



الأساليب الإقناعية الموظفة في الخطاب الدعوي المعاصر عبر الفضائيات الدينية - دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج مفاتيح القلوب أنموذجاً -

*Persuasive methods used in contemporary advocacy discourse via religious
satellite channels - an analytical study of a sample of The Keys to Hearts*

Program as a Model

بشير بوساحة

مخبر إسهامات علماء الجزائر في إثراء العلوم الإسلامية
جامعة الوادي (الجزائر)
bousaha-bachir@univ-eloued.dz

نزار خميسي *

مخبر إسهامات علماء الجزائر في إثراء العلوم الإسلامية
جامعة الوادي (الجزائر)
Nzarkhwlt287@gmail.com

تاريخ النشر: 2024/11/15

تاريخ القبول: 2024/09/19

تاريخ الاستلام: 2024/06/23

ملخص:

تعتبر هذه الدراسة محاولة جادة تهدف إلى التعرف على أهم الأساليب الإقناعية الموظفة في الخطاب الدعوي المعاصر عبر الفضائيات الدينية، وقد اعتمدنا فيها على منهج المسح بالعينة وأداة تحليل المحتوى، حيث قمنا بتحليل عينة عمدية تمثلت في كل حلقات برنامج مفاتيح القلوب المتاحة والذي يبث عبر قناة الأنيس الفضائية، والتي تصنف ضمن القنوات الدينية.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها تنوع المضمون الاتصالي الدعوي عبر البرنامج وشموليته، كما اختلفت الأساليب الإقناعية الدعوية الموظفة في الخطاب الدعوي عبره، فكان منها العاطفي والعقلي وذلك مراعاة للجوانب الوجدانية العاطفية والفكرية العقلية لدى المتلقي. وكل ذلك بغية الوصول بالفرد المسلم إلى أسمى مراتب الإيمان والإحسان، مع بعث روح النهوض الحضاري فيه من خلال التحفيز وشحن الهمم.

الكلمة المفتاحية: الأساليب الإقناعية؛ الخطاب الدعوي؛ الفضائيات الدينية.

Abstract :

This study is a serious attempt aimed at identifying the most important persuasive methods employed in the contemporary advocacy discourse through religious satellite channels. We relied on the sample survey approach and the content analysis tool, where we

* المؤلف المراسل.

analysed a deliberate sample of all available episodes of the Keys to Hearts program, which is broadcast on Al-Anis satellite channel that is classified as a religious one

This study concluded a set of results, the most important of which is the diversity of the advocacy communicative content across the program and its comprehensiveness, and the methods of persuasion it employed in the advocacy discourse are varied. Indeed, there were emotional and mental ones, taking into account the emotional and intellectual-mental aspects of the recipient. Accordingly all these methods aim at bringing the Muslim individual to the highest levels of faith and charity, while instilling in him the spirit of civilized advancement through motivation

Keywords: persuasive methods; advocacy discourse; religious satellite channels.

1. المقدمة

الدعوة مهمة الأنبياء والمرسلين جميعاً منذ خلق الله تعالى آدام عليه السلام إلى أن يرث الأرض ومن عليها، كما هي واجبة في حق علماء المؤمنين ومتعلمهم لقول الرسول ﷺ " بلغوا عني ولو آية"¹ وفيها ينتهج الداعي إلى الله تعالى أساليباً متنوعة لإيصال رسالته بحث تكون فكرة تبني على الاقناع والتصديق وتنطبع في ذهن المدعو ثم تتحول إلى سلوك يتجلى في أفعاله وخصاله.

وهذه الأساليب الإقناعية التي ينتهجها الدعاة ترنوا إلى تحقيق أهدافها متبعة في ذلك منهج النبيين من قبل من حيث اليسر والتسهيل، ناءين عن كل قسر أو إكراه عملاً بقوله تعالى: ﴿لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ﴾² البقرة: 256، فهذه القاعدة القرآنية العظيمة تبين أن هذا الأسلوب وغيره من الأساليب الدعوية إلى الله تعالى مصدرها القرآن الكريم الذي يعتبر دستور المسلمين ومنهجهم القويم، وتنوع هذه الأساليب وتباين وفقاً لعدة اعتبارات أولها الداعي إلى الله تعالى والذي ينبغي أن يتحلى بمجموعة من الصفات تجعل المدعويين يلتفون حوله ولا ينفذون... المدعو والذي من الواجب أن تراعي سماته النفسية والوجدانية وحتى المادية أثناء دعوته، ثم أسلوب الدعوة وهو الذي بالضرورة بما كان أن يقوم على أساسين اثنين هما المضمون (وهو موضوع الرسالة التي يدعى إليها) والشكل وهو (طريقة إرسال الرسالة وشكلها عموماً).

ويؤلى اعتبار الأساليب الإقناعية المعتمدة في الخطاب الدعوي أهمية بالغة عبر الوسائل الإعلامية الحديثة خاصة الفضائيات الدينية منها، كونه الوسيلة التي تنقل الرسالة، لذلك طالما حظي بمراجعة آلياته وتجديد أساليبه وتثبيت مرتكزاته وأساسه، فلا ينبغي أن يشوبها أي نوع من التشويش أو الغموض أو تتأثر بالضغط الخارجي، ولكن إلى أي مدى نجح القائمون اليوم على صناعة وممارسة الخطاب الدعوي في تحقيق الأهداف المرجوة منه بما يخدم الدعوة إلى الله تعالى؟ وبناء على ذلك جاءت هذه الدراسة لتبحث في نوع الأساليب الإقناعية الموظفة في الخطاب الدعوي المعاصر والذي يبتث عبر القنوات الدينية،

1 محمد بن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، ج3، رقم الحديث 3274، ص1275.

وتحديدًا عبر قناة الأنيس الفضائية من خلال برنامج مفاتيح القلوب، وعليه صيغ إشكال الدراسة الرئيسي في السؤال التالي: ما الأساليب الإقناعية الموظفة في الخطاب الدعوي المعاصر عبر برنامج مفاتيح القلوب الذي تبثه قناة الأنيس الفضائية؟

وقد انضوى تحت هذه الإشكالية عدة تساؤلات فرعية وهي:

- 1- ما القضايا الدعوية التي يعالجها برنامج مفاتيح القلوب الذي يبث عبر قناة الأنيس الفضائية؟
- 2- ما الأهداف التي يرمي القائمون على الخطاب الدعوي عبر البرنامج إلى تحقيقها؟
- 3- من هو الجمهور المستهدف بالخطاب الدعوي الموجه عبر برنامج مفاتيح القلوب؟
- 4- ما هي معايير بناء الخطاب الدعوي المعاصر عبر البرنامج عينة الدراسة؟
- 5- ما الأساليب الإقناعية العقلية الموظفة في الخطاب الدعوي الموجه عبر برنامج مفاتيح القلوب؟
- 6- ما الأساليب الإقناعية العاطفية الموظفة في الخطاب الدعوي الموجه عبر برنامج مفاتيح القلوب؟
- 7- ما هي خصائص عرض الرسالة الدعوية عبر برنامج مفاتيح القلوب؟
- 6- ما نوع اللغة المستخدمة في نقل الخطاب الدعوي عبر برنامج مفاتيح القلوب؟

وقد رمت هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف أبرزها: الوقوف على أهم الموضوعات الدعوية التي تبث عبر برامج الفضائيات الدينية، وتحديد الأهداف التي ترمي القناة إلى تحقيقها، وكذا بيان الجمهور المستهدف بالمضمون الاتصالي الدعوي، كما تهدف هذه الدراسة أيضًا إلى التعرف على معايير بناء الخطاب الدعوي المتكامل والأساليب الإقناعية الموظفة في ذلك، كله بغية إيصال الرسالة الدعوية وكذا نوع اللغة المستخدمة في ذلك.

تكمن أهمية هذه الدراسة المعرفية في حاولتها ضبط مفهوم الإقناع والخطاب الدعوي باعتبارهما متغيرين أصبحا يطرحان على الساحة الإعلامية بكثرة خاصة عند الدعاة والمتخصصين في الإعلام الديني، فمجال استخدامهما واسع، ولكن إلى أي مدى نجح القائمون على الخطاب الدعوي في تحقيق الأهداف المرجوة من خلال توظيف الاستمالات الإقناعية اللازمة، أما من الناحية العملية فإن إعداد بحوث من هذا النوع قد يمد الدعاة بمعلومات وخبرات حول طرق إيصال الخطاب الدعوي وأهم الأساليب الإقناعية الموظفة في ذلك، لتحقيق أفضل النتائج محليًا وعالميًا، وبالتالي تتاح فرص أخرى للإعداد برامج مماثلة تخدم الدعوة إلى الله تعالى بأحسن الطرق وأكثرها فاعلية ونجاعة.

الدراسات السابقة:

لم نقف على دراسة سابقة تحمل نفس متغيرات البحث ولكن هناك العديد من الدراسات المشابهة التي اهتمت بجانب من جوانب هذه الدراسة كالأساليب الإقناعية أو الخطاب الدعوي أو الفضائيات الدينية، ولعل أقربها إلى موضوع هذه الورقة العلمية هي رسالة مجستار بعنوان "الأساليب الإقناعية في

قناة هدى الفضائية الناطقة باللغة الإنجليزية دراسة تحليلية" للباحثة فيروز بوزيدة¹، وقد حاولت هذه الدراسة تسليط الضوء على موضوع مهم في مجال الإعلام الإسلامي، ألا وهو القنوات الفضائية الإسلامية التي اكتسحت البث الفضائي العالمي حاملة على عاتقها مهمة نقل الخطاب الإسلامي في عصر الانفتاح الإعلامي، الذي تعددت فيه قنوات الباطل والمنابر العنصرية بأكثر الأساليب اقناعا وجذبا للمتلقين، أظف إلى ذلك اللغة الإنجليزية اعتبارها لغة العالم الأولى، ولا تخلو أي رسالة إعلامية من وسائل الإقناع فكان من الضروري تسخير هذه اللغة لخدمة الإعلام الإسلامي وذلك بإنشاء فضائيات إسلامية ناطقة باللغة الإنجليزية، كقناة الهدى التي تعد أنموذجا رائدا تهدف إلى خدمة المسلمين ودعوة غير المسلمين عبر العالم إلى هذه الرسالة العالمية وإبراز صورة الإسلام المشرفة بمختلف الأساليب الإقناعية.

وتتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا في التركيز على استخدام الأساليب الإقناعية على اختلاف أنواعها ومدى فاعليتها في توصيل الخطاب الدعوي عبر الفضائيات الإسلامية المتخصصة، واعتمادهما على المنهج الوصفي وأداة تحليل المحتوى لتقديم وصف دقيق حول ما يبث عبر القنوات، وتختلفان في نوع اللغة التي تستخدمها كل القناة؛ فإحدهما ناطقة بالعربية والأخرى بالإنجليزية، وإحدى القنوات محلية وطنية والثانية عالمية، وكذا نوع العينة وحجمها وكذا المجال الزمني للدراستين.

كما أن اطلاعنا على هذه الدراسة مكنا من توسيع فئة الأساليب الإقناعية، وقدم لنا تصور دقيق نوعا ما حولها.

2. مفاهيم الدراسة

لوضع القارئ أمام تصور عام حول موضوع الدراسة ارتأينا الوقوف على مجموعة من المفاهيم وهي:

1.2. الأساليب الإقناعية: "هي مجموعة من العناصر القادرة على خلق رد فعل معين مقصود لدى المستقبل، بحيث تؤدي عن طريق التأثير العاطفي والمعرفي إلى إقناع الجمهور المستهدف ومن ثم تحقيق أهداف القائم بالإقناع"². وعليه يمكن القول أن الأساليب الإقناعية هي مختلف الطرق والمنهج التي تستخدم من أجل التأثير في الآخرين موظفة في ذلك الحجج والبراهين الداعمة لآرائها مستهدفة بذلك تغيير الفكر والسلوك بما يتوافق مع ما نقدمه للمتلقين من آراء.

2.2. الخطاب الدعوي: الخطاب من الناحية اللغوية: الخاء والطاء والباء أصل خطب وهو كلام بين اثنين، يقال خاطبه يخاطبه خطابا والخطبة من ذلك، وعرفت الخطبة بالقول "الكلام المخطوب به"³، أما الدعوي فأصلها من الدعوة وهي من دعا دعوت أدعو دعاء وهي أن تميل الشيء إليك بالصوت أو بكلام

1- فيروز بوزيدة، "الأساليب الإقناعية في قناة هدى الفضائية الناطقة باللغة الإنجليزية دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، 2014.

2- عبود كشكول محسن، أساليب الإقناع الدعائي في الحملات الانتخابية، ص 22.

3- ابن فارس، مجمل اللغة العربية، ج 1، ص 295.

يكون منك¹، ومن الناحية الاصطلاحية يقصد بالخطاب الدعوي أنه "بيان الدعوة الهادف إلى تفهيم الناس دعوة الله عز وجل، وقد وصف الله عز وجل القرآن بأنه خطاب للناس جميعاً قال تعالى: ﴿إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ وَيُبَيِّنُ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا كَبِيرًا﴾ الإسراء: 9، إذا كان الخطاب قد ورد بمعنى الكلام فإنه اليوم أوسع من ذلك، إذ كل ما يصلح من وسائل مختلفة في إفهام المخاطبين سواء من أمة الإجابة أو أمة الدعوة، وتوصيل شريعة الله عز وجل لهم يكون مشمولاً ضمن الخطاب الدعوي"².

3.2. الفضائيات الدينية:

تعرف الفضائيات على أنها هي مؤسسات تلفزيونية تبث مواداً وبرامجاً تلفزيونية عبر الحيز الفضائي من خلال الأقمار الصناعية، تقدم مختلف أنواع المواد التلفزيونية وتتعدد أنواعها لتشمل المحطات الشاملة والمتخصصة مثل محطات الأخبار، المنوعات، الموسيقى، الأفلام، الترفيه، الاقتصاد، الرياضة، الحوارية الدينية والمرأة والتفاعلية والواقع والطفل وغيرها.³

ومن هذا التعريف يمكن أن نقدم تعريفاً إجرائياً للفضائيات الدينية فنقول: إنها وسائل إعلام تلفزيوني تقدم محتوى برامجها يلغى عليه الطابع الديني الإسلامي سواء كان تعريفاً أو إرشادياً أو تعليمياً أو غير ذلك. وتلاقي قبولاً واستحساناً لدى جمهور المسلمين، سواء كانوا عرباً أو غير ذلك وأغلب برامجها يقوم عليه علماء وصحافيون متخصصون في الجانب الديني الشرعي الإسلامي، كما تحمل على عاتقها مسؤولية الدفاع عن هذا الدين ودحض الشبه عنه.

4.2. قناة الأنيس الفضائية:

هي قناة تلفزيونية جزائرية تربية هادفة تأسست بتزكية كوكبة من العلماء والمفكرين الجزائريين في شهر جوان سنة 2014م، بذكرى يوم العلم المصادفة لرحيل الشيخ عبد الحميد بن باديس مؤسس جمعية العلماء المسلمين الجزائريين التي تربطها علاقة وطيدة بالقناة رفقة الطبقة المثقفة المحافظة، وقد عاشت القناة تغيرات وتحولات كثيرة تماشياً مع تطور التجربة الإعلامية الحديثة للإعلام الخاص في الجزائر لتنتقل مقرها إلى العاصمة في جانفي 2019، وتنتقل باهتمامها من الطبقة النخبوية إلى الفئة الشبابية والأسرية في قالب عصري حديث محافظة على خطها الافتتاحي التربوي الأصيل.⁴

1- ابن فارس، المرجع السابق، ص 279.

2- حماد أبو شعر، معالم الخطاب الدعوي عند النبي صلى الله عليه وسلم، ص 3.

3- نديم رباعي محمد، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، ص 28.

4- نقلاً عن موقع <http://live.multies.net/north-africa-ch/dz-ch/alanis-tv> بتاريخ: 2022/09/30.

3. طبيعة الدراسة ومنهجها

تنضوي هذه الدراسة ضمن حقل الأبحاث الوصفية التي تصور وتحلل ظواهرها أو مواضيعها أو أشخاصا معينين من أجل تزويد الآخرين بمعلومات وحقائق دقيقة حولهم، وقد اعتمدنا على المنهج المسيحي كونه أنسب المناهج التي تتيح لنا التعرف على أنواع الأساليب الإقناعية التي تستخدم في الخطاب الدعوي المعاصر عبر الفضائيات الدينية.

1.3. أسلوب الدراسة وأداتها:

اعتمدنا في هذه الدراسة على أسلوب تحليل المضمون والذي يعد وسيلة من وسائل جمع البيانات التي تتم بمنهج وصفي، حيث يستخدم فيه تحليل محتوى المادة التي تقدمها وسائل الاتصال الجمعي¹، وعليه فقد قمنا بتحليل المحتوى الإعلامي الاتصالي الذي يبتث عبر برنامج مفاتيح القلوب، معتمدين في ذلك على استمارة تحليل المضمون كأداة للبحث والتي مكنتنا من وضع إطار محدد تم فيه تسجيل المعلومات التي تفي بمتطلبات البحث، وقد شملت فئات التحليل ووحدات التحليل ووحدات العد والقياس.

2.3. مجتمع الدراسة وعينتها:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموعة من الأشياء التي نريد دراستها إما لوصفها أو لاستقراء السمات العامة لها أو لاستقراء العلاقة بينها²، ويتمثل مجتمع الدراسة هنا في كل حلقات برنامج " مفاتيح القلوب الذي يبتث عبر قناة الأنيس الفضائية الدينية منذ تاريخ بداية بثه إلى آخر حلقة منه.

أما عينة الدراسة فهي تلك المجموعة من العناصر أو الوحدات التي يتم استخراجها من مجتمع البحث ثم يجري عليها الاختبار أو التحقق، على اعتبار أن الباحث لا يستطيع موضوعيا التحقق من كل مجتمع البحث نظرا للخصائص التي يتميز بها هذا المجتمع³. وقد تمثلت عينة الدراسة في عينة المتاحة تم اختيارها بما يفي بمتطلبات البحث، إذ تم اختيار تسعة حلقات وهي المتاحة على اليوتيوب من برنامج مفاتيح القلوب الذي يبتث عبر قناة الأنيس الفضائية الدينية، والذي يحمل خطابا دعويا توظف فيه الكثير من الاستمالات والأساليب الإقناعية.

والجدول التالي يوضح عناوين البرامج عينة الدراسة واسم مقدمها أو القائم عليها ووصولاتها الإلكترونية.

1- رجاء وحيد ديدوي، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، ص 215.

2- سعيد إسماعيل صيني، قواعد أساسية في البحث العلمي، ص 219.

3- سعيد سبعون وحفصة جراي، الدليل المنهجي في اعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، ص 237.

الرقم	اسم البرنامج	مقدم البرنامج	عنوان الحلقة	رابط الحلقة
01	مفاتيح القلوب	عبد الحليم توميات	الوصول إلى القلوب	https://www.youtube.com/watch?v=XLXkYyroN7U
02			أهمية كسب القلوب	https://www.youtube.com/watch?v=jKBn15OHbik&t=210s
03			الكلمة الطبية	https://www.youtube.com/watch?v=u0NB9Xt_UkM
04			إفشاء السلام	https://www.youtube.com/watch?v=lzV9w_EFORs&t=13s
05			الهدية	https://www.youtube.com/watch?v=VtNqnlnhEC8&t=291s
06			الابتسامة	https://www.youtube.com/watch?v=VtNqnlnhEC8&t=291s
07			الرفق	https://www.youtube.com/watch?v=KxLUxtDwqwM
08			نعمة الجماعة	https://www.youtube.com/watch?v=t82rMqo_XFo&t=184s
09			قضاء الحوائج	https://www.youtube.com/watch?v=w4235LTYPYo&t=133s

3.3. أدوات الصدق والثبات:

لقياس صدق الاستمارة تم تضمينها فئات التحليل ووحداته ثم عرضت على مجموعة من الأساتذة المحكّين¹، والذين كانوا من جامعات جزائرية، أما قياس الثبات فيها فقد تم من خلال إعادة الاختبار والتحليل بعد مدة زمنية من اجراء التحليل الأول وقد كانت نسبة التطابق 81%.

1 الدكتور محمد البشير بن طبة جامعة الأمير عبد القادر / الدكتورة رزاق أميمة، جامعة الأمير عبد القادر.

4. الدراسة التحليلية ونتائجها

1.4. فئة البيانات الأولية

الجدول رقم (02) فئة البيانات الأولية¹

الجزائر	بلد البث	فئة البيانات الأولية
جوان 2014	بداية البث	
نايل سات	القمر الصناعي	
التردد 10992		
27500	معدل الترميز	
09/10	معامل تصحيح الخطأ	
SD	الجودة	
عمودي	الاستقطاب	

2.4. فئات المضمون (ماذا قيل؟)

1- فئة القضايا الدعوية

الجدول رقم (03) يوضح فئة القضايا الدعوية في برنامج مفاتيح القلوب

النسبة %	التكرار	موضوعات الهوية الإسلامية
11.49	10	القضايا العقدية (التوحيد، القضاء والقدر، الغيب والشهادة...)
23.18	28	القضايا التعبدية (العبادات الحدود الأحكام الشرعية ...)
13.79	12	القضايا التاريخية (السيرة، الأعلام، القصص، الأحداث)
20.68	18	القضايا الأخلاقية (القيم، الفضائل...)
13.79	12	القضايا الاجتماعية (المعاملات، المجتمع، الأسرة، العلاقات...)
4.59	04	القضايا العلمية (المعارف، الإعجاز العلمي في القرآن والسنة)
3.44	03	قضايا أخرى
100	87	المجموع

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (02) تنوع القضايا الدعوية المطروحة عبر برنامج مفاتيح القلوب الذي يبث عبر قناة الأنيس الفضائية وكذا تباين نسبة كل موضوع منها، ولعل أعلى النسب قد حازتها القضايا التعبدية حيث قدرت ب 23.18%، وتعتبر هذه القضايا مجالا خصبا للخطاب الدعوي كونها السبيل الموصل إلى الله تعالى والمقصد من خلق الإنسان والجن لقوله تعالى: ﴿وَمَا خَلَقْتُ الْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ﴾ الذاريات: 56، فأثار الإيمان تتجلى في سلوكات الأفراد والتي تظهر في شكل عبادات على اختلافها، ومن خلال البرنامج تم التطرق للكثير منها على اختلاف أنواعها كالزكاة، الصوم، الصلاة، قيام الليل ومقاصد الشريعة وغيرها من العبادات التي تزكي النفس، بالإضافة إلى الأحكام الشرعية المتعلقة بالصدقة

1- دون توقيع، تاريخ النشر: 2023/08/01، <https://www.roy2a.com>، تاريخ التصفح: 2023/08/07م.

والهدية والهبة وغيرها، أما الترتيب الثاني فقد حازته القضايا الأخلاقية بنسبة 20.68%، والتي تعد بابا واسعا من أبواب الدعوة يطرقه الدعاة دائما لأهميته، فقد حصر النبي ﷺ الدين في الأخلاق فأجاب حين سئل عن الدين "حسن الخلق" فكان حريا بالدعاة الدعوة إلى تمثلها.

أما القضايا الاجتماعية والتاريخية فقد رتبنا في الترتيب الثالث وحازتا ما نسبته 13.79%، ففي القضايا التاريخية تم إيراد الكثير من القصص التاريخية وسير الصحابة والتابعين مع الدعوة إلى الله، وكيف كانوا دعاة بأخلاقهم ومعاملاتهم ما جعل الكثيرين يسلمون على أيديهم أو يتوبون أو يستقيمون بسبب اختيار أنسب الأساليب والخطب الدعوية، أما في الجانب الاجتماعي فقد تم التطرق إلى كيفية بناء علاقات اجتماعية على أسس دينية سليمة، وكيف يكون للإحسان والكلمة الطيبة والابتسامة دور في ذلك، فقد أفرد البرنامج حلقات كاملة بعنوان الابتسامة والهدية والكلمة الطيبة والجماعة وغيرها... ومن بين الأحاديث الواردة في البرنامج قول الرسول ﷺ: "أيها الناس أفشوا السلام وأطعموا الطعام وصلوا بالليل والناس نيام تدخلوا الجنة بسلام"¹.

حازت القضايا الإيمانية نسبة معتبرة قدرت ب 11.49% وهي التي تناولت التوحيد وما اتصل به من قول وعمل، وتعتبر هذه القضايا أيضا مهمة جدا للدعاة كونها ترتبط بالجانب الداخلي للمسلم وعليها مدار إيمان الإنسان ونيته التي لا يعلمها إلا الله، لذلك ينبغي العمل عليها وإصلاحها، ومن أهم المواضيع العقدية التي تم التطرق إليها التوحيد بأنواعه ونبد الشرك، الإيمان بالقضاء والقدر وحتى الإحسان. ورتبت القضايا العلمية وقضايا أخرى في الترتيب الأخير بنسبة قليلة جدا لعل ذلك راجع إلى غلبة الطابع الشرعي على البرنامج.

2- فئة الأهداف

الجدول رقم (04) يوضح فئة الأهداف الدعوية التي يسعى البرنامج إلى تحقيقها

النسبة %	التكرار	فئة الأهداف
17.88	22	تبليغ رسالة الإسلام إلى الناس وتبيان أساليب الدعوة إليه
9.75	12	تعليم الإسلام للناس وكيفية تطبيقه في واقع حياتهم
13.82	17	ترسيخ القيم والأخلاق الإسلامية في المدعوين
18.69	23	هداية الناس إلى الله تعالى
13.00	16	تعريف الناس بالتاريخ الإسلامي وسير وتراجم رجاله
11.38	14	الدعوة إلى الفاعلية ونبد الجمود والتقليد
12.19	15	الدعوة إلى الاجتهاد في العمل والإحسان إلى الخلق
3.25	04	أهداف أخرى
100	123	المجموع

1 - أبو عيسى محمد بن عيسى الترمذي، الجامع الكبير (سنن الترمذي)، ح: ٢٤٨٥، ج: 4، ص: 364.

من خلال ملاحظة بيانات الجدول أعلاه يتضح أن أبرز الأهداف التي يسعى إليها برنامج مفاتيح القلوب هو هداية الناس إلى عبادة الله تعالى وتبيان أساليب الدعوة إليه حيث حاز ما نسبته 18.69%، وهو مرام كل مجهود دعوي يقوم به أي مسلم، كما سعى البرنامج إلى تبليغ رسالة الإسلام إلى الناس على أكمل وجه وذلك من خلال نشر صور المسلمين الأوائل المشرفة، وقد جاء على لسان مقدم البرنامج "أخرجوا الإسلام من قفص الاتهام".

ورتب هدف ترسيخ القيم والأخلاق الإسلامية في المدعوين في الترتيب الثالث وذلك بنسبة 13.82%، حيث جاء على لسان مقدم البرنامج قول مأثور لأحد السلف قال: "كنوا دعاة لله وأنتم صامتون، قيل كيف قال بأخلاقكم" وغيرها الكثير من الأمثال والحكم والأقوال المأثورة التي تحت على حسن الخلق، ويليه هدف تعريف الناس بالتاريخ الإسلامي وسير وتراجم رجاله بنسبة 13.00%، ومنهم الصحابة كعمر بن الخطاب وعلي بن أبي طالب ومعاذ بن جبل رضي الله عنهم والفضيل بن عياض وشعبة بن الحجاج وابن مبارك وغيرهم..

كما سعى البرنامج إلى تحقيق هدف آخر من خلال مضامينه وبنسبة معتبرة قدرت بـ 12.19% وهو الدعوة إلى الاجتهاد في العمل والإحسان إلى الخلق، يليه هدف الدعوة إلى الفاعلية ونبد الجمود والتقليد بنسبة 11.38%، ولعل هذه من أبرز سمات الخطاب الدعوي المعاصر المتجدد والمعاش لما يطرأ على المجتمع من أحداث.

رتب هدف تعليم الإسلام للناس وكيفية تطبيقه في واقع حياتهم في الترتيب السابع بنسبة 9.75%، وهو هدف مهم لأنه يرتبط بتطبيقات الدعوة سواء دعوة الرسول ﷺ، أو دعوة من بعده من علماء المسلمين وسلفهم، فقد جاء في تعريف البيانوني للدعوة بأنها تبليغ الإسلام للناس وتعليمهم إياه وتطبيقه في واقع حياتهم.¹

3- فئة الجمهور المستهدف

الجدول رقم (05) يوضح فئة الجمهور المستهدف ببرنامج مفاتيح القلوب

النسبة %	التكرار	فئة الجمهور المستهدف
45.78	38	جمهور جزائري محلي وخارجي
53.01	44	جمهور عربي
00	00	جمهور عالمي خارجي
100	83	المجموع

من خلال مشاهدة البرنامج عينة الدراسة وقفنا على نوعان من الجمهور اعتبارا لمعيار لغة البث،

1 - محمد البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة، ص 17.

فمن خلال تتبع لغة الخطاب والإيحاءات والإشارات يظهر أن جمهور القناة هو جمهور جزائري سواء كان محلياً أو مقيماً في الخارج، وجمهور عربي على اختلاف بلدانه، وقد حاز الجمهور العربي ما نسبته 53.01%، والجمهور الجزائري المحلي والخارجي نسبة 45.78%، على اختلاف طبقاته وأجناسه وفئاته الاجتماعية، وتبعاً لاهتماماته وتوجهاته وإيديولوجياته.

3.4. فئات الشكل (كيف قيل؟)

1- فئة معايير بناء الخطاب الدعوي

الجدول رقم (06) يوضح فئة معايير بناء الخطاب الدعوي الذي يبت عبر برنامج مفاتيح القلوب

النسبة %	التكرار	فئة معايير بناء الخطاب الدعوي
16.04	30	معايش لظروف الناس وما يطرأ عليها من حوادث
16.57	31	سهل لين مناسب لكل الأعمار والفئات الاجتماعية
14.97	28	مراعات أحوال المدعوين
11.76	22	قوي ثابت في الحق غير متنازل ولا مائع
12.83	24	إيجابي صانع للأمل ملم بالمواضيع
12.29	23	ضابط لمرجعياته غير متحيز لاتجاه ولا لتوجه
12.83	24	رشيد وحكيم ذو منهج سليم
2.67	05	معايير أخرى
100	187	المجموع

إن من أوجب واجبات الإسلام على المسلمين في هذا الظرف من الحياة بتعقيدها الكثيرة وبهذا التداعي الكوني على الإسلام كتداعي الأكلة على قصعتها، أن يُقدم الإسلام كمنهج حياة بدراسة علمية تتضح فيها المواجهات، والسياسات والخطط الهادفة والبرامج والمشروعات المقنعة التي يمكن تنفيذها بسهولة ويسر لتحقيق رسالة السماء في الأرض¹، ولا يتأتى ذلك إلا بصناعة خطاب دعوي وفق معايير مدروسة، وقراءة الجدول أعلاه توضح أن أهم المعايير التي يتسم بها الخطاب الدعوي الموجه عبر برنامج مفاتيح القلوب هو السهولة واللين ومناسبته لكل الأعمار والفئات الاجتماعية حيث حازت أعلى نسبة قدرتها ب 16.57%، وذلك ليسهل استيعابه وفهمه لدى المتلقين ويكون أكثر شمولية للفئات الاجتماعية، أما معيار معاشته لظروف الناس وما يطرأ عليها من حوادث فقد رتب في الترتيب الثاني بنسبة 16.04%، لذلك تجديد الخطاب الدعوي في الفروع مع الثبات على الأصول أصبح ضرورة ملحة ينادي بها كل الدعاة والعلماء المتخصصين في الجانب الشرعي.

1 محمد البشير محمد عبد الهادي، تجديد الخطاب الدعوي بين الأصالة والمعاصرة، نقلاً عن موقع <https://ketabonline.com/ar/books/>، تاريخ التصفح: 2023/09/05، تاريخ النشر غير موجود.

في حين رتب معيار مراعاة أحوال المدعويين في الترتيب الثالث بنسبة 14.97%، فالمدعويين أنواع وقبولهم للدعوة على مستويات، فمنهم سريع الاستجابة ومنهم المعرض ومنهم من يقتنع بالجدال وغيرهم ولذلك جعل الشارع الحكيم الدعوة إلى الإسلام في القرآن على أنواع فقال تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّلْهُمْ بِأَلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾ النحل: 125، لذلك فمراعاة الحال واجبة لإيصال رسالة الإسلام.

تساوى هدفا إيجابيا صانع للأمل ملم بالمواضيع، ورشيد حكيم ذو منهج سليم بنسبة 12.83%، فمن واجب الدعاة أن يبعثوا الأمل في النفوس ويشجعوا المسلم على أن يكون فعالا إيجابيا في مجتمعه، كما يتميز بالحكمة والرشد وسلامة المنهج فمنهجه مستوحى من القرآن الكريم وسنة النبي ﷺ والأنبياء من قبله.

ضبط المرجعية وعدم التحيز لاتجاه أو توجه معيار مهم روعي هو الآخر في بناء الخطاب الدعوي عبر البرنامج عينة الدراسة فحاز ما نسبته 12.29%، ويكون ضبط المرجعية للخطاب الدعوي، بأن يكون قائما على العلم الشرعي، ومنطلقا من القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، ومستخدمًا لتعبيراتها ما أمكن، ومتخلقا بأدائها على الدوام، مستمسكا بالتوجيه الحكيم¹.

ويحوز معيار قوي ثابت في الحق غير متنازل ولا مائع على نسبة معتبرة قدرت بـ 11.76%، وهو معيار مهم في بناء الخطاب الدعوي أما المعايير الأخرى فقد رتبت في الترتيب الأخير بنسبة 2.67%.

2- فئة الأساليب الإقناعية العقلية

الجدول (07) يوضح فئة الأساليب الإقناعية العقلية المستخدمة في برنامج مفاتيح القلوب

النسبة %	التكرار	فئة الأساليب الإقناعية العقلية
13.88	20	الاستناد إلى مرجعية شرعية (القرآن السنة النبوية)
20.83	30	الاستدلال بالأمثلة الواقعية
15.27	22	سرد القصص والأحداث التاريخية
19.44	28	عرض أقوال العلماء والصحابة والأنبياء
11.11	16	الاستناد إلى مصادر لها مكانة (الكتب والدراسات الأبحاث)
4.16	06	تقديم الإحصائيات والأرقام
00	00	تقديم نتائج الدراسات الميدانية والأدلة والحجج العلمية
13.88	20	التكرار والاستمرار
1.38	02	أساليب أخرى
100	144	المجموع

1- عبد الرحمن البر، الخطاب الدعوي في المرحلة المقبلة آمال وآفاق، دون ت ن، <http://saaaid.org/arabic/675.htm>، تاريخ النسخ:

ملكة التفكير لدى الانسان تحتاج إلى قوة الاقناع العقلي وهو الذي بدوره يستند إلى معايير معينة ليتحقق ذلك، وقراءتنا لنتائج الجدول أعلاه تبين أن الخطاب الدعوي الإسلامي الذي يبتث عبر قناة الأنيس الفضائية وتحديدًا برنامج مفاتيح القلوب قد استعمل الكثير من هذا النوع من الأساليب وخاصة أسلوب الاستدلال بالأمثلة الواقعية والذي حاز ما نسبته 20.83 %، سواء كانت قصصًا وقعت للقائم بالاتصال وهو مقدم البرنامج أو لأناس يعايشهم أو يعرفهم أو شخصيات مشهورة، وكمثال عنه أنه قصد رجلاً لا يصلي ولا يدخل المسجد أبداً، وأعطاه قصاصة حول الصلاة وبعد مدة جاءه شاب للمسجد وحكى له أنه تاب ويريد الاستقامة فسأله هذا الداعية عن سبب ذلك، فأخبره أن أباه قد أتى البيت يوماً ورمى القصاصة التي أعطاه إياه الإمام في مكان قريب من الشاب فقرأها وتأثر وتاب، فالشاب لم يكن مقصوداً بالدعوة ولكنه انتفع بها، ويليه في الترتيب الثاني عرض أقوال العلماء والصحابة والأنبياء بنسبة 19.44 %، ومنها على سبيل المثال لا الحصر قول: عبد الله بن مبارك أنه حين وصف حسن الخلق "هو بسط الوجه وبذل المعروف وكف الأذى".

أما أسلوب سرد القصص والأحداث التاريخية فقد حاز نسبة 15.27 % ومن ذلك قصة شعبة بن الحجاج مع القنبي وكان رجلاً ممن يخشاه الناس لتعديده وبطشه، فقال لشعبة حدثني، فنظر إليه شعبة ووجد أن هيئته ليست هيئة طالب علم .. فصمت قليلاً ثم قال السند إلى أبي مسعود البدي أن رسول الله ﷺ قال: "أن مما أدرك الناس من كلام النبوة الأولى: إذا لم تستح فاصنع ما شئت"¹، فتاب وأصبح مشهوراً بطلب الحديث والعبادة.

كما ركز البرنامج على أسلوب الاستناد إلى مرجعية شرعية وهي (القرآن السنة النبوية) وأسلوب التكرار والاستمرار بنسبة 13.88 % وهما نسبتان معتبرتان من خلال استنباط الأحكام الشرعية والاستدلال بهما، وكذا تكرار بعض الأفكار والأقوال والآراء والاستمرار في ذلك لترسيخ الفكرة في عقل المتلقي، يليهما أسلوب الاستناد إلى مصادر لها مكانة (الكتب والدراسات الأبحاث) بنسبة 11.11 % مثل صحيح البخاري ومسلم والأسانيد وكتب السيرة، ليرتب أسلوب تقديم الإحصائيات والأرقام في الترتيب الأخير بنسبة قليلة جداً قدرت ب 4.16 %، حيث قدمت معلومات علمية بالأرقام عن عدد العضلات التي تتحرك في وجه الإنسان عند الابتسامة وعند العبوس، فعند الابتسامة تتحرك من 3 إلى 15 عضلة وعند العبوس تتحرك حوالي 47 عضلة، هذا بالإضافة إلى أساليب عقلية أخرى.

1 - محمد ابن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، ج 8، ح 6119، ص 69.

3- فئة الأساليب الإقناعية العاطفية

الجدول (08) يوضح فئة الأساليب الإقناعية العقلية المستخدمة في برنامج مفاتيح القلوب

النسبة %	التكرار	فئة الأساليب الإقناعية العاطفية
29.68	38	الموعظة الحسنة
6.25	08	المدارات والمداهنة
12.50	16	الأساليب اللغوية (الافتخار التفاؤل الاستهجان التشكيك)
26.56	34	الترهيب والترغيب
6.25	08	استخدام الخيال
14.06	18	التحفيز
3.90	05	الأمثال والحكم والشعر
0.78	01	أساليب أخرى
100	128	المجموع

الملكة الوجدانية في الإنسان تحتاج إلى إقناع عاطفي وهو ما تمت مراعاته في بناء الخطاب الدعوي حيث تم التركيز على العديد من الأساليب الإقناعية العاطفية، حازت الموعظة الحسنة فيها على أعلى نسبة قدرت بـ 29.68%، حيث تمتاز الموعظة الحسنة بسهولة عباراتها ويسر أسلوبها، مما يجعلها أنفذ للقلوب وأوقع في النفوس ولها أثر عجيب في تهذيب النفوس وإصلاح القلوب¹ يلهمها الترهيب والترغيب بنسبة 26.56%، حيث يعتبر هذا الأسلوب من أهم الأساليب العاطفية في الدعوة فالترغيب يشوق المدعو ويجعله يستجيب للحق ويتمثله، أما الترهيب فهو رادع يجعلك تتجنب المعاصي والنواهي الشرعية وتثبت على الحق ولا تزيغ عنه، كما رتب التحفيز في الترتيب الثالث بنسبة 14.06% وهو أسلوب مهم جدا خاصة مع الركود الحضاري والمعرفي الذي تعانيه الأمة اليوم، إذ يعتبر نوعا من التشجيع وهو "منهج رباني، ورد ذكره في العديد من آيات القرآن، مفاده دفع الناس إلى الخير والعمل، وتحذيرهم من الشر والفساد؛ إذ وردت في غير ما موضع من كتاب الله آيات تحث على التحفيز بشئ أنواعه ومنه قوله تعالى: ﴿مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنفَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ﴾ النحل: 97"².

الأساليب اللغوية على اختلاف أنواعها مثل (الافتخار التفاؤل الاستهجان التشكيك) حصلت هي الأخرى نسبة معتبرة قدرت بـ 12.50%، كونها تضيف صبغة جمالية على الحديث وتجعله أقرب إلى الفهم وأيسر عند تقديم الحجج والبراهين، كما تساوت المداراة والمداهنة مع أسلوب استخدام الخيال بنسبة

1- دون توقيع، أهمية الموعظة باعتبار تنوع أساليبها، تاريخ النشر 2021/01/27، <https://waaeth.com>، تاريخ التصفح: 2023/09/06م.

2- مولاي المصطفى، التحفيز والدافعية وتطبيق مبادئهما في الميدان التربوي، تاريخ النشر: 2010/11/06،

<https://www.alukah.net/social>، تاريخ التصفح: 2023/09/06.

6.25 % وهي نسبة قليلة مقارنة بالنسب الأخرى، فالمداواة هي "لطف الإنسان بصاحبه حتى يستخرج منه الحق أو يرده عن الباطل، وأما المداهن، فهو الذي يتلطف مع صاحبه ليقره على ذنب أو يتركه على هواه"¹، أما أسلوب الخيال فقد ظهر عند الحديث عن عالم الغيب في البرنامج والذي يعتبر مجهولاً بالنسبة للإنسان، فيجول فيه الإنسان بخياله كأهوال القيامة والجنة والنار والحشر والملائكة وغيرها... وفي الأخير نلمس تركيز البرنامج عينة الدراسة على استخدام أسلوب ضرب الأمثال والحكم والشعر بنسبة قليلة قدرت بـ 3.90 %، فالشعر يضفي رونقا وجمالا على الكلام ويجعله أسرع تغلغلا في الذهن، أما الأمثال والحكم فهي ملخصة وقصيرة تحمل من العبر الكثير ومن أمثلة ذلك:

أحسن إلى الناس تستعبد قلوبهم
فطالما استعبد الإنسان احسانا
وإن أساء مسيء فليكن لك في
عروض زلته صفح وغفرانا.

4- فئة أساليب عرض الرسالة الإقناعية:

الجدول (09) يوضح فئة بناء الرسالة الدعوية الإقناعية في برنامج مفاتيح القلوب

النسبة %	التكرار	فئة أساليب بناء الرسالة
16.66	16	قابلية الرسالة الإقناعية للنقد والمراجعة والتقييم المستمر
18.75	18	لالتزام بالضوابط الشرعية في عرض الخطاب الدعوي
18.75	18	أسلوب الوضوح
12.5	12	أسلوب التضمين
33.33	32	أسلوب الطرح المشكلة وتقديم الحل
100	96	المجموع

المتأمل للرسائل الدعوية الإقناعية التي يحملها برنامج مفاتيح القلوب يلحظ أنها تتسم بطرحها للمشاكل والحلول الممكنة لذلك بنسبة كبيرة قدرت بـ 33.33 %، والتزامها بالضوابط الشرعية في عرض الخطاب الدعوي وانتهاجها أسلوب الوضوح في ذلك بنسبة 18.75 %، كما تتميز الرسالة الدعوية عبرها بقابليتها للنقد والمراجعة والتقييم المستمر بنسبة معتبرة وذلك ما يظهر من اتاحتها لخاصية التفاعل والتعليق وطلب الاقتراحات من الجمهور المتابع خاصة عبر قنواتها على اليوتيوب وقد حازت ما نسبته 16.66 %، ليرتب أسلوب التضمين في الترتيب الأخير بنسبة 12.50 %.

5- فئة اللغة المستخدمة:

النسبة %	التكرار	فئة اللغة المستخدمة
82.60	38	لغة عربية فصحي
17.39	08	لغة عربية عامية
00	00	لغة أجنبية إنجليزية أو فرنسية
00	00	لهجات محلية
100	46	المجموع

1- عبده قايد، الفرق بين المداواة والمداهنة، تاريخ النشر 2018/12/09، <https://www.alukah.net/sharia>، تاريخ التصفح: 2023/09/06.

إن ملاحظة نتائج الجدول أعلاه تبين أن اللغة السائدة عبر البرنامج هي اللغة العربية الفصحى حيث حازت ما نسبته 82.60% مع الرّفْل إلى استخدام العامية بنسبة قليلة قدرت بـ 17.39%، واستعمال اللغة العربية في وسائل الإعلام "يعطي الاتصال بعدا آخر ويثريه ثراءً عظيماً خصوصاً وأن الاتصال هو النشاط الإنساني الأساسي"¹ واللغة العربية تحديداً "لها من الإمكانيات اللغوية والأساليب المتنوعة والتلميح والتنظير واحترام الحدود والتجاوز بالمسموح الكثير، كما تكتنز مرونة وقابلية نحوية"²

5. نتائج الدراسة التحليلية

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نلخصها فيما يلي:

- 1-تنوع القضايا الدعوية التي يتناولها برنامج مفاتيح القلوب الذي يبث عبر قناة الأنيس الفضائية ويغلب عليها القضايا التعبدية حيث قدرت بـ 23.18%، وتعتبر هذه القضايا مجالا خصباً للخطاب الدعوي كونها السبيل الموصل إلى الله تعالى والمقصد من خلق الإنس والجن.
- 2-نختلف الأهداف الدعوية وتباين نسبها في البرنامج عينة الدراسة ولكن هدف هداية الناس إلى الله تعالى وتبيان أساليب الدعوة إليه هو أكثر الأساليب التي تم التركيز عليها حيث حاز ما نسبته 18.69%، وهو مقصد كل مجهود دعوي يقوم به أي مسلم.
- 3-يركز القائمون على البرنامج من خلال ما يتم عرضه على نوعين من الجمهور هما: جمهور جزائري محلي أو مغرب والجمهور العربي، ولكن حاز الجمهور العربي أعلى النسب اعتباراً للغة البث.
- 4-بُني الخطاب الدعوي الموجه عبر برنامج مفاتيح القلوب على مجموعة من المعايير منها السهولة والين ومناسبته لكل الأعمار والفئات الاجتماعية، حيث حازت أعلى نسبة قدرت بـ 16.57%، وذلك ليسهل استيعابه وفهمه لدى المتلقين ويكون أكثر شمولية للفئات الاجتماعية
- 5-أكثر الأساليب الإقناعية المستخدمة عبر البرنامج عينة الدراسة هو أسلوب الاستدلال بالأمثلة الواقعية والذي حاز ما نسبته 20.83%.
- 6-حازت الموعظة الحسنة ضمن الأساليب العاطفية على أعلى نسبة قدرت بـ 29.68% حيث تمتاز الموعظة الحسنة بسهولة عباراتها ويسر أسلوبها، مما يجعلها أنفذ للقلوب وأوقع في النفوس.
- 7-المتأمل للرسائل الدعوية الإقناعية التي يحملها برنامج مفاتيح القلوب يلحظ أنها تتسم بطرحها للمشاكل والحلول الممكنة لذلك بنسبة كبيرة كما تلتزم بالضوابط الشرعية في عرض الخطاب الدعوي وتنتهج أسلوب الوضوح.
- 8-تستعمل اللغة العربية الفصحى بنسبة كبيرة جداً في البرنامج عينة الدراسة ولا تستخدم العامية إلا بنسبة قليلة، وذلك لإدراك القائمين على القناة لأهمية استخدام اللغة العربية في وسائل الإعلام، فهي

1-طارق مير غني محمود، واقع استخدام اللغة العربية في وسائل الإعلام الإفريقية ومستقبله، ص 1.

2- المجلس الأعلى للغة العربية، حسن استخدام اللغة العربية في وسائل الإعلام، ص 15.

الجامعة التي تنضوي تحتها كل الأعراق الجزائرية، وتعتبر رمزا من رموز الهوية الوطنية والعربية، كما أنها لغة الإسلام والقرآن.

6. الخاتمة

منذ البدايات الأولى للصحة الإسلامية والصيحات تتوالى وتتعالى حول أهمية البعث الحضاري الإسلامي، بما يخدم المرحلة التي نعيشها وما يحدث فيها من تغييرات وما يطرأ عليها من تحولات، والعودة بالمسلمين إلى ما كان عليه المسلمون الأوائل مع مواكبة التطورات العالمية، فاختلقت النقاشات الفكرية وتنوعت، ونادى أغلبها بتسليط الضوء على الخطاب الدعوي وذلك بتجديد الفروع مع الحفاظ على الأصول، والتركيز على تنوع الأساليب الإقناعية المستخدمة في الخطاب الدعوي، التي توصل رسالة الإسلام إلى الناس أو تحاول تصحيح الزيف أو الانحراف الذي بدا جليا في مجتمعاتنا المسلمة.

الإعلام الديني أخذ على عاتقه هذه المسؤولية وهو ما يظهر بجلاء في برامج التي تبث عبر الكثير من القنوات الدينية المتخصصة، وقناة الأنيس الفضائية الجزائرية واحدة من هذه القنوات التي ركزت على خدمت هذا الجانب تحديدا، فقد ركزت على تقديم خطاب دعوي شامل ومتكامل من ناحية الشكل والمضمون بما يخدم أهداف الأمة القريبة والبعيدة، ونتائج تحليل برنامج مفاتيح القلوب خير نموذج لذلك.

7. قائمة المراجع

الكتب:

1. ابن فارس، أحمد، (1986)، مجمل اللغة العربية، ط2، بيروت، مؤسسة الرسالة.
2. البخاري، محمد ابن إسماعيل، (١٣١١ هـ)، صحيح البخاري، كتاب أحاديث الأنبياء، باب ما ذكر عن بني إسرائيل، الطبعة: السلطانية، مصر، بالمطبعة الكبرى الأميرية.
3. البيانوني، محمد، (2008)، المدخل إلى علم الدعوة، ط1، بيروت، مؤسسة الرسالة، ص17.
4. الترمذي أبو عيسى محمد بن عيسى، (1996)، الجامع الكبير (سنن الترمذي)، حققه وخرج أحاديثه وعلق عليه: بشار عواد معروف، ط1، بيروت، دار الغرب الإسلامي.
5. سبعون سعيد وجرادي حفصة، (2012)، الدليل المنهجي في اعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، ط1، الجزائر، دار القصة.
6. صيني، سعيد إسماعيل، (1994)، قواعد أساسية في البحث العلمي، ط1، دب، مؤسسة الرسالة.
7. كشكول محسن، محسن، (2015)، أساليب الاقناع الدعائي في الحملات الانتخابية، الامارات، دار الكتاب الجامعي.

8. المجلس الأعلى للغة العربية، (2018)، حسن استخدام اللغة العربية في وسائل الإعلام، ط1، الجزائر، منشورات المجلس.
 9. وحيد ديدوي، رجاء، (2000)، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، ط1، دمشق، سوريا، دار الفكر المعاصر.
الرسائل الجامعية:
 10. أبو شعر، حماد، (2005/04/17/16)، "معالم الخطاب الدعوي عند النبي صلي الله عليه وسلم"، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، غزة، فلسطين.
 11. بوزيدة، فيروز، (2014)، "الأساليب الإقناعية في قناة هدى الفضائية الناطقة باللغة الإنجليزية دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر.
 12. نديم ربيحي، محمد، (2008)، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، رسالة مجستار كلية العلوم الإنسانية جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن.
المجلات:
 13. طارق مير غني محمود، واقع استخدام اللغة العربية في وسائل الإعلام الإفريقية ومستقبله، مجلة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، العدد 26، 2013، ص1.
- المقالات المنشورة على المواقع الإلكترونية:
14. دون توقيع، تاريخ النشر: 2023/08/01، <https://www.roy2a.com>، تاريخ التحديث: 2023/08/07م.
 15. دون توقيع، أهمية الموعظة باعتبار تنوع أساليبها، تاريخ النشر: 2021/01/27، <https://waaeth.com>، تاريخ التصفح: 2023/09/06م.
 16. عبد الرحمان البر، الخطاب الدعوي في المرحلة المقبلة آمال وآفاق، دون ت ن، <http://saaid.org/arabic/675.htm>، تاريخ التصفح: 2023/09/05.
 17. عبده قايد، الفرق بين المدارات والمداهنة، تاريخ النشر 2018/12/09، <https://www.alukah.net/sharia>، تاريخ التصفح: 2023/09/06.
 18. محمد البشير محمد عبد الهادي، تجديد الخطاب الدعوي بين الأصالة والمعاصرة، نقلا عن موقع <https://ketabonline.com/ar/books>، تاريخ التصفح: 2023/09/05، تاريخ النشر غير موجود.
 19. مولاي المصطفى، التحفيز والدافعية وتطبيق مبادئهما في الميدان التربوي، موقع الألوكة، تاريخ النشر: 2010/11/06، <https://www.alukah.net/social>، تاريخ التصفح: 2023/09/06.

6- Bibliography List

Books :

- 1- IBN FARES, Ahmed , (1986) , the Entire Arabic Language , 2nd edition , Beirut , Al- Ressala Foundation.
- 2- AL-BUKHARI , Mohamed Ibn Ismail , (11315) , Sahih Al-Bukhari , book of the Prophet's Hadiths , chapter on what was mentioned about the sons of Israel , edition : Al-Sultaniya , Egypt Al-Kubra Al-Amiriya Printing Press.
- 3- AL-BAYANOUNI , Mohamed ,(2008) , Introduction to the science of Da'wah , 1st Edition Beirut , Al-Ressala Foundation , p 17.
- 4- Al-Tirmidhu Abu Issa Mohamed Benaissa ,(1996) , The Big Mosque (Sunan Al-Tirmidhu) it was revised , its Hadiths were extracted and commented on by Bachar Awad Marouf , 1st Edition Beirut , Dar Al-Gharb Al-Islami.
- 5- SABOUN Said and JARADI Hafsa , (2010) , the Methodological Guide to prepare University notes and thesis in Sociology , 1st Edition , Algeria , Dar Al – Quasba.
- 6- SINI, Said Ismail , (1994) , Basic Rules in Scientific Research , 1st Edition , Dubai , Al-Ressala Foundation.
- 7- KASHKUL Mohsen , Mohsen ,(2015) Methods of Propaganda Persuasion in Election Campaigns Emirates , University Book House.
- 8- The Supreme Council of the Arabic Language , (2018) , the good use of the Arabic Language in Media , 1st Edition , Algeria , Council Publications.
- 9- WAHID DIDWI , Radjaa , (2000), the scientific research , its theoretical basics and its scientific practices , Damascus , Syria , Dar Al- Fikr Al Muasser.

University thesis :

- 10- ABU SHAAR, Hammad , "features of the Prophet's preaching discourse may God bless him and grant him peace" , Islamic Da'awa Conference and the changes of the era , Gaza , Palestine.
- 11- BOUZAIDA Fayrouz , "Persuasive methods in the Hoda satellite channel speaking English

Language , an analytic study" Master's thesis , Faculty of Religion's principles.

12- NADIM RABHI , Mohamed , attitudes of Jordanian University students towards Arab satellite

stations , Master's thesis , Human Sciences Faculty , Middle East University for Graduate Studies

Jordan.

Journals :

13- TARIQ MIR GHANI Mahmoud , the reality of the use of the Arabic Language in African

media and its future , Journal of the Holy Quran and Islamic Sciences University , n 26 , 2013 , p 1.

Published articles on website:

14- Without signature , date of publication : 01/08/2023 , <https://www.roy2a.com> , date of update:

07/08/2023.

15- Without signature , the importance of the sermon considering the diversity of its methods , date

of publication : 27/01/2021, [https:// waaeth.com](https://waaeth.com) , date of browsing : 06/09/2023.

16- Abdurahman Albar , the preaching speech in the next stage , Hopes and Horizons , without

signature , <http://saaaid.org/arabic/675.htm> , date of browsing : 05/09/2023.

17- ABDU Kaid , the difference between orbits and flattery , date of publication : 09/12/2018

<https://www.alukah.net/sharia> , date of browsing : 06/09/2023.

18- MOHAMED ALBACHIR Mohamed Abdul Hadi , Renewing the preaching speech between

Authenticity and Modernity , quoted from the website :

<https://ketabonline.com/ar/books> , date of

browsing : 05/09/2023 , Date publication not available.

19- MOULAY Mustapha , Motivation and incentives and the application of their principles in the

educational field , Al-Aloka website , date of publication : 06/11/2010 , /[https :](https://www.alukah.net/)

[//www.alukah.net/](https://www.alukah.net/) social , date of browsing : 06/09/2023.