

الأساليب الإقناعية في البرامج الدينية في قناة الرسالة

برنامج سواعد الإخاء نموذجاً

أ: إسعادي صورية

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

البريد الإلكتروني: issadiiss15@gmail.com

د. اليامين بودهان

جامعة سطيف 2.

الكلمات الدالة: الأساليب الإقناعية، البرامج الدينية، قناة الرسالة، برنامج سواعد الإخاء

Résumé

Les chaînes satellitaires sont l'une des caractéristiques les plus importantes de l'époque qui ont émergé avec le développement technologique des satellites. Celles qui ont été capables d'éliminer les barrières temporelles et spatiales entre les individus dans le monde et atteignent le plus grand degré de similitude entre les identités des peuples. Suite à l'augmentation du flux des médias occidentaux ; les méthodes de séduction et d'excitation étaient une occasion de contracter les principes de l'individu arabo-musulman et sa rupture de ses valeurs suivies de changements dans le niveau de ses habitudes et de ses comportements. En conséquence, un média islamique travaillant pour utiliser toutes les technologies offertes par la diffusion par satellite est un besoin urgent en raison de sa capacité à convaincre et à influencer le public, c'est alors que les chaînes satellitaires islamiques modifient les comportements inculqués par la culture de la séduction dans le cœur des fils de la nation islamique et d'établir et de maintenir les principes du vrai Islam et tout cela est réalisé grâce à l'adoption de règles et de techniques de persuasion peut pénétrer la conscience du destinataire et la saturation des tendances et des tendances. De ce point de vue, cette étude, dont l'objectif principal est d'identifier les méthodes persuasives utilisées dans les programmes religieux dans le canal « Arissala », programme « Sawaidou el ikhaa ». Pour atteindre cet objectif, le chercheur a mené une étude analytique descriptive dans laquelle la méthode d'échantillonnage aléatoire a été

adoptée dans une enquête par sondage sur les ateliers du programme en utilisant l'un de ses outils dans le formulaire d'analyse du contenu.

ملخص الدراسة:

تعتبر القنوات الفضائية من أبرز سمات العصر التي برزت مع التطور التكنولوجي للأقمار الصناعية تلك التي استطاعت أن تلغي الحواجز الزمنية والمكانية بين الأفراد في العالم وتحقق أكبر قدر من التشابه بين هويات الشعوب، ومع ارتفاع التدفق الإعلامي من الغرب الذي جعل من أساليب الإغراء والإثارة فرصة للانقباض على مبادئ الفرد العربي المسلم، وفصله عن قيمه تبعه تغيرات على مستوى عاداته وسلوكياته أين ظهرت أنماط اتصال جديدة وسلوكيات منافية لتعاليم الدين الإسلامي ومبادئه، ونتيجة لذلك أصبح قيام إعلام إسلامي يعمل على الاستفادة من كل ما تتيحه تقنيات البث الفضائي ضرورة ملحة نظرا لما تتميز به من قدرات في الإقناع والتأثير على الجمهور، وبناء على ذلك تعمل الفضائيات الإسلامية على تغيير السلوكيات التي غرستها ثقافة الإغراء في نفوس أبناء الأمة الإسلامية، وتثبيت مبادئ الإسلام الصحيحة والمحافظة عليها وكل هذا يتحقق من خلال اعتمادها على قواعد وتقنيات إقناع تستطيع أن تخترق وجدان المتلقي وتشبع ميولاته واتجاهاته من هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة الذي يعد هدفها الرئيسي هو تحديد الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الدينية في قناة الرسالة برنامج سواعد الإخاء نموذجا وتحقيقا لهذا الهدف قامت الباحثة بدراسة وصفية تحليلية التي اعتمدت فيها على منهج المسح بالعينة العشوائية المنتظمة في مسح عينة من حلقات البرنامج مستخدمين إحدى أدواته المتمثلة في استمارة تحليل المحتوى.

مقدمة

لقد جعلت الثورة الرقمية من التلفزيون عبر عالم الفضائيات والأقمار الصناعية وسيلة هامة في التأثير على الأفراد وآرائهم وصياغة اتجاهاتهم ودفهم نحو تبني سلوكيات معينة نظرا لما تتمتع به من قدرات فائقة على نقل الأحداث والأشياء بالصوت والصورة معا، أين يبدو ما يدعو إليه القائم بالاتصال في الإعلام السمعي البصري أقرب إلى الواقع وبشكل يطمئن له المشاهد ويقتنع به، ونتيجة لذلك أصبحت القنوات الفضائية ملاذا لكل من يبحث عن التأثير وإقناع الجماهير في مختلف المجالات سواء منها في مجال الدعاية السياسية أو الاشهار وكذلك في مجال الدعوة الإسلامية وغيرها، إذ أن الدين الإسلامي لم يجعل في وسائل الدعوة أمرا محمدا لا يمكن تجاوزه بل جاء بالإطار العام لمنهج الدعوة ووسائلها لقوله تعالى: "أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ

بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ" [سورة النحل 125]، فالمطلوب في الإعلام الإسلامي هو الحكمة في استخدام الوسيلة المناسبة والاستفادة من كل ما يتاح من وسائل حديثة، وأساليب إعلام متجددة وبتالي فإن استخدام الإعلام الفضائي في الدعوة إلى الله عز وجل والدفاع عن المسلمين وشرح قضاياهم أصبح أمراً إجباري بالنسبة للمسلمين باعتباره من أقوى وسائل البلاغ والتأثير وأكثرها نفوذاً كما تجعل رسالة الإسلام تصل إلى كل بقاع الأرض.

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية:

يعتبر الإقناع من الفنون التي مارسها الإنسان منذ القدم بحيث بدت مظاهره في العديد من المجتمعات الإنسانية فلقد كان عند اليونان أسلوباً أساسياً للفوز في المحاكم، كما اشتهر العرب في الجاهلية باستخدام أشكال البيان في المحاجة، أما في الحياة المعاصرة أصبح الإقناع يشير بصورة أساسية إلى استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية، فلا يمكن إنكار مدى قوتها في الإقناع والتأثير بحيث لم يعد يقتصر دورها على نقل الأخبار والمعلومات فقط فهي تعمل أيضاً على تغيير السلوكيات وتشكيل الرأي العام واستمالاته، ومع هذا البث الفضائي المفتوح أصبحت المجتمعات المسلمة تتعرض لاستلاب ثقافي وغزو فكري أدى إلى زعزعت مبادئ الإسلام وهدم أخلاقياته، وبذلك أصبح تواجد القنوات الإسلامية ضرورة ملحة، هذه القنوات التي أخذت على عاتقها مهمة إعداد رأي عام إسلامي يعي الحقائق والقضايا الدينية ويدركها وتبدو في جميع تصرفاته من خلال اعتمادها على أسلوب موضوعي يقوم على التحليل والوضوح ومختلف الإستراتيجيات الإقناعية التي من شأنها أن تجذب المشاهد وتثير اهتمامه وعلى رأس هذه القنوات قناة الرسالة التي جمعت الأسرة العربية على شاشتها تحت شعار إبداع وأصالة لتقدم إعلاماً إسلامياً ببرامج متنوعة تسعى إلى تدعيم القيم الإسلامية والحفاظ فكر الأمة العربية المسلمة وتحفيز المشاهدين وتوجيههم نحو الأنفع والأفضل، ويعد برنامج سواعد الإخاء من البرامج الهامة والهادفة التي تبثها القناة خلال أشهر رمضان منذ سنة 2013 م، وهو برنامج اجتمعت فيه العديد من الخصائص التي تجعله يحضاً باهتمام الجماهير كونه يتميز بتنوع المواضيع التي طرحها خلال مواسمه الأربعة وبطريقة عرضة السهلة للمعلومات عن قضايا الإسلام والمسلمين معتمداً في ذلك على مختلف الفنون السمعية البصرية كالحوار والنقاش والسرد، وبمشاركة نخبة من دعاة العالم الإسلامي وأبرز قراء القرآن الكريم والمنشدين الإسلاميين الذين أصبغوا عليه طابع العفوية والبساطة والترفية الذي زاد من عمق الرسالة وجمعت أذواق الجمهور، وبناء على هذا تسعى الدراسة للإجابة على السؤال التالي: ما هي الأساليب الإقناعية التي استخدمتها قناة الرسالة في برنامج سواعد الإخاء؟ وتندرج تحت هذا السؤال تساؤلات فرعية:

- ما هي الإستمالات الإقناعية المستخدمة في برنامج سواعد الإخاء؟

- ما هي أساليب بناء الرسالة التي استخدمت في البرنامج سواعد الإخاء ؟
- ما هي القوالب الفنية التي استخدمها برنامج سواعد الإخاء ؟
- ما هي العوامل المساعدة على تحقيق الإقناع التي استخدمها البرنامج؟

ثانيا: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على واقع الإقناع وأساليبه في البرامج الدينية التي تقدمها قناة الرسالة الفضائية والوقوف على أهم استراتيجياته من خلال الكشف عن أهم الاستمالات الإقناعية المستخدمة في برنامج سواعد الإخاء، وبيان أنواع أساليب بناء الرسالة التي استخدمها البرنامج من خلال التعرف على القوالب الفنية المستخدمة في البرنامج وعلاقتها بالتأثير والإقناع، إلى جانب الكشف عن أهم العوامل المساعدة على تحقيق الإقناع التي وظفها برنامج سواعد الإخاء (المؤثرات الصوتية، مكان التصوير، حركات الكاميرا)

ثالثا: تحديد مفاهيم الدراسة

الإقناع: الإقناع ككل المصطلحات المهمة التي كثر الجدل حولها وهو من المصطلحات التي عرفت اهتماما ملحوظا لدى العديد من العلماء والمختصين إذ تعرّفه ليلى دواد بأنه: "آلية رئيسية لتكوين الآراء والمواقف" (1) (مصباح، 2006، ص 7).

ويعرفه محمد منير حجاب: " بأنه الجهد الاتصالي المقصود والمخطط للتأثير في النواحي العقلية و العاطفية للآخرين في ظروف متاح فيها الاختيار وتستخدم له كل الرسائل الممكنة بغرض تعديل معتقداتهم وقيمهم وميولاتهم" (2) (حجاب، 2003، ص 69).

إذن الإقناع هو عملية اتصالية تقوم على إعداد رسائل مخطط لها يتم من خلالها مخاطبة عقول الأفراد وعواطفهم بهدف التأثير في مواقفهم ومعتقداتهم وسلوكياتهم باستخدام الاتصال الشفهي أو المكتوب أو البصري. الأساليب الإقناعية: تعرف الدكتورة "حميدة سميسم" الأساليب الإقناعية على أنها "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" (3) (عبود كشكول، 2015، ص 22).

إذن الأساليب الإقناعية تمثل مجمل الطرق والعناصر الشكلية والفكرية التي تعمل على مخاطبة عقل الجمهور المستهدف وإثارة وجدانه بغية التأثير فيه وتغيير سلوكياته واتجاهاته .

البرامج الدينية: هي "مجموعة البرامج التي تقدمها الفضائيات العربية ضمن برامجها المختلفة تلاقي راجا جيّدا بين جمهور العرب المسلمين في أقطار العالم العربي حيث تقدم حلقات حوارية وتستضيف علماء الدين ومنها ما يقدم

أجوبة عن أسئلة المتصلين عبر الهاتف أو الفاكس ومنها برامج تسجيلية، ومنها برامج البث المباشر بين المذيع وضييفه والمواطنين وتساعد هذه البرامج على التوعية و التثقيف الجماهيري كما أنّها تحمل رسالة الدفاع عن الإسلام كدين تسامح واعتدال، دين يرفض الظلم والعدوان والإرهاب" ⁽⁴⁾ (التجاني، د.ت، ص 88). إذن البرامج الدينية هي برامج متخصصة تهدف إلى تعريف المشاهدة بأحكام الدين الإسلامي وكل ما يتعلق به من فرائض تتعلق بالعبادات والمعاملات... الخ

قناة الرسالة: هي "قناة فضائية إسلامية تأسست سنة 2006م من طرف الأمير السعودي الوليد بن طلال تعتمد في أساليبها على التنوع في طرح برامجها بعيدا عن القوالب التي تبعث على الملل تحمل الهوية الإسلامية والعربية باتجاه وسطي شعارها الرسالة إبداع وأصالة " ⁽⁵⁾ <https://ar.wikipedia.org/wiki> 13:21 22/01/2017

برنامج سواعد الإخاء: هو برنامج تلفزيوني ديني يتكون في من أربع أجزاء تم بثها خلال أشهر رمضان المبارك من الفترة الممتدة من سنة 2013م إلى 2017م يلقي الضوء على الكثير من القضايا الهامة في أمور اجتماعية وتعبدية، يقدم أكبر قدر من النصائح والفوائد، تناول في الجزء الأول والثاني مجموعة من المواضيع المتنوعة، في حين خصص الجزء الثالث للسيرة النبوية والجزء الرابع لأسماء الله الحسنى، يشارك في تقديمه صفوة من الدعاة من مختلف بلدان العالم العربي، أمثال عائض القرني من السعودية ومحمد راتب النابلسي من سوريا و علي الصلابي من ليبيا وغيرهم من الدعاة الذي اجتمعوا في مكان واحد في دولة تركيا، يتميز بتنوع أماكن تصويره بين الداخلية التي تمثل في قاعات للمحاضرات والخيمة التقليدية...، وأماكن خارجية في مختلف المناظر الطبيعية الشتوية والربيعية، و على ضفاف بحيرة "أبانت التركية" (هي بحيرة للمياه العذبة في مقاطعة بولو في شمال غرب الأناضول تشكلت البحيرة نتيجة لانحيار أرضي كبير وتحيط بها غابات وتعتبر مقصدا هاما للسياح والأتراك)

رابعا: الدراسات السابقة:

اعتمدت الباحثة في دراستها على ثلاثة دراسات الأولى تمثلت في الأساليب الإقناعية في الصحافة الجزائرية المكتوبة -ميثاق السلم والمصالحة الوطنية نموذجا - للطلالة نزهة حنون، من أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة هي أن الصحافة المكتوبة الجزائرية تستخدم كل الأساليب العملية الإقناعية في تحريرها لمضامين ميثاق السلم و المصالحة الوطنية والمتمثلة في أسلوب الوضوح والضمنية وأسلوب تقديم الرسالة للأدلة والشواهد (أدلة عقلية، عاطفية، التخويف) أسلوب ترتيب الحجج الإعلامية، أسلوب استخدام الاحتياجات الموجودة، أسلوب تأثير رأي الأغلبية، أسلوب التكرار بالتنوع وتراكم العرض ⁽⁶⁾ (حنون، 2008).

- دراسة فائزة بنت حمدان الصاغي المتمثلة في إسهام البرامج الدينية في قناة المجد الفضائية في تحقيق أهداف التربية الإسلامية وتوصلت الباحثة في هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: من أهداف التربية الإسلامية ظهوراً في البرنامج حياة السعداء وبرنامج الراصد هو تنمية التربية الجسمية⁽⁷⁾ الصاغي، (1429)
- دراسة هاشم أحمد نعيمش الزوبعي المتعلقة بالدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية الزوبعي أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي : تعرض قناة اقرأ الفضائية موادها التلفزيونية في أحد عشر شكلاً فنياً شملت المسلسلات و البرامج الثقافية و برامج الأطفال و برامج الأفلام و برامج الحديث الوصفي و برامج الحوار والبرامج الإخبارية و المحاضرات و الشعائر الإسلامية و الابتهاالات و الأناشيد و تلاوة القرآن الكريم⁽⁸⁾ (نعيمش الزوبعي، دت).

ولقد استفادة الباحثة من هذه الدراسات في بعض الأمور المنهجية كخطوات إعداد استمارة تحليل المحتوى واستخراج القوالب الفنية التي تعرض فيها البرامج التلفزيونية.

خامساً: الإجراءات المنهجية

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية" التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجتمع معين يغلب عليه صفة التحديد، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها " ⁽⁹⁾ (محمد حسين، 2006، ص121).

بناء على ذلك سعت الباحثة في هذه الدراسة إلى تحديد الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرنامج موضوع التحليل واعتمدت على أحد مناهجها المتمثل في المنهج المسحي بالعينة العشوائية المنتظمة من خلال مسح عينة من المجتمع البحثي الذي هو عبارة عن مجموعة برامج سواعد الإخاء التي عرضتها قناة الرسالة على شاشتها خلال أشهر رمضان منذ شهر رمضان 2013م إلى رمضان 2016م والتي بلغ عددها 110 حلقة ولقد تم اختيار هذا النوع من العينة للاعتبارات التالية طبيعة التكوين الداخلي للمجتمع البحثي من حيث عدم تجانس مفرداته وذلك للحصر كل التباينات الموجودة بين مفردات العينة ولتمثيل كل الاختلافات كما يضمن هذا الأسلوب شمول الاختيار بين كل المواقع القائمة بنفس النسب نظراً لثبات مجال الاختيار ومسافة الاختيار بين كل مفردة وأخرى، ولقد تم انتقاء مفردات مجتمع البحث باستخدام العينة العشوائية المنتظمة من خلال إتباع المراحل التالية: ⁽¹⁰⁾ (حجازي أبو سعيد، 2010، ص217)

- حصر وتحديد عدد مفردات مجتمع البحث: حيث يبلغ عدد مفردات مجتمع البحث 110 مفردة.

- حصر وتحديد حجم العينة: ولقد تم سحب 20 % من مجتمع البحث بما يتوافق والإمكانات المادية والزمنية للدراسة والتي قدر عددها بـ 22 مفردة.
- احتساب مدى المعاينة بتقسيم مجتمع البحث على عدد مفردات العينة ومن خلال القيام بهذه العملية تم الحصول على نتيجة قيمتها 5 والتي تمثل مدى المعاينة.
- اختيار أي رقم يقع بين أو في مدى المعاينة عشوائيا ويكون هذا الرقم هو ترتيب أول مفردة بين مفردات مجتمع البحث التي تم اختيارها في العينة: وبذلك تم سحب الرقم 3 عشوائيا.
- جمع مدى المعاينة إلى الذي ترتب على البند السابق لتحديد المفردة الثانية بالعينة ثم إضافة مدى المعاينة إلى ترتيب المفردة الثانية لتحديد المفردة الثالثة وهكذا إلى أن تم اختيار كامل مفردات العينة التي بلغ عددها 22 مفرد.

تحديد مفردات عينة الدراسة:

ترتيب المفردات	رقم الحلقة	الجزء	يوم وتاريخ البث	ترتيب المفردات	رقم الحلقة	الجزء	يوم وتاريخ البث
01	03	الأول	الجمعة 12 جويلية 2013م	12	08	الثالث	الخميس 25 جوان 2015م
02	08	الأول	الأربعاء 7 جويلية 2013م	13	13	الثالث	الثلاثاء 30 جوان 2015 م
03	13	الأول	الاثنين 22 جويلية 2013م	14	18	الثالث	الأحد 5 جويلية 2015 م
04	18	الأول	السبت 27 جويلية 2013م	15	23	الثالث	الجمعة 10 جويلية 2015 م
05	03	الثاني	الثلاثاء 1 جويلية 2014 م	16	28	الثالث	الأربعاء 15 جوان 2016م
06	08	الثاني	الأحد 6 جويلية 2014 م	17	03	الرابع	الأربعاء 8 جوان 2016م
07	13	الثاني	الجمعة 11 جويلية 2014م	18	08	الرابع	الاثنين 13 جوان 2016م
08	18	الثاني	الأربعاء 16 جويلية 2014م	19	13	الرابع	السبت 18 جوان 2016م
09	23	الثاني	الاثنين 21 جويلية 2014	20	18	الرابع	الخميس 23 جوان 2016
10	28	الثاني	السبت 26 جويلية 2014م	21	23	الرابع	الثلاثاء 28 جوان 2016
11	03	الثالث	السبت 20 جوان 2015	22	28	الرابع	الأحد 3 جويلية 2016

- أدوات جمع البيانات: تتحدد أدوات جمع البيانات الخاصة لكل بحث علمي حسب طبيعة الموضوع والإشكالية المطروحة وكذا الأهداف الدراسة التي يسعى الباحث للوصول إليها، ويبدو من خلال طبيعة موضوع دراسة وأهدافها أن الأداة الملائمة هي استمارة تحليل المحتوى والتي كثيرا ما تستخدم في إطار المنهج المسحي الذي يختص بمسح المضامين الإعلامية سواء ما تعلق منها بالوثائق المكتوبة كمضامين الصحافة المكتوبة والوثائق السمعية البصرية التي تتمثل في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، كما تعتبر أداة تحليل المحتوى من أهم الأدوات المستخدمة في التحليل الوصفي للمحتوى بهدف دراسة فنون الإقناع وتحديد الاستمالات التي تميل وسائل الإعلام إلى استخدامها.

- تحديد وحدات التحليل: بما أن استمارة تحليل المحتوى تسعى إلى وصف عناصر المضمون وصفا كميا فمن الضروري أن يتم تقسيم هذا المضمون إلى وحدات وفئات حتى يمكن القيام بدراسة كل عنصر أو فئة منها ونتيجة لذلك اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على وحدة الموضوع التي " تمثل أكبر وأهم وحدات تحليل المحتوى وأكثرها إفادة وتعتبر إحدى الدعامات الأساسية في تحليل المواد الإعلامية والدعائية والاتجاهات والقيم والمعتقدات وهي عبارة عن جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل وتكون عادة جملة مختصرة تتضمن مجموعة للأفكار التي يحتوي عليها مضمون التحليل " (11) (عبد الفتاح، رهيبة، 2009، ص 245). كما استعملت أسلوب العد في حساب تكرارات الاساليب الإقناعية.

- تحديد الفئات: هي تصنيفات يقوم الباحث بإعدادها طبقا لنوعية المضمون ومحتواه بهدف التحليل لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون وتصنيفه بدرجة من الموضوعية والشمول وبشكل يمكن من استخراج النتائج بسهولة وبعد الأخذ بالأسس العلمية المتبعة في تحديد الفئات قامت الباحثة بتحديد الفئات التالية:

❖ فئات الشكل

1 فئة القوالب الفنية: وتقوم هذه الفئة على التفرقة بين الأشكال المختلفة التي تقدم بها المواد الإعلامية في وسائل الإعلام المختلفة (12) (محمد حسين، مرجع سابق، ص 268)

وتم استخدامها هذه الفئة في الكشف عن أهم الأشكال الفنية المستخدمة في البرنامج موضوع التحليل وتضمن: حلقة نقاش جماعية، الحوار الثنائي حول السيرة الذاتية للداعية، الحديث الوصفي، تلاوة قرآنية القصبة، الأناشيد، شعيرة الصلاة، المحاضرات

2 **فئة اللغة:** والتي تستهدف تحليل اللغة المستخدمة للتعرف على النمط اللغوي السائد في تقديم المعلومات ومدى استخدام المستويات اللغوية المناسبة لنوع الجمهور المستهدف من المادة الإعلامية ⁽¹³⁾ (مرجع سابق، ص 269).

وتضمنت: اللغة العربية الفصحى، العامية، الأجنبية، المزج بين اللغة العربية الفصحى والعامية.

3 **فئة أساليب الإبراز الفنية:** وهي مجموعة العناصر الشكلية والصوتية التي استخدمها البرنامج من أجل تبسيط المعاني وتقريبها للمشاهد بأسلوب يجذب انتباهه ويثير اهتمامه لموضوع الرسالة وتضم ثلاث فئات فرعية :

- فئة مكان التصوير تضم: مكان تصوير داخلي، مكان تصوير خارجي
- فئة المؤثرات الصوتية وتتمثل في: المؤثرات المصاحبة (زققة العصافير، نباح الكلاب، جرس الغنم ورنين الهاتف، الرياح...)، المؤثرات المضافة (فاصل موسيقي، الأناشيد)
- فئة الديكور : وتضم الديكور التقليدي، الديكور المعاصر، الديكور الطبيعي
- فئة حركات الكاميرا وتضم: الحركة الأفقية الاستعراضية (pan)، حركة الرافعة (crane)، الحركة المبتعدة والحركة المقتربة (zoom in) - (zoom out)

❖ فئات المضمون

1 **فئة الاستمالات العقلية:** ويقصد بها مجموعة الشواهد والبراهين العلمية التي استند إليها البرنامج من أجل تحفيز المشاهد على قبول توصيات القائم بالاتصال وتضم:

الاستشهاد بالمصادر، الاستشهاد بالأحداث الواقعية، أرقام وإحصائيات، حجج وأدلة علمية، دراسات ميدانية.

2 **فئة الاستمالات العاطفية:** ويراد بها مجموعة المنبهات والمثيرات التي تعمل على إثارة وجدان المتلقي والتأثير عليه باستغلال ميولاته ورغباته واحتياجاته وتكييف الرسالة وفقها بهدف استمالاته نحو ما يقدم من أفكار ومعلومات وأحكام في الدين الإسلامي وتشجيعه على تبني سلوكيات وتكوين اتجاهات محددة وتشمل:

استخدام الحكم والأساليب اللغوية، استخدام أسلوب مبدأ التضاد الإدراكي، الترهيب والترغيب.

3 **فئة أساليب بناء الرسالة من حيث المضمون:** ويقصد بها طريقة تنظيم وتركيب عبارات وألفاظ الرسالة وطبيعتها، وصياغتها على النحو الذي يجعلها أكثر جاذبية وإثارة بالنسبة للمتلقي وتضم: أسلوب الفكاهة،

أسلوب الإرشاد والتوجيه، أسلوب الوضوح، أسلوب الضمنية، أسلوب الإثارة بالسؤال، أسلوب المشكلة والحل.

4 فئة السمات العامة للشخصيات: وهي " التي تصف الخصائص الشخصية للقائم بالاتصال مثل السمات الأولية كالجنس والسن والمهنة وكافة السمات الأخرى التي تحدد معالم الشخصيات في المحتوى" (14) (عبد الحميد، 1979، ص131).

وتفيدنا هذه الفئة في الدراسة بهدف وصف الخصائص الشخصية للقائم بالاتصال في البرنامج والمتمثل أساسا في الدّاعية للتعرف على أهم المتغيرات الرسالة الإقناعية المرتبطة بالقائم بالاتصال (الجنس والعمر اللباس والإقامة) المستخدمة في البرنامج ودورها في التأثير على المشاهد وتشمل: الجنس، السن، اللباس، الأصل.

سادسا: عرض نتائج الدراسة:

استهدفت هذه الدراسة التعرف على الأساليب الإقناعية في البرامج الدينية في قناة الرسالة من خلال الدراسة الوصفية التحليلية لبرنامج سواعد الإخاء، ولقد أسفرت على النتائج التالية:

1- كشفت عملية التحليل الكمي والكيفي للدراسة تنوع الإستimalات الإقناعية التي وظفها البرنامج بين الإستimalات العقلية و العاطفية.

حيث عملت الإستimalات العقلية على مخاطبة عقل المشاهد وتقديم الحجج والبراهين المنطقية التي من شأنها أن تعزز صدقية الرسالة وتؤكد صحتها، ولقد توصلنا إلى أن أبرز الإستimalات العقلية المستخدمة هي:

❖ الاستشهاد بالمصادر: بنسبة (55.47%) و لقد استعملت هذه الاستمالة في تقديم شرح وتفسير لآيات القرآن الكريم و الأحاديث النبوية بشكل يدعو المشاهد إلى استعمال العقل و التفكير المنطقي لفهم مختلف الحقائق والأحكام.

❖ الإستشهاد بالأحداث الواقعية: التي بلغت نسبة تكرارها (27.39%) و استخدم فيها الدعاة أمثلة واقعية تمكنه من تقريب المعاني للمشاهد.

❖ الأرقام الإحصائية: (10.27%)

❖ حجج وأدلة علمية: التي تكررت بمعدل (5.47%)

❖ دراسة ميدانية: (1.36%)

أما الإستimalات العاطفية و التي سعى فيها الدعاة إلى التأثير على وجدان المتلقي وإنفعالاته وإثارة حاجاته النفسية و الاجتماعية ونتيجة لذلك ركز البرنامج على:

❖ استمالة الترغيب: بنسبة (47.88%) نظرا لما له من تأثير إيجابي على المتلقي بحكم طبيعته الإنسانية الذي يزيد إهتمامه إذا أستثير شوقه لشيء معين.

❖ استخدام الحكم والأساليب البلاغية: بنسبة (32.39%) و اعتمد في هذه الإستمالة على خاصية الحكم التي تتميز بتبسيط المعاني واختصارها بشكل يسهل على المتلقي حفظ الرسالة وتذكرها، كما تضيف الأساليب البلاغية للرسالة صبغة جمالية في التعبير.

❖ استخدام التهيب: بنسبة (14.08%) وأهم ما يمكن ملاحظته هو غياب التوازن بينه و بين استمالة الترغيب ، أين سجلت الدراسة وجود فارق كبير بين نسب استخدامهما، ويرجع ذلك إلى أن الرسائل التخويفية من الرسائل التي يتفادى المقنع (القائم بالاتصال) استعمالها بنسبة كبيرة وذلك لاعتبارات أهمها أنه كلما زاد مقدار الخوف كلما قل تأثير الرسالة على المتلقي، كما يعتبر أسلوب الترغيب هو الأسلوب الأنسب لمواكبة الإعلام المضاد الذي خلق نوعا جديدا من الجماهير المتلهفة للاستهلاك والمتعة والذي يميل أكثر إلى المحتوى المتدني، بناء على ذلك عمل البرنامج على صياغة رسائله بأسلوب ترغيب مزج فيه نوع من التهيب.

❖ و كان استعمال أسلوب مبدأ التضاد الإدراكي بنسبة 5.63% بهدف التشويق و الإثارة.

2- كشفت لنا أيضا نتائج التحليل أن البرنامج اعتمد في صياغة رسائله على نوعين من الأساليب من حيث الشكل و المضمون، بحيث ركز في صياغة رسائله من حيث المضمون على كيفية تركيب وتنظيم العبارات والجمل وطبيعة مضامينها، واستغل القوالب الفنية في عرض رسائله بأسلوب مشوق و جذاب. وتمثلت أهم أساليب بناء الرسالة من حيث المضمون في:

❖ أسلوب الوضوح بأكبر نسبة بحيث تكرر 59 مرة من 106 أي بنسبة (55.66%) مقارنة بأسلوب الضمنية 8.49% ويرجع ذلك لعدة أسباب يمكن إرجاع أهمها إلى سعي البرنامج لإيصال رسائله لمختلف فئات المجتمع العربي، سواء منها المتعلمة أو الغير متعلمة.

❖ أسلوب الإرشاد والتوجيه: هو أيضا من الأساليب التي تكررت نسبة استخدامه (15.09%) باعتباره من أبلغ الأساليب التي تستخدم في الدعوة نظرا لما له من أثر فعال في التربية والتأثير.

❖ أسلوب الفكاهة و التنكيت أستخدم بنسبة (9.43%) الذي يهدف إلى تمرير العبر والرسائل بطريقة ترفيهية غير مباشرة.

❖ أسلوب المشكلة والحل: استعمل هذا الأسلوب بنسبة (7.94%) قدم من خلاله الدعاة تفصيلات عن المشاكل التي تعاني منها الأمة العربية و الإسلامية وربط أسبابها ببعد المجتمعات العربية عن العقيدة الإسلامية ومبادئها ثم إعطاء الحلول بضرورة العودة إلى الدين الإسلامي و أحكامه.

❖ أسلوب الإثارة بالسؤال: (03.77%) ويعمل هذا الأسلوب على إثارة انتباه المشاهد للرسالة من خلال طرحه للأسئلة الاستفهامية المثيرة.

أظهرت النتائج الخاصة بالقوالب الفنية المستخدمة في البرنامج مجموعة من الأساليب الخاصة بشكل عرض الرسالة أبرزها:

- أسلوب المناقشة الجماعية بنسبة (54.34%) وكان لهذا الأسلوب دورا كبيرا في نقل أهم الحجج والبراهين التي قدمها الدعاة بصفة جماعية مما يزيد من إمكانية تغيير الاتجاهات والمعتقدات عند المتلقي.
- أسلوب القدوة الحسنة (11.95%) بدا هذا الأسلوب من خلال تقديم الدعاة كنماذج بشرية صالحة من أجل محاكاتها والإقتداء بها.
- أسلوب القصة والإنشاد: كل من هذين الأسلوبين جاء بنفس النسبة التي قدرت ب (4.34%) بحيث يتميز أسلوب القصة بطريقته التوضيحية المشوقة للمشاهد واستخدم الإنشاد بهدف توصيل الرسالة بأسلوب ترفيهي محبب لدى الجماهير.
- 3-أوضحت لنا النتائج الخاصة بتحليل الجداول أن برنامج سواعد الإخاء أولى اهتماما كبيرا للعوامل المساعدة على التأثير وتحقيق الإقناع والتي تجلت مؤشرات في مدى حرصه على استخدام مختلف أساليب الإبراز الفنية والتنوع فيها بحيث سجلنا ملاحظتنا فيما يخص هذه الأساليب ما يلي:

- التنوع في أماكن تصوير البرنامج بين المكان الداخلي والمكان الخارجي.
 - استعمال مختلف المؤثرات الصوتية (أناشيد، جرس الغنم، زقزقة العصافير، الرياح...).
 - الاستعانة بمختلف حركات الكاميرا.
 - التنوع في استخدام الديكور.
- وتساعد هذه العوامل على تحقيق الإقناع و التأثير من خلال:
- تجسيد الواقعية وتقريب المعاني والأفكار و السلوكيات للمشاهد.
 - إضفاء البهجة والهدوء من خلال استخدام المناظر الطبيعية التي تساهم في تحقيق الراحة النفسية والمتعة.

- الدعوة إلى التدبر والتفكير عبر مرافقة التلاوات القرآنية بمناظر للبحيرة والجبال وغيرها من المناظر الطبيعية التي تدعو المشاهد إلى التأمل والتفكير في روعة الخلق.
- توصيل الرسالة وتبسيطها.
- الإثارة والتشويق.
- تحقيق اندماج المشاهد مع الرسالة.
- تحقيق الوظيفة التعبيرية والجمالية للصورة.

4- البرنامج تمكن إلى حد ما من توفير المتغيرات القائم بالاتصال المرتبطة بالرسالة الإقناعية المتمثلة في الجاذبية والتشابه، التي تعد من العوامل الهامة التي تزيد من فعالية تأثير القائم بالاتصال على المشاهد، إلا أنه ما يمكن تسجيله كملاحظة هو غياب التوازن في استخدام هذه المتغيرات أين سجلت الدراسة فارق كبير بين متغير السن والأصل.

خاتمة

بالرغم من أن الإقناع من الفنون القديمة التي استخدمها الإنسان في المحاججة والتأثير على الأفراد واستمالتهم إلا أنه يعرف في هذا العصر تنوعا وتعددا في أساليبه وتقنياته خاصة مع ظهور تقنيات البث الفضائي الذي يعتمد على الصورة كوسيلة تضفي الواقعية والمصدقية على الحدث، فإذا كانت وسائل الإعلام الفضائية تسعى للاستغلال الأمثل للإقناع وأساليبه نظرا لأهميته القصوى في التأثير فإن القنوات الإسلامية أكثر حاجة له من أجل تلبية حاجات شعوبها والتأثير فيهم بشكل يوفر الحصانة ضد كل ما يهدد القيم والمبادئ الإسلامية، ويبدو من خلال الدراسة الوصفية التحليلية المتعلقة بتحديد الأساليب الإقناعية في البرامج الدينية في قناة الرسالة برنامج سواعد الإخاء نموذجاً أن عملية استمالة جمهور المشاهدين من الأمور الصعبة بالنسبة لمثل هذه القنوات في ظل المنافسة الشرسية بين القنوات التي تعتمد على ثقافة الإغراء والإثارة وتحقيق المتعة، والتركيز على المحتوى المتدني والهابط المحبذ لدى مختلف شعوب العالم ومنها الشعوب العربية المسلمة، إلا أن سعيها لمواكبة تطورات العصر واستغلالها لمختلف أساليب الإقناع والتأثير من شأنها أن تستقطب المشاهد العربي وتحضاً باهتمامه، ولقد اتضح لنا من خلال نتائج الدراسة حرص البرنامج الذي أخضعناه للدراسة الوصفية والتحليلية على تحقيق ذلك من خلال استعمال مختلف الأساليب الإقناعية سواء منها ما يتعلق بمحتوى الرسالة أو شكلها الذي يخص طرق عرضها، تلك التي وفرتها تكنولوجيا البث الفضائي أين مزج معها مختلف أساليب الدعوة الإسلامية، بحيث ساعدت عناصر الإبراز على تحقيق الوظيفة الجمالية والإنتباهية للمحتوى من خلال حركات الكاميرا التي عملت

عل إبراز الديكور وتفاصيل المكان وكان لمختلف المؤثرات الصوتية دورا في خلق الواقعية وتحميد الأحداث التي تنوعت بين الأناشيد وأصوات الحيوانات والرياح... زيادتا على طريقة توزيع أماكن التصوير من داخلية وخارجية وكلها عناصر تحقق الدينامكية والجاذبية بالنسبة للمشاهد وتساعد على توصيل مضمون الرسالة الذي هو الآخر كان له نصيب في الصياغة وفق أساليب إقناعية متنوعة تقوم على التشويق وتحبيب السلوكيات للمشاهدين وتقريب المعاني والأفكار بأسلوب واضح وبسيط، وأسلوب ترغبي مزج معه نوع من الترهيب وأسلوب الفكاهة والتعقيد، واستخدام الحجج والبراهين التي تغذي العقل وتنمي التفكير الإنساني وتحثه على التدبر والتأمل وغيرها من الأساليب.

قائمة المراجع:

1. مصباح، عامر. (2006). الإقناع الاجتماعي. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية
2. حجاب، محمد منير. (2003). الموسوعة الإعلامية. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
3. عبود كشكول، محسن. (2015). أساليب الإقناع الدعائي في الحملات الانتخابية. الإمارات: دار الكتاب الجامعي
4. التجاني، ثريا. (د.ت). القيم الاجتماعية في المجتمع الجزائري. الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع
5. <https://ar.wikipedia.org/wiki>
6. حنون، نزهة. (2008)، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية-ميثاق السلم والمصالحة الوطنية-، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، متاحة على الرابط <http://bu.umc.edu.dz/theses/sc-information/AHAN2428.pdf>
7. الصاغي، فايزة بنت حمدان. (1429)، اسهام بعض البرامج الدينية في قناة المجد الفضائية في تحقيق أهداف التربية الإسلامية، جامعة أم القرى، متاحة على الرابط <https://www.google.com/search?q=g&babsrc=home&s=web&r>
8. النعيمش، هاشم أحمد. الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية- بحث تحليلي للمواد التلفزيونية المعروضة على قناة اقرأ الفضائية-، د.ت،، متاح على الرابط <http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=48182>
9. حسين، سمير محمد. (2006). دراسات في مناهج البحث العلمي. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع
10. حجازي، أبو سعيد غانم. (2010). تخطيط وإدارة النشاط والحملات الإعلامية. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع
11. عبد الفتاح، اسماعيل، وهدية محمود، منصور. (2009). البحث الاعلامي. الإسكندرية: مركز إسكندرية للكتاب
12. معبد، عبد الحميد. (1979). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية