



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي  
معهد العلوم الإسلامية  
قسم أصول الدين



**الأساليب الإقناعية للدعاة في البرامج التلفزيونية**  
**- دراسة تحليلية لبرنامج لو كان بيننا -**

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر  
في العلوم الإسلامية تخصص: دعوة إعلام واتصال

تحت إشراف الأستاذ:  
- مصطفى بلقاسمي

من إعداد الطالبة:  
- الزهرة عاد

لجنة المناقشة			
الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
خالد حباسي	أستاذ محاضر " أ "	جامعة الشهيد حمه لخضر	رئيسا
مصطفى بلقاسمي	أستاذ مساعد " أ "	جامعة الشهيد حمه لخضر	مشرف ومقرر
الهاشمي قروف	استاذ مساعد " ب "	جامعة الشهيد حمه لخضر	مناقشا

السنة الجامعية: 1436-1437هـ/2015-2016 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وقف على كتابنا

صدق الله العظيم

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى

وَعَلَيْهِ وَسَلَّمَ:

بَلِّغُوا رِسَالَاتِي  
وَاللَّوَاكِبَةُ

رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ

# شكر وعرفان

الحمد لله كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه، الحمد لله الذي هدانا لهذا، و وقتنا لإنجاز هذه الدراسة المتواضعة، راجين منه عز وجل أن يعمر نفعه لمن تهفو نفسه لطلب العلم.

أتوجه بأسمى عبارات الشكر و ما حملت حسرها من معاني، إلى من كان لي نعم العون و نعم السند، و لم يدخل علي بنوحياته و آرائه السيدة التي كانت الدعامة الأساسية لإجاز هذا البحث إلى أسناذي المشرف

"مصطفى بلقاسمي" حفظه الله .

كما أقدم بالشكر الجزيل و التقدير الخالص إلى كل الأساتذة الكرام و أخص بالذكر

الاسناذ الدكتور: " مرشيد خضير "

و لا أنسى توجيه الشكر \_ كل الشكر \_ للأسناذتين "عائشة عزي" و "نور الايمان زين"

اللذان أفادتاني ببعض النصائح و المراجع مرامات لي لها معالم البحث، و إلى كل الذين وجهوا لي

الدعم من قريب أو من بعيد و لم يسعني ذكرهم في هذا المقام .

## فهرس قائمة الجدول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم
52	فئة المواضيع في برنامج لو كان بيننا	01
55	فئة الأهداف في برنامج لو كان بيننا	02
57	فئة الإستشهاد في البرنامج لو كان بيننا	03
59	فئة الجمهور المستهدف في برنامج لو كان بيننا	04
61	فئة القيم في برنامج لو كان بيننا	05
63	فئة اللغة المستعملة في برنامج لو كان بيننا	06
65	فئة الإخراج الفني في برنامج لو كان بيننا	07
67	فئة الاستمالات العاطفية في برنامج لو كان بيننا	08
69	فئة الاستمالات العقلانية في برنامج لو كان بيننا	09
71	فئة إستمالات الترغيب والترهيب في برنامج لو كان بيننا	10
72	فئة الوسائل التوضيحية في برنامج لو كان بيننا	11
74	فئة وسائل التفاعل مع الجمهور ( قوالب العرض ) في برنامج لو كان بيننا	12

## فهرس قائمة التمثيليات البيانية

الصفحة	عنوان الجدول	رقم
52	فئة المواضيع في برنامج لو كان بيننا	01
55	فئة الأهداف في برنامج لو كان بيننا	02
57	فئة الإستشهاد في البرنامج لو كان بيننا	03
59	فئة الجمهور المستهدف في برنامج لو كان بيننا	04
61	فئة القيم في برنامج لو كان بيننا	05
63	فئة اللغة المستعملة في برنامج لو كان بيننا	06
65	فئة الإخراج الفني في برنامج لو كان بيننا	07
67	فئة الاستمالات العاطفية في برنامج لو كان بيننا	08
69	فئة الاستمالات العقلانية في برنامج لو كان بيننا	09
71	فئة إستمالات الترغيب والترهيب في برنامج لو كان بيننا	10
72	فئة الوسائل التوضيحية في برنامج لو كان بيننا	11
74	فئة وسائل التفاعل مع الجمهور ( قوالب العرض ) في برنامج لو كان بيننا	12

## فهرس الرموز المستخدمة في الدراسة

الرمز	دلالته
د ط	دون طبعة
د م	دون مكان
د ن	دون نشر
د ت	دون تاريخ
ج	جزء
ت	تحقيق
م	مجلد
ص	صفحة

## ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الأساليب الإقناعية للدعاة في البرامج التلفزيونية التي تضمنها برنامج "لو كان بيننا" شكلاً من خلال الإجابة على سؤال (كيف قيل...؟)، ومضموناً من خلال الإجابة على سؤال (ماذا قيل...؟)، والدور الذي لعبه من خلال إقناع الجماهير والتأثير فيهم.

وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أداة تحليل المضمون، وتضمنت عدد فئات التحليل التي بلغ عددها 54 فئة، وقد تم التحقق من اختبار الصدق الظاهري بتوزيع استمارة تحليل المضمون على عدة محكمين مختصين في الدراسات الإعلامية. ولتحقيق هدف الدراسة اشتمل مجتمع الدراسة على 30 حلقة، وعن طريق اختيار العينات العشوائية فقد تم اختيار 12 حلقة، ثم أُجري تحليل المضمون على تلك الحلقات حسب الاستمارة التي صممت لذلك.

وتوصلت الدراسة إلى أن برنامج "لو كان بيننا" قد استخدم الأساليب الإقناعية المختلفة شكلاً ومضموناً، بهدف التأثير على الجماهير وتغيير آرائهم وأفكارهم نحو الأفضل والأسمى والأرقى دوماً

**الكلمات المفتاحية:** الأساليب، الإقناع، الدعاة، البرامج التلفزيونية.

## Abstract

This study aims to find out the persuasive methods of advocates in the television programs included in " **if it's between us** " a form by answering a question (how it was said?), And guaranteed by answering a question (what was said ...?), And the role played by convincing the masses and influence them.

The study adopted a descriptive approach using content analysis tool, and included a number of categories of analysis, which numbered 54 ones, has been checked and tested virtual honesty distribute content analysis form on several arbitrators specialists in media studies.

To achieve the study objective, the social study included 30 episodes, and by selecting random samples were selected 12 episodes, and then conducted a content analysis of these episodes as the form that was designed for that.

The study concluded that the program " **if it's between us**" has used various persuasive methods in form and substance, the aim of influencing the masses, and always changing their views and ideas about the best and finest supreme .

**Key words:** methods, persuasion, preachers, TV programs.

## Résumé de l'étude

Cette étude a comme but de trouver les méthodes persuasives des Prédicateurs dans les programmes télévisés inclus dans "si elle est entre nous"(laou kan bainana) à travers un formulaire en répondant à la question (comment il a été dit?), Et répondre substantiellement à la question (ce qui a été dit?), et le rôle joué pour convaincre les téléspectateurs et les influencer.

L'étude a basé sur une approche descriptive en utilisant l'outil d'analyse le contenu, et comprenait un certain nombre de catégories d'analyse, qui comptait 54 petits, a été contrôlé et testé l'honnêteté réaliste distribuer du contenu sous forme d'analyse à plusieurs spécialistes des arbitres dans l'étude des médias.

Pour atteindre l'objectif de l'étude, l'étude sociale comprenait 30 épisodes, et en sélectionnant des échantillons aléatoires ont été sélectionnés 12 épisodes, puis a procédé à une analyse du contenu de ces épisodes comme la forme qui a été conçu pour cela.

L'étude a conclu que le programme «si elle est entre nous» a utilisé diverses méthodes persuasives en forme et le fond, le but d'influencer les masses, et toujours changer leurs points de vue et des idées sur la meilleure et la plus belle suprême.

**Mots clés:** méthodes, la persuasion, des prédicateurs, des programmes de télévision.

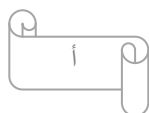
الحمد لله الذي علم الذي أنعم علينا بنعمة العقل والدين والصلاة والسلام على نبيه الكريم وعلى آله وصحبه ومن دعا بدعوته واقتفى أثرها إلى يوم الدين.

**أما بعد:** تعتبر وسائل الإعلام المتنوعة والكثيرة ذات أدوار مهمة وفعالة على الساحة الاتصالية لما لها من تأثير ووقوع فعال على الجماهير باختلافها وتباينها، خاصة تلك التي تجمع بين الصورة والصوت حيث تعمل بأكبر قدر ممكن على الإقناع والتأثير.

من بين هذه الوسائل التلفزيون حيث يعتبر أقدر وسيلة إعلامية عرفها الإنسان، لأنه يجمع بين الصورة والصوت، وبذلك يستطيع السيطرة على حاستي السمع والبصر، وهما من أهم الحواس وأشدها اتصالاً بما يجري في نفس الإنسان من أفكار ومشاعر، وهو ينقل الحدث إلى مشاهديه في أغلب الأحيان وقت حدوثه، وينقله بما فيه من معان وانفعالات، وكذلك ينقل المعلومات الجديدة الداخلية أو الخارجية بأسلوب سهل وجذاب، ويساعد على معرفة المشاهد المحيطة، أيضا يساهم في ترسيخ القيم الإسلامية السمحاء، كما يساهم في تفعيل منظومة العلاقات الاجتماعية الجميلة بين الأفراد، وذلك عن طريق البرامج الدينية الأصيلة الهادفة التي يقدمها العلماء والدعاة والمختصون إلا أن هذا يتوقف على طبيعة الداعية والأسلوب المعتمد من طرفه في الإقناع، ومدى تمكنه من ذلك، ويعتبر برنامج **\*لو كان بيننا\*** الذي يقدمه الداعية أحمد الشقيري من البرامج التي يتميز صاحبها بأسلوب إقناع جذاب وجميل وفعال يختلف باختلاف الجمهور المستهدف.

وانطلاقاً من هذا فإن الدراسة تسعى إلى دراسة الأساليب الإقناعية التي يستخدمها مقدم برنامج **\*لو كان بيننا\*** وذلك شكلاً من خلال الإجابة على السؤال **(كيف قيل..؟)** ومضموناً من خلال الإجابة على السؤال **(ماذا قيل..؟)**، كما وسيتم بيان أهميه الأساليب الإقناعية في الإقناع والتأثير والتغيير نحو الأفضل والأسمى.

ولإنجاز هذا العمل فقد تم اعتماد خطة قوامها **ثلاث فصول** وهي كالآتي:



**مقدمة** بها تقديم عام للموضوع وإشارات تتمحور حول الإشكالية.

**الفصل الأول:** الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة، حيث تناولنا في **المنهجي:** فيه إشكالية الدراسة وتساؤلات الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، والدراسات السابقة، طبيعة الدراسة والمنهج المستخدم... إلخ، أما **المفاهيمي** فقد تم فيه تحديد مفاهيم الدراسة.

**الفصل الثاني:** المعنون ب: أساليب الإقناع لدى الداعية في برنامج \*لوكان بيننا\* في ظل الواقع المعاصر، يندرج تحته عدة عناصر وهي كالاتي: - الأساليب الإقناعية وكل ما يندرج تحته من استمالات وقواعد الاساسية، - تطرقت لمقدم البرامج بصفة عامة ودراسة بعض العناصر التي تخصه، وبعدها تم تخصيص عنصر الداعية المقدم وملامحه الأساسية، - تطرقت في الأخير إلى البرامج التلفزيونية .

**الفصل الثالث:** الفصل التحليلي وهو "الشق التطبيقي" للدراسة حيث تم عرض النتائج وتحليلها واستخلاص النتائج النهائية للدراسة محل البحث من خلال الجداول والتعليق عليها وتفسير نتائجها المتوصل إليها.

**وخاتمة** تتضمن أهم النتائج المتوصل إليها ، والتوصيات .

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي

والمنهجي

# الإطار المفاهيمي والمنهجي

- (1) الإشكالية
- (2) تساؤلات الدراسة
- (3) أسباب اختيار الموضوع
- (4) أهداف الدراسة
- (5) أهمية الدراسة
- (6) تحديد المفاهيم
- (7) الدراسات السابقة
- (8) منهج الدراسة
- (9) أدوات جمع البيانات
- (10) وحدات التحليل
- (11) تحديد عينة الدراسة
- (12) إجراء الصدق والثبات

**1) الإشكالية:**

يعتبر موضوع الأساليب الإقناعية لدى الداعية القائم بالاتصال من خلال برنامج معين في القنوات الفضائية الموجهة للجمهور، موضوع غاية الأهمية إلا أنه لم يأخذ بعد اهتمامات الباحثين بشكل ملحوظ رغم تعدد الدراسات الإعلامية .

لذلك يعتبر الإقناع فن مخاطبة العقول والقلوب يجدر الاعتناء به تدريباً وتعلماً لتحقيق مهارة الإقناع والتي لها تأثير بالغ في إيضاح الدعوة الإسلامية وبيانها؛ فهي تساعد على تلمس حاجات الوجدان والتأثير، لذلك فإن من أهم الزوايا وأنسبها لدراسة الإقناع وبيان أهميته وتأثيره على الجماهير هي البرامج التلفزيونية التي يقدمها العلماء والدعاة خاصة البرامج الدينية منها حيث تختلف هذه المهارة من شخص إلى شخص إلا أن أسلوب الإقناع الذي يعتمد الشقيري مقدم برنامج \*لو كان بيننا\* يعتبر من الأساليب الملفتة للانتباه وذلك لقوة التفاعل وسعت التأثير.

لذلك جاءت هذه الدراسة لدراسة مضمون برنامج \*لو كان بيننا\* لبيان الأساليب الإقناعية التي اعتمدها مقدم البرنامج شكلاً من خلال الإجابة على السؤال (كيف قيل؟) ومضموناً من خلال الإجابة على السؤال (ماذا قيل؟)، ذلك من خلال الإجابة على السؤال الرئيسي وهو كالاتي: ما هي الأساليب الإقناعية التي اعتمدها الداعية من خلال برنامج \*لو كان بيننا\* شكلاً ومضموناً؟

**2) تساؤلات الدراسة:** وتتفرع عن هذا السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية الآتية:**أ- أسئلة المضمون (ماذا قيل...؟):**

1. ماهي الموضوعات التي عالجهها برنامج \*لو كان بيننا الحبيب\*؟.
2. ماهي القيم التي أراد الداعية إيضاها من خلال البرنامج؟.
3. ماهي الأهداف التي يسعى إليها البرنامج؟.
4. ماهي المصادر التي اعتمدها البرنامج؟.
5. ماهي فئة الجمهور المستهدف في البرنامج؟.

### ب- أسئلة الشكل (كيف قيل...؟):

1. ماهي اللغة المستعملة في البرنامج؟.
2. أي الوسائل الإبرازية المستعملة في البرنامج؟.
3. ماهي الأساليب الإقناعية التي اعتمدها البرنامج؟.
4. ماهي الاستمالات العقلانية والعاطفية التي اعتمدها البرنامج؟.
5. ماهي فئة الإخراج؟.

### (3) أسباب اختيار الموضوع:

يرجع اختيار موضوع الدراسة لأسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

#### ✓ الأسباب الذاتية:

- . الاهتمام بهذا الجانب ودراسته من الوجة الدينية الدعوية.
- . الرغبة الشخصية في الإطلاع على الموضوع للإحاطة بجوانبه.
- . اكتساب خبرة في أداة تحليل المحتوى في مجال الإعلام والاتصال من خلال هذا النوع من البرامج.

#### ✓ الأسباب الموضوعية:

- . قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.
- . جدة وحدائة موضوع الدراسة المتمثل في تحليل برنامج "لو كان بيننا الحبيب".

### (4) أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ✓ معرفة الأساليب الإقناعية للدعاة في البرامج التلفزيونية.
- ✓ كيفية إقناع الداعية للمستمع من خلال البرنامج
- ✓ معرفة المواضيع التي تتطرق إليها هذا البرنامج
- ✓ معرفة اللغة والوسائل المبرزة في برنامج لو كان بيننا الحبيب في العملية الإقناعية.

**(5) أهمية الدراسة:**

تكتسب الدراسة أهميتها من جانبين أولاً أهمية موضوع "لو كان بيننا" الذي يحمل في طياته هذا البرنامج القيم وزرع الأخلاق النبوية فهي السبيل والمسلك لمعالجة العديد من القضايا الحالية وثانياً الإقناع الذي أصبح يفرض نفسه في شتى الميادين وفي شتى الأساليب والطرق في الإقناع والبرامج التلفزيونية لهما نفس التأثير على سلوكيات واتجاهات الجماهير فهما مزيج مختلط لإيصال أي فكرة أو تغيير أو إثراء اتجاه أو رأي ما: ومن هنا تتضح أهمية هذا البحث في العمليات الإقناعية التي يوظفها الداعية من خلال البرامج الموجهة للجمهور المعني وبما أن البرنامج "لو كان بيننا الحبيب" للداعية أحمد الشقيري الذي بث في أكثر من قناة تلفزيونية فهذا البرنامج يحمل على عاتقه مجموعة من القيم الخلقية التي تحلى بها النبي صلى الله عليه وسلم وما علينا نحن كباحثين في مجال الدعوة والإعلام والاتصال إلا تناول مثل هذه البرامج للجمهوري كافة بالدراسة والتحليل.

**(6) تحديد مفاهيم الدراسة:**

تعتبر المفاهيم العلمية معاني يحددها الباحث للمصطلحات العلمية التي يستخدمها في كتابة بحثه وايضا تحديد مشكلة البحث لا تتوقف عند نقطة صياغة المشكلة في شكل سؤال بل القيام ايضا بضبط الموضوع من حيث تحديد المتغيرات التي تضمنها هذا السؤال<sup>1</sup>.

**✓ الأسلوب****1- لغة:**

(س ل ب): سَلَبْتُهُ ثَوْبَهُ سَلَبًا مِنْ بَابِ قَتَلَ أَخَذْتُ الثَّوْبَ مِنْهُ فَهُوَ سَلِيبٌ وَمَسْلُوبٌ وَأَسْتَلَبْتُهُ وَكَانَ الْأَصْلُ سَلَبْتُ ثَوْبَ زَيْدٍ لَكِنْ أُسْنِدَ الْفِعْلُ إِلَى زَيْدٍ وَأُخِّرَ الثَّوْبُ وَنُصِبَ عَلَى التَّمْيِيزِ وَبَجُورٍ حَذْفُهُ لِفَهْمِ الْمَعْنَى وَالسَّلْبُ مَا يُسَلَبُ وَالْجَمْعُ أَسْلَابٌ مِثْلُ: سَبَبٍ وَأَسْبَابٍ قَالَ فِي الْبَارِعِ وَكُلُّ شَيْءٍ عَلَى الْإِنْسَانِ مِنْ لِبَاسٍ فَهُوَ سَلْبٌ<sup>2</sup>.

1 محمد عبيدات محمد أبو ناصر وآخرون، منهجية البحث العلمي وقواعد المراحل والتطبيقات، ط 2، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999، ص 87.

2 أحمد بن محمد بن علي الفيومي، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، المكتبة العلمية، بيروت، 1987، ج 1 ص 284.

وَالْأُسْلُوبُ بِضَمِّ الْهَمْزَةِ الطَّرِيقُ وَالْفَنُّ وَهُوَ عَلَى أُسْلُوبٍ مِنْ أَسَالِيبِ الْقَوْمِ أَيَّ عَلَى طَرِيقٍ مِنْ طُرُقِهِمْ

## 2- اصطلاحاً:

هناك الكثير من التعريفات ومن بينها:

وقد عرفه الدكتور أبو المجد سيد نوفل . رحمه الله بقوله . هو عرض ما يرد عرضه من معاني وأفكار ومبادئ وأحكام في عبارات واضحة ذات شروط معنية وقيل: هو صيغ التبليغ في دعوة الناس.

وهو مجموعة الطرق القولية والعلمية التي يستخدمها الداعية للعبور إلى قلب المدعو وإقناعه بما يدعو إليه ومن ثم تحقيق الهدف الذي يصبو إلى تحقيقه<sup>1</sup>. ويعرفه أبو الفتح البيانوني بأنه: الطرق التي يسلكها الداعية في دعوته وهي كيفيات تطبيق مناهج الدعوة<sup>2</sup>.

وما يمكن أن نستخلصه من مجموعة تعاريف الأسلوب هو الطرق العلمية التي يسلكها الداعية للعبور إلى قلب المدعو وإقناعه عن طريق الأحكام والمبادئ وكيفية تطبيق مناهج الدعوة.

## ✓ الداعية

### 1- لغة

الداعية جمعها دعاة وهم قوم يدعون إلى هدى أو ضلالة وأحدهم داع ورجل داعية إذا كان يدعو الناس إلى بدعة أو دين، ادخلت الهاء فيه للمبالغة، والنبي ﷺ داعي الأمة إلى توحيد الله وطاعته

"والداعية: صريخ الخيل في الحروب لدعائه من استصرخه يقال اجبيوا داعية الخيل<sup>3</sup>" وداعية اللبن: ما يترك في الضرع ليدعو ما بعده ودعا في الضرع ابقى فيه داعية اللبن.

1 عبد الله بن أحمد العلاف، كلنا دعاة أكثر من 1000 فكرة ووسيلة واسلوب في الدعوة الى الله، د ط، دار الطرفين، السعودية، د س ، ص12.

2 محمد أبو الفتح البيانوني، مدخل إلى علم الدعوة، ط3، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1995، ص242.

3 ابن منظور، لسان العرب، ط3، دار صادر، بيروت، ج14، 1414هـ، ص259.

دعا المؤذن الناس إلى الصلاة فهو داعي والجمع دعاة وداعون مثل القاضي وقاضون والنبى ﷺ داعي الحل إلى توحيد الله<sup>1</sup>.

## 2- اصطلاحاً

ويعرف (البهي الخولي) الداعية: شخص مؤمن بفكرته يدعو إليها بالخطابة والحديث العادي والعمل الجدي وبكل ما يستطيع بوسائل الداعية فهو كاتب وخطيب ومحدث وقوة يؤثر في الناس بعمله وشخصه، والداعية طبيب اجتماعي يعالج أمراض النفوس ويصلح أوضاع المجتمع الفاسدة فهو قائد في محيطه وسياسي في بيته وزعيم لفكرته<sup>2</sup>، الداعية كما يقول (افريت روجرزت) هو شخص محترف يحاول التأثير في الناس لكي يتبنوا أفكاراً معينة يشعر أنها ضرورية وهامة،

## ✓ الاقناع

### 1- لغة :

(ق ن ع) وتعني 1. اقناعاً ارضاه، 2. يديه في الصلاة: رفعها 3. الوعاء: أماله ليمتلى 4. الإناء: أماله ليصب ما فيه، 5. حوته رفعه، 6. رأسه: رفعه 7. الجمال والإبل ساقها إلى مرعاها، 8. الشاة، ارتفع ضرعها وامتلا<sup>3</sup>.  
**قنع:** قَنَعٌ يَقْنَعُ قَنَاعَةً: أي رَضِيَ بالقَسَمِ فهو قَنَعٌ وهم قَنَعُونَ، وقوله تعالى: القَانِعَ وَالْمُعْتَرَّ.

**فالقانع:** السائل، والمُعْتَرَّ: المُعْتَرِّضُ له من غير طلب، قال: ومنهم شَقِيٌّ بالمَعِيشَةِ قَانِعٌ.

وَقَنَعَ يَقْنَعُ قُنُوعاً: تَذَلَّلَ للمسألة فهو قَانِعٌ، قال الشماخ:

لَمَالُ المرءِ يُصْلِحُهُ فَيُغْنِي . . . مُفَاوِرُهُ أَعْفُ من القُنُوعِ<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> أحمد بن محمد بن علي الفيومي، المصباح المنير، ص74.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي المبادئ . النظرية . التطبيق، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص210.

<sup>3</sup> جبران مسعود، معجم ألفبائي في اللغة والإعلام، دار العلم للملايين، بيروت 2003، ص112.

<sup>4</sup> الخليل بن أحمد الفراهيدي، كتاب العين، ت: مهدي المخزومي، ابراهيم السمارائي، دار ومكتبة الهلال، ج1، ص 170.

قنع القاف والنون والعين أصلان صحيحان أحدهما يدل على الإقبال على الشيء ثم تختلف معانيه.

مع اتفاق القياس، والآخر يدل استدارة في شيء فالأول الإقناع: الإقبال بالوجه على الشيء يقال اقنع له يقنع إقناعاً<sup>1</sup>.  
2- اصطلاحاً :

عملية إيصال الأفكار والاتجاهات والقيم والمعلومات إما إحياء أو تصريحاً، عبر مراحل معينة، وفي ظل حضور شروط موضوعية وذاتية مساعدة، وعن طريق عملية الاتصال<sup>2</sup>.

ويعرفه محمد منير حجاب: يقول معجم وبستر أن كلمة إقناع persuasion تتكون من مقطعين pre وتعني عاطفي أو إنفصالي suadere بمعنى يحث، وهي كلمة أصلها لاتيني تعني أن تجعل شخصاً ما يفعل أو يعتقد في شيء من خلال الحث العاطفي أو العقلي والمعنى كما يشير إليه الأصل اللاتيني ينطوي على الحث الإنفعالي<sup>3</sup> والعاطفي الشديد، إذن هو جهد اتصالي مقصود ومخطط لتأثير في النواحي العقلية للآخرين في ظروف متاحة في الاختيار، وتستخدم له كل الوسائل الممكنة بغرض تعديل معتقداتهم وقيمهم أو ميولهم<sup>4</sup>.

### ✓ البرنامج

#### 1- لغة :

برمج برمجة: الإذاعة والتلفزيون وغيرهما: وضع أو نظم برنامجاً لها العقل الإلكتروني: زوده بالحقائق والأرقام<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> أحمد بن فارس، معجم مقاييس اللغة، ت: عبد السلام محمد هارون، ط4، دار الفكر، بيروت، ج5، 1979م، ص32.

<sup>2</sup> عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفية النظرية وآلياته العملية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، صص 17.16.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2003، ص370.

<sup>4</sup> محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مرجع سابق، ص370.

<sup>5</sup> قاموس مجاني للطلاب، د ط، دار المجاني، بيروت، م 1، 2001، ص62.

وهناك عدة معاني نذكر منها:

الأول: البرنامج جمعه برامج: معناه الورقة الجامعة للحساب والثاني فهرست المكاتب ونحوها والثالث هو النسخة التي يكتب فيها المحدث أسماء رواته وأسانيده كتبه والرابع هو المنهج فيقال برنامج الدراسي برنامج الحلقة<sup>1</sup>.

وهناك معنى آخر وهو: نشرة تحدد شروط العمل أو وقائع الحفلات<sup>2</sup>.

برنامج (البرنامج) يفتح الموحدة والميم، صرح به عياض في المشارف وقيل بكسر الميم، وقيل بكسرهما كما في بعض شروح الموطأ، الورقة الجامعة للحساب وعبارة المشارق: زمام يرسم فيه متاع الجار وسلعهم، وهو معرب برنامج وأصلها فارسية<sup>3</sup>.

## 2- اصطلاحا:

البرنامج عبارة عن مجموعة من الفقرات المنتقاة، يتولى وضعه مخرجو التنفيذ ويعتبر بمثابة دستور العمل الذي يلتزم به جميع الأقسام والإدارات الفنية والهندسية ووحدات التشغيل والإنتاج، يتضمن بالإضافة إلى أسماء البرامج ومواقيت إذاعتها بدقة، أسماء المشتركين الرئيسيين فيها والمخرجين والمنتخبين، وجميع التفاصيل الفنية المطلوبة كأرقام التسجيلات وأنواع الشرائط والأفلام المستخدمة وضرورة شغل الفراغات الزمنية الطارئة التي قد تنشأ بين برامج وأخرى وتلتزم بهذا البرنامج أقسام<sup>4</sup> الإنتاج المختلفة وتقوم بتسليم الفقرات أو البرنامج الذي تقدمه إلى غرفة العرض أو شرائط الفيديو أو الأفلام لفترة كافية لمراجعتها واختيارها وتقدير مدى صلاحيتها.

**البرنامج** هو: ما ينشر بالإذاعة أو ليصف شيئا، ويستخدم في الإذاعة والتلفزيون للإشارة إلى شكل ما فيستغل مساحة زمنية محددة وله اسم ثابت ويقدم في مواعيد محددة وثابتة يوميا أو اسبوعيا أو كل أسبوعين أو شهريا، يعرض مادة من المواد الفنية أو الثقافية أو العلمية. . .

<sup>1</sup> قاموس مجاني للطلاب، المرجع نفسه، ص 62.

<sup>5</sup> يوسف البقاعي، قاموس الطلاب، ت: شهاب أبو عمر، ط1، دار المعرفة، الدار البيضاء، المغرب، ص 107.

<sup>3</sup> النويدي، تاج العروس من جوهر القاموس، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، م3، 2007، ص 238.

<sup>4</sup> السعيد دراجي، عادات وأنماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية، دراسة تحليلية بإكماليات مدينة قسنطينة، رسالة

ماجستير، غير مشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2002 2003، ص ص 72 . 73.

الخ مستخدماً في ذلك كل الوسائل التلفزيونية أو الإذاعية من سرد وتعليق وحوار وندوات ومقابلات<sup>1</sup>.

### ✓ البرنامج التلفزيوني:

هو رسالة من مرسل إلى مستقبل، تريد أن تحقق أهدافها محددة، عبر معلومات عقلية ووجدانية تتناسب مع ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية ترسل بأساليب وطرق تثبت الإقناع والترويج فيه<sup>2</sup>.

وأيضاً هو ممر أو مسلك يسمح بالتوجيه للوصول إلى الغاية أو الهدف كما يعرفه أحمد زكي بدوي: "بأنه الممر الإلكتروني المغناطيسي لنقل البرامج وعادة ما يشار للقناة برقم حتى يتسنى معرفتها"<sup>3</sup>.

ويعرف البرنامج التلفزيوني بأنه: عبارة عن فكرة تجسد وتعالج تلفزيونياً، سواء أكانت مباشرة أم مسجلة على الأفلام أو الأشرطة، بتكوين وتشكيل يتخذا قالب واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة<sup>4</sup>.

### (7) الدراسات السابقة:

هناك الكثير من الدراسات التي تبحث في مجال معين فلا بد من سبق للحدث لكن غير كافي لتوفير أي شرط من الشروط التي يريد الباحث أن يبحث عنها فاضطرت أن أبحث عن دراسات مشابهة لهذه الدراسة فوقع بحثي لهذه الدراسات وهي كالاتي:

✓ الدراسة الأولى: الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة للمضامين الصحية في جريدة الخبر.

أعدت هذه الدراسة من طرف الطالبة: ذهبية سيدهم، السنة الجامعة 2004-2005 بجامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، وهي مكملة لنيل شهادة الماجستير، بإشراف الدكتور: فضيل دليو دراسة تحليلية وصفية.

<sup>1</sup> كرم شبلي، معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشرق، مصر، 1989م، ص471.

<sup>2</sup> فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه، ط1، دار الفجر ودار النفائس، بغداد، 2007م، ص 21 . 22 .

<sup>3</sup> أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصرية، القاهرة، 1986م، ص45.

<sup>4</sup> أحمد علي أحمد عريقات، دور التلفزيون الأرنبي في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007م، ص21.

إشكالية الدراسة على كون الاتصال عبارة عن تفاعل اما بسيط وأما معقد يتضمن أهداف، وإن الإقناع سلوك اتصالي يهدف للتأثير على المتلقين، مما أدى إلى الإهتمام بالاتصال الإقناعي من خلال بعض البحوث، كبحوث "هوفلاند" والتوصل إلى وضع نظريات "نظرية التعلم، التلقيح..."، وبهذا أصبح الإقناع يستخدم استراتيجيات وأساليب توجيه الرأي العام وقولبة الافكار، ومن هنا ركز بعض الباحثين إهتمامهم على كيفية استخدام الإقناع وخاصة في وسائل الإعلام لا سيما منها الصحافة المكتوبة، التي لا تزال تلعب دورا هاما في المجتمع وخاصة في الميدان الصحي بمواكبة الحياة الصحية وتغطية جوانبها المختلفة بشكل يقدم القارئ المعلومات والحقائق، وأنهت الإشكالية بسؤال رئيسي: ماهي الأساليب الإقناعية المستخدمة في الصحافة المكتوبة واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي في دراستها وهي دراسة وصفية تحاول الكشف عن أساليب الإقناع للصحافة المكتوبة ومن هنا يكون المنهج الأنسب لهذه الدراسة هو منهج تحليل المحتوى ومن أهم النتائج للدراسة توصلت الباحثة الى مجموعة من النتائج أهمها:

- يتفاوت استخدام الأساليب الإقناعية في الوسائل من مادة إلى أخرى بحسب النوع الصحفي، وبحسب طبيعة الموضوع المعالج، كما يتوقف على نوعية التأثير المطلوب إحداثه على جمهور معين وعلى مصدر الرسالة ومعددها.

- الصحافة المكتوبة تستخدم في تحريرها للمواضيع الصحية كل الأساليب الإقناعية<sup>1</sup>.

### ✓ الدراسة الثانية: الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية

الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة لنزهة حانون السنة الجامعية 2007-2008 بجامعة منتوري قسنطينة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم الإعلام والاتصال، وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، بإشراف الدكتور صالح بن النوار.

دراسة تحليلية وصفية أظهرت فيها الباحثة أهمية الإقناع في مجال السياسة للصحافة المكتوبة وتبيين الأساليب الإقناعية التي تستخدمها الصحافة المكتوبة في تحرير مضامينها وهي إشكالية بحثها وتندرج تساؤلات هي: ماهي الأساليب الإقناعية التي استخدمتها الصحافة المكتوبة الجزائرية في تحريرها لمواضيع ميثاق السلم والمصالحة الوطنية؟

<sup>1</sup> ذهبية سيدهم، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة - دراسة تحليلية لمضامين، مذكرة ماجستير في الاعلام والاتصال ، منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة قسنطينة، 2004 . 2005.

ماهي الأساليب الإقناعية الأكثر استخداما للإقناع بالأفكار الواردة بمضمون المصالحة الوطنية؟ وقد توصلت إلى النتائج منها:

- تستخدم الصحافة المكتوبة الجزائرية إلى جانب الأساليب الإقناعية العلمية أساليب غير علمية في تحريرها لمضامين المصالحة الوطنية  
 - كشف بيانات أنها تعتمد إلى جانب الأساليب الإقناعية العلمية أساليب أخرى غير علمية تمثلت فيما يلي:

- أسلوب التحيز - أسلوب التركيز - أسلوب التطرف إلى التخويف والترغيب - أسلوب التعميم على أساس غير علمي والإستغلال السيئ للجوانب الدينية  
 - تباين نسب استخدام الأساليب الإقناعية العلمية من موضوع إلى آخر في الجريدتين بينت أنها موزعة على مواضيع المصالحة وهناك وضحت عدة أساليب منها أسلوب تقديم الأدلة والشواهد وأسلوب الوضوح والضمنية أسلوب إحتياجات الموجودة<sup>1</sup>.

#### ✓ الدراسة الثالثة: أساليب الاتصال الإقناعي عند الرسول ﷺ.

اعدت هذه الدراسة من طرف الطالب عبد المالك صاولي، السنة الجامعية 2005-2006 بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير، بإشراف الدكتور: نصير بوعلي.

ركز الباحث على كون الإعلام من أخطر القضايا الثقافية المعاصرة بعد الذي توصلت إليه الدول الكبرى من التحكم في وسائله ووقوع الدول الأخرى كأسيرة ووقوع المسلمين كضحايا العولمة الثقافية والإعلامية، مما إستلزم علينا النهوض والإرتقاء بأساليب الاتصال الإقناعي للخطاب المعاصر بجعله إعلام مؤثر وتمحور سؤال الإشكالية الرئيسية: كيف يمكن أن نعيد للتراث الإسلامي بريقه حتى يكون مؤثرا وقادرا على التغيير، وندرج تحته تساؤل آخر هو إلى أي مدى يمكن توظيف سيرة المصطفى عليه أفضل الصلاة والتسليم كإطار مرجعي في مختلف العمليات الإعلامية والاتصالية. وقد توصل الباحث إلى عدت نتائج منها:

<sup>1</sup> نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مذكرة ماجستير في الإعلام والاتصال، منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، 2007 . 2008.

- الإعداد لمواجهة العولمة الإعلامية المعاصرة والحد من الهيمنة الثقافية المدمرة للقيم.  
- التعامل مع العدو يتغير بحسب قوته وضعفه ومن حيث أساليب الاتصال الإقناعي ونفس الشيء مع المؤمنين.

- ثراء المنهج الإسلامي، واستيعابه لقضايا الحياة، وبالأحرى في ميدان الإعلام والاتصال.  
تكمّن العلاقة بين الدراسة محل البحث هي علاقة تشابه من حيث أن الدراسات السابقة الذكر تتشابه مع الدراسة محل البحث في جانبها النظري في موضوع الأساليب الإقناعية وعناصر المتناولة في هذا الموضوع علاقة تكامل.  
أما وجه الاستفادة من الدراسات السابقة الذكر أنها شكلت لي خلفية أعمق ونظرة أوسع وفكرة أشمل لموضوع الأساليب الإقناعية.

## 8) منهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية والتي تعنى بدراسة ظاهرة توجد في المجتمع وتحاول التنبؤ بما سيكون عليه في المستقبل وبما أن مشكلة البحث تحدد في أساليب الإقناعية التي وظفها الداعية في برنامجه "لو كان بيننا الحبيب" طبيعة الأساليب التي تناولها في البرنامج قيد الدراسة لذا نستطيع القول:  
. البحوث الوصفية تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين وذلك بهدف الحصول على المعلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها<sup>1</sup>.

. تحليل المضمون هو الأداة الأنسب لمعرفة محتوى الحلقات وكيفية عرضها ذلك لأن تحليل محتوى الاعلام هو المنهج الأنسب لوصف وتحليل نظام المعلومات في وسائل الاعلام بكافة عناصره ابتداءً من وصف المحتوى ودلالاته وارتباطاته المتعددة بالاتجاهات المختلفة للنشر والإذاعة وتستهدف تحليل المحتوى لمعرفة سمات المضمون وغاية مادة الاتصال وآثاره<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، البحث العلمي، الدراسات الإعلامية، د ط، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 83.

<sup>2</sup> عواطف عبد الرحمان وأخريات، تحليل مضمون في الدراسات الإعلامية، ط 1، دار الثقافة، القاهرة، 1986، ص 10.

**(9) أدوات جمع البيانات:**

وهي وسائل تستخدم في جمع المعلومات والبيانات الخاصة بالبحث للإجابة عن مشكلته<sup>1</sup>، واستعنت في هذه الدراسة بأداة تحليل المضمون وعرفه عدة باحثين فهو كالتالي:

**- تحليل المضمون:** من أجل التواصل التي نتائج صادقة من خلال إتباعنا للمنهج الوصفي وجب علينا الإعتماد على بعض الأدوات البحثية المهمة والتي تتناسب ودراستنا لهذا الموضوع، والأداة البحثية التي يمكن استخدامها هنا هي أداة تحليل المضمون حيث يعرفه **برسلون:** " إن تحليل المحتوى تقنية بحث من أجل الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمحتوى الظاهري للاتصال<sup>2</sup>.

ويعرفه أيضا موريس أنجرس في كتابه: هو تقنية غير مباشرة تطبق على مادة مكتوبة مسموعة أو سمعية بصرية، تصدر عن أفراد أو جماعات أو تتناولهم والتي يعرض محتواها بشكل غير رقمي<sup>3</sup>.

ويعرفه "سمير حسين" تعريفا شاملا في ضوء استخداماته في مجال الدراسة الاعلامية: تحليل المضمون هو أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص في علم الاعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون<sup>4</sup>، حيث توصلت في دراستي إلى تحديد الفئات التالية:

**✓ فئات المضمون ( ماذا قيل ): وتشمل الفئات التالية**

**فئة الموضوعات:** وهي الفئة الأكثر استخداما في بحوث الإعلام والاتصال، تحاول الإجابة على السؤال حول ماذا يدور المحتوى ويمكن من خلالها تقدير الأهمية التي توليها البرامج التلفزيونية للموضوعات المختلفة التي تناولتها وشملت هذه الموضوعات:

. الموضوعات العقائدية . الموضوعات الأخلاقية .

<sup>1</sup> موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصبية، الجزائر، 2004 . 2006، ص 234.

<sup>2</sup> سعيد سبعون، حفصة جرادى، الدليل المنهجي، ط1، دار القصبية، الجزائر، 2012، ص 229.

<sup>3</sup> موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، مرجع سابق، ص 218.

<sup>4</sup> رشدي أحمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية: مفهومه، أسسه، استخدامه، الفكر العربي، القاهرة، 2004،

. الموضوعات الاجتماعية . الموضوعات الفكرية والعلمية والثقافية .  
 . الموضوعات السياسية

**فئة الأهداف:** ونقصد بها الأهداف التي يرمي لها صاحب البرنامج وهي:

. تكوين مجتمع واعي . الإقتداء بالسلوك النبوية  
 . التربية الروحية . احترام الآخر

. استحضار الرسول ﷺ في القرن 21 . التحلي بالأخلاق الفاضلة

**فئة الاستشهاد:** حيث تبحث فئة المصدر عن مختلف تلك المنابع التي تغذي المضمون محل التحليل<sup>1</sup>، وتجيب عن سؤال إلى من تنسب الأقوال والتصريحات أو ماهو المرجع أو المصدر<sup>2</sup> وهي التي اعتمدها البرنامج، ونوردها مرتبة حسب درجة الأولوية:

. القرآن الكريم . السنة النبوية الشريفة  
 . السيرة النبوية . الرأي الشخصي  
 . شواهد من التاريخ . القصة.

**فئة الجمهور المستهدف:** يقصد بها الجماعات التي توجه إليها الرسالة وهل هو جمهور عام أو خاص بذلك فئة معينة من المجتمع، ووجهها إلى الفئات التالية:

. جمهور عام . الدعاة والعلماء  
 . الشباب . الرجال  
 . النساء

**فئة القيم:** ما يستلزم من الباحث عند تحليل محتواه أن يضع فئات لتحليل القيم سواء تلك القيم خاصة بالأفراد أو الجماعات<sup>3</sup>، واخترت في تحلي لهذا البرنامج القيم التالية: القيم الاجتماعية، القيم الأخلاقية، القيم الإنسانية، القيم السياسية، القيم الروحية.

✓ **فئة الشكل (كيف قيل):** وتشمل الفئات التالية

**فئة اللغة:** ونقصد بها اللغة المستعملة في البرنامج وهي كالتالي:

. اللغة العربية الفصحى . اللغة المختلطة

<sup>1</sup> يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم، الجزائر، م1، 2007، ص 43.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 2000، ص 130.

<sup>3</sup> رشدي أحمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية. . . ، مرجع سابق، ص69.

. اللهجة العامية . اللغة الأجنبية.

**فئة الإخراج الفني:** تشمل في ذلك

تصوير خارجي ( خلفيات حقيقية)

تصوير داخلي ( خلفيات افتراضية )

وأیضا اللباس لباس المقدم وتنوع في لباس عصري وتقليدي ومختلط

**فئة الأساليب الإقناعية:** وهي التي تكون في جلب المتلقي وحثه على الإستجابة لمضامين

الرسالة الإعلامية وهي ثلاث أنواع

أ . **فئة الاستمالات العاطفية:** وهي التي تخاطب العاطفة والوجدان والأمنيات وشملت كل

من:

. استخدام الشعارات والرموز . الموعظة الحسنة

. الهدايا البسيطة . استعمال الأساليب اللغوية

. الصور البيانية

ب . **فئة الاستمالات العقلية:** وهي التي تخاطب العقل بالحجة والبرهان والوقائع .

. لفت الإنتباه إلى النظر والتأمل . النصيحة

. تقديم أدلة وشواهد . تقديم الأرقام والإحصاءات

. تنفيذ وجهة نظر الآخر بدليل عقلي . التعليم التطبيقي

ج . **فئة الاستمالات الترغيب والترهيب في البرنامج:** وهي التي تشمل

. الترغيب

. الترهيب

**فئة الوسائل التوضيحية**

. الرسومات والصور . التمثيل

. الكاميرا الخفية . التجسيد

**فئة وسائل التفاعل مع الجمهور ( قوالب العرض )**

. المقابلة . تقرير

. التمثيلية . الالقاء

**10) وحدات التحليل:**

هي الشيء الذي نقوم حقيقة باحتسابه وهو أصغر عنصر في التحليل الموضوع وأكثر أهمية<sup>1</sup>، وهي وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة ويعطي وجودها أو غيابها أو تكرارها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية<sup>2</sup>. وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى، يبدأ بالفكرة ثم يتم اختيار الوحدات اللغوية للتعبير عن الفكر ومن خلال هذه الدراسة اعتمدنا على:

**وحدة الفكرة:** هي الوحدة الأكثر استعمال للقياس، استخدامها لقياس فئة الاستمالات الإقناعية، وقيم البرنامج، والموضوعات الرئيسية.

**11) تحديد عينة الدراسة :**

**عينة الزمن:** بث في شهر رمضان من سنة 1427هـ الموافق 2008م وكان على مدار شهر رمضان وهو يومياً وأخذت العينة من موقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب " you tub" على الإنترنت، وهذا لعدم تزامن بث البرنامج مع زمن الدراسة.

**✓ عينة البرنامج**

شملت الدراسة اختيار برنامج تلفزيوني برنامج "لو كان بيننا" الذي عرض في قناة MBC1 وتم الإختيار على الموسمين عدد حلقاته 30 حلقة وكل موسم 15 حلقة .

**✓ عينة الحلقات:**

بعد التعرف على مجتمع البحث والمتمثل في برنامج "لو كان بيننا" بعد اتفاق مع الأستاذ المشرف وقع الإختيار على العينة العشوائية البسيطة من الموسمين لهذا البرنامج التي يعتمد في سحب مفردات العينة العشوائية البسيطة على الأسلوب العشوائي القائم في تطبيقه على عامل الصدفة في التعيين عن طريق القرعة، انطلاقاً من توفير الفرص المتساوية للظهور لكل مفردات مجال السحب ( مجتمع أصلي )<sup>3</sup>، وهذا النوع من العينات

<sup>1</sup> عاطف عدلي العبد، استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وتنفيذها، د ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 2009، ص47.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص136.

<sup>3</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص181 .

يستخدم على مستوى المجتمعات المتجانسة المعروفة للمفردات التي يقوم بتسجيلها في قوائم معينة ذات ترقيم متسلسل، نقوم بسحب عدد معين من الأرقام، وهذا العدد من الأرقام التي يتم سحبها يمثل العينة فقامت بذلك قصد تحصيلي على 12 حلقة من 30 حلقة متوفرة عبر الانترنت في موقع التواصل الاجتماعي وهذا ما ذكرته اعلاه واعتمدت على 12 حلقة لكونها تكفي لأخذ عينة التحليل لإستخراج النتائج الصحيحة وهذا ما أكد في التحليل .

## (12) إجراء الصدق: (validity)

لقد تم إجراء الصدق لأداة الدراسة من خلال عرض استمارة تحليل المحتوى على مجموعة من الأساتذة المحكمين من المتخصصين في الإعلام ومناهج البحث العلمي لتقرير مدى صلاحية هذه الإستمارة، وإبداء رأيهم وإعطاء ملاحظاتهم حولها، وتم إجراء التعديلات وفقا ما أشار إليه السادة المحكمون\* .

\*الأساتذة المحكمون:

- 1- د: رشيد خضير، أستاذ بقسم أصول الدين، معهد العلوم الإسلامية، جامعة حمه لخضر الوادي، الجزائر.
- 2- د: محمد البشير بن طبه، أستاذ محاضر بجامعة الامير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر.
- 3- أ: هشام ميسه، أستاذ بقسم أصول الدين، معهد العلوم الإسلامية، جامعة حمه لخضر الوادي، الجزائر.
- 4- أ: طاهر عمارة الادغم، أستاذ بقسم اصول الدين، معهد العلوم الإسلامية جامعة حمه لخضر الوادي، الجزائر.

# الفصل الثاني:

أساليب الإقناع لكافة

العلمية في برنامج

\*لوحان بيننا\* في ظل

الواقع المعاصر

## 1- الأساليب الإقناعية

### 1.1. عملية الإقناع:

الإقناع ليس عملية قهر أو إجبار مباشر، حيث يحدث الإقناع بمجرد إصدار القوانين، وإنما يتم من خلال عدة جهود متتالية، لكن قبل أن نبدأ في عرض عملية الإقناع لابد أن نشير أولاً إلى تعريف الإقناع حيث يعرف **Harry mills** بأنه عملية تغيير أو تعزيز المواقف أو المعتقدات أو السلوك<sup>1</sup>.

ويعرفه عامر مصباح: "عملية إيصال الأفكار والاتجاهات والقيم والمعلومات إما إيجاباً أو تصريحاً، عبر مراحل معينة وفي ظل حضور شروط موضوعية وذاتية مساعدة وعن طريق عملية الاتصال"<sup>2</sup>

نرى هذه التعاريف ركزت على أن الإقناع عملية اتصالية تقوم بإيصال الأفكار والمعلومات، تعمل على تغيير الآراء والاتجاهات مروراً بعدة مراحل حتى تصل إلى النتيجة المرجوة، والتي هي التأثير في سلوك الفرد إما بتغييره أو تعديله، أو بناء رأي أو اتجاه جديدين.

ومن هنا فإن عملية الإقناع ترمي إلى توضيح وبيان طرق إشباع حاجات الفرد وتحقيق رغباته، ولكن في حقيقة الأمر أن عملية الإقناع أوسع وأدق في نفس الوقت من ذلك فعملية الإقناع ظاهرة تؤدي عبر مراحل معينة<sup>3</sup>.

وهذه المراحل حددها " وليام مكغوير " إلى عدة مراحل حيث يستوعب الفرد السلوك المطلوب من العملية الإقناعية وهي كالاتي:

1. التعرف على الرسالة.
2. الإنتباه إلى الرسالة<sup>4</sup>.
3. شعور الفرد بأن الرسالة تحمل منفعة شخصية له.

<sup>1</sup> هاري ميرز، فن الإقناع، د ط، مكتبة جرير، د م، 2001، ص9.

<sup>2</sup> عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفية النظرية وآلياته العملية، مرجع سابق، ص17.

<sup>3</sup> عامر مصباح، المرجع نفسه، ص20.

<sup>4</sup> خالد محمد شرف، التسويق ودوره في أحداث التغيرات الاجتماعية المستهدفة، دار الناس، القاهرة، 2005، ص127.

4. فهم الرسالة.
5. شعور الفرد بخصوصية السلوك.
6. قبول التغيير.
7. تذكر الرسالة واستمرار قبوله وموافقة عليها.
8. يصبح قادرا على التفكير فيها.
9. يتخذ قرارات تستند على استحضار الرسالة من الذاكرة أو الذهن.
10. يتصرف وفقا للرسالة التي وافق عليها.
11. تعزيز ايجابي لسلوكه.
12. قبول السلوك كنمط حياة.

هذه الخطوات تساعد في تأكيد وضمان أن برنامج الاتصال سيصل إلى الجمهور المستهدف وسيحدث تدريجيا عملية التغيير<sup>1</sup>.

## 2.1. قواعد أساسية في العملية الإقناعية:

إن الإنطباع الأول يتكون لدى الآخرين من طريقة حديثك، وفي ذلك يقول شكسبير: " أصلح كلامك قليلا وإلا فسد حظك "، ولكن كيف للفرد أن ينفذ إلى عقول الآخرين، ويعيد تنظيم الأمور داخلها ويرتب وينسق المعارف،<sup>2</sup> ليشكل الاتجاهات ويعمل على تغييرها، ولإكتساب مهارة الحديث المقنع يجب أن يكون مستمعا جيدا فنقطة البدء هي الاستماع الإيجابي، وذلك أنه ليس بمقدوره إقناع الآخرين ما لم يستمع لوجهات نظرهم جيدا، ويفهم ماذا يقولون بالضبط ليتمكن من إقناعهم ومحاورتهم. هناك الكثير من القواعد التي يمكن اشتقاقها من طبيعة القضية أو الموقف الإقناعي منها<sup>3</sup> أي وجود متطلبات الإقناع الرئيسية وهي:

1. إقناع المرسل ( تمام الإقناع ) بالفكرة التي يرغب بإقناع المتلقي بها

2. القدرة على إيضاها، القوة في طرح الفكرة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> خالد محمد شرف، التسويق ودوره في أحداث التغيرات الاجتماعية المستهدفة، المرجع نفسه، ص128.

<sup>2</sup> علي برغوث، الاتصال الإقناعي، مذكرة تعليمية، جامعة الأقصى، كلية الإعلام، 2005، ص ص 21، 22.

<sup>3</sup> زيد منير عبوي، فن الإدارة بالاتصال، ط1، دار حجلة، الأردن، 2008، ص 118.

<sup>4</sup> علي برغوث، الاتصال الإقناعي، مرجع سابق، ص 12.

3. .توافر الخصال الضرورية في مصدر الإقناع ( الصدق، الأمانة، الأخلاق ).
4. الجاذبية الشخصية: ( حسن الخلق، أناقة المظهر، الثقافة العالية، اتساع المعرفة).
5. معرفة شخصية المتلقي وقيمة وإحتياجاته مع تحديد ترتيبها، وقد ينبغي عليك تقمص شخصيته لتتعرف على دوافعه ووجهة نظره، كما يجب معرفة حيله وألعيه حتى لا تقع في شركه<sup>1</sup>.
6. حصر مميزات الفكرة التي تدعو إليها مع معرفة مأخذها الحقيقية والمتوهمة وتحليل المعارضة السلبية المحتملة وإعداد الجوانب.
7. اختبار الأحوال المناسبة للإقناع الزمانية والمكانية والنفسية والجسمية مع تحسين الفرصة المناسبة لتحقيق ذلك.
8. تحليل الإقناع إلى مقدمات متفق عليها كالحقائق والمسلمات وتحويلها إلى نتائج منطقية مبنية على المقدمات، استخدام الكلمات ذات المعاني المحصورة والمحددة، مثل: بما أن، إذن، وحينما يكون...الخ.
9. الإبتعاد عن الجدل والتحدي وإتهام النوايا، لأن جعل الطرف الآخر متهما يلزمه بالدفاع وربما المكابرة والعناد<sup>2</sup>.
10. إذا كنت ستطرح فكرة في محيط ما، فروج لها عند أركان ذلك المحيط قبل البدء بنشرها.
11. التمكن من مهارات الإقناع وآليته من خلال مهارات الاتصال، وإجادة فنون الحوار مع الإلتزام بأدابه .
12. ملائمة مستوى الرسالة ( المضمون الإقناعي ) مع مستوى المتلقي، حيث لا بد أن يختلف الحديث وأدوات الإقناع من جمهور إلى آخر فالعوام غير المثقفين، والرجال غير النساء، وكبار السن غير الشباب وهكذا فلكل مقام مقال.

<sup>1</sup> زيد منير عبوي، فن الإدارة بالاتصال، مرجع سابق، ص 118.

<sup>2</sup> علي برغوث، الاتصال الإقناعي، مرجع سابق، ص 23 .

13. كلما ابتعدت عن استخدام ( الأنا ) في الحديث كلما كان أفضل، فالعكس يجعل المستمعين يتمسكون بما هم عليه وتزداد صعوبة عملية الإقناع أكثر<sup>1</sup>.

### 3.1. الاستمالات الإقناعية المستخدمة في رسالة البرنامج :

تتوزع الإستمالات المستخدمة في الرسالة الإقناعية للبرنامج بين الترهيب والترغيب ومنها العاطفي والعقلاني أيضا، وهي ثلاث أنواع من الاستمالات :الاستمالات العاطفية، استمالات العقلانية واستمالات التخويف، سنقوم بعرض كل منها على النحو التالي:

#### 1.3.1. الاستمالات العاطفية :

أكد العديد من الباحثين بأن الاستمالات العاطفية، هي الأكثر تطبيقا في عمليات الإقناع على نطاقها الواسع، لأنها تهدف إلى إثارة المشاعر بين المتلقي والمصدر. وهذا ما ذهب إليه علماء الاجتماع في السابق في قولهم : " إن الخطيب إذا خاطب العاطفة أرضى ثمانين في المائة من السامعين وأثار إهتمامهم بإعتبار أن الإنسان عاطفي يهتم بالرسائل التي تستميل الحماس والإهتمام بالذات<sup>2</sup> العديد من القيم الاجتماعية والشخصية والفضيلة والعدالة، الحكمة والشجاعة، الإحترام والإثارة... الخ وكما يمكن لهذه الرسائل أن تحمل استمالات عاطفية سلبية كالقلق والخوف وغيره وبالتالي فهي تستهدف التأثير في وجدان المتلقي، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهدافه القائم بالاتصال تعتمد الاستمالة العاطفية على مايلي:

✓ استخدام الشعارات والرموز: فهي تحمل دلالات، ومؤشرات عاطفية تثار مع تكرارها، تستخدم الشعارات الكلمات البراقة التي تحظى باحترام المتلقي دون أن تحدد المعنى الدقيق لها في الموقف الاتصالي.

✓ دلالات الألفاظ: وهي من أساليب تحريف المعنى اعتماداً على الألفاظ المستخدمة، ويمكن تطبيق ذلك باستخدام كلمة أو صفة أو فعل، تكون محملة بمشاعر معينة.

<sup>1</sup> نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص 25.

<sup>2</sup> سهير جاد، عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي، د ط، الهيئة المصرية للكتاب، مصر، 2005، ص

✓ **صيغ افعل التفضيل** : وذلك لإستخدامها لترجيح فكرة معينة أو مفهوم ما دون التذليل على هذا الترجيح.

✓ **استخدام الأساليب اللغوية**: مثل التشبيه والإستعارة والكناية أو الإستفهام الذي يخرج عن كونه استفهاماً حقيقياً، وكل الأساليب البلاغية التي من شأنها تقريب المعنى وتجسيد وجهة نظر القائم بالاتصال.

✓ **الإستشهاد بمصادر**: وهي تستغل في ذلك حسب التشبيه بمن هو أكثر شهرة أو أعلى سلطة، أو بمن يحظى بمصداقية عالية من جانب المتلقي.

✓ **عرض الرأي على أنه حقيقة**: وذلك على الرغم من عدم الإنفاق والإجتماع عليها، مثل العبارات "لا شك أنه" أو "في الحقيقة"<sup>1</sup>

يعتبر التأثير العاطفي من أكثر الاستمالات التي يمكن الاعتماد عليها في إقناع ذوي الثقافة المحدودة والبسطاء والعامّة.

### 2.3.1. استمالات عقلانية:

وتعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية، وتقنية الآراء المضادة بعد مناقشتها، وإظهار جوانبها المختلفة بناء على أدلة واقعية تنص على أن شيء ما موجود ويمكن إثباته في شكل:

1 . الإستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية .

2 . تقديم الأرقام والإحصائيات.

3 . بناء النتائج على مقدمات<sup>2</sup>.

4 . تنفيذ وجهة النظر الأخرى.

### 3.3.1. استمالات التخويف:

يشير مصطلح استمالة التخويف إلى النتائج غير المرغوبة التي تترتب على عدم اعتناق المتلقي للتوصيات القائم بالاتصال، تعمل استمالات التخويف على تنشيط الإثارة

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، 2003، ص ص 188 .

<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، المرجع السابق، ص 190.

العاطفية لدى المتلقي مثل: إثارة خوف الناس من الحرب لتبرير زيادة الإعتقادات الخاصة بالسلح، وتحذير الناس من الأمراض الخطيرة حتى يسارعوا إلى الكشف الطبي الدوري، وتؤدي استمالة التخويف إلى جعل المتلقي يستجيب للرسالة في الحالتين:

1. شدة الإثارة العاطفية تشكل حافزا لدى المتلقي للإجابة لمحتوى الرسالة
2. توقعات الفرد بإمكان تجنبه الأخطار، وبالتالي تقليل التوتر العاطفي عند الإستجابة لما في الرسالة<sup>1</sup>.

#### 1.4.1 الاستمالات الإقناعية في التلفزيون:

جمعت العديد من النتائج لدراسات متعلقة بأبحاث التلفزيون على أنه يمكن أن يكون أداة إقناعية نافعة إذا أحسن استخدامه والإشراف عليه وتخطيط برامجها وتوجيهها لخدمة المجتمعات الإنسانية المعاصرة<sup>2</sup> فدور الوسائل السمعية البصرية أكثر فاعلية من الوسائل المطبوعة في عملية الإقناع، وهذا لتمتع الشاشة التلفزيونية بإقناع فريد ومميزات شعبية حيث أنها تقدم المادة المرئية بطريقة ملموسة غير مجردة<sup>3</sup>.

وبما أن موضوع دراستنا تحليل برنامج لحملة تبث عبر شاشة التلفزيون بالتالي فهي تعتمد على أساليب إقناعية معينة يمكن أن نحددها في اتجاهين:

#### 1.4.1.1 الإتجاه الأول: المواد المبرمجة في التلفزيون:

يعتبر البرنامج المراد تحليله إحدى البرامج الحوارية في التلفزيون وهو برنامج تربوي دعوي، توعوي، صمم خصيصا للتغيير في الأخلاق باعتبارها إحدى رسائل البرنامج وعليه فإن منتجي ومعدي هذا البرنامج عملوا على مراعاة الأساليب الإقناعية في كل من الشكل وأخرى بالمضمون والتي سوف نتعرف على أهمها في الجانب النظري ثم نقوم بتفصيلها أكثر في الجانب التطبيقي.

#### أ. الأساليب الإقناعية المرتبطة بالشكل:

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي السيد، المرجع نفسه، ص191.

<sup>2</sup> مصطفى حميد الطائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، د ط، دار الوفاء، الإسكندرية، 2007، ص86.

<sup>3</sup> محمود عودة، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، د ط، دار المعرفة، القاهرة، 1998، ص ص 87، 88 .

ويقصد بالشكل وهي كل التقنيات والعمليات التلفزيونية التي يقوم بها فريق الإنتاج التلفزيوني، فهو يقوم بتجسيد الفكرة أو المنظور النظري في قالب مرئي مسموع يتسم بالجمال الوظيفي للفن التلفزيوني<sup>1</sup> وتشمل هذه التقنيات العناصر التالية:

✓ الإخراج : ومهمته الأساسية قراءة النصوص.

✓ الديكور : وهو عنصر أساسي من عناصر توصيل المفهوم<sup>2</sup>.

✓ أنواع اللقطات: هي ما يظهر على الشاشة ويراه المشاهد في أية لحظة بعينها، وهي تتغير ويحل محلها لقطة أخرى بطريقة من طرق الانتقال يحددها المخرج حسب ما يراه ملائماً لتحقيق أفكار الخاصة عن تنفيذ الموضوع، فهي أحد العناصر الأساسية في الإخراج<sup>3</sup>.

اللقطة البعيدة جداً، اللقطة البعيدة، اللقطة المتوسطة البعيدة، اللقطة المتوسطة، اللقطة المتوسطة القريبة، اللقطة القريبة جداً<sup>4</sup>.

ب . الأساليب الإقناعية المرتبطة بالموضوع:

يعتبر الإحتفاظ بتركيز المتلقي لفترة طويلة أمراً صعباً، وهنا لابد من إتباع طرق وأساليب إقناعية تجذب إنتباهه وتبقي الرسالة الإعلامية في ذاكرة الجمهور أطول وقت ممكن، وتمثل الأساليب الإقناعية المستخدمة في مضامين الرسائل الإعلامية كالتالي:

✓ وضوح الأهداف مقابل استنتاجها ضمناً.

✓ تقديم الرسالة لأدلة وشواهد.

✓ عرض جانب واحد من الموضوع مقابل عرض الجانبين المؤيد والمعارض<sup>5</sup>.

✓ تأثير تراكم التعرض والتكرار.

<sup>1</sup> سامي الشريف، محمد منهي، الإخراج التلفزيوني والإذاعي، ط 1، مركز جامعة التعليم الفتوح، القاهرة، 2001، ص129.

<sup>2</sup> سامي الشريف، محمد منهي، الإخراج التلفزيوني والإذاعي، مرجع سابق، ص ص 189 - 190.

<sup>3</sup> عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال: إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، ط1، دار الفكر، مصر، 1996، ص151.

<sup>4</sup> سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دارا سامية، عمان، 2010، ص ص 254، 255.

<sup>5</sup> حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، د ط، دار العربية للنشر، د م، 2009، ص ص 100، 101.

✓ لغة الرسالة<sup>1</sup>.

#### 1. 4. 2. الإتجاه الثاني: مقدم البرامج:

من الأساليب الإقناعية التي يجب أن يكون مقدم البرامج ملما بها:

✓ **المصداقية:** تشير معظم نتائج البحوث إلى درجة الارتباط العالية والوثيقة بين الصدق المصدر والثقة فيه من جانب الجمهور ودرجة الإستقبال والتصديق، ومن بين العناصر تصديق المصدر فقد حدد " هوفلاندا " و "جانيس" الخصائص والمكونات التي تجعل المتلقي يصدق المصدر في عاملين:

- الخبرة والكفاءة .

- قدر الثقة في المصدر.

✓ **الشكل الحسن:** فهو يجعل المرء قريبا من المشاهدين، يعتمد كثيرا على تأثير الصورة

ومن مواصفات<sup>2</sup> مقدمي البرامج التالية: فهي كثيرة نذكر منها الأهم

- أن يتميز وجهه بالحميمية الشديدة Intimacy .

- الوجه المستدير مثل وجه الطفل أو الأقرب إلى الاستدارة.

- ان تكون هناك تناسب في تفاصيل الوجه، لأن التناسب يبعث إلى الراحة.

- النغمة الرئيسية المنبعثة من وجهه تنبعث من النغمات الصوتية المحملة بالدفع<sup>3</sup>.

✓ **الصوت:** يمثل الصوت الأجلش والقوي العامل الثاني للصحفي التلفزيوني لان الأصوات

لها تأثيرها الخاص وسحرها على النفوس، حيث يلعب الصوت دورا مهما في الإقناع وليتم

ذلك لابد أن يكون هناك تفاعل بين الصوت والصورة خاصة على مستوى الوجه<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> برادشة سعيدة، الاستمالات الإقناعية في الإعلان المتلفز، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009، ص48.

<sup>2</sup> سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، مرجع سابق، ص 80.

<sup>3</sup> عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال: إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص 134.

<sup>4</sup> سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، مرجع سابق، ص 209 . 210.

## 1. 5. الإقناع ولغة الجسد :

إن القدرة على تنمية مهارة قراءة الآخرين ليست فنا بل علما، وهو عبارة عن إدراك راق من التآلف مع الحواس والمشاعر مثل: الخوف أو الغضب أو السعادة، والتي تتولد في المخ الذي يتحكم بدوره في كيفية التعبير عن هذه المشاعر من تعبيرات الوجه والكلام.<sup>1</sup> فلغة الجسد هي لغة غير لفظية، وهي أية حركة ظاهرية إما للجسد كاملا أو جزء منه يستخدمها الفرد لإيصال رسالة معينة، تعددت جهات تعريفها لكن أغلبها كانت متشابهة، سوف نكتفي بالتعريف التالي:

**تعريف لغة الجسد:** هي علم بدرس طرق التواصل غير اللفظية وتعد لغة الجسد من اللغات الإيمائية التي يعبر بها الجسد عن مكنوناته، وما يريد ضمن نسق ومنظومة متناغمة من التواصل غير لساني الذي قد يأتي منفردا في سياقات، وظروف قد تأتي مصاحبة للعلامات اللسانية في أحيان وظروف معينة، وتشمل لغة الجسد ملامح الوجه، والأعضاء، واليد، والكف، والذراع، والكف، والقدم.<sup>2</sup>

فلغة الجسد هي أهم أساليب توصيل المعلومات والأفكار للمتلقي حيث يعتقد علماء النفس بان 60% من حالات التخاطب والتواصل بين الناس تتم بصورة غير شفوية أي عن طريق الإيماءات والإيحاءات والرموز لا عن طريق الكلام واللسان، ( يقال عن هذه الطريقة ذات تأثير قوي، أقوى بخمس مرات من ذلك التأثير الذي تتركه الكلمات )<sup>3</sup>.

ومن أهم مهارات الإقناع والتأثير على الآخرين، والتي تؤتي نتائج مبهرة هي استخدام لغة الجسد عند الحوار مع أحد ومحاولات إقناعه بأمر ما فبداية من استخدام نبرة الصوت المناسبة بحيث أن تكون كل كلمة تتقوه بها تنبض بالثقة والحماس والإيمان بالفكرة من تعبيرات الوجه، ونظرات العين، وحركة ووضع الجسم، والأيدي والأرجل. وكثيرا ما نجد هذه المهارات عند بعض السياسيين والقادة الكبار والمشاهير والقائمين بالاتصال في العمليات الإقناعية سواء كان عند القيام بالبرامج التلفزيونية وحتى عن طريق الاتصال الشخصي،

<sup>1</sup> علي برغوث، الاتصال الإقناعي، مرجع سابق، ص 30.

<sup>2</sup> هدى مالك شيب، زينة عبد الهادي، توظيف لغة الجسد في الإعلان، مجلة الباحث الإعلامي، العدد: 21، 2013، ص

140. الرابط: <http://www.aisj.net>

<sup>3</sup> محمود شمال حسن، الصورة والإقناع، ط 1، دار الأفق العربية، القاهرة، 2006، ص 54.

فكلما تعد من الأمور المهمة التي يجب أن يركز عليها القائم بالاتصال أثناء عمليات إقناع المتلقين بمضمون رسائله<sup>1</sup>.

وأيضاً الاهتمام بأهم أعضاء التي يستخدمها القائم بالاتصال أثناء قيامه بالعمليات الاتصالية:

أ . **تعبيرات الوجه:** يؤدي الوجه دوراً كبيراً في عملية الاتصال، وهذا يعود إلى أن الوجه يشتمل على أعضاء اتصالية كالشفاه، والعيون، والحواس التي تستثير اهتمام الآخر في التحديق، وهذا ما توصلت إليه إحدى الدراسات، كما ورد أن نتيجة مفادها أن الوجه يؤدي دوراً في عملية الاتصال، ولقد برهنت الدراسة المؤثر بين الأفراد إلى ثلاثة أنواع:

✓ اتصال يحدث عن طريق تبادل الكلام، إذ منح نسبة بلغت ( 7% ) .

✓ الاتصال عن طريق حسن انتقاء المفردات اللغوية، وأسلوب التعبير في التواصل الكلامي منح هذا الاتصال نسبة بلغت ( 35% ) .

✓ وهو الذي يحدث عن طريق الوجه، وقد أعطى هذا النوع من الاتصال نسبة بلغت ( 55% )<sup>2</sup>.

ب . **الإبتسامة:** فالإبتسامة توحى بالثقة والانفتاح والارتخاء، ويذكر بعض العلماء في هذا المجال، أن الإبتسامة مؤشر على الترحيب والقبول للمتلقى كما أنها تزوده بتغذية راجعة للتعبير عن مشاعره وانفعالاته.

ج . **حركات اليدين:** وتحمل معان عديدة حيث تعكس حركات اليدين الحالة النفسية للفرد، فارتعاش اليدين قد يدل على التوتر والقلق، ويشير فتح اليدين أثناء الحديث إلى الاندماج والرغبة في التفاعل، لذا فلا بد للفرد أن يدرك المعاني المحفلة لحركات اليدين ويستغل هذه المهارة، في نقل أفكاره ومشاعره وآرائه ومعلوماته ليقتنع بها الآخرين<sup>3</sup>، وهذا ما سنراه في الداعية مقدم البرنامج في إقناعه للجمهور المتلقي .

<sup>1</sup> A.B.PEASE, OP.CIT, P.25.

<sup>2</sup> محمود شمال حسن، الصورة والإقناع، مرجع سابق، ص ص 52 53.

<sup>3</sup> أحمد ماهر، مهارات التقديم الشفوي وعرض المعلومات، ط 1، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 87.

## 2- الملامح الأساسية للداعية

قَالَ تَعَالَى: ﴿يَأْتِيهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا﴾<sup>1</sup> وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا<sup>1</sup>

قد سبق وأن عرفنا الداعية في الفصل التمهيدي "هو المبلغ للإسلام، والمعلم له، والساعي إلى تطبيقه"<sup>2</sup> فهو القائم بالدعوة إذ هو يحتاج إلى عدة قوية وممتينة وفهم دقيق وإيمان عميق والاتصال الوثيق بالله تعالى وهذه هي مقومات عدة الداعي.

## 1.2. الركائز والأسس التي ينبغي أن تتوفر في الداعية

وتتوعدت الركائز والأسس وهي كالاتي:

## أولاً: الإيمان العميق بما يدعو إليه

فإنه بقدر إيمان الداعية بدعوته، وتفهمه لضرورتها وحاجة الناس إليها ينجح في دعوته، وبقدر ضعف هذا الإيمان، والنظر إليها بأنها مهمة ثانوية يتهاون فيها، ويتكل فيها على غيره ويتعثر في طريقة ويعطيها من فضل وقته وهذا ما أقر على الأنبياء والرسل مثل سيدنا يحي عليه السلام.<sup>3</sup>

## ثانياً: الإخلاص

وهو أساس قبول الأعمال كلها، فإذا عريت منه لم تقبل، قَالَ تَعَالَى: ﴿أَلَا لِلَّهِ الدِّينُ الْخَالِصُ وَالَّذِينَ اتَّخَذُوا مِنْ دُونِهِ أَوْلِيَاءَ مَا نَعْبُدُهُمْ إِلَّا لِيُقَرِّبُونَا إِلَى اللَّهِ زُلْفَىٰ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ بَيْنَهُمْ فِي مَا هُمْ فِيهِ يَخْتَلِفُونَ<sup>4</sup> إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَنْ هُوَ كَاذِبٌ كَفَّارٌ<sup>4</sup>

قَالَ تَعَالَى: ﴿وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ<sup>5</sup>﴾، الداعية لابد أن يكون مخلصاً لله في أعماله ودعوته لربه لا يريد بذلك رياء ولا سمعة ولا ثناء الناس ولا مدحهم وإنما يريد بذلك وجه الله، كما قال تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي

<sup>1</sup> سورة الأحزاب، الآية 45 - 46

<sup>2</sup> محمد أبو الفتح البيانوني، مدخل إلى علم الدعوة، ط 3، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1995.1415، ص153.

<sup>3</sup> محمد أبو الفتح البيانوني، المرجع نفسه، ص155.

<sup>4</sup> سورة الزمر، الآية 3.

<sup>5</sup> سورة البينة، الآية 5.

أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعْتُمْ وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴿١﴾ ففي هذه الآية الكريمة " التنبية على الإخلاص، لان كثيرا من الناس لو دعا إلى الحق فهو يدعو إلى نفسه " <sup>2</sup> ولذا فالداعية لا يكون همه الشهرة والذبيوع بل يكون الإخلاص لوجه الله وحده من اجل دخول الناس لدين الله والسير على الطريق الشرعي الذي انزله الله على عبده.

### ثالثا: الصدق

هو أساس عظيم لا بد من توافره في الداعية إلى الله في عمله وقوله ونيته، فيسير في دعوته حيث يقول الله تعالى: ﴿مَنْ الْمُؤْمِنِينَ رِجَالٌ صَدَقُوا مَا عَاهَدُوا اللَّهَ عَلَيْهِ فَمِنْهُمْ مَنْ قَضَى نَجْوَاهُ وَمِنْهُمْ مَنْ يَنْظُرُ وَمَا بَدَلُوا تَبْدِيلًا ﴿٢٣﴾ لِيَجْزِيَ اللَّهُ الصَّادِقِينَ بِصِدْقِهِمْ وَيُعَذِّبَ الْمُنْفِقِينَ إِنْ شَاءَ أَوْ يَتُوبَ عَلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿٣﴾ فيجب على الداعية أن يتحلى بهذه الصفة فهي التي تقود دعوته على المسار الصحيح فبغيرها تصيح دعوته لا تجني ثمارها.

### رابعا: التأسي بالنبي ﷺ .

إذ هو القدوة والأسوة الحسنة في كل شيء، كما قال الله تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٤﴾ وأولى الناس بالإقتداء به هم الدعاة إلى الله؛ لأنهم يدعون الناس إلى إتباعه والإقتداء به، فوجب أن يكونوا هم السابقين إلى ذلك . والنبي عليه صلوات الله وسلامه كان أثره في المدعوين بالغ قد أثر فيهم بكمال أخلاقه وجماله وأدبه وبمجرد ما تراه ﷺ تعرف أن الصدق وعدم الكذب علامات على وجهه الكريم .

### خامسا: العلم .

فهو ركن لا بد منه أن يتوفر في الداعية إلى الله، وهذا ما سيتضح في مقدم البرنامج "أحمد الشقيري" فهو ذو فضل لا بد أن يدعو إلى الله بعلم وبصيرة، ومن تكلم فيما لا يعلم يهدم ولا يبني ويفسد ولا يصلح، بقول الله تعالى مبينا نهج النبي ﷺ وإتباعه في الدعوة إلى الله قال

<sup>1</sup> سورة يوسف، الآية 108.

<sup>2</sup> عبد الرزاق عبد المحسن البدر، مكانة الدعوة إلى الله وأسس دعوة غير المسلمين، د ط، دار الفضيلة، المغرب، 2010، ص53.

<sup>3</sup> سورة الأحزاب، الآية 23 . 24.

<sup>4</sup> سورة الأحزاب، الآية 21.

تعالى : ﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴾<sup>1</sup> ،  
والبصيرة هنا هي العلم الصحيح المبني على الكتاب والسنة<sup>2</sup>.

#### سادسا: الرفق .

فينبغي للداعية أن يكون رفيقا بالمدعوين حليما معهم، طليق الوجه لين العريكة\* لطيف  
العبارة كما قال النبي ﷺ : << إن الرفق لا يكون في شيء إلا زانه، ولا ينزع من شيء إلا  
شانه >><sup>3</sup>، ويقول أيضا : << من يحرم الرفق يحرم الخير >><sup>4</sup> وذلك أن المقصود من  
الدعوة إلى الله تبليغ شرائع الله إلى الخلق، ولا يتم ذلك إذا مالت قلوبهم إلى الداعي وسكنت  
نفوسهم إليه، وذلك إنما يكون إذا كان الداعي رحيما كريما.

#### سابعا: الصبر.

وهو خلق فاضل كريم، وهو قوة من قوى النفس التي بها صلاح شأنها وزكاتها وقومها  
وهو من أهم المهمات ومن أعظم الواجبات ولاسيما في حق الدعاة إلى الله وإلى دينه القويم،  
وأمر به الله سبحانه وتعالى لأنبيائه ورسله عليهم السلام وهم سادة الدعاة إلى الله  
ومقوماتهم<sup>5</sup>، وقد أمر الله سبحانه وتعالى نبيه وخاتم الأنبياء والرسل بالصبر وكان ذلك في  
قوله تعالى : ﴿ فَاصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أُولُو الْعَزْمِ مِنَ الرُّسُلِ وَلَا تَسْتَعْجِلْ لَهُمْ كَأَنَّهُمْ كَانَتْهُمْ أَيَّامٌ مِّنْ يَوْمِ يُرَوَّنَ مَا يُوعَدُونَ لَمْ  
يَلْبَثُوا إِلَّا سَاعَةً مِّنْ نَّهَارٍ بَلِّغْ فَهَلْ يُهْلَكُ إِلَّا الْقَوْمُ الْفَاسِقُونَ ﴾<sup>6</sup> فيجب ان يكون الداعية صبورا  
يتلقى أي صدود من المدعوين فيصبر على إيذائهم له وصدوده واهانتهم من اجل كسب  
عقول الناس فلا بد من ثلاث أشياء العلم، والرفق والصبر .

#### ثامنا: العلم والبصيرة بما يدعو إليه:

<sup>1</sup> سورة يوسف ، الآية 108.

<sup>2</sup> عبد الرزاق بن عبد المحسن البدر، مكانة الدعوة إلى الله وأسس دعوة غير المسلمين، مرجع سابق، ص59.

<sup>3</sup> صحيح مسلم، رقم 2594.

<sup>4</sup> صحيح مسلم، رقم 2592.

\* **العريكة**: اسم جمعها عريكات وعرائك، العريكة بفتح العين السنام أو بقيته ، وأيضا الطبيعة والنفس، ولين العريكة سلس  
الخلق ، سهل الانقياء، سمح.

<sup>5</sup> عبد الرزاق بن عبد المحسن البدر، مكانة الدعوة إلى الله وأسس دعوة غير المسلمين، مرجع سابق، ص 61.

<sup>6</sup> سورة الاحقاف، الآية 35.

لان أهل العلم هم الذين يستطيعون القيام بحق الدعوة حق القيام، وذلك بما أوتوا من ميراث رسول الله ﷺ، ومن بصير<sup>1</sup> بدينهم، وما أكثر ما يسيء الجاهل إلى دعوته من حيث لا يشعر، قال تعالى: ﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعِيَ وَسَبَّحَنَ اللَّهُ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴾<sup>2</sup>

## 2.2. المزوجة بين القول والعمل :

على الرغم من أن كليات الشريعة والدعوة ومعاهد التعليم الشرعي في العالم الإسلامي تملك برامج ناجحة لإعداد الداعية الملم بجوانب الشريعة الإسلامية المختلفة أي برامج تخريج العلماء.. إلا أن الدعوة ليست مجرد العلم بالدين فقط .. فالعلم هو أحد الأركان الأساسية لإعداد الداعية<sup>3</sup>.

وكذلك من يحمل أمانة الدعوة إلى الله لابد له من التعرف على الله تعالى سواء عن طريق العقل والتفكير بما خلق الله تعالى حيث يقول الله تعالى: ﴿ الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ ﴾<sup>4</sup>، أو عن طريق القلب بكثرة ذكر الله تبارك وتعالى في قوله: ﴿ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ ﴾<sup>5</sup>

وهذه المعرفة ضرورية إذ يكون العمل بالعلم لبناء الشخصية الإسلامية الواعية للداعية، والشخصية المزود بالتربية الروحية، وأيضا لابد من وضع برنامج تعليمي ديني لتهيئة الداعية وتكوينه وهذا لا يكفي وحده فلا بد من وضع برنامج يهتم بشخصية الداعية لأن الإسلام عقيدة وعمل<sup>6</sup> والقرآن الكريم يقرن الإيمان بالعمل الصالح في كل آية يذكر فيها الإيمان وأيضا من ناحية أخرى فإن عدم الإيمان بالفكر ينعكس علينا أولا كدعاة فنصبح أقل

<sup>1</sup> محمد أبو الفتوح البيانوني، مدخل إلى علم الدعوة، مرجع سابق، ص 158.

<sup>2</sup> سورة يوسف، الآية 108.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع الإسلامي، ط 1، دار الفجر، القاهرة، 2004، ص 184.

<sup>4</sup> سورة آل عمران، الآية 191.

<sup>5</sup> سورة الرعد، الآية 28.

<sup>6</sup> محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع الإسلامي، مرجع سابق، ص 184.

قدرة على الإقناع والتأثير، ولهذا السبب ترفض كثير من الشركات تعيين مرشح لشغل وظيفة بائع ما لم تتأكد من أن ذلك الفرد يؤمن بالسلعة التي سيقوم ببيعها. ومن ناحية أخرى يجب أن تتضمن هذه البرامج تدريباً علمياً على أساليب الدعوة من خلال قوافل دعوية تعد خلال أشهر الصيف يمارس فيها هؤلاء أمور التدريس والخطابة والوعظ والدعوة في مناطق بدوية أو ريفية أو حضرية تحت إشراف علماء أجلاء من ذوي الخبرة لمراجعتهم وتصويب أخطائهم الدعوية وتأكيد لتصرفاتهم والتعامل مع الناس في العمل الدعوي وهذا مما يدعم أن التدريب للدعاة إعطاء قيمة لبناء العلاقة بينه هو والمجتمع.

## 2.3. الانخراط في سلك العمل الاجتماعي:

من المستلزمات الأساسية لمنهج إعداد الدعاة تلبية لمتطلبات القرن الحادي والعشرين ولمواجهة الضغوط والإغراءات التي يتعرض لها جمهور الدعوة أن نزيل الغبار عن وجه العمل الاجتماعي للداعية على أساس أنه مكمل لعمله الدعوي في التعليم والتوجيه والنصح والإرشاد. وبدلاً من أن يجلس الداعية وينتظر حضور الجمهور في المسجد أو في المعهد أو أماكن عقد الندوات والمؤتمرات ينتقل الداعية بنفسه إلى حيث الجماهير في المدارس والكلليات والمصانع والمزارع والنوادي محملاً برسالة الدين الاجتماعية فيشارك في محو الأمية وفي تعليم الكبار وفي زيارة المرضى وتوفير سبل العلاج وفي مساعدة المحتاجين وفي حل المشاكل الزوجية وفي حملات التوعية المرورية والبيئية والتوعية بحقوق الإنسان إلى غير ذلك من نشاطات المجتمع<sup>1</sup>.

وكذلك يتعامل الداعية مع جمهوره وهو على أرض صلبة من الحقائق التي تقره منهم والتي تجعله وهو يحدد أهدافه لا يتوقف عند رغباته وآماله، وإنما عن رغبات الجمهور وتطلعاته وأحلامه. وتصبح أهدافه تلبية لإهتمامات أغلب الناس الذين يعمل من أجلهم من مختلف المذاهب والأجناس والمستويات.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع الإسلامي، المرجع السابق، ص 188.

وهذا الشغف بالإنخراط في سلك العمل الاجتماعي وبمعايشة مشكلات الناس والمشاركة في حلها هو سر نجاح جميع الدعاة دون إستثناء حيث أنه يهيئ النفوس ويفتح القلوب لتلقي الدعوة ويجعل الجمهور يشعر بشي من الحب والتقدير للداعية<sup>1</sup>.  
فيجب على الداعية أن يكون جنباً إلى جنب مع جماهير المخلصة في إيمانها، وإعداد الداعية للإنخراط في سلك الحياة الاجتماعية للمجتمعات الإسلامية أمر يحتاج إلى دراسة ودراية وتدريب ولهذا نقترح أن تتضمن مقررات معاهد وكليات الدعوة والشريعة مادة مستقلة عن جوانب العمل الاجتماعي الإسلامي ليتعرف الداعية على أوجه المشاركات الاجتماعية.

## 2. 4. الداعية كشخصية محبوبة

صفة الداعية كشخصية محبوبة تعد المفتاح الحقيقي للداعية لفتح مغاليق القلوب وتهيئها لتقبل الدعوة قال تعالى : قَالَ تَعَالَى: ﴿ وَأَلْفَ بَيْتٍ قُلُوبِهِمْ لَوْ أَنْفَقْتَ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مَّا أَلَفْتَ بَيْتَ قُلُوبِهِمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ أَلَفَ بَيْنَهُمْ إِنَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴾<sup>2</sup>. وقال تعالى : ﴿ إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ سَيَجْعَلُ لَهُمُ الرَّحْمَنُ وُدًّا ﴾<sup>3</sup>.

فالإحساس بالحب يجعل الجمهور أقل انتقاداً الرسائل الداعية ويزيد احتمال قبولهم لما سيقوله وقد يعبرون عن ذلك أحيانا بالقول بأن هذا الداعية موفق أو أن هناك شيئاً ما في الداعية يجعل الناس تحبه .

ومن الممكن للداعية أن يجعل الناس يحبونه فعلاً وذلك إذا أظهر في تعامله معهم مزيداً من الإهتمام بهم وكان سماحاً كريماً قال تعالى: ﴿ وَلَا يَأْتَلِ أُولُو الْفَضْلِ مِنْكُمْ وَالسَّعَةِ أَنْ يُؤْتُوا أُولِي الْقُرْبَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْمُهَاجِرِينَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلْيَعْفُوا وَلْيَصْفَحُوا أَلَا تُحِبُّونَ أَنْ يَغْفِرَ اللَّهُ لَكُمْ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴾<sup>4</sup>، وهناك بالإضافة إلى ذلك صفات لتحقيق هذه المحبة منها الحب في الله لا لغرض دنيوي، وصلة الرحم وإفشاء السلام والتواضع وإيثار الآخرين على نفسه، وإبراز القسم والتبسم

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، المرجع نفسه، ص 189.

<sup>2</sup> سورة الأنفال، الآية 63.

<sup>3</sup> سورة مريم، الآية 96.

<sup>4</sup> سورة النور الآية 22 .

ومنها أيضا حسن الإنصات وبث الحماس في محدثك وتشجيعه وتبادل الهدايا. وفي مقابل ذلك يتجنب الغضب الشديد والكبر والمجادلة دون حق والسخرية والإحتقار للآخرين<sup>1</sup>.  
فالداعية يجب ألا يستصغر شأن أي إنسان أو يستهين به، لأن من حق كل إنسان أن يدعي، فقد يكون هذا الذي لا يعلم له الداعي وزنا، سيكون له عند الله وزن كبير. وهكذا كان رسول ﷺ يدعو كل إنسان يلقاه أو يذهب إليه ولم يستصغر مثلا شأن الستة نفر من الخرج الذين قابلهم عند العقبة من منى وهم يحلقون رؤوسهم بعد أن ظل يعرض نفسه على قبائل العرب التي تأتي مكة موسم الحج ثلاث مرات دون جدوى. عندما دعاهم إلى الإسلام وقرأ عليهم القرآن استجابوا وامنوا ثم رجعوا إلى قومهم بالمدينة ودعاهم إلى الإسلام فأسلموا حتى لم يبق دار من دور الأنصار إلا وذكر فيها الرسول ﷺ هذا الحب سيجعل الداعية يحرص حرصا كاملا على من يدعوهم ويفني عمره كله في سبيلهم<sup>2</sup>.

## 2. 5. حسن التصرف في وسط الأجواء المتناقضة

لابد للداعية أن يمتلك من الحكمة والوعي ما يستطيع به الوصول إلى عقول وقلوب الناس، فالحكمة التي هي فعل ما ينبغي على الشكل الذي ينبغي في الوقت الذي ينبغي، هي من الأسس الأصلية في عمل الدعاة، وهكذا وصف الله تبارك وتعالى مهمة الأنبياء، فقال تعالى عن سيدنا محمد ﷺ : ﴿ هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ ﴾<sup>3</sup>.

وهذا بيان لآثار قدرة الله الدالة على الله في الكون والخلق والإبداع ( ويزكئهم ) ليجعل أرواحهم وقلوبهم طاهرة صافية، ليكون العمل خالصا لوجه الله تعالى، لا لدنيا يريدتها، ولا لمصلحة شخصية يسعى إليها. (ويعلمهم الكتاب) وهو القرآن بما اشتمل عليه من عقيدة وتشريع ومعاملات وأخلاق (والحكمة)<sup>4</sup>، حتى يستطيع بها الوصول إلى إقناع الطرف الآخر وأضف إلى ذلك بأن من بديهيات الدعوة أن يتخلق الداعية بالأفكار والمبادئ التي يدعو

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع الإسلامي، مرجع سابق، ص 198.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، المرجع سابق، ص 199.

<sup>3</sup> سورة الجمعة، الآية 2.

<sup>4</sup> محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع الإسلامي، مرجع سابق، ص 202.

إليها عملاً وسلوكاً، لأن الناس في زحمة الدعوات والأفكار والمبادئ المتناقضة في هذا العصر يحتاجون صورة عملية صادقة، أكثر من حاجاتهم للشعارات والنظريات والخطب الرنانة.

وحين بدأ النبي ﷺ دعوته كانت الأجواء متناقضة، إذ كان صوت الإيمان والحق في ساحة الكفر والشرك والوثنية، ولكن من حكمته ﷺ استطاع خلال فترة وجيزة من عمر ثلاث وعشرين سنة أن يوجد عقيدة لا زالت قائمة، أصلها ثابت وفرعها في السماء وفي أيامنا ما يواجهه الداعية من تحديات داخلية وخارجية ومن عقبات ومشكلات ومن مكر دائم للأعداء بالمسلمين وتعاون للأعداء فيما بينهم لإنجاح مكرهم وتنوع أساليبهم في مواجهة الدعوة وقوة وسائلهم المادية وتسخيرهم العلوم الحديثة والتقنيات العلمية لأحكام السيطرة على البلاد الإسلامية... الخ<sup>1</sup>.

وفي ظل كل هذه التناقضات المرعبة التي تواجه الداعية ليس أمامه سوى التسلح بالحكمة والعلم والدراسة والوقوف على كل هذه التحديات ودراستها والإحاطة بها إحاطة يقينية وبطرق مواجهتها.

إذن حسن التصرف يجب أن يجسده الداعية وهذا ما سنلاحظه في أفعال التي وظفها الداعية أحمد الشقيري في برنامجه المدرج والذي أردنا تحليله .

## 2 . 6 . الإحساس بالمسؤولية المجتمعية

الدعوة بإعتبارها في مقدمة الأعمال القيمة في المجتمع الإسلامي بحكم قوله تعالى: ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾<sup>2</sup> والداعية بحكم انه المتحدث بلسان صاحب الدعوة صلوات الله وسلامه عليه مسؤول مسؤولية كاملة عن رعاية مجتمعية مثله مثل صاحب الدعوة عليه الصلاة والسلام، وهذه المسؤولية تجاه الأمة ترتب على الداعية واجبات عديدة تتوقف عليها قدراته على ممارسة الدعوة وعلى توجيه المدعوين وعلى مدى تحقيق المصلحة العامة للمجتمع ومن هذه الواجبات:

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، المرجع نفسه، ص ص 203، 202.

<sup>2</sup> سورة فصلت، الآية 33.

أ . **الثقة في النفس والشعور بالأمة:** فالثقة بالنفس لدى الداعية تعني القدرة على تحمل

المسؤولية وإنجاز الأعمال بمفرده، وعند تمتيتها لدى الجمهور تعني القدرة على مواجهة المشكلات وتحقيق التطور والإبداع في مختلف مجالات الحياة<sup>1</sup>.

وبقدر إحساس الداعية بهذه الثقة يكون إحساس المجتمع المسلم ويكون الاعتزاز بالشخصية العقيدة وتكون الأمة بالتالي قادرة على تجاوز العقبات ولديها القدرة على النهوض.

ب . **امتلاك إرادة التغيير:** في مواجهة التحديات الهائلة التي يواجهها الداعية لابد له من إرادة قوية وعزيمة راسخة لا تلين، لأن الداعية الذي يحمل الإرادة القوية في مواجهات التحديات يكون اقدر من غيره على تحقيق أهداف الدعوة وكذلك الأمة التي تمتلك هذه الإرادة الصلبة.

ولذلك كان الأمر الإلهي ليحيى عليه السلام حيث يقول الله تعالى: ﴿يَحْيَىٰ خُذِ الْكِتَابَ بِقُوَّةٍ وَّآتَيْنَاهُ الْحُكْمَ صَبِيًّا﴾<sup>2</sup>، أي إحمل رسالة التغيير بقوة وعزيمة وإرادة لا تلين وكان وصف المولى عز وجل لأصحاب الرسالات من الرسل بأنهم من أولى العزم وخاطب سيد المرسلين صلى الله عليه وسلم بأن يتحمل.

### 3. البرامج التلفزيونية

حينما رسم التلفزيون العربي خطة برامجه منذ بدء إرساله كان يدخل اعتباره الأول أن له رسالة هادفة تعمل مع ثورة بناء لمجتمعنا الجديد، وقد أكد إتحاد الإذاعة والتلفزيون هذا المعنى في خطته الإعلامية<sup>3</sup>، وهي العنصر الأساسي الذي تعتمد عليه أي محطة تلفزيون (مرناة)، وتتنوع هذه البرامج من إخبارية إلى سياسية إلى أفلام تسجيلية إلى برامج منوعات وبرامج ثقافية وأدبية وبيئية وتتجه كلنا للوصول إلى قطاع من المجتمع كالأسرة عموماً ثم تضيق زاوية التوجه إلى الفئة العمرية أو الجنس أو المهن، فهي تخدم في مجالات أساسية ثلاث: تعليم، إعلام، ترفيه<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع الإسلامي، مرجع سابق، ص 205.

<sup>2</sup> سورة مريم، الآية 12.

<sup>3</sup> سهير جاد، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، د ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1987، ص 71.

<sup>4</sup> <http://ar.wikipedia.org/wiki/>

### 3.1. التلفاز وسيلة دعوية معاصرة

يعتبر التلفاز أقوى وسيلة إعلامية وقد أحكم قبضته على الأسرة واحتل صدر المجالس في الدور بلا منازع ولا منافس وتربع فيها بشموخ منقطع النظير. أ . تعريف التلفزيون : إن التلفزيون ( télévision )، من الناحية اللغوية، كلمة مركبة من مقطعين ( télé ) ومعناه عن بعد و ( vision ) ومعناه الرؤية. وهذا يكون معنى كلمة التلفزيون هو الرؤية عن بعد. استعملت هذه الكلمة لأول مرة عام 1900، وقبل أن تشيع سبقها أو رافقها استعمال كلمات أخرى تترجم الرؤية عن بعد أو المصورة مثل التلسكوبي، التلكتروسكوبي، النيوثروغرافي وبالعبرية: الرائي ثم التلفزة والتلفزيون كتعريب لكلمة (télévision)<sup>1</sup>.

أما من الناحية العلمية، فيمكن تعريف نظام التلفزيون بأنه: طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت بأمانة، عن بعد وبواسطة الموجات الكهرومغناطيسية<sup>2</sup> والأسلاك (الألياف البصرية مؤخرًا) والأقمار الصناعية بمحطاتها الأرضية في حالة البث كبير المسافة . ويعتمد البث التلفزيوني التقليدي على ثلاثة عناصر مهمة على الأقل الكهرباء الضوئية (مصباح إيدسون)، تقنية المسح البصري للصورة بغية تفكيكها إلى نقاط (وهو ما تم منذ عام 1879) والتحكم في الأمواج الهرتزية لنقل الإشارات عن بعد ( على غرار الراديو:1895)<sup>3</sup>

**ب . محتوى التلفزيون:**

يحتوي التلفزيون الشامل خمسة أنواع من المحتوى:

1. أخبار .
2. الدراما، المسلسلات والأفلام والمسرحيات ،
3. الأغاني والموسيقى.
4. نقل المناسبات و الأحداث، سواء دينية أو اجتماعية أو سياسية أو رياضية.

<sup>1</sup> فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، ط 4، دار الخلدونية، الجزائر، 2013، ص133.

<sup>2</sup> سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، مرجع سابق، ص 24.

<sup>3</sup> فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص134.

5. البرامج التلفزيونية بتصنيفاتها وأنواعها وقوالبها المختلفة وهذا المحتوى المتنوع يكون غالباً في القنوات الشاملة، أما القنوات المتخصصة، فنقتصر على نوع واحد من المحتوى، أو مجال اهتمام معين باستخدام أكثر من شكل تلفزيوني<sup>1</sup>.

### 3 . 2. مفهوم البرامج التلفزيونية

البرنامج التلفزيوني وفقاً لنظريات الاتصال هو: رسالة، مرسل، مستقبل، قناة، معلومات، عقلية، وجدانية، الإمتاع، الترويح، الشد والتشويق، طريقة، الصوت، الصورة<sup>2</sup> وقد عرفناه في الإطار المنهجي.

ويعرفه فهد عبد الرحمان الشميمري في كتابه التربية الإعلامية هو فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين باستخدام الصورة والصوت بكامل تفاصيلها الفنية لتحقيق هدف معين<sup>3</sup>.

### 3 . 3. أنواع البرنامج التلفزيوني

✓ **البرامج الثقافية:** تهدف البرامج الثقافية إلى تقديم جرعة ثقافية للجمهور تساهم في إكسابه معلومات وخبرات ومهارات جديدة، كما أنها تقدم له فرصة مواكبة ومعايشة التجارب الجمالية والإبداعية في مجالات الأدب والفنون، بما في ذلك فنون الدراما والموسيقى<sup>4</sup>.

✓ **البرامج التعليمية:** فهي برامج تهدف إلى تقديم معلومات منهجية محددة إلى فئات من الجمهور يهدف إكسابها المعلومة أو المهارة.

✓ **البرامج الترفيهية:** تعد هذه البرامج من أهم أشكال البرامج التي يحرص التلفزيون على تقديمها، وتهدف هذه البرامج إلى الترفيه عن الجمهور وإشباع رغباته وتخفيف أعباء حياته اليومية، وتتضمن هذه البرامج الكلمة الرشيقة البسيطة والموسيقى والفكاهة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> فهد عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010، ص 220.

<sup>2</sup> فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه، ط 1، دار الفجر والنفائس، 2008م، ص ص 17-21.

<sup>3</sup> فهد عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، مرجع سابق، ص 221.

<sup>4</sup> ماجي الحلواني حسين ومحمد مهني، مقدمة في فنون الإذاعة والسمع بصرية، د ط، عالم الكتب، القاهرة، 2002، ص 163.

<sup>5</sup> ماجي الحلواني ومحمد مهني، المرجع نفسه، ص 165.

✓ **البرامج السياسية:** البرامج السياسية في التلفزيون تشغل شريحة كبيرة من المشاهدين في العالم، وهذه البرامج تشبع حاجة الإنسان إلى الفضول المعرفي السياسي، وهي أكثر أنواع البرامج تأثيراً في وعي الجمهور وإدراكهم للأمور السياسية والأخبار والأحداث المهمة في مجتمعهم أو في المجتمعات الأخرى على اختلافها<sup>1</sup>.

✓ **البرامج الاجتماعية:** هي البرامج التي تتناول في مضامينها ومحاورها عوامل الغير سلبي أو إيجاباً في البناء الاجتماعي، وعوامل تماسك المجتمع وهدمه، وتعالج الكثير من المشكلات الاجتماعية والنفسية التي يعيشها الفرد والأسرة في المجتمع، ومناقشة الأسباب التي قد تؤدي إلى حدوث التغيير في الحياة الاجتماعية، مع مراعاة الفوارق الموجودة بين المجتمعات بل والخصوصية التي قد تواجه مجتمعاً دون غيره<sup>2</sup>.

✓ **والبرامج الإعلامية:** هي وسيلة اقتصادية تهدف إلى تبادل المعلومات والتفاعل المشترك ويدخل البرنامج الإعلامي ضمن علاقة التواصل التي تربط بين المرسل ( معد البرنامج ) ومرسل إليه ( الجمهور المستهدف ) ومادة التواصل ( الرسالة ) وقناة الاتصال هي ( الكلمة أو الصورة أو هما معا )<sup>3</sup>

### 3 . 4 . قوالب البرنامج التلفزيوني:

يجب على معد البرنامج التلفزيونية أن يتعرف على أنواع القوالب المختلفة التي من الممكن أن تخرج فيها البرامج التلفزيونية، ونستطيع أن نجمل معظم هذه الأنواع كالتالي:

أ . **برنامج الحديث المباشر:** وهو أبسط أنواع البرامج، إذ يقتصر على متحدث واحد، يوجه حديثه إما لجمهور الشاشة، أو جمهور الاستديو، وهو يعتمد كلياً على شخصية المتحدث ومن مواصفات المتحدث الناجح مايلي:

1 . الإيناس في الشكل والصورة، والألفة في الصوت والنبوة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> سارة عازب الشيخ، دور البرامج التلفزيونية في نقد الواقع الاجتماعي، مذكرة ماستر في الدعوة والإعلام والاتصال، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة حمه لخضر الوادي، الجزائر، 2013 . 2014، ص 37 .

<sup>2</sup> سارة عازب الشيخ، دور البرامج التلفزيونية في نقد الواقع الاجتماعي، المرجع السابق، ص 37.

<sup>3</sup> زينب محمد عبد المنعم، رشا محمود سامي أحمد، تخطيط البرامج الإعلامية للطفل، ط 1، عالم الكتب، القاهرة ، 2012، ص 121.

<sup>4</sup> زينب محمد عبد المنعم و رشا محمود سامي احمد، المرجع نفسه، ص 168.

2. القدرة على عرض الموضوع ببساطة ووضوح.
  3. القدرة على جذب الانتباه الدائم.
  4. عدم التكلف، والبعد عن التصنع.
- ب . برنامج المقابلة والحوار:** وهو البرنامج الذي يعرض محادثة بين شخصين ذات هدف معين، ويصنف الحوار من الهدف إلى ثلاثة أقسام:
- 1 . حوار الرأي: ويهدف إلى معرفة رأي الضيف في قضية، أو آراء الناس العاديين في شيء معين.
  - 2 . حوار الشخصية: ويهدف إلى تعريف المشاهدين بجوانب شخصية الضيف، سواء كان الناس المشهورين أو غير مشهورين.<sup>1</sup>
- ج . برنامج المناقشات أو الندوات:** وهي من أكثر البرامج جاذبية؛ لأنها تعكس وجهات نظر مختلفة وآراء متعددة وتضفي لونا من ألوان الحرية في النقد والتعبير عن الرأي.<sup>2</sup>
- د . برنامج جمهور المشتركين:** هو برنامج مسابقات يكون بين الجماهير ويكون فيه محكم.
- هـ . برنامج المحاكمة.**
- و . برنامج الفيلم ومقدم البرنامج.**
- ي . برنامج المعالم أو البرنامج الخاص.**
- ن . برنامج المجلة التلفزيونية:** وهو قالب أو شكل تلفزيوني يعرض بصفة دورية، ويتضمن فقرات متنوعة من حيث الشكل والمضمون تربطها وحدة عضوية، وتقدم بأسلوب يكسبها خصائص المجلة المطبوعة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، المرجع السابق، ص ص 191 192.

<sup>2</sup> زينب محمد عبد المنعم و رشا محمود سامي احمد، تخطيط البرامج الإعلامية للطفل مرجع سابق، ص 168.

<sup>3</sup> فهد بن عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، مرجع سابق، ص 223.

# الفصل الثالث

## الإطار التليفي

## 1- بطاقة فنية عن البرنامج

1-1. اسم ونوع البرنامج: برنامج " لو كان بيننا ( محمد رسول الله )" دعوي  
 2-1. فكرة البرنامج: لو كان بيننا برنامج شبابي يتحدث عن الرسول عليه الصلاة والسلام  
 المبدأ الأساسي إننا لا نريد أن نعود إلى الوراثة 1400 سنة لكي نعيش أيام الرسول ﷺ نحن  
 نريده ﷺ أن يأتي بيننا اليوم ليعلمنا كيف نعيش في القرن الـ 21، والبرنامج فيه عدة مقاطع  
 ومشاهد من مقدم البرنامج : أفشوا السلام بينكم، وهي من فكرة مقدم البرنامج أحمد  
 الشقيري.<sup>1</sup>

### 1-3. أهداف البرنامج :

- تحقيق السنة النبوية في الأعمال اليومية في القرن 21 .  
 - إيضاح تساؤلات كيف كان رسول الله ﷺ يتصرف أو سيحكم على مواقف معينة من هذا  
 الزمن

- محاولة استقراء الإجابات والعبر

- تجسيد ممارسات تطبيقية نقوم بها في حياتنا

### 1-4. وسائل البرنامج

- التلفزيون ..حيث بث البرنامج على أكثر من 4 قنوات عربية

- وسائل الإعلام المطبوعة

- المواقع الإلكترونية

- صفحة البرنامج على الفيس بوك ، اليوتيوب، التوتير.

### 1-5. التعريف بالبرنامج :

برنامج لو كان بيننا برنامج اجتماعي دعوي الذي قدمه الإعلامي أحمد الشقيري، وبحول من  
 خلاله السيرة النبوية إلى تطبيقات عملية في حياتنا اليومية، وذلك عن طريق رصد الكاميرا  
 الخفية مواقف مختلفة ومتنوعة؛ لتوضيح أخلاق وقيم نبوية سامية.

<sup>1</sup> /https://ar.wikipedia.org/wiki

"لو كان بيننا" برنامج غير تقليدي لا يقدم الوعظ المباشر، بل يعتمد على تقديم المعلومات والحقائق بأسلوب سريع جذاب، حيث ينزل أحمد الشقيري إلى الشارع ويلتقي الجمهور؛ لتسليط الضوء على ممارساتهم اليومية يقارنها بتصرفات النبي محمد ﷺ وهو بذلك يعتمد على استحضار الرسول الله ﷺ في حياتنا المعاصرة؛ بهدف تحقق السنة النبوية في أعمالنا وتصرفاتنا اليومية.

يناقش البرنامج موضوعات كثيرة ومتنوعة ترتبط بحياتنا اليومية. كعدم الإسراف في استخدام المياه، وأهمية الأمانة، وضرورة إمطة الأذى عن الطريق، كما يتطرق الشقيري إلى بعض المواقف التي مر بها الرسول ﷺ في حياته، ويزور أماكن أمضى فيها الرسول ﷺ بعض الوقت، مثل غار حراء .

وهكذا يقوم البرنامج على طرح التساؤل الرئيسي هو: إذا كان الرسول ﷺ بيننا الآن، فكيف سيكون تصرفه أو حكمه على المواقف معينة لا تخلوا منها حياتنا الآن؟<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> <http://mbc3.mbc.net/content/categories/productions.html>

## 2- بطاقة فنية عن مقدم البرنامج:

أحمد مازن أحمد أسعد الشقيري من مواليد (6 يونيو 1973)، هو إعلامي سعودي، ولد في مدينة جدة، واصل دراسته حتى حصل على بكالوريوس إدارة نظم، وماجستير في إدارة الأعمال من جامعة كاليفورنيا، يمتلك أحمد الشقيري تجارة خاصة به في بيع الأدوات المنزلية، هذا بالإضافة إلى أعماله الدعوية والتطوعية.

### 2-1. المجال الدعوي الذي يهتم فيه:

اشتهر أحمد الشقيري في السعودية والوطن العربي بعد ( سلسلة خواطر ) التي حققت نجاحاً كبيراً نتيجة بساطة أسلوبها ومعالجتها لقضايا الشباب والأمة والتي كانت دائماً تبدأ بمقولته: "لست عالماً ولا مفتياً ولا فقيهاً وإنما طالب علم".

أصدر كتاباً بعنوان خواطر شاب (الجزء الأول) ، كذلك قدم الشقيري برنامج يلا شباب ، وبرنامجاً آخر باسم "لو كان بيننا" والذي أصدره أيضاً على قرص دي في دي الذي هو محل دراستنا الآن.

### 2-2. إنجازاته التي حققها:

فاز بالمركز الأول كأقوى شخصية مؤثرة في الوطن العربي من الشبان في الاستفتاء الذي قامت به مجلة شباب 20 الإماراتية، كما تم ترشيحه للمرة الثانية للعام التالي وقد خاض منافسة قوية مع الشيخ مشاري راشد العفاسي، وهو من الشبان الأكثر جاذبية بالنسبة للشباب في طريقة إلقائه للكلام، وقد فاز عام 2010 م بجائزة أفضل شخصية إعلامية شابة في ملتقى الإعلاميين الشباب الثالث بالأردن .

## 2-3. النشاط الاجتماعي والثقافي:

أنشأ أول مقهى ثقافي في مدينة جدة - وأطلق عليه اسم أندلسية، حيث تعقد فيه الندوات وتوجد به مكتبة مزودة بكتب في شتى فروع المعرفة، برنامج خواطر بأجزائه، برنامج لو كان بيننا بموسمين ، كل موسم 15 حلقة، قدم برنامج يلا شباب مع أحمد الفيشاوي وعمرو وقسورة ومجموعة من الشبان.

. ألف كتاب خواطر شاب: كتاب خواطر شاب ممتع يتضمن خواطر للقلب، للفكر، لتطوير الذات ..خواطر لشاب طموح يحمل هم دينه وأمته ووطنه ..جمع فيه بين روح الشباب وحب الدين وفهم الواقع ومزج ذلك كله بأسلوب أدبي رائع!

. كتاب رحلتي مع غاندي: كتاب يدور حول تطوير الذات، يسرد فيه الداعية الإسلامي "أحمد الشقيري" خلاصة تجربته في هذه الحياة، ويقدم من خلاله نصائح للإنسان المسلم تفيده في حياته.<sup>1</sup>

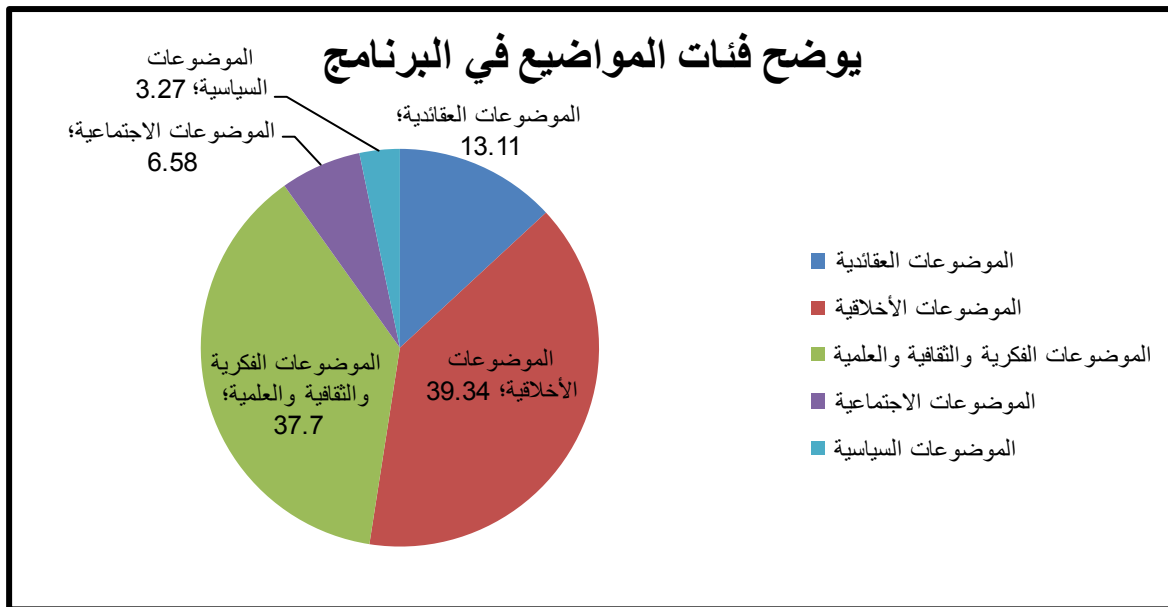
<sup>1</sup> <http://www.3kalam.com/vb/t113795.html>

### 3- التحليل للفئات المدروسة

#### 1.3. فئة ماذا قيل ؟

جدول رقم (01) يوضح فئات المواضيع في البرنامج

الموضوعات	التكرار	نسبة %
الموضوعات العقائدية	8	13.11%
الموضوعات الأخلاقية	24	39.34%
الموضوعات الفكرية والثقافية والعلمية	23	37.70%
الموضوعات الاجتماعية	4	6.58%
الموضوعات السياسية	2	3.27%
المجموع	61	100%



من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ تفاوت النسب في الموضوعات المطروحة في البرنامج حيث تصدرت الموضوعات الأخلاقية بنسبة 39.34% في المرتبة الأولى، في

حين تليها الموضوعات الفكرية والثقافية والعلمية حيث وصلت نسبتها 37.34% في المرتبة الثانية، أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب الموضوعات العقائدية بنسبة 13.11%، وأما الاجتماعية فكانت في المرتبة الرابعة بنسبة 6.58%، وأخيرا الموضوعات السياسية كانت بنسبة 3.27% .

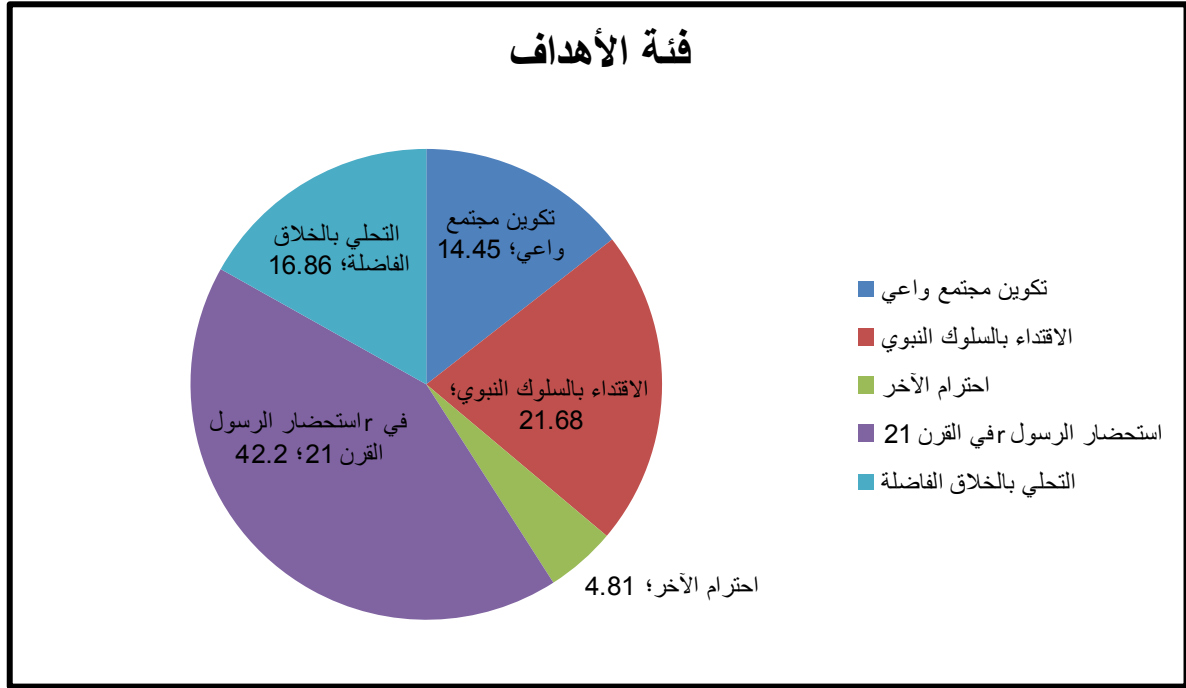
- نلاحظ من خلال الجدول المرفق أن فئة الموضوعات الأخلاقية هي أكثر الفئات تكرارا في عينة الدراسة وهذا راجع إلى الهدف الأول والأساسي لبرنامج "لو كان بيننا"، وهو فكرته أنه لا نعود إلى الوراء إلى 1400 سنة من أجل أن نعيش أيام الرسول ﷺ نحن نريد أن يأتي بيننا اليوم لنعلمنا كيف نعيش في القرن الواحد والعشرين تجسيداً لتعاليمه وأكثر السلوك الأخلاقية التي أراد الداعية تجسيدها من بينها تعامل النبي عليه أفضل الصلاة والسلام مع الناس، وتتوعد أيضا أخلاقه من بينها الصبر والرفق والتبسم في وجه غيره وفن الاهتمام بالآخر ومشاركته في حزنه وفرحه وهذا مصداقاً لقوله تعالى: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾<sup>1</sup>، وكان النبي ﷺ يتقن فنون كثيرة منها فن التماثل وكان ذلك في أسلوبه في التعامل مع غيره وكان يتقنه في قول أحد الصحابة: " ما رأيت رجل أخذ بيده ﷺ فترك يده حتى يكون الرجل هو الذي يدع يده أولا"، وهذا ما يؤكد أنه ﷺ صاحب الخلق العظيم وكان أيضا الصبر والتحكم في الغضب وهذه من صفاته صلى الله عليه وسلم أنه يكظم غيظه ﷺ، وأيضا من أخلاقه حفظ النعمة وهذا ما أكدته الأحاديث الشريفة عنه ﷺ، وكذلك حفظ الأمانة، وأخلاق الرسول ﷺ فهي كثيرة إذا أراد صاحب البرنامج التشجيع على التحلي بأخلاقه ﷺ والإقتداء بسلوكه، وأيضا تلي بعدها الموضوعات العلمية والفكرية والثقافية حيث تمثلت في التعريف ببعض الكتب التي تتحدث عن سيرة المصطفى صلوات الله عليه وسلامه وذلك وضعها مقدم البرنامج من أجل تعليم الشباب السيرة النبوية إذ يتخيلوا بين

<sup>1</sup> سورة القلم، الآية: 4 .

أعيونهم حقيقة وهي تسرد ذلك لتحقيق الهدف للتحلي بصفاته وأخلاقه وأثر السيرة النبوية في حياتنا، حيث تجسد ذلك في ركن هل تعلم من البرنامج، وكذلك الموضوعات العقائدية حيث تمثلت في إسلام الشخصيات التي استضافها الداعية من خلال البرنامج الدعوي وهم سبب إسلامهم والتأثر بشخصية المصطفى عليه أفضل الصلاة و أزكى التسليم وأخلاقه الفاضلة وكذلك تليها الاجتماعية حيث تمثلت في التعاون مع الغير وهي من صفات الرسول ﷺ وأيضا معالجة المشكلات الزوجية فيجب النظر في حياته الزوجية فنتعامل مثلما تعامل ﷺ مع زوجاته فهو خير قدوة نقنتي به، ولكن مهما تحلينا بصفات وأخلاقه ﷺ يبقى مستوانا نسبي إذن فلن نصل إلى مستوى أخلاقه.

#### جدول رقم (02) يوضح فئة الأهداف

فئة الأهداف	التكرار	نسبة %
تكوين مجتمع واعي	12	14.45%
الإقتداء بالسلوك النبوي	18	21.68%
احترام الآخر	4	4.81%
استحضار الرسول ﷺ في القرن 21	35	42.20%
التحلي بالأخلاق الفاضلة	14	16.86%
المجموع	83	100%



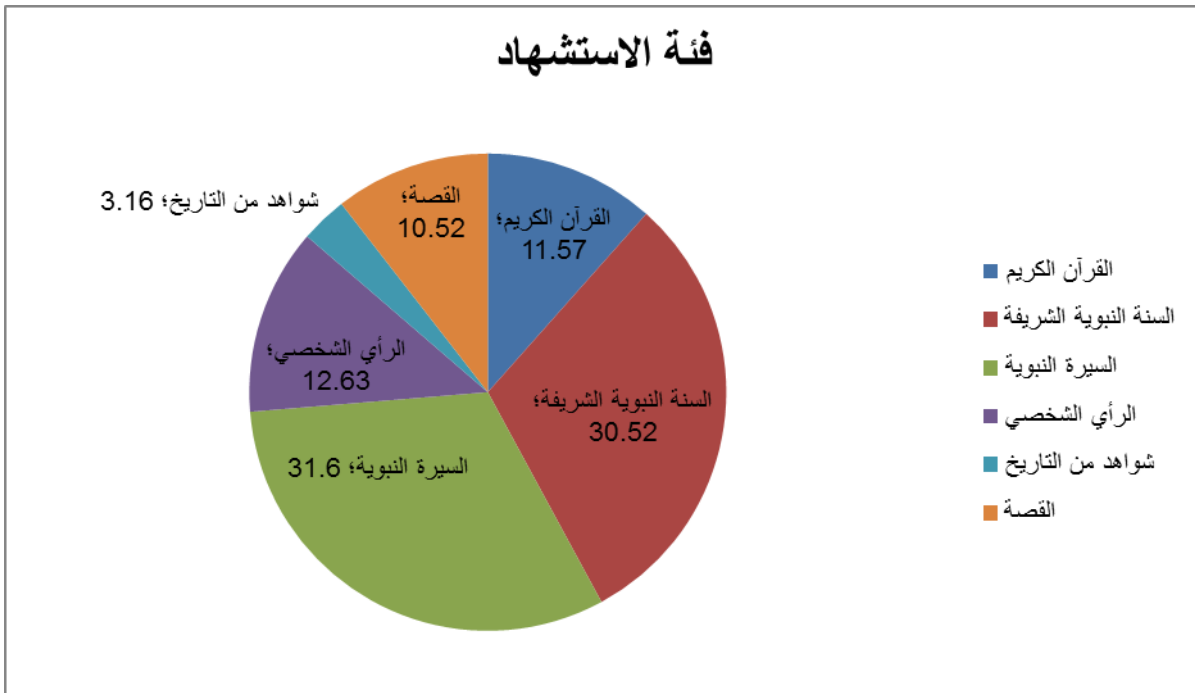
من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ تفاوت النسب الأهداف في البرنامج حيث تصدرت فئة استحضار الرسول ﷺ في القرن 21 هي الأولى من النسب حيث وصلت إلى 42.20%، الإقتداء بالسلوك النبوي النسبة الثانية بنسبة 21.68%، ثم التحلي بالأخلاق الفاضلة في المرتبة الثالثة وصلت نسبتها 16.86%، تكوين مجتمع واعي بنسبة 14.45%، وفي الأخير فئة احترام الآخر بنسبة 4.81%.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن استحضار الرسول ﷺ في القرن 21 بيننا بما نقوم به من أفعال وكان ذلك على مدار حلقات العينة المدروسة مكررة بشكل دائم وهو الفكرة التي اعتمد عليها البرنامج حيث لو كان الرسول ﷺ بيننا ماذا عساه أن يفعل هل سيتصرف مثل ما نتصرف نحن أم كيف؟ فهو يطرح السؤال في كل حلقة ويتكرر وهذا من أجل تجسيد أخلاق نبوية أراد مقدم البرنامج إبرازها من خلال برنامجه، يلي بعد ذلك الإقتداء بالسلوك النبوي في جل الحلقات، يحث الداعية على إتباع السلوك النبوي وبرز ذلك في قول مباشر أو حتى من خلال كلامه وإلقائه في التحدث عن سيرة المصطفى عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم من أجل توعية الشباب لأن هذه الفئة هي التي استهدفها في جل الحلقات، وأيضا

التحلي بالأخلاق الفاضلة وهي من صفات النبي ﷺ يريد مقدم البرنامج إقناع الشباب بالتحلي بالخلق النبوي من أجل تكوين مجتمع واعي وراقي ويعرف بهذه الشخصية التي أساءت لها بعض الأمم.

جدول رقم (03) يوضح فئة الاستشهاد

النسبة %	التكرار	فئة الإستشهاد
11.57%	11	القرآن الكريم
30.52%	29	السنة النبوية الشريفة
31.60%	30	السيرة النبوية
12.63%	12	الرأي الشخصي
3.16%	3	شواهد من التاريخ
10.52%	10	القصة
100%	95	المجموع

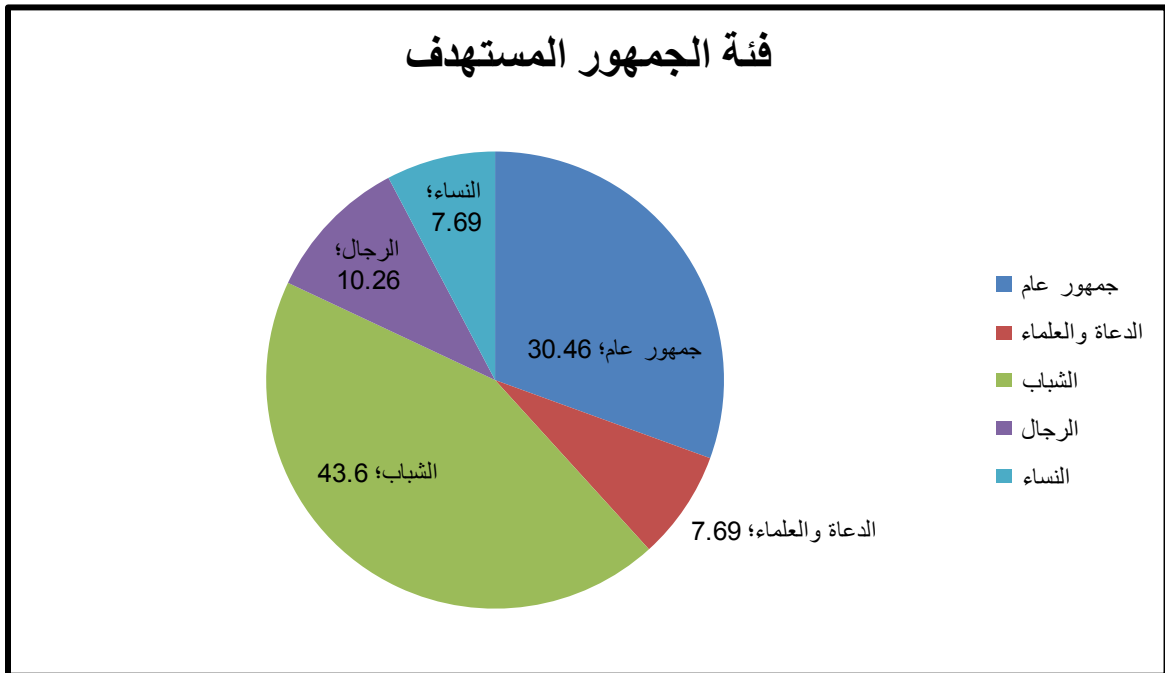


من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن فئة الاستشهاد التي اعتمد عليها البرنامج، كان جانب السيرة النبوية هي الأكثر تكرار حيث وصلت نسبتها 31.60 %، وتليها في المرتبة الثانية السنة النبوية الشريفة بنسبة 30.52 %، وفي المرتبة الثالثة الرأي الشخصي بنسبة 12.63 %، أما المرتبة الرابعة في القرآن الكريم بنسبة 11.57 %، وكذلك القصة بنسبة 10.52 %، وفي الأخير شواهد من التاريخ بنسبة 3.16 % .

- نلاحظ أن فئة الاستشهاد في السيرة النبوية الشريفة هي الاستشهاد الغالب حيث تكررت في كل الحلقات وبإستمرار مدعم في ذلك البرنامج من أجل إقناع وتخيل حياة النبي وأخلاقه ومدى معاملته لأصحابه وأهله وجميع البشر وكذلك سردها بقالب فني لجلب المستمع والتأثر به، أما بالنسبة للإستشهاد بالسنة النبوية الشريفة تمثل ذلك في الأحاديث النبوية وذلك من خلال تبين خلق نبوي من أجل إصلاح الشباب وإتباع سنته فيعتبر هذا جانب إقناعي عقلي، حيث أخذ هذا الجانب مدة زمنية كان في كل فقرة من فقرات البرنامج لإقناع السامع، كذلك إعطاء رأيه الشخصي في كل حلقة للشرح والتوضيح اقتصر ذلك في رأي مقدم البرنامج من سلبيات وإيجابيات الجمهور الذي يصور على الكاميرا للملاحظة كيف تطبق الأخلاق النبوية، أما الإستشهاد بالقرآن الكريم كان ذلك عند سرد الداعية للسيرة النبوية الشريفة، حيث اقتصرت القصة في تدعيم أهمية الموضوع لزيادة الموضوع تأثير في مستقبل الرسالة.

جدول رقم (04) يوضح فئة الجمهور المستهدف

النسبة %	التكرار	فئة الجمهور المستهدف
30.46%	12	جمهور عام
7.69%	3	الدعاة والعلماء
43.60%	16	الشباب
10.26%	4	الرجال
7.69%	3	النساء
100%	38	المجموع



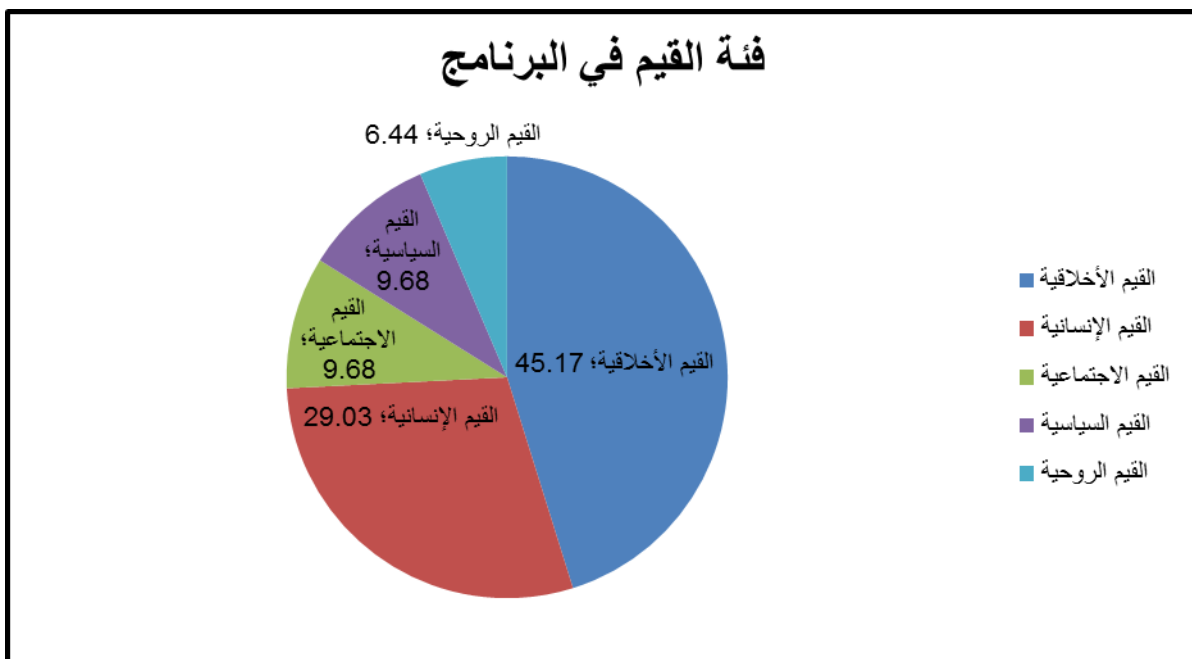
من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن فئة الجمهور المستهدف، كانت أكبر نسبة لفئة الشباب 43.60%، ثم تليها فئة الجمهور العام بنسبة 30.46%، أما الرجال بنسبة 10.26%، وتعادلت نسبة الدعاة والعلماء والنساء بنسبة 7.69% .

. نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن فئة الجمهور المستهدف طيلة حلقات العينة

المدرسة هي فئة الشباب لأن البرنامج شبابي هذا ما صرح به مقدم البرنامج أنه برنامج شبابي يهدف إلى تحقيق أخلاق النبي عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم في هذا القرن حيث أراد مقدم البرنامج استحضار صفات وأخلاق الرسول ﷺ ركز في ذلك أن الشباب هم نواة المستقبل، وأيضا استهدف فئة عامة الناس لإتباع ما تحلى به سيد الخلق أجمعين مركزا في ذلك نصائح للعلماء والمربين الإهتمام بالتربية على أسس الإسلام الصحيحة والسنة المطهرة

### جدول رقم (05) يوضح فئة القيم في البرنامج

النسبة %	التكرار	فئة القيم
45.17%	14	القيم الأخلاقية
29.03%	9	القيم الإنسانية
9.68%	3	القيم الاجتماعية
9.68%	3	القيم السياسية
6.44%	2	القيم الروحية
100%	31	المجموع



من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن فئة القيم التي اعتمد عليها البرنامج ما قدمه الداعية من مضمون الكلام وطرح السؤال حيث بلغت نسبة القيم الأخلاقية 45.17%، وتليها بعد ذلك القيم الإنسانية بنسبة 29.03%، القيمة الاجتماعية بلغت نسبتها 9.68%. والقيم السياسية هي أيضا مثل الاجتماعية وصلت نسبة 9.68%، والقيم الروحية هي أدنى قيمة بنسبة 6.44%.

. من خلال الجدول الموضح أعلاه يتبين لنا أن البرنامج الدعوي وضح مجموعة من القيم حيث كانت القيم الأخلاقية هي الأكثر تكرر سعى القائم بالاتصال إلى ترسيخها وتأصيلها للمتلقى، والجمهور الذي ألقى عليه التجربة، أما القيم الإنسانية فتمثلت كيف تعاون وتعامل النبي ﷺ مع الآخرين، المودة، الإبتسام، الإهتمام بالآخرين تشير هذه القيمة إلى تكوين الإنسان من الفطرة، أساسا الطفل يولد ولديه هذه القيم. الأطفال لديهم هذه القيم بداخلهم. المعلمين والآباء عليهم أن يربوا هذه القيم بوعي، وأن يكونوا قدوة. وهم يكبرون، بعض القيم لا تكون واضحة. التأمل يستطيع أن يظهر القيم الإنسانية الموجودة في كل واحد، القيم التي حجبها التوتر<sup>1</sup>، أما في المرتبة الثالثة فتساوت كلا من القيم السياسية والقيم الاجتماعية، فالسياسية إذ يتميز الأشخاص الذين عندهم هذه القيمة بالقيادة في نواحي الحياة المختلفة وقدرت التصرف على توجيه غيرهم، وتمثل ذلك في الرسول ﷺ، أما الاجتماعية فتمثلت في معالجة المشكلات الزوجية .

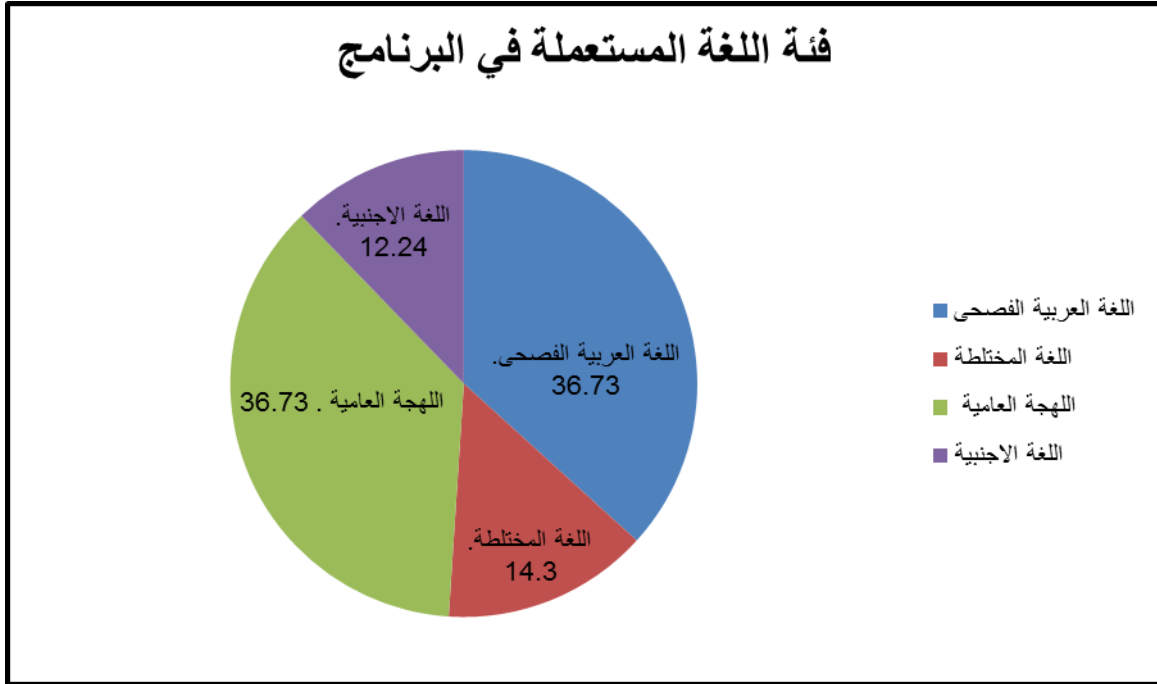
### 3-2. فئة كيف قيل؟

جدول رقم (06) يوضح فئة اللغة المستعملة في البرنامج

النسبة %	التكرار	فئة اللغة المستعملة
36.73%	18	اللغة العربية الفصحى
14.30%	7	اللغة المختلطة

<sup>1</sup> الرابط : [http://www.baht1.com/2015/12/blog-post\\_42.html](http://www.baht1.com/2015/12/blog-post_42.html)

اللغة العامية	18	36.73%
اللغة الأجنبية	6	12.24%
المجموع	49	100%



من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن اللغة المستعملة في برنامج لو كان بيننا أكبر نسبة كانت للغة العربية الفصحى واللهجة العامية حيث وصلت نسبتهما 36.73%، اللغة المختلطة بنسبة 14.30%، أما اللغة الأجنبية بنسبة 12.24%.

. نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة اللغة العربية الفصحى والنسبة اللهجة العامة كانتا في مرتبة واحدة وهما الأكبر من الفئات الأخرى، وهذا راجع إلى طبيعة البرنامج الموجه لكل جمهور مسلم وغير مسلم فالفصاحة لغة دقيقة وحية واللغة الوطنية لكل دولة عربية، وأيضا لما تحتويه من بلاغة وبيان صلة البلاغة في الإقناع .

استعملت اللغة العربية الفصحى أكثر في فقرة الإلقاء لمقدم البرنامج عند التعريف

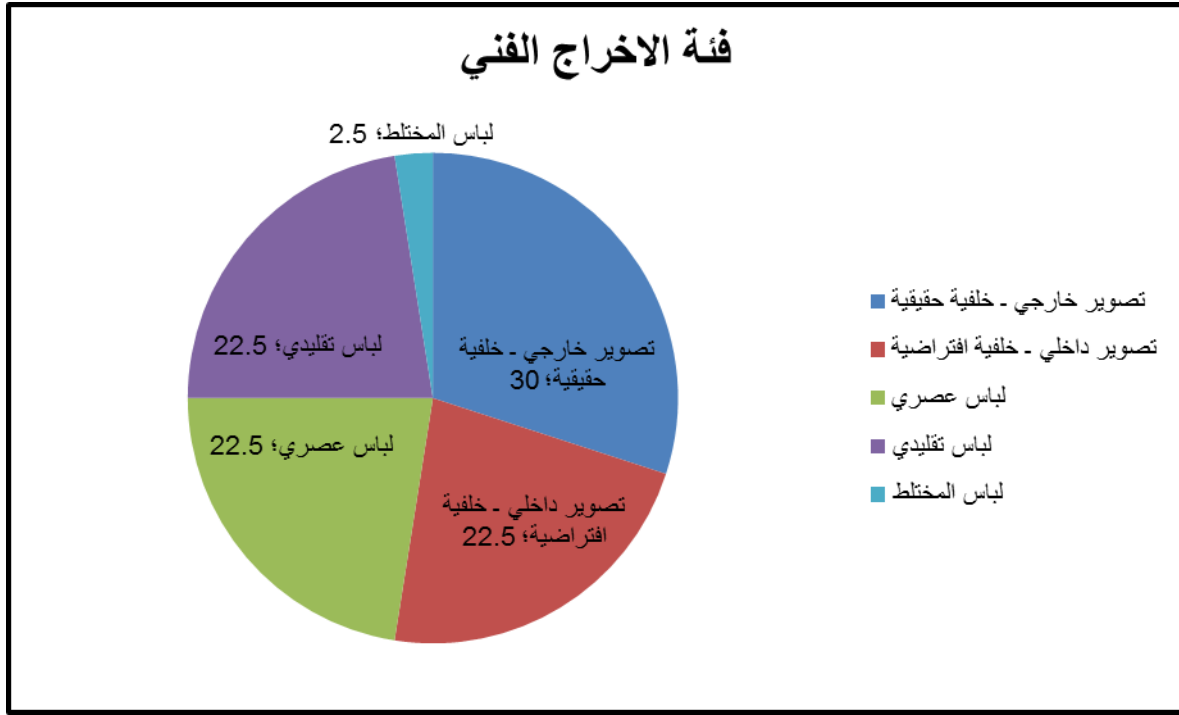
بسيرة المصطفى .

و ركن هل تعلم وأيضا عند أسئلة الجمهور المستهدف في الكاميرا الخفية وأيضا استعمل العامية لأن الجمهور الذي ألقى عليه التجربة جمهور عام.

أما بالنسبة للمختلطة فمقدم البرنامج يوظف أحيانا العامية كونها اللغة الإعلامية في برامج إعلامية مثل هذه، أما اللغات الأجنبية فبعض ضيوف البرنامج الذين تمت مقابلتهم من طرف مقدم البرنامج كانوا أجانب ولغتهم أجنبية وأراد بذلك الداعية مقدم البرنامج استدرج اللغة الأجنبية لكونها رسالة إلى كل العالم لتعريف لهم ما هي أخلاق النبي محمد ﷺ .

#### جدول رقم (07) يوضح فئة الاخراج الفني

النسبة %	التكرار	الديكور ولباس المقدم
30%	12	تصوير خارجي . خلفية حقيقية
22.50%	9	تصوير داخلي . خلفية افتراضية
22.50%	9	لباس عصري
22.50%	9	لباس تقليدي
2.50%	1	لباس المختلط
100%	40	المجموع



من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن فئة الإخراج الفني، حيث تمثل في الديكور ولباس المقدم وصلت نسبة التصوير الخارجي . خلفية حقيقة 30% ، تصوير داخلي خلفية افتراضية بنسبة 22.50% ، أما اللباس العصري بنسبة 22.50% ، واللباس التقليدي بنسبة 22.50% ، وفي الأخير اللباس المختلط بنسبة 2.50% .

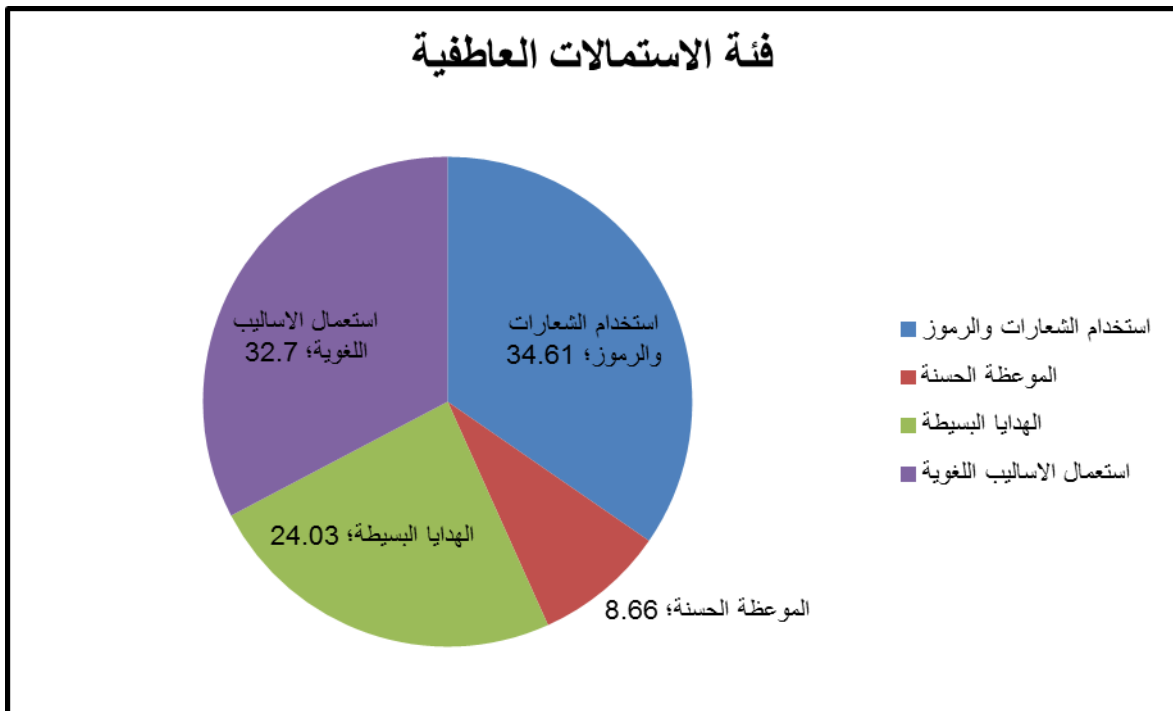
. نلاحظ أن ديكور التصوير الخارجي ذو خلفية حقيقية كان تصوير متنوع بين الأماكن العمومية والمحلات والطرق هدفه في ذلك التعبير عن فكر تصور النبي عليه أفضل الصلاة والسلام في مكان الناس الذين في الشارع وأفعالهم هل سيفعل ما يفعلون الآن من سلوكيات صحيحة، وديكور الداخلي كان خلفية افتراضية يوجد رمز البرنامج ورسومات يدل على القصة التي يقصها مقدم البرنامج وهذا للتعبير عما يقول صوت وصورة فهذا تأثير إعلامي.

أما لباس المقدم متنوع بين العصري والتقليدي لكسر الرتابة لدى الجماهير وإعادة تهيئتهم للإقناع والتأثير فيهم مجدداً للفكرة المراد إيصالها لأن الإنسان بطبعه غالباً ما تجلبه

المظاهر والشكليات لما لها من واقع تأثير على خلفيات وأذهان المشاهدين وخاصة فئة الشباب منهم وقد أثبتت الدراسات النفسية أن الإنسان تترسخ لديه الفكرة في ذهنه صوت وصورة ومن هنا قد وظف مقدم البرنامج أسلوب آخر من أساليب الإقناع وهي التأثير والإهتمام بالمظاهر والشكليات .

جدول رقم (08) يوضح فئة الاستمالات العاطفية

النسبة %	التكرار	فئة الاستمالات العاطفية
34.61%	36	استخدام الشعارات والرموز
8.66%	9	الموعظة الحسنة
24.03%	25	الهدايا البسيطة
32.70%	34	استعمال الأساليب اللغوية
100%	104	المجموع



من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن فئة الاستمالات العاطفية التي تم توظيفها في البرنامج، فكانت المرتبة الأولى استخدام الشعارات والرموز بنسبة 34.61%، وفي المرتبة الثانية استعمال الاساليب اللغوية 32.70%، أما الهدايا البسيطة وصلت نسبتها 24.03%، والموعظة الحسنة بنسبة 8.66% .

. نلاحظ من خلال الجدول أن استخدام الشعارات والرموز تكررت على مدار الحلقات، وتمثلت في عنوان البرنامج شكل وصوت في كل مرة بين الفقرات وبين الأفكار يتم التذكير بها هذا من أجل جلب المتلقي وتذكيره بعنوان البرنامج وهذا أسلوب إقناعي آخر قد نوع به الداعية تذكير بهدف البرنامج، أما استخدام الأساليب اللغوية يتضح أن عرض الداعية للجمهور المستهدف تمثل الأسلوب اللغوي في الإستفهام في كل حين يسأل والمتلقي يجب عن سؤاله وهذا ما يترك أثر واضح في نفسية المتلقي، أما الهدايا البسيطة كانت في جل حلقات العينة الهدف من الهدايا ترسيخ الأخلاق المحمدية وهذا يعتبر جانب إقناعي معنوي من أجل جلب المتلقي وإيصال فكرة هي ترسيخ خلق من أخلاق النبي ﷺ. وأما الموعظة الحسنة تمثلت في وعظ وارشاد في أقواله للمتلقي وتذكير بالواجبات ودعوة الى الاخلاق الفاضلة هذا ومصادقا لقوله تعالى: ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُمُ

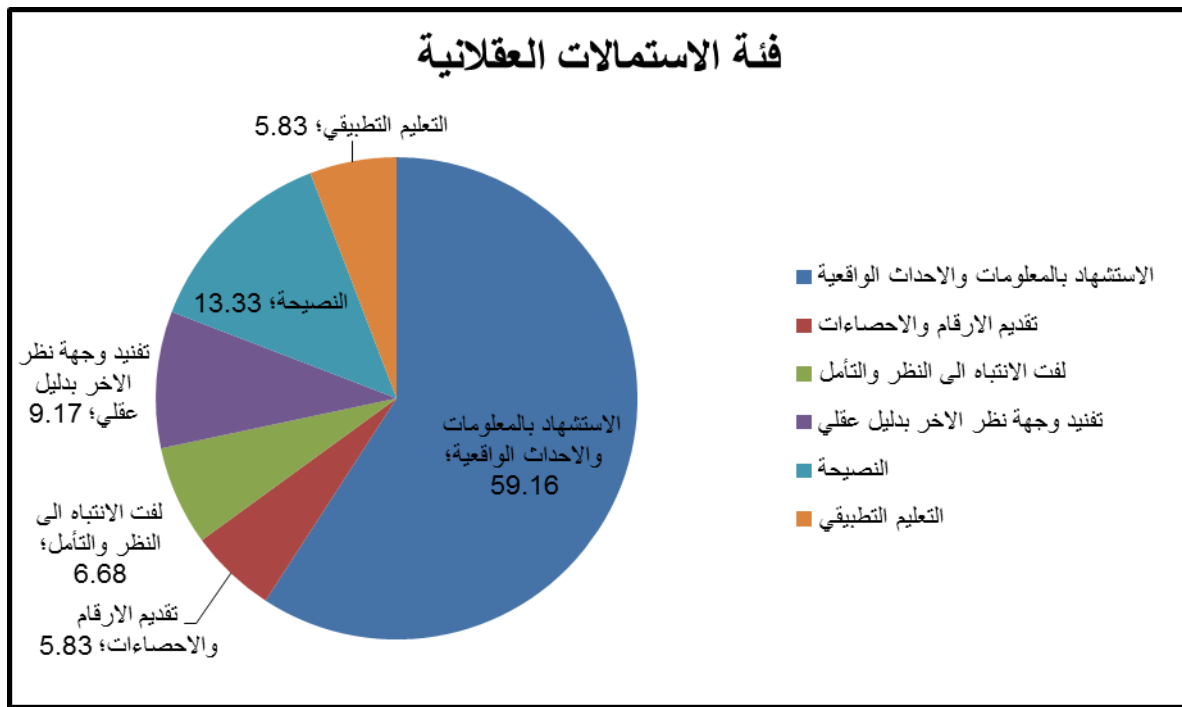
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٦٥﴾ <sup>1</sup>.

#### جدول رقم (09) يوضح فئة الاستمالات العقلانية

النسبة %	التكرار	فئة الاستمالات العقلانية
59.16%	71	الاستشهاد بالمعلومات والاحداث الواقعية
5.83%	7	تقديم الأرقام والإحصاءات

<sup>1</sup> سورة النحل، الآية : 125.

6.68%	8	لفت الانتباه الى النظر والتأمل
9.17%	11	تفنيد وجهة نظر الآخر بدليل عقلي
13.33%	16	النصيحة
5.83%	7	التعليم التطبيقي
100%	120	المجموع



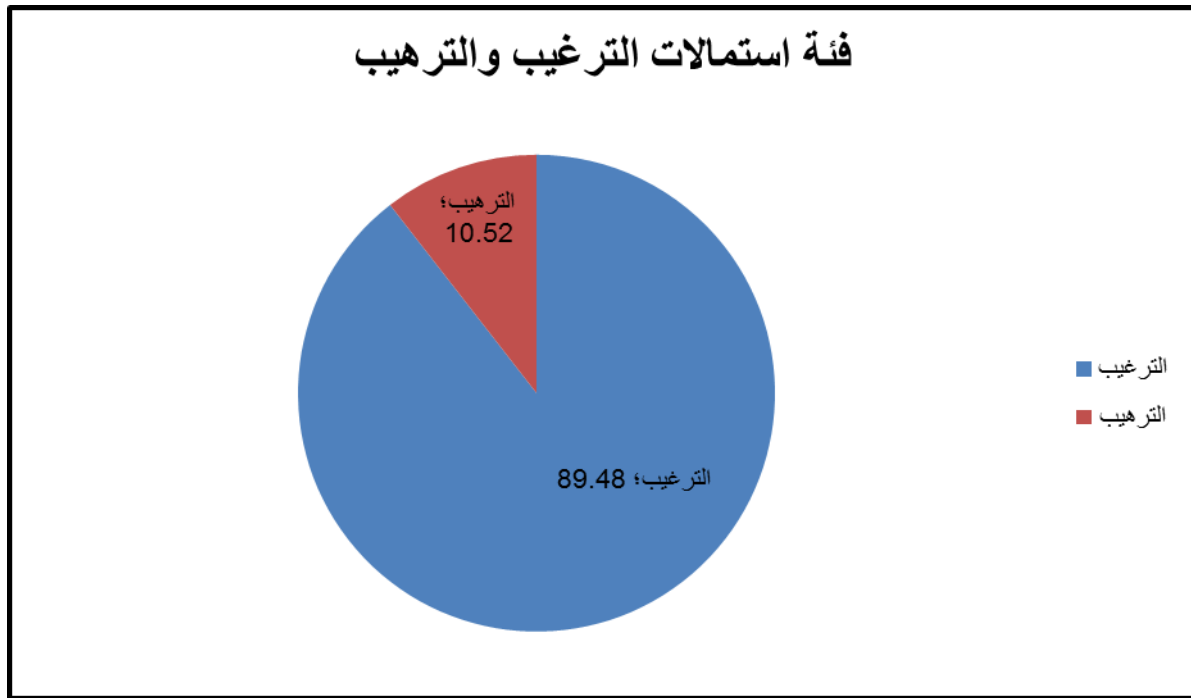
من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن فئة الاستمالات العقلانية كانت أكبر فئة تكرر هي فئة الإستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية حيث وصلت نسبتها 59.16%، وفي المرتبة الثانية النصيحة بنسبة 13.33%، تفنيد وجهة نظر الآخر بدليل عقلي بنسبة 9.17%، لفت الإنتباه إلى النظر والتأمل بنسبة 6.68%، وأما تقديم الإحصاءات والأرقام فهي بنسبة 5.83%، والتعليم التطبيقي بنسبة 5.83% .

- نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الاستمالات العقلانية كانت أكبر نسبة الإستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية وهذا ما يفسر لنا أن البرنامج اعتمد في تقديمه

على الشخصيات وذلك من خلال سردهم سبب إسلامهم، وكذلك اعتمد المقدم أثناء العرض على الكثير من المعلومات والكتب العلمية وأثناء الإلقاء على القصص الواقعية فكانت أكثر شاهد ، أما فئة النصيحة فقد اقتصر على ذكر مقدم البرنامج وكان في كل مرة يصرح بها من خلال كلامه وهذا أسلوب مباشر للإقناع، وكذلك تنفيذ وجهة نظر الآخر بدليل عقلي لم يعتمد عليها كثيرا وأما لفت الإنتباه والتأمل حيث كان الداعية يقدم أفعال وأقول صدرت عن الرسول ﷺ إذ يدعو المتلقي في نفس الوقت لتأمل والنظر فيه وهذا إقناع عقلي يريد مقدم البرنامج ترسيخه في أذهاننا، أما الإحصاءات والأرقام فاقترت على عدد الذين يجسدون الخلق النبوي كان في كل آخر فقرة الكاميرا الخفية يقدم من جسد هذا الخلق، وأما التعليم التطبيقي خص بذلك مقدم البرنامج الشباب لأنهم نواة المستقبل وهم الفئة التي يتم التأثير فيها بدرجة أكثر من الفئات الأخرى وما يمكن القول أن البرنامج اعتمد على الاستمالات العقلانية لأن الجمهور المتلقي يستجيب أكثر عند المجادلات المنطقية والحدث الواقعي .

#### جدول رقم (10) يوضح فئة الترغيب والترهيب

النسبة %	التكرار	استمالات الترغيب والترهيب
89.48%	17	الترغيب
10.52%	2	الترهيب
100%	19	المجموع

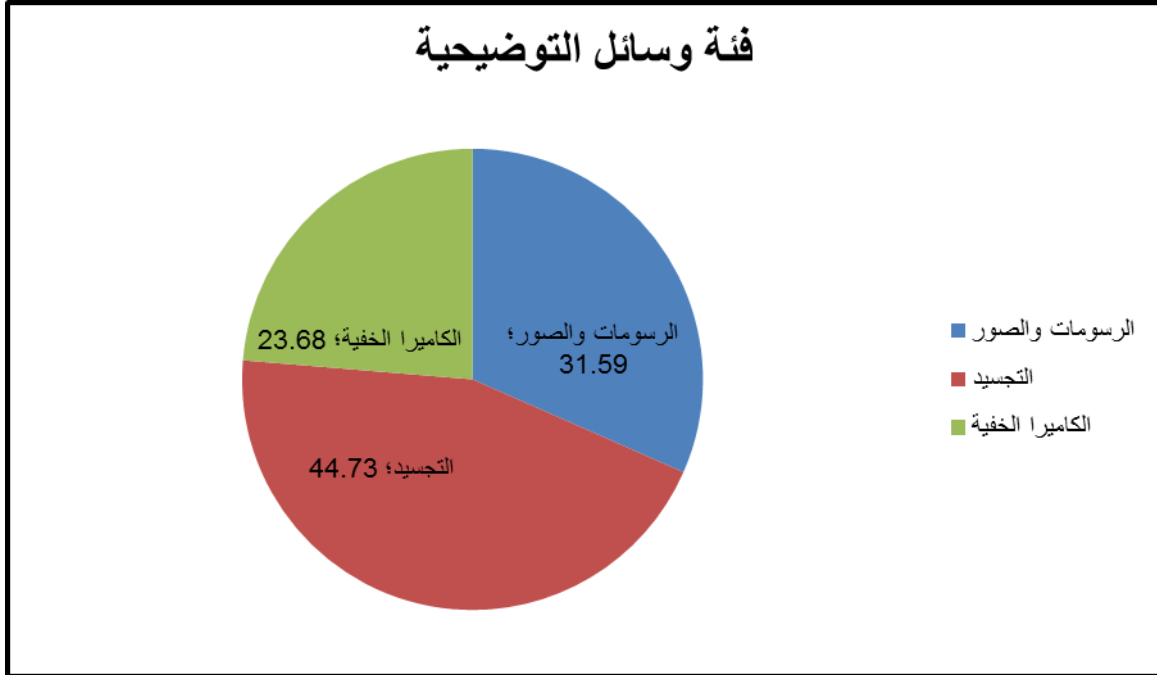


من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن استمالات الترغيب والترهيب فكانت نسبة فئة الترغيب هي الغالبة بنسبة 89.48%، بمعدل تكرار 17 على مدار حلقات العينة، وأما الترهيب بنسبة 10.52%، بمعدل تكرار 02 مرات.

. نلاحظ من خلال الجدول أن البرنامج اعتمد على استمالات الترغيب أكبر نسبة لأن البرنامج دعوي هدفه ترسيخ القيم والأفعال الصحيحة الإسلامية، وهذا الأسلوب من أنجح الأساليب في الدعوة على عنصرى الثواب والعقاب، والدعوة سلكت أسلوب الترغيب والترهيب، واقتصر الداعية على الترغيب أكثر من الترغيب في إتباع سنة المصطفى عليه السلام، والبرنامج اعتمد على هذا الأسلوب .

**جدول رقم (11) يوضح فئة وسائل التوضيحية**

النسبة %	التكرار	الوسائل التوضيحية في البرنامج
31.59%	12	الرسومات والصور
44.73%	17	التجسيد
23.68%	9	الكاميرا الخفية
100%	38	المجموع

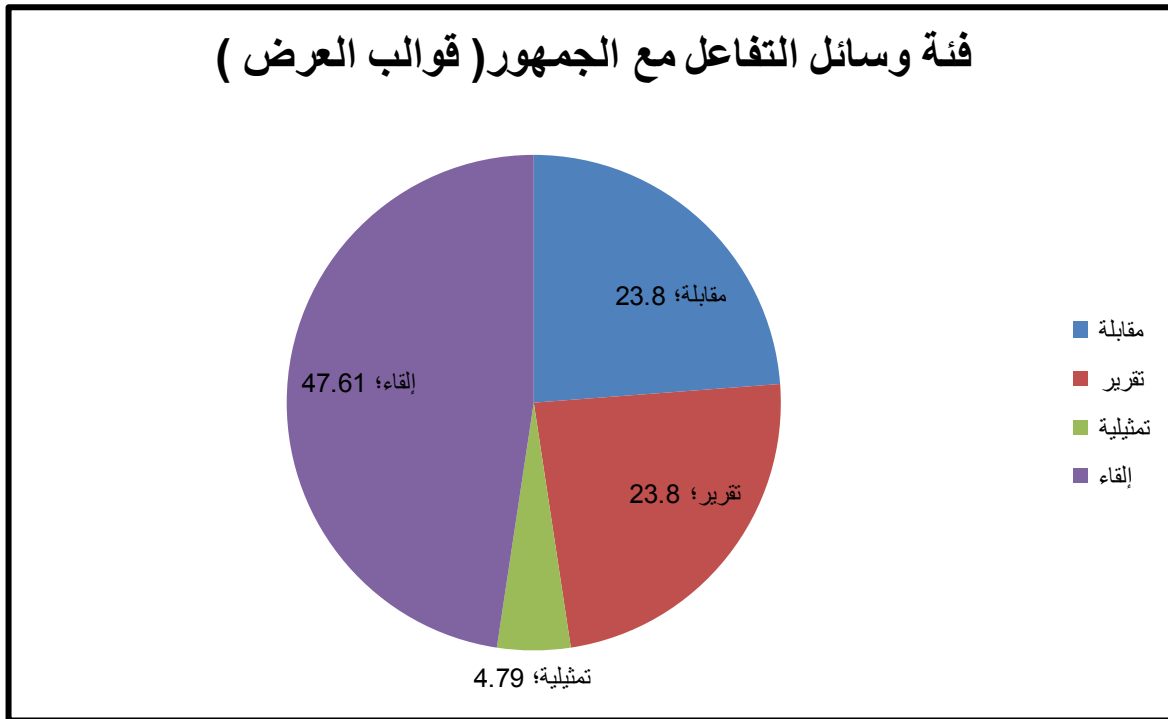


من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن فئة وسائل التوضيحية في البرنامج، كانت أكبر نسبة لفئة التجسيد 44.73%، ثم الرسومات والصور بنسبة 31.59%، ثم تليها الكاميرا الخفية بنسبة 23.68%.

- نلاحظ أن من وسائل التوضيح التي اعتمدها مقدم البرنامج في برنامجه كان التجسيد بنسبة أكبر في جل حلقات العينة هذا من أجل ترسخ المظاهر في أذهان المشاهدين والجمهور المتلقي فالداعية أراد التأثير من خلال السمع البصري وهذه الصورة من صور الإعلام الهادف، أما الرسومات والصور فظهرت الرسومات والصور في خلفيات الإستديو لتوضيح ما يتلفظ به الداعية في مختلف الأفكار التي يريد إيصالها للجمهور المتلقي فالصورة أكثر تعبيراً من الكلمات، فيوجد لها دلالات كثيرة لذا مقدم البرنامج استعمل أسلوب إقناعي إعلامي، وأيضاً وظف الكاميرا الخفية لقياس نسبة مدى تطبيق الخلق النبوي

جدول رقم (12) يوضح فئة وسائل التفاعل مع الجمهور (قوالب العرض)

النسبة %	التكرار	وسائل التفاعل مع الجمهور (قوالب العرض)
23.80%	5	مقابلة
23.80%	5	تقرير
4.79%	1	تمثيلية
47.61%	10	إلقاء
100%	21	المجموع



من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن وسائل التفاعل مع الجمهور وهي قوالب العرض حيث حصل الإلقاء في المرتبة الأولى بنسبة 47.61%، في المرتبة الثانية المقابلة بنسبة 23.80%، وكذلك التقرير بنسبة 23.80%، أما التمثيلية بنسبة 4.79%.

- نلاحظ أن قوالب العرض قد غلب عليها قالب الإلقاء فقد كان أكثر بروزا في البرنامج وكان ذلك من تقديم مقدم البرنامج وبعد هذا القالب الفني من أبسط القوالب يقتصر

على المقدم يوجه كلامه لجمهور الشاشة، أما التقرير والمقابلة في نسبة واحد حيث اعتمد البرنامج على التقرير، بحيث يعتمد هذا القالب قوة التركيز للسامع على إيصال الفكرة وبمدة قصيرة وكذلك الجمع بين الصورة والكلمة، أما المقابلة تمثلت في الشخصيات هذا لإيصال المعلومة أو الفكرة لذهن السامع وهذه أيضا تعتبر أسلوب من أساليب الإقناع بشكل آخر، وفي الأخير لم يعتمد الداعية على التمثيلية كثيرة فاقصر ذلك على تمثيلية هل سيكون الرسول في يومنا هذا ما يعامل به غيره من جانب الرحمة وأظهر الداعية في ذلك شعار من لا يرحم لا يُرحم .

### 3-3. النتائج العامة للدراسة

أظهرت هذه الدراسة من خلال تحليل لبرنامج لو كان بيننا (محمد رسول الله)، توصلت إلى النتائج التي تجيب على التساؤلات المطروحة في الإشكالية، وهي التي تتعلق بمضمون ما جاء في البرنامج التلفزيوني.

- تنوعت موضوعات التي اعتمدها البرنامج بين الموضوعات العقائدية والأخلاقية والاجتماعية والسياسية والثقافية العلمية الفكرية، إذ أن الموضوعات الأخلاقية كانت الغالبة من خلال الموضوعات وقد ميز ذلك في أخلاق النبي ﷺ في التعامل مع الغير وذلك للمعرفة الهدف الذي يسعى إليه البرنامج، انظر جدول رقم (01).

- إهتم برنامج لو كان بيننا الموجه للشباب خاصة وللجمهور العام عامة بتنوع مصادر الإستشهاد المنطلقة من الكتاب والسنة النبوية الشريفة، وذلك دون إهمال للمصادر الأخرى التي لا يمكن الاستغناء عنها وهي التي لها تأثير خاص في الجانب الإقناعي وهي تمثل جانب من جوانب الصدق بالنسبة للبرنامج، انظر إلى الجدول رقم (03) .

- إهتم برنامج لو كان بيننا إلى إستهداف جمهور الشباب أكثر من الفئات الأخرى لأن البرنامج شبابي والشباب هو الأكثر تأثير بالنسبة للفئات الأخرى دون إهمال للفئات الأخرى أنظر جدول رقم (04) .

- تعددت القيم التي اعتمدها برنامج لو كان بيننا، حيث ركزت على القيم الأخلاقية وهذا من أجل تعزيز أخلاق النبي ﷺ أولاً ثم تكوين مجتمع واعي تسوده الأخلاق النبوية، انظر جدول رقم (05) .

- لقد نوع مقدم البرنامج في استخدام اللغة العربية الفصحى واللهجة العامية في الصدارة على حساب اللغات الأخرى للتوصل مع الجمهور المستهدف حرصاً منه على الفهم ويرتقي إلى فهم السامع وخاصة عند الفئة الجمهور المستهدف من أجل أخذ المكانة اللائقة للبرنامج ومدى نجاحه، وخصص أيضاً اللغة الأجنبية للمعرفة وإيصال الرسالة لكل من يستمع من غير العرب، انظر جدول رقم (06) .

- تنوعت الاستمالات الإقناعية التي اعتمدها صاحب البرنامج في برنامجه بين الاستمالات العقلانية والعاطفية والترغيب والترهيب لكن الاستمالات العقلانية هي الغالبة خاصة الإستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية، والنصيحة وتفنيد وجهة نظر الآخر بدليل عقلي ولفت الإنتباه إلى النظر والتأمل، وتقديم الإحصاءات والأرقام والتعليم التطبيقي، انظر جدول رقم (09) .

- أما الاستمالات العاطفية ركزت بالدرجة الأولى على استمالة الشعارات والرموز واستعمال الأساليب اللغوية، تقديم الهدايا لمن يجسد الخلق النبوي لكونه سفير الخلق النبوي في القرن 21، الموعظة الحسنة للوعظ والإرشاد، انظر جدول رقم (08) .

- استمالات الترغيب والترهيب ركز الداعية على أسلوب الترغيب كونه البرنامج دعوي موجه للإرشاد وتكوين وعي إسلامي لدى الجمهور المستهدف، انظر جدول رقم (10)

- تنوع الإخراج الفني المتمثل في الديكور واللباس كان هذا إقناع بشكل من المظاهر لتهيئة والتأثير في رؤية وسماع الفكرة التي يريد إيصالها الداعية للمشاهد والوصول إلى ذهنه وخاصة فئة الشباب، انظر جدول رقم (07) .

- أما بالنسبة للأساليب الإقناعية المتعلقة بالوسائل التوضيحية المرتبطة بدراسة

البرنامج، تنوعت وسائل الإيضاح والتي اعتمدها الداعية مصادر كنوع إقناعي للسامع والمشاهد لذا كان التجسيد للأخلاق النبوية كانت هي الأكثر بروزاً من خلال البرنامج، انظر جدول رقم (11) و(12) .

الذاتية

## الخاتمة

وضحت هذه الدراسة، مدى اعتماد الداعية في برنامجه التلفزيوني الفعال على الأساليب الإقناعية والاختذ بالنبوي والتأثير في الأفراد والمجتمع وتزويده بالمعلومات عن السيرة النبوية وحقيقتها لإزالة أي خطأ يتعرض له الفرد، فضلا بتوضيح أخلاق النبي عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم.

وما يمكن القول أن أهداف الدراسة والمنهج المتبع كان انطلاقة للبحث عن الأساليب الإقناعية الموظفة في برنامج "لو كان بيننا" من خلال تحليل مضمون الرسالة الإعلامية معتمد في ذلك على المضمون أكثر من الشكل لأن الشكل هو أداة الجذب للمتلقى، إذ ركز على الموضوعات الأخلاقية والفكرية دون إهمال الموضوعات الأخرى، وتوصلت الدراسة إلى أن برنامج "لو كان بيننا" وظف في طياته الأساليب الإقناعية في توعية الجمهور نحو أخلاق أسمى يتحلى بها الفرد من أجل أن نعيش حياة هادفة ولها معنى.

ومن خلال هذه الدراسة أجبنا على التساؤل الرئيسي، وكذلك حاولنا الإجابة على التساؤلات الفرعية، ومنه نستنتج أن الأساليب الإقناعية للداعية التي وظفت في البرنامج نجد أنها لها أهمية بالغة في تغيير سلوك الفرد والمجتمع وإعادة تشكيله.

## توصيات

- ✓ نوصي بضرورة إجراء دراسة ميدانية استطلاع رأي الجماهير حول برنامج لو كان بيننا ومقارنتها بنتائج هذه الدراسة.
- ✓ كما نوصي اهتمام الطلبة بإجراء بحوث حول الاساليب الاقناعية الناجحة وايضاها وتوظيفها في المجال الدراسي في تقديم البحوث.
- ✓ كما نوصي القائمين بالاتصال بوضع برامج اجتماعية وسياسية، وهذا عندما أثبتت نتائج الدراسة أن البرنامج لم يولي اهتماما لهذه الجوانب كثيرا.
- ✓ كما نوصي القائمين بالاتصال بضرورة إتباع طرق أسمى لمواكبة العصر في إقناعهم للجماهير كما هو موظف في برنامج "لو كان بيننا الحبيب".
- ✓ وفي الأخير نوصي الجمهور بإتباع البرامج الهادفة مثل هذه البرامج الدعوية التي تكمل جوانب النقص والخلل.

قائمة المطاوع

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: السنة النبوية الشريفة

ثالثاً: الكتب

- 1) أحمد علي أحمد عريقات، دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الإنتخابات البرلمانية عام 2007م.
- 2) أحمد ماهر، مهارات التقديم الشفوي وعرض المعلومات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005م.
- 3) أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصرية، القاهرة، 1986م.
- 4) حسن عماد مكاوي، نظريات الاعلام، د ط، الدار العربية للنشر، د م، 2009م.
- 5) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، 2003م.
- 6) خالد محمد شرف، التسويق ودوره في إحداث التغيرات الاجتماعية المستهدفة، دار الناس، القاهرة، 2005م.
- 7) زيد منير عبوي، فن الإدارة بالاتصال، دار حجلة، الأردن، 2008م.
- 8) زيدان عبد الكريم، أصول الدعوة، ط3، د ن، بغداد، 1976م.
- 9) زينب محمد عبد المنعم، رشا محمود سامي أحمد، تخطيط البرامج الإعلامية للطفل، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2012م.
- 10) سامي الشريف، محمد منهي، الإخراج التلفزيوني والإذاعي، ط1، مركز جامعة التعليم الفتوح، القاهرة، 2001م.
- 11) سعيد سبعون، حفصة جرادي، الدليل المنهجي، ط1، دار القصبه، الجزائر، 2012م.
- 12) سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة، عمان، 2010م .
- 13) سهير جاد، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، د ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1987م.

- 14) سهير جاد، عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي، الهيئة المصرية للكتاب، 2005م.
- 15) عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفية النظرية وآلياته العملية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005م.
- 16) عبد الرزاق عبد المحسن البدر، مكانة الدعوة إلى الله وأسس دعوة غير المسلمين، د ط، دار الفضيلة.
- 17) عبد الله بن أحمد العلاف، كلنا دعاة أكثر من 1000 فكرة ووسيلة وأسلوب في الدعوة إلى الله، دار الطرفين.
- 18) عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال، إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، ط1، دار الفكر، مصر، 1996م.
- 19) عواطف عبد الرحمان وأخرى، تحليل مضمون في الدراسات الإعلامية، ط1، د ن، دار الثقافة، القاهرة، 1986م.
- 20) فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه، ط1، دار الفجر والنفائس، 1428هـ. 2008م.
- 21) فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، ط4، دار الخلدونية، الجزائر، 1434هـ. 2013م.
- 22) فهد عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 1434هـ. 2010م.
- 23) ماجي الحلواني حسين ومحمد مهني، مقدمة في فنون الإذاعة والسمع بصرية، د ط، عالم الكتب، القاهرة، 2002م.
- 24) محمد أبو الفتح البيانوني، مدخل إلى علم الدعوة، ط3، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1995م.
- 25) محمد عبد الحميد، البحث العلمي، الدراسات الإعلامية، د ط، عالم الكتب، القاهرة، 2000م.
- 26) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، ط1، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 2000.

- 27) محمد عبيدات محمد أبو ناصر وآخرون، منهجية البحث العلمي وقواعد المراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999م.
- 28) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي المبادئ . النظرية . التطبيق، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001م.
- 29) محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2003م.
- 30) محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع الإسلامي، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2004م.
- 31) محمود شمال حسن، الصورة والإقناع، ط1، دار الآفاق العربية، القاهرة، 2006م.
- 32) محمود عودة، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، دار المعرفة، القاهرة، 1998م.
- 33) مصطفى حميد حاتم الطائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء، الإسكندرية، 2007م.
- 34) موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصة، الجزائر.
- 35) هاري ميلز، فن الإقناع، مكتبة جرير، الرياض، 2001م.
- 36) يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم، الجزائر، م1، 2007م.

#### رابعاً: المعاجم

- 1) ابن منظور، لسان العرب، ط3، دار صادر، بيروت، ج14، 1414هـ.
- 2) أحمد بن فارس، معجم مقاييس اللغة، ت: عبد السلام محمد هارون، ط4، ج5، دار الفكر، بيروت، 1399 هـ. 1979 م.
- 3) أحمد بن محمد الفيومي، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، ج1، المكتبة العلمية، بيروت، د.ت.
- 4) جبران مسعود، معجم ألفبائي في اللغة والإعلام، دار العلم للملايين، بيروت، 2003م.
- 5) الخليل بن احمد الفراهيدي، كتاب العين ، ت : مهدي المخزومي، إبراهيم السمارائي ، ج1، دار ومكتبة الهلال، د.ت.

- (6) قاموس مجاني للطلاب، د ط، دار المجاني، بيروت، 2001 م .  
(7) كرم شبلي، معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشرق، مصر، 1989م.  
(8) النويدي ، تاج العروس من جوهر القاموس ، ط1، دار الكتب العلمية ،بيروت ،م3  
2007،  
(9) يوسف البقاعي، قاموس الطلاب، ت: شهاب أبو عمر، ط1، دار المعرفة، الدار  
البيضاء، المغرب.

A.B.PEASE, OP.CIT. (10)

#### خامساً: الرسائل الجامعية

- (1) ذهبية سيدهم، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة للمضامين الصحية في جريدة  
الخبر، دراسة تحليلية، مذكرة ماجستير كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة  
قسنطينة، 2004 م . 2005 م .  
(2) سارة عازب الشيخ، دور البرامج التلفزيونية في نقد الواقع الاجتماعي، مذكرة ماستر في  
الدعوة والإعلام والاتصال، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة حمه  
لخضر الوادي، 2013 م . 2014م.  
(3) السعيد دراجي، عادات وأنماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية، دراسة تحليلية  
بإكماليات مدينة قسنطينة، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم  
الإسلامية، 2002 م . 2003م.  
(4) سعيدة برادشة ، الاستمالات الإقناعية في الإعلان المتلفز، مذكرة ماجستير، كلية العلوم  
الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009م.  
(5) عبد المالك صاولي، أساليب الاتصال الإقناعي عند الرسول ﷺ، مذكرة ماجستير في  
الدعوة والإعلام، قسم أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2005  
2006م.  
(6) علي برغوث، الاتصال الإقناعي، مذكرة تعليمية، جامعة الأقصى، كلية الإعلام،  
2005م.

(7) نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مذكرة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2007 .  
2008م.

سادساً: المواقع الإلكترونية

- (1) / <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- (2) <http://mbc3.mbc.net/content/categories/productions.html>
- (3) <http://www.3kalam.com/vb/t113795.html>
- (4) . [http://www.baht1.com/2015/12/blog-post\\_42.html](http://www.baht1.com/2015/12/blog-post_42.html)
- (5) هدى مالك شيب، زينة عبد الهادي، توظيف لغة الجسد في الإعلان، مجلة الباحث الإعلامي، العدد: 21، 2013. الرابط: <http://www.aisj.net>

الموقف

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة حمه لخضر الوادي

معهد العلوم الإسلامية

قسم أصول الدين

مذكرة ماستر

تخصص دعوه وإعلام واتصال

استمارة تحليل محتوى الموضوع

الأساليب الإقناعية للدعاة في البرامج التلفزيونية

- دراسة تحليلية لبرنامج (لو كان بيننا) -

تحت إشراف:

مصطفى بلقاسمي

الطالبة:

عاد الزهرة

السنة الجامعية: 1436-1437هـ/2015-2016م

## جدول رقم (01) يمثل فئات المواضيع في البرنامج

الموضوعات	التكرار	نسبة %
الموضوعات العقائدية		
الموضوعات الأخلاقية		
الموضوعات الفكرية والثقافية والعلمية		
الموضوعات الاجتماعية		
الموضوعات السياسية		
المجموع		

## جدول رقم (02) يمثل فئة الأهداف

فئة الأهداف	التكرار	نسبة %
تكوين مجتمع واعي		
الافتداء بالسلوك النبوي		
احترام الآخر		
استحضار الرسول ﷺ في القرن 21		
التحلي بالخلق الفاضلة		
المجموع		

## جدول رقم (03) يمثل فئة الاستشهاد

النسبة %	التكرار	فئة الاستشهاد
		القران الكريم
		السنة النبوية الشريفة
		السيرة النبوية
		الرأي الشخصي
		شواهد من التاريخ
		القصة
		المجموع

## جدول رقم (04) يمثل فئة الجمهور المستهدف

النسبة %	التكرار	فئة الجمهور المستهدف
		جمهور عام
		الدعاة والعلماء
		الشباب
		الرجال
		النساء
		المجموع

## جدول رقم (05) يمثل فئة القيم في البرنامج

النسبة %	التكرار	فئة القيم
		القيم الأخلاقية
		القيم الإنسانية
		القيم الاجتماعية
		القيم السياسية
		القيم الروحية
		المجموع

## جدول رقم (06) يمثل فئة اللغة المستعملة في البرنامج

النسبة %	التكرار	فئة اللغة المستعملة
		اللغة العربية الفصحى
		اللغة المختلطة
		اللهجة العامية
		اللغة الأجنبية
		المجموع

## جدول رقم (07) يمثل فئة الاخراج الفني

النسبة %	التكرار	الديكور ولباس المقدم
		تصوير خارجي . خلفية حقيقية
		تصوير داخلي . خلفية افتراضية
		لباس عصري
		لباس تقليدي
	1	لباس المختلط
		المجموع

## جدول رقم (08) يمثل فئة الاستمالات العاطفية

النسبة %	التكرار	فئة الاستمالات العاطفية
		استخدام الشعارات والرموز
		الموعظة الحسنة
		الهدايا البسيطة
		استعمال الاساليب اللغوية
		المجموع

## جدول رقم (09) يمثل فئة الاستمالات العقلانية

النسبة %	التكرار	فئة الاستمالات العقلانية
		الاستشهاد بالمعلومات والاحداث الواقعية
		تقديم الأرقام والإحصاءات
		لفت الانتباه إلى النظر والتأمل
		تفنيد وجهة نظر الأخر بدليل عقلي
		النصيحة
		التعليم التطبيقي
		المجموع

## جدول رقم (10) يمثل فئة الترغيب والترهيب

النسبة %	التكرار	استمالات الترغيب والترهيب
89.48%	17	الترغيب
10.52%	2	الترهيب
100%	19	المجموع

## جدول رقم (11) يوضح فئة وسائل التوضيحية

النسبة %	التكرار	الوسائل التوضيحية في البرنامج
31.59%	12	الرسومات والصور
44.73%	17	التجسيد
23.68%	9	الكاميرا الخفية
100%	38	المجموع

## جدول رقم (12) يوضح فئة وسائل التفاعل مع الجمهور (قوالب العرض)

النسبة %	التكرار	وسائل التفاعل مع الجمهور (قوالب العرض)
23.80%	5	مقابلة
23.80%	5	تقرير
4.79%	1	تمثيلية
47.61%	10	إلقاء
100%	21	المجموع

## فهرس الآيات والأحاديث

## 1- فهرس الآيات

الصفحة	رقم الآية	شطر الآية
37	آل عمران: 191	﴿ الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ ﴾
38	الأنفال: 63	﴿ وَاللَّفِيفَتِ قُلُوبِهِمْ لَوْ أَنْفَقْتَ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مَا أَلْفَتَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ أَلَفَ بَيْنَهُمْ إِنَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴾
35-34 36	يوسف: 108	﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴾
37	الرعد: 28	﴿ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَنَطَمَنُوا قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ ﴾
68	النحل: 125	﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾
41	مريم: 12	﴿ قَالَ تَعَالَىٰ: ائْتُوا بِالْبَيِّنَاتِ مِنَ الشَّيْطَانِ الرَّجِيمِ ﴾ يَجِيئُ خُذِ الْكِتَابَ بِقُوَّةٍ وَاتَّبِعْهُ الْحُكْمَ صَبِيحًا ﴾
38	مريم: 96	﴿ إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ سَيَجْعَلُ لَهُمُ الرَّحْمَنُ وُدًّا ﴿٩٦﴾ ﴾
39	النور: 22	﴿ وَلَا يَأْتِلُ أُولُو الْفَضْلِ مِنْكُمْ وَالسَّعَةِ أَنْ يُؤْتُوا أُولَى الْقُرْبَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْمُهَاجِرِينَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلْيَعْفُوا وَلْيَصْفَحُوا أَلَا تُحِبُّونَ أَنْ يَغْفِرَ اللَّهُ لَكُمْ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴾
35	الأحزاب: 21	﴿ لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴾
34	الأحزاب: 23-24	﴿ مِّنَ الْمُؤْمِنِينَ رِجَالٌ صَدَقُوا مَا عَاهَدُوا اللَّهَ عَلَيْهِ فَمِنْهُمْ مَّن قَضَىٰ نَحْبَهُ وَمِنْهُمْ مَّن يَنْتَظِرُ وَمَا بَدَلُوا تَبْدِيلًا ﴿٢٣﴾ لِيَجْزِيَ اللَّهُ الصَّادِقِينَ بِصِدْقِهِمْ وَيُعَذِّبَ

		﴿ الْمُنْفِقِينَ إِنْ شَاءَ أَوْ يَتُوبَ عَلَيْهِمْ إِنْ اللَّهُ كَانَ غَفُورًا رَحِيمًا ﴾
33	الأحزاب: 45 - 46	﴿ يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَهِيدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ﴿٤٥﴾ وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا ﴾
34	الزمر: 3	﴿ أَلَا لِلَّهِ الدِّينُ الخَالِصُ وَالَّذِينَ اتَّخَذُوا مِنْ دُونِهِ أَوْلِيَاءَ مَا نَعْبُدُهُمْ إِلَّا لِيُقَرِّبُونَا إِلَى اللَّهِ زُلْفَى إِنْ أَلَّ اللَّهُ بِكُم بَيْنَهُمْ فِي مَا هُمْ فِيهِ يَخْتَلِفُونَ إِنْ أَلَّ اللَّهُ لَا يَهْدِي مَنْ هُوَ كَاذِبٌ كَفَّارٌ ﴾
41	فصلت: 33	﴿ وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴾
36	الأحقاف: 35	﴿ فَأَصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أُولُو الْعَزْمِ مِنَ الرُّسُلِ وَلَا تَسْتَعْجِلْ لَهُمْ كَانَتْهُمْ يَوْمَ بَرُونَ مَا يُوعَدُونَ لَمْ يَلْبَثُوا إِلَّا سَاعَةً مِنْ نَهَارٍ بَلِّغْ فَهَلْ يَهْلِكُ إِلَّا الْقَوْمُ الْفَاسِقُونَ ﴾
53	سورة القلم : 4	﴿ وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴿٤﴾ ﴾
39	الجمعة: 2	﴿ هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ ﴿٢﴾ ﴾
34	البينة: 5	﴿ وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ ﴾

## 2- فهرس الأحاديث

الصفحة	شطر الحديث
35	(ان الرفق لا يكون في شيء إلا زانه، ولا ينزع من شيء إلا شانه)
35	(من يحرم الرفق يحرم الخير)

# الفهرس

## فهرس الموضوعات

فهرس المحتويات	
	شكر وعرهان
	إهداء
	فهرس الجداول والتمثيلات البيانية
	فهرس الرموز
	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
<b>الفصل الأول : الإطار المفاهيمي والمنهجي</b>	
6	(1) الإشكالية.
6	(2) تساؤلات الدراسة.
7	(3) أسباب اختيار الموضوع.
7	(4) أهداف الدراسة .
8	(5) أهمية الدراسة.
8	(6) تحديد مفاهيم الدراسة.
14	(7) الدراسات السابقة.
17	(8) منهج الدراسة
18	(9) أدوات جمع البيانات.
22	(10) وحدات التحليل.
22	(11) تحديد عينة الدراسة .
23	(12) إجراء الصدق والثبات.

## الفصل الثاني:

### أساليب الإقناع لدى الداعية في برنامج \*لوكان بيننا\* في ظل الواقع المعاصر

24	1-الاساليب الاقناعية.
24	1.1.عملية الإقناع
25	2.1. قواعد أساسية في العملية الاقناعية
27	3.1.الاستمالات الاقناعية المستخدمة في رسالة البرنامج
29	4.1.الاستمالات الاقناعية في التلفزيون
31	1.5. الإقناع ولغة الجسد
33	2- الملامح الأساسية للداعية
33	1.2.الركائز والأسس التي ينبغي أن تتوفر في الداعية
36	2.2.المزاوجة بين القول والعمل
37	2.3. الانخراط في سلك العمل الاجتماعي
38	2.4.الداعية كشخصية محبوبة
39	2.5. حسن التصرف في وسط الأجواء المتناقضة
41	2.6.الإحساس بالمسؤولية المجتمعية
42	3. البرامج التلفزيونية
42	3.1.التلفاز وسيلة دعوية معاصرة
43	3.2. مفهوم البرامج التلفزيونية
44	3.3. أنواع البرنامج التلفزيوني
45	3.4. قوالب البرنامج التلفزيوني

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي	
48	1- بطاقة فنية عن البرنامج
48	1-1. اسم ونوع البرنامج
48	1-2. فكرة البرنامج:
48	1-3. أهداف البرنامج
48	1-4. وسائل البرنامج
48	1-5. التعريف بالبرنامج
50	2- بطاقة فنية عن مقدم البرنامج
50	2-1. المجال الدعوي الذي يهتم فيه
50	2-2. إنجازاته التي حققها
50	2-3. النشاط الاجتماعي والثقافي
52	3- التحليل للفئات المدروسة
52	3.1. فئة ماذا قيل؟
63	3.2. فئة كيف قيل؟
76	3.3. النتائج العامة للدراسة
78	الخاتمة
81	قائمة المصادر والمراجع
87	الملاحق
89	فهرس الآيات والأحاديث
91	فهرس الموضوعات