و يضع طاقية بيضاء على رأسه و هو نفس اللباس الذي ظهر به في الحصة المؤرخة يوم 20 جانفي 2013.

خلال الأعداد الستة في العينة كان الشيخ محمد صلاح يلبس في يده اليمنى خاتما في أصبع البنصر يبدو من الفضة و عليه حجر بني ، و هذه دلالة كما جرى العرف على أن الشيخ متزوج و ليس أعزب .

إن الدلالات التي تؤشر عليها الصورة من خلال اللباس في هذا البرنامج ، يجعلنا نستنتج أن الشيخ محمد صلاح ينوع من لباسه و لا يثبت على زي معين ، و هذه الأزياء سيميائيا تندرج ضمن مجال الثقافة ، فهي وحدات ثقافية كما عبر عنها رولان بارث " فاللباس بوصفه نسقا سيميائيا لا يتمظهر إلا في صورة أزياء أو بدلات تتجاور جملة من القطع الملبسية المختلفة مثل (قميص ،معطف ، سروال) ،علاقة تركيبية"[1] .

إذ يرتبط اللباس بالإختيارات التي تتناسب مع الشخصية و موضوع الملبس و في الوظيفة أيضا ، بما أن البرنامج مخصص للفتاوى الشرعية ، و الإجابة على أسئلة المشاهدين ، فطبيعة البرنامج تستدعي نوعا من معينا من القطع الملبسية ، فكانت تجمع بين التركيبية و الاستبدالية (أي تبديل

[1]– عبد القادر فهيم الشيباني ،معالم السيميائيات العامة ،اسسها و مفاهيمها،ط 1 سيدي بلعباس ، الجزائر ، 2008 ص 16 .

الملابس) ، و هذا يدخل في إطار عملية الإقناع من خلال التنويع البصري للعين الذي قد يحمل العقل و الوجدان على التأثر بالصورة قبل الاطلاع على المضمون.

3- المدونة اللونية :

تتنوع الألوان في الصورة لتبدي بلاغة صورية ذات دلالات كثيرة تساهم في عملية الإقناع ، و قد ظهرت العديد من الألوان في هذا البرنامج كأسلوب إقناعي يساهم في إيصال الأفكار و بناء المعاني و التصورات ، فبالإضافة إلى جمالها الفيزيقي لها مدلولات مرتبطة بالجانب الثقافي و النفسي.

- **اللون الأصفر**: و هو من الألوان الهوائية ، للون الأصفر عدة دلالات فهو" لون الضوء و الشمس، و الذهب و يحيل إلى عدة دلالات أهمها الحدس ، و الذكاء ، الحكمة ، و هو أيضا لون الصحراء يعبر في بعض الحالات عن الصراحة و الوضوح "[1] ، و يبدو اللون الظاهر في هذا البرنامج الأصفر الفاقع الأميل إلى البرتقالي و هو من الألوان النارية ، إذ يرمز إلى عدة دلالات مرتبطة بالطاقة ، الإشراق ، التطور و النشاط ، كما أن له تأثير إيجابي على النفس إلى حد الإبهار و الإمتاع ، و قد ورد اللون الأصفر في القرآن الكريم بهذا المعنى عندما وصف الله سبحانه و تعالى بقرة بني إسرائيل باللون الأصفر الفاقع ، حيث قال تعالى :﴿ قَالُوا ٱدْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّن لَّنَا مَا لَوْنُهَا ۚ قَالَ إِنَّهُۥ يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٌ صَفْرَآءُ فَاقِعٌ لَّوْنُهَا تَسُرُّ ٱلنَّٰظِرِينَ ﴾[2] و الأصفر الفاقع هنا شديد الصفرة ، أي يعجب الناظرين و يسرهم.
- **اللون الأبيض**: يرتبط اللون الأبيض بعدة معان رمزية دالة، إذ يشير إلى الصفاء ، النقاء و الهدوء، كما أنه لون السلم و السلام. لقد ورد اللون الأبيض في وصف وجوه أهل الجنة، و هم المؤمنون حيث قال تعالى : ﴿ يَوْمَ تَبْيَضُّ وُجُوهٌ وَتَسْوَدُّ وُجُوهٌ ۚ فَأَمَّا ٱلَّذِينَ ٱسْوَدَّتْ وُجُوهُهُمْ

[1]– فايزة يخلف ، مباديء في سيميولوجيا الاشهار د ط ، طاكسيج كوم ، الجزائر 2010 ، ص 148 .

[2]– سورة البقرة ، الاية 69 .

أَكَفَرْتُم بَعْدَ إِيمَـٰنِكُمْ فَذُوقُوا۟ ٱلْعَذَابَ بِمَا كُنتُمْ تَكْفُرُونَ ﴿١٠٦﴾ وَأَمَّا ٱلَّذِينَ ٱبْيَضَّتْ وُجُوهُهُمْ فَفِى رَحْمَةِ ٱللَّهِ هُمْ فِيهَا خَـٰلِدُونَ﴿١٠٧﴾ ﴾[1] .

يرتبط اللون الأبيض في الثقافة الإسلامية بلباس الإحرام في الحج ، كما أن له دلالة على الطيبة، و أكثر ما يثير في هذا اللون الأبيض هو دلالاته للسلام ، فكثيرا ما يتهم الإسلام بأنه دين العنف و الإرهاب ، التطرف و العنصرية ، يمكن تأويل استخدام اللون الأبيض للتدلال على نفي هذه الاتهامات الباطلة .

كما يرتبط هذا اللون بلباس مشايخ الإسلام و علمائها الذين يرتدون في أحايين كثيرة أثوابا بيضاء على عكس رجال الدين في الأديان الأخرى، الذي يغلب اللون الأسود على لباسهم.

- **اللون الأزرق**: يدل اللون الأزرق على عدة معان توحي إلى الهدوء ، السكينة ، الراحة و الانسجام ،كما أن له تأثيرات سيكولوجية مرتبطة بالاطمئنان و العلاج النفسي ، ولهذا كثيرا ما نجد طلاء جدران المستشفيات باللون الأزرق.

إن استخدامه في هذا البرنامج له دلالات سيكولوجية مهمة توحي إلى بعث الراحة النفسية للمشاهد و حمله على متابعة ما تبثه من برامج بهدف إقناعه بمحتوى الرسالة.

- **اللون البني** : يعتبر من ألوان الأرض أي أنه لون ترابي ، و هو لون الطين الذي خلق منه آدم ، فقد ورد هذا اللون في القران الكريم ، حيث قال تعالى :﴿ وَلَقَدْ خَلَقْنَا ٱلْإِنسَـٰنَ مِن سُلَـٰلَةٍ مِّن طِينٍ ﴿١٢﴾ ﴾[2] ، و للون البني عدة دلالات تتعلق بالهدوء و الثقة ،كما أنه يشير إلى الحزن و فصل الخريف.

فيما يتعلق بدلالة اللون البني على الهدوء ، نلاحظ أنه يرتبط أكثر بلباس الشيخ محمد صلاح تقريبا في كل حلقات البرنامج ، و ميله إلى هذا اللون دلالة على هدوئه و حكمته كما سبق و أن أشرنا في أبعاد شخصيته .

[1]– سورة آل عمران ، الآية 106، 107 .

[2]– سورة المؤمنون ، الاية 12

4- الإضـــــاءة :

مهما كانت للألوان أهمية و إيحاءات و مدلولات سيكولوجية لها ارتباط بالثقافة ، إلا أنها تعد ناقصة إن لم تكن هناك إضاءة ، فهي عنصر هام في الفيلم يعطي قيمة و معنى للصورة ، "فالإضاءة عنصر فني و درامي يقيم موضوعا ما أو شخصية من خلال حصرها و عزلها في دائرة الضوء"[1].

تمكن الإضاءة الإنسان من الرؤية كما تضفي عنصرا جماليا للنص السمعي البصري إذ تجعل الصورة تنبض بالحياة.

تبدو الإضاءة في هذا البرنامج إضاءة إصطناعية و ليست طبيعية ، إذ أن التصوير جرى داخل الأستوديو فهي تساعد على إبراز الملامح العامة للشخصيات و الأكسيسوارات و للأستوديو بصفة عامة ، إذ تجعل الصورة أكثر وضوحا و جمالا.

بدت الإضاءة في هذا البرنامج بصيغتين :

الصيغة الأولى : إضاءة خافتة ، إذ يكاد الأستوديو يكون مظلما مباشرة بعد انتهاء الجنريك و قبل أن يبدأ الشيخ بتقديم البرنامج ، و نفس العملية يعتمدها المخرج مع نهاية البرنامج .

الصيغة الثانية : مع بداية الشيخ تقديم البرنامج بثوان عديدة تبدأ الإضاءة في القوة ، إذ تبرز كل العناصر الموجودة في الحيز المكاني من التصوير.

فالإضاءة إذن لها دور هام في عملية الإقناع في الصورة، إذ تساهم في خلق الجو العام من خلال التأثير السيكولوجي للمشاهد ، فمن خلالها يتمكن المتلقي من مشاهدة كل الأجزاء في موقع التصوير .

5- الديكور و مكان التصوير:

يشكل الفضاء المكاني المتمثل في الديكور عنصرا محوريا للصورة بما يتضمنه من معان و مدلولات ، فهو من العلامات اللازمة في الصورة المرتبطة بطبيعة البرنامج المخصص أساسا للفتاوى ، بالإضافة إلى الإجابة عن أسئلة غير المسلمين.

لقد صور برنامج Ask Huda في أستوديو و ديكور داخلي في كل حلقاته ، و يحتوي الأستوديو على عدة أكسيسوارات تضفي جمالية للصورة ، إذ أن أرضية الأستوديو براقة لامعة،

[1]– فايزة يخلف ، مرجع سبق ذكره ، ص 152

و يبدو الجدار على يسار مكان جلوس الشيخ باللون الأبيض ، كما يبدو المكتب باللون الأصفر و الأبيض يجلس عليه الشيخ لتقديم البرنامج ، و خلفه تبرز صورة بإطار أزرق تحتوي على عنوان البرنامج يتوسط Logo القناة كلمتي Ask و كلمة Huda ، في دائرة زرقاء ، كما يظهر صورة مجسم خشبي بأشكال هندسية بلون بني على يمين الشيخ مباشرة ، في ذات الوقت يظهر جهاز Ipad على سطح المكتب يستعين به الشيخ في تقديم البرنامج ، و هذه دلالة على أن الإسلام و المسلمين يواكبون التقدم العلمي و الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في سبيل خدمة الإسلام ، فالإسلام ليس دينا رجعيا أو تقليديا كما يزعم المغرضون له ، بل هو دين علم و علماء إذ يكفي الإسلام فخرا أن أول كلمة نزلت على سيدنا محمد صلى الله عليه و سلم هي "اقرا".

يساهم هذا الديكور الذي تمتزج فيه الأكسيسوارات و الألوان لتعطي إنزياحات دلالية لها تأثيرها في عملية إقناع المتلقي .

6- البنية النصية و المؤثرات الصوتية

تساهم المؤثرات الصوتية المتمثلة في أنشودة الجنريك و الفواصل في إضفاء طابع جمالي صوتي جذاب للصورة التي تستنطقها هذه المؤثرات في كل مرة.

Allah hears My heart's speech
Your mercy is when I beseech
Keep in my heart you remember
Answer in your deen
Allow me to advance
Help me in my quest
Permit me to pass the ultimate test
Help me in my quest
Permit me to pass the ultimate test.

لقد صاحب الأنشودة التي يؤديها شخص واحد بأصوات بشرية لإضفاء نوع من الإيقاع ، لان القناة لا تعتمد المعازف و الموسيقى في كل برامجها.

إن تكرارات هذه البنية النصية التي يمتزج فيها الأنشودة و المؤثرات الصوتية في كل مرة بهذا البرنامج و غيره في القناة يعبر بوضوح عن توجه القناة إلى عدم توظيف المعازف المصاحبة للصورة و استبدالها بالأنشودة و الأصوات البشرية و الطبيعة.

من خلال ما سبق نستنتج ما يلي :

–أن الأيقونات البصرية بوصفها علامة في هذا البرنامج تتدفق بالمعاني التي تسعى الصورة بكافة تجلياتها و عناصرها البلاغية إلى إنتاج الدلالة التي تعبر عن اتجاه إسلامي عبر الشحنات التضمينية التي تنتظم عبر نسق اللغة التي تنضوي الصورة في إطاره.

– تحتوي الصورة في اغلب تجلياتها على العلامات اللازمة من خلال التكرار في عناصرها.

2-4 المقاربة السيميولوجية لبرنامج Let's Talk

أولا: الدراسة الشكلية (المستوى التعييني):

التاريخ	مكان التصوير	رقم اللقطة	مدة اللقطة	نوع اللقطة	زاوية التصوير	حركة الكاميرا	وصف ما يبدو في الصورة
/11/5 2012	داخلي	01	55 ثا	لقطة أمريكية	عادية	ثابتة	يبتسم مقدم البرنامج و يوجه خطابا مباشرا إلى المشاهدين ، و يحرك يده اليمنى،و يشير بالسبابة اليمنى إلى المشاهدين ، ثم يقوم بالعد بأصابع يده اليمنى ، ثم ينظر مبتسما إلى الشيخ زكرياء
/11/5 2012	داخلي	02	1د و 27 ثا	عامة	غطسية	ثابتة	مالك يتكلم مع الضيوف ،و ينظر إليهم ثم يتحدث أحد الشباب حاملا الميكروفون ، ثم يعلق مالك على الموضوع مشيرا بأصبعه إلى أحد الضيوف الشباب ثم يمرر الشاب الميكروفون لزميله، في نفس الوقت يلتفت مالك إلى الشيخ زكرياء و يكلمه.
/11/5	داخلي	03	29	عامة	عادية	تنقل	الشيخ زكرياء يتحدث و يحرك ذراعه

2012				ثا		أمامي	الأيمن و الجميع ينظر و يستمع إليه .
/11/5 2012	داخلي	04	لقطة الجزء الكبير	21 ثا	عادية	بانوراما أفقية	الشيخ زكرياء يتحدث ، ثم يميل مالك إلى يساره و يتكلم مع عمر.
/11/5 2012	داخلي	05	مقربة حتى الخصر	21 ثا	عادية	ثابتة	يتحدث عمر و ينظر إلى مالك محركا يديه.
/11/5 2012	داخلي	06	عامة	18 ثا	عادية	بانوراما أفقية	يتكلم مالك مشيرا بيده اليمنى إلى أحد الشباب المشاركين في الندوة.
/11/5 2012	داخلي	07	لقطة أمريكية	09 ثا	عادية	ثابتة	مالك يستمع إلى أحد المتصلين بالبرنامج و يبتسم ثم يتحدث معه.
/11/5 2012	داخلي	08	لقطة أمريكية	49 ثا	عادية	ثابتة	يتحدث الشيخ زكرياء و ينظر إلى مالك مبتسما ، و يحرك يده اليمنى من اليمين إلى اليسار ،ثم ضحك مالك.
/11/5 2012	داخلي	09	مقربة حتى الصدر	10 ثا	عادية	ثابتة	احد الشباب الحاضرين يحمل الميكروفون و يتكلم مع مالك .
/11/5 2012	داخلي	10	لقطة الجزء الكبير	1د و 49 ثا	عادية	ثابتة	أحد الأطباء يقوم بتقطيع الرئتين و يضيف إليها كمية من البنزين المحترق تمثيلا لما يحدث للرئتين بسبب التدخين
/11/26 2012	داخلي	11	لقطة الجزء الكبير	39 ثا	عادية	ثابتة	يقوم الطبيب بقطع المخ إلى نصفين حيث ينزف دما ليبين ما يسببه التدخين لدماغ الإنسان .
/11/26	داخلي	12	عامة	11	المجال و	ثابتة	يتحدث مالك مع ضيوفه الشباب و

2012			ثا		المحال المقابل		Pierre ينظر إليهم مبتسما، و احد الشباب يتحدث حاملا الميكروفون.
/11/26 2012	داخلي	13	40 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	Pierre يتحدث و ينظر إلى مالك و يحرك يديه ، و يشير بسبابتيه إلى الأرض ثم ينظر إلى الشباب.
/11/26 2012	داخلي	14	5ثا	عامة	عادية	بانوراما أفقية	Pierre يتحدث إلى مالك مبتسما.
/11/26 2012	داخلي	15	13 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	بانوراما أفقية	يتحدث مالك و ينظر إلى Pierre
/11/26 2012	داخلي	16	15 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	مالك يتحدث و يحرك يديه ثم ينظر إلى Pierre و يبتسم معه.
/11/26 2012	داخلي	17	2ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	تنقل خلفي	الكل جالس و مالك ينظر إلى الضيف الرئيسي.
/11/26 2012	داخلي	18	3ثا	عامة	عادية	تنقل أمامي	Pierre و مالك يتحدثان ، و الشباب جالسون و ينظرون اليهما.
/11/26 2012	داخلي	19	11 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يتحدث مالك مباشرة إلى المشاهدين و ينظر إلى Pierre و يشير إلى الشباب الحاضرين و يضحك مع الجميع.
/11/26 2012	داخلي	20	14 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يحمل أحد الشباب الميكروفون و يحرك يده اليسرى.
/12/3 2012	داخلي	21	9ثا	لقطة أمريكية	عادية	ثابتة	مالك يتحدث و ينظر إلى ضيفيه و يحرك يده اليمنى ، ثم يتوجه بعينيه إلى الشباب

							الحاضر للمناقشة.
12/3/ 2012	داخلي	22	10 ثا	لقطة قريبة	عادية	ثابتة	أحد الشباب الحاضرين يحمل الميكروفون و يتكلم عن الموضوع.
12/3/ 2012	داخلي	23	1د و 16 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	أبو عبد الرحمان يتحدث و يحرك يديه من اليسار إلى اليمين و يبتسم مع مالك ، يشير بيده اليمنى إلى الشباب الحاضرين ثم يوجه حديثه إلى مالك.
12/3/ 2012	داخلي	24	13 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	أبو عبد الرحمان يتحدث إلى مالك، و هذا الأخير يوجه بحديثه إلى الضيف الرئيسي الثاني رامي.
12/3/ 2012	داخلي	25	42 ثا	لقطة عامة	عادية	ثابتة	مالك و رامي يتجاذبان أطراف الحديث و الشباب يستمعون و ينظرون إليهما.
12/3/ 2012	داخلي	26	39 ثا	لقطة أمريكية	عادية	ثابتة	أحد الشباب المشاركين يحمل الميكروفون و يناقش الموضوع ، و يحرك يده اليسرى.
12/3/ 2012	داخلي	27	42 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يتحدث رامي عن الموضوع و ينظر إلى مالك ، و يحرك يديه.
12/3/ 2012	داخلي	28	26 ثا	عامة	عادية	ثابتة	يتحدث أبو عبد الرحمان و ينظر إلى الشباب.
12/3/ 2012	داخلي	29	15 ثا	لقطة امريكية	عادية	ثابتة	يتحدث مالك إلى المشاهدين مبتسما.
12/3/ 2012	داخلي	30	5ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	أبو عبد الرحمان يتحدث إلى مالك و يحرك ذراعه الأيسر.

12/10/2013	داخلي	31	3د و 15	لقطة أمريكية	عادية	ثابتة	يتحدث مالك مع الجمهور مبتسما و يحرك يديه، و ينظر إلى أبو عبد الرحمان.
12/10/2012	داخلي	32	45 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	أبو عبد الرحمان يتحدث و ينظر إلى مالك ، و يحرك يديه ، و يشير بهما إلى رأسه ، ثم ينظر إلى الشباب
12/10/2012	داخلي	33	4ثا	عامة	عادية	تنقل أمامي	مالك يتحدث إلى أبو عبد الرحمان .
12/10/2012	داخلي	34	24 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يحمل أحد الشباب الحاضرين الميكروفون و يتحدث مع مالك.
12/10/2012	داخلي	35	15 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يتحدث أحد الشباب حاملا الميكروفون بيده اليمنى.
12/10/2012	داخلي	36	47 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يتحدث رامي و ينظر إلى مالك ، و الكل يضحك مما يقول.
12/10/2012	داخلي	37	33 ثا	لقطة الجزء الكبير	المجال و المجال المقابل	ثابتة	يتحدث أبو عبد الرحمان إلى مالك و رامي ثم يتوجه بنظره إلى الشباب الحاضرين.
12/10/2012	داخلي	38	40 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يتحدث مالك إلى المشاهدين و يحرك يديه ، ثم يوجه حديثه إلى الشباب الحاضرين.
12/10/2012	داخلي	39	1د و 12	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يحمل احد الشباب الميكروفون و يتحدث عن الموضوع محركا يده اليسرى و يبتسم

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

				ثا			مع مالك.
12/10/ 2012	داخلي	40	لقطة أمريكية	1د	عادية	ثابتة	يتحدث مالك إلى المشاهدين.
/1/14 2013	داخلي	41	مقربة حتى الصدر	13 ثا	عادية	ثابتة	يحمل الشاب الميكروفون و يتحدث مع مالك مبتسما، ثم يمرر الميكروفون إلى زميله.
/1/14 2013	داخلي	42	لقطة مقربة حتى الخصر	48 ثا	عادية	ثابتة	يجيب كريم الديب على سؤال مالك و يحرك يديه
/1/14 2013	داخلي	43	مقربة حتى الخصر	27 ثا	عادية	ثابتة	يتحدث مالك مع الشباب الحاضرين ثم ينظر إلى الأعلى ، و يحرك يديه.
/1/14 2013	داخلي	44	عامة	8ثا	عادية	ثابتة	يتكلم أحد الشباب حاملا الميكروفون ، و الكل يستمع إليه .
/1/14 2013	داخلي	45	عامة	5ثا	عادية	بانوراما أفقية	الشباب الحاضر جالسون و مالك ينظر مباشرة إلى الكاميرا .
/1/14 2013	داخلي	46	مقربة حتى الخصر	40 ثا	عادية	ثابتة	يتكلم كريم الديب مع مالك ، و يشير بأصبعه السبابة لليد اليمنى .
/1/14 2013	داخلي	47	لقطة الجزء الكبير	31 ثا	المجال و المجال المقابل	ثابتة	يتجاذب مالك و كريم الديب أطراف الحديث .
/1/14 2013	داخلي	48	عامة	5ثا	عادية	ثابتة	يتحدث أحد الشباب ،و ينظر مالك و كريم الديب إليه.
/1/14 2013	داخلي	49	مقربة حتى	8ثا	عادية	ثابتة	يحمل أحد الشباب الميكروفون و يتحدث

			الصدر				و يحرك رأسه .
1/14/ 2013	داخلي	50	لقطة أمريكية	27	عادية	ثابتة	يوجه مالك حديثه إلى كريم الديب مبتسما ، و يرفع حاجبيه مستغربا ثم يحرك يديه بعد ذلك يوجه كلامه للمشاهدين
1/21/ 2012	داخلي	51	لقطة الجزء الكبير	4ثا	عادية	ثابتة	الشباب ينظرون إلى مالك و يبتسمون معه.
1/21/ 2012	داخلي	52	لقطة أمريكية	4ثا	عادية	ثابتة	يتحدث مالك إلى الشباب و يبتسم معهم.
1/21/ 2012	داخلي	53	عامة	9ثا	عادية	ثابتة	يتحدث أحد الشباب المشاركين عن الموضوع.
1/21/ 2012	داخلي	54	عامة	13 ثا	عادية	ثابتة	يتحدث محمد حمزة مع احد الشباب و يتدخل مالك في الموضوع .
1/21/ 2012	داخلي	55	لقطة أمريكية	10 ثا	عادية	ثابتة	يناقش محمد حمزة الموضوع و ينظر إلى الشباب و إلى مقدم البرنامج.
1/21/ 2012	داخلي	56	مقربة حتى الصدر	8ثا	عادية	ثابتة	يأخذ احد الشباب الميكروفون و يطرح أفكاره على الحضور، و يحرك يده اليمنى.
1/21/ 2012	داخلي	57	لقطة امريكية	7ثا	عادية	ثابتة	يتوجه محمد حمزة بكلامه إلى الشباب للنقاش.
1/21/ 2012	داخلي	58	لقطة امريكية	5ثا	عادية	ثابتة	يوجه مالك حديثه إلى المشاهدين.
1/21/ 2012	داخلي	59	عامة	7ثا	عادية	ثابتة	يناقش إلياس الموضوع و ينظر إلى مالك مبتسما ، و يشاطره مالك الحديث.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

1/21/ 2012	داخلي	60	10 ثا	لقطة الجزء الكبير	المجال و المجال المقابل	ثابتة	يتبادل مالك و إلياس الحديث و يحرك إلياس يده اليسرى.	

ثانيا : الدراسة التعيينية (المستوى التضميني):

1- سيميائية العنوان :

من الناحية السيميولوجية ورد العنوان جملة فعلية بصيغة الأمر بضمير نحن (we) ، بالشكل التالي **Let's Talk** بمعنى **لنتكلم** ، باللون الأزرق الداكن في دائرة حيزها باللون الأبيض محاطة باللون البنفسجي ، حيث طغى اللون الأزرق الفاتح (لون السماء و البحر) على الخلفية كلها.

نلاحظ أن لهذا العنوان معان و دلالات عدة أهمها:

- دعوة المشاهد إلى التحدث .
- حث المتلقي على مناقشة مختلف القضايا و المواضيع التي تهم فئة الشباب خاصة.

تبين الصورة مجموعة من الكلمات المصاحبة للعنوان الذي يحث المشاهد على التحدث ، و كأنه يريد أن يجعل المتلقي يقول : نتكلم عن ماذا؟ من خلال هذه العبارة : about what ... ? ، و هي طريقة حداثية إذ نلاحظ ثلاث نقاط التي تشير إلى ما لا نهاية ... و تصاحبها علامة الاستفهام التي تحير الإنسان و يسعى لإزالة الأمور المبهمة بالنسبة إليه ، لتظهر مجموعة من الكلمات التي تجيب على هذا الاستفهام خلف العنوان في جنريك البرنامج ، و هي كالتالي :

Youth (الشباب) وردت الكلمة في دائرة بيضاء.

Happiness (السعادة) وردت في دائرة بيضاء .

Activeness (النشاط) وردت في دائرة صفراء .

Life (الحياة) وردت في دائرة خضراء ، و صاحب الكلمة جملة هي life is good أي :الحياة جميلة.

Energy (الطاقة) وردت في دائرة صفراء ، و صاحب الكلمة جملة : I am full of energy بمعنى : أنا مليء بالطاقة.

إن الملاحظة العلمية الدقيقة لهذه الكلمات تبين أنها مرتبطة أشد الارتباط بالشباب المفعم بالحياة و الحيوية و النشاط حتى الألوان المصاحبة لهذه الكلمات لها دلالات مرتبطة بهذه الكلمات فكلمة الحياة مثلا جاءت في حيز أخضر ، و هذا اللون من الناحية السيميولوجية يرمز للحياة و هذه الصورة تمثل العنوان .

الصورة رقم (03): صورة لعنوان البرنامج Let's Talk



2- الشخصيات :

داخل كل صورة تتخذ الشخصية موقعا استراتيجيا فمرحليا يمكن دراسة الشخصيات الظاهرة في الصورة على مستويات عدة باعتبارها حاملة لبرنامج دلالي يستقطب مختلف الإيحاءات.

يصور هذا البرنامج في شكل ندوة يناقش فيها الشباب مختلف القضايا ، و هذا ما يفرض بالضرورة تعدد الشخصيات الفاعلة به ، و يعتبر مقدم البرنامج مالك ايفانجيلاتوس أهم شخصية في البرنامج ، نشاهد الصورة التالية التي تجعلنا في مشهد و كأنه حقيقي أمامنا.

الصورة رقم (04) : تبين مقدم البرنامج (مالك ايفانجيلاتوس)



في الحصة المؤرخة يوم 05 نوفمبر 2012 : ظهر في هذا العدد العديد من الشخصيات ، حيث يظهر مقدم البرنامج و هو شاب يبدو في بداية الثلاثينات من العمر بلحية خفيفة يرتدي بدلة كلاسيكية بلون قمحي و قميص أصفر .

يظهر على الصورة ضيوف البرنامج و هو شاب أسمر بلحية خفيفة من جنوب إفريقيا، يرتدي قميصا أبيض و طاقية بيضاء ، يبدو انه إمام و داعية .

الضيف الرئيسي الثاني هو شاب أيضا أسمر بلحية معفاة قليلا من الأفارقة الأمريكيين ، يرتدي قميصا بنصف كم ، بلون بني فاتح.

الصورة رقم (05): توضح الشيخ زكرياء الصورة رقم (06) : عمر Deboie



يبدو من خلال الصورة أيضا ستة شباب جامعيين عرب (مصريين) ، ثلاثة منهم ملتحون بلحية خفيفة أما الباقي فهم غير ملتحون ، و يرتدون ألبسة شبابية من الجينز و القمصان المكتوب عليها ، و أحد منهم يرتدي بدلة كلاسيكية سوداء و نظارة.

من بين الشخصيات الظاهرة في الصورة ، صورة الشيخ محمد صلاح بزي خليجي و شاب ملتحي ببدلة سوداء .

الحصة المؤرخة يوم 26 نوفمبر 2012 : يبدو مقدم البرنامج بلحية خفيفة و بدلة كلاسيكية بيضاء و ربطة عنق بنية داكنة ، و قميص اصفر.

الضيف الرئيسي Pierre Vogel ، شاب ألماني يبدو من الثلاثينات من عمره ، أشقر تبدو عليه الملامح الأوروبية ، بلحية معفاة ، و يلبس قميصا مقصرا لونه أسود و يضع طاقية بيضاء على رأسه.

يحضر البرنامج خمسة شباب مصريين ، أربعة منهم بدون لحية و واحد ملتحي ، يرتدون قطعا ملبسية شبابية متنوعة بين الكلاسيكي و الجينز .

الصورة رقم (06) : الداعية الألماني Pierre Vogel



الحصة المؤرخة يوم 03 ديسمبر 2012 : تبين الصورة شخصية مقدم البرنامج Malik Evangelatos بلحية خفيفة ، يلبس بدلة كلاسيكية سوداء و قميص أبيض ، و يحضر معه رجل يبدو في المراحل المتأخرة من الثلاثينات من عمره و هو أبو عبد الرحمان أسمر من الولايات

المتحدة الأمريكية يرتدي قميصا رماديا ، و يضع على رأسه طاقية بيضاء توحي الصورة أنه داعية إسلامي .

الضيف الرئيسي الثاني شاب جامعي في مقتبل العمر يرتدي بدلة شبابية سوداء و قميص أبيض كما يضع نظارة على عينيه.

يحضر البرنامج إلى جانب الضيفين الرئيسيين مجموعة من الشباب الجامعي ، ثلاثة منهم ملتحين و الباقي غير ملتحي تتنوع ألبستهم بين الجينز و الكلاسيكي.

الحصة المؤرخة يوم 10 ديسمبر 2012 : في هذه الحصة تبدو نفس الشخصيات في الحصة السابقة و يبدو أن المخرج قد صور حلقتين متتاليتين في نفس اليوم لأن الشخصيات و الألبسة لم تتغير.

الحصة المؤرخة يوم 14 جانفي 2013 : توضح الصورة مقدم البرنامج ببدلة كلاسيكية سوداء و قميص أزرق تحت السترة ، يرافقه في إثراء الموضوع رجل في يبدو في مراحل الثلاثينات المتأخرة بلحية معفاة ، يرتدي قميصا أزرقا و سروالا أسود .

كما تبين الصورة شباب جامعيون في مقتبل العمر ، ثلاثة منهم أوروبيون ، و الباقي عرب يبدو من خلال الصورة أن ثلاثة منهم ملتحون بلحية خفيفة ، و الباقي غير ملتحي يرتدون أشكالا متنوعة من الأزياء الشبابية و واحد منهم فقط يلبس بدلة كلاسيكية سوداء ، و يغلب اللون الأسود في زي هؤلاء الشباب كما توضح الصورة .

الحصة المؤرخة يوم 21 جانفي 2013 : يبدو مقدم البرنامج بلحية خفيفة بزي كلاسيكي أسود و قميص أبيض بخطوط رفيعة زرقاء .

يشارك في البرنامج كما ظهر في الصورة ضيف البرنامج الرئيسي محمد حمزة (إعلامي بالقناة) يبدو في مرحلة عمرية من الشباب يلبس بدلة كلاسيكية و سترة رمادية .

كما يحضر البرنامج مجموعة من الشباب العرب يرتدون ألبسة شبابية ، سراويل جينز سترات عصرية مع ألوان متنوعة.

- اللـــــباس:

تتنوع القطع الملبسية في هذا البرنامج الشبابي ، لتشكل ظاهرة لغوية لها دلالات عديدة كما حدد رولان بارث في اعتبار الأزياء انساقا علاماتية تحمل تأويلات و إيحاءات تساهم في عملية إقناع المتلقي من خلال عملية فتق مكنونات الأزياء بالتأويل و تمنح هذه القطع "خيارات كثيرة لإصدار

الحكم التأويلي ثم تتداعى هذه الخيارات أو أكثرها"[1]، حيث تشير قطع الأزياء الظاهرة في الصورة إلى التنوع و ارتباطها بأنماط ثقافية معينة.

إن الملاحظة الدقيقة للشخصية الرئيسية للبرنامج المتمثلة في مقدمه ، تبين أن ملبسه تركز أساسا على البدلة الكلاسيكية التي تعكس و تتناسب مع الوظيفة و طبيعة البرنامج و بهذا تتزامن تركيبات الأزياء مع تحولات المعنى الملبسي.

تشير القمصان المقصرة و اللحى و الطاقية الظاهرة في الصورة إلى نوع معين من التدين.

أما الملابس التي يرتديها الشباب كالجينز مثلا ، فهي تعبر عن نمط معين من الأزياء الشبابية التي تقبل عليها هذه الفئة من مختلف الأعمار و الثقافات، فهي تعبر عن نمط ثقافي معولم لا يختص بشعب أو إقليم معين ، إذ يمكن ملاحظتها في كل الثقافات عبر العالم.

نستنتج أن هناك بلاغة ملبسية تتوافق مع مقام الزمان و المكان كما عبر بارث من خلال المستويات الثلاثة[2]:

- بلاغة الدال الملبسي (و تسمى شعريات الملبس).
- بلاغة المدلول المادي (و تسمى عالم الموضة)
- بلاغة علامة الموضة (و تسمى سبب الموضة).

3- المدونة اللونية :

تتنوع الألوان في الصورة لتؤسس ظاهرة لغوية و انزياحا سيميائيا دلاليا يوحي إلى العديد من التأويلات ، و فيما يلي أبرز الألوان التي ظهرت على الصورة:

- **اللون الأزرق** : يعتبر اللون الأزرق من أكثر الألوان التي ظهرت على الصورة و له مدلولات مرتبطة بالجانب النفسي للإنسان ، و الجانب الثقافي من ناحية أخرى ، حيث برز خاصة في ديكور الأستوديو و خلفية العنوان ، و يمكن أن نقول أن هذا اللون مرتبط أساسا بهذا البرنامج فهو من الألوان الهوائية يوحي إلى الراحة النفسية و يبعث الهدوء في النفس ، فهو لون السماء و البحر .

[1]– سمير شريف أستيتية ، مرجع سبق ذكره ، ص 726 .

[2]– فهيم الشيباني ، مرجع سبق ذكره ، ص 63

- **اللون الأسود** : ظهر هذا اللون بشكل أساسي في لباس الفاعلين بالبرنامج ، و على الرغم من دلالاته التي توحي إلى الحزن و الموت و البؤس ، إلا أن الملاحظة الدقيقة لهذا اللون في الملبس يمكن تفسيره بأن هذا اللون يرمز إلى القيمة و المكانة الاجتماعية و الجدية ، خاصة بالنسبة لملابس الرجال.
- **اللون البنفسجي**: ورد هذا اللون خاصة في جدران الأستوديو إذ يرمز إلى الإبداع و العمل و عمق المشاعر ، كما تجدر الإشارة إلى أنه اتحاد بين اللون الأزرق و الأحمر ، فهو مهدئ عام يرتبط بعالم الروحانيات ، كما انه جيد للتأمل و الصلاة .

4 - الإضـــــاءة:

تبدو الإضاءة في هذا البرنامج جيدة و قوية إذ ساهمت في إبراز كل التفاصيل الموجودة في الديكور تمكن المشاهد من الاستمتاع بالصورة ، بما أنها عنصر فني و درامي يعطي قيمة للموضوع المضاء ، و تساهم في خلق الانفعال و الإحساس بالمكان .

تساهم الإضاءة من الناحية السيميولوجية في إظهار العلامات اللغوية بوضعها إشارات سابحة في فضاءات دلالية للعناصر المشكلة للصورة .

5- الديكـــور:

لم يتغير ديكور البرنامج أو مكان التصوير طيلة بث الحلقات في العينة الزمنية حيث يحتوي الديكور على مجموعة من العناصر و التفاصيل و إن لم تكن كثيرة ، إلا أن بساطته ساعدت على تقريب الصورة إلى المشاهد الذي يستمتع بما ورد فيه .

إن طبيعة البرنامج الذي يعد ندوة ، دفع القائمين على إخراج البرنامج باعتماد ديكور شبه دائري ، إذ نشاهد دائرة بيضاء في موقع جلوس المنشط و ضيوفه ، و أريكة بلون أزرق قاتم أما الأرضية فكانت من بلاط أسود براق ، في منتصف الدائرة طاولة زجاجية ، أما الجدران فقد بدت ملونة بالبنفسجي و الأزرق و الأحمر الفاتح .

7- البنية النصية و المؤثرات الصوتية:

ظهرت المؤثرات الصوتية في هذا البرنامج في كل الحلقات، إذ تساهم الفواصل الإيقاعية المتمثلة في الأصوات البشرية و الأنشودة التي تميز هذا البرنامج في زيادة فعالية الصورة و تقريبها أكثر إلى عقل المتلقي و وجدانه. و هذا مقطع منها:

When the things go wrong and they sometimes willed
When the funds are law and the debts are high
Success is a failure turned inside out
Let's talk and clear the clouds of doubt

يتخلل البرنامج بعض الأصوات البشرية لكي تضفي نوعا من الإيقاع لعدم اعتماد القناة على الموسيقى و المعازف، إذ تم استبدالها بهذه الأصوات الممزوجة بمؤثرات صوتية تساعد على زيادة بلاغة الصورة و جعلها أكثر جمالا و إقناعا للمتلقي.

من خلال ما سبق ، نستنتج ما يلي:

– تمثل عناصر الصورة في هذا البرنامج تمثيلات رمزية للواقع ، الذي يسمح بإعادة إنتاجه وفق مقاصد جديدة عن طريق التحليل السيميولوجي للصورة أي التأويل الذي يسمح لنا باستكشاف مكنوناتها و استخلاص مختلف المعاني التي تؤشر عليها ، فالصورة في هذا السياق تستثير الحواس (عقلية و وجدانية) ، " فغاية كل تواصل بصري هي استنفار لكم هائل من الأحاسيس التي تتوسل بالنظرة أكثر مما تستدعي اللفظي لإدراك مداها "[1] .

– تبين الصورة العديد من العلامات اللازمة التي تعبر عن هوية هذا البرنامج ما يساعد على ترسيخ الأيقونة في ذهن المتلقي و ارتباط العلامات الظاهرة به.

– التمثيلات الأيقونية الظاهرة مرتبطة بالثقافة الإسلامية و هذا ما تجلى خاصة في الشخوص بمختلف تمظهراتها ، كما أن اغلب الشخصيات الظاهرة من فئة الشباب.

– وجود علاقة تناسقية بين الرسالة الألسنية و البنية النصية الظاهرة في الصورة العامة للبرنامج بهدف إلى استمالة المتلقي.

[1]– سعيد بنكراد ، الصورة المكنونات و التأويل ، تاريخ الدخول 2013/09/30 www.saidbenkerrad.com

3-4 المقاربة السيميولوجية لبرنامج The Deenshow

اولا : الدراسة الشكلية (المستوى التعييني):

التاريخ	مكان التصوير	رقم اللقطة	مدة اللقطة	نوع اللقطة	زاوية التصوير	حركة الكاميرا	وصف ما يبدو في الصورة
9/11/ 2012	داخلي	01	1د و 4ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يتكلم Eddie و هو مفعم بالحوية و يحرك يديه ثم يضعهما فوق المكتب ثم يبتسم.
9/11/ 2012	داخلي	02	9ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	Eddie و Yusha يتصافحان مبتسمين ، ثم يتبادلان أطراف الحديث
9/11/ 2012	داخلي	03	29 ثا	لقطة الجزء الكبير	المجال و المجال المقابل	ثابتة	يتبادل مقدم البرنامج و الضيف أطراف الحديث بحماس، و الضيف يحرك رأسه أعلى و أسفل، و المنشط يحرك يديه على المكتب ثم يحركهما يمينا و شمالا.
9/11/ 2012	داخلي	04	2ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يستمع الضيف إلى Eddie .
9/11/ 2012	داخلي	05	7ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يتحدث الضيف عن الموضوع و يبتسم مع المنشط و يضع كفه الأيسر على يده اليمنى ثم يحرك يده اليمنى.

11/9/ 2012	داخلي	06	2ثا	الجزء الكبير	المجال و المجال المقابل	ثابتة	Eddie يطلب من الضيف الكلام.
11/9/ 2012	داخلي	07	22 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يتكلم Yusha مع المنشط و يحرك يديه و ينظر إلى الأسفل ثم ينظر إلى Eddie
11/9/ 2012	داخلي	08	18 ثا	لقطة الجزء الكبير	المجال و المجال المقابل	ثابتة	يحاول المنشط إيصال فكرته و يقترب قليلا من الضيف الذي يستمع إليه بتركيز ثم يحرك يديه يمينا و شمالا على المكتب و الضيف بدوره يحرك رأسه و ينظر إلى Eddie .
11/9/ 2012	داخلي	09	26 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يتحدث الضيف محركا ذراعه الأيسر ثم ينظر إلى المنشط.
11/9/ 2012	داخلي	10	14 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	يوجه المنشط حديثه إلى المشاهدين ثم يشير بسبابة يده اليمنى الى راسه ثم يحرك ذراعيه قليلا ثم ينظر مبتسما إلى الضيف
11/30/ 2012	داخلي	11	52 ثا	لقطة متوسطة	عادية	ثابتة	يتكلم المنشط مع المشاهدين و يحرك ذراعه الأيسر ثم يحرك كلتا يديه.
11/30/ 2012	داخلي	12	7ثا	عامة	المجال و المجال المقابل	ثابتة	يتصافح Eddie مع ضيفه عبد الرحيم و كلاهما يبتسمان .
11/30/ 2012	داخلي	13	28 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يتكلم الضيف و ينظر أمامه ثم ينظر إلى مقدم البرنامج و يرفع حاجبيه إلى الأعلى

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

11/30/ 2012	داخلي	14	2ثا	لقطة الجزء الكبير	المجال و المجال المقابل	ثابتة	عبد الرحيم يتحدث بحزن عن الموضوع و المنشط يستمع إليه.
11/30/ 2012	داخلي	15	1د و3 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يستمر عبد الرحيم في الكلام و يحرك ذراعه الأيمن و ينظر إلى Eddie و يحرك يديه يمينا و شمالا.
11/30/ 2012	داخلي	16	2ثا	عامة	المجال و المجال المقابل	ثابتة	مقدم البرنامج يستمع بانتباه و تأثر إلى كلام عبد الرحيم.
11/30/ 2012	داخلي	17	6ثا	عامة	المجال و المجال المقابل	ثابتة	يبدأ مقدم البرنامج بالكلام بعد أن استمع و تأثر بحديث ضيفه مطولا و يرفع ذراعيه قليلا ، و الضيف يستمع إليه ، ثم يشير بسبابة يده اليمنى إلى الأعلى.
11/30/ 2012	داخلي	18	2ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يستمع عبد الرحيم بتركيز و يحرك رأسه
11/30/ 2012	داخلي	19	40 ثا	عامة	المجال و المجال المقابل	ثابتة	يتحدث المنشط و يحرك يديه و ينظر إلى الأسفل ، و يبتسم الضيف معه متأثرا بكلامه.
11/30/ 2012	داخلي	20	2دو 56 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يتحدث عبد الرحيم متأثرا و يشير بإصبعه السبابة من اليد اليمنى إلى Eddie .

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

12/7/ 2012	داخلي	21	5ثا	عامة	المجال و المجال المقابل	ثابتة	يتوجه المنشط بحديثه إلى المشاهدين بحماس و يصافح ضيفه وسام الشريف
12/7/ 2012	داخلي	22	39 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يتحدث وسام مع المنشط بفرح مبتسما .
12/7/ 2012	داخلي	23	8ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	يستمر وسام في شرح الموضوع و يحرك ذراعه الأيسر و ينظر إلى المنشط الذي يبدو منفعلا بما يقوله ضيفه.
12/7/ 2012	داخلي	24	5ثا	عامة	المجال و المجال المقابل	ثابتة	يتوجه المنشط بحديثه إلى المشاهدين ثم ينظر إلى الضيف، و يحرك ذراعيه .
12/7/ 2012	داخلي	25	26 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يتكلم الضيف و ينظر إلى الأسفل ثم يحرك رأسه و يشير بيديه إلى جسده ويوجه بصره إلى الكاميرا لمخاطبة المشاهدين ثم ينظر إلى المنشط.
12/7/ 2012	داخلي	26	39 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	يتوجه مقدم البرنامج بحديثه إلى المشاهدين متحمسا ثم يتوجه بالكلام إلى الضيف و يحرك يديه يمينا و شمالا و يشير بهما إلى رأسه.
12/7/ 2012	داخلي	27	31 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يتحدث الضيف إلى المنشط و يحرك ذراعه اليسرى و يغمض عينية لوهلة من الزمن و يشير بيديه إلى صدره.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

12/7/ 2012	داخلي	28	1دو 40 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	الضيف يتحدث إلى المشاهدين و يغمض عينيه لوهلة و يتلو القران متأثرا.
12/7/ 2012	داخلي	29	14 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	Eddieيتصافح مع ضيفه ، ثم يتجاذبان أطراف الحديث.
12/7/ 2012	داخلي	30	18 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	يتصافح الطرفان ، ثم يبكي مقدم البرنامج متأثرا بالقرآن الكريم ثم يكلمه الضيف و يضغط بكلتا يديه على يد Eddie .
12/14/ 2012	خارجي	31	12 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يتحدث المنشط حاملا الميكروفون .
12/14/ 2012	خارجي	32	3ثا	لقطة الجزء الصغير	عادية	بانوراما افقية	الطفل Sannel يتسابق على كرسيه المتحرك مع Eddie
12/14/ 2012	خارجي	33	12 ثا	لقطة الجزء الصغير	عادية	بانوراما افقية	الطفل المقعد يلعب و يجري وراء إوزة بكرسيه المتحرك و يبدو سعيدا بذلك
12/14/ 2012	خارجي	34	29 ثا	عامة	الزاوية التصاعدية	بانوراما عمودية	صورة البالونات على السقف في غرفة الإنعاش الخاصة بالطفل الذي يبدو نائما آو في غيبوبة و الأجهزة الطبية ملتصقة بفمه و جسده و Eddie يعلق على هذه الحالة.
12/14/ 2012	خارجي	35	17 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	بانوراما أفقية	صورة الأجهزة الطبية الموجودة في غرفة الإنعاش ، و يستمر المنشط في الحديث ، ثم يظهر الطفل نائما في غرفته موصولا

							بالأجهزة الطبية.
12/14/ 2012	خارجي	36	13 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يحمل Eddie الميكروفون بيده اليمنى و يتحدث و يحرك في نفس الوقت يده اليسرى.
12/14/ 2012	خارجي	37	10 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	تنقل أمامي	صورة الأجهزة الطبية و كيس دم و يستمر المنشط في التعليق على موضوع الحلقة.
12/14/ 2012	خارجي	38	7ثا	لقطة متوسطة	عادية	بانوراما أفقية	الطفل يتجول بكرسيه المتحرك في الحديقة
12/14/ 2012	خارجي	39	9ثا	لقطة الجزء الكبير	تصاعدية	بانوراما عمودية	صورة الأجهزة الطبية و مقدم البرنامج يتحدث.
12/14/ 2012	خارجي	40	5ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يحمل مقدم البرنامج الميكروفون بيده اليمنى و يتحدث متأثرا و حزينا.
1/11/ 2013	داخلي	41	27 ثا	متوسطة	عادية	تنقل أمامي	يوجه Eddie حديثه إلى الجمهور بحماسة و يضع يديه فوق بعضهما ثم يحرك يده اليمنى .
1/11/ 2013	داخلي	42	5ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	يتصافح Eddie مع ضيفه عبد الرحيم و كلاهما يبتسم مسرورا.
1/11/ 2013	داخلي	43	1د 15ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يتحدث عبد الرحيم مع مقدم البرنامج و ينظر إليه ثم يحرك يديه قليلا

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

1/11/ 2013	داخلي	44	2ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	بانوراما أفقية	المنشط يتحدث مع ضيفه
1/11/ 2013	داخلي	45	20 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يتحدث Eddie مع عبد الرحيم و يحرك يديه ثم يرفع يده اليسرى ثم يرفع يديه قليلا.
1/11/ 2013	داخلي	46	8ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	بانوراما أفقية	يتحدث عبد الرحيم مع المنشط و ينظر إليه.
1/11/ 2013	داخلي	47	2د و 47 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يستمر عبد الرحيم في الحديث ثم يحرك يديه قليلا و ينظر إلى المنشط ،ثم يحرك يده اليمنى قليلا و يغمض عينيه لوهلة
1/11/ 2013	داخلي	48	1د و 10 ثا	عامة	عادية	ثابتة	المنشط يستمع إلى الضيف و يمد يده إلى القلم و الورقة فوق الطاولة ثم يتحدث إلى عبد الرحيم الذي يجيبه و يحرك يده اليمنى قليلا.
1/11/ 2013	داخلي	49	6ثا	عامة	عادية	تنقل أمامي	يتحدث عبد الرحيم إلى Eddie و يحرك كلتا يديه.
1/11/ 2013	داخلي	50	21 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	يتحدث المنشط مع الضيف متأثرا .
1/18/ 2013	داخلي	51	27 ثا	مقربة حتى الخصر	عادية	ثابتة	يوجه Eddie حديثه إلى المشاهدين متحمسا و يحرك يديه قليلا على المكتب.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

1/18/ 2013	داخلي	52	8ثا	عامة	المجال و المجال المقابل	ثابتة	المنشط و الضيف محمد العدلي يتصافحان و يبتسمان مع بعضهما
1/18/ 2013	داخلي	53	35 ثا	لقطة امريكية	عادية	ثابتة	الشيخ محمد العدلي يتحدث و يضع يديه على جوانب الأريكة ثم ينظر إلى المنشط ثم يحرك يديه قليلا.
1/18/ 2013	داخلي	54	20 ثا	عامة	عادية	ثابتة	ينظر مقدم البرنامج إلى الشيخ مبتسما و منفعلا بما يقوله .
1/18/ 2013	داخلي	55	8ثا	عامة	المجال و المجال المقابل	ثابتة	يتحدث الشيخ و Eddie يستمع إليه بانتباه .
1/18/ 2013	داخلي	56	ثا 21	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	يوجه مقدم البرنامج حديثه إلى المشاهدين ثم يميل برأسه للحديث مع الضيف الذي يستمع إليه بتركيز ثم ينظر إلى الورقة التي أمامه .
1/18/ 2013	داخلي	57	21 ثا	مقربة حتى الصدر	عادية	ثابتة	الشيخ يتحدث و ينظر إلى المنشط و يحرك يده اليسرى على المكتب ثم يرفع يده اليمنى قليلا.
1/18/ 2013	داخلي	58	7ثا	عامة	عادية	ثابتة	يتحدث Eddie مع الضيف و يحرك يده اليمنى فوق سطح المكتب.
1/18/ 2013	داخلي	59	16 ثا	لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	يتبادل المنشط و الضيف أطراف الحديث ثم يضع Eddie يده على ذراع الشيخ.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

1/18/ 2013	داخلي	60		لقطة الجزء الكبير	عادية	ثابتة	يتوجه Eddie بخطابه إلى المشاهدين.

ثانيا : الدراسة النوعية (المستوى التضميني):

1- سيميائية العنوان:

يعتبر العنوان الأثر الذي يعرف به البرنامج ، و قد جاء عنوان البرنامج بشكل عبارة اسمية مشكلة من مقطعين The Deen و Show ، الكلمة الأولى مأخوذة من الكلمة العربية و هي الدين الذي يشير إلى الطريق أو المنهج ، أما show فهي البرنامج التلفزيوني و مشتقة من شكل البرنامج الذي يعد من نوع Talkshow .و هذا مفتاح سيميائي مهم ، فالعنوان مثير للإنتباه خاصة بالنسبة لمن لا يعرف معنى كلمة Deen المكتوبة بالحروف اللاتينية لكن لها دلالة عربية ، و هذه يحمل في طياته بلاغة لغوية ملفتة حيث تجعل المتلقي يبحث عن معنى الكلمة ، فالمزج بين لغتين لتكوين كلمة معينة يعتبر أسلوبا حداثيا تتداخل فيه أكثر من لغة لإنتاج كلمة جديدة / علامة لها دلالة معينة .

ورد عنوان البرنامج مكتوبا باللون الأبيض في حيز أسود و هي دائرة محاطة باللون الأصفر ، و يبدو الحرف O في كلمة show كأنه قرص شمس أصفر مضيء ، و هذه علامة على نور الإسلام الذي بعثه الله للناس كافة ليخرج الناس به من الظلمات إلى النور.

يصاحب عنوان البرنامج مجموعة من الكلمات الدالة و هي :charity (الصدقة) ، understanding (الفهم) ، security، (الأمن) ، confidence، (الثقة) ، light(النور)، faith (الاعتقاد) ، truth، (الحقيقة)،knowledge (المعرفة).

إن استجلاء هذه الكلمات ، يبين أنها كلمات دالة و مرتبطة بالدين الإسلامي ، حيث حث ديننا الحنيف على الصدقة ، و الإسلام دين بسيط يفهمه كل الناس فقد أرسله الله تعالى إلى كل الأمم و الأجناس كافة كما أن ديننا دين أمن و استقرار داخلي و خارجي على عكس ما يروج ضده، أما الثقة فتوحي إلى أن الإسلام دين موثوق فيه و وعد الله حق ، بالتالي كل ما ورد في هذا الدين حق، كما أن الإسلام يخرج الناس من الظلمات إلى النور ، أما الاعتقاد فهو العقيدة الإسلامية التي تدعو إلى التوحيد و الإيمان، في حين توحي الحقيقة إلى أن الإسلام هو الطريق

الصحيح و هو الحقيقة التي غفل الكثير عن رؤيتها ، أما المعرفة فالإسلام دين يحث على العلم و المعرفة ينبذ الجهل ، إذ أن أول آية نزلت في القران الكريم هي : إقرأ، و هذا عنوان البرنامج يبدو كما في الصورة التالية:

الصورة رقم (07) : شكل عنوان برنامج The Deenshow



2- الشخصيات :

إن الوصف الظاهري للشخصيات لن يعطي ثماره الكاملة على المستوى الشكلي –التعييني– من الناحية السيميولوجية بقدر ما يوفره تعدد زوايا النظر للعلامات –التضميني– بكافة تمظهراتها في كل مرة انطلاقا من المسلمات المنهجية المعتمدة في الدراسة التحليلية للصورة بوصفها نسق لغوي.

تعد الشخوص الظاهرة الفاعل لكل فعل مذكور كما سبق أن بينا في المستوى التعييني ، إذ تأخذ على عاتقها مسار الأحداث و صناعتها .

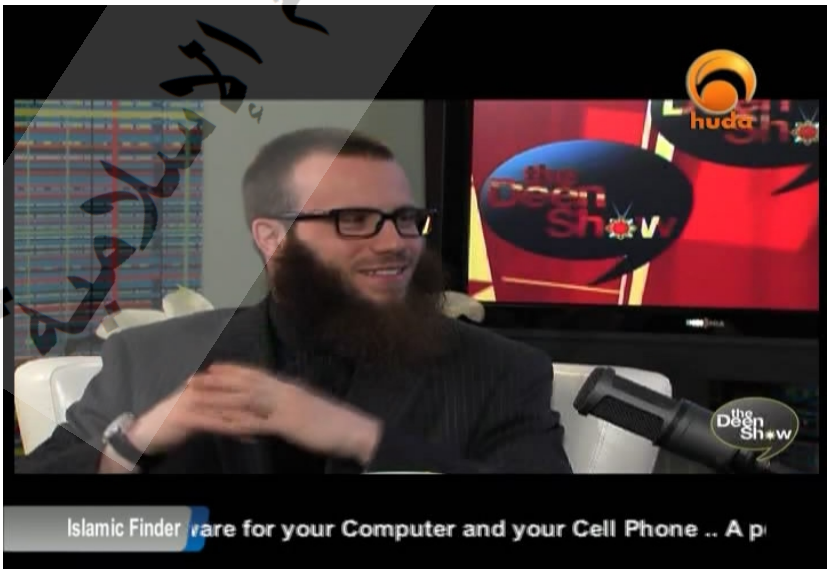
إن طبيعة البرنامج الحواري تفرض تعدد الشخوص الظاهرة على طول الحلقات في مدة العينة و البحث ، لكن الشخصية الرئيسية لهذا البرنامج هو مقدمه Eddie Redzovic .

الصورة رقم (08) : صورة مقدم البرنامج Eddie Redzovic



في الحصة المؤرخة يوم 09 نوفمبر 2012 : يظهر على الصورة مقدم البرنامج بلحية خفيفة و بدلة كلاسيكية سوداء و معه ضيف البرنامج Yusha Evans و هو شاب أمريكي ملتحي – اعتنق الإسلام حديثا – بقميص أسود فوقها سترة سوداء ، يلبس نظارة و تبدو عليه الملامح الغربية، كما توضح الصورة أسفله :

الصورة رقم (09): ضيف البرنامج Yusha Evans



الحصة المؤرخة يوم 30 نوفمبر 2012 : تظهر صورة كهل أشقر بلحية معفاة و هو الداعية البريطاني عبد الرحيم Green يرتدي قميصا مقصرا بلون أبيض.

الصورة رقم (10) : ضيف البرنامج عبد الرحيم /Antony Green



الحصة المؤرخة يوم 07 ديسمبر 2012 : نشاهد صورة شاب أسمر في مقتبل العمر و هو وسام الشريف تبدو عليه الملامح العربية بلحية خفيفة ، يلبس طقما كلاسيكيا أسودا و قميص أبيض.

الحصة المؤرخة يوم 14 ديسمبر 2012 : يظهر على الصورة مقدم البرنامج بلحية خفيفة ، يرتدي قميصا أسودا ، و معه الطفل Sannel الأشقر ، يرتدي بدلة زرقاء ، و يظهر أحيانا نائما في غرفة الإنعاش كما يظهر في الصورة شاب صيني يرتدي كنزة رمادية داكنة و نظارة على عينيه كما يحمل على ظهره حقيبة .

الحصة المؤرخة يوم 11 جانفي 2013 : نلاحظ من خلال الصورة مقدم البرنامج بزي شبابي ،إذ يرتدي كنزة سوداء و سروال رمادي و يبدو بلحية خفيفة و شعر طويل نوعا بالنسبة للرجال.

كما يظهر على الصورة الداعية البريطاني عبد الرحيم Green الأشقر و بلحية معفاة ، يرتدي كنزة رمادية مخططة بالأسود و سروال أصفر فاتح أميل إلى لون القمح.

الحصة المؤرخة يوم 18 جانفي 2013 : يظهر في الصورة مقدم البرنامج بلحية خفيفة يرتدي بدلة كلاسيكية رمادية داكنة ، و تحت السترة قميص أبيض ، برفقته شيخ بلحية بيضاء له ملامح عربية، و هو محمد العدلي من دولة مصر ، يلبس قميصا مقصرا أبيض و يضع طاقية بيضاء على رأسه ، يبدو من خلال الصورة انه إمام مسجد .

الصورة رقم (11) :ضيف البرنامج الشيخ محمد العدلي



- اللبـــــاس :

لقد ظهر في الصورة العديد من الأشكال الملبسية التي تم توصيفها أعلاه ، و لهذه الملابس دلالات لا بد من الوقوف عندها من خلال استنطاق الصورة.

بالنسبة للقميص المقصر: له عدة دلالات خاصة و أن اغلب من بدى بها من العالم الغربي إذ يعكس هذا اللباس شكلا معينا من التدين و الالتزام بالدين الإسلامي ، فهذه دلالة على أن تلك الشخصيات بعد اعتناقهم للإسلام تأثروا بالزي الإسلامي الذي يختلف عن الأزياء الأخرى حيث يعكس الثقافة الإسلامية و يميزها عن سائر الثقافات كما أن لهذا الزي دلالة أيضا على لباس الإمام.

بالنسبة للطقم الكلاسيكي الذي ظهر به مقدم البرنامج مرتين، نلاحظ أن ارتداءه لهذا الزي في كل مرة يكون أثناء التصوير بالأستوديو المركزي ، فهذا يعكس نوعا من الرسمية ، كما يضفي على الرجل نوعا من الأناقة و الكلاسيكية ، و متى كان التصوير خارج الأستوديو المركزي يبدو Eddie بأزياء اقل رسمية.

نلاحظ من خلال أعداد الحلقات تنوعا في الأزياء ، لها مدلولات تعكس التلاقح الثقافي بين الغربي و الشرقي الإسلامي ، كما أن مقدم البرنامج لم يثبت على زي معين ، بل في كل مرة نراه يرتدي قطعة ملبسية تعكس زماننا و مكانا معينا .

3-المدونة اللونية :

تلتقي العديد من الألوان في هذا البرنامج لتشكل سيمفونية يمتزج فيها التراب بالهواء و النار.

- **اللون الأسود**: لقد ساد الأسود في لباس الشخصيات و لهذا اللون دلالات كثيرة متعلقة أساسا بالثقافة، لكن في مجمله هو " لون الحزن، الرعب، يوحي بالجهل و الوحدة، الغياب و الخفاء و الظلام و كذا الفتنة، العصيان، التمرد الانتقام الحداد، الموت ".

لكن في هذا البرنامج لا تظهر دلالات هذا اللون بالشكل السابق الذكر، بل يزيد من أناقة الرجل الذي يبدو به ، إذ يضفي نوعا من الرسمية و الاحترام و الجدية في شخصية من يلبسه ، كما يعكس جمال الألوان المرافقة له.

- **اللون الأبيض**: ظهر اللون الأبيض في لباس بعض الشخصيات و بعض أكسيسوارات الديكور، و له دلالات تؤشر على الصفاء ، النقاء و السلام ، خاصة هذا الأخير إذ أن العالم الغربي يحمل صورة مشوهة عن الدين الإسلامي خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 و ظهر ما يعرف بالإسلاموفوبيا حيث صار الإسلام دينا يثير الرهاب في نفوس الأمريكيين بعد تلك الحادثة التي يتبرأ منها الإسلام ، إذ ينظر العالم الغربي عامة و الولايات المتحدة خصوصا إلى الإسلام بصورة نمطية سلبية على أنه رمز " للعنف ، الاعتداء ، يهدد الأمن ، يشجع على الإرهاب ، و صراع الحضارات "[1] ، فالأبيض دلالة السلام ، و الإسلام دين السلام peace أرسله الله إلى الناس كافة.

- **اللون الأحمر**: ظهر الأحمر في بعض قطع الديكور فهو من الألوان النارية و يشير إلى معان ايجابية كالحب ، و الحماس ، و الطاقة .

- **اللون الأخضر**: لاحظنا اللون الأخضر في مواضع عدة من جدران الأستوديو و كذلك البالونات في غرفة الإنعاش الخاصة بالطفل Sannel في الحصة المؤرخة يوم 14 ديسمبر 2012

[1] – David Horowitz & Robert Spencer, Islamophobia thought crime of the totalitarian future, David Horowitz freedom center ,USA, 2011 , p 20

فهو لون الحياة و الخصوبة و لا يمثل دلالات سلبية ، و نفسر وجود هذه البالونات الخضراء في غرفة الطفل الذي لازمه المرض منذ ولادته فهذه العلامة محاولة إلى بعث الحياة و الأمل في نفسية الطفل الذي لا يعرف معنى الاستمتاع بالطفولة كأترابه من الأطفال.

➢ **اللون الأزرق**: كان اللون الأزرق حاضرا بهذا البرنامج في بعض المواضع من الديكور و كذلك في لباس الطفل Sannel و له دلالات مرتبطة بالراحة و الاسترخاء و الثقة و الهدوء.

4- <u>الديكور و الأكسسوارات</u>: يعتبر الديكور من العناصر الإبداعية التي تشد انتباه المشاهد للصورة ، حيث بدى ديكور هذا البرنامج متنوعا في مختلف الحلقات تبعا لمكان التصوير الذي تنوع بين التصوير الداخلي ، و التصوير الخارجي .

في الحصة المؤرخة يوم 09 نوفمبر 2012 : صور البرنامج بالأستوديو الرئيسي للبرنامج ، يتألف مكان جلوس المنشط في كرسي أسود و مكتب بني داكن يجلس أمامه المنشط عليه ميكروفون مثبت و كوب أبيض مكتوب عليه اسم البرنامج باللون الأسود ،بالإضافة إلى شاشة تلفزيونية مسطحة extra-plat يظهر عليها اسم البرنامج بصورة متحركة و خلفية زرقاء جذابة ، خلف المنشط صورة ناطحات السحاب لأحد المدن الأمريكية الأرجح أنها مدينة Chicago لأن البرنامج يبث من هناك ، يقابل المنشط الضيف الذي يجلس على كرسي أبيض و خلفه على اليمين مزهرية جميلة بها أزهار صفراء ، و يشير هذا الديكور إلى أن المخرج أبدع في تشكيله لإمتاع عين الناظر ، و هذا يعكس طبيعة جودة الصورة الأمريكية التي أوصلتها إلى العالمية .

في الحصة المؤرخة يوم 30 نوفمبر 2012 : تغير البرنامج عن سابقه إذ تشير الصورة إلى أن الحصة صورت في ملتقى ، أو معرض للكتب أو ما شابه ، نشاهد أريكة حمراء يجلس عليها المقدم رفقة ضيفه ، تتوسطهما من الخلف مباشرة لافتة مكتوب عليها journey of faith كما هو مبين في هذه الصورة ، تبدو أيضا طاولة زجاجية عليها باقة أزهار مشكلة مختلفة الألوان كما تبين الصورة أسفله .

الصورة رقم (12) : Eddie و Antony Green يتصافحان .



الحصة المؤرخة يوم 07 ديسمبر 2012 : تم تصوير هذا البرنامج في الأستوديو المركزي للبرنامج ، إذ توجد ثلاث شاشات تلفزيزنية واحدة كبيرة و اثنين صغيرة ، يظهر عليها اسم البرنامج بطريقة ومضات متحركة بخلفية زرقاء، ، الجدار ملون بين الأخضر و الأحمر ، كما تظهر مجموعة من المزهريات الجميلة واحدة كبيرة بها أزهار صفراء ، و تبدو الأرضية من الخشب بلون بني فاتح ، كما نشاهد أثاث خلف المنشط و الضيف على أحد رفوفه كتب من بينها مصحف من حجم كبير بالإضافة إلى طاولة بيضاء عليها كوب أبيض مكتوب عليه اسم البرنامج باللون الأسود .

الحصة المؤرخة يوم 14 ديسمبر 2012 : صورت هذه الحلقة بالمستشفى الذي يوجد به الطفل Sannel يبدو أن التصوير جرى في غرفة العناية المركزة التي تحتوي على عدد من الأجهزة الطبية ، و بالونين أحدهما أخضر و الآخر أزرق قرب الطفل أما السقف فوق الطفل مباشرة تظهر رسم لورود صفراء ، لبعث الأمل و التفاؤل في نفسية الطفل المريض.

أما المكان الثاني الذي صور فيه البرنامج فهو ديكور طبيعي في شارع بأحد المدن الأمريكية، إذ نلاحظ سيارات و أشجار و مباني.

الحصة المؤرخة يوم 11 جانفي 2013 : في كل مرة يتغير ديكور هذا البرنامج ، ففي هذا العدد صور بأستوديو داخلي و لكن ليس بالأستوديو المركزي، إذ نلاحظ فقط طاولة بنية داكنة ، و

الجدار ملون بأصفر فاتح بالإضافة إلى ستار خلف مقدم البرنامج بلون بني فاتح ،كما نلاحظ عدم وجود صورة لافتة في هذا العدد لعدم وجود ما يثير و يشد الانتباه في الديكور هذه المرة.

5- الإضـــــاءة

تبدو الإضاءة في هذا البرنامج جيدة و قوية ، تبرز كل ملامح الموجودات سواء في الديكور أو الشخصيات ، حيث كان الضوء مسلطا على كل جزء و ركن بالأستوديو ، فكان لها القدرة على جعل العالم الموجود في النص السمعي البصري محسوسا و نابضا بالحياة ، غير أن الإضاءة لم تكن اصطناعية في كل الحلقات في العينة ، ففي الحصة المؤرخة يوم 14 ديسمبر 2012 كانت الإضاءة في منتصف البرنامج طبيعية تستمد الصورة حياتها من نور الشمس عندما التقى Eddie بالشاب الصيني كما سبقت الإشارة.

6- البنية النصية و المؤثرات الصوتية

تعتبر المؤثرات الصوتية من أهم العناصر التي طبعت هذا البرنامج فمن الناحية السيميائية له دلالات عديدة أهمها إثارة الانتباه ، حيث صارت هذه التقنية تصاحب الفترات التي يسود فيها الصمت ، و ما يمكن استخلاصه هو أن استخدم هذا العنصر الفني وجد بدلا من الموسيقى من خلال الأصوات البشرية كإيقاع أو الأنشودة في هذا البرنامج وهذا مقطع منها :

This is the the Deen the Deenshow

This is the Deenshow

و في مقطع آخر :

Allah the only one God

And Muhammed was his messenger

Allah the only one god

And Jesus was his messenger

الله ، لا اله إلا الله .

تساعد هذه المؤثرات الصوتية على زيادة الصورة جمالا و استنطاقا للعلامات الصامتة بما يخاطب المتلقي الذي يستمتع بها و يحفظها مع مرور الوقت نتيجة للتكرار بتراكم التعرض ، نظرا لتأثيرها السيكولوجي أو ما يمكن تسميته بعملية إشراط من خلال المنبه و الإستجابة .

من خلال ما سبق عرضه في هذا البرنامج نستنتج ما يلي :

– يعد البرنامج علامة في حد ذاته في قناة الهدى نظرا لاختلافه نسبيا عن البرنامجين السابقين ، حيث كانت الصورة تتدفق بالمعاني و الإثارة باعتبارها/ الصورة ظاهرة لغوية تجلت فيها العلامات الإقناعية بشكل ملحوظ و في هذا السياق يقول بورس Pierce :" فإن دائرة العلامات تتسع لتشمل كل الموجودات ، بل إن الواقع ليس كذلك إلا في حدود مثوله أمامنا كعلامة "[1].

–إن الاعتماد على بلاغة الصورة له علاقة بعملية إقناع المشاهد بمعية المضمون/ اللغة اللفظية التي لا تكتمل في هذا الإطار إلا بالأيقونات البصرية ما يستدعي عملية استنطاق مناطق الصمت بما تتيحه قراءة خبايا العلامة التي تؤشر على بنية الصورة التي تنطلق من مرجعية إسلامية في عالم غربي /أمريكا ، و هذه دلالات على اتساع رقعة الإسلام يوما بعد يوم أو ربما إن جاز لنا القول أن لغة الصورة في هذا المقام كانت بليغة أكثر من لغة الأرقام و الإحصائيات ، بالإضافة إلى تلاؤمه /الإسلام مع كافة الأجناس ، اللغات و البيئات الجغرافية ، و أكثر ما دل على هذه الدلالة الشخوص الظاهرة في الصورة.

4 -4التحليل السيميولوجي للصور الفوتوغرافية الواردة في الصورة:

أثناء عملية قراءة الايقونات البصرية الماثلة في الشاشة يتبادر الى ذهن القارئ السيميائي سؤال مهم : الى أي مدى يمكن أن تساعد التحليلات السيميولوجية في الوصول الى الدلالات التي تؤشر عليها الصورة ؟ ، غير أن هذا السؤال يجد في كل مرة الاجابة ذاتها التي تنتهي إلى أن التحليل السيميولوجي للصورة يكون في حدود الممكنات القرائية .

[1]– نصيرة عيسى مبرك ، فلسفة العلامة عند رولان بارث ، الأسطورة و نسق الزي أنموذجا ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الفلسفة ، جامعة الحاج لخضر باتنة 2011/2010، ص 18.

حرصا منا على إضفاء التنوع في هذه المرحلة من الدراسة في إطارها السيميولوجي إرتاينا تحليل الصور الفوتوغرافية التي ظهرت معية الصور المتحركة باستخدام تقنيات تحليلية قرائية تختلف جزئيا عما قمنا به في السابق .

المفردة الأولى:



الصورة ضمن برنامج The Deenshow

أولا :الدراسة الشكلية (المستوى التعييني)"

☜ **الرسالة الألسنية** :

تتمثل في الكلمة المكتوبة أسفل الصورة Deppression تعني باللغة العربية الكآبة و الحزن و قد جاءت مكتوبة باللغة الإنجليزية باللون الأبيض ببنط متوسط الحجم .

☜ **التمثيلات الايقونية:**

تبين الصورة شخصية واحدة هي رجل يضع يده اليمنى على رأسه مغمضا عينيه .

☜ **مساحة الصورة**:

جاءت مساحة الصورة باللون الأسود، أما الأبيض فقد ورد في الإطار الذي يحيط بصورة الرجل و وجهه ، بالإضافة إلى الرسالة الألسنية .

ثانيا: الدراسة النوعية (المستوى التضميني):

☜ **الرسالة الألسنية**:

تبين لنا الصورة من خلال المدلول الألسني بأن الموضوع يتعلق بالكآبة ، الحزن ، و القلق من عدم إيجاد الحلول .

☜ **التمثيلات الأيقونية**:

إن القراءة السيميولوجية لهذه الإيقونة تبين أن العلامات الإقناعية ماثلة بكثافة ، و كل علامة ظاهرة بحاجة إلى علامة أخرى تفسرها كما أشار Pierce .

تبين الصورة أن هذا الرجل أو الشاب محبط يفكر في الهموم و الأحزان و المشاكل التي لا يجد سبيلا لحلها ، كأن الحلول التي تقدم إليه من هنا و هناك غير ناجعة في إخراجه من غيابات الجب المظلمة و هذا ما عبر عنه اللون الأسود الذي غلب على مساحة الصورة .

إن هذا السواد و حالة هذا الرجل علامات دالة في خارطة الصورة هذا ما جعل القراءة أكثر تفاعلا مع الصورة ، و في هذا السياق نستحضر قول الشاعر :

و الهم يخترم الجسيم نحافة و يشيب ناصية الصبي و يهرم .

إن مرسل هذه الصورة (برنامج the Deenshow) ينطلق من منظور إسلامي يرسل عبرها رسالة قوية إلى كل من يؤرقه الهم و الحزن مفادها أن الإسلام بيده نفي الأحزان و المشكلات عن صاحبها ، كما انه دين يذر في القلوب الحزينة أسباب الرضا و السعادة التي يسعى الإنسان بلوغها ، يقول المولى عز و جل :﴿ ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ وَتَطۡمَئِنُّ قُلُوبُهُم بِذِكۡرِ ٱللَّهِۗ أَلَا بِذِكۡرِ ٱللَّهِ تَطۡمَئِنُّ ٱلۡقُلُوبُ ٢٨ ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ وَعَمِلُواْ ٱلصَّٰلِحَٰتِ طُوبَىٰ لَهُمۡ وَحُسۡنُ مَـَٔابٖ ٢٩ ﴾[1]

[1]- سورة الرعد ، الايات 28، 29

إن الإيمان و الاستقامة على المنهج الرباني سبب السعادة في الدنيا و الآخرة و من يتشبث به لا يجنح إلى التشاؤم و اليأس،في هذا السياق يقول الشيخ محمد الغزالي : "فإن الاستسلام لتيار الكآبة بداية انهيار شامل في الإرادة يطبع الأعمال كلها بالعجز و الشلل "[1]

كما أن النبي صلى الله عليه و سلم علمنا سبل التخلص من الضيق ،والاستعانة بالدعاء التي تعد بحق وصفات شافية يتغلب بها الناس على مضايق الحياة التي تؤرقهم.

نستنتج من خلال الصورة الفوتوغرافية ما يلي :

- اشتملت الصورة على رسالة السنية وردت في كلمة واحدة معبرة عنها استطاعت ان تلخص حالة هذه الشخصية .
- اعتماد مشهد معبر عن حالة الشخصية من خلال وضع اليد على الراس و اغماض العينين.
- استخدام اللون الأسود الذي يشير إلى معاني الحزن و الكآبة التي يعاني منها هذا الشخص.

المفردة الثانية :



الصورة ضمن برنامج The Deenshow .

[1] – محمد الغزالي ، جدد حياتك ، د ط ، الجزائر ، دار المعرفة ، د ت ، ص 43

أولا : الدراسة الشكلية (المستوى التعييني):

☜ **الرسالة الألسنية:**

تحتوي الصورة أعلاه على رسالة السنية هي : Don't be a slave to your desires. بمعنى : لا تكن عبدا لرغباتك (أهوائك) / و قد وردت باللون الأبيض ببنط متوسط الحجم .

☜ **التمثيلات الايقونية** :

تبين الصورة يدين مكبلتين بقيود و سلاسل من حديد لا يستطيع الإنسان الانفكاك منها و سلاسل كبيرة خلف اليدين .

☜ **مساحة الصورة**:

جاءت الصورة باللون الأحمر الذي يمثل الخلفية وراء اليدين المقيدتين، و اللون الأبيض الذي يلون اليدين ، بالإضافة إلى اللون الأسود الذي يغطي إطار الصورة .

ثانيا : الدراسة النوعية (المستوى التضميني):

☜ **الرسالة الألسنية** :

تشير الرسالة الواردة في الصورة إلى معان سيميائية مهمة تدل على الأهواء و الرغبات التي تقود الإنسان و تسيطر عليه فتؤدي به إلى الوقوع في المعاصي و ربما إلى الهاوية ، فهي إشارة إلى عدم الانقياد وراء هذه الأهواء و الوقوع في أسرها ، فهذه بلاغة إقناعية في حد ذاتها إذ يمكن إسقاطها بالاستعارة و كأن الرغبات سجن يأسر الإنسان ويكبل حريته.

إن العبارة الواردة جملة فعلية و قد وقف رولان بارت عند حدود الجملة في سياق حديثه عن السرد و الخطاب متجاوزا التصور اللساني الذي يقف عند الجملة أثناء التحليل إذ يعتبرها نظاما قائما " و ليست متتالية من الكلمات فحسب فانه بإمكاننا دراسة هذا النظام و تطبيق نتائجه على كل ملفوظ بوصفه متتالية من الجمل "[1].

[1]– يوسف الأطرش ،الخطاب السردي و مكوناته من منظور بارت ، مجلة السرديات ،العدد 01 ، د ط ،عين مليلة ، الجزائر ، دار الهدى 2004 ، ص 161 .

☜ **التمثيلات الأيقونية:**

إن القراءة المتأنية لهذه الصورة باعتبارها رسالة إقناعية يشير إلى مدلولات في غاية الأهمية ، بما تحمله من عمق في طياتها ، إذ نلاحظ اليدين مكبلتين بسلاسل حديدية لا يستطيع هذا الإنسان / العبد التخلص منها ، و كأنه يناضل لفك يديه ليتحرر من هذا الاستعباد و السجن الذي سرق منه حريته و آدميته فالإنسان ولد حرا ، انعم الله عليه بالحرية و الاختيار ، فالعلامات الظاهرة كما عبر Umberto Eco " إشارة واضحة تمكننا من التوصل إلى استنتاجات بشان أمر خفي "[1]

تعد هذه الصورة مناورة بلاغية مهمة من خلال التشكيلات الرمزية التي تدل عليها ، ان ملاحظة الألوان الواردة في الإيقونة تجعلنا نجد أكثر الألوان جذبا فيها هو اللون الأحمر ، هذا اللون له العديد من المدلولات ، لكن أكثرها إشارة و ارتباطا بهذه الصورة هو النار و الدمار ، و كان هذه الأهواء و الرغبات تحرق صاحبها ، و ما يزيد من لهب هذه النار ربما هو الأسر و الندم كأن حياة هذا الإنسان قد دمرها الانقياد وراء الأهواء أو (الهو) كما يسميه فرويد .

أما اللون الأسود كما سبق و أن اشرنا إليه في مرات سابقة هو رمز الحزن و الكآبة ، أما الأبيض في هذه الصورة فهو إشارة إلى السلام و الاستسلام ، و كأنه أي هذا العبد رفع الراية البيضاء من خلال يديه إما لأنه لم يعد يطيق هذا الأسر ، أو انه استسلم أخيرا أي انه لا يستطيع التخلص من اسر أهوائه التي تكبل حريته و حياته ككل .

نستنتج مما تم عرضه سابقا في هذه الصورة ما يلي :

- استخدام الرسالة الألسنية المتمثلة في **لا تكن عبدا لأهوائك** جاء بصيغة النهي بهدف إقناع المتلقي من الجانب العاطفي.
- وجود بلاغة في الصورة من خلال التشبيه بين السلاسل التي تكبل العبد أو السجين و الرغبات التي تكبل الإنسان ، فهناك وجه شبه بينهما من خلال سلب حرية هذا الشخص.
- ترتبط الألوان بسياق الصورة بهدف إقناع المشاهد بمحتوى الرسالة الإقناعية.

[1]– نصيرة عيسى مبرك ، مرجع سبق ذكره ، ص 14

- تحمل الصورة قيمة إنسانية مهمة مفادها عدم الانقياد وراء الأهواء ، فالإنسان السوي لا يكون عبدا لأهوائه و نزواته.
- ترتبط الرسالة الإقناعية في هذه الصورة بالمنظور الإسلامي انطلاقا من المرسل ذاته/البرنامج.

المفردة الثالثة



الصورة ضمن برنامج The Deenshow .

أولا: الدراسة الشكلية (المستوى التعييني):

لا تحتوي الصورة أعلاه على أي رسالة ألسنية .

التمثيلات الأيقونية:

نلاحظ وجود شخصية واحدة في هذه الصورة الواضح أنه شاب حائر ،حزين ، و مهموم يضع يده اليسرى على رأسه و يحمل في يده اليمنى زجاجة و الأرجح أنها زجاجة خمر .

مساحة الصورة :

تنطوي الصورة على مساحة لونية يمثلها اللونين الأسود الذي يعطي بعدا للشاب أما اللون الأبيض فجاء في خلفية صورة الشاب.

ثانيا : الدراسة النوعية (المستوى التضميني):

تبين الصورة أعلاه شاب يحمل في يده زجاجة خمر و يضع يده على رأسه ، يبدو أنه يعاني من يأس و هم يؤرقه و يحزنه ، إذ يبحث عمن يفرج همومه ، كأنه يرى في هذه الزجاجة حلا لمشاكله التي يغرق فيها .

نلاحظ أن طغيان اللون الأسود علامة مهمة توحي بحال هذا الشخص بمدلولاته المرتبطة بالكآبة و التيه و الحزن ، فقد أضحى هذا الرجل وحيدا بلا رفيق و لا مؤنس يعينه على حاله إلا هذه الزجاجة ، و ربما مل منها فهي تبدو غير قادرة على إسعاده ، و إن أنسته همومه لبعض الوقت في حالة سكره و غيابه عن عالم الإدراك.

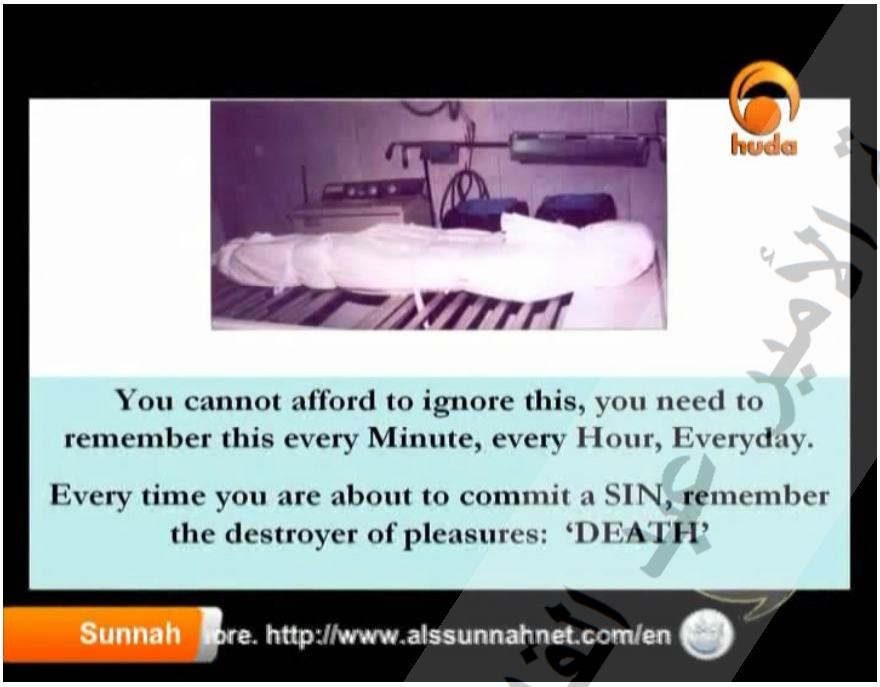
تتلخص مبررات الحضور القوي للعلامات في هذه الأيقونة من خلال المنظور الإسلامي ، إذ نقرأ فيها أن حل المشكلات و إزاحة الهموم لا يمكن أن تجدها هذه الزجاجة البائسة ، بل إن الحل لا يكون إلا بالعودة إلى الله جل في علاه ، فقد أرسل لنا دين الإسلام كمنهج حياة يستغرق العمر كله فهو بذلك حل للمشكلات التي يتخبط فيها الناس ، " إذ انه ينظم الحياة الروحية و الأخلاقية للإنسان بطريقة تمده بكافة الغذاء الروحي الذي يحتاجه لتحقيق الأمن و السلام "[1].

نستنتج مما سبق ما يلي :

- التمثيلات الأيقونية الواردة تحتوي على دلالات من شانها إقناع المتلقي .
- جاءت مساحة الصورة باللون الأسود الذي يرتبط بالجو العام الذي تعيش فيه الشخصية و هي حالة اليأس و الحزن.
- تخاطب الرسالة الحاجات التي ينشدها الشباب و كل فئات المجتمع و كل الأجناس البشرية فمن منا لا يريد الحصول على الطمأنينة و السعادة.
- تحمل الرسالة قيمة دينية و روحية مفادها اللجوء إلى الله في الشدة و عدم اتخاذ عالم الأشياء بديلا عن الله تعالى فهو سبحانه القادر على تفريج الهموم.

[1] -Hammudah Abd al Ati , Islam in focus ,3rd ed ,international Islamic publishing house 1999 , p 103

المفردة الرابعة



الصورة ضمن برنامج The Deenshow .

أولا: الدراسة الشكلية (المستوى التعييني):

الرسالة الألسنية

تتمثل الرسالة الألسنية في هذه الصورة في أربع جمل فعلية باللغة الانجليزية مرتبطة بالموت مكتوبة باللون الأسود في مساحة زرقاء .

التمثيلات الأيقونية

نلاحظ في هذه الأيقونة صورة شخص ميت يلبس كفنا ابيض الراجح انه موجود في مكان لغسل الأموات .

مساحة الصورة:

تنقسم مساحة الصورة إلى ثلاثة ألوان ، الأبيض الذي يظهر في لباس الميت ، الأزرق الذي يمثل مساحة الرسالة الألسنية ، بالإضافة إلى البنفسجي في لون المغسلة.

ثانيا : الدراسة النوعية (المستوى التضميني):

الرسالة الالسنية:

إن الرسالة الألسنية عند استعمالها تخضع عادة إلى نظام خاص و التزام هذا النظام بمعنى الرغبة في إيصال المعنى المرتبط بالتمثيلات الأيقونية ، فقد لاحظ Barthes إن اللغة لا تلتزم بضوابطها " بل هناك تمدد و اتساع في مستوى المعنى "[1] ، إذ نلاحظ في هذه الأيقونة رسالة لسانية متمثلة في أربعة جمل فعلية مرتبطة بمعنى الموت Death و نهاية الإنسان الحتمية و يمكن ترجمتها بالشكل التالي:

You cannot afford to ignore this (لا يمكنك أن تتجاهل هذا)

You need to remember this every minute, every hour , everyday (تحتاج أن تتذكر هذا كل دقيقة ، كل ساعة ، كل يوم)

Every time you are about to commit a sin (كل وقت أنت معرض لارتكاب ذنب) .

Remember the destroyer of pleasures:' DEATH' (تذكر مدمر الملذات " **الموت** ".

إن هذا التوليف الدلالي للجمل المرتبطة بمعاني الموت يشكل خطابا يدعو فيه المرسل جمهور المخاطبين بضرورة تذكر الموت في قالب يسعى إلى ترهيب النفس و تنبيه العقل إلى اتخاذ قرار العودة و التوبة إلى الله قبل فوات الأوان .

التمثيلات الأيقونية:

نستشف من الأيقونة الماثلة أمامنا صورة شخص ميت مكفن بكفن ابيض ، يسلم نفسه للمولى عز و جل ، يقضي أول أيامه في الدار الآخرة ، إن هذا الشخص إسقاط لحال أي موجود في هذا الوجود ما عدا الموجود قبل كل موجود هو الله سبحانه و تعالى .

[1]– يوسف الاطرش ، مرجع سبق ذكره ،ص 176 .

لقد أكمل هذا الإنسان رحلته في الحياة الدنيا ، ليبدأ الرحلة الأخيرة في الدار الأبدية ، إذ يقول الله تعالى﴿ "قُلۡ يَتَوَفَّىٰكُم مَّلَكُ ٱلۡمَوۡتِ ٱلَّذِي وُكِّلَ بِكُمۡ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّكُمۡ تُرۡجَعُونَ ﴿١١﴾ "[1]﴾

إن هذه الصورة تجعل المتلقي يطرح العديد من التساؤلات : ترى ما ذا اعد هذا الانسان ؟ ، كيف يلاقي ربه ؟، ماذا قدم ؟ فهذه أيقونة تستوعب فكرة الموت كما تضع تجلياتها الإيحائية في هذا الشخص المكفن بما يستدعي بواعث الإعداد لهذه الحقيقة التي لا مفر منها ، فهذا احد الشعراء يقول :

غدا توفى النفوس ما كسبت و يحصد الزارعون ما زرعوا

إن أحسنوا أحسنوا لأنفسهم و إن ساءوا فبئس ما صنعوا

و هذا آخر يقول :

فلو انأ إذا متنا تركنا لكان الموت راحة كل حي

و لكنا إذا متنا بعثنا فنسأل بعده عن كل شيء

نستنتج من خلال ما تم عرضه في الصورة السابقة ما يلي :

- تحمل هذه الإيقونة أسلوب الترهيب و التخويف من الموت بضرورة إعداد الزاد قبل فوات الأوان و ملاقاة الله عز وجل بالعمل الصالح من خلال التناسق الدلالي بين الرسالة الألسنية و التمثيل الأيقوني .
- الصورة تعبير قوي عن نهاية الإنسان الحتمية.

5-4 نتائج الدراسة السيميولوجية:

أسفرت عملية التحليل السيميولوجي للبرامج التي وردت في العينة بهدف استخراج الأساليب الإقناعية المرتبطة بالصورة في قناة الهدى على النتائج التالية:

1– **الصياغة الفنية للبرامج** : تنوعت الصياغة الفنية المستعملة في قناة الهدى من خلال عينة الدراسة ، إذ نجد شكل الحديث المباشر مقرونا بالسؤال و الجواب و الجدل ، خاصة في برنامج **اسألوا الهدى** ، كما نجد صياغة الحوار و النقاش الجماعي في برنامج **لنتكلم** ، و يظهر من خلال

[1]– سورة السجدة ، الاية 11

الصورة أيضا شكل التولك شو ممزوجا بشكل الحوار في برنامج **الدين شو** ، و اللافت للنظر أيضا استخدام أشكال فنية أخرى في البرامج كالفيديو و الرسوم الكاريكاتورية ، و الصور الفوتوغرافية خاصة في برنامج "لنتكلم" و الدين شو".

2- **سيميائية العناوين**: يعتبر العنوان المفتاح الذي يعرف به البرنامج ، و قد وفقت القناة في اختيار العناوين المتعلقة ببرامجها ، إذ وردت بكلمات و جمل بسيطة قريبة من فهم المتلقي ،إذ يسهل عليه حفظها و إدراكها و بهذا فان لهذه العناوين لها إمكانية جذب انتباه المتلقي.

3- **التمثيلات الايقونية**: إن الاهتمام بالأيقونات يعني توظيفها لتحقيق أهداف الرسالة الإقناعية و على هذا الأساس فان الأيقونات الواردة في قناة الهدى في معظمها تحمل أساليب تعبيرية ذات دلالة قادرة على جذب المتلقي و إقناعه بالرسالة.

4- **الألوان** : يأخذ اللون دورا هاما في عملية الإقناع و إحداث التأثير المطلوب ، إذ نلاحظ أن الألوان في قناة الهدى استخدمت لغرضين أساسين هما : الأول متعلق بتعميق دلالات الصورة ، و الثاني مرتبط بأغراض جمالية ،مما لا شك فيه أن الألوان تعطي حياة و نبضا للصورة و تجعلها أكثر جمالا و قدرة على التعبير فمن خلال العينة المدروسة نلاحظ تنوعا لونيا مع ملاحظة سيادة بعض الألوان كالأصفر و الأزرق و الأبيض ، لكن في مجمل ما ورد من خلال التحليل نستنتج أن القناة وفقت إلى حد كبير في اختيار الألوان .

- **الارتباط السيكولوجي للألوان** :

إن التركيب الفيزيولوجي للألوان له ارتباط وثيق بالعامل السيكولوجي و مدى تأثيره ، إذ توحي الألوان الغالبة في قناة الهدى إلى السكينة و الهدوء و بعث السرور و البهجة في نفسية المتلقي.

- **الإرتباط السوسيوثقافي للألوان** :

إن للألوان مدلولات مرتبطة بنمط الثقافة السائدة ، إذ أن اغلب الألوان المستخدمة في القناة لها ارتباط بالثقافة الإسلامية ، فقد ورد الكثير منها في القران الكريم مثل اللون الأصفر ، الأبيض ، الأسود ، الأخضر ، و الأزرق .

نلاحظ أن القائمين على القناة حسب ما ورد في برامج العينة اهتموا بالجانب السيكولوجي و الجمالي للألوان أكثر من اهتمامهم بالجانب السوسيوثقافي .

5- **الإضاءة** : يتضح من خلال دراسة الصورة أن قناة الهدى وفقت إلى حد ما في استخدام الإضاءة المناسبة و توزيعها على أجزاء الديكور ، مع ملاحظة أن القناة لا تمتلك تكنولوجيا عالية الدقة في هذا المجال بالمقارنة مع غيرها من الفضائيات خاصة غير الإسلامية التي تتحكم في التكنولوجيا الحديثة بتوظيفها لهذا العنصر بأكثر تحكم و إبهار .

6- **الديكور** : كان للديكور حضورا في صياغة الرسالة الإقناعية البصرية ، إذ راعى فيه القائمون طبيعة الشكل الفني و مضمون كل برنامج .

7-**البنية النصية و المؤثرات الصوتية** : اعتمدت قناة الهدى في برامجها على المؤثرات الصوتية المرتبطة أساسا بالأناشيد الدينية بدون إيقاع و الأصوات البشرية ، فكان الغرض من هذا الأسلوب مرتبطا بالأساس بمنهج القناة في عدم توظيف الموسيقى و المعازف من جهة ، و من جهة أخرى النجاح الذي يعرفه النشيد الديني الإسلامي خاصة في السنوات الأخيرة رغم عدم احتواء الكثير منها على الموسيقى.

8- **الاعتماد على الشخصيات المعروفة** : قامت قناة الهدى في برامجها بتوظيف أشهر الشخصيات المعروفة في العالمين الإسلامي و الغربي ، إذ الكثير منها كان يدين بغير الإسلام و هذا ما يساعد على زيادة فاعلية الرسالة الإقناعية الإسلامية ، بما تمتاز به هذه الشخصيات المعروفة من مصداقية و احترام لدى المتلقي.

9- **دلالات الشخصيات الظاهرة**: نلاحظ من خلال الصور الواردة في قناة الهدى تنوع ثقافي و اجتماعي و عرقي و لوني ، إذ أن الشخصيات الظاهرة في الصورة تعكس عالمية الإسلام و شمولية رسالته ، فلا فرق بين عربي و لا أعجمي و لا أبيض و لا أسود إلا بالتقوى ، فالإسلام جمع و صهر العربي و الأوروبي و الأمريكي و الأسيوي في بوتقة واحدة هي الإيمان بخاتمة الرسالات السماوية المنزلة على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم ، فقد بدت الشخصيات الظاهرة سعيدة منسجمة مع بعضها البعض رغم اختلافاتهم الإثنية و اللونية و الألسنية .

كما رسمت الشخوص الظاهرة بوصفها علامات العديد من المدلولات تمكنا من ملاحظتها و تحديد مدلولاتها و من ثم اختزالها في صفات توحي لها.

10- نلاحظ من خلال الصورة سيادة الصورة للرجل ، إذ أن كل الوجوه الواردة في برامج العينة هم رجال و هذا يعكس ربما توجه القناة في عدم توظيف العنصر النسوي و إظهاره في الصورة .

11- اتضح في الدراسة وجود الابتسامة و البهجة على وجوه الفاعلين بالقناة طيلة مدة الدراسة في برامج العينة ، و هذا يعكس دلالات حقيقة و سماحة الإسلام الذي جاء ليحقق السعادة للبشر ، فهو دين يسر و بهجة يحقق السعادة في الدارين التي يبحث عنها الكثيرون و لا يجدونها في الملل و الأديان و الفلسفات الأخرى.

12-استخدام الحجج و الأدلة من خلال صور السماء ، البحار ، القمر و الجبال للدلالة على وحدانية الله و عظمته في الكون كما ورد في بعض الصور و الفيديوهات ، فهذا إقناع عن طريق إعمال الحس .

13-الاعتماد على الإحصائيات و الأرقام و التقارير العلمية و الطبية في عملية الإقناع من خلال الصورة كما حدث برنامج " لنتكلم " في موضوع التدخين.

14- مخاطبة حاجات و دوافع المتلقي من خلال الصور الواردة في البرامج .

15- استخدام أسلوبي الترغيب و الترهيب في الصورة بهدف التأثير في الوجدان و استمالته نحو أهداف الرسالة الإقناعية.

16- إن النص السمعي البصري الظاهر في الصورة بكل عناصرها يعد حقلا غنيا بالعلامات التي تحتاج إلى استقصاء و تحليل سيميائي .

17- نرصد خلال فترة الدراسة احتواء الصورة على العلامات اللازمة من خلال التكرار في المواقف الشخصيات ،الألوان ،فضاء التصوير ،بالإضافة إلى الزمن.

18- ترتبط الأزياء (اللباس) في الصورة بالثقافة الإسلامية في اغلب تمظهراتها خلال فترة الدراسة ، فكانت حقلا دلاليا يمكن تتبع وحداته .

19- من النتائج المهمة التي توصلنا إليها عبر هذا التحليل أن الصورة مرتبطة بالإطار و المرجعية الثقافية الدينية الإسلامية بالدرجة الأولى ، باعتبارها قناة إسلامية .

20- الصور الظاهرة في اغلبها دالة تتخفى وراءها مدلولات يتقصد القائمون على القناة إيصالها إلى المشاهد ، فقناة الهدى بذلك نسق علاماتي متكامل يعبر عن الفكرة الإسلامية التي تحتاج إلى الوصول بشتى الطرق إلى جمهور واسع و متباين من المسلمين و غير المسلمين.

21- اعتمدت قناة الهدى على الصور الفوتوغرافية ضمن الصورة المتحركة فهذا مزج بصري يهدف إلى إقناع المتلقي بكافة السبل الأيقونية بما يحقق أهداف القائم بالإقناع.

22- الصور الفوتوغرافية ترتبط بالمنظور الإسلامي في معالجة القضايا و إيجاد الحلول .

23- ما يمكن رصده كذلك أن المدلولات و المعاني التي تنتجها الصورة لا تنطلق إلا من المخيال و الوسائط الثقافية المرتبطة بها محاولة استثارة ما وراء المرئي بالتأثير في المتلقي الذي يستقبل كما هائلا من الرموز و المعاني التي تسعى إلى تشكيل ، تغيير أو تدعيم أشكال متنوعة من القناعات و الأفكار التي تندرج ضمن خطة الرسالة الإقناعية.

في الأخير ، إن المقاربة السيميولوجية التي قمنا بها تعد محاولة قرائية لكشف أساليب الإقناع المرتبطة بالصورة من خلال استجلاء دور العلامات في إنتاج المعاني و إقناع المتلقي بها عبر مختلف الدوال الرمزية البصرية التي تساهم في حمل المتلقي على الاقتناع بالرسالة التي تبثها قناة الهدى.

خاتمة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

لقد كان الهدف الرئيسي لهذه الدراسة الكشف عن أساليب الإقناع المختلفة التي تستخدمها قناة الهدى لإقناع المتلقي من المسلمين و غير المسلمين، و فيما يلي حوصلة نرصد فيها أهم النتائج التي توصلنا إليها في البحث :

أولا : على المستوى النظري:

✱ إن فكرة الإقناع قديمة تعكس رغبة الإنسان الدائمة في إيصال أفكاره بشتى الطرق و محاولة تأثيره في غيره باعتباره كائنا اجتماعيا يتفاعل في إطار الجماعة عن طريق التواصل ، و ارتبط مفهومه بمسميات عدة هي الجدل ، الخطابة ،البلاغة ،الحجاج و المناظرة.

✱ يعتبر الإقناع من المفاهيم المرنة التي لم يتفق عليها الباحثون، إلا أنها تصب في وعاء واحد هو محاولة الاستمالة و حمل المتلقي على الاقتناع بفحوى الرسالة .

✱ لقد رسم القرآن الكريم منهجية فعالة في الإقناع من خلال الحكمة و الموعظة الحسنة و الجدل بالتي هي أحسن.

✱ تتنوع أساليب الإقناع بتنوع المجالات التي تستخدمها ، كما تختلف تصنيفاتها من مجال إلى آخر غير أنها في مجملها تخاطب العقل و الوجدان بطرق مختلفة .

ثانيا: مضمون قناة الهدى:

✱ تناولت قناة الهدى مواضيع متنوعة تلبية لحاجات المشاهد ، إلا أنها ركزت بشكل اكبر على المواضيع التشريعية التي يحتاجها المسلمون لفهم أمور الدين و الدنيا.

✱تخاطب قناة الهدى جمهورا متنوعا من المسلمين و غير المسلمين ، انطلاقا من عالمية الإسلام ، لكنها ركزت أكثر على الجمهور المسلم.

✱ تُنوع قناة الهدى في استخدام أساليب الإقناع بما يخاطب العقل و الوجدان ، غير أن التفوق كان خلال فترة الدراسة للأساليب العقلية بما يكفل نجاح رسالتها ، فقد أعطى الإسلام قيمة كبيرة للعقل الإنساني الذي ميز الله به الإنسان عن سائر المخلوقات بما يمكنه من الإدراك و الفهم الصحيح للمواضيع و القضايا.

✻ ضمت الأساليب العقلية التي انتهجتها القناة : الاستدلال بالنقل بشقيه الخاص المتمثل في القرآن الكريم و السنة النبوية الشريفة ، و النقل العام المتمثل في أقوال أهل العلم ، الإنجيل ، الأمثلة الواقعية و الشواهد التاريخية ، الإحصائيات و الحقائق العلمية ، الأمثال و الحكم ،كما تضمنت الأساليب العقلية الاستدلال غير المباشر الذي يشمل الاستقراء، القياس و التمثيل، بالإضافة إلى الأساليب العقلية الأخرى المتمثلة في التعريف ،تفنيد وجهة النظر الأخرى الجدل بالتي هي أحسن ، التكرار ، و السبر و التقسيم .

✻ تحصل أسلوب الاستدلال بالقرآن الكريم على أعلى نسبة ضمن النقل الخاص ، أما العام فكان من نصيب الأمثلة الواقعية و الشواهد التاريخية ، في حين كان التفوق في الاستدلال بالعقل لأسلوب التكرار الذي يساعد على تثبيت الفكرة أو الرسالة أكثر في ذهن المتلقي.

✻ توصلت الدراسة إلى أن للأساليب العاطفية حيز مهم في هذه القناة من خلال مخاطبة الوجدان فعمدت إلى استخدام أساليب الشعارات و الرموز ، مخاطبة حاجات و دوافع المتلقي،غريزة القطيع ، الاعتماد على الشخصيات المعروفة ، الترغيب و الترهيب ، بالإضافة إلى الأساليب اللغوية و البلاغية التي تحصلت على أعلى نسبة ضمنها.

ثالثا: دلالات الصورة في قناة الهدى:

✻ إن أساليب الإقناع في قناة الهدى لا تتوقف عند حدود اللغة اللفظية بل تجاوزت عملية الإقناع إلى الاتصال غير اللساني من خلال الصورة .

✻ أسفرت الدراسة السيميولوجية إلى أن القناة انتهجت خطة إقناعية من خلال الصورة بتوظيف مدلولاتها لتحقيق أهداف الرسالة التي ترتكز على الأيقونات و الشخصيات الظاهرة، المدونات اللونية و ارتباطاتها السيكولوجية و السوسيوثقافية ، شكل الديكور ، الإضاءة المناسبة بالإضافة إلى المؤثرات الصوتية ، فكل هذه العناصر تم توظيفها في عملية الإقناع على مستوى الأيقونات البصرية.

✻ تحمل الصورة كرسالة مدلولات شتى من خلال المعاني التي تتضمنها و التي ربما تعجز اللغة اللفظية عن البوح بها ، ففي فترة الدراسة تبين أن الصورة تعبر عن الانتماء إلى الإسلام أو الانتساب إلى هذه الأمة ، أي أن الصورة مرتبطة بالعوامل الثقافية و الدينية التي تمثلها الأيقونات بكافة تجلياتها .

نستنتج من خلال ما سبق أن الإقناع علم و فن و أن عمل أي رسالة إعلامية يحتاج إلى فهم أساليب الإقناع و توظيفها لضمان وصول الرسالة و اقتناع المتلقي بها ،فما بالك إذا كانت هذه الرسالة هي الإسلام ، هذا ما يفرض على القائمين على قناة الهدى و الإعلام الإسلامي ككل تسخير و استخدام كافة أساليب الإقناع الكفيلة بنجاح و تفعيل الرسالة الإسلامية .

آفاق الدراسة

نستخلص مما سبق أن دراسة أساليب الإقناع في قناة الهدى الناطقة باللغة الانجليزية قد تناولت جانبا لموضوع واسع و بكر يتزامن مع حداثة التجربة الإسلامية في مجال البث الفضائي ، خاصة المنفتح على العالم عن طريق لغة العالم الأولى /الانجليزية.

كما تتيح النتائج التي تحصلنا عليها فرصة التعرف على أساليب الإقناع المتنوعة مع إمكانية استخدامها و تطويرها بأكثر فعالية في المستقبل، و كشف أماكن الضعف بهدف الارتقاء إلى مستوى التحديات و الطموحات التي تفرضها الساحة الإعلامية و الدولية بما يساهم في إيصال الرسالة الإسلامية إلى العالم أجمع انطلاقا من عالمية الإسلام بالحكمة و الموعظة الحسنة و الجدل بالتي هي أحسن.

ما يمكن قوله في الأخير إلى أن هذه الدراسة تعد جهدا إنسانيا لا يكاد يخلو من نقص على حد قول العماد الأصفهاني : " إني رأيت انه لا يكتب إنسان كتابا في يومه إلا قال في غده لو غير هذا لكان أحسن ، و لو زيد كذا لكان يستحسن ، و لو قدم هذا لكان أفضل ، و لو ترك هذا لكان أجمل ، و هذا من أعظم العبر ، و هو دليل على استيلاء النقص على جملة البشر".

قائمة المصادر والمراجع

جامعة الأمير سطام للعلوم الإسلامية

قائمة المصادر و المراجع

المصادر

1- القران الكريم .

2- الكتاب المقدس .

3- البخاري (ابو عبد الله بن محمد بن اسماعيل)، صحيح البخاري ، تحقيق محمد زهير بن ناصر الناصر، ط 1 ، دار طوق النجاة، 1422هـ.

4- ابن حنبل (أبو عبد الله أحمد بن محمد) ، مسند الإمام أحمد ابن حنبل، ط 2 ،بيروت ،لبنان، مؤسسة الرسالة 1999.

5- أبو داود (سليمان بن الأشعث بن إسحاق بن بشير بن شداد بن عمرو الأزدي السِّجِسْتاني)، تحقيق شعَيب الأرنؤوط – محَمَّد كامِل قره بللي، ط 1 ، دار الرسالة العالمية، 1430هـ، 2009م

6- مسلم (بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري)، المسند الصحيح المختصر ، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، د ط ، دار إحياء التراث العربي، د ت.

7- الترمذي (أبو عيسى محمد بن عيسى بن سَوْرة بن موسى بن الضحاك) ، سنن الترمذي، تحقيق أحمد محمد شاكر، محمد فؤاد عبد الباقي، ط 2 ، مصر ، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي 1395هـ، - 1975 م.

8- ابن ماجة (أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني) ، سنن ابن ماجة، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، د ط ، دار إحياء الكتب العربية ، دت .

9- ابن منظور ،لسان العرب ،الجزء الاول ، الطبعة الأولى، دار صادر ،دت

10- المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية ، الطبعة الرابعة، جمهورية مصر العربية، مكتبة الشروق ، 2004

11- ابي الحسين (احمد بن فارس بن زكريا) ، معجم مقاييس اللغة ،الجزء الخامس ،كتاب القاف

12_ البستاني (المعلم بطرس)، محيط المحيط ، باب القاف ، دط، بيروت ،مكتبة لبنان1987

13- الجرجاني (علي بن محمد الشريف)،كتاب التعريفات ، د ط ، بيروت ، مكتبة لبنان 1985

14-1_ الفيروزابادي ،القاموس المحيط ، فصل الراء ،باب الباء .

الكتب باللغة العربية

1- بدر (احمد) ، أصول البحث العلمي و مناهجه، د ط ، القاهرة ، المكتبة الأكاديمية ، 1996

2- عبد المطلب (محمد) ،البلاغة و الأسلوبية، ط1 ،مصر الشركة المصرية العالمية للنشر ، 1994

3- العمار (حمد بن ناصر عبد الرحمان)،اساليب الدعوة الاسلامية المعاصرة، ط3 دار شبيليا، 1995

4- لالاند (اندريه) ، موسوعة لالاند الفلسفية ، المجلد الاول ، تعريب خليل احمد خليل ، دط .دت

5- صمود (مادي) ، اهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من ارسطو الى اليوم،دط ،تونس،المطبعة الرسمية للجمهورية التونسية ،دت.

6- بليث (هنريش)، البلاغة و الاسلوبية نحو نموذج سيميائي لتحليل النص ،ترجمة محمد العمري

7- مصباح (عامر)، الاقناع الاجتماعي ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون الجزائر 2005

8- سعد الحديدي (منى)، سلوى امام علي ، الاعلام و المجتمع ،دط، الدار المصرية اللبنانية ،دت

9- شرف استيتيه (سمير)،اللسانيات المجال ،الوظيفة،و المنهج ،ط1 ،الاردن،عالم الكتب الحديث2005

10- حجاب (محمد منير)، الموسوعة الاعلامية المجلد الاول ،الطبعة الاولى ،القاهرة ،دار الفجر 2003،

11- العوشن (عبد الله محمد)،كيف تقنع الاخرين ، ط 3 ،السعودية ،دار العاصمة 1996

12- شاهين (هبة) ، التلفزيون الفضائي العربي ، ط 1 ،القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية 2008

13- إسماعيل (محمود حسن)، مناهج البحث الإعلامي ، ط1، القاهرة ، دار الفكر العربي 2011

14- عبيدات (محمد) و اخرون ، منهجية البحث العلمي ،ط 3 ،دار وائل للطباعة و النشر 1999

15- وحيد ديدوي (رجاء)، البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارساته العلمية ،ط 1، سوريا ، دمشق دار الفكر المعاصر 2000

16- عبد الحميد (محمد)، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام ،د ط ،دار و مكتبة الهلال 2009/2008

17- بيغنل (جوناثان) ،مدخل الى سيمياء الاعلام،ترجمة محمد شيا،ط1 ، بيروت ، لبنان ، مؤسسة مجد 2011

18- لوشن (نور الهدى) ،مباحث في علم اللغة و مناهج البحث اللغوي،دط، الاسكندرية المكتبة الجامعية2002

19- سعودي ابوزيد (نواري) ،الدليل النظري في علم الدلالة،دط،عين مليلة الجزائر،دار الهدى 2007

20- زرواتي (رشيد) ، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ،ط1ديوان المطبوعات الجامعية،قسنطينة ،دت

21- طعيمة (رشدي)، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية ، د ط ،القاهرة،دار الفكر العربي ، دت

22-حافظ بدوي (هناء)،الاتصال بين النظرية و التطبيق، الإسكندرية،المكتب الجامعي الحديث،2003

23-كولنج (ن، ي)،الموسوعة اللغوية ،ترجمة محي الدين حميدي ،عبد الله حميدان ،المجلد الاول،جامعة الملك سعود،النشر العلمي ،دت

24- دوفلير(ميلفين)، بال روكيتش (ساندرا)، نظريات وسائل الإعلام ،ترجمة كمال عبد الرءوف،ط 1 القاهرة ،مصر ،الدار الدولية للنشر و التوزيع ،دت

25- أبو شنب (جمال)،نظريات الاتصال و الإعلام ، د ط ،دار المعرفة الجامعية ، 2009

26- عبد الجواد إبراهيم (رجب)، دراسات في الدلالة و المعجم، د ط،القاهرة، دار غريب ، 2001.

27-عبد الحميد (محمد)، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير ،الطبعة الثانية ، عالم الكتب ، 2000

28- الطرابيشي (مرفت) ، عبد العزيز السيد ، نظريات الاتصال ،د ط، القاهرة ،دار النهضة العربية،دت

29-عماد مكاوي (حسن عماد)، ليلى حسين السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط 7 الدار المصرية اللبنانية، 2008

30- الوقفي (راضي)، مقدمة في علم النفس ،الطبعة الثالثة ، عمان الأردن ، دار الشروق 2003

31- الظفيري (محمد)، فن الاتصال اللغوي و وسائل تنميته ،ط 1، الكويت مكتبة الفلاح ، 1999.

32_ الصيرفي(محمد) ، حامد (عبد الغني)، الاتصالات الدولية و نظم المعلومات ، د ط جمهورية مصر ، دار الوفاء ، 2006

33-منصور(هالة) ، الاتصال مفاهيمه و أساليبه و مهاراته ،د ط الاسكندرية المكتبة الجامعية ، 2000

34- الطرابيشي(مرفت)، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال،د ط، القاهرة،دار النهضة العربية 2006

35- ناجي محمود (فاروق) ،إستراتيجية الاتصال مع الأخر ،ط1، عمان،الأردن ،دار النفائس 2010

36-موسوعة علم النفس و التربية ، الجزء الخامس، د ط ، بيروت لبنان ،دت

37- دافيدوف (لندال) ، مدخل علم النفس ، ترجمة سيد الطواب، محمود عمر ، نجيب حزام مراجعة فؤاد أبو حطب ، ط2 ، السعودية ،الرياض ، دار ماكحروهيل للنشر.

38- عشوي (مصطفى) ، مدخل الى علم النفس المعاصر ، ديوان المطبوعات الجامعية 2010

39- عبد الفتاح موسى(فاروق) ، أسس السلوك الإنساني ،د ط، الرياض،دار عالم الكتب 1985

40- السيسي (شعبان علي حسين)، علم النفس،د ط،الاسكندرية ،المكتب الجامعي الحديث، 2002

41_ الذوادي (محمود) ، الثقافة بين تأصيل الرؤية الاسلامية و اغتراب منظور العلوم الاجتماعية، ط 1 بيروت لبنان ،دار الكتاب الجديد.

42- الخطيب (عمر عودة) ، لمحات في الثقافة الاسلامية ، الطبعة الثالثة ، بيروت مؤسسة الرسالة ، 1979

43- مارشيل (جوردون)، موسوعة علم الاجتماع ، المجلد الأول ، الطبعة الثانية 2007 .

44- محمد سيد احمد(غريب)، علم الاجتماع و دراسة المجتمع ، د ط ،دار المعرفة الجامعية 2003

45- الطواب (سيد محمود)، علم النفس الاجتماعي ،د ط ، دار المعرفة الاجتماعية 2007

46_الزبيدي (كامل علوان)، علم النفس الاجتماعي ط1عمان ،الأردن، الوراق للنشر 2003

47_لازاروس (ريتشارد)، الشخصية ،ترجمة سيد محمد غنيم ، الطبعة الثالثة ،القاهرة دار الشروق 1989

48-مالك بن نبي ، مشكلة الثقافة ، الطبعة التاسعة ، دمشق ، دار الفكر، 2009

49- الشرفا (إسماعيل)، الموسوعة الفلسفية ، الطبعة الاولى ، عمان، الأردن دار أسامة 2002

50-شربل (موريس)، موسوعة علماء التربية و علماء النفس،ط 1، بيروت ، لبنان دار الكتب العلمية ، 1991

51-عبد القادر طاش ، صورة الاسلام في الاعلام الغربي ، الطبعة الثانية،القاهرة ،مصر الزهراء للاعلام العربي **1993**

52- علوان (محمد) ، انتشار الاسلام و الجهاد ،افتراءات غربية و حقائق إسلامية ،د ط ،دار التعاون الحديثة 2004

53- حسن عباس (فضل) ،البلاغة فنونها و افنانها ،د ط ، دار الفرقان للنشر و التوزيع ،عمان الاردن

54-فتحي عبد الله (محمد)، معجم مصطلحات المنطق و فلسفة العلوم ، د ط ، الاسكندرية ، دار الوفاء 2002

55- مجاهد (جمال) ، شيبة (شدوان)،طارق الخليفي ، مدخل إلى الاتصال الجماهيري ، د ط، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية 2008

56-الحنفي (عبد المنعم)، موسوعة علم النفس و التحليل النفسي، ط4 القاهرة مكتبة مدبولي 1994 57-الخويسكي (زين كامل)، المصري، (احمد محمود) ،رؤى في البلاغة العربية، ط 1الاسكندرية دار الوفاء2006

58- الفلاحي(عبد الله محمد) ،نقد العقل بين الغزالي و كانط، ط 1 ،بيروت ،لبنان،مجد المؤسسة الجامعية للدراسات ، 2003 .

59- عبد المنعم عباس (راوية)، ديكارت و الفلسفة العقلية ، د ط،الاسكندرية دار المعرفة الجامعية،دت

60- وعزيز (الطاهر)، المناهج الفلسفية ، الطبعة الاولى ،بيروت ،لبنان ، المركز الثقافي العربي، 1990

61-شاكر محمود (جودت)،الاتصال في علم النفس ، ط1 ، عمان ،الأردن دار صفاء ، 2013

62-عماد مكاوي (حسن)، نظريات الإعلام، ط 1،الدار العربية للنشر، القاهرة،مصر ، 2009

63-الثبيتي (عابد بن عبد الله)، قواعد و ضوابط فقه الدعوة عند شيخ الإسلام ابن تيمية ، الطبعة الأولى دار ابن الجوزي ، 1828

64-شحاتة (عبد الله)،الدعوة الإسلامية و الإعلام الديني ، ط2 ،الهيئة المصرية العامة للكتاب 1986

65- النيسابوري (أبي إسحاق احمد بن إبراهيم)،عرائس المجالس ، الطبعة الرابعة ، بيروت ،لبنان دار الكتب العلمية، 2004

66- -الميداني (عبد الرحمان حسن حنبكة)،ضوابط المعرفة ،الطبعة الرابعة، دمشق دار القلم ، 1993

67- السبعاوي (طه عبد الرحمان) ،أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي ، ط 1 ، بيروت، لبنان دار الكتب العلمية ،2005

68-نوريم (علال)،جديد الثلاثة الفنون في شرح الجوهر المكنون ،دط ، الدار البيضاء ،مطبعة النجاح 2007

69- إبراهيم مصطفى (إبراهيم) ،منطق الاستقراء ،دط ، مطبعة الانتصار، الاسكندرية ، 1999

70- الرمحي (عبد الحليم محمد)،مفاهيم في فقه الدعوة و اساليبها ،ط1 عمان ،الاردن، دار و مكتبة الحامد 2002

71- العبد الله (مي)، الدعاية و اساليب الاقناع ط1، بيروت ، لبنان ، دار النهضة العربية 2006

72-ناجي محمود(فاروق) ،البرنامج التلفزيوني، الطبعة الأولى ،عمان، الأردن ، دار النفائس 2007

73- الهاشمي(أحمد هاشم) ، الإعلام الكوني و تكنولوجيا المستقبل ،ط1 دار المستقبل للنشر و التوزيع

74_ إمام (إبراهيم)،الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، الطبعة الثانية ،دار الفكر العربي ، 1985

75- البكري (إياد شاكر)، عام 2000 حرب المحطات الفضائية،ط1عمان الأردن دار الشروق1999

76-البياتي(ياس خضير) ، الاتصال الدولي و العربي، ط1عمان، الأردن ،دار الشروق 2006

77-احمد (احمد جاد) ،الإعلام الفضائي و آثاره التربوية ،ط1دار العلم و الإيمان للنشر 2008 .

78-ابو عرجة (تيسير)، الإعلام العربي وسائله و رسائله وقضاياه، ط 1عمان ،الأردن دار مجدلاوي للنشر و التوزيع 2009

79- شمو (علي محمد)،تكنولوجيا الفضاء و اقمار الاتصالات ،ط1 ،الإسكندرية، مكتبة الإشعاع 2002

80- حسين عواد (فاطمة) ،الاعلام الفضائي ،الطبعة الأولى، عمان ،الأردن ، دار أسامة 2010

81- جبارة عطية (جبارة)،علم الاجتماع الاعلام ،د ط ،دار الوفاء، الإسكندرية 2001

82- شيلر (هربرت)، الاتصال و الهيمنة الثقافية ، ترجمة وحيد سمعان عبد المسيح ،مراجعة مختار التهامي د ط ،الهيئة المصرية العامة للكتاب 1993

83- عزي (عبد الرحمان) حفريات في الفكر الاعلامي القيمي ،دط ، تونس ،الدار المتوسطية للإعلام 2011.

84- الزوبعي (هاشم احمد نغيمش)،الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية ضمن كتاب الإعلام الإسلامي الواقع و الطموح ،ط 1 عمان،الاردن ، دار النفائس 2007

85- ارمسترونغ (كارين)،الاسلام في مراة الغرب ،ترجمة محمد الجورا ، ط2 ، دمشق،سورية دار الحصاد

86_مورو (محمد) ،الاسلام و امريكا ، د ط ، دار النهضة 2001

87- النملة (علي بن ابراهيم) ، نقد العقل المعاصر ،الطبعة الأولى ، دمشق ، دار الفكر ،دت

88-السلامة(محمد بن عبد الله) ، الإعلام الإسلامي و متغيرات العصر ،الطبعة الأولى، الرياض السعودية مكتبة التوبة 2003

89- الفاضلي (داوود علي) ، أصول المسيحية كما يصورها القران الكريم ، دط ، الرباط 1986 ، مكتبة المعارف

90-وافي (علي عبد الواحد)، الأسفار المقدسة في الأديان السابقة للإسلام ، ط 1 القاهرة ، دار نهضة مصر1964

91-(عفيف عبد الفتاح)، روح الدين الإسلامي ،ط 9 ،دار العلم للملايين ،بيروت ،1972

92- الزنداني (عبد المجيد عزيز)،كتاب التوحيد ، د ط ،جدة ،مكتبة جدة 1989

93- العقل (ناصر عبد الكريم) ،الاتجاهات العقلية الحديثة ،ط 1 ، الرياض دار الفضيلة ،2001

94- الجزائري (محمد بن عبد الكريم)،الدين الإسلامي عقيدة و شريعة ،د ط ،الجزائر ،شركة الشهاب ،دت

95- بوزيد (بكر بن عبد الله) ، الإبطال لنظرية الخلط بين دين الإسلام و غيره من الأديان، ط 1 الرياض ، دار العاصمة ،دت

96- صالح (حسن بشير)، علاقة المنطق باللغة ،الطبعة الأولى ، الإسكندرية ، دار الوفاء ،2003

97-أبو أصبع (صالح خليل)، الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة ، ط 4، عمان ،الأردن دار مجدلاوي 2004

98- قلقيلة (عبده عبد العزيز)، البلاغة الاصطلاحية ،ط3 ،القاهرة ،دار الفكر العربي ، 1992

99- محفوظ (علي)، هداية المرشد ، الطبعة التاسعة ،القاهرة ، دار الاعتصام ، 1979

100- الميداني (عبد الرحمان حسن حنبكة) ، البلاغة العربية ، الجزء الثاني ، ط1 ، دمشق ،دار القلم 1996.

101- بني عامر (محمد امين حسن محمد)، أساليب الدعوة و الإرشاد ، دط ،جامعة اليرموك 1999

102-رضوان بلخيري ،سيميولوجيا الصورة بين النظرية و التطبيق، ط 1دار قرطبة ، الجزائر 2012

103- الشيباني (عبد القادر فهيم)،معالم السيميائيات العامة ،أسسها و مفاهيمها،ط 1 سيدي بلعباس الجزائر ، 2008

104- يخلف (فايزة)، مبادئ في سيميولوجيا الإشهار، د ط ، طاكسيج كوم ، الجزائر 2010

105- الغزالي (محمد)، جدد حياتك ، د ط ، الجزائر ، دار المعرفة ، د ت.

106- تاوريريت (بشير)، محاضرات في مناهج النقد الأدبي المعاصر ،ط 1، قسنطينة ،الجزائر مكتبة اقرأ 2006

107- القفاري (ناصر بن عبد الله) و العقل (ناصر بن عبد الكريم) ، الموجز في الأديان و المذاهب المعاصرة ط1، الرياض ، دار الصميعي 1992

108 - عبد الله ثاني (قدور) ، سيميائية الصورة ، د ط، وهران ،دار الغرب ، 2005

109- فضل الله (مهدي)، علم المنطق ،الطبعة الثالثة ،بيروت ،دار الطليعة 1985 .

قائمة المراجع باللغة الأجنبية

1- La Rousse Dictionnaire de Français

2 -Oxford Advanced Learner's Dictionary .

3- New Webster's Dictionary and The Saurus

4-Dizionario Italiano Arabo Adar Alarabia Lilkitab ,librairie Du Liban .

5- Das Einzige ,Wolerbuch ,Der Deutchen und Arabishen Spr

6- Lamilo Charron , Nathalie Dunnet ,Nicholas Gueguen, Alain Lieury , Stephane Rusinek , La psychologie , 500 mots pour comprendre , Dunod , Paris 2007

7 -Harry Mills , Artful Persuasion , library of congress U.S.A

8-Klaus Krippendorff, content analysis 2nded USA sage publication,2004

9- J .A.Guddon ,The Penguin dictionary of literary theory,Penguin books London 4th ed 1998

10- David Kumar , psychology of human behavior, krishi Vishvavidyalaya , Palmapur

11-Dave Lakhani ,Persuasion the art of getting what you want,Wiley Publication Canada 2005

12-Kevin Hogan , The Psychology of Persuasion ,Pelican Publishing company 3rd ed ,U,S,A 2000

13 -Abdur Rahman Bin Hammad Alomar , The religion if truth –arussalam KSA

14 -Abdul Rahman Abdullah, Who is Allah and his prophet ,Darussalam,1st edition KSA 1999

15-Michael Sproul , Propaganda and democracy ,Cambridge University press 1997

16- Toni Rosenbaum, effective communication skills,Cornell Local Roads Programs New York 2005

17 -Helen Katz ,The Handbook Lawrence Erlbaun Associates Publishers ,Mahwa,New Jzrsey 2nd edition

18_Paul Levinson,Digital Mcluhan a guide to the information mellinium ,Routledge London 2004

19 -Marie Christine Pauwels ,civilisation des Etats Unis ,Hachette Paris

20 -Ragend Masthrie and Rakesh.M .Bhatt, World Englishes, Cambridge University Press, NewYork ,USA 2008

21 -Muhammed Yusuf Mussa , Islam and humanity's need for it Alahram commercial press ,Kalioub , Egypt , 1993

22 -James.D.Williams ,The Teacher's Grammar Book, 2nd edition New Jersey 2005 LEA publishers

23 - Angela Downing and Philip Lock ,English Grammar,2nd edition ,USA,Routledge ,2006

24- Rejend Mesthrie and Rakesh .M. Bhaltworld englishes Cambridge University USA2008

25 Britanica encyclopedia volume 4

26 -David Crystal ,English as a Global Language ,2nd edition,New York ,Cambridge University Press2003

27 -Siobhan Chapman and Christopher Routledge ,Key ideas in linguistics ,Edinburg University Press,UK, 1999

28 -Siobhan Chapman and Christopher Routledge ,Key ideas in linguistics ,Edinburg University Press,UK, 1999

29 - David Horowitz & Robert Spencer, Islamophobia thought crime of the totalitarian future, David Horowitz freedom center USA, 2011

30 -Denis Delany,Ciaran Ward ,Carla Rho Fiorina ,Fields of Vision,volume 2 longman

31-Muhammed Bin Salah Al-Utheimeen, Sarh Usol Al EEman translated by Saleh Elsaleh,cooperative office for call and Islamic Guidance,Ryadh,1998

32 -Ali Hassan Abd Alhamid, Paradise its blessings and how to get there,1st edition,Dar Ibn Hazm,Beirut,Lebanon,1997

33- Hammudah Abd al Ati , Islam in focus ,3rd ed ,international Islamic publishing house 1999.

الرسائل الجامعية

الدكتوراه:

1-يخلف (فايزة)، خصوصية الاشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي ،دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الاشهارية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الجزائر ، 2005/2004 .

الماجستير

1- بلخير (هشام)،آليات الإقناع في الخطاب القرآني سورة الشعراء أنموذجا ،مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في اللسانيات العامة جامعة الحاج لخضر ،باتنة ،2012/2011 ؟

2- صاولي (عبد المالك) ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة و الإعلام جامعة عبد القادر ، 2006/2005

3-ابرادتشة (سعيدة)، الاستمالات الاقناعية في الإعلان المتلفز ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة منتوري قسنطينة 2009/2008.

4-فروم (هشام) ،تجليات الحجاج في الخطاب النبوي ،دراسة في وسائل الإقناع ،الأربعون النووية أنموذجا،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في اللغة العربية ،تخصص لسانيات اللغة العربية ،جامعة الحاج لخضر ،باتنة 2009/2008 .

5- لعساكر (يوسف عمر)،الجدل في القران خصائصه و دلالاته ، رسالة ماجستير في الدراسات اللغوية و النظرية ،جامعة الجزائر ،السنة الجامعية 2004 /2005.

6-لعرابة (صورايا) ،البعد الاتصالي لإستراتيجية التسويق في المؤسسة الاقتصادية ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة منتوري قسنطينة ،2008/2007.

7- عيسى مبرك (نصيرة) ، فلسفة العلامة عند رولان بارث ، الأسطورة و نسق الزي أنموذجا ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الفلسفة ، جامعة الحاج لخضر باتنة 2011/2010.

8- مخلوفي (سليمة) ، وسائل الإقناع في خطبة طارق ابن زياد ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في اللغة العربية ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2011/2010.

المجلات

1-الحميدان (إبراهيم بن صالح)، الإقناع و التأثير ، مجلة جامعة الإمام ، العدد 49 ،1429 ص

2- عثمان (عبد الرحمان) ، الإنسان و العقل، مجلة دعوة الحق ، العدد 70 دار الصحافة و النشر الإسكندرية.

3-بوقرة بن عبد الحميد (نعمان) ،تفسير النصوص و حدود التاويل عند ابن حزم الاندلسي ،مجلة الشريعة و الدراسات الاسلامية ،السنة التاسعة ،العدد 27 ، 2004 .

4—الأطرش (يوسف) ،الخطاب السردي و مكوناته من منظور بارت ، مجلة السرديات ،العدد 01 ، د ط ،عين مليلة ، الجزائر ، دار الهدى 2004.

5- متولي (محمد محمود) ، الإسلام فطرة الخلق و شريعة الوجود، مجلة الشريعة و الدراسات الإسلامية ، العدد 27 ، 1995

6- شيللر (هربرت) ، المتلاعبون بالعقول ،ترجمة عبد السلام رضوان ، عالم المعرفة ، العدد **106** ، الكويت **1999**

مواقع الانترنت

ww.islammessage.com

www.culturallink.org

www.muslim.org

www.TheDeenshow.com

www.huda.tv

www.saidbenkerrad.com

www.wikipedia .com

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الملاحق

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

رمز قناة الهدى و شعارها



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية — قسم الدعوة و الإعلام و الاتصال

كلية أصول الدين و الشريعة و الحضارة الاسلامية — تخصص: إعلام إسلامي

استمارة تحليل مضمون حول موضوع

الأساليب الإقناعية في قناة الهدى الفضائية الناطقة باللغة الانجليزية(Huda TV)

-دراسة تحليلية-

أساتذتي الكرام .

هذه استمارة تحليل المضمون نقدمها في إطار انجاز مذكرة ماجستير في الإعلام الإسلامي بعنوان :

الأساليب الاقناعية في قناة الهدى الفضائية الناطقة باللغة الانجليزية –دراسة تحليلية –

-يرجى تدوين الملاحظات في المكان المخصص لها.

إعداد الطالبة: — **اشراف الأستاذ الدكتور**

فيروز بوزيدة — **حسين خريف**

السنة الجامعية 2013/2012

استمارة تحليل المضمون

البيانات الأولية لبرامج العينة

1 اسم البرنامج 2- يوم البث 3-توقيت البث 4دورية البث 5-زمن البرنامج

فئات تحليل المحتوى

فئات ماذا قيل؟

الفئات	عناصر الفئات	صح	خطأ	الملاحظات
6-فئة الموضوع	**أولا :المواضيع العقدية** -الإيمان بالله – الايمان باليوم الاخر الإيمان بالقضاء و القدر – التعامل مع الله -الفلسفات الإلحادية –البدع و الخرافات –اخرى			
	ثانيا: المواضيع التشريعية 1_العبادات(الصلاة،الزكاة،الصوم،الحج) 2_ المعاملات(الزواج ،الطلاق،اللباس،الأطعمة و الاشربة) 3_الحدود (القتل ،القصاص)			
	ثالثا: المواضيع الاجتماعية: 1-الآفات الاجتماعية و الأخلاقية 2-الآداب والأخلاق **رابعا: المواضيع الفكرية :** 1-الدفاع عن الإسلام 2- العلم و المعرفة 3-أساليب الدعوة الإسلامية 4-الاسلام منهج حياة 5-قضايا الأمة الإسلامية			
7-فئة الجمهور المستهدف	1_ المسلمون الناطقون بغير العربية 2_غير المسلمين الناطقين بغير العربية			

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

فئات كيف قيل؟

الفئات	عناصر الفئات	صح	خطا	الملاحظات
8-فئة الأساليب الاقناعية	**أولا :الأساليب العقلية** **الاستدلال بالنقل** -**النقل الخاص**(القرآن و السنة) -**النقل العام :** -أقوال أهل العلم- الانجيل -الامثلة الواقعية و الشواهد التاريخية -الاحصائيات و الحقائق العلمية. -الامثال و الحكم **الاستدلال بالعقل** الاستدلال بالمنطق- التعريف تفنيد وجهة النظر الاخرى التكرار- الاستفهام التقريري السبر و التقسيم الجدل بالتي هي احسن **ثانيا: الأساليب العاطفية** -الشعارات و الرموز -مخاطبة الحاجات و الدوافع -غريزة القطيع -المصادر و الفاعلين المؤثرين -الاساليب اللغوية و البلاغية -الاسلوب الخبري-الاسلوب الانشائي -الصور البيانية-الصور البديعية - **الترغيب** (الوعد ، ضرب الامثال ترغيبا ،التيسير ،تعظيم المرغب فيه) - **الترهيب** (الوعيد،ضرب			

	الامثال ترهيبا،تعظيم المرغب عنه،اظهار سلبيات المرغب عنه،اظهار الفارق بين المرغب فيه و المرغب عنه)			
9-فئة اللغة المستخدمة	-الانجليزية المحضة -انجليزية مختلطة بالعربية -ترجمة عربية انجليزية **أشكال اللغة الانجليزية** الانجليزية الامريكية/البريطانية/الاسترالية/الافريقية/الاسياوية/كلغة اجنبية			

التحليل السيميولوجي للصورة

مستوى التحليل	عناصر مستوى التحليل	صح	خطا	الملاحظات
10- المستوى التعييني	1-مكان التصوير 2- زاوية التصوير 3-مدة اللقطة 4- نوع اللقطة 5-وصف ما يبدو في الصورة			
11-المستوى التضميني	1الرسالة الالسنية 2- التمثيلات الايقونية -3 الالوان 4- الديكور 5الاضاءة6- البنية النصية			

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

ملخص الدراسة

تمكنت الفضائيات الإسلامية من اقتحام مجال البث الفضائي حاملة على عاتقها مهمة نقل الخطاب الإسلامي في عصر الانفتاح الإعلامي الذي تعددت فيه قنوات الباطل و منابر العنصرية بأكثر الأساليب إقناعا و جذبا للمتلقي.

لما كانت اللغة الانجليزية لغة العالم الأولى ، و لا تخلو أي رسالة إعلامية من وسائل الإقناع ، كان من الضروري تسخير هذه اللغة لخدمة الإعلام الإسلامي و ذلك بإنشاء فضائيات إسلامية ناطقة باللغة الانجليزية كقناة الهدى التي تعد أنموذجا رائدا ، تهدف إلى خدمة المسلمين و دعوة غير المسلمين عبر العالم إلى هذه الرسالة العالمية و إبراز صورة الإسلام المشرقة بمختلف أساليب الإقناع.

من هذا المنظور حاولت في هذه الدراسة إلقاء الضوء على جزء من موضوع واسع في مجال الإعلام الإسلامي يستدعي بواعث البحث من خلال الدراسة : الأساليب الإقناعية في قناة الهدى الفضائية الناطقة باللغة الانجليزية – دراسة تحليلية –

تنطلق الإشكالية من تساؤل رئيسي : ما هي الأساليب الإقناعية التي تستخدمها قناة الهدى الناطقة باللغة الانجليزية ؟

تكمن أهمية هذه الدراسة في كشف أساليب الإقناع و دورها في أي خطة إعلامية في عمل الفضائيات الإسلامية الناطقة باللغة الانجليزية الموجهة إلى جمهور واسع من المسلمين و غير المسلمين

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية هذا ما استدعى الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي إضافة إلى الاستعانة بأداة تحليل المحتوى و التحليل السيميولوجي للصورة بهدف الكشف عن أساليب الإقناع على المستوى اللساني اللفظي و غير اللفظي المتعلقة بالصورة و ذلك بتحليل عينة من البرامج التي تبثها القناة خلال دورة برامجية محددة بثلاثة أشهر .

اعتمدنا في انجاز هذه الدراسة على خطة منهجية تضم أربعة فصول ، يعنى الفصل الأول بإطار الدراسة و منهجيتها ، و يشتمل على ثلاث مباحث ، المبحث الأول متعلق بموضوع الدراسة و إشكاليتها ، أما المبحث الثاني فيمثل الإطار المنهجي للدراسة ، في حين تناول المبحث الثالث المقاربة النظرية المعتمدة في البحث المتمثلة في نظرية التفاعلية الرمزية.

الفصل الثاني فيتعلق بالإقناع في الفضائيات الإسلامية ، يحتوي على ثلاث مباحث، المبحث الأول يختص بماهية العملية الإقناعية ، أما المبحث الثاني فيعد مدخلا إلى البث الفضائي ، بينما خصصنا المبحث الثالث للفضائيات الإسلامية من حيث نشأتها ، أهميتها ، و واقعها بالإضافة إلى طموحاتها.

يشتمل القسم التحليلي على فصلين : الفصل الثالث بعنوان الأساليب الإقناعية في قناة الهدى دراسة تحليلية للمضمون ، من خلال الكشف عن فئات ماذا قيل ؟ التي تضم فئة الموضوع و الجمهور المستهدف ، و فئات كيف قيل ؟ التي تعد المحور الأساسي في هذه الدراسة و تضم فئة الأساليب الإقناعية و فئة اللغة المستخدمة.

أما الفصل الرابع فتناولنا فيه الأساليب الإقناعية في قناة الهدى –دراسة تحليلية للصورة – إذ يرتكز هذا الفصل تحليل الصورة من خلال المستوى التعييني ، و المستوى التضميني بالاعتماد على مقاربة رولان بارت .

توصلت الدراسة التحليلية للمضمون إلى النتائج التالية :

– تعتمد قناة الهدى على مواضيع متنوعة و جاءت المواضيع التشريعية في صدارة اهتمامها.

– تخاطب قناة الهدى جمهور المسلمين في المقام الأول بالإضافة إلى غير المسلمين .

– تستخدم قناة الهدى أساليب الإقناع العقلية و العاطفية مع تفوق الأساليب العقلية.

– ترتبط الأساليب العقلية بالاستدلال بالنقل و العقل، غير أن النقل قد تفوق على العقل لعدة اعتبارات مرتبطة بالمتلقي.

– تفوق النقل العام على النقل الخاص الذي يضم القران الكريم و السنة النبوية الشريفة.

– حصل أسلوب التكرار على المركز الأول من بين اساليب الاستدلال بالعقل.

– تستخدم قناة الهدى أساليب عاطفية متنوعة لإقناع المتلقي ، و قد تفوقت الأساليب اللغوية و البلاغية على الأساليب العاطفية الأخرى.

– تفوقت اللغة الانجليزية المحضة على أشكال اللغة الأخرى .

أما النتائج المتعلقة بتحليل الصورة يمكن تلخيصها فيما يلي:

- تحتل الصورة حيزا مهما في عملية الإقناع بالقناة.

- تحتوي الدوال الرمزية المشكلة للصورة المتمثلة في العنوان، الشخصيات، الديكور ، الإضاءة الألوان البنية النصية و المؤثرات الصوتية على العديد من المدلولات التي تخاطب العقل و الوجدان.

نستنتج مما سبق أن من خلال النتائج التي تم رصدها من عملية التحليل ، أن قناة الهدى تعتمد على أساليب إقناعية متنوعة على مستوى اللغة اللفظية/اللغة الانجليزية ، و اللغة غير اللفظية/ الصورة بهدف التأثير في المتلقي باعتبار هذه الأساليب القوة المحركة للإعلام الإسلامي الذي يسعى للارتقاء إلى مستوى التحديات المطروحة على الساحتين الإسلامية و العالمية.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

Abstract

In an era of media openness where there are many channels of falsehood and racism platforms with the most persuasive and attractive methods to the recipient, the Islamic satellite channels were able to break into the field of satellite broadcasting to transmit the Islamic discourse. Given that there is no media message without persuasion means, and given that English is the international language, it was necessary to make use of this language to serve Islamic media by establishing English-language satellite channels which would convey the Islamic message to the four corners of the world. A pioneer in this specific growing industry and a typical example of such channels is the Huda TV. It is a channel that works towards developing a deeper understanding of Islam and its fundamental message by inviting and converting people of different faiths around the globe to this religion.

From this perspective, we attempt, in this study, to shed light on an area of a broad topic in the field of Islamic media. The present analytical study aims at filling the research gap existing in the area of persuasion methods used by Islamic satellite channels, in particular the Huda TV. Accordingly, our research problem stems from one major research question: what are the persuasion methods used by Huda TV? As this channel is directed to a wide audience of both Muslims and non-Muslims, the importance of this study lies in exploring and identifying the persuasion techniques and tools and the role they play in the media plan of the Islamic English language satellite channels.

This study is a descriptive research that relies on the use of descriptive analytical methods. In addition, it makes use of content analysis and also a semiology analysis of the image to identify the persuasion methods at both verbal and nonverbal levels. A sample program which is broadcasted by the channel during three months is meant for analysis.

The present study is composed of four chapters. The first chapter is devoted to the framework of the study and its methodology. It includes three sections: the first section addresses the subject of the study and its problematic; the second section deals with the

methodological framework; and the third section discusses the theoretical approach adopted in the research i.e., that is the symbolic interactionism theory.

The second chapter is related to persuasion in Islamic satellite channels. It is divided into three sections .The first section talks about the significance of the persuasion process, while the second section is an introduction to satellite broadcasting. The third section is devoted to Islamic satellite channels, its inception, importance, reality, and ambitions.

The analysis section includes two chapters: chapter three entitled persuasive methods in Huda TV –a content analysis study- through the disclosure of the categories of what was said (the subject category and the target audience), and how it was said (the persuasion method category and the language used).

In the fourth chapter we adopt the persuasive methods in Huda TV – an analytical study of the image – depending on Roland Barthes approach.

The analytical study of content reached the following results:

- Huda TV depends on various topics with legislative subjects at the forefront of its interests.
- Huda TV addresses the Muslim audience as well as the non-Muslim audience.
- Huda TV uses the emotional and, in particular, the mental methods.
- The repetition method holds the first place among the methods of rational interference.
- Huda TV uses a variety of emotional methods to persuade the recipient, in particular the language rhetorical methods
- The pure English language exceeded on the other forms of language.

The results associated to the image can be summarized as follows:

- The image occupies an important place in the persuasion process in the channel.
- The symbolic denotation that forms the image (the title, characters, lighting, decoration, colored, text structures, and the sound effect) contains many connotations which address the mind and the feeling.

In considering the aforementioned results, we come to conclude that Huda TV relies on various persuasive methods at the level of verbal and nonverbal language as these methods are the driving force of the Islamic media which seeks to overcome the challenges facing it today.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

Résumé de l'étude

Les chaines islamiques ont pu assaillir le domaine de diffusion satellite, ayant pour objective la responsabilité de transmettre le discours islamique dans une époque d'ouverture médiatique, qui a connu une diversité des chaines de caducité et des tribunes racistes avec les formes les plus persuasifs et les plus attirantes au récepteur.

Attendu que la langue anglaise est la première langue mondiale, et tous les lettres médiatiques ne se vident pas des formes de persuasions, il était nécessaire de consacrer cette langue pour servir le média islamique, et cela par créer des chaines islamiques qui sont diffusées en langue anglaise, comme la chaine «Al Huda» qui est considérée comme un exemple précurseur, visant a servir les musulmans et d'inviter les non- musulmans dans les quatre points du monde de connaitre cette lettre mondiale, et de mettre en relief les valeurs lumineuses de l'islam en utilisant les différentes formes de persuasion.

De cette perspective, j'ai essayé dans la présente étude de mettre en relief une partie d'un sujet très vaste au domaine de médias islamiques qui nécessite la recherche par l'étude des : formes de persuasion dans la chaine «Al Huda» qui est diffusée en langue anglaise – étude analytique –

Cette problématique s'ébranlé d'un principal interrogatoire: quelles sont les formes persuasives utilisées par la chaine satellite «Al Huda» qui est diffusée en anglais?

L'importance de cette étude est de découvrir les formes de persuasion et leur rôles dans chaque stratégie médiatique dans les œuvres des chaines islamiques parlants en anglais et qui s'adressent aux nombreux publics musulmans et non- musulmans.

La présente étude fait partie des recherches descriptives qui nécessitent une méthode descripto-analytique en utilisant l'outil d'analyse du contenu et l'analyse sémiologique des images à l'effet de connaitre les formes de persuasion au niveau linguistique verbal et non-verbal relatives aux images et cela par l'analyse d'un échantillon des émissions diffusées par les chaines durant un cycle de trois mois.

Pour la réalisation de cette étude, nous avons adopté un plan méthodologique contient quatre chapitres, le premier chapitre concerne l'étude et sa méthodologie, et il est composé de trois thèmes ; le premier est autour le sujet d'étude et ses problématiques, le deuxième présente le contour méthodologique de l'étude et le troisième traite l'approche théorique utilisée dans la recherche soit la théorie de réactionnelle symbolique.

Le deuxième chapitre traite la persuasion des chaines islamiques; il contient trois thèmes: le premier concerne l'essence de l'activité persuasive, le deuxième est une introduction à la diffusion satellite, et nous avons approprié le troisième aux satellites islamiques : leurs créations, importances, réalités et ses ambitions.

La partie analytique se compose de deux chapitres: le troisième chapitre sous le titre des formes persuasives dans la chaine «Huda», étude analytique du contenu par montrer les catégories de «dire quoi?» composée du sujet et public visé et celle de «comment dire ? » qui est un axe principal dans cette étude, elle comprend les catégories des formes persuasives et celles de la langue utilisée.

Le quatrième chapitre traite les formes persuasives dans la chaine «Al Huda»- étude analytique des images- Ce chapitre repose sur l'analyse des images à travers le niveau désignatif et le niveau implicatif selon l'approche de **Roland Barthes.**

L'étude analytique du contenu fait ressortir les résultats suivants:

- La chaine « Huda » utilise des sujets divers dont les sujets législatifs sont les plus primordiaux.
- La chaine « Huda » s'adresse au public musulman en premier lieu ainsi que les non- musulmans.
- La chaine « Huda » utilise les formes de persuasion mentale et émotionnelle avec la supériorité des formes mentales.
- Le style de répétition a eut la première classe parmi les formes du raisonnement.
- La chaine « Huda » utilise des styles émotionnelles diverses pour convaincre le récepteur dont les styles linguistiques et rhétoriques ont devancé les autres styles émotionnels.

- La langue anglaise a devancé les autres langues.

On peut résumer les résultats correspondant à l'analyse des images comme suit :

- L'image domine un important espace dans l'activité de persuasion dans la chaine.
- Les significations symboliques des images qu'elles s'agissent de titre, personnalités, décor, éclairage, couleurs des structures textuelles et effets sonores comprennent plusieurs significations qui s'adressent à l'esprit et à l'affection.

On conclu de ce qui précède selon les résultats de l'activité d'analyse que la chaine « Huda » adopte différentes formes persuasives au niveau de la langue verbale/ la langue anglaise, et la langue non- verbale/l'image a l'effet d'influencer sur le récepteur car ces formes sont la force motrice des médias islamiques qui visent à aboutir les défis relevés au niveau islamique et mondial.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

ملحق المصطلحات

المصطلحات (عربية)	الترجمة (الإنجليزية)
الإقناع	Persuasion/convincing
التأثير	Effect
العقل	Mind/reason
العاطفة	Emotion
القناعة /الاقتناع	Conviction
الفكرة	Idea
الاتصال	communication
الاعلام	Information/media
الاعلام الاسلامي	Islamic media
الاستراتيجية	Strategy
الحجج	Arguments
الحاجات و الدوافع	Needs and motivations
المعرفة	Knowledge
لغة الجسد	Body language
المنبه	Stimulus
الاستجابة	Response
الشخصية	Personality
الايديولوجية	Ideology
المجتمع	Society
الثقافة	Culture
الحضارة	Civilization

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

Socialization	التطبيع الاجتماعي
Language	اللغة
Social interaction	التفاعل الاجتماعي
communication	الاتصال
Recognition	الادراك
Observation	الملاحظة
Impressions	الانطباعات
Empathy	التقمص الوجداني
Human behavior	السلوك الانساني
Rhetoric	البلاغة
Logic	المنطق
Dialectic	الجدل
Argumentation	الحجاج
Symbol	الرمز
Verbal symbols	الرموز اللفظية
Non –verbal symbols	الرموز غير اللفظية
Content analysis	تحليل المحتوى
Creed	العقيدة
Faith	الايمان
Hereafter	اليوم الاخر
Monothoism	التوحيد
Atheism	الالحاد
Believer	المؤمن
Non Muslim	غير المسلم

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

Polytheism	الشرك
Prayer	الصلاة
Iference	الاستدلال
Induction	الاستقراء
Syllogism	القياس
Analogy	التمثيل
Semantics	الدلالة
Repetition	التكرار
Stereotype	الصورة الذهنية
Image	الصورة
Sign	العلامة
Signifiant	الدال
Signifié	المدلول
Semiology	السيميولوجيا

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفهارس

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

فهرس الآيات

الآيـــــــة	رقم الآية	السورة	الصفحة
لَآ إِكۡرَاهَ فِي ٱلدِّينِۖ قَد تَّبَيَّنَ ٱلرُّشۡدُ مِنَ ٱلۡغَيِّ ﴾	256	البقرة	53
﴿ وَقُلِ ٱلۡحَقُّ مِن رَّبِّكُمۡۖ فَمَن شَآءَ فَلۡيُؤۡمِن وَمَن شَآءَ فَلۡيَكۡفُرۡ ﴾	29	الكهف	53
﴿ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦۖ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ﴾	125	النحل	62
﴿وَلَا تُجَٰدِلُوٓاْ أَهۡلَ ٱلۡكِتَٰبِ إِلَّا بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُ إِلَّا ٱلَّذِينَ ظَلَمُواْ مِنۡهُمۡۖ﴾	46	العنكبوت	63
﴿وَتِلۡكَ حُجَّتُنَآ ءَاتَيۡنَٰهَآ إِبۡرَٰهِيمَ عَلَىٰ قَوۡمِهِۦۚ نَرۡفَعُ دَرَجَٰتٖ مَّن نَّشَآءُۗ إِنَّ رَبَّكَ حَكِيمٌ عَلِيمٞ﴾	83	الأنعام	63
﴿ أَلَمۡ تَرَ إِلَى ٱلَّذِي حَآجَّ إِبۡرَٰهِـۧمَ فِي رَبِّهِۦٓ أَنۡ ءَاتَىٰهُ ٱللَّهُ ٱلۡمُلۡكَ إِذۡ قَالَ إِبۡرَٰهِـۧمُ رَبِّيَ ٱلَّذِي يُحۡيِۦ وَيُمِيتُ قَالَ أَنَا۠ أُحۡيِۦ وَأُمِيتُۖ قَالَ إِبۡرَٰهِـۧمُ فَإِنَّ ٱللَّهَ يَأۡتِي بِٱلشَّمۡسِ مِنَ ٱلۡمَشۡرِقِ فَأۡتِ بِهَا مِنَ ٱلۡمَغۡرِبِ فَبُهِتَ ٱلَّذِي كَفَرَۗ وَٱللَّهُ لَا يَهۡدِي ٱلۡقَوۡمَ ٱلظَّٰلِمِينَ﴾	258	البقرة	65
﴿ لَوۡ كَانَ فِيهِمَآ ءَالِهَةٌ إِلَّا ٱللَّهُ لَفَسَدَتَاۚ فَسُبۡحَٰنَ ٱللَّهِ رَبِّ ٱلۡعَرۡشِ عَمَّا يَصِفُونَ ﴾	22	الأنبياء	68
﴿ثَمَٰنِيَةَ أَزۡوَاجٖۖ مِّنَ ٱلضَّأۡنِ ٱثۡنَيۡنِ وَمِنَ ٱلۡمَعۡزِ ٱثۡنَيۡنِۗ قُلۡ ءَآلذَّكَرَيۡنِ حَرَّمَ أَمِ ٱلۡأُنثَيَيۡنِ أَمَّا ٱشۡتَمَلَتۡ عَلَيۡهِ أَرۡحَامُ ٱلۡأُنثَيَيۡنِۖ نَبِّـُٔونِي بِعِلۡمٍ إِن كُنتُمۡ صَٰدِقِينَ ﴿١٤٣﴾	143 144	الأنعام	69

وَمِنَ ٱلْإِبِلِ ٱثْنَيْنِ وَمِنَ ٱلْبَقَرِ ٱثْنَيْنِ ۗ قُلْ ءَآلذَّكَرَيْنِ حَرَّمَ أَمِ ٱلْأُنثَيَيْنِ أَمَّا ٱشْتَمَلَتْ عَلَيْهِ أَرْحَامُ ٱلْأُنثَيَيْنِ ۖ أَمْ كُنتُمْ شُهَدَآءَ إِذْ وَصَّىٰكُمُ ٱللَّهُ بِهَٰذَا ۚ فَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ ٱفْتَرَىٰ عَلَى ٱللَّهِ كَذِبًا لِّيُضِلَّ ٱلنَّاسَ بِغَيْرِ عِلْمٍ ۗ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يَهْدِى ٱلْقَوْمَ ٱلظَّٰلِمِينَ ﴾			
﴿قَالَ أَرَاغِبٌ أَنتَ عَنْ ءَالِهَتِى يَٰٓإِبْرَٰهِيمُ ﴾	46	مريم	71
﴿إِنَّهُمْ كَانُوا۟ يُسَٰرِعُونَ فِى ٱلْخَيْرَٰتِ وَيَدْعُونَنَا رَغَبًا وَرَهَبًا ۖ وَكَانُوا۟ لَنَا خَٰشِعِينَ﴾	90	الأنبياء	71
﴿وَأَصْحَٰبُ ٱلْيَمِينِ مَآ أَصْحَٰبُ ٱلْيَمِينِ ﴿٢٧﴾ فِى سِدْرٍ مَّخْضُودٍ ﴿٢٨﴾ وَطَلْحٍ مَّنضُودٍ ﴿٢٩﴾ وَظِلٍّ مَّمْدُودٍ ﴿٣٠﴾ وَمَآءٍ مَّسْكُوبٍ ﴿٣١﴾ وَفَٰكِهَةٍ كَثِيرَةٍ ﴿٣٢﴾ لَّا مَقْطُوعَةٍ وَلَا مَمْنُوعَةٍ ﴿٣٣﴾ وَفُرُشٍ مَّرْفُوعَةٍ ﴾	من 27- 34	الواقعة	71
﴿وَٱسْتَفْتَحُوا۟ وَخَابَ كُلُّ جَبَّارٍ عَنِيدٍ ﴿١٥﴾ مِّن وَرَآئِهِۦ جَهَنَّمُ وَيُسْقَىٰ مِن مَّآءٍ صَدِيدٍ ﴿١٦﴾ يَتَجَرَّعُهُۥ وَلَا يَكَادُ يُسِيغُهُۥ وَيَأْتِيهِ ٱلْمَوْتُ مِن كُلِّ مَكَانٍ وَمَا هُوَ بِمَيِّتٍ ۖ وَمِن وَرَآئِهِۦ عَذَابٌ غَلِيظٌ ﴾	من 15 الى 17	ابراهيم	72
﴿ ۗ وَعَدَ ٱللَّهُ ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَعَمِلُوا۟ ٱلصَّٰلِحَٰتِ مِنْهُم مَّغْفِرَةً وَأَجْرًا عَظِيمًا ﴾	29	الفتح	72
﴿مَّثَلُ ٱلَّذِينَ يُنفِقُونَ أَمْوَٰلَهُمْ فِى سَبِيلِ ٱللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنۢبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلَ فِى كُلِّ سُنۢبُلَةٍ مِّا۟ئَةُ حَبَّةٍ ۗ وَٱللَّهُ يُضَٰعِفُ لِمَن يَشَآءُ ۗ وَٱللَّهُ وَٰسِعٌ عَلِيمٌ ﴾	261	البقرة	72
﴿لَوْ أَنزَلْنَا هَٰذَا ٱلْقُرْءَانَ عَلَىٰ جَبَلٍ لَّرَأَيْتَهُۥ خَٰشِعًا	21	الحشر	72

مُتَصَدِّعًا مِّنْ خَشْيَةِ ٱللَّهِ ۚ وَتِلْكَ ٱلْأَمْثَالُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٢١﴾ هُوَ ٱللَّهُ ٱلَّذِى لَآ إِلَٰهَ إِلَّا هُوَ ۖ عَٰلِمُ ٱلْغَيْبِ وَٱلشَّهَٰدَةِ ۖ هُوَ ٱلرَّحْمَٰنُ ٱلرَّحِيمُ ﴾			
﴿يُرِيدُ ٱللَّهُ بِكُمُ ٱلْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ ٱلْعُسْرَ﴾	185	البقرة	72
﴿ذَٰلِكَ لِمَنْ خَافَ مَقَامِى وَخَافَ وَعِيدِ ﴾	14	إبراهيم	73
مَثَلُ ٱلَّذِينَ حُمِّلُوا۟ ٱلتَّوْرَىٰةَ ثُمَّ لَمْ يَحْمِلُوهَا كَمَثَلِ ٱلْحِمَارِ يَحْمِلُ أَسْفَارًۢا ۚ بِئْسَ مَثَلُ ٱلْقَوْمِ ٱلَّذِينَ كَذَّبُوا۟ بِـَٔايَٰتِ ٱللَّهِ ۚ وَٱللَّهُ لَا يَهْدِى ٱلْقَوْمَ	05	الجمعة	73
﴿يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ ٱتَّقُوا۟ رَبَّكُمْ ۚ إِنَّ زَلْزَلَةَ ٱلسَّاعَةِ شَىْءٌ عَظِيمٌ ﴿١﴾ يَوْمَ تَرَوْنَهَا تَذْهَلُ كُلُّ مُرْضِعَةٍ عَمَّآ أَرْضَعَتْ وَتَضَعُ كُلُّ ذَاتِ حَمْلٍ حَمْلَهَا وَتَرَى ٱلنَّاسَ سُكَٰرَىٰ وَمَا هُم بِسُكَٰرَىٰ وَلَٰكِنَّ عَذَابَ ٱللَّهِ شَدِيدٌ	01و02	الحج	73
﴿ٱللَّهُ وَلِىُّ ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ يُخْرِجُهُم مِّنَ ٱلظُّلُمَٰتِ إِلَى ٱلنُّورِ ۖ وَٱلَّذِينَ كَفَرُوٓا۟ أَوْلِيَآؤُهُمُ ٱلطَّٰغُوتُ يُخْرِجُونَهُم مِّنَ ٱلنُّورِ إِلَى ٱلظُّلُمَٰتِ ۗ أُو۟لَٰٓئِكَ أَصْحَٰبُ ٱلنَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَٰلِدُونَ ﴾	257	البقرة	73
﴿وَمَآ أَرْسَلْنَٰكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَٰلَمِينَ ﴾	107	الانبياء	68
﴿تَبَارَكَ ٱلَّذِى نَزَّلَ ٱلْفُرْقَانَ عَلَىٰ عَبْدِهِۦ لِيَكُونَ لِلْعَٰلَمِينَ نَذِيرًا ﴾	01	الفرقان	68
﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلاً مِّمَّن دَعَآ إِلَى ٱللَّهِ وَعَمِلَ صَٰلِحًا وَقَالَ إِنَّنِى مِنَ ٱلْمُسْلِمِينَ ﴾	33	فصلت	88

﴿وَلۡتَكُن مِّنكُمۡ أُمَّةٞ يَدۡعُونَ إِلَى ٱلۡخَيۡرِ وَيَأۡمُرُونَ بِٱلۡمَعۡرُوفِ وَيَنۡهَوۡنَ عَنِ ٱلۡمُنكَرِۚ وَأُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلۡمُفۡلِحُونَ﴾	104	ال عمران	90
﴿وَإِذَا رَأَوۡاْ تِجَٰرَةً أَوۡ لَهۡوًا ٱنفَضُّوٓاْ إِلَيۡهَا وَتَرَكُوكَ قَآئِمٗاۚ قُلۡ مَا عِندَ ٱللَّهِ خَيۡرٞ مِّنَ ٱللَّهۡوِ وَمِنَ ٱلتِّجَٰرَةِۚ وَٱللَّهُ خَيۡرُ ٱلرَّٰزِقِينَ﴾	11	الجمعة	114
﴿ قُلۡ إِنَّ رَبِّي يَبۡسُطُ ٱلرِّزۡقَ لِمَن يَشَآءُ مِنۡ عِبَادِهِۦ وَيَقۡدِرُ لَهُۥۚ وَمَآ أَنفَقۡتُم مِّن شَيۡءٖ فَهُوَ يُخۡلِفُهُۥۖ وَهُوَ خَيۡرُ ٱلرَّٰزِقِينَ﴾	39	سبا	114
﴿ وَفِي ٱلسَّمَآءِ رِزۡقُكُمۡ وَمَا تُوعَدُونَ﴾	22	الذاريات	114
﴿وَإِذۡ تَأَذَّنَ رَبُّكُمۡ لَئِن شَكَرۡتُمۡ لَأَزِيدَنَّكُمۡۖ وَلَئِن كَفَرۡتُمۡ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٞ﴾	07	ابراهيم	144
﴿ لَقَدۡ كَفَرَ ٱلَّذِينَ قَالُوٓاْ إِنَّ ٱللَّهَ هُوَ ٱلۡمَسِيحُ ٱبۡنُ مَرۡيَمَۖ وَقَالَ ٱلۡمَسِيحُ يَٰبَنِيٓ إِسۡرَٰٓءِيلَ ٱعۡبُدُواْ ٱللَّهَ رَبِّي وَرَبَّكُمۡۖ إِنَّهُۥ مَن يُشۡرِكۡ بِٱللَّهِ فَقَدۡ حَرَّمَ ٱللَّهُ عَلَيۡهِ ٱلۡجَنَّةَ وَمَأۡوَىٰهُ ٱلنَّارُۖ وَمَا لِلظَّٰلِمِينَ مِنۡ أَنصَارٖ﴾	268	المائدة	115
﴿ لَا يُكَلِّفُ ٱللَّهُ نَفۡسًا إِلَّا وُسۡعَهَا﴾	286	البقرة	118
﴿ أَلَا يَعۡلَمُ مَنۡ خَلَقَ وَهُوَ ٱللَّطِيفُ ٱلۡخَبِيرُ﴾	14	الملك	120
﴿وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا﴾	29	النساء	122

﴿ إِنَّمَا يَخْشَى ٱللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ ٱلْعُلَمَٰٓؤُاْ إِنَّ ٱللَّهَ عَزِيزٌ غَفُورٌ ﴾	28	فاطر	126
﴿وَقَالُواْ لَوْ كُنَّا نَسْمَعُ أَوْ نَعْقِلُ مَا كُنَّا فِيٓ أَصْحَٰبِ ٱلسَّعِيرِ﴾	10	الملك	130
﴿وَسَخَّرَ لَكُمُ ٱلَّيْلَ وَٱلنَّهَارَ وَٱلشَّمْسَ وَٱلْقَمَرَ ۖ وَٱلنُّجُومُ مُسَخَّرَٰتٌۢ بِأَمْرِهِۦٓ ۗ إِنَّ فِى ذَٰلِكَ لَءَايَٰتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ ﴾	12	النحل	130
﴿ إِن فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْفُلْكِ الَّتِي تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَعُ النَّاسَ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ مَاءٍ فَأَحْيَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَبَثَّ فِيهَا مِنْ كُلِّ دَابَّةٍ وَتَصْرِيفِ الرِّيَاحِ وَالسَّحَابِ الْمُسَخَّرِ بَيْنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَعْقِلُونَ﴾	164	البقرة	136
﴿ كَذَّبَتْ عَادٌ فَكَيْفَ كَانَ عَذَابِي وَنُذُرِ﴾ (18) ﴿ إِنَّا أَرْسَلْنَا عَلَيْهِمْ رِيحاً صَرْصَراً فِي يَوْمِ نَحْسٍ مُسْتَمِرٍّ﴾	19	القمر	136
﴿وَفِي عَادٍ إِذْ أَرْسَلْنَا عَلَيْهِمُ الرِّيحَ الْعَقِيمَ (41) مَا تَذَرُ مِنْ شَيْءٍ أَتَتْ عَلَيْهِ إِلَّا جَعَلَتْهُ كَالرَّمِيمِ﴾	42،41	الذاريات	136
﴿ وَلا تَنْكِحُوا الْمُشْرِكَاتِ حَتَّى يُؤْمِنَّ وَلَأَمَةٌ مُؤْمِنَةٌ خَيْرٌ مِنْ مُشْرِكَةٍ وَلَوْ أَعْجَبَتْكُمْ وَلا تُنْكِحُوا الْمُشْرِكِينَ حَتَّى يُؤْمِنُو﴾	221	البقرة	136
﴿قَالَتِ الْأَعْرَابُ آمَنَّا قُلْ لَمْ تُؤْمِنُوا وَلَكِنْ قُولُوا أَسْلَمْنَا وَلَمَّا يَدْخُلِ الْإِيمَانُ فِي قُلُوبِكُمْ وَإِنْ تُطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ لا يَلِتْكُمْ مِنْ أَعْمَالِكُمْ شَيْئاً إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴾	14	الحجرات	136
﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ تُقَاتِهِ وَلا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنْتُمْ مُسْلِمُونَ﴾	102	آل عمران	136
﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَابْتَغُوا إِلَيْهِ الْوَسِيلَةَ	35	المائدة	136

وَجَاهِدُوا فِي سَبِيلِهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾			
﴿ قَالَ عِيسَى ابْنُ مَرْيَمَ اللَّهُمَّ رَبَّنَا أَنْزِلْ عَلَيْنَا مَائِدَةً مِنَ السَّمَاءِ تَكُونُ لَنَا عِيداً لِأَوَّلِنَا وَآخِرِنَا وَآيَةً مِنْكَ وَارْزُقْنَا وَأَنْتَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ﴾	114	المائدة	136
﴿ فَلا وَرَبِّكَ لا يُؤْمِنُونَ حَتَّى يُحَكِّمُوكَ فِيمَا شَجَرَ بَيْنَهُمْ ثُمَّ لا يَجِدُوا فِي أَنْفُسِهِمْ حَرَجاً مِمَّا قَضَيْتَ وَيُسَلِّمُوا تَسْلِيماً﴾	65	النساء	137
﴿ قُلْ إِنَّ رَبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ وَيَقْدِرُ لَهُ وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ﴾	39	سبا	137
﴿ وَفِي السَّمَاءِ رِزْقُكُمْ وَمَا تُوعَدُونَ﴾	22	الذاريات	137
﴿ وَلا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيماً﴾	29	النساء	137
﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنْفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَاراً وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلائِكَةٌ غِلاظٌ شِدَادٌ لا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ﴾	06	التحريم	137
﴿ وَآتَاكُمْ مِنْ كُلِّ مَا سَأَلْتُمُوهُ وَإِنْ تَعُدُّوا نِعْمَتَ اللَّهِ لا تُحْصُوهَا﴾	34	إبراهيم	137
﴿ إِنَّكَ لا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾	56	القصص	137
﴿وَجَعَلْنَا مِنَ الْمَاءِ كُلَّ شَيْءٍ حَيٍّ ﴾	30	الأنبياء	137
﴿ لا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْساً إِلَّا وُسْعَهَا﴾	286	البقرة	138
﴿وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ ﴾	07	إبراهيم	138
﴿ كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ مُبَارَكٌ لِيَدَّبَّرُوا آيَاتِهِ وَلِيَتَذَكَّرَ أُولُو الْأَلْبَابِ﴾	29	ص	138
﴿ وَلَقَدْ يَسَّرْنَا الْقُرْآنَ لِلذِّكْرِ فَهَلْ مِنْ مُدَّكِرٍ﴾	17	القمر	138
﴿ أَلا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ﴾	28	الرعد	138

:﴿قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَلِكَ أَزْكَى لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ﴾	30	النور	138
﴿وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَيَخْشَ اللَّهَ وَيَتَّقْهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْفَائِزُونَ﴾	52	النور	138
﴿ لا يَسْتَوِي أَصْحَابُ النَّارِ وَأَصْحَابُ الْجَنَّةِ أَصْحَابُ الْجَنَّةِ هُمُ الْفَائِزُونَ﴾	20	الحشر	138
﴿وَمَنْ أَحْسَنُ دِيناً مِمَّنْ أَسْلَمَ وَجْهَهُ لِلَّهِ وَهُوَ مُحْسِنٌ وَاتَّبَعَ مِلَّةَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفاً وَاتَّخَذَ اللَّهُ إِبْرَاهِيمَ خَلِيلاً﴾	125	النساء	138
﴿ تِلْكَ حُدُودُ اللَّهِ وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ يُدْخِلْهُ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا وَذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ﴾	13	النساء	139
﴿ إِلَّا تَنْصُرُوهُ فَقَدْ نَصَرَهُ اللَّهُ إِذْ أَخْرَجَهُ الَّذِينَ كَفَرُوا ثَانِيَ اثْنَيْنِ إِذْ هُمَا فِي الْغَارِ إِذْ يَقُولُ لِصَاحِبِهِ لا تَحْزَنْ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا فَأَنْزَلَ اللَّهُ سَكِينَتَهُ عَلَيْهِ وَأَيَّدَهُ بِجُنُودٍ لَمْ تَرَوْهَا وَجَعَلَ كَلِمَةَ الَّذِينَ كَفَرُوا السُّفْلَى وَكَلِمَةُ اللَّهِ هِيَ الْعُلْيَا وَاللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ﴾	40	التوبة	139
﴿إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا ٱلذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُۥ لَحَٰفِظُونَ ﴾	09	الحجر	139
﴿وَٱلنَّجْمِ إِذَا هَوَىٰ ۝١ مَا ضَلَّ صَاحِبُكُمْ وَمَا غَوَىٰ ۝٢ وَمَا يَنطِقُ عَنِ ٱلْهَوَىٰٓ ۝٣ إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْىٌ يُوحَىٰ ۝٤ عَلَّمَهُۥ شَدِيدُ ٱلْقُوَىٰ ۝٥ ﴾	من 01 إلى 05	النجم	143
﴿وَمِنَ ٱلَّذِينَ قَالُوٓاْ إِنَّا نَصَٰرَىٰٓ أَخَذْنَا مِيثَٰقَهُمْ فَنَسُواْ حَظًّا مِّمَّا ذُكِّرُواْ بِهِۦ فَأَغْرَيْنَا بَيْنَهُمُ ٱلْعَدَاوَةَ وَٱلْبَغْضَآءَ إِلَىٰ يَوْمِ ٱلْقِيَٰمَةِ ۚ وَسَوْفَ يُنَبِّئُهُمُ ٱللَّهُ بِمَا كَانُواْ يَصْنَعُونَ ﴾	14	المائدة	149

﴿وَلَا تَسُبُّواْ ٱلَّذِينَ يَدۡعُونَ مِن دُونِ ٱللَّهِ فَيَسُبُّواْ ٱللَّهَ عَدۡوَۢا بِغَيۡرِ عِلۡمٖۗ كَذَٰلِكَ زَيَّنَّا لِكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلَهُمۡ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِم مَّرۡجِعُهُمۡ فَيُنَبِّئُهُم بِمَا كَانُواْ يَعۡمَلُونَ﴾	108	الأنعام	161
﴿وَمَن أَعۡرَضَ عَن ذِكۡرِي فَإِنَّ لَهُۥ مَعِيشَةٗ ضَنكٗا وَنَحۡشُرُهُۥ يَوۡمَ ٱلۡقِيَٰمَةِ أَعۡمَىٰ﴾	124	طه	203
﴿وَلَوۡ تَرَىٰٓ إِذۡ وُقِفُواْ عَلَى ٱلنَّارِ فَقَالُواْ يَٰلَيۡتَنَا نُرَدُّ وَلَا نُكَذِّبَ بِـَٔايَٰتِ رَبِّنَا وَنَكُونَ مِنَ ٱلۡمُؤۡمِنِينَ﴾	27	الانعام	218
﴿قَالُواْ ٱدۡعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّن لَّنَا مَا لَوۡنُهَاۚ قَالَ إِنَّهُۥ يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٞ صَفۡرَآءُ فَاقِعٞ لَّوۡنُهَا تَسُرُّ ٱلنَّٰظِرِينَ﴾	69	البقرة	256
قال تعالى : ﴿ يَوۡمَ تَبۡيَضُّ وُجُوهٞ وَتَسۡوَدُّ وُجُوهٞۚ فَأَمَّا ٱلَّذِينَ ٱسۡوَدَّتۡ وُجُوهُهُمۡ أَكَفَرۡتُم بَعۡدَ إِيمَٰنِكُمۡ فَذُوقُواْ ٱلۡعَذَابَ بِمَا كُنتُمۡ تَكۡفُرُونَ ١٠٦ وَأَمَّا ٱلَّذِينَ ٱبۡيَضَّتۡ وُجُوهُهُمۡ فَفِي رَحۡمَةِ ٱللَّهِ هُمۡ فِيهَا خَٰلِدُونَ ١٠٧	106،107	آل عمران	257
﴿ وَلَقَدۡ خَلَقۡنَا ٱلۡإِنسَٰنَ مِن سُلَٰلَةٖ مِّن طِينٖ ١٢ ﴾	12	المؤمنون	257
يقول المولى عز و جل :﴿ ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ وَتَطۡمَئِنُّ قُلُوبُهُم بِذِكۡرِ ٱللَّهِۗ أَلَا بِذِكۡرِ ٱللَّهِ تَطۡمَئِنُّ ٱلۡقُلُوبُ ٢٨ ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ وَعَمِلُواْ ٱلصَّٰلِحَٰتِ طُوبَىٰ لَهُمۡ وَحُسۡنُ مَـَٔابٖ﴾	28،29	الرعد	294

﴿ قُلۡ يَتَوَفَّىٰكُم مَّلَكُ ٱلۡمَوۡتِ ٱلَّذِي وُكِّلَ بِكُمۡ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّكُمۡ تُرۡجَعُونَ ١١ ﴾	11	السجدة	302

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

فهرس الأحاديث النبوية

نص الحديث	المصدر	الصفحة
عن أبي أمامة رضي الله عنه قال :" أن فتى شابا أتى النبي صلى الله عليه و سلم فقال : يا رسول الله ائذن لي بالزنا ، فأقبل القوم عليه فزجروه ،قالوا: مه مه ، فقال صلى الله عليه و سلم :أدنه ، فدنا منه قريبا ، قال : فجلس ، قال :أتحبه لأمك ؟ قال :لا و الله ،جعلني الله فداءك ،قال : و لا الناس يحبونه لأمهاتهم ، قال :أفتحبه لابنتك ؟قال: لا و الله يارسول الله ، جعلني الله فداءك و لا الناس يحبونه لبناتهم ، قال: أفتحبه لأختك ؟ قال: لا و الله ، جعلني الله فداءك ، قال: و لا الناس يحبونه لأخواتهم ، قال أفتحبه لعمتك؟ قال: لا و الله جعلني الله فداءك ، قال : و لا الناس يحبونه لعماتهم ، قال : أفتحبه لخالتك ؟ قال : لا و الله ، جعلني الله فداءك ، قال : و لا الناس يحبونه لخالاتهم ،قال: فوضع يده عليه ، و قال :(اللهم اغفر ذنبه ، و طهر قلبه ، و حصن فرجه) فلم يكن بعد ذلك الفتى يلتفت إلى شئ "	أحمد ابن حنبل في مسنده	64
يقول النبي صلى الله عليه و سلم :" كلكم راع و كلكم مسؤول عن رعيته "	البخاري في صحيحه	140
قال النبي صلى الله عليه و سلم :"اللهم يا مقلب القلوب ثبت قلبي على دينك	أحمد ابن حنبل في مسنده	140
قال صلى الله عليه و سلم:" أسال الله العظيم رب العرش العظيم أن يشفيك"	أبو داود في سننه	140
يقول عليه الصلاة و السلام:" يا أيها الناس توبوا إلى الله فإني أتوب إليه في اليوم مائة مرة "	مسلم في صحيحه	141
قال صلى الله عليه و سلم:" أقيموا الصفوف وحاذوا المناكب و سدوا الخلل و لينوا بأيدي إخوانكم و لا	أبو داود في سننه	141

تذروا فرجات للشيطان و من وصل صفا وصله الله "		
قال النبي صلى الله عليه و سلم:" من دل على خير فله أجر فاعله"	مسلم في صحيحه	141
يقول النبي صلى الله عليه :" من سلك طريقا يلتمس فيه علما سهل الله له طريقا إلى الجنة"	الترمذي في السنن	141
قال النبي صلى الله عليه و سلم :" خيركم من تعلم القرآن و علمه'	البخاري في صحيحه	141
قال النبي صلى الله عليه و سلم:" لا ضرر و ضرار"	ابن ماجة في السنن	141
قال صلى الله عليه و سلم :" يا معشر الشباب من استطاع منكم الباءة فليتزوج فإنه أغض للبصر و أحصن للفرج ، و من لم يستطع فعليه بالصوم فإنه له وجاء "	مسلم في صحيحه	142
قال صلى الله عليه و سلم :" الرجل على دين خليله ،فلينظر أحدكم من يخالل"	أبو داود في السنن	142
قال النبي صلى الله عليه و سلم : " إذا أتاكم من ترضون خلقه و دينه فزوجوه ، إلا تفعلوا تكن فتنة في الأرض و فساد عريض"	ابن ماجة في السنن	142
قال رسول الله صلى الله عليه و سلم :" إنما الأعمال بالنيات و إنما لكل امرئ ما نوى"	البخاري في صحيحه	142
قول النبي صلى الله عليه و سلم:" إنما مثل الجليس الصالح و جليس السوء كحامل المسك و نافخ الكير"	مسلم في صحيحه	142
قال صلى الله عليه و سلم:" تنكح النساء لأربع : لمالها و لحسبها و لجمالها و لدينها ، فاظفر بذات الدين تربت يداك"	ابن ماجة في سننه	142

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	مفردات العينة و تاريخ بثها	100
02	أنواع الأساليب الإقناعية المعتمدة في الدراسة	102
03	المواضيع المعالجة في برامج العينة.	106
04	توزيع المواضيع العقدية على برامج العينة	111
05	المواضيع التشريعية في برامج العينة	116
06	المواضيع الاجتماعية في برامج العينة	120
07	المواضيع الفكرية في برامج العينة	124
08	نوع الجمهور المستهدف من عملية الإقناع.	127
09	توزيع نوع الجمهور المستهدف على برامج برامج العينة.	128
10	أساليب الاقناع العقلية و العاطفية.	129
11	توزيع الأساليب الإقناعية على برامج العينة.	130
12	يبين أشكال الأساليب العقلية.	131
13	أشكال الإستدلال بالنقل.	132
14	أشكال الإستدلال بالنقل الخاص	133
15	توزيع الأدلة النقلية الخاصة على البرامج.	134
16	أشكال الإستدلال بالنقل العام	144
17	توزيع الاستدلال بالنقل العام على البرامج في العينة	146
18	أساليب الإقناع بالعقل	156
19	توزيع أساليب الإقناع بالعقل على برامج العينة.	157
20	أشكال الاستدلال بالمنطق	176
21	توزيع أساليب الإستدلال المنطقي على البرامج	177
22	أسلوب عرض جانب من الموضوع أو عرض الجانبين	190
23	توزيع أسلوب عرض جانب من الموضوع أو جانبين على البرامج.	192

24	أساليب الإقناع العاطفية.	196
25	توزيع الأساليب العاطفية على برامج العينة.	198
26	أشكال أسلوب المصادر و الفاعلين	205
27	توزيع أسلوب المصادر و الفاعلين على برامج العينة	206
28	أشكال أسلوب الترغيب	210
29	توزيع اسلوب الترغيب على برامج العينة.	211
30	اشكال أسلوب الترهيب.	216
31	توزيع أشكال أسلوب الترهيب على برامج العينة.	217
32	أساليب الإقناع اللغوية البلاغية .	222
33	توزيع الأساليب اللغوية البلاغية على برامج العينة.	223
34	وظيفة الأساليب الإقناعية .	229
35	اللغة المستخدمة في قناة الهدى	231
36	توزيع أشكال اللغة الانجليزية	233

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	هرم الحاجات عند Abraham Maslaw	45
02	الاستراتيجية السيكوديناميكية	46
03	الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية للاقناع	50
04	إستراتيجية إنشاء المعاني للإقناع.	54
05	المواضيع في قناة الهدى	106
06	المواضيع العقدية	111
07	المواضيع التشريعية	117
08	المواضيع الاجتماعية.	120
09	المواضيع الفكرية	124
10	نوع الجمهور المستهدف من عملية الإقناع	127
11	الاساليب الاقناعية.	129
12	اشكال الاساليب العقلية.	131
13	أشكال الاستدلال بالنقل	132
14	اشكال الاستدلال بالنقل الخاص.	133
15	أشكال الاستدلال بالنقل العام	144
16	اساليب الاستدلال بالعقل.	156
17	أشكال الاستدلال بالمنطق	176
18	اسلوب عرض جانب او جانبين	191
19	اساليب الاقناع العاطفية	196
20	اشكال اسلوب المصادر و الفاعلين	206
21	اشكال اسلوب الترغيب	210
22	اشكال اسلوب الترهيب.	216
23	اساليب الاقناع اللغوية و البلاغية	222
24	وظيفة الأساليب الإقناعية	229
25	اللغة المستخدمة في قناة الهدى	231
26	اشكال اللغة الانجليزية المستخدمة	233