



جامعة الشهيد حمّة لخضر - الوادي -
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة العلوم الإسلامية



مهارات الاتصال الإقناعي عند الشيخ محمد الغزالي دراسة تحليلية تطبيقية حديث الإثنين - أنموذجاً -

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

المشرف :

الأستاذ: معمر قول

الطالبة :

حنيش نورة

رئيسا	جامعة الوادي	أستاذ محاضر "أ"	عبد الرحمان تركي
مشرفا ومقررا	جامعة الوادي	أستاذ مساعد "أ"	معمر قول
مناقشا	جامعة الوادي	أستاذ محاضر "أ"	رشيد خضير

السنة الجامعية : 1435 - 1436 هـ / 2014 - 2015 م



جامعة الشهيد حمّة لخضر - الوادي -
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة العلوم الإسلامية



مهارات الاتصال الإقناعي عند الشيخ محمد الغزالي دراسة تحليلية تطبيقية حديث الإثنين - أنموذجاً -

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

المشرف :

الأستاذ: معمر قول

الطالبة :

حنيش نورة

رئيسا	جامعة الوادي	أستاذ محاضر "أ"	عبد الرحمان تركي
مشرفا ومقررا	جامعة الوادي	أستاذ مساعد "أ"	معمر قول
مناقشا	جامعة الوادي	أستاذ محاضر "أ"	رشيد خضير

السنة الجامعية : 1435 - 1436 هـ / 2014 - 2015 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَالَ تَعَالَى:

﴿ قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي ۝٢٥ ﴾

وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي ۝٢٦ وَأَحْلِلْ عُقْدَةً مِّنْ

لِسَانِي ۝٢٧ يَفْقَهُوا قَوْلِي ۝٢٨ ﴾

طه: ٢٥ - ٢٨

ملخص البحث :

قمنا في هذه الرسالة العلمية بدراسة موضوع "مهارات الاتصال الإقناعي عند الشيخ الغزالي حديث الإثنين أنموذجاً"، وتحددت الإشكالية بالصيغة التالية: هل وظف القائم بالاتصال مهارات الاتصال الإقناعي في برنامج حديث الإثنين؟

وقد تلخص هدف الدراسة في التعرف على بعض مهارات الاتصال الإقناعي التي وظفت من طرف القائم بالاتصال في برنامج حديث الإثنين، وذلك من خلال التعرف على الموضوعات التي تناولها من حيث، طبيعتها ونوعها، والأهداف التي سعى القائم بالاتصال إلى تحقيقها، وجملة الألفاظ المستخدمة في حلقات البرنامج، كما وقفنا على جملة الأساليب المستخدمة من قبل القائم بالاتصال والموظفة في البرنامج.

ومن أجل تحقيق ذلك استخدمت في هذه الدراسة استمارة تحليل مضمون كأداة لجمع البيانات اللازمة وتحليلها، تم تطبيقها على عينة من حلقات البرنامج التي بلغ عددها 20 حلقة، حيث أظهرت النتائج أن القائم بالاتصال في حلقات البرنامج محل الدراسة أولى اهتماماً بمواضيع العقيدة والمفاهيم الإسلامية أكثر من المواضيع الأخرى فقد احتلت العقيدة والمفاهيم الإسلامية المرتبة الأولى بنسبة 25%، كما تلتها مواضيع التفسير بنسبة 20%، وقد نَوَّع القائم بالاتصال في المصادر التي استقى منها عرض مضامينه حيث جاء القرآن الكريم في قائمة المصادر والشواهد بنسبة تقدر 55.73%، أما أساليب صياغة المضامين فقد تنوعت وتعددت فقد جاءت الاستمالات العاطفية والعقلية بنسبة متقاربة نوعاً ما وأخذت نسبة الترغيب حصة الأسد بنسبة 31.50%، أما الاستمالات العقلية فقد أخذ الاستنتاج المرتبة الأولى فيها بنسبة تقدر 21.66%، متبعا في ذلك منهج القرآن والسنة وكان هذا بارزاً في عرضه، أما أساليب عرض المضامين فقد نوع القائم بالاتصال فيها وأخذ بمجموعة من أساليب التحرير والمقدمات والخواتيم بحسب ما يخدم المواضيع واتضح لنا أن القائم بالاتصال قد قام بصياغة كود تواصل به من خلال الحلقات مع الجماهير تميز ببساطة المقدمة والخاتمة، كما بينت النتائج اهتمام القائم بالاتصال بلغة الجسد والصوت بشكل غير مبالغ فيه بل بشكل جمالي ينمي الذوق لدى المشاهد ويجعله يتقبل الأفكار بسلاسة ويسر، وقد توصلنا في الأخير إلى أن مهارات الاتصال تجلّت في خطاب القائم بالاتصال بشكل واضح مما يؤكد أن القائم بالاتصال يمتلك هذه المهارات المهمة التي يحتاجها الداعية.

الكلمات المفتاحية : مهارات الاتصال، الإقناع، الشيخ الغزالي، حديث الإثنين.

The research summary:

In this scientific research we dealt with the subject of "skills of convincing communication of cheikh El Gazali in the monday talk as a sample". And the problems determined in the following forms: did the communicator use the skills of convincing communication in the Monday talk programme?

The goal of this study summarised to identify some of the skills of convincing communication which used by the communicator in Monday talk programme, and that's by knowing the kinds of the subjects that he talked about, and the goals that he wanted to achieve, and the words that used in the programme's episodes, and we dealt with the methods that used by the communicator and included in the programme.

And to achieve that the study included form content analysis as a tool to gather all the necessary data and analyse it, and apply it on a sample of the programme's episodes which was 20 episodes, where the results showed that the communicator in the episodes dealt with the Aqidah subject and consepts more than the other subjects, aqidah and consepts have reached the first place with 25% and Tafseer subjects next to it with 20%, and the communicator vary his resources. The Quran was in his list of resources 55.73% , and the methods of the formulating the content has vary and the emotional and mental grooming with nearly equal in percentage but Targhib's percentage was more with 31.50%, but in mental grooming the conclusion took the first place with 21.66% following Quran and Sunnah approach in his show.

But in showing contents methods the communicator vary and took collection of writing methods and introductions and conclusions according to what serve the subjects and it appears to us that the communicator wrote the communication code that he used throughout the episodes categorized by the the simplicity of the introduction and the conclusion.

The results also showed the interest of the communicator in the body language contact with non exaggerated way but in an authentic develop the taste of the viewer and make them accept ideas quickly and easily.

Finally the communication skills appeared in communicator talk evidently which confirms that he do have this skills which the Daiya needs.

Key words: communication skills,convincing, Cheikh El Gazali, Monday talk.

شكرو عرفان

الشكر لمن يستحق في الأول والأخير، لمن شكره على مَنه يستحق الشكر، للمولى سبحانه الذي مَنّ عليّ بإتمام هذا البحث، فالحمد له أولاً وأخيراً وظاهراً وباطناً.

وإنطلاقاً من قول النبي ﷺ «من لم يشكر الناس لم يشكر الله»، أتقدم بالشكر والتقدير للأساتذة المشرفين "معمر قول" الذي أشرف على مذكرتي و جاد علي بنصائحه وتوجيهاته خلال إنجاز هذه الرسالة.

كما أتقدم بالشكر للأساتذة الدكتور رشيد خضير" على كل المساعداً التي قدمها لنا والتي ساهمت في إنجاز هذا العمل، كما أتقدم بالشكر لكل من الأساتذة صالح فالخ، والأساتذة الدكتور خالد حباسي، والأساتذة الدكتور كمال قدة، والأساتذة الدكتور هويدي عبد الباسط، والأساتذة الطاهر عمارة الأذغم، والأساتذة عبد الرحمان الطيبي، على كل المساعداً التي قدموها لنا في سبيل إنجاز هذا العمل.

كما أتقدم بالشكر الخاص للأساتذة الدكتور عرباوي أحمد الشايب على كل مجهودات والنصائح التي وجهنا بها في سبيل إنجاز هذه الرسالة وإتمامها.

كما أتقدم بالشكر لكافة طاقم مدرسة "حرّة بوبكر" بحي أول نوفمبر خاصة للاميذ قسم السنة الرابعة ابتدائي، إلى فهد، ورائد، وأبوب، ومريم.

كما أتقدم بالشكر إلى زميلتي إيمان التي كانت معي خطوة بخطوة وساهمت في إنجاز هذا العمل...إلى كل من ساعدني بفكرة أو معلومة أو نصيحة، أو توجيه أو دعاء، أقول لهم جزاكم الله خيراً وجعل ما قدمتموه في موازين حسناتكم سائلة أطول عز وجل التوفيق والسداد .

الإهداء

إلى روح مالك بن نبي صاحب المشروع الحضاري الإسلامي، الذي يعلمنا

بين ثنايا صفحات كتبه معنى الرسالة وعظمة دور المسلم الذي ينتظره

العالم بأسره ضعيفه وقويه عامه وجاهله مؤمنه وكافره.

إلى والدي العزيز، وأمي الكريمة راجية من المولى تعالى أن يحفظهما وأن

يبارك فيهما ويطيل عمرهما.

إلى زميلتي مريم بله باسي التي كانت معي في هذه الرحلة العلمية منمنية لها

الثوفيق والسداد.

إلى إخواني وأخواني الكرام الذين كانوا عوناً لي وسنداً في إنجاز هذا الرسالة

كما أهدي ثمره هذا الجهد إلى كل من قدم لي يد العوم من قريب أو بعيد.

نورة

فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
	المقدمة
	الملخص بالعربية
	الملخص بالانجليزية
	شكر وعرفان
	الإهداء
	فهرس الموضوعات
	فهرس الجداول
أ- ب- ج	المقدمة
5	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
6	أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
8	ثانياً: أهمية الدراسة
8	ثالثاً: أهداف الدراسة
9	رابعاً: أسباب اختيار الموضوع
10	خامساً: الدراسات السابقة
14	سادساً: الإجراءات المنهجية للدراسة
14	1- منهج الدراسة وأدواتها
14	2- أدوات تحليل البيانات
15	3- فئات التحليل
19	4- وحدات التحليل
20	5- مجتمع الدراسة
20	6- عينة الدراسة وحدودها
21	7- صدق وثبات التحليل

25	الفصل الأول سيرة حياة الغزالي
25	المبحث الأول مولده ونشأته
25	المطلب الأول: مولده ونشأته
28	المطلب الثاني: الشيخ الغزالي في الجزائر
31	المطلب الثالث: وفاته
31	المطلب الرابع: تكريمه وآثاره المكتوبة والشفوية
31	أولا: تكريمه
32	ثانيا: الآثار الشفوية والمكتوبة
36	المبحث الثاني: بيئة الشيخ الغزالي
36	المطلب الأول: بيئة السياسية
39	المطلب الثاني: بيئته الاجتماعية والاقتصادية
40	المطلب الثالث: بيئته الثقافية
44	الفصل الثالث: مهارات الاتصال الإقناعي
44	المبحث الأول: مفهوم الاتصال
44	المطلب الأول: تعريف الاتصال
44	أولا: المفهوم اللغوي للاتصال
45	ثانيا: المفهوم الاصطلاحي للاتصال
47	ثالثا: تعريف الاتصال الدعوي
49	مطلب الثاني: عناصر عملية الاتصال
49	أولا : العناصر الرئيسية
49	أ.القائم بالاتصال
54	ب.المضمون
55	ج. الوسيلة
56	د. المستقبل

57	ثانيا : العناصر الثانوية
57	أ.الخبرة المشتركة
58	ب.البيئة الاتصالية
58	ج.التشويش
58	د.التأثيرات
59	هـ.رجع الصدى(التغذية الراجعة)الاستجابة
61	المطلب الثالث: أنواع الاتصال
61	أولاً: من حيث اللغة المستخدمة
64	ثانيا: من حيث عدد المشاركين
65	ثالثاً: من حيث الهدف
65	رابعاً: أهداف الاتصال وأهميته
67	رسم تخطيطي لأنواع الاتصال من حيث العدد
68	المبحث الثاني: مفهوم المهارة وأنواعها
68	المطلب الأول: مفهوم المهارة
68	أولاً: المفهوم اللغوي للمهارة
68	ثانيا: المفهوم الاصطلاحي للمهارة
70	ثالثاً: مهارة الاتصال وعلاقتها بوسائل الإعلام وأنواعها
70	- مهارة التحدث والإقناع
74	- مهارة الألفة
75	- مهارة مخاطبة الجماهير
77	- نماذج للمقدمات
79	- نماذج لأنواع الاستشهاد والأمثلة
80	- القوالب المستخدمة في تحرير الرسائل الإعلامية
83	- التوقييت المناسب للخطبة القصيرة

84	- نماذج عن الخاتمة
85	- مفهوم مهارة السؤال لغةً
86	- مفهوم مهارة السؤال اصطلاحاً
86	- أنواع السؤال وأغراضه
88	المبحث الثالث: مفهوم الإقناع وأساليبه وخصائصه
88	المطلب الأول: مفهوم الإقناع
88	أولاً: مفهوم الإقناع لغة
88	ثانياً: مفهوم الإقناع اصطلاحاً
89	المطلب الثاني: الاستمالات والأساليب والإستراتيجيات الإقناعية
89	1- الاستمالات الإقناعية
93	2 - الأساليب الإقناعية
99	3 - الإستراتيجيات الإقناع
104	4- خصائص الاتصال الإقناعي
105	5- آليات وطرق الإقناع
107	6- عوامل نجاح الإقناع
107	7- عوائق الإقناع
108	الفصل الرابع : الإطار التطبيقي للدراسة
110	المبحث الأول: مفهوم البرنامج الديني وأهدافه
110	المطلب الأول: تعريف البرنامج الديني
110	أولاً: مفهوم البرنامج لغة
110	ثانياً: مفهوم الدين لغة
111	ثالثاً: مفهوم الدين اصطلاحاً
111	رابعاً: مفهوم البرنامج الديني اصطلاحاً
112	خامساً: أنواع البرامج الدينية
113	سادساً: أهداف البرنامج الديني

115	المطلب الثاني لمحة تاريخية عن صدور برنامج حديث الإثنين
116	المبحث الثاني: دراسة البيانات وتحليلها من حيث المضمون والشكل
116	أ- دراسة البيانات وتحليلها من حيث المضمون
122	ب- دراسة البيانات وتحليلها من حيث الشكل
146	النتائج العامة
150	التوصيات
151	الاقتراحات
152	الملاحق
154-153	ملحق الاستمارة
156	ملحق الأساتذة المحكمين
157	الفهارس العامة
158	فهرس الآيات
159	فهرس الأحاديث
160	فهرس الأعلام
161	قائمة المصادر والمراجع

فهرس الجداول

الصفحات	الجدول	الرقم
77	جدول يمثل نماذج للمقدمة	01
79	جدول يمثل أنواع الاستشهاد وأمثلة	02
83	جدول يمثل التوقيت المناسب للخطبة القصيرة	03
84	جدول يمثل نماذج عن الخاتمة	04
116	جدول يمثل تكرار الموضوعات العامة في برنامج حديث الإثنين	05
118	جدول يمثل تكرار الأهداف في برنامج حديث الإثنين	06
120-119	جدول يمثل تكرار الألفاظ في برنامج حديث الإثنين	07
122	جدول يمثل تكرار فئة الاستمالات الإقناعية في برنامج حديث الإثنين	08
124	جدول يمثل تكرار فئة مصادر الاستشهاد في برنامج حديث الإثنين	09
126	جدول يمثل تكرار الأدلة والأفكار والألفاظ في برنامج حديث الإثنين	10
127	جدول يمثل تكرار عرض جانب رأي واحد أو جانبيين المؤيد والمعارض في برنامج حديث الإثنين	11
129	جدول يمثل تكرار ترتيب الأدلة داخل الرسالة في برنامج حديث الإثنين	12
130	جدول يمثل تكرار فئة طرق الإقناع في برنامج حديث الإثنين	13
132	جدول يمثل تكرار فئة طرق الاستهلال في برنامج حديث الإثنين	14
134	جدول يمثل تكرار فئة القوالب التحريرية في برنامج حديث الإثنين	15
135	جدول يمثل تكرار طرق الخواتيم في برنامج حديث الإثنين	16
136	جدول يمثل تكرار فئة الكود في برنامج حديث الإثنين	17
137	جدول يمثل تكرار فئة اللغة المستخدمة في برنامج حديث الإثنين	18
138	جدول يمثل تكرار فئة استخدام السؤال في برنامج حديث الإثنين	19
140	جدول يمثل تكرار فئة لغة الجسد في برنامج حديث الإثنين	20
142	جدول يمثل تكرار فئة الصوت في برنامج حديث الإثنين	21
144	جدول يمثل تكرار فئة الزمن في برنامج حديث الإثنين	22

المقدمة

الحمد لله رب العالمين، الذي أرسل رسوله بالهدى ودين الحق فجعله شاهدا ومبشرا ونذيرا، وداعيا إلى الله بإذنه وسراجا منيرا، وجعل فيه أسوة حسنة لمن كان يرجو الله واليوم الآخر وذكر الله كثيرا وصلي اللهم وسلم وبارك عليه، وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.

على نهج سيد المرسلين سيدنا محمد ﷺ، سار دعاة الأمة وعلمائها، وعلى الرغم من اختلاف أفكارهم ومذاهبهم إلا أنهم اتفقوا عند نقطة واحدة صانت لهذه الأمة كيانها، مما جعلها تصمد أمام الأعاصير الهوجاء والعواصف المدمرة التي تتالت عليها عبر أحقاب من الزمن، وقد تمثلت هذه النقطة الموحدة للأمة في بقاء الدعوة الإسلامية قائمة تواجه كل التحديات والعوائق والمصاعب، ولم يتأت هذا كله إلا بال العناية الإلهية التي سخرت للأمة وللدین رجالاً وعلماء تحمّلوا كل المتاعب والعناء في سبيل أن تبقى رسالة الإسلام رسالة خالدة، فسخروا كل جهودهم لتبليغها للعالم ولم يدخروا جهداً في إصلاح ما أفسده الدهر، وما طرأ على الأمة من شوائب وذلك مصداقاً لحديث سيد النبيين صلوات الله عليه، عن أبي هريرة رضي الله عنه أن النبي ﷺ قال: « **إِنَّ اللَّهَ يَبْعَثُ لِهَذِهِ الْأُمَّةِ عَلَى رَأْسِ كُلِّ مِائَةِ سَنَةٍ مَنْ يُجَدِّدُ لَهَا دِينَهَا** ». رواه أبو داود في سننه والحاكم في مستدركه.

يعتبر الشيخ الغزالي من أحد أبرز دعاة الأمة وعلمائها في الميدان الفكري والدعوي - رحمه الله - الذي جتّد نفسه لخدمة هذا الدين وخصص حياته من أجل إعلاء كلمة الله وإبلاغ رسالته، حيث أمدّ الله شيخنا بجملة من المواصفات والمقومات والخصائص التي أهلتها من دون أقرانه من الدعاة والعلماء بأن يتصدر المراتب الأولى في قدرته على التأثير على شباب الأمة وبعث روح الصحوة الإسلامية في فترة تشنت فيها الرؤى وتبعثت فيها الأفكار، بين منجذب للتيارات الفكرية العلمانية الليبرالية والتيارات المادية والماركسية وآخر للتيارات الإسلامية المتشددة التي زادت من الأعباء وصعبت الطريق أمام سبيل النهوض، بالأمة من جديد وبعث روح العمل والجد، في وقت ساد فيه الخمول وانكمشت فيه الهمم وخارت فيه القوى، تحت تأثير جملة من العوامل الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، التي فرضت على الأمة صورة مشوهة أمام طريق الإصلاح والنهضة المنتظرة خلال هذه الحقبة من تاريخ الأمة .

ونظرا لحاجتنا الماسة إلى تجارب واقعية نستقي منها سبل النجاح في مجال الدعوة، فقد شدتنا هذه التجربة الفريدة، التي التقت فيها الدعوة والإعلام في ثوب واحد، نريد أن نخضع هذه التجربة للبحث والدراسة، حتى نتعرف على جملة هذه المميزات والخصائص، التي يشهد عليها رجال الأمة من دعاة ومفكرين وحتى السياسيين، نتيجة لتأثيرها البالغ في الفكر الإسلامي والتيارات الشبابية التي ارتوت من فكره الجاد والحَيّ، فقد مثلت هذه التجربة الحية صورة مشرقة بينت جمال الإسلام وسماحته، وصدّت هجمات الأعداء من الداخل والخارج وذلك من خلال البحث في جملة الوسائل والأساليب والعوامل التي ساعدت على نجاح الشيخ في التجربة الدعوية، والتي اعتمد عليها ووظفها للوصول إلى قلوب وعقول المسلمين عامة، والمجتمع الجزائري خاصة بمختلف أطيافه وتياراته، يقودنا مباشرة وبكل سهولة ويسر إلى برنامج الديني التلفزيوني الناجح جدا "حديث الإثنين"، الذي لا يزال صدها ينبعث إلى وقتنا الحالي رغم مرور سنين على بثه عبر القناة الوطنية الجزائرية.

ونظرا لقيمة هذه التجربة الدعوية الإعلامية، ارتأينا أن نخضع هذه التجربة إلى البحث والدراسة والتحليل تحت عنوان "مهارات الاتصال الإقناعي عند الشيخ محمد الغزالي - دراسة تحليلية تطبيقية - حديث الإثنين أنموذجا".

ولاحتواء كافة أبعاد الدراسة تم اعتماد خطة تمثل الهيكل العام للدراسة، والتي تشتمل على مقدمة وخاتمة وأربعة فصول.

الفصل الأول: تناولنا فيه تحديد الإشكالية وما تتضمنه من تساؤلات الدراسة، وأهداف الدراسة وقد تطرقت فيه إلى أهمية موضوع الدراسة وأسباب اختيارها، ثم الدراسات السابقة، وبعد ذلك تطرقت إلى الإجراءات المنهجية للدراسة، من تحديد مجتمع الدراسة وعينته وتحديد الفئات الخاصة بالمضمون والشكل وأسلوب التحليل، ومجال الدراسة وإجراءات الصدق والثبات .

تم يأتي **الفصل الثاني** الذي قسم إلى مبحثين، المبحث الأول عرضنا فيه لمحة تاريخية عن حياة الشيخ ومختلف إنجازاته الدعوية مروراً بالتعريج على محطة وجود الشيخ الغزالي في الجزائر والتعريف بالآثار الشفوية والمكتوبة التي تركها الشيخ في خزانة الفكر الإسلامي المعاصر.

أما **المبحث الثاني** خصّصته للحديث عن تأثير البيئة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية في تكوين الشيخ الغزالي الثقافي والمعرفي والفكري من خلال مجموع الظروف المحيطة ببيئته وعصره الذي تفاعل معه وكان عنصرا فاعلا فيه.

أما في **الفصل الثالث** عالجنا فيه ثلاثة مباحث في المبحث الأول وضّحنا مفهوم الاتصال وعناصره، وفي المبحث الثاني تناولنا مهارات الاتصال المستخدمة والتي يتم توظيفها في وسائل الإعلام، والمبحث الثالث تحدثنا فيه على مفهوم الإقناع وأساليبه وطرقه، وجملة الأهداف التي يوظف الإقناع من أجلها.

أما **الفصل الرابع** قسمناه إلى مبحثين، تناولنا في المبحث الأول تعريف البرنامج الديني وأهدافه التنموية وكذلك لمحة تاريخية عن صدور البرنامج "حديث الإثنين"، والأسباب التي ساهمت في وجوده، أما المبحث الثاني فقد خصّص للدراسة التحليلية التي قسمناها إلى فئتين فئة الموضوع وفئة الشكل، وقد خلصنا فيها إلى مجموعة من النتائج والتوصيات.

وقد واجهت هذه الدراسة صعوبة محدّدة وهي صعوبة الحصول على المادة الإعلامية "حلقات برنامج حديث الإثنين"، مما جعلنا نتأخر في تدوين البيانات والمعلومات التي كنا سنعرضها بكتاب دونه "الأستاذ عبد القادر النور"، وقد وفقنا الله سبحانه وتعالى في الحصول على حلقات معتبرة تكفي للدراسة والتحليل.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

ثانياً- أهمية الدراسة

ثالثاً- أهداف الدراسة

رابعاً- أسباب اختيار الموضوع

خامساً- الدراسات السابقة

سادساً- الإجراءات المنهجية للدراسة

1- منهج الدراسة وأدواتها

2- أدوات تحليل البيانات

3- فئات التحليل

4- وحدات التحليل

5- مجتمع الدراسة

6- عينة الدراسة وحدودها

7- صدق وثبات التحليل

أولاً - إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

إن موضوع مهارات الاتصال الإقناعي عند القائم بالاتصال الإسلامي لم يأخذ بعد حقه في الاهتمامات البحثية رغم تعدد الدراسات الإعلامية وتنوعها، ولاشك أن خصائص التقنيات الاتصالية الجديدة قد خلقت عالماً من التفاعل يختلف جذرياً عما كان عليه في السابق، فكان سبباً في حدوث انقلاب في الاتجاهات والمفاهيم مما ساهمت في كسر جمود المجتمعات الإسلامية تمهيداً لحركة متصاعدة تخرجها من سباتها، فقد أصبح التلفزيون اليوم وسيلة مهمة للإعلام والتعليم والتثقيف فإذا كانت التكنولوجيا بمعناها الواسع هي جانب الثقافة المتضمن المعرفة والأدوات التي يؤثر بها الإنسان في العالم الخارجي ويسيطر بها على المادة لتحقيق النتائج العلمية المرغوب فيها، فالمعرفة العلمية هي التطبيق العلمي للتكنولوجيا التي استطاعت أن تقدم لنا مفاهيم اللغة والشريعة والعقيدة الدينية في التراث الإسلامي، لكن بأساليب أكثر تنويراً تهدف إلى تحرير العقل العربي من القيود والعودة إلى الأفكار التي غرسها الرعيل الأول من مفكري الأمة أمثال ابن حزم والشاطبي وابن خلدون¹.

فليس الهدف استنساخ هذه الأفكار والآراء بل العمل على توظيف ما تحويه من نزعة عقلانية كمطلق لعلاج المجتمع بالاستناد إلى فكر العصر ومنطقه، وتعمل البرامج الدينية على تجذير قيم وأنماط سلوكية في المجتمع بما ينسجم وتعاليم الإسلام الحنيف بهدف خلق التفاعل البناء بين الوسيلة والجمهور فقد لعبت البرامج الدينية في فضاء التنشئة الاجتماعية وأثرت في خلق جيل من الشباب الملتزم والمعتز بعقيدته ورسالته التي كلف بنقلها إلى الإنسانية جمعاء، فهناك موضوعات دينية تم تجميدها عبر السنين لذلك أصبح أمام المفكرين الإسلاميين المتتورين تحدي كبير في إخراج تلك الموضوعات من عالمها الأسطوري وهذا العمل بالطبع سيجابه بمقاومة من الجمهور الذي توارث تلك الأشياء من جيل إلى جيل فهي بحاجة إلى براعة ومثابرة واجتهاد مناسبين لغرض التصدي لهذه الموضوعات وتصحيح تلك المفاهيم، فالإعلام الإسلامي إعلام تنموي يتسم بالشمولية ومن أهم أهدافه هو التغيير الاجتماعي، وللعملية التنموية حسب رأي المفكرين أبعاد عدة منها:

• البعد الإيديولوجي

¹ - ديسري خالد إبراهيم، سسيولوجيا القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي، (دراسة في المؤتمر العلمي الثالث)، جامعة

• البعد الحضاري

• البعد الدولي

• البعد الإداري¹

إن البحث في تجربة القائم بالاتصال الإسلامي "الشيخ محمد الغزالي" هو محاولة علمية تحاول استنباط واستخراج مجمل الصيغ والأساليب التي تناولها الشيخ ووظفها في أسلوبه الإلقائي والتي ساهمت جميعها في نجاح البرنامج وأعطته هذه القاعدة الجماهيرية الكبيرة التي وصل إليها ولم يستطع أي برنامج ديني في قناتنا الوطنية أن يصل إلى مستواه ومكانته الإعلامية والاجتماعية.

يمكن صياغة إشكالية البحث بالتساؤل الآتي :

- إشكالية الدراسة: هل وظف القائم بالاتصال مهارات الاتصال الإقناعي في خطابه الدعوي بالبرنامج التلفزيوني "حديث الإثنين"؟

- ويمكن صياغة إشكالية الدراسة بالتساؤلات الآتية:

1- من هو القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي "الشيخ محمد الغزالي"؟

2- ما هي أنواع الاتصال ؟ ما مفهوم كل منهما في العملية الاتصالية من خلال ما يقدم؟

3- ما الإقناع ؟ وما هي الإستمارات الإقناعية؟.

4- ما هي الأساليب الإقناعية ؟ وما أنواعها ؟ وما هي خصائص الإقناع؟

5- ما هي أساليب واستمارات الاتصال الإقناعي التي وظفها القائم وميزت أسلوبه كمستخدم

لتقنيات الاتصال الإقناعي؟

6- ما مدى استئناس الشيخ في موضوعات برنامجه بواقع الأمة؟ وكيف وظف هذه

المعطيات في توضيح النظرة الإسلامية القائمة على الوسطية والاعتدال ؟

7- كيف وظف الشيخ الغزالي الحجة والدليل من خلال برنامجه؟

8- كيف وظف الشيخ الغزالي السؤال خلال عرضه للمضامين؟

9- ما هي اللغة المستخدمة في برنامج حديث الإثنين؟

10- ما هي لغة الجسد التي وظفها القائم بالاتصال؟

¹ - د.يسري خالد إبراهيم، سسيولوجيا القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص06.

11- كيف وظف الشيخ الغزالي الوقت؟

ثانياً - أهمية الدراسة :

- 1- تكمن أهمية الدراسة في تبيان أهمية مهارات الاتصال الإقناعي الفعّال للدّاعية التي تعتبر زادا مهما لكل من يأخذ على عاتقه الدخول بشكل مباشر في ميدان الدعوة.
- 2- نظرا لأهمية الأخذ بالأسباب التي هي سنة من سنن الكون التي تفرض على الدّاعية أن يتعامل مع كل التطورات وذلك من خلال مواكبة العصر، وإبراز صلاحية هذا الدين لكل زمان ومكان، يتوجب على الداعية أن يتعامل مع الإعلام وكل التقنيات الحديثة كآلية يستخدمها لإيصال رسالة الإسلام ولنجاح تجربة الشيخ الغزالي في هذا الميدان توجب البحث في هذه التجربة وإعطائها حقا من البحث والدراسة.
- 3- تبيان الحدود والأطر التي نص عليها الإسلام ووضحتها السنة النبوية في استخدام الأساليب والوسائل في عملية الإقناع وذلك إبرازا لعظمة هذا الدين في كل المجالات التي تعتمد أفضل الأساليب في التعامل مع الإنسان، بغض النظر إن كان المدعو مسلما أو غير مسلم.
- 4- إبراز تجارب الدعاة الإعلاميين والتعرف على الجانب الميداني الذي يربط بين علم الدعوة وعلم الاتصال الإقناعي وتأكيد صفة الترابط القوي في نجاح الرسالة الدعوية.
- 5- التأكيد على أهمية الأساليب والآليات التي استخدمت في البرنامج في عملية تغيير القناعات وترسيخ وتنشيط المفاهيم الدينية الصحيحة.
- 6- تعلم كيف نستثمر مهارات الاتصال الإقناعي من أجل نجاح الرسالة الدعوية.

ثالثاً - أهداف الدراسة:

1- العلمية:

- ❖ تسليط الضوء على برنامج ديني ودرسته بطريقة تحليلية نقدية نبرز من خلالها فنيات الإلقاء التي أضفت نمطا خاصا على شخص الغزالي وبرنامجهِ الديني التوعوي.
- ❖ إبراز خطوات النجاح المرتبطة بعناصر الاتصال الثلاث: المرسل والمرسل إليه والرسالة وقناة الاتصال، وذلك من خلال تتبع مسار الرسالة من مصدرها إلى متلقيها.

❖ إضافة دراسات في ميدان الاتصال الإقناعي من خلال هذه التجربة الدعوية.

2- العملية :

❖ الاستفادة من تجربة الشيخ بكل تفاصيلها، والاعتماد عليها كمربين ومعلمين ومرشدين.

❖ محاولة إحياء تراث الشيخ، وذلك تأكيدا للمجهودات العظيمة التي قدمها للجزائر والأمة الإسلامية.

❖ بما أن نجاح العملية الاتصالية مرهون بمهارات الاتصال الإقناعي والذي وضحته الآيات القرآنية والسنة النبوية الشريفة، وأكدته تجربة الشيخ الغزالي الناجحة، توجب علينا كطلبة علم الدعوة والإعلام والاتصال، أن نتعلم من هذه الأطر المنهجية وأن نأخذ بها في مسار الدعوة وحتى الحياة اليومية.

❖ تعثر الرسالة وضعفها أو حتى فشلها وهو ما توضحه خطوات الاتصال الفعال والحلقة المفقودة التي ترتبط إما بالمرسل أو الوسيلة أو الرسالة أو المرسل إليه والتي توجب على حامل لواء الدعوة أن يصلحها في حينها، وإلا فلا مردود من عمله لأنه أخل بنظام التواصل القائم على جملة من الشروط والظروف التي تؤدي حتما إما لنجاحه أو فشله.

رابعا - أسباب اختيار الموضوع :

*الأسباب الذاتية:

❖ حبنا للشيخ الغزالي باعتباره رمزا من رموز الأمة وأحد أهم دعاة العصر الحدي.

❖ تأثرنا بشخصية الغزالي، التي قدمت الكثير للأمة، وللشعب الجزائري خاصة.

❖ لأننا نتذكر بعض التفاصيل الصغيرة للبرنامج، فإننا أردنا أن نعود بذاكرتنا إلى تلك اللحظات التي كان يطل فيها الشيخ الغزالي على القناة الوطنية الجزائرية، لكن هذه المرة بطريقة جديدة طريقة بحثٍ ودراسةٍ وتقصيٍ .

❖ نظرا كذلك للعطاء العظيم الذي قدمه الشيخ للمكتبة الجزائرية، وكان آخره إهداء الشيخ مستحقات بيع كتاب حديث الإثنتين، للمعاقين الجزائريين، حيث تنازل عن كافة حقوقه للقارئ لصالح هذه الفئة، فإن هذه الخدمات الجليلة من شخصه الكريم تستحق أن تحاط بكل والإجلال التقدير وأي تقدير أعظم من دراسة تجربته الحية التي لا تموت.

*الأسباب الموضوعية:

- ❖ إن تخصصنا بشقيه الدعوي والإعلامي يحتاج منا أن نتعلم ونكتسب مهارات الاتصال الإقناعي ولا يتأتى ذلك إلا من خلال التعرف على تجارب الدعاة والإعلاميين الذين كللت تجاربهم بالنجاح في الميدان.
- ❖ حاجتنا العلمية لإخضاع البرنامج إلى النقد والتحليل والدراسة المنهجية لمعرفة تفاصيل أكثر عن معايير الاتصال الفعال الإقناعي من منظور إسلامي من خلال شخص الشيخ الغزالي .
- ❖ البحث في إمكانية الاستفادة من العلوم الحديثة في تعلم واكتساب مهارات الاتصال وحدود هذه الوسائل والأساليب في تجربة الداعية محمد الغزالي .
- ❖ النظر في الرؤية الفكرية للشيخ من خلال بيان دور الاتصال الإعلامي في نشر الدعوة الإسلامية.
- ❖ تعلم كيفية استثمار هذه الثورة الاتصالية من خلال العمل على اكتساب جملة فنيات مهارات الاتصال الإقناعي وتوظيفها بشكل مباشر في مجال الدعوة.
- ❖ محاولة إحياء تراث الشيخ الذي يعتبر مصدرا علميا عمليا لكل داعية أو باحث في مجال الدعوة.

خامسا - الدراسات السابقة:

الدراسة رقم (1):

"سوسيولوجيا القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي"¹ قام بها " د.يسري خالد ابراهيم" في المؤتمر العلمي الثالث للإعلام الإسلامي، تناول فيها إشكالية سوسيولوجيا القائم بالاتصال من خلال استعراض أهم التوجهات والمقاربات البحثية التي اهتمت بهذه العملية، وقد تطرق إلى متغيرات القائم بالاتصال في العملية الاتصالية.

وقد أراد الباحث أن يوضح علاقة القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي بجمهوره، هل يختار الجمهور أم الجمهور هو الذي يختاره، ومجمل الخصائص والمقومات التي يجب أن تتوفر في الداعية الناجح الذي هو مركز العملية الاتصالية في الإعلام الإسلامي. حيث اعتمد على المنهج الوصفي الذي ارتبط بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، وذلك بهدف تحديد المكون الاجتماعي للقائم بالاتصال، وجوانب السلبية والايجابية في هذه الشخصية.

وقد خلصت الدراسة إلى أهم النتائج وهي كالآتي:

- 1- أهمية تدريس الإعلام الإسلامي في أقسام وكليات الإعلام كجزء من الإعلام المتخصص والعمل على تخريج نخبة من الإعلاميين الدعاة القادرين على إعداد وتقديم برامج دينية تتفق وأسلوب عصر المعلومات.
- 2- تفعيل العلاقة بين الدعاة والجمهور وكسر الحواجز بينهم بهدف خلق حالة من التفاعل المثمر بين الداعية والجمهور.
- 3- هناك عدد من الكليات تهتم بدراسة علوم القرآن والفقه هدفها تخريج دعاة، لذا يفضل أن تدرس الإعلام الإسلامي وبيان أهم خصائصه ومقومات نجاحه ويفضل الابتعاد عن أسلوب المعلم والطالب في تقديم المادة الإسلامية ومحاولة إذابة الحواجز بين العلماء والدعاة وجمهورهم ليحقق الإعلام الإسلامي هدفه .

¹ - يسري خالد ابراهيم، سوسيولوجيا القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي، (دراسة في المؤتمر العلمي الثالث)، جامعة العراق، 2011.

4- في عصر المعلومات وانفجار المعرفة يفضل الابتعاد عن الأنماط الجامدة والتقليدية والبحث عن الجديد والمبتكر والشريعة الإسلامية والقرآن هو لكل العصور لذا يفضل التغيير الدائم للخروج عن الروتين .

5- الاهتمام بزيادة إنتاج البرامج التي توضح العقيدة وتشرحها بشكل مبسط للجمهور واختيار الشخصيات المناسبة لهذه الأدوار .

6- الاهتمام ببرامج تركز على موضوع الإعجاز العلمي في القرآن وأهم النظريات التي أثبتتها الغرب مؤخرًا وذكرها القرآن قبل "1400" سنة نص قرآن لكل العصور .

الدراسة رقم (2):

"القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية"¹ قام بها "زهير مصطفى وعماد محمد اشتيوي" لنيل شهادة الماجستير، وتكمن مشكلة الدراسة في التعرف على الواقع المهني والأكاديمي للقائمين بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية، والوقوف على السمات والخصائص التي يتمتعون بها، والمشاكل التي يواجهونها والمقترحات التي يرون أنها يمكن أن تساهم في تطويرها.

ولذا اعتمدت منهج الدراسات المسحية الذي يعتبر جهدا عاليا منظمًا للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر .

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

1- ضرورة التخصص في مجال الإعلام الإلكتروني، والإطلاع على الكتب والمراجع وكل ما يتعلق بهذا المجال .

2- الحرص على إتقان اللغة العربية وقواعدها، واكتساب مهارات الكتابة والتحدث بها، وضرورة السعي لاكتساب رصيد ثقافي ومعلوماتي كبير .

3- اهتمام المواقع بجلب المتخصصين في مجال العمل للمواقع الإلكترونية الإخبارية، وتنظيم دورات تدريبية للعاملين فيها، لزيادة الخبرة وتطوير المهارات والقدرات لديهم .

¹ - زهير مصطفى دوله، عماد محمد الشتيوي، القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية، جامعة غزة، 2006.

الدراسة رقم (3):

"الإقناع أسسه وأهدافه في ضوء أسلوب القرآن الكريم دراسة وصفية تحليلية"¹ قام بها د. خالد الحسين حمدان، أما مشكلة البحث فكانت حول الإقناع وعلاقته بمفهوم الألوهية للإنسان على أنه حب ورحمة، فمفهوم الألوهية مرتبط بطريقة الإقناع الذي يوصل هذه المضامين للإنسان، ولقد سلك الباحث في بحثه المنهج الوصفي التحليلي. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

1- التعامل مع الإنسان من أخطر أنواع التعامل، لذا فإن التعامل معه يجب أن يكون حضارياً، ذلك أنه إذا ترتب على فساد القلب فساد الجسد كله، فإن فساد الإنسان فساد للحياة، ليس إلا لأن الله تجلت قدرته إنما خلق الإنسان لعمارة الأرض، فكيف يعمرها إذا وهو فاقد لهذا الإعمار؟ وهل فاقد الشيء يعطيه؟

2- القائم بعملية الإقناع غير الخطيب، وغير المدرس والمحاضر ذلك أن المدرس والخطيب والمحاضر يأتيه الناس ليستمعوا إليه، هذا يعني أن أجواء الحوار ينبغي أن يغلب عليها الهدوء وبرودة الأعصاب، وعدم التشنج، والتعصب، الأمر الذي يجعل فرص الإقناع والإقناع أوسع وأرحب.

الدراسة رقم (4):

"الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية"،² دراسة لجريدتي النصر والخبر" مذكرة ماجستير في علوم الاتصال قامت بها "نزهة حانون"، ولقد كانت مشكلة البحث حول الأساليب الإقناعية المستخدمة حول ميثاق السلم والمصالحة الوطنية من خلال تحليل بعض مضامين هذا الموضوع إن كانت مطروحة بطريقة علمية أو غير علمية، وقد احتوت الدراسة على جانبين نظري وميداني.

ولقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- 1- اعتماد أسلوب تقديم الأدلة والشواهد بلغ في الجريدتين نسبة 25.31%.
- 2- اعتماد أسلوب التكرار بالتنوع نسبة 20.88%.
- 3- اعتماد أسلوب تقديم جانب واحد أو جانبين المؤيد والمعارض نسبة 4.04%.

¹ - د. خالد الحسين حمدان، الإقناع أسسه وأهدافه في ضوء أسلوب القرآن الكريم دراسة وصفية تحليلية، 2005.

² - نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008/2007.

*الفرق بين دراستي الحالية والدراسات السابقة:

- بالنسبة للدراسة رقم(1) " سوسيولوجيا القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي " إن هذه الدراسة اهتمت بالقائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي بشكل عام حيث عدت في النماذج المدروسة، ولم تخصص دراسة نموذج واحد من النماذج، بينما الدراسة الحالية نركز فيها على نموذج من هذه النماذج ونبحث في خصائصها وأساليبها الإقناعية.

- بالنسبة للدراسة رقم(2) " القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية " اهتمت بخصائص القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية، من ناحية نوعية الجنس إضافة إلى الظروف المحيطة بالقائم بالاتصال، وأبرزت سلبيات القائم بالاتصال من ناحية إقصاء العنصر النسوي، أما الدراسة الحالية فهي تركز على أحد النماذج من القائمين بالاتصال دون البحث في الجوانب الخارجية المؤثرة على نشاطه.

- بالنسبة للدراسة رقم(3) " الإقناع أسسه وأهدافه في ضوء أسلوب القرآن الكريم " حاولت هذه الدراسة أن تبين الاختلاف بين الخطيب والقائم بعملية الإقناع والمحاور وركزت على عملية الإقناع وعلاقتها بالإنسان باعتبار الإقناع لغة سامية تخاطب كيان الإنسان، كما حاول من خلال دراسته إبراز أهمية الإقناع في ارتفاع مستوى خطاب القائم بالاتصال في منهجه الدعوى وأضاف صفة القدوم لديه من قبل الجماهير، وقد فصلت هذه الدراسة بين القائم بعملية الاتصال وبين الخطيب والمحاضر والمدرس الذي قد يتعصب لآرائه وأفكاره وهذا هو الفاصل بين القائم بعملية الإقناع وبين الخطيب وتبين هذه الدراسة جزء من مواصفات القائم بالاتصال الذي يجب أن تكتسب من مهارات الاتصال الإقناعي حتى يكون خطابه مقنعا، ونحن نبرز هذه الخصائص ونسقطها في تحليلنا للنموذج قيد الدراسة على الشيخ الغزالي ونحاول تسليط الضوء على المهارات الضرورية للقائم بالاتصال.

- بالنسبة للدراسة رقم (4) " الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية " اهتمت بالبحث في جملة الأساليب الإقناعية التي استخدمتها جريدتا النصر والخبر حول ميثاق السلم في تحرير مضامينها إن كانت أساليب إقناعية إعلامية أم أنها أساليب غير إعلامية، وتختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في النموذج المستخدم للدراسة، فقد عانيت هذه الدراسة بالبحث من خلال الوسيلة "الخبر والنصر" أما نحن في دراستنا فنبحث عن مجموع الأساليب المستخدمة من خلال القائم بالاتصال مبتعدين عن دراسة الوسيلة.

أما معظم الدراسات التي تناولت الشيخ الغزالي فقد توجهت نحو تراثه الفكري ومنهجه الدعوي، وهي كثيرة ومتعددة نذكر من بينها (الفكر السياسي عند الشيخ الغزالي" للدكتور خالد حباسي"، الفكر العقدي عند الشيخ الغزالي" لسهيلة مازة، الشيخ محمد الغزالي مفكرا وداعيا "لإبراهيم النوري"... إلخ).

سادسا- الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- منهج الدراسة وأدواتها: تتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، وهي التي تعنى بدراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً حقيقياً، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيراً كمياً،¹ وهي تقوم بالكشف عن حالة سابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية، وتحاول التنبؤ بما سيكون عليه في المستقبل، وبما أن مشكلة البحث تحددت في جملة المهارات الاتصالية الإقناعية التي وظّفها الشيخ في برنامجه "حديث الإثنين"، وطبيعة المواضيع التي تناولها في البرنامج قيد الدراسة، لذا نستطيع القول بأن:

- البحوث الوصفية تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها.

2- أدوات تحليل البيانات: سوف استخدم في هذه الدراسة في شقها التحليلي أداة تحليل المضمون أو المحتوى لمعرفة مضمون البرنامج الديني "حديث الإثنين"، وجملة المهارات الاتصالية الموظفة فيها.

وذلك لأن تحليل المضمون هو الأداة الأنسب لمعرفة محتوى الحلقات وكيفية عرضها، ذلك لأن تحليل محتوى الإعلام هو المنهج الأنسب لوصف وتحليل نظام المعلومات في وسائل الإعلام بكافة عناصره ابتداء من وصف المحتوى ودلالات وارتباطاته المتعددة بالاتجاهات المختلفة للنشر والإذاعة²، وتستهدف تحليل المحتوى لمعرفة سمات المضمون وغاية مادة الاتصال وآثاره³.

¹ - دوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه. (لا.ط؛ الأردن: دار مجدلون، 1982م)، ص 183.

² - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. (لا.ط؛ القاهرة: عالم الكتب، 2000م)، ص 213.

³ - عواطف عبد الرحمان وأخريات، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية. (لا.ط؛ القاهرة: دار الثقافة، 1986)، ص 10.

وتحليل المضمون هو أسلوب وأداة في البحث العلمي يمكن أن يستخدم في مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص في علم الإعلام بوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون، لتلبية الاحتياجات التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك، أما في وصف المواد الإعلامية التي تعكس الخلفية الفكرية، أو الثقافية، أو السياسية، أو العقائدية التي تتبع منها الرسالة الإعلامية، أو التعرف على مقاصد القائمين بالاتصال من خلال الكلمات والرموز والصور وكافة الأساليب التعبيرية شكلاً ومضموناً، والتي يعبر بها القائمون بالاتصال عن أفكارهم ومفاهيمهم، وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منظمة وفق منهجية ومعايير موضوعية، وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية¹.

ومادام تحليل المضمون يسعى إلى وصف عناصر المضمون وصفا كميا فمن الضروري تقسيم هذا المضمون إلى فئات ووحدات لذلك نجد تحليل المضمون ينقسم إلى قسمين:

3- فئات التحليل: يراعي المصدر أو المرسل، وهو بصدد إعداد الرسالة الإعلامية المنشورة أو الإذاعية للجانبين حتى يتحقق للرسالة التأثير المستهدف، فهو أولاً يهتم بالمعاني والأفكار التي تضمها الرسالة، وثانياً بالشكل أو الإطار، أو القالب الذي سوف تقدم فيه هذه الرسالة لتحقيق أهداف النشر أو البث والإذاعة.

وعلى هذا فإن تراث تحليل المضمون اهتم بالترقية بين هذين الجانبين لتحديد أنواع الفئات الشائع استخدامها في بحوث تحليل المحتوى، حيث يتم التفرقة بين المادة التي تحتويها الرسالة والشكل الذي تقدم به، إذ تثار عادةً تساؤلات قبل بداية التحليل واختيار الفئات.

- **الأول:** ماذا قيل؟ ويهتم بمضمون المادة الإعلامية.

- **الثاني:** كيف قيل؟ ويهتم بالشكل الذي قدمت به المادة الإعلامية².

¹ - سمير محمد حسن، تحليل المضمون. (لاط؛ القاهرة: عالم الكتب، 1983م)، ص13

² - د. علي الربيعي، "تحليل المضمون وتطبيقاته في الدراسات الإعلامية". مجلة فصلية متخصصة محكمة تعنى بأبحاث ودراسات ووسائل الاتصال الجماهيري، البحوث الإعلامية، د.ت، لا.ع، ص12.

وتحديد فئات التحليل يعتمد بشكل كبير على نوعية الوسيلة الإعلامية والهدف المراد تحقيقه والمضمون الخاضع للدراسة، وهناك تقسيمات متعددة للفئات منها فئة الموضوع، وفئة اتجاه المضمون، وفئة المصدر، وفئة الموضوع الجغرافي، وفئة الشكل، وهو ما يعرفه بيرلسون بفئات محتوى الاتصال ويدور هذا النوع من الفئات حول الشكل الذي قدم فيه هذا المضمون وهو ما يطلق عليه مصطلح شكل الاتصال¹.

أولاً: فئة ماذا قيل؟

واستخدمنا لتحليل مضمون حلقات برنامج "حديث الإثنين":

1- فئة الموضوع: وهي فئة البيانات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل؟.

وللإجابة عنه تناولنا أفكار ومعاني المحتوى، أي ما هي المواضيع الأكثر بروزاً في المحتوى؟

وتفيد هذه الفئة في الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى، ولذلك ينبغي استخدامها لمعرفة مختلف القضايا التي تناولها الشيخ الغزالي في برنامج "حديث الإثنين" ومعرفتها عن طريق تكرار هذه القضايا، وهو ما يعكس إلى حد ما أهمية هذه المواضيع لدى اتجاه القائم بالاتصال «الشيخ محمد الغزالي» والتي تشمل الفئات التالية: إجتماعية، أخلاقية تربوية، سيرة، تفسير القرآن الكريم، المفاهيم الإسلامية، عقيدة.

وتتفرع هذه الفئات الأساسية إلى فئات فرعية وهي:

1-1- فئة المفاهيم الإسلامية: معنى التسبيح، حول إختلاف الأديان، طبيعة الجهاد الإسلامي، طريقة التمكين، من قوانين الله في المجتمع.

1-2- فئة العقيدة: القضاء والقدر وأثره في حياتنا، القضاء والقدر وأثره في حياتنا، القضاء والقدر، إن الدين عند الله الإسلام، معجزة القرآن.

1-3- فئة تفسير القرآن الكريم: شرح المعوذتين، نظرات في سورة الأنفال، نظرات في سورة التوبة، سورة النور.

1-4- فئة السيرة: قبل فتح مكة.

1-5- فئة المواضيع الأخلاقية التربوية: الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، أثر الذنوب والمعاصي.

¹ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص19.

- 1-6- فئة المواضيع الإجتماعية: نظرات في البيت المسلم، قيمة الوقت والزمن.
- 2- فئة الأهداف: سنستعمل هذه الفئة لنبين مختلف الأهداف التي أراد القائم بالاتصال إبلاغها والوصول إليها.

2-1- فئة إصلاح وتنمية المجتمع: ويقصد بهذه الفئة تبليغ الناس وإعلامهم بكل ما يتعلق بأمور دينهم ودنياهم من خلال رصد بعض المظاهر السيئة في المجتمع ومعالجتها وطرح الحلول لها، ويقصد بها التأمل والتدبر في ملكوت الله والإيمان والتصديق بأنه هو الخالق وحده لا شريك له عبادة وعقيدة.

2-2- فئة تصحيح المفاهيم الإسلامية: ويقصد بها تصحيح الكثير من المفاهيم الخاطئة وأنماط السلوك وطرائق التفكير للحفاظ على الهوية ولتكوين رأي عام سليم تجاه الأمة الإسلامية.

2-3- فئة التحذير: ويقصد بها التحذير من المعاصي وارتكاب المنكرات والابتعاد عن كل الأخطار المترتبة عن ذلك في كل ميادين الحياة.

2-4- فئة ترسيخ الثقافة الإسلامية العربية: ويقصد بها تثبيت معالم الهوية الإسلامية من خلال ترسيخ ثقافة اللغة العربية وتوظيف التاريخ الإسلامي كمعلم من معالم هوية الأمة.

3- فئة الألفاظ المستخدمة: وتنقسم إلى ثلاثة أقسام:

1.3- المصطلحات الشرعية.

2.3- المصطلحات الاجتماعية "الشعبية".

3.3- المصطلحات الفكرية.

ثانياً: فئة كيف قيل؟

1- فئة الشكل: هي تلك التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون قيد الدراسة وعادة ما نحاول الإجابة عن سؤال: كيف قيل؟ وهو أحد ركائز تحليل المضمون فالشكل الذي يقدم به المضمون إلى جمهور القراء أو المتفرجين أو المستمعين، من خلال مختلف قنوات الاتصال يعد بالأهمية التي تجعل هؤلاء يميلون إلى الإطلاع على المضمون أو لا، لأن الشكل الذي تقدم به المادة الإعلامية، ليس دائماً بريئاً، فالوقت واللون، والنمط الذي تكتب به المادة والمساحة المخصصة للمواضيع والحركات والإيماءات، لا تستعمل من باب الصدفة والتباهي بل هي لزيادة تأثير المضمون وتوجيهه.

- وقد استخدمنا في هذه الدراسة فئتين هما:

1 - فئة الأسلوب: وينقسم إلى:

1.1 - فئة الاستمالات الإقناعية: وهي التي تعتمد عليها المادة الإعلامية وتوظفها في التأثير على المتلقي وتتكون من استمالات عقلية وعاطفية.

2.1- فئة الأساليب الإقناعية: وترتبط هذه الفئة أيضا بالفئات السابقة من حيث كونها وسائل يتوسط بها المصدر لاستمالة أكبر عدد من القراء أو المشاهدين أو المستمعين وإقناعهم بالأفكار التي يتبناها المحتوى الإعلامي،¹ وتتكون هذه الفئة من:

1 - فئة الحجاج: وتتكون هذه الفئة من فئات فرعية وهي: الآيات القرآنية، الأحاديث النبوية، الأقوال المأثورة، قصص تاريخية وواقعية، أبيات شعرية، أرقام وإحصاءات، معلومات علمية، تجربة شخصية.

2 - فئة تكرار مضامين وأدلة الرسالة

3 - فئة تقديم الحجج التي تؤيد جانب واحد أو جانبيين المؤيد والمعارض

4 - فئة ترتيب الأدلة داخل الرسالة الإعلامية.

5 - فئة طرق الإقناع: وتنقسم إلى أربع فئات: الاستنتاج - الاستنباط - العاطفة - كسب الثقة.

2 - فئة عرض المضامين:

1.2- فئة الاستهلال .

2.2- فئة القوالب المستخدمة: القالب الماسي - القالب المعتدل - الهرم المقلوب - الهرم المقلوب المتدرج - القالب التشويقي - القالب التجميعي.

3.2- فئة الكود.

4.2 - فئة اللغة المستخدمة: الفصحى - العامية - المزيج بين العامية والفصحى

5.2 - فئة السؤال: سؤال الإستهلال، سؤال أولي، سؤال ثانوي.

6.2 - فئة لغة الجسد: المظهر - الحركات والإيماءات - الوجه - الوقفة والنغمة - ارتفاع نبرات الصوت.

¹ - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. (لاط؛ الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1979م)،

7 - فئة الزمن: تتداخل هذه الفئة مع فئة المساحة، وتختص بالمضامين التي تعبر عن قياس المساحة فيها، وأن قياسها لا يجدي نفعا في الدراسة، والمقصود هنا المضامين السمعية البصرية أو خطاب مباشر أي التي لا يمكن قياس مساحتها، عندما يقوم البحث فاخترار هذه الفئة يكون بقياس المدة الزمنية عندما يحتاج إلى قياسها¹.

4- وحدات التحليل: وهي الوحدات التي تم عليها العد أو القياس مباشرة، وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى الذي يبدأ بالفكرة، ثم يتم اختيار الوحدات اللغوية للتعبير عن هذه الفكرة وصياغتها، وبعد ذلك يأخذ المحتوى الشكل الذي ينشر فيه على الصفحة².

وتوجد ضمن وحدات أساسية للتحليل النهائي للرموز اللفظية في أسلوب تحليل المحتوى، وهي وحدة الكلمة، ووحدة الموضوع، ووحدة الشخصية، ووحدة المفردة، ووحدة الزمن³. ولقد تم الاعتماد على وحدة الموضوع والزمن كمعيار أساسي لتحليل مضامين النصوص وبيان الحيز الزمني الذي استغرقه، وذلك لما يتسم به هذان المعياران من مرونة، وقد ساعد ذلك على تحديد وتصنيف المواضيع ضمن الحقول التي عولجت فيها.

أ- وحدة الموضوع: هو الوحيد الذي قد يكون فئة ووحدة في نفس الوقت إذ يمكن استعماله كوحدة عن طريق حساب المواضيع التي قد يحملها المحتوى، من مثل عدد المواضيع السياسية والمواضيع الاقتصادية والمواضيع الثقافية... كما يمكن استعماله كوحدة تحليل حساب المواضيع المتضمنة في المضمون محل التحليل⁴.

ب- وحدة الزمن: وتستخدم لحساب عدد السطور أو الأعمدة التي شغلته المادة موضوع التحليل في الصحيفة أو زمني الفقرة في البرنامج الإذاعي⁵.

5- مجتمع الدراسة: إن مجتمع البحث هو جميع الأعداد التي صدرت من الصحيفة أو مجموعة الصحف التي تم اختيارها خلال الفترة المحددة للدراسة، أو جمع الكتب، أو الوثائق، أو المطبوعات المطلوب تحليلها، أو جميع البرامج الإذاعية، أو التلفزيونية،

¹ - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 45.

² - محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة. (ط:1؛ القاهرة: علم الكتب، 1992م)، ص 149.

³ - عبد الله بو جلال، "مناهج البحث في الاتصال الدعوي"، محاضرات جامعية، 2006/2007.

⁴ - د. يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين. (ط:1؛ الجزائر: طاكسيج-كوم، 2007م)، ص 89.

⁵ - د. علي الربيعي، "تحليل المضمون وتطبيقاته في الدراسات الإعلامية". مرجع سابق، ص 15.

أو جميع الأفلام، أو المسرحيات، أو المسلسلات موضع التحليل، والتي أذيعت أو عرضت خلال فترة التحليل¹.

ويمثل مجتمع هذه الدراسة مختلف الموضوعات والقضايا التي تناولها الشيخ الغزالي في حلقات برنامج "حديث الإثنين" التلفزيوني، وتم اختيار العينة التي تم دراستها على اعتبار العينة المتوفرة أو المتاحة، والعينة هي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته، ممثلة بنسبة مئوية تتم حسابها طبقاً للمعايير الإحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته.²

6- عينة الدراسة وحدودها:

1- العينات المتوفرة (المتاحة): وهي مجموعة جزئية من المجتمع، ولها نفس خصائص المجتمع الأصلي الذي تنتمي إليه، والعينة المتاحة هي العينة المتوفرة من مجموعة من الأفراد يسهل الوصول إليهم في الدراسة، ورغم أن العينات المتوفرة يمكن أن تكون مفيدة في جمع معلومات استكشافية، وقد تتوصل إلى بيانات مفيدة في بعض الحالات، إلا أننا نرى استبعادها لأن هذه العينات لها معضلتها إذ تحتوي على كميات مجهولة من الخطأ، وتكون عرضة لمناقشة ساخنة في العديد من حقول البحث ويحتج النقاد بأنه بغض النظر عما يمكن أن تعطيه من نتائج إلا أنها لا تمثل أيًا من سماتهم: كالنوع والجنسية... إلخ من ناحية أخرى، ومن ثم ليس لها صحة خارجية³.

2- حدود الدراسة: لقد اتجهت الباحثة في دراستها، نحو دراسة مجموعة من حلقات برنامج حديث الإثنين التي ألقاها الشيخ الغزالي أثناء سنوات وجوده بالجزائر وقد اشتملت عينة الدراسة على 20 حلقة التي تم تحليلها ودراستها وإخضاعها للبحث، وهي مجموعة دروس ألقاها الشيخ عبر القناة الوطنية للتلفزة والإذاعة الجهوية بمحطة قسنطينة، والتي كانت تبث عبر كامل التراب الوطني، وتم جمع الحلقات في ضوء اعتبارات الإتاحة وعلى ضوء ذلك.

7- اختبار الصدق وثبات التحليل:

1- صدق التحليل (validity): ويقصد بالصدق مدى كفاءة الأداة فيما وضعت لقياسه بتحليل مادة الاتصال، تعريفاً باتجاهاتهم واستخلاصاً للصفات التي تميز ظواهرها.

¹ - محمد سمير حسن، تحليل المضمون، مرجع سابق، ص 13.

² - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. مرجع سابق، ص 134.

³ - عاطف عدلي العبد، استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية. (لا.ط؛ القاهرة: دار

الفكر العربي، 2006)، ص 16.

وقد تم إجراء الصدق أداة الدراسة من خلال عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من الأساتذة المحكمين¹ من المتخصصين والخبراء في الإعلام ومناهج البحث العلمي، لتقرير مدى صلاحيتها، وإبداء رأيهم وإعطاء ملاحظاتهم حولها، وتم إجراء التعديلات لما أشار السادة المحكمون .

2- ثبات التحليل (reliability):

تعني عملية الثبات في التحليل التأكد من وجود درجة عالية من الاتساق في نتائج التحليل بالنسبة لأحد البعدين التاليين :

1. الاتساق بين الباحثين القائمين بالتحليل: بمعنى ضرورة توصل كل منهم إلى نفس النتائج بتطبيق نفس فئة التحليل ووحداته على نفس المضمون².
 2. الاتساق الزمني: بمعنى ضرورة توصل الباحث إلى نفس النتائج بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على نفس المضمون إذا أجري التحليل في أوقات مختلفة³.
- وفي هذه الدراسة لم نستخدم ثبات التحليل وذلك لضيق الوقت المخصص لهذه الدراسة.

¹ - قائمة الأساتذة المحكمين:

- دكتور بقسم العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الوادي.
 - دكتور بقسم العلوم الإسلامية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الوادي.
 - أستاذ مساعد بقسم العلوم الإسلامية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الوادي.
 - أستاذ مساعد بقسم العلوم الإسلامية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الوادي. أنظر الملحق رقم 3.
² - رشدي أحمد طعيمة، تحليل المحتوي في العلوم الإنسانية، مفهومه وأسس واستخداماته. (لا.ط؛ القاهرة: دار الفكر العربي، 1987)، ص26.

³ - محمد الوفاوي، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية. (لا.ط؛ القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1989م)،

الفصل الثاني

سيرة حياة الشيخ محمد الغزالي

المبحث الأول: مولده ونشأته

المطلب الأول: مولده ونشأته

المطلب الثاني: الشيخ محمد الغزالي في الجزائر

المطلب الثالث: وفاته

المطلب الرابع: تكريمه وآثاره

المبحث الثاني: بيئة الشيخ محمد الغزالي

المطلب الأول: بيئته السياسية

المطلب الثاني: بيئته الاجتماعية والاقتصادية

المطلب الثالث: بيئته الثقافية

المبحث الأول: مولده ونشأته

المطلب الأول: مولده

هو " الداعية المجدد " الشيخ محمد السقا مصري المولد والنشأة، ولد لأسرة ريفية فقيرة ومتدينة في قرية " نكلا العنب "، محافظة " البحيرة " بدلتا مصر يوم السبت 5 من ذي الحجة سنة 1335هـ، 22 من سبتمبر سنة 1917م، ولقد اختار له والده اسم(محمد الغزالي)، تيمناً بحجة الإسلام أبي حامد الغزالي؛ لنزعة صوفية لدى والده، ولقد أتم حفظ القرآن الكريم وهو في العاشرة من عمره.

نشأ الغزالي بين سبعة إخوة كان هو أكبرهم ولهذا كان والده يعلق عليه آماله في رعاية الأسرة فكان الوالد إذا مرض يقول لزوجته وأولاده لا تحزنوا تركت لكم بعد الله محمد الغزالي، وكان الغزالي عند حسن ظن والده به فقام بواجبه نحو الأسرة خير قيام، وكانت والدته الغزالي سيدة فاضلة بارة محسنة تحب تقديم الخير والعون للناس، وكانت تحثه على تقديم الإحسان لأهل القرية وأرحامه والمحتاجين¹.

تدرج الشيخ الغزالي في مراحل التعليم فبعد أن حفظ القرآن وتعلم القراءة، التحق بالمعهد الديني التابع للأزهر الشريف بمدينة الإسكندرية، فحصل على شهادة "الابتدائية " سنة 1932م، وحصل على الشهادة الثانوية الأزهرية سنة 1937م،² ثم التحق بالتعليم العالي الأزهرية كلية - أصول الدين - بالقاهرة، وفيها تلقى العلم على كوكبة من كبار العلماء منهم الشيخ عبد العظيم الزرقاني،³ والشيخ إبراهيم الغرباوي، والشيخ عبد العزيز

1- د. خالد حباسي، الفكر السياسي عند محمد الغزالي. (رسالة ماجستير تخصص أصول الدين)، الجزائر، 2003/1424، ص40.

2- د. محمد عمارة، الشيخ الغزالي الموقع الفكري والمعارك الفكرية. (ط:1؛ القاهرة: دار السلام، 1423هـ/1938م)، ص29.

3- محمد عبد العظيم الزرقاني: من علماء الأزهر بمصر من أهالي الجعفرية، ونسبه إلى زرقان وهي بلدة تابعة لمحافظة المنوفية، ولد في مطلع القرن الرابع عشر الهجري، تخرج من كلية ، أصول الدين، وعمل بها مدرسا لعلوم القرآن والحديث توفى بالقاهرة في عام 1367هـ/ 1948م، من مؤلفاته، مناهج العرفان في علوم القرآن. أعلام الزركلي، (قاموس تراجم لأشهر الرجال والنساء من العرب والمستشرقين، ج6، ط:5؛ لا، م، لا، ن، 1980، ص210).

بلال، والإمام الأكبر الشيخ محمود شلتوت،¹ وتخرج من " أصول الدين"، فنال شهادة " العالمية " سنة 1941م.

وقد صادف أن التقى بمرشد جماعة الإخوان المسلمين الشيخ " حسن البنا " في أثناء دراسته بالقاهرة حيث اتصل بالإمام حسن البنا - مؤسس جماعة الإخوان المسلمين - وتوثقت علاقته به، وأصبح من المقربين إليه، فبدأت بذلك أهم تحولات حياته الفكرية والعلمية، حيث طلب منه الإمام البنا أن يكتب في مجلة " الإخوان المسلمين " لما عهد فيه من الثقافة والبيان؛ فظهر أول مقال له وهو طالب في السنة الثالثة بالكلية وأصبح له باب ثابت تحت عنوان " خواطر حيّة "، وقد كان البنا لا يفتأ يشجعه على مواصلة الكتابة حتى تخرج سنة 1940م².

وقد لا يدري الكثيرون أن خطب الشيخ الغزالي ودروسه في الأزهر ومحاضراته في الجيش المصري قبل 1973م، ما كانت إلا تلخيصا دقيقا لدروس الشهيد حسن البنا خاصة، ودروس قادة التيارات الإصلاحية من أواخر القرن الماضي وأوائل هذا القرن، مع ما يضيفه الشيخ من فيض علومه وصائب فكره³.

وقد تميزت هذه الفترة بدخول الغزالي عالم الكتابة حيث عكف الشيخ على التأليف، وخصص له حيزا من وقته الذي أصبح موزعا بين عدة جهات فهو يدرس ويكتب وينشط في مجال الدعوة والإرشاد.

أما ظروفه المادية فإنها كانت تزداد شدة، وقسوة يوما بعد يوم، لكن وبفضل الله، وعونه أنهى الغزالي دراسته على خير، وحصل على شهادته العالية سنة 1941م، ثم حصل من الكلية نفسها على إجازة الدعوة والإرشاد "الماجستير" سنة 1943م⁴، وقد تزوج الغزالي وهو

1- محمد شلتوت: (1310هـ / 1383هـ / 1893م-1863م) عالم مصري وشيخ الجامع الأزهر، نال إجازة العالمية سنة 1918م عين مدرسا بالمعاهد ثم بأقسام التخصص، ثم وكيلا لكلية الشريعة، ثم عضوا في جماعة كبار العلماء ثم شيخا للأزهر سنة 1958، وكان عضو مجمع اللغة العربية سنة 1946م وكان أول حامل للقب الإمام الأكبر، وولد الشيخ محمود شلتوت بمحافظة البحيرة سنة 1893م من أهم مؤلفاته "فقه القرآن والسنة"، "مقارنة المذاهب"، "القرآن والقتال".
أعلام الزركلي، قاموس تراجم لأشهر الرجال والنساء من العرب والمستشرقين، ج4، ص173).

2- مقال بعنوان، «الغزالي فارس الدعوة البليغ»، موقع إسلام أون لاين.

(https://www.google.com.sa/ur)، تاريخ التصفح: 2015/01/10

3-د. جابر العلواني، "شيخنا الغزالي رحمه الله صفحات من حياته"، مجلة المعرفة الإسلامية، لام، لان، ع7، ص9.

4-د. محمد عمارة، الشيخ محمد الغزالي الموقع الفكري والمعارك الفكرية، مرجع سابق، ص23.

طالب في كلية أصول الدين من ابنة رجل صالح من قريته، وأنجب سبعة أبناء، ولدين وخمس فتيات، وكان جدا لعدد كبير من الأحفاد.

يتكلم الشيخ الغزالي عن هذا الزواج السعيد قائلاً: «لقد عشت مع زوجتي ثلاثين سنة كأُسعد زوجين في الدنيا وكافأتها على رضاها بفقرتي، فأسكنتها الغرف وأدقتها الترف، وجعلتها تدوس الحرير والذهب وأنجبت منها سبعة من الأبناء ثم فارقت الدنيا على غير انتظار فبكيته من أعماقي»¹، وقد رثاها قائلاً:

أما والذي أبكي وأضحك والذي أمات وأحيا والذي أمره الأمر
لقد تركتني أحد الطير أن أرى أليفين منها لا يروعهما الذعر²

دخل الشيخ الغزالي مجال الدعوة من بابه الواسع خاصة بعد أن عين إماماً وخطيباً بمسجد «القبة الخضراء» بوسط القاهرة، وكانت هذه هي أول وظيفة حكومية له، ثم عمل مفتشاً لمساجد القاهرة، ونقل بعدها إلى الأزهر فعمل واعظاً، ثم رئيساً لتحرير «مجلة النور» لمدة عامين من 1946م إلى 1947م التي كان يصدرها الأزهر، ثم عاد مرة أخرى لوزارة الأوقاف ليعمل وكيلاً لوزارة الأوقاف لشؤون الدعوة الإسلامية عام 1981م³.

وبسبب ظروف متعددة لعل أهمها وأشدّها تأثيراً الظروف السياسية التي باتت تضيق من جهود الغزالي الدعوية، فقد اضطر الشيخ إلى مغادرة مصر والانتقال إلى الدول الإسلامية التي فتحت له أبوابها ورحبت به داعية وأستاذاً ومرشداً، ففي الفترة من 1968م إلى 1973م أمضى شهر رمضان في دولة الكويت وقطر والسودان والمغرب، ثم سافر إلى المملكة العربية السعودية أستاذاً بجامعة أم القرى بمكة المكرمة، فأمضى بالجامعات السعودية مابين 1974م سنة 1981م. وشارك في ملتقيات الفكر الإسلامي بالجزائر بانتظام سنوياً منذ سنة 1980م، كما عمل في قطر أستاذاً وزائراً مابين 1981م وسنة 1984م⁴.

¹ - محمد الغزالي، مذكرات الشيخ محمد الغزالي قصة حياة. (لاط؛ قسنطينة: دار الرشاد، 2006)، ص 41.

² - المصدر نفسه، ص 41.

³ - د. محمد عمارة، الشيخ محمد الغزالي الموقع الفكري والمعارك الفكرية، مرجع سابق، ص 31.

⁴ - المرجع نفسه، ص 32.

المطلب الثاني: الشيخ محمد الغزالي في الجزائر

مضت سنوات على استقلال الجزائر، وكان أن دعي الشيخ لحضور ملتقيات الفكر الإسلامي التي كانت تتعقد، فكانت له جولات فيما يليق به من كلمات بليغة، وفيما يناقشه من قضايا المسلمين وفي أحد الملتقيات أبرق إليه ابنه بآلا يعود إلى مصر لأن الرئيس السادات سيلقي به في السجن، وكان قد حضر الرئيس - ابن جديد - زائراً ذلك الملتقي في ختام أعماله فأبلغه وزير الشؤون الدينية في ذلك العهد الشيخ عبد الرحمان شيبان¹ بهذا الخبر، فسلم ابن جديد على الشيخ الغزالي وقال له: "الجزائر بلدك، فمرحبا بك داعية إلى الإسلام بيننا"، واستبشر الناس بوجود الشيخ لما عرفوا من علمه ودعوته وفضله خلال ملتقيات الفكر الإسلامي التي كانت تذاق محاضرتها في التلفزة الجزائرية² لمدة سبع سنوات.

بقي الشيخ الغزالي يجاهد في الجزائر إلى درجة أن كثيرا من الجزائريين يعتبرونه الرجل الذي وقف وراء تطوير (جامعة الأمير عبد القادر العلوم الإسلامية) متعاوناً مع رئيس الدولة الطاهر الغيور على دينه الرئيس "الشاذلي بن جديد" جزاه الله عما قدم خير الجزاء، فهو الذي كان يرفع الجامعة رعاية مباشرة.

فالشيخ الغزالي كما يعرف كل الجزائريين هو الذي وسع دائرة الجامعة بعد أن كانت كلية واحدة في قسنطينة، فأصبحت ست كليات موزعة على المدن الجزائرية، وكان ذلك بفضل كياسة الشيخ وحكمته وتواضعه وزهده وتعاونيه مع المشرفين معه على الجامعة، وعلى رأسهم معالي وزير الشؤون الدينية الأسبق الأستاذ "عبد الرحمان شيبان"، ومعالي الأستاذ "بوعلام باقي" وزير الشؤون الدينية الأسبق، والدكتور "عمار طالبي" والأستاذ "عبد الوهاب حمود" مدير الثقافة الإسلامية والملتقيات الإسلامية بالجزائر أيامها ونائب وزير الشؤون

¹ - عبد الرحمان شيبان : ولد عبد الرحمان شيبان في 23 فيفري 1918م في تربة الشرقية دائرة مشدالة ولاية البويرة الجزائر، رئيس جمعية علماء المسلمين سنة 1999م-2011م وكان عضواً في المجلس الإسلامي الأعلى كما عين وزيراً للشؤون الدينية 1980-1986م، ساهم في تأسيس معهد أصول الدين بالعاصمة كما كان له نشاط جمعية العلماء المسلمين، توفي في 12 أوت 2011م عن عمر يناهز 73 سنة، مقال بعنوان "السيرة الذاتية لشيخ عبد الرحمان شيبان، لنوار جدواني، بتاريخ 17 ماي 2007، جريدة البصائر، العدد 775، ص 5 .

² - د. عمار طالبي، "الشيخ الغزالي كما عرفته في الجزائر". مجلة إسلامية المعرفة، مرجع سابق، ص 50.

الدينية بعد ذلك،¹ وقد تولى الشيخ بنفسه تدريس تفسير القرآن الكريم، وقد تم توصية الطلبة بأن يعودوا إلى تفسير العلامة الشيخ - محمد الطاهر بن عاشور-² «التحرير والتنوير» مرحبا بهم فاطلع على كتابه مقاصد الشريعة، ولفت نظره أن ابن عاشور أضاف إلى مقاصد الشريعة مقصد الحرية، وصار في هذه الجامعة موجها وأستاذا ومفتيا يزوره الناس للفتوى في الجامعة وفي بيته.

ومن أهم آماله في الجامعة وخارجها الدعوة إلى الله، وتحليل قضايا المسلمين ونقد ما يعانون من أمراض ومآسي، وأصبح الناس ينتظرون حديثه الأسبوعي الذي يلقيه في التلفزة يوم الإثنين، يستمع إليه جمهور الناس ويفهمونه في مختلف أرجاء البلاد بسهولة عباراته ووضوح فكرته وصدق لهجته وحسن استشهاده بالقرآن الكريم الذي يجري على لسانه بيسر واضح فتفهمه الجماهير بفطرتها، لأنه يخاطبها في أعماقها وينفذ إلى أعماق قلوبها،³ وكانت له أحاديث إذاعية وصحافية، وكان يلتقي بالشباب في المحاضرات وفي بيته بقسنطينة متى سمحت الفرص، حتى وهو مريض.⁴

وبهذا أوصل ما أنقطع من دعوة الإمام ابن باديس والشيخ الإبراهيمي وغيرهما من رجال الدعوة والتجديد الذين دعوا في الجزائر إلى النهضة والوعي، وجاهدوا في الله حق جهاده وظن الناس أن ابن باديس قد بُعث، وأن الإبراهيمي قد عاد نتيجة للإصلاحات المنهجية التي حدثت في الجامعة، وفي تلك الآونة أشاع المشتغلون بالمرويات الواهية وفروع الفقه بلا فهم في أوساط طلاب الجامعة (إن مناهج الجامعة الدراسية المقصود بها مضادة الشريعة ومضايقتها)، وما إن وجد من بين مواد الدراسة مداخل للعلوم البيولوجية والفيزيائية قصد منها أن يكون للطلاب تكوين علمي عام،⁵ وقد عانى شيخنا من عنت الجهلة المتدينين

1- د. عماد الدين خليل، وآخرون، صورة من حياة مجاهد عظيم ودراسة جوانب من فكره، (ط:1؛ القاهرة: دار الصحو، 1993)، ص 19.

2- محمد الطاهر بن عاشور: ولد بتونس 1296هـ-1879م / 1393هـ-1973م عالم وفقه تونسي أسرته من الاندلس ترجع أصولها إلى أشرف المغرب الأدارسة، تعلم بجامع الزيتونة ثم أصبح من كبار أساتذته عين قاضيا مالكيًا سنة 1911 ثم ارتقى إلى رتبة الإفتاء سنة 1932م ثم اختير لمنصب شيخ الاسلام المالكي من أهم آثاره "التحرير والتنوير"، "مقاصد الشريعة الإسلامية"، "أصول الإنشاء والخطابة"، "أعلام الزركلي"، ص 143.

3- د. عمار طالبي، " الشيخ الغزالي كما عرفته في الجزائر ". مجلة إسلامية المعرفة، مرجع سابق، ص 51.

4- د. عماد الدين خليل وآخرون، صورة من حياة مجاهد عظيم ودراسة لجوانب من فكره، مرجع سابق، ص 20.

5- د. عمار طالبي، " الشيخ الغزالي كما عرفته في الجزائر ". مجلة إسلامية المعرفة، مرجع سابق، ص 51.

وأنصاف المتعلمين - وفتيان السوء - كما يسميهم ممن تطاول على الأئمة في الدفاع عن أحاديث لا يفهمون مرماها، وقد تكون من أوهى المرويات وأضعفها.

لذلك نجده عنيفاً في الرد على أمثال هؤلاء الذين لا يتدبرون القرآن، ولا طبيعة الدنيا التي نعيش فيها، فإنه لا فقه مع العجز عن فهم القرآن، وفهم الحياة إذ يختطف أحدهم حكماً من حديث منفرد فيشقي البلاد والعباد،¹ كما لم يسلم الشيخ الغزالي من أن يُتهم بأنه سبب فيما يدور في الجزائر من أحداث وتوترات، فقد اتهمه أحد كبار المسؤولين، وصرح بذلك في القاهرة في جمع من اليساريين ممن تحترف الكتابة والإعلام والثقافة،² وكتب الشيخ الغزالي معبراً عن تألمه لما آلت إليه الأوضاع في الجزائر قائلاً: «وقع ما كنت أحذره فإن الماكين بالجزائر وبالأمة الإسلامية عامة سارعوا إلى إيغار الصدور، ونشر الأكاذيب وتمزيق الصفوف، فإذا مسلحون يظهرون في مواقع مريبة، ويندسون بين الجماهير، يطلقون الرصاص على رجال الأمن، ويوقعون بين الشاذلي بن جديد وشعبه وينشرون دعايات وأكاذيب ما أنزل الله بها من سلطان» ويزعمون أن الرجل خصم للإسلام، وكان الشيخ - رحمه الله - في ذلك الوقت قد أصيب بجلطة دماغية، لما أصابه من وصب³ من اختلاف هذه الجماعات خارج الجامعة وتنازعها.

وحدث أن زارت الشيخ ابنته حرم الأستاذ إحسان عبد القدوس، وشعرت لما فيه أبوها من ضيق وقلق، وما أصابه من جلطة في دماغه فألحّت عليه بالعودة إلى القاهرة، فكتب خطاباً لوزير الشؤون الدينية يعتذر فيه عن الاستمرار، وهكذا غادر الشيخ الجامعة بعد سنوات العمل الدؤوب من سنة 1984م إلى سنة 1989م، وكان ذلك آخر عهد له بهذه الجامعة.⁴

¹ - محمد الغزالي، قصة حياة، مصدر سابق، ص 152.

² - د. عمار طالبي، " الشيخ الغزالي كما عرفته في الجزائر ". مجلة إسلامية المعرفة، مرجع سابق، ص 54.

³ - وصب: تعب، ووجع، وألم.

⁴ - المرجع نفسه، ص 55.

المطلب الثالث: وفاته

عاد الشيخ للإقامة الدائمة بمصر بمنزله بميدان الدكتور سليمان بالقاهرة، وقد كان يقوم في هذه الفترة من عمله الدعوي بأسفار إسهاما في الملتقيات العلمية والفكرية وكان من أواخرها رحلته إلى الأمم المتحدة، حيث خطب في عيدها الخمسين ممثلاً الأزهر الشريف سنة 1996م، وأمضى بين مسلمي أمريكا في تلك الرحلة ثلاثة أسابيع، وبعد أسابيع من عودته سافر إلى المملكة العربية السعودية للمشاركة في المهرجان الوطني للثقافة، حيث لبي نداء ربه، فصعدت روحه إلى بارئها، وذلك يوم الجمعة 17 شوال سنة 1416هـ الموافق 9 مارس سنة 1996م، ليدفن بالبقيع في المدينة المنورة عاصمة النبوة على ساكنها أفضل الصلاة والسلام¹.

لقد عاش الشيخ بشعور يغمره ويملاً فؤاده ووجدانه، بكونه حارساً من حراس هذا الدين، ولا ينبغي أن يؤتي الدين من قبله، كما عاش مؤمناً بأن الله أخذ على حملة الوحي أن يعلنوا به ويكشفوا للناس حقائقه مؤكداً عليهم ذلك في² قوله تعالى: ﴿لَتَبَيَّنَنَّ لِلنَّاسِ وَلَا تَكْتُمُونَهُ﴾ [آل عمران: ١٨٧].

المطلب الرابع: تكريمه وآثاره المكتوبة والشفوية

أولاً: تكريمه

حضي الغزالي بالتكريم والتقدير من طرف عدة دول ومؤسسات فكرية وعلمية، وقدمت له العديد من الأوسمة والجوائز تقديراً للجهود الدعوية الكبيرة وعرفاناً بخدمته المتواصلة لقضايا الأمة والمسلمين في أرجاء المعمورة، ومن بين أهم هذه الأوسمة والجوائز مثلاً لا حصر.

- 1- حصل على وسام الأثير، وهو أعلى وسام بالجزائر - سنة 1988م.
- 2- جائزة الملك فيصل العالمية - لخدمة الإسلام - سنة 1989م .
- 3- جائزة الامتياز - من باكستان - سنة 1991م .
- 4- جائزة علي وعثمان حافظ - لمفكر العالم - سنة 1991م³.

ثانياً: مؤلفاته

¹ - د. محمد عمارة، الشيخ الغزالي الموقع الفكري والمعارك الفكرية، مصدر سابق، ص 40.

² - د. يوسف القرضاوي، "نظرات في تراث الشيخ محمد الغزالي" المعرفة الإسلامية، مرجع سابق، ص 48.

³ - د. محمد عمارة، الشيخ الغزالي الموقع الفكري والمعارك الفكرية، مصدر سابق، ص 39-40.

أما كتب الغزالي؛ فإن الحديث عنها حديث عن المكتبة الغزالية التي تفوق الخمسين كتاباً، وكل كتاب منها يمثل صموداً فكرياً، ومقاومة إسلامية للهجمات التي تعرض لها الإسلام في القرن العشرين و"كل كتاب منها يمثل صموداً فكرياً، ومقاومة إسلامية للهجمات التي تعرض لها الإسلام في القرن العشرين... قرن الاستقلال السياسي، والانهازم الفكري"، وخير دليل على ذلك عناوينها التي توحى ببعض ما تنطوي عليه من الصمود، والمقاومة، وهذه محاولة لحصر مؤلفات الشيخ وهو فيما نعتقد حصر كامل، وقائمة الكتب هي:

أ- الآثار المكتوبة:

- 1- الحياة الأولى، ديوان شعر.
- 2- الإسلام والأوضاع الاقتصادية.
- 3- الإسلام والمناهج الاشتراكية.
- 4- الإسلام المفترى عليه بين الشيوعيين والرأسماليين.
- 5- الإسلام والاستبداد السياسي.
- 6- من هنا نعلم.
- 7- تأملات في الدين والحياة.
- 8- عقيدة المسلم.
- 9- خلق المسلم.
- 10- التعصب والتسامح بين المسيحية، والإسلام - دحض شبهات، ورد مفتريات -
- 11- فقه السيرة.
- 12- في موكب الدعوة.
- 13- ظلام من الغرب.
- 14- جدّد حياتك.
- 15- ليس من الإسلام.
- 16- من معالم الحق في كفاحنا الإسلامي الحديث.
- 17- كيف نفهم الإسلام.
- 18- الاستعمار أحقاد وأطماع.
- 19- نظرات في القرآن.

- 20- مع الله ... دراسات في الدعوة والدعاة.
- 21- معركة المصحف في العالم الإسلامي.
- 22- كفاح دين.
- 23- الإسلام والطاقت المعطلة.
- 24- حقوق الإنسان بين تعاليم الإسلام وإعلان الأمم المتحدة.
- 25- هذا ديننا.
- 26- الخديعة... حقيقة القومية العربية وأسطورة البعث العربي.
- 27- الجانب العاطفي من الإسلام.
- 28- دفاع عن العقيدة والشرعية ضد مطاعن المستشرقين.
- 29- ركائز الإيمان بين العقل والقلب.
- 30- حصاد الغرور.¹
- 31- الإسلام في وجه الزحف الأحمر.
- 32- قذائف الحق.
- 33- الدعوة الإسلامية تستقبل قرنها الخامس عشر.
- 34- فن الذكر والدعاء عند خاتم الأنبياء.
- 35- دستور الوحدة الثقافية بين المسلمين.
- 36- واقع العالم الإسلامي في مطلع القرن الخامس عشر.
- 37- مشكلات في طريق الحياة الإسلامية.
- 38- هموم داعية.
- 39- مائة سؤال سنة عن الإسلام.
- 40- علل وأدوية.
- 41- مستقبل الإسلام خارج أرضه... كيف نفكر فيه؟
- 42- الغزو الثقافي يمتد في فراغنا.
- 43- سر تأخر العرب والمسلمين.
- 44- الحق المر.

¹ - د. عماد الدين خليل، صورة من حياة مجاهد عظيم ودراسة لجوانب من فكره، مرجع سابق، ص 23-24.

- 45- قصة حياة.
- 46- الطريق من هنا.
- 47- جهاد الدعوة بين عجز الداخل وكيد الخارج.
- 48- نماذج من التفسير الموضوعي لسور القرآن الكريم.
- 49- خطب الشيخ الغزالي في شؤون الدين والحياة.
- 50- محاضرات الشيخ الغزالي في شؤون الفرد المجتمع
- 51- السنة النبوية بين أهل الفقه وأهل الحديث (جلب عليه متاعب كبيرة)
- 52- المحاور الخمسة في القرآن الكريم
- 53- كيف نتعامل مع القرآن الكريم؟
- 54- صيحة تحذير من دعاة التصيير
- 55- أزمة الشورى في المجتمعات العربية والإسلامية .
- 56- قضايا المرأة بين التقاليد الراكدة والوافدة
- 57- تراثنا الفكري في ميزان الشرع والعقل.
- 58- نحو تفسير موضوعي لسور القرآن الكريم.
- 59- من كنوز السنة¹.
- ب- الآثار الشفوية: وقد ترك لنا الشيخ الغزالي رصيذاً معتبراً يندرج ضمن قائمة الآثار الشفوية التي لا تقل أهمية عن الآثار المكتوبة ومن بينها مجموعة من المحاضرات والأحاديث الإذاعية والتلفازية التي ألقاها على امتداد العالم الإسلامي مثل:
 1. محاضرات مسجلة في ملتقيات الفكر الإسلامي بالجزائر.
 2. برامج تلفازية وإذاعية في شرح الأحاديث النبوية و تفسير القرآن الكريم.
 3. مناظرة مع فرج فودة .
 4. برنامج جدد حياتك الذي كان له صدى كبير لدى الجماهير والذي استقى فكرته من كتاب دع القلق وأبدأ الحياة لدليل كارنيجي.

¹ - د. عماد الدين خليل، صورة من حياة مجاهد عظيم ودراسة لجوانب من فكره، مرجع سابق، ص25.

5. برنامج حديث الإثنين الذي كان له الأثر البالغ والصدى الإيجابي لدى الجماهير الجزائرية والذي نخصه بالدراسة¹.

¹ - من مواقع الأنترنت.

المبحث الثاني: بيئة الشيخ محمد الغزالي

إن الإنسان ابن بيئته ويتفاعل فيها ويكون نتاجا لها فاعلا قيها منفعلا معها، وتعتبر البيئة إحدى أهم وأقوى المؤثرات في حياة الإنسان بما يترسخ في ذهنه من تصورات، والبيئة على اختلاف أنماطها وجوانبها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية كانت من أهم المؤثرات على اهتمامات الغزالي، وتوجهاته الفكرية المختلفة.

المطلب الأول: البيئة السياسية

لم تكن الأوضاع السياسية في مصر كأى بلد آخر - خاصة بلدان العالم - الذي يعرف بالنامي، فإن نظرية الضغوط تؤكد وجود علاقة وثيقة بين الاختلافات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وبين ظهور وتنوع الأيديولوجيات، وهذه الحالة بالذات قد لازمت الإحساس المصري منذ الحملة الفرنسية والاحتلال البريطاني مرورا بالثورة العربية التي مثلت انعكاساً لتلك الأحاسيس في صورة عمل ثوري احتجاجي مرتكز على عمق شعبي ومبررات موضوعية ومنطقية، غير أنه يمكن اعتبار ثورة 1919م الترجمة الأكثر تبلورا والأعمق تغيراً¹، وقد كانت نتيجة خاصة للتحويلات التي حدثت في المجال السياسي.

كان المستعمر يمد نفوذه في كل مجال، ولم يكن للخديوي أو للحكومة مع ممثل - بريطانيا - أي نفوذ، لهذا انكمش نفوذ المستعمر بتصريح 28 فبراير، وزاد انكماشاً بمعاهدة 1936م ظهر صراع مرير بين القصر ومعاونيه من جانب، وبين السلطة الشعبية ممثلة في حزب الوفد من جانب آخر، وكان القصر يريد أن يرث النفوذ الأجنبي، ورأى ممثلو الشعب أنهم أصحاب الحق في السلطة، ووجد الملك كثيرين من أعوان السوء يؤيدونه في موقفه الظالم، واتخذ الجيش جانب الملك فرجحت كفته، وكانت فترة 1922م إلى قيام الثورة يوليو سنة 1952م مسرحاً في غالب الأحيان لأحزاب الأقليات، ولم يتولّ حزب الأغلبية الحكم إلا فترات قصيرة، وكان أكثرها دون رغبة من الملك على أن حزب الأغلبية كانت لديه دائماً دراسات كاملة عن حالة مصر واحتجاجاتها في الشؤون المختلفة، ولذلك كان عندما تسند له الأمور يسرع بإصلاحات كبيرة في المجالات المختلفة، ومثل هذه الإصلاحات كانت تشمل التوسع في التعليم، وتقرير مجانيته في أكثر مراحلها وصدور قانون الشركات، خفض

¹ - د. محمد مفلح، الدين والسياسة في خطاب محمد الغزالي، (ط:3؛ الجزائر: دار الخلدونية، 2012م)، ص17.

الضريبة على صغار الملاك، ووضع مشروع المجمعات الصحية وإصدار قانوني عقد العمل الفردي ونقابات العمال.

ولقد بقيت حكومة الوفد هذه في الحكم حوالي سنتين، قامت خلالها بأجل الأعمال وأبرزها:

1- نشر الحريات العامة واحترامها إلى أقصى حد.

2- العدالة الاجتماعية :

- نزلت قيمة الضريبة إلى نسبة مئوية كبيرة .

- مجانية التعليم .

- عمل المشروع لتعميم مياه الشرب.

- مكافحة الغلاء وتحمل فروق الأسعار.

3- الإصلاحات على الجبهة الوطنية :

- إصدار تشريع بمعاقبة كل عامل يعمل في القاعدة البريطانية .

- منع السكك الحديدية من نقل حاجات الجيش البريطاني

- تشجيع حركة الفدائيين لإصطياد البريطانيين

وفي ظل هذه الأوضاع ظهر الصراع السياسي بين القصر الملكي والأحزاب التي يؤيده من جهة وحزب الوفد من جهة أخرى.

ظهر تيار آخر لم يكثرث به المسؤولون أول مرة، هو تيار الإخوان المسلمين وقد تضاعف تأثيره خلال بضع سنين لسببين :

1. الطبيعة الدينية للشعب المصري.

2. عبقرية حسن البنا¹.

كانت بداية العمل السياسي الذي انظم إليه "الغزالي" كانت عند انتسابه سنة 1938م إلى جماعة الإخوان المسلمين التي كانت تؤمن بأن العمل السياسي جزء لا يتجزأ من العمل الإسلامي .

لقد شارك الغزالي في جميع القضايا السياسية التي كانت مطروحة آنذاك على الساحة المصرية سواء عندما كان عضوا في جماعة الإخوان المسلمين أم بعد انفصاله عنها، وقد

¹ - مجلة إسلامية، "قصة حياة"، مقتطفات من مذكرات الغزالي"، مرجع سابق، ص 168.

إتخذ لذلك منابر عدة تنوعت حسب الظروف، من خطب مسجدية إلى مقالات صحفية¹.
وبنماء جماعة الإخوان إرتقت الخطابة الدينية في مصر، وفي أقطار أخرى، وتحولت
الكلمات الميته التي كانت تسمع من المنابر إلى كلمات تهتز بالحياة والحماس، ويدرس فيها
رغبة الإسلام في استعادة أمجاده واستئناف سيره.

وفي هذه الآونة أنشئت فرق العمل أو ما يسمى بالنظام الخاص، وأساس تكوينه مواجهة
الوضع في فلسطين، بعد عريضة العصابات اليهودية فيها وإتمام تحرير مصر بالسلاح إذا لم
يخرج الإنكليز طوعا.

وهناك أناس تمردوا على الدين كله وعقائده وشرائعه وساروا وراء ملاحدة الشرق والغرب،²
وفي تلك الفترة كانت العلاقة بين الوفد والإخوان حسنة يقول الغزالي: "أما الإخوان فقد كان
همزة الوصل بينهم وبين الوفد الأستاذ أحمد البكري وكيل الجماعة على حين كان هناك رجل
آخر يؤثر أن تقام الحروب بين الإخوان من ناحية والقصر وأحزابه من ناحية أخرى، هو
الأستاذ منير الدلة - رحمه الله - وقد رأى الإخوان فضل الأستاذ البكري، ولحقت بعد ذلك
الحرب بين الفريقين.

وكننت أشعر بأن الأحزاب المصرية، صحيحها وسقيمها، لا تعرف الأصول الاجتماعية
للإسلام ولا الطريقة المثلى لمداواة عللنا وعلل الحضارة التي تغزونا³.

ويذكر الغزالي أن السنوات الأربعة التي تلت الانقلاب العسكري الناصري، كانت من
أعمق السنوات أثرا في التاريخ المصري، فقد استطاع الإخوان في القدر المتاح من الحريات
الدستورية، أن يجمعوا شملهم، ويتمو كيانهم، ويؤكّدوا بقاءهم، هذه هي الناحية السياسية في
عهد الغزالي على وجه العموم⁴.

¹ - د. محمد مفلح، الدين والسياسة في خطاب محمد الغزالي، مرجع سابق، ص 20.

² - د. خالد حباسي، الفكر السياسي عند الشيخ محمد الغزالي، مرجع سابق، ص 34.

³ - محمد الغزالي، قصة حياة، مصدر سابق، ص 45.

⁴ - د. خالد حباسي، الفكر السياسي عند الشيخ محمد الغزالي، مرجع سابق، ص 35.

المطلب الثاني: بيئته الاجتماعية والاقتصادية:

عند قيام ثورة 23 يوليو 1952م التي حاولت تحسين الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية عن طريق تصفية الإقطاع وإعادة توزيع الأراضي الزراعية وتكريس مبادئ العدالة الاجتماعية وتكافؤ الفرص، غير أن تلك الآمال لم تدم طويلا بسبب صراع القوى واختلال الموازين الدولية التي تؤدي باستمرار إلى تغيير توجهات الأنظمة وبرامج الثورات ولهذا الأسباب وغيرها استمر تدهور الأوضاع¹.

لقد ترسخ في وعي الناس بعد انتشار الشيوعية أن الاهتمام بالجوانب الاقتصادية والاجتماعية في العملية الإصلاحية التغييرية، هو من الخصائص التي تنفرد بها الشيوعية دون غيرها لذا حرص الغزالي على تصحيح هذا الفهم المغلوط والتأكيد على إسلامية هذا المنهج في إصلاح أحوال الفرد والمجتمع، فيقول رحمه الله- "يتوهم ذوو الآفاق المغلقة أن إدخال العوامل الاقتصادية في الرذائل والفضائل جنوح إلى التفكير الشيوعي القائم على النظرة المادية المحضة للحياة، واستهانة بالقوى الروحية السامية التي يجب التعويل عليها في عصمة الإنسان من السقوط في مهاوي الإثم والعصيان، وهذا التوهم خاطئ"².

هذا يعني أن السياسات التي أدت إلى استعمال أغلب الرأسماليين قد تسببت هي نفسها وغيرها من السياسات في وجود مجموعة أخرى من ذوي المداخل المرتفعة بحيث أن حجم المجموعة الجديدة يعادل تقريبا حجم الطبقة التي كانت موجودة في الخمسينات أما الفقراء والبسطاء من الفلاحين وصغار الملاك فلم تتغير أوضاعهم كثيرا، برغم الدعاية الناصرية التي تزعم أن فترة (1961 و 1967م) شهدت تحقيق العدالة الاجتماعية الحقيقية³.

ولقد حقق عصر ما قبل 23 يوليو في الاقتصاد جملة من الانجازات مثل: معالجة الديون المصرية التي كانت تسمى الدين العام، وقد كانت هذه الانجازات على صعيدين :
الصعيد الأول: الدين نفسه.

الصعيد الثاني: الإدارة: وهي التي كانت تسمى صندوق الدين.

¹ - إبراهيم النوري، الشيخ محمد الغزالي مفكرا وداعيا، (رسالة ماجستير في الدعوة والإعلام)، غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 1998/1999، ص12.

² - السعيد تازولة، الفكر السياسي عند الشيخ محمد الغزالي، (رسالة ماجستير في فقه وأصول)، غير منشور، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2002/2003، ص48.

³ - المرجع نفسه، ص49.

ولقد استطاعت حكومة الوفد في الفترات القصيرة أن تقضي على هاتين المشكلتين ومن أبرز مزايا هذا العصر إصدار قانوني عقد العمل الفردي ونقابات العمال¹.

المطلب الثالث: بيئته الثقافية:

يمكن القول أن اللغة العربية قبل ثورة 1919م كانت شبه غريبة بين المثقفين في مصر، فقد حاربها الاستعمار وقلل من مستوى مدرسيها، فاضمحلّت وضعفت، وفي الوقت نفسه بذل جهودا كبيرة لخدمة لغته، فكانت اللغة الانجليزية هي لغة الثقافة، وتدرس بها العلوم بالمدارس والمعاهد المصرية، وبجانب اللغة الانجليزية كانت الفرنسية لغة الحديث في كثير من البيوت والمحافل،² ثم خطت حكومة الوفد خطوات مهمة فقد حضي الأزهر بعناية بفضل صدور قانون إصلاحه سنة 1930م، الذي بمقتضاه أصبح الأزهر معاهد وكليات، فأدخلت إصلاحات كبيرة في مناهجه الشيء الذي مكنه من القيام بدوره في مجال الدراسات الإسلامية واللغة العربية، وكان الغزالي في هذه الفترة طالبا بالأزهر أين لمس ثمرة هذه الإصلاحات في الدراسة والمناهج قائلا: "هي دراسة حسنة لا يجوز وصفها بأنها دينية خالصة، فإن العلوم المدنية كانت لها أنصبة محترمة والمنهج الذي ارتبطنا به كان من وضع الشيخ مصطفى المراغي³ وهو من مدرسة محمد عبده الإصلاحية واعتقد أن هذه الفترة من أكثر فترات التألق العلمي في الأزهر"⁴.

وقد كان الغزالي راضيا عن المناهج التي قدمت بها المواد وهي كافية لتكوين مدرس ناجح وداعية موفق لكن الذكرى السيئة التي كان يذكرها كلما سمحت له الفرصة كانت تخص علاقة الطلبة بأساتذة الكلية إذ كانت علاقة جفاء وقد تحدث عنه في أحدا السياقات

¹ - د. خالد حباسي، الفكر السياسي عند الشيخ محمد الغزالي، مرجع سابق، ص 39.

² - المرجع نفسه، ص 40.

³ - مصطفى المراغي: مفكر مصري تخرج بدار العلوم، كان مدرسا للشرعية بها تولّى نظارة بعض المدارس الثانوية، ثم عين أستاذا للعربية والشرعية الإسلامية، توفي بالقاهرة سنة 1952م، من أهم مؤلفاته: الحسبة في الإسلام، الوجيز في أصول الفقه، تفسير المراغي وغيرها. انظر: أعلام الزركلي، ج 1، ص 158.

⁴ - سهيلة مازة، الجانب العقدي والفكري عند محمد الغزالي، (رسالة ماجستير في العقيدة)، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2011-2012، ص 17.

قائلا: "لاحظنا آسفين أنه مستقبلنا في مهب الرياح، وأن الذين يدرسونا لا يكثرثون لمصيرنا وأحسنا انه ليس لنا آباء يحنون علينا أو يهتمون بقضايانا"¹.

كانت هذه المرحلة هي المرحلة التي تمدرس فيها الغزالي بالأزهر، والتي كانت مع ما قضاه في معهد الإسكندرية من أغلى أيام العمر، أما بعد تلك الفترة فالأزهر صار يحتاج إلى تجديد ثقافي وروحاني يقوم به رجال من أولي العزم، وقد كان القانون الصادر سنة 1961م المعروف بقانون تدمير الأزهر خطة محكمة لتخريب الأزهر وصرف الناس عن التعليم الديني كله ولقد شهدت العقود التي تلت ثورة 1919م نهضة صحفية كبرى حيث كانت الصحافة مستقلة أحيانا وتابعة للأحزاب أحيانا أخرى.

ويمكن القول إن الصحافة قبل ثورة 23 يوليو أعظم بكثير من مكانتها بعد الثورة، سواء من ناحية العدد أو الحرية أو روعة التحرير أو الأداء، ومن جملة هذه الصحف الأخبار، البلاغ المصري، الوفد المصري، الأهرام المقطم، إضافة إلى العديد من المجلات الثقافية²

¹ - د. محمد مفلح، الدين والسياسة في خطاب محمد الغزالي، مرجع سابق، 16-17.

² - د. خالد حباسي، الفكر السياسي عند الشيخ محمد الغزالي، مرجع سابق، ص 36-37.

الفصل الثالث

مهارات الاتصال الإقناعي

المبحث الأول: مفهوم الاتصال

المطلب الأول: تعريف الاتصال

المطلب الثاني: عناصر عملية الاتصال

المطلب الثالث: أنواع الاتصال

المبحث الثاني: مفهوم المهارة وأنواعها

المطلب الأول: مفهوم المهارة

المطلب الثاني: مهارة الاتصال وعلاقتها بوسائل الإعلام

المبحث الثالث: مفهوم الإقناع وأساليبه وخصائصه

المطلب الأول: مفهوم الإقناع

المطلب الثاني: أساليب الإقناع

المطلب الثالث: خصائص الإقناع وآلياته وعوائقه

المبحث الأول: مفهوم الاتصال

المطلب الأول: تعريف الاتصال

الاتصال "communication" شيء نقوم به في مكان وزمان نلتقي به بأشخاص، أو نريد أن نوصل معلومة أو فكرة أو أمراً إليهم، إنه من أكثر الأنشطة التي يقوم بها الإنسان في حياته، ويحدث الاتصال بين الصغار والكبار والأصدقاء والأعداء والرجال والنساء مع بعضهم البعض ومع غيرهم من البشر.

ويعد الاتصال إحدى السمات الإنسانية المتميزة، سواء أكان ذلك في شكل كلمات أم صور أو موسيقى أو أي شكل من أشكال التعبير، ومن الصعب أن نتخيل وجود المجتمع بدون وسائل الاتصال، ويعتبر مصطلح الاتصال المصطلح الرئيسي الذي يمثل النشاط الأساسي الذي تندرج تحته كافة أوجه النشاط الإعلامي والدعائي والإعلاني، فهو العملية الرئيسية التي يمكن أن تنطوي بداخلها على عمليات فرعية أو أوجه نشاط متنوعة قد تختلف في أهدافها ولكنها تتفق جميعاً فيما بينها في أنها عمليات الاتصال بال جماهير.

أولاً: الاتصال لغة:

- يصل وصلاً وصِلَةً وصالاً: الشيء بالشيء لأمه أي ربطه به.
- واصل وصلاً مواصلة: الشيء وفي الشيء لأمه وجمعه من غير انقطاع، اتصل بالشيء التأم به واليه بلغ وانتهى.
- اتصال النيرين: يطلق على اقتران الشمس والقمر واستقبالهما.¹
- الوصلة بالضم: الاتصال وكل ما اتصل بشيء فيما بينهما.
- الواصلة: المرأة تصل شعرها بشعر غيرها والمستوصلة الطالبة لذلك،² وفي التنزيل العزيز: ﴿إِلَّا الَّذِينَ يَصِلُونَ إِلَى قَوْمٍ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ مِثْقَلُ ذَرَّةٍ مِّنَ النِّسَاءِ﴾ [النساء: 90]، أي يتصلون: المعنى اقتلوهم ولا تتخذوا منهم أولياء إلا من اتصل بقوم بينكم وبينهم ميثاق واعتزوا إليهم.

- وجاء في التنزيل العزيز: ﴿وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ﴾ [القصص: 51]، أي وصلنا لهم ذكر الأنبياء وأقاصيص من مضى بعضها ببعض لعلهم يعتبرون.

¹ - المنجد في اللغة، (ط: 29؛ بيروت: دار المشرق، د.ت)، ص 903-904.

² - الفيروز آبادي، مجد الدين محمد بن يعقوب، القاموس المحيط، ج4، (ط: 1؛ بيروت: دار الجبل، 1952-1371م)، ص 66.

ثانياً: اصطلاحاً:

يرجع أصل كلمة اتصال "communication" إلى الكلمة اللاتينية "communis" ومعناها "common" أي مشترك عام؛ أو شائع أو يذيع عن طريق المشاركة، فنحن عندما نتصل نعمل على إقامة مشاركة مع طرف آخر في المعلومات والأفكار والاتجاهات.¹ ومن جملة الأمثلة على الاتصال الحديث البيع والشراء والتعليم والمحاضرة والندوة والقراءة ومشاهدة التلفاز والاستماع للمذيع... إلخ.²

1- **الاتصال بمفهومه العام للعلم:** هو «انتقال المعلومات والحقائق والأفكار والمشاعر أيضاً، والاتصال هو نشاط إنساني حيوي وإن الحاجة إليه في ازدياد مستمر».³

2- **تعريف ريتشاردز "1928":** يرى أن الاتصال يحدث حين يؤثر عقل في عقل آخر فتحدث في عقل المتلقي خبرة متشابهة لتلك التي حدثت في عقل المرسل ونتجت جزئياً عنها.⁴

3- **تعريف كولمان ومارش "1955":** يرى كولمان ومارش أن الاتصال عملية مكونة من خمسة عناصر (الشخص، المرسل، مضمون الرسالة، الوسيلة، المستقبل، استجابة الأخيرة).

4- **تعريف الجمعية القومية لدراسة الاتصال:** تعرفه على أنه تبادل مشترك للحقائق أو الأفكار أو الأحاسيس أو الآراء مما يتطلب عرضاً أو استقبالا يؤدي إلى التفاهم المشترك بين كافة العناصر بغض النظر عن وجود أو عدم وجود انسجام ضمني.

5- **تعريف فليبو "1980":** يعرف فليبو الاتصال بأنه تصرف إقناعي يحدث الآخرين على تغيير الأفكار بالطريقة المقصودة لدى المتحدث أو الكاتب.⁵

6- **تعريف علماء التربية:** يعرف علماء التربية الاتصال بأنه عملية يمكن بواسطتها نقل الأفكار والتغيير الذي يحدث في مكان معين إلى مكان آخر، ويؤكد "مارشال ماكلوهان"⁶ أن

¹ - د.حسن عماد مكاوي، عاطف إبراهيم، نظريات الاتصال، (ط:1؛ لا.م، لا.ن، 2007م)، ص7.

² - د.يوسف بن عبد الله بن محمد الشحي، مهارات الاتصال التربوي الإسلامي في الأسرة والمدرسة. (ط:1؛ الأردن: عالم الكتب، 2011م)، ص28.

³ - د.حسن عماد مكاوي، عاطف إبراهيم، نظريات الاتصال، مرجع سابق سابق، ص148.

⁴ - د.منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، (لا.ط؛ الإسكندرية: لا.ن، 2002/2001)، ص10.

⁵ - د.حسن عماد مكاوي، عاطف إبراهيم، نظريات الاتصال، مرجع سابق، صص6،5.

⁶ - مارشال ماكلوهان 1911-1980م، أستاذ وكاتب كندي أحدث نظرياته في وسائل الاتصال الجماهيري جدلاً كبيراً، فهو يرى أن أجهزة الاتصال خاصة التلفاز الإلكترونية تسبب على حياة الشعوب، وتؤثر على أفكارها ومؤسساتها.

قدرة الإنسان محدودة في معرفة المعلومات التي يتلقاها خلال عملية الاتصال، فهو يحيط بقدر محدد متفرق من هذه المعلومات ثم يقوم بصياغتها بطريقة خاصة لكي توضح له الصورة أو الفكرة أو الموضوع.

7- ويعرف الاتصال في مجال الإعلام بأنه بث رسائل واقعية أو خيالية تتصل بموضوعات معينة على أعداد كبيرة من الناس مختلفين فيما بينهم في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية يوجدون في مناطق متفرقة¹.

8- يعرف إبراهيم إمام: الاتصال بأنه حمل العملية الاجتماعية ونقل أشكالها ومعانيها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتعليم.

9- عرفه فتحي عبد رسول: بأنه عملية نقل المعلومات والتعليمات والأوامر والقرارات من الإدارة العليا إلى مستوى التنفيذ والعكس أو من مجموعة إلى أخرى سواء بالطريقة اللفظية أو الشفهية أو الكتابية وذلك بهدف إحداث تأثير في سلوك الفرد.

ينظر البعض إلى الاتصال كاستجابة، ومنهم ستيفنس "s.stevens" الذي يعرف الاتصال بأنه استجابة الكائن الحي المميز إزاء محرض وكذلك وكرونكيت "corycrakhite" الذي يقول بأن الاتصال بين البشر يتم عندما يستجيب الإنسان لرمز ما².

10- عرفته سعاد جبر: بأنه عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات عن طريق عمليات إرسال وبث للمعنى، وتوجيه وتسيير له، ثم استقباله بكفاءة معينة لخلق استجابة معينة في وسط اجتماعي معين³.

إن كل تعريف من هذه التعاريف له مزاياه، باعتبار أنه يقدم معاني إضافية تزيد من فهم ظاهرة الاتصال، ويعكس وجهة نظر عدد من الباحثين والمتخصصين الذين درسوا الاتصال رغم اختلاف تخصصاتهم، ويمكن تعريف الاتصال بأنه نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من طرف إلى آخر من خلال عملية ديناميكية⁴ دائرية يتفاعل خلال أو مجموعة أو أكثر، أو نظم اجتماعية مع بعضها البعض، بغرض تبادل المعلومات والأفكار والآراء المختلفة، وتتم في وسط اجتماعي يساعد على المشاركة في المعلومات

¹ - د. منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، مرجع سابق، ص 21-22.

² - د. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (ط: 1؛ القاهرة: دار العلمية الهرم، 2003)، ص 53.

³ - د. يوسف بن عبد الله بن محمد الشحي، مهارات الاتصال التربوي الإسلامي في الأسرة والمدرسة، مرجع سابق، ص 29.

⁴ - د. نصير بوعلي، الإعلام والبعد الحضاري في الدراسات الإعلام والقيم، (ط: 1؛ لا.م: دار الفجر، 2007م)، ص 15.

والانفعالات والصور الذهنية، وهذه العملية لها أهداف معينة وردود فعل حالية أو مستقبلية¹.
ثالثاً: تعريف الاتصال الدعوي: هو أداة لبلوغ هدفها ويتميز عن الاتصال غير الدعوي بأنه اتصال ذو مبادئ مستمدة من الدين الإسلامي،² ومن معاني الاتصال التي يمكن استنباطها من الكتاب والسنة ما يلي:

أ- **الدعوة:** وكلمة الدعوة من الألفاظ المشتركة التي تطلق إسمها يراد بها الدين، أي حقائق الإسلام وأركانه وأحكامه قال تعالى: ﴿لَهُ دَعْوَةُ الْحَقِّ وَالَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِهِ لَا يَسْتَجِيبُونَ لَهُمْ بِشَيْءٍ إِلَّا كَبْسِطٍ كَثِيرٍ إِلَى الْمَاءِ لِيَبْلُغَ فَاهُ وَمَا هُوَ بِبَالِغِهِ وَمَا دُعَاءُ الْكَافِرِينَ إِلَّا فِي ضَلَالٍ ۝١٤﴾ [الرعد: ١٤]، أي دعوة التوحيد.

- كما أنها تطلق مصدراً يراد بها النداء والنشر والتبليغ، وسياق إيرادها هو الذي يحدد المعنى المطلوب، والذي يهمننا هنا هو الدعوة بمعنى النشر والتبليغ³.

والدعوة بهذا المعنى مرادفة لمفهوم الاتصال، تمثلت دعوة الأنبياء والمرسلين اتصالاً بينهم وبين الله تعالى من خلال استقبال رسالة الله تعالى وتوصيلها إلى الناس لإخراجهم من الظلمات إلى النور، ثم قيام الأنبياء والرسل بالاتصال بأقوامهم، لتبليغهم الرسالة فالرسول مرسل من الله تعالى، ومرسل للناس وهم المستقبلون للدعوة⁴.

فهي جهد فني وعلمي مدروس ومخطط ومستمر وهادف من قبل القائم بالاتصال، هيئة أو جماعة أفراد لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي تناولها وسيهدف الاتصال بالجمهور العام بكافة إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة وبطريق الإعلام والإقناع، وذلك بغية تكوين رأي صائب يعي الحقائق الدينية ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته⁵.

ب- **التبليغ والتوصيل:** وهي صفة من صفات الرسل حيث قاموا بتبليغ رسالته إليهم وتوصيل كلامه وجميع أحكامه وشرائعه للناس ومن ذلك قوله تعالى لرسول الله محمد صلى

¹ - د. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مرجع سابق، ص 32.

² - د. نصير بوعلي، الإعلام والبعد الحضاري في الدراسات الإعلام والقيم، مرجع سابق، ص 22.

³ - د. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، المبادئ، النظرية، التطبيق، (ط: 1؛ القاهرة: دار الفجر، 2002م)، ص 107.

⁴ - د. يوسف بن عبد الله بن محمد الشحي، مهارات الاتصال التربوي الإسلامي في الأسرة، مرجع سابق، ص 22.

⁵ - د. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 115.

الله عليه وسلم: ﴿يَأْتِيهَا الرُّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ﴾ [المائدة: ٦٧].

ج- الأنبياء: جاء في لسان العرب النبا الخبر، وجمع أنباء وإن فلان نبأ أي خبر¹.
ونعتبر الأنبياء اتصالاً، وقد أخبر الأنبياء أقوامهم بما أمرهم الله به، مما يجب عليهم اتجاه خالقهم من عبادة وحمد وشكر، وأخبروهم عن جزاء المؤمنين، وعقاب الكافرين لقوله تعالى: ﴿قُلْ هَلْ أُنَبِّئُكُمْ بِشَرٍّ مِّنْ ذَلِكَ مَثُوبَةً عِنْدَ اللَّهِ مَنْ لَعَنَهُ اللَّهُ وَعَصَىٰ عَلَيْهِ وَجَعَلَ مِنْهُمْ أَفْرَدَةً وَالْخُنَازِيرَ وَعَبَدَ الطَّاغُوتِ أُولَٰئِكَ شَرٌّ مَّكَانًا وَأَضَلُّ عَن سَوَاءِ السَّبِيلِ﴾ [المائدة: ٦٠].

د- المخاطبة: خطاب الرسل لأقوامهم يعد اتصالاً ومنه خطاب ابراهيم عليه - الصلاة وسلام - لقومه حينما دعاهم إلى الله تعالى، وأراد إثبات الحجة العقلية بأن الشمس والقمر والنجوم لا يمكن أن يكونوا آلهة. ﴿فَلَمَّا رَأَى السَّمْسُ بَارِغَةً قَالَ هَٰذَا رَبِّي هَٰذَا أَكْبَرُ فَلَمَّا أَفَلَتْ قَالَ يَنْفَوِّمُ إِنِّي بَرِيءٌ مِّمَّا تُشْرِكُونَ﴾ [الأنعام: ٧٨].

هـ- النصيحة: رسالة موجهة من المرسل إلى المستقبل، بهدف تعديل سلوكه وأفكاره، وكان الأنبياء - عليهم السلام - ينصحون أقوامهم بالإيمان بالله تعالى وحذروهم من مخالفة أوامره - عز وجل -، وعن تميم الداري - رضي الله عنه - قال أن النبي ﷺ قال: «الدِّينُ النصيحة قُنَّا لِمَنْ؟ قَالَ: لِلَّهِ وَلِكِتَابِهِ وَلِرَسُولِهِ وَلِأَئِمَّةِ الْمُسْلِمِينَ وَعَامَتِهِمْ»².

و- الحوار: هو مناقشة بين طرفين أو أطراف، يقصد بها تصحيح الكلام وإظهار الحجة وإثبات الحق، وبالحوار يدعى إلى الإسلام، ويرد على الشبهات ويتم تبادل العلوم النافعة، ويتعاون على البر والتقوى. وفي القرآن الكريم أمثلة عديدة على التحوار منها حوار الله تعالى مع ملائكته عند خلق آدم عليه السلام، قَالَ تَعَالَى: ﴿وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾ [البقرة: ٣٠].

1- محمد جمال الدين مكرم ابن منظور، لسان العرب، تحقق محمد أحمد حسب الله، ج4. (ط:1؛ القاهرة: دارالمعارف، د.ت)، ص7.

2- أخرجه: مسلم بن الحجاج، صحيح مسلم، عناية أبو قتيبة، نظر محمد الفاريابي، (ط:1؛ الرياض: بيت الأفكار الدولية، 1427 هـ/2006م)، كتاب العلم باب من السنة ومن دعى إلى الهدى أو إلى الضلالة، رقم: 2648.

ي- **صلة الرحم:** وهي الأهل وصلتهم تكون بالاتصال بهم من خلال الزيارة والهدية والصدقة إذا كانوا فقراء، مما يقوي الصلة بهم وقد حثنا الإسلام على صلة الرحم قال تعالى: ﴿وَالَّذِينَ يَصِلُونَ مَا أَمَرَ اللَّهُ بِهِ أَنْ يُوصَلَ وَيَخْشَوْنَ رَبَّهُمْ وَيَخَافُونَ سُوءَ الْحِسَابِ﴾ [الرعد: ٢١].

المطلب الثاني: عناصر عملية الاتصال

الاتصال عملية تفاعلية تشترك في بنائها عناصر متعددة بعضها رئيسي لا يمكن أن تتم عملية الاتصال إذا فقد، وبعضها ثانوي يمكن أن تجرى العملية الاتصالية دونه، لكنها حينئذ ستكون ناقصة، ويمكن القول بصفة عامة إن عملية الاتصال تتكون من المصدر: (المرسل- المقنع- القائم بالاتصال- الرسالة- الوسيلة - المستقبل تأثيرات رد فعل)، وتختلف عملية الاتصال بالنسبة للاتصال المباشر الأفراد "antarpersanch comminecatan" عنها بالنسبة للاتصال الجماهيري "mass communication"، وأيضاً ما يتعلق بسلوكيات الاتصال فهي واحدة في كليهما وفيما يلي نعرض مكونات بعناصر عملية الاتصال.

أولاً: العناصر الرئيسية :

أ- **المصدر (المرسل- المقنع- القائم بالاتصال) source:** هو منشئ الرسالة، وقد يكون فرداً أو عدة أفراد يعملون معاً، مثل فريق الأخبار في التلفزيون، وقد يكون المصدر أيضاً معهداً أو مؤسسة أو قادة مجتمع أو مربين أو أطباء أو أصدقاء أو أقارب¹.

الإقناع يقصد بالمصدر ذلك الطرف الذي يسعى إلى إقناع طرف آخر بفكرة ما مستخدماً في سبيل تحقيق ذلك العديد من التقنيات المساعدة،² وهو المرسل الذي يتولى تحويل المعاني إلى شكل لغوي وفق مفردات يفهمها الجمهور، ولا يعمل المرسل بمعزل عن التأثيرات الأخرى، إذ تتجاذبه في أدائه جهات عدة أهمها:

- سياسة المؤسسة الاتصالية.
- مراعاة الضوابط النفسية والاجتماعية والحرفية والمهنية.

1- د. منى سعيد الحديدي، شريف درويش اللبان، فنون الاتصال والإعلام المتخصص، (ط:1؛ القاهرة: دار المصرية اللبنانية، 2009م)، ص 27.

2- نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية. (رسالة الماجستير في اعلام الاتصال)، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008، ص 19.

• الضغوط النفسية التي يحياها الجمهور.¹

1- المصداقية: تعني المدى الذي يتم فيه رؤية المصدر كخبير يعرف الإجابات الصحيحة وينقل الرسائل بدون تمييز.

وتتبع الخبرة من عدة عوامل:

2- التدريب والخبرة في الموضوع، والقدرة على الاتصال بما في ذلك إتقان المهارات الوضع الاجتماعي وتؤدي المصداقية إلى التفاعل الداخلي مع الأفكار.

3- الجاذبية: تتحقق حين يكون القائم بالاتصال قريباً من الجمهور في النواحي النفسية والاجتماعية والإيديولوجية، فدائماً نحب القائم بالاتصال الذي يساعدنا على التخلص من القلق والضغط والتوتر وعدم الأمان ويساعدنا على الحصول على القبول الاجتماعي وعلى ثواب شخصي لأنفسنا، وتحقيق جاذبية الشعور بالتوحد والاندماج.

4- السلطة: نفوذ الشخص في موقع السلطة تستطيع تقديم الثواب أو العقاب، ويهتم بالحصول على الموافقة للرسائل التي يقدمها، ويتم تدقيق النظر فيها من جانب المتلقي وتؤدي السلطة إلى الحصول على الموافقة والإذعان.²

ويلعب القائم بالاتصال دوراً استراتيجياً في العملية الاتصالية لأنه يترك بصماته على الرسالة كونه يشكلها وفق معايير ومقاييس وضغوط مؤسسية، لأن القائم بالاتصال عن طريق انتقائه للمعلومات واختياره لها يصور الواقع الاجتماعي والسياسي والثقافي الذي يعيشه المجتمع بأسره ويقول "رستون:" إن الطبيب يؤثر في الصحة الفيزيولوجية لمرضاه والمحرر يؤثر في الصحة الفكرية لقرائه" فللقائم بالاتصال دور مهم في تحديد أجندة الجمهور حيث يرى "كوهن" 1922-1996م "أنّ العالم ينظر بصفة مختلفة إلى مختلف الشعوب ليس بناءً على اهتماماتهم الشخصية فحسب وإنما على الخارطة المرسومة لهم من قبل الكتاب والمحررين فالقائم بالاتصال يلعب دوراً هاماً في تحديد أجندة الجمهور.

1- د. رائد حسين عباس الملة، مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب، مجلة الباحث الإعلامي،

المستتصيرية، العدد 3، 2008، ص 107.

2- أسامة بن مساعد المحيا، نظريات التأثير الإعلامية، جمع وتنسيق، 1433هـ، ص 04.

ويعتبر القائم بالاتصال قائد رأي في مجتمعه وتقع على عاتقه مسؤولية بناء هذا المجتمع أو تسميمه بالأفكار والقيم الهدامة للمكون الاجتماعي، ومن أهم خصائص القائم بالاتصال في المجتمعات الإسلامية ما يلي:¹

1. يشرف القائم بالاتصال مباشرة على تجميع وصياغة ووضع الرسالة الإعلامية في شكلها النهائي إلى الجمهور .

2. قد يقوم القائم بالاتصال بصياغة الرسالة منفرداً أو قد يكون عضواً في فريق من القائمين بالاتصال لتأدية المهمة ذاتها .

3. يعد القائم بالاتصال من الناحية القانونية والأخلاقية مسؤولاً مسؤولية مباشرة عن الرسالة الإعلامية التي يشرف على صياغتها وصناعتها للجمهور وهذا يتطابق مع اللغة الانكليزية في التسمية مثل (news ، communicator ، journalists men)

والداعية كقائد للرأي يحدث تأثيرات كبيرة في المجتمع من خلال ما ينشر من أفكار تهدف إلى تنوير المجتمع وتنقيفه بأصول الدين وعلومه وذلك بالاعتماد على عاملين:

1. **الميل إلى المحاكاة:** وهي خاصية من خواص الإيحاء التي تجعل الفرد يتأثر بمشاهدة الآخرين وهم يسلكون سلوكاً معيناً أو يقومون بعمل من الأعمال وخاصة إذا كان ذا مركز اجتماعي متميز .

2. **الثقة:** ثقة الجمهور بالداعية لها دور كبير في تحديد مستوى الاستجابة وهذه تتطلب جهداً متميزاً من الداعية في محاولة كسب ثقة الجمهور ونيل رضاه لتحقيق الرسالة الإعلامية أهدافها².

- أما في دراستي هذه فأقصد بالقائم بالاتصال أو المصدر (الشيخ محمد الغزالي) فهو الداعية، ومفهوم الداعية: هو شخص يستهدف التأثير في الناس بأفكار لديه خلفية واسعة عنها يؤمن بها ويصدر عنها في سلوكه وتصرفاته، وهناك مرادفات عديدة للداعية تطلقها النظرية الإعلامية على القائمين بشؤون الدعوة وفقاً لوظائفهم وهي :

¹- د. محمد قيراط، قضايا إعلامية، (لاط، الكويت: دار الفلاح، 2006)، ص 32، 31.

²- د. يسري خالد إبراهيم، سبيلولوجيا القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي، مرجع ساق، ص 11.

1. **الواعظ:** وهو المرشد الذي ينصح الناس بالموعظة الحسنة.
 2. **المبشر:** هو الواعظ الذي يعظ الناس ويدعوهم باللطف والعطف.
 3. **المنذر:** هو الواعظ الذي يعظ الناس ويدعوهم بالتخويف والترهيب والترويع بالعقاب.
 4. **المحتسب:** هو المراقب على الأحكام والأوامر والمأذون له بالمراقبة من الحاكم أو الأمير.
- ويعتبر الداعية أو القائم بشؤون الإعلام الديني من أهم العناصر التي يتوقف عليها نجاح الرسالة الإعلامية¹.

- اتجاهات القائم بالاتصال:

يعرف البورت الاتجاه بأنه "ذلك الاستعداد العقلي والعصبي الذي يتكون نتيجة للخبرات المتوالية والذي يوجه استجابة الفرد إزاء الأشياء والمواقف المختلفة"² وتمثل الاتجاهات نظاماً متطوراً للمعتقدات والميول السلوكية وتتعرض هذه الاتجاهات على عملية الاتصال بصورة مباشرة فالاتجاهات النفسية التي يتحمل القائم بالاتصال أو الداعية أو الفرد المستقبل للرسالة تؤثر في عملية الاتصال فهناك ثلاثة اتجاهات تم تحديدها من قبل خبراء الاتصال هي:³

- 1- **اتجاه الداعية نحو نفسه:** حيث يؤثر اتجاه الداعية نحو نفسه على مدى فاعليته وثقته بنفسه مستمدة من قوة رسالته وثقته بمعلوماته وتبدأ هذه الثقة منذ النشأة الأولى للداعية .
- 2- **اتجاه الداعية نحو الجمهور:** ويقصد به إحساس الجمهور بحب الداعية وهو من العوامل المهمة التي تتحكم في نجاح أو فشل العملية الاتصالية حيث يتبين حب الداعية لجمهوره من خلال اهتمامه واحترامه لجمهوره حيث أكدت النظرية الإعلامية الإسلامية على هذا المعنى وأن يتعايش واقع جمهوره ليخلق جواً من الودّ والحب بين الداعية والجمهور وفي إطار هذه المعاملة يجب على الداعية وهو يعامل الناس أن يشاركهم حياتهم لا يفرق بينهم بسبب جنس أو لون أو مال أو جاه كما في قوله تعالى: ﴿يَتَأْتِيَ النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاهُمْ مِنْ ذَكَرٍ

¹ - د. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 210، 211.

² - المرجع نفسه، ص 224.

³ - د. منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 231، 225.

وَأَنْتِ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَنْفَقَكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾ [الحجرات: ١٣].

3- اتجاه الداعية نحو الموضوع: وهي من الجوانب المهمة التي تحدد فاعليته فعندما نقرأ مقالا أو نسمع محاضرة يتكون في أذهاننا انطباع عن اتجاهات الكاتب أو المتحدث نحو الموضوع فلا بد للداعية من الاقتناع قبل الإقناع ولا بد من الإخلاص قبل العمل كما في قوله تعالى عندما حث رسوله الكريم على إعلان الدعوة ﴿قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾﴾ [الأنعام: ١٦٢].

ونجده يحرص على مسألة الاقتناع والإيمان بالدعوة ويختار من قصص السابقين ما يؤكد هذا المعنى ويقدمه بأسلوب جذاب وشيق .

- لقد حددت النظرية الإسلامية جوانب معينة يجب أن يتمتع بها الداعية من حيث المستوى الثقافي والمعرفي وهي:

- **مستوى معرفة الداعية نفسه:** لأنه معرفة النفس نصف الطريق إلى النجاح وأكثر الناس احتياجا لمعرفة أنفسهم هم الدعاة وإن إدراك الداعية لهذه المعرفة يؤثر على المضمون الذي يقدمه.

- **مستوى معرفة الداعية للموضوع:** لأن قدرته المعرفية تؤثر على مدى فاعليته فهو لن يتمكن من نقل موضوع لا يعرفه ولا يستطيع أن ينقل بفاعلية موضوعا لا يفهمه.

- **مستوى معرفة الداعية للجمهور:** التي تعد من أهم العوامل التي تساعد على نجاح دعوته .

- **مستوى معرفة الداعية للظروف المحيطة:** أي فهم الواقع فهما موضوعيا .

- **ثقافة الداعية:** في هذه النقطة تتوزع ثقافة الداعية على عدة محاور أهمها ¹:

أ- **الثقافة الإسلامية:** وهي أهم عدة بالنسبة للداعية ومصادرها القرآن الكريم وتفسيره والسنة النبوية والفقه .

ب- **الثقافة التاريخية:** تعد من المسلمات للداعية لأن عليه أن يدرس التاريخ لا للاهتمام بجزئياته وتفصيلاته وإنما لاستخلاص العبر والعظات .

¹ - د. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 248، 246.

ج- **الثقافة الأدبية واللغوية:** لأن اللغة بنحوها وصرفها لازمة لسلامة اللسان وصحة الفهم لها .

د- **الثقافة الإنسانية:** أي أن يلم الداعية بأصول العلوم الإنسانية مثل علم النفس والاجتماع والاقتصاد والفلسفة والأخلاق والتاريخ كونها مواضيع وثيقة الصلة بموضوع الإنسان بمختلف اتجاهاته وميوله.

هـ- **الثقافة الإعلامية:** وهي الطريق للوصول إلى الجمهور وهي حصيلة مجموعة من العلوم مثل علم الدلالة ومناهج البحث وفنون التحرير والإخراج ونظريات الإعلام فضلا عن علوم الرأي العام والدعاية والعلاقات العامة .

و- **الثقافة العلمية:** وهي تقوم على الملاحظة والتجريب يستفيد الداعية من الثقافة العلمية في تأييد وتوضيح مفاهيمه كما تساعده على معرفة القضايا المتعارضة مع مفاهيم القرآن وتوضيحها وشرحها وتقديم الحجج والبراهين لإسكاتها.

ي- **الخبرة الميدانية والعملية:** من خلال التواصل مع المجتمع بمشكلاته ومتغيراته الحياتية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

ب- **المضمون:** (الرسالة، الرموز، المحتوى) الرسالة هي قلب عملية الاتصال وحلقة الوصل بين المرسل والمستقبل، ولا يمكن لعملية الاتصال أن تتم إلا بها¹.

والرسالة هي المنبه الذي ينقله المصدر إلى المستقبل، وهي الفكرة التي تنقل إلى مستقبل الرسالة، والمعاني Meaning هي معلومات (آراء وصور وأفكار) يعبر عنها في شكل رموز².

لذا فإنها تحدي كبير لدى القائمين بعملية الإقناع من صحفيين وسياسيين ودعاة³، وهي ذلك البناء الذي يشكل من اللغة اللفظية وغير اللفظية لإتمام المعنى المراد إلى الجمهور، ويشترط أن تكون من التأثير بما يحذف الانتباه ويزيد من المشاركة الفعالة والارتقاء بالفكر إلى مستويات متقدمة⁴.

¹ د. يوسف بن عبد الله بن محمد الشحي، مهارات الاتصال التربوي الإسلامي في الأسرة والمدرسة، مرجع سابق، ص 40.

² د. منى سعيد الحديدي، شريف درويش اللبان، فنون الاتصال والإعلام المتخصص، مرجع سابق، ص 26.

³ نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص 19.

⁴ د. رائد حسين عباس الملة، مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب، مرجع سابق، ص 107.

فالرسالة هي الناتج المادي للمصدر الذي يضع فكرة في كود:

حينما نتحدث ← الحديث ← هو الرسالة
 حينما نكتب ← الكتابة ← هي الرسالة
 حينما نرسم ← الصورة ← هي الرسالة
 حينما نلوح ← الحركة ← هي الرسالة¹

ويتوجب مراعاة العوامل التالية لفاعلية الرسالة:

1. التنوع في المفردات وعدم التكرار الممل.
 2. الإشعارات اللفظية.
 3. التعبيرات المجازية.
 4. الابتعاد عن التعقيد وكذلك مخاطبة المجال النفسي للجمهور.
 5. التبسيط في استخدام العبارات.
 6. تقديم المعلومات بجمالية وإمتاع فني.
 7. اعتماد خصائص وسيلة الاتصالية في المعلومات².
- و لسهولة الاستيعاب يرتبط بهذا العنصر ستّ متغيرات هي:
1. القابلية للاستماع والقابلية للقراءة.
 2. أن تتضمن الرسالة اهتمامات المتلقي ومصالحه.
 3. تتنوع المفردات وتجذب تكرار الكلمات.
 4. واقعية التعبير عن الواقع.
 5. القابلية للتحقيق بمعنى أنه يمكن اختبارها والتأكد منها.
 6. الإجابة عن الأسئلة الستة (ماذا، من، متى، أين، كيف، لماذا)³.

ج- الوسيلة chormel: إن الوسيلة هي القناة التي تحمل الرسالة إلى المتلقي، والوسائل أنواع فهناك وسائل اتصال جماعي ووسائل اتصال جماهيري⁴ والوسيلة موجودة في نمطين

¹-د.عاطف عبد الله العيد، الاتصال والرأي العام، (ط:1؛ القاهرة: دار الفكر العربي، 1414هـ/1993م)، ص87-88.

²-د. رائد حسين عباس الملة، مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب، مرجع سابق، 107.

³- نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص20.

⁴-د.عاطف عبد الله العيد، الاتصال والرأي العام، مرجع سابق، ص91.

من الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي غير المباشر¹.

فالوسيلة هي الأدوات المادية التي تنقل محتوى معرفي عبر أحد الوسائل الاتصالية، وقد فرضت قدرتها على اللغة في بناء المضامين حسب نوعها، إذ لا يمكن لأي مؤسسة اتصالية أن تقدم المعلومة دون الوقوف عند أداة التوصيل (صحفية أو إذاعية أم تلفزيونية) واختيار المفردات اللفظية وتركيباتها على هذا الأساس²، وهناك العديد من العوامل المؤثرة في فاعلية الرسالة وهي:

1- الوسائل الحية المسموعة والمرئية تكون أكثر الوسائل فاعلية في تغيير الاتجاهات ثم بعدها الوسائل الشفوية المسموعة ثم المكتوبة والمقروءة.

2- تكون الرسائل المكتوبة أسهل في التعلم والتذكر من الرسائل المسجلة وخاصة إذا كان الموضوع معقداً وإذا قيس التذكر بعد التعرض.

3- عند استخدام التلفزيون تكون الثقة بالمصادر أكثر فاعلية في تغيير الاتجاهات من استخدام الراديو أو الصحافة³.

د-المستقبل: "Receirer" المستقبل هو من يتلقى الرسالة من المرسل ويترجمها إلى معنى معين قد يكون مطابقاً لما قصده المرسل أو مختلفاً عنه⁴.

ويعتبر المتلقي أهم حلقة في عملية الاتصال لأنه إذا لم يصل المصدر إلى المتلقي بالرسالة يصبح وكأنه يتحدث إلى نفسه

حينما نكتب ← يكون القارئ هو المهم.

وحينما نتكلم ← يكون المستمع هو المهم.

وتأسياً على ذلك، يجب أن يضع المصدر في اعتباره دائماً المتلقي حينما يختار "كوداً" لرسالته يجب أن يختار كوداً يعرفه المتلقي⁵.

إن نجاح عملية الاتصال يرتبط بمعرفة نوعية الجمهور واللغة التي يجب أن يتعامل بها معه، ويعد جمهور الوسيلة الاتصالية متنوع التركيبة الاجتماعية (الفكرة والجغرافية)، ومع

¹ - د. منى سعيد الحديدي، شريف درويش اللبان، فنون الاتصال والإعلام المتخصص، مرجع سابق، ص 26

² - د. رائد حسين عباس الملة، مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب، مرجع سابق، 107.

³ - أسامة بن مساعد المحيا، نظريات التأثير الإعلامية، مرجع سابق، ص 6.

⁴ - د. منى سعيد الحديدي، شريف درويش اللبان، فنون الاتصال والإعلام المتخصص، مرجع سابق، ص 26.

⁵ - د. عاطف عبد الله العيد، الاتصال والرأي العام، مرجع سابق، ص 86.

كبر حجمه وتغييره المستمر وخضوعه لظروف إنسانية وبيئية مختلفة لذا فإن لغة الخطاب حتى تستقيم علاقتها تستوجب تحديد الجمهور والوقوف عند خصائص المفردات ومعانيها المألوفة لديه لخلق حالة من التواصل معه أي رجع الصدى¹.

فكما أن على المرسل أن يكون قادراً على الإقناع، فإنه يتوجب لنجاح العملية الإقناعية، أن يكون المتلقي مستعداً للإقناع لذا فإنه من الضروري أن يهتم الدعاة بتهيئة الجمهور المستهدف للإقناع².

العوامل المؤثرة في فاعلية المتلقي :

1. الخصائص الديموغرافية: تشمل العمل، النوع، الدخل، الوضع الاجتماعي، الانتماء الديني.

2. الخصائص السيكوغرافية: تشمل الذكاء، السلوك، القلق، الآراء الانفتاحية، الثقة بالنفس.

وهناك ثلاثة تصنيفات للجمهور وهي:

1. جمهور عنيد: وهو لا يستسلم لوسائل الإعلام لتغيير مواقفه واتجاهاته وذلك بسبب العوامل الانتقائية.

2. جمهور حساس: وهم الذين يتأثرون بوسائل الإعلام أكثر من غيرهم مثل الأطفال والمراهقين والنساء وكبار السن.

3. الجمهور اللامبالي: وهو لا يقف موقفاً رافضاً ولا موافقاً ولكنه يتعامل مع الرسائل بإهمال تام ولا مبالاة³.

ثانياً: العناصر الثانوية:

1. الخبرة المشتركة: كل فرد يحمل مجموعة من العقائد والأخلاق والتقاليد والخبرات والمعارف والدلالات اللغوية واللغة غير اللفظية، وكل ما كان هناك توافق بين المرسل والمتلقي في هذه الأمور كانت فرص التفاهم بينهما أكبر، وصارت عملية الاتصال بينهما أقرب إلى النجاح ولهذا يكون الاتصال بين الأقارب والأصدقاء، وأبناء المجتمع الواحد والدين الواحد أكثر فاعلية.

¹- د. رائد حسين عباس الملة، مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب، مرجع سابق، 107

²- علي برغوث، الاتصال الإقناعي، (ط:1؛ غزة: لان، 2005)، ص12.

³- أسامة بن مساعد المحيا، نظريات التأثير الإعلامية، مرجع سابق، ص6.

2. **البيئة الاتصالية:** تعد العناصر المحيطة بعملية الاتصال كالإضاءة والحرارة، وظروف العمل لبيئة الاتصال، حيث يؤثر في عمل المرسل وطبيعة المتلقي وإشغال الوسيلة وصياغة الرسالة، ويدخل فيها عناصر التشويش، وتشتمل على الظروف الطبيعية والفيزيائية والنفسية والفنية وغيرها، وعلى القائم بعملية الاتصال دراسة ما يحيط بالموقف الاتصالي بحيث يقلل من التأثير السلبي للبيئة الخارجية على الاتصال¹

3. **التشويش "moise":** عوائق اتصال التشويش هي أي عائق يحول دون إتمام عملية الاتصال على الوجه الأكمل سواء مرحلة الإرسال أو الاستقبال، وهو بذلك عكس الخبرة المشتركة فكلما زاد التشويش ضعفت فرصة نجاح العملية الاتصالية². يرى أبو النصر بأن التشويش عنصر من عناصر الاتصال حيث إن مصادر الضوضاء تقلل الانتباه للرسالة، وتؤثر على وضوح الاتصال وكذلك الأصوات العالية والأعطال في الأجهزة³.

ويتلخص التشويش في عدم وضوح أو تطابق المعنى المقدم⁴.
للتشويش ثلاث أقسام رئيسية هي:

- التشويش الدلالي.
- التشويش النفسي والثقافي.
- التشويش الفني⁵.

4. **التأثيرات "Effets":** تأثيرات الاتصال هي المتغيرات في سلوك المستقبل التي تحدث نتيجة لنقل الرسالة، ومن ثم فإننا عندما نتحدث عن الاتصال الفعال فإننا نعني الاتصال الذي يحدث تغيرات في سلوك المستقبل التي كان يقصدها المصدر⁶.

¹-د.يوسف بن عبد الله بن محمد الشحي، مهارات الاتصال التربوي الإسلامي في الأسرة والمدرسة، مرجع سابق، ص42.

²- محمد بن فهد الجبير، مهارات الاتصالية، مذكرة مقتبسة من عدة مصادر، مرجع سابق، ص7.

³-د.يوسف بن عبد الله بن محمد الشحي، مهارات الاتصال التربوي الإسلامي في الأسرة والمدرسة، مرجع سابق، ص44.

⁴-د. رائد حسين عباس الملة، مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب، مرجع سابق، ص111.

⁵- محمد بن فهد الجبير، مهارات الاتصالية، مذكرة مقتبسة من عدة مصادر، مرجع سابق، ص7.

⁶- د. منى سعيد الحديدي، شريف درويش اللبان، فنون الاتصال والإعلام المتخصص، مرجع سابق، ص27.

فالرسالة الإقناعية الفعالة تلك التي تتمكن من تعديل البناء النفسي الداخلي للفرد بحيث تؤدي تلك العلاقة الديناميكية النفسية بين العمليات الداخلية الكامنة مثل الدوافع والمواقف والأفعال المعلنة إلى أفعال مقصودة من قبل المتلقي التي تعرض للإقناع¹.

وفي القرآن الكريم قسم الله - عز وجل - استجابة الناس للرسالة التي بعثها لهم لقوله تعالى: ﴿ثُمَّ أَوْرَثْنَا الْكِتَابَ الَّذِينَ اصْطَفَيْنَا مِنْ عِبَادِنَا فَمِنْهُمْ ظَالِمٌ لِنَفْسِهِ وَمِنْهُمْ مُقْتَصِدٌ وَمِنْهُمْ سَابِقٌ بِالْخَيْرَاتِ إِذْنُ اللَّهِ ذَلِكَ هُوَ الْفَضْلُ الْكَبِيرُ﴾ [فاطر: ٣٢].

وتوجد ثلاث تأثيرات رئيسية للاتصال هي:

1. تغيرات في معلومات المستقبل.

2. تغيرات في اتجاهات المستقبل.

3. تغيرات في السلوك العلني للمستقبل².

5. رجوع الصدى (التغذية الراجعة) الاستجابة: "Feedback" ويقصد بها المعلومات التي

يحصل عليها المرسل من المستقبل، والتي تتمثل في ردود الأفعال، ودرجة الفهم، ودرجة الاستجابة، مما يجعل المرسل يعدل في أسلوب اتصاله ووسيلته حتى يطمئن إلى وصول الرسالة بالشكل الصحيح³.

وهو رد فعل المستقبل على رسالة المصدر، والذي قد يستخدمه المصدر فيما بعد لتعديل رسالته التالية، ومن ثم فإن رجوع الصدى ما هو إلا رسالة من نوع خاص تتعلق بتأثير الرسالة السابقة من المصدر إلى المستقبل، ومن وجهة نظر المصدر فقد يفهم رجوع الصدى على أنه رسالة تحمل معرفة عن فعالية الاتصال، ورجوع الصدى سبيل للنظر إلى المصدر على أنه يستقبل، وهو يؤكد عملية تبادل في الاتصال الفعال ويوجب الارتباط بين الاستجابة أو عملية اتخاذ القرار.

والمؤشرات التي تدل على مستوى استجابة الناس لما يقال لهم عديدة، ومنها ما هو لفظي مباشر، ومنها ما هو غير مباشر؛ فمن المباشر الملاحظات التي قد يبيدها بعض الناس حول محاضرة أو خطبة جمعية أو كتاب أو الملاحظات غير المباشرة التي تتمثل في

¹ - نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص 23.

² - د. منى سعيد الحديدي، شريف درويش اللبان، فنون الاتصال والإعلام المتخصص، مرجع سابق، ص 27.

³ - د. يوسف بن عبد الله بن محمد الشحي، مهارات الاتصال التربوي الإسلامي في الأسرة والمدرسة، مرجع سابق، ص 43.

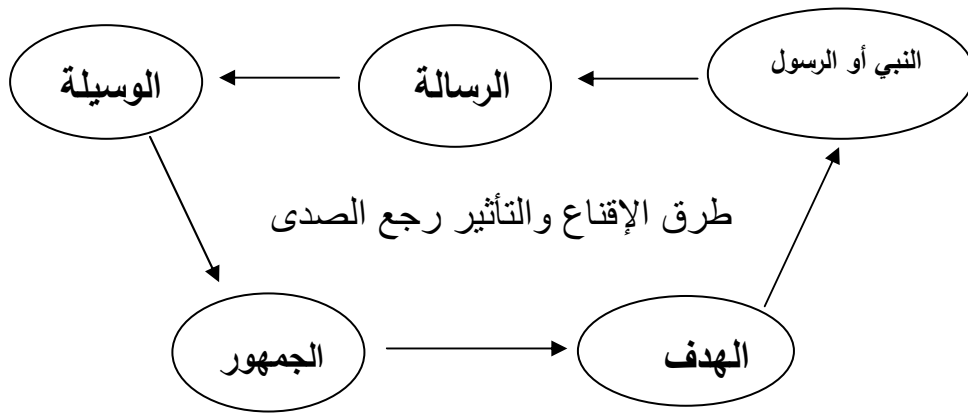
إقبال الناس على حضور خطبة أو شراء كتاب أو قراءة جريدة؛ حيث إن ما يلقي الاستحسان يلقي الإقبال من الناس ورد الفعل غير المباشر أبلغ في الحقيقة وأصدق؛ لأنه يعتبر رأيه جماعيا جماهيريا؛ أما الملاحظات المكتوبة أو الشفوية فإنها كثيرا ما تعبر عن رأى فردى¹. فالمعلومات هي الشيء الذي نحتاج إليه عندما نواجه اتخاذ قرار معين وقدر المعلومات التي نحتاج إليه بالتفوق على مدى تعقد الأخبار في كل حالة، ويمكن تقسيم الاستجابات التي يتخذها الفرد إلى:

1. استجابات خفية.

2. استجابات علنية.

وكما كان الهدف من عملية الدعوة أو الاتصال الإسلامي هو تعليم الفرد أنماطا جديدة من السلوك تتماشى مع القيم والمبادئ الإسلامية، فإن دور الداعية لا يتوقف عند مجرد استقبال الفرد للمنبه والاستجابة² حتى يصل الفرد إلى مرحلة التعليم أي مرحلة تطوير علاقة ثابتة بين المنبه والاستجابة.

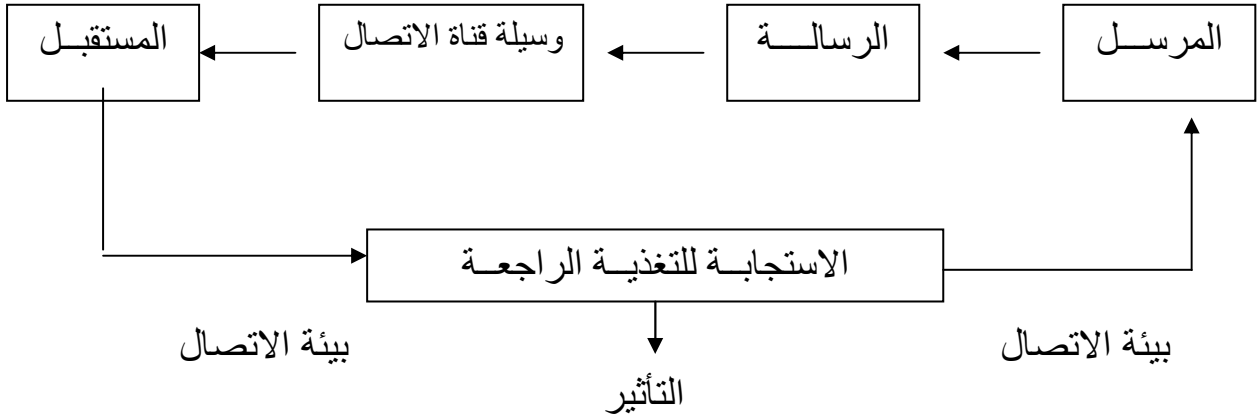
عناصر عملية الاتصال أو الدعوة النموذج الإسلامي³



¹ - د. عبد الكريم بكار، مقدمات للنهوض بالعمل الدعوي، (ط:4؛ دمشق: دار القلم، 1432هـ/2011م)، ص173.

² - د. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص197/198.

³ - الشكل 1.



عناصر عملية الاتصال¹

المطلب الثالث: أنواع الاتصال

هناك عدة تقسيمات للاتصال بناء على اعتبارات مختلفة وذلك على النحو التالي :

أولاً: من حيث اللغة المستخدمة: يرى المهتمون بالاتصال الإنساني أن كلمة (لغة) لا تقتصر على اللغة اللفظية وحدها ولذلك فهم يعتبرون كل وسيلة منظمة ثابتة يمكنها أن تنقل معنى أو فكرة من إنسان إلى آخر، فهي لغة قائمة بذاتها، وبناء على ذلك يمكن تقسيم الاتصال الإنساني حسب اللغة المستخدمة إلى نوعين :

النوع الأول: التعبير اللفظي.

النوع الثاني: التعبير غير اللفظي.

1. الاتصال غير اللفظي: تعريفاته متشابهة رغم كثرتها وجميعها يتفق في المعنى العام له، وهو أنه وسيلة للاتصال بين البشر بطرق أخرى غير المنطوقة أو المكتوبة، فهو كما يقول "جيمس واطس" 1928 "لغة" الجسم أو حديث الجسم" وهو نظام رمزي للاتصال.² ويأخذ الاتصال غير اللفظي مظاهر متعددة كالإشارات والإيماءات أو الصياح غير اللغوي، وتغيرات الوجه، وحركات الأجسام وغيرها.³

¹ - الشكل 2.

² - د. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مرجع سابق، ص 67.

³ - المرجع نفسه، ص 67-68.

وقد قسم كل من "سوليفان" 1892-1949 "وهارتلي وسوندرز" أشكال الاتصال غير اللفظي إلى بعض النماذج للاتصال غير اللفظي:¹

1-1- نظائر اللغة: ليست الكلمة المنطوقة كلمة محايدة بل إنها تتأثر بنبرة الصوت أو نغمته، وبالتأكيد أو التغيير في مقامات الأصوات المعينة ودرجة الخشونة أو اللينة وغيرها من العوامل غير اللفظية التي يطلق عليها نظائر "Paralanguage"، فكلية نعم هي كلمة بسيطة يمكن أن تعبر في صورتها المنطوقة عن العديد من المشاعر كالغضب أو الخوف، أو الإحباط... إلخ، وذلك حسب الطريقة التي تنطق أو أسلوب التغيير الصوتي الذي تتخذه، ونحن لا نأخذ الكلام في حياتنا اليومية بألفاظ فقط، بل نهتم أكثر "بكيفية" قولهم لهم.

1-2- الإشارات "Gestures": أول وسيلة من الوسائل التي طورها الإنسان في اتصاله بالآخرين،² وعادة ما يلجأ الأشخاص إلى عدد كبير من إشارات اليد أثناء حديثهم، ومن أكثر الثقافات اعتمادا على التعبير اليدوي أثناء الكلام (الثقافة الفرنسية، والاسبانية، والايطالية، وثقافات البحر المتوسط بوجه عام).

تعبيرات الوجه وحركات الجسم نادرا ما يكون الشخص المتحدث غير معبر أو غير متحرك، بل إن الوجه يتحرك كثيرا أثناء الكلام، وكذلك جسم الإنسان، وهذه الحركات إنما يعبر تعبيرا بالغا عن المشاعر والانفعالات، والعواطف وردود الفعل، سواء كانت حركات مقصودة أو غير مقصودة.³

وهناك دراسة قام بها الأستاذ ماهر لبيان تأكيد الأهمية الكبرى للاتصال المرئي، وحدد لذلك قياس دقيق الأثر الذي تحدثه اللغة المجسدة المرئية، والجدول التالي يوضح ذلك:⁴

¹ - د. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مرجع سابق، ص 67-68.

² - د. منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، مرجع سابق، ص 35.

³ - المرجع نفسه، ص 32.

⁴ - هاري ميلز، فن الإقناع كيف تسرع انتباه الآخرين وتغير آراءهم وتأثر عليهم سيكولوجيا جديدة للتأثير، جامعة الملك عبد العزيز علي الدوسي، مكتبة جرير، 1433هـ، ص 8.

الجدول رقم (1):

يرى مهرا بيان أن الرسالة يمكن أن تدرك بثلاث طرق		
(1)	مرئيا (باللغة الجسدية)	تأثيرها 55%
(2)	صوتيا (بنبرات الصوت)	تأثيرها 38%
(3)	شفهيا (بالكلمات)	تأثيرها 8%

لغة الصوت والجسد

1-3- لغة الأشياء: وهي المظهر الفيزيقي للإنسان وعلى جاذبية هذا المظهر، ويشير أحد المهتمين بشؤون الاتصال غير اللفظي إلى العبارة التالية " إنك تعبر عن هويتك الخاصة وتنقلها إلى الآخرين بواسطة ذاتك المرئية" والمقصود بلغة الأشياء أي تلك المعاني التي يجعلها الإنسان على الأشياء التي يغلف بها ذاته، كالملابس والحلي وطريقة تصفيف الشعر¹.

فالمظهر اللائق يرفع من رصيدك، ويعزز حضورك عند قيامك بعرض قضيتك أو تخريج أفكارك أمام المتلقي، حيث أن الناس يميلون إلى الحكم على الآخرين في بادئ الأمر اعتمادا على مظهرهم².

يقول مالك بن نبي - رحمه الله - "لا يمكن لصورة قبيحة أن توحى بالخيال الجميل أو بالأفكار الكبيرة؛ فإن لمنظرها القبيح في النفس خيالا أقبح، والمجتمع الذي ينطوي على صورة قبيحة لا بد أن يظهر أثر هذه الصورة في أفكاره وأعماله ومسايعه، فبالذوق الجميل الذي ينطبع فيه فكر الفرد، يجد الإنسان في نفسه نزوعا إلى الإحسان في العمل وتوخيا للكرم من العادات"³.

1-4- الاتصال عن طرق اللمس: فهو أداة اتصالية قوية تعبر عن العديد من المشاعر كالخوف، والحب، والقلق، والدفيء، والبرودة وتعلق معظم الثقافات اهتماما كبيرا على اللمس كأداة اتصالية فضلا عن أهميته كعامل من عوامل نمو الحياة الإنسانية في مراحل الطفولة المبكرة، وكذلك يؤثر المكان أو الحيز في الاتصال بين الأشخاص بطرق مختلفة، فقد أكدت

¹ - منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، مرجع سابق، ص36.

² - علي برغوث، الاتصال الإقناعي، مرجع سابق، ص36.

³ - مالك بن نبي، مشكلة الثقافة، تر: عبد الصبور شاهين. (ط:4؛ بيروت: دار الفكر، 1420هـ/2000م)، ص115.

الدراسات التي أجريت على العلاقات المكانية أن إدراك الإنسان للمكان أو الحيز هو وظيفة لظروف وعوامل ثقافية واجتماعية أكثر منها بيولوجية.

2- التعبير اللفظي: يتم من خلال استخدام الرموز اللفظية ويطلق عليها اللغة سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو منطوقة ويشمل كل أنواع الاتصال التي يستخدم فيها اللفظ كوسيلة لنقل المعاني إلا أن اللفظ ذاته يدخل فيه أيضا التنوع والاختلاف ومثل درجة وشدة وحدة الصورة أو النغمة نمط الكتابة أو وضوح الصورة بالإضافة إلى وضوح المعنى أيضا، فهناك مثلا المعنى المتضمن للكلمة والمعنى إشارة فيه، فالأمر يتوقف فهمه على قدرة الإنسان على فهم دلالات الرموز ومعناه كما يقصد المرسل¹.

ثانيا: من حيث عدد المشاركين: يتحدد نوع الاتصال بناء على الأشخاص الذين يشتركون فيه وتبعاً لذلك فإن هناك خمسة أنواع من الاتصال وهي:

1- الاتصال الذاتي "Ptrapersonalcommcation": هو الذي يحدث داخل الفرد و هو العملية التي تحدث بين الفرد ونفسه².

2- الاتصال الشخصي: وهو الاتصال الذي يحدث بين فردين إحداها مرسل والآخر مستقبل وهو شائع فيما بيننا ونستخدمه يوميا حينما نتبادل التحية أو المناقشة أو نتلقى أوامر³.

3- الاتصال الجمعي: "Gropcomcation" في الاتصال الجمعي تنتقل الرسالة من شخص واحد متحدثا إلى عدد من الأفراد يستمعون وهو ما نسميه بالمحاضرة أو حديث العام أو الخطبة أو كلمة عامة ويحدث هذا عادة من خلال المحاضرات الدينية أو التوجيه أو التجمعات الجماهيرية أو المظاهرات السياسية وكلمات الترحيب والتأبين، أو الحديث في الأماكن العامة إلى عدد قليل أو كثير من الناس⁴.

4-الاتصال الجماهيري: يتميز باستخدام وسائل تكنولوجيا معقدة، كالطباعة والإذاعة والتلفزيون والسينما وغيرها ويعرف أيضا بالاتصال الإعلامي حيث يتم من خلال وسائل الإعلام المعروضة ويتميز جمهور وسائل الإعلام بالضخامة، وعدم التجانس، والانتشار،

¹ - منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، مرجع سابق، ص32.

² - د.محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مرجع سابق، ص73.

³ - المرجع نفسه، ص75.

⁴ - د.أحمد بن سيف الدين تركشاني، مدخل إلى علم الاتصال الإنساني.(لا.ط؛ لا.م: لان، د.ت)، ص8.

ولذلك أطلق عليه جماهيري "Mass"، كما يتميز بتنوع و تعدد رسائله من تثقيفية وترفيهية وإقناعيةالخ¹.

إن وسائل الاتصال الجماهيري، مجلات، صحف، راديو، تلفزيون ليست إلا وسائل في الاتصال الجماهيري، إن هذا الأخير هو عملية اجتماعية تستخدم تلك الأدوات، وإن نقل خبر ما عبر قناة تلفزيونية وطنية، هو عبارة عن لحظة في التلفزيون الجماهيري، بينما لا تعتبر مشاهدة فيلم على جهاز الفيديو في المنزل كذلك².

5- الاتصال الثقافي: "inTocltal" يحدث الاتصال الثقافي حينما "Connunicat" يتصل شخص أو أكثر من ثقافة معينة بشخص أو أكثر من ثقافة أخرى وحينئذ لابد أن يعي المتصل اختلاف العادات والقيم والأعراف وطرق التصرف المناسب، وإذا غاب هذا الوعي، فإنه ينتج عن الاتصال قدر من سوء الفهم³.

ثالثا: من حيث الهدف:

1. **الاتصال المعلوماتي:** هو الذي يهدف فقط إلى إعطاء معلومات وأخبار.
2. **الاتصال الإقناعي:** هو الذي يهدف إلى إقناع المتلقي بتبني فكرة أو التخلي عنها، أو الموافقة على الاقتراح، أو الإلتزام بسلوك أو التخلي عن آخر.
3. **التداخل بين النوعين:** استخدام المعلومات للإقناع، واستخدام استراتيجيات الإقناع في عرض المعلومات⁴.

رابعا: أهداف الاتصال وأهميته:

1. تفهم الفرد للعمل المكلف به.
2. التعرف على مشكلات ومعوقات العمل
3. تدعيم مفهوم العلاقات الإنسانية.
4. تحقيق الفعالية لعمل الإدارة.
5. تحقيق التناسق في الأداء.

¹ - د. أحمد بن سيف الدين تركشاني، مدخل إلى علم الاتصال الإنساني، مرجع سابق، ص9.

² - جوديت لازار، سسيولوجيا الاتصال الجماهيري، تر: د. علي وطفة، د. هيثم صفايحي. (ط:1؛ لبنان: دار الينايع، 1994م)، ص20.

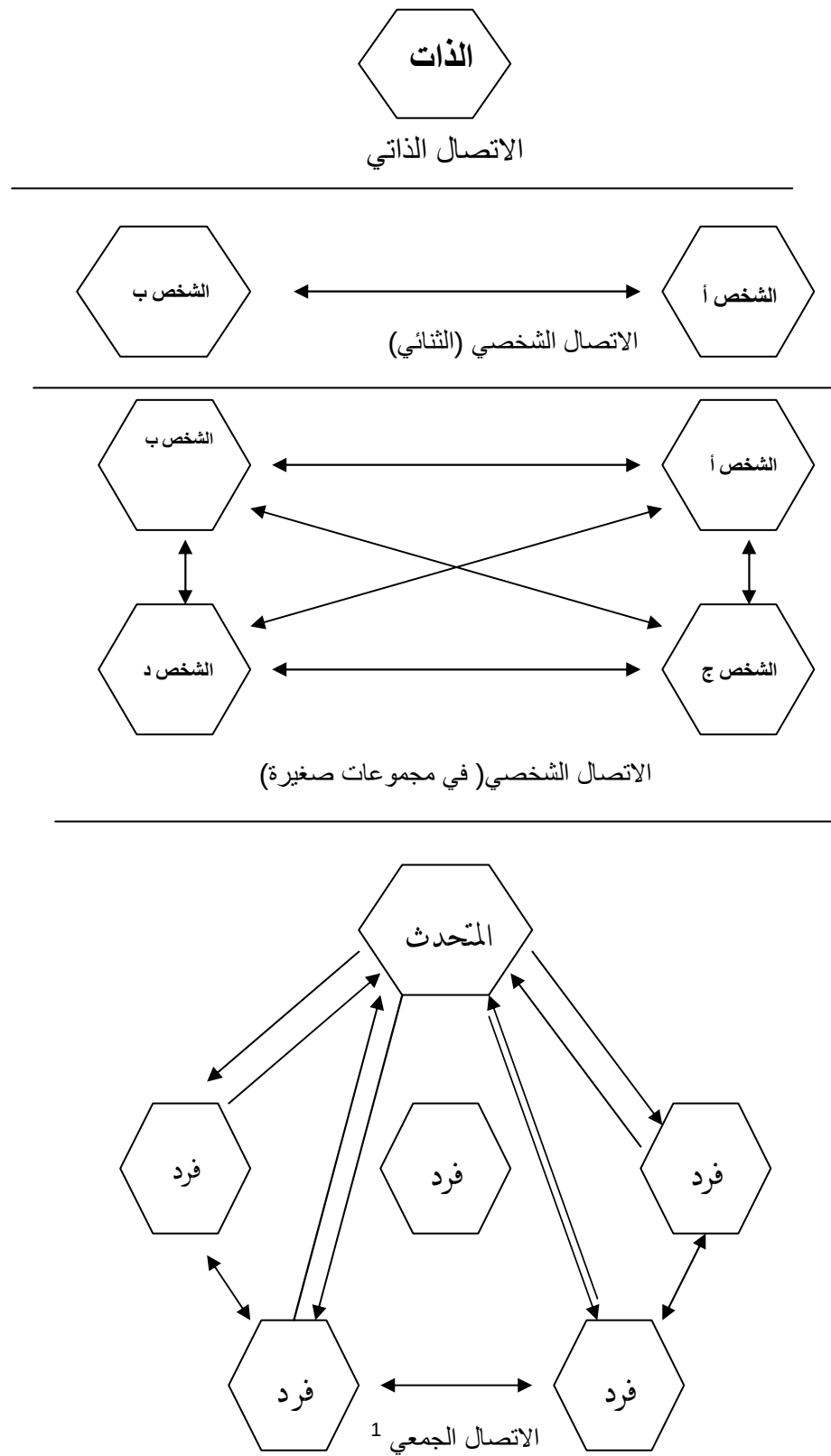
³ - د. أحمد بن سيف الدين تركشاني، مدخل إلى علم الاتصال الإنساني، مرجع سابق، ص9.

⁴ - يوسف بن عبد الله بن محمد الشحي، مهارات الاتصال التربوي الإسلامي في الأسرة والمدرسة، مرجع سابق، ص17.

6. تقليل الإشاعات في التنظيم.
7. تدعيم مركز التنافس للمنشأة.
8. تدعيم العلاقة مع المجتمع.¹

¹ - عبد النبي عبد الطيب النوبي، مهارات الاتصال الفعال. (لا.ط؛ لا.م، لان، لات)، ص15.

وهذا رسم تخطيطي يوضح نماذج الاتصال من حيث عدد المشاركين:



المبحث الثاني: مفهوم المهارة وأنواعها

المطلب الأول: مفهوم المهارة

يعتبر الأساس المهاري أحد محاور الإعداد المهني للأخصائي الاجتماعي كما يحضى موضوع مهارات الممارسة المهنية باهتمام المشتغلين بالخدمة الاجتماعية باعتبارها مهنة تطبيقية يتحدد دورها في التأثير في الآخرين والتفاعل معهم، لذا فهي تحتاج لممارسة قادر على التأثير الإيجابي في الإنسان الذي يتعامل معه وليس لشخص أكاديمي نظري¹.

أولاً: لغة : مهر مهراً ومهوراً ومهارةً ومهارة الشيء، وفيه وبه حذق فهو ماهر يقال « مهر في العلم » أي كان حاذقاً لما به، وفي الصناعة أتقنها معرفه/ ماهر ممهارة فمهره: غالبه في المهارة فغلبه، وحذق ج الماهر مهرة / الحاذق السابح المجيد².

- مهارة / مهر الفرس يتبعها مهرٌ فهي ممهرٌ بمهر، سبح في كذا حذق فيه فهو متمهرٌ³.

ثانياً: اصطلاحاً: الدقة والسهولة في إجراء عمل من الأعمال وقيل هي ما يصدر عن الفرد من سلوك لفظي أو مهاري وهي الأداء عادة يكون على مستوى معين يظهر منه القدرة أو عدم القدرة على أداء عمل معين⁴.

وتعنى القدرة على عمل هذا الشيء وهي درجة الكفاءة والجودة في الأداء، وهي نشاط هادف يتطلب تدريباً وممارسة منظمة تكسب الأخصائي الاجتماعي قدرة على الاختيار الواعي وتوظيف المعارف والنظريات لتحقيق عملية المساعدة للأنساق التي يتعامل معها في المواقف الصعبة بسهولة، ويسر مع الاقتصاد في الوقت و الجهد .

من مجموعة هذه التعاريف يمكننا أن نعرف المهارة هي نشاط معقد يدور حول متطلبات التعليم والتدريب وتنتج عن عمليات ثلاثة داخلية هي :

1. الاختيار الواعي للمعلومات والهدف المهني.

2. تفاعل المعلومات المختارة مع القيم المهنية.

¹ - د. منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، مرجع سابق، ص 41.

² - منجد اللغة، مرجع سابق، ص 777.

³ - المعجم الوسيط، مرجع سابق، ص 889.

⁴ - مقال بعنوان، "مهارات الاتصال" (www.google.net) ، تاريخ التصفح 2015/01/10

3. التعبير عن هذا التفاعل بالنشاط المهني المناسب للموقف¹.

ويتميز أداء المهارات بما يلي :

1. نقص التنبؤ الذي يصاحب المحاولات الأولى للأداء.
2. الاستغناء عن الأفعال والاستجابات الزائدة عن الحاجة.
3. زيادة المرونة في الأداء.
4. زيادة الثقة في النفس.
5. زيادة الرغبة في تحسين الجهد ونمو اتجاه الرضا عن العمل والإقبال عليه.
6. زيادة فهم العمل وإدراك العلاقات بين أجزائه مما يساعد على إدراك الأسباب الحقيقية لتحسين الأداء

7. الانتظام في الأداء والاحتفاظ بمعدل أدائه على درجة كبيرة من الارتقاء².

1- تعريف مهارة الاتصال: "shillscomunication"

من المعلوم أن للإنسان العديد من هذه المهارات والتي يبدأ في استخدامها منذ أول يوم في حياته، ولا تنتهي وظيفتها إلا بالموت ويذهب بعض المتخصصين في الاتصال الإنساني إلى أنه تطور الإنسان على التنظيم، يرجع ذلك لمدى قدرات الإنسان في تطوير مهارات الاتصال لديه وهناك العديد من التعاريف.

يقصد بها تلك القدرات الإبداعية والمكتسبة لدى الإنسان والتي سيستخدمها من أجل إكمال عملية الاتصال وذلك في حالتي أن يكون الإنسان مرسلاً أو مستقبلاً³.

كما تعرف على أنها المهارات التي تستخدم في العملية التي بموجبها يقوم الشخص بنقل الأفكار أو المعاني أو المعلومات على شكل رسائل كتابية أو شفوية مصاحبة بتعبيرات الوجه ولغة الجسم، وعبر وسيلة اتصال تنقل هذه الأفكار إلى شخص آخر وبدوره يقوم بالرد على هذه الرسالة حسب فهمه لها.

كما تعرف على أنها الحرفة أو الذكاء وتعني الارتقاء بالمعاني الايجابية بإثارة وإيجاز لكي تصل إلى التوازن مع شكل الوسيلة المستخدمة وتقديم المعنى بتناسق وإيقاع⁴.

¹ - د. منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، مرجع سابق، ص 43.

² - المرجع نفسه، ص 45.

³ - عبد النبي عبد الله الطيب، مهارات الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص 1.

⁴ - د. رائد حسين عباس الملا، مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب، مرجع سابق، ص 103.

ثالثاً: مهارات الاتصال وعلاقتها مع وسائل الإعلام: تعني تعميق الفهم بوسائل الإعلام وأدواته، والتعرف بأسس وقواعد التعامل مع وسائل الإعلام، وإكسابهم المزيد من مهارات الاتصال الفعال التي تعمق الفهم بأسس الفنون الإعلامية المختلفة، وطرق التوظيف أثناء تناول القضايا المختلفة للتعريف بأبعادها الأساسية لتشكيل الرأي على نحو مستنير وموضوعي¹.

تتنوع مهارات الاتصال ما بين مهارات الاتصال اللفظية ومهارات الاتصال غير اللفظية، ومهارات الاستماع والصمت ومهارات توجيه الأسئلة، ومهارات الاتصال في الإرشاد الفعال ومهارات التواصل، ومهارات التحدث، ومهارات مخاطبة الجمهور، ومهارات الكتابة والألفة. وسنتناول في دراستنا مجموعة من المهارات التي يتوجب على الداعية أن يوظفها أثناء عرض القضايا المختلفة من خلال تعامله مع وسائل الإعلام ومنها:

1. مهارات التحدث والإقناع: نعني بمهارة التحدث والإقناع مدى قدرة الشخص على اكتساب المواقف الإيجابية عند اتصاله بالآخرين، ويتكون موقف الحديث دائماً من المتحدث الذي يحاول نقل فكرة معينة أو طرح رأي معين أو شرح موضوع.. إلخ، والمتحدث إليه وهو الطرف المعني بالحديث والمستمع له، ثم الظروف المحيطة بموقف الحديث، سواء كانت هذه الظروف مادية أو معنوية، فهذه الظروف دائماً ما يكون لها تأثير وفاعلية على الحديث ذاته².

وهناك أربعة عناصر أساسية تمثل ضرورات الحديث المؤثر وهي كالآتي:

- 1- **المعرفة:** تعني ضرورة معرفة ودراسة موضوع القضية قبل التحدث فيه.
- 2- **الإخلاص:** بحيث ينبغي أن يكون مؤمناً بموضوعه، ما يولد لدى المستمع الاستجابة الايجابية.

- 3- **الحماس:** حيث يجب أن يكون المتحدث شواقاً للحديث عن الموضوع ويعطي هذا الحماس انطباعاً لدى المستمع بأهمية الرسالة التي يرغب إيصالها إليه.

1- طه عبد العاطي نجم، مهارات التعامل مع وسائل الإعلام مع القضايا الأمنية. (لا.ط؛الرياض: لان، 1435هـ

/2014م)، ص3.

2- د. منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، مرجع سابق، ص53

4- **الممارسة:** الحديث المؤثر لا يختلف عن أية مهارة أخرى يجب أن تصقل من خلال الممارسة التي تزيل حاجز الرهبة والخوف وتكسب المتحدث مزيداً من الثقة تنعكس في درجة تأثيره في الآخرين¹.

وهناك مجموعة من السمات التي ينبغي أن تتوفر في الداعية حتى يكون محدثاً جيداً، منها ما هو شخصي وما هو صوتي وما هو إقناعي، وهي كالاتي :

أ- **السمات الإقناعية التي يجب توفرها في الداعية وهي:**

1- **الموضوعية:** هي قدرة المتحدث على السلوك والتصرف وإصدار أحكام غير متحيزة لعنصر أو رأى أو سياسة، والوقوف إلى جانب الحق، حتى ولو لحق به الضرر.

2- **الصدق:** فالمتحدث الصادق هو الأكثر تأثيراً في مستمعيه².

3- **الوضوح:** أي القدرة على التعبير بوضوح من خلال اللغة البسيطة والمادة المنظمة والمتسلسلة منطقياً.

4- **الدقة:** أي التأكد من كون الكلمات التي سيستخدمها المتحدث تؤدي المعنى الذي يقصده بعناية.

5- **الاتزان الانفعالي:** أي أن يظهر المتحدث انفعاله بالقدر الذي يناسب مع الموقف وأن يكون متحكماً في انفعاله³.

6- **القدرة على التذكر:** وتعني الحضور الذهني أثناء الحديث⁴.

7- **المظهر:** يعنى أن يعكس مظهر المتحدث مدى رؤيته لنفسه، والطريقة التي ينظر بها الآخرون إليه، ويشكلون أحكامهم عنه، ويضم المظهر العام النظافة والأناقة الشخصية الملابس والمظهر المناسب للحالة، وكذلك الصحة النفسية والبدنية⁵.

ب- **السمات الصوتية:** تؤثر العوامل الخاصة بالنطق على مدى نجاح المتحدث مثل:

1- **النطق بطريقة صحيحة:** يعنى النطق الصحيح الالتزام بقواعد النحو والصرف، والالتزام بالنطق العام السائد للكلمات المنطوقة المتعارف عليه وكذلك وضوح الصوت، بمعنى أن

¹ طه عبد العاطي نجم، مهارات التعامل مع وسائل الإعلام مع القضايا الأمنية، مرجع سابق، ص4.

² عبد النبي عبد الله الطيب، الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص33

³ طه عبد العاطي نجم، مهارات التعامل مع وسائل الإعلام مع القضايا الأمنية، مرجع سابق، ص4.

⁴ عبد النبي عبد الله الطيب، الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص33.

⁵ طه عبد العاطي نجم، مهارات التعامل مع وسائل الإعلام مع القضايا الأمنية، مرجع سابق، ص5.

يتمكن المستمع من سماع ما يقوله المتحدث وفي الاجتماعات الكبيرة يجب أن يتأكد المتحدث أن جميع الحضور يستطيعون سماع ما يقوله بوضوح.

2- **السرعة في الكلام:** تعتبر عامل مؤثر في فاعلية الحديث فالتحدث بسرعة كبيرة يجعل المستمع لا يتابعك كما تريد، فالتنوع في السرعة يساعدك على تأكيد الأهمية كما تقول.

3- **أسلوب الوقفات:** أي الوقوف عند بعض الوقائع أثناء الحديث، وقد تكون بداية الحديث لجذب انتباه الحضور، قبل وبعد النقاط المهمة وعند نهاية كل جملة مفيدة أو وقفة في نهاية الكلام للدلالة على إنهاء الكلام.¹

- تتشارك السمات الإقناعية مع مجموعة من العناصر من أهمها .

- القدرة على التحليل والابتكار.

- القدرة على العرض والتعبير.

- القدرة على الضبط الانفعالي.

- القدرة على التقبل للنقد.²

- القدرة على التعبير الحركي والأوضاع الجسمية المختلفة: يقول "براون وبول" : يستخدم المتكلمون طائفة من العلامات الشكلية التي يشيرون بها إلى التعبير فيما يتكلمون فيه، ويمكن أن تعد هذه العلامات مؤشرات إلى تغيير المحور يستخدمها المشاركون في المحادثة، فنظرة المتكلم إلى محاوره، وتقرسه فيه، واستخدامه بعض الحركات الجسمية الدالة على تغيير خطابه، لها جميعا أهمية في تغيير المحور، فالسلوكيات الحركية إذن هي قناة اتصال خطيرة وهي بلا شك جزء مكمل للنشاط الاتصالي اليومي الذي يمارسه كل فرد.³

1- مستلزمات الحديث المقنع :

الحديث المؤثر والاستماع الجيد وجهان لعملة واحدة، ويمكننا تحديد مستلزمات الحديث المؤثر في ثلاثي الأبعاد الذي يتضمن:

¹ - عبد النبي عبد الله الطيب، الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص 40-41.

² - طه عبد العاطي نجم، مهارات التعامل مع وسائل الإعلام مع القضايا الأمنية، مرجع سابق، ص 5.

³ - د. محمد منير حجاب، مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة. (ط:2؛ القاهرة: دار الفجر، 2000م)، ص 103.

1-1- المستلزمات المتعلقة (بالمحدث): مثل الاستهلال الجيد والختام الجيد والاستهلال المفضل هو الذي يتفق مع هدف الحديث ويحقق أغراضه، وكذلك عندما تختم حديثك وجملته الختام مهمة ويجب أن تكون قوية ومركزة ومختصرة وموحية وعلى المتحدث أن يستخدم أكبر قدر من الحواس لأن ذلك من العوامل المهمة لنجاح الاتصال .

أ- **تعليم حسن الاستماع:** فكي تصبح متحدثاً بارعاً كن أولاً مستمعا جيدا، وشجع الناس على الكلام عن أنفسهم وأعمالهم وأمجادهم وبطولاتهم .

ب- يجب أن يتجنب المتحدث تقليد الآخرين والحرص على رجوع الصدى أي ردود الأفعال تجاه ما يقول، وللحرص على التلقائية أي تجنب حفظ الحديث الذي يؤدي للحرص عندما ينسى المتحدث الكلمة.

1-2- مستلزمات متعلقة (بالجمهور): على المتحدث معرفة اتجاهات جمهور المستمعين وميولهم تجاه الفكرة أو الموضوع بدءاً بالعناصر التي لا يختلف عليها الأفراد، ثم يتدرج إلى النقاط التي فيها وجهات النظر المختلفة.

1-3- مستلزمات متعلقة (بلغة البناء المنطقي للحديث)

- 1- دعم الجوانب الإيجابية للطرف الآخر.
- 2- عدم الاستقرار بدرجة تعطي فرصة للأفراد في الشرود أو الأحاديث الجانبية.
- 3- حشد وسائل التأثير المختلفة بدعم أقواله أثناء الحديث بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية، والأمثال الشعبية والحكم لزيادة المصداقية لدى المستمعين.
- 4- تجنب السقطات المنطقية مثل التعميم غير المشروع والخروج عن سياق الموضوع الرئيسي أثناء المناقشة.

5- تجنب عرض الأدلة في غير سياقها للوصول إلى نتائج مضللة¹.

وهناك مجموعة من الصفات والسمات الإقناعية للداعية التي تجعله أكثر قدرة على الإقناع والتأثير، ومن أهم هذه السمات هي :

1. العدالة في الحكم على الأشياء.
2. حسن التصرف أي القدرة على مواجهة المشكلات الجديدة ووضع الحلول المناسبة والسريعة لها.

¹ - عبد النبي عبد الله الطيب، الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص 45-46.

3. القدرة على التذكر فيجب أن يعنى الداعية بتقوية ذاكرته وحضور ذهنه إلى أكبر حد بل يحاول دائماً أن يضيف معلومات جديدة إلى ما لديه ويكثر منها من أي طريق.
4. الموضوعية والاعتزان الانفعالي.
5. الإحساس بالحياة فالإحساس المرفه والقوة المتدفقة فيها تنعكس على دعوته، وتجعل الناس ترى في أفكاره آمالهم وأحلامهم إنها استجابة حقيقية لاحتياجاتهم مما يجعلهم يتبنون أفكاره.
6. الصدق في الأقوال والأفعال: لأن الداعية قدوة، وإن قدرته على الإقناع متوقعه على مدى الثقة فيه.
7. القدرة على الاتصال بالآخرين: هي من أهم السمات الإقناعية التي يجب أن تتوفر في الداعية¹.
2. **مهارة الألفة:** تعتمد على قدرة الفرد على اكتساب مهارة فن التعامل مع الآخرين وقدرته في إدارة المواقف الاجتماعية بشكل عام.² وهي أمر أساسي لإشاعة جو من الثقة بالآخر، والثقة بالنفس والرغبة في الإسهام والمشاركة وذلك في مجالات التواصل كالتعليم والعلاج، والاستشارات والتدريب وغيرهما .
فالألفة هي القدرة على تقليل الفوارق غير الواعية مع الطرف المستقبل وسنبداً مع الطرف المقابل، ونبدأ بعملية التطابق معه ضمن المجالات التالية:
1. الناحية الفزيولوجية من خلال القوام والحركة
2. الصوت درجته ونبرته وسرعة الكلام وغيرها.
3. أسلوب اللغة والتفكير مثل اختيار الكلمات وطريقة عرض الأفكار فاختيار الأسلوب البلاغي المناسب خاضع إلى عدد الجماهير ونوعية الخطاب، فيجب الوصول إلى أذهان المستمعين بدون حواجز، قال أبو عثمان الجاحظ: "ولا تجعل همك في تهذيب الألفاظ وشغلك في التخلص إلى غرائب المعاني، وفي الاقتصاد بلاغ" ولتحقيق مبدأ الوضوح اشترطوا فصاحة الكلام والخلو من التعقيد، والغريب والحواشي وكل ما ينافي الطبع ويعوق إقناع المستمع بصدق الخطيب .

¹ - د. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص258.

² - د. منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، مرجع سابق، ص55.

وكما يعتمد الأسلوب على أهمية البنية الصوتية من خلال إيقاع النص الخطابي، فالنثر الخطابي ينبغي أن يكون إيقاعاً غير مطرد الوزن، ومن جملة هذه الأدوات استعمال السجع فهو يعطي الكلام مكانة أقرب إلى الرجز والقصيد وإن كان دونهما، وينبغي أن يكون في بعض الكلام لا في جميعه، فإن السجع في الكلام كمثل القافية في الشعر.¹

4 . المعتقدات والقيم: ما يرى الآخرون أنه هام وحقيقي.

5 . الخبرات والبحث عن الاهتمامات المشتركة في الأنشطة والمصالح.

6 . التنفس المنظم الهادئ.²

3. **مهارة مخاطبة الجماهير:** وتبرز أهمية مهارات الاتصال الجماهيري بأنه لا يمكن تصور وجود مجتمع متحضر بدونها، إذ تسعى إلى ترسيخ الهوية التاريخية والقومية والدينية، أو إبراز العملية السياسية والإنسانية فيه والمساعدة والتنشيف والتفعيل والمشاركة الاجتماعية داخله،³ وهناك مجموعة من الإجراءات الأساسية خلال الإعداد للحديث والبعض الآخر أثناء الحديث وهي:

1. **معرفة صفات الجمهور المستمع:** أي السمات والخصائص الأساسية للجماهير مثل الكشف عن أبرز سماته الديموغرافية وبنائه الاجتماعي والثقافي؛ ولا ننسى قول عليّ - عليه الصلاة والسلام - في حثنا على أن نخاطب الناس على قدر عقولهم، لذا ينبغي علينا أثناء دراسة الجماهير الوقوف على طبيعة المعلومات والبيانات التي يدركونها عن الأحداث الجارية، والاستفسارات التي تتبادر إلى أذهانهم، واتجاهاتهم نحو المعلومات والأخبار التي نشير إليها حول القضية المثارة وذلك عن طريق.

2. تحديد الأهداف:

- ما يريد أن يعرفه الجمهور ويفكر فيه أو يتعرف عنه أو يتذكر.

- ما يريد الجمهور أن يعرفه حول (سبب الحدث أو الدعوة).

وتحدد الأهداف حسب:

1- محمد العمري، بلاغة الخطاب الإقناعي مدخل نظري وتطبيقي "دراسة الخطابة العربية في القرن الأول نموذجاً" (ط:2؛ لبنان: لان، 2002)، ص 103.

2- طه عبد العاطي نجم، مهارات التعامل مع وسائل الإعلام مع القضايا الأمنية، مرجع سابق، ص 10-11.

3- د. رائد حسين عباس الملا، مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب، مرجع سابق، ص 108.

أ- اختيار الموضوع: الذي ينبغي أن يكون ضمن اهتمامات المتحدث ويعرف عنه الكثير، ومدى أهميته لدى الجماهير، ويرتبط بكم المعلومات والمعارف التي تستخدم الموضوع في طرحه.

ب- الغرض من الموضوع: وتتلخص في النقاط التالية:

1. الإخبار: يقدم فيه حقائق ومعلومات مباشرة.
2. الإقناع: عند محاولة تبني فكرة ما، فإننا نحاول إقناع الجماهير بتلك الفكرة، وهنا نحتاج إلى عرض الوقائع ومخاطبة عواطف الجماهير.
3. التفسير: توفير أكبر قدر من المعلومات والبيانات التي تسهم في الشرح والبيان.
4. جمع المعلومات: هي أولى الخطوات الرئيسية التي تعنى بتفسير الأحداث والوقوف على تطوراتها، للإجابة عن التساؤلات والاستفسارات التي تدور في ذهن الأفراد حول القضية أو الموضوع المثار.¹

ج- التنظيم الجيد للمحتوى:

1. مقدمة: تعد المقدمة مفتاح الخطبة وصدرها وعنوانها من خلالها يمكن استشفاف موضوع الخطبة ومكانة الخطيب في الأغلب فعليه يجب أن تكون المقدمة متصلة بموضوع الخطبة تمهد له وتنسجم مع معطياته، وينبغي أن تكون مناسبة للجمهور وحتى تكون المقدمة ناجحة يجب أن تتوفر فيها مجموعة من السمات وهي كالاتي:

1. مركزة: لا تطول حتى لا يملها المستمع .
 2. مشرقة: كضوء المصباح يجذب الانتباه.
 3. مشوقة: تحول المستمع إلى قلب كبير يستطيع استيعاب ما ستقوله في موضوعك.²
- وأنواع الافتتاح أربعة وهي "السهل، الجزل، البديهي، الملوح".
- 1- السهل: ما يبين فيه الموضوع بلا تكلف ويسمى الساذج.
 - 2- الجزل: ما كان أنيق اللفظ شريف المعنى يزينه حسن التعبير ويروقه ويصلح للأحوال الخارقة للعادة والنوازل الهامة.

¹ طه عبد العاطي نجم، مهارات التعامل مع وسائل الإعلام مع القضايا الأمنية، مرجع سابق، ص6.

² د. طارق محمد السويديان، فن الإلقاء الرائع. (ط:3؛ الكويت: الإبداع الفكري، 1425 - 2004)، ص124.

3- **البديهي:** ما أصاب السامع على غير انتظار وأبرز عن حميم العواطف والقلوب المتألّمة، ومقامه الوقائع المبالغته والطوارئ المفجعة.

4- **الملوح أو المعرض:** في اللغة خلاف المصرح وفي الاصطلاح ما يخرج مخرج الكناية والتعريض ويستعمل في سياسية النفوس النافرة، وترقيق القلوب العاتية والمتكبرة الجبارة.¹
الجدول (1): نماذج للمقدمة²:

الطريقة	الشرح
أذكر قصة مثيرة	فكرة القصة مثيرة وغير معروفة
عرض صورة	ذهنية أو حسية
توحد مع الجمهور	مثال العبارات الدالة على ذلك "أنا مثلكم بائع كلنا بائعون"
جامل الجمهور	أمدحهم واذكر لماذا امدح مدينتهم
استخدام الاستشهاد مثيراً أو قولاً مؤثراً	بدون إكثار ويناسب مقدمة الحديث
اسأل سؤالاً مثيراً غير واضح الإجابة ودعهم يفكرون	ما هي أسرع طريقة للوصول للشهرة؟
اذكر حقيقة أو بياناً مذهلاً	العاصفة متوسطة الحجم أقوى من القنبلة الذرية
اذكر إحصائية تدهش المستمع أو تعطي معلومات جديدة	الطالب الجامعي في أمريكا يقرأ 60 ألف صفحة خلال الأربع سنوات في الجامعة.
اذكر خبراً أو حديثاً	مثل خبر موجود في الجريدة.
تحدث عن شخصية مثيرة	تخليلوا وضعي أثناء الحادث الذي مر خلال الأسبوع الماضي.
أعط معلومات تؤثر فيهم	هل تعلمون كم من دهون يأكل الإنسان

¹ - علي محفوظ، فن الخطابة وإعداد الخطيب. (لاط؛ لا.م: دار الإعتصام، د ت)، ص 53، 52.

² - د. طارق محمد السويديان، فن الإلقاء الرائع، مرجع سابق، ص 124-127.

2- المتن أو المضمون: وحتى يكون الموضوع ناجحاً يصل إلى الأهداف بسهولة و يسر، يجب أن تعتمد جملة من الأسس والخطوات التي تؤدي في النهاية إلى الغرض المنشود في طرح الموضوع، فبعد طرح النقاط الرئيسية التي يريد القائم بالاتصال أن يسلط الضوء عليها، وليبيان المقصد للمرسل ثلاثة أقسام:

أولاً: أن يكون مترتباً على قضية واحدة فقط كما لو أردت الكلام عن العدل فإنك تقول: "إن العدل أساس عمران الممالك" مثلاً.

ثانياً: أن يكون واضحاً لأن الغرض إذا كان خفياً بعيد المآخذ تبرأ منه السامع.

ثالثاً: أن ينشط السامعين بابتكار صورته ولطيف مخرجه كما تقول في كثرة خطوب الدهر: "الليل والنهار غرسان يثمران للبرية صنوف البلية، أو زوايا الدنيا مشحونة

بالرزايا، أو التحذير من المعاصي،¹ كقوله ﷺ: «رَأْسُ الْحِكْمَةِ مَخَافَةُ اللَّهِ».²

2-1- تقسيم المضمون: فالتقسيم يزيد الحديث وضوحاً ويكسوه حسناً وجمالاً، وصفات التقسيم الحسن أربع :

1- أن تكون القسمة شاملة لكل أجزاء الموضوع لا يخرج عنها جزء من أجزائه.

2- أن تكون الأقسام متباينة لا يدخل بعضها في بعض .

3- أن تكون واضحة يتلقاها عقل السامع بسهولة فترسخ في ذهنه.

4- أن تكون مبتكرة موجزة³.

2-2- الشواهد والأدلة: وهي نوعان

1. **الإيجابي:** وهو ما اشتمل على تصديق القضية وتعزيزها بالأدلة الواضحة والحجج الدامغة، ويسمى التبيان.

2. **السلبي:** يفند المتحدث حجج الخصم ويدحض مقاله ويسمى التفنيد.

وهناك مجموعة من أمثلة وشواهد لها مميزات حسب كل موضوع والمخطط التالي يوضح

¹ - علي محفوظ، فن الخطابة وإعداد الخطيب، مرجع سابق، ص54.

2- حديث رواه أبو بكر بن بلال الفقيه، في مكارم الأخلاق والبيهقي، في الشعب وضعفه من حديث بن مسعود، ورواه في دلائل النبوة، من حديث عقبة بن عامر، ولا يصح، أنظر: المغني عن حمل الأسفار، العراقي ج1(ط:1؛ بيروت، لبنان: دار ابن حزم، 2005)، 1510.

³ - علي محفوظ، فن الخطابة وإعداد الخطيب، مرجع سابق، ص 55.

الجدول (2): أنواع الاستشهاد وأمثلة

المثال	المميزات	النموذج
(1) معلومات وأخبار	تزيد قناعة السامعين بموضوعك.	صحة المعلومات ذكر المصدر علاقة مباشرة بالموضوع
(2) إحصائيات	تعتبر أحسن الوسائل لبيان العلاقات وإثبات صحة القول إذا ما أحسن استخدامها.	قربها لتسهيل حفظها وطرحها ببطء لتؤكد نقطتك
(3) أقوال	عامل تأييد مساندة قوى للأفكار التي تسوقها أثناء حديثك خصوصا إذا كانت لأناس مشهورين أو لهم مكانتهم بين الناس .	مثل ذكر أقوال الصحابة أو التابعين وعلماء المسلمين وأهل النظر والفكر والتأكد من صحة نسبة القول إلى الصحابة. ذكر الكلام من مصادره التي أخذت منه
(4) الأمثال	يساعد في كسب القناعات يقرب الفكرة المراد توضيحها يدعم الأقوال والأفكار حتى تكون مرتبطة بالمستمع - إضفاء الطابع الإنساني على الموضوع. - شحذ الذهن للتفكير والتفكير.	قد يكون افتراضيا أو حقيقيا - الأمثال من القرآن. - الأمثال من الحديث. - الأمثال من أقوال الصحابة والسلف.
(5) آية قرآنية	تدعم الموضوع بقوة تزيد من قوة قناعيه الجمهور بفكرتك تريح السامعين لكونه يستند إلى دليل على حديثك	تلاوة آيات من الذكر الحكيم بالتلاوة والتجويد ويحاول ألا يستخدم المشهور منها.
(6) حديث نبوي شريف		
(7) قصة مثيرة	تغيير السلوك وترى الفكرة تحول المعاني المجردة إلى وقائع محبوبة تصرف المعنى إلى الأذهان تزيد من تفاعل الجمهور	تكون جديدة مثيرة الأفضل من القرآن الكريم - البيئة - التاريخ - الواقع المعاصر - جعلها بسيطة
(8) المقارنة	تثبت الصورة في الأذهان	مقارنة بين شيء يعرفه الجمهور

¹ - د. محمد طارق السويديان، فن الإلقاء الرائع، مصدر سابق، ص 137.

2-3- القوالب المستخدمة في تحرير الرسائل الإعلامية: وهناك قوالب متعددة لكتابة

المقال التي تعتمد عليها معظم البرامج التلفازية والصحفية وهي كالآتي:

أولاً- الهرم المعتدل: وهو قالب فني يعتمد على خاصية السرد حسب التسلسل الزمني لوقائع الحدث، بغض النظر عن أهميتها، وهذا القالب أقرب في عرضه إلى الأسلوب القصصي، ولذلك يصطلح عليه البعض بالقصة الإخبارية.

ويستخدم هذا القالب عادة في عرض بعض الأحداث الفرعية لحدث رئيسي، كعرض قصة اعتقال شخص ما وسط احتجاجات شعبية، فالحدث الرئيسي هو الاحتجاجات، بينما قصة الاعتقال حدث فرعي، الغرض من عرضها هو بيان كيفية تعامل الجهاز الأمني مع المحتجين من خلال العرض القصصي لمن تم اعتقاله.

ثانياً- الهرم المقلوب: على عكس "الهرم المعتدل"، لا يعيد محرر الخبر في "الهرم المقلوب" إنتاج الحدث حسب ترتيب الحدث، إنما يتدخل فنياً في كيفية صيغتها ، وذلك باعتماد على ترتيب وقائع الحدث حسب الأهمية، فيبدأ بالعناصر المهمة (والتي تشكل جزءاً مهماً من مقدمه الخبر)، ثم ينتقل في جسم الخبر تدريجياً وبصورة تنازلية من حيث الأهمية لا من حيث ترتيب وقائع الحدث، وينشر هذا القالب الخبري بكثرة لما يليه من شغف القارئ في معرفة تفاصيل الحدث بأسرع وقت ممكن .

ثالثاً- الهرم المقلوب المتدرج: يربط بعض الأكاديميين هذا القالب بالصحف الرسمية والنشرات الناطقة باسم الهيئات والتنظيمات والمؤسسات، حيث أن هذا القالب يرتبط في الغالب بالتصريحات والبلاغات والخطب والبيانات، أو بمعنى آخر، كل ما يتعلق بفعل الكلام، وهذا القالب مزيج بين القالبين السابقين: الهرم المعتدل والهرم المقلوب .

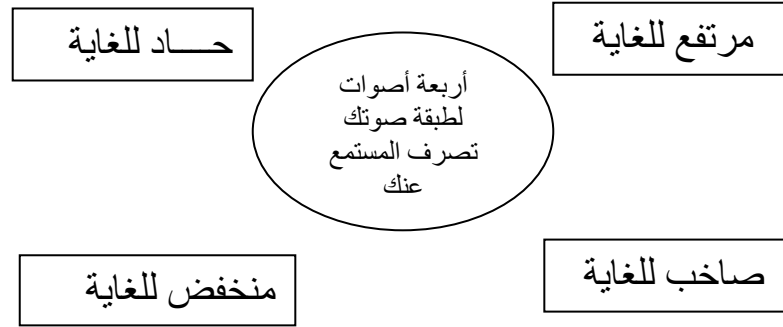
رابعاً- القالب التشويقي: على النقيض من قالب الهرم المقلوب، فإن أهم عنصر في الخبر يأتي في نهايته وليس في البداية، حيث يتم الاحتفاظ بهذا العنصر بينما يشتمل العرض على التمهيد له دون عرضه، ويستخدم هذا القالب في الغالب ضمن العرض القصصي المبني على التشويق والإثارة، لا على السرد التراتبي.

خامساً- القالب التجميعي: في هذا القالب، يعتمد المحرر لجمع عدة مواضيع أو أخبار أو أحداث في موضوع واحد يقدم له بمقدمة قصيرة فيما يأخذ جسم الخبر شكل فقرات متساوية تغطي كل منها حدثاً أو خبراً منفصلاً .

سادسا-القالب الماسي: يبنى هذا القالب على أساس تضمين المقال الخبري مقدمة سردية، غالبا ما تكون نادرة، تؤدي إلى فقرة جوهرية، وهي الفقرة التي تبرز عندها الأساسية في الموضوع، يليها الفقرة المهمة التي تضع النقطة الجمهورية ضمن سياقها العام . والفرقتان الجوهرية والمهمة تؤديان إلى شكل هرم مقلوب يناقش القضايا ذات الصلة وخلفية الموضوع بتسلسل وفقا لعنصر الأهمية، وينتشر استخدام هذا القالب بين الكتاب والإعلاميين المعروفين بأساليبهم المشوقة في العرض¹.

2-4 - **الصوت:** وله درجات متفاوتة، ولا يكفي إيراد نص جميل لجلب الانتباه، بل لا بد من قراءته بطريقة صحيحة تراعي عدم اللحن والتوكيد على بعض الكلمات والجهر بالصوت وعدم الاستعجال والتكرار متى رأى الخطيب ذلك مفيدا² لقوله تعالى: ﴿وَأَغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ

﴿ [لقمان: ١٩].



درجات الصوت³

2-5- التنوع:

1. **الفكاهة:** تجذب انتباه الجماهير وتشعرهم بالارتياح ولكن لا تناسب كل المواقف والمواضيع التي تطرح مثل: الخطب الدينية.
2. **الجدية:** الأمر كله متعلق بالموضوع فهناك مواضيع ليس من المناسب الإضحاك فيها مثل الحديث عن الآخرة مثلا، كما أن الجدية لا تعني التكشير، ولا يكون التكشير إلا لتعبير عن موقف معين.

¹ عبد الخالق، مشرف المنسق الاعلامي ادارة بقية المعلومات، صياغة الخبر، (لا.ط؛ لا.م، لا.ن، لات)، ص 4،5.

² د. محمد طارق السويدان، فن الإلقاء الرائع، مرجع سابق، ص144.

³ الشكل4.

3. **العامية:** الأصل في الحديث أن نتكلم بلغة سليمة وواضحة ويلجأ للعامية لأسباب وجيهة مثل:

أ- عند إلقاء الأمثال الشعبية لا تحاول تحويلها إلى الفصحى بل الفظها كما هي وشرحها.
ب- يمكن إدخال كلمات قليلة من العامية المفهومة والشهيرة بين الجمل لترطيب الحديث، إلا إذا كنت في بلد آخر.

ج- لا مانع من استعمال بعض الكلمات العامية لبلد آخر إذا تحدثت عنهم.

د- الوقفات: لابد من الخطيب من مراعاة التوقف في الحديث عند مواضع مناسبة ليهيئ ذهن السامع ويحافظ على ترابط الأفكار.¹

وفي الأخير يستخدم القائم بالاتصال مجموعة من المهارات لصب موضوعه في قالب لغوي شيق وممتع منها:

أ- **المهارة الجمالية أو الإيجابية:** وذلك عن طريق إثارة الجانب النفسي لدى الجمهور، وذلك من خلال تنمية الأذواق والتشويق والدعوة إلى التأمل المفتوح واستثارة الرغبات ومغازلة العواطف والأحلام وتفعيل الروح الإبتكارية لديه.

ب- **المهارة التوجيهية:** أن يسعى القائم بالاتصال من خلال لغة الخطاب التي يصوغ بها موضوعه أن تكون في نسيج لغوي ناجح غير متنافر من خلال تجانس الألفاظ ووحدها في النص الواحد،² وتحتاج في ذلك إلى التجديد والثقة وتقديم نموذج للتصرف السلوكي المطلوب في المجتمع فضلا عن الانسجام بين حركة الكلمة وإيقاع المؤثرات المرافقة، وكذلك مراعاة التوقيتات الزمنية.

ج- **المهارة التجسيدية:** وهي القدرة على التشكيل والمطاوعة أو التمثيل للأشياء بأبعادها، حتى في غياب الصور أو المؤثرات المختلفة: ويساعد في ذلك

1- الأداء الاتصالي الجيد.

2- المستوى المهني العام للمرسل والثقافة التي يحملها .

3- صيانة اللغة للمعنى مع التكتيك في الأسلوب.

4- درجة ثقافة ووعي الجمهور .

¹ - د. محمد طارق السويديان، فن الإلقاء الرائع، مرجع سابق، ص 187-190.

² - المرجع نفسه، ص 190.

د- **المهارات الدلالية:** وهي إيصال الحقائق والمعارف إلى الجمهور بصورة مباشرة أو غير مباشرة، يوفر التشبيه والإعجاز والصور المستعارة، والمدلولات المساندة والاختصار لسهولة ذلك التقديم¹.

كل هذا ضمن سياق وقالب تحدده إدارة الوقت التي تعتبر جزء مهما من مهارات مخاطبة الجماهير فالوقت الذي بين يدي الخطيب هو في الحقيقة أثمن ما لديه، كي يثبت وجوده، ويحقق الهدف المراد من الخطبة، فالتوقيت المناسب يدل على الإعداد الجيد وهذا نموذج لتوزيع الوقت للخطبة القصيرة 30 دقيقة التي تعبر عن نموذج الدارسة الخاصة بالبرنامج قيد التحليل².

الجدول(3): التوقيت المناسب للخطبة القصيرة

التوزيع	المحتوي
1 — 5 دقائق	المقدمة لقوة الهدف والنقاط الرئيسية
1 — 20 دقيقة	- شرح الهدف والنقاط الرئيسية
1 — 3 دقائق	- ذكر الأمثلة والاستشهاد
	- الختام (تلخيص ما قلت وختم باستشهاد مثير)

3- **الخاتمة:** أي الخلاصة وهي آخر فرصة متاحة لك لتحدث انطبعا عميقا في المستمعين،³ وهي ما ينهي به الخطيب موضوعه ويختم كلامه ويتحقق بها اتمام الموضوع الموضوع فهي بمنزلة الختام للشيء إذا بلغ غايته⁴.

¹د. رائد حسين عباس الملا، مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب، مرجع سابق، ص110.

²د.محمد طارق السويديان، فن الإلقاء الرائع، مرجع سابق، ص66-67.

³طه عبد العاطي نجم، مهارات التعامل مع وسائل الإعلام مع القضايا الأمنية، مرجع سابق، ص7.

⁴د.محمد طارق السويديان، فن الإلقاء الرائع، مرجع سابق، ص2.

الجدول(4): نماذج عن الخاتمة:

الطريقة	مميزاتها	نوع الجمهور الذي تصلح معه الطريقة.
1) التلخيص	تلخص نتائج البحث أو تكرر باختصار النقاط الرئيسية التي ذكرتها في محاضرتك لكن حاول أن تقولها بطريقة مختلفة أو حاول أن تجمعها في نقاط أساسية	المخاطبون الذين على مستوى واحد من المعرفة والعلم والمكانة الاجتماعية فإن الإلحاح يكون غير مناسب فليس من المناسب فعل ذلك مع المثقفين ذوي المستويات العالية لأن ذلك نوع من الاتهام لفطنتهم أما العامة فإن ذلك يكون عملاً محبذاً ومطلوباً معهم
2) الطلب أو التوصيات	بعد الانتهاء من شرح موضوعك ، اطلب من الجمهور أن يقوموا بأعمال معينة ليكون ايجابيين ومعظم الطلب يتركز في أن ينفقوا وقتهم أو مالهم بطريقة معينة أو يشاركوا في توجيه القرار السياسي أو الإذاعي من خلال خطابات وتصرفات معينة	ليس من المناسب ذكر وجهات النظر العديدة لأنه أسلوب ضرره أكثر من نفعه، و لا سيما أنه ليس مؤهلاً للمرونة والترجيح بين اتجاهات الآراء فيما يسمع، أما في حالة إذا كان المخاطبون من الصفوة فإن عرض وجهات النظر يكون تعبيراً عن سعة الانطلاق وعن الموضوعية وعن احترام السامعين حيث يترك لهم حرية اختيار ما يروونه مناسباً واقرب إلى الصواب ¹ .
تكرار نقاط المقدمة	فهذا يربط الموضوع أو يعطي فرصة جيدة للتلخيص أو يضيف إليها شيئاً من العاطفة والحماس لنحصل على خاتمة رائعة	
السؤال الموجه	اسألهم أسئلة أو سؤالاً لا يمكن الإجابة الفورية عليه أو تتطلب إجراء عملياً.	
المقارنة	بشرط أن تنتشر الحماس لتطبيق الموضوع وتحريك المشاعر، وأفضلها ما كانت حقيقة، والأفضل منها ما حدث لك شخصياً، وأفضلها ما فيه انتقال من الفشل إلى النجاح.	
استشهاد	آيات أو أحاديث أو أقوال أو أشعار تلخيص ما طرحت وتؤكد ما ذكرت بصورة فعالة، ويشترط أن تكون ذات علاقة وثيقة بالموضوع ² .	

¹ - د. عبد الكريم بكار، النهوض بالعمل الدعوي، مرجع سابق، ص 159.

² - د. محمد طارق السويدان، فن الإلقاء الرائع، مرجع سابق، ص 162.

1- طرق الإلقاء:

أ. **قراءة الحديث:** أسهل طريقة لديها عيوب

1- عدم القدرة على المواجهة الفعالة للجماهير .

2- الرتابة والملل الذي قد يتخللها.

3- عدم القدرة على التجاوب مع متطلبات الجماهير وتعديل المحتوى بما يناسب رد فعل الجمهور.

ب. **استظهار الحديث:** أي حفظ الحديث بينما يعاب عليه:

1- تستغرق ساعات وأيام تبعا لطول الحديث.

2- إغفال بعض نقاط الحديث الهامة نتيجة عجز المتحدث عن استيعاب النص الكامل للحديث.

3- تتطلب التركيز العالي.

ج. **الارتجال:** عفوية مرنة ومسترسلة، والحديث إلى فئة كثيرة من الجماهير: ومن عيوبها:

- الاستخدام في الاجتماعات وفرق العمل واللجان.

- العجز عن الإلمام الجيد بالموضوع وإهمال بعض النقاط الهامة فيه :

د. **الارتجال المعزز:** يرتبط بين القراءة والحديث والارتجال وتعتمد على:

1. كم هائل من المعلومات الوفيرة.

2. تستطيع حذف أو زيادة ما تشاء نتيجة انطبائك وتجاوب الجماهير.¹

4. **مهارة السؤال:** تعتبر أحد أهم المهارات الاجتماعات الواسعة الانتشار أو هي من أهم مهارات التفاعل الاجتماعي.

تعريف السؤال لغة: في اللغة السؤال من قولك سألت الشيء، أسأل، وسؤال، مسألة: مصدر، ويستعار لمفعول السؤلة: سأل بعضهم بعضا.

وفي التنزيل العزيز قوله تعالى: ﴿يَأْتِيهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ۝١﴾ [النساء: ١].

¹ - عبد العاطي نجم، مهارات التعامل مع وسائل الإعلام مع القضايا الأمنية، مرجع سابق، ص8.

سل : أمر من سأل يسأل أصله سأل فحذفت الهمزة تخفيفاً بعد نقل حركتها إلى الساكن قبلها والسين وستغنى عن اجتلاب همزة الوصل، والسائل الفقير وفي التنزيل قوله تعالى: ﴿وَأَمَّا السَّائِلَ فَلَا تَنْهَرْ﴾ [الضحى: ١٠].

وقيل السؤال طلب الصدقة¹.

ويعرف على أنه طلب الحصول على المعلومات سواء كانت واقعة أو خلاف ذلك ومن أهم وظائف السؤال:

- 1- إقناع الآخرين
 - 2- زرع الأفكار وتكوين الآراء.
 - 3- معرفة آراء الآخرين وفهمهم.
 - 4- رؤية الأفكار المشوقة .
 - 5- البحث على حل المشكلات والتقليل من الأخطاء.
 - 6- بث الطمأنينة .
 - 7- التغلب على المعارضين ونشر المنافسة .
 - 8- تجنب الانتقادات وإزالة سوء الفهم .
 - 9- تكوين الرأي وصنع القرار وكسب الوقت².
- أنواع الأسئلة :
- أ. وفقاً لطبيعتها وتنقسم:

- 1- الأسئلة الاستهلالية: وهي أسئلة البداية الحسنة، وغرضها تهيئة المناخ اللازم لنجاح المناقشة أو المقابلة أو الحوار، من خلال محاولة اكتساب ثقة المتحدث واستثارتها عاطفياً من خلال الأسئلة أو من خلال الإشادة ببعض مجالات العمل والأنشطة الشخصية.
- 2- الأسئلة الأولية: وهي الأسئلة التي نحصل من خلال الإجابة عنها على الحقيقة أو الخبر أو الموقف أو الرأي أو المعلومة التي نريدها.

¹ - ابن منظور، لسان العرب (11/319، 318)، ابن فارس، معجم اللغة (482/01)، معجم الوسيط ، ص 421.

² - عبد النبي عبد الله الطيب، الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص 49-50.

3- **الأسئلة الثانوية:** وهي الأسئلة التي نقصد بها الحصول على معلومات تفصيلية أكثر بخصوص السؤال الأولى أو الرئيسي، وبخاصة عندما لا تكون الإجابة عن السؤال الأول كافية، ويتوقف استخدام هذا النوع من الأسئلة على ذكاء السائل ومدى إلمامه بموضوعه¹.

ب. أنواع الأسئلة وفق الغرض:

1- الأسئلة المعرفية:

أ - أسئلة الحقائق.

ب- أسئلة المفاهيم.

ج- أسئلة الآراء.

د- أسئلة الدوافع.

2- **أسئلة التذكير:** لدى المتلقي خاصة في المواقف التعليمية كما في التدريب أو الدعوة.

1.2- أسئلة تقريرية: هدفها تقديم فقرات وتبريرات للدوافع والأحداث .

2.2- أسئلة التعريفات: الهدف منها تحديد المفاهيم والمصطلحات .

3.2- أسئلة تقويم: إصدار أحكام وقيم عن الشيء والسلوك والاختبارات والأعمال والأفكار.

4.2- الأسئلة الإستدراجية: تتعلق بالمواقف الاضطرارية التي تشعر مستقبلها بالتأمل أو الغضب².

¹ - د. محمد منير حجاب، مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة، مرجع سابق، ص161.

² - عبد النبي عبد الله الطيب، مهارات الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص54.

المبحث الثالث: مفهوم الإقناع وأساليبه وخصائصه

المطلب الأول: مفهوم الإقناع

أولاً: لغة: يرى ابن فارس في معجم مقاييس اللغة أن الثلاثي "قنع" له أصلان صحيحان وثالث شاذ على النحو الآتي:

- **الأول:** الإقبال على الشيء وهو القناع .
- **الثاني:** يدل على الإستدارة في الشيء، وهو القنّع - بكسر القاف وسكون النون - والقناع.

- **الثالث:** يرى أنه شذ عن الأصل، (الإقناع) بمعنى ارتفاع الشيء ليس فيه تصوب¹.
قَنَعَ: قَنُوعًا سأل وتَدَلَّل قَنَعَ، قَنَعًا وَقَنَاعَةً وَقُنْعَانًا، رضي بما قسم له، قَنَعَ، رضاه أَقْنَعَ بيديه في الصلاة مَدَّهما واسترحم ربّه // مَقْنَع - مَقَانَع يُقْنَعُ به وشهادته، يقال « فلان لنا مَقْنَع » أي رضا نقنع به².

إذا رجعنا إلى أصل الكلمة في اللغة العربية نجد بأنها تقابل "**persuasion**" ذات الأصل اللاتيني وتتكون من مقطعين "**per**" وتعني عاطفي أو انفصالي "**suadre**" يعني بحث أي أن تجعل شخصا ما يعتقد في شيء من خلال البحث العاطفي أو العقلي³.

ثانياً: اصطلاحاً: جاء في معجم مصطلحات الإعلام أن الإقناع هو دفع القارئ أو المستمع أو المشاهد للاستجابة المطلوبة، بأن توفر له أسباب الإقناع بالمزايا أو الفوائد التي يمكن أن تحقق له السلعة، أو الخدمة المعلن عنها، وكيف يمكن أن تؤدي إلى إشباع الحاجة أو مجموع الحاجات الفطرية والمكتسبة التي استشارها المعلن في مرحلة خلق الرغبة.

- **يعرفه جوديث لازار:**⁴ "على أنه الفعل الذي يستند إلى مساع معلومة من أجل تغيير السلوك عن طريق علاقات وتبادلات رمزية".

¹ - ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، تحق عبد السلام محمد هارون، ج3. (ط:1؛ بيروت: دار الفكر، 1415هـ) ص32.

² - المنجد في اللغة، مرجع سابق، ص657.

³ - نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص6.

⁴ - جوديث لازار: هو عالم الاجتماع وأستاذ سابق في جامعة تورنتو وبنسلفانيا له مجالات الإهتمام الرئيسية هي نقل المعرفة العامة، والحياة الجامعية ودور وسائل الإعلام. وهي مؤلفة في عشرة كتب نشرت في المنازل الأكاديمية النشر .

ويقصد بالإقناع أن يصغي السامع لك وقد اقتنع بفكرتك، لا لإعتبارها فكرتك أنت ولكنها أصبحت فكرته الخاصة به، والتي انبثقت من داخل نفسه وكان لك فضل إشارتها وتحريكها والكشف عنها¹.

يظهر من مجموع التعريفات السابقة أن الإقناع عبارة عن إجادة مهارات الاتصال والتمكن من فنون الحوار وأدبه، وتتداخل بعض الكلمات في المعنى مع الإقناع مع وجود فوارق قد تكون دقيقة إلى درجة خفاء بعضها مثل: الخداع، الإغراء، التفاوض، فبعضها تهيج للغرائز وبعضها تزيف للحقائق أو بعضها مجرد حل وسط واتفاق دون إقناع².

المطلب الثاني: الاستمالات والأساليب والاستراتيجيات الإقناعية

1- إن نجاح عملية الإقناع يجب أن يتم بشكل مخطط ومدروس فإن تمت بصورة عشوائية، لا يمكن ضمان نجاحها بالصورة الكاملة ولو أنها نجحت بالمصادفة، ولكي يتم تحقيق الهدف المنشود للعملية الإقناعية على القائم بالجملة الإقناعية أن يستخدم جملة من الأساليب والاستمالات والاستراتيجيات، وتحدد من خلال أولية البدء بحسب كل موقف إقناعي هناك الكثير من الأساليب والاستراتيجيات والاستمالات التي يمكن استخدامها في عملية الإقناع.

أولاً: الاستمالات الإقناعية

أ- لغة: استمال "استمالة": مال، يقال (مَيْلَه فاستمال)، (وفلانا وبقلبه أماله "استعطفه" وما في الوعاء اخذ هو الإمالة مصدر أمال في القراءة أن تميل بالفتحة نحو الكسرة وبالألف نحو الياء³.

ب- اصطلاحاً: يعرفه شدوان علي شيبه الاستمالة في كتابه «الإعلان النظرية والتطبيق» بأنها منبهات ومثيرات ترفع من مستوى التحفيز سلبياً أو إيجابياً يقول: هي توصيات وتوجيهات الرسالة الإقناعية، فالاستمالة ماهي إلا ثقة إقناعية تستخدم وفقاً لخصوصية

¹ - إبراهيم إمام، الإعلام الإسلامي. (لا.ط؛ القاهرة: المكتبة المصرية، د.ت)، ص 57.

² - علي برغوث، الاتصال الإقناعي. (ط: 1؛ غزة: لان، 2005)، ص 6.

³ - المنجد في اللغة، مرجع سابق، ص 782.

الموقف الاتصالي، وتتميز بتنوع والمرونة ومخاطبة العقل أو المشاعر أو كلاهما معا بهدف الحصول على تحقيق نتائج معينة على مستوى الاتجاه والسلوك¹.

ج - أنواع الاستمالات الإقناعية

1- الاعتماد على الاستمالة العاطفية: هناك بعض الجماهير يمكن إقناعها من خلال التأثير العاطفي عليها، حيث يكون الأثر النفسي عالياً وبتالي يكون المتلقي أكثر تهيئاً وقبولاً للأفكار التي تعرض عليه، ويعتبر التأثير العاطفي من أكثر الاستمالات التي يمكن الاعتماد عليها في إقناع دون الثقافة المحدودة، والبسطاء، والعامّة فحيث يصعب استخدام مثل هذه الإستراتيجية في حالة المتقنين ثقافة عالية.²

1-1- ضوابط استخدام الاستمالات العاطفية: الضوابط الشرعية لاستخدام الإقناع العاطفي في مجال الدعوة بالنقاط الثلاثة الآتية :

- أولاً: الصحة (في الدعوى) قَالَ تَعَالَى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ﴾ [النحل: ١٢٥].

- ثانياً: الصدق في الوعد والوعيد الذي يمارس ترغيباً أو ترهيباً، لا بد أن يكون صادقا.

- ثالثاً: العدل في مستوى التأثير ليس الإنسان مهما بلغ من حسن النية والرغبة في الخير أي يسيء إلى الآخرين بالترغيب أو الترهيب، وتتمثل الإساءة في ذلك بأحد الأمرين:³

1- الظلم ومجاوزة الحد الشرعي، وترك العدل الذي هو التوسط والاعتدال مما يحدث أثراً سيئاً في المدعو وخاصة في الترهيب، وضابط العدل هنا هو ما جاء في الكتاب والسنة من حيث المحتوى والمناسبة.

2- ضعف أو عدم التوازن بين الترغيب والترهيب بأن يقدم أحدهما في حين ينفع الآخر بدرجة كبيرة، أو كأن يجعل كلامه ترهيباً وتخويفاً باستمرار فيصاب الإنسان باليأس والقنوط، أو يجعل كلامه ترغيباً الدوام، فيشكر الناس على الرجاء قال ابن كثير رحمة الله وقوله: ﴿إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ﴾ [١٦٥] [الأنعام: ١٦٥]، أي لمن عاداه وخالف شرعه وقال تعالى: ﴿وَأِنَّهُ

¹ - نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص38.

² - علي برغوث، الاتصال الإقناعي، مرجع سابق، ص14.

³ - إبراهيم بن صالح الحميدان، الإقناع والتأثير دراسة تأصيلية دعوية، مجلة جامعة الإمام، العدد49، محرم1426هـ، ص272.

لَغَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿١٦٥﴾ [الأنعام: ١٦٥]، أي لمن تاب إليه وأتاب وهذا من باب قرن الرحمة مع العقوبة لئلا يحصل اليأس فيقرن سيف الترغيب والترهيب كثيرا لتبقى النفوس بين الرجاء والخوف¹، وإن أي خطاب حتى يتمتع بمكانة جيدة لابد أن يراعي أمورا منها: سلامة التعبير والتوصيل، مما يجعل متلقيه متمثلا له واعيا به وبمقاصده والأمر الذي يوجب مراعاة قدرات المخاطب وحدود فهمه والطبيعة التي عليه والظروف التي يمر بها، وهذا يقتضي أن يتمتع صاحب الخطاب ببصر نافذ بطبائع الجماهير، وقيم الأفراد، وميزان المواهب، فعليه ان يتخير موضوعه المناسب، وأن يصوغه في الأسلوب الذي يلقي القبول في أفئدة السامعين حتى يترك أثره المنشود في نفوسهم وأفكارهم،² إن القذيفة قد تنطلق كاملة العناصر تامة القوة، ولكنها تقع بعيدة عن مرماها فتذهب هدرا، وما أكثر الخطباء الذين يرسلون من افواههم خطبا بالغة، تنطلق هنا وهناك كما ينطلق الرصاص الطائش، ليصيب هدفا ولا يدرك غرضا.³

1-2- استخدامات الاستمالات العاطفية: وتعتمد الاستمالات العاطفية على:

- 1- استخدام الشعارات والرموز: يتلخص هدف الإقناع في صيغة واضحة ومؤشرات عاطفية تثار في كل مرة وتستخدم فيها.
- 2- استخدام أساليب لغوية: مثل التشبيه، الاستعارة، الكناية، وكل الأساليب التي من شأنها تقريب وتحديد وجهة نظر القائم بالإقناع.
- 3- صيغ أفعال التفضيل: أي استخدامها لترجيح فكرة معينة أو مفهوم مادون الترجيح على المفهوم.
- 4- الاستشهاد بالمصادر: مثل التشبه بمن هم أكثر شهرة أو أعلى سلطة أو من يحظى بمصداقية من جانب المتلقي.
- 5- عرض الرأي على أنه حقيقة: وذلك رغم عدم الألفاظ والإجماع عليها.

¹ - ابراهيم بن صالح الحميدان، الإقناع والتأثير دراسة تأصيلية دعوية، مصدر سابق، ص274.

² - د. خالد حباسي، الفكر السياسي عند الشيخ محمد الغزالي، مرجع سابق، ص51.

³ - محمد الغزالي، في موكب الدعوة. (لاط؛ القاهرة: منشورات دار الكتب، د.ت)، ص 213.

6- استخدام غريزة القطيع: ذلك باستغلال الضغط الذي يجعلنا نتوافق مع الجماعة المرجحة التي تنتمي إليها ويمكننا أن نطلق عليها العدوى النفسية.¹

7- دلالات الألفاظ: وهي من أساليب تحريف المعنى اعتماداً على الألفاظ المستخدمة، ويمكن تطبيق ذلك من خلال كلمة أو صفة أو فعل، تكون محملة بمشاعر معينة، قد تكون سلبية تضيف نوعاً من الرفض على الاسم أو الفعل المصاحب لها، وقد تكون إيجابية، ويلاحظ أن بعض هذه الألفاظ في أصلها اللغوي محايدة كلفظ "ادعى" إلا أن معيار الكم هو ما جرى العرف عليه في استخدام اللفظ، وهو ما يطلق عليه علماء اللغة الحقيقة العرفية للفظ.²

2- الاستمالات العقلانية: يعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية، وتستخدم في ذلك:

* الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية.

* بناء النتائج على مقدمات.

* تنفيذ وجهة النظر الأخرى.

وهناك أمثلة كثيرة في الآيات القرآنية التي استخدمت هذا النوع من الاستمالات، ومن ذلك قول الله تعالى في سورة البقرة³ قَالَ تَعَالَى ﴿لَمْ تَرَ إِلَى الَّذِي حَاجَّ إِبْرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ أَنْ آتَاهُ اللَّهُ الْمُلْكَ إِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّيَ الَّذِي يُحْيِي وَيُمِيتُ قَالَ أَنَا أُحْيِي وَأُمِيتُ ۖ قَالَ إِبْرَاهِيمُ فَإِنَّ اللَّهَ يَأْتِي بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ فَبُهِتَ الَّذِي كَفَرَ ۗ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ ﴿٢٥٨﴾﴾ [البقرة: ٢٥٨]

3- استمالات الخوف: تعتمد هذه الإستراتيجية على إثارة مشاعر الخوف والقلق لدى المتلقي، بهدف دفعه نحو قبول آراء وأفكار القائم بعملية الإقناع، وذلك بالاعتماد على التخويف والترهيب.⁴

¹ - نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص 39-40.

² - د. يوسف محمد، النظريات النفسية والاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والالكترونية. (ط:2، القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2013م/1443هـ)، ص 574.

³ - عبيد عمر حسنة، من أساليب الإقناع في القرآن الكريم.

تصفح بتاريخ: 2014/11/10، (https://www.google.com)

⁴ - علي برغوث، الاتصال الإقناعي، مرجع سابق، ص 15.

ويؤكد "روجر"¹ إن استمالات التخويف تعمل من خلال تصوير أو توضيح خطورة أو مضار مشكلة معينة، والتأكد على احتمالية حدوث هذه المضار والتعرف على الآثار الايجابية للاستجابة الوقائية.

وتتوقف تلك المتغيرات على مستوى التخويف المطلوب،² وفي القرآن الكريم نجد أمثلة كثيرة على ذلك منها الآيات التي وردت في شأن الربا ومن ذلك³ قوله تعالى: ﴿الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ﴾ [البقرة: ٢٧٥].

ثانيا: أساليب الإقناع:

أ- لغة: الأسلوب في اللغة الطريق، ويقال سلكت أسلوب فلان في كذا، طريقته ومذهبه، والأسلوب: الفن، يقال أخذنا في أساليب من القول فنون متنوعة.⁴
والأسلوب ج: أساليب، الطريق // الفن من القول أو العمل // الشموخ في الأنف، ومنه انفه في الأسلوب //، أي لا يلتفت يمينه ولا يسره.⁵

ب - اصطلاحا: هو طريقة خاصة في استخدام اللغة أو سمة ما، أو طريقة ما تحدد هوية الممارسة اللغوية في بيان معين، أو اختيار بين مجموعة من البدائل والإمكانات، وبتعبير آخر هو الفن المعتمد على التنظيم والتناسق وطريقة من النظم وضرب فيه قابل للاحتذاء أو الرواية ويتنوع لاستخدام لآخر،⁶ وعرفه ابن خلدون " بأنه المنوال الذي ينتج فيه التراكيب أو القالب الذي يفرق فيه".⁷

1- روجر باكون 1294/1214م يعرف باسم المعلم المذهل كان فيلسوفا انجليزيا وراهبا فرانيسيكيا، وهو الذي وضع التأكيد على التجربة وهو أول أوروبي وضع قوانين المنهج العلمي وقد أثرت عليه أعمال أفلاطون والعلوم الإسلامية.

2- نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص41.

3- عمر عبيد حسنة، من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، مرجع سابق، تاريخ التصفح: 2014/12/16.

4- معجم الوسيط، معجم اللغة العربية، تحق: شعبان عبد العاطي عطية، احمد حامد حسين، جمال مراد حلمي. (ط:4؛ مصر: مكتبة الشرق الدولية، 1425 - 2004)، ص889.

5- منجد اللغة، مرجع سابق، ص343.

6- صالح بلعيد، نظرية النظم، (لا.ط:الجزائر: دار هومة، دت)، ص156.

7- ابن خلدون، المقدمة، (ط:1؛ بيروت: دار الفكر، 1424هـ/2003م)، ص589.

1- وضوح الأهداف مقابل استنتاجها ضمناً:

كلما كانت الرسالة واضحة ولا تحتاج لجهد في تفسيرها واستخلاص النتائج أصبحت أكثر إقناعاً لدى أنواع معينة من الجماهير خاصة محدودي التعليم وغموض الرسالة ووجود أهداف تضمينية فيها، حيث يترك للمتلقى الفرصة لكي يعمل ذهنه ويستنتج الهدف بنفسه وقدراته، ويشعر بالاحترام من قبل المرسل بما يساعد على تحقيق الهدف المنشود من الرسالة، وقد أكد كاتز ولازاسفيلد أنه كلما كان الاقتراح الذي يقدمه القائم بالاتصال محدداً، ازداد احتمال إتباع النصيحة.

ونجد أن هذه الاعتبارات تذهب إلى أبعد من مجرد مشكلة الوضوح والضمنية وهي تتوقف على ظروف أخرى كثيرة مثل:

أ- مستوى ذكاء وتعليم المتلقي ودرجة صلة الموضوع بالمتلقي وأهميته.

ب- نوع القائم بالاتصال.¹

2- تقديم الرسالة الأدلة والشواهد: يقول الله تعالى: ﴿أَفَلَا يَنْظُرُونَ إِلَى الْآيَاتِ كَيْفَ خُلِقَتْ ۖ﴾ (١٧)

وإِلَى السَّمَاءِ كَيْفَ رُفِعَتْ ۖ ﴿١٨﴾ وَإِلَى الْجِبَالِ كَيْفَ نُصِبَتْ ۖ ﴿١٩﴾ وَإِلَى الْأَرْضِ كَيْفَ سُطِحَتْ ۖ ﴿٢٠﴾ [الغاشية: ١٧ - ٢٠].

سعي معظم القائمين بالاتصال إلى دعم رسائلهم الإقناعية بتقديم أدلة أو عبارات تتضمن إما معلومات واقعية أو آراء منسوبة إلى مصادر أخرى غير القائم بالإقبال ويمكن تقديم بعض التعليمات حول تأثير تقديم الأدلة.²

1- ترتبط الأدلة والشواهد في الرسالة بإدراك المتلقي مصداقية المصدر فكلما زادت مصداقية المصدر قلت الحاجة لمعلومات تؤيد ما يقول.

2- يقلل تقديم ضعيف الرسالة من وقع أي دليل.

3- تقديم الأدلة تكون أكثر تأثيراً على الجماهير الذكية.

4- يتوقف تأثير الدليل على ما إذا كان المتلقون يعتبرونه صحيحاً أو غير صحيح وعلينا أن ندرك أن الدليل الذي يقدم حقائق غير الدليل الذي يقدم آراءً، فتأثيرهما مختلف.

¹ - نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص 44.

² - عمر عبيد حسنة، مقال بعنوان من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، مرجع سابق، تاريخ التصفح: 2014/112/22.

3- عرض جانب واحد من جوانب الموضوع أو عرض الجانبين المؤيد والمعارض: يؤكد الباحثون أن تقديم الحجج المؤيدة والمعارضة في الموضوع الواحد أكثر فعالية واقدراً على التغيير لدى الفرد المتعلم، وحين يكون الجمهور متردداً فإن تقديم الجانبين يكون أقوى أثراً¹ لقول الله تعالى: ﴿وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَن يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾ وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴿٣١﴾ قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ﴿٣٢﴾ قَالَ يَتَّكِمُ الَّذِينَ أُنْزِلَتْ إِلَيْهِمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ ﴿٣٣﴾﴾ [البقرة: ٣٠ - ٣٣]، ولذلك نجد الآية (34) في سورة البقرة تؤكد أن الملائكة قد وصلوا إلى قناعة بالطرح الرباني فحينما أمرهم بالسجود لآدم عليه السلام قبلوا دون تردد² لقوله تعالى ﴿وَإِذْ قُلْنَا لِلْمَلَكَةِ اسْجُدُوا لِآدَمَ فَسَجَدُوا إِلَّا إِبْلِيسَ أَبَىٰ وَاسْتَكْبَرَ وَكَانَ مِنَ الْكَافِرِينَ ﴿٣٤﴾﴾ [البقرة: ٣٤].

وتزداد احتمالات النجاح في عملية الإقناع عن تقديم الرأي المؤيد والمعارض معا بالنسبة للنص الحيز، وقد اكتشف "هوفلاند" عام 1948م "وسيفيلد" عام 1949م أن تقديم وجهة النظر المؤيدة فقط أكثر تأثيراً في إحداث التحول في الحالتين:

أ- حينما يكون المستمع مثقفاً أساساً مع الرأي الذي يدعوا إليه المتحدث.

ب- حينما يكون المستمع قليل الحظ من التعليم، بينما يكون تقديم وجهتي نظر أكثر تأثيراً في الحالتين الآخرين أي :

أ- حينما يكون المستمع معرضاً أساساً لرأي القائم بالاتصال.

ب- حينما يكون المستمع على قدر كبير من التعليم.³

وينبثق من هذه الإستراتيجية مجموعة من الأساليب التي يمكن الاعتماد عليها في تقديم الرسالة الإقناعية، وذلك بالاعتماد على طبيعة ونوعية وخصائص المتلقي ويؤدي عرض

¹ - نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مصدر سابق، ص 46.

² - عمر عبيد حسنة، مقال بعنوان من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، مرجع سابق. تاريخ التصفح: 2014/12/22.

³ - نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص 46.

الجانب المؤيد لرأي المتلقي الذي يعارض جانباً واحداً من الموضوع وتكون قادرة على إقناع الأفراد ودفعهم الديني ووجهة النظر المعروضة، وتزداد احتمالات النجاح في عملية الإقناع عند تقديم الرأي ووجهتي النظر بجد يمكن أن يكون التأثير والإقناع أقوى، ويصبح لدى المستقبل لوجهة النظر درجة أعلى من المناعة من وجهات النظر المضادة بعد ذلك¹.

4- استخدام الاحتياجات والاتجاهات الموجودة: يعتمد هذا الأسلوب على التعرف على احتياجات واتجاهات وأهداف المتلقي والتركيز على تلك الموجودة لديه أصلاً حسب ما يعتمد عليها تكوين نسبة الرسالة الاتصالية الإقناعية «حسب هذا الأسلوب» واستخدام تلك الاحتياجات والأهداف في صياغة رسالة اتصالية يساعد كثيراً في تهيئة المتلقي لقبول المضمون الذي سعى القائم بالاتصال لإيصاله للمتلقي².

فإقناع أي فرد للقيام بعمل معين يجب أن يطلق من إحساس الفرد بأن هذا العمل وسيلة لتحقيق هدف كان لديه من قبل أو بدأ التفكير فيه من قبل على الأقل³، ويرى علماء الاجتماع أن الجمهور يكون لديه استعداد لتدعيم احتياجاته الموجودة عن طريق تطويره لاحتياجات جديدة عليه تماماً، بمعنى أن الرسالة تكون أكثر فعالية حينما تجعل الرأي والسلوك الذي تعرفه يبدو للجمهور على أنه وسيلة لتحقيق احتياجاته الموجودة فعلاً في القرآن الكريم⁴ لقوله تعالى: ﴿إِذْ قَالَ الْحَوَارِيُّونَ يَٰعِيسَى ابْنَ مَرْيَمَ هَلْ يَسْتَطِيعُ رَبُّكَ أَنْ يُنَزِّلَ عَلَيْنَا مَائِدَةً مِنَ السَّمَاءِ قَالَ اتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ كُنُتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿١١٢﴾ قَالُوا نُرِيدُ أَنْ نَأْكُلَ مِنْهَا وَتَطْمَئِنَّ قُلُوبُنَا وَنَعْلَمَ أَنْ قَدْ صَدَّقَتْنَا وَنَكُونَ عَلَيْهَا مِنَ الشَّاهِدِينَ ﴿١١٣﴾﴾ [المائدة: ١١٢ - ١١٣].

5- التكرار بالتوزيع وتأثير تراكم العرض: يعد التكرار من العوامل التي تساعد على الإقناع، ويمكن أن يؤدي تكرار عرض الرسالة إلى تعديل الاتجاهات العامة للجمهور نحو أية قضية أو موضوع إلا أن التكرار للرسالة تتأكد باستخدام أساليب متنوعة ومتعددة وجذابة، وفي القرآن الكريم نجد الكثير من الآيات والقصص قد تم تكرارها، وخير مثال لذلك قصة

¹ - علي برغوث، الاتصال الإقناعي، مرجع سابق، ص 16.

² - نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص 40.

³ - علي برغوث، الاتصال الإقناعي، مرجع سابق، ص 15.

⁴ - عمر عبيد حسنة، من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، مرجع سابق. تاريخ التصفح: 2014/12/26.

سيدنا موسى عليه السلام، إذا فإحتمالات الإقناع عن طريق التعرض المتراكم للموضوع أكبر من احتمالات الإقناع نتيجة التعرض لنفس الموضوع مرة واحدة.

6- التعبئة والضغط والتحفيد: في ظل تضارب المصالح بين الأطراف تبرز ضرورة التعبئة والضغط والتحفيد للفكرة المرسل، وذلك لتوجه آراء واتجاهات جمهور معين إلى قبول مقررات أو آراء أو أفكار بعينها، وتستخدم هذه الإستراتيجية بكثرة من قبل المؤسسات في التأثير على جمهورها وتتركز هذه الإستراتيجية في الحصول على التأييد والمساندة للآراء والاتجاهات.¹

7- ترتيب الحجج الإقناعية داخل الرسالة: يشار إلى الرسالة التي تحتجز أقوى وأهم الحجج إلى النهاية مثل الرسالة التي تقدم الحجج الأقوى في البداية فهي تنتج تأثيراً أكثر عكس الذروة أو تأثير البداية ولا بد من الإشارة هنا إلى أنه ليس هناك قاعدة أو قانون عام لترتيب الحجج في عملية الإقناع فقد ذهبت بعض الدراسات إلى أن الحجج التي تقدم في البداية تأثيرها أقوى من الحجج التي تقدم في النهاية، بينما أظهرت دراسات أخرى نتائج عكس ذلك، ويرى بعض الباحثين أن تأجيل الحجج الأقوى حتى النهاية أفضل من تقديمها في البداية، ولنا أن نلاحظ ترتيب الحجج في القرآن الكريم كما في قصة سيدنا إبراهيم عليه السلام مع نمرود حيث وجدت الحجة في نهاية الأمر² قال تعالى: ﴿أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِي حَاجَّ إِبْرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ أَنْ آتَاهُ اللَّهُ الْمُلْكَ إِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّيَ الَّذِي يُحْيِي وَيُمِيتُ قَالَ أَنَا أُحْيِي وَأُمِيتُ قَالَ إِبْرَاهِيمُ فَإِنَّ اللَّهَ يَأْتِي بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ فَبُهِتَ الَّذِي كَفَرَ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ﴾ [البقرة: ٢٥٨] .

ج- أنواع الحجج:

1- الحجج التجريدي: الذي يبنى على اعتبار الصورة وإلغاء المضمون والمقام، وهو من المراتب الدنيا للحجاج.

2- الحجج التوجيهي: وهو إقامة الدليل على الدعوة بالبناء على فعل التوجيه الذي يختص به المستدل، والتوجيه هنا هو إيصال المسند حجته إلى غيره، و هذا النوع الحجاجي تدعمه

¹ - علي برغوث، الاتصال الإقناعي، مرجع سابق، ص18.

² - عمر عبيد حسنة، مقال بعنوان من أساليب القرآن الكريم، مرجع سابق. تاريخ التصفح: 2014/12/26.

النظرية اللسانية المعروفة باسم "نظرية أفعال الكلام"، والتي ترى الأفعال للقصد والفعل، وهما عماد التوجيه.

3-الحجاج التقويمي: هو إثبات الدعوة بالاستناد إلى قدرة المستدل إلى أن يجرد بنفسه ذاتا ثانية ينزلها منزلة المتعرض على دعواه، أو ما يسمى بالتشخيص في (النظرية اللسانية)؛ أي أنه يبني أصلا على اعتبار فعل الإلقاء والتلقي معا على سبيل الجمع والاستلزام .

4-القياس الخطابي: هو القياس المضمر القائم على الاحتمالات التي تكفي في معالجة الأمور منها "التعارض، والتضاد، والمستقصي".

5-المثل: هو استقراء بلاغي أو حجة تقوم على المشابهة بين حالتين في مقدمتها، ويرد استنتاج نهاية إحداها بالنظر إلى نهاية مماثلتها، ويعتبر دعامة كبرى من دعائم الخطابة بما يحققه من إقناع وتأثير.

6-الشاهد: هو من الحجج الجاهزة أو غير الاصطناعية كما سماها " أرسطو"، ويجمع الأمثال والآيات القرآنية، وكان للشواهد القرآنية ثلاثة استعمالات في الخطابة العربية القديمة تمثلت في:

أ- الاحتجاج لقضية مختلف فيها.

ب- تتمثل حالة مشابهة.

ج- الاستئناس أو خلق الجو الديني في الخطبة، تحقيق الإشارة وحسن الموقع في النفس.¹

7- البرهنة: إثبات أمر بواسطة أمور أخرى بحسب قواعد المنطق الصوري التي تقوم على عدد معين من المبادئ البديهية التي لا تفتقر إلى البرهان.

8- المحاجة: نشاط ذهني يتداوله السائل والمعلل أي النافي والمثبت حول معان هي في آن واحد معطيات نفسية واجتماعية، أي تبادل الحجج بغرض إثبات الرأي الشخصي، أو رد رأي الخصم، وغرض كل ذلك الإقناع.²

¹ - مدقن هاجر، "مجلة مقاليد"، مصطلحات حجاجية، جامعة ورقلة، العدد الأول، جوان 2011، ص33-34.

² - محمود يعقوبي، أصول الخطاب الفلسفي.(لا.ط؛ الجزائر، ديوان المطبوعات، 1995م)، ص9-10.

يحقق الإنسان أهدافه من خلال الأفعال التي يمارسها في حياته اليومية، وترتبط هذه الأفعال بسياق معين، وبما أن أفعاله مختلفة فإنه يسعى إلى إتباع طرق متباينة تتناسب والسياق لتحقيق أهدافه، وتسمى هذه الطرق إستراتيجية.¹

ويقوم نموذج التخطيط الإقناعي على فكرة أسياسية مؤداها أن التأثير في الإتجاهات معتمدا أساسا على توظيف الاستمالات الإقناعية الفعالة على أساس أن الاتجاه عندما يبنى على أساس سليم من الوعي والمعرفة تكون الاستجابة أكثر احتمالا، لذا يعتمد عملية التخطيط الإقناعي على مجموعة من الاستراتيجيات.

ثالثا: الاستراتيجيات الإقناع :

يعود مصطلح إستراتيجية "strat gy" إلى المجال العسكري، وهو يشير هناك إلى طرف الوصول إلى أهداف عسكرية بعيدة المدى، وفي لسانيات_الخطاب "Linguistic of discoure" وتحليل الخطاب "discoure Awalés" تفيد مصطلح "إستراتيجية" مجموع عمليات المعالجة الموجهة إلى هدف والجارية عن وعي عند إنتاج الخطاب.²

أما في اللغة العربية الفصحى المعاصرة أصبح يعمل قدرا من اللبس من أمرين:
- الأول: شيوع هذا المصطلح بلفظه الدخيل.

- الثاني: كثرة استعماله في ميادين معرفية وحضارية مختلفة وجراء هذا اللبس الذي اعتري هذا المصطلح تجد أن له تعاريف مختلفة، وهي في مفهومها العام «علم وفن ينصرفان إلى الخطط و الوسائل التي تعالج الوضع الكلي للصراع، ومن أجل تحقيق هذه السياسة فالإستراتيجية تتعلق بإعداد الخطط والأهداف وبما إنها خطة فهي ذات البعدين :

- الأول: بعد تخطيط وتحقيق في المستوي الذهني

- الثاني: البعد المادي والذي يجسد الإستراتيجية لتتبلور فيه فعلا.

2- دليلة قسيمة، استراتيجيات الخطاب في الحديث النبوي.(رسالة ماجستير في اللغة العربية وآدابها)، لا.ط،

2011/2012م، ص68.

3- إدريس مقبول، ملخص بحث استراتيجيات التخاطبية في السنة النبوية، كلية العلوم الإسلامية، مجلد الثامن، ع 12،

1435هـ، ص541.

والإستراتيجية تعني «مجموعة الأفكار والمبادئ التي تتناول ميدانا من ميادين النشاط الإنساني بصورة شاملة متكاملة، وتكون ذات دلالة على وسائل العمل ومتطلباته، واتجاهات مساراته بقصد إحداث تغيرات فيه وصولا إلى أهداف محددة».¹

وقد عرض الباحثون ثلاث استراتيجيات لنظرية الإقناع تخاطب كل منها نفس المتغير التابع، وهو السلوك العلني وتشمل هذه الاستراتيجيات:²

- **أولا: استراتيجيات إنشاء المعاني:** إن المعرفة هي نتاج عملية تراكم المعلومات التي عرفها الإنسان منذ القديم بشتى السبل اكتسب الإنسان من خلالها رموز متعددة عفويا. إن العلاقة بين المعرفة والسلوك ستضل مبدأ أساسيا للسلوك البشري، وأن المعاني تشكل أعمالنا فعلا؛ وقد بقيت صحة هذا الاقتراح آلاف السنين، وفي الحقيقة لقد استطاعت وسائل الإعلام أن تحدث تغيرات في السلوك بدون قصد، وهذا لا ينفي وجود أسس كافية للاعتماد على إستراتيجية إنشاء المعاني بغرض تغير السلوك عن قصد، فالمعلومات التي تنتقل إلى الجماهير يجب أن تكون فعالة كأي نوع آخر من تغير المعاني التي تسببها لبعض الأشياء كالمنتجات أو القضايا أو المرشحين أو المسائل إذا أمكن تحقيق هذه المتغيرات، فإن تعديلات السلوك نحو هذا الهدف من الإقناع أن تأتي في أعقابها، وهي تعتمد على الإستراتيجيتين، فإذا كان نهج الإستراتيجية الدينامكية النفسية تعلّم -"استمر، أعمل"، والإستراتيجية الثقافية الاجتماعية "تعلّم - وافق"، فإن نهج إستراتيجية إنشاء المعاني هو تعلّم وأعلم،³ وتستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية في إنشاء ودعم الصور الذهنية من خلال مصادر غير محددة للمعلومات تعمل على صياغة أو تعديل المعاني التي خيرها الناس من كل شيء ويتضمن نموذج المعاني أساسا المقترحات المتشابكة التالية :

- 1- الذاكرة عند الإنسان تتيح تطوير المعرفة.
- 2- المعرفة موجودة على شكل مفاهيم، وهي تركيبات لها أسماء أو تصنيفات للمعاني التي يذكرها الأشخاص.

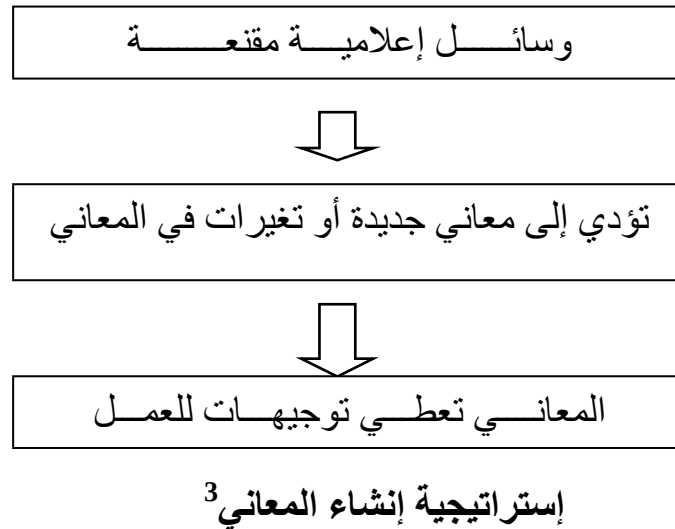
¹ - دليلة قسيمة، استراتيجيات الخطاب في الحديث النبوي، مرجع سابق، ص 69.

² - عمر عبيد حسنة، مقال بعنوان من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، مرجع سابق. تاريخ التصفح: 2014/12/30.

³ - نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص 36.

- 3- معاني المفاهيم يمكن للشخص أن يحصل عليها إما عن طريق الاتصال الحي المباشر مع النواحي المختلفة للواقع، أو من خلال تفاعل الرمزي مع الجماعات التي تستخدم اللغة.
- 4- اللغة هي أساسا مجموعة من الرموز (اللفظية وغير اللفظية) تستخدم في تمييز وسمه وتصنيف المعاني المتفق عليها.
- 5- العادات أو الاتفاقات توجد الروابط بين الرمز والمعنى، وبهذا فهي تنتج عملية الاتصال بين هؤلاء الذين يلتزمون بالقواعد.
- 6- رموز اللغة المتفق عليها يستخدمها شعب معين، تشكل فهمه أو تفسيره أو سلوكه تجاه عامله المادي والاجتماعي.

ووفق لإستراتيجية إنشاء المعاني وسائل الإعلام تكون الصور الذهنية لرؤوسنا وتتمي معتقداتنا عن العالم الحقيقي أو تؤثر في سلوكنا، كما أنها شيء وتثبت المعاني ككلمات في لغتنا، وتؤثر هذه التعديلات للمعاني في استجابتنا للموضوعات المختلفة، وإذا افترضنا أن وسائل الإعلام يمكن أن تعدل المعاني وتؤثر على السلوك عن قصد، فإن هناك أسسا كافية للاعتماد على إستراتيجية بناء المعاني بغرض تغيير السلوك عن قصد، فالمعلومات التي تنتقل إلى الجماهير يجب أن تكون فاعله¹، والشكل التالي يوضح إستراتيجية أثناء المعاني².



¹ - عمر عبيد حسنة، مقال بعنوان من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، مرجع سابق. تاريخ التصفح: 2015/01/05.

² - نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص 37.

³ - الشكل 5.

- ثانيا: إستراتيجية الدينامية النفسية: إذا كانت الافتراضات الأساسية لعلم النفس قد أدمجت في تغيير المؤثر والاستجابة عند الفرد فإن هذا التغيير يشير إلى نتيجة عامة لأحداث نفسية، نفرض أنها تشترك في تحديد الاتجاهات في السلوك وتأسيا على ذلك فإن المخلوقات البشرية، وهي العامل الطارئ أو الفرد، وهي تركيب معقد من مكونات بيولوجية وعاطفية، فالنظرية قد تم استنتاجها أساسا من النموذج الإسلامي بالإدراك الذي تطور في نطاق علم النفس،¹ وتقوم الافتراضات الأساسية في علم النفس على المحاور الآتية :

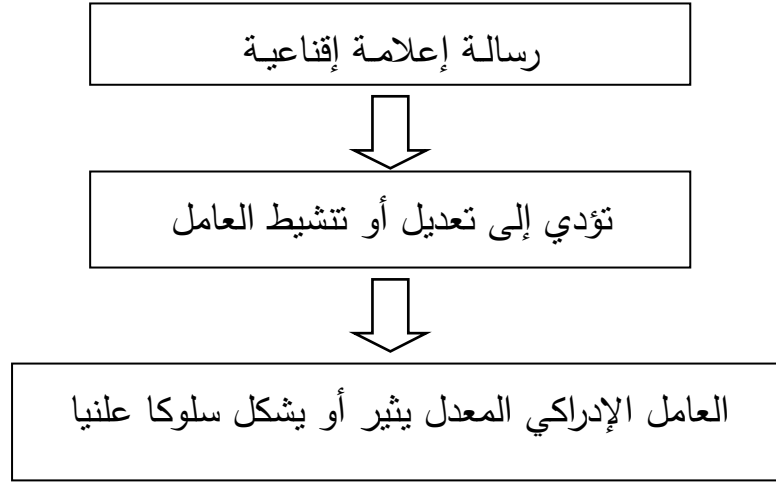
- 1- إن المؤثرات تستقبل وتكتف بواسطة الأحاسيس من المحيط الخارجي
- 2- إن خصائص الكائنات العضوية تشكل نوع الاستجابة التي ستحدث، وأخيرا سوف يتيح ذلك بعض أشكال السلوك، وبما أننا لا نهتم بالمخلوق البشري وحدة، فإنه يمكن تحديد العوامل المؤثرة كالاتي :

- أ- مجموعة من خصائص بيولوجية بشرية أو صفات موروثية.
 - ب- مجموعة أخرى من عوامل قد تكون قائمة أساسا على بيولوجيا جزئيا والتعلم جزئيا، مثل الحالات والظروف الانفعالية.
 - ج- مجموعة من عوامل مكتسبة أو جرى تعلمها لتنظيم التركيب الإدراكي للفرد².
- حينما نأتي إلى بعد الإدراك فإننا نجد أن المستقبل لن يدرك إلا ما يريد هو أن يستوعبه، يحدث ذلك بشكل يتوافق مع حاجاته وقيمه وعواطفه وخبراته السابقة، مثال ذلك إن القراء المتعصبين يميلون إلى المقاطع التي تدعوا إلى تسامح في الرسالة الإعلامية، ومعنى ذلك أيضا أن إدراك وسائل الاتصال الجماهيرية إنما هو إدراك انتقاء يوافق العمليات السيكلوجية والبناء السيكلوجي للمستقبل،³ والشكل التالي يوضح إستراتيجية الإقناع الديناميكية النفسية.

¹ - نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص 44

² - عمر عبيد حسنة، مقال بعنوان من أساليب الإقناع في القرآن، المرجع السابق، تاريخ التصفح: 2015/01/05.

³ - د. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 145



الإقناع الديناميكية النفسية¹

- ثالثا : إستراتيجية ثقافية اجتماعية: بينما تقوم الافتراضات الأساسية لعلم النفس على أن السلوك يمكن السيطرة عليه من قوى داخل الفرد، فإن العلوم الاجتماعية الأخرى تفترض إن قدر كبيرا من السلوك الإنساني تشكله قوى من خارج الفرد ويؤكد علم دراسة المجتمعات البشرية التأثير القوي للثقافة على السلوك، بينما يهتم علم السياسة بدراسة هياكل الحكم وممارسة السلطة أما علم الاجتماع فإنه يدرس تأثير النظام المجتمعي على سلوك الجماعة، وتقدم كل هذه أساسا للتنبؤ بطبيعة العمل البشري.

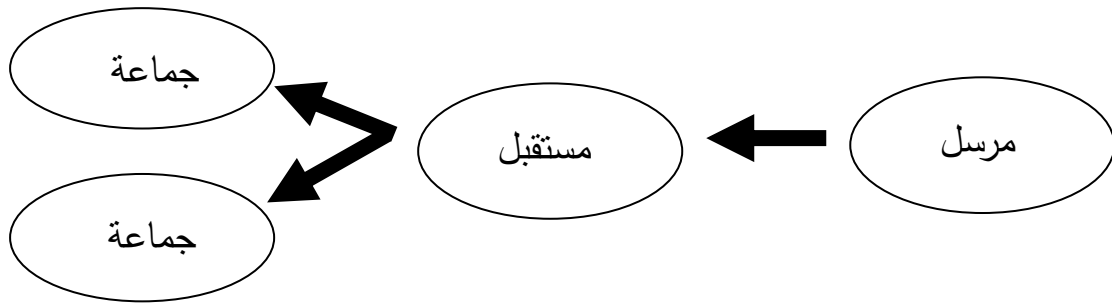
إن ما تتطلبه إستراتيجية الثقافة الاجتماعية الفعالة هو أن تحدد وسائل الإقناع للفرد قواعد السلوك الاجتماعي، أو المتطلبات الثقافية السيكولوجية للمستقبل، وليس إدراكا عشوائيا للعمل الذي يحكم الأنشطة التي يحاول رجل الإعلام أن يحدثها، وإذا كانت التحديات موجودة فعلا تصبح المهمة هي إعادة تحديد هذه المتطلبات².

أما النظرة السيكولوجية فإنها تصنع في الاعتبار الجماعات الأولية التي تساهم في صياغته قيم الفرد وتحديد سلوكه، وتتجه هذه الدراسات إلى التركيز على البناء الاجتماعي الأكبر بدلا من التركيز على المستقبل والجماعات الأولية، فهي تدرس أولا العلاقات المتبادلة بين الجماعات الأولية ثم تبحث ثانيا عن وضع المستقبل في ذلك الإطار الكلي³. ويوضح الشكل التالي هذا الاتجاه.

¹ - الشكل 6.

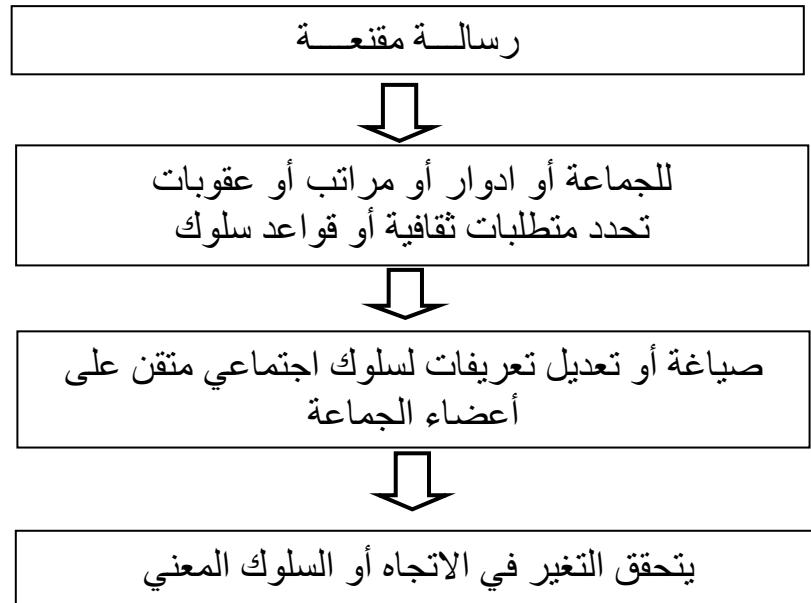
² - عمر عبيد حسنة، مقال بعنوان من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، مرجع سابق. تاريخ التصفح: 2015/01/08.

³ - د. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 147.



البناء الاجتماعي¹

البناء الاجتماعي وتتخذ الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية الشكل الآتي :



الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية²

رابعاً: خصائص الاتصال الإقناعي

- 1- التخطيط: الذي يقوم به المصدر أو القائم بالاتصال، أي يخطط له مسبقاً.
- 2- تحويل الوظيفة السيكولوجية: بهدف تحقيق الاستجابة العلمية من طرف المتلقي.
- 3- البناء السيكولوجي: وهو مختلف من فرد لآخر فهو يخضع للظروف الاجتماعية وغيرها لذلك فهو يتغير بالإقناع، مثلاً الشحيح بالإقناع يصبح كريماً ويصرف الأموال.

¹ - الشكل 7.

² - الشكل 8.

- 4- افتراض تجاوز البناء السيكولوجي للفرد : بمعنى تحولك إلى شخص آخر.
- 5- يستهدف تغير وجهة نظر ما عند الفرد أو الجماعة ولذلك فهو يخاطب العواطف والانفعالات كثيرا.
- بالإضافة إلى هذا فإن الاتصال الإقناعي يستخدم محتوى الرسائل عبر رسائل الإعلام استخدمنا متعددا.

- 1- يوظف فنونه لأغراض مع الحق وهو شيء محبذ.
- 2- يستهدف الكبار الذين تكونت أفكارهم ومذاهبهم خلافا للصغار الذين هم في طور النشأة الاجتماعية والتربية أي "في مرحلة غرس الأفكار"، بمعنى الإقناع يأتي لإقتلاع ذلك الأفكار.

- 3- والإقناع يتجسد في الطمأنينة والرضي النفسي.
- 4- والخطر الأكبر حين يكون المتلقي غير مدرك أنه واقع تحت التأثير الإقناعي.¹

خامسا: آليات وطرق الإقناع

آليات الإقناع:

1- توظيف الأفكار في الإقناع (حجية الأفكار) :

تتعلق بالمحتوى المعرفي للحجج والتعرف على الأفكار السائدة لوجهة نظرك والأفكار المطاردة لها، ومن ثم تنظم الحجج السائدة والحجج الناقضة في المضمون الاتصالي بشكل منطقي.

2- توظيف الأمثلة في الإقناع حجية الاستشهادات:

تتعلق باقتباس الأفكار والحكم والأقوال المأثورة التي توظف الإقناع، كما تتعلق بتوظيف القصص أو النكت أو الحكايات والحوادث لتعزيز القوة الإقناعية للحجج،² وتظهر اهتماماتها فيما يلي :

- قوة تأثيرها في المرسل.
- طلب المرسل إليه لهذا النوع من الحجج في بعض السياقات.

¹ - الاتصال الإقناعي، الفرق بين الاتصال العام والاتصال الإقناعي، منتدى طلبية، ورقة
تصفح بتاريخ 30/11/2014 (www. augla.fumnet.com)

² - علي برغوث، الاتصال الإقناعي، مرجع سابق، ص20.

- حصول الاختلاف بخصوص قيمة معنية.
- المناظرة العقلية والمجادلة الكلامية.
- الرغبة في تحصيل الإقناع بما عند المرسل من بضاعة.¹
- 3- **توظيف الوجدان في الإقناع لحجية الانفعالات والعواطف المستثارة:** تتعلق بالتأثير على المتلقي عن طريق إثارة عواطفه وانفعالاته.
- 4- **توظيف الصور والرسوم في الإقناع (حجية الصورة):** لعل الصورة من أكثر الوسائل المؤثرة على الإنسان، وأكثرها قرباً للتصديق فهي كثيرة الاستخدام في مجال العلاقات العامة.
- 5- **الإقناع بالاستفهام.**
- 6- **الإقناع بالمقارنة والبدائل.**
- 7- **الإقناع بالصور الذهنية.**
- 8- **الإقناع ببيان المزايا والعيوب.**
- 9- **الإقناع بالبده مباشرة والبده بالأهم**
- 10- **الإقناع بالاعتماد على مبدأ التفريق (نحن وليس أنا).²**
- 2- **طرق الإقناع :**
 1. **الاستنتاج :** من الجزء إلى الكل.
 2. **الاستنباط:** من الكل إلى الجزء.
 3. **العاطفة:** تركز عليها بعد استعمال المعلومات والمنطق وذلك لتحريك الناس وجذبهم حسب المواضيع مثل: الأرض، الحرية، العزة، الوطن، الانتماء، والتركيز على الحاجات الأساسية مثل الطعام، السكن... إلخ، والحاجات النفسية مثل: الحب، الأمن... إلخ.
 4. **كسب الثقة:** من خلال العبارات الدالة على ذلك مثل: أنت مثلهم، أنت متميز، أنت خير، حسب الموضوع فهناك قدوة مشتركة والكلام بثقة وقوة في هذا يجعلهم يحاولون تقليدك.³

¹ - إدريس مقبول، ملخص بحث استراتيجيات التخاطبية في السنة النبوية، مرجع سابق، ص556.

² - علي برغوث، الاتصال الإقناعي، مرجع سابق، ص21.

³ - د. طارق محمد السويدي، فن الإلقاء الرائع، مرجع سابق، ص53.

سادسا: عوامل نجاح الإقناع:

- 2- القدرة على نقل المبادئ والعلوم والأفكار بإتقان.
- 3- معرفة أحوال المخاطبين وقيمهم وأولوياتهم.¹
- 4- الجاذبية الشخصية (حسن الخلق، أناقة المظهر، الثقافة الواسعة، اتساع المعرفة).
- 5- توافر الصفات الإيجابية الضرورية في المرسل (الإخلاص، الصدق، الأمانة، الأخلاق).
- 6- التمكن من مهارات الإقناع وآلياته من خلال امتلاك مهارات الاتصال وإجادة فنون الحوار مع الالتزام بآدابه.
- 7- القدرة على إيضاح الفكرة وعرضها، وسلامتها ومعقوليتها.
- 8- اختيار الظروف المناسبة لتطبيق عملية الإقناع (الزمنية، المكانية، النفسية، الجسدية).²
- 9- تحليل الإقناع إلى مقدمات متفق عليها كالحقائق والنتائج المنطقية المبنية على مقدمات، للابتعاد عن الجدل والتعدي والانقسام.³

سابعا: عوائق الإقناع

- 1- الاستبداد والتسلط: لأن موافقة الطرف لآخر شكلية تزول بزوال الاستبداد.⁴
- 2- صلابة المتلقي: هناك أنواع من الناس يصعب إقناعها كالمعتد برأيه، وتتعاظم الصعوبة إذا كان المعتد برأيه جاهلا جهلا.⁵
- 3- كثرة الأفكار مما يربك الذهن.
- 4- تذبذب مستوى القناعة أو ضعف في أداء الرسالة من قبل المصدر.
- 5- الإعتقاد الخاطئ بصعوبة التغيير أو استحالة، وهذه نتيجة مبكرة تقضي على كل جهد قبل تمامه.
- 6- اختفاء ثقافة الإشادة من قبل المصدر اتجاه المستقبل.⁶

¹ - أحمد بن محمد عبد المحسن، الإقناع تصفح بتاريخ 20/12/2014 (WWW/KSARENAT.net)

² - نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مصدر سابق، ص24.

³ - سوزان اشوة، فن الإقناع، (لا.ط؛ لا.م: لان، دت)، ص22.

⁴ - أحمد بن محمد عبد المحسن العسال، الإقناع القوة المفقودة، مرجع سابق، التصفح بتاريخ 11/11/2014.

⁵ - علي بربووث، الاتصال الإقناعي، مرجع سابق، ص29.

⁶ - أحمد بن عبد المحسن العسال، الإقناع القوة المفقودة، مرجع سابق، التصفح بتاريخ 15/11/2014.

الفصل الرابع

الإطار التطبيقي للدراسة

المبحث الأول: مفهوم البرنامج الديني وأهدافه

المطلب الأول: تعريف البرنامج الديني

المطلب الثاني: لمحة تاريخية عن صدور البرنامج

المبحث الثاني: دراسة البيانات وتحليلها

المطلب الأول: دراسة البيانات وتحليلها من حيث المضمون

المطلب الثاني: دراسة البيانات وتحليلها من حيث الشكل

المطلب الثالث: نتائج الدراسة

المبحث الأول: مفهوم البرنامج الديني وأهدافه

يعتبر هذا الفصل مدخل تمهيدي للدراسة التحليلية، أتناول فيه تعريف البرامج الدينية في الوسائل الإعلامية السمعية منها والبصرية بصفة عامة، وذلك من خلال التعريف بمفهوم هذه البرامج الدينية، وأهم الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها في المجتمع الإسلامي، إضافة إلى تعريف برنامج حديث الإثنتين قيد الدراسة.

المطلب الأول: تعريف البرنامج الديني

تعريف كلمة البرامج الدينية: هو مصطلح مركب من كلمتين تركيباً إضافياً، وقبل تعريف هذا المصطلح المركب لابد أولاً من تعريف "كلمة البرامج":

أولاً: لغة: البرامج - ج- برنامج، والبرنامج كلمة فارسية معربة وتعني منهاج.¹

- جدول الأعمال "Agenda Schednle".²

- نشرة تحدد شروط العمل أو وقائع الحفلات³ أو شروط المباريات.

- خطة يخططها المرء لعمل يريده.⁴

ثانياً: الدين لغة: الدال والياء والنون، أصل واحد إليه يرجع فروعه كلها.

- هو حسن الانقياد والذل، فالدين طاعة قال «إن له يدين»، انقاد وطاع، وقوم دين لي مطيعون ومنقادون.⁵

- الدين ج أديان (ضد) الطاعة المعصية؛ الورع // اسم يجمع ما يعبد به الله // الملة، والمذهب، السيرة، العادة // الحال الشأن // الإكراه // القهر والغلبة // "يقال قوم دين" أي دائنون بمعنى خاضعين، وصاحب الدين المتمسك بدينه.⁶

¹ - منجد اللغة، مرجع سابق، ص. 36.

² - السعيد الخوري، أقرب الموارد في الفصحى العربية والشوارد، (لا.ط؛ إيران: منشورات مكتبة آية الله العظمى، 1403هـ)، ص. 28.

³ - معجم اللغة العربية، المعجم الوسيط، مرجع سابق، ص. 52.

⁴ - يوسف عبد الباقي، قاموس الطلاب "عربي-عربي"، (لا.ط؛ الدار البيضاء، المغرب: دار المعرفة، دت)، ص. 107.

⁵ - أبو حسن المدين فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، المرجع نفسه، ص. 319.

⁶ - منجد اللغة، مرجع سابق، ص. 231.

- وضع الإلهي سائق لذوي العقول في اختيارهم المحمود إلى الخير بالذات¹.

ثالثاً: اصطلاحاً: خص لفض "الإسلام" بالدين الذي جاء به محمد ﷺ من ربه وبالاتقياد التام له بلا قيد ولا شرط، وبهذا الاتقياد يظهر خضوع الإنسان لله رب العالمين خضوعاً اختياريّاً وهو جوهر الإسلام، وبهذا المعنى الخاص للإسلام جاء قوله تعالى: ﴿الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتْمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا﴾ [المائدة:3].

وعلى هذا يكون تعريف الإسلام الخضوع الاختياري لله رب العالمين ومظهره الاتقياد لشرع الله الذي أوحاه إلى رسوله محمد ﷺ وأمره بتبليغه إلى الناس.²

رابعاً: اصطلاحاً: وردت عدّة تعريفات للبرنامج الديني ومنها:

- البرنامج الديني هو النشاط الإعلامي المتخصص في علوم الدين في إطار الإسلام العام الملتمزم بالإسلام.³

- كما تعرفه نوال محمد عمر هو فن تعريف الإنسان بربه على أسس علمية صحيحة، وبأساليب متعددة وأشكال مختلفة تنتج عند الإنسان الطاعة لله ورسوله، والغاية من ذلك أن يكون صادق الحكم على القيم الإنسانية ولا يمكن التعريف بالله إلا من خلال القيم والمبادئ، والمثل الذي جاء به القرآن الكريم، وتقدم البرامج الدينية في التلفزيون صورة مختلفة فمنها ما يتضمن تقديم أحاديث دينية وفتاوى وتفسير آيات من الذكر الحكيم، وبرامج تتضمن لقاءات مع كبار علماء الدين، بالإضافة إلى التمثيليات والأغاني الدينية.⁴

¹ - محب الدين أبي الفيض، السيد محمد مرتضى الحسني الوسطي الزبيدي الحنفي، تاج العروس. (ط:1، مصر، مطبعة الحرية المعزية، 1306هـ)، ص208.

² - عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة. (ط:3؛ بغداد: لان، 1976م)، ص9.

³ - سعود الدهلوي، ندوة تصوير البرامج الدينية في التلفزيونات الخليج. (لا.ط؛ الرياض: جهاز تلفزيون الخليج، 1047هـ)، ص3.

⁴ - نوال محمد عمر، دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية. (لا.ط؛ القاهرة: مكتبة النهضة الشروق، 1984م)، ص106.

- البرامج الدينية هي تلك البرامج المتخصصة في تقديم المعلومات الدينية والثقافية الإسلامية، فهي أداة للتثقيف والتوجيه والتوعية بمبادئ الدين والثقافة الإسلامية عن طريق الأحاديث واللقاءات والندوات والتمثيلات والمسلسلات.¹

وترى الباحثة من خلال مجموع التعاريف السابقة أن البرامج الدينية الإسلامية هي فن إعلامي يصطبغ بصبغة دينية، تستمد مبادئها من الرسالة الإسلامية، تعتمد على كل الوسائل الإعلامية الحديثة لإيقاظ النفوس ودفع الروح المعنوية وشحن الجماهير الإسلامية بكل ما يميزها عن الجماهير الأخرى إضافة إلى الدور الأساسي الذي ينبعث من الدعوة الإسلامية نفسها، وهي رسالة التبليغ التي تسعى البرامج الدينية إلى تكريسها باعتبارها منبر من منابر الدعوة لله عز وجل.

خامسا: أنواع البرامج الدينية: تتعدد أنواع البرامج الدينية وتختلف أشكالها وأنماطها، وبما أن موضوع دراستنا هو برنامج الحديث المباشر سننتقل إلى تعريف هذا النوع من البرامج.

- برنامج الحديث المباشر: هو أبسط أنواع البرامج، إذ يقتصر على متحدث واحد، يوجه حديثه إما إلى الجمهور الشاشة، أو جمهور الاستديو، ويعتمد كلياً على شخصية المتحدث الذي ينبغي أن يتصف بمجموعة من الموصفات الخاصة التي تعطيه القدرة على إقناع الآخرين والتأثير فيهم.²

وتراعي قواعد أساسية في الإلقاء المباشر، إذا كنت في حديث تلفزيوني مباشر يتحدث للكاميرا ولا يلتفت يمينه ويساره ، ولا تنظر للمخرج أو المصورين .

استعمال وسائل الإيضاح صور، كتب، عرض.

النظر إلى المرأة قبل البدء مباشرة للتأكيد من عدم وجود ملاحظات على ملابسك أو أشياء على وجهك أو جسدك.³

¹ - السعيد دراجي، عادات وأنماط مشاهدة الأفعال للبرامج التلفزية "دراسة ميدانية بإكمالية مدينة قسنطينة". (رسالة ماجستير في دعوة وإعلام واتصال)، غير منشور، جامعة الأمير عبد القادر: كلية أصول الدين والشرعية والحضارة الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2002/2003، ص 72-73.

² - البرامج التلفزيونية، التربية الإعلامية، بحث منشور على شبكة الأنترنت (WWW.Sadinedie.net/books)، تاريخ التصفح: 01/12/2014

³ - د. طارق محمد السويدي، فن الإلقاء الرائع، مرجع سابق، ص 109.

سادسا: أهداف البرنامج الديني: يحدد الخبراء أهداف البرامج الدينية كالآتي:

- 1- نشر العقيدة الإسلامية والدين الإسلامي والتعريف بأحكامها وأصولها وقواعدها.
- 2- محاولة المحافظة على التعليم والدين والسلوك الإسلامي والتعريف بالحضارة الإسلامية.
- 3- التعريف بالتراث الإسلامي والثقافة العربية.
- 4- دحض الدعوات المغرضة ضد الإسلام وتصحيح الصورة المشوهة عنه لدى الغرب.
- 5- تصحيح المفاهيم الخاطئة لدى المسلمين خاصة المقيمين خارج البلاد العربية.
- 6- الاهتمام بتعلم اللغة العربية لغير الناطقين بها بهدف التوعية بأهداف الإسلام الحنيف.¹

¹ - د.يسري خالد إبراهيم، سيكيولوجيا القارئ بالاتصال في الإعلام الإسلامي، المؤتمر العلمي الثالث للإعلام الإسلامي، الجامعة العراقية، 1432هـ/2011م، ص06.

بطاقة تعريف بالبرنامج

اسم البرنامج: حديث الاثنين

موعد البث: 7:30 مساءً.

مدة البرنامج: 16-18 دقيقة .

يوم إذاعة البرنامج: الاثنين

جهة الإنتاج: محلي

نوع الموضوع: ديني

القيم التي يدعو لها البرنامج: الالتزام الديني.

بيئة المعلومات: تراث محلي، تراث إسلامي عربي.

نوع المضمون: واقعي.

اتجاه المضمون: محايد، مؤيد، معارض.

نوع المضمون: تعليمي

الأشكال الفنية:

شكل التقديم: حديث مباشر

مكان التقديم: داخل الاستديو.

المطلب الثاني: لمحة تاريخية عن صدور برنامج "حديث الإثنين":

الشيخ محمد الغزالي أحد أقطاب العالم الإسلامي المعاصر الذي رافق أجيالا من المسلمين ومن رجالات التوجه الإسلامي في الجزائر من زمن المفكرين "ناية بالقاسم ومالك بن نبي" في زمن ملتقيات الفكر الإسلامي سبعينات القرن الماضي، ومرورا بالصحة الإسلامية في بداية الثمانيات تزامنا مع قضية الرهائن الأمريكيين في السفارة الأمريكية في طهران والغزو السوفياتي لأفغانستان، وانتهاء بإشرافه على الجامعة الإسلامية "الأمير عبد القادر بقسنطينة" حيث ترأس المجلس العلمي للجامعة، وعاش الكثير من الأحداث مثل: هوس الجزائريين بما فيه كأس العالم "1986م"، وزلزال قسنطينة بلغة مدته 6.2 على درجة ريشتر، وأحداث أكتوبر "1988م"، وكانت له وقفات في كل هاته المحطات من خلال حديث الإثنين التي كانت تقدمه القناة التلفزيونية الجزائرية.

أول زيارة قادت الشيخ إلى الجزائر كانت خلال فعاليات ملتقى الفكر الإسلامي في الجزائر العاصمة في عام 1972م، حيث كان يشغل الإدارة العامة للدعوة في الجامع الأزهر الشريف، ولقد تأثر الشيخ بفكر "مالك بن نبي" وكتب عنه في عدة مناسبات معتبرا إياه أحد أنوار العالم الإسلامي على مدار السنين أحب الشيخ الجزائر وراح يدرس عن رجالاتها وتوقف طويلا عن سيرة العلامة "ابن باديس" وكتب عنه في التسعينات، حيث اعتبر الصحة الإسلامية في الجزائر الأكثر براءة في العالم العربي، وقد تعامل مع الجماهير الجزائرية، فكان يسامح ويقول أحيانا أن ما يعجب الجزائريين هو صراحتهم وتلقائيتهم ولو كانت فيها بعض القوة.¹

حديث الإثنين هو برنامج ديني كان للرئيس الراحل "بن جديد" الفضل في وجوده فقد طلب من الشيخ بعد توليه رئاسة المجلس العلمي للجامعة أن يقدم للجزائريين حديثا أسبوعيا، وهو حديث الإثنين الذي فرض توقيته الرئيس على التلفزيون قبل نشرة الثامنة.²

¹ - منتديات امراء التطوير، «مآثر الشيخ الغزالي»، بحث منشور على شبكة الأنترنت (mimi.anouha)، تاريخ التصفح 2015/01/5.

² - معمر: جبار، «مع الشيخ محمد الغزالي في حديث الإثنين»، بحث منشور على شبكة الأنترنت (http://www.google.com)، تاريخ التصفح: 2014/12/11.

المبحث الثاني: الدراسة التحليلية لحلقات برنامج حديث الاثنين

- أولاً: دراسة البيانات وتحليلها من حيث المضمون: وفيما يأتي عرض وتحليل البيانات الخاصة بفئة الموضوع، والجدول الآتي يوضح النتائج المتحصل عليها في تحليل حلقات البرنامج من خلال الموضوعات الأكثر تناولاً.

جدول يمثل جوهر المضامين التي تمحورت حولها حلقات برنامج "حديث الاثنين"

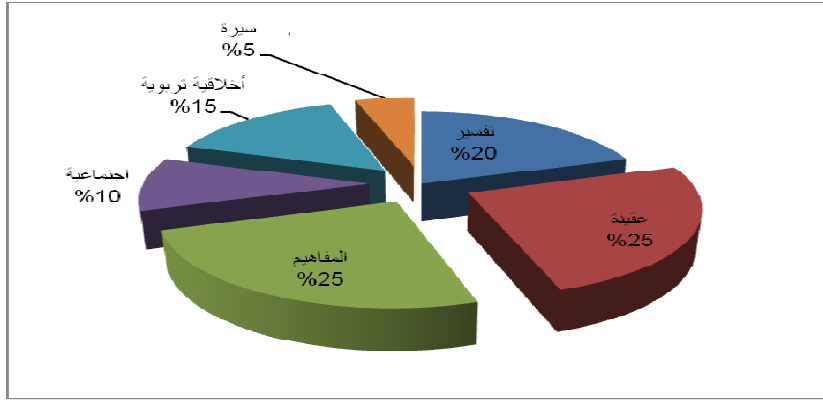
الجدول رقم (5): خاص بتكرار الموضوعات العامة التي وظفها القائم بالاتصال في

عرض مضامين حلقات برنامج حديث الاثنين

النسبة %	التكرار	الموضوع
20 %	4	تفسير
25 %	5	عقيدة
25 %	5	مفاهيم إسلامية
10 %	2	اجتماعية
15 %	3	أخلاقية تربوية
5 %	1	سيرة
100 %	20	المجموع

ويبين الجدول رقم (5) جوهر المضامين التي تمحورت حولها برنامج حديث الاثنين من خلال معالجته لمجموعة من القضايا.

لقد أشارت بيانات هذا الجدول إلى أن مواضيع العقيدة وتصحيح المفاهيم الإسلامية احتلتا المرتبة الأولى فقد حصلت كل من العقيدة والمفاهيم الإسلامية على نسبة 25 %، أما المرتبة الثانية فقد كانت لفئة التفسير بنسبة 20 %، ثم فئة القضايا الأخلاقية التربوية بنسبة 15 %، ثم جاءت فئة القضايا الاجتماعية بنسبة 10 %، وأخيراً فئة السيرة بنسبة 5 %.



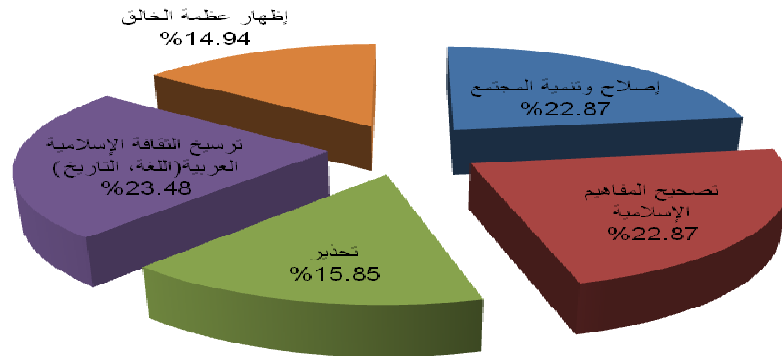
ونلاحظ من خلال التمثيل البياني رقم 1: أن القائم بالاتصال أعطى أولوية للجانب العقدي والمفاهيم الإسلامية وذلك لترسيخ ثوابت الدين الإسلامي لدى الجماهير، وتصحيح المفاهيم الدينية الخاطئة والمترسبة في الضمير الاجتماعي الذي امتزجت لديه المفاهيم الدينية مع الأعراف الاجتماعية والأفكار الدينية المنحرفة، كما نلاحظ أن مواضيع التفسير أخذت الاهتمام الواضح لدى القائم بالاتصال من خلال ربط الآيات القرآنية بالحياة الاجتماعية لدى المسلم عن طريق تفسير الأحداث والمعاني بما يخدم الفرد المسلم والمجتمع في تحريك عجلة النهوض والبناء من خلال ربط هذا الهدف بالمعاني والقيم التي نجح بها المجتمع الإسلامي الأول.

كما جاءت المواضيع الأخلاقية التربوية في المرتبة الخامسة لتأكيد الرسالة المنوط بالمجتمع الإسلامي والغايات التي يريد القائم بالاتصال أن يوضحها، حيث برزت المواضيع المتعلقة بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر كقيمة حضارية تؤكد الحياة الإنسانية من خلال ربط هذه القيمة الدينية بالنهوض بالمجتمع، كما لم يغفل الشيخ الغزالي الجانب الاجتماعي مثل قضايا الأسرة والمرأة والوقت، أما السيرة فقد كانت حاضرة في مواضيع التفسير نظرا للقيمة الدينية في إعادة إحياء التراث الإسلامي.

الجدول رقم (6): يمثل تكرار فئة الأهداف التي وظفها القائم بالاتصال في عرض مضامين حلقات برنامج حديث الإثنين

الأهداف	التكرار	النسبة المئوية
إصلاح وتنمية المجتمع	75	22.86%
تصحيح المفاهيم الإسلامية	75	22.86%
تحذير	52	15.85%
ترسيخ الثقافة الإسلامية العربية (اللغة، التاريخ)	77	23.48%
إظهار عظمة الخالق	49	14.94%
المجموع	328	100%

يتبين من خلال القراءة في الجدول رقم (6) والذي يمثل فئة الأهداف في حلقات البرنامج حيث بلغت أعلى نسبة فئة ترسيخ الثقافة الإسلامية العربية من خلال تأكيد أهمية اللغة العربية والتاريخ الإسلامي، حيث برزت كهدف أساسي حاول القائم بالاتصال تأكيده من خلال مجموع الحلقات، وتوضح أهمية هذا الهدف من خلال التكرارات، التي بلغت أعلى تكرار بنسبة مئوية 23.48%، ثم جاء هدف الإصلاح وتنمية المجتمع بنسبة 22.86%، وكذلك تصحيح المفاهيم الإسلامية نفس التكرار بنسبة 22.86%، وجاء التحذير بنسبة 15.85%، ثم تلتها إظهار عظمة الخالق بنسبة 14.94%.



ويوضح التمثيل البياني رقم 2: مجموع الأهداف التي سطرها القائم بالاتصال من أجل تحسيس الجماهير بأهمية العقيدة الصحيحة في حياة الفرد المسلم، عن طريق ترسيخ العقيدة السليمة بأبعادها الفطرية القائمة على ارتباط المسلم بتوحيد الخالق وتعظيمه، واستئصال المفاهيم الخاطئة والقضاء على الأعراف الفاسدة والانحرافات السلوكية والفكرية التي سادت في المجتمع وترسخت وانطبعت على النفوس .

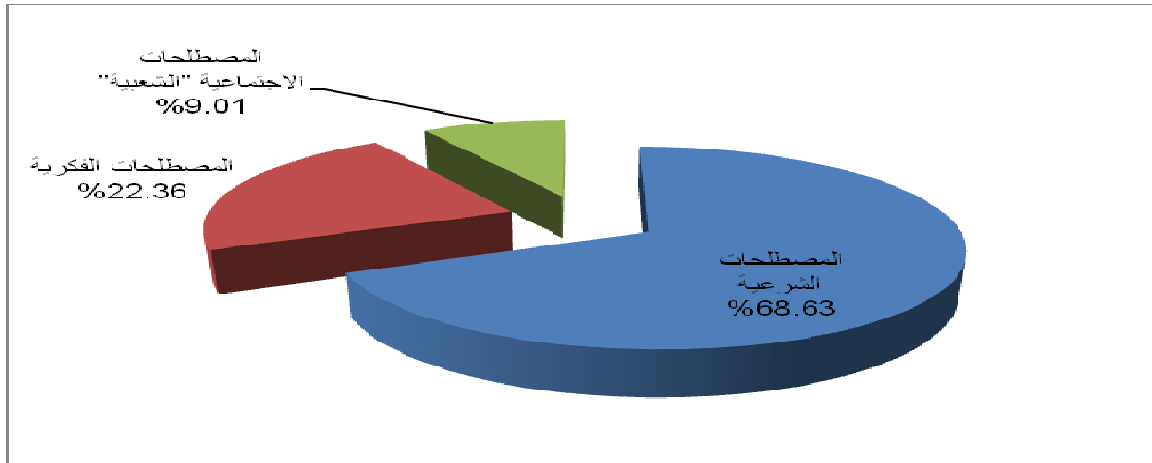
الجدول رقم(7): يمثل تكرار فئة الألفاظ التي وظفها القائم بالاتصال في عرض مضامين

حلقات برنامج حديث الاثنين

السلاسل	اللفظة	المصطلحات الشرعية	المصطلحات الفكرية	المصطلحات الاجتماعية "الشعبية"
مفاهيم إسلامية	الباقيات الصالحات	04		
	سبحان الله	06		
	الدين	08		
	سنة الله	11		
	الحضارة		04	
	الحق	04	04	
	التمكين		03	
	الجهاد الإسلامي	05	05	
التفسير	السورة	09		
	الاستعاذة	11		
	العقود والعهود	04		
	التحصين	04		
	المنافقون	07		
	النور	29		
	المصباح	08		
	الإسلام	19		
عقيدة	القرآن	12		
	الكتاب	04		

		08	القدر	
25			المكتوب	
04			مجبور	
	04		الجبرية العالمية	
	18		الأسرة	اجتماعية
		10	المرأة	
	10		الوقت	
	15		الزمن	
		06	الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر	أخلاقية تربوية
	05		المرض	
	03		الكلمة الحرة	
	05		أمراض	
		21	المعاصي	
		10	الكبائر	
		06	الصغائر	
		09	المدينة	سيرة
		06	القتال	
29	76	221	المجموع	
% 9.01	22.36 %	% 68.63	النسبة المئوية	
%100				

يمثل الجدول رقم (7) الألفاظ المستخدمة في تقديم المعارف الشرعية والمعارف الفكرية ولكي تؤدي الكلمة وظيفتها بفاعلية يجب أن تحمل للمستقبل نفس المعنى الذي يفهمه ويريد المرسل وإلا فقدت الرسالة معناها وهدفها، كما يجب أن تكون الألفاظ ملائمة للموضوع ومناسبة لثقافة المستقبلين، وعلى القائم بالاتصال أيضا شرح المصطلحات المتخصصة.



ويوضح التمثيل البياني رقم 3: جملة الألفاظ التي وظفها القائم بالاتصال واعتمد عليها في توضيح أفكاره حتى يقتنع بها المتلقي، وقد جاءت المصطلحات الشرعية بنسبة 68.63% نظرا للقيمة الدينية المطروحة في مضامين الحلقات باعتباره برنامجا دينيا بالدرجة الأولى، ثم تلتها المصطلحات الفكرية بنسبة 22.36%، نظرا للجانب التثقيفي الذي أولاه القائم بالاتصال الأهمية البالغة في إعداد مضامين الحلقات حيث برزت كأحد الأهداف التي سعى القائم بالاتصال على ترسيخها، وجاءت المصطلحات الاجتماعية في المرتبة الثالثة بنسبة 9.01% وذلك من أجل تصحيح المفاهيم المغلوطة لدى الجماهير العامة وحتى المثقفة، حيث يظهر لنا من خلال التمثيل البياني أن القائم بالاتصال اعتمد على نظرية إنشاء المعاني بالدرجة الأولى، و تظهر لنا تكرارات الألفاظ المستخدمة التي توافرت عليها حلقات البرنامج ثقافة الشيخ الواسعة من خلال ثقافته الدينية والفكرية والاجتماعية فقد وظف هذه الألفاظ وجعلها بمثابة دعائم لإيصال أفكاره وتثبيتها لإحداث التغيير لدى جماهير المشاهدين في قناعتهم الموروثة.

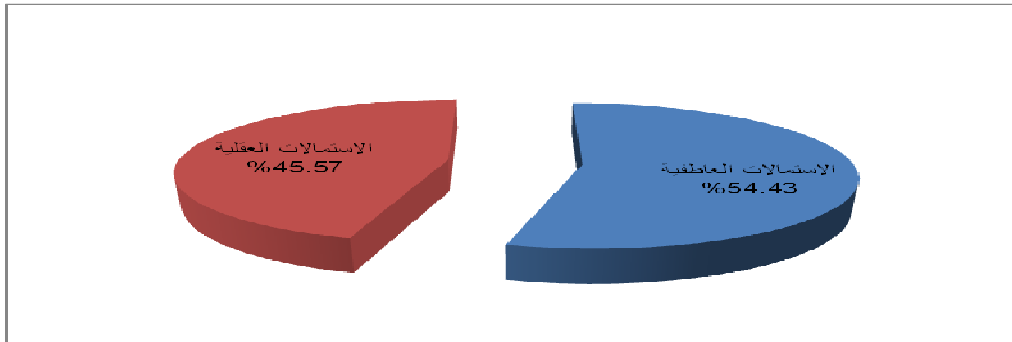
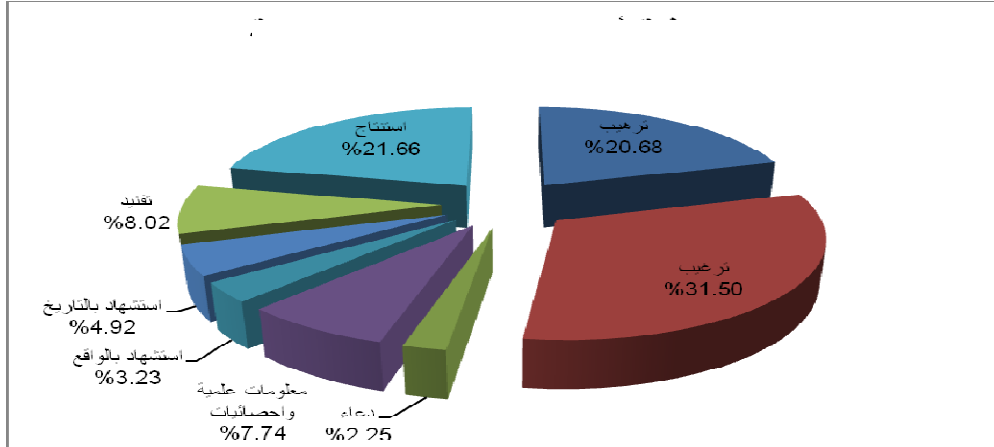
ثانيا: عرض وتحليل البيانات الخاصة بفئة الشكل وذلك من خلال الأساليب المستخدمة للتأثير في المشاهدين.

الجدول رقم(8): فئة الإستمالات التي استخدمها القائم بالاتصال في عرض مضامين

الحلقات برنامج حديث الاثنين

الإستمالات	عقيدة	أسلامية	مفاهيم	تفسير	اجتماعية	أخلاقية	دينية	سيرة	القرار	النسبة	النسبة المئوية
الاستمالات العاطفية	ترهيب	31	35	17	17	44	03	147	20.68 %	54.43 %	
	ترغيب	44	69	38	25	45	03	224	31.50 %		
	دعاء	03	00	07	00	05	01	16	2.25 %		
الاستمالات العقلية	معلومات علمية و إحصائيات	14	08	16	05	09	03	55	7.74 %	45.57 %	
	استشهاد بالواقع	07	07	04	02	03	00	23	3.23 %		
	استشهاد بالتاريخ	12	12	06	02	02	01	35	4.92 %		
	تفنيد	20	17	09	02	08	01	57	8.02 %		
	استنتاج	34	28	36	19	30	07	154	21.66 %		
المجموع		164	176	133	69	146	16	711	%100	%100	

يرى الباحث جونسون أن الخطاب الديني يقوم على عنصر مهم وهو الإقناع، ويعتبر توظيف الاستمالات من أحد أهم الأساليب الإقناعية التي تعتبر عاملاً من عوامل نجاح أية رسالة إعلامية على وجه العموم.



ويوضح التمثيل البياني رقم 4: إن الاستمالات العاطفية جاءت في الرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرها 54.43%، وتلتها الاستمالات العقلية بنسبة مئوية تقدر بـ 45.57%، وتبين النتائج أن النسبة جاءت متقاربة بين الاستمالات العاطفية والعقلية إلى حد معتبر.

- و يتضح لنا أن الاستمالات العاطفية التي وظفت داخل الرسالة الإعلامية، تبين أن القائم بالإتصال وظف أسلوب الترغيب بنسبة 31.51%، مما يؤكد منهجه الدعوي القائم على المنهجية الوسطية والمعتدلة في إيصال أفكاره، مما يؤكد أنه لم يلجأ لأسلوب للترهيب كأسلوب أساسي في طرح أفكاره، فقد جاء الترتيب لأسلوب الترهيب في المرتبة الثانية بنسبة 20.68%، وجاءت مرتبة الدعاء في المرتبة الثالثة بنسبة 2.25%.

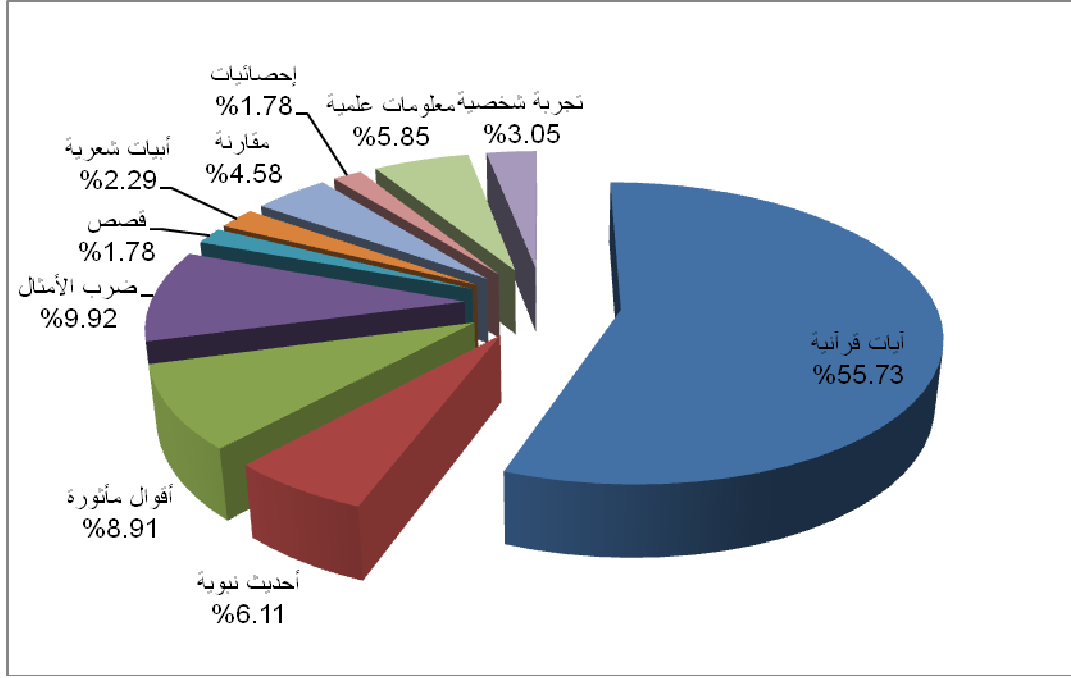
أما الإستمالات العقلية فقد جاءت نسبة الاستنتاج فيها الأكثر استخداماً وتوظيفاً بنسبة 21.66%، مما يؤكد منهج القائم بالاتصال العقلي كأسلوب دعوي اعتمده الشيخ في طرح أفكاره، كما استخدام أسلوب تنفيذ الرأي الذي جاء في المرتبة الثانية بنسبة تقدر 8.02%، في عرض الآراء المختلفة ونقدها، ولم يهمل القائم بالاتصال الأساليب الإقناعية الحسية فقد اعتمد أسلوب توظيف المعلومات العلمية والإحصائيات فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 7.74%، كما حظيت نسبة الاستشهاد بالتاريخ والواقع المرتبة 4.92%، الخامسة بالنسبة للاستشهاد بالتاريخ ونسبة 3.23%، بالنسبة للاستشهاد بالواقع.

من خلال هذا التحليل يتبين لنا أن القائم بالاتصال يضع مكانةً للعقل وذلك في مجاله من خلال وظيفته، وهي المجال الكوني والأمور الدنيوية البحتة من زراعة وتجارة وصناعة وطب ونحوها، أما مجال العلاقات الإنسانية التي تحكم الجنس البشري في حياته على ظهر الأرض فإن الكلمة فيها لشرائع السماء كما يقول الشيخ في كتابه "دفاع عن العقيدة".

الجدول رقم (8): جدول يمثل تكرار مصادر الاستشهاد في حلقات البرنامج التي تم تحليلها التي وظفها القائم بالاتصال في عرض مضامين حلقات برنامج حديث الاثنين

النسبة %	التكرار	مصادر الاستشهاد
55.73%	219	آيات قرآنية
6.11%	24	أحاديث نبوية
8.91%	35	أقوال مأثورة
9.92%	39	ضرب الأمثال
1.78%	07	قصص
2.29%	09	أبيات شعرية
4.58%	18	مقارنة
1.78%	07	إحصائيات
5.85%	23	معلومات علمية
3.05%	12	تجربة شخصية
100%	393	المجموع

يمثل هذا الجدول رقم (8) مصادر الاستشهاد التي اشتملت عليها حلقات البرنامج، ولقد تعددت وتنوعت المصادر فجاءت الآيات القرآنية بنسبة 55.73%، ثم تلها ضرب الأمثال بنسبة 9.92% ثم أقوال مأثورة بنسبة 8.9%، وجاءت بعدها أحاديث نبوية بنسبة 6.11% ثم معلومات علمية بنسبة 5.85%، ثم مقارنة بنسبة 4.58% ثم التجربة الشخصية بنسبة 3.05%، ثم قصص وإحصائيات بنسبة 1.78%.



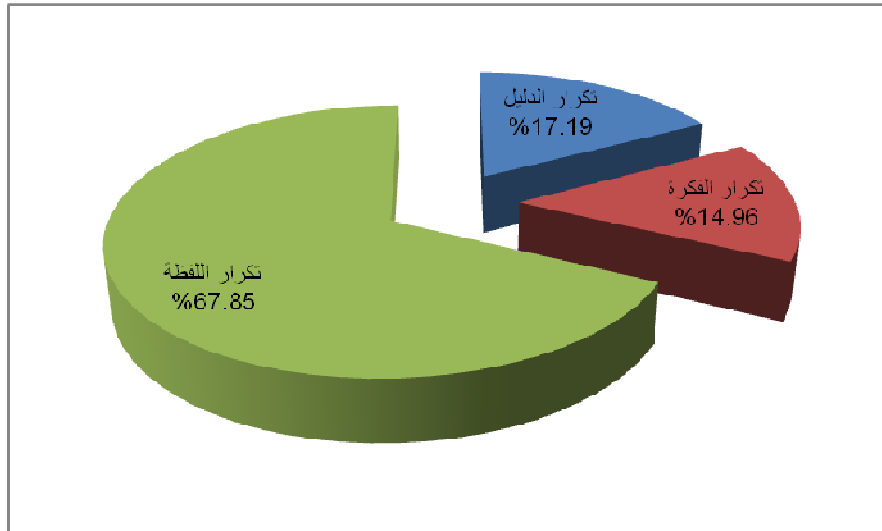
يقول الدكتور توفيق الواعي: "يجب أن يكون كلامك مؤيداً بالحجج والبراهين والأدلة على صدق دعواك"¹ لذلك نجد أن القائم بالاتصال نوع في استخدام المصادر الاستشهادية التي وظفها من أجل إقناع الجماهير، من خلال المواضيع والأهداف التي أراد إيصالها للجماهير، وقد اهتم بالاستشهاد بالآيات القرآنية نظراً لما أشتل عليه من علوم كما قال الإمام السيوطي: "إن كتاب الله تعالى اشتمل على كل شيء، أما أنواع العلوم فليس، منها باب ولا مسألة هي أصل، إلا وفي القرآن شرح أفعاله وصفاته" وتعتبر هذه المصادر والشواهد دعامة أساسية حتى يصبح الإقناع أكثر فعالية في أذهان المتلقين فهي وسائل أساسية لتحقيق التغيير في الاتجاه عند الجماهير.

¹ - د. طارق محمد السويديان، فن الإلقاء الرائع، مرجع سابق، ص 137.

كما وظف القائم بالاتصال مجموعة من الأساليب الإقناعية من أهمها:
الجدول رقم(9): فئة تكرار الأدلة والأفكار والألفاظ داخل الرسالة التي وظفها القائم بالاتصال في عرض مضامين حلقات برنامج حديث الاثنين

المواضيع	تكرار الدليل	تكرار الفكرة	تكرار اللفظة
العقيدة	20	16	72
مفاهيم إسلامية	20	19	45
اجتماعية		08	43
السيرة	03	02	15
تربية أخلاقية	10	08	56
تفسير	24	15	72
المجموع	77	68	303
النسبة المئوية	%17.19	%14.96	%67.85
	%100		

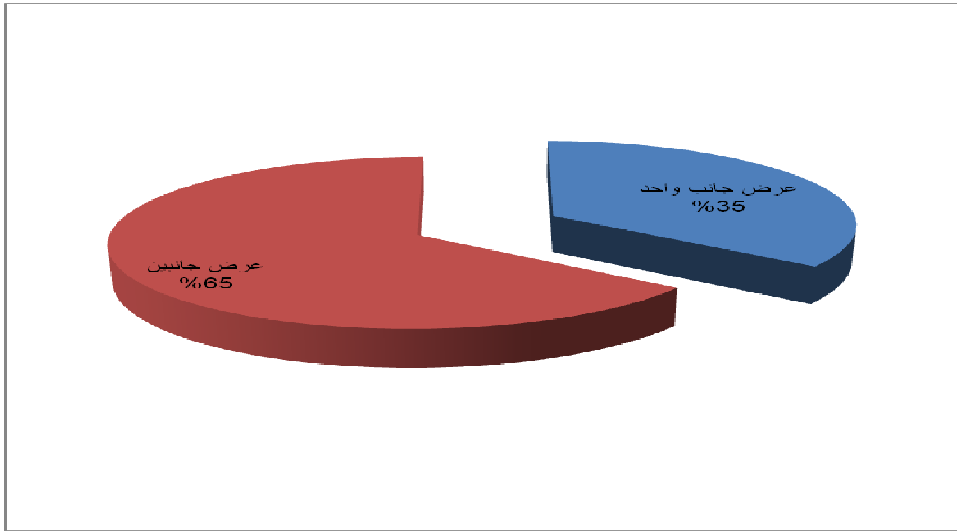
يمثل الجدول رقم(9) أسلوب تكرار الأدلة والألفاظ والأفكار داخل الرسالة، فقد جاء تكرار اللفظة في المرتبة الأولى بنسبة %67.85، ثم تلاها تكرار الدليل بنسبة %17.19، وفي الأخير تكرار الفكرة بنسبة %14.96، وتوضح هذه النسب أن القائم بالاتصال لم يعتمد على التكرار غير المفيد بل اعتمد التكرار بتنويع من خلال بالتنويع والتجديد في أجزاء الرسالة، وهو ما يوصف بتكرار الموظف على اعتبار أن هذا التكرار من العوامل التي تساعد على الإقناع لدى المتلقي والتأثير في اتجاهاته وتغيير قناعاته.



ويمثل التمثيل البياني رقم 6 أحد أهم الأساليب التي يتبعها القائم بالاتصال في معظم الحلقات وهو أسلوب التكرار بالتنوع وتأثير تراكم العرض وهو من أهم أساليب القرآن الكريم. الجدول رقم (10): تكرار عرض رأي واحد أو عرض رأيين المؤيد والمعارض التي وظفها القائم بالاتصال في عرض مضامين حلقات برنامج حديث الاثنين

السلاسل	عرض جانب واحد	عرض جانبين
العقيدة	01	04
مفاهيم إسلامية	01	04
اجتماعية	02	
السيرة	01	
تربية أخلاقية	01	02
تفسير	01	03
المجموع	07	13
النسبة	35%	65%
100 %		

يمثل الجدول رقم (10) أحد أهم الأساليب التي وظفها القائم بالاتصال وهو أسلوب عرض رأي واحد من جوانب الموضوع، أو أسلوب عرض الرأيين المؤيد والمعارض، حيث جاءت نسبة عرض رأيين من جوانب الموضوع المؤيد والمعارض في المرتبة الأولى بنسبة 65%، وتلاها أسلوب عرض جانب واحد من جوانب الموضوع بنسبة قدرها 35%، وذلك حسب نوع المواضيع التي تناولها القائم بالاتصال.



ويوضح التمثيل البياني رقم 7: أنواع الحجاج التي استخدمها القائم بالاتصال والتي اعتمد عليها القائم بالاتصال في بناء أدلته، مستخدماً أحد أهم أنواع الحجاج بغرض الإقناع وهو الحجاج التقويمي الذي اهتم فيه القائم بالاتصال بالمستوى الإدراكي للمحجوج من حيث اللغة والفكر والاتجاهات، وقد وظف أدلته على اعتبار الحالة الخاصة بالمتلقي وكل ما يحيط به من مؤثرات خارجية وداخلية، وذلك من خلال عرض أدلة المتلقي المعارض وتفنيدها بما يجعل المتلقي يقتنع بفكرة القائم بالاتصال وتساهم في تغيير قناعته، وقد برز هذا الأسلوب في مواضيع العقيدة ومن أهمها موضوع القضاء والقدر وما يحيط به من مفاهيم مغلوبة فقد استطاع القائم بالاتصال دحض الحجج وإسقاط القناع عن المغالطات الفكرية والاجتماعية لدى الجماهير العامة وحتى المثقفة، كما ظهر في مجموعة من المواضيع التي يرد فيها على المستشرقين وتهمهم الباطلة عن الإسلام وشخص الرسول الكريم عليه الصلاة والسلام، وهذا ما يسمى بمهارة قراءة الأفكار لدى المتلقي أثناء إعداد الرسالة.

أما أسلوب الحجاج التوجيهي الذي يمثل أسلوب عرض الجانب الواحد من جوانب الموضوع، فهو أسلوب يخدم المواضيع التي لا يوجد فيها اختلاف إنما تحتاج إلى إعادة

صياغتها وطرحها في وعي الجماهير عن طريق التذكير والتوجيه، وقد برزت هذه الأخيرة في المواضيع الاجتماعية مثل موضوع البيت المسلم وقيمة الوقت. وهذا أسلوب قرآني نجده يتجلى في كثير من آيات القرآنية التي تحاجج أهل الكفر وتسقط حججهم، قد استعمله القائم بالاتصال بشكل واضح ومهم.

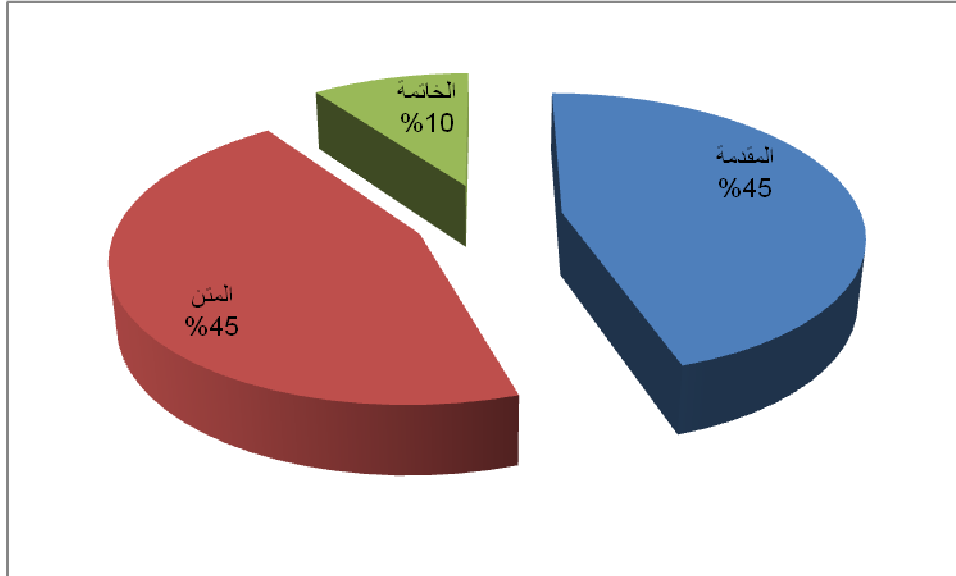
الجدول رقم(11): ترتيب الأدلة داخل الرسالة التي وظفها القائم بالاتصال في عرض مضامين حلقات برنامج حديث الاثنين

السلاسل	المقدمة	المتن	الخاتمة
العقيدة	02	02	01
المفاهيم	04		01
اجتماعية	01	01	
السيرة		01	
تربية أخلاقية	02	01	
تفسير		04	
المجموع	09	09	02
النسبة	%45	%45	%10
%100			

يمثل الجدول رقم(11) طرق تقديم الأدلة وتنظيمها داخل الرسالة الإعلامية حيث جاءت نسبة الأدلة المعروضة في متن الرسالة ومقدمتها بأعلى نسبة وتقدر بـ45%، أما المرتبة الثانية فقد كانت للأدلة المعروضة في خاتمة المواضيع بنسبة 10%، وقد صنف القائم بالاتصال هذا الترتيب على حسب المواضيع المطروحة حيث برزت حسب كل قضية كما يأتي:

1- الرسائل التي تؤيد وجهة نظره حاول أن يعرض أدلته فيها في مقدمة الرسالة أو خواتمها.

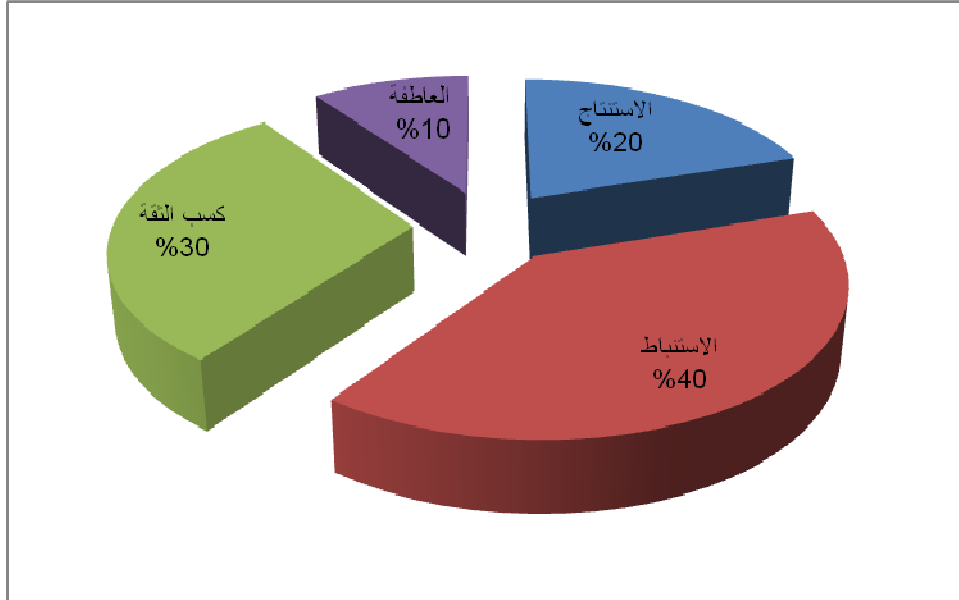
2- أما الرسائل التي تظهر فيها الجوانب المعارضة لوجهة نظره فقد اعتمد فيها على المقدمات والتمن وذلك بما يخدم الأفكار التي يريد توجيهها وإقناع الجماهير بها.



الجدول رقم (12): يمثل الجدول طرق الإقناع التي وظفها القائم بالاتصال في عرض مضامين حلقات برنامج حديث الاثنين

طرق الإقناع السلاسل	الاستنتاج	الاستنباط	كسب الثقة	العاطفة
العقيدة	01	02	01	01
لمفاهيم الإسلامية		03	02	
السيرة	01			
تربية أخلاقية	01		02	
اجتماعية			01	01
تفسير	01	03		
المجموع	04	08	06	02
النسبة المئوية	20%	40%	30%	10%
100%				

يمثل الجدول رقم (12) طرق الإقناع التي اعتمد عليها القائم بالاتصال وقد جاءت نسبة الاستنباط في المرتبة الأولى وقدرت نسبتها بـ 40%، وتلتها في المرتبة الثانية كسب الثقة بنسبة 30%، ثم الاستنتاج بنسبة 20%، وأخيرا العاطفة بنسبة 10%.



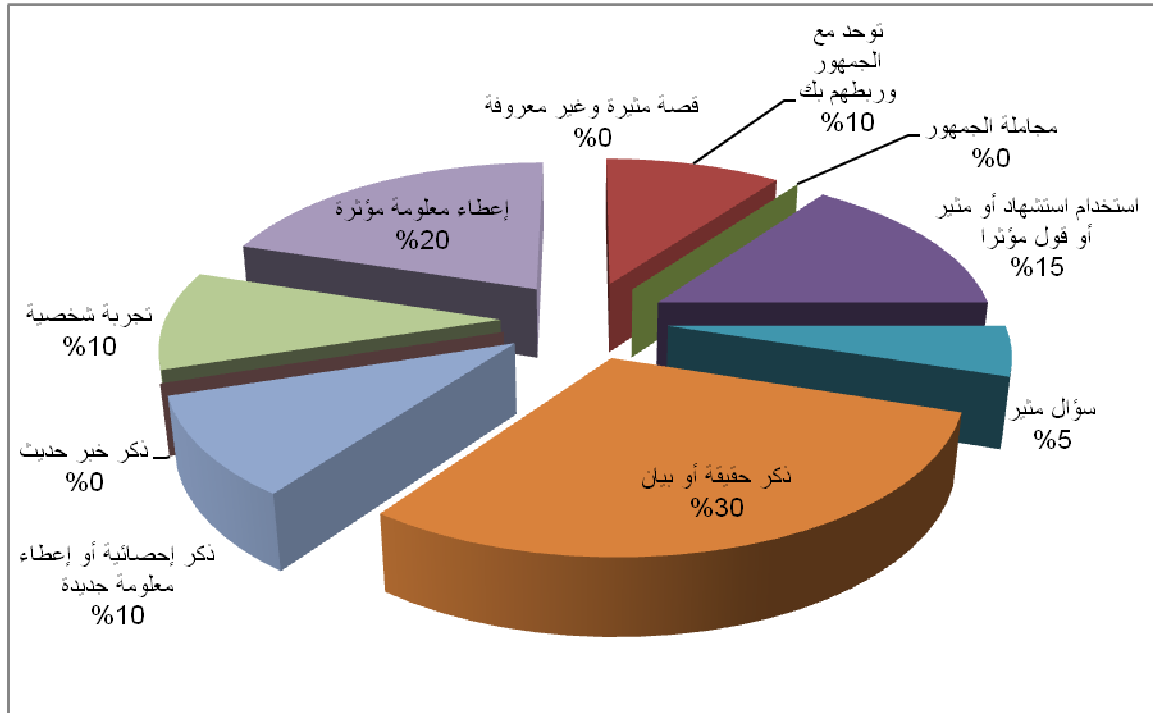
من خلال هذا التمثيل البياني رقم 9 يتضح لنا أن القائم بالاتصال لم يعتمد على الجانب العاطفي بل أعطى الأولوية للتفكير والتفكر من خلال اعتماد أسلوب الاستنباط والاستنتاج في أكثر الموضوعات التي تناولها.

فئة الأساليب التحريرية: في هذه الجداول سنوضح طرق التقديم والعرض والخواتيم والكود الذي استعمله القائم بالاتصال.

الجدول رقم(13): يمثل الجدول الآتي طرق الاستهلال التي وظفها القائم بالاتصال في عرض مضامين الحلقات برنامج حديث الاثنين

النسبة المئوية	التكرار	الطريقة
0 %	0	قصة مثيرة وغير معروفة
10 %	2	توحد مع الجمهور وربطهم بك
0 %	0	مجاملة الجمهور
15 %	3	استخدام استشهاد أو مثير أو قول مؤثرا
5 %	1	سؤال مثير
30 %	6	ذكر حقيقة أو بيان
10 %	2	ذكر إحصائية أو إعطاء معلومة جديدة
0 %	0	ذكر خبر حديث
10 %	2	تجربة شخصية
20 %	4	إعطاء معلومة مؤثرة
100 %	20	المجموع

الجدول رقم(13) يتضح لنا من خلال الجدول طرق الاستهلال التي اعتمد القائم بالاتصال عليها، فقد جاءت طرق التقديم ذكر حقيقة أو بيان الأكثر استخداما بنسبة 30%، ثم تلتها طريقة التقديم بإعطاء معلومة مؤثرة بنسبة 20%، وجاءت طريقة التقديم باستخدام الشواهد أو أقوال مؤثرة في المرتبة الثالثة بنسبة تقدر 15%، وتلتها طريقة التوحد مع الجمهور وذكر إحصائية، والتجربة الشخصية بنفس القدر بنسبة 10%، وأخيرا طرق التقديم عن طريق السؤال بنسبة 5%.



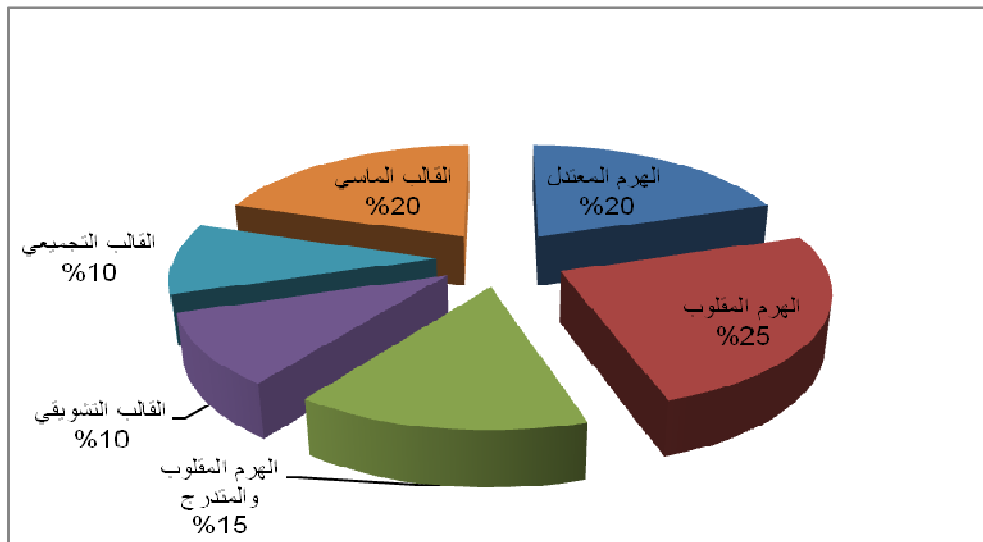
يقول الدكتور طارق السويدان في كتابه الشهير فن الإلقاء الرائع، إنك تكسب نصف المعركة حين تجذب مشاهديك وتسيطر عليهم من خلال المقدمة¹، ويبرز لنا هذا التمثيل البياني مدى الاهتمام الذي أولاه القائم بالاتصال لطرق التقديم بحيث يتضح لنا من خلال هذا التمثيل البياني أن القائم بالاتصال نوع في طرق تقديم المواضيع ووظف طرقا متعددة ومختلفة، وذلك لكسر الروتين وإثارة المشاهد وذلك بما يتناسب مع كل موضوع وكل هدف رسمه القائم بالاتصال في إعداداته للمضامين التي وجهها للجماهير، وهذا كله حتى يصل إلى الغاية المنشودة ألا وهي الإقناع والتأثير في الآخرين بما يصح سلوكهم وأفكارهم.

¹ - د. طارق السويدان، فن الإلقاء الرائع، ص 126.

الجدول رقم(14): يمثل الجدول الآتي القوالب التحريرية التي وظفها القائم بالاتصال في عرض مضامين حلقات برنامج حديث الاثنين

النسبة المئوية	التكرار	القوالب التحريرية
20%	04	الهرم المعتدل
25%	05	الهرم المقلوب
15%	03	الهرم المقلوب والمتدرج
10%	02	ال قالب التشويقي
10%	02	ال قالب التجميعي
20%	04	ال قالب الماسي
100%	20	المجموع

يبرز لنا الجدول رقم(14) القوالب التحريرية الصحفية التي وظفها القائم بالاتصال في إعداد المواضيع التي تناولها، ويظهر لنا الجدول أن قالب الهرم المقلوب هو الذي احتل المرتبة الأولى بنسبة تقدر بـ 5%، وتلاها القالب الماسي والمعتدل بنفس النسبة وتقدر بـ 20%، ثم جاء القالب التشويقي والتجميعي بنسبة واحدة وقدرها 10%.



ومن خلال قراءتنا لهذا التمثيل البياني رقم 11: يتبين الجانب الصحفي لدى القائم بالاتصال حيث صنف القوالب بحسب ما يخدم كل موضوع ويبرز لنا من خلال الاعتماد على قالب الهرم المقلوب أهمية توظيف الوقت واستغلاله الاستغلال الأنسب والأمثل عن

طريق الدخول في الموضوع مباشرة وتوضيح أهداف المرسل مباشرة للمتلقى مما يساعد على عملية الإقناع ويسهلها.

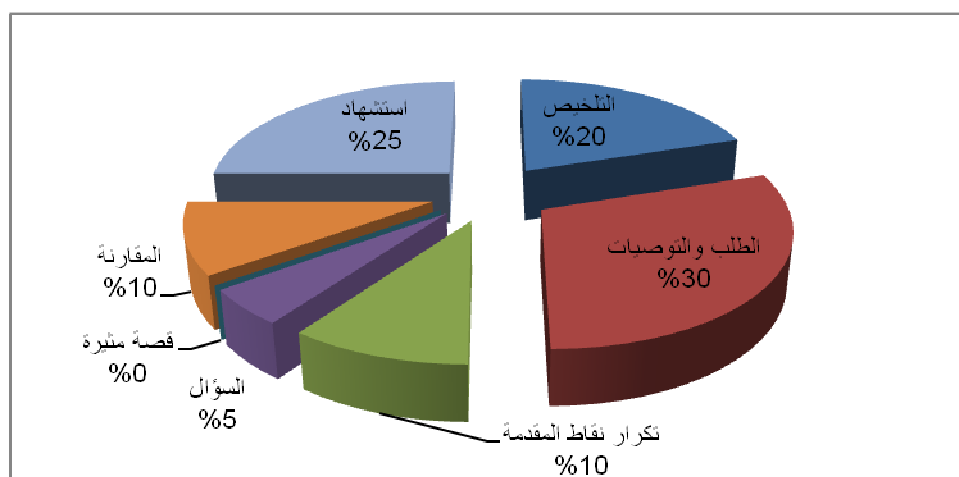
أما أسلوب القالب المعتدل فقد استعمله القائم بالاتصال في مواضيع التفسير بما يخدم تسلسل الأحداث ويسمح للمتلقى بترتيب الأزمنة ترتيباً تاريخياً متناسقاً ومنظماً، وأما القالب الماسي فهو القالب الذي يخدم المواضيع ذات العناصر المتعددة التي تنطلق من الكل للجزء، أو من الجزء للكل، والتي تحتاج إلى هذا النوع من القوالب، وعلى العموم نوع القائم بالاتصال في استخدام القوالب حسب مضامين الموضوعات التي تم عرضها.

الجدول رقم(15): يمثل الجدول الآتي طرق الخواتيم التي وظفها القائم بالاتصال في

عرض مضامين حلقات برنامج حديث الاثنين

النسبة المئوية	التكرار	الطريقة
20%	4	التلخيص
30 %	6	الطلب والتوصيات
10%	2	تكرار نقاط المقدمة
5 %	1	السؤال
0%	0	قصة مثيرة
10%	2	المقارنة
25%	5	استشهاد
100 %	20	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم(15) طرق الختام التي استخدمها الشيخ والتي تظهر نسبة الطلب والتوصيات بأعلى نسبة والتي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 30%، ثم تلاها الاستشهاد بنسبة 25%، جاءت طريقة التلخيص في المرتبة الثالثة بنسبة 20%، ثم جاءت طريقة تكرار نقاط المقدمة والمقارنة في المرتبة الرابعة بنسبة 10%، و أخيراً استخدام السؤال بنسبة 5%.



ومن خلال التمثيل البياني رقم 12: يتبين لنا أن القائم بالاتصال اعتمد في أكثر المواضيع على أفضل طرق الختام وهي "الطلب والتوصيات"، وذلك لتأكيد الجانب العملي للتوجيهات التي يقدمها للجماهير.

الجدول رقم (16): يمثل الجدول الآتي الكود الذي استعمله القائم بالاتصال في عرض

مضامين حلقات برنامج حديث الاثنين

كود المقدمات	أيها الإخوة السلام عليكم ورحمة الله
كود الخواتيم	والله ولي التوفيق والسلام عليكم ورحمة الله

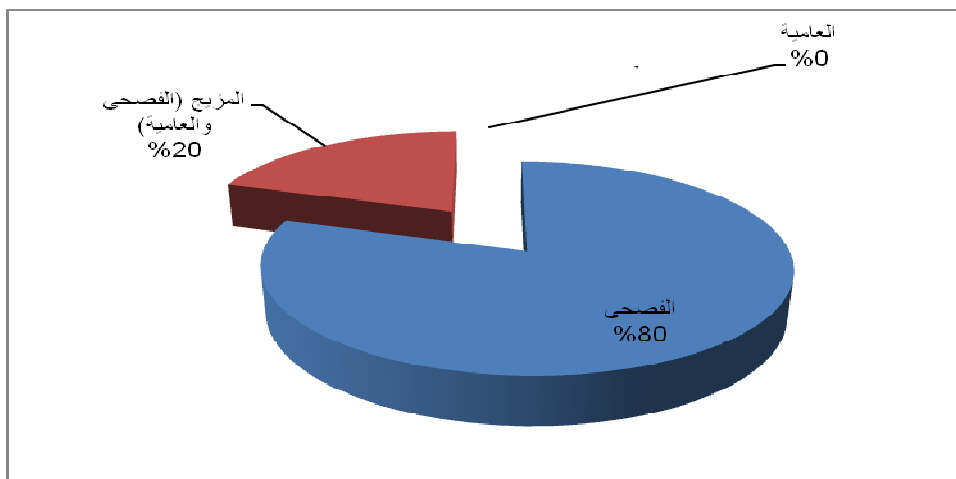
يظهر لنا الجدول (16) الكود البسيط الذي استعمله القائم بالاتصال في المقدمات والخواتيم حيث تحاشى كل طرق عرض الخطب الدينية التي لها مميزات خاصة بها ليؤكد الجانب الاجتماعي والحضاري للبعد الديني في طرح القضايا التي تؤكد طبيعة الواقع المعيش ففي دقائق معدودة يستفيد المشاهد من الكم الهائل من المعلومات التي يرسلها القائم بالاتصال للمتلقى؛ وظل القائم بالاتصال على هذه الأحرف القليلة الغالية، طيلة حديث الإثنين، وكل محاضراته ودروسه.

- فئة استخدام اللغة: يعتبر استخدام اللغة من الفئات الهامة في عملية التحليل، نظرا لما يترتب عليه من نتائج مرتبطة بمدى فهم الرسالة الإعلامية، واستيعابها من طرف جمهور المستمعين والمشاهدين والقراء، ويستهدف تحليل اللغة المستخدمة التعرف على نمط اللغة السائد في تقديم المعلومات ومدى استخدام المستويات اللغوية المناسبة لنوع الجمهور المستهدف من المادة الإعلامية.

الجدول رقم(17):الجدول الآتي يبين فئة اللغة المستخدمة في عرض المادة الإعلامية التي وظفها القائم بالاتصال في عرض مضامين حلقات برنامج حديث الاثنين

السلاسل	الفصحى	المزيج (الفصحى والعامية)	العامية
العقيدة	04	01	
المفاهيم	05		
اجتماعية	02		
السيرة	01		
تربية أخلاقية	03		
تفسير	01	03	
المجموع	16	04	00
النسبة	%80	%20	%00
%100			

يبين الجدول رقم(17) اللغة المستخدمة في برنامج "حديث الاثنين"، حيث جاءت في المرتبة الأولى الفصحى بنسبة 70%، تلتها في المرتبة الثانية المزيج بين الفصحى والعامية بنسبة 20%، في حين أن العامية لم تحصل على أي تكرار.



ويوضح لنا التمثيل البياني رقم 13: أن اللغة العربية الفصحى كانت لها الأولوية لدى القائم بالاتصال وذلك للغاية التي انتهجها الشيخ من خلال تنمية الذوق الجمالي لدى المشاهد رغم أنه راعى مستويات الجماهير فقد كانت لغته بسيطة ومفهومة لدى الجماهير العامة والمتقفة معا.

أما بالنسبة لتوظيف اللغة الفصحى الممزوجة بالعامية فقد جاء في القليل النادر بما يخدم الموضوع وقد ركز عنها الشيخ في بعض الأمثال مثل قوله المثل الشعبي "المكتوب على الجبين لازم تشوفه العين"¹

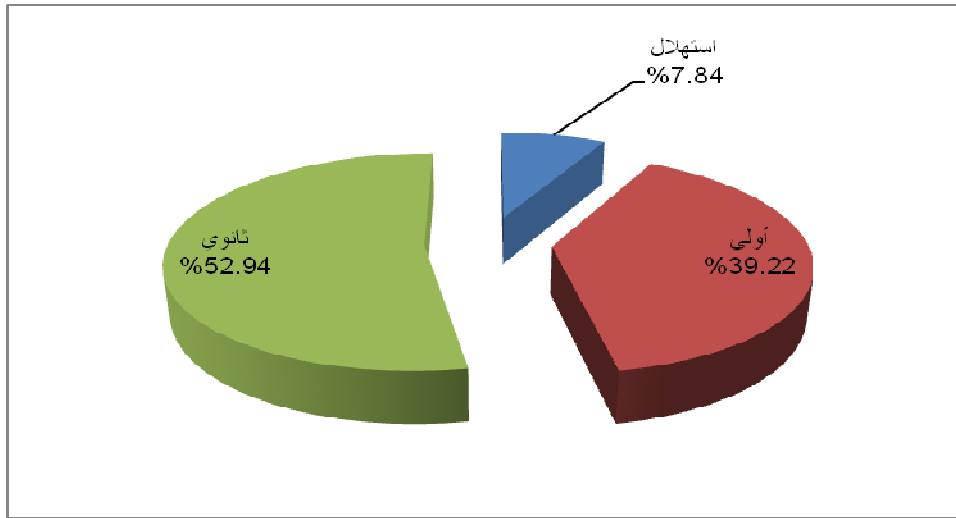
الجدول رقم (18): الجدول الآتي يمثل فئة طرح الأسئلة التي استعملها القائم بالاتصال

في عرض مضامين حلقات برنامج حديث الاثنين

نوع السؤال	استهلاكي	أولي	ثانوي
العقيدة	04	10	16
مفاهيم إسلامية	01	11	15
اجتماعية	00	01	09
السيرة	01	02	00
تربية أخلاقية	00	10	04
تفسير	02	06	10
الجموع	08	40	54
النسبة	7.84%	39.22%	52.94%
	100%		

يمثل هذا الجدول (18) طريقة توجيه الأسئلة في البرنامج التلفزيوني "حديث الاثنين"، فاستخدام السؤال هو نوع من فنون التعبير، ولهذا على القائم بالاتصال أن يوجه السؤال في الوقت المناسب، وأن تكون له طريقته الخاصة في توجيه الأسئلة، فالسؤال يستطيع أن يكون مفتاح النجاح والعكس طريقة الطرح بالنسبة للأسئلة قد تسبب الملل للمشاهدين.

¹ - مثل شعبي يتداول في الأوساط الشعبية خاصة في المجتمع المصري الذي ينتمي إليه القائم بالاتصال



ويظهر من خلال التمثيل البياني رقم 14: مجموع الأسئلة الاتصالية التي استخدمها الغزالي في إيصال رسالته والتي تعتبر نموذجاً من نماذج الأسئلة نجدها في القرآن الكريم والسنة النبوية، وقد جاء نوع السؤال الثانوي في المرتبة الأولى بنسبة 52.94%، وذلك لأهمية هذا النوع من السؤال في تقديم معلومات تفصيلية وكافية لحصول المتلقي أكثر قدر من المعارف التي يحرص القائم بالاتصال على يكتسبها الجمهور.

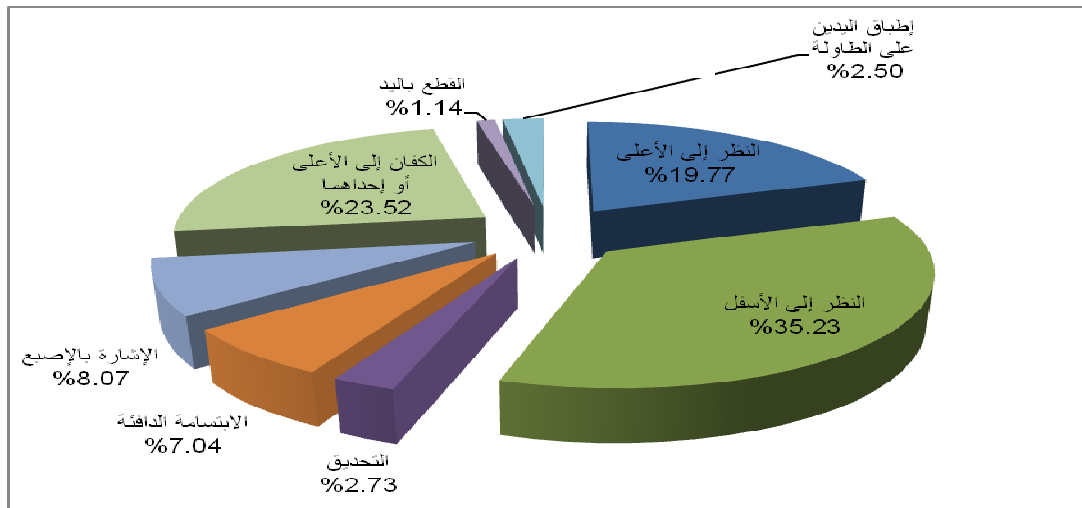
وجاء السؤال الأولي في المرتبة الثانية بنسبة مئوية 39.22% وذلك لتوجيه الجماهير نحو الموضوع المراد التحدث عنه من خلال استخدام التذكير واسترجاع المعلومات.

وجاء السؤال الاستهلاكي في المرتبة الثالثة بنسبة 7.84%، وهي أسئلة الإثارة التي يستخدمها القائم بالاتصال لجلب انتباه الجماهير، وهي طريقة كثيراً ما استخدمها القرآن الكريم في خطابه للكفار وأيضاً الرسول -صلى الله عليه وسلم- في السنة الشريفة.

الجدول رقم (19): يمثل الجدول الآتي لغة الجسد التي وظفها القائم بالاتصال في عرض مضامين حلقات برنامج حديث الاثنين

حركات الجسم	سيرة	عقيدة	تفسير	الاجتماعية	تربية أخلاقية	مفاهيم إسلامية	التكرار	النسبة
اليد اليمنى	النظر إلى الأعلى	05	37	64	28	13	27	19.77 %
	النظر إلى الأسفل	26	84	45	20	57	78	35.23 %
	التحديق		05	11	01	02	06	2.73 %
	الابتساماة الدافئة	03	23	16	03	04	13	7.04 %
اليد اليسرى	الإشارة بالإصبع	08	11	38	07	00	07	8.07 %
	الكفان إلى الأعلى أو إحداهما	18	35	111	07	01	35	23.52 %
	القطع باليد	00	02	05	03	00	00	1.14 %
	إطباق اليدين على الطاولة	00	07	08	00	07	00	2.5 %
المجموع								100 %
880								

الجدول رقم (19): يبرز هذا الجدول لغة الجسد التي ظهرت في خطاب القائم بالاتصال والتي ساعدت على وصول الفكرة والتأثير في المتلقي وهى ما يسمى بالمهارة التجسيدية في عملية الاتصال التي تمتع بها الشيخ وتتضح في أسلوبه في معظم الحلقات، وقد جاءت لغة الوجه أعلى نسبة حيث جاءت نسبة النظر للأسفل بنسبة 35%، ثم تلتها نسبة ارتفاع أحد الكفين أو كلاهما بنسبة 23%، وجاءت بعدها نسبة النظر للأعلى بنسبة 19.77%، ثم جاءت نسبة الإشارة بالإصبع بنسبة 8.07%، ثم جاءت بعدها 7.04%، ثم جاءت حركة تحديق العين بنسبة 2.73%، وجاءت بعدها حركة تطبيق اليدين بنسبة 2.5%، وجاءت في المرتبة الأخيرة حركة قطع اليد بنسبة 1.14%.



من خلال التمثيل البياني رقم 15: يتضح لنا مجموع الحركات الجسدية التي استخدمها القائم بالاتصال والتي بحسب المدرسة السلوكية تعبر عن مجموعة من المعاني وهي كالآتي:

- 1- استخدام حركة العين بالنظر للأسفل والتي تعبر عن أنه يشاور نفسه في الموضوع الذي يتحدث فيه.
- 2- استخدام حركة العين بالنظر للأعلى والتي تعبر عن حالة التذكر لدى القائم بالاتصال.
- 3- استخدام حركة التحديق بالعين والتي تعبر عن التفاعل والاندماج وعن تنبيه المشاهد.
- 4- استخدام حركة الكفين إلى الأعلى والتي تعبر عن الإشارة إلى أمر هام وسامي.
- 5- استخدام حركة القطع باليد والتي تعبر عن نهاية أمر وبداية أمر جديد، كما تعبر أيضا عن التأكيد على أمر ما .

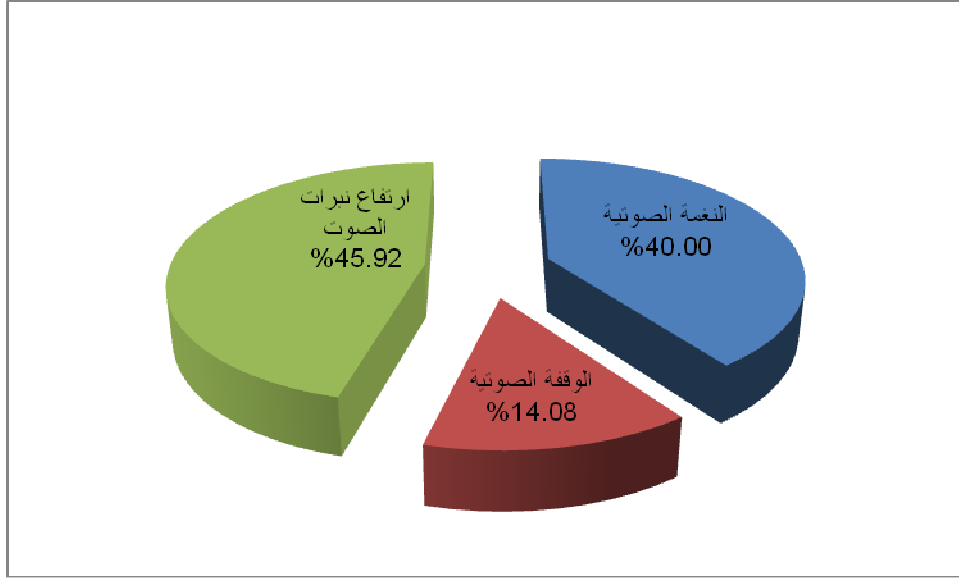
- 6- استخدام حركة الإشارة بالإصبع والتي تؤكد الكلام أو تجلب الانتباه إلى الفكرة المطروحة.
- 7- استخدام حركة اليد الموضوعه برهة على المنصة والتي تعني دعوة لتكوين علاقة حميمة بينه وبين الجماهير.
- 8- استخدام الابتسامة الدافئة التي تظهر في بعض المواضع التي تعبر عن السخريه من بعض الأقاويل خاصة أقوال - المستشرقين - أو ابتسامة ترسم على وجهه تعبر عن فرحه بنصر المسلمين خاصة حين يتكلم عن الأحداث التاريخية التي انتصر فيها المسلمون.
- وهناك مجموعة أخرى التي تعتبر جزء مهما في مهارات الاتصال من خلال لغة الجسد مثل الاعتدال في الجلسة التي اتصف بها الشيخ طوال حلقات البرنامج إضافة إلى مظهره الأزهري الذي ارتبط به في ذاكرة المشاهدين، الذي يعبر عن مظهر الأصالة التي ارتبطت بالدعاة في كل زمان ومكان .

الجدول رقم(20): جدول تكرار لغة الصوت التي وظفها القائم بالاتصال في عرض

مضامين حلقات برنامج حديث الاثنين

المواضيع	النغمة الصوتية	الوقفه الصوتية	ارتفاع نبرات الصوت
عقيدة	52	08	30
مفاهيم إسلامية	30	06	32
تفسير	35	13	71
اجتماعية	14	09	16
أخلاقية تربوية	08	12	04
سيرة	03	02	10
المجموع	142	50	163
النسبة	%40	%14.08	%45.92
	%100		

يمثل الجدول رقم(20) لغة الصوت التي وظفها القائم بالاتصال من خلال عرض مضامين حلقات برنامج حديث الاثنين، فقد جاءت نسبة ارتفاع نبرات الصوت في المرتبة الأولى بنسبة 45.92%، وجاءت النغمة الصوتية بنسبة 40%، في المرتبة الثانية، ثم تلتها الوقفة الصوتية بنسبة 14.08%.



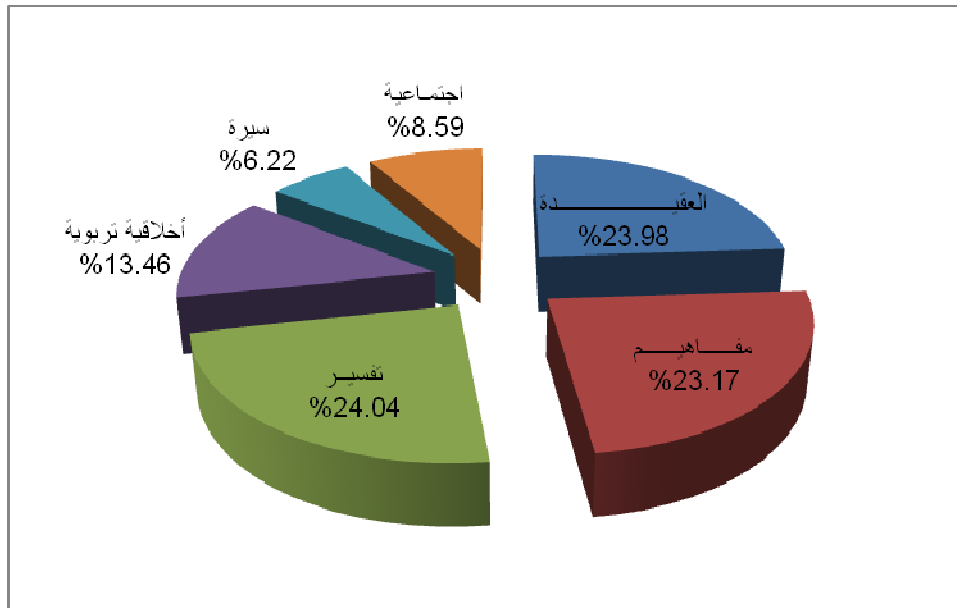
ومن خلال هذا التمثيل البياني رقم 16 : يتضح لنا التفاعل النفسي والتعبيري عند القائم بالاتصال فقد اندمج وتوحد نفسياً مع المواضيع التي ألقاها وبرز هذا من خلال ارتفاع نبرات الصوت وانفعالاته الصوتية، كما لم يغفل عن روح الفكاهة في بعض المواضيع خاصة حينما كان يصف المنافقون وموقفهم من الجهاد، كما اهتمّ القائم بالاتصال بالجانب الجمالي في اللغة، فقد أعطى للنبرة الصوتية قيمة تظهر في إعداداته للمواضيع التي ألقاها متأثراً بالقرآن الكريم ومنهجه التعبيري - الفاصلة القرآنية - ، كما لم يغفل القائم بالاتصال عن الوقفة الصوتية واضعاً في اعتباره المشاهد، فلم يكن كلامه سرداً متسارعاً بل احترق فيه أذن السامع وذلك حتى يستوعب المشاهد كلامه ويتلقاه بصدر رحب.

الجدول رقم (5): يمثل تكرار فئة الزمن لعرض مضامين حلقات برنامج حديث الاثنين

المواضيع	السلاسل	الزمن	التكرار	النسبة
العقيدة	القضاء والقدر وأثره في حياتنا	862	4234	%23.98
	القضاء والقدر وأثره في حياتنا	724		
	القضاء والقدر	879		
	إن الدين عند الله الإسلام	995		
	معجزة القرآن	774		
مفاهيم إسلامية	اختلاف الأديان	862	4243	%24.04
	سنن الله وقوانينه في المجتمع	941		
	الباقيات الصالحات	931		
	التمكين	633		
	طبيعة الجهاد الإسلامي	876		
تفسير	سورة الأنفال	1096	4186	%23.71
	النور	967		
	سورة التوبة	1121		
	الاستعاذة	1002		
تربوية أخلاقية	الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر	733	2375	%13.46
	الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر	891		
	اثر الذنوب والمعاصي	751		
سيرة	قبل فتح مكة	1096	1096	%6.22
اجتماعية	قيمة الوقت والزمن	735	1516	%8.59
	نظرات في بيت المسلم	781		
المجموع			17650	%100

يمثل الجدول رقم (21) تكرار فئة الزمن حيث يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن الغرض منه هو معرفة الحجم الزمني لحلقات البرنامج الديني حديث الإثنين، وذلك للإجابة على السؤال: ما هو الحجم الزمني الذي شملته حلقات برنامج حديث الإثنين؟

تبين لنا البيانات الرقمية للجدول الفروقات الزمنية بين حلقات البرنامج المختلفة، حيث نجد أن مواضيع المفاهيم احتلت المرتبة الأولى مسجلة بذلك أعلى حجم زمني تتراوح بين 4243 ثانية بنسبة تقدر 24.04%، ثم تأتي في المرتبة الثانية مواضيع العقيدة بحجم ساعي قدره 4234 ثانية بنسبة تقدر 23.98%، وتأتي في المرتبة الثالثة التفسير القرآن بحجم ساعي قدره 4186 ثانية بنسبة 23.71%، وتليها المرتبة الرابعة مواضيع أخلاقية التربوية بحجم ساعي قدره 2375 ثانية بنسبة 13.46%، واحتلت المواضيع الاجتماعية المرتبة الخامسة بحجم ساعي قدره 1516 ثانية بنسبة 8.59%، وفي المرتبة الأخيرة مواضيع السيرة بحجم ساعي قدره 1096 ثانية بنسبة 6.22%.



تبين لنا البيانات الرقمية للتمثيل البياني رقم 17: ومن خلال هذه البيانات يتضح لنا أننا المواضيع التي أخذت الاهتمام الأكبر عند القائم بالاتصال هي المواضيع التي خصص لها أكبر حجم زمني نظرا لأهميتها في أجنحة القائم بالاتصال مثل: المفاهيم الإسلامية، العقيدة، التفسير.

النتائج العامة:

بعد التحليل والدراسة توصلنا في الأخير إلى الكشف عن النتائج النهائية، حيث سيتم عرض المواضيع والأهداف والألفاظ الأكثر تداولاً من طرف القائم بالاتصال في حلقات برنامج حديث الإثنين، كما سنوضح أكثر الأساليب التي وظفت والاستشهادات التي تم تدعيم المواضيع بها لاستمالة السامع، ولقد تمت الإشارة إلى كافة مواضيع الدراسة في الحلقات المدروسة من مواضيع العقيدة، المفاهيم، التفسير، الاجتماعية، الأخلاقية التربوية، والسيرة، ولكن كانت النسب متفاوتة من موضوع لآخر فجاءت على النحو الآتي:

1- أخذت العقيدة والمفاهيم الإسلامية المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرها 25%، وذلك للأولية التي أعطاها القائم بالاتصال لهذه المواضيع نظراً لأهمية العقيدة الصحيحة في البناء الديني السليم للفرد المسلم، وهي جوهر العلاقة بين العبد وربّه فأى انحراف يؤثر على الفرد وبالتالي يتأثر المجتمع باعتبار الفرد جزء من هذا البناء الاجتماعي كما ركز القائم بالاتصال على تصحيح المفاهيم الإسلامية وذلك لمحاربة الانحراف الفكري والسلوكي الذي يطرأ على المجتمع نتيجة مرور الزمن ودخول الشوائب والأفكار المغلوطة في أذهان العامة والخاصة وبالتالي أخذ القائم بالاتصال على عاتقه تجديد دين الأمة من خلال هذه المواضيع التي ركز عليها في عرض مضامين الحلقات.

2- جاءت مواضيع التفسير في المرتبة الثانية بنسبة 20%، وقد قام فيها القائم بالاتصال بالتأكيد على قيمة التدبر في آيات الله واستنباط الحكم والعبر بما يخدم المجتمع والفرد وذلك من خلال الأحداث التي تحتويها آيات القرآن الكريم مما يؤكد للجماهير أن كتاب الله هو الكتاب الذي نستقى منه أساليب النجاح والنهوض بالأمة من خلال حضور هذا الكتاب في حياتنا العملية والعلمية.

3- وجاءت المواضيع الأخلاق والتربية في المرتبة الثالثة بنسبة 15%، وقد أولى القائم بالاتصال هذه المواضيع أهمية قصوى لما لها علاقة بإصلاح النفس البشرية وربطها بعلاقة المسلم بالله من جانب وعلاقته بالمجتمع من جانب آخر.

4- جاءت المواضيع الاجتماعية في المرتبة الرابعة بنسبة 10%، وقد ظهرت مواضيع الأسرة والمرأة بشكل واضح كموضوع أساسي في المواضيع الاجتماعية التي يتوجب على المجتمع أن يركز عليها في عملية الإصلاح والبناء والتنمية كما وضح قيمة الوقت والزمن كعنصر جوهري للإصلاح والتنمية من خلال تثمين هذا العامل الحضاري .

5- واحتلت السيرة المرتبة الخامسة بنسبة 5%، لكنها كانت حاضرة في كل المواضيع بالقدر الذي يبين حجمها وثقلها في توجيه وإصلاح المجتمع.

أما الأهداف التي سعى القارئ بالاتصال لتحقيقها فقد تنوعت وتعددت ومن جملتها :

1- ترسيخ الثقافة الإسلامية العربية الذي أخذ المرتبة الأولى بنسبة تقدر 32.48%، وهو الهدف الواضح الذي سعى القارئ بالاتصال إلى التأكيد عليه وكثيرا ما ناقش الشيخ هذه الإشكاليات في مؤلفاته محاربا بذلك الثقافة الوافدة من الغرب، وقد ظهر هذا الهدف في تنمية الذوق الجمالي عند المشاهد باستشهاد بالشعر والأقوال المأثورة، كما استشهد بالتاريخ الإسلامي وأيضا الواقع المعاصر فقد استشهد القارئ بالاتصال بالثورة الجزائرية في بعض المضامين على أنها أحد البطولات التي تضيف إلى رصيد الأمة الإسلامية الكثير.

2- الإصلاح وتنمية المجتمع وتصحيح المفاهيم احتل هذان الهدفان المرتبة الثانية بنسبة تقدر 22.86%، مؤكدا على الدور الذي يتوجب على الداعية أن يتصدّره فهو مواصلا لرسالة الأنبياء وهي رسالة الإصلاح التي جاءوا بها كما أكد من خلال هذا الهدف على الدور الحضاري المنشود من هذه الأمة ورجالها في أداء دورهم في إرساء قواعد العدل ومعاني الإسلام السمحة والذي لن يكون إلا بالتمسك بثوابت هذا الدين والسعي نحو الأخذ بالأسباب ولا يكون ذلك إلا من خلال تصحيح المفاهيم المغلوطة عند الجماهير العامة.

3- التحذير جاء في المرتبة الثالثة بنسبة تقدر 15.85%، وذلك لتوضيح حدود شريعة الإسلام وتأكيد عواقب المنكرات والذنوب ومعصية الخالق في سوء الخواتيم وانحراف الفرد وبعده عن الحياة الفطرية السليمة.

4- إظهار عظمة الخالق جاء هذا الهدف في المرتبة الرابعة بنسبة تقدر 14.94%، وذلك لتوضيح نوع هذه العلاقة بين العبد وربه فهي علاقة خضوع واستسلام وانقياد وتعظيم وإجلال تتبع معالم هذه العلاقة من الإيمان بعظمة الخالق والتقدير والإخلاص لهذا المعبود. أما فئة الألفاظ المستخدمة والتي اعتمد القائم بالاتصال عليها فقد تمثلت في ثلاثة أنواع من المصطلحات وهي كالآتي:

1- المصطلحات الشرعية التي أخذت النسبة الأولى 68.63%.

2- المصطلحات الفكرية التي أخذت المرتبة الثانية 22.36%.

3- المصطلحات الاجتماعية "الشعبية" أخذت المرتبة الثالثة بنسبة تقدر 9.01%.

ويظهر لنا أن القائم بالاتصال وضع للجماهير المصطلحات التي يريد أن يتواصل بها مع الجماهير حتى تسمح للرسالة الإعلامية أن تصل بسهولة للمتلقي ووضوح.

- أما من جهة الشكل فقد وظف القائم بالاتصال مجموعة من الأساليب من أهمها:

أ - أسلوب الاستمالات العاطفية والعقلية والذي جاءت بنسب متقاربة وقد أظهرت النتائج الآتي:

1- بالنسبة للاستمالات العاطفية فقد جاءت في المرتبة الأولى "أسلوب الترغيب" أخذ هذا الأسلوب هذه المرتبة بنسبة تقدر 31.50%.

2- المرتبة الثانية "أسلوب الترهيب" بنسبة تقدر 20.68%.

3- المرتبة الثالثة "للدعاء" بنسبة تقدر 2.25%.

مما يوضح المنهج الدعوى الوسطى لدى الشيخ الذي يبتعد فيه عن أسلوب الترهيب إلا فيما يستدعي ذلك.

ب- أما الاستمالات العقلية فقد جاءت النسب كالآتي:

1- المرتبة الأولى "الاستنتاج" بنسبة تقدر 21.66%.

2- المرتبة الثانية " تفنيد " بنسبة تقدر 8.02%.

3- المرتبة الثالثة " المعلومات والإحصائيات " بنسبة تقدر 7.74%.

4- المرتبة الرابعة والخامسة للاستشهاد بالتاريخ 4.92% والواقع 3.23%.

- كما وظف القائم بالاتصال أساليب أخرى من بينها:

أ- أساليب صياغة المضامين:

1- أسلوب الاستشهاد بالمصادر فقد أظهرت النتائج أن القرآن الكريم كان في القائمة الأولى لمصادر الاستشهاد والحجج نظرا لحجيته المقنعة والكافية في عقول المشاهدين لما يحويه من حقائق وما يكتنزه من علوم ومعارف 55.73%.

2- أسلوب التكرار والذي نوع فيه بين تكرار اللفظة 67.85%، والدليل 17.19%، والفكرة 14.96%.

3- أسلوب عرض جانب واحد من جوانب الموضوع بنسبة 35% أو عرض الرأيين المؤيد والمعارض 65%.

أسلوب طرق الإقناع: الاستنتاج بنسبة تقدر 20%، الاستنباط بنسبة تقدر 40%، كسب الثقة بنسبة تقدر 30%، العاطفة بنسبة تقدر 10%.

4- أسلوب ترتيب الأدلة داخل الرسالة المقدمة والمتن بنفس النسبة 45%، أما الخاتمة 10%.

ج- أما الأسلوب الثاني الذي اعتمد عليه هو أسلوب العرض والذي تفنن فيه القائم بالاتصال.

ب- أساليب عرض المضامين:

أولاً- أسلوب القوالب التحريرية: فقد وظف القائم بالاتصال القوالب بحسب كل موضوع وجاء قالب الهرم المقلوب في المرتبة الأولى بنسبة 25%، ثم تلاه القالب المعتدل 20%، ثم تلاه القالب الماسي بنفس النسبة 20%.

ثانياً- أسلوب المقدمات والخواتيم والأسئلة والكود: وقد اعتمد في المقدمة على عرض حقيقة أو بيان بأعلى نسبة 30%، أما أسلوب الخواتيم فقد اعتمد فيه على أسلوب التوصية والطلب بنسبة 30%، كما قام القائم بالاتصال باستخدام كود خاص به تميز هذا الكود بالبساطة والوضوح أما اللغة التي وظفها القائم بالاتصال فهي اللغة العربية الفصحى فقد جاءت بنسبة 80%، أما المزيج فقد جاء بنسبة 20%.

5- أما طرق الأسئلة: فقد نوع القائم بالاتصال فيها بما يخدم المواضيع وجاء أسلوب الأسئلة استهلال 7.84%، أولى 39.22%، الثانوي 25.94%.

كما لم يهمل القائم بالاتصال لغة الجسد التي كانت حاضرة في مظهره الأزهرى الذي يعبر عن الأصالة ورمز الإمامة في المجتمع الإسلامي.

وقد برزت لغة الجسد في مجموع الحركات التي وظفها القائم بالاتصال في إيصال رسائله والتي ساهمت في تقريب المعنى الذي أراد إرساله للمتلقى.

كما استعان القائم بالاتصال بلغة الصوت والتي نوع فيها بين النغمة الوقفة ورفع لنبرات الصوت دون إفراط أو مبالغة.

أما الزمن فقد وضح أهمية المواضيع التي حاول القائم بالاتصال التركيز عليها فقد احتلت مواضيع المفاهيم الأولى 24.04%، وتلتها العقيدة بنسبة 23.98%، نظرا للأهداف التي أراد القائم بالاتصال ترسيخها كما أخذت المواضيع الأخرى الحجم الأقل بحسب قيمة كل موضوع والرسائل الموجهة فيه.

وقد أجابت هذه النتائج عن تساؤلات الدراسة بأن الشيخ الغزالي وظف مجموعة معتبرة من مهارات الاتصال الإقناعي مما يؤكد أنه كان ضليعا بعلم الاتصال باعتباره داعية بالدرجة الأولى و كاتباً بالدرجة الثانية.

التوصيات: ولا يفوتني في هذا العمل أن أسجل بعض التوصيات:

1- إن منهج القائم بالاتصال يعتبر مدرسة يتوجب على طلبة العلم الدعوي أن يستقوا منها وذلك من خلال إعادة قراءتها حتى توظف هذه التجربة في مجالات العمل الدعوى باعتبارها

تتخذ منها واضحا نستطيع تقنيته والأخذ منه بما يرفع من مستوى الخطاب الدعوى ويساعد على النهوض بالامة.

2- إن مجال الدعوة يحتاج لهذه الدراسات مما يسمح بتشجيع على البحث في هذا المجال بأكبر قدر ممكن .

3- لقد عنيت الدراسات بالجوانب الفكرية للشيخ أما الجوانب العملية فلم تأخذ حضاها لذا يتوجب التشجيع على هذا النوع من الدراسات بما يفيد الساحة الدعوية بأكبر قدر ممكن من المعلومات.

الاقتراحات: ومن الاقتراحات التي أسجلها في عملي هذا:

1- يحتاج طلبة قسم الدعوة والإعلام إلى اكتساب مهارات الاتصال الإقناعي وبالتالي نوصي بتدريس هذا النموذج الذي ممكن أن يعطى للطلاب الكثير ويضيف إلى رصيده المعرفي والفكري والسلوكي الكثير، مما يسهل عليه العمل به في مجال الدعوة المباشر.

2- البحث في تجارب الدعاة الإعلامية الناجحة والبحث في مفاتيح النجاح التي تعتبر مهارات الاتصال الإقناعي أحد أهم العناصر في نجاحها والاستفادة منها باعتبارها طريقة تفكير حضارية تفيد الطالب في مجاله وتخصصه معا.

3- ربط طالب الدعوة بالعمل الإعلامي المباشر للتعرف على خبايا الاتصال والاستفادة منه كعامل أساسي من عوامل الدعوة نظرا للحاجة الماسة لفتح قنوات تواصل دعوية وبطريقة منهجية تخاطب بها العقل والقلب معا دون إهمال الواقع المعاصر.

4- دراسة الشيخ دراسة تتنوع بتنوع شخصيته: داعية، كاتباً، مفسر، مصلح اجتماعي.

6- برمجة تراث الشيخ الغزالي كمصدر رئيسي في الدراسات الأكاديمية لطلبة تخصص الدعوة والإعلام والاتصال.

ملح ق

استمارة تحليل المضمون

الأبعاد	الرقم	فئات	يقيس	لا يقيس	ملائمة	غير ملائمة
البعد الأول						
الموضوع	01	تفسير				
	02	عقيدة				
	03	المفاهيم الإسلامية				
	04	تربية أخلاقية				
	05	سيرة				
فئة الأهداف	01	تنمية وإصلاح المجتمع				
	02	تصحيح المفاهيم				
	03	ترسيخ الثقافة الإسلامية العربية				
	04	إظهار عظمة الخالق				
	05	التحذير				
فئة الألفاظ	01	المصطلحات الشرعية				
	02	المصطلحات الفكرية				
	03	المصطلحات الاجتماعية				
البعد الثاني	01	فئة الاستمالات الإقناعية	عاطفية	ترهيب		
				ترغيب		
				دعاء		
			عقلية	معلومات وإحصائيات		
				استنتاج		
				تفنيد		
				شواهد من الواقع والتاريخ		
	02	فئة الأساليب الإقناعية		تقديم الرسالة لأدلة وشواهد		
				ترتيب الأدلة داخل الرسالة		
				عرض جانب واحد من الموضوع مقابل جانب آخر مؤيد ومعارض		
	03	طرق الإقناع		الاستنتاج		
				الاستنباط		
				العاطفة		
				كسب الثقة		

الأبعاد	الرقم	الفئات	يقيس	لا يقيس	ملانمة	غير ملانمة
فئة اللغة المستخدمة	01	الفصحى				
	02	العامية				
	03	المزيج بين العامية والفصحى				
فئة القوالب	01	القالب الماسي				
	02	الهرم المعتدل				
	03	الهرم المقلوب				
	04	الهرم المقلوب والمتدرج				
	05	القالب التشويقي				
	06	القالب التجميعي				
فئة الاستهلال والخواتيم والسؤال والكود المستخدم	01	الاستهلال				
	02	الخواتيم				
	03	السؤال				
	04	الكود				
فئة لغة الجسد	01	الوجه				
	02	اليدين				
	03	المظهر				
فئة لغة الصوت	01	النغمة				
	02	الوقفة				
	03	الانفعال				
فئة الزمن	01	الحجم الساعي				

قائمة المحكمين

الرقم	أسماء المحكمين	جامعة التدريس
01	هويدي عبد الباسط	دكتور بقسم العلوم الانسانية -كلية العلوم الانسانية والاجتماعية - جامعة الوادي-
02	رشيد خضير	دكتور بقسم العلوم الإسلامية - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة الوادي-
03	طاهر عمارة الأدغم	أستاذ مساعد بقسم العلوم الإسلامية - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة الوادي-
04	عبد الرحمان طيبي	أستاذ مساعد بقسم العلوم الإسلامية - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة الوادي-

الفهارس العامة

جدول الآيات القرآنية

الآية	السورة	رقم الآية	رقم الصفحة
﴿وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ ۝﴾	البقرة:	٣٠ - ٣٣	95-49
﴿وَإِذْ قُلْنَا لِلْمَلٰٓئِكَةِ اسْجُدُوا لِآدَمَ فَسَجَدُوا ۝﴾	البقرة	٣٤	95
﴿أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِي حَاجَّ إِبْرٰهٖمَ فِي رَبِّهِۦٓ أَن ۝﴾	البقرة	٢٥٨	92
﴿الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا ۝﴾	البقرة	٢٧٥	97-93
﴿لَتَبَيَّنَّهٗ لِلنَّاسِ وَلَا تَكْتُمُونَهُ ۝﴾	آل عمران	١٨٧	31
﴿يٰٓأَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ ۝﴾	النساء:	١	85
﴿إِلَّا الَّذِينَ يَصِلُونَ إِلَىٰ قَوْمٍ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُم مِّيثَاقٌ ۝﴾	النساء	٩٠	44
﴿:الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ ۝﴾	المائدة	3	111
﴿قُلْ هَلْ أُنَبِّئُكُمْ بِشَرٍّ مِّنْ ذٰلِكَ مَثُوبَةً عِنْدَ اللَّهِ ۝﴾	المائدة:	٦٠	48
﴿يٰٓأَيُّهَا الرُّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ ۝﴾	المائدة	٦٧	48
﴿إِذْ قَالَ الْخَوَارِثُ يٰٓعِيسَىٰ ابْنَ مَرْيَمَ ۝﴾	المائدة	١١٢، 113	96
﴿فَلَمَّارًا الشَّمْسَ بَارِزَةً قَالَ هٰذَا رَبِّي ۝﴾	الأنعام	٧٨	48
﴿قُلْ إِن صَّلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ ۝﴾	الأنعام:	١٦٢	53
﴿إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ ۝﴾	الأنعام	١٦٥	90
﴿لَهُ دَعْوَةُ الْحَقِّ وَالَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِهِ ۝﴾	الرعد	١٤	47
﴿وَالَّذِينَ يَصِلُونَ مَا أَمَرَ اللَّهُ بِهِۦٓ أَنْ يُوصَلَ ۝﴾	الرعد	٢١	49
﴿أَدْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ ۝﴾	النحل	١٢٥	90

44	٥١	القصص	﴿ وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴾
81	١٩	لقمان:	﴿ وَأَغْضَضْ مِنْ صَوْتِكَ ۝١٩﴾
59	٣٢	فاطر:	﴿ ثُمَّ أَوْرَثْنَا الْكِتَابَ الَّذِينَ اصْطَفَيْنَا مِنْ عِبَادِنَا ﴾
53	١3	الحجرات	﴿ يَتَأْتِيَهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى ﴾
94	٢٠ - ١٧	الغاشية	﴿ أَفَلَا يَنْظُرُونَ إِلَى الْإِبِلِ كَيْفَ خُلِقَتْ ﴾
86	١٠	الضحى	﴿ وَأَمَّا السَّائِلَ فَلَا نَنْهَرْ ۝١٠﴾

فهرس الأحاديث

الرقم	الأحاديث	الصفحة
01	« إِنَّ اللَّهَ يَبْعَثُ لِهَذِهِ الْأُمَّةِ عَلَى رَأْسِ كُلِّ مِائَةِ سَنَةٍ مَنْ يُجَدِّدُ لَهَا دِينَهَا »	أ
02	«الدِّينُ النَّصِيحَةُ قُلْنَا لِمَنْ؟ قَالَ: لِلَّهِ وَلِكِتَابِهِ وَلِرَسُولِهِ وَلِائِمَةِ الْمُسْلِمِينَ وَعَامَتِهِمْ».	48
03	« رَأْسُ الْحِكْمَةِ مَخَافَةُ اللَّهِ »	78

فهرس الأعلام

الرقم	الأعلام الأمة الإسلامية	الصفحة
01	شيخ محمد عبد العظيم الزرقاني	25
02	الشيخ محمد شلتوت	26
03	الشيخ عبد الرحمان شيبان	28
04	الشيخ محمد الطاهر بن عاشور	29
05	الشيخ مصطفى المراغي	40

الرقم	الأعلام	الصفحة
01	مارشال ماكلوهان	45
02	جوديت لازار	88
03	روجر باكون	93

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: قائمة الكتب

1. إسماعيل: د. محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (ط:1؛ القاهرة: دار العلمية الهرم، 2003).
2. أشوا: سوزان، فن الإقناع، (لا.ط؛ لا.م: لا.ن، دت).
3. إبراهيم إمام، الإعلام الإسلامي. (لا.ط؛ القاهرة: المكتبة المصرية، د.ت).
4. برغوث: علي، الاتصال الإقناعي، (ط:1؛ غزة: لا.ن، 2005).
5. بكار: د. عبد الكريم، مقدمات للنهوض بالعمل الدعوي، (ط:4؛ دمشق: دار القلم، 1432هـ / 2011م).
6. تمار: د. يوسف، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين. (ط:1؛ الجزائر: طاكسيج-كوم، 2007).
7. حجاب: د. محمد منير، الإعلام الإسلامي، المبادئ، النظرية، التطبيق، (ط:1؛ القاهرة: دار الفجر، 2002م).
8. حجاب: د. محمد منير، مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة. (ط:2؛ القاهرة: دار الفجر، 2000م).
9. الحديدي: د. منى سعيد، شريف درويش اللبان، فنون الاتصال والإعلام المتخصص. (ط:1؛ القاهرة: دار المصرية اللبنانية، 2009م).
10. بن حجاج: مسلم، كتاب العلم، باب: من دعى إلى الهدى أو الضلالة (ط:1؛ الرياض: بيت الأفكار الدولية، 1427هـ / 2006م).
11. خليل: د. عماد الدين، وآخرون، صورة من حياة مجاهد عظيم ودراسة جوانب من فكره، (ط:1؛ القاهرة: دار الصحوة، 1993).
12. ابن خلدون، المقدمة، (ط:1؛ دار الفكر، 1424هـ / 2003م).
13. الدهلوي: سعود، ندوة تصوير البرامج الدينية في التلفزيونات الخليج. (لا.ط؛ الرياض: جهاز تلفزيون الخليج، 1047هـ).
14. زيدان: عبد الكريم، أصول الدعوة. (ط:3؛ بغداد: لا.ن، 1976م).

15. الخوري: السعيد، أقرب الموارد في الفصح العربية والشوارد، (لا.ط؛ إيران: منشورات مكتبة آية الله العظمى، 1403هـ).
16. السويدان: طارق محمد، فن الإلقاء الرائع. (ط:3؛ الكويت: الإبداع الفكري، 1425هـ/2004م).
17. الشحي: د.يوسف بن عبد الله بن محمد، مهارات الاتصال التربوي الإسلامي في الأسرة والمدرسة. (ط:1؛ الأردن: عالم الكتب، 2011م).
18. طعيمة: رشدي أحمد، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، مفهومه وأأسسه واستخداماته. (لا.ط؛ دار الفكر العربي: القاهرة، 1987م).
19. العبد: عاطف عدلي، استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية. (لا.ط؛ القاهرة: دار الفكر العربي، 2006).
20. العراقي: المغني عن حمل الأسفا، ج1. (ط:1؛ بيروت، لبنان: دار ابن حزم، 2005).
21. عبد الباقي: يوسف، قاموس الطلاب "عربي-عربي". (لا.ط؛ الدار البيضاء، المغرب: دار المعرفة، دت).
22. عبد الحميد: محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. (لا.ط؛ القاهرة: عالم الكتب، 2000م).
23. عبد الحميد: محمد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. (لا.ط؛ الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1979م).
24. عبد الحميد: محمد، بحوث الصحافة. (ط:1؛ القاهرة: علم الكتب، 1992م).
25. عبد الرحمان: عواطف وأخريات، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية. (لا.ط؛ القاهرة: دار الثقافة، 1986).
26. حسن: سمير محمد، تحليل المضمون. (لا.ط؛ القاهرة: عالم الكتب، 1983م).
27. عمر: نوال محمد، دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية. (لا.ط؛ القاهرة: مكتبة النهضة الشروق، 1984م).
28. عمارة: محمد، الشيخ الغزالي الموقع الفكري والمعارك الفكرية، (ط:1؛ القاهرة: دار السلام، 1423هـ/1938م).
29. العيد: عاطف عبد الله، الاتصال والرأي العام، (ط:1؛ القاهرة: دار الفكر العربي، 1414هـ/1993م).

30. عبيدات: دوقان وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه. (لا.ط؛ الأردن: دار مجدلون، 1982م)،
31. العمري: محمد، بلاغة الخطاب الإقناعي مدخل نظري وتطبيقي " دراسة الخطابة العربية في القرن الأول نموذجاً ". (ط:2؛ لبنان: لا.ن، 2002).
32. بوعلي: نصير، الإعلام والبعد الحضاري في الدراسات الإعلام والقيم، (ط:1؛ لا.م: دار الفجر، 2007م).
33. بالعيد: صالح، نظرية النظم، (لا.ط؛ الجزائر: دار هومة، دت).
34. الغزالي: محمد، مذكرات الشيخ محمد الغزالي قصة حياة، (لا.ط؛ قسنطينة: دار الرشاد، 2006م).
35. الغزالي: محمد، في موكب الدعوة. (لا.ط؛ القاهرة: منشورات دار الكتب، دت).
36. ابن الفارس: معجم مقاييس اللغة، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، ج3. (ط:1؛ بيروت: دار الفكر، 1415هـ).
37. أبي الفيض: محب الدين، السيد محمد مرتضى الحسني الوسطى الزبيدي الحنفي، تاج العروس. (ط:1، مصر، مطبعة الحرية المعزية، 1306هـ).
38. الفيروز آبادي: مجد الدين محمد بن يعقوب، القاموس المحيط، ج4. (ط:1؛ بيروت: دار الجبل، 1952هـ-1371م).
39. قيراط: محمد، قضايا إعلامية. (لا.ط؛ الكويت: دار الفلاح، 2006).
40. لازار: جوديت، سسيولوجيا الاتصال الجماهيري، تر: د. علي وطفة، د. هيثم صفائح. (ط:1؛ لبنان: دار الينابيع، 1994م).
41. مفلح: د. محمد، الدين والسياسة في خطاب محمد الغزالي، (ط:3؛ الجزائر: دار الخلدونية، 2012م).
42. محفوظ: علي، فن الخطابة وإعداد الخطيب. (لا.ط؛ لا.م: دار الإعتصام، دت).
43. مكاي: د. حسن عماد، عاطف إبراهيم، نظريات الاتصال. (ط:1؛ لا.م، لا.ن، 2007م).
44. ابن منظور: محمد جمال الدين مكرم، لسان العرب، تحقق محمد أحمد حسب الله، ج4، (ط:1؛ القاهرة: دار المعارف، دت).

45. محمود: د. منال طلعت ، مدخل الى علم الاتصال، (لا.ط؛ الاسكندرية: لا.ن، 2002/2001)

46. مليز: هاري ميلز، فن الاقناع كيف تسترعى انتباه الآخرين وتغير آراءهم وتأثر عليهم سيكولوجيا جديدة للتأثير، جامعة الملك عبد العزيز علي الدوسي، مكتبة جرير، 1433هـ.
47. مالك: بن نبي، مشكلة الثقافة، تر: عبد الصبور شاهين، (ط:4؛ بيروت: دار الفكر، 1420هـ/2000م).

48. مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط، تحقيق: شعبان عبد العاطي عطية، احمد حامد حسين، جمال مراد حلمي. (ط:4؛ مصر: مكتبة الشرق الدولية، 1425 - 2004).

49. محمد: يوسف، النظريات النفسية والاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والالكترونية. (ط:2؛ القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2013م/1443هـ).

50. النوبي: عبد النبي عبد الطيب، مهارات الاتصال الفعال. (لا.ط؛ لا.م، لان، لات).

51. الوفاي: محمد، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية. (لا.ط؛ القاهرة: مكتبة الأنجلوا المصرية، 1989م).

52. يعقوبي: محمود، أصول الخطاب الفلسفي. (لا.ط؛ الجزائر، ديوان المطبوعات، 1995م)
ثالثا: الرسائل والبحوث العلمية

1. تازولة: السعيد، الفكر السياسي عند الشيخ محمد الغزالي. (رسالة ماجستير في فقه وأصول)، غير منشور، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، د.ت.
2. تركشاني: د. أحمد بن سيف الدين، ملخص بحث مدخل إلى علم الاتصال الإنساني. (لا.ط؛ لا.م: لا.ن، د.ت).

3. حباسي: د. خالد، الفكر السياسي عند محمد الغزالي، (رسالة ماجستير تخصص أصول الدين، الجزائر)، 2003/1424.

4. الجبير: محمد بن فهد، ملخص بحث مهارات الاتصالية، مذكرة مقتبسة من عدة مصادر.
5. حانون: نزهة، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة، (رسالة الماجستير في اعلام الاتصال)، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008.
6. بو جلال: عبد الله ، "مناهج البحث في الاتصال الدعوي"، محاضرات جامعية، 2006/2007م.

7. دراجي: السعيد ، عادات وأنماط مشاهدة الأفعال للبرامج التلفزية "دراسة ميدانية بإكمالية مدينة قسنطينة". (رسالة ماجستير في دعوة وإعلام واتصال)، غير منشور، جامعة الأمير عبد القادر: كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2003/2002م.
8. قسيمة: دليلة، استراتيجيات الخطاب في الحديث النبوي .(رسالة ماجستير في اللغة العربية وآدابها)، لا.ط، 2012/2011م.
9. مازة: سهيلة، الجانب العقدي والفكري عند محمد الغزالي.(رسالة ماجستير في العقيدة)، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2011- 2012.
10. المحيا: أسامة بن مساعد، نظريات التأثير الإعلامية، جمع وتنسيق، 1433هـ.
11. النوري: ابراهيم، الشيخ محمد الغزالي مفكرا وداعيا.(رسالة ماجستير في الدعوة والاعلام)، غير منشورة، جامعة الامير عبد القادر، قسنطينة، 1998/1999م.
12. نجم: طه عبد العاطي، مهارات التعامل مع وسائل الإعلام مع القضايا الأمنية، (لا.ط؛الرياض: لا.ن، 1435هـ/2014م).

رابعا:المجلات والدوريات

1. الربيعي: علي، "تحليل المضمون وتطبيقاته في الدراسات الإعلامية". مجلة فصلية متخصصة محكمة تعنى بأبحاث ودراسات ووسائل الاتصال الجماهيري.(البحوث الإعلامية)، لا.ع، د.ت.
2. الحميدان: ابراهيم بن صالح، الاقناع والتأثير.(دراسة تأصيلية دعوية)،مجلة جامعة الإمام، العدد49، محرم1426هـ.
3. العلواني: جابر، "شيخنا الغزالي رحمه الله صفحات من حياته"، مجلة المعرفة الإسلامية، لا.م، لا.ن، ع7.
4. الملة: رائد حسين عباس، مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب، مجلة الباحث الإعلامي، المستنصرية، العدد30
5. مقبول: إدريس، ملخص بحث استراتيجيات التخاطبية في السنة النبوية، كلية العلوم الإسلامية، مجلد الثامن، ع 12، 1435هـ.
6. مدقن: هاجر، "مجلة مقاليد"، مصطلحات حجاجية، جامعة ورقلة، العدد الأول، جوان 2011.

خامسا:المؤتمرات والملتقيات

1. إبراهيم: د.يسري خالد ، سيسيولوجيا القارئ بالاتصال في الإعلام الإسلامي، المؤتمر العلمي الثالث للإعلام الإسلامي، الجامعة العراقية، 1432هـ/2011م.

سادسا:المواقع الالكترونية

- 1.البرامج التلفزيونية، التربية الإعلامية، بحث منشور على شبكة الأنترنت
(WWW.Sadinedie.net/books).
2. حسنة: عبيد عمر، من أساليب الإقناع في القرآن الكريم.
(https://www.google.com/url?sa=t &cd=1&cad=).
3. العسال: احمد بن عبد المحسن، الاقناع القوة المفقودة.
(WWW/KSARENAT.net) .
4. معمر: جبار، «مع الشيخ محمد الغزالي في حديث الاثنين»، بحث منشور على شبكة الانترنت (http://www.google.com).
5. منتديات امراء التطوير، «مآثر الشيخ الغزالي»، بحث منشور على شبكة الأنترنت (mimi.anouha).
6. مقال بعنوان، «الغزالي فارس الدعوة البليغ ، موقع إسلام اون لاين».
(https://www.google.com.sa/ur).
7. مقال بعنوان، «مهارات الاتصال».(www.google.net).