

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبد الواحد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د / محمود عبد العاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية
- أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

- د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.
- د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

- أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- أ / جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مديقا اللغة العربية:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الثالث والستون - الجزء الأول - ربيع الأول ١٤٤٤هـ - أكتوبر ٢٠٢٢ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- ٩ ■ الخطاب الإعلامي للبرامج الدينية في الفضائيات المصرية الخاصة - برنامج (لعلهم يفقهون) نموذجًا أ.م.د/ ولاء إبراهيم عقاد
- ٦٩ ■ دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي والثقافة الخضراء: دراسة مسحية على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود د/ نوف عبد اللطيف الحزامي
- ١٠١ ■ تغطية تقنية ميتافيرس في عينة من الفيديوهات العربية والإنجليزية على اليوتيوب- دراسة تحليلية كيفية د/ شفق أحمد علي علي
- ١٦٩ ■ دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الحالة المزاجية لمرضى السرطان: الفيس بوك نموذجًا- دراسة ميدانية د/ ماهيتاب محمد أحمد سهمان
- ٢٣٣ ■ دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للمنتحر لدى الجمهور المصري- دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث د/ عمر ممدوح محمد نور الدين
- ٣٠٣ ■ العلاقة بين خطاب مقتطفات الفيديو من برامج الرأي المقدمة على يوتيوب وإدراك الشباب الجامعي المصري للواقع الاقتصادي بالتطبيق على أزمة ارتفاع الأسعار د/ عبد الرحمن شوقي محمد يونس
- ٣٥٣ ■ دوافع استخدام الشباب الجامعي للتصوير الذاتي (السيلفي) وعلاقته بالذاكرة البصرية لديهم «دراسة ميدانية» د/ هالة غزالي محمد الربية

- دور الاستراتيجيات الاتصالية للحملات الإعلامية الرقمية لوزارة
الصحة في التوعية بفحوصات الصحة الإنجابية وعلاقتها بمدى تقبل
الأطفال ذوي الإعاقة
د/ عبده رمضان الصادق صقر
٤٢٣
-
- تحليل الأنساق القيّمية في السلاسل الدرامية المعروضة على منصات
المشاهدة المدفوعة، دراسة مقارنة بين مسلسل الأنسة فرح و Jane the
Virgin
د/ آية كمال محمود
٤٩٧
-
- استخدامات ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية في مملكة
البحرين والإشباع المتحققة منها
محمد عبد الجبار جعفر عبد الله العويناتي
٥٧١
-

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبدالواجد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

العدد الثالث والستون من مجلة البحوث الإعلامية الرائدة

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله .

وبعد

نقدم للباحثين خلال عام ٢٠٢٢م والمتخصصين في مجالات الإعلام والاتصال الأعضاء العدد رقم (٦٣) من مجلة البحوث الإعلامية التي تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر، متضمنة عددا من البحوث والدراسات المهمة حول عدة قضايا وظواهر حديثة في مجال الإعلام بفروعه المتعددة وموضوعاته الحديثة التي تثير لدى المتخصصين الكثير من التساؤلات، وتمدهم بكثير من النتائج.

ونود الإشارة إلى أننا قمنا في موقع مجلة البحوث الإعلامية بكلية الإعلام جامعة الأزهر بإرفاق ونشر غالبية الأعداد القديمة من المجلة على الموقع الإلكتروني ، حيث يوجد في الموقع ٥٦ عددا منذ أن صدرت المجلة في العام ١٩٩٣م ، ويوجد في الموقع حتى يناير ٢٠٢٢م ٨٧ جزءا من المجلة متوفرا بشكل مجاني على موقع المجلة ، تتضمن ٨٠٥ أبحاث في تخصصات المجلة المختلفة (الصحافة والنشر ، الإعلام الجديد ، الراديو والتلفزيون، العلاقات العامة، الإعلان).

وتشير البيانات الخاصة بالموقع أن عدد قراءة المقالات داخل المجلة (بدون تحميل البحث والاحتفاظ به من القراء) يناهز المائة وسبعين ألف مرة قراءة (١٧٠٠٠٠) وأن عمليات تحميل ملفات ال PDF للبحوث بلغ ثلاثمائة وستة آلاف مرة (٣٠٦٠٠٠) تحميل لبحوث المجلة، وهذه الأرقام تشير إلى أن مجلة البحوث الإعلامية أصبحت واحدة من الروافد المهمة للبحوث العلمية الرصينة في تخصص الإعلام والعلاقات العامة في مصر والعالم ، ولا غنى عنها للباحثين الراغبين في الاطلاع على كل ما هو جديد وجيد في حقل الدراسات الإعلامية.

ومن باب إسناد الفضل لأهله ، فإن الشكر لله تعالى أولاً وآخراً ، ثم لفريق عمل المجلة المتميز الذي يواصل العمل ليل نهار لنتزم بالمعايير الجادة وربما الصعبة أحيانا التي وضعناها باختيارنا للمجلة ، سواء الفريق الحالي أو السابق وكل من كان له دور في أن تصل المجلة لما وصلت إليه اليوم ، والشكر موصول لهيئة التحرير والهيئة الاستشارية من الأساتذة الأفاضل أساتذة الإعلام في مصر والعالم العربي ، وللأساتذة الذين يسهمون في التحكيم المعنى لبحوث المجلة ، من مصر والعالم العربي ، ولكل الباحثين الذين يخبروننا بشكل مستمر عن تفضيلهم للنشر في هذا الوعاء العلمي الجاد .

بقيت معلومة أخيرة أريد أن أقدمها للقراء الأعزاء في هذا السياق ، وهي أننا في المجلة ومنذ أغسطس ٢٠٢٠ حتى ديسمبر ٢٠٢١ (أي عام وأربعة شهور) قمنا برفض عدد ٩٤ بحثا لعدم تطابقها مع معايير المجلة أو بسبب رفض الأساتذة المحكمين لإجازتها وفقا لمعايير النشر في المجلة ، وهو الأمر الموثق والمسجل في النظام الإلكتروني للمجلة ، وفي هذا دلالة على الانتقاء الشديد الذي نقوم به في المجلة عبر مراحل العمل المختلفة حتى لا يجاز للنشر إلا الأبحاث ذات الرصانة والتي تقدم الإضافة العلمية الحقيقية إلى عالم البحوث والدراسات الإعلامية .

ونستلهم من الله تعالى دوام التوفيق، إنه سبحانه الهادي إلى سواء السبيل

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أ.د/ رضا عبد الواحد أمين

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلة يونيو 2022	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2735-4008	2536-9393	7	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	1
2682-4663	2356-914X	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	2
2682-4620	2356-9158	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	3
2682-4671	2356-9131	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	4
2682-4647	1110-5836	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	5
2735-377X	2735-3796	7	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	الدراسات الإعلامية	6
2682-4655	1110-5844	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	7
2682-4639	2356-9891	7	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	8
2682-292X	1110-9297	7	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	9
2314-873X	2314-8721	7	Egyptian Public Relations Association	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	10
2735-4326	2536-9237	7	جامعة جنوب الوادي، كلية الاعلام	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	11
2735-4016	2357-0407	6.5	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشرقية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	12

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد سارياً للسنه التالية للنشر في هذه المجلات.

الخطاب الإعلامي للبرامج الدينية في الفضائيات المصرية الخاصة - برنامج (لعلهم يفقهون) نموذجاً

- **Media discourse of religious programs
in private Egyptian satellite channels
(Laalahom yafkahon) programme a model**

أ.م.د/ ولاء إبراهيم عقاد

أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الدراسات الإسلامية
والعربية جامعة الأزهر

Walaaelakad1561.el@azhar.edu.eg

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على مكونات الخطاب الإعلامي للبرامج الدينية في الفضائيات المصرية الخاصة بالتطبيق على برنامج (لعلمم يفقهون)، وأُجريت الدراسة على حلقات برنامج لعلمم يفقهون، والتي تمت إذاعتها خلال شهر رمضان المبارك لعام 1443هـ، باستخدام أداة تحليل الخطاب، وبالاعتماد على منهج المسح، وقد خلصت الدراسة في نتائجها إلى ما يلي:

- تنوعت الأطروحات التي قدمها الخطاب في حلقات البرنامج بين أربع أطروحات رئيسية: تمثلت في استقبال الشهر الكريم، نصر الله لعباده المؤمنين، مستجدات الأحداث اليومية، ليلة القدر والعشر الأواخر من رمضان.
- حرص منتج الخطاب- في تقديمه لجميع الأطروحات المقدمة من خلال الخطاب- على التوازن في الاعتماد على مسارات البرهنة بين المسارات المنطقية والوجدانية على السواء.
- تفوق توظيف الاستمالات العاطفية على الاستمالات العقلية في سياق خطاب تحليل أطروحتي استقبال الشهر الكريم، مستجدات الأحداث اليومية بفارق ملحوظ، وكذلك تفوق توظيف الاستمالات العاطفية على الاستمالات العقلية في سياق خطاب تحليل أطروحة نصر الله لعباده المؤمنين، ولكن بفارق طفيف جدًا، كما ظهر الاعتماد على توظيف الاستمالات العاطفية دون الاستمالات العقلية في سياق خطاب تحليل أطروحة ليلة القدر والعشر الأواخر إلى حد كبير.
- الكلمات الافتتاحية: تحليل الخطاب- البرامج الدينية- الفضائيات الخاصة.

Abstract

The current study aimed to identify the components of the media discourse of religious programs in the Egyptian satellite channels for the application of the program (Perhaps they will understand), and the study was conducted on the episodes of a program that they may understand that they were broadcast during the holy month of Ramadan, using the discourse analysis and based on the survey curriculum, and it has been concluded Study in its results to the following:

- The theses presented by the speech in the episodes of the program varied between four main theses represented in the reception of the Holy Month, Nasrallah, to his believers, the developments of daily events, the Night of Power, and the last ten days of Ramadan.
- The discourse of the speech was keen to present it to all these presented through the speech, to balance in Dependence on the paths of proof between both logical and emotional paths.
- Employing emotional Strategies over mental Strategies in the context of a letter of analysis of the two theses for receiving the holy month, the developments of daily events by a significant difference, while the employment of emotional Strategies exceeded the mental Strategies in the context of the letter of analysis of Nasrallah's thesis analysis of His faithful to His faithful, but with a very slight difference, as the dependence on the employment of Emotional Strategies without mental Strategies in the context of a letter of analysis of the thesis of Laylat al -Qadr and the last ten days.

key words: discourse analysis -religious programs -private satellite channels.

أدى انتشار القنوات الفضائية وتعددتها إلى اتساع المساحة المتاحة للمضامين البرمجية المختلفة ومنها المضامين الدينية، ونظرا لاهتمام جماهير المشاهدين بهذا المضمون البرمجي المهم؛ فإن القنوات الفضائية المختلفة تحرص على تخصيص مساحة زمنية يومية للبرامج الدينية على شاشتها، فضلاً عن القنوات الدينية المتخصصة في أمور الدين والدنيا عبر الأقمار الصناعية المختلفة، خاصة في ظل وجود الحاجة الملحة إلى وجود خطاب ديني قوي يواكب مستجدات الأحداث في عصر كثرت فيه الشبهات الباطلة التي يلقيها المشككون بالباطل على ديننا الحنيف، خاصة تلك التي تنطلق من أفواه مدعي العلم، وهو الأمر الذي يستلزم معه مواكبة ومتابعة مستمرة من قبل منتجي الخطاب الديني في البرامج الدينية المذاعة على الفضائيات المختلفة لتوعية الجمهور وتصحيح المفاهيم لديه.

ولما كان الخطاب الإعلامي الذي تقدمه البرامج الدينية هو الصلة القائمة بين علماء الأمة ودعاتها- سواء كانوا ضيوفاً في هذه البرامج، أو قائمين بالاتصال بها- وبين جماهير الرأي العام من المشاهدين؛ جعل لهذا الخطاب قوة تأثير في هذه الجماهير ومعتقداتهم، واتجاهاتهم، وسلوكياتهم نحو القضايا والأمور الشرعية والحياتية المختلفة، ومن هنا تظهر أهمية تسليط الضوء على مكونات هذا الخطاب الإعلامي الديني، وتحليل الخطاب اللغوي للعلماء والدعاة؛ من أجل الوقوف على البراهين والأدلة، وكذا المحفزات الإقناعية التي يستخدمها القائمون بالاتصال في البرامج الدينية لتوجيه الجمهور لتبني الآراء والمعتقدات التي تتطوي عليها الأطروحات، التي يتبناها هذا المضمون البرمجي المهم، باعتباره من أقوى الخطابات تأثيراً في معاملات المسلم اليومية؛ الأمر الذي يجعل من الضرورة بمكان البحث في مكونات هذا الخطاب عن الأساليب والمكونات، والاستراتيجيات، والدلالات اللغوية التي تؤدي بدورها إلى إحداث التأثير المطلوب في إدراك وفهم جمهور المشاهدين.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات تناولت تحليل الخطاب الإعلامي في برامج التلفزيون.

المحور الثاني: دراسات تناولت البرامج الدينية التلفزيونية.

أولاً: دراسات تناولت الخطاب الإعلامي في البرامج التلفزيونية:

عنيت بعض الدراسات التي تناولت تحليل الخطاب في البرامج التلفزيونية برصد وتحليل الخطاب الإعلامي بمختلف أدواته (مسارات البرهنة، والأطر المرجعية، والقوى الفاعلة، وأساليب الإقناع المستخدمة، فضلاً عن رصد الأطروحات الواردة من خلال الخطاب والمستوى اللغوي المستخدم في طرحها)، وقد تنوعت تلك الدراسات في أنواع المضامين البرمجية التلفزيونية التي هدفت إلى تحليل الخطاب الإعلامي الذي تتضمنه الرسائل الإعلامية لها، فاشتركت دراستا (علا عبد القوي، 2016)⁽¹⁾، (أمينة الغنام، 2017)⁽²⁾ في تناول قضايا المرأة في البرامج الحوارية، حيث هدفت دراسة (علا عبد القوي، 2016)، بتحليل الخطاب اللغوي، والأطر المرجعية، والقوى الفاعلة، ومسارات البرهنة، وجوانب القوة والضعف في مستوى الخطاب الإعلامي في البرامج الحوارية (قضايا المرأة)، كما هدفت دراسة (أمينة الغنام، 2017) التعرف على ملامح حضور المرأة المحلية في الخطاب الإعلامي في الصحافة والتلفزيون، فضلاً عن تقييم هذا الخطاب، بينما اشتركت دراسات (إيهاب جمعة، 2019)⁽³⁾، (الشيما رضا، 2019)⁽⁴⁾، (ريهام ود، 2018)⁽⁵⁾، (سهام عبد الخالق، 2014)⁽⁶⁾، في استهداف تحليل الخطاب للبرامج السياسية، حيث هدفت دراسة (إيهاب جمعة، 2019) إلى التعرف على استراتيجيات تحليل الخطاب المستخدمة في الرسائل الإعلامية للقنوات المعادية، والوقوف على أهم أساليب التضليل والمغالطات المستخدمة في هذا الخطاب، كما سعت دراسة (الشيما رضا، 2019) إلى الكشف عن أساليب الإقناع المستخدمة في الخطاب السياسي للقنوات الفضائية، فضلاً عن رصد مسارات البرهنة التي يسوقها الخطاب، كما حاولت دراسة (ريهام ود، 2018) تحديد مفهوم الدولة المدنية كما يعكسه الخطاب الإعلامي للقنوات الفضائية ذات التوجهات السياسية المختلفة، وأخيراً هدفت دراسة (سهام عبد الخالق، 2014) إلى تحليل الخطاب للقوى السياسية في البرامج الحوارية: مفردات هذا الخطاب على وجه التحديد.

كما اشتركت دراستا (Umar Fauzan, 2014)⁽⁷⁾، (Saeed Ail, 2014)⁽⁸⁾

في الاهتمام بدراسة تحليل الخطاب في المضامين الإخبارية، حيث هدفت الأولى إلى تحليل الخطاب للأخبار والبرامج الإخبارية المذاعة في محطة (مترو) التلفزيونية، بينما

هدفت الدراسة الثانية إلى دراسة تحليل الخطاب الإعلامي لعينة من البرامج المقدمة في قناتي الجزيرة والعربية الإخباريتين.

هذا وقد وصل الاهتمام بتحليل الخطاب الإعلامي لبرامج التلفزيون في الدراسات الأجنبية إلى برامج تليفزيون الواقع، حيث اشتركت دراستا (Vu Anh Ngoc Nguyen , 2016)⁽⁹⁾، (Xiaoxi Zhang ,2012)⁽¹⁰⁾ في تحليل خطاب هذا المضمون البرامجي، حيث هدفت الدراسة الأولى إلى معرفة تأثير الإطار المفاهيمي على دور تليفزيون الواقع في فيتنام، بينما عنيت الدراسة الثانية- من خلال تحليل الخطاب- بالكشف عن تمثيل المرأة في برامج تليفزيون الواقع الشعبية في الصين.

هذا وقد اقتصر بعض الدراسات على دراسة أداة واحدة من أدوات تحليل الخطاب، وهي الأساليب الإقناعية دون غيرها من أدوات تحليل الخطاب الأخرى على اختلاف مضامين هذا الخطاب، فنجد دراسة (ريهام مرزوق، زينب صالح، 2022)⁽¹¹⁾ والتي هدفت إلى رصد أساليب الإقناع المستخدمة في إعلانات المؤسسات الخيرية المقدمة بالبرامج الحوارية في الفضائيات الخاصة، والتعرف على اتجاهات الجمهور نحوها كما نجد دراسة (عبد الله عمران، 2020)⁽¹²⁾ التي هدفت إلى تحليل ورصد الخطاب الإقناعي في التليفزيون المصري؛ من خلال تحليل مضمون الرسالة، ودراسة كيفية توظيف الخطاب الإقناعي من خلال استخدام مدخل تحليل الخطاب، وكذا دراسة (لميس الوزان، 2019)⁽¹³⁾ والتي هدفت إلى تقييم لغة الخطاب الإعلامي كما تعكسه البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية، من خلال رصد وتحليل الخطاب اللغوي السائد من خلال حوار البرنامج.

وعلى مستوى المنهج المستخدم في دراسات هذا المحور؛ فقد اعتمد معظمها على منهج تحليل الخطاب معتمدة إياه منهجا وأسلوبا ملائما لتلك الدراسات باستثناء دراستي (ريهام مرزوق، زينب صالح، 2022)، (لميس الوزان، 2019)، حيث نصت الأولى على اعتمادها على منهج المسح، كما حددت الثانية استخدامها للمدرسة الوصفية للغة الخطاب الإعلامي منهجا لها، هذا بينما اتفقت دراسات (ريهام ود، 2018)، (رباب جلال، 2014)، (علا عبد القوي، 2016)، (سهام عبد الخالق، 2014)، (أمينة الغنام، 2017)، (Umar Fauzan ,2014)، (Xiaoxi Zhang ,2012) في تحديد استخدام منهج تحليل الخطاب منهجا لتلك الدراسات.

كما تجدر الإشارة إلى بعض الدراسات التي جمعت بين الاعتماد على منهج تحليل الخطاب وبعض المناهج الأخرى؛ مثل دراسة (Saeed Ail , 2014) التي جمعت

بين تحليل المضمون كمنهج، وليس كأداة وبين منهج تحليل الخطاب، كما جمعت دراسة (عبد الله عمران، 2020) بين منهجي المسح وتحليل الخطاب، وانفردت دراسة (إيهاب جمعة، 2019) بالاعتماد على منهج التحليل الكيفي الوصفي، وكذلك دراسة (Vu Anh Ngoc Nguye، 2016) بالاعتماد على منهج التحليل السيميولوجي وأسلوب التحليل من المستوى الثاني كمنهج لها.

أما عن النتائج التي توصلت إليها الدراسات التي تناولت تحليل الخطاب في البرامج التليفزيونية؛ فقد تباينت النتائج بين الدراسات طبقاً للأهداف التي سعت كل دراسة إلى تحقيقها، فقد توصلت دراسة (لميس الوزان، 2019) إلى رصد المبالغة في لغة الحوار والأداء اللغوي في طرح الأطروحات المختلفة، فضلاً عن رصد مستوى من الإسفاف في هذا الأداء، كما توصلت دراسة (الشيماء رضا، 2019) عن وجود علاقة بين حجم التعرض للأساليب الإقناعية بالخطاب المقدم وشدة الاتجاه الإيجابي نحو الأطروحات المقدمة، كما عبرت دراسة (علا عبد القوي، 2016) عن تفوق أساليب الإقناع العقلية على العاطفية في الخطاب المقدم في البرامج الحوارية عينة الدراسة، فضلاً عن استناد الرموز السياسية من ضيوف البرامج على المرجعية الحقوقية في المقام الأول، يليها الأدلة الاجتماعية.

وأشارت نتائج دراسة (سهام عبد الخالق، 2014) إلى عدم اعتماد ضيوف البرامج عينة الدراسة على الأدلة والبراهين في الاستشهاد والتدليل على آرائهم، كما لم يتضمن خطاب القوى الإسلامية اتجاهات إيجابية واضحة نحو القوى الفاعلة، كما خلصت دراسة (أمينة الغنام، 2017) في نتائجها من خلال تحليل الخطاب عن ضعف الإمكانيات والكفاءات المهنية المتاحة في وسائل الإعلام المحلية إلى حد كبير، وخلصت دراسة

(Vu Anh Ngoc Nguyen, 2016) إلى التأكيد من خلال تحليل خطاب

برامج تليفزيون الواقع على تسلسل النيوليبرالية إلى حياة الأفراد حول العالم. وتوصلت نتائج دراسة (ريهام مرزوق، زينب صالح، 2022) إلى تصدر استراتيجيات الاستدراج قائمة الاستراتيجيات المستخدمة في الخطاب المقدم في إعلانات المؤسسات الخيرية بالبرامج الحوارية، يليها استراتيجية الدافعية في المرتبة الثانية، كما جاءت أساليب الإقناع (العاطفية، ثم المنطقية) في المرتبة الثانية والثالثة على الترتيب، كذلك فقد أشارت نتائج دراسة (إيهاب جمعة، 2019) إلى التنوع في استخدام الاستراتيجيات التداولية في الخطاب الإعلامي السياسي للقنوات المعادية بين

الاستراتيجية التصريحية والتلميحية، كما كشف تحليل الخطاب عن استخدام العديد من أساليب المغالطات والتضليل الحجاجي في خطاب هذه القنوات، وكان أهمها التلفيق والأكاذيب والتجميل والتقييح، كما كشف تحليل الخطاب في دراسة (عبد الله عمران، 2020) عن تنوع الأطروحات الرئيسية في الخطاب الإقناعي المقدم عن جائحة كورونا، وغلب على الخطاب الأسلوب التوجيهي خاصة في تناول الجائحة وكيفية مواجهتها، كما كشفت دراسة (Umar Fauzan, 2014) عن استخدام تليفزيون (مترو) الإندونيسي لاستراتيجيات التأكيد على الأخبار السيئة، وعدم التشديد على الأخبار الإيجابية والأشياء الجيدة من خلال تحليل الخطاب النقدي للأخبار والبرامج الإخبارية للقناة.

كذلك كشفت دراسة (Saeed Ail, 2014) عن الاختلاف بين الأطر التي تم استخدامها من قبل قناتي (الجزيرة والعربية) عينة الدراسة في تغطيتهما لقضايا الإرهاب؛ حيث غلب استخدام الإطار العسكري في قناة الجزيرة، كما غلب استخدام الاستمالات العاطفية في قناة العربية في طرح الأطروحات الرئيسية لقضايا الإرهاب.

ثانيا: دراسات تناولت البرامج الدينية التليفزيونية:

عُنت دراسات هذا المحور جميعها بدراسة البرامج الدينية المذاعة في القنوات التليفزيونية المختلفة، واختلفت فيما بينها في الأهداف التي عُنيت بتحقيقها من خلال دراسة هذا الشكل البرامجي المهم، حيث اشتركت دراستا (أماني حسن، 2020) (14)، (محمد معوض وآخرون، 2018) (15) في استهداف التعرف على الصورة، فهدفت دراسة (أماني حسن، 2020) إلى التعرف على صورة المرأة الداعية ومقارنتها بالصورة الإعلامية المنعكسة في القنوات والبرامج الدينية والمكونة لدى المراهقات عن المرأة الداعية، كما هدفت دراسة (محمد معوض وآخرون، 2018) الوقوف على العلاقة بين الصورة الإعلامية لوسطية الدين الإسلامي المقدمة في البرامج التليفزيونية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو وسطية الإسلام.

كما اشتركت دراستا (هناء فارس، 2020) (16)، (إسعاد صورية وآخرين، 2018) (17) في السعي لدراسة الأساليب الإقناعية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية، حيث هدفت الدراسة الأولى إلى التعرف على الأساليب الإقناعية الموظفة في برنامج (حديث الإثنين) للشيخ محمد الغزالي، وكذا معرفة اللغة المستخدمة، وأهم القوالب الفنية التي استخدمت في طرح الموضوعات، وكذا استخراج الاستمالات التي تم الاعتماد عليها، بينما هدفت الدراسة الثانية إلى التعرف على الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الدينية في قناة الرسالة وبالتحديد في برنامج (سواعد الإخاء).

وهنا تجدر الإشارة إلى انفراد دراسات (بوقرة رضوان وآخرين، 2021) (18)، (هناء سلطاني، 2017) (19)، (رباب جلال، 2014) (20)، (Ruth Anna, 2012) (21) باستهداف التعرف على الخطاب الديني في البرامج التليفزيونية، حيث هدفت دراسة (بوقرة رضوان وآخرين، 2021) إلى التعرف على القيم المقدمة من خلال الخطاب الديني في الحصوص الدينية الموزعة على الفضائيات العربية الخاصة فيما يتعلق بالمضامين الدينية الإسلامية والمسيحية، كما هدفت دراسة (هناء سلطاني، 2017) إلى التعرف على الأساليب الإقناعية في الخطاب الديني لبرنامج الصحوة على قناة روتانا الخليجية، فضلاً عن دراسة (رباب جلال، 2014) التي هدفت إلى استخدام تحليل الخطاب؛ للكشف عن معالجة الخطاب الديني لقضايا المرأة في ظل المتغيرات المجتمعية المصرية، وكذا دراسة (Ruth Anna , 2012) حيث هدفت إلى استخدام تحليل الخطاب للكشف عن أسلوب معالجة وتقديم المحتوى الديني والروحاني البرامجي في القنوات التليفزيونية البريطانية الأساسية، وكذا التعرف على علاقته باستجابات الجمهور من جماهير المشاهدين.

وعلى مستوى المنهج المستخدم في الدراسات التي تناولت البرامج الدينية في القنوات التليفزيونية فقد اتفقت الدراسات جميعها في استخدام المنهج المسحي أو المنهج الوصفي بلا استثناء، وإن جمعت دراسة (بوقرة رضوان، 2021) بين المنهج الوصفي والأسلوب المقارن معاً، كما جمعت دراسة (Ruth Anna , 2012) بين المنهج الكيفي ومنهج تحليل الخطاب.

كما تنوعت الدراسات ما بين دراسات اقتصرت فقط على دراسة مضمون البرامج الدينية، مثل دراسات (بوقرة رضوان وآخرين، 2021)، (هناء فارس، 2020)، (إسعادي صورية وآخرين، 2018)، ودراسات أخرى جمعت بين تحليل مضمون البرامج، وكذا دراسة علاقة واتجاهات الجمهور بها، مثل دراستي (أماني حسن، 2020)، (محمد معوض وآخرين، 2018).

وفيما يتعلق بالنتائج التي توصلت إليها الدراسات التي تناولت البرامج التليفزيونية؛ فقد تباينت فيما بينها طبقاً لما هدفت الدراسات إلى تحقيقه، فقد توصلت دراسة (محمد معوض وآخرين، 2018) إلى أن 60% من البرامج الدينية التليفزيونية يقدمها أساتذة وعلماء الأزهر، كما يقدم الدعاة الجدد نسبة بلغت (26.62%) منها، بينما توصلت دراسة (أماني حسن، 2020) إلى تساوي استخدام قالبَي الحديث المباشر والحوار في طرح الموضوعات في البرامج الدينية عينة الدراسة، كما توصلت الدراسة إلى

وجود علاقة دالة بين صورة المرأة الداعية في البرامج الدينية عينة الدراسة وبين صورتها الذهنية لدى الجمهور من المراهقات، كذلك فإن دراسة (هناك فارس، 2020) خلصت في نتائجها إلى تفوق توظيف الاستمالات العاطفية في البرامج الدينية عينة الدراسة على أنواع الاستمالات الإقناعية الأخرى بنسبة بلغت (48.8%)، في حين نجد في دراسة (إسعادي صوريه، 2018) تنوع توظيف الاستمالات المختلفة بين العقلية والعاطفية في البرامج الدينية عينة الدراسة، كما تصدر الاستشهاد بالمصادر في المرتبة الأولى، يليه الاستشهاد بالأحداث الواقعية في المرتبة الثانية، ثم الأرقام والإحصاءات في المرتبة الثالثة، أما دراسة (بوقرة رضوان وآخرين، 2021) فقد خلصت في نتائجها إلى تقارب أنواع القيم الواردة في البرامج الدينية الإسلامية والمسيحية عينة الدراسة؛ على الرغم من رصد تناقض في كيفية توظيف تلك القيم، وقد خلصت دراسة (رباب جلال، 2014) إلى انشغال الخطاب الديني بوجه عام بأمور البعث والآخرة عن أمور الدنيا وتعاملات الناس فيها، كما جاء الخطاب الديني ضعيف جداً، وبلغت تناول المرأة في أطروحته فقط (4%)، وجاء في نتائج دراسة (Ruth Anna , 2012) نقص التنوع في الخطاب الديني المقدم في عينة الدراسة، وكذا نقص الدلائل والاستشهادات المستخدمة فيه بشكل ملحوظ، فضلاً عن رصد تحريف في تناول القضايا الدينية في عينة الدراسة، وأخيراً فقد خلصت دراسة (هناك سلطاني، 2017) إلى رصد الأساليب الإقناعية الأكثر استخداماً في برنامج (الصحة) عينة الدراسة كانت الاستمالات العقلية والعاطفية والترغيبية، وتم الاعتماد على التماور والنقاش في طرح الأطروحات المختلفة.

موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

يتضح من العرض السابق الاهتمام الواضح بدراسة تحليل الخطاب في المضامين البرمجية التليفزيونية المختلفة، كما اتضح تنوع أنواع المضامين البرمجية التي تناولتها الدراسات بتحليل الخطاب الإعلامي، ومنها المضمون الديني الذي ظهر الاهتمام به واضحاً من قبل الدراسات السابقة خاصة في القنوات الفضائية العربية والخليجية، وظهر ندرة تناول الخطاب الإعلامي الديني المذاع على القنوات والفضائية المصرية، وذلك من خلال دراسة واحدة فقط، وهي دراسة (رباب جلال، 2014) والتي عنيت بدراسة تحليل الخطاب الديني لقضايا المرأة في القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة؛ الأمر الذي حثَّ الباحثة في الدراسة الحالية على دراسة وتحليل الخطاب الإعلامي المقدم في البرامج الدينية المذاعة في القنوات الفضائية المصرية الخاصة من

خلال تحليل الخطاب الإعلامي لبرنامج (لعلمهم يفقهون) والمذاع على قناة (dmc) المصرية الخاصة.

اتجه معظم الباحثين في الدراسات السابقة التي تناولت تحليل الخطاب في برامج التليفزيون إلى التركيز على دراسة مختلف أدوات تحليل الخطاب؛ من تحليل الأداء اللغوي، ومسارات البرهنة، والقوى الفاعلة، وأساليب الإقناع، وكذا الأطر المرجعية المستخدمة، وذلك باستثناء بعض الدراسات التي سبق عرضها اقتصر على دراسة ورصد الأساليب الإقناعية فقط في الخطاب المستخدم، وفي هذا الشأن لاحظت الباحثة قدراً كبيراً من التداخل في تحديد مفاهيم واستخدامات أدوات تحليل الخطاب على وجه من الدقة والتحديد؛ حيث لاحظت تداخلاً بين مسميات أدوات مسارات البرهنة، وأساليب الإقناع، واستراتيجيات الإقناع، واختلافها داخل كل دراسة وأخرى وحسب وجهة النظر الخاصة بالباحث، وهنا يمكن القول إن الباحثين وضعوا لأنفسهم نماذج فردية لتحليل الخطاب تختلف باختلاف موضوعات وأهداف الدراسات المختلفة.

وفي الدراسة الحالية تقوم الباحثة بالتركيز على دراسة وتحليل أدوات تحليل الخطاب الإعلامي المقدم من خلال برنامج (لعلمهم يفقهون)؛ من حيث رصد طبيعة الأطروحات التي قدمها الخطاب، ومسارات البرهنة التي اعتمد عليها منتج الخطاب في دعم الأطروحات، وأساليب الإقناع التي تم توظيفها فيه، وكذا الأساليب الخطابية التي استخدمها في حديثه.

مشكلة الدراسة:

تحظى البرامج الدينية في القنوات الفضائية المصرية الخاصة بأهمية كبيرة تظهر بوضوح في المساحة الزمنية اليومية التي تمنحها الفضائيات المصرية الخاصة بوجه عام للبرامج الدينية في خرائطها البرمجية؛ حيث أصبح لكل قناة مساحة ثابتة يومية مخصصة لبرنامج ديني معين يعرض بشكل يومي أو شبه يومي على شاشة القناة، وهذه المساحة الزمنية اليومية تستلزم أن يتم استغلالها بشكل جيد؛ لتؤدي دورها المنوط بها في تنمية الوعي الديني والمعرفة الدينية لدى جمهور المشاهدين، وكذا التصدي للشبهات والافتراءات التي يتعرض لها ديننا الحنيف بين الحين والآخر، الأمر الذي دفع الباحثة إلى دراسة الخطاب الإعلامي المقدم من خلال هذا المضمون البرمجي المهم، ومن خلال اختيار أحد هذه البرامج والذي يذاع على مدار الأسبوع، ويتبادل على تقديمه مجموعة من أشهر علماء الدين بشكل منفرد أو مجتمعين في نهاية كل أسبوع؛ ليكون نموذجاً للبرامج الدينية المذاعة في القنوات المصرية، وبذلك يمكن تحديد مشكلة الدراسة الحالية

في تحليل الخطاب الإعلامي لبرنامج (لعلهم يفقهون) خلال شهر رمضان المبارك لعام 1443 هـ كنموذج للبرامج الدينية المذاعة على القنوات الفضائية الخاصة، والذي يتم عرضه على مدار الأسبوع على قناة (dmc) الفضائية المصرية الخاصة؛ وذلك لرصد الأطروحات الرئيسية التي يطرحها البرنامج، ومسارات البرهنة، والقوى الفاعلة التي يعتمد عليها الخطاب الإعلامي الذي يقدمه، وكذا الكشف عن الأساليب الإقناعية المستخدمة من خلال هذا الخطاب.

أهمية الدراسة:

تتطلب أهمية الدراسة الحالية مرتكزة على محورين أساسيين؛ أولهما: أهمية البرامج الدينية كمكون أساسي في الخريطة البرمجية الخاصة بجميع القنوات الفضائية، الأمر الذي يجعل من الأهمية بمكان الوقوف على طبيعة المضمون الذي يقدم من خلال هذه البرامج، ومدى مواءمته للقضايا الحالية في المجتمع المصري، خاصة في ظل التخبط الذي تشهده الساحة الإعلامية في الآونة الأخيرة من تصريحات وفتاوى غير مألوفة، وتأبيدها، أو مهاجمتها من خلال المنابر الدينية المختلفة في وسائل الإعلام التقليدية أو وسائل التواصل الاجتماعي؛ مما تسبب في حالة من الفوضى النسبية في اختيار الموضوعات والأطروحات المقدمة من خلال البرامج الدينية تبعاً لهدف القائم بالاتصال من تأييد، أو رفض تلك التصريحات أو الفتاوى، أو حتى من أجل التعليق على هجوم شخصي تعرض له، خاصة إذا ما كان القائم بالاتصال هو العالم أو الداعية نفسه؛ حيث نجدهم في كثير من البرامج- ومنها البرنامج محل الدراسة الحالية- وقد حلوا محل مقدم البرنامج وأصبحوا هم من يديرون الحوار ويعدون الموضوعات بدلاً من فريق الإعداد والتقديم المتخصص في هذا الشأن.

أما عن المحور الثاني الذي تنطلق منه أهمية الدراسة وهو تحليل الخطاب الإعلامي للرسائل الإعلامية التليفزيونية، والذي بالرغم من الاختلاف حول كونه أداة، أو منهجاً أو أسلوباً بحثياً؛ إلا أن الكشف عن مكوناته المختلفة من حيث لغة الخطاب، والأطر المرجعية له، وكذا الأساليب الإقناعية، ومسارات البرهنة التي يتم توظيفها من خلاله في مناقشة الأطروحات المختلفة من شأنه أن يساهم في الوقوف على فعالية الرسالة المقدمة وجدواها، كما يساعد في الوصول إلى مقترحات وتوصيات تساهم في زيادة فعالية الدور الذي يمكن أن تؤديه للتأثير الإيجابي في جمهور المتلقين، الأمر الذي تبرز معه أهمية تحليل خطاب المضمون الذي تقدمه البرامج الدينية في الفضائيات المصرية كأحد

المضامين التي تدخل البيوت المصرية بشكل يومي؛ مما قد يزيد من فعاليتها في الإصلاح المجتمعي بمختلف مجالاته.

وتعد الدراسة الحالية من أوائل الدراسات التي تناولت البرامج الدينية في الفضائيات المصرية على وجه الخصوص، حيث عنيت كثير من الدراسات على دراسة تحليل الخطاب للبرامج الدينية في القنوات العربية والخليجية على النحو الذي سبق عرضه في الدراسات السابقة؛ مما يضيف قدراً من الأهمية على الدراسة الحالية في إلقاء الضوء على مكونات الخطاب الإعلامي للبرامج الدينية للقنوات المصرية؛ نظراً لتعددتها، وانتشار البرامج الدينية من خلالها، ولأنها تحظى بجمهور هائل واسع على المستوى المصري والعربي على السواء.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى تحليل الخطاب الإعلامي المقدم في البرامج الدينية من خلال تحليل خطاب برنامج (لعلهم يفقهون) خلال شهر رمضان المبارك لعام 1443 هـ؛ كنموذج للبرامج الدينية المذاعة على القنوات الفضائية المصرية الخاصة؛ وذلك عن طريق تحقيق مجموعة من الأهداف الفرعية على النحو التالي:

- 1- التعرف على طبيعة الأطروحات التي تطرحها البرامج الدينية من خلال رصد الأطروحات المقدمة من خلال حلقات برنامج (لعلهم يفقهون) كنموذج للبرامج الدينية المذاعة على الفضائيات المصرية الخاصة خلال شهر رمضان لعام 1443 هـ.
 - 2- رصد مسارات البرهنة الوجدانية والمنطقية التي اعتمد عليها الخطاب في تقديم الأطروحات المختلفة خلال حلقات برنامج (لعلهم يفقهون) عينة الدراسة خلال فترة التحليل.
 - 3- الكشف عن استمالات الإقناع التي تم توظيفها خلال طرح الأطروحات المختلفة أثناء فترة التحليل.
 - 4- التعرف على الأساليب الخطابية التي استخدمها القائم بالاتصال، أو المتحدث، خلال حلقات البرنامج عينة الدراسة، وكذا الكشف عن مستوى الأداء اللغوي للخطاب.
- تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية للإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ما طبيعة الأطروحات التي تطرحها البرامج الدينية من خلال رصد الأطروحات المقدمة من خلال برنامج (لعلهم يفقهون) نموذجاً للبرامج الدينية المذاعة على القنوات الفضائية المصرية الخاصة خلال شهر رمضان لعام 1443 هـ؟

- 2- ما مسارات البرهنة الوجدانية والعقلية التي اعتمد عليها الخطاب في دعم الأطروحات المختلفة التي تم تقديمها خلال فترة الدراسة؟
- 3- ما الأساليب الإقناعية التي تم توظيفها خلال طرح الأطروحات المختلفة أثناء فترة التحليل؟
- 4- ما الأساليب الخطابية التي تخللت خطاب المتحدث في مناقشة الأطروحات المقدمة في حلقات البرنامج عينة الدراسة؟
- 5- ما مستوى الأداء اللغوي الذي يستخدمه المتحدث أو القائم بالاتصال في خطابه من خلال مناقشة الموضوعات والأطروحات التي يقدمها البرنامج خلال فترة الدراسة؟
- نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي الدراسة الحالية للدراسات الوصفية والتي تعتمد على جمع الحقائق والمعلومات عن ظاهرة معينة يغلب عليها صفة التحديد⁽²²⁾، وإن كانت الدراسة الحالية لا تتوقف فقط عند جمع الحقائق والمعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة وتوصيفها، إنما تمتد إلى تحليل الخطاب الإعلامي لبرنامج (لعلمهم يفقهون) كنموذج للبرامج الدينية المذاعة على القنوات الفضائية الخاصة، والذي يتم عرضه على مدار الأسبوع على قناة (dmc) الفضائية المصرية الخاصة خلال شهر رمضان المبارك لعام 1443هـ؛ وذلك لرصد الأطروحات الرئيسية التي يطرحها البرنامج، ومسارات البرهنة، والقوى الفاعلة التي يعتمد عليها الخطاب الإعلامي الذي يقدمه، وكذا الكشف عن الأساليب الإقناعية المستخدمة من خلال هذا الخطاب.

اعتمدت هذه الدراسة على كل من منهج المسح التحليلي الكيفي، حيث يعد منهج المسح من أبرز المناهج المرتبطة بالدراسات الوصفية الإعلامية⁽²³⁾، والذي يعتبر جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات الظاهرة موضوع الدراسة⁽²⁴⁾، وقد عمدت الباحثة إلى تحديد عناصر الظاهرة، ووصفها، وتفسيرها، والكشف عن أبعادها في إطار مدخل تحليل الخطاب في الوصف والتحليل والتفسير.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في البرامج الدينية المذاعة على القنوات الفضائية المصرية، وتم اختيار برنامج (لعلمهم يفقهون) نموذجاً له وكعينة عمدية ممثلة للمجتمع الأصلي، وتتمثل عينة الدراسة الحالية في جميع حلقات برنامج (لعلمهم يفقهون) المذاعة خلال شهر رمضان المبارك لعام 1443هـ بواقع (29) حلقة و(15.4) ساعة تحليل. وتتمثل مبررات اختيار البرنامج في الأسباب التالية:

1- جاء برنامج (لعلهم يفقهون) في المرتبة الأولى في نتائج الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة على عينة من الجمهور قوامها 40 مفردة، متقدماً على برامج (أسأل مع دعاء) المذاع على قناة النهار- (الدنيا بخير) المذاع على قناة الحياة- (بيت دعاء) المذاع على قناة تن- (أحلى الكلام) المذاع على قناة الشمس.

2- ارتباط بدء بث البرنامج ببدء بث قناة (dmc) أي أنه من مكونات الخريطة البرمجية منذ بدء انطلاق القناة وحتى وقت إجراء هذه الدراسة، وبذلك يتفوق على البرامج الدينية المذاعة على القنوات الفضائية الأخرى والتي تعد حديثة العهد من حيث بداية البث بالنسبة إلى برنامج (لعلهم يفقهون) عينة الدراسة، كما أن هذه البرامج قد تتغير طبقاً للتغيرات السنوية في الخريطة البرمجية لكل قناة.

3- ثبات مقدمي برنامج (لعلهم يفقهون) وهم (الشيخ خالد الجندي والشيخ رمضان عبد المعز) كمقدمين أساسيين للبرنامج طوال فترة التحليل وهي شهر رمضان المبارك، وهو ما يضيف بعداً لتحليل الخطاب المقدم بسبب ثبات القائم بالاتصال خلال فترة التحليل.

4- اختارت الباحثة شهر رمضان المبارك لعام 1443هـ كعينة زمنية للتحليل؛ نظراً لزيادة الإقبال على مشاهدة البرامج الدينية في هذا الشهر الفضيل بشكل يفوق غيره من الشهور الأخرى؛ بحثاً عن السمو الروحي والصفاء النفسي في هذه الأيام المباركة.

وحدات وفئات التحليل:

أ- وحدة التحليل:

تتمثل وحدات التحليل في الدراسة الحالية في وحدة الموضوع أو الأطروحة المقدمة من خلال البرنامج عينة الدراسة؛ وذلك لمناسبتها للقياس، وللتعبير عن نتائج محددة ودقيقة تناسب موضوع الدراسة.

ب- فئات تحليل الخطاب:

تتمثل فئات تحليل الخطاب في الدراسة الحالية في الفئات التالية:

1- تحليل الأطروحات: ويقصد بها رصد وتحليل الموضوعات الأفكار الأساسية الواردة في الخطاب المقدم من خلال حلقات البرنامج في الفترة عينة الدراسة.

- 2- مسارات البرهنة: ويقصد بها الأساليب والاستشهادات التي استند إليها القائم بالاتصال لتدعيم الأطروحات المختلفة.
- 3- أساليب الإقناع: وهي الاستراتيجيات التي يتم توظيفها في الخطاب لتدعيم الأيدولوجيات والأفكار التي يتبناها الخطاب فيما يقدمه من أطروحات.
- 4- سمات الخطاب: ويقصد بها سمات الخطاب من حيث الوضوح، والدقة، والشمولية، وغيرها من السمات الأخرى.
- 5- الأساليب الخطابية: ويقصد بها الأساليب التي اعتمد عليها منتج الخطاب للتأكيد على موضوع الأطروحة من التكرار، أو التعميم، أو التلميح، أو التوجيه، أو غيره من الأساليب التي تضمنها الخطاب اللغوي للمتحدث.

الدراسة الاستطلاعية:

تم إجراء دراسة استطلاعية على عينة من الجمهور العام قوامها (40) مفردة، مناصفة بين الذكور والإناث، وتم توزيع الاستبانة إلكترونياً قبل بداية شهر رمضان المبارك لعام 1443هـ؛ لتحديد البرنامج الديني الأكثر تفضيلاً لدى جمهور المشاهدين، وتم سؤال الباحثين عن البرنامج الأكثر تفضيلاً لديهم من بين برامج (اسأل مع دعاء المذاع على قناة النهار- لعلمهم يفقهون المذاع على dmc- الدنيا بخير المذاع على قناة الحياة- بيت دعاء المذاع على قناة تن- أحلى الكلام المذاع على قناة الشمس).

وقد أسفرت نتائج الدراسة الاستطلاعية تصدر برنامج (لعلمهم يفقهون) كما يتضح من بيانات الجدول التالي:

جدول (1)

نتائج الدراسة الاستطلاعية

البرنامج	التكرار	%
لعلمهم يفقهون	19	47.5%
اسأل مع دعاء	7	17.5%
الدنيا بخير	6	15%
بيت دعاء	6	15%
أحلى الكلام	2	5%
المجموع	40	100%

برنامج (لعلمهم يفقهون):

هو برنامج ديني اجتماعي يذاع من السبت إلى الخميس يقدمه الشيخ خالد الجندي والشيخ رمضان عبد المعز بأسلوب عصري يركز على تجديد الخطاب الديني، ويهدف إلى الارتقاء بوعي المسلمين، يذاع يومياً الساعة الخامسة عصراً في غير رمضان، وفي رمضان أُذيع في تمام الساعة الثالثة والنصف عصراً، وكانت تعاد إذاعته في تمام الخامسة صباحاً، تقاسم الشيخان حلقات الشهر الكريم، انفرد الشيخ رمضان عبد المعز بتقديم معظم حلقات النصف الأول من الشهر الكريم، بينما انفرد الشيخ خالد الجندي بتقديم معظم حلقات النصف الثاني من شهر رمضان المبارك.

العينة الزمنية للدراسة:

تم اختيار شهر رمضان المبارك لعام 1443 هـ كعينة زمنية لتحليل خطاب برنامج (لعلهم يفقهون) المذاع على قناة (dmc) خلال الشهر الكريم، وترجع الباحثة اختيار هذه الفترة الزمنية كعينة للتحليل إلى روحانيات الشهر الكريم، وإقبال جماهير المشاهدين خلاله على مشاهدة البرامج الدينية بشكل يفوق غيره من شهور العام؛ خاصة خلال ساعات الصيام التي يحاول فيها المسلم أن يجرد روحه من ماديات الحياة، وانشغاله بأمورها ومشاكلها اليومية والتوجه فيها إلى الله؛ من خلال البحث عن الرسائل الإعلامية الدينية التي تقدمها الفضائيات المختلفة في شهر رمضان المبارك والتي من شأنها إرشاد الإنسان المسلم إلى الأفعال والطاعات التي تزيد من قربه من الله تعالى، والتي تسهم في صفاء نفسه وروحه في أيام وليالي هذا الشهر الكريم؛ فيكون من الفائزين في هذه المنحة الربانية لمضاعفة الحسنات، والذي تفتح فيه أبواب الجنة وتغلق فيه أبواب النار.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على أداة تحليل الخطاب الإعلامي لجمع بيانات الدراسة الحالية، وذلك لأن تحليل الخطاب كمدخل كلاسيكي يعد أكثر وضوحاً من تحليل المضمون⁽²⁵⁾، وذلك عن طريق تقديم وصف ظاهري لطبيعة الأطروحات التي تم تقديمها في البرنامج طوال فترة التحليل، مع الإشارة إلى مسارات البرهنة التي استخدمت في التدليل على الأطروحات المقدمة، وكذا الأساليب الإقناعية التي تم توظيفها في الخطاب لإقناع المتلقي والتأثير في إدراكه، والأساليب الخطابية التي تضمنها الخطاب اللغوي للمتحدث.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

- 1- الخطاب الإعلامي: ويقصد به تحليل الأطروحات الرئيسية الواردة في الرسائل الإعلامية التي يقدمها برنامج (لعلمهم يفقهون)؛ للتعرف على طبيعة تلك الأطروحات، والقوى الفاعلة الواردة في الخطاب، وكذا مسارات البرهنة، والأساليب والاستراتيجيات الإقناعية الموظفة من خلاله.
- 2- البرامج الدينية: ويقصد بها البرامج الدينية اليومية المذاعة على القنوات الفضائية المصرية الخاصة.

المدخل النظري للدراسة:

• تحليل الخطاب:

اختلف الباحثون فيما بينهم حول الطبيعة المعرفية للخطاب هل هو نظرية؟ أم منهج؟ أم أداة في التحليل؟ حيث استخدمه بعض الباحثين على أنه نظرية للتفسير، بينما استخدمه آخرون باعتباره منهجاً في التحليل⁽²⁶⁾، وعلى الرغم من ذلك يعد تحليل الخطاب من أنسب الأدوات المستخدمة لدراسة وتحليل أطر وبناء مضمون الرسالة الاتصالية في إطار الدراسات المختلفة، إذ أنه يوفر بنية أساسية لتحليل المعاني المستخدمة في تغطية المواد والمضامين الاتصالية المختلفة⁽²⁷⁾؛ لذا فإن تحليل الخطاب صدى كبيراً في الدراسات الإعلامية خاصة في مجال تحليل النصوص والرسائل الإعلامية؛ لأنه يهتم بدراسة السياق والبنية الكلية التي تعكس آثارها على إدراك أطراف العملية الإعلامية، ومن ثم النصوص والخطاب الإعلامي⁽²⁸⁾.

يعرف الخطاب الإعلامي بتعريفات متعددة؛ منها: تعريفه على أنه مجموعة من الصور الذهنية التي يحرص صانع الرسالة الإعلامية على تضمينها وفقاً لتفضيلاته اللغوية، وتجربته الإدراكية التي يقيس من خلالها الحديث؛ وذلك بقصد التأثير في مجريات الأحداث وسياقها من خلال مرشحات الرؤية الخاصة التي تفرض حضورها في شكل عبارات ومفردات وصور⁽²⁹⁾.

خصائص الخطاب الإعلامي وسماته:

يمكن تحديد خصائص الخطاب الإعلامي في كونه وحدة لغوية أشمل من الجملة، فالخطاب تركيب من الجمل المنطوقة طبقاً لنسق مخصوص من التأليف، كما يتسم الخطاب بكون مصدره فردياً وهدفه الإفهام والتأثير؛ وذلك لكونه نتاجاً بلفظة الفرد يهدف من ورائه إلى إيصال رسالة واضحة ومؤثرة في المتلقي.

كما أن المفردات اللغوية للخطاب الإعلامي تتضمن نوعين من المعاني؛ أولهما الدلالي أي المعنى الذي يلقي اهتماماً اجتماعياً وفهماً لدى أغلبية الجمهور، وثانيهما المعنى الضمني، وهو المعنى الاصطلاحي الذي توحى به المفردة بالإضافة إلى المعنى الأصلي لها (30).

كما يتسم تحليل الخطاب الإعلامي بسمات متعددة؛ منها: الشمولية، والدقة، والواقعية الموضوعية، ووضوح الهدف، واستعمال اللغة والأسلوب الراقي، وكذا الاختصار (31).

أدوات تحليل الخطاب الإعلامي:

يتمثل تحليل الخطاب في الأدوات التالية:

- 1- تحليل الأطروحة: يعتمد أي نص على مجموعة من الأطروحات والبراهين التي تتكامل مع بعضها البعض لتحقيق هدف بعينه سواء تم إعلانه أو لا، وعادة ما ترتبط هذه الأطروحة بسياق معين، ويشترط فيها أن يكون لها دور في بناء المنطق الداخلي للنص وتحقق أهدافه (32).
 - 2- تحليل القوى الفاعلة: وتعد من أهم أدوات تحليل الخطاب؛ لأنها تبرز الأطراف الفاعلة فيه، وتزداد أهميتها في الدراسات المقارنة أو وجود أكثر من قائم بالاتصال للمقارنة بين الأطراف الفاعلة (33).
 - 3- تحليل مسارات البرهنة: وتعتبر أحد الأساليب التي يعتمد عليها لتحديد الحجج والبراهين التي يعتمد عليها القائم بالاتصال؛ لإثبات وتدعيم الأطروحات التي يتضمنها الخطاب والتي تتخذ أساساً للحكم على اتجاهات هذا الخطاب (34).
 - 4- تحليل استراتيجيات الإقناع: ويقصد بها تحليل الأساليب الإقناعية التي تم توظيفها من خلال الخطاب؛ لتوجيه جمهور المتلقين لاتجاهات تتفق مع الأهداف التي يسعى الخطاب لتحقيقها.
 - 5- تحليل السياق: وهي أداة تعتمد على وجود منطلقات فكرية متباينة تشكل قاعدة لانطلاق الخطابات المختلفة وأطروحاتها المتنوعة، كما تمثل هذه الأداة الإطار المرجعي الذي يستند إليه الخطاب في مواقفه (35).
- هذا وقد اتخذت الباحثة مدخل تحليل الخطاب الإعلامي كمدخل نظري للدراسة الحالية، وتم توظيفه من خلال القيام بتحليل الخطاب الإعلامي الذي تقدمه البرامج الدينية من خلال تحليل الخطاب المقدم في برنامج (لعلهم يفقهون) نموذجاً؛ وذلك بالاعتماد على أدوات مسارات البرهنة، وأساليب واستمالات الإقناع، وكذا

الأساليب الخطابية ومستوى الأداء اللغوي للمتحدث من حيث استخدامه لهجة الفصحى، أو العامية، أو استخدام مصطلحات غير عربية، أو عبارات غير لائقة في حديثه.

مناقشة نتائج الدراسة:

تعرض الباحثة نتائج الدراسة الحالية على النحو التالي:

نظراً لاختيار شهر رمضان المبارك لعام 1443هـ كعينة زمنية للتحليل؛ فقد رصدت الباحثة تمحور جميع الحلقات عينة الدراسة حول أربع أطروحات رئيسة تمثلت في (استقبال الشهر الكريم، ونصر الله لعباده المؤمنين، ومستجدات الأحداث اليومية، واغتمام العشر الأواخر والفوز بليلة القدر)، وتم تناول الأطروحات الأربع على النحو التالي:

1- أطروحة استقبال الشهر الكريم:

رصدت الباحثة في خطاب حلقات برنامج (لعلمهم يفقهون) المقدمة خلال أوائل شهر رمضان المبارك لعام 1443هـ، تبني أطروحة استقبال الشهر المبارك بصدق النية الخالصة لوجه الله تعالى، وتصفية القلوب من الحقد والغل والحسد وسائر أمراض القلوب، وكذا إرشاد جماهير المشاهدين إلى الأفعال والطاعات التي تزيد من قربهم من الله تعالى، والتي تسهم في صفاء النفس والروح في أيام وليالي هذا الشهر الكريم؛ للفوز بهذه المنحة الربانية لمضاعفة الحسنات، وتعظيم الإفادة من أيام شهر رمضان الكريم الذي تفتح فيه أبواب الجنة وتغلق فيه أبواب النار.

وقد برز بداية هذا الطرح في حلقة 2 أبريل 2022 حيث ورد على لسان المتحدث (الشيخ رمضان عبد المعز) قائلاً: (ركز معاً عشان هقولك إرشادات ونصائح تبدأ بها شهر رمضان) وحددها في أربع نصائح تحددت في: طلب المعونة من الله، الإخلاص، عدم اتباع أصحاب الشهوات، الإسراع إلى فعل الطاعات، ثم تم تدعيم هذا الطرح في الحلقات التي تلت هذه الحلقة بتحديد عدد من الطاعات بعينها في عدد من الحلقات؛ وذلك ببيان فضل كل طاعة، والحث على الإسراع بفعلها في هذا الشهر، واغتمام فضلها وثوابها على النحو الذي بينه الله تعالى ورسوله الكريم صلى الله عليه وسلم في القرآن الكريم والسنة النبوية، ففي حلقة 4 أبريل 2022 وتحت عنوان (فاستبقوا الخيرات) تم كتابته على الشاشة كعنوان للحلقة دعا الشيخ رمضان عبد المعز إلى الإسراع إلى فعل عموم الخيرات، وعدّد ونوع بين الطاعات المتعددة التي يمكن فعلها

في هذا الشهر الكريم، وأكد بالحديث على أهمية وفضل الصوم، وفضل الصدقات، والجزاء الذي أعده الله لمن يمشي في قضاء حوائج الناس.

كذلك فقد أكد المتحدث على دعم هذه الأطروحة من خلال بيان فضل بعض الطاعات والدعوة إلى أوجه البر المختلفة بشكل منفرد، فاستعرض المتحدث في حلقة 5 أبريل جماهير المشاهدين مظاهر معنى رحمة الله للعبد في الدنيا والآخرة مستهلاً حديثه بقوله: (رمضان شهر الرحمة) وأهمية الدخول على الله لنيل رحمته بالرسول صلى الله عليه وسلم من خلال التمسك بصلوات النوافل السابقة واللاحقة لصلوات الفرض، كما نوه على أهم الأعمال التي تكون سبباً في رحمة الله لعباده، ثم انتقل للحديث عن أهمية تحلي العبد بصفة الرحمة بغيره من عباد الله، وأن يكون المسلم من الراحمين مدعماً أطروحته بقول النبي صلى الله عليه وسلم: "الراحمون يرحمهم الرحمن ارحموا من في الأرض يرحمكم من في السماء" (36).

وفي حلقة 6 أبريل 2022، حثَّ المتحدث في خطابه داخل الحلقة على كثرة الاستغفار في شهر المغفرة، موضحاً أن الاستغفار سبب للنجاة من أهوال يوم القيامة، وبين فضل الاستغفار وجزاء المستغفرين عند الله، كما حث على التحلي بمكارم الأخلاق في حلقة 7 أبريل 2022 موضحاً أهمية حسن الخلق وفضله، حيث إنه يكون سبباً للقرب من الرسول صلى الله عليه وسلم في الجنة، معللاً تناول ذلك في الحلقة قائلاً: (رمضان شهر القيم وتزكية النفوس)، كما وضع المتحدث في حلقة 8 أبريل 2022 أنه من أفضل الأعمال لاستقبال شهر رمضان والاستمرار فيها طيلة الشهر الكريم وبعده هو الصلاة على الرسول (صلى الله عليه وسلم) مكرراً طوال الحلقة قائلاً: (كل عمل بين الرد والقبول إلا الصلاة على الرسول) في تأكيد على فضل الصلاة على الرسول الكريم في كونها سبباً لقبول الأعمال الأخرى، وخصَّ منها الدعاء خاصة في شهر رمضان المبارك الذي تفتح فيه أبواب السماء لقبول الدعاء.

وهنا تجدر الإشارة إلى أنه على الرغم من وضوح هدف المتحدث في بداية كل حلقة من الحلقات السابق الإشارة إليها من التأكيد على فضل أنواع متعددة من الأعمال الصالحة لتحفيز الجمهور على الاستمرار عليها خلال الشهر الكريم؛ إلا أن الباحثة قد رصدت في بعض الحلقات خروجاً غير مبرر من المتحدث عن سياق الفكرة التي يطرحها عن فضل عبادة أو مجموعة من العبادات الصالحة، فنجد المتحدث (الشيخ رمضان عبد المعز) في حلقة 4 أبريل 2022 وفي سياق الحديث عن فضل الاستباق إلى أنواع الخيرات في بداية شهر رمضان المبارك، قام بالاستشهاد بقول الرسول صلى الله عليه

وسلم (ألا أدلك على أبواب الخير)⁽³⁷⁾ وشرع في شرح الحديث إلا أنه استفاض في شرح لفظ (ألا)، وفي سياق شرحها المطول خرج تماماً عن الفكرة بضرب مثل افتراضي لشرح (إلا) مثل قول: (ألا تحبني؟) فيجيب الرجل بلى، واستطرد في ذلك متطرقاً إلى أهمية أن نحب بعضنا بعضاً، وأن الله ينادي يوم القيامة أين المتحابون في جلالتي؟، واستطرد أيضاً قائلاً: (أبوة أمال ..؟ ما احنا لازم نحب بعض ...)، وأطال في هذا السياق مستشهداً بآية أخرى لشرح كلمة (ألا) وهي قوله تعالى (أليس الله بكاف عبده)، وتبعها بعدد من الأمثلة الأخرى، وكل مثل يتفرع منه إلى أفكار اعتراضية ترد ارتجالياً إلى ذهنه حتى بعد عن الفكرة الأساسية وهي شرح أبواب الخير التي يدلنا عليها النبي صلى الله عليه وسلم؛ مما جعله يعود بعد ذلك منبهاً ومنوهاً عن الفكرة الأصلية التي كان يتحدث عنها قائلاً: (إحنا كنا بنتكلم في إيه؟ ... كنا بتكلم عن أبواب الخير....)، منوهاً عن الرجوع إلى هذه الفكرة بعد الفاصل، وترى الباحثة أن أهمية التركيز على التأكيد على الأطروحة المقدمة يفوق بشكل أو بآخر التفرع عنها بمعلومات إضافية خارجة عن الموضوع قد تصرف انتباه المتلقي عن إدراك الأطروحة المقدمة؛ مما يجعلها أكثر وأعرق تأثيراً فيه.

ومن هذا يتضح رغبة المتحدث في تهيئة المتلقي لاستقبال الشهر الكريم، وإرشاده إلى أنواع الأعمال والطاعات التي يمكن أن يستقبل بها الشهر الكريم، وحثه على الاستمرار على هذه الطاعات طوال الشهر وبعده من خلال إبراز فضل كل عمل، والجزاء الكبير الذي أعده الله تعالى لفاعلي هذه الأعمال الصالحة الطيبة خاصة في الشهر الذي تتضاعف فيه الحسنات، فضلاً من الله ومنحة لعباده في هذا الشهر المبارك، وبذلك يمكن القول إن الخطاب في هذا السياق اتسم بالرغبة في تحديد هدف محدد أعد له أفكار وأطروحات متعددة لتحقيقه في سياق الأطروحة الرئيسية، من خلال إعداد كامل لهذه الأفكار وتقديمها وطرحها في الحلقات الأولى من الشهر الكريم، وتجد الباحثة أن القائم بالاتصال قد وفق في توظيف هذه الأطروحة في بداية حلقات الشهر الكريم كمدخل يستهدف تحفيز جمهور المشاهدين على الإقبال على مختلف الطاعات والعمال الصالحة؛ حتى يكون ذلك مدخلاً لعدم التفريط في الفرصة والمنحة الإلهية التي يمنحها الله لعباده، من خلال التأكيد على عدم تفويته وخسارتها من بداية الشهر، وهو ما وفق المتحدث في إبرازه والتأكيد عليه خلال هذه الأطروحة.

• مسارات البرهنة المستخدمة في الأطروحة:

حرص منتج الخطاب في تقديمه لأطروحة استقبال الشهر الكريم على التوازن في الاعتماد على مسارات البرهنة بين المسارات المنطقية والوجدانية على السواء، حيث اعتمد في التدليل على الأطروحة على المسارات المنطقية والوجدانية على السواء، فنجد المتحدث اعتمد في خطابه خلال هذا الطرح على مسارات البرهنة المنطقية، والتي تصدّر فيها الاستشهاد بالشواهد والأدلة النقلية من كتاب الله تعالى والسنة النبوية الشريفة، والأحداث والوقائع السابقة في عهد النبي صلى الله عليه وسلم والصحابة الكرام على سائر مسارات البرهنة المنطقية الأخرى؛ وذلك في كافة الحلقات التي تم تقديم أطروحة استقبال الشهر الكريم من خلالها، حيث دُلَّ المتحدث في خطابه على أهمية استقبال الشهر بالاستعداد البدني والنفسي لعمل الطاعات والأعمال الصالحة التي يتقرب بها العبد لربه في هذه الشهر الكريم، وذلك بالاستشهاد بالعديد من الآيات الكريمة والأحاديث النبوية الشريفة، وكذا الوقائع والأحداث السابقة في عهد الصحابة والخلفاء الراشدين، وقد رصدت الباحثة في نتائج تحليل الخطاب عدم ورود أية استشهادات بأرقام، أو بيانات، أو إحصاءات، أو شمولية عرض وتفنيدي لوجهات النظر المختلفة حول الأطروحة المقدمة، أو غيرها من المسارات المنطقية الأخرى، وهو ما قد يرجع إلى طبيعة هذه الأطروحة، حيث إن استقبال الشهر الكريم وطرح العبادات والطاعات المختلفة التي يدعوا منتج الخطاب المتلقين إلى استقبال الشهر بها، وبيان فضل كل عبادة لا يحتاج إلى أرقام وبيانات للتدليل عليه، كما أنه لم يطرح من خلال ذلك وجهات نظر مختلفة تستدعي مناقشة وعرض أسانيدها وحججها.

كذلك اعتمد أيضاً منتج الخطاب على مسارات وجدانية تنوعت بين البرهنة الدفاعية والبرهنة الإرشادية، وتبين من نتائج تحليل الخطاب تصدر البرهنة الدفاعية في سياق خطابه للجمهور حول العبادات والطاعات التي نستقبل بها الشهر الكريم، ودعوة جمهور المشاهدين إلى استهلال رمضان بأنواع متعددة من الطاعات والأعمال الصالحة، وبرز الاعتماد على هذا النوع من مسارات البرهنة الوجدانية لدعم وتأييد هذا الطرح في العديد من الحلقات، حيث تبنى خطاب المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز بيان أهمية استقبال شهر رمضان المبارك بحسن الخلق والدعوة إلى التحلي بمكارم الأخلاق، وأهمية الاستغفار من الذنوب، وبشرح وبيان الأنواع والصيغ المختلفة للاستغفار، ورصدت الباحثة ظهور البرهنة الدفاعية بشكل واضح في حلقة 8 أبريل 2022 في تبنيه للدعوة إلى

الصلاة على الرسول وإقرانها بالعبادات والطاعات المختلفة لضمان قبولها عند الله عز وجل.

كما رصدت الباحثة اعتماد المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز على البرهنة الإرشادية كأحد مسارات البرهنة في خطابه؛ للتدليل على أطروحة استقبال شهر رمضان مرة واحدة في حلقة 2 أبريل 2022 وهي أولى حلقات البرنامج في الشهر الكريم، حيث برز فيها سعي المتحدث إلى إرشاد الناس إلى طرق سبل تقوى الله في بداية رمضان، واستشهد بمختلف أنواع الدعاء التي تخص الاستعانة بالله على تقوى الله، وحدد مجموعة من الإرشادات المحددة بلغت أربعة إرشادات، والتي يستعين بها المسلم لتعينه على الانطلاق في الطاعة في بداية رمضان.

• استمالات الإقناع المستخدمة في الأطروحة:

تبين في نتائج تحليل الخطاب في الدراسة الحالية تفوق توظيف الاستمالات العاطفية على الاستمالات العقلية في سياق خطاب تحليل أطروحة استقبال الشهر الكريم بفارق ملحوظ، كإحدى أدوات إقناع المتلقين من جمهور المشاهدين والتأثير في وجدانهم وانفعالاتهم، حيث سعى المتحدث إلى استمالة المتلقي عاطفياً ووجدانياً لإثارة مشاعره الإيمانية؛ وذلك من خلال استخدام أسلوب الترغيب الذي برز في تعديد وبيان فضل وثواب كل طاعة من الطاعات والأعمال الصالحة التي ذكرها الخطاب خلال هذه الأطروحة؛ لتشجيع وحث المتلقي على الإسراع في فعلها خلال الشهر الكريم خاصة بعد ما بين الثواب والجزاء المضاعف الذي أعده الله لمن يفعل هذه الطاعات في شهر رمضان بشكل خاص، ودلّ المتحدث على ذلك في خطابه بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة وبعض مواقف من سير الصحابة رضوان الله عليهم والتابعين، فنجد - على سبيل المثال لا الحصر - في حلقة 8 أبريل استطراد منتج الخطاب في ترغيب المتلقين من جماهير المشاهدين في الإكثار من الصلاة على الرسول صلى الله عليه وسلم؛ خاصة أن الحلقة وافقت الجمعة الأولى من الشهر الفضيل، وبين أن الصلاة على الرسول صلى الله عليه وسلم إنما هي بداية امتثال لأمر من أوامر الله تعالى المباشرة في القرآن الكريم، حيث قال تعالى: "إن الله وملائكته يصلون على النبي يا أيها الذين آمنوا صلوا عليه وسلموا تسليماً" (38) ثم بين المتحدث الثواب العظيم الذي أعده الله لهذه العبادة معتمداً في ذلك على أسلوب الترغيب بشكل كبير؛ حيث عدد أشكال هذا الثواب من محو السيئات وزيادة الحسنات، وبين أنها من أسباب قبول الدعاء بالاستفتاح الدعاء بها واختتامه بها، كما استخدم كذلك أسلوب التخويف بإنذار كل متحدث بضرورة الصلاة

على الرسول صلى الله عليه وسلم عند كل مجلس ليكون أماناً له من أي ذنب تخلل هذا المجلس، كذلك في حلقة 7 أبريل اعتمد منتج الخطاب على أسلوب الترغيب في دعوة الناس إلى استقبال رمضان بالتحلي بمكارم الأخلاق قائلًا: (إن صاحب الأخلاق الحسنة هو أوسع الناس رزقاً، وأن مكانه في الآخرة بيتاً كبيراً في أعلى الجنة لمن حسن خلقه، وأن أقرب الناس منزلة من الرسول صلى الله عليه وسلم يوم القيامة أحسنهم خلقاً)، كما استخدم الترغيب في حلقة 6 أبريل في حث المتلقين على استقبال الشهر الكريم بكثرة الاستغفار، معدداً في فضل الاستغفار قائلًا: (فوائد الاستغفار عظيمة... فهي سبب في النجاة من أهوال يوم القيامة.. لعلمك هتلاقي في الاستغفار كل حاجة حلوة... هتلاقي الحب.. هتلاقي المعونة... هتلاقي التثبيت... الاستغفار سبب لاستقبال الصحف بيميننا يوم تتطاير الصحف... الاستغفار أرفع العبادات وسبب من أسباب القرب من الله)، وكذلك في حلقة 5 أبريل حيث اعتمد المتحدث على أسلوب الترغيب وإثارة المشاعر في خطابه عن أطروحة استقبال رمضان شهر الرحمة بالتراحم بين العباد، حيث حدد أن التراحم بين العباد سبب في الحصول على رضا الله، ودل على ذلك بأدلة من الكتاب والسنة، كما استخدم أسلوب إثارة المشاعر بسرد عدة مشاهد من حياة النبي صلى الله عليه وسلم تجسد رحمته بأتمه من المسلمين، وأنه الرحمة المهداة، أهمها موقفه من أمته يوم القيامة وشفاعته لها ومستشهداً بقوله تعالى: "وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين" (39).

كذلك ظهر الاعتماد على الاستمالات العقلية في طرح أطروحة استقبال الشهر أيضاً بشكل أقل من الاعتماد على الاستمالات العاطفية، وقد تصدر أسلوب (مخاطبة العقل) مقدمة الاستمالات العقلية التي ظهرت في خطاب هذه الأطروحة، يليه في المرتبة الثانية أسلوب (بناء المقدمات على النتائج)، حيث ظهر استخدام أسلوب مخاطبة العقل في معظم الحلقات التي قدمت من خلالها الأطروحة، منها على سبيل المثال في حلقة 6 أبريل على لسان المتحدث قائلًا عن الكافرين: (تعالوا نشوف بالعقل كدة... الكافرين قالوا إيه لربنا؟... قالوا لو كان هذا هو الحق من عندك فأمطر علينا حجارة من السماء أو آتتنا بعذاب أليم.. لكن ده كان منا في للعقل لأن العقل يقولوا إيه؟؟؟؟... يقولوا لو كان هذا هو الحق فاهدنا... مش كدة ولا إيه؟؟؟!! لكن هم قالوا لو حق أمطر علينا حجارة من السماء)، ومنها أيضاً حلقة 7 أبريل قائلًا عن سبب تمسكنا في استقبال رمضان بالقيم: (إحنا ليه بنلاقي في رمضان بالذات قيم أكثر بتظهر على الناس! لأن الأخلاق أساسا هي سبب بعثة النبي صلى الله عليه وسلم لأن النبي قال إيه؟... قال: "إنما بعثت لأتمم

مكارم الأخلاق" يبقى لازم نتمسك بمكارم الأخلاق في رمضان لننال القرب من النبي صلى الله عليه وسلم في الجنة). كما رصدت الباحثة الاعتماد على أسلوب (بناء المقدمات على النتائج) مرة واحدة فقط كإحدى الاستمالات الإقناعية المستخدمة في خطاب المتحدث لهذه الأطروحة في حلقة 4 أبريل؛ من خلال التأكيد على أن ما سنفعله ونقدمه في الدنيا لأنفسنا سنجده يوم القيامة عند الله خير وأعظم أجراً يقيناً قائلًا: (من يعمل منا خير فهو لأنفسنا وسنجد نتيجته إحصاء الله له يوم القيامة ثم المكافأة عليه واستشهد بالآيات الكريمة قائلًا: "فمن يعمل مثقال ذرة خيراً يره" (40)، "وما تقدموا لأنفسكم من خير تجدوه عند الله" (41)، "من جاء بالحسنة فله عشر أمثالها" (42).

وبذلك يتبين من نتائج التحليل أن الاستمالات الإقناعية العاطفية كانت الأكثر استخداماً من قبل المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز في تقديم أطروحة استقبال الشهر الكريم، كما كان أسلوب الترغيب هو الأكثر استخداماً من أسلوب التخييف وإثارة مشاعر المحبة وترفيق القلوب؛ من أجل إقناع المتلقي وإثارة انفعالاته العاطفية والوجدانية نحو الأطروحة التي يقدمها الخطاب.

• الأساليب الخطابية لمنتج الخطاب:

تشير نتائج تحليل الخطاب إلى أن خطاب المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز والذي قَدِم سبع حلقات متتالية من إجمالي ثماني حلقات تم تقديم أطروحة استقبال الشهر الكريم من خلالها، قد اتسم بالهدوء بشكل عام في حديثه وابتسامة دائمة لا تفارقه، واعتمد على أسلوب لغوي بسيط وواضح جمع فيه من الفصحى البسيطة واللهجة العامية، خاصة في تبسيط مثل من الأمثال التي يضربها من أجل التقريب والفهم، وهنا تجدر الإشارة إلى أن الباحثة قد لاحظت استخدام المتحدث لبعض المفردات الإنجليزية في حديثه دون مبرر لذلك على الإطلاق، منها على سبيل المثال استخدامه لمصطلح (for free) في حديثه في حلقة 4 أبريل عن تطبيقات الموبايل، كما اتسم أسلوب خطاب المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز (بلازمة) خاصة به وهي التوقف للضحك بصوت مسموع خلال الحديث دون مبرر واضح لهذا الضحك، ولكن تكرارها بشكل ملفت للنظر يؤكد أنها لازمة اقترن بها خطاب المتحدث طيلة تقديم الأطروحة، كما اتسم الأسلوب اللغوي للمتحدث كذلك بالمداعبات المستمرة لجذب انتباه المتلقي لحديثه، ولكن لم ترصد الباحثة استخدام المتحدث في هذا السياق لألفاظ غير لائقة على الإطلاق.

كذلك فقد تبين من نتائج تحليل الخطاب في الدراسة الحالية تنوع الأساليب الخطابية التي استخدمها منتج الخطاب في تقديمه لأطروحة (استقبال الشهر الكريم)

بين (التكرار، التنويع، التعميم، التوجيه، القدوة والنموذج، التلميح، المبالغة)، ورصدت الباحثة تفوق استخدام أسلوب التكرار في تقديم هذه الأطروحة ليأتي في المرتبة الأولى متفوقاً على غيره من الأساليب الأخرى، وكان استخدامه في حلقة 2 أبريل هو الأبرز خلال هذا الخطاب، حيث عمد المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز إلى تكرار الحديث عن إرشادات ونصائح استقبال شهر رمضان في ستة مواضع خلال الحلقة بشكل يصل إلى حد الملل، خاصة عند نهاية وبداية كل جميع فواصل الحلقة، كذلك في حلقة 8 أبريل حيث بلغ عدد تكرار جملة (كل عمل بين الرد والقبول إلا الصلاة على الرسول) سبع مرات في تكرار يصل إلى حد الملل، ولاحظت الباحثة جمع المتحدث بين أسلوب التكرار والنموذج والقدوة؛ فعلى سبيل المثال في حلقة 7 أبريل، حيث كرر حديث الرسول صلى الله عليه وسلم أكثر من خمس مرات في التأكيد على أهمية حسن الخلق "أحب الناس إلي وأقربكم منزلة مني يوم القيامة أحسنكم أخلاقاً"، وقد تحرت الباحثة عن هذا الحديث فوجدته في صيغة أخرى لم ينوه عنها المتحدث بل أكد على نص الحديث هو ما ذكره والصيغة الصحيحة للحديث هي قوله (ﷺ) "إن أحبكم إلي وأقربكم مني مجلساً يوم القيامة أحسنكم أخلاقاً، وفي رواية أحسنكم أخلاقاً" (43)، ثم جاء في المرتبة الثانية أسلوب (التوجيه) الذي برز استخدامه في حلقة 5 أبريل، حيث ظهر توجيه المتحدث للمتحدثين في أكثر من موضع أبرزهم قوله: (عايز تبقى من السعداء لابد أن تكون من الراحمين)، وقول المتحدث أيضاً: (أقبلوا أيها الناس على الله بكثرة ذكر الرسول وحب ما كان يحب صلوات الله وسلامه عليه وكره ما كان يكره)، يليه في المرتبة الثالثة استخدام أسلوب القدوة والنموذج وقصد المتحدث في خطابه اتخاذ النبي صلى الله عليه وسلم قدوة ونموذجاً في أفعاله، وبرز ذلك في حلقة 4 أبريل مقدماً كرم الرسول وحبه لأداء الصدقة، وأنه كان أجود بالخير من الريح المرسلة كقدوة ونموذج يجب الاقتداء به في هذا الشأن.

كذلك ظهرت أساليب (التنويع والتعميم والتلميح) في عدة مواضع في خطاب المتحدث خلال هذه الأطروحة، ففي حلقة 4 أبريل جمع بين تقديم النموذج والقدوة وبين التعميم عندما عمم المتحدث قائلاً: (كل أنواع الصدقات ليست لنا وليست لله) في إشارة إلى أنها هي نفع للإنسان، وليست لله عز وجل، كذلك حلقة 8 أبريل التي برز في خطاب المتحدث من خلالها تعميم عدم اليقين والتأكد التام من قبول جميع الأعمال باستثناء الصلاة على الرسول صلى الله عليه وسلم من مقولته التي كان يرددها باستمرار طوال الحلقة (كل عمل بين الرضا والقبول إلا الصلاة على الرسول).

2- أطروحة نصر الله لعباده المؤمنين:

حرص القائم بالاتصال على تناول أطروحة (نصر الله لعباده المؤمنين) في كل زمان ومكان، وذلك بسبب مزامنة بعض الفتوحات والمعارك في صدر الإسلام وفي العصر الحديث في العشر الثانية من شهر رمضان، حيث وقعت غزوة بدر في 17 رمضان سنة 2 هـ، وفتح مكة في 20 رمضان سنة 8 هـ، والعاشر من رمضان عام 1393هـ، مؤكداً على أن ثقة المؤمنين في ربهم وحسن ظنهم في الله هي مفتاح النصر حتى في أشد الأوقات صعوبة ويأساً، وقد برز هذا الطرح في عدة حلقات تبني خلالها المتحدث التأكيد على أن الله أيد المؤمنين بنصره في مواطن كثيرة كان أهمها غزوة بدر، وفتح مكة، ونصر العاشر من رمضان، واتضح ذلك جلياً في الحلقات من 16 أبريل إلى 19 أبريل على التوالي؛ حيث أكد المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز أطروحة تأييد الله للمؤمنين بالنصر من خلال استعراض الفتوحات الثلاثة السابق ذكرها، فاستعرض في حلقة 16 أبريل 2022 انتصارات المسلمين في رمضان على مر العصور، مؤكداً على أهمية نصر الله للإنسان في مواطن ضعفه ويأسه وشدته، وكذا أهمية أن يكون الإنسان في عناية ومعية ربه قائلاً: (يا أيها الإنسان بالله عليك ما يقلقك في هذه الحياة إذا كنت في عناية الله ومطئن به؟...)، وقد رصدت الباحثة في هذه الحلقة أن المتحدث حين سعى لتأييد ودعم الفكرة بقصة ذهاب نبي الله موسى وأخيه هارون عليهما السلام إلى فرعون ووصف حالهما من الخوف من بطشه وقوته، وكيف أيدهما الله بنصر من عنده وطمأنهما بوجودهما في معيته ليذهبا إليه مطمئنين، مستشهداً بالآية الكريمة "فقولا له قولاً لنا لعله يتذكر أو يخشى" (44)، استغرق في شرح كلمة (لينا) في الآية الكريمة وأدى هذا الاستغراق (الذي استمر قرابة العشر دقائق كاملة من مدة الحلقة التي بلغت 33.10 دقيقة) إلى الخروج التام من سياق الفكرة التي يطرحها وهي (نصر الله والاطمئنان به)، وهو ما تراه الباحثة من شأنه أن يشتت المتلقي كذلك عن الإدراك الفعلي للفكرة الأصلية التي تم طرحها في الحلقة.

وفي حلقة 17 أبريل استطرد المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز في التأكيد على أن المدد من عند الله، مستشهداً بقوله تعالى "هو الذي أيدك بنصره وبالمؤمنين" (45)، وأكد قائلاً: (النهاردة إن شاء الله سأطوف بحضراتكم في موضوع النصر)، وربط بينها وبين الحلقة السابقة قائلاً: (بالأمس علمنا أن النصر ده بيبقى من عند ربنا لأن الله تعالى قال في كتابه "ولينصرن الله من ينصره" (46) مشيراً إلى حوار نبي الله موسى عليه السلام مع فرعون الذي تحدث عنه في حلقة 16 أبريل، ثم أكد على أن هذه الحلقة

سيؤكد فيها على الوقوف على أسباب النصر، وكيف يمكن للعبد أن يفوز بنصر من عند الله، وبدأ بأن الإيمان أول أسباب الفوز بنصر الله واستشهد بقوله تعالى "إذ يوحى ربك إلى الملائكة أني معكم فثبتوا للذين آمنوا سألقي في قلوب الذين كفروا الرعب" (47)، ودعم المتحدث هذه الفكرة بأن الإنسان قد يكره ما قد يكون سببا في الخير له، كما قد يحب ما قد يكون سببا في هلاكه، وأن ثقته في أن الله من يدبر أمره هي مخرجه ومنجاة من كل أذى.

كما سعى المتحدث (الشيخ رمضان عبد المعز) إلى تدعيم أطروحة النصر من عند الله في خطابه بشكل تفصيلي؛ فأفرد حلقة 18 أبريل 2022 للحديث عن غزوة بدر بشكل تفصيلي في تأكيد على الدعوة إلى الاطمئنان إلى تدبير الله، إلا أن الباحثة رصدت في هذه الحلقة عدم الترابط الواضح بين أفكار المتحدث؛ حتى أنها بدت نقاطاً منفصلة لا تسلسل لها ولا رابط يربط بين بعضها البعض، حيث خرج المتحدث من موضوع لآخر ومن فكرة لأخرى دون إكمال الأفكار التي يطرحها، ولا معرفة الرسالة المقصودة من طرحها، وبرز ذلك عندما بدأ الحديث بالاحتفال بنصر الله للمؤمنين في غزوة بدر ثم قال: (من اللقطات الجميلة جداً اللي بتعجبني على المستوى الشخصي يعني... مشهد من المشاهد كان الجيش الإسلامي خارج في عهد عمر بن الخطاب وكان قائد الجيش ساعته سعد بن أبي وقاص... ولمن لا يعلم يعني سعد ده النبي كان بيحبه جداً وكان يسعد لما يبشوفه وكان صلى الله عليه وسلم يقول "هذا خالي" كدة خلاص مش محتاجين نتكلم بعد الجملة دي لا ده مش بس كدة دا النبي دعا ربنا قال "اللهم استجب لسعد إذا دعاك" (48) يعني إيه الشخصية دي سبحانه يا رب، يبقى سعد بن أبي وقاص ده خال النبي، وكان شخص مستجاب الدعوة يعني يدعي الدعوة الدعاء يستجاب "اللهم استجب لسعد إذا دعاك"، خد المنحة الثالثة أو شهادة التقدير الثالثة ما جمع النبي صلى الله عليه وسلم أباه وأمه لأحد إلا لسعد يعني النبي ما قالش لحد فداك أبي وأمي إلا لسعد بن أبي وقاص وهو في قلب المعركة وسعد بقا بينشن فالنبي قال له "ارم سعد فداك أبي وأمي" (49) .. إيه رأيك بقا في الشخصية العظيمة دي؟... طب لو جيش خارج يقاتل في سبيل الله يصد بغي الباغين ما إحنا مش بنطلع نحارب الناس القرآن بيقول إيه "فمن اعتدى عليكم فاعتدوا عليه بمثل ما اعتدى عليكم" (50)، "وقاتلوا في سبيل الله الذين يقاتلونكم" (51) هو إحنا رايحين نحارب الناس كدة لا إحنا رايحين نحارب اللي عاوزين يحاربونا بس أحاربهم لحد فين لحد ما أخش أدمرهم مثلاً أيدهم إحنا بس بنرد الظلم عنا عشان بس يبقى ولادنا عارفين إيه فلسفة القتال يعني) استغرق هذا

الحديث الاعتراضي الذي أوقف فهم المتلقي للمشهد الذي أعجب المتحدث- كما أعرب من قبل- والذي يدلُّ به على نصر الله للمؤمنين مدة بلغت 7 دقائق كاملة، ثم عاد بعدها ليكمل قصة المشهد الذي أعجبه وحدث في زمن عمر، واستطرد في الحديث عن نصر الله للنبي والمؤمنين الصالحين، موضحاً أن سبب ذلك هو طاعة الله سبحانه وتعالى قائلًا: (إذا كنت عاوز ربنا ينصرك مش هينصرك بعضلاتك المفتولة.. إنت محتاجها بردو بس إنت محتاج تطيع ربنا سبحانه وتعالى)، ودعم هذا الطرح بالاستشهاد بقوله تعالى "إنا فتحنا لك فتحاً مبيناً ليغفر لك الله... الآية حتى قوله وينصرك الله نصراً عزيزاً" (52)، كما دعم هذا الطرح أيضاً بمقولة عمر بن الخطاب (نحن قوم قد أعزنا الله بالإسلام ولله العزة ولرسوله وللمؤمنين)، وأكد المتحدث على أهمية أن يجتمع مع كل ذلك الأخذ بالأسباب من الاستعداد بالقوة والعتاد، ثم رصدت الباحثة أن المتحدث أتبع ذلك كله بارتجال غير مترابط؛ حيث استغرق في الحديث عن تفاصيل وجمل منفصلة لا علاقة لها بموضوع الأطروحة التي يقدمها على الإطلاق، قائلًا عبارات مثل عبارة متقطعة يصمت بينها المتحدث، مثل عبارات (الطاعة بتجيب خير .. بتجيب رزق) في سياق لا يرتبط مع سياق الفكرة التي يطرحها على الإطلاق، وهنا ظهر عدم الاهتمام من قبل المتحدث بإعداد مسبق للأفكار التي يطرح من خلالها أطروحته يتسم بالترابط والتسلسل المنطقي؛ مما يكون أعمق تأثيراً في اتجاهات وإدراك المتلقين من جمهور المشاهدين، وهو ما تراه الباحثة ربما كان سبباً في عدم اكتمال الفكرة لدى المتلقين والتي تتعلق بواقعة سعد بن أبي وقاص التي قصها المتحدث في حال تجهيز الجيش في عهد عمر بن الخطاب، حيث اعترض الحديث عن الفكرة بتسلسل عناصرها مجموعة من الأفكار الفرعية التي تختلف فيما بينها من حيث القرب أو البعد من الفكرة الرئيسية.

كذلك في حلقة 19 أبريل 2022 برزت أطروحة نصر وتأييد الله لعباده المؤمنين من خلال سعي المتحدث (الشيخ رمضان عبد المعز) إلى التأكيد على فكرة استعجال الإنسان لنصر الله خاصة في أوقات الشدة؛ مما قد يؤثر سلباً في قوة إيمانه، وأن تأخير نصر الله قد يكون في كثير من الأحيان اختباراً لقوة هذا الإيمان، وقد يكون لحكمة ما يعلمها في أحيان أخرى، وعمل المتحدث على تدعيم هذه الفكرة من خلال سرده لثلاث وقائع اشتد الكرب فيها على أصحابها حتى أتاهم نصر الله من عنده، حيث استهل الحلقة بواقعة لصحابي يدعى الخباب بن الأرت قائلًا: (كان الخباب بن الأرت حدادا فلما أسلم لم يعجب أهل مكة إسلامه فأخذوه فحرقوه على الجمر حتى كان يسيل شحم جلده من حرارة الجمر، فذهب إلى النبي (صلى الله عليه وسلم) وقال له ألا تستصبر

لنا؟؟؟ فقال له النبي: "والله ليطمن الله هذا الأمر، ولكنكم قوم تستعجلون" (53)، ثم أوضح أن هذا الموقف كان سبب نزول قوله تعالى "أم حسبتم أن تدخلوا الجنة ولما يأتكم مثل الذين خلوا من قبلكم مستهم البأساء والضراء وزلزلوا حتى يقول الرسول والذين آمنوا معه متى نصر الله ألا إن نصر الله قريب" (54)، ثم انتقل إلى واقعة حادثة الإفك قائلاً: (أن تتهم سيدة الطهر بنت الصديق وعرض النبي الناس تتكلم فيه ده إفك ده مصيبة الموضوع)، ثم استشهد بإنصاف القرآن الكريم عندما قال الله في كتابه عن هذه الحادثة ومصدرها "إن الذين جاءوا بالإفك عصبة منكم" (55)، ولم يقل من غير المسلمين لينسب إليهم هذا الفعل الذميمة، وكيف وصف القرآن هذا الكرب العظيم الذي ألمّ بالنبي صلى الله عليه وسلم وبزوجته أم المؤمنين بأنه خير لهم فقال تعالى "لا تحسبوه شراً لكم بل هو خير لكم" إزاي يعني بعد كل اللي حصل ده دا المدينة اتزلزلت ده السيدة عائشة تركت بيت النبي وتوجهت لمنزل أبيها ده النبي كان حزين أوي... وبعدين تقولي كان خير إزاي يعني سبحان الله)، ثم انتقل قائلاً: (عشان كدة في حاجات في حياة حضرتك أنت زعلان ومتأكد بسببها لا اصبر) وهنا كان الأولى بالمتحدث أن يتم معلومة بدأها للمتلقى مستخدماً أسلوب التشويق؛ من أجل الترغيب في معرفتها، وأن يوضح كيف كانت هذه الحادثة خيراً للمؤمنين، ولكنه بدلاً عن ذلك انتقل إلى فكرة فرعية أخرى، حيث أشار إلى أن المؤمن قد يظن الخير شراً والعكس، وأن هذا الشر الذي يظنه قد يكون سبب نصر الله له، ثم استطرد الحديث منتقلاً إلى أطروحة فرعية، وهي أهمية الصبر على المحن في انتظار نصر الله، ولم يكمل أو يوضح فكرة الخير الكامن للأمة في حادث الإفك، وهو ما قد يرجع إلى تشتت المتحدث عن فكرة الأطروحة التي يطرحها؛ نظراً لتداخل التفاصيل التي يرتجلها أحياناً في حديثه عند طرح الأطروحة المقصودة.

وأخيراً سرد المتحدث واقعة صلح الحديبية في العام السادس من الهجرة، وكيف حزن المؤمنون لرجوعهم عن العمرة في هذا العام بعدما استعدوا لها تنفيذاً لبُيود هذا الصلح، ليكون ذلك نصراً بعد ذلك من عند الله بأن من عليهم بفتح مكة فتحاً مبيناً، ولاحظت الباحثة في سرده لصلح الحديبية توقف المتحدث في خطابه عن تفاصيل الواقعة دون مبرر؛ حيث نوه عن الخروج إلى الفاصل الأخير ليعود لاستكمال قصة صلح الحديبية فإذا به يتحدث عن الزواج والطلاق، وكيف يمكن للمؤمن أن يكره زوجته ويكون له فيها الخير كله مشيراً إلى تفسير قوله تعالى "وعسى أن تكرهوا شيئاً وهو خير لكم وعسى أن تحبوا شيئاً وهو شر لكم" (56)، وبعد تفاصيل وأمثلة في تلك الفكرة الفرعية

عاد بدون مقدمات إلى استكمال صلح الحديبية ورجوع المسلمين دون أن يؤدوا العمرة بناء على شروط هذا الصلح.

وترى الباحثة أن عموم الخطاب في طرح هذه الأطروحة من قبل الشيخ رمضان عبد المعز على وجه التحديد استهدف الاعتماد على أخذ العبر من الأحداث والوقائع التي وقعت على مر العصور السابقة، والتي من الله فيها على المؤمنين بالنصر في الأوقات التي اشتدت عليهم فيها المحن والكروب والأحزان، وأن طاعة الله دائماً ما تكون سبباً في الفوز بمدد ونصر الله، مع ضرورة الأخذ بالأسباب المادية التي تعين على الوصول إلى هذا النصر، كما أكد المتحدث على أطروحة نصر الله للمؤمنين من خلال الصبر على المحن والصعاب مع الأخذ بالأسباب للفوز بنصر الله، واعتمد الخطاب في ذلك على أسلوب السرد لتفاصيل الوقائع بأسلوب شائق اتسم بالترغيب؛ إلا أنه في معظم الأحيان يتفرع من الأطروحة التي يقدمها إلى عدة أفكار فرعية غير منبثقة منها وذات صلة ضعيفة بها على نحو ما تبين.

• مسارات البرهنة المستخدمة في الأطروحة:

حرص منتج الخطاب في تقديمه لأطروحة نصر الله لعباده المؤمنين على التوازن في الاعتماد على مسارات البرهنة بين المسارات المنطقية والوجدانية على السواء، حيث تبنى منتج الخطاب في خطابه خلال هذا الطرح التدرج على الأطروحة، معتمداً على مسارات البرهنة المنطقية أحياناً، وفيها تصدر الاستشهاد بالشواهد من الوقائع والأحداث التي وقعت في عهد النبي صلى الله عليه وسلم وفي عهد الصحابة والتابعين كذلك، والتي كان أبرزها (غزوة بدر، وفتح مكة، وصلح الحديبية، وبعض الغزوات والفتوحات الأخرى)، فضلاً عن انتصار العاشر من رمضان في عصرنا الحديث، وكذا الاستشهاد بالأدلة النقلية من كتاب الله تعالى والسنة النبوية الشريفة على سائر مسارات البرهنة المنطقية الأخرى من بيانات، وإحصاءات، وشمولية عرض حجج وبراهين وجهات النظر المختلفة، وذلك في كافة الحلقات التي تم تقديم أطروحة نصر الله لعباده المؤمنين من خلالها.

أما على مستوى استخدام مسارات البرهنة الوجدانية؛ فقد اعتمد أيضاً منتج الخطاب على مسارات وجدانية تنوعت بين البرهنة الدفاعية والبرهنة الهجومية، وتبين من نتائج تحليل الخطاب تصدر البرهنة الدفاعية في سياق خطابه للجمهور حول أطروحة نصر الله لعباده المؤمنين، ودعوة جمهور المشاهدين إلى استنباط العبر والأخذ بها من أحداث ووقائع فتوحات المسلمين ونصر الله لهم في أصعب أوقاتهم وأشدّها بأساً

وكرماً، سواء في عصر صدر الإسلام أو ما بعده في عهد الخلفاء الراشدين أو في عصرنا الحديث، وبرز الاعتماد على هذا النوع من مسارات البرهنة الوجدانية لدعم وتأييد هذا الطرح في العديد من الحلقات، حيث تبنى خطاب المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز بيان أهمية أخذ العبرة والعظة؛ مما حدث للمسلمين الأوائل في أوقات محن وكروب تعجلوا فيها نصر الله، إلا أن تأخير النصر كان له حكمة يكمن فيها الخير لهم، وإمدادهم بالنصر في الوقت المناسب لتحقيق هذه الحكمة، ورصدت الباحثة ظهور البرهنة الدفاعية بشكل واضح في خطاب المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز في جميع الحلقات التي تناولت هذه الأطروحة، بخلاف حلقة واحدة فقط بتاريخ 9 أبريل اكتفى من خلالها المتحدث (الشيخ خالد الجندي) بالتتويه عن اقتراب الاحتفال بنصر العاشر من رمضان والدعاء لشهداء هذه المعركة دون البرهنة عليها بأي نوع من أنواع مسارات البرهنة على الإطلاق.

• استمالات الإقناع المستخدمة في الأطروحة:

تبين من نتائج تحليل الخطاب في الدراسة الحالية تفوق توظيف الاستمالات العاطفية على الاستمالات العقلية في سياق خطاب تحليل أطروحة نصر الله لعباده المؤمنين بفارق طفيف جداً، كأحدى أدوات إقناع المتلقين من جمهور المشاهدين والتأثير في وجدانهم وانفعالاتهم، حيث سعى المتحدث إلى استمالة المتلقي عاطفياً ووجدانياً لإثارة مشاعره الإيمانية، وقد رصدت الباحثة تساوي استخدام أسلوب الترغيب وأسلوب إثارة المشاعر وترقيقها كأساليب استمالات لإقناع المتلقي عاطفياً ووجدانياً بأفكار الأطروحة، حيث برز الاعتماد على أسلوب الترغيب من خلال الحديث عن الأعمال والطاعات التي ينبغي للمسلم التمسك بها حتى يؤيده الله بالنصر كما في حلقة 18 أبريل؛ حيث استخدم المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز أسلوب الترغيب في حث المتلقي على الاستمرار في طاعة الله عز وجل وفضل هذه الطاعات المختلفة التي تكون سبباً في الحصول على نصر الله وتأييده، كما برز استخدام أسلوب إثارة المشاعر في حلقة 16 أبريل؛ حيث عمل المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز على إثارة مشاعر المتلقين في الإحساس بالمعاني الواردة في قول الله تعالى "واصبر لحكم ربك فإنك بأعيننا" (57)، حيث استفاد المتحدث في خطابه في تدبر المعاني الروحية لهذه الآية حتى فاضت عيناه وهو يتحدث.

كما يتضح من نتائج التحليل أيضاً ظهور الاعتماد على الاستمالات العقلية في إقناع المتلقين من جماهير المشاهدين بأفكار أطروحة نصر الله لعباده المؤمنين والصبر على المكاره؛ من أجل الحصول على تأييد الله ونصره بشكل واضح، حيث تصدر فيها استخدام أسلوب مخاطبة العقل في الطرح، وجاء في المرتبة الأولى وبرز ذلك في حلقة 19

أبريل؛ حيث حثَّ المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز المتلقين على تدبر العبر من شواهد الأحداث السابقة التي أمدَّ الله فيها المؤمنين بالنصر بعد الصبر على مكاره كثيرة ومحن صعبة، كذلك في حلقة 18 أبريل برز استخدام أسلوب مخاطبة العقل في سياق ضرورة الأخذ بالأسباب الدنيوية بإعداد العدة والعتاد والتخطيط الجيد، ثم التوكل على الله، وحسن الظن به، وطلب المدد والعون منه.

• الأساليب الخطابية المستخدمة:

اتسم خطاب المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز كذلك في تقديم أطروحة نصر الله لعباده المؤمنين بالهدوء أيضاً، كما اعتمد كذلك على أسلوب لغوي بسيط جمع فيه من مستويين للغة، وهما الفصحى البسيطة واللهجة العامية؛ لتقريب الأفكار إلى مختلف قطاعات جمهور المتلقين من المستويات الثقافية والتعليمية المختلفة، واقترن خطابه في تقديم الأطروحة بلازمته الخاصة من التوقف للضحك الطويل دون مبرر.

جمع المتحدث في خطابه في تقديم الأطروحة بين أسلوبين من الأساليب الخطابية كما في حلقة 19 أبريل 2022؛ حيث استخدم المتحدث أسلوب التتبع في عرض وسرد الوقائع الأربع التي سردها في سياق استعراض مواضع متنوعة ومختلفة لتأييد الله للمؤمنين بنصره في واقعة الخباب بن الأرت، وواقعة حادثة الإفك، وفتح مكة، وقصة نبي الله يوسف عليه السلام، كما استخدم أسلوب التوجيه للمتلقى قائلاً: (جرب تصبر كدة على المكاره وشوف كرم ربنا اللي هيجيلك بعده)، أما في حلقة 18 أبريل اقتصر المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز على استخدام أسلوب التوجيه فقط في قوله: (لازم وأنت بتخطط لأي معركة إنك تاخذ بالأسباب الدنيوية وتعد العدة لهم والعتاد قال تعالى "وأعدوا لهم ما استطعتم من قوة ومن رباط الخيل"⁽⁵⁸⁾، كما اقتصر المتحدث في خطابه على استخدام أسلوب التكرار فقط في سياق فكرة الاطمئنان بالوجود في معية الله قائلاً للمرة الثالثة: (إيه يقلقك بدمتك في الحياة دي كلها وربنا موجود؟! إيه هيحصلك يعني فكر معايا كدة؟).

3- أطروحة ما يستجد من أحداث يومية:

سعى المتحدث الشيخ (خالد الجندي) في خطابه من خلال هذه الأطروحة إلى تسليط الضوء على مواقف محددة، أو مناسبات بعينها، أو قرارات حكومية صدرت مواكبة لتوقيت إذاعة الحلقات، كما هدف المتحدث من هذا الطرح في كثير من الأحيان إلى انتقاد معارضيه ومخالفيه في مسألة من المسائل الفقهية، أو الرد على منتقدي بعض تصريحاته في وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

وقد برز هذا الطرح على سبيل المثال في حلقة 11 أبريل 2022؛ حيث أشاد المتحدث الشيخ خالد الجندي بقرار وزير الأوقاف بمنع الحج على نفقة الدولة في وزارة الأوقاف ومؤسسات الدولة على وجه العموم، وبعد قراءة المتحدث لنص قرار وزير الأوقاف علق قائلاً: (تحية للسيد رئيس مجلس الوزراء وتحية للسيد وزير الأوقاف هذا القرار إحنا انتظرناه وبعدين على فكرة.. العمل ده أو القرار ده بيرد على الكروش المتخمة اللي عايشين برة وبيشنتقوا علينا إننا بنصرف الأموال هدرا... لا يا فندم كل منشآت في الدولة عايدة على الشعب بالنفع العام مفيش حاجة اسمها قصر فلان ولا قصر إعلان)، وترى الباحثة أن هذه الفقرة كانت ردا على من يدعي أن أموال الدولة تتفق هدرا على القصور وهو ما ساقه المتحدث تديلاً على بطلان هذا الادعاء.

وفي نفس الحلقة وفي إشارة إلى الجماعة الإرهابية ذكر المتحدث قائلاً: (دول مش متحملين في مسلسل (يقصد مسلسل الاختيار) إنهم يشوفوا ممثل بيجسد شخصية السيد الرئيس من الممثلين البارعين... داخين وبيولولوا على نفسهم أول مرة يشوفوا مسلسل وثائقي بالحقائق الدامغة وعشان يثبتها لك كمان حاططلك فيها تسريبات لايف عشان تستمتع صوت وصورة)، وقد جاء ذلك عقب الضجة الكبيرة التي أثارها عرض حلقات المسلسل لتسريبات حصرية تكشف كواليس تأمر أعضاء الجماعة الإرهابية على الدولة إبان فترة حكمهم للبلاد، واستطرد منتج الخطاب في هذا السياق حتى الدقيقة 14 من زمن الحلقة الذي تبلغ مدتها 30 دقيقة، وبهذا يتضح سعي المتحدث الشيخ خالد الجندي الذي ظهر من خلال خطابه في هذه الحلقة وعدة حلقات سيأتي الحديث عنها تفصيلاً رصد ما يستجد من قرارات أو أحداث يومية وتناولها بالتحليل والتعليق.

كما ركز الخطاب على دعم (أطروحة مستجدات الأحداث اليومية) برسالة وردت إليه في اليوم السابق للحلقة من إحدى المشاهدات؛ واصفاً الرسالة بأنها استوقفته وأعجبته سألت عن الفرق بين كلمة ديارهم وكلمة دارهم في القرآن الكريم، واستطرد واستغرق في تفاصيل وأمثلة توضح إجابة سؤال السائلة، ثم انتقل في آخر 5 دقائق من الحلقة إلى الحديث عن الحساب يوم القيامة معتمداً على أسلوب التخويف والتحذير للمتلقى بقوله (هي الدنيا دي كريدت كارد مش تمشي بقا مدهول على عينك تلم من كل حاجة فيها وانت مش داريان بتحط إيه كله هتدفع تمنه يا حبيبي على داير مليم).

وكذلك لاحظت الباحثة في خطاب الشيخ خالد الجندي في تقديم هذه الأطروحة عدم الاهتمام الكافي بإعداد خطاب يتناسب مع اقتراب قدوم مناسبة أو احتفال بذكرى معينة لأخذ العبرة منها- كما كان في خطاب الشيخ رمضان عبد المعز في الحلقات التي

وافقت الغزوات والانتصارات المختلفة للمسلمين- بل تركز اهتمام المتحدث على إلقاء الضوء على زيارات رسمية، أو افتتاح لإحدى المنشآت، أو قرار يصدره أحد المسؤولين، أو تصريح، أو فتوى تصدرت وسائل التواصل الاجتماعي بشكل تزامن مع توقيت إذاعة الحلقات، ومثال ذلك اهتم المتحدث في حلقة 10 أبريل 2022 بالاستمرار في مهاجمة مخالفه ممن يخالفونه الرأي في مسألة فوائد البنوك والذي بدأه في حلقة 9 أبريل، في حين لم يتم رصد اهتمام منتج الخطاب بالحديث عن انتصار العاشر من رمضان مثلاً؛ نظراً لاقتراب الاحتفال بذكره على الإطلاق، واهتم بدلاً منها بفكرة كانت تسود مواقع التواصل الاجتماعي في هذا التوقيت خاصة بعد طرح الشهادات الادخارية في البنوك المصرية بعائد مرتفع، وظهور بعض الفتاوى التي تحرم فوائد البنوك؛ لذلك تبنى المتحدث في خطابه مهاجمة هذه الفتوى ومهاجمة من يتبنى هذا الاتجاه، حيث استهل المتحدث الحلقة بهجوم طويل عليهم ونعتهم بأوصاف سلبية، قائلاً: (شوفوا الأشكال اللي بتتكلم على السوشيال ميديا.. كله بيحاول يستعرض عضلاته البيزنطية ياعم روح رد على هيئة كبار العلماء ياعم روح رد على شيخ الأزهر يا عم روح رد على المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية)، ثم استخدم أسلوب تعظيم الذات في سياق تعظيم إمكاناته العلمية وأنه أهل للاختصاص والفتوى؛ بكونه عضواً في هيئة الرقابة الشرعية على سوق المال؛ مما يجعل له الحق في الإدلاء بدلوه في هذه المسألة، ثم تعرض للرد على أحد من أفتوا بالتحريم وهو دكتور يدعى (أحمد عادل) دون ذكر صفته، وقرأ رده عليها كاملاً من الهاتف، وهو ما يؤكد على اختيار المتحدث لأفكار حلقات هذه الأطروحة طبقاً لما يستجد من أحداث يومية يرى وجود ضرورة للتعليق عليها .

كذلك برز تبنى الخطاب لأطروحة ما يستجد من أحداث يومية للمتحدث الشيخ خالد الجندي في حلقة 12 أبريل 2022 في الحديث عن مسألتين تزامن حدوثهما مع توقيت إذاعة الحلقة وتشيران إلى التيارين العلماني والسلفي كما يرى منتج الخطاب، حيث استهل الحلقة بالدعاء لعلماء الأزهر مشفقاً عليهم قائلاً: (كان الله في عوننا كعلماء الأزهر، نحن بين تيارين علمانيين وسلفيين، نحن بين خطابين أحدهما علماني متطرف والآخر سلفي متخلف)، وانتقد دعم بعض الأعمال الدرامية المعروضة في شهر رمضان للتيار العلماني الذي يريد أن ينزع الدين نزاعاً من مختلف مناحي الحياة مشيراً إلى مسلسل (فاتن أمل حربي) الذي ظهرت فيه راقصة تسخر من عالم الدين، مشيراً إلى رغبة التيار العلماني في تشويه الدين في مثل هذه الأعمال، ثم انتقل إلى الحديث عن الواقعة التي اعتبرها ترمز إلى التيار المتشدد وهي واقعة محل الكشري

الذي رفض تقديم وجباته لأسرة مسيحية في نهار رمضان، منتقداً بشدة وبهجومية واضحة صاحب هذا المطعم مستخدماً أساليب متعددة من التعنيف والتأنيب، وأتبع منتج الخطاب ذلك باستتكار ما جاء في مقال منشور في المصري اليوم تعقياً على هذه الواقعة تحت عنوان: "ما حكم بيع الطعام للكافر في نهار رمضان؟" موجه إلى عالم دين سوري، وليس إلى عالم مصري قائلًا: (والأزهر قصر معكم في إيه عشان تتوجهوا إلى عالم غير أزهرى بالسؤال، يا جماعة ده أهل مكة أدري بشعابها)، واستوقفه استخدام المقال لمصطلح (كافر)، والذي أدى إلى أن يخصص له الحلقة التالية للحديث عن هذا المصطلح ودلالته.

كانت الحلقة التي تلتها بتاريخ 13 أبريل 2022 هي التي خصها المتحدث الشيخ خالد الجندي للحديث عن مصطلح (كافر)، حيث تبني الخطاب في هذه الحلقة فكرة كيفية تفخيخ المصطلحات؛ في إشارة إلى أن مصطلح (كافر) في عنوان المقال السابق الحديث عنه كان له مقاصد وأهداف مدمرة؛ لذا أشار إلى ذلك بكلمة تفخيخ واتخذها عنواناً للحلقة (تفخيخ المصطلح)، واستهل الحلقة بأسلوب تشويقي لجذب انتباه المتلقي قائلًا: (تركت لكم سؤال عن مصطلح بالأمس.. هذا المصطلح أحب أقولكم إنه تكرر في القرآن الكريم (153) مرة في أكثر من (54) سورة.. هذا المصطلح الذي تركت لكم السؤال عنه بالأمس ما هو هذا المصطلح؟! ولماذا نصر على تبيين هذا المصطلح للناس، وأظن هذا المصطلح لو ما كان لها معنى ما كانش القرآن كررها بهذا الشكل العظيم، لكن الناس قامت لبعض المصطلحات حولته الناس إلى أزمة وإلى مشكلة فيبقى مهمتنا نصلح فهم الناس ولا نشطب المصطلح حاش لله طبعاً)، واستفاض في الحديث بهذا الشكل قرابة الخمس دقائق دون أن يعلم المتلقي ماهية هذا المصطلح في استهلال تشويقي طويل جداً، أتبعه شرح لمراحل المصطلحات بشكل عام ومدلول ودلالة كل مرحلة منها.

وكذلك في حلقة 14 أبريل 2022 برز من خلال خطاب المتحدث الشيخ خالد الجندي تبني طرح المستجدات اليومية من مسائل مختلفة بالتعليق على من يرى الدعوة إلى استبدال عبادة أداء العمرة بالتصدق على الفقراء والمحتاجين؛ خاصة في حال أداء العمرة من قبل، وكان تعليق منتج الخطاب على هذا الرأي سلبياً برفضه وعدم تأييده لهذا الرأي، مهاجماً أصحابه قائلًا: (طب ما بلاش السجاير.. بلاش الساحل.. بلاش الأفرح.. وبالا نطعم الفقراء بدل ما تقول بلاش العمرة)، وكذلك في حلقة 15 أبريل 2022 بدأ خطاب المتحدث الشيخ خالد الجندي الحلقة التي كان عنوانها المكتوب على الشاشة (أمثال في ميزان الشرع) قائلًا: في سخرية واضحة وتهكم (النهاردة أعداء

الوطن اتفضحوا فضيحة كبيرة مالهاش زي في المسلسل العظيم مسلسل الاختيار عشان يشوفوا كلهم فضايحهم وعمايهم السوده، هذا المسلسل العظيم الذي فضح مخطط الإخوان لإيقاع مصر جاء مخططهم الجديد بإيقاع مصر وضربها اقتصادياً)، وقد تزامن ذلك مع عرض تسريبات انفرادية وحصرية في مسلسل الاختيار عن كواليس مخططات الجماعة الإرهابية إبان فترة حكمهم لمصر؛ مما اتخذته المتحدث موضوعاً لحلقاته في ظل أطروحة ما يستجد من أحداث يومية يكون لها صدى في الشارع المصري، أو على صفحات وسائل التواصل الاجتماعي، وهنا تجدر الإشارة إلى عدم تناول فكرة أو موضوع واحد داخل الحلقة يتوافق مع عنوانها المكتوب على الشاشة طوال مدة الحلقة التي بلغت 27 ث. 26 ق (أمثال في ميزان الشرع)، وترى الباحثة أنه على الرغم من أن خطاب المتحدث يوضح السياقات الموثقة لهذه الفترة العصيبة التي مرت بها البلاد في هذه الوقت، ولكن يؤخذ على المتحدث عرضه من خلال سياق وضع لهدف آخر وهو السمو بالنفس والروح في هذه الأيام المباركة وفي أثناء أداء عبادة عظيمة وهي الصيام.

كما دعم خطاب المتحدث الشيخ خالد الجندي كذلك أطروحة مستجدات الأحداث اليومية في حلقة 21 أبريل 2022؛ حيث استهل الحلقة بالحديث عن أهمية عامل الكفاءة في اختيار أصحاب المناصب في مؤسسات المجتمع (بدأ العد التنازلي للأيام الفضليات التي بدأت بتفضل السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي وتوجهه إلى منطقة توشكى في بداية موسم حصاد القمح أيام طيبات بارك الله في خطاه بارك الله في سعيه بارك الله في عمله هو ومن معه بارك الله في كل يد نظيفة طاهرة طهرت ونظفت وزرعت وحصدت.. هذا الكلام معناه أن مصر بفضل الله ستصل إلى حد الكفاية الزراعية، والتنمية الاقتصادية العالية، وارتقاء الاقتصاد الزراعي في مصرنا بعد ما قامت الدولة بإزالة كل معوقات استثمار هذه المنطقة الغزيرة بالخيرات في جنوب الوادي، هذه المنطقة الطيبة الآن ستصبح خزائن الأرض التي ستحفظ لهذا البلد قمحه حتى لا نحتاج إلى قمح الآخرين، حتى تصير مصر الدولة المصدرة للقمح ما أشبه الليلة بالبارحة المجاعات تعالج بالتوجه إلى الله، ثم بالأخذ بالأسباب، ثم التخطيط الجيد...)، واستغرق في هذا السياق قرابة العشر دقائق، وبهذا يبرز دعم وتأكيد تناول الأحداث الجارية اليومية بالتعليق عليها في سياق خبري أشبه بالبرامج الإخبارية، ويبتعد إلى حد كبير عن الخطاب الديني حتى مع تعمد منتج الخطاب الشيخ خالد الجندي في ارتجال واضح اللجوء إلى عبارات وجمل دينية يغلف بها هذه الخطاب الإخباري- كما فعل في هذا السياق مستشهداً بقصة نبي الله يوسف عندما جاء حفيظاً على خزائن مصر- فضلاً

عن عدم مناسبة الجملة التي بدأ بها الحديث وهي (بدأ العد التنازلي للأيام الفضليات قاصداً العشر الأواخر من رمضان مع ما بعدها) (التي بدأت بزيارة السيد الرئيس... إلى آخره)، وهو ما تبرره الباحثة بمحاولة المتحدث في هذا السياق الربط بين بداية العشر الأواخر من رمضان وكونها خير وبركة وبين إنجازات الحكومة المصرية، والتي صادفت هذه الفترة وكان موسم الحصاد أبرز ما فيها، فأفاد منتج الخطاب من الحدث موضعاً جهد الدولة الذي وافق العشر الأواخر المباركة.

كما سعى منتج الخطاب الشيخ خالد الجندي في حلقة 30 أبريل 2022 إلى إلقاء الضوء على ما استجد في هذا اليوم من قرارات صادرة عن وزارة الأوقاف من فتح ساحات المساجد لأداء صلاة عيد الفطر المبارك مشيداً بها، والانطلاق من هذه الفكرة إلى الرد على المفرضين (على حد تعبيره) قاصداً قناة الجزيرة القطرية التي أذاعت خبراً جاء فيه: (أن المصريين يحتفون من الغضب لإغلاق المساجد في شهر رمضان)، وبدأ الرد في هذا الشأن مستشهداً باستشهاد غير موفق أبداً وفي غير موضعه بقوله تعالى "فمن أظلم ممن افترى على الله كذباً" وكأن من كذب على المصريين كمن كذب على الله تعالى- حاش لله وللله المثل الأعلى- لذلك ترى الباحثة أن الاستشهاد كان في غير موضعه إلى حد كبير، ثم استطرد المتحدث في الرد معلقاً على مشهد أذاعته قناة الجزيرة في تقريرها لإحدى الصلوات في أحد المساجد قرأ فيها الإمام قوله تعالى "ومن أظلم ممن منع مساجد الله أن يذكر فيها اسمه وسعى في خرابها" (59) بقوله (هو إنت سايب القرآن كله وجاي تركز على الآية دي عشان توصل رسالة معينة إن مصر بتقفل في المساجد! أهو بقا الدليل أهو المساجد مفتوحة والساحات كمان مفتوحة أنا بس بوريككم أبواق الشر والضلالة التي لن تنتهي أبداً)، وأضاف هنرد عليكم بالقرآن إحنا كمان بقوله تعالى "قد بدت البغضاء بأفواههم وما تخفي صدورهم أكبر" (60)، وترى الباحثة أن المتحدث جانبه الصواب عندما اعتمد على آيات الذكر الحكيم في الأخذ والرد، بل والتراشق بقوله (هنرد عليكم إحنا كمان بالقرآن)، وهو ما تراه الباحثة تصرفاً لا يليق أبداً ولا يتناسب مع جلال القرآن الكريم ولا ينبغي كذلك أن يتم تضمينه داخل الخطاب الديني، حتى وإن كان هدفه الدفاع عن الحقيقة وإظهارها ودحض الافتراءات الموجهة ضد الدولة المصرية، وتفنيد الأكاذيب المضللة التي يستخدمها أعداؤها، وذلك ما تراه الباحثة قد رجع إلى أن الأسلوب الذي استخدمه المتحدث قد أحدث ضرراً، ولم يسهم في رد هذه الافتراءات بالشكل الذي يليق بالدعاة والعلماء، بل وضع المتحدث في مأزق عدم استخدام استراتيجيات الدفاع والإقناع كما ينبغي للقائم بالاتصال في هذا السياق.

كما تناول خطاب المتحدث في حلقة 27 أبريل 2022 الإعلان عن افتتاح مسجد الإمام الحسين، واستهل الحلقة مشيداً بتجديد ساحة المسجد الحسين الذي تم الإعلان عن افتتاحه في ذلك التوقيت، ولكنه تفرع من هذه الإشادة إلى الدفاع عن القرار السابق بغلق مصر للمساجد يقصد أثناء التهجد في الشهر الكريم، ومنها إلى تخصيص بقية الحلقة لمهاجمة العلماء المتطرفين من (شيوخ التيار السلفي) على وجه الخصوص دون ذكر مناسبة هذا الهجوم، ثم استدرك بأن أحد الصحابة ويدعى حذيفة كان يسأل الرسول صلى الله عليه وسلم عن الشر مخافة أن يدركه وأسقط الواقعة على الطرف الآخر الذي يهاجمه في غير مناسبة لذلك قائلًا: (تقول إن حذيفة كان شايف السلفيين والإخوان ببصيرته فهم يرون ما لا نرى..)، واستطرد في سرد الواقعة وحذر من الطرف الآخر مطبقاً عليه حديث النبي صلى الله عليه وسلم مع حذيفة عندما سأله عن من هم أهل الفتن يا رسول الله، فرد عليه قائلًا: "إنهم أقوام يهدون بهدينا ويستنون بسنتنا وهم بريئون منا"، واستطرد المتحدث الشيخ خالد الجندي في تلميح بأن المقصودين من الحديث هم شيوخ السلفيين قائلًا (يالاً بقا أهو بقا واللي يفهم يفهم وروني بقا نفسيكم يا بتوع الحديث الحديث ده صحيح ولا مش صحيح أتحداكم...) محذرا الناس من عدم الاغترار بمظهر المتحدث، وأنها لا تدل بالضرورة على علمه قائلًا: (أوعى تتخم في اللحية والطرحه) وهو الزي المشهور به شيوخ التيار السلفي، وترى الباحثة في هذا السياق أن منتج الخطاب خالف الصواب في تبني أسلوب الهجوم في طرح الأفكار والتدليل عليها، حيث كان من الممكن أن يضع فكرته في قوالب أقل حدة وأكثر إقناعاً دون أن يضطر إلى خلق حالة من الصراع مع الأطراف المختلفة.

ومن الجدير بالذكر أنه بالتحري والبحث لتخريج حديث حذيفة، تبين أن المتحدث لم يذكر الحديث بنصه، بل بمعناه كما اتضح اختلاف نص الحديث عما ذكره المتحدث تماماً؛ على الرغم من تأكيده على أن هذا نصه، وعلى الرغم من تكراره للحديث نحو أربع مرات في سياق الخطاب متخذاً الحديث النبوي علامة ودلالة على بعض الشيوخ في زمننا هذا، كما لم يوضح لنا اسم صاحب القصة الصحابي (حذيفة بن اليمان) واكتفى بذكر اسمه الأول فقط، وعليه فإن الرواية الصحيحة للحديث قوله صلى الله عليه وسلم " [1] -عن حذيفة بن اليمان [كان الناس يسألون رسول الله ﷺ عن الخير، وكنت أسأله عن الشر، مخافة أن يدركني، فقلت: يا رسول الله، إنا كنا في جاهلية وشر، فجاءنا الله بهذا الخير، فهل بعد هذا الخير من شر؟ قال: نعم قلت: وهل بعد ذلك الشر من خير؟ قال: نعم، وفيه دخن قلت: وما دخنه؟ قال: قوم يهدون بغير هدي، تعرف

منهم وتكرر قلت: فهل بعد ذلك الخير من شر؟ قال: نعم، دُعاة على أبواب جهنم، من أجابهم إليها قذفوه فيها قلت: يا رسول الله صفهم لنا، قال: هم من جلدتنا، ويتكلمون بألسنتنا قلت: فما تأمرني إن أدركني ذلك؟ قال: تلزم جماعة المسلمين وإمامهم قلت: فإن لم يكن لهم جماعة ولا إمام؟ قال: فاعتزل تلك الفرق كلها، ولو أن تعض بأصل شجرة، حتى يدركك الموت وأنت على ذلك " (61).

وهنا تجدر الإشارة إلى أنه في ظل التركيز الدائم للمتحدث في خطابه على الاحتقان الحاصل بين التيارات الإسلامية المختلفة، والذي تتذبذب قوته وفق القضايا المطروحة على الساحة، ورغم عدم وجود ما يبرر إظهار هذه الحالة خاصة خلال فترة التحليل للدراسة الحالية، إلا أن المتحدث كان شديد الحرص على التركيز عليها بما لا يخدم موضوعات الحلقات، وبما لا يحقق إشباعات المتلقين في الحصول على الحالة الروحية المنشودة في هذه الأيام المباركة.

وبناء على العرض السابق يتضح تبني خطاب المتحدث وهو الشيخ خالد الجندي لأطروحة (مستجدات الأحداث اليومية) في عدة حلقات على النحو السابق عرضه يتبنى خلالها خطابه الرد والتعليق على هذه الأحداث، وكذا إبداء وجهة نظره بشأنها بأسلوب يسهم بشكل أو بآخر في إيجاد حالة من الاحتقان، والصراع، والغضب المستمر؛ مما يجعل المتلقي متحفزاً مستثاراً غير هادئ النفس، بسبب مواقف ومشكلات قد لا يقف عندها الكثيرون وقد لا يعلم عنها أحد أصلاً، ويجعل منها مواقف جدلية ومجالاً للأخذ والرد، والاتفاق والاختلاف، والاحتقان والصراع؛ مما قد لا يشبع حاجات المتلقين ممن يشاهدون البرنامج بدافع البحث عن تجديد الطاقة الإيمانية لديهم خلال أيام الشهر الفضيل، مستعينين بخطاب ديني يحقق لهم حالة الخشوع والصفاء النفسي والروحي المنشودة في هذه الأيام المباركة.

• مسارات البرهنة المستخدمة في تقديم الأطروحة:

جمع منتج الخطاب (الشيخ خالد الجندي) في تقديمه لأطروحة مستجدات الأحداث اليومية بين الاعتماد على مسارات البرهنة المنطقية ومسارات البرهنة الوجدانية بشكل متوازن؛ حيث تبني منتج الخطاب في خطابه خلال هذا الطرح التدليل على هذه الأطروحة معتمداً على مسارات البرهنة المنطقية والتي تصدر فيها الاستشهاد بالأدلة النقلية من كتاب الله تعالى والسنة النبوية الشريفة على سائر مسارات البرهنة المنطقية الأخرى من بيانات، وإحصاءات، وشمولية عرض حجج وبراهين وجهات النظر

المختلفة، وذلك في كافة الحلقات التي تم تقديم أطروحة (ما يستجد من الأحداث اليومية) من خلالها.

أما على مستوى استخدام مسارات البرهنة الوجدانية؛ فقد أشارت نتائج تحليل الخطاب في الدراسة الحالية إلى اعتماد المتحدث في التدليل على الأطروحة على استخدام البرهنة الهجومية فقط من بين المسارات الوجدانية الأخرى، وبرز الاعتماد على هذا النوع من مسارات البرهنة الوجدانية لدعم وتأييد هذا الطرح في العديد من الحلقات؛ حيث تبنى خطاب المتحدث الشيخ خالد الجندي في جميع حلقات هذه الأطروحة بلا استثناء أسلوب الهجوم؛ الذي يمكن وصفه في بعض الحلقات بالهجوم الشرس إلى حد كبير، حيث نهج المتحدث في خطابه انتقاء خبر أو موضوع سواء كان طرفاً فيه بشخصه أو لا، ثم اتخذ المتحدث من الحلقات درعاً وسيفاً يهاجم به من يخالفه الرأي، أو من يهاجمه بسبب تصريح أو تعليق، وقد لاحظت الباحثة في جميع حلقات أطروحة المستجدات من الأحداث اليومية المحاولات المستمرة للمتحدث الشيخ خالد الجندي الإسقاط المستمر على أطراف أخرى في غير موضعه، إلى حد يصل إلى محاولة إقحام الحديث عنهم في الخطاب في أفكار بعيدة الصلة عن هذه الأطراف من حيث المضمون؛ مما قد يؤثر في موضوعية المتحدث ومصداقيته كداعية وعالم من علماء الدين ينبغي عليه أن يتحدث بما يفيد عموم المسلمين، وبما لا يتعارض مع سماحة علماء الأزهر ورقي مستوى الأداء اللغوي الذي يمتاز به خطابهم.

فعلى سبيل المثال في حلقة 27 أبريل 2022 والتي وافق تاريخ إذاعتها 25 رمضان (ليالي العشر الأواخر من رمضان)، حيث تجاهل المتحدث في خطابه دعوة المتلقين من جماهير المشاهدين إلى تلبية المهمة في هذه الليالي العظيمة من الشهر المبارك بمزيد من الإقبال على الطاعات والأعمال الصالحة، واتجه إلى تخصيص الحلقة كاملة للهجوم على الطرف الآخر، حيث بدأ المتحدث الحلقة بالتلميح إلى العلماء المتطرفين في زمننا هذا؛ عندما استشهد بحديث حذيفة بن اليمان عندما سأل الرسول صلى الله عليه وسلم عن أهل الشر فرد (ﷺ) قائلاً "هم أناس يهدون بهدينا ويستنون بسنتنا وهم بريئون منا"، ثم أسقط المتحدث أن من أشار إليهم النبي صلى الله عليه وسلم ينطبق على العلماء المتشددون المتطرفين قائلاً: (وش كدة واللي يفهم يفهم يالا بقا وروني نفسيكم يالا بقا أتحداكم أنكم تقولوا الحديث مش صحيح... تشوفه تقول إيه ده ده صحابي.. اللحية والطرحه (زي السلفيين) وهو نشار للفتنة مذيع للفتنة متخصص في الفتنة ما تفهمش الاستايل ده عنده حاجة بتجذبه إنه يعمل فتنة مش فاهم أنا ومش كدة

وبس ويرمي العلماء بالجهل والله بلاء... هم لا يتلم... قاله إيه قال أقوام يستتون بسنتنا... يا جماعة أنا جمعتكم مصطلحات القطيع ده لما بيدخل على انت عشان تعرفهم)، ثم أشار إلى الصحابي حذيفة الذي سأل الرسول صلى الله عليه وسلم عن أهل الشر مادحا إياه بأنه كان عنده بصيرة ليسأل عن (أهل الشر)، ولكن في عصر النبي (صلى الله عليه وسلم)، واستمر الخطاب على وتيرة شديدة الانفعال حتى نهاية الحلقة في أسلوب تقريرى قد يتسبب في حيرة المتلقي البسيط من أجل الوصول إلى الفكرة المطروحة (مع أو ضد). والذي يتبناه المتحدث الشيخ خالد الجندي؛ حيث يمثل الجمهور العام هنا القطاع الأكبر من جمهور هذا المضمون البرامجي المهم خاصة في هذا التوقيت، هذا الجمهور الذي يميل بطبعه إلى تقديس كل ما هو ديني، والأخذ عنه؛ لذلك يمكن القول بأن أسلوب الإسقاط قد لا يناسب الموضوع ولا الجمهور إلى حد كبير.

وكذلك حلقة 12 أبريل 2022، هاجم المتحدث منكري معجزة المعراج قاصداً الصحفي إبراهيم عيسى، كما برز هجومه على من يضيع الأوقات الثمينة في رمضان في حلقة 23 أبريل 2022 قائلًا: (بتضيع وقت الجد في رمضان في الطاولة، والدومينو، والمسلسلات، والسهرات، والسحورات، والآخر نشكي...شوفتوا ناس كدة؟ أيوة كلنا كدة).

كذلك برز اعتماد منتج الخطاب الشيخ خالد الجندي على مسارات البرهنة الهجومية؛ من خلال الهجوم على من يخالفه في الرأي أو الفتوى في الحلقات التي تناولت الرد على من يحرمون فوائد البنوك، ومن يحرمون تنظيم الأسرة، وكذلك الهجوم على من يريد منع العمرة لمن اعتمر من قبل، وكذلك المعارضين على قرارات وزير الأوقاف، وكانت حلقة 10 أبريل من أكثر الحلقات التي برز من خلال الخطاب الذي تقدمه استخدام المتحدث لأسلوب البرهنة الهجومية في خطابه، حيث بدأ المتحدث خطابه في الحلقة بالهجوم على من خالفه الرأي في مسألة الفتوى التي تحلل فوائد البنوك، ثم أنهى الحلقة بالهجوم على من يحرم تنظيم النسل، واستطرد في الهجوم بانتقاد سلوكيات المجتمع ككل بشيء من المفاجأة الملفتة قائلًا (اللي هيقول شوفوا الصين تعدادهم كم أقولك لما تبقى تتعلم إزاي تقف في الطابور زي الصين ابقى قول الصين... لما تتعلم النظافة والسلوك زي الصين ابقا قول الصين... لما تبقا توافق إن اللي بيفتح درجه في المصالح الحكومية يتحكم عليه بالإعدام ابقا قول الصين... لما ترضى تشتغل بحق ربنا 19 ساعة في اليوم زي الصين ابقا قول الصين)، وترى الباحثة أن منتج الخطاب قد جانبه الصواب في

استخدامه لأسلوب التحدي والهجوم في خطابه للتدليل والبرهنة على صحة ومنطقية حجته أمام المتلقي، كما جانبه الصواب كذلك عظمًا انتقد سلوكيات المجتمع بهذه الحدة.

• استمالات الإقناع المستخدمة في الأطروحة:

تبين من نتائج تحليل الخطاب في الدراسة الحالية تفوق توظيف الاستمالات العاطفية على الاستمالات العقلية في سياق خطاب تحليل أطروحة (مستجدات الأحداث اليومية) بفارق كبير، كإحدى أدوات إقناع المتلقين من جمهور المشاهدين والتأثير في إدراكهم لموضوعات وأفكار الأطروحة المقدمة بالاعتماد على التأثير وجدانهم وانفعالاتهم العاطفية، حيث سعى المتحدث الشيخ خالد الجندي في خطابه عن أطروحة مستجدات الأحداث اليومية إلى الدخول في فرعيات؛ سواء كانت ذات صلة بالحدث أو الخبر الذي يتحدث عنه في الحلقة أم لا، أي أن إلقاء الضوء على ما يستجد من أحداث يومية في المجتمع في حلقات البرنامج، إنما كان مدخلًا للإسقاط على موقف بعينه أراد المتحدث قد لا يكون له صلة بهذه الأحداث.

ورصدت الباحثة من خلال تحليل النتائج اقتصار اعتماد منتج الخطاب في توظيف الاستمالات العاطفية في هذه الأطروحة على أسلوب (إثارة مشاعر) فقط، حيث لاحظت الباحثة اعتماد خطاب المتحدث خالد الجندي بالدرجة الأولى في طرحه لأفكار هذه الأطروحة على إثارة مشاعر الغضب والصراع لدى المتلقي ضد الفكرة التي يهاجمها الخطاب، واستخدم في سبيل ذلك أشكالًا مختلفة من العنف اللفظي، والصياح في إطار طرحه للفكرة الذي اتسم دائمًا بالتحدي والندية والصراع، كما رصدت الباحثة التناقض في هذا الشأن في حلقة 10 أبريل، وبعد أن شن المتحدث في خطابه هجومًا شرسًا على مخالفه الرأي في فتوى تحريم فوائد البنوك قال مناقضًا نفسه: (ياريت كل واحد يختار المنهج المؤيد لوجهة نظره ولذهبه ولا يشكك في ذمة وضمير وإسلام المخالف له في الرأي)، بعد ما وصف مخالفه في مطلع هذه الحلقة قائلًا: (شوفوا الأشكال اللي بتطلع علينا في السوشيال ميديا... وشوفوا أشكال الناس اللي عاملين فيها علماء وبيستعرضوا عضلاتهم البيزنطية علينا وجاين يردوا على خالد الجندي بس ما تروحوا تردوا على فلان وفلان...)، ثم أثنى المتحدث على نفسه قائلًا (أنا بقا أهل للفتوى في هذا الأمر ده أنا مش أي واحد أنا عضو في هيئة الرقابة الشرعية على سوق المال وأعلم الناس بالرد في هذا الأمر)، كما نعت مخالفه في الرأي بالموتورين والمرتزة وأوصياء الدين، وعاد في نفس الحلقة للرد على من يحرم تنظيم الأسرة مستهلاً رده بقوله: (أحيانًا يا جماعة تلاقي نفسك مضطر تدخل في معترك لكن الشأن العام يخصنا كلنا ولازم ندخل كلنا)،

مبرراً هجومه القادم على مخالفه الرأي في هذه الفتوى، وهو ما يؤكد على اعتماد منتج الخطاب على أسلوب إثارة مشاعر الغضب، والتعصب، والصراع بشكل واضح خلال طرحه لهذه الأطروحة.

كما يتضح من نتائج التحليل أيضاً ظهور الاعتماد على الاستمالات العقلية في إقناع المتلقين من جماهير المشاهدين بأفكار أطروحة مستجدات الأحداث اليومية في مواضع بسيطة، تصدر فيها استخدام أسلوب مخاطبة العقل في الطرح وجاء في المرتبة الأولى؛ وبرز ذلك في حلقة 13 أبريل، حيث ساق المتحدث الشيخ خالد الجندي في تفسير وشرح دلالات المصطلحات بشكل عام، ثم شرح دلالات مصطلح (كافر) في أفكار مرتبة متسلسلة تخاطب عقل المتلقي، كما ظهر استخدام أسلوب تفنيد وجهة النظر الأخرى مرة واحدة في الخطاب في حلقة 12 أبريل في حديثه عن حادثة (امتناع أحد المطاعم عن تقديم الطعام لأسرة مسيحية في نهار رمضان)، حيث اعتمد على تفنيد وجهة نظر البعض بعدم جواز بيع الطعام لغير المسلمين في رمضان.

• الأساليب الخطابية المستخدمة:

اتسم خطاب المتحدث الشيخ خالد الجندي في تقديم مستجدات الأحداث اليومية بالسلاسة والوضوح في طرح الأفكار، كما اعتمد كذلك على أسلوب لغوي بسيط جمع فيه من مستويين للغة، وهما الفصحى البسيطة واللهجة العامية لتقريب الأفكار إلى مختلف قطاعات جمهور المتلقين من المستويات الثقافية والتعليمية المختلفة، وهنا يجدر الإشارة إلى أن الباحثة رصدت في نتائج التحليل استخدام المتحدث لمصطلحات أجنبية دون مبرر لذلك في عدة حلقات، منها على سبيل المثال حلقة 27 أبريل، حيث ورد في خطابه كلمات (cute- paragraph- slogan)، في مواضع متفرقة من الحلقة، واقترن خطابه في تقديم الأطروحة بالعصبية، والصياح، والغضب في مختلف الحلقات التي تناولت هذه الأطروحة، متضمناً في خطابه أفاظاً غير لائقة بوضع المتحدث ومنتج الخطاب كداعية وعالم من علماء الأزهر يشار له بالبنان، وظهر ذلك في عدة حلقات، رصدت الباحثة منها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

- في حلقة 9 أبريل في رده على من يحرم فوائد البنوك قائلاً: (دول هجاصين جايين يهجموا علينا).
- في حلقة 11 أبريل واصفاً حال أعضاء الجماعة الإرهابية بعد إذاعة مسلسل الاختيار (زمانهم بيولولو)، كما ضرب مثلاً شرح فيه سحب مستخدم الكريديت كارد على المكشوف قائلاً: (وانت مدهول على عينك).

- في حلقة 10 أبريل استدل المتحدث الشيخ خالد الجندي بقوله تعالى: "وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا" على أهمية تربية الآباء للأبناء قائلًا: (شوف ربنا قال إيه كما ربياني مش كما أعلفاني) مشبها الإنسان بالحيوان التي يتم تغذيته على العلف، وهو ما لا يليق بسياق الخطاب الديني في وسائل الإعلام وفي غيرها.
- في حلقة 27 أبريل وفي سياق وصفه لشيخو التيار السلفي بأنهم أهل الشر الذين تحدث عنهم النبي صلى الله عليه وسلم قائلًا عنهم: (أصلهم كدة لازم تلبهم على طول)، وقال معلقًا على المصطلحات التي صنفها أنها تخص السلفيين وتصلح كعلامات تعرفهم بها قائلًا في عصبية وغضب (إلى الله المشتكى في السنة السوداء اللي حكتمت فيها... إلى الله المشتكى فيكم وفي اليوم اللي عرفناكم فيه... إلى الله المشتكى في اللي عرفنا عليكم... إلى الله المشتكى من غباثكم ومن وشوشكم ومن دخلتكم علينا زي التتار).
- في حلقة 15 أبريل في سياق الحديث عن وجوب تنظيم النسل قائلًا: (وييجي واحد صايع والست تخلف منه 3 أو 4 بطون ويرموا أولادهم في رقبة الحكومة). وهنا تؤكد الباحثة على أنه كان من الممكن للمتحدث التعبير عن ذات الأفكار السابقة الذكر بأسلوب وألفاظ تليق بهيبة وجلال مؤسسة عريقة مثل الأزهر الشريف، وتليق بالمضمون الديني المقدم في هذا الشهر الكريم، خاصة وأنها جميعها أفكار تدعو إلى صالح الفرد المسلم، غير أنها قدمت في قوالب غير مناسبة على الإطلاق، لا مع المؤسسة التي ينتسب إليها منتج الخطاب، ولا مع جلال الشهر الكريم والخطاب الديني المقدم فيه.
- كذلك فقد لاحظت الباحثة من خلال نتائج تحليل الخطاب في الدراسة الحالية أن خطاب المتحدث خالد الجندي في طرحه لأطروحة مستجدات الأحداث اليومية اتسم ببعض التعالي على المتلقين بأنه الأعلم منهم، وأنهم عليهم الاقتناع بما يطرح، وقد تعددت المواضع التي ظهر فيها بعض التعالي في خطابه، وكلها قام فيها المتحدث بالثناء على علمه الغزير ومكانته العظيمة وقراءته لنحو 650 ألف كتاب، كما اتضح كذلك أسلوب التعالي في تصدير الشعور بأنه صاحب الرأي الصائب نظرًا لعلمه، ونظرًا لانتماؤه للمؤسسة الوسطية التي لا تطرف فيها ولا تفريط، يقصد الأزهر الشريف.
- أشارت نتائج تحليل الخطاب كذلك إلى اقتصار استخدام المتحدث في خطابه على أسلوب التعميم من بين الأساليب الخطابية الأخرى التي استخدمها المتحدث في

تقديم هذه الأطروحة، فنجدّه- على سبيل المثال لا الحصر- استخدم أسلوب التعميم في حلقة 10 أبريل في سياق الهجوم على من أصدر فتوى تحريم فوائد البنوك قائلًا: (البنك هو سبيل الأمان الوحيد لأنك لو ادبت الفلوس لأخوك هياخذها واعترض بقوله وطبعًا في استثناءات)، وكأن الأصل الخيانة حتى بين الأخ وأخيه في تعميم غير موفق من المتحدث لتدعيم فكرته، كما استخدم التعميم كذلك في حلقة 13 أبريل في تعميم شرح المراحل الثلاث لدلول الكلمات على كافة المصطلحات في اللغة.

4- أطروحة فضل العشر الأواخر من رمضان:

حملت هذه الأطروحة قدرًا كبيرًا من التحفيز والترغيب في الفوز بسباق الليالي الفضليات، ليالي العشر الأواخر من رمضان، والحث على السعي إلى الفوز بالجائزة الكبرى وهو الفوز بليلة القدر أعظم جائزة في الشهر المبارك، والتأكيد على أن الفرصة مازالت متاحة لكل مسلم مهما كان حاله مع الله منذ بداية الشهر الكريم. وقد برز هذا الطرح جليًا في دعوة المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز في حلقة 20 أبريل الموافق 18 رمضان جماهير المشاهدين إلى التجهز والاستعداد لأفضل وأغلى ليالي الشهر الكريم، محذراً من التفريط فيها والانشغال عنها بالعزائم والولائم ومضيعة الوقت المختلفة، ومسقطاً على من يتلمسون فقط الليالي الوترية منها قائلًا بسخرية: (طب وليالي الشفع هتعمل فيها إيه؟ هتاكل كنافه وقطايف وقمر الدين؟؟؟ لا والله أبداً هنعبد ربنا دي منحة ربانية.. رمضان بيطير يا جماعة)، كما اتضح هذا الطرح كذلك في خطاب المتحدث الشيخ خالد الجندي في حلقة 22 أبريل 2022 والذي استهل الحلقة قائلًا: (الحقيقة أنا قررت أعمل النهاردة لحضراتكم مسابقة على جائزة ضخمة جداً وهي عبارة عن عشرة أظرف فيهم ظرف فيه جائزة ضخمة- مستعرضاً الأظرف العشرة أمامه على مائدة الاستوديو- وهقولك حالاً قصة الأظرف دي إيه بس لو أنا قلتلك الظرف الواحد تمنه 10 جنيه هتدفع عشرة جنيه وتاخذ بختك يابو بخيت ظرف ب 10 جنيه)، وأكد على أن هذا ليس تشجيعاً على لعب الميسر، ولكنه مجرد مثال يراد منه الفهم والتقريب، في إشارة إلى شرح عام لفكرة العشر الأواخر، وكيف للمسلم أن يتعامل معها دون استهانة بأي منها؛ لأنه لا يعلم أي الأظرف فيها الجائزة، وكذلك لا يعلم أي الليالي بها الجائزة، وترى الباحثة أن خطاب المتحدث أحسن في تقريب الأمر لجماهير المتلقين خاصة أن مفهوم الاختيار بين ليالي العشر لإقامتها بالطاعة والعبادة على غير هدي، فكان تقريباً موفقاً من المتحدث لشرح وتدعيم الأطروحة.

كما تم تأكيد هذه الأطروحة في خطاب حلقة 23 أبريل 2022، حيث استهل المتحدث الشيخ خالد الجندي حديثه قائلاً: (عاوز أحكيلكم حكاية بتاع رجل عنده جار مضايقه يضرب عليه الجرس كل شوية ولما يروح يفتح الباب يلاقي الرجل جري.. طب ادخل تعالى قول عاوز إيه؟! لدرجة أنه شك في قوى جاره العقلية لأنه مش ممكن حد يعمل كدة!! عارفين يا جماعة مين الشخص ده؟ كلنا للأسف الشديد إلا من رحم ربي.. كلنا نفعل هذا الفعل... لكن باب إيه؟! وجرس إيه؟! أقولكم ... الباب باب الله وأبواب السماء التي عندما تفتح نتركها ونجري) إشارة إلى من يضيع وقت الجد في رمضان على طاولة المسلسلات، والمانشات، والسهرة الفلانية، والسحرة العلانية، والنوم، والاسترخاء، والآخر نرجع نشتكي... شوفتوا يا جماعة ناس كدة؟! آه للأسف معظمنا كدة)، واستغرق في التأكيد على فكرة اغتنام الوقت في العشر الأواخر وعدم التفريط بها بعدد من الأمثلة الأخرى، وقد برز من خلال هذا الطرح التأكيد على وجود أبواب للسماء، وحث المشاهدين على تعليم الأجيال القادمة قيمة اللجوء إلى الله والتسلح به في كل وقت وحين، كما دعم المتحدث الأطروحة كذلك في حلقة 24 أبريل 2022 بالتأكيد على مبدأ العبرة بالخواتيم والنهايات، وأكد على ضرورة محاسبة النفس، ورد المظالم وحقوق العباد، واستغرق في تخويف الناس من عواقب إهدار المال العام، وسرد صورته وأشكاله التي قد لا ينتبه المسلم لخطورتها رغم بساطتها، وكيف له أن يستثمر إنشاء صندوق تحيا مصر، ودعا إلى التبرع إليه تكفيراً ورداً لما قد نهدهه بقصد أو دون قصد للمال العام؛ كخطوة للتقرب من الله في هذه الأيام المباركة الطيبة.

وفي حلقة 25 أبريل 2022 اقتصر خطاب المتحدث الشيخ خالد الجندي على الحديث عن ليلة القدر، وبين فضلها، وكيف أنها خير من ألف شهر، وأطلق عليها ليلة العمر، واستدرك بتفسير سورة القدر استمر حتى نهاية الحلقة، ثم استمر في طرح فكرة الجائزة الكبرى على عمل قليل ويسير في الحلقة التالية لها 26 أبريل 2022، واستهل الحديث فيها بتقديم الشكر على من لم ينقطع عن عمله المستمر مثل السيدات في بيوتنا، والجنود على الحدود، وعدد غيرهما من الفئات التي لا تستطيع التعطل عن العمل في رمضان قائلاً: (ألف تحية للي ما اخدوش يوم أجازة)، وأخذ يعدد من سيدة المنزل إلى الضباط والجنود في كل مكان وصولاً إلى السيد الرئيس السيسي.

ودعم المتحدث الشيخ خالد الجندي هذه الأطروحة في خطابه في حلقة 28 أبريل بالدعوة للاجتهاد في الطاعة والعبادة حتى آخر دقيقة في الشهر المبارك، وعدم التعجل في ترك الطاعات وإنهاء رمضان قبل نهايته، محذراً ومخوفاً من التفريط في

رمضان قبل انتهائه فعلياً بالإسراع في إنهاء الطاعات؛ لأنه قد يؤدي إلى خسارة الإنسان، كما كشف الخطاب في حلقة 29 أبريل 2022 عن تأكيد المتحدث الشيخ خالد الجندي على الدعوة إلى الانتباه إلى انتهاء الشهر الكريم، والدعوة إلى الاستمرار على الطاعات فيما بعد رمضان، وأن رب رمضان رب شوال ورجب ورب بقية أشهر العام، واستخدم في ذلك التخويف بتفسير قوله تعالى "ما سلككم في سقر قالوا لم نك من المصلين ولم نك نطعم المسكين وكنا نخوض مع الخائضين وكنا نكذب بيوم الدين حتى أتانا اليقين" (62)، معتمداً على حث المتلقين من جمهور المشاهدين على فعل الطاعات وترك المعاصي؛ ليكون سبباً في النجاة من النار.

• مسارات البرهنة المستخدمة:

حرص منتج الخطاب في تقديمه لأطروحة ليلة القدر والعاشر الأواخر على التوازن في الاعتماد على مسارات البرهنة بين المسارات المنطقية والوجدانية على السواء، حيث تبني منتج الخطاب في خطابه خلال هذا الطرح التديل على الأطروحة معتمداً على مسارات البرهنة المنطقية؛ والتي تصدر فيها الاستشهاد بالأدلة النقلية من كتاب الله تعالى والسنة النبوية الشريفة على سائر مسارات البرهنة المنطقية الأخرى من بيانات، وإحصاءات، وشمولية عرض حجج وبراهين وجهات النظر المختلفة، وذلك في كافة الحلقات التي تم تقديم أطروحة (ليلة القدر والعاشر الأواخر) من خلالها، حيث برز استشهاد منتج الخطاب بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية وبعض المشاهد من حياة الصحابة والتابعين التي يستدل بها على ما كان يفعله النبي صلى الله عليه وسلم وصحابته الكرام لاستقبال هذه العشر؛ لحث المتلقين على الاستعداد الجيد لاغتنام الأجر العظيم في العشر الأواخر من الشهر الكريم والفوز بليلة القدر فوزاً عظيماً.

أما على مستوى استخدام مسارات البرهنة الوجدانية؛ فقد اعتمد أيضاً منتج الخطاب على مسارات وجدانية تنوعت بين البرهنة الدفاعية والبرهنة الهجومية، وتبين من نتائج تحليل الخطاب توازن الاعتماد على كل من البرهنة الدفاعية والبرهنة الهجومية على السواء؛ في سياق الخطاب حول أطروحة ليلة القدر والعاشر الأواخر، ودعوة جمهور المشاهدين إلى رفع حالة الاستعداد القصوى لاستقبال العشر الأواخر من رمضان والاجتهاد فيها جميعها رغبة وطمعاً في الفوز بأجر وثواب أعظم الليالي وهي ليلة القدر، حيث برز الاعتماد على مسارات البرهنة الهجومية لدعم وتأييد هذا الطرح في العديد من الحلقات، منها على سبيل المثال حيث تبني خطاب المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز في حلقة 20 أبريل- والتي وافقت 18 رمضان- بيان أهمية التهيئة النفسية

والروحية لاستقبال العشر الأواخر حتى مع افتراض التقصير فيما مضى من الشهر الكريم، ودعا إلى رفع حالة الاستعداد القصى للطاعات والأعمال الصالحة في هذه الليالي المباركة، ورصدت الباحثة ظهور البرهنة الهجومية بشكل واضح في خطاب المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز في هذه الحلقة، حيث بدأ بالهجوم على المفرطين في هذه الليالي قائلًا: (اللي يقولك أصل أنا معزوم... معزوم مين يا حاج؟!... هو كتير علينا عشر ليالي فقط على بعضهم... واللي يقولك الليالي التورية فقط... ماشي يا سيدي طب والليالي الشفع هنعمل فيها إيه؟! هناك كفاية وقمر الدين؟! لا لا والله هنعبد ربنا ده خلاص رمضان بيطير)، وهنا تجدر الإشارة أن هذا الموضوع يمثل المرة الأولى لاعتماد المتحدث الشيخ رمضان عبد المعز لمسارات البرهنة الهجومية في كافة الطروحات التي قدمها البرنامج خلال فترة الدراسة، وكذلك في حلقة 23 أبريل اعتمد المتحدث الشيخ خالد الجندي على البرهنة الهجومية في التذليل على أهمية عدم التفريط في هذه الليالي العظيمة قائلًا: (عمركم شوفتو كدة؟! ناس تضيع وقت الجد في رمضان في الطاولة، والمسلسلات، والسهرات، والماتشات، والنومة، والآخ نرجع نشتكي؟ شوفتوا كدة؟ للأسف معظمنا كدة... ربنا إداكم الفرصة بس انتو ما حبتوش)، أشارت النتائج إلى اعتماد منتج الخطاب على البرهنة الدفاعية في تقديم أطروحة ليلة القدر والعشر الأواخر في أكثر من موضع؛ منها على سبيل المثال لا الحصر في حلقة 29 أبريل، حيث اعتمد المتحدث الشيخ خالد الجندي في دعوته للجمهور على الاستمرار في السباق الرمضاني في الطاعات والأعمال الصالحة حتى نهايته، مستدلًا بالاستشهادات التي تؤكد أن العبرة بالخواتيم.

• استمالات الإقناع المستخدمة في الأطروحة:

تبين في نتائج تحليل الخطاب في الدراسة الحالية الاعتماد على توظيف الاستمالات العاطفية دون الاستمالات العقلية في سياق خطاب تحليل أطروحة ليلة القدر والعشر الأواخر إلى حد كبير، كإحدى أدوات إقناع المتلقين من جمهور المشاهدين والتأثير في وجدانهم وانفعالاتهم، حيث سعى المتحدث إلى استمالة المتلقي عاطفياً ووجدانياً لإثارة مشاعره الإيمانية خاصة في هذه الليالي العظيمة ذات الأجر والفضل الكبير، وقد رصدت الباحثة تساوي استخدام أسلوب الترغيب وأسلوب إثارة المشاعر واستخدامهما بشكل يفوق استخدام أسلوب التخويف كأساليب استمالات لإقناع المتلقي عاطفياً ووجدانياً بأفكار الأطروحة، حيث برز الاعتماد على أسلوب الترغيب من خلال خطاب الشيخ رمضان عبد المعز في حلقة 20 أبريل في سياق الحديث عن الأعمال والطاعات التي ينبغي للمسلم التمسك بها في هذه الليالي العظيمة؛ من خلال الحديث عن أنواع

الأجر العظيم الذي أعده الله لمن يقوم ليلة القدر إيماناً واحتساباً، وأن توفيق الله للعبد لقيام هذه الليلة إنما هو جائزة في حد ذاته أعده الله لعباده المجتهدين في الطاعة خلال هذه الليالي، كما برز استخدام أسلوب إثارة المشاعر في إطار التحسر على فوات رمضان، وأن ما بقي منه هو القليل، أما أسلوب التخويف فقد برز استخدامه والاعتماد عليه في خطاب الشيخ خالد الجندي في حلقة 28 أبريل في سياق التحذير من الإسراع في إنهاء الطاعات قبل أن ينتهي رمضان، أو تطلق صفارة النهاية- على حد تعبيره- محذراً في أن ذلك يتسبب في خسارة الإنسان لهذا الأجر العظيم، كذلك في حلقة 29 أبريل استخدم المتحدث ذاته أسلوب التخويف من ترك الطاعات حتى بعد نهاية الشهر الكريم منوهاً أن رب رمضان هو رب بقية شهور السنة، متعجباً لمن يعبد الله في رمضان ويترك عبادته بقية العام، واستخدم أسلوب التخويف في شرح الآية الكريمة "ما سلككم في سقر قالوا لم نك من المصلين ولم نك نطعم المسكين... حتى أتانا اليقين"، موضحاً أن ترك الطاعات تؤدي إلى التهلكة والورود على جهنم والعياذ بالله.

ورصدت الباحثة توظيف الاستمالات العقلية في خطاب تقديم أطروحة ليلة القدر والعشر الأواخر في إقناع الجمهور واستمالاته مرة واحدة فقط في خطاب الشيخ خالد الجندي في حلقة 23 أبريل في سياق وصف الأفعال التي إذا قام العبد بفعالها فتحت له أبواب السماء بمجرد الشروع فيها، وبالتالي تصبح هذه الأفعال مقدمات يترتب على الإتيان بها نتائج محددة وهي فتح أبواب السماء بأوجه الخير المتعددة، وترجع الباحثة الاهتمام بتوظيف الاستمالات العاطفية على العقلية في خطاب هذه الأطروحة إلى طبيعة الأطروحة ذاتها التي تتناسب معها استخدام إثارة العواطف والمشاعر للتأثير فيها أكثر من استخدام الاستمالات العقلية من مخاطبة العقل وبناء النتائج على المقدمات وغيرها.

• الأساليب الخطابية المستخدمة في الخطاب:

عبر منتج الخطاب الشيخ رمضان عبد المعز خلال خطابه في تقديم أطروحة ليلة القدر عن تشتت عقله فيما يتعلق بالأفكار التي يريد طرحها في هذه الحلقة قائلاً: (فيه أفكار كثيرة في دماغي تزاخمني مش عارف أبدأ بإيه ولا أقول إيه؟)؛ مما يشير إلى عدم اعتماد المتحدث على سكريبت واضح ومعد مسبقاً للحلقة يسترشد به، تكون فيه الأفكار التي سيقوم بطرحها مرتبة ومحددة، وهو ما تراه الباحثة نتيجة طبيعية لتحول من كانوا ضيوفاً من قبل في برامج لها مذيع، ولها فريق إعداد يقوم بعمله من اختيار وترتيب الأفكار إلى قائمين بالاتصال يعدون ويذيعون دون نسق محدد لذلك، هذا الأمر

الذي طرأ مؤخراً على شاشات الفضائيات المختلفة في كل المجالات؛ حيث أصبح (الشيخ) قائماً بالاتصال، وأصبح عالم الدين قائماً بالاتصال، وأصبح الطبيب قائماً بالاتصال.. وهكذا.

أشارت نتائج التحليل كذلك إلى استخدام المتحدث الشيخ خالد الجندي لبعض الألفاظ غير اللائقة خلال خطابه في هذه الأطروحة، وبما لا يتناسب مع موضوعها، وهو حث المتلقي على التسابق والإسراع إلى فعل الطاعات وإقامة الليالي العشر في عبادة الله والتضرع إليه، فعلى سبيل المثال في حلقة 23 أبريل قال في المشككين في فكرته: (لو حد جه اتلامض منهم نروح لايبينه على طول)، فضلاً عن تفخيم ذاته في نفس الحلقة قائلاً (ودول هيبجوا فينا إيه؟!... أنا بفضل الله قارئ لـ 600 ألف كتاب بفضل الله... فاجري العب يا شاطر روح ذاكر وبعدين تعالى نظر علينا)، كذلك تضمن الخطاب لذات المتحدث في الحلقة استخدام مفردات أجنبية دون ضرورة تستلزم ذلك، مثل (emergence case).

كذلك فقد رصدت الباحثة اعتماد منتج الخطاب في تقديمه لهذه الأطروحة على أسلوب التوجيه- من بين الأساليب الخطابية التي يعتمد عليها منتج الخطاب- في المرتبة الأولى، يليه في المرتبة الثانية أسلوب التكرار، وبرز استخدام المتحدث لأسلوب التوجيه في هذه الأطروحة من خلال العمل على توجيه المتلقي وإرشاده لأفضل الأعمال الصالحة؛ كما ظهر في حلقة 20 أبريل في خطاب المتحدث الشيخ خالد الجندي عن كيفية تنشيط القلب والتقرب إلى الله في ليلة القدر، كما برز الاعتماد على أسلوب التكرار في حلقة 28 أبريل، خاصة وأن المتحدث خالد الجندي بالغ في التكرار في الحديث عن مدلول كلمة (كافر) إلى حد يصل إلى الملل.

خاتمة الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة:

خلصت نتائج تحليل الخطاب في الدراسة الحالية إلى ما يلي:

- تنوعت الأطروحات التي قدمها الخطاب في حلقات البرنامج- عينة الدراسة- المذاعة خلال فترة التحليل وهي شهر رمضان المبارك للعام الهجري 1443 بين أربع أطروحات رئيسة، تمثلت في: استقبال الشهر الكريم، نصر الله لعباده المؤمنين، مستجدات الأحداث اليومية، ليلة القدر والعشر الأواخر من رمضان.
- حرص منتج الخطاب على التوازن في الاعتماد على مسارات البرهنة بين المسارات المنطقية والوجدانية على السواء؛ كما كثر الاستشهاد بالوقائع

والأحداث التي حدثت في عهد النبي وفي عهد الصحابة والتابعين في مسارات البرهنة المنطقية خلال تقديم أطروحة نصر الله لعباده المؤمنين، بينما كثر الاستشهاد بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة في تقديم الأطروحات الثلاث الأخرى؛ بينما على مستوى استخدام مسارات البرهنة الوجدانية، فقد اعتمد منتجو الخطاب على مسارات وجدانية تنوعت بين البرهنة الدفاعية والبرهنة الهجومية؛ وتفوق استخدام البرهنة الهجومية بشكل واضح في تقديم أطروحة ما يستجد من أحداث.

- تبين من نتائج تحليل الخطاب في الدراسة الحالية تفوق توظيف الاستمالات العاطفية على الاستمالات العقلية، وذلك بالاعتماد على التأثير في وجدانهم وانفعالاتهم العاطفية من خلال استخدام أسلوب الترغيب، وأسلوب إثارة المشاعر؛ واستخدامهما بشكل يفوق استخدام أسلوب التخويف كأساليب استمالات لإقناع المتلقي عاطفياً ووجدانياً بأفكار الأطروحات.
- تنوعت الأساليب الخطابية التي استخدمها منتجو الخطاب في تقديمه للأطروحات بين (التكرار، التنويع، التعميم، التوجيه، القدوة والنموذج، التلميح، المبالغة)، ورصدت الباحثة تفوق استخدام أسلوب التكرار والتوجيه في تقديم الأطروحات متفوقين على غيرهما من الأساليب الأخرى؛ وتم الاعتماد على أسلوب اللغوي البسيط، الذي يجمع فيه بين الفصحى البسيطة واللهجة العامية، خاصة في تبسيط أي مثل من الأمثال التي يذكرها منتجو الخطاب من أجل التقريب والفهم.
- اتسم أسلوب المتحدث رمضان عبد المعز بالهدوء وبشاشة الوجه في تقديمه للأطروحات؛ بينما اتسم أسلوب المتحدث خالد الجندي بالهجوم والانفعال غير المبرر في طرحه لمعظم الأفكار الواردة في خطابه خلال فترة التحليل.

ثانياً: توصيات الدراسة:

توصي الباحثة في الدراسة الحالية بما يلي:

- 1- ضرورة إلقاء الضوء على الخطاب الإعلامي الذي تقدمه البرامج الدينية؛ من خلال إجراء مزيد من الدراسات في تحليل الخطاب الذي تقدمه تلك البرامج في الفضائيات المختلفة.
- 2- إجراء مزيد من الدراسات حول تأثير الخطاب المقدم في البرامج الدينية في جماهير المشاهدين من جانب، وكذلك إجراء مزيد من الدراسات التي تلقي

الضوء على تقييمات النخبة الدينية والإعلامية واتجاهاتهم نحو ما يقدمه الخطاب الإعلامي للبرامج الدينية المذاعة على القنوات الفضائية المصرية والعربية.

3- كما تقترح الباحثة على القائمين بالاتصال في البرامج الدينية- خاصة التي يقوم بتقديمها وأحياناً بإعدادها عالم الدين نفسه- بمتابعة نتائج الأبحاث العلمية والأكاديمية التي يقدمها الباحثون في هذا المجال البحثي، خاصة التي تتعلق بتحليل الخطاب الذي يقدم من خلالهم؛ وذلك بهدف الوقوف على اقتراحات تطوير الخطاب؛ مما يجعل له تأثيراً أكثر عمقاً في نفوس المتلقين.

4- دعوة القائمين بالاتصال في البرامج الدينية على تقديم أطروحات تتناسب مع ما يقتضيه العصر الحالي من مستجدات، كتبني الرد على الشبهات المختلفة التي يلقي بها بعض التيارات الأخرى على ديننا الحنيف، ولكن باستخدام الاستمالات العقلية التي تخاطب عقول المتلقين، خاصة ونحن نعيش في عصر كثر فيه الحديث عن شبهات كثيرة تشكك في ثوابت هذا الدين الحنيف، ويصل بعضها إلى حد الإلحاد نفسه، معتمدين أصحاب هذه الشبهات على مخاطبة عقل المتلقي بأدلة وبراهين باطلة؛ مما يستوجب من الخطاب الديني الرد عليها بالعقل وبالتكرار المستمر لحماية الأجيال من هذه الشبهات الضالة المنحرفة، بدلاً من الانشغال باتخاذ هذه البرامج منبراً للأخذ والرد حول أمور سطحية، وأحياناً تخص المتحدث نفسه من خلال الرد على هجوم شخصي عليه أو تصريح ضده.

مراجع الدراسة:

- (1) علا عبد القوي عامر، الخطاب الإعلامي للرموز السياسية الدينية في البرامج الحوارية تجاه قضايا المرأة: دراسة مقارنة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 7، سبتمبر 2016) ص-ص 295: 355.
- (2) أمينة صفوت الغنام، التناول الإعلامي لقضايا المرأة في المجتمعات المحلية: دراسة تحليلية على كل من جريدة صوت المنيا وقناة الدلتا التلفزيونية، (المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد 3، يوليو 2017) ص-ص 419: 437.
- (3) إيهاب حمدي جمعة، منهجية التكامل المعرفي بين علوم الاتصال والإعلام وعلوم اللغة واللسانيات: الاستراتيجيات التداولية في تحليل الخطاب السياسي للقنوات التلفزيونية الفضائية المعادية: تغطية افتتاح المسجد والكاتدرائية نموذجًا، (المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد 8، يوليو 2019) ص-ص 211: 277.
- (4) الشيماء رضا عبده، الأساليب الإقناعية بالخطاب الإعلامي في القنوات الفضائية المصرية وعلاقته بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي).
- (5) ريهام ود، مفهوم الدولة المدنية في القنوات الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2018).
- (6) سهام محمد عبد الخالق، الخطاب الإعلامي للقوى السياسية في البرامج الحوارية بالفضائيات: دراسة تحليلية بالتطبيق على الانتخابات البرلمانية 2011، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 48، سبتمبر 2014) ص-ص 489: 578.
- (7) Umar Fauzan, **A CAD of The Idology of Indonesian Metro T.V News Report**, International Journal of Linguistics, Vol. 6, No. 4 pp 71: 86.
- (8) Saeed Ail, **Astudy of Reporting about Terrorism on Two Pan – Arab News Channel**, PHD, (University of Leicester, Dep. Of Media and Communication), 2014.
- (9) Vu Anh Ngoc Nguyen, **Reality Tv. as Neoliberal Technology of Citizenship – Acritical Discourse Analysis of Dieu Uoc Thu Bay**, Media @ LSE, London School of Economics and Polotical Science, 2016.
- (10) Xiaoxi Zhang, **Hegemony, Discourse and Gender in Reality TV. Shows: A Critical Reading of Gender discourse in if you are the one and only you**, MA, (University of Florida, 2012).
- (11) ريهام مرزوق، زينب صالح، أساليب الإقناع المستخدمة في إعلانات المؤسسات الخيرية المقدمة بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة تطبيقية في إطار نظرية السلوك المخطط، (جامعة الأزهر، الدراسات الإسلامية والعربية، مجلة الزهراء، العدد 32، أبريل 2022) ص-ص 1902: 2022.
- (12) عبد الله عمران علي، الخطاب الإعلامي في التلفزيون المصري: دراسة في تحليل الخطاب الصحي بالبرامج الحوارية: جائحة كورونا نموذجًا، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 55، الجزء 4، أكتوبر 2020) ص-ص 2575: 2618.

- (13) لميس علاء الدين الوزان، لغة الخطاب الإعلامي في البرنامج الحوارى الاجتماعى "الستات ما يعرفوش يكذبوا" فى إطار نموذج تحليل المحادثة، (جامعة الأهرام الكندية، المجلد العربىة لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 27، ديسمبر 2019) ص- ص 468: 506.
- (14) أماني محمد حسن، وآخرون، صورة المرأة الداعية فى البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بصورتها الذهنية لدى المراهقات، (جامعة عين شمس، معهد دراسات الطفولة، مجلة دراسات الطفولة، مجلد 23، العدد 88، سبتمبر 2020) ص- ص 31: 36.
- (15) محمد معوض، محمد شعبان وهدان، صورة وسطية الإسلام كما تقدمها البرامج التليفزيونية بالفضائيات وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوها، (جامعة عين شمس، معهد دراسات الطفولة، مجلة دراسات الطفولة، مجلد 1، العدد 78، مارس 2018) ص- ص 113: 118.
- (16) هناء فارس، وآخرون، الأساليب الإقناعية فى البرامج الدينية: دراسة تحليلية لبرنامج (حديث الإثنين)، (جامعة العربىة بن مهدي- أم البواقي، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد 7، العدد 3، ديسمبر 2020) ص- ص 249: 264.
- (17) إسعادي صورية، وآخرون، الأساليب الإقناعية فى البرامج الدينية فى قناة الرسالة برنامج سواد الإخاء نموذجاً، (جامعة جيجل، المجلد الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد 3، أبريل 2018).
- (18) بوقرة رضوان وآخرون، القيم فى البرامج الدينية فى الفضائيات العربية: دراسة مقارنة لعينة من البرامج الدينية الإسلامية والمسيحية، (الجزائر: جامعة العربىة، مجلة الرسالة للدراسات الإسلامية، المجلد 5، العدد 2، 2021) ص- ص 264: 277.
- (19) هناء سلطاني، استخدام القائم بالاتصال للأساليب الإقناعية فى الخطاب الإعلامى الدينى- دراسة تحليلية لبرنامج الصحوة على قناة روتانا الخليجية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة العربىة بن مهدي أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، 2017).
- (20) رباب جلال البصراىة وآخرون، قضايا المرأة فى الخطاب الدينى المعاصر: دراسة تحليلية، (جامعة عين شمس، كلية التربية، الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة، العدد 153، يوليو 2014) ص- ص 41: 64.
- (21) Ruth Anna, **Faith in new Religion and Spirituality in Factual British Television 2000 – 2009**, PHD, (Sheffield Hali AM. University), 2012.
- (22) إبراهيم عبد الله المسلمى، **مناهج البحث فى الدراسات الإعلامية**، د ط، (القاهرة: دار الفكر العربىة، 2008) ص 53.
- (23) عامر قنديلجى، البحث العلمى واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، الطبعة العربية، (الأردن، عمان: دار اليازورى العلمية للنشر والتوزيع، 2007)، ص 113.
- (24) إبراهيم عبد الله المسلمى، **مناهج البحث فى الدراسات الإعلامية**، مرجع سابق، ص 121.
- (25) أميرة محمد سيد، **تحليل الخطاب: مدخل نظرى**، (جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 8، العدد 3، سبتمبر 2019) ص 335.
- (26) محمد شومان، **تحليل الخطاب الإعلامى أطر نظرية ونماذج تطبيقية**، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007)، ص 26.
- (27) أميرة محمد سيد، **تحليل الخطاب: مدخل نظرى**، مرجع سابق، ص 334، 335.
- (28) محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى فى بحوث الإعلام**، (القاهرة، عالم الكتب، الطبعة 1، 2010) ص 210.
- (29) محمد منير حجاب، **الموسوعة الإعلامية**، (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد 3) ص 1137.
- (30) لميس علاء الدين الوزان، لغة الخطاب الإعلامى فى البرنامج الحوارى الاجتماعى "الستات ما يعرفوش يكذبوا" فى إطار نموذج تحليل المحادثة، مرجع سابق، ص 482.

- (31) إيمان شعبان إبراهيم، تحليل الخطاب الإعلامي في خطبة الجمعة: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الأزهر، كلية الدراسات الإسلامية والعربية، 2022) ص 91، 92.
- (32) محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي أسس نظرية ونماذج تطبيقية، مرجع سابق، ص 41.
- (33) سميرة موسى، خطاب الصحافة المصرية والغربية تجاه الاقتصاد المصري في الفترة من يونيو 2014-2017: دراسة تحليلية، مرجع سابق، ص 44.
- (34) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 302.
- (35) سميرة موسى، خطاب الصحافة المصرية والغربية تجاه الاقتصاد المصري في الفترة من يونيو 2014-2017: دراسة تحليلية، مرجع سابق، ص 45.
- (36) الذهبي (ت ٧٤٨)، ميزان الاعتدال ٥٦٣/٤ [فيه] أبو قابوس لا يعرف • أخرجه أبو داود (٤٩٤١)، والترمذي (١٩٢٤)، وأحمد (٦٤٩٤).
- (37) المنذري (ت ٦٥٦)، الترغيب والترهيب ١٠٧/٢ • إسناده صحيح أو حسن أو ما قاربهما.
- (38) سورة الأحزاب، الآية (56).
- (39) سورة الأنبياء، الآية (107).
- (40) سورة الزلزلة، الآية (7).
- (41) سورة البقرة، الآية (110).
- (42) سورة الأنعام، الآية (160).
- (43) المنذري (ت ٦٥٦)، الترغيب والترهيب ٣/٣٥٤ • إسناده صحيح أو حسن أو ما قاربهما.
- (44) سورة طه، الآية (44).
- (45) سورة الأنفال، الآية (62).
- (46) سورة الحج، الآية (40).
- (47) سورة الأنفال، الآية (12).
- (48) الألباني (ت ١٤٢٠)، صحيح الترمذي ٣٧٥١ • صحيح.
- (49) الألباني (ت ١٤٢٠)، صحيح ابن ماجه ١٠٧ • صحيح.
- (50) سورة البقرة، الآية (194).
- (51) سورة البقرة، الآية (190).
- (52) سورة الفتح الآية (1): (3).
- (53) البخاري (ت ٢٥٦)، صحيح البخاري ٦٩٤٣ • صحيح.
- (54) سورة البقرة، الآية (214).
- (55) سورة النور، الآية (11).
- (56) سورة البقرة، الآية (216).
- (57) سورة الطور، الآية (48).
- (58) سورة الأنفال، الآية (60).
- (59) سورة البقرة، الآية (114).
- (60) سورة آل عمران، الآية (118).
- (61) البخاري (ت ٢٥٦)، صحيح البخاري ٧٠٨٤ • صحيح.
- (62) سورة المدثر، الآية (42).

References

- Amer, O. (2016), alkhatab al'ielamiu lilrumuz alsiyasiat aldiyniat fi albaramiy alhawariat tujuh qadaya almar'ati: dirasat muqaranati, (jamieat Alqahira, kuliyyat al'ielami, almajalat Almisria libuhuth alezaa waltifizyun, 7(2), 295: 355.
- Alghanam, O. (2017). altanawul al'ielamiu liqadaya almar'at fi almujtamaeat almahaliyati: dirasat tahliliat ealaa kulin min jaridat sawt alminya waqanaat aldilta altifizyuniat, (almaehad alduwalii aleali lil'ielam bialshuruq, majalat albuahuth waldirasat al'ielamiati, 3(1)) , 419: 437.
- Gomma, E. (2019)., manhajiat altakamul almaerifii bayn eulum alaitisal wal'ielam waeulum allughat wallisaniaati: alastiratijiaat altadawuliat fi tahlil alkhatab alsiyasii lilqanawat altifizyuniat alfadayiyat almueadiat: taghtiat aiftitah almasjid walkatidrayiyat nmwdhjan, (Almaehad Alduwali aleali lil'ielam bi Alshuruq, majalat albuahuth waldirasat al'ielamiati, 8(2), 211: 277.
- Abdo, A. (2014), al'asalib al'iiqnaeiat bialkhatab al'ielamii fi alqanawat alfadayiyat almisriat waealaqatih bitashkil aittijahat alraay aleami nahw alqadaya alsiyasiat almisriati, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat Ain shams, kuliyyat altarbiat alnaweiat, qism al'ielam altarbawi).
- Wad, R. (2018). mafhum aldawlat almadaniat fi alqanawat alfadayiyati, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielam).
- Abd Alkhalig, S. (2014). alkhatab al'ielamiu lilquaa alsiyasiat fi albaramiy alhawariat bialfadayiyaati: dirasat tahliliatan bialtatbiq ealaa alaintikhabat albarlamaniat 2011, (jamieat Alqahira, kuliyyat al'ielami, almajalat Almisria libuhuth al'ielami, 48(2),489: 578.
- (⁶²) Umar Fauzan, **A CAD of The Idology of Indonesian Metro T.V News Report**, International Journal of Linguistics, Vol. 6, No. 4 pp 71: 86.
- (⁶²) Saeed Ail, **Astudy of Reporting about Terrorism on Two Pan – Arab News Channel**, PHD, (University of Leicester, Dep. Of Media and Communication), 2014.
- (⁶²) Vu Anh Ngoc Nguyen, **Reality Tv. as Neoliberal Technology of Citizenship – Acritical Discourse Analysis of Dieu Uoc Thu Bay**, Media @ LSE, London School of Economics and Polotical Science, 2016.
- (⁶²) Xiaoxi Zhang, **Hegemony, Discourse and Gender in Reality TV. Shows: A Critical Reading of Gender discourse in if you are the one and only you**, MA, (University of Florida, 2012.
- Marzuq, R., Salih, Z. (2022) 'asalib al'iiqnae almustakhdamat fi 'ielanat almuasasat alkhayriat almuqadamat bialbaramiy alhawariat fi alfadayiyaat almisriat alkhayat

waitijahat aljumphur nahwaha: dirasat tatbiqiat fi 'iitar nazariat alsuluk almukhatita, (jamieat Al'azhar, aldirasat Al'iislatmiat walearabiatu, majalat alzhara', 32(3), 1902: 2022.

-Ali, A. (2018), alkhatab al'ielamiu fi altilifizyun Almisrii: dirasatan fi tahlil alkhatab alsihiyi bialbaramij alhawariati: jayihat krana anmwdhjan, (jamieat Al'azhar, kuliyyat al'ielami, majalat albuhtuth al'ielamiati, 55(4), 2575: 2618.

-Alwazan, L. (2019). lughat alkhatab al'ielamiu fi albarnamaj alhawarii alaijtimaeii "alistat ma yaerifush yikadibua" fi 'iitar namudhaj tahlil almuhadathati, (jamieat Al'ahram Alkanadia, almajalat allearabiati libuhtuth al'ielam walaitisali, 27(1), 468: 506.

-Hassan, A. (2020). wakhrun, surat almar'at aldaaeiat fi albaramiy aldiyniat bialqanawat alfadaiyyat allearabiati waealaqatiha bisuratiha aldhiniyat ladaa almuraahiqati, (jamieat Ain shams, maehad dirasat altufulati, majalat dirasat altufula, 88(4)) 31: 36.

-Moawad, M. (2018). muhamad shaeban wahadan, surat wasatiat al'iislam kama tuqadimuha albaramiy altilifizyuniat bialfadaiyyaat waealaqatiha biatijahat almuraahiqin nahwaha, (jamieat Ain shams, maehad dirasat altufulati, majalat dirasat altufulati, 78(1) , 113: 118.

-Fares, H. (2020), al'asalib al'iqnaeiat fi albaramiy aldiyniati: dirasat tahliliat libarnamaj (hadith al'iithnayni), (jamieat allearabii bin mahidi- 'Om Albawaqi, majalat aleulum al'iinsaniati, 3(7), 249: 264.

-Sourieh. E. (2018), wakhrun, al'asalib al'iqnaeiat fi albaramiy aldiyniat fi qanaat alrisalat barnamaj sawaeid al'iikha' nmwdhjan, (jamieat Jijl, almajalat Aljazayiriati lil'abhath waldirasati, 3(1).

-Ridwan, B. (2021). wakhrun, alqiam fi albaramiy aldiyniat fi alfadaiyyaat allearabiati: dirasat muqaranat lieayinat min albaramiy aldiyniat al'iislatmiat walmasihiati, (Aljazayar: jamieat Allearabi, majalat alrisalat lildirasat al'iislatmiati, 2(5), 264: 277.

-Sultani, H. (2017). aistikhdam alqayim bialaitisal lil'asalib al'iqnaeiat fi alkhatab al'ielamiu aldiynii- dirasat tahliliatan libarnamaj alsahwat ealaa qanaat rutana alkhaliijiati, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Allearabii bin Mahidi Om Albawaqi, kuliyyat aleulum alaijtimaeiati, qism aleulum al'iinsaniati).

-Albasarati, R. (2012). wakhrun, qadaya almar'at fi alkhatab aldiynii almueasiri: dirasat tahliliatun, (jamieat eayn shams, kuliyyat altarbiati, aljameiat Almisria lilqira'at walmaerifati, 153(2), 41: 64.

(⁶²) Ruth Anna, **Faith in new Religion and Spirituality in Factual British Television 2000 – 2009**, PHD, (Sheffield Hali AM. University), 2012.

-Almuslimi, I. (2008). manahij albahth fi aldirasat al'ielamiati, d ta, (Alqahira: Dar Alfikr Alearabii).

-Kandelji, A. (2007), albahth aleilmiu wastikhdam masadir almaelumat altaqlidiat wal'iiliktruniati, altabeat alearabiati, (Al'urdun, Amman: dar Alyazurii aleilmiat lilynashr waltawzie).

-Sayid, A. (2019). tahlil alkhatabi: madkhal nazari, (jamieat Muhamad Khaydar Bisakra, kuliyyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, 3(8).

-Shuman, M. (2007) tahlil alkhatab al'ielamii 'utur nazariat wanamadhij tatbiqiati, (Alqahira, aldaar Almisria Allubnania).

-Abdel Hamid, M. (2010). tahlil almuhtawaa fi buhuth al'ielami, (Alqahira, ealam alkutub, altabeat 1).

-Hajab, M. almawsueat al'ielamiatu, (Alqahira, dar Alfajr lilynashr waltawzie, 3(2).

-Ibrahim, I. (2022). tahlil alkhatab al'ielamii fi khutbat aljumeati: dirasat tahliliati, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Al'azhar, kuliyyat aldirasat al'iislatiati walearabiati).

-Surat Al-Ahزاب, Aya 56).

-Surat Al-Anbiya, Aya 107).

-Surat Al-Zalزالah, Aya (7).

-Surat Al-Baqarah, Aya 110).

-Surat Al-An'am, Verse 160).

-Surat Taha, verse 44).

-Surat Al-Anfal, Aya 62).

-Surat Al-Hajj, Aya 40).

-Surat Al-Anfal, Aya 12).

-Al-Albani (died 1420), Sahih Al-Tirmidhi 3751 • Sahih.

-Al-Albani (d. 1420), Sahih Ibn Majah 107 • Sahih.

-Surat Al-Baqarah, Aya 194).

(Surat Al-Baqarah, Aya 190).

(Surat Al-Fath Aya (1): (3).

-Al-Bukhari (d. 256), Sahih Al-Bukhari 6943 • [Sahih.

-Surat Al-Baqarah, Aya (214).

- Surat An-Nur, Aya 11).
- Surat Al-Baqarah, Aya (216).
- Surat At-Tur, Aya 48).
- Surat Al-Anfal, Aya 60).
- Surat Al-Baqarah, Aya 114).
- Surat Al Imran, Aya 118).
- Al-Bukhari (d. 256), Sahih Al-Bukhari 7084 • [Sahih.
- Surat Al-Muddathir, Aya 42).

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 63 October 2022 - part 1

● Deposit - registration number at Darekhotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.