

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الانسانية



مذكرة ماستر

الإعلام و الاتصال

إتصال و علاقات عامة

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

اعداد الطالب:

جفال فيالة زهراء

هاجر فرحي

يوم: //

الأساليب الإقناعية المستخدمة في مضامين البودكاست الديني

دراسة تحليلية لعينة من حلقات بودكاست "فاهم" مع الدكتور "أحمد العربي"

لجنة المناقشة:

رئيس

بسكرة

الرتبة

١

مشرف ومقرر

بسكرة

الرتبة

عساسي كريمة

مناقش

بسكرة

الرتبة

السنة الجامعية: 2024-2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد ..

فإننا نشكر الله تعالى على فضله حيث أتاح لنا إنجاز هذا العمل بفضله، فله الحمد أولاً وآخراً.

وبعد حمد الله تعالى وشكره على إنهائنا لهذا العمل، نتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان للأستاذة الفاضلة " عساسي كريمة " على ماقدمته لنا من علم نافع وعطاء متميز، وعلى ما قدمته من نصح وتوجيه من بداية مرحلة البحث إلى نهايته، إضافة إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة لهم جزيل الشكر والتقدير.

كما نتقدم بأسمى عبارات الشكر على كل من قدم لنا مساعدات و توجيهات.

ولكل من مد لنا يد العون، أو أسدى لنا معروفاً، أو قدم لنا نصيحة.

والحمد لله رب العالمين، أولاً وآخراً، ظاهراً وباطناً، عدد خلقه ورضا نفسه وزنة عرشه ومداد كلماته، والصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

إهداء

" وَقُلْ اْعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ " (التوبة -105)

الحمد لله الذي بفضلته تتحقق الغايات من بعد الاستعانة به وانهاء الدرب بتوفيقه وتحقيق الحلم بفضلته، لم تكن الرحلة قصيرة ولا الطريق محفوفاً بالتسهيلات لكنني فعلتها، فالحمد لله الذي يسر لنا البدايات وبلغنا النهايات بفضلته وكرمه.

الى كل من كلل العرق بجبينه ومن علمني أنَّ النجاح لن يأتي الا بالصبر والإصرار

الى النور الذي انار دربي والسراج الذي لا ينطفئ نوره بقلبي

من بذل الغالي والنفيس وإستمدت منه القوة واعتزازي بذاتي

أبي الغالي

والى انيسة العمر وحبيبة الروح وأعظم نعم الله عليّ التي ضمت اسمي بدعواتها في ليلها ونهارها وأضاءت بالحب دربي وأنارت باللطف والود طريقي وكانت لي سحابة ماطرًا بالحب والبذل والعطاء وكانت سببًا بعد الله فيما انا عليه الآن....

امي الغالية

الى جدتي الغالية، التي كنت أحلم أن تشهد فرحتي في هذا اليوم، تبارك لي بفرحها ودعواتها، رحت بجسدك، لكن حبك ودعواتك مازالت ترافقتي، رحمك الله وأسكنك فسيح جناته

اهدي تخرجي الى من كانوا دائما جانبي يحملون معي احلامي ويشجعونني في كل خطوة هم مصدر قوتي واماني.

اخواتي المؤمنات الغاليات

الى نور حياتي، الى من ادخلوا البهجة الى قلبي بضحكاتهم البريئة وقلوبهم النقية {إدريس، مؤنس، وتين} لكما أهدي ثمرة جهدي وتعب ايامي، لعلني أكون قدوة حسنة لكم ومصدر فخر في اعينكم.

إلى صديقتي و أختي الغالية من شاركتني هذا العمل " فيالة زهراء"

الطالبة: فرحي هاجر

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

" وآخر دعواهم أن الحمد لله ربّ العالمين "

الحمد لله الذي يسر البدايات وأكمل النهايات وبلغنا الغايات

الحمد لله ما تم جهد إلا بعونه وما ختم سعي إلا بفضلته

الحمد لله الذي بلغني هذا العلم وأعانني على إكماله

الحمد لله حباً وشكراً وامتناناً

أهدي بكل حب ثمرة تخرجني إلى نفسي القوية التي تحملت كل العثرات رغم الصعوبات

إلى من كانت لي وطناً قبل أن أعرف معنى الأوطان، إلى من احتوت قلبي بحنانها

إليك يا أمي، يا نبض روحي، رفيقة دربي، وباب دعائي المفتوح إلى السماء

إلى روح أبي الطاهرة "رحمه الله" إلى من رحل جسداً وبقي أثره في تفاصيل حياتي

إلى من كان الأمان والقنوة، والظل الذي احتفيت به طويلاً، أبي الغالي رحمك الله وأنا قبرك ووسع مدخلك رزقنا الله

لقاك في الجنة

إليك يا صاحب القلب الكبير والحكمة الصافية، إليك يا من غرست فيّ القيم، وزرعت في داخلي حب العمل والسعي،

جدي الغالي {فرحي محمد}، كنت ولا تزال مصدر فخر واعتزاز، وسنداً يفيض حناناً وخبرة.

إلى روافد الوفاء إلى نبع المحبة والحنان ورفقائي في التعب والسهر، وضلعي الثابت في كل العثرات

إلى إخوتي الأعزاء {محمد، فضيلة، آدم، ماري، شيماء رحمها الله}

من تقاسموا معي لحظات الفرح، وتحملوا تقلباتي في أوقات التعب، اليكم أنتم، الذين كنتم لي العائلة والدعم، والسند

والطمأنينة والظل الذي لا يغيب.

وإلى خالي العزيز {فرحي بشير}، الذي كان لي دومًا ملاذًا من الطيبة والحنان، ووجها باسمها في كل المراحل.

وإلى زوجته الطيبة، التي كانت لي: كأم ثانية، بحنيتها واهتمامها، وكلمتها الطيبة التي تزرع الطمأنينة

إلى بنات خالي الغاليات: {جهاد، نسيبة، سجود، اسراء، فرح، رحيل} كل واحدة منهن بمقامها المميز وسمتها الفريدة،
أنتن قلوب نابضة بالحب والوفاء، أخوات لم تلدهن أمي، أسأل الله أن يملأ قلوبكم سكينة ويسدد خطواكم وأن يرزقكم
السعادة من حيث لا تحتسبن.

شكرًا لكم جميعًا دون استثناء أرفع أسمى عبارات الامتنان لكم، جزاءكم الله عني كل خير، ودامت محبتكم نورًا في
حياتي.

إلى صديقتي و أختي الغالية من شاركتني هذا العمل " هجورة "

الطالبة: جفال فيالة الزهراء

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن الأساليب الإقناعية المستخدمة في مضامين البودكاست الديني، وذلك من خلال دراسة ميدانية لعينة مختارة من حلقات بودكاست "أحمد العربي"، والذي يُعد من أبرز النماذج الحديثة في مجال تقديم الخطاب الديني بصيغة تتماشى مع التحولات الرقمية ومتطلبات الجمهور المعاصر.

ويُعتبر البودكاست شكلاً حديثاً من أشكال الاتصال الرقمي الذي يتميز بالمرونة، والقارب، والقدرة على الوصول إلى جمهور واسع في أي وقت ومن أي مكان، ما يجعله وسيلة فعالة في نقل الرسائل والمضامين المختلفة. وقد أدى انتشاره الواسع إلى ظهوره كمجال جديد لطرح المحتويات الدينية بأساليب تتسم بالبساطة، والحوار، والانفتاح، بدلاً من الأساليب التقليدية المباشرة، وهو ما ساعد على تقريب المواضيع الدينية من واقع الجمهور، لا سيما فئة الشباب، وجعلها أكثر ارتباطاً بحياتهم اليومية وتطلعاتهم الفكرية.

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، والذي مكّن الباحث من رصد وتحليل الأنماط الإقناعية الموظفة في عينة مكونة من أربع (4) حلقات من حلقات بودكاست "أحمد العربي"، تم اختيارها وفق معايير كمية ونوعية، مثل نسب المشاهد، حجم التفاعل، وتنوع المواضيع الدينية المطروحة (العقيدة، القيم، الأسئلة السلوكية والاجتماعية ذات الطابع الديني).

حيث أظهرت نتائج الدراسة أن الأسلوب الإقناعي الأساسي المستخدم في حلقات بودكاست "أحمد العربي" هو الأسلوب الديني، الذي يركز على تقديم المضمون الديني بطريقة تركز على القيم الروحية، والتعاليم الشرعية، والاستشهاد بالنصوص الدينية المقدسة. ويتميز هذا الأسلوب بالتركيز على الجانب العقائدي والتوجيه السلوكي، حيث يعتمد مقدّم البودكاست على استحضار المراجع الدينية والتفسيرات الشرعية لدعم أفكاره، مما يعزز من قوة المضمون وتأثيره في المستمعين.

كما اتسمت الحلقات بتوظيف اللغة العربية الفصحى والرموز التعبيرية ذات الطابع الروحي، ما يساعد في خلق جو من التأمل والخشوع لدى الجمهور، ويزيد من ارتباطهم العاطفي والفكري بالمحتوى. إضافة إلى ذلك، اعتمد المقدم على أسلوب سرد قصصي وشرح مبسط للأحكام والقيم الدينية، مما يسهّل فهم المستمعين لمضامين الخطاب ويجعلها أكثر قرباً لحياتهم اليومية.

وهكذا، برز البودكاست كوسيلة فاعلة في نقل الخطاب الديني بأسلوب يتوازن بين الأصالة والحداثة، مقدّمًا تجربة دينية معاصرة تتلاءم مع متطلبات الجمهور الرقمي.

Abstract

This study aims to explore the persuasive techniques used in the content of religious podcasts, through a field study of a selected sample of episodes from the podcast “Ahmed Al-Arabi”, which is considered one of the most prominent modern models in presenting religious discourse in a manner that aligns with digital transformations and the expectations of contemporary audiences.

Podcasting is a modern form of digital communication characterized by flexibility, proximity, and the ability to reach a wide audience at any time and from any location, making it an effective medium for delivering various messages and content. Its widespread popularity has enabled it to emerge as a new platform for presenting religious content in a style marked by simplicity, dialogue, and openness, as opposed to traditional direct approaches. This has helped bring religious topics closer to the public’s reality—especially young people—and strengthened their connection to these topics in relation to their daily lives and intellectual aspirations.

The study adopted the survey method, which allowed the researcher to observe and analyze the persuasive patterns employed in a sample of four (4) episodes from the “Ahmed Al-Arabi” podcast. These episodes were selected based on quantitative and qualitative criteria such as viewership numbers, audience interaction levels, and the diversity of religious topics addressed (e.g., doctrine, values, behavioral and social questions of a religious nature).

The results revealed that the primary persuasive technique used in the “Ahmed Al-Arabi” podcast is the religious style, which focuses on delivering religious

content by emphasizing spiritual values, religious teachings, and citations from sacred texts. This approach highlights doctrinal matters and behavioral guidance, with the podcast host frequently referencing religious sources and interpretations to support his arguments, thereby enhancing the strength and influence of the content on listeners.

The episodes were also characterized by the use of Classical Arabic and spiritually expressive symbols, which help create an atmosphere of contemplation and reverence among the audience, fostering emotional and intellectual engagement with the content. Additionally, the presenter used storytelling and simplified explanations of religious rulings and values, making the content more accessible and relevant to everyday life.

Thus, the podcast emerged as an effective medium for conveying religious discourse in a style that balances tradition and modernity, offering a contemporary religious experience that meets the needs of the digital-age audience.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر و عرفان
	إهداء
	ملخص باللغة العربية
	ملخص باللغة الأجنبية Abstract
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ_ب	مقدمة
	الجانب النظري
	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
14	أولاً: إشكالية الدراسة
16	ثانياً: أسباب اختيار الموضوع
16	ثالثاً: أهمية الدراسة
17	رابعاً: أهداف الدراسة
17	خامساً: تحديد المفاهيم الإجرائية للدراسة
19	سادساً: الدراسات السابقة
27	سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة
	الفصل الثاني: قراءة نظرية حول الإقناع
	المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للإقناع
32	تمهيد
33	المطلب الأول: مفهوم الإقناع
34	المطلب الثاني: مفهوم الإتصال الإقناعي
35	المطلب الثالث: عناصر عملية الإقناع
36	المطلب الرابع: عوامل نجاح العملية الإقناعية
38	خلاصة

المبحث الثاني: آليات الإقناع	
39	تمهيد
40	المطلب الأول: إستمالات الإقناع
41	المطلب الثاني: إستراتيجيات الإقناع
44	المطلب الثالث: نظريات الإقناع
47	المطلب الرابع: أهم الأساليب الإقناعية الدينية
50	خلاصة
الفصل الثالث: مدخل عام للبودكاست	
المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول البودكاست	
52	تمهيد
53	المطلب الأول: مفهوم البودكاست
54	المطلب الثاني: نشأة و تطوير البودكاست
55	المطلب الثالث: أشهر أنواع البودكاست
56	المطلب الرابع: مميزات و فوائد البودكاست
58	خلاصة
المبحث الثاني: طرق إعداد البودكاست	
59	تمهيد
60	المطلب الأول: مراحل إنتاج البودكاست
62	المطلب الثاني: القوالب الفنية للبودكاست
63	المطلب الثالث: آلية عمل البودكاست
64	المطلب الرابع: مزودي خدمة الإستضافة و برامج التقاط البودكاست
69	خلاصة

الجانب التطبيقي	
الفصل الرابع: الإطار التحليلي	
71	تمهيد
72	البيانات الأولية للبودكاست
73	أولاً: تحليل البودكاست الأول تذوق العبادات "الصلاة"
87	ثانياً: تحليل البودكاست الثاني تذوق العبادات " القرآن الكريم"
102	ثالثاً: تحليل البودكاست الثالث تذوق العبادات " الذكر"
134	رابعاً: تحليل البودكاست الرابع تذوق العبادات " الدعاء"
150	عرض النتائج العامة للدراسة
153	خاتمة
قائمة المصادر و المراجع	
الملاحق	

قائمة الجداول

الرقم	فهرس الجداول	صفحة
01	جدول يمثل فئة اللغة في بودكاست الصلاة	50
02	جدول يمثل فئة الوسائط التوعيمية في بودكاست الصلاة	73
03	جدول يمثل فئة المواضيع في بودكاست الصلاة	75
04	جدول يمثل فئة القيم في بودكاست الصلاة	76
05	جدول يمثل فئة الأهداف في بودكاست الصلاة	77
06	جدول يمثل فئة الأساليب اللفظية في بودكاست الصلاة	78
07	جدول يمثل فئة الأساليب الغير لفظية في بودكاست الصلاة	79
08	جدول يمثل فئة الأساليب البلاغية في بودكاست الصلاة	81
09	جدول يمثل فئة الفاعلين في بودكاست الصلاة	82
10	جدول يمثل فئة الاستمالات العقلية في بودكاست الصلاة	83
11	جدول يمثل فئة الاستمالات العاطفية في بودكاست الصلاة	84
12	جدول يمثل فئة نوع العناوين في بودكاست الصلاة	85
13	جدول يمثل فئة اللغة في بودكاست القرآن	86
14	جدول يمثل فئة الوسائط التوعيمية في بودكاست القرآن	87
15	جدول يمثل فئة المواضيع في بودكاست القرآن	88
16	جدول يمثل فئة القيم في بودكاست القرآن	89
17	جدول يمثل فئة الأهداف في بودكاست القرآن	90
18	جدول يمثل فئة الأساليب اللفظية في بودكاست القرآن	92
19	جدول يمثل فئة الأساليب الغير اللفظية في بودكاست القرآن	94
20	جدول يمثل فئة الأساليب البلاغية في بودكاست القرآن	95
21	جدول يمثل فئة الفاعلين في بودكاست القرآن	97
22	جدول يمثل فئة الإستمالات العقلية في بودكاست القرآن	98
23	جدول يمثل فئة الإستمالات العاطفية في بودكاست القرآن	99
24	جدول يمثل فئة نوع العناوين في بودكاست القرآن	100
25	جدول يمثل فئة اللغة في بودكاست الذكر	101
26	جدول يمثل فئة الوسائط التوعيمية في بودكاست الذكر	103
27	جدول يمثل فئة المواضيع في بودكاست الذكر	106
28	جدول يمثل فئة القيم في بودكاست الذكر	108
29	جدول يمثل فئة الأهداف في بودكاست الذكر	110

قائمة الجداول

114	جدول يمثل فئة الأساليب اللفظية في بودكاست الذكر	30
115	جدول يمثل فئة الأساليب الغير لفظية في بودكاست الذكر	31
118	جدول يمثل فئة الأساليب البلاغية في بودكاست الذكر	32
120	جدول يمثل فئة الفاعلين في بودكاست الذكر	33
121	جدول يمثل فئة الاستمالات العقلية في بودكاست الذكر	34
124	جدول يمثل فئة الاستمالات العاطفية في بودكاست الذكر	35
127	جدول يمثل فئة نوع العناوين في بودكاست الذكر	36
129	جدول يمثل فئة اللغة في بودكاست الدعاء	37
131	جدول يمثل فئة الوسائط التذعيمية في بودكاست الدعاء	38
133	جدول يمثل فئة المواضيع في بودكاست الدعاء	39
134	جدول يمثل فئة القيم في بودكاست الدعاء	40
136	جدول يمثل فئة الأهداف في بودكاست الدعاء	41
137	جدول يمثل فئة الأساليب اللفظية في بودكاست الدعاء	42
139	جدول يمثل فئة الأساليب الغير لفظية في بودكاست الدعاء	43
140	جدول يمثل فئة الأساليب البلاغية في بودكاست الدعاء	44
142	جدول يمثل فئة الفاعلين في بودكاست الدعاء	45
143	جدول يمثل فئة الاستمالات العقلية في بودكاست الدعاء	46
144	جدول يمثل فئة الاستمالات العاطفية في بودكاست الدعاء	47
146	جدول يمثل فئة نوع العناوين في بودكاست الدعاء	48

قائمة الأشكال

الرقم	فهرس الاشكال	الصفحة
01	يوضح عناصر عملية الاقتناع	36
02	يوضح أهم الأساليب الاقتناعية في المضامين الدينية	50
03	توضح الدائرة النسبية فئة اللغة في بودكاست الصلاة	73
04	توضح الدائرة النسبية فئة الوسائط التدعيمية في بودكاست الصلاة	75
05	توضح الدائرة النسبية فئة المواضيع في بودكاست الصلاة	76
06	توضح الدائرة النسبية فئة القيم بودكاست الصلاة	77
07	توضح الدائرة النسبية فئة الأهداف في بودكاست الصلاة	78
08	توضح الدائرة النسبية فئة الأساليب اللفظية في بودكاست الصلاة	79
09	توضح الدائرة النسبية فئة الأساليب الغير لفظية في بودكاست لفظية الصلاة	81
10	توضح الدائرة النسبية فئة الأساليب البلاغية في بودكاست الصلاة	82
11	توضح الدائرة النسبية فئة الفاعلين في بودكاست الصلاة	83
12	توضح الدائرة النسبية فئة الاستمالات العقلية في بودكاست الصلاة	84
13	توضح الدائرة النسبية فئة الاستمالات العاطفية بودكاست الصلاة	85
14	توضح الدائرة النسبية فئة نوع العناوين في بودكاست الصلاة	86
15	توضح الدائرة النسبية فئة اللغة في بودكاست القرآن	87
16	توضح الدائرة النسبية فئة الوسائط التدعيمية في بودكاست القرآن	88
17	توضح الدائرة النسبية فئة المواضيع في بودكاست القرآن	89
18	توضح الدائرة النسبية فئة القيم بودكاست القرآن	90
19	توضح الدائرة النسبية فئة الأهداف في بودكاست القرآن	92
20	توضح الدائرة النسبية فئة الأساليب اللفظية بودكاست القرآن	94
21	توضح الدائرة النسبية فئة الأساليب الغير لفظية في بودكاست القرآن	95
22	توضح الدائرة النسبية فئة الأساليب البلاغية في بودكاست القرآن	97
23	توضح الدائرة النسبية فئة الفاعلين في بودكاست القرآن	98
24	توضح الدائرة النسبية فئة الاستمالات العقلية في بودكاست القرآن	99
25	توضح الدائرة النسبية فئة الاستمالات العاطفية في بودكاست القرآن	100
26	توضح الدائرة النسبية فئة نوع العناوين في بودكاست القرآن	101

103	توضح الدائرة النسبية فئة اللغة في بودكاست الذكر	27
106	توضح الدائرة النسبية فئة الوسائط التدعيمية في بودكاست الذكر	28
108	توضح الدائرة النسبية فئة المواضيع في بودكاست الذكر	29
110	توضح الدائرة النسبية فئة القيم في بودكاست الذكر	30
114	توضح الدائرة النسبية فئة الأهداف في بودكاست الذكر	31
115	توضح الدائرة النسبية فئة الأساليب اللفظية في بودكاست الذكر	32
118	توضح الدائرة النسبية فئة الأساليب الغير لفظية في بودكاست الذكر	33
120	توضح الدائرة النسبية فئة البلاغية في بودكاست الذكر	34
121	توضح الدائرة النسبية فئة الفاعلين في بودكاست الذكر	35
124	توضح الدائرة النسبية فئة الاستمالات العقلية في بودكاست الذكر	36
127	توضح الدائرة النسبية فئة في الاستمالات العاطفية بودكاستالذكر	37
129	توضح الدائرة النسبية فئة نوع العناوين في بودكاست الذكر	38
131	توضح الدائرة النسبية فئة اللغة في بودكاست الدعاء	39
133	توضح الدائرة النسبية فئة الوسائط التدعيمية في بودكاست الدعاء	40
134	توضح الدائرة النسبية فئة المواضيع في بودكاست الدعاء	41
136	توضح الدائرة النسبية فئة في القيم بودكاست الدعاء	42
137	توضح الدائرة النسبية فئة الأهداف في بودكاست الدعاء	43
139	توضح الدائرة النسبية فئة الأساليب اللفظية بودكاست الدعاء	44
140	توضح الدائرة النسبية فئة الأساليب الغير لفظية في بودكاست الدعاء	45
142	توضح الدائرة النسبية فئةالأساليب البلاغية في بودكاست الدعاء	46
143	توضح الدائرة النسبية فئة الفاعلين في بودكاست الدعاء	47
144	توضح الدائرة النسبية فئة الاستمالات العقلية في بودكاست الدعاء	48
146	توضح الدائرة النسبية فئة الاستمالات العاطفيةفيبودكاست الدعاء	49
148	توضح الدائرة النسبية فئة نوع العناوين في بودكاست الدعاء	50

مقدمة

لم يعد الاتصال يومًا ترفًا إنسانيًا أو خيارًا ثانويًا، بل شكل عبر العصور جوهر الوجود البشري، ووسيلة أساسية لبناء المعنى وتقاسم المعرفة، فمنذ أن نطق الإنسان كلماته الأولى، وهو يسعى دومًا لإيصال صوته، التعبير عن معتقداته، ونقل تجاربه للآخر. وقد رافقت هذه الحاجة المتأصلة تطورات هائلة في أدوات التعبير ووسائل التأثير، بدءًا من المشافهة، مرورًا بالكتابة والمطبوعات، ثم الإذاعة والتلفزيون، وصولًا إلى الطفرة الرقمية التي أعادت تشكيل المشهد الاتصالي برمته، وفتحت آفاقًا جديدة أمام الأفراد والجماعات لتعبير والتأثير بحرية غير مسبوقة.

في خضم هذا التحول العميق الذي مسّ المشهد الإعلامي، برزت وسائط جديدة فرضت وجودها بقوة، مستفيدة من سهولة الوصول إلى الجمهور وتنوع المواضيع المعالجة، ومن بين هذه الوسائط يبرز البودكاست، الذي لم يعد مجرد تسجيلات صوتية عابرة، بل تحول إلى فضاء فكري وثقافي متجدد، يمكن صانعي المحتوى من بناء علاقة وثيقة مع مستمعهم، خارج قيود التوقيت والرقابة التقليدية.

هذه الحرية التي يمنحها البودكاست جعلته منه منبرًا مثاليًا لنقل الرسائل الإنسانية، الاجتماعية، الثقافية والدينية، حيث بات البودكاست الديني واحدًا من أبرز الأشكال التي استقطبت جمهورًا واسعًا ومتنوعًا. وما يلفت الانتباه في هذا النوع من البودكاست هو اعتماده على أساليب إقناعية متنوعة تستهدف التأثير في المتلقي، ليس فقط من خلال المعلومة أو الخطاب المجرد، بل عبر أساليب مدروسة تستثمر اللغة، العاطفة، الحجة، وسلطة المرجع الديني في صناعة محتوى قادر على ملامسة مشاعر المستمع وعقله معًا.

ومن بين النماذج البارزة في هذا المجال، يبرز بودكاست "الدكتور أحمد العربي" كمثال حي على كيفية توظيف المنصة الرقمية لإنتاج محتوى ديني معاصر، يجمع بين المعلومة والتأثير، وبين المرجعية الدينية واللغة القريبة من المتلقي.

هذا ما يجعل من دراسة هذه الأساليب مسألة في غاية الأهمية، لفهم كيف يُبنى التأثير في هذا الفضاء الرقمي، وماهي الإستراتيجيات الموظفة لجذب الجمهور وإقناعهم، في زمن تتعدد فيه المنصات وتتنافس فيه الرسائل والأفكار.

وانطلاقًا من هذا الاهتمام المتزايد بمضامين البودكاست الديني، جاءت دراستنا الموسومة بـ: "الأساليب الإقناعية المستخدمة في مضامين البودكاست الديني" كإسهام متواضع لفهم آليات الإقناع المعتمدة

في هذا النوع من الخطاب ، من خلال رصدها ، تصنيفها ، وتحليلها وفق مقارنة علمية تجمع بين أساليب الإقناع والإستimalات الموظفة فيه . وهو ما نطمح من خلاله الى الكشف عن الكيفية التي يتم بها استثمار الأساليب الإقناعية في تشكيل المحتوى الديني وتوجيه المتلقي ، في بيئة إعلامية أصبحت أكثر ديناميكية وتأثيرًا.

حيث تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الإعلامية التي تهتم بتحليل المضامين وتفسير الرسائل الاتصالية الموجهة إلى الجمهور، وذلك من خلال تحليل الأساليب الإقناعية في المحتوى الديني وتركز الدراسة على بودكاست الدكتور أحمد العربي باعتباره نموذجًا معاصرًا يجمع بين التبليغ الديني والمهارات الاتصالية الحديثة. وتسعى إلى فهم تأثير مختلف أنماط الإقناع الموظفة، حيث اعتمدنا على خطة دراسة تضمنت مقدمة و أربعة فصول و خاتمة.

_ الملخص: وهو عرض عام للدراسة.

_ مقدمة: فكانت إطاحة عامة بالموضوع، أي تم فيها تقديم المتغيرين.

_ الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

حيث تمت فيه صياغة الإشكالية وتحديد أسباب اختيار الموضوع و أهمية الدراسة و الأهداف المرجوة منه، وتحديد مفاهيم الدراسة إجرائيا، وعرض الدراسات السابقة، والإجراءات المنهجية للدراسة.

_ الفصل الثاني: قراءة نظرية حول الإقناع

حيث تم التطرق في المبحث الأول مفهوم الإقناع و الإتصال الإقناعي، و كذلك عناصر العملية الإقناعية، وعوامل نجاحها. أما المبحث الثاني قد تطرقنا فيه إلى إستimalات الإقناع و استراتيجياته ونظرياته و أهم الأساليب الإقناعية في البودكاست الديني.

_ الفصل الثالث: مدخل عام للبودكاست

تم التقديم في هذا الفصل المبحث الأول مفهوم البودكاست ونشأته وتطوره، و أشهر أنواعه، وفوائده و مميزات البودكاست الديني. أما المبحث الثاني فقد عرضنا مراحل إنتاج البودكاست، و قوالبه الفنية، وآلية العمل به، و مزودي خدمة الإستضافة وبرامج إنقاط البودكاست.

_ الفصل الرابع: الإطار التحليلي

و عرض في هذا الفصل التحليل الكمي و الكيفي لفئات الشكل والمضمون لكل من حلقات سلسلة فاهم لتذوق العبادات " الصلاة، و القرآن الكريم، و الذكر، و الدعاء ". و تقديم النتائج العامة للدراسة من حيث الشكل والمضمون.

_خاتمة: التي كانت تجمل و تشمل لنا كل النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: الإشكالية.

ثانياً: أسباب الدراسة.

ثالثاً: أهمية الدراسة.

رابعاً: أهداف الدراسة.

خامساً: تحديد المفاهيم الإجرائية

سادساً: الدراسات السابقة.

سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: الإشكالية:

اتّسمت العقود الأخيرة بتحوّلات نوعية في مجال الاتصال الرقمي، حيث ظهرت وسائط وتقنيات حديثة غيّرت من طبيعة التفاعل والتواصل بين الأفراد والجماعات. وفي هذا الإطار، برزت المحتويات الرقمية كوسيلة أساسية لنقل المعلومات وتداول المعارف، وأصبحت تشكّل جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية المعاصرة.

ولم يُعدّ المحتوى الرقمي مقتصرًا على النصوص المكتوبة، بل امتد ليشمل الصور، الفيديوهات، التسجيلات الصوتية، والتطبيقات التفاعلية، التي تنتشر عبر وسائط متعددة مثل الإنترنت، تطبيقات الهواتف الذكية، ومنصات التواصل الاجتماعي. وقد أسهم هذا التطور في بروز أنماط جديدة من الإعلام الرقمي، كان من أبرزها المدونات، الفيديوهات القصيرة، والتسجيلات الصوتية المعروفة بـ"البودكاست".

وفي ظل هذا التنوع المتزايد، استطاع البودكاست أن يحتل مكانة متميزة في البيئة الرقمية نظرًا لما يوفّره من مرونة في طرح المواضيع، سهولة الإنتاج، وقدرته على استقطاب جمهور واسع ومتنوع. ويعتمد هذا الشكل الاتصالي على استخدام مجموعة من الأساليب الإقناعية التي تهدف إلى استمالة المتلقين، التأثير في أفكارهم، وتوجيه مواقفهم. وتتباين هذه الأساليب بين ما يقوم على الحجج المنطقية المبنية على الأدلة والقرائن، وبين ما يعتمد على استثارة العاطفة والمشاعر والانفعالات.

وقد صاحب هذا التحول بروز البودكاست الديني كأحد الأنماط البارزة ضمن المحتوى الصوتي الرقمي، حيث يُعدّ وسيلة معاصرة لتقديم المواعظ الدينية، تفسير النصوص المقدسة، شرح الأحكام الفقهية، ومناقشة القضايا الاجتماعية والأخلاقية من منظور ديني. كما يتميز هذا النوع من البودكاست بقدرته على تبسيط المواضيع الدينية وعرضها بطريقة تتلاءم مع اهتمامات واحتياجات المتلقي الرقمي.

وتتعدد أنواع البودكاست الديني حسب طبيعة الأهداف المرجوة من إنتاجها، فمنها ما يركّز على الجانب التربوي والتوجيهي، ومنها ما يسعى إلى تنمية الثقافة الدينية والمعرفة الشرعية، ومنها ما يهتم بمناقشة قضايا اجتماعية معاصرة في ضوء المبادئ الدينية. ويُلاحظ كذلك وجود محتويات متخصصة في الإجابة عن أسئلة الجمهور ومشكلاته الدينية، وأخرى تعنى بالتربية الروحية وتعزيز القيم الأخلاقية.

وفي ظل هذا الانتشار، تنتوع الأساليب الإقناعية المعتمدة في مضامين البودكاست الديني، إذ يلجأ بعضها إلى الحجة العقلية والبرهان الشرعي، بينما يعتمد البعض الآخر على أساليب عاطفية تستثير

المشاعر وتلامس الوجدان. كما تختلف هذه الأساليب باختلاف طبيعة الموضوعات، السياق الاجتماعي والثقافي، وخصوصية الجمهور المستهدف.

و في هذا الإطار تختص هذه الدراسة بتحليل الأساليب الإقناعية المستخدمة في بودكاست الدكتور أحمد العربي ضمن سلسلة فاهم" ، و هو من المحتويات الدينية المنتشرة عبر المنصات الرقمية و على رأسها اليوتيوب، حيث يتناول مواضيع فقهية بأسلوب إعلامي معاصر في قالب مبسط و موجه لجمهور واسع، و يهدف هذا البودكاست إلى تقديم محتوى ديني تربوي يعكس توجهات و اهتمامات المتلقي.

وعليه، يبرز تساؤل حول طبيعة هذه الأساليب الإقناعية الموظفة في مضامين البودكاستات الدينية المنتشرة عبر الفضاء الرقمي، وكيفية توظيفها للتأثير في المتلقي وإقناعه، في ظل بيئة إعلامية مفتوحة، متنوعة، وسريعة التطور.

وانطلاقاً من كل هذا نطرح الإشكال التالي:

✓ فيما تتمثل الأساليب الإقناعية المستخدمة في مضامين البودكاست الديني ؟

تساؤلات الدراسة:

يندرج ضمن الإشكالية السابقة مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية :

✧ ماهي اللغة المستخدمة في بودكاست احمد العربي ؟

✧ ماهي الوسائط التوعيمية المستخدمة في بودكاست الدكتور احمد العربي ؟

✧ ماهي أهم المواضيع التي يعالجها البودكاست الديني ؟

✧ ماهي القيم الدينية التي يقدمها البودكاست ؟

✧ ماهي الاستمالات الإقناعية التي يوظفها الدكتور احمد العربي من خلال البودكاست ؟

✧ ماهي اهم الاهداف التي يسعى لتحقيقها الدكتور احمد العربي في البودكاست ؟

✧ ماهي الاساليب المستخدمة في مضامين البودكاست الديني ؟

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع:

تعد مرحلة اختيار الموضوع من أهم المراحل، حيث تمثل نقطة تحول وتؤثر على سير عملية البحث، وعادة ما يكون وراء هذا الاختيار أسباب ودوافع تتراوح بين الذاتية والموضوعية فمن بينهم:

• الأسباب الذاتية:

* الرغبة و الميولات الشخصية بدراسة موضوع يتعلق بالجانب الديني.

* أهمية وتأثير البودكاست الديني والأساليب التي يحملها لدى الفرد والجمهور.

* الالتفاف العلمي حول هذه الدراسة.

• الأسباب الموضوعية:

* انتشار البودكاست كوسيلة إعلامية مؤثرة.

* قلة الدراسات المتعلقة بالبودكاست الديني وأساليبه الإقناعية.

* التأثير الكبير الذي يحمله البودكاست الديني لدى الجمهور المتلقي.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة من خلال تسليط الضوء على موضوع الأساليب الإقناعية المستخدمة في مضامين البودكاست الديني، بحيث نلخصها في نقاط موضحة كالآتي:

✓ مواكبة التحولات التي يشهدها الإعلام الرقمي، خاصة مع الانتشار المتزايد للبودكاست كوسيلة تواصل مؤثرة في الجمهور بمختلف فئاته، مما يستدعي فهم آليات التأثير والإقناع المعتمدة داخله.

✓ تسليط الضوء على الخطاب الديني الرقمي، باعتباره من أكثر المضامين تداولاً في بيئة الاتصال الحديثة، وبيان كيف يُوظف أساليب إقناعية لإيصال رسائله.

✓ الكشف عن فعالية الأساليب الإقناعية التي يستخدمها صُنّاع المحتوى الديني الصوتي، ومدى تأثيرها في تشكيل قنوات المتلقين وتوجيه سلوكهم، وهو أمر قليل التداول في الدراسات العربية.

✓ الإسهام في تطوير آليات بناء الخطاب الديني الرقمي، عبر التعرف على أنجع أساليب التأثير والإقناع التي تناسب المتلقي الرقمي الحالي بمختلف خصوصياته الثقافية والاجتماعية.

- ✓ فهم طبيعة التفاعل بين الجمهور والخطاب الديني عبر الوسائط الجديدة، خاصة مع تنامي ظاهرة الاستماع للبودكاستات الدينية وتزايد تأثيرها في التوجيه الاجتماعي والأخلاقي.
- ✓ سد فراغ بحثي يتعلق بتحليل الأساليب الإقناعية داخل محتوى البودكاست الديني، حيث لا تزال الدراسات المهمة بهذا الموضوع محدودة مقارنة بدراسات الإعلام التقليدي.

رابعاً: أهداف الدراسة:

- التعرف على اهم المواضيع التي يعالجها البودكاست الديني.
- معرفة القيم الدينية التي يقدمها البودكاست.
- ابراز الاستمالات الاقناعية التي يوظفها احمد العربي.
- تبين اهم الاهداف التي يسعى لتحقيقها الدكتور احمد العربي من خلال البودكاست.
- تحديد اللغة المستخدمة في البودكاست الديني.
- التعرف على القوالب الإعلامية التي يستخدمها الدكتور احمد العربي.

خامساً: تحديد المفاهيم:

الإقناع:

يعرفه إبراهيم إمام في كتابه " الاعلام الاسلامي ":

" أقنعني أي أَرْضاني، و يقصد به أن يصبح السامع لك و قد اقتنع بفكرتك لا باعتبارها فكرتك أنت، و لكنها أصبحت فكرته الخاصة به، و التي انتقت من داخل نفسه ، و كان لك فضل إثارتها و تحريكها و الكشف عنها." (إمام، 1980، صفحة 57)

إجرائياً:

الإقناع هو عملية تواصلية يستخدمها الدكتور أحمد العربي تهدف إلى التأثير في آراء الأفراد ومواقفهم وسلوكياتهم بطريقة مقصودة ومدروسة، من خلال عرض مجموعة من الأفكار والمعلومات المقنعة من طرفه.

الأساليب الإقناعية:

وهي عبارة عن تلك الخطوات المنظمة والمدروسة لتثبيت الفكرة أو مضمون الرسالة الإقناعية في ذهن المتلقي أو هي الطريقة المتبعة للاحتفاظ بتركيز المتلقي لأطول فترة ممكنة وجذب انتباهه الى الرسالة الإقناعية ثم تذكرها فيما بعد. (دليلة، 2024، صفحة 207)

إجرائياً:

الأساليب الإقناعية هي مجموع الإستمالات و الوسائل البلاغية و التواصلية التي يستخدمها الدكتور (أو مقدم البودكاست) بهدف التأثير في المتلقي و إقناعه بمحتوى الرسالة الدينية المعروضة. و تشمل هذه الأساليب في هذه الدراسة استمالات عاطفية مثل: إثارة الخوف، الرجاء، التعاطف، و المحبة، و استمالات عقلية و منطقية كعرض الحجج، الأدلة، المقارنات، والأمثلة العقلية، إضافة إلى تقنيات لغوية و أساليب تعبيرية مثل التكرار، السرد القصصي، الأسلوب الخطابي، الترغيب و الترهيب، استخدام الاقتباسات الشرعية من "القرآن و السنة"، و الأسلوب الحوارى غير المباشر. و يتم تحليل هذه الأساليب داخل مضامين الحلقات الدينية المختارة للوقوف على مدى فعاليتها في التأثير و الإقناع.

البودكاست:

البودكاست هو مصطلح يشير إلى ملف صوتي أو مرئي يتم تحميله من الإنترنت ويتم تدفقه عبر الجهاز المحمول أو الحاسوب الشخصي وعادة ما يتم إنشاء البودكاست من قبل المستخدمين الأفراد أو الشركات أو المؤسسات أو مقدمي الخدمات الإعلامية. ويمكن أن يتضمن البودكاست حوارات أو مقابلات أو محتوى تعليمياً أو ترفيهياً أو موسيقى أو غير ذلك، ويمكن الاستماع إلى البودكاست على الأجهزة المحمولة مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، أو على الحواسيب الشخصية، ويمكن تحميل الحلقات بشكل مسبق للاستماع إليها دون اتصال بالإنترنت. بعد البودكاست من أحدث وسائل الإعلام الرقمي، وقد انتشر بشكل كبير في السنوات الأخيرة. وبشكل هذا النمط الإعلامي وسيلة مهمة للتواصل وتبادل المعلومات والأفكار والمحتوى الترفيهي والتعليمي. (الأسمرى، 2024، الصفحات 203,204)

التعريف الإجرائي:

يقصد بالبودكاست في هذه الدراسة " بودكاست أحمد العربي " ضمن سلسلة "فاهم"، و هو محتوى صوتي ومرئي يقدمه الدكتور أحمد العربي في شكل حلقات متسلسلة، يعالج فيها مواضيع دينية و تربوية تتعلق بالفهم الصحيح للدين و السلوك الإيماني في الحياة اليومية. و يعتمد هذا البودكاست على أسلوب مبسط و مباشر يمزج بين اللغة الفصيحة و العامية، مع توظيف أمثلة واقعية وأساليب إقناعية متنوعة. و تعتمد حلقات هذه السلسلة كعينة للدراسة، بحيث تحلل من حيث المضامين الدينية التي تتناولها، و الأساليب الإقناعية الموظفة لإيصال الرسائل إلى الجمهور.

المضامين الدينية:

هي مصطلح مركب يتكون من لفظ "المضامين" و لفظ "الدين".

و يقصد بالمضامين مصدر من ضَمِنَ يَضْمَنُ ضامناً، فهو ضامن و ضمين، وفي اللغة هو المحتوى و الفحوى، و مضمون الكلام فحواه و ما يفهم منه. و الجمع مضامين. (الحكمي، 2021، صفحة 583)

أما الدين فيقصد به الأمور العقيدية التي يصدق بها المكلف تصديقا جازما، و هب التي يجب على المسلم اعتقادها في قلبه، لاخبار الله تعالى بها بكتابه، أو بسنة رسوله صل الله عليه و سلم.(الحكمي، 2021، صفحة 583)

المحتوى الديني في وسائل الإعلام:

يرى البعض أن " أسلوب الدعوة يكون في كل عصر بما يناسبه حتى تقوم حجة الله على عباده ويتحقق إبلاغ الناس دين الله بطريقة تحرك فيهم دواعي الاقتناع والقبول". ومن أهم مظاهر حضور المحتوى الديني في وسائل الإعلام، كانت ولا تزال الحصص والبرامج الدينية سواء في الإذاعة أو التلفزيون، وقبلها الصفحات ثم الأقسام والصحف الدينية، إلى أن صارت هناك إذاعات وقنوات دينية بأكملها تقوم بنشر المادة الدينية من مواعظ وشروحات وفتاوى ترتبط بالحياة الدينية للأفراد على اختلاف مذاهبهم وقد تبلورت فكرة أفراد المضامين الدينية كمواد قارة في وسائل إعلام متخصصة، تلبية لحاجة إعلامية تقتضيها ضرورة استمرار العلاقة بين الوسيلة وجمهورها، في تلبية رغباته في الإطلاع والمعرفة والتثقيف الديني.(شريطي، 2013، صفحة 166)

إجرائيا:

يقصد بالمضامين الدينية في بودكاست الدكتور "أحمد العربي" في سلسلة فاهم كل الموضوعات و الأفكار و المعلومات التي تتعلق بالقيم و المبادئ الدينية، والتفسيرات المرتبطة بالعقيدة، و السير الدينية، و المواقف الأخلاقية ذات الخلفية الإسلامية، كما يتم تناولها ضم ن الحلقات الصوتية و المرئية بأسلوب مبسط موجه لفهم معاصر. و تشمل هذه المضامين الشروحات الدينية، الآيات القرآنية، والأحاديث النبوية، و المفاهيم ذات الطابع الديني، كما يتم تقديمها و شرحها داخل هذا البودكاست

سادسا:الدراسات السابقة:

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

أمينة مزيان: الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية للمضامين الصحية لصفحة "ويب طب" عبر شبكة الفيسبوك/ مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة باتنة 1 - باتنة- (2020-2021).

تهدف هذه الدراسة إلى:

* التحكم في الخطوات المنهجية للبحث العلمي والتعمق أكثر في تطبيق تقنية تحليل المضمون المتاح على المواقع الإلكترونية

* الكشف عن الأساليب الإقناعية التي تستخدمها مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تحليل المضمون الصحي المتاح على المواقع الإلكترونية صفحة الفيسبوك وبالتحديد صفحة "ويب طب" * الكشف عن دور صفحات الفيسبوك في التوعية و التثقيف الصحي.

* الكشف عن أهمية اختيار الأسلوب الإقناعي المناسب في الرسالة الصحية التوعوية من أجل نشر الثقافة الصحية الصحيحة ومساعدة أفراد المجتمع على اتخاذ القرارات مستبيرة في ما يخص مستوى صحتهم .

❖ تم الاعتماد على منهج تحليل محتوى لأنه هو الأنسب لهذه الدراسة الذي يمكن من دراسة الرسالة للتعرف على مقدار فعاليتها في الإقناع. أما بالنسبة للأداة فقد استخدموا استمارة تحليل محتوى لأنها تتوافق مع أهداف هذه الدراسة والعينة التي تم اختيارها.

نتائج الدراسة:

نتائج خاصة بالشكل:

- المناشير المكتوبة المرفقة بصور هي أكثر أنواع المناشير التي تعتمد عليها صفحة "ويب طب" على شبكة الفيسبوك حيث قدرت 41.67% من مجموع ما نشر من خلال مفردات الدراسة .
- اعتمد أغلبية المنشورات الخط ذو الحجم المتوسط بنسبة 52.83% .
- كما ركزت صفحة "ويب طب" على الألوان في منشوراتها، والتي قدرت نسبته ب 46.13% .
- أغلبية الصور التي يتم تداولها في صفحة "ويب طب" هي صور شخصية يتم تصميمها من طرف مصمم المحتوى المرئي للصفحة وذلك بنسبة 54.91% .

نتائج خاصة بالمضمون:

- مواضيع الصحة العامة هي من أكثر المواضيع التي تتطرق لها الصفحة عينة الدراسة، وذلك بنسبة 17.86% .

- هيمنة المقال على الأشكال الصحفية التي نشرتها صفحة "ويب طب" والمتعلقة بالصحة العامة إذ يشكل لوحده نسبة

65% وعددها 78 مادة من مجمل هذه الأشكال من أكثر الاستمالات اعتمادا في صفحة "ويب طب"، نجد استمالات التخويف المتمثلة في التحذير والتخويف، حيث قدرت نسبتها ب 63.24%.

- ومن أكثر القوالب الصحفية استخداما لاستمالات التخويف المقال من خلال التحذير والتخويف حيث قدرت نسبتها ب 55.06% .

- أما الاستمالات العقلية فكانت بنسبة 34%، حيث تعتمد صفحة "ويب طب" في ذلك على تقديم تعريف للمفاهيم العلمية، ويعد المقال من أكثر القوالب الصحفية اعتمادا وذلك بنسبة 72%.

- اللغة العربية هي لغة الأغلبية الساحقة من مناشير صفحة "ويب طب" حيث بلغت نسبتها 72% كما اعتمدت على اللغة المختلطة (العربية والانجليزية) في بعض منشوراتها .

مجتمع البحث:

تم الاعتماد على صفحة "ويب طب" كمجتمع لهذه الدراسة، فقاموا باختيار أول عدد من المصادر بطريقة عشوائية ثم قاموا باختيار المفردات التالية بطريقة منتظمة، على أساس تساوي البعد الزمني بين كل مفردة وأخرى

الدراسة الثانية :

هناء فارس: الاساليب الاقناعية في البرامج الدينية، دراسة تحليلية لبرامج سواعد الاخاء/ اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث تخصص الاعلام والاتصال في التنظيمات، جامعة العربي التبسي - تبسة- (2020-2021)

تهدف هذه الدراسة :

*الوقوف عن كثب على الظاهرة محل الدراسة من خلال التعرف على واقع الاقناع و اساليبه التي وظفها القائم بالاتصال (المقنع) في برنامج سواعد الاخاء.

*معرفة طبيعة اللغة المستخدمة في برنامج سواعد الاخاء.

*الكشف عن اهم القيم التي يبرزها سواعد الاخاء.

*الكشف عن القوالب الفنية المستخدمة في البرنامج وعلاقتها بالاقناع.

❖ تم الاعتماد على المنهج المسح لملائمته مع دراستهم حيث يستهدف تسجيل و تحليل و تفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة عنها وعن وضعها من خلال مجموعة ن الاجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات و مصدرها و طرق الحصول عليها. أما اداة جمع البيانات فاستخدموا استمارة تحليل المضمون كاداة لدراسة و وصف المضمون وصفا كميا وتقسيمه الى وحدات و فئات حتى يتمكن من دراسة كل عنصر او فئة منها، ومن اجل ذلك قامو بتصميم استمارة تحليل مضمون.

نتائج الدراسة:

*وظف القائم بالاتصال في برنامج سواعد الاخاء الاساليب الاقناعية العلمية الى جانب الاساليب الاقناعية الغير علمية ، مع تركيزه على الاساليب العلمية بمعدل (509) تكرارات.

*برز اسلوب تقديم الرسالة المدعمة بادلة و شواهد كاكثير الاساليب الاقناعية العلمية توظيفا بنسبة) 5402.%) .

*برز اسلوب التركيز على النواحي العاطفية و اسلوب الفكاهة كأكثر الاساليب الاقناعية الغير العلمية توظيفا بالنسبة

(41.66%) و(31.66%) على التوالي.

مجتمع الدراسة:

يمثل المجتمع الخاص بهذه الدراسة في أجزاء برامج سواعد الإخاء الستة المبثة خلال شهر رمضان المبارك، بدايةً من رمضان (2013) إلى غاية رمضان (2018) .

ولقد تم المسح عن طريق العينة العشوائية المنتظمة بأسلوب الدورة الصناعية.

الدراسة الثالثة

لمياء الشعراوي: معالجة بودكاست الجزيرة للقضية الفلسطينية عبر برنامج "بعد امس"، قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام، جامعة الخليل فلسطين 2024م 1446هـ

تهدف هذه الدراسة:

- ✓ تحليل موضوعات معالجة البودكاست "بعد امس" في قناة الجزيرة للقضية الفلسطينية
 - ✓ الكشف عن مضامين موضوعات معالجة بودكاست "بعد امس" في قناة الجزيرة للقضية الفلسطينية
 - ✓ التعرف على الاطر الاعلامية المستخدمة في معالجة بودكاست "بعد امس" في قناة الجزيرة للقضية الفلسطينية
 - ✓ معرفة خصائص ومراحل اتخاذ قناة الجزيرة القرار حول معالجة بودكاست "بعد امس" في قناة الجزيرة للقضية الفلسطينية
 - ✓ الوقوف على عناصر الابرار المستخدمة في معالجة بودكاست "بعد امس" في قناة الجزيرة للقضية الفلسطينية
 - ✓ توصيف القوى الفاعلة التي تضمنتها معالجة بودكاست "بعد امس" لقناة الجزيرة للقضية الفلسطينية
 - ✓ رصد القيم ونوع المعالجة والاستمالات التي استخدمها بودكاست "بعد امس" لقناة الجزيرة في معالجته للقضية الفلسطينية
 - ✓ تسليط الضوء على اتجاه وهدف معالجة بودكاست "بعد امس" في قناة الجزيرة للقضية الفلسطينية
- *تم الاعتماد في هذه الدراسة على الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج التحليلي لتحليل مضمون الظواهر ومعالجة القضايا عبر البودكاست وذلك بأسلوب الحصر الشامل .
- اما بالنسبة لاداة الدراسة المستخدمة فقد تم الاعتماد على كشاف تحليل المضمون الذي يهدف الى تحليل محتوى
- للمعالجة الاعلامية لبودكاست الجزيرة نحو القضية الفلسطينية عبر برنامج "بعد امس" حيث تم استخدام الاسلوب الكمي الذي يتمثل في رصد التكرارات وتفسيرها واستخلاص النتائج.

نتائج الدراسة:

- جاءت الموضوعات العسكرية /الامنية في صدارة الموضوعات التي تناولتها معالجة بودكاست "بعد امس" للقضية الفلسطينية بنسبة 36.36% تليها الموضوعات الانسانية في المرتبة الثانية بنسبة 20.45% ، ثم

المواضيع الأخرى بنسبة 19.69% ، وفي المرتبة الرابعة السياسية بنسبة 15.15% ثم الاقتصادية بنسبة 6.81% ، وفي المرتبة السادسة الاجتماعية بنسبة 1.51%.

- بينت نتائج الدراسة ان مضامين موضوعات الحرب على قطاع غزة حلت في المرتبة الاولى من المضامين التي تناولتها معالجة "بعد امس" للقضية الفلسطينية بنسبة 27.69% وتليها انتهاكات جيش الاحتلال والمستوطنين بنسبة

20.76% ، ثم المضامين الأخرى بنسبة 16.15% ، وفي المرتبة الرابعة فلسطين "الضفة الغربية وقطاع غزة و 48" بنسبة 13.84% ، فيما جاءت مضامين الاسرى والاعتقال التعسفي في المرتبة الخامسة بنسبة 10% ، في المرتبة السادسة المقدسات بنسبة 7.69% وفي السابعة الاستيطان بنسبة 3.84%.

مجتمع الدراسة:

لتحقيق أهداف هذه الدراسة تم اختيار مجتمع الدراسة من موقع شبكة الجزيرة الإخبارية لتحليل الحلقات التي تتناول المحتوى الفلسطيني في بود كاست " بعد أمس " ، وعليه تم اختيار أسلوب الحصر الشامل الذي يمكن من خلاله تمثيل المجتمع تمثيلاً صحيحاً ، والحصول على معلومات صادقة.

الدراسة الرابعة :

د. وداد هارون احمد محمد رباب: أهمية استخدام تقنية البودكاست في إثراء محتوى المواقع الالكترونية للمؤسسات الإعلامية ، دراسة تحليلية لعينة من البودكاست الإعلامي، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال ، الحادي عشر ج 3- يوليو - ديسمبر 2023.

تهدف هذه الدراسة إلى:

- الوقوف على حجم مضامين البودكاست الإعلامي التي تم تناولها من خلال المواقع الإعلامية الدراسية.
- التعرف على القضايا والموضوعات التي تم معالجتها عبر البودكاست الإعلامي المنشور عبر الإعلامية المدروسة .
- تسليط الضوء على الفنون الصحفية والإعلامية التي تم استخدامها في البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها الالكترونية.

- التعرف على نوعية الأهداف الإعلامية التي وظفتها المواقع الإعلامية المدروسة في محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها الالكترونية.
- تم الاعتماد على المنهج الوصفي من اجل تحقيق أهداف هذه الدراسة والوصول إلى إجابات المقنعة .
- وظفت الباحثة أسلوب تحليل المضمون كأداة لجمع الكمية والكيفية لمحتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية المدروسة ، واختارته الباحثة كونه أسلوب وأداة بحثية تناسب طبيعة الدراسة.

نتائج الدراسة :

*اظهرت نتائج الدراسة اهتمام المواقع الاعلامية المدروسة بتوظيف البودكاست كوسيط تقني جديد يتخصص في نشر المحتوى الصوتي عبر شبكة الانترنت ، وان حجم الموضوعات التي تم تناولها في عيبة الدراسة وخلال الفترة المحددة للدراسة التحليلية بلغت (25%) لكل موقع . وترى الباحثة حجم المحتوى المستخدم ملائما ومتوافقا مع ظهور التقنية الجديدة واستخدامها خاصة وان الاستخدام مزال محدود في مواقع المؤسسات الاعلامية وأحيانا لا يوجد في العديد منها.

*اظهرت النتائج ان الواقع المدروسة استطاعت ان تخصص ايقونة منفردة وصفحة خاصة للبودكاست عبر صفحات موقعها ، وتحمل مسميات محددة في كل موقع وهي : بودكاست حوارات الخليج ، بودكاست بي بي سي عربية، العربية بودكاست، بودكاست البيان.

*اشارت نتائج الدراسة ان البودكاست الاعلامي موضوع الدراسة تفرد في طرح موضوعات وقضايا لم تعطي الاولوية في الكثير من الوسائل التقليدية بل ووضعها في قالب مندمج الوسائط المتعددة من حيث الموسيقى والمؤثرات المصاحبة وغيره، مما ادى الى جاذبية هذه الموضوعات والمساهمة في انتشارها وبينت النتائج ان قضايا الثقافة والادب والفنون حصلت على المرتبة الاولى بنسبة بلغت (23%).

*كشفت النتائج ان استخدام البودكاست كتقنية جديدة حققت انتشار واسع واقبال من جمهور الموقع على مختلف الفئات ، وتاكّد ذلك من خلال النطاق الجغرافي للتغطية لموضوعات البودكاست التي حققت نسب متباينة تصدرتها التغطية المحلية لمحتوى المنطقة الحاضنة لموقع الدراسة التي حصلت على نسبة بلغت)

54% . وجاء الاهتمام بالموضوعات العالمية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (27 %) ، أما التغطية الإقليمية حصلت على المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (21 %) .

مجتمع البحث:

قامت الباحثة بدراسة استطلاعية واسعة ووفقاً لها حددت المجتمع البحثي في التالي:

1/ بود كاست صحيفة الخليج: يحمل اسم بود كاست حوارات الخليج (، وينشر محتواه الصوتي عبر الموقع الإعلامي الإلكتروني الرسمي لصحيفة الخليج الصادرة في دولة الإمارات العربية المتحدة -أماراة الشارقة-

2/ بود كاست البي بي سي العربية نت : تنشر مضامين هذا البودكاست عبر الموقع الإعلامي الإلكتروني الرسمي لمؤسسة) بي بي سي (البريطانية ، ويحمل اسم)) بود كاست بي بي سي عربية))

3/ بود كاست العربية نت : يحمل اسم (العربية بود كاست) ، ويصدر عن الموقع الرسمي للموقع الإعلامي الإلكتروني الرسمي لمؤسسة العربية.

4/ بود كاست البيان : يقدم هذا البودكاست مادة صحفية أو أدبية ومعلوماتية متنوعة ويصدر عن الموقع الإلكتروني لصحيفة البيان الصادرة في دولة الإمارات العربية المتحدة .

التعقيب على الدراسات السابقة:

لقد أفادت الدراسات السابقة في عدة جوانب مهمة تتعلق بمتغيرات دراستنا، حيث اتفقت جميعها على أهمية التركيز على المتغير الأول الأساليب الإقناعية و المتغير الثاني البودكاست، و أثبتت دورها الفعال في جذب و تأثير الجمهور المستهدف، و نلخصها في ما يلي:

➤ التركيز على الأساليب الإقناعية كمتغير أساسي:

اتفقت الدراسات على أهمية دراسة الأساليب الإقناعية التي يستخدمها القائم بالاتصال، حيث أقرت جميعها بدور هذه الأساليب في جذب الجمهور وتأثيرها الفعال على المتلقي.

➤ الاعتماد على استمارة تحليل المحتوى كأداة بحث:

جميع الدراسات استخدمت استمارة تحليل المحتوى كأداة مناسبة لرصد وتحليل القضايا والمواضيع والقيم في المواد المدروسة، لما توفره من إطار منظم لتسجيل المعلومات بشكل دقيق.

✚ تأكيد فعالية البودكاست كوسيلة إعلامية حديثة:

شدت الدراسات على دور البودكاست كوسيلة ناجحة لنقل المعلومات وتنقيف الجمهور وزيادة وعيهم بالقضايا المختلفة، وهو ما ساعدنا في تثبيت هذا المتغير في دراستنا.

✚ الاستفادة من التجارب التطبيقية في اختيار المواقع والمنهجيات:

استفدنا من دراسات سابقة في اختيار مواقع البحث مثل اليوتيوب لدراسة حلقات البودكاست، وأيضاً في معرفة كيفية تحليل الموضوعات والقيم والاستمالات المستخدمة فيها.

✚ الاستفادة من المقترحات العملية لتطوير البودكاست:

وفرت الدراسات توصيات تساعد في توجيه الجهود نحو تحسين محتوى البودكاست وزيادة تأثيره، ما يدعم الإطار النظري والعملية لدراستنا.

سابعا: الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها :

بما أن دراستنا تتمحور حول الأساليب الإقناعية المستخدمة في مضامين البودكاست الديني فهي تتدرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية في حقل علوم الإعلام و الاتصال التي لا تقف عند جمع البيانات، وإنما تمتد إلى تصنيف البيانات و الحقائق التي تم تجميعها و تسجيلها و تفسيرها و تحليلها تحليلًا كليًا و إستنتاج نتائج و دلالات مفيدة منها. (العزیز ، 2009 ، 48)

بالنظر الى طبيعة الدراسة وخصوصيتها ،تم الاعتماد على المنهج المسحي كإطار منهجي مناسب يتيح توصيف الظاهرة محل البحث وجمع البيانات المتعلقة بها بطريقة منظمة وموضوعية.

يعرف المسح في اللغة العربية على انه امرار اليد على الشيء السائل او المتلطف لإذهابه ،وهو يعني هنا

إزالة ما لطخ الشيء من غبار أو تراب ،او غير ذلك من المواد حتى نبرزه عن حقيقته لغيرنا . (مرسلي ،

(2010 ، 286)

عرف الباحث ذوقان عبيدات المنهج المسحي بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها. (مرسلي، 2010، 286) ويعرف على أنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها. (مرسلي، 2010، 286)

تم الاعتماد على المنهج المسحي في هذه الدراسة نظراً لملاءمته لطبيعة الموضوع الذي يهدف إلى تحليل الأساليب الإقناعية المستخدمة في مضامين البودكاست الديني للدكتور أحمد العربي. يتميز هذا المنهج بقدرته على جمع بيانات كمية ووصفية دقيقة من خلال تحليل منهجي لمحتوى الوسائط الإعلامية الخصائص مما يجعله مناسباً للكشف عن الاتصالية والبلاغية للخطاب الديني عبر الوسائط الرقمية الحديثة. وقد تم تطبيق هذا المنهج على عينة مكونة من أربع حلقات تم اختيارها وفق معايير مدروسة (مثل: تنوع الموضوعات، التوقيت التفاعل الجماهيري)، مما يضمن تمثيلاً معقولاً للمضامين التي يعالجها البودكاست. وبالرغم من أن حجم العينة محدود، فإن التركيز على تحليلها بشكل معمق ومنهج يسمح باستخلاص مؤشرات أولية حول طبيعة الأساليب الإقناعية الأكثر استخداماً، وطرق توظيفها في التأثير على المتلقي. لئلا أن استخدام المنهج المسحي في هذه الحالة، من خلال استمارة تحليل مضمون يتيح تصنيف الأساليب الإقناعية (مثل: الإقناع العقلي العاطفي الأخلاقي الاستشهادات الدينية، الأسئلة البلاغية أسلوب التكرار...)، وتحديد تكرارها وطرائق توظيفها داخل كل حلقة، مما يسهل عملية المقارنة والتحليل. ويُعزز هذا المنهج قدرة الباحث على التعامل مع مضامين صوتية رقمية، مثل البودكاست التي تمثل أحد أبرز أشكال الإعلام الجديد والتي تتطلب أدوات تحليل مرنة ومنهجية تسمح بفهم البنية الخطابية والتأثيرية لهذه المضامين في السياق الدعوي الحديث.

أدوات جمع البيانات:

تعد أداة البحث هي الوسيلة المستخدمة لدراسة الظاهرة، ومن بين أدوات التي إعتدنا عليها لجمع البيانات لهذه الدراسة نذكر:

الملاحظة:

تعتبر الملاحظة عملية مباشرة ووسيلة لجمع البيانات بطريقة منهجية مقصودة من خلال ملاحظة سلوك العفوي التلقائي في الظروف أو المواقف الطبيعية بتوجيه الانتباه الى الاحداث او الظواهر ،وتسهم إسهاما أساسيا في البحث الوصفي حيث تمكن الباحث من الحصول على المعلومات فيما يتعلق بالاشياء المادية والنماذج . (حرز الله 2020، 20)

استمارة تحليل المحتوى:

"استمارة تحليل المضمون و هي عبارة عن بطاقة فنية يدونها الباحث، بصفة مختصرة يطرح فيها عنوان البحث و السؤال الجوهرى و توضيح إستعمال تحليل المحتوى، كما تضم هذه الورقة ما يريده الباحث من الأساتذة المثبتين و في أسفل هذه الورقة يكتب إسم و لقب الباحث على اليمين، و إسم و لقب المشرف على اليسار." (تمار، 2007، صفحة 97)

إذا هي أسلوب وأداة للبحث العلمي يمكن من خلالها أن يخصص الباحثون في مجالات بحثية متنوعة لوصف محتوى الظاهرة والمضمون الصريح للمادة الإعلامية . (انظر الملحق رقم 01)

الصدق الظاهري للأداة:

تم التحقق من الصدق الظاهري للأداة الدراسة المتمثلة في بطاقة تحليل المضمون، و ذلك من خلال عرضها على بعض الأساتذة المحكمين: " عساسي كريمة، نهلة حفيظي، عبادة هشام، بهدف التأكد من مدى وضوح بنودها و مدى ارتباطها الظاهري بموضوع الدراسة، و هو "الأساليب الإقناعية المستخدمة في مضامين البودكاست الديني".

و قد أكدوا الأساتذة أن الفئات و البنود المعتمدة في البطاقة تبدو واضحة و مناسبة، و تعكس فعليا مضمون الدراسة و تخدم أهدافها، ما يدل على توفر الصدق الظاهري للأداة، و يعد مؤشرا إيجابيا على صلاحيتها للاستعمال في تحليل العينة المختارة. (انظر الملحق رقم 03)

❖ و تم الإعتماد في دراستنا على الفكرة كوحدة للقياس في التحليل لأنها في هذه الحالة تعتبر الأنسب لقياس تحليل فيديوهات الدكتور أحمد العربي في سلسلته "فاهم"

الفئات المستخدمة في الدراسة التحليلية :

يعتمد تحليل المضمون في دقته على تصنيف المادة حسب مضمونها ، ذلك التصنيف الذي يسهم اسهاما مهما في التحليل العلمي من اي نوع ، ويجب ان تكون الفئات محددة تحديدا واضحا وجامعا ومانعا :

فئات المضمون :

وهي الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل ؟ وتتمثل في :

- فئة الموضوع : والتي تسعى للإجابة عن السؤال الذي يدور حوله موضوع المحتوى ؟
- فئة الاتجاه : وهي الاتجاه الذي يأخذه مضمون الرسالة الاعلامية ويصنف هذا الاتجاه الى مؤيد ومعارض ومحاييد
- فئة الاساليب الاتقاعية : وهي الوسائل التي يوظفها المرسل من اجل تأكيد اقواله او تحقيق اهداف قيمه
- فئة الفاعلين : ويقصد بهذه الفئة رصد الاشخاص ، الهيئات التي تحرك الموضوع المشار في الرسالة

فئات الشكل : تهتم برصد شكل المادة الاعلامية وعادة ماتحاول الاجابة عن السؤال كيف قيل ؟ ومن بين فئاتها التي تم الاعتماد عليها :

- فئة اللغة المستخدمة : ويقصد بها اللغة التي قدمت فيها الرسالة اما لغة فصحي ، لغة عامية او اجنبية .

مجتمع الدراسة و العينة :

مجتمع الدراسة:

"هو جميع الأفراد أو الأشياء و الأشخاص الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث، هو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث الى ان يعمم عليها نتائج دراسته." (اللامي، 2020، صفحة 1)

و يقصد بمجتمع البحث في تحليل المضمون: " مجتمع المصادر التي نشر أو أذيع فيها المحتوى المراد دراسته خلال الإطار الزمني للبحث." (محبوب، 2005، صفحة 8)

و بالنسبة لموضوع دراستنا المتمثلة في الأساليب الإقناعية المستخدمة في مضامين البودكاست الديني، إذا فإن مجتمع البحث الخاص بها هو حلقات فاهم مع الدكتور أحمد العربي عبر اليوتيوب.

عينة الدراسة:

تعرف العينة على أنه: " مجموعة من الأفراد مكونة للمجتمع الذي أخذت منه لتمثله ويتوقف صدق العينة للمجتمع على طريقة إختيار نوع العينة وحجمها." (الصاوى محمد مبارك، 1997، صفحة 40)

و أيضا تعرف العينة على أنها:

هي التي تمثل المجتمع الأصلي أو النموذج الذي يجري الباحث محور عمله عليه ولا يمكن أن ينجح البحث إلا إذا كان الباحث يستخدم أساليب خاصة بإختيار العينات، إن الباحث عند دراسته للأفراد والمجتمعات لا يستطيع أن يأخذ كافة الأفراد أو المجتمع لدراسته لأن هذا يتطلب جهدا ووقتا وتكاليف مادية كبيرة لهذا يختار الباحث عينة محدودة من هذا المجتمع لدراسته. (علام، 2006، صفحة 156)

بحيث تعرف العينة القصدية أو العمدية أنها:

" ويكون الاختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر، من قبل الباحث وحسب طبيعة بحثه، بحيث يحقق هذا الاختيار هدف الدراسة أو أهداف الدراسة المطلوبة." (المحمودي، 2019، صفحة 175)

و يعرفها كذلك رشدي طعيمة :

" العينة القصدية هي العينة التي يختارها الباحث عن قصد وتحديد مسبق في ضوء أهداف بحثه ."

(طعيمة، 2004، صفحة 142)

ولقد قمنا باختيار سلسلة تتكون من أربع الحلقات من بودكاست فاهم للدكتور أحمد العربي عبر اليوتيوب وذلك تحقيقا لأهداف الدراسة كعينة قصدية للبحث التي تخدم موضوع الدراسة وتجب عن الأسئلة المطروحة و باعتبارها الأكثر مشاهدة.

حدود الدراسة :

بعد المصادقة مع الاستاذة المشرفة والموافقة على موضوع الدراسة الموسوم بالاساليب الإقناعية المستخدمة في مضامين البودكاست الديني دراسة تحليلية على عينة من حلقات بودكاست فاهم مع الدكتور احمد العربي تم تحديد المجال الزماني والمكاني .

المجال المكاني :

و يقصد به المكان الذي يختاره الباحث لغرض إجراء دراسته الميدانية. إذ تم اختيار الحدود المكانية للدراسة في الحلقات المنشورة عبر قناة "فاهم" على منصة اليوتيوب للإعتماد على عينة من المضامين الدينية ، وكذلك بإعتبار اليوتيوب يتيح لإنتشار واسع للمحتويات الدينية .

المجال الزمني :

و يقصد به المدة الزمنية التي استغرقت فيها الدراسة التطبيقية. امتدت الدراسة من 27 ديسمبر 2024 الى غاية 10 ماي 2025 حيث شملت هذه الفترة مختلف مراحل الدراسة لمعرفة الاساليب الاقناعية لدكتور أحمد العربي.

الفصل الثاني: قراءة نظرية حول الإقناع

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للإقناع

تمهيد

المطلب الأول: مفهوم الإقناع.

المطلب الثاني: مفهوم الإتصال الإقناعي.

المطلب الثالث: عناصر عملية الإقناع.

المطلب الرابع: عوامل نجاح العملية الإقناعية.

خلاصة

المبحث الثاني: آليات الإقناع

تمهيد

المطلب الأول: استمالات الإقناع.

المطلب الثاني: استراتيجيات الإقناع.

المطلب الثالث: نظريات الإقناع.

المطلب الرابع: أهم الأساليب الإقناعية في المضامين الدينية.

خلاصة

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للإقناع

تمهيد:

يعد الإقناع من المفاهيم الأساسية التي شغلت اهتمام الباحثين في مجالات متعددة، كالخطاب الإعلامي، علم النفس الاجتماعي، والدراسات الاتصالية. ذلك لما له من دور محوري في التأثير على المواقف والاتجاهات والسلوكيات، سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات. فالإقناع هو العملية التي يتم من خلالها السعي لتغيير أو تعزيز قناعات المتلقي، من خلال تقديم رسائل مدروسة تستهدف استثارة الدوافع العقلية والعاطفية، بما يخدم أهداف المرسل.

وفي ظل التحولات التي عرفها المشهد الإعلامي والاتصالي، وتزايد وسائل وأساليب التأثير، بات من الضروري الوقوف عند مفهوم الإقناع وتحديد أبعاده النظرية والمفاهيمية، لفهم آليات اشتغاله وحدود تأثيره. من هذا المنطلق، يأتي هذا المبحث ليشكل مدخلاً نظرياً يوضح الإطار المفاهيمي للإقناع، من خلال استعراض أبرز التعاريف التي تناولته، وتبيان أهم خصائصه، عناصره، وأساليبه، إضافة إلى العوامل المتحكمة في فعاليته.

ويُعد هذا التمشي النظري خطوة ضرورية لفهم الظاهرة المدروسة ضمن سياقها العلمي الدقيق، ووضع أسس واضحة لتحليل مضمون الرسائل الإقناعية وطرائق تأثيرها في مختلف المواقف الاتصالية.

المطلب الأول: مفهوم الإقناع:

أ - لغة:

إن أصل الكلمة في اللغة العربية نجدها بأنها تقابل كلمة "Persuasion" ذات الأصل اللاتيني وتتكون من مقطعين "Per" وتعني عاطفي أو انفصالي، و "Suadere" بمعنى يحث، أي أن تجعل شخصا ما يفعل أو يعتقد في شيء ما من خلال البحث العاطفي أو العقلي. (حجاب، 2003، صفحة 370).

و في سياق البحث عن أصلها قد جاءت كلمة الإقناع في المعجم الوسيط:

" قنع بمعنى مال، فيقال: قنعت الإبل والغنم قنعا، أي مالت لمأواها و أقبلت نحو أصحابها، وفلان قنوع، أي: راض بالقسم واليسير فهو قانع و قنيع إلى فلان، أي: أخضع له وانقطع إليه ... " (الغوشن، كيف تقنع الآخرين، 1996، صفحة 15).

و كذلك جاءت كلمة الإقناع في لسان العرب: قنع بمعنى رضي (جمال الدين، 1997، صفحة 297) . واقتنع وقنع بالفكرة أو الرأي: أي قبله واطمأن ورضي به، ومن معاني الإقناع: السؤال بتذلل (الغوشن، كيف تقنع الآخرين، 1996، صفحة 17)

ب - اصطلاحا:

الاقتناع هو حمل النفوس على فعل شيء و اعتقاده أو التخلي عن فعله. (القرطاجي و بن خوجة، 1996، صفحة 106)

ويعرفه إبراهيم إمام في كتابه " الاعلام الاسلامي":

" أقنعتني أي أرضاني، و يقصد به أن يصبح السامع لك و قد اقتنع بفكرتك لا باعتبارها فكرتك أنت، و لكنها أصبحت فكرته الخاصة به، و التي انتقت من داخل نفسه ، و كان لك فضل إثارتها و تحريكها و الكشف عنها." (إمام، 1980، صفحة 57)

أما عبد الله بن محمد الغوشن فيقول:

" هو عمليات فكرية و شكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير على الآخر و إخضاعه لفكرة ما. " (الغوشن، 2004، صفحة 18)

و يقول محمد عبد الرحمان عيسوي أن:

" الفرد يميل إلى الاقتناع بالإيحاءات التي يعتقد أنها تصدر من الأشخاص ذوي المكانات الاجتماعية البراقة. " (عيسوي، 1974، صفحة 19)

إذن نستنتج من خلال التعاريف السابقة أن:

الإقناع هو عملية تواصلية واعية تهدف إلى التأثير في آراء الأفراد ومواقفهم وسلوكياتهم بطريقة مقصودة ومدروسة، من خلال عرض مجموعة من الأفكار والمبررات والمعطيات التي يتم تنظيمها ضمن خطاب منطقي ووجداني متكامل. ويسعى المرسل من خلال هذه العملية إلى تعديل اتجاهات المتلقين أو تعزيزها، بما يتماشى مع الأهداف المرجوة، وذلك دون اللجوء إلى الإكراه أو الضغط، بل اعتماداً على الحجة العقلية، والمضمون العاطفي، والمصادقية الشخصية. وتستند عملية الإقناع فعاليتها من مدى توافق مضمون الرسالة مع القيم الاجتماعية والثقافية السائدة، ومدى استجابتها لحاجات المتلقي واهتماماته، بالإضافة إلى أسلوب العرض الذي يتسم بالوضوح والتسلسل المنطقي، مما يتيح تحقيق قبول داخلي للفكرة أو السلوك المراد تبنيه عن قناعة شخصية.

المطلب الثاني: مفهوم الإتصال الإقناعي:

"إذا كان الاتصال هو عملية نقل رسالة من مصدر إلى ملتحق عبر قناة معينة كما سبق ذكره ويستهدف إحداث إشتراك حول معرفة وأن الإقناع هو عملية تأثير قصدية على سلوكيات أو أفكار شخص ما أو جماعة معينة، فهذا يقودنا إلى القول بأن هناك تكامل بين المفهومين يعني أن الإقناع هو إحدى وظائف الاتصال إلى جانب وظائف أخرى كالإخبار ونقل المعلومات أو التعبير التي تضمن استمرارية الحياة الاجتماعية ولعل أهمها لأنه ليس نوعاً كباقي الأنواع أنواع الاتصال وليس حتى الأكثر أهمية أو إفادة بل إنه الاتصال الذي يأخذ بعين الاعتبار كلية وهذا بالنظر إلى طابعه العملي وكذلك وهذا هو المهم إلى فعاليته كما أنه في حياتنا المهنية." (محمد، 2012، صفحة 5)

فالإتصال الإقناعي حسب إيزمان: " هو عقد منجز اجتماعيا عن طريق سلسلة من اللاعقات المتشابهة والتي من خلالها نحن في اشتراك مع الغير، ففعالية الاتصال تتوقف بالنسبة للخطيب على الخلق المسبق لمجال مشترك يعني مجال للوفاق والتفاهم." (محمد، 2012، صفحة 5)

🌈 الإقناع كعملية اتصال :

".... تبين من تحليل الاتصال وأهميته للعلاقات الأفراد والجماعات بين والمجتمعات ،أنه يمثل

القوة المحركة للحياة الاجتماعية المشتركة بما يكفل التفاعل الاجتماعي بينها . لكنه لا يمكن تصور حياة اجتماعية متحركة بلا غاية ،ولا يمكن تصور تفاعل اجتماعي بلا هدف .فالاتصال . الزاوية قوة تحرك الأفراد والجماعات والمجتمعات نحو غايات محددة وأهداف متنوعة بتنوع المصالح والحاجات والدوافع".

" وهناك من ينظر الى الاتصال والإقناع على أنهما عمليتان اجتماعيتان منفصلتان ،يقوم عليهما التوافق الاجتماعي بين الأفراد والجماعات ،إلى جانب العمليتين الاجتماعيتين الآخرين وهما الارتباط Association والتقليد Imitation .ولكن إذا سلمنا بالحقيقة القائلة بأنه لا اقناع بدون اتصال ،فإن هذه العلاقة الوظيفية بينهما تؤكد على أن الإقناع هو أحد الاستخدامات الأساسية للاتصال ،وليس عملية مستقلة أو مرادفة له...". (البادي، 1986، الصفحات 19,20)

إذن نستنتج مما سبق أن الإتصال الإقناعي هو عملية تواصل تهدف إلى التأثير على أراء و مواقف أو سلوكيات الآخرين، من خلال تقديم رسائل مدروسة تستخدم حجج منطقية أو عاطفية أو كليهما، من أجل إحداث تغيير مقصود في المتلقي.

و بمعنى آخر هو نوع من الإتصال يوجه فيه المرسل رسالة إلى المتلقي بقصد إقناعه بفكرة معينة، أو دفعه لإتخاذ موقف أو سلوك معين.

المطلب الثالث: عناصر عملية الإقناع:

تعتمد عملية الإقناع على مجموعة من الأساليب التي يوظفها الخطاب، غير أن فاعليتها تظل مشروطة بتوفر عناصر العملية الاتصالية، وهي: المرسل، المتلقي، والرسالة. ومن الجدير بالذكر أن تأثير هذه العناصر لا يقتصر على لحظة التلفظ بالكلام فحسب، بل يرتبط أيضا بما يسبق تلك اللحظة. وفيما يلي توضيح لسمات كل عنصر وأهميته في الخطاب، مع بيان ما يجب مراعاته لتهيئتها لتحقيق الإقناع:(شلاباب، 2016، صفحة 42)

1. المرسل:

يُعد المرسل محور العملية الخطابية، فهو المسؤول عن إنتاج الخطاب وتوجيهه، بهدف نقل أفكار أو معلومات إلى المتلقي والتأثير فيه. ولكي ينجح في ذلك، عليه أن يحسن اختيار العلامات اللغوية المناسبة التي تضمن له تحقيق غاياته. قد يكون المرسل شخصا أو جماعة أو جهة، وينبغي أن يتحلى بقدر عالٍ من

المصداقية والثقة والجاذبية، فكلما زادت مصداقيته، تعززت ثقة المتلقين به، مما يرفع من مستوى تأثير رسالته في تشكيل المواقف والآراء.

2. المرسل إليه (المتلقي):

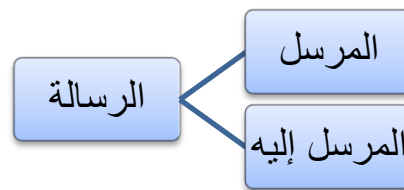
وهو الطرف الذي يستهدفه المرسل بخطابه بشكل مقصود، إذ يُعد العنصر الأساسي المعني بالرسالة الإقناعية. ويمثل المتلقي جزءاً مهماً في العملية الاتصالية، إذ أن نجاح الرسالة يتوقف بدرجة كبيرة على طبيعة المتلقي ومدى استعداداته للتفاعل معها.

3. الرسالة:

تُعتبر الرسالة الوسيط الذي تنتقل عبره الفكرة من المرسل إلى المتلقي، وتشكل عنصراً جوهرياً في عملية الإقناع. ولكي تؤدي دورها بفعالية، يجب أن تحمل مضموناً مقنعاً لا يتعارض مع المنطق، وإلا فقدت قدرتها على التأثير. ومن أجل ضمان عنصر الإقناع في الرسالة، ينبغي مراعاة عدة أمور، منها: وضوح الأهداف وابتعادها عن الغموض أو الالتباس، حتى لا يُترك للمتلقي مجال للتخمين حول مقاصد المرسل، مما قد يثير الشك في نواياه.

توافق محتوى الرسالة مع الأوضاع والظروف المحيطة وقت إرسالها.

العناية بترتيب الأدلة والشواهد ضمن الرسالة، حيث يكون تقديمها في بدايتها أكثر تأثيراً، نظراً لكون انتباه المتلقي يكون أقوى في البداية، ثم يتراجع تدريجياً مع مرور الوقت.



شكل رقم(1): يوضح عناصر عملية الإقناع

من إعداد: الطالبة فرحي هاجر

المطلب الرابع: عوامل نجاح العملية الإقناعية:

تُعد نقطة البداية في أي عملية إقناعية من أهم مراحلها، إذ تُبنى عليها فرص النجاح أو الفشل. ولكي تحقق الإقناع الفعّال، لا بد من توفر مجموعة من العوامل المؤثرة، يمكن تفصيلها كما يلي: (سيدهم، 2005، صفحة

_ وضوح الفكرة وسلامتها ومعقوليتها: يجب أن تكون الفكرة المراد إقناع الآخرين بها واضحة لا لبس فيها، خالية من التناقضات، وواقعية بحيث يقبلها العقل والمنطق. الفكرة الغامضة أو غير المعقولة تثير الشك والرفض مهما كانت طريقة عرضها.

_ قدرة المرسل على تقديم الفكرة وعرضها: من الضروري أن يمتلك المرسل مهارات عرض الأفكار بشكل منظم وجذاب. فكلما كان العرض مشوقاً ومناسباً لطبيعة الجمهور، زادت فرص تقبلهم للفكرة.

_ قدرة المرسل على تفسير الفكرة وشرحها بوضوح: الإقناع لا يعتمد على عرض الفكرة فقط، بل يتطلب توضيحها وشرح أبعادها بشكل مبسط. أحياناً يحتاج المتلقي لفهم تفاصيل معينة أو أمثلة تطبيقية ليقنع بشكل كامل.

_ توفر الصفات الشخصية الإيجابية في المرسل: يجب أن يتحلى من يقوم بعملية الإقناع بصفات مثل:

- الصدق: حتى يشعر المتلقي بالثقة فيما يُقال.
- الأمانة: في عرض الحقائق وعدم المبالغة.
- الأخلاق الحسنة: التي تمنح المتلقي ارتياحاً وتقديرًا للمرسل.
- الجاذبية الشخصية للمرسل: المظهر الأنيق، حسن الخلق، الثقافة الواسعة، وسعة الاطلاع كلها تجعل المرسل أكثر تأثيراً في الآخرين، وتجعل المتلقي ميلاً لسماع رأيه واحترام وجهة نظره.
- معرفة شخصية المتلقي ودوافعه: من الضروري أن يعرف المرسل خصائص المتلقي:

ما الذي يهّمه؟

ما هي أولوياته؟

ما هي قيمه واحتياجاته؟

ما الذي يحفّزه أو يعارضه؟

وأحياناً يكون من المفيد أن يتقمص المرسل شخصية المتلقي، ليتمكن من فهم طريقة تفكيره، مما يساعد في تقديم الفكرة بطريقة تتماشى مع دوافعه وتطلعاته.

_ اختيار الظروف المناسبة للإقناع: توقيت الإقناع ومكانه لهما دور مهم. يجب أن يكون المتلقي في حالة نفسية وجسدية مناسبة، وفي مكان هادئ بعيد عن التوتر والضغط، مع اختيار التوقيت الأمثل الذي يكون فيه مستعداً للاستماع والنقاش.

_ معرفة خصائص الجمهور المستهدف: يختلف أسلوب الإقناع من جمهور لآخر. لذا من المهم معرفة القيم التي يؤمن بها الجمهور وأولوياته واهتماماته، فالإقناع المبني على معرفة هذه الجوانب يكون أكثر نجاحاً.

_ امتلاك مهارات وأدوات الإقناع: من الضروري أن يكون المرسل متقناً لفنون الاتصال والحوار، يجيد النقاش ويعرف متى يتكلم ومتى يصمت، وملتزمًا بأداب الحديث التي تمنع نفور المتلقي وتضمن استمرار الحوار بشكل بناء.

_ ملائمة مضمون الرسالة لمستوى المتلقي: لا يصح أن يكون محتوى الرسالة أعلى من مستوى المتلقي الفكري أو العلمي أو الاجتماعي، ولا أقل منه بدرجة تشعره بالإهانة أو الاستخفاف. لذلك ينبغي تعديل طريقة الحديث وأدوات الإقناع بما يتوافق مع طبيعة الجمهور.

خلاصة:

يُعد الإقناع من المفاهيم الأساسية في مجالات الإعلام والاتصال، نظراً لدوره في التأثير على اتجاهات وسلوكيات الأفراد. وقد جاء هذا المبحث لتحديد الإطار المفاهيمي للإقناع من خلال استعراض تعريفاته، خصائصه، عناصره وأساليبه، مع إبراز العوامل المتحكمة في فعاليته، باعتبارها ضرورية لفهم آليات الخطاب الإقناعي وتفسير نتائجه الاتصالي.

المبحث الثاني: آليات الإقناع

تمهيد:

يعد الإقناع من العمليات الاتصالية المعقدة التي تقوم على مجموعة من الآليات النفسية والاتصالية المتداخلة، والتي تهدف إلى إحداث تأثير معين في مواقف وآراء وسلوكيات الأفراد. وإذا كان الإقناع قد حظي باهتمام واسع في مجالات الإعلام، الإعلان، والسياسة، فلأن فعاليته تتوقف بدرجة كبيرة على حسن توظيف آلياته المختلفة بما يتلاءم مع طبيعة المتلقي والسياق الاتصالي.

بحيث تتمثل آليات الإقناع في مجموعة من الوسائل والأساليب التي يعتمد عليها المرسل للتأثير على المتلقي، سواء من خلال مخاطبة العقل بالحجج والبراهين، أو استثارة العاطفة بالأحاسيس والمشاعر، أو اعتماد أساليب الإيحاء والتكرار. وتختلف فاعلية هذه الآليات باختلاف طبيعة الجمهور، مضمون الرسالة، والظروف المحيطة بعملية الاتصال.

و من هذا المنطلق، يتناول هذا المبحث أهم آليات الإقناع التي يستند إليها الإقناع الاتصالي، من خلال استعراض استمالاتها، واستراتيجياتها، نظرياتها مع بيان كيفية تفاعلها لتحقيق التأثير المطلوب. ويمثل هذا التناول خطوة أساسية لفهم الكيفية التي يُبنى بها الإقناع، والآليات النفسية والاتصالية التي تضمن له الفعالية في المواقف المختلفة.

المطلب الاول : استمالات الاقناع

تتنوع الاستمالات الإقناعية التي تعتمد عليها الإعلانات في التأثير على الجمهور المستهدف، بهدف الترويج للسلع والخدمات المختلفة. وتنقسم هذه الاستمالات إلى عدة أنواع رئيسية، هي:

❖ الاستمالات المنطقية: تستند إلى مخاطبة عقل المتلقي من خلال تقديم الحجج والأدلة المنطقية، مع تقنين الآراء المخالفة ومناقشتها لإبراز جوانبها المختلفة. وتعتمد على استخدام المعلومات الواقعية، الأرقام، الإحصاءات، والاستنتاجات المبنية على مقدمات منطقية (حجاب، 2003، صفحة 261).

❖ الاستمالات العاطفية: تقوم هذه الاستمالات على إثارة المشاعر والانفعالات لدى الجمهور، وقد ازدادت أهمية هذا النوع نتيجة اشتداد المنافسة بين السلع والخدمات، وبلوغ بعضها مراحل متقدمة في دورة حياتها يصعب فيها الاعتماد على الجوانب المنطقية وحدها للتمييز. وتؤدي هذه الاستمالات دورًا فعالاً في جذب انتباه المستهلك واهتمامه (رضوان، 2013، صفحة 125) وتشتمل الاستمالات العاطفية على عدد من الأساليب الفرعية، أبرزها:

✚ استمالة الخوف: تعتمد على إثارة مشاعر القلق إزاء الآثار السلبية المتوقعة في حال عدم اقتناء السلعة أو الاستفادة من الخدمة.

✚ استمالة الفكاهة: تقدم المنتج أو الخدمة ضمن إطار ترفيهي محبب، يسهل استقبال الرسالة الإعلانية.

✚ استمالة الجنس: من أكثر الأساليب جذبًا للانتباه، خاصةً عند الإعلان عن سلع محددة كالعطور والملابس والمجوهرات، عبر التأكيد على أثرها في جذب اهتمام الجنس الآخر.

✚ الاستمالة التخيلية: تقوم على ربط السلعة أو الخدمة بمعانٍ ورموز إنسانية ذات قيم مشتركة لتحفيز المتلقي.

✚ وترتكز معظم الاستمالات الإقناعية على الحاجات الإنسانية، حيث توجه الرسالة الإعلانية نحو حاجة داخلية لدى الفرد. وقد أورد الشطري قائمة بأبرز هذه الاستمالات، مقسمة إلى: (الشطري، 2013، الصفحات 38,39)

✚ استمالات منطقية: كالملكية، الانتماء، تحقيق الطموحات، الراحة، الاقتصاد، حب الذات، وغيرها.

✚ استمالات عاطفية: كالخوف، الأسرة، الحب، الجنس، الحنين، الفكاهة، السعادة، الحزن، الصحة، الاحترام، الترفيه، الإثارة، الحواس، وغيرها.

أما بالنسبة للأساليب المستخدمة في عرض الرسائل الإعلانية التليفزيونية، فقد صنفها المشهداني (المشهداني، 2012، الصفحات 33,34) إلى:

- ✓ الأسلوب الدرامي: يعتمد على سرد قصة تنتهي بتأكيد استخدام المنتج.
 - ✓ الأسلوب المباشر: يُعد من أكثر الأساليب شيوعاً، ويعتمد على أسلوب البيع المباشر والدعوة الفورية للشراء.
 - ✓ أسلوب الرسوم المتحركة: يعتمد على الرسوم الكرتونية أو البانوية المنتجة بالحاسب الآلي ووسائط الفيديو.
 - ✓ الأسلوب الغنائي الراقص: يمزج بين استعراض المنتج والموسيقى أو الأغاني المشوقة.
 - ✓ أسلوب الشهادة: يتضمن تقديم رأي داعم من شخصية مشهورة، خبير، أو مستهلك عادي، شريطة المصادقية.
 - ✓ أسلوب الحيل السينمائية: يستخدم مؤثرات بصرية خاصة لخلق صورة ذهنية مميزة للمنتج.
- وفيما يتعلق بالأهداف الإعلانية، يؤكد الباحثون أن وضوح الأهداف الإعلانية يعد حجر الزاوية في نجاح العملية الإعلانية، سواء كان الهدف خلق طلب جديد أو تعديل اتجاهات الجمهور نحو المنتج. ويتمثل الهدفان الرئيسيان لأي حملة إعلانية في: (رضا و سلوي، 2008، صفحة 43)

❖ تمييز السلعة أو الخدمة في ذهن الجمهور من خلال إبراز خصائصها ومميزاتها.

❖ رفع معدلات الاستخدام لدى الجمهور الحالي، وجذب شرائح جديدة.

وفيما يخص التوقيت، يشدد الخزامي (الخزامي، 2004، صفحة 188): على أهمية اختيار الوقت المناسب لعرض الإعلانات، إذ يمثل عنصراً حاسماً في نجاحها ويجنب الوقوع في فخ الزحام الإعلاني الممل. كما أن دقة اختيار مضمون الإعلان والبرنامج الذي يُعرض خلاله يشكلان ركيزة أساسية لنجاح الإعلان التلفزيوني .

وفي هذا السياق، يُنظر إلى التلفزيون كوسيلة إعلانية فعالة إذا أُحسن توظيفها، وخطرة إذا أسيء استخدامها (خشبة، 2002، صفحة 139)

المطلب الثاني: استراتيجيات الإقناع

يرى الباحثون في ميدان الاتصال أن اختيار الأساليب الإقناعية المناسبة له دور كبير في جعل الرسالة فعالة وناجحة. إذ إنَّ الهدف من الإقناع هو دفع المستقبل (المتلقي) إلى اتخاذ قرارات ناتجة عن تغيّر في آرائه ومواقفه، على أن تندمج هذه التغيرات بشكل دائم في سلوكياته وحياته اليومية.

الإقناع، في جوهره، هو قدرة المرسل (الخطيب أو المتحدث) على جذب انتباه المتلقي والتأثير فيه حتى يتبنى قناعات المرسل. ومن أجل تحقيق ذلك، تم اقتراح عدة استراتيجيات إقناعية، من بينها تلك التي وضعها الباحث Denis Lindon، الذي صنّفها إلى نوعين رئيسيين:

✓ استراتيجيات خارجية

✓ استراتيجيات داخلية

وسنستعرض بإيجاز أبرز عناصر كل نوع:

أولاً: الاستراتيجيات الخارجية:

يطلق عليها هذا الاسم لأنها لا تستهدف الفرد مباشرة، بل تؤثر على محيطه وعوامل البيئة من حوله.

مثال: تقوم السلطة بتغيير قوانين أو لوائح معينة تؤثر تدريجياً على سلوك الأفراد. ومع مرور الوقت وبتكرار الممارسة، تتحول السلوكيات الجديدة إلى قناعات ثابتة تحل محلّ المعتقدات السابقة. (شعبان، 2015، الصفحات 118,119)

من أمثلة هذه الاستراتيجيات:

✚ استراتيجية القوة والإكراه:

حيث تُفرض على الأفراد سلوكيات معينة من خلال قوانين وعقوبات، تجبرهم على الالتزام بها، مثل حظر التدخين في الأماكن العامة.

✚ استراتيجية المكافأة والتسهيل:

عوضاً عن استخدام القوة، يتم تشجيع الأفراد على تبني سلوك معين عبر تقديم حوافز أو تسهيلات، مما يجعله مرغوباً وسهل التطبيق.

ومع ذلك، يرى الباحثون أن هذه الأساليب وحدها لا تحقق نتائج فعّالة ما لم تدمج مع استراتيجيات أخرى.

ثانياً: الاستراتيجيات الداخلية: (شعبان، 2015، صفحة 120)

تختلف هذه الأساليب لأنها تتوجه مباشرة إلى الأفراد، وتهدف إلى تعديل قناعاتهم وأفكارهم واتجاهاتهم من الداخل.

وتعتمد هذه الاستراتيجيات على ثلاثة أنواع من العوامل:

أخلاقية | عقلية | عاطفية

وقد استوحيت هذه المبادئ من فنون الخطابة عند الفيلسوف أرسطو، وتتمثل في:

نداء الواجب:

ويعتمد على القيم الأخلاقية لدى الأفراد، حيث يتم استثمار هذه القيم وتوجيهها نحو السلوك المرغوب.

مثال: التنكير بواجبات الأبوة أو المسؤولية تجاه المجتمع.

نداء العاطفة:

وهي من أقوى أدوات الإقناع، حيث يُعتمد فيها على إثارة مشاعر المتلقي وتوجيهه عواطفه لدعم فكرة ما أو تبني سلوك معين.

نداء العقل:

وهو أسلوب إقناع يقوم على الحجة المنطقية والاستدلال العقلي لإقناع المتلقي بجدوى فكرة أو موقف معين.

الاستراتيجيات المختلطة:

وفي النهاية، يؤكد Denis Lindon أن أفضل طريقة للإقناع لا تقوم على استخدام أسلوب واحد بمفرده، بل تعتمد على دمج الاستراتيجيات الخارجية والداخلية معاً، فيما يُعرف بالاستراتيجيات المختلطة.

كما يرى منظرو الاتصال أن الإقناع يمثل وظيفة أساسية من وظائف الاتصال إلى جانب وظائف أخرى مثل الإعلام والتعبير، لما له من دور مهم في استمرار التفاهم داخل المجتمعات.

الإقناع في الخطابة:

يتميز الاتصال الخطابي بأن هدفه الأساسي هو الإقناع، أي التأثير على مواقف الأفراد وسلوكياتهم وإقناعهم بفكرة أو معتقد معين.

وقد بيّن الباحث Kibedi Vargo أن موضوع الإقناع هو محور أغلب دراسات الخطابة، لأنه يتجاوز مجرد التعاطف والميل نحو إيجاد تأثير فعلي ومستدام.

وعليه، يمكن القول إن الخطابة عملية اتصال موجّهة تهدف إلى التأثير على المتلقي، وتغيير أفكاره وسلوكياته، أو تجديد قناعاته، أو إثبات فكرة لديه.

ويتم هذا التأثير من خلال الاعتماد على ثلاث تقنيات رئيسية:

- ❖ **الإقناع الأخلاقي:** من خلال تقديم الخطيب نفسه كشخص موثوق وصاحب أخلاق رفيعة.
- ❖ **الإقناع العاطفي:** عبر التأثير على مشاعر الجمهور وأحاسيسهم.
- ❖ **الإقناع العقلي:** من خلال عرض الحجج والبراهين المنطقية.

المطلب الثالث: نظريات الإقناع:

إن الإقناع كظاهرة اتصالية نفسية-اجتماعية لا ينبثق من فراغ، بل يقوم على أساس نظري متين تدعمه جملة من النظريات التي حاولت تفسير كيفية التأثير في مواقف الأفراد وسلوكياتهم وتعديل اتجاهاتهم. وفيما يلي عرض لأهم هذه النظريات:

❖ **نظرية التاءات الثلاثة:** طرح هذه النظرية الباحث ميشال لوني ((Michel Le Nid، حيث بين أن

عملية الإقناع الفعالة تمر بثلاث مراحل متتابعة: التوعية، التشريع، والتتبع. (حانون، 2008،

الصفحات 26,27)

أ. مرحلة التوعية:

تهدف إلى تقديم مضمون الرسالة الإقناعية بطرق واضحة ومبسطة، مدعمة بالأدلة والحجج المنطقية، بما يسهل على المتلقي استيعابها دون عناء معرفي زائد. يشترط في هذه المرحلة مراعاة الحياد، تجنب التناقض، وضمان الموضوعية في الطرح، إذ أن الرسالة المشحونة بالأفكار المسبقة أو الذاتية قد تفقد فعاليتها في التأثير.

ب. مرحلة التشريع:

تركز هذه المرحلة على وضع إطار تنظيمي أو قانوني يعزز مضمون الرسالة الإقناعية، من خلال سن قوانين أو لوائح أو تبني معايير اجتماعية تضغط على الأفراد للالتزام بسلوك أو توجه معين. فالتوعية وحدها غير كافية لتعديل السلوك، إذ يحتاج المتلقي في أحيان كثيرة إلى محفزات تنظيمية

ت. مرحلة التتبع:

تشكل المتابعة والتقييم الخطوة الختامية لضمان تحقق الأهداف المرجوة. يؤكد ميشال لوني على أن الإنسان بحاجة مستمرة للتذكير والتوجيه حتى يرسخ السلوك الجديد، ما يتطلب مراقبة الاستجابة، وتعديل الرسائل حسب الحاجة.

❖ **نظرية التنافر المعرفي:** اقترحها ليون فستنجر ((Leon Festinger, 1962)، وتتطرق من فرضية أن

الإنسان يسعى باستمرار إلى تحقيق الانسجام بين معارفه ومواقفه وسلوكياته. فعندما يتعرض الفرد لمعلومات أو مواقف تتناقض مع معتقداته، تنشأ لديه حالة من التوتر النفسي تسمى التنافر المعرفي، يدفعه للتقليل من حدتها إما بتغيير آرائه أو بتبرير سلوكياته. (مصباح، 2005، صفحة 65)

تبرز النظرية ثلاث حالات ممكنة للعلاقة بين العناصر المعرفية:

1. علاقة اتفاق
2. غياب العلاقة
3. علاقة تناقض

عندما يتولد التناقض، يلجأ الفرد إلى:

- ✓ تبني العنصر الجديد
 - ✓ مقاومته
 - ✓ تجاهلها أو إعادة تفسيره ليتسق مع منظومته المعرفية.
- و منه فستنجر يبرز هذه الحالات من خلال ثلاثة نماذج:

اتخاذ القرار: صعوبة اختيار بين بديلين متقاربين

آثار الكذب: قيام الفرد بما يخالف قناعاته

آثار الإغراء: التورط في أفعال مخالفة للاعتقاد بسبب دوافع خارجية

❖ **نظرية التحليل المعرفي للإعلام:** أسسها مارتين فيشباين ((Martin Fishbein، حيث اعتبر أن

المتلقي يتفاعل مع الرسائل الإعلامية من منطلق قدرته العقلية على تحليل مضامينها، ومقارنتها بمنظومته القيمية والمعرفية.

تؤكد النظرية أن الفرد يقوم بعملية تقييم ذهني للرسالة قبل قبولها أو رفضها، حيث يتوقف الإقناع على

منطقية الرسالة لملاءمتها للسياق الاجتماعي. (حانون، 2008، صفحة 28)

❖ **نظرية التوازن المعرفي:** صاحبها فريتز هايدر ((Fritz Heider، ترى أن الإنسان يسعى إلى المحافظة على توازن معرفي ونفسي داخلي بين مواقفه، مشاعره، وسلوكياته تجاه الأشخاص أو الأشياء. (رشتي، 1978، صفحة 245)

يركز النموذج على العلاقة بين ثلاثة عناصر:

- شخص (ش)
- شخص آخر (ف)
- موضوع (أ)

ويدرس نوعية العلاقة بينهم، سواء العاطفية (حب/كره) أو العلائقية (ارتباطات اجتماعية كالعائلة والعمل)، حيث يؤدي عدم الانسجام إلى اضطراب يدفع الفرد لمحاولة استعادة التوازن.

❖ **نظرية العلاقات الاجتماعية:** ظهرت مع أعمال لازارسفيلد ورفاقه سنة 1940 في دراسة سياسية بمدينة "إيري كاونتي"، حيث بينت أن تأثير الرسائل الإقناعية يتوسطه المحيط الاجتماعي للفرد. (حانون، 2008، صفحة 31)

تفترض النظرية أن الفرد لا يتخذ قراراته منفرداً بل ضمن سياق علاقاته الاجتماعية، حيث تستشير الجماعات بعضها البعض قبل تبني موقف أو سلوك معين، ما يجعل الجماعة وحدة تأثيرية قوية.

❖ **نظرية التنظيم الاجتماعي:** تقوم هذه النظرية على مبدأ أن الإنسان كائن اجتماعي يعيش ضمن جماعات منظمة بقواعد وضوابط تنظم العلاقات والأدوار. (مصباح، 2005، صفحة 77)

ترى النظرية أن الرسائل الإقناعية تكون أكثر فاعلية حينما تراعي هذه البنى التنظيمية والعلاقات القائمة داخل الجماعات المستهدفة.

ففي المؤسسات، مثلاً، يمكن التأثير على الجمهور من خلال القادة الرسميين الذين يتخذون القرار ويمثلون مصدر السلطة.

❖ **نظرية التأثير الانتقائي:** بناها ميلفن دفلر وروكتش، وترى أن الفرد لا يتعرض إلى جميع الرسائل الإعلامية بنفس الدرجة، بل يمارس انتقائية في:

✚ التعرض (ما يشاهده أو يسمعه)

✚ الإدراك (ما ينتبه له)

✚ التذكر (ما يحتفظ به)

✚ التصرف (كيف يتفاعل معه)

بالتالي، يتفاعل الأفراد مع الرسائل التي تهمهم أو تلبي حاجاتهم، ما يجعل عملية تصميم الرسائل الإعلامية بحاجة إلى دراسة سيكولوجية دقيقة للفئات المستهدفة. (مصباح، 2005، صفحة 31)

و يتضح من خلال عرض هذه النظريات أن عملية الإقناع عملية مركبة ومعقدة تتداخل فيها أبعاد نفسية، اجتماعية، معرفية، وتنظيمية، مما يفرض على القائم بالاتصال أو المرسل أن يدرس بدقة خصائص جمهوره، وأن يُحسن اختيار الأسلوب النظري المناسب لتحقيق أكبر قدر من التأثير.

المطلب الرابع: أهم الأساليب الإقناعية في المضامين الدينية:

• الدين:

يُعدّ الدين من أكثر العوامل تأثيراً في نفوس الأفراد، لاسيما عامة الناس، وذلك لما يمثله من ارتباط وثيق بعقيدتهم الدينية وسلوكهم الاجتماعي. ويشمل مفهوم الدين في هذا السياق القرآن الكريم والحديث النبوي الشريف، باعتبارهما المصدرين الأساسيين للتشريع والتوجيه في حياة المسلمين. ومن هذا المنطلق، دأب الخطباء على استثمار النصوص الدينية ضمن خطبهم، حيث أنّ الاستشهاد بالآيات القرآنية أو الأحاديث النبوية الشريفة يمنح الخطبة قوة تأثير خاصة، إذ يستقر مضمونها في القلوب ويصعب زحزحته. ويُعزى ذلك إلى أن المتلقي حين يسمع استدلالاً دينياً، يُضفي عليه صفة القداسة، باعتباره جزءاً من التعاليم الدينية الملزمة التي لا تقبل النقاش. وفي هذا الإطار، يشير الجاحظ، وهو من أبرز أعلام البيان والبلاغة في التراث العربي، إلى أهمية تضمين الآيات القرآنية في الخطب. فقد كان الخطباء المسلمون يحرصون، حسب قوله، على أن تحتوي خطبهم، سواء في المناسبات العامة (التي سماها "يوم الحفل") أو في خطب الجمعة (المسماة "يوم الجمع")، على آيات من القرآن الكريم. وكان يُنظر إلى هذا التضمين باعتباره عاملاً يمنح الخطبة جمالاً معنوياً ووقاراً هيبوياً ورقّةً في التعبير، مما يجعلها أشد وقعاً في نفوس السامعين. إذ أنّ للنصوص القرآنية وقعاً خاصاً في وجدان المسلمين، يؤثر في مشاعرهم وأحكامهم أكثر من أي خطاب بشري مهما بلغ من فصاحة وبلاغة. وتدعم هذه الرؤية ما رُوي عن عمران بن حِطّان، أحد أشهر خطباء العرب، الذي ألقى خطبةً نالت إعجاب الحاضرين بفصاحتها وحسن بيانها. غير أنه، وأثناء مروره بأحد المجالس، سمع رجلاً يقول: "هذا الفتى أخطب العرب لو كان في خطبته شيء من القرآن". وبذل هذا التعليق على أن الجمهور، على الرغم من إعجابهم البالغ بالخطبة، كانوا يرون أن استكمال جمالها وقيمتها لا يتم إلا

بتضمينها نصوصاً قرآنية. ويؤكد هذا التصور ما أورده المؤرخون واللغويون القدامى من أن الخطباء المسلمين درجوا على تسمية الخطبة التي تخلو من آيات من القرآن الكريم والصلاة على النبي صلى الله عليه وسلم بـ"الشوّهاء"، أي الخطبة التي تفتقد الكمال البلاغي والديني. وهو ما يعكس بوضوح المكانة التي كان يحتلها الاستشهاد الديني في الخطاب العربي الإسلامي، ليس فقط باعتباره عنصراً بلاغياً مؤثراً، وإنما كمكون أساسي يضفي على النص قداسةً، ويعزز من تأثيره الاجتماعي والنفسي في المتلقين. (محمد، 2012، صفحة 7)

• القرآن الكريم:

يُعدّ القرآن الكريم خطاباً إلهياً يحمل طابعاً إقناعياً موجّهاً من الخالق عزّ وجلّ إلى الإنسانية جمعاء، بهدف دعوتهم إلى الإيمان بوحداية الله، وتحقيق مبادئ الهداية والرشاد. وتتمثل أبرز مظاهر نجاح الاستراتيجية القرآنية وأساليبه الفريدة في الإقناع، في قدرته على تشكيل الأمة الإسلامية، وتماسكها عبر العصور من خلال تعاليمه، فضلاً عن إسهامه في إخراجها من أزمتها المتعاقبة، وبناء حضارة إنسانية ذات أبعاد معرفية وروحية استمدّت أسسها من القيم القرآنية. (بن عيسى، 2016، صفحة 100)

ويتميّز الخطاب القرآني بعدد من الخصائص التي منحته قوة التأثير والإقناع، من أبرزها:

- كونه خطاباً عالمياً يتوجّه إلى البشرية كافة، دون الاختصار على فئة أو قوم أو زمن محدد، إذ يخاطب الإنسان أينما وُجد وأياً كان انتماؤه، كما يتجلّى ذلك في قوله تعالى:

"قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا، الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ". (الأعراف، 158)

- غناه بالمضامين الدينية والمعرفية المتنوّعة، إذ يتناول القرآن الكريم مختلف القضايا التي تهم الإنسان في وجوده وفكره وسلوكه، ما يجعله نصّاً يتّسع لجميع أنواع القضايا التي تدفع الإنسان إلى البحث والتأمّل والمعرفة.
- اعتماده على جملة من الوسائل والآليات اللغوية والبلاغية التي تحقق خاصية الإقناع. وفي هذا السياق، أشار محمد العمري إلى أنّ الخطاب اللغوي الإقناعي يشترط توافر ثلاث وسائل أساسية لتحقيق الإقناع، وهي:

✓ التفكير المنطقي.

✓ فهم الطبيعة الإنسانية وإدراك معاني الخير في أشكاله المختلفة.

✓ الإحاطة بالانفعالات الإنسانية، ومعرفة أسبابها وسبل استئثارها. (بن عيسى، 2016، صفحة 101)

وهذه الأدوات الإقناعية حاضرة بقوة في الخطاب القرآني، إذ يوظفها لدفع المتلقي إلى التدبّر والتفكير في معانيه، ومن ثم إحداث أثر فعّال في سلوك الأفراد والمجتمعات، تحقيقاً لقيم الخير والارتقاء بالإنسان نحو ما هو أسمى.

• تتبع آثار السلف:

يحظى اتباع السلف الصالح بمكانة مؤثرة في نفوس الأحياء، إذ ترتبط أقوالهم وأفعالهم بما تحمله من قداسة واحترام راسخ في الوجدان الجماعي. وقد تجلّت هذه الظاهرة بوضوح في مواقف المشركين أنفسهم، الذين لم يجدوا مبرراً يعارضون به دعوة النبي صلى الله عليه وسلم سوى التذرع باتباع آبائهم وأسلافهم. وقد أشار القرآن الكريم إلى ذلك في قوله تعالى: {بل نتبع ما ألفينا عليه آباءنا}، وهو ما يعكس مدى تمسكهم بآثار أسلافهم، حتى وإن خالفت الحق. (محمد، 2012، صفحة 7)

ولا يُقدّم أولئك الخصوم — الذين وصفهم القرآن بأنهم "قوم خصمون" — على الاحتجاج بهذه الحجة، إلا لعلمهم بما للأثر المتوارث من تأثير في نفوس الخلف. فهم يدركون أن العقل الجمعي يتأثر كثيراً بما ورثه من آراء السلف، ويتشبث به، في مقابل كل جديد قد يُعرض عليه. وانطلاقاً من هذه الحقيقة النفسية والاجتماعية، يستحسن بالخطيب أن يربط بين فكرته التي يعرضها وبين ما يُروى عن سلف الجماعة التي يخاطبها، ما دام أولئك السلف لم يشتهروا بباطل ولم يُعرفوا بسوء السيرة. إذ أن في هذا الأسلوب ما يعزز قبول الفكرة واستقرارها في نفوس السامعين. ومن أبرز الخطباء الذين وظفوا هذا الأسلوب بذكاء وفاعلية، الحسن البصري، فقد كان في خطبه دائم الرجوع إلى أقوال الصحابة رضي الله عنهم، مستشهداً بما نُقل عنهم من أقوال ومواقف، في تأييد أفكاره وتقوية حججه، مما كان يزيد من تأثير خطبه في القلوب والعقول. (محمد، 2012، صفحة 7)

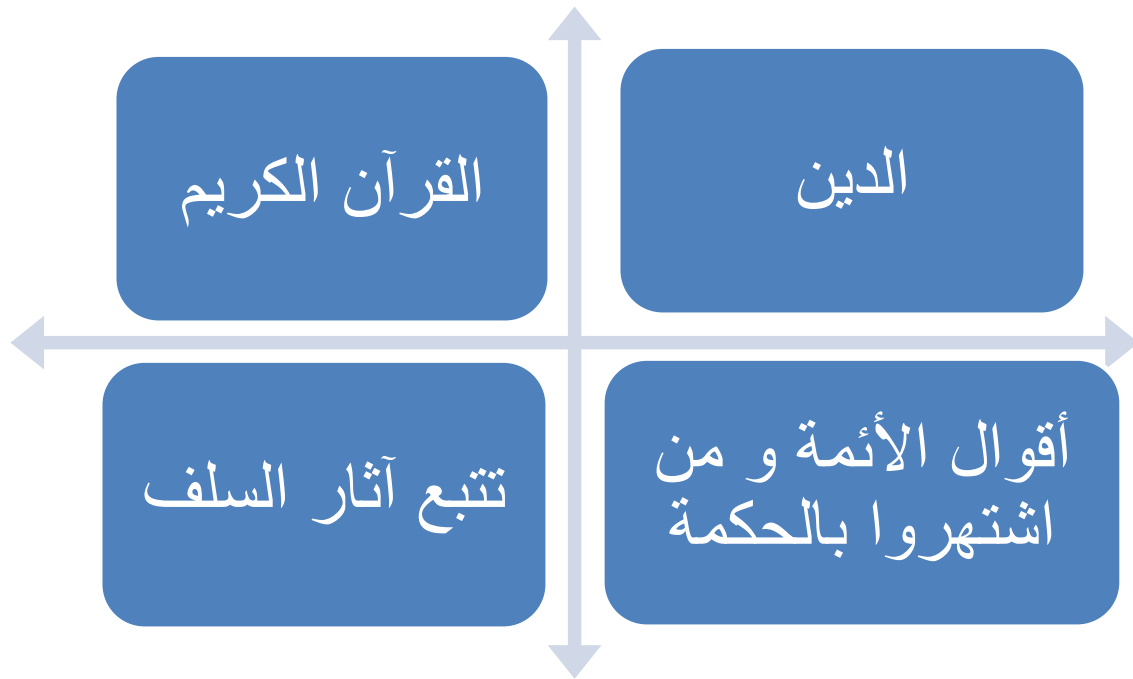
• أقوال الأئمة و من اشتهروا بالحكمة:

لطالما كان لكلمات الأئمة المشهورين وأهل الحكمة تأثير خاص في القلوب، إذ تحمل في طياتها خلاصة تجاربهم وخبراتهم. ولذلك، نجد كثيراً من الخطب، قديماً وحديثاً، تستهل بحكمة مأثورة أو قول مشهور. ومن أبلغ ما قيل في الحث على التأخي والنصيحة قول الحسن البصري: "إن المسلم مرآة أخيه المسلم، يبصر عيبه، ويغفر له ذنبه." وكان من عادة السلف الصالح أن يلتقي أحدهم بآخر فيقول: "يا أخي، لست أرى كل عيبي، ولا أدرك جميع أخطائي، فإذا رأيت خيراً فحتني عليه، وإن رأيت شراً فانهي عنه."

وكذلك كان عمر بن الخطاب رضي الله عنه يدعو الله قائلاً: "رحم الله امرأً أهدى إليّ عيوبي." وفي هذا السياق، يتحدث الباحثون في فنون الحجاج عن "النفوذ" أو "المصادقية"، وهي الاستعانة برأي عالم أو شخص موثوق يدعم وجهة نظرنا، لما له من مكانة وقبول عند المخاطب. وقد أوضح بيرلمان أن هذا يتم من خلال الاستشهاد بأقوال شخص أو جماعة موثوقة كوسيلة لإقناع الآخر برسالة معينة. وينبغي أن تكون الحقيقة

المنقولة عن هؤلاء مقبولة لدى السامع. إلى جانب ذلك، هناك "المصدقية الداخلية"، وهي الثقة التي يحملها المتحدث في شخصيته وصدقه، ويستعين بها لإعطاء وزن لما يقوله. (محمد، 2012، صفحة 8)

و نستنتج مما سبق أنه من أهم الأساليب الإقناعية في المجال الديني تعتمد كلياً على القيم و المبادئ و العقيدة الإسلامية هدفها الإقناع بالدين و نشره على أوسع نطاق بفكرة معينة.



شكل رقم (02) يوضح: أهم الأساليب الإقناعية في المضامين الدينية

من إعداد الطالبة: جفال فيالة الزهراء

خلاصة:

يتبين من خلال هذا المبحث أن آليات الإقناع تشكل جوهر العملية الإقناعية، حيث تعتمد على توظيف مجموعة من الوسائل النفسية والاتصالية للتأثير في المتلقي. وتتنوع هذه الآليات بين ما هو عقلي منطقي يقوم على الحجج والأدلة، وما هو عاطفي يستثير المشاعر والأحاسيس، إلى جانب آليات أخرى تعتمد

الإيحاء، التكرار، أو الاستمالات الرمزية. وتبرز أهمية هذه الآليات في مدى انسجامها مع طبيعة الجمهور وظروف الموقف الاتصالي، مما يجعل فهمها وتحديد طرق توظيفها بشكل فعال ضروريًا لتحقيق التأثير المطلوب وضمان نجاح العملية الإقناعية.

الفصل الثالث: مدخل عام للبودكاست

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول البودكاست

تمهيد

المطلب الأول: مفهوم البودكاست.

المطلب الثاني: نشأة و تطوير البودكاست.

المطلب الثالث: أنواع البودكاست.

المطلب الرابع: فوائد و مميزات البودكاست.

خلاصة

المبحث الثاني: طرق إعداد البودكاست

تمهيد

المطلب الأول: مراحل إنتاج البودكاست.

المطلب الثاني: القوالب الفنية للبودكاست.

المطلب الثالث: آلية عمل البودكاست.

المطلب الرابع: مزودي خدمة الإستضافة و برامج التقاط البودكاست.

خلاصة

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول البودكاست

تمهيد:

يُعد البودكاست من الوسائط الرقمية الحديثة التي فرضت نفسها ضمن منظومة الإعلام المعاصر، بفضل ما توفره من مرونة في الاستماع والمشاهدة، وقدرة على نقل المحتوى بشكل مبسط وفعال. ويعتمد البودكاست في جوهره على تقديم سلسلة من الحلقات المنتظمة التي يمكن أن تكون صوتية أو مرئية أو معززة بعناصر تفاعلية، يتم بثها وتداولها عبر شبكة الإنترنت، بحيث يمكن للجمهور تحميلها أو متابعتها مباشرة من خلال الأجهزة الذكية أو الحواسيب. وقد ساهم هذا التطور في جعل البودكاست وسيلة إعلامية معاصرة تجمع بين سهولة الإنتاج وسرعة الوصول إلى الجمهور. وتتنوع أشكال البودكاست بحسب طبيعة المحتوى المقدم ووسيلة عرضه، إذ يمكن التمييز بين البودكاست الصوتي الذي يقتصر على المحتوى المسموع، و البودكاست المرئي الذي يجمع بين الصوت والصورة ويُعرض عادةً في استوديوهات أو أماكن خارجية، إضافةً إلى البودكاست المحسن أو المعزز، الذي يُدمج فيه الصوت مع عناصر تفاعلية أخرى مثل النصوص المكتوبة، الصور، مقاطع الفيديو، والرسوم المتحركة، بهدف إضفاء طابع تفاعلي وغني بالمعلومات على المحتوى المقدم. وبذلك، يشكل البودكاست إحدى الأدوات الإعلامية الرقمية التي تسهم في نشر المعرفة وتوسيع دائرة التواصل الإعلامي بأساليب تتماشى مع التحولات التكنولوجية المتسارعة.

المطلب الأول: مفهوم البودكاست:

ساهمت التكنولوجيات الرقمية الاتصالية والإعلامية التي يشهدها المشهد الإعلامي والاجتماعي المعاصر في إبداع سبل جديدة ومتجددة في مجالي الإعلام والتواصل، ما أدى إلى تطور في طبيعة الوظائف والمضامين الموجهة للجمهور، حيث أضحت هذه التقنيات بديلاً عن القائم بالاتصال في بعض جوانب العملية الاتصالية، ومثلت طفرة نوعية في طبيعة المحتوى وأساليب تقديمه، وهو ما عزز فعالية الرسائل الاتصالية وأسهم في تحقيق التأثير والإقناع لدى الجمهور. (فائزة، 2020، صفحة 215)

ويُعدّ البودكاست من بين أبرز الوسائط التقنية والوظيفية التي تشهد اليوم معدلات متابعة وتفاعل مرتفعة من قبل المستخدمين والمتلقين، نظراً لتنوع محتواه وسهولة الوصول إليه. ويُعرف البودكاست على أنه سلسلة من الملفات الصوتية الرقمية، يمكن للمستخدمين تحميلها والاستماع إليها، وغالباً ما تكون متاحة عبر الاشتراك، حيث يتم تحميل الحلقات الجديدة تلقائياً من الإنترنت إلى أجهزة الحاسوب، أو تطبيقات الهواتف الذكية، أو أجهزة الوسائط المحمولة. وقد نشأ البودكاست من الإذاعة التقليدية، ثم تطور بشكل طبيعي ليصبح وسيلة إعلامية مستقلة بذاتها. (فائزة، 2020، صفحة 215)

كما يُعرّف البودكاست على أنه برنامج وسائط متعددة يتألف من عدة حلقات، تحتوي كل واحدة منها على رابط لملف صوتي أو مرئي ويُعرف حينها بـ videocassette ، وغالباً ما يتم تضمينه ضمن مشاركة مدونة. ويكمن مستقبل البودكاست في حرية التعبير وفي القدرة على تحديد مدة البرامج بما يتلاءم مع طبيعة المواضيع المطروحة، إضافة إلى التنوع الواسع في الموضوعات التي يتناولها عدد لا يُحصى من المؤلفين. فمن خلال البودكاستينج، يمكن للمستخدمين الوصول مجاناً إلى البرامج التي يختارونها دون الحاجة إلى المرور عبر القنوات التقليدية كالراديو أو التلفزيون. (Dumessnil, 2006, p. 2)

وتمت صياغة مصطلح "بودكاست" في الأصل من قبل Ben Hamersley، ويُعرف بأنه ملف صوتي رقمي يُتاح عبر شبكة الإنترنت لتنزيله على الحاسوب أو الأجهزة المحمولة، وعادةً ما يُقدّم ضمن سلسلة أو نسق رقمي يُمكن للمستخدمين متابعته تلقائياً من خلال الاشتراك في القناة الخاصة به. ويجمع مصطلح podcasting بين كلمتي broadcasting (البث) و iPod، إذ يشير إلى عملية نشر المحتوى الصوتي الرقمي على موقع ويب، بحيث يمكن تحميل هذه الملفات إلى مشغلات MP3 أو إلى الحاسوب مباشرة. (بوسنان، 2019، صفحة 108)

كما يُعرّف على أنه ملف وسائط رقمي (أو سلسلة من الملفات) يتم مشاركتها عبر الإنترنت، وقد تكون هذه الملفات صوتية أو مرئية، حيث يُطلق على النوع المرئي منها أحياناً اسم vodcast. وغالباً ما تُنشر هذه الملفات في شكل حلقات متتابعة، يتمكن المستمعون من الحصول على الأحدث منها بشكل تلقائي عند اشتراكهم في قناة الناشر، عبر تطبيقات مخصصة لالتقاط البودكاست مثل Podcast App على أجهزة iOS أو تطبيق Stitcher المخصص لأجهزة الأندرويد. (ريان بن علي، صفحة 2)

ويعرفه الخليفة بأنه تقنية تقوم أساساً على مبدأ التدوين الصوتي أو المرئي، مع نشر هذا المحتوى عبر الإنترنت أو تسجيله على أجهزة أخرى، بحيث يمكن الاستماع إليه في وقت لاحق وفي أي مكان. (المعولية، صفحة 172)

المطلب الثاني: نشأة و تطوير البودكاست:

بدأت الانطلاقة الحقيقية للبودكاست سنة 2004، حين أطلق الصحفي بن هامر سلي مصطلح "بودكاست" بمقال في صحيفة The Guardian، بعد اندماجه بين كلمتي "بود" من iPod أو "كاست" بمعنى بث. ورغم اعتماد التسمية، واجهت بعض الاعتراضات مثل ما أشار إليه الصحفي أندرو ماكجيفرن بموقع Podcastthero، حيث رأى البعض أن الاسم يوحي بحصر الخدمة على أجهزة iPod، بينما يمكن لأي جهاز تشغيل ملفات MP3 الاستفادة منها. وبرغم محاولات متكررة لتغيير الاسم، إلا أنها لم تتجح. وفي 2005، تم اختيار كلمة "البث الصوتي" كلمة العام من قبل قاموس "نيو أوكسفورد الأمريكي"، مما عزز من رسمية وانتشار مصطلح بودكاست في الإعلام عبر الإنترنت. (عبد الرحمان و هاشم، الصفحات 762,763)

ثم عرفت تقنية البودكاست انتشاراً إعلامياً واسعاً في عام 2014، حيث أصبح يُقصد بها الملف الصوتي الذي يُتاح للجمهور عبر شبكة الإنترنت، ويمكن تشغيله إما باستخدام أجهزة الحاسوب أو الهواتف المحمولة أو مشغلات الصوت الرقمية. وكان الصحفي "بين هامر سلي" Ben Hammersley أول من استعمل مصطلح "بودكاست"، موضحاً في مقال نشره بصحيفة The Guardian أهمية الدمج بين التدوين الصوتي والتفاعل عبر الويب. وقد كتب: "مع الجمع بين علاقتنا الوثيقة بالصوت، وتفاعلية التدوين عبر الإنترنت، وسهولة حمل أجهزة MP3، يبدو أن مشروع البودكاست سيتطور ليقدم تجربة متميزة، ليس للمستمع فقط، بل للعالم بأسره."

وبوجه عام، يشهد البودكاست اليوم انتشارًا عالميًا لا يعرف حدودًا، إذ بات بإمكان أي شخص إنتاج برنامج الصوتي الخاص من خلال مجموعة بسيطة من الأدوات المتاحة في المنزل، كالحاسوب الشخصي، وبرامج تحرير الصوت المتوفرة عبر الإنترنت. وتجدر الإشارة إلى أن الأعوام الثلاثة الأخيرة مثلت الفترة الأبرز والأكثر ازدهارًا في تاريخ البودكاست منذ ظهوره. ففي عام 2019، كشفت إحدى الإحصائيات عن وجود أكثر من 730 مليون بودكاست في الولايات المتحدة وكندا وأستراليا، بإجمالي يصل إلى 34 مليون حلقة.

كما أظهرت إحصائيات Podcast Insight حول علاقة الجمهور بهذا النوع من المحتوى الصوتي، أن المستمعين باتوا يتابعون في المتوسط ست حلقات بودكاست أسبوعيًا، مقارنة بعدد الحلقات ذاته لكل مستخدم في عام 2018. وتعد الفئة العمرية ما بين 18 و34 عامًا الأكثر إقبالًا على الاستماع للبودكاست، بنسبة تفوق 54% من إجمالي المستمعين في الولايات المتحدة، بينما لم تتجاوز النسبة 19% لدى من تزيد أعمارهم عن 55 عامًا. لهذا السبب، يُعد الهاتف المحمول الوسيلة المفضلة للاستماع للبودكاست، حيث يستخدمه 55% من المستمعين في الولايات المتحدة كخيار أساسي.

وتقدم النماذج العالمية المتنوعة صورة شاملة لما يمكن أن يقدمه البودكاست من محتوى متعمق في مختلف الميادين. فإذا نظرنا مثلاً إلى تطبيق Podcasts الذي طورته شركة Apple واستمر لسنوات طويلة كمنصة رائدة في هذا المجال، سنجد مئات القنوات التي تقدم برامج متنوعة تغطي السياسة، الاقتصاد، ريادة الأعمال، أنماط الحياة الصحية، الصحة النفسية، الفنون، الرياضة، العلوم، الفلك، الطبيعة، النقاشات الاجتماعية، البرامج الساخرة، وغيرها من الموضوعات المتجددة. (البيقوبي، 2020، الصفحات 12,13)

المطلب الثالث: أشهر أنواع البودكاست:

البودكاست الصوتي "Audio podcasts":

هو عبارة عن سلسلة من الحلقات الصوتية التي يمكن للمستمعين تنزيلها والاستماع إليها على أجهزتهم المحمولة أو أجهزة الكمبيوتر. يمكن أن تتناول البودكاستات مجموعة متنوعة من الموضوعات من الأخبار والسياسة إلى الترفيه والتعليم. (الأنصاري، 2020، صفحة 216)

البودكاست المرئي "Video podcasts":

هو نوع من البودكاست يتضمن محتوى مرئيًا بالإضافة إلى المحتوى الصوتي. عادة ما يتم تصوير البودكاستات المرئية في استوديو أو موقع خارجي، ويمكن أن تتضمن مقابلات مع ضيوف، وعروض تقديمية، وعروض توضيحية، ومقاطع فيديو

أخرى. (ابراهيم، 2017، صفحة 231)

البودكاست المحسن أو المعزز "Enhanced Podcasts":

هو نوع جديد من البودكاست يدمج المحتوى الصوتي مع عناصر تفاعلية أخرى، مثل النصوص والصور ومقاطع الفيديو والرسوم المتحركة تهدف هذه العناصر الإضافية إلى تحسين تجربة المستمع وجعلها أكثر تفاعلية وغنية بالمعلومات. (فضيل، 2019، صفحة 51)

بودكاست تسجيل الشاشات:

يقوم بتسجيل كل حركة تحدث على جهاز الحاسوب باستخدام أجهزة تسجيل الشاشات، حيث يقوم بتسجيل تحركات الماوس التي يقوم بها المستخدم مع صوته أيضاً. (كلفاح، 2023، صفحة 191)

المطلب الرابع: مميزات وفوائد البودكاست:

باعتبار البودكاست وسيلة إقناعية جديدة و مهمة على الواقع التكنولوجي حالياً فلا بد لنا من ذكر ما يميزها و ما فائدتها التي ساعدتنا على استخدامها:

❖ من أفضل مصادر الإقناع و التعلم:

سواء كان المتلقي يريد التعرف على أساسيات المجال الديني، أو الإلمام ببعض العلوم الإنسانية كعلم النفس والفلسفة، أو حتى العلوم الطبيعية كالفيزياء والفلك فلن يخلو البودكاست على الإطلاق. بل على العكس فهو واحد من أنسب مصادر التعلم خاصة مع اتجاه الأسماء المرموقة في كافة المجالات تقريباً إلى التركيز على البودكاست، وستعرف لماذا في النقاط القادمة. فحين يبدأ في التعرف على هذا العالم؛ سيجد أن هناك الكثير من الكتاب المشهورين ورجال الأعمال والعلماء والصحفيين وغيرهم لديهم البودكاست الخاص بهم، أي أنك ستتعلم من أفضل الخبراء في العالم. (أيمن، 2014)

❖ لا تحتاج إلى الاقتطاع من وقتك للاستماع إلى البودكاست:

السبب الثاني هو ربما السبب الأهم على الإطلاق والذي يجعل الكثيرون يدمنون هذا النوع من المحتوى، وهو أنه يمكنك الاستماع إلى البودكاست وأنت تقوم بفعل أي شيء آخر تقريباً. فعادة ما يتم الاستماع إلى البودكاست أثناء القيام بشيء آخر، مثل: أعمال التنظيف والترتيب المنزلية، أو أداء المهام الروتينية المملة، أو حتى أثناء المشي وأداء التمارين. والكثير من الناس يستمعون إلى البودكاست في المواصلات أو أثناء

القيادة، بل بحسب إحصائية قرأتها أن 44% من الاستماع العالمي للبودكاست يكون في أوقات التنقل هذه. (أيمن، 2014)

❖ ستجد برامج في كافة المجالات التي تريدها:

عالم البودكاست متنوع للغاية، فنستطيع إيجاد بودكاست متخصص في مجال تطوير الذات والمهارات الشخصية، ويمكنك أيضًا أن تجد واحد يتناول الموسيقى العربية وتاريخها. ستصطدم بالكثير من برامج البودكاست التي تتناول مختلف مجالات البيزنس وريادة الأعمال، وستعثر أيضًا على برامج تتحدث عن القتل المتسلسلين والجرائم الغامضة في العالم. باختصار أي موضوع أو مجال قد يخطر على بالك ستجد له برنامج أو عدة برامج بودكاست تنتظر أن تبدأ في الاستماع إليها. (أيمن، 2014)

❖ محتوى مفيد وأيضًا ممتع:

إذ يتميز محتوى البودكاست بكونه يستطيع أن يكون عميقًا ومتخصصًا في موضوعاته بدون أن يفقد ولو جزء بسيط من المتعة والإثارة التي يتميز بها. وهذا مثالي للغاية للأشخاص -مثلي- الذين يودون أن يتعلموا المزيد عن الكثير من الموضوعات، ولكن يريدون لعملية التعلم هذه أن تكون مسلية ومشوقة وليست صعبة. وقد حدث هذا معي في الكثير من المجالات التي كنت أود التعرف أكثر عليها، ولكني كنت أجد كتبها مملة ومحاضراتها أكثر مملاً. (أيمن، 2014)

❖ الاستماع إلى البودكاست بالفعل مفيد لعقلك:

بحسب العالمتين ومقدمتي البودكاست الشهير "Dope Labs" تيتي شوديا وزكية واتلي فإن الاستماع للبودكاست يفيد عقلك ويجعلك أكثر سعادة. فهو ينشط المسار الوسطي الطرفي في المخ أو ما يسمى "Mesolimbic Pathway"، وهو مسار من مسارات الناقل العصبي الدوبامين Dopamine المسؤول عن نظام المكافأة في المخ. كما أنه يساعد على إفراز بعض النواقل العصبية الأخرى كالأندورفينات والسيروتونين التي تسبب لك السعادة والراحة. (أيمن، 2014)

أكثر الفئات استماعًا إلى البودكاست هم الناجحون والأثرياء:

بحسب الكثير من الإحصائيات فإن أكثر من يستمعون إلى البودكاست هم الأشخاص الذين حققوا الكثير من النجاح في حياتهم. ونسبة كبيرة منهم يتميزون بأن دخلهم أعلى بكثير من المتوسط في البلدان التي يعيشون

بها، بل أن منهم من يُعد من طبقة الأثرياء وفاحشي الغنى. وهذا منطقي لكون البودكاست يستطيع أن يقوم بإلهامك وفي نفس الوقت تطويرك وتقديم الكثير من المعلومات المفيدة إليك، وهو ما بشكل أو بآخر سيدفعك قدماً في الحياة. (أيمن، 2014)

❖ من السهل الاستماع إلى البودكاست:

السبب الأخير هو أنه من السهل الوصول إلى برامج البودكاست، فمن ناحية الغالبية العظمى 99.9%- من برامج البودكاست مجانية بشكل كامل ولا تتطلب منك دفع أي أموال للاستماع إليها. كما أنه يمكننا اليوم الاستماع إلى البودكاست من أي جهاز أو نظام تشغيل تستخدمه. (أيمن، 2014)

خلاصة:

نستنتج من هذا المبحث المدخل المفاهيمي للبودكاست بوصفه وسيلة إعلامية حديثة ظهرت مع تطور تقنيات الاتصال الرقمي، وأصبحت تحظى بمكانة مميزة ضمن الفضاء الإعلامي التفاعلي. حيث تم التطرق إلى تعريف البودكاست، أنواعه، وأهم مكوناته التقنية والمضمونية. كما تمت الإشارة إلى مزاياه التي تجعله وسيلة فعالة في نقل المحتوى الصوتي بطريقة مرنة وشخصية، إلى جانب دوره في تعزيز حرية التعبير وصناعة المحتوى الفردي والجماعي عبر الإنترنت.

المطلب الثاني: طرق إعداد البودكاست

تمهيد:

يشكل البودكاست إحدى الوسائط الإعلامية الرقمية التي باتت تحتل مكانة متقدمة ضمن مشهد الإعلام المعاصر، بفضل ما توفره من مرونة في تقديم المحتوى وتنوع في الموضوعات ووسائط العرض. ولا يقتصر نجاح البودكاست على طبيعة المحتوى أو جاذبيته فحسب، بل يرتبط بشكل وثيق بمدى جودة الإعداد وفاعلية الآليات التقنية المعتمدة في إنتاجه. إذ يُعد إعداد البودكاست عملية منهجية منظمة، تتطرق من تحديد فكرة محورية واضحة لكل حلقة أو سلسلة، مع وضع تصور شامل لمضامينها ومراعاة طبيعة الفئة المستهدفة واهتماماتها. ويتطلب هذا الإعداد اختيار الأسلوب الأنسب في العرض، سواء أكان سردياً، حوارياً، أو تفاعلياً، مع تجهيز النصوص والسيناريوهات وفق معايير مهنية دقيقة. كما تقوم آليات إنتاج البودكاست على الاستعانة بمجموعة من الأدوات التقنية والبرمجيات الحديثة التي تشمل أجهزة التسجيل الصوتي أو المرئي، وبرامج المونتاج والمعالجة، إضافة إلى منصات النشر والتوزيع الرقمي. ويُساهم هذا التكامل بين جودة الإعداد وفاعلية الآليات التقنية في إنتاج بودكاست احترافي قادر على جذب الجمهور وتلبية متطلباته المعرفية والترفيهية، مما يعكس أهمية الإلمام بمختلف مراحل الإعداد وأدوات الإنتاج في هذا المجال الإعلامي الحديث.

المطلب الأول: مراحل انتاج البودكاست

لبناء بودكاست، ينبغي ان تتوفر مجموعة من المتطلبات وهي: (نعمان و طه موسى، الصفحات 616,617)

الأجهزة الأساسية:

لإنتاج البودكاست يحتاج منشؤوا المحتوى إلى مجموعة من الأجهزة التقنية المتخصصة بالتسجيل والمونتاج، ومن هذها الأجهزة:

الميكروفون:

يجب أن يكون الميكروفون عالي الجودة وذو حساسية عالية لالتقاط صوت واضح وهناك ثلاثة أنواع رئيسية من الميكروفونات، وهي الإذاعة والتلفزيون كظاهرة عالمية:

أولاً: الميكروفون أحادي الاتجاه : هو نوع من الميكروفونات يستقبل الصوت من اتجاه واحد فقط، وهو الاتجاه الذي يكون فيه حساسيته أعلى .يستخدم هذا النوع من الميكروفونات عادة لتسجيل الصوت البشري أو الآلي القادم من اتجاه واحد مثل في مقابلة أو تسجيل موسيقي .هناك نوعان رئيسيان من الميكروفونات أحادية الاتجاه، وهما

- ١ .الميكروفون القلبي :هو نوع من الميكروفونات أحادية الاتجاه،حيث يشبه شكله قلباً،ويستقبل الصوت من اتجاه واحد فقط، وهو الاتجاه الذي يكون فيه حساسيته أعلى.
- ٢ .الميكروفون البندقية : هو نوع من الميكروفونات أحادية الاتجاه يشبه شكله بندقية،ويستقبل الصوت من مساحة صغيرة جداً، وهي التي تقع أمام فمه مباشرة.

ثانياً : الميكروفون ثنائي الاتجاه : هو نوع من الميكروفونات يستقبل الصوت من اتجاهين متضادين، وهما اليمين واليسار أو الشمال والجنوب أو الشرق والغرب،يكون هذا الميكروفون فعالاً عندما نريد النقاط أصوات أشخاص يجلسون أو يقفون في وضع متقابل، مثل في برنامج حوارى إذاعي.

ثالثاً: الميكروفون متعدد الاتجاهات :هو نوع من الميكروفونات يستقبل الصوت من جميع الاتجاهات المحيطة به .يتميز هذا النوع من الميكروفونات بحساسيته العالية للصوت،مما يجعله مناسباً لتسجيل الأصوات المحيطة، مثل في التسجيلات الميدانية أو الندوات أو المناقشات.

حامل ميكروفون

يساعد حامل الميكروفون على تثبيت الميكروفون في مكانه المناسب أثناء التسجيل .

سماعات رأس:

ستحتاج إلى سماعات رأس جيدة لسماع صوتك أثناء التسجيل وإجراء التحرير.

مكبرات الصوت:

هي أجهزة إلكترونية تعيد إنتاج الصوت. تعتمد مكبرات الصوت على مبدأ الحث الكهرومغناطيسي لتحويل الطاقة الكهربائية إلى موجات صوتية.

كارت الصوت :

هو وحدة إلكترونية وظيفته تحويل الصوت من تماثلي إلى رقمي، والعكس صحيح.

جهاز كمبيوتر:

هو الوسيط الذي سيتم فيه عملية الإعداد والمونتاج والنشر. فهو يوفر القوة الحسابية والذاكرة والمساحة التخزينية اللازمة لأداء هذه العمليات.

البرامج التقنية:

هي من أهم الأدوات المستخدمة في مجال الصوت والفيديو، فهي توفر مجموعة من الوظائف والإمكانيات التي تساعد على إنشاء وتحرير ونشر الصوت من أشهر برامج تسجيل الصوت والمونتاج الرقمي هي :

أ: Audacity : هو برنامج مجاني ومفتوح المصدر لتسجيل وتحرير ومونتاج الصوت ،تم تطويره في الأصل بواسطة Dominic Mazzoni في عام 2000 ،وتطويره مستمر بواسطة مجتمع من المطورين.

ب: Adobe Audition هو برنامج احترافي لتسجيل وتحرير ومونتاج الصوت،تم تطويره من قبل شركة Adobe. يتميز البرنامج بمجموعة واسعة من الميزات والقدرات مما يجعله خيارا جيدا للمحترفين الذين يحتاجون إلى برنامج قوي ومتكامل لمعالجة الصوت الجندي

ت: Pro Tools Avid Tool هو أحد أشهر البرامج في مجال المعالجة الصوتية،ويستخدمه العديد من المحترفين في مجال الهندسة الصوتية داخل الاستوديوهات يتميز البرنامج بمجموعة واسعة من الميزات والقدرات،مما يجعله خيارا جيدا للمحترفين الذين يحتاجون إلى برنامج قوي ومتكامل لمعالجة الصوت.

برنامج استضافة البودكاست:

بعد أن يُصبح المقطع الصوتي جاهزاً للنشر، يجب اختيار منصة لاستضافة المحتوى الصوتي حتى يتمكن المستخدمون من الاستماع إليه.

🌟 . نصائح وإرشادات لإنتاج البود كاست : (ريان بن علي، صفحة 13)

- 1- حاول أن تسجل الصوت في مكان هادئ، ومؤثت لتفادي التشويش والصدى.
- 2- انتبه من رفع الصوت بشكل مبالغ فيه فإن ذلك قد يتسبب في أذى المستمعين ونفورهم، كما قد يتسبب في تشويه الصوت الذي لا يمكن إصلاحه (Audio Clipping).
- 3- حدد المسافة المناسبة بينك وبين الميكروفون بالتجربة قبل التسجيل وغالباً ما تكون مسافة أربع أصابع 4 من الأفضل.

- 4- أن يكون موضوع الحلقة واضح ولا يكون فيه تشعب كبير أي يكون موضوع واحد تتحدث عنه.
- 5- قم بنشر برنامجك في أكثر من برنامج التقاط بود كاست ليتمكن الجميع من الوصول إليه بسهولة.

المطلب الثاني: القوالب الفنية للبودكاست:

تُعرف القوالب الفنية للبودكاست بأنها البنية أو الهيكل الذي يتم تنظيم الحلقات وفقه، وتُستخدم هذه القوالب لضمان انسجام الحلقات وسهولة متابعتها من قبل المستمعين وهناك عدة أنواع من القوالب منها: (نعمان و طه موسى، صفحة 616)

قالب البودكاست الفرد:

يعتمد على مقدم واحد فقط، ولا يتضمن أي ضيوف أو مقابلات. يركز هذا النوع من البودكاست على موضوع واحد أو عدة مواضيع، ويقدم مقدمه المعلومات والأفكار والتجارب الشخصية المتعلقة بهذه الموضوعات.

قالب البودكاست التشاركي:

يعتمد في هذه القالب على مقدمين اثنين أو أكثر، حيث يجري تقديم الحلقة بشكل تشاركي بينهما. ويتميز البودكاست التشاركي بأنه يوفر تنوعاً أكبر في الأفكار والمناقشات، كما أنه يمنح المستمعين فرصة للتعرف على وجهات نظر

مختلفة.

قالب بودكاست المقابلة:

البودكاست المبني على المقابلات يعتمد على مقدم ضيف أو أكثر، ويركز على موضوع واحد أو عدة مواضيع. يقوم مقدم البودكاست بطرح الأسئلة على الضيف أو الضيوف، ويجمع معلوماتهم وأفكارهم وتجاربهم المتعلقة بالموضوع المطروح.

قالب البودكاست راوي القصة:

البودكاست الروائي يعتمد على سرد قصة سواء كانت خيالية أو واقعية أو تاريخية. يركز هذا النوع من البودكاست على سرد القصة بشكل جذاب وممتع ويستخدم المؤثرات الصوتية والموسيقى لخلق أجواء مناسبة للقصة.

قالب البودكاست المختلط:

يعد قالب المختلط هو الأكثر مرونة وتنوعاً من بين القوالب الفنية للبودكاست حيث يسمح للمقدمين بتجربة تنسيقات مختلفة في حلقة واحدة. يمكن أن يشمل هذا القالب مزيجاً من المعلومات والأفكار والقصص والمقابلات والمناقشات والحوارات والكوميديا.

المطلب الثالث: آلية عمل البودكاست:

يمكن لأي شخص أن ينتج البودكاست، وقد يكون المنتج مؤسسة. يقوم المنتج بتسجيل حلقة البودكاست التي يود نشرها، ثم يقوم برفعها على أحد مواقع استضافة ملفات البودكاست، ثم يقوم بنسخ رابط RSS من الموقع المضيف لمكان حفظ ملفاته، ثم يقوم بنشره على مواقع النقاط البودكاست وينتهي دور المنتج عملياً هنا، وقبل أن ننقل إلى دور الطرف الآخر وهو المستمع الذي يمكنه أن يكون منتجا متى شاء، يجدر الإشارة إلى أن كثير من مواقع الاستضافة تعمل عملاً مزدوجاً كمضيف ومواقع النقاط البودكاست والمطلوب من المنتج أن ينشر رابط RSS في أكثر مواقع النقاط البودكاست إذا كان يهدف إلى انتشار برنامجه، وفي مجال التعليم يقوم الناشر بالنشر في المواقع التي تستهدف المتعلمين. (ريان بن علي، صفحة

(2)

دور المستمع أن يحمل تطبيق ملتقطي البودكاست ويستمتع إلى مواد البودكاست المختلفة أو يقوم بتحميلها، وبالشكل المثالي يقوم المستمع بإنشاء حساب على هذه المواقع ليتمكن من الاشتراك في البرامج التي يفضلها وبذلك سيحصل على الحلقات الجديدة بشكل تلقائي متى ما قام الناشر بنشر حلقة جديدة. (ريان بن علي، صفحة 2)

توضح لنا آلية عمل البودكاست أنه لا يمكن اعتبار كل الملفات الصوتية المنتشرة على الانترنت كمواد بودكاست كونها تفتقد إلى أمرين مهمين تميز البودكاست وهي أنه عبارة عن سلسلة من الحلقات تكون في قناة يمكن الاشتراك بها ، والأمر الآخر هو عملية التحديث التلقائي والحصول على الحلقات الجديدة من خلال تقنية RSS، فالناشر كما في الشرح يقوم بنسخ رابط خلاصات RSS من الموقع المضيف، ولا يقوم بنسخ رابط كل ملف يقوم برفعه على الموقع المضيف مثل ما يحصل عند تخزين ملف صوتي على Sound Cloud ونشر رابط الملف. (ريان بن علي، صفحة 3)

المطلب الرابع: مزودي خدمة الاستضافة وبرامج التقاط البود كاست:

هناك العديد من مزودي خدمة استضافة البود كاست على الانترنت، وهذه المواقع تقدم لعملائها باقات بأسعار ومواصفات مختلفة تحدد من خلالها بعض الخدمات، مثل عدد ساعات الملفات الصوتية (سعة التخزين)، ومدة الملف الصوتي الواحد، وعدد مرات التحميل الممكنة وتتيح لمستخدميها الاطلاع على تحليلات إحصائية لزوار برامجهم وعدد مرات التحميل ومواقع المهتمين بالمواد التي يقدمونها. نكرر هنا الإشارة إلى أن بعض مزودي خدمة الاستضافة لهم أيضا برامج التقاط للبود كاست مثل: Spreaker, Podbean وغيرها. (ريان بن علي، صفحة 3)

فيما يلي بعض مزودي خدمة استضافة البود كاست:

1 - شركة Blurry: وهي أحد أهم وأفضل المضيفين، وهي مصممة من قبل بعض المحترفين في إنتاج البود كاست الذين يعرفون ماذا يريد منتج البود كاست.

2 - شركة Lipsyn: وهي خدمة استضافة مخصصة للبود كاست فقط تعتبر سعر باقاتها مناسب حيث تبدأ من \$5 وتتميز بإعطاء العميل حجم تحميل لا محدود، وهذا أمر مهم لأن بعض المستضيفين الذين يتيحون باقات مجانية يعطيك حجم تحميل محدود، ويقصد بحجم التحميل عدد مرات التحميل للبود كاست الخاص بك، فإذا كان محدود بعشر مرات مثلاً، فإن ذلك يعني أن من يأتي بعد ما يتم تحميل الملف 10 مرات لتحميل ملف البود كاست من القناة لن يتمكن من ذلك.

3 - soundcloud: قامت ساوند كلاود في منتصف العام الماضي بإعلان إطلاق خدمة استضافة البود كاست، وقد كان الأصل في هذا الموقع أنه ليس موقع استضافة بود كاست ، ولكنه أشبه بموقع يوتيوب صوتي. وتعتبر الباقات التي قدمها موقع ساوند كلاود رخيصة جدا بالمقارنة مع المزودين السابقين بلو بري وليبسين ومن بين هذه الباقات باقة مجانية، وهذا مناسب عندما يكون الاستخدام للتعليم، ولكن إذا كان المنتج للبود كاست يرغب بنشر برنامج دائم ويأمل بأن يصل إلى شريحة واسعة من المستمعين فمن الأفضل أن يختار باقة تسمح بمعدل التحميل العالي وموقع استضافة موثوق ومختص مثل بلو بري وليبسن أو سبريكر وهو الموقع الرابع الذي ستحدث عنه، وإن قرر استخدام ساوند كلاود فعليه أن يحذر مما ذكره البعض من منتجي البود كاست أنه لا يتيح لك التحكم الكامل بخلاصات الRSS ولن تواجه مشاكل غالبا من هذا الأمر إذا كنت ستستمر مع نفس المضيف (soundcloud).

4 - Speaker: يقدم هذا الموقع عدة باقات لاستضافة البود كاست من بينها باقة مجانية بسعة معقولة، وفي مجال التعليم عندما نستخدم البود كاست نحتاج مثل هذه الباقات المجانية التي تتيح مميزات تخدم أهداف التعليم خاصة إذا كان المنتج للبود كاست هو الطالب ويعتبر هذا المواقع من مواقع النقاط البود كاست بالإضافة إلى كونه مضيفا له، ويمكن تحميل تطبيق الموقع على أنظمة أبل واندرويد، كما يقدم تطبيقا مجانيا للمساعدة في انتاج البود كاست وتسجيله مع إمكانية إضافة المؤثرات عليه، كما يقدم خدمة إنشاء تطبيق خاص بك لبرنامج البود كاست الخاص بك بقيمة \$99.

5 - Podbean : يعتبر بودبين من مواقع الاستضافة والنقاط البود كاست معا، وهو لا يتيح باقة مجانية، وأرخص باقة قيمتها \$3 في الشهر.

بعد أن يرفع منتجي البود كاست موادهم الصوتية على مواقع الاستضافة في حسابات خاصة بهم، يأتي دور المرحلة الأخرى وهي نشر موادهم الصوتية لتصل إلى المستمعين وكل ما عليهم الآن هو إنشاء حساب في ملتقطات البود كاست Podcatchers ، و نشر رابط خلاصة RSS فيها، ليتمكن المستمعين من الاشتراك في قنواتهم والحصول على الحلقات الجديدة تلقائيا.

هناك العديد من ملتقطي البود كاست وهي المواقع التي يقوم المستمع بزيارتها (غالبا من خلال برنامج تابع للموقع للاشتراك في قنوات وبرامج البود كاست المختلفة، وتمكنه هذه المواقع ببرمجياتها المساعدة بالبحث عن مواد البود كاست حسب الشهرة أو الحداثة أو الاسم.

ويمكن تصنيف برامج التقاط البودكاست حسب نظام التشغيل المستخدم كالتالي: (ريان بن علي، الصفحات 4,5)

1- أجهزة الحاسب الشخصي التي تعمل على نظام Windows و Mac OS تستخدم برنامج iTunes المتوافق مع النظامين. ويعتبر برنامج الآيتونز المجاني من شركة أبل Apple أشهر برامج البودكاست على أجهزة الحاسب الشخصي، وكانت أبل من أوائل من دعم برامج البودكاست رسمياً بإضافتها إلى الآيتونز iTunes عام 2005م مما زاد من شهرة البودكاست وأدى إلى زيادة ظهور برامج وقنوات البودكاست يوماً بعد يوم. و يجدر الإشارة هنا أن iTunes ليس كما يعتقد البعض أنه موقع استضافة للبودكاست، وإنما هو فقط دليل ومصنف كل ما يقوم به هو ربط المشتركين بقنوات البودكاست عن طريق عناوينها خلاصات (RSS) كما يجدر الإشارة إلى أن النشر في آيتونز iTunes يتطلب مواصفات خاصة لشركة Apple تشترط أن يكون حجم التصميم لصورة غلاف البرنامج 1400x1400 بكسل كحد أدنى للدقة والحجم، كذلك تشترط أن تكون صيغة الصورة JPEG أو PNG.



برنامج iTunes

2- الأجهزة التابعة لشركة أبل والتي تعمل على نظام iOS مثل الآيفون والآيباد والآيبود تستخدم برنامج البودكاست Podcast App ، وهو برنامج يحصل على بياناته من الآيتونز iTunes، وهناك برامج أخرى كما سيأتي تعمل على أكثر من نظام بما فيها أنظمة أبل. ويمكن اعتبار هذه البرامج (1و2) خياراً واحداً بحكم أن مصدر بياناتها واحد ، ولكن كان هذا التفصيل لمزيد الإيضاح لخيارات المستخدم على نظام مختلف.



3- الأجهزة التي تعمل بنظام أندرويد مثل LG و أجهزة سامسونج الذكية ونيكسوس وغيرها، يمكن أن تستخدم برنامج ستشر Stitcher كأحد الخيارات المشهورة جداً، ويعتبر Stitcher أحد ملتقطي البودكاست المشهورين، ويمكن تحميل هذا البرنامج على أجهزة أبل أيضاً.



4 - موقع Spreaker يعتبر من ملتقطي البودكاست، ويمكن تحميل البرنامج الخاص بالموقع على أجهزة أبل Apple والأجهزة التي تعمل على نظام اندرويد وأنظمة Windows phone



5 - موقع Podbean يعتبر من ملتقطي البود كاست، ويمكن تحميل البرنامج الخاص بالموقع على أجهزة أبل Apple والأجهزة التي تعمل على نظام اندرويد Android.



برنامج Podbean

خلاصة:

استعرض هذا المبحث أهم مراحل وطرق إعداد البودكاست، بدءًا من تحديد الفكرة واختيار الموضوع، مرورًا بكتابة النص الصوتي، وتسجيل الحلقات، وصولًا إلى المونتاج والنشر عبر المنصات الرقمية. كما تم التطرق إلى أبرز البرامج والتطبيقات المستخدمة في إنتاج وتحرير البودكاست، والتي تسهل على صناع المحتوى تحسين جودة الصوت وإخراج الحلقات بشكل احترافي، و آليات العمل به، بما يتماشى مع تطلعات الجمهور الرقمي ومتطلبات النشر الإلكتروني.

الفصل الرابع: الإطار التحليلي

تمهيد

البيانات الأولية

أولاً: تحليل البودكاست الأول: تذوق العبادات " الصلاة "

✚ التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل

✚ التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون

ثانياً: تحليل البودكاست الثاني: تذوق العبادات " القرآن الكريم "

✚ التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل

✚ التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون

ثالثاً: تحليل البودكاست الثالث: تذوق العبادات " الذكر "

✚ التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل

✚ التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون

رابعاً: تحليل البودكاست الرابع: تذوق العبادات " الدعاء "

✚ التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل

✚ التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون

خامساً: النتائج العامة للدراسة

تمهيد:

بعد إستعراض الأطارين المنهجي والنظري، ننتقل في هذا الجزء الى الجانب التحليلي للدراسة، والذي يعد من اهم مراحل البحث، حيث يتم فحص المعطيات وإستخلاص النتائج بناء على المنهج المعتمد وأداة التحليل المستخدمة، ويهدف هذا الاطار الى الكشف عن الاساليب الاقنلية الموظفة في مضامين البودكاست الديني، من خلال تحليل الاربعة فيديوهات لبودكاست الدكتور أحمد العربي بشكل منهجي، مما يسمح بفهم أعمق للأساليب الموظفة في هذا النوع من المحتوى .

البيانات الأولية :

رقم المفر دة	تاريخ البث	مدة البث	عنوان الحلقة	رابط لحلقة على اليوتيوب
01	24 2024/02 /	2:12: 48	سلسلة تذوق العبادات ت (الصلاة)	AOCldyXo?si=UtNvYz_63https://youtu.be/ SYVInmazJe
02	2024/03 /05	1:49: 16	سلسلة تذوق العبادات ت (القرآن)	https://youtu.be/hK- H-gTDc8PHomD15prrA?si=qb0Be9
03	2024/03 /19	1:25: 49	سلسلة تذوق العبادات ت (الدعاء)	ssJ3si=hqK?8BAr9Z994https://youtu.be/si CZ_EISltC
04	2024/05	1:42:	سلسلة تذوق	-8GxdA?si=Cu1U1https://youtu.be/nkil

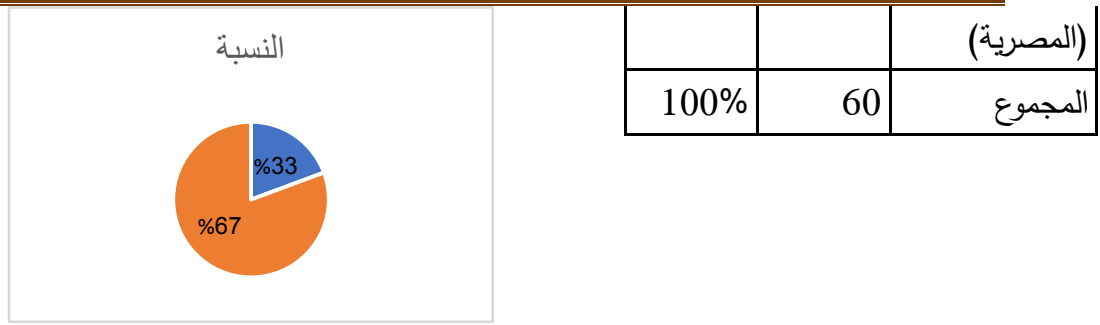
3ZfsGruJHUMz	العبادات ت (الذكر (	26	/28	
--------------	------------------------------	----	-----	--

أولاً: تحليل الفيديو الأول تلذذ العبادات " الصلاة "

🇸🇦 التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل لليودكاست الأول تلذذ العبادات " الصلاة :

الجدول رقم (1): يمثل فئة اللغة في " بودكاست الصلاة "

النسبة	التكرار	فئة اللغة
67%	40	اللغة العربية الفصحى
33%	20	اللغة العامية



الشكل رقم (3) يوضح نسبة فئة اللغة في "بودكاست الصلاة"

بينت نتائج التحليل أنّ المضامين الدينية لبودكاست الدكتور أحمد العربي حيث اعتمد اللغة العربية بنسبة 67% وأقل نسبة تمثلت في اللغة العامية (المصرية) بنسبة 33% وقد جاء هذا الاختيار منسجماً مع طبيعة المضامين الدينية الذي يتطلب لغة ذات طابع رسمي لما تحمله الصلاة من بعد تعبدي وروحي .

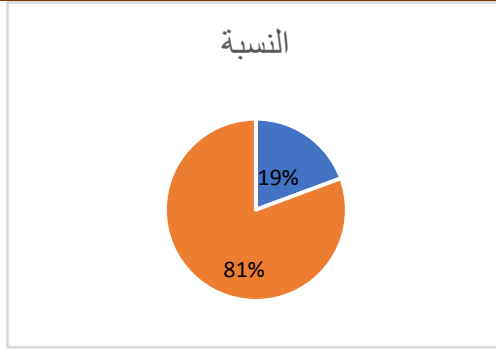
في مضمون البودكاست الديني استخدم اللغة العربية الفصحى بصيغة مبسطة وواضحة بعيدة عن التعقيد اللغوي و المفردات الصعبة، كما حرص ان تكون اللغة العربية الفصحى وسيلة لشرح المعاني وتفسير الآيات والأحاديث لا مجرد وسيلة بلاغية بل أداة فاعلة في توصيل الرسالة الإقناعية.

كما أن توظيف اللغة العربية الفصحى في محتوى الديني أعطى قوة شرعية ورسمية للمتحدث كان يستشهد كثيراً بالنصوص الموثوقة من القرآن والسنة النبوية وهي نصوص لا يمكن اقتباسها الا بصيغتها الفصحى.

فاعتماد الفصحى في البودكاست الديني لم يكن فقط اختياراً لغوياً، بل إستراتيجية مقصودة لتعزيز السلطة الدينية للخطاب، وإضفاء طابع الهيبة والوقار، فإن التحدث بالفصحى في السياق الديني يُسهم في رفع مستوى التلقي ويمنح للخطاب بعداً تعليمياً روحياً في آن واحد حيث يشعر المتلقي أنه أمام خطاب هادف وعميق.

وكانت أقل نسبة هي اللغة العامية (المصرية) في المحتوى الديني حيث اقتصر استخدامها على بعض العبارات البسيطة ولتوضيح بعض المفاهيم بهدف تسليط فكرة معينة أو إضفاء لمسة وجدانية في سياق معين . هذا ما جعل اللغة العامية مجرد أسلوب مساعد ، وليس جزءاً من البنية الأساسية للمحتوى .

الجدول رقم (2) :يمثل فئة الوسائط التوعيمية "لبودكاست الدكتور أحمد العربي "



فئة الوسائط	التكرار	النسبة
التدعيمية		
المؤثرات الصوتية (موسيقى)	6	19%
أصوات بشرية	25	81%
المجموع	31	100%

لشكل رقم (4): بيض نسبة فئة الوسائط التدعيمية "لبودكاست الدكتور أحمد العربي "

أظهر التحليل لبودكاست الدكتور أحمد العربي أن أعلى نسبة كانت حسب فئة الوسائط التدعيمية هي الأصوات البشرية بنسبة 81% والمؤثرات الصوتية (الموسيقى) بنسبة 19% حيث إعتد على الأصوات هادئ ومؤثر ،وأحياناً نبرات صوتية تنقل إحساساً عالياً بالخشوع .

يعد هذا الإختيار الصوتي أداة إقناعية قوية ،هدفها الأساسي تعزيز الأثر العاطفي والروحي لدى المتلقي من خلال تهيئة جو نفسي داخلي حيث يشعر المتلقي بالقرب من الله والخشوع في الصلاة ، فالصوت البشري عندما يكون نابع من القلب يزيد المحتوى الديني تأثيراً ويكون قادر على إحداث تفاعل وجداني قد لا تحققه الكلمات وحدها و هذا ما أكدده محمد بركان في مقارنته النظرية التحليلية في الإتصال الإقناعي: " أن الدين يعد من أكثر العوامل تأثيراً في نفوس الأفراد، لا سيما عامة الناس. و ذلك لما يمثله من ارتباط وثيق بعقيدتهم الدينية و سلوكهم الإجتماعي". (محمد، 2012) .

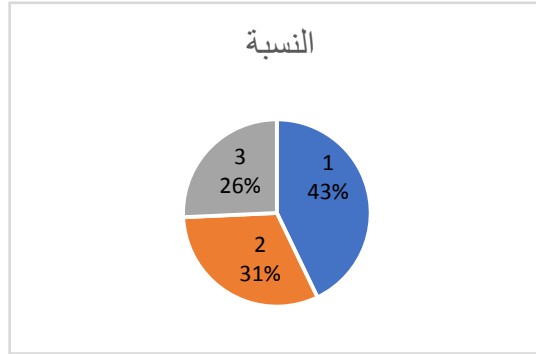
كما أن الأصوات في المحتوى الديني تسهم في تنويع الإيقاع السمعي هذا ما يحافظ على إنتباه المشاهد ، ويزيد من تفاعله مع المضمون ،والصوت الخاشع يعكس الصدق الداخلي للمشاعر الدينية ، ويجعل المحتوى أكثر قرباً من قلوب المتلقين .

وأظهر التحليل أن المؤثرات الصوتية (الموسيقى) كانت أقل إستخداماً في محتوى الدكتور أحمد العربي إقتصر توظيفها على لحظات محدودة ،ويفسر هذا التوجه بطبيعة الموضوع الديني وخاصة في المواضيع المرتبطة بالعبادة مثل الصلاة وتجنب الموسيقى إلزاماً بالطابع بطابع المحتوى الديني .

التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون لعينة من حلقة بودكاست تلذذ العبادات " الصلاة"

تمهيد : يمثل هذا التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون لمفردات العينة من حلقة بودكاست تلذذ العبادات "الصلاة" من خلال عرض الجداول الآتية:

الجدول رقم (3) يمثل فئة المواضيع في "بودكاست الصلاة"



النسبة	التكرار	فئة المواضيع (الصلاة)
43%	30	فضل الصلاة
31%	22	الخشوع في الصلاة
26%	18	أثر الصلاة على السلوك الاخلاقي
100%	70	المجموع

الشكل رقم (5): يوضح نسبة فئة المواضيع في "بودكاست الصلاة"

أظهر التحليل أن أكثر المواضيع تكرارًا في خطاب الدكتور أحمد العربي في فيديو تذوق العبادات "الصلاة" كان موضوع فضل الصلاة بنسبة قدرت ب 43% وموضوع خشوع في الصلاة بنسبة 31% وأقل نسبة تمثلت في أثر الصلاة على السلوك الاخلاقي بنسبة 26% هيث شكل موضوع فضل الصلاة المحور الأساسي في بنية الرسالة الإقناعية التي يسعى من خلالها المتحدث إلى إعادة التعريف بالصلاة كمنبع للذة والقرب من الله، لا كمجرد فريضة كما ركز الدكتور أحمد العربي بشكل كبير على عرض الجوانب العظيمة للصلاة. من حيث قيمتها التعبدية ومكانتها في ميزان العبادات.

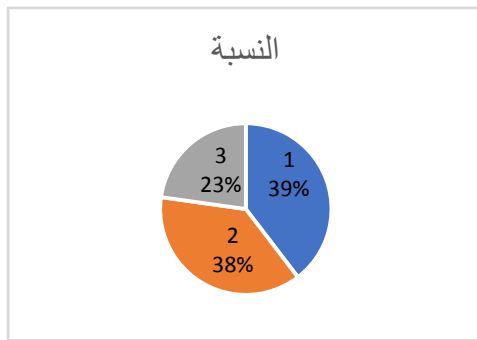
فقد حرص على تكرار عبارات تعزز من مكانة الصلاة مثل " هي أول ما يحاسب عليه العبد " الصلاة راحة للمؤمن " أقرب ما يكون العبد من ربه وهو ساجد" هذه العبارات وغيرها تهدف إلى رفع قيمة الصلاة في وعي المتلقي وهذا يحفز الرغبة في المحافظة عليها وتذوقها بروح جديدة.

وقد جاء كذلك التركيز على فضل الصلاة ضمن السياق التحفيزي العاطفي والعقلي أي يجمع بين التذكير بالأجر والثواب وبين التأمل في الآثار الروحية التي تتركها الصلاة في النفس مثل الراحة والاطمئنان والسكينة وهذا ما يجعل موضوع فضل الصلاة هو الأساس الذي بني عليه المحتوى.

وهذا ما تعتمد عليه الدكتور أحمد العربي أن يجعل موضوع فضل الصلاة محورًا باعتباره المدخل الأهم لإقناع المتلقي بأن الصلاة ليس مجرد واجب، بل فرصة للنعيم الروحي والارتقاء الإيماني ، كما تشير النتائج

أن أقل نسبة كانت أثر الصلاة على السلوك الأخلاقي ،رغم أهمية هذا الجانب في بناء المسلم لكن لم يحظى بحيز في هذا الخطاب ، حيث تم ذكره بشكل ضمني دون التعميق أو التفصيل ، جاءت الإشارة الى هذا الموضوع مثل "إن الصلاة تنهى عن الفحشاء والمنكر" وهي تحمل دلالة أخلاقية قوية إلا أن الدكتور أحمد العربي لم يفصل في كفايات هذا الأثر، وقد يكون السبب في ذلك تركيز الخطاب على البعد الروحي والتدوقي للصلاة ،أكثر من تركيزه على البعد السلوكي .

الجدول رقم (4) :يمثل فئة القيم في "بودكاست الصلاة "



فئة القيم	التكرار	النسبة
القيمة الدينية	16	40%
القيمة الإنسانية	15	38%
القيمة الاجتماعية	9	23%
المجموع	40	100%

الشكل رقم (6) :يوضح نسبة فئة القيم في "بودكاست الصلاة "

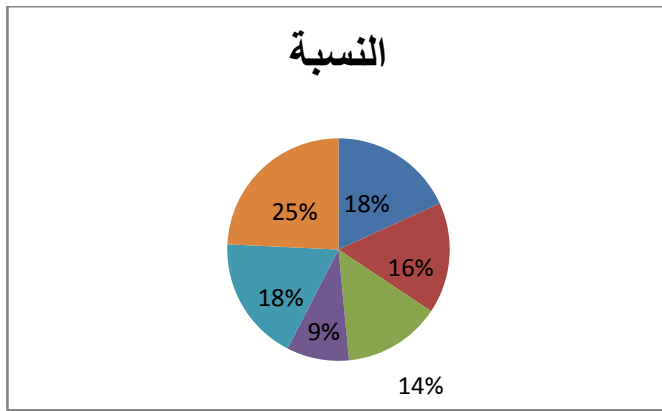
يبين الجدول أعلاه فئة القيم وكانت أعلى نسبة هي القيمة الدينية 40% والقيم الانسانية بنسبة 38 % والقيم الاجتماعية بنسبة 23%،القيم الدينية تعني أن الصلاة ليست فقط فريضة أو واجبا تعبديا بل صلة مباشرة مع الله ومظهر من مظاهر الإيمان الحقيقي والخضوع لله، وهذا ما أبرزه الدكتور أحمد العربي بذكره بأن "الصلاة كأعلى درجات للقرب من الله، فالصلاة هي الوقوف بين يد الله وهي القمة في العلاقة مع الله، فهنا يذكر المتلقي بأن القيمة الحقيقية للصلاة ليست في شكلها بل في جوهرها الإيماني.

يركز دكتور أحمد العربي على أن الصلاة من أحب الأعمال الى الله فيها راحت للروح وطمأنينة للقلب وهذا يربطها بمفهوم رضا الله كقيمة دينية عليا وقد وصفها بميزان الإيمان في أكثر من موضع كالصلاة علامة على صدق الإيمان وأداة التمييز بين الإيمان الحقيقي مثال في قوله مشكلتك مش مع الصلاة مشكلتك مع الإيمان اللي يخليك تتلذذ الصلاة.

ومن خلاله قام بربط روح الصلاة بالإيمان ومحاولة إقناع المتلقي بأن فهم القيمة الدينية للصلاة هو الطريق نحو التلذذ بها فكلما زاد الإيمان زادت المتعة الروحية، فخطاب الدكتور أحمد العربي لم يكن ترهيبا بل كان تحفيزا. فركز على محبة الله، ولذة القرب منه وليس فقط على العقاب أو التقصير .

رغم التركيز البارز على البعد الديني والروحي إلا أن القيمة الاجتماعية ظهرت بنسبة 9% في فقد وردت إشارات محدودة الى أثر الصلاة في المجتمع مثل قوله "الصلاة تنهى عن الفحشاء والمنكر" وهذا يدل على وعي الضمني بأن العبادة على تقتصر على الفرد، بل تثمر سلوكا إيجابيا في المحيط الاجتماعي، غير أن دكتور أحمد العربي لم ينفرد لهذه الفكرة حيز كبيرا لأنه هذه الأساسي كان لأحياء الشعور الفردي بلذة الصلاة

الجدول رقم (5): يمثل فئة الأهداف في "بودكاست الصلاة"



فئة الأهداف	التكرار	النسبة
الدعوة بالافتداء بالرسول	19	18%
تحسين العلاقة مع الله	17	16%
نشر تعاليم الدين الإسلامي	15	14%
تعزيز الإيمان	9	9%
تحسين العبادة مع الله	19	18%
تلذذ العبادات	25	24%
المجموع	104	100%

الشكل رقم (7): يوضح نسبة فئة الأهداف في "بودكاست الصلاة"

يبين الجدول أعلاه نسبة في فئة الأهداف، حيث تبينت فئة تلذذ العبادات (الصلاة) أعلى نسبة ب 24%، الدعوة للإقتداء بالرسول 18 %، تحسين العبادة مع الله 18 %، تحسين العلاقة مع الله بنسبة 16% ونشر تعاليم الدين الاسلامي بنسبة 14% و اقل نسبة تمثلت في تعزيز الإيمان بنسبة 9% ومن خلال ما تبين أن المضامين الدينية تهدف إلى تلذذ العبادات، فقد عمل الدكتور "أحمد العربي" عينة الدراسة على ترسيخ هذه الفكرة وطرحها بطرق متنوعة مثل أن الصلاة تعد لذة وليس عبثا وكذلك الذي لا يتلذذ الصلاة لا يعرف معناها الحقيقي، ويعد هذا الهدف أداة إقناعية فعالة وظيفها لغرض تحفيز المتلقي نفسيا وروحيا على مراجعة نظرتة إلى الصلاة وتحويلها من مجرد أداء روتيني الى تجربة وجدانية ممتعة.

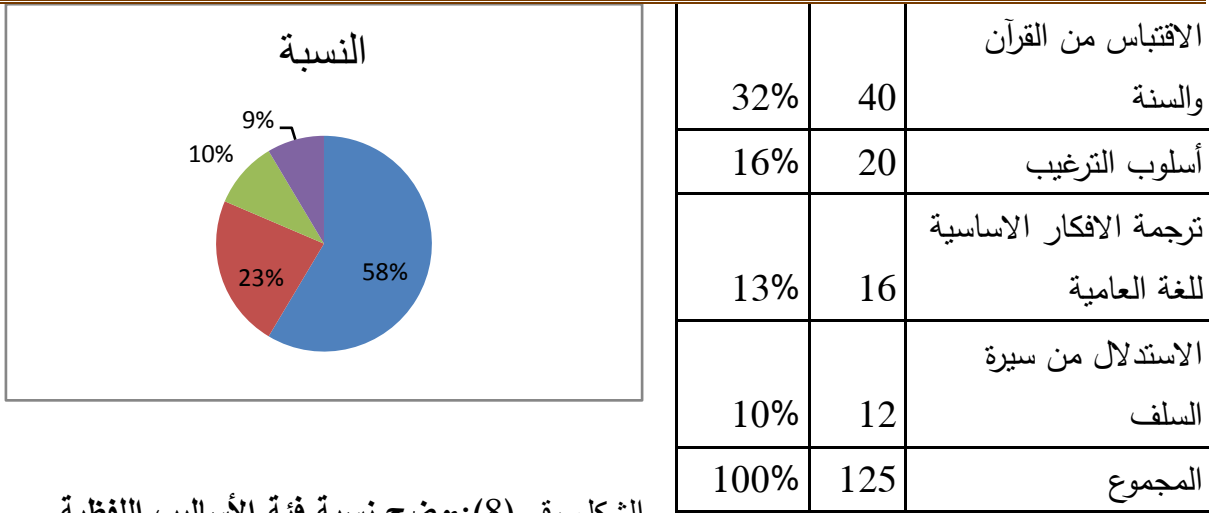
الدكتور أحمد العربي استعمل هذا المفهوم لإثارة مشاعر الحنين الروحي لدى المتلقي أي يريد أن يوقظ

في النفس إحساساً بأن هناك شيئاً مفقوداً في العلاقة مع الله وهو لذة الصلاة وتكرار لهذا المفهوم لم يكن عبثاً بل أداة إقناعية واعية اعتمد عليها الدكتور أحمد العربي ليعيد تشكيل نظرة المتلقي الى الصلاة وكذلك من أجل ترسيخ المفهوم و إثارة العاطفة .

وكانت أقل نسبة في فئة الاهداف هي تعزيز الإيمان بنسبة 9 رغم الحضور القوي للأساليب الإقناعية للدكتور أحمد العربي إلا أن أسلوب تعزيز الإيمان ظهر بنسبة أقل مقارنة بباقي الأساليب الأخرى وقد تمثل هذا الأسلوب في إشارات متفرقة الى عظمة الله ومكانة الصلاة كوسيلة لتقرب من الخالق مثل قوله "إذا وقفت تصلي فأنت واقف بين يدي الله الذي خلقك ورزقك و أعطاك كل شيء"، رغم قلة تكراره إلا أنه أدى دوراً معنوياً مهماً في تدعيم الرسالة الروحية للمحتوى، ويحتمل أن يكون تقليص استخدام هذا الأسلوب مقصود لأن الدكتور أحمد العربي فضل خطاباً وجدانياً مباشراً يتماشى مع فئات الباحثين عن "الشعور بالصلاة" أكثر من الاستغراق بالمجرد .

الجدول رقم (6): يمثل فئة الأساليب اللفظية المستخدمة في "بودكاست الصلاة"

النسبة	التكرار	فئة الاساليب اللفظية
18%	22	سرد القصص
12%	15	إستخدام الامثلة



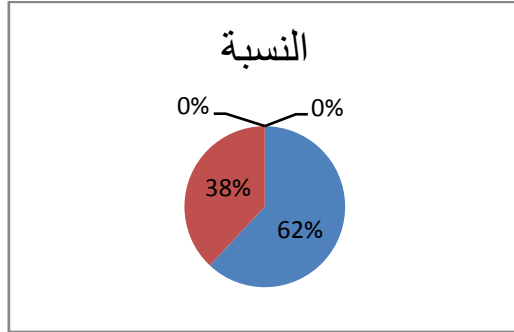
الشكل رقم (8): يوضح نسبة فئة الأساليب اللفظية

المستخدمة في "بودكاست الصلاة"

تظهر نتائج التحليل أن أكثر الأساليب اللفظية توظيفاً في خطاب الدكتور أحمد العربي كان الاقتباس من القرآن والسنة النبوية بنسبة 32 % و أسلوب سرد القصص بنسبة 18 % سلوب الترغيب بنسبة 16% وترجمة الافكار الاساسية للغة العامية بنسبة 13% واسلوب إستخدام الامثلة بنسبة 12 % واقل نسبة الاستدلال من سيرة السلف الصالح بنسبة 10% حيث شكل أسلوب العمود الفقري لبنية الخطاب الإقناعي ، وقد تنوع استخدامه بين الاقتباس المباشر لآيات قرآنية والاستشهاد بأحاديث نبوية ، تم تقديمها بأسلوب سلس وواضح يخدم الرسالة دون تعقيد ، وقد جاء استخدام هذه النصوص لدعم الحجج العقلية ، وتعزيز الأثر العاطفي وهذا ما يعزز مصداقيته ويقوي اثره الإقناعي كما أن توظيف هذه النصوص لم يكن جافاً بل جاء مدمجاً ضمن الخطاب الوجداني حيث يحمل نبرة تأملية وخاشعة ، مما أضفى عليه طابعاً روحياً يلامس القلوب ، حيث جمع بين المرجعية الشرعية والجاذبية الروحية ، وعليه فإن الدكتور أحمد العربي اعتمد على الاقتباس من القرآن والسنة بشكل متكرر يعكس حرصه على المعنى العقلي والروحي للدعوة بالنصوص الموثوقة والثابتة ، على خطابه طابعاً توجيهياً قوياً يجمع بين الإقناع والتأثير، و هذا ما توافق مع الدكتور عبد الحليم بن عيسى في قوله: "كون القرآن الكريم خطاباً عالمياً يتوجه إلى البشرية كافة دون الإقتصار على فئة أو قوم أو زمن محدد، إذ يخاطب الإنسان أينما حل و وجد و أيا كان انتماؤه". (بن عيسى، 2016)، وأظهر التحليل أن أقل أسلوب لفظي تم استخدامه في خطابه وهو الاستدلال بسيرة السلف الصالح ، فقد جاء هذا النوع من الاستشهادات بشكل غير متكرر مقارنة بأسلوب الاقتباس من القرآن والسنة ، ورغم أن سيرة الصحابة والتابعين تشكل مصدراً مهماً للإلهام الروحي في الخطاب ، إلا أن الدكتور أحمد العربي لم يركز

بشكل كبير على هذا الأسلوب ، فقد ذكر بعض الأثر عن حال السلف في الصلاة كقوله : " كان أحدهم اذا دخل الصلاة لا يشعر بمن حوله " لكن دون تحديد الاسماء أو سرد القصص بشكل مفصل ويفهم من ذلك أن التركيز كان موجهاً أكثر نحو الربط المباشر بين العبد وربّه.

الجدول رقم (7) :يمثل فئة الأساليب غير اللفظية ل"بودكاست الصلاة "



النسبة	التكرار	فئة الاساليب غير اللفظية
62%	8	لغة الجسد
38%	5	إيماءات الوجه
100%	13	المجموع

الشكل رقم (9) :يوضح نسبة فئة الأساليب غير اللفظية ل"بودكاست الصلاة "

في إطار تحليل الأساليب الغير لفظية التي اعتمدها الدكتور أحمد العربي في المحتوى الديني تبين أن لغة الجسد كانت اعلى استخداما بنسبة 62% و اسلوب إيماءات الوجه بنسبة 38% حيث اتسم أداء المتحدث بتعبيرات وجه معبرة وحركات يدين مدروسة ،ووضعية جسدية تعبر عن الخشوع والتفاعل الداخلي مع الموضوع وقد لعب هذا الأسلوب دوراً كبيراً في تعزيز الرسالة اللفظية ومنحها مصداقية وتفاعل أكبر .

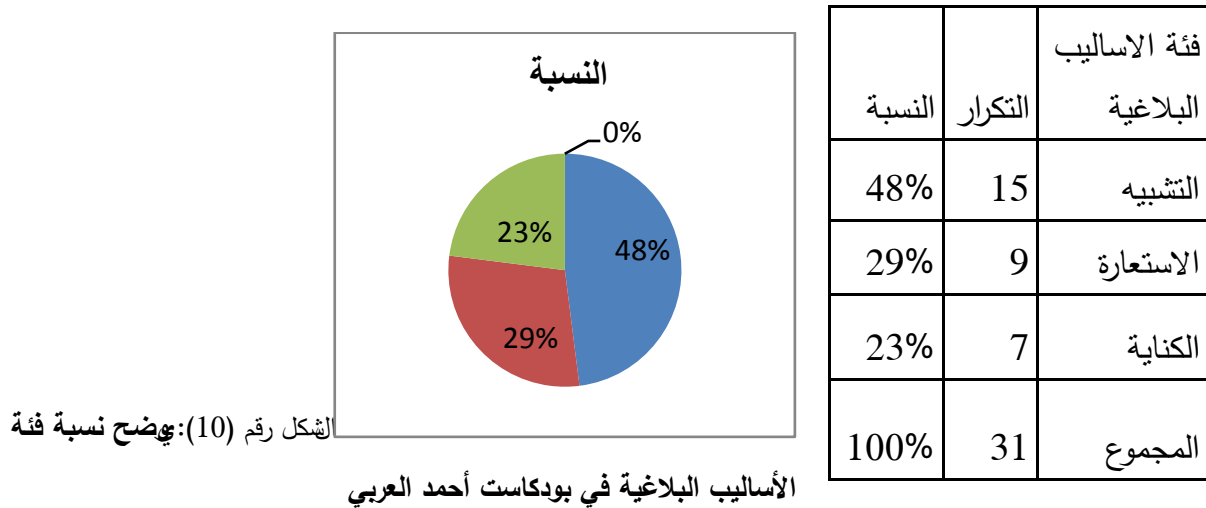
تعتبر لغة الجسد من اهم عناصر الاتصال والتي تسهم في عملية التأثير و التبليغ ،هذا النمط يدعم المضمون اللفظي ويؤكد صدق المشاعر وتوجيه إنتباه الجمهور ،وقد وظّفت لغة الجسد في محتوى الدكتور أحمد العربي بطريقة متّزنة وهادفة ،حيث إنسجمت حركاته وتعاييره مع محتوى كلامه مثل رفع اليدين عند التذلل ،او إغلاق العينين للتعبير عن الخشوع مما عززّ قوة التأثير العاطفي والمعنوي للرسالة.

هذا الاستخدام الفعال للغة الجسد يبرز وعي المتحدث بأهمية الجانب الغير لفظي في تعزيز المعنى ،ويظهر قدرته على تقديم محتوى مؤثر يجمع بين الإقناع العقلي والتأثير الوجداني ، ما يقوي الصلة بينه وبين المتلقي ويُسهّم في ترسيخ الرسالة .

بالرغم من الحضور القوي للغة الجسد في خطاب الدكتور أحمد العربي إلا أن إيماءات الوجه جاءت بنسبة أقل مقارنة بأسلوب لغة الجسد ، فقد لوحظ أن تعابير الوجه المتحدث ظلت في أغلب الأحيان هادئة وثابتة مع تركيز أكبر عن نبرة الصوت وحركات اليدين لنقل المشاعر والمعاني .

تصنف تعابير الوجه ضمن عناصر الإتصال الغير لفظي عالي التأثير إذ يمكنها أن تعبر عن الانفعال والدهشة والحزن والإهتمام دون الحاجة الى كلمات ،حيث يحافظ الدكتور على وقار التعبير وتجنب المبالغة في الملامح ، من أجل الحفاظ على المحتوى وسكينته .

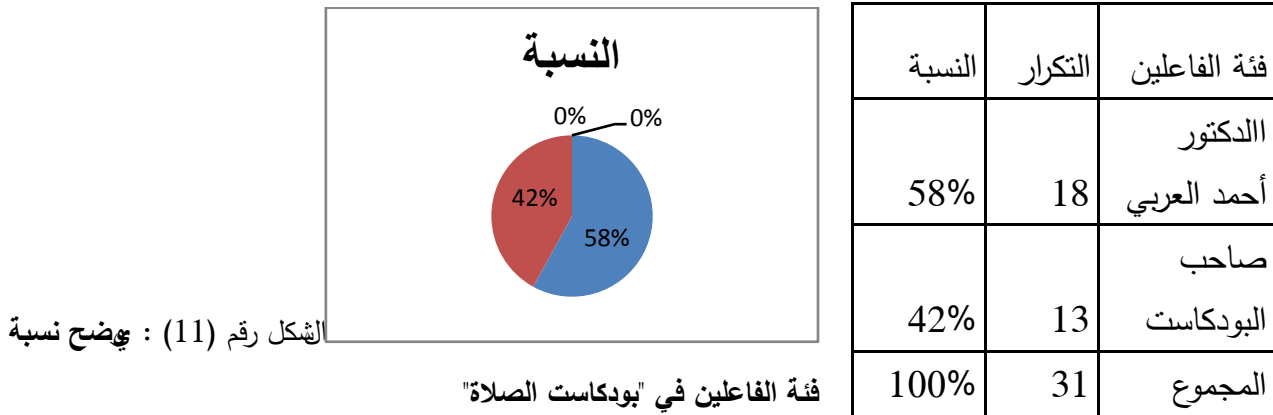
الجدول رقم (8) : يمثل فئة الأساليب البلاغية في "بودكاست الدكتور احمد العربي "



أظهر التحليل أن أكثر الأساليب استخداما في الخطاب الدكتور أحمد العربي في فيديو تلذذ العبادات هو أسلوب التشبيه بنسبة 48% واسلوب الاستعارة بنسبة 29% واسلوب الكناية بنسبة 23% حيث اعتمد عليه بشكل متكرر على التشبيه كأداة لإيصال المعاني المجردة والمعاني الروحية بلغة محسوسة وقريبة من إدراك المتلقي ، وقد ساهم هذا الأسلوب في جعل الخطاب أكثر تأثير ووضوحا ، خاصة عندما يتعلق الأمر بتقريب الشعور بلذة الصلاة او الإحساس بالقرب من الله ، فقد استخدم الدكتور تشبيهات عديدة تعبر السمو الروحي والعلاقة مع الله أثنا الصلاة " الصلاة كأنك تدخل على ملك ، فكيف تقف أمامه وأنت غافل ؟ او " الخشوع في الصلاة مثل العطر الذي يعبر عن حضور القلب " من خلال هذه التشبيهات يقوم الدكتور ببناء صورة ذهنية قوية تجعل المعاني المجردة أكثر تجسيدا ، مما يعزز أثرها العاطفي والإقناعي، حيث يعد

التشبيه من أبرز أدوات الخطاب الفعال ، حيث يَمَكِّن المتحدث من تحويل التجربة الإيمانية الى الصور الحسية حيث يسهل على الجمهور تخيلها والتفاعل معها ، حيث تمنح للخطاب طابعاً تعبيرياً مميزاً يجمع بين الجمالية والأسلوب الإيحائي وبالتالي فإن كثرة استخدام التشبيه في خطاب الدكتور أحمد العربي يعكس رغبته في مخاطبة القلب والخيال معاً ، وجعل تجربة الصلاة شيئاً يمكن " تذوقه " فعلياً على مستوى الشعور والوجدان لا فقط على المستوى العقلي أقل أسلوب كان هو الكناية فهو الأساليب البيانية التي تضيف عمقا دلاليًا على الخطاب ،إلا ان حضورها كان محدودًا واقتصر على بعض العبارات التي تحتل المعنى المجازي دون تصريح المباشر ، فأسلوب الكناية يقوم على إحياء بمعنى دون التصريح به وهنا يمكن القول إن ضعف توظيف الكناية في الخطاب الدكتور أحمد العربي لا يعود الى القصور البلاغي بل الى إختيار أسلوب مقصود يقوم على البساطة والوضوح .

الجدول رقم (9) : يمثل فئة الفاعلين في "بودكاست الصلاة"

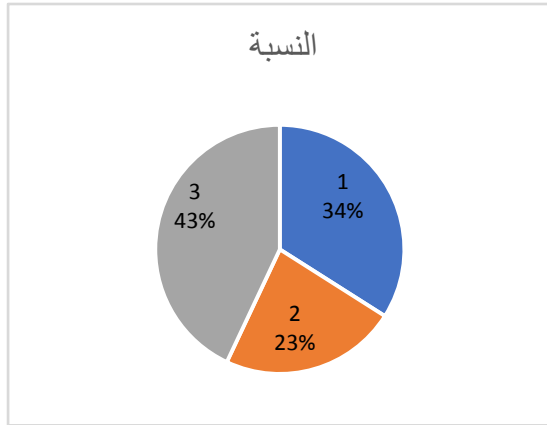


يوضح التحليل أن أعلى نسبة في فئة الفاعلين كانت لدكتور احمد العربي بنسبة 58% واقل نسبة لصاحب البودكاست بنسبة 42% ،هذا يعني ان الدكتور احمد العربي كان الفاعل الرئيسي في انتاج وتقديم الرسالة ،إذ تولى مهمة الشرح والتحليل والاقناع والتأثير،معتمدا على تجربته الشخصية وخبرته في تبليغ المفاهيم الدينية بلغة واضحة وأسلوب روجي مؤثر.

كما ان وجود فاعل واضح يسهل على المتلقي فهم الرسالة ويمنحها طابعا شخصيا وانسانيا ، هذا ما يزيد من مصداقية الرسالة وفعاليتها ،وكلما كان الفاعل خبيراً ومتخصص زادت قوة التأثير والاقناع وبناء علاقة

ثقة مع الجمهورا صاحب البودكاست اقتصر دوره على التقديم وطرح الأسئلة دون المشاركة فعلية في التأطير الفكري، وهو ما جعله يظهر بنسبة ضئيلة ضمن فئة الفاعلين

الجدول رقم (10) : يمثل فئة الاستمالات العقلية في "بودكاست الصلاة "



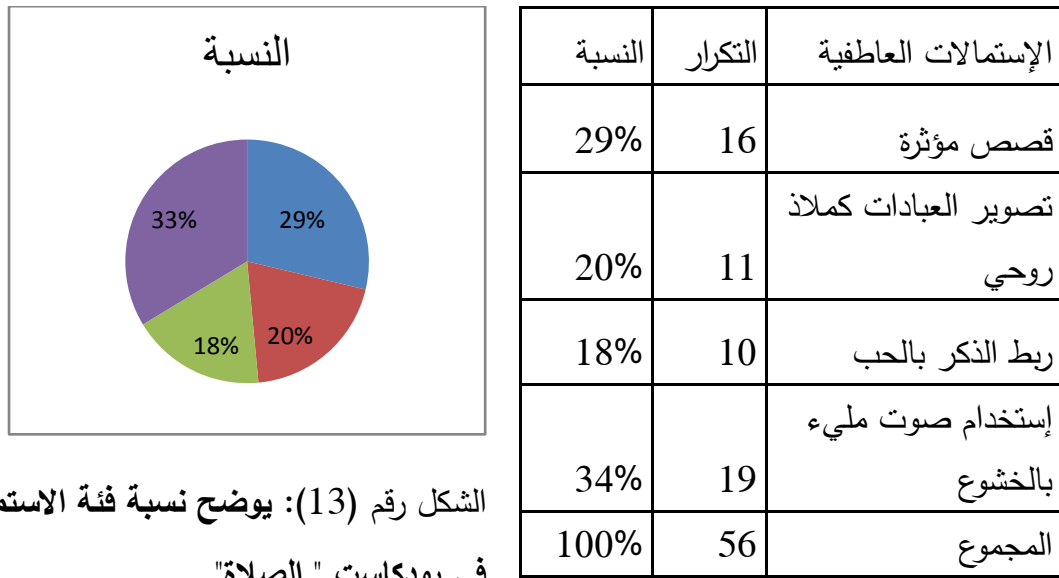
الشكل رقم (12): يوضح نسبة فئة الاستمالات العقلية في "بودكاست الصلاة "

فئة الاستمالات العقلية	التكرار	النسبة
حجج منطقية	12	34%
مقارنات العقلية	8	23%
ربط الآيات والاحاديث بالعقل	15	43%
المجموع	35	100%

في الجدول الموضح أعلاه تبين ان اعلى نسبة في فئة الإستمالات العقلية كان أسلوب ربط الآيات القرآنية والاحاديث النبوية بالعقل والمنطق بنسبة 43% و الاستمالة الحجج المنطقية بنسبة 34 % والاستمالة مقارنات العقلية بنسبة 23%، أعتمد الدكتور أحمد العربي على الاستمالة ربط الآيات والاحاديث النبوية بالعقل بشكل مكثف في فيديو تلذذ العبادات " الصلاة " إذ لم يكتفي بسرد النصوص الدينية، بل فسرها بطريقة تخاطب التفكير العقلي للمتلقي ، وتعزز فهمه لمعاني الصلاة و أهدافها ومن أبرز الأمثلة على ذلك قوله : إن الصلاة تنهى عن الفحشاء والمنكر ، إسئل نفسك : ليه متتهانيش ؟ حيث يربط بين النص الإلهي و السلوك الواقعي للفرد مثيرا بذلك التفكير الذاتي والنقدي ، كما اعتمد على تحليل الحديث الشريف " وجعلت قرّة عيني في الصلاة " بطريقة منطقية تبين كيف أن لذة الصلاة تأتي من إدراك معناها لا من أدائها الشكلي ، وتعد هذه الطريقة فعالة في الإقناع وإشراك المتلقي في عملية الفهم ، وتحدث قناعة داخلية نابعة من الوعي لا من الخوفهكذا يتضح أن الدكتور أحمد العربي استثمر الأسلوب لأحداث التفاعل لعقلي والوجداني آن واحد هذا ما عزز قوة خطابه الإقناعي، و هذا ما وجدناه عند محمد منير حجاب في إثباته للاستمالات المنطقية " أنها تستند إلى مخاطبة عقل المتلقي من خلال تقديم الحجج و الأدلة المنطقية، مع تنفيذ الآراء

المخالفة و مناقشتها لإبراز جوانبها المختلفة". (حجاب، 2003) ، وكانت اقل نسبة في فئة الإستمالات العقلية هي أسلوب المقارنات العقلية بنسبة وهو الأسلوب الذي يعتمد في عرض حالتين متقابلتين بهدف إبراز الفروقات العقلية وإقناع المتلقي بالفكرة الأقوى من حيث المنطق والتأثير ، وقد ظهر هذا الأسلوب بشكل محدود في خطاب الدكتور أحمد العربي حيث ركز أكثر على ربط النصوص بالفهم العقلي والتحليل الذاتي ، فيما جاءت جاءت المقارنات العقلية بشكل ثانوي غير مباشر

الجدول رقم (11): يمثل فئة الاستمالات العاطفية في "بودكاست الصلاة"



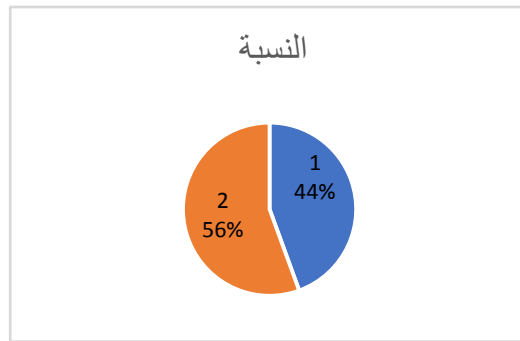
الشكل رقم (13): يوضح نسبة فئة الاستمالات العاطفية في بودكاست " الصلاة"

وفقا للمعطيات الإحصائية المستخلصة يتضح أن أكثر الإستمالات العاطفية استخداما في خطاب الدكتور أحمد العربي ضمن فيديو تلذذ العبادات: الصلاة تمثلت في "تبرة الصوت مليئة بالخشوع" بنسبة 34% وتليها استمالة قصص مؤثرة بنسبة 29% واستمالة تصوير العبادات كملاذ روعي بنسبة 20% وأقل نسبة هي استمالة ربط الذكر بالحب بنسبة 18% وقد شكلت الاستمالة إستخدام صوت مليئ بالخشوع أداة اقناعيه فعالة ، ساعدت في نقل المشاعر بصدق ، وإحداث أثر وجداني عميق لدى المتلقي ،فقد اتسم صوت الدكتور أثناء الحديث بنبرة هادئة ،منخفضة ،تمزج أحيانا بتهديدات أو توقفات قصيرة، مما يعكس حالة تذوق روعي داخلي يشعر المستمع بأنه يعيش تجربة حقيقية وليس مجرد معلومات تقال.

هذا الأسلوب الصوتي ليس مجرد وسيلة تعبير ،بل يعد استمالة عاطفية قوية ،لأنه يحرك المشاعر ويخلق جوا من الخشوع، فيمهد لقبول الرسالة دون مقاومة داخلية ،وقد ساهم هذه الصوت في تعزيز الصدق

الخطابي والمصادقية العاطفية إن يدرك التلقي أن المتحدث نفسه متأثر بما يقول وهذا يعد من أهم عوامل التأثير النفسي في الإقناع، حيث تمرر الرسالة عبر الجو الشعوري وليس فقط عبر الكلمات. كما يمكن القول أن نبرة الصوت الخاشعة كانت من أبرز الإستimalات التي اعتمد عليها الدكتور أحمد العربي لتوصيل فكرته عن لذة الصلاة، وهذا ما توافق تقريبا مع كلام رضوان أحمد فاروق لأنه " يعتبر هذه الاستمالات العاطفية قد تقوم على إثارة المشاعر و الانفعالات لدى الجمهور لأن يصعب فيها الإعتماد على الجوانب المنطقية وحدها للتمييز"(رضوان، 2013)، كما أظهرت النتائج أن أقل نسبة هي استماله ربط العبادات بالحب وقدرت بنسبة 18% في خطاب الدكتور أحمد العربي كان أسلوب ربط العبادات بالحب فهو فعل تابع من الحب لله لا فقط من منطلق الواجب أو الخوف وفقم ما ورد في مواضع محدودة وغالبا يشكل غير مباشر، ورغم قلة تكراره إلا أن حضوره كان ذا دلالة عاطفية، خصوصا عندما قال الدكتور أحمد العربي " إلي يعرف ربنا يحب الوقوف بين يديه و مايستعجلش السلام" ففي هذه العبارة يظهر الحب كدافع داخلي للصلاة، لكنه لا يقدم كفكرة رئيسية متكررة بل كعنصر شعوري مكمل يعزز الإحساس بلذة القرب من الله.

الجدول رقم (12): يمثل فئة نوع العناوين في "بودكاست الصلاة"



نوع العناوين	التكرار	النسبة
توجيهي	8	44%
تعليمي	10	56%
المجموع	18	100%

الشكل رقم (14): يوضح نسبة فئة نوع العناوين في "بودكاست الصلاة"

أظهر التحليل لفديو الدكتور أحمد العربي أن أعلى نسبة تمثلت في العناوين التعليمية بنسبة 56% و أقل نسبة تمثلت في 44% حيث اعتمد بشكل كبير على العناوين التعليمية لتنظيم محتوى الحلقة وتوجيه تركيز المتلقي وتعد هذه العناوين من آليات الاتصال الفعال، حيث تستخدم هذه في المحتوى لتسهيل الفهم وضبط التدرج المنطقي للأفكار وتعزيز وضوح الرسالة .

ويصنف هذا النوع من العناوين ضمن أدوات التبسيط والتنظيم المعرفي التي تسهل في توصيل المحتوى بفعالية، عندما يكون الجمهور متنوع من حيث الخلفيات المعرفية، استخدم الدكتور أحمد العربي في المحتوى

لعاوين التعليمية مثل "كيف تتلذذ العبادات" أو "خطوات الوصول الى الخشوع" حيث يشير الى هيكلية الاتصالية للرسالة، بما يسهم في شد انتباه المتلقي وتسهيل استيعاب المعلومات .

كما يعكس هذا التوجه رغبة المتحدث في بناء الخطاب تعليمي لا يقتصر على التوجه الديني، بل يسعى الى نقل المعرفة وتغيير السلوك، وبالتالي فإن توظيف الدكتور أحمد العربي في محتواه للعناوين التعليمية لا يعد فقط اختياراً أسلوبياً بل هو إستراتيجية اتصالية واعية تعزز من وضوح الرسالة وتنظم محتواها وتزيد من فاعليتها من التأثير المعرفي .

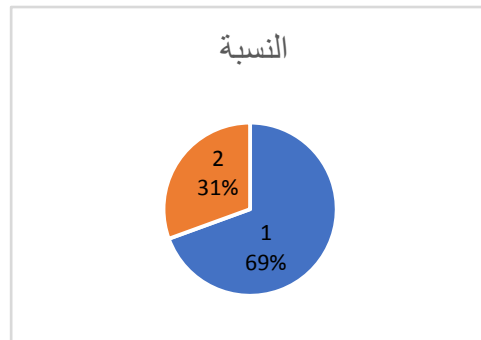
وكانت أقل نسبة هيا فئة العناوين التوجيهية في خطاب الدكتور أحمد العربي وتمثلت هذه العناوين في بعض التوجيهات المباشرة مثل "ابتعد عن الغفلة" أو "عليك أن تحضر قلبك في الصلاة" وهيا عبارات تحت المتلقي على الفعل أو الامتناع دون تقديم شرح تفصيلي.

حيث تصنف العناوين التوجيهية ضمن أدوات التأثير المباشر، خاصة تلك التي تتطلب أوامر واضحة وسريعة خصوصاً اذ لم يكن مصحوب بأسلوب إقناعي لذلك فإن انخفاض نسبة هذه العناوين في خطاب الدكتور أحمد العربي يعد دلالة على اختياره لأسلوب اتصالي قائم على الإقناع والمعرفة المبررة أكثر من الأوامر المباشرة.

ثانياً: تحليل البودكاست الثاني: تلذذ العبادات " القرآن الكريم"

📊 التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل للبودكاست الثاني تلذذ العبادات "القرآن":

الجدول رقم (13) يمثل فئة اللغة في "بودكاست القرآن" :



فئة اللغة	التكرار	النسبة
اللغة العربية الفصحى	25	69%
اللغة العامية (المصرية)	11	31%
المجموع	36	100%

الشكل رقم (15): يوضح نسبة فئة اللغة في "بودكاست القرآن"

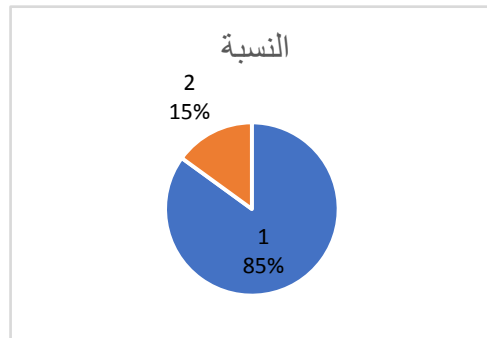
اظهر التحليل ان اعلى نسبة في فئة اللغة تمثل في اللغة العربية

الفصحى بنسبة 69% واللغة العامية (المصرية) بنسبة 31% لوحظ ان الدكتور احمد العربي اعتمد بشكل واضح على اللغة العربية الفصحى كلغة أساسية في تقديم المحتوى ،هذا الاختيار لم يكن اعتباطيا بل له دلالات اتصالية ودينية ،خاصة موضوع البودكاست يتمحور حول القرآن الكريم الذي نزل بلغة عربية فصيحة ،وهو ما يتطلب الحفاظ على نفس الطابع اللغوي لتقديس المعنى واحترام النص .

استخدام الفصحى اضفى على المحتوى بالجدة والهيبة ،كما ساعد في إيصال المعاني القرآنية بدقة ووضوح مما جعل الرسالة اكثر مصداقية وتأثير واختيار اللغة الفصحى في هذا السياق يسعى الى تعزيز جودة الاتصال الرسمي خاصة عندما يكون الموضوع مرتبط بالقيم والمعتقدات كما انه يساهم في بناء صورة ذهنية قوية للمتحدث على انه مرجع موثوق وهو ما يعد هدفا أساسيا للعملية الإقناعية .

اقتصرت ظهور اللغة العامية في بعض المواضيع لتوضيح المعاني او لتوصيل فكرة بشكل مبسط للجمهور وفي الأمثلة القريبة من الواقع لكنها لم تكن الأسلوب الغالب في المحتوى ،هذا التوازن مقصود ،اذ ان الطابع الديني والقرآني للبودكاست يتطلب المحافظة على قدسية اللغة مما يجعل الاعتماد على الفصحى امرا ضروريا في حيث تستخدم العامية فقط لتقريب بعض المعاني .

الجدول رقم (14): يمثل فئة الوسائط التوعيمية في "بودكاست القرآن "



الشكل رقم (16): يوضح نسبة فئة الوسائط التوعيمية في "بودكاست القرآن "

فئة الوسائط التوعيمية	التكرار	النسبة
الأصوات البشرية	17	85%
المؤثرات الصوتية (الموسيقى)	3	15%
المجموع	20	100%

أظهر التحليل ان اعلى نسبة في فئة الوسائط التديمية تمثلت في الأصوات البشرية بنسبة 85% والمؤثرات الصوتية بنسبة 15% كانت الأصوات البشرية مثل صوت الدكتور احمد العربي بصيغ متعددة مثل الخشوع والتركيز هي الوسيلة التديمية لنقل المشاعر ،هذا ما ساعد في تحفيز الاستجابة العاطفية لدى الجمهور .

الصوت البشري لم يكن مجرد وسيلة لنقل المعلومات بل كان أداة اتصالية فعالة في إيصال الإحساس بالرسالة ،مما يخلق ما يعرف بالتواصل العاطفي خصوصا عندما يستعمل بنغمة تعبر عن المشاعر والمعاني.

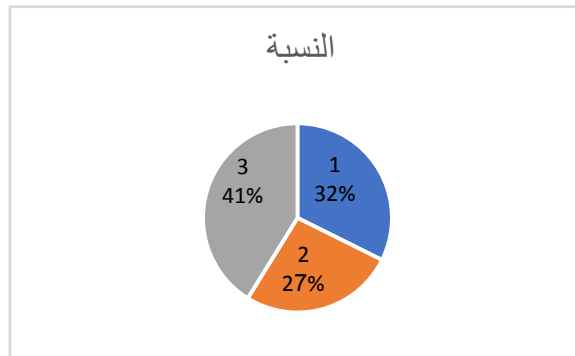
يستخدم الصوت البشري لاضفاء الطابع الإنساني القريب من الجمهور ،فإنه يسهم في بناء الثقة والمصادقية ويعزز التأثير على الجمهور واقناعه بفكرة معينة .

كانت المؤثرات الصوتية (الموسيقى) شبه غائبة وقليلة جدا ،لم تستخدم بشكل ملحوظ ،مما يعكس توجهها واعيا يتناسب مع طبيعة المحتوى الديني المرتبط بالقرآن .

تستخدم الموسيقى عادة في البودكاست لاحداث جذب او خلق جو درامي ،لكن في السياق الديني خاصة عندما يكون الحديث عن كتاب الله يفضل الابتعاد عنها . واختيار الوسائط يجب ان يكون دائما متناسق مع نوع الرسالة وطبيعة الجمهور .

📊 التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون للبودكاست الثاني تلذذ العبادات "القرآن"

الجدول رقم (15): يمثل فئة المواضيع في "بودكاست القرآن"



الشكل رقم (17): يوضح نسبة فئة المواضيع في "بودكاست القرآن"

فئة المواضيع (القرآن)	التكرار	النسبة
أهمية تدبر القرآن والعمل به	11	32%
مخاطبة العقل والوجدان	9	27%
علاقة المسلم اليومية بالقرآن	14	41%
المجموع	34	100%

أظهر التحليل أن أعلى نسبة في فئة المواضيع في بودكاست الدكتور أحمد العربي كانت علاقة المسلم اليومية بالقرآن بنسبة 41% وتليها أهمية تدبر القرآن والعمل به بنسبة 32% وأقل نسبة هي مخاطبة العقل والوجدان بنسبة 26%.

أكثر المواضيع حضوراً كانت حول علاقة المسلم اليومية بالقرآن، حيث ركز المتحدث على أهمية أن يكون القرآن جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للفرد، ليس فقط من خلال التلاوة بل التدبر والامتثال العملي بما جاء به، وقد قدم هذه الفكرة بشكل متكرر وبأساليب متنوعة، هذا ما يدل كونها المحور الأساسي في محتواه.

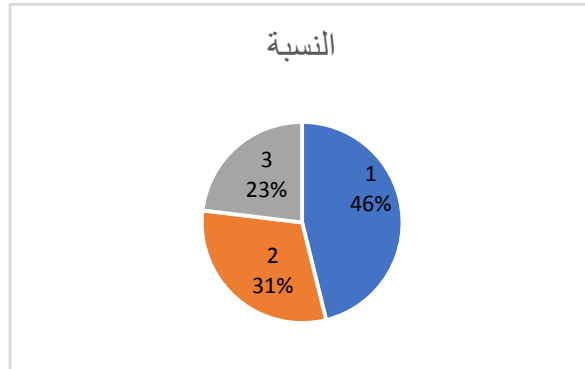
هذا التركيز يعد مثلاً على توظيف الرسالة الموجهة للجمهور حيث حدد الدكتور أحمد العربي هدفاً واضحاً وهو إعادة بناء الصلة اليومية بين المسلم والقرآن، وقد استعمل مجموعة من المؤثرات مثل السرد القصصي، الأمثلة الواقعية، الربط بين النصوص القرآنية والحياة اليومية.

فالدكتور أحمد العربي لا يكتفي بنقل المعلومات فقط بل يسعى إلى إحداث تغيير في سلوك المتلقي ومعتقداته إذ يسعى من خلال المحتوى الذي يقدمه إلى إعادة تشكيل العلاقة الاتصالية بين المسلم والقرآن بحيث تصبح مستمرة وتأملية بدل أن تكون موسمية.

في مقابل التركيز الكبير على علاقة المسلم اليومية بالقرآن، لوحظ أن موضوع مخاطبة العقل والوجدان كان أقل تناولاً في المحتوى، فقد اقتصر الإشارات إلى الجوانب العقلية والوجدانية على بعض المواضع الجزئية مثل الإشارة إلى أثر القرآن في تهذيب النفس أو إثارة التأمل في آيات دون التوسع في تحليل الأبعاد النفسية أو المنطقية للمحتوى. وهو ما قد يكون مقصوداً لتسهيل تقبل الرسالة من طرف الجمهور المتنوع من حيث الثقافات والخلفيات.

الجدول رقم (16) : يمثل فئة القيم في "بودكاست القرآن"

فئة القيم	التكرار	النسبة
الدينية	12	46%
الانسانية	8	31%



الاجتماعية	6	23%
المجموع	26	100%

الشكل رقم (18): يوضح نسبة فئة القيم في "بودكاست القرآن"

أظهر التحليل في فيديو الدكتور احمد العربي بأن اعلى نسبة تمثلت في القيم الدينية قدرت بـ 46% والقيم الإنسانية بنسبة 31% والقيم الاجتماعية بنسبة 23%

القيم الدينية كانت أكثر حضوراً في محتوى الدكتور أحمد العربي، فقد ركز بشكل كبير على أنّ القرآن هو كلام الله وأن تلاوته وتدبره عبادة تقرب المسلم الى ربه، كما ربط بين القرب من القرآن والفلاح في الدنيا والآخرة.

وقد قدم الدكتور أحمد العربي في محتواه هذه القيم ليس فقط بوصفها مبادئ دينية بل تعتبر مصادر يومية للسكينة النفسية والهداية والتنظيم الأخلاقي للحياة، هذا التوظيف لم يكن مجرد لتمرير معلومات دينية بلا بناء واعي سلوكي اتجاه القرآن.

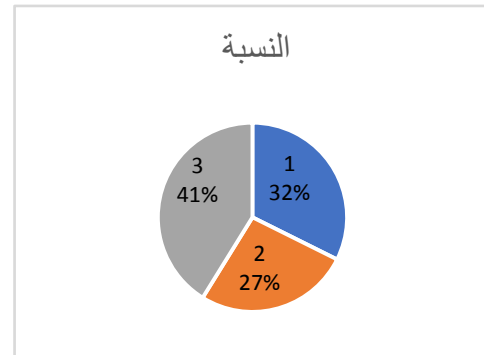
كما أن القيم تستخدم في الإتصال كمحدد لسلوك الفرد، إذ تسهم في تشكل إتجاهات والمواقف، فحين يبرز المتحدث ان قراءة القرآن تزرع التقوى وتقرب العبد من الله، حيث تعتبر القيم الدينية من انجع أساليب التأثير المباشر، خاصة حين تكون هذه القيم متجذرة ثقافياً ودينياً وهذا ما يجعل الرسالة الإتصالية تخاطب الوجدان الجمهور مما يزيد من تأثيرها وقوته

رغم غنى محتوى الدكتور أحمد العربي الا ان كانت اقل نسبة تمثلت في القيم الاجتماعية، لم يتم التركيز كثيراً على كيف يؤثر ارتباط المسلم بالقرآن في تحسين علاقته بالمجتمع او في بناء تواصل إنساني فعال، بل ظل المحتوى متمحوراً حول البعد الديني لعلاقة المسلم بالقرآن، كما ان غياب القيم الاجتماعية يحد من

شمولية الرسالة لأن القرآن لا يخاطب الفرد فقط كعبد لربه بل أيضا كعضو في المجتمع، ويعتبر ادماج القيم الاجتماعية عاملا مهما لجعل الرسالة أكثر شمولاً وارتباطاً بالواقع.

فئة المواضيع (القرآن)	التكرار	النسبة
أهمية تدبر القرآن والعمل به	11	32%
مخاطبة العقل والوجدان	9	26%
علاقة المسلم اليومية بالقرآن	14	41%
المجموع	34	100%

الجدول رقم (17) : يمثل فئة الأهداف في "بودكاست القرآن"



الشكل رقم (19): يوضح نسبة فئة الأهداف في "بودكاست القرآن"

أظهر التحليل أن أعلى نسبة في فئة المواضيع في بودكاست الدكتور أحمد العربي كانت علاقة المسلم اليومية بالقرآن بنسبة 41% وتليها أهمية تدبر القرآن والعمل به بنسبة 32% وأقل نسبة هي مخاطبة العقل والوجدان بنسبة 26%.

أكثر المواضيع حضوراً كانت حول علاقة المسلم اليومية بالقرآن، حيث ركز المتحدث على أهمية أن يكون القرآن جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للفرد، ليس فقط من خلال التلاوة بل التدبر والامتثال العملي بما جاء به، وقد قدم هذه الفكرة بشكل متكررواً بأساليب متنوعة، هذا ما يدل كونها المحور الأساسي في محتواه .

هذا التركيز يعد مثالا على توظيف الرسالة الموجهة للجمهور حيث حدد الدكتور أحمد العربي هدفاً واضحاً وهو إعادة بناء الصلة اليومية بين المسلم والقرآن، وقد استعمل مجموعة من المؤثرات مثل السرد القصصي، الأمثلة الواقعية، والربط بين النصوص القرآنية والحياة اليومية .

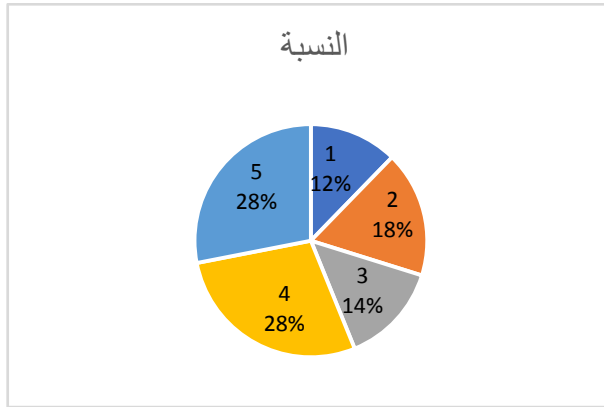
فالدكتور أحمد العربي لا يكتفي بنقل المعلومات فقط بل يسعى إلى إحداث تغيير في سلوك المتلقي ومعتقداته إذ يسعى من خلال المحتوى الذي يقدمه إلى إعادة تشكيل العلاقة الاتصالية بين المسلم والقرآن بحيث تصبح مستمرة وتأملية بدل أن تكون موسمية .

النسبة	التكرار	فئة الأساليب اللفظية
12%	7	سرد القصص
18%	10	استخدام الأمثلة
14%	8	الاقتباس
28%	16	أسلوب

في مقابل التركيز الكبير على علاقة المسلم اليومية بالقرآن، لوحظ أن موضوع مخاطبة العقل والوجدان كان أقل تناولاً في المحتوى، فقد اقتصر الإشارات إلى الجوانب العقلية والوجدانية على بعض المواضيع الجزئية مثل الإشارة إلى أثر القرآن في تهذيب النفس أو إثارة التأمل في آيات دون التوسع في تحليل الأبعاد النفسية أو المنطقية للمحتوى . وهو ما قد يكون مقصوداً لتسهيل تقبل الرسالة من طرف الجمهور المتنوع من حيث

الثقافات والخلفيات.

الجدول رقم (18) : يمثل فئة الأساليب اللفظية في " بودكاست القرآن "



الترغيب		
الترجمة	16	28%
للعامة	57	100%

الشكل رقم (20): يوضح نسبة فئة الأساليب اللفظية في "بودكاست القرآن"

نجد في بودكاست الدكتور أحمد العربي كانت أعلى نسبة في فئة الأساليب اللفظية تمثلت في الترجمة المصطلحات للعامة وأسلوب الترغيب بنفس النسبة قدرت ب 28% واستخدام الأمثلة بنسبة 18% والافتباس بنسبة 14% وسرد القصص بنسبة 12%. و كان الدكتور يعرف المصطلحات القرآنية و المفاهيم الدينية بلغة بسيطة ومفهومة، فيقوم بتفسير معاني التدبر أو الخشوع بأسلوب يقرب الفكرة في ذهن المتلقي مستخدماً تعابير عامة، الهدف من ذلك هو إزالة الحاجز اللغوي بين النص والمتلقي.

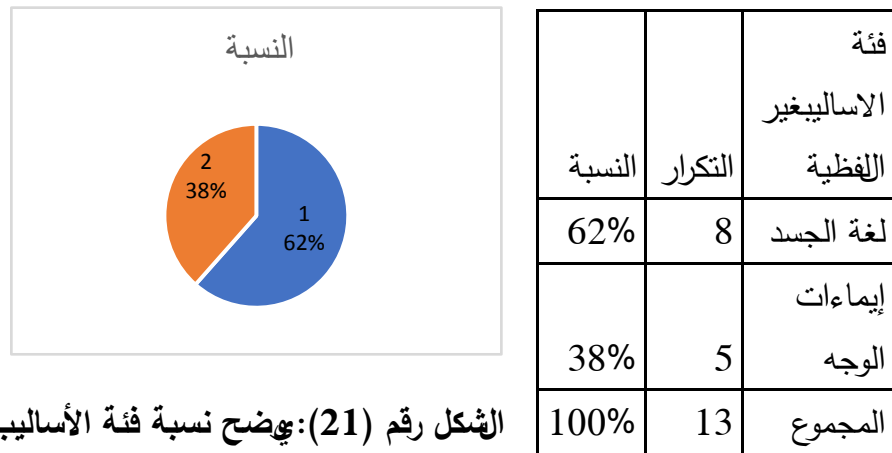
بحيث اعتمد الدكتور أحمد العربي أيضاً على ذكر فضائل القرآن وعظمة العلاقة اليومية معه، وفوائد قرائته وتدبره مستخدماً أسلوباً ترغيبياً مليءً بالتشجيع، ولم يركز على العذاب أو العقاب بل كان محتواه مفعماً بعبارة مثل "شرح الصدور، يجعل القلب مرتاحاً وغيرها من التعابير التي تحرك المشاعر نحو محبة القرآن.

يعتبر هذا الأسلوب نموذجاً مثالياً لتواصل مع الجمهور وهو مبدأ أساسي يعلمنا ان الرسالة تصاغ بلغة الجمهور وثقافتهم لكي تبني ثقة الجمهور بالمتحدث وتزيل الحواجز النفسية والفكرية وتوجيه الرسالة نحو الامل والنجاح وتجنب التهديد والضغط وتحفيز الجمهور على التفاعل بدافع الذاتي. استخدام الدكتور أحمد العربي لهذا الأسلوب يهدف الى بناء علاقة وجدانية بين المتلقي والقرآن وليس علاقة واجب أو خوف وهذا يعتبر من انجح الأساليب التي لها تأثير طويل الأمد.

رغم التأثير الكبير الذي يحدثه السرد القصصي في المحتوى الديني فإن الدكتور احمد العربي في هذا الفيديو لم يعتمد بشكل واضح فغياب القصص الواقعية من حياة الصحابة والتابعين التي كان يمكن توظيفها لايصال فكرة بطريقة شعورية.

يعتبر أسلوب القصصي احدى قوى التأثيرية فهو يتيح تكوين علاقة وجدانية بين المتحدث والجمهور وتحويل المعنى المجرد الى تجربة ملموسة ،فهذا النوع من الأساليب يفعل الذاكرة العاطفية لدى الجمهور ،ويسهم في نقل القيم والمفاهيم بطريقة غير مباشرة لكن عميقة الأثر.

الجدول رقم (19) :يمثل فئة الأساليب الغير لفظية في "بودكاست القرآن "



الشكل رقم (21):يوضح نسبة فئة الأساليب غير اللفظية في "بودكاست القرآن "

لقد أوضح ان اعلى نسبة في فئة الأساليب الغير لفظية في بوكاست القرآن تمثلت في لغة الجسد بنسبة 62% وإيماءات الوجه بنسبة 38% ،في الفيديو برزت لغة الجسد كوسيلة قوية للتأثير والاقناع حيث استخدم الدكتور احمد العربي تعابير جسدية متناسقة مع المحتوى الذي يقدمه

وظف حركات اليدين لتوضيح الفكرة والتأكيد على نقاط معينة ،انحناءات الرأس لتعبير عن الخشوع او التواضع عند الحديث عن القرآن وتغييرات في وضعية الجسد لابرار التفاعل الداخلي مع الموضوع ،هذه الحركات لم تكن عشوائية بل جاءت مدروسة ومرتبطة بالسياق العاطفي والمعنوي للرسالة ،ما زاد من قوة المحتوى الذي يقدمه وساعد على نقل المشاعر والمعاني بطريقة بصرية مكملة للكلام .

تعتبر لغة الجسد جزءاً أساسياً من الاتصال، تعزز المعنى أي تعبيرات الوجه وحركات اليدين تدعم المعاني وتوضح المقصود، إثارة الانتباه أي تغييرات في وضعية الجسد تخلق حركة ديناميكية تمنع الملل، بناء الثقة

والمصادقية أي لغة الجسد المتناغمة مع الكلام تظهر صدق

فئة الأساليب	التكرار	النسبة
--------------	---------	--------

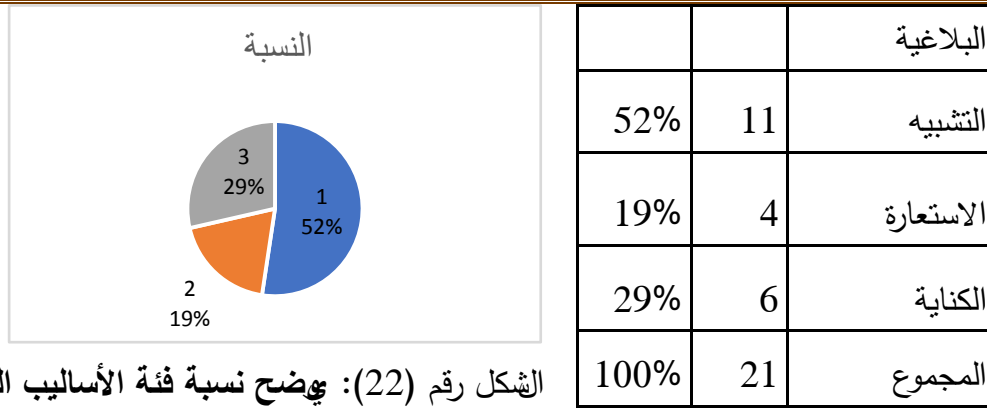
الرسالة .

استخدام الدكتور احمد العربي لهذا الأسلوب يظهر وعياً عميقاً بأهمية تكامل الرسالة وهو كمُكوّن أساسي ومهم في الاتصال الشامل .

رغم أهمية تعابير الوجه للتعبير عن المشاعر وتوصيل الإحساس الداخلي إلا أن لم يظهر تنوعاً كبيراً في إيماءات الوجه أثناء الحديث، كانت ملامحه في الغالب ثابتة تميل إلى الجدية والهدوء، وربما اختيار لهذا الأسلوب بهدف الحفاظ على الخشوع .

التنوع في تعابير الوجه مثل الابتسامة والدهشة قد يكون مقصوداً لتوجيه الانتباه نحو الكلمة والمعنى وليس نحو تعبيرات الوجه نفسها .

الجدول رقم (20) : يمثل فئة الأساليب البلاغية في "بودكاست القرآن "



الشكل رقم (22): يوضح نسبة فئة الأساليب البلاغية في

"بودكاست القرآن"

أظهر التحليل أن أعلى نسبة في فئة الأساليب البلاغية في بودكاست أحمد العربي تمثلت في التشبيه بنسبة 53% والكناية بنسبة 29% والاستعارة بنسبة 19%، في هذا الفيديو استخدم الدكتور أحمد العربي أسلوب التشبيه بكثرة لتقريب المعاني الروحية والمعنوية المتعلقة بالقرآن إلى ذهن المتلقي ومن الأمثلة على ذلك "تشبيه القرآن بالضوء الذي ينير الطريق" أو تشبيهه "العلاقة اليومية بالقرآن بالغذاء الذي يحتاجه القلب كل يوم" هذه التشبيهات جعلت المعاني قابلة للفهم وتصوير، وساهمت في إيصال الرسائل بأسلوب يحفز المخيل والوجدان معاً.

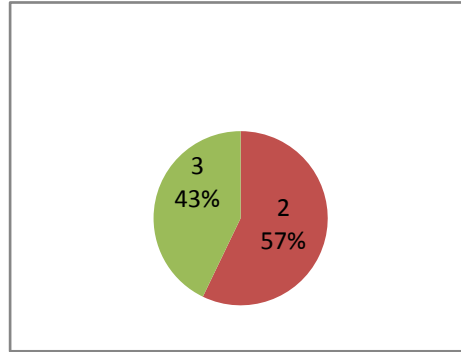
يساهم التشبيه من أهم أساليب البلاغية التأثيرية لأنه يبسط المفاهيم ويحولها إلى صور مألوفة ويساعد على ترسيخ الرسالة في ذاكرة المتلقي من خلال ربط الحسي والعاطفي ويضيف في جمالية اللغة حيث يجعل المحتوى أكثر جذباً وفعالية.

استخدام دكتور أحمد العربي لهذا أسلوب يدل على الوعي الاتصالي بكيفية جعل المحتوى الروحي قريباً من واقع الجمهور.

رغم ما تحمله الاستعارة من قوة جمالية وتأثير، إلا أن الدكتور فضل الابتعاد عن صور البلاغية التي تعتمد على المجاز، حيث يميل نحو محتوى مباشر وبسيط هذا الخيار يعكس رغبة في جعل الرسالة مفهومة وواضحة أمام الجمهور الواسع خاصته في سياق الديني يتطلب التركيز على دقة وشرح الواضح.

يساعد هذا الأسلوب في تبسيط الرسالة وتكييفها حسب الجمهور، يفضل أحياناً تجنب الأساليب البلاغية المعقدة مثل الاستعارة خاصة عندما يكون الهدف توجيه وأقناع الجمهور بالمحتوى الديني، وهذا ما يعزز من فعالية التواصل بين المرسل والمتلقي وهو ما يظهر بوضوح بأسلوب أحمد العربي

الجدول رقم (21): يمثل فئة الفاعلين في بودكاست القرآن



الشكل رقم (23): يوضح نسبة فئة الفاعلين في بودكاست القرآن

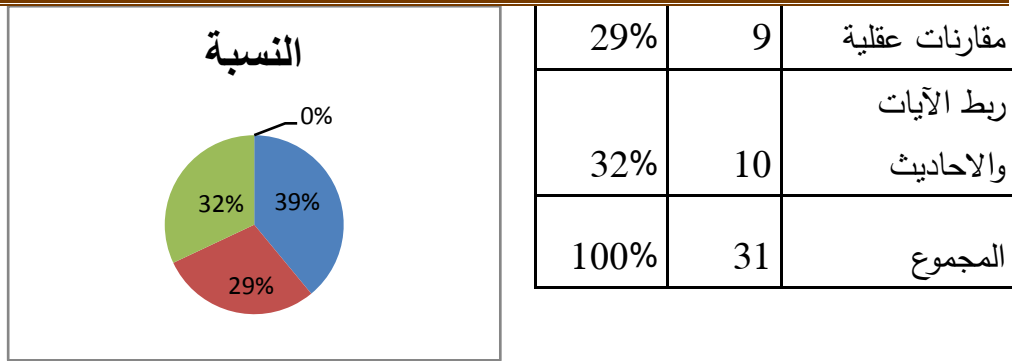
فئة الفاعلين	التكرار	النسبة
الدكتور احمد العربي	12	57%
اصحاب البودكاست	9	43%
المجموع	21	100%

تبين من خلال تحليل فئة الفاعلين أن أعلى نسبة كانت لدكتور احمد العربي قدرت ب 57% واقل نسبة لصاحب البودكاست بنسبة 43% لقد شكل العنصر الأساسي والمحوري لتقديم هذا المحتوى، حيث قام بدور المتحدث والموجه معتمدا على قدرته على تبسيط المفاهيم، واستحضار النصوص الشرعية وتوظيف أساليب لفظية وغير لفظية لإقناع المتلقي الاعتماد بشكل شبه كامل على الدكتور احمد العربي هذا ما يعكس على الخبرة وما يجعل الرسالة أكثر تأثيرا بسبب حضور شخصية واحدة تتمتع بالكفاءة والمصداقية هذا ما حققه الدكتور احمد العربي من خلال حضوره القوي حيث جمع بين الجانب العلمي والجانب الديني، مما جعله المتحدث الأنسب لمثل هذا النوع من المحتويات.

في المقابل اقتصر دور صاحب البودكاست على طرح الأسئلة دون ان يشارك بشكل كبير في شرح المحتوى او تقديم مداخلات معرفية او دينية، فإن ظهوره ضمن البودكاست محدود

الجدول رقم (22): يمثل فئة الاستمالات العقلية في "بودكاست القرآن"

فئة الإستمالات العقلية	التكرار	النسبة
حجج منطقية	12	39%



الشكل رقم (24): بيضحنسبة فئة الاستمالات العقلية في "بودكاست القرآن "

أظهر التحليل في بودكاست الدكتور أحمد العربي تلذذ العبادات القرآن ان اعلى نسبة هي إستمالة الحجج المنطقية بنسبة 39% وكذلك ربط الآيات والاحاديث بالعقل بنسبة 32% ومقارنات العقلية بنسبة 29%

كانت الحجج المنطقية اكثر الإستمالات توظيفاً حيث اعتمد الدكتور احمد العربي على تقديم مقدمات عقلية واضحة تؤدي الى نتائج منطقية ،مقل قوله "إذا كان القرآن كلام الله ،فمن المنطلق أن يكون هو الدليل الأسمى لحياتنا اليومية " أو " من يقرأ القرآن يومياً يبني علاقة روحية و عقلية تقيه من التشتت والضياع الفكري " هذا ما أكدته الدكتور في كلامه بأن هذا النوع من الحجج يعد من اهم أدوات الإقناع ،حيث يخاطب المتلقي عبر منطق وفكره ويساعده على استنتاج القناعة بنفسه بدلا من فرضها عليه ،وهو الذي يستخدم في التواصل المؤثر مع الجمهور أي يفضل التفسير والتحليل المنطقي .

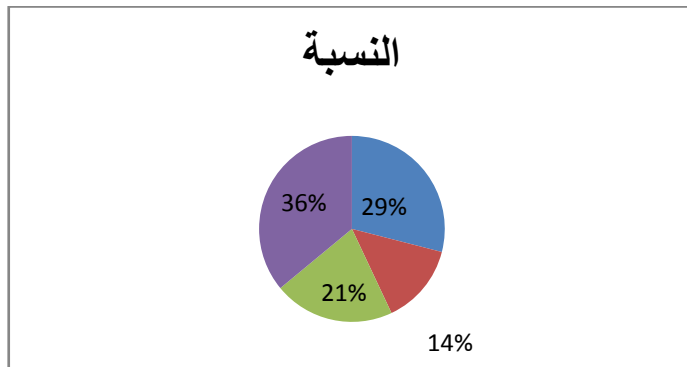
كما يظهر اعتماد الدكتور أحمد العربي على الحجج المنطقية وعياً بأهمية تنويع الأساليب الإقناعية في المحتوى لا سيما في المواضيع الدينية التي كثيراً ما ينظر اليها على أنها تعتمد فقط على الجانب العاطفي بإضافة الحجج العقلية يصبح المحتوى اكثر توازناً وتأثيراً ،ويتيح للمتلقي ان يتفاعل فكراً مع الرسالة ، وبالتالي فإن استخدام الحجج المنطقية في هذا المحتوى يجسد احدى ابرز وضايف الاتصال الإقناعي وهي تمكين المتلقي من بناء قناعة واعية تستند على الحجة غير العاطفة فقط .

رغم الحضور للإستمالات العقلية إلا ان نسبة المقارنات العقلية جاءت بشكل محدود فقل اعتماده على هذه الاستمالة الا انها جاءت في أوضاع مختلفة مثل مقارنة من يقرأ القرآن ومن يجهره او بين اثر القرآن على واثر الكتب البشرية ،وغالبا ما جاءت ضمنية دون تفصيل .

تعد المقارنات العقلية إحدى أهم أدوات الاتصال الإقناعي حيث تساعد المتلقي على فهم الفكرة من خلال وضعها في مقابل فكرة أخرى ،هذا الأسلوب يسهل على الجمهور ادراك الفوارق واتخاذ موقف فكري واضح

اتجاه الفكرة المطروحة ،وقله استخدام هذا النوع يعود الى اختيار استراتيجية من قبل المتحدث حيث فضل التركيز على الحجج المباشرة بدل المقارنة وهدفه الأساسي تعزيز العلاقة اليومية و العملية بالقرآن اكثر من مناقشة بدائل متعارضة.

الجدول رقم (23) : يمثل فئة الاستمالات العاطفية في "بودكاست القرآن"



فئة الإستمالات العاطفية	التكرار	النسبة
قصص مؤثرة	12	29%
تصوير العبادات كملاذ روعي	6	14%
ربط العبادات بالحب	9	21%
إستخدام أصوات مليئة بالخشوع	15	36%
المجموع	42	100%

الشكل رقم (25): يوضح نسبة فئة الاستمالات العاطفية في "بودكاست القرآن"

في فيديو الدكتور أحمد العربي تلذذ العبادات القركانت اعلى نسبة في فئة الاستمالات العاطفية تمثلت في استخدام أصوات مليئة بالخشوع بنسبة 36% استمالة القصص المؤثرة بنسبة 21% وربط العبادات بالحب بنسبة 21% وتصوير العبادات كملاذ روعي بنسبة 14% ،اعتماد الدكتور احمد العربي في محتواه على استخدام الأصوات المليئة بالخشوع كأقوى عنصر عاطفي ،وظهرت هذه النبرة بشكل واضح عند تلاوته للآيات او عند حديثه عن اثرالقرآن في النفس ،حيث خفض صوته وتكلم بهدوء وتعتمد الوقوف احيانًا لاعطاء شعور للكلام ،هذا الأداء الصوتي لم يكن مجرد طريقة في الالتقاء ،بل كان وسيلة متعمدة لخلق جو روحاني يساعد على تهيئة المتلقي نفسيًا والتأثر .

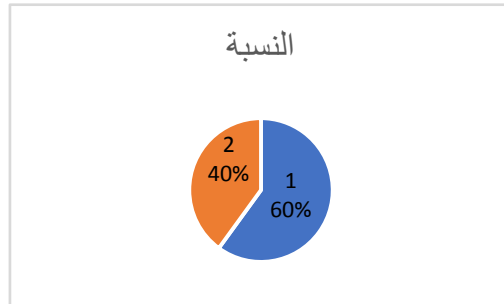
هذا النوع من الاستمالات العاطفية له تأثير مباشر على المتلقي ،اذ يثير في داخله مشاعر الطمأنينة،التذوق للعبادة والرغبة في الاقتراب من الله ، فالدكتور احمد العربي إستخدم هذا الصوت كوسيلة للإقناع والتعبير عن صدق نيتهم وعمق تجربتهم الإيمانية .

اعتمد في هذا المحتوى على تحريك مشاعر الجمهور بدل الإعتماد فقط على المنطق ،وهو أسلوب فعال في المحتوى الديني لانه يخاطب الحاجة العاطفية والروحية للجمهور ويساهم في تغيير مواقفهم ، وكذلك يعمل على تحسين صورته حيث يترسخ في ذهن المتلقي ان المتحدث شخص خاشع متأثر بكلام الله ،قريب من الجمهور وهي صورة تضمن له الاستماع المستمر .

رغم الأثر القوي للفيديو الا ان الاستمالة العاطفية الأقل توظيفا تمثلت في تصوير العبادات وخاصة القرآن كملاذ روحي للهروب من ضغوط الحياة او كعلاج نفسي مباشر،لم يكن التركيز على فكرة ان المسلم يلجأ للقران كوسيلة للراحة النفسية او كمصدر للهروب من القلق والتوتر بل تمحور البودكاست حول عظمة القرآن كمصدر للهداية والتكليف والارتباط الروحي ومع الله اكثر من كونه ملجأ نفسيا مؤقتاً.

غياب هذا النوع من الرسائل في الفيديو يهر ان الاستراتيجية الاتصالية للدكتور احمد العربي كانت موجه اكثر نحو ترسيخ الوعي الديني والسلوكي لا نحو مخاطبة الضغوط النفسية او المشاكل الاجتماعية ،وهذا يعطي للخطاب طابعا تعليميا شرعيا اكثر من كونه وجدانيا .

الجدول رقم (24) : يمثل فئة نوع العناوين في " بودكاست القرآن "



الشكل رقم (26): يوضح نسبة فئة نوع العناوين في " بودكاست القرآن "

فئة نوع العناوين	التكرار	النسبة
التوجيهي	9	60%
التعليمي	6	40%
المجموع	15	100%

أظهر التحليل ان اعلى نسبة في بودكاست القرآن فئة نوع العناوين تمثلت في العناوين التوجيهية بنسبة 60% واقل نسبة تمثلت في

العناوين التعليمية بنسبة 40% ،حيث استخدم العناوين التوجيهية بشكل بارز ، ووظُفت لتوجيه المتلقي نحو سلوك او فهم معين مثل كيف تتلذذ العبادات ،"ما الذي يمنعك من التفاعل مع كلام الله " القرآن رسالة لك

فهل نقرأها بوعي ؟ هذا النوع لا تكتفي بعرض الموضوع ، بل تسعى الى توجيه ذهن المتلقي مباشرة نحو موقف او سلوك ،مما يجعلها أداة فعالة في التأثير والإقناع .

يعد العنوان المدخل الأول للرسالة وهو ما يعرف بالانطباع الأول ،عندما يكون العنوان توجيهيا ،فإنه يستخدم كأسلوب اقناعي قوي يحدد طريق تلقي الرسالة ،حيث يتم التحكم في زاوية عرض الموضوع .

تستخدم العناوين التوجيهية لخلق حالة وعي الجمهور حول سلوك مثل الالتزام بالعبادات، او فهم اعمق للنصوص كما انها تسهم في توجيه رأي المتلقي لتأثير على سلوكه واتجاهاته وإقناعه .

العناوين التعليمية لم تكن بارزة ، اذ ظهرت بنسبة 40% مقارنة بالعناوين التوجيهية .

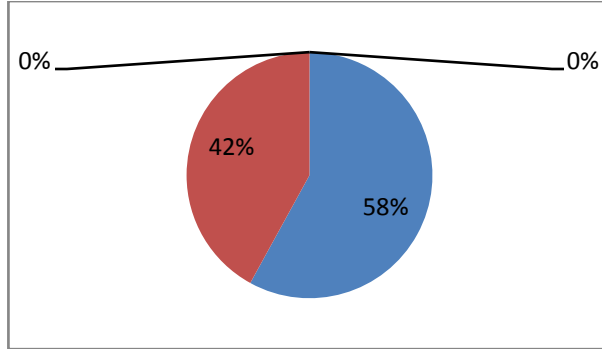
تهدف العناوين التعليمية عادة ما تهدف الى نقل المعلومة مباشرة او شرح موضوع محدد بطريقة موضوعية مثل مفاهيم حول التدبر في القرآن ومبادئ قراءة تفسيرية صحيحة لكن في البودكاست ،تم الابتعاد عن هذا النوع من العناوين ،لان الهدف لم يكن فقط تعليميا ،بل تأثيريا وروحيا مما يفسر التركيز الأكبر على التوجيه والاثارة العاطفية .

ثالثا: تحليل البودكاست الثالث: تلذذ العبادات " الذكر "

التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل للبودكاست الثالث تلذذ العبادات " الذكر "

تمهيد : يمثل هذا التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل المفردات العينة من حلقة تلذذ العبادات "الذكر"

الجدول رقم (25) يمثل اللغة المستخدمة في "بودكاست الذكر"



فئة اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة
اللغة العربية الفصحى	25	58%
اللهجة العامية (المصرية)	18	42%
المجموع	43	100%

الشكل رقم (27): يوضح نسبة اللغة المستخدمة في "بودكاست الذكر"

أظهرت الدراسة التحليلية لفئة اللغة المستخدمة أن أعلى نسبة هي اللغة العربية الفصحى التي قدرت ب

58% وأدنى نسبة هي اللهجة العامية (المصرية) 42% تُعد اللغة العربية الفصحى المكوّن اللغوي الأبرز

في بودكاست الذكر، حيث كشفت نتائج التحليل أن هذه الفئة تشكّل 58% من إجمالي اللغات المستعملة في الخطاب، مما يدل على حضورها الطاعي داخل البنية النصية للمحتوى الديني المُقدّم. هذا الاستخدام المكثّف للفصحى لا يمكن قراءته بوصفه خيارًا لغويًا محايدًا، بل يجب فهمه في ضوء السياق العام للخطاب الدعوي والروحي الذي يتطلب لغة ذات طابع خاص، تحمل الخصائص الاتصالية والرمزية الملائمة لطبيعة الرسالة الدينية. في هذا السياق، تؤدي اللغة العربية الفصحى في بودكاست الذكر أدوارًا متعدّدة تتجاوز البعد التواصلية المحض، إذ ترتبط بشكل وثيق بالمرجعية الدينية للمحتوى، وتُستحضر بوصفها اللغة الأصلية للقرآن الكريم، والوعاء اللغوي للحديث النبوي، والمفتاح الرئيسي لفهم النصوص الشرعية وتأويلها. من هذا المنطلق، فإن الفصحى في هذا الخطاب لا تكتفي بوظيفة الإبلاغ أو التفسير، بل تضطلع بدور الإقناع، والتأثير، وإثارة الوجدانيات، فضلًا عن دورها في بناء مشروعية الخطاب. وقد عبّر الدكتور أحمد العربي عن هذا الوعي اللغوي في أكثر من موضع من حلقات بودكاست الذكر، مؤكّدًا أن اختيار الفصحى لا ينبع من تفضيل شخصي أو ذوق تعبيرية، بل من إدراك عميق بقُدسية الخطاب الديني، وحاجته إلى لغة ترتقي إلى

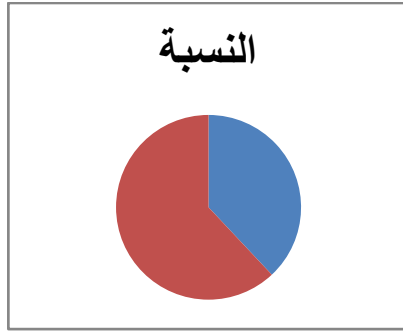
مستوى الرسالة المُقدّمة. ففي إحدى الحلقات، قال: "اللغة التي نخطب بها الناس في أمر دينهم يجب أن تكون هي اللغة التي نزل بها الوحي، لا فقط لأن الناس تفهمها، بل لأنها لغة الوحي، ومن خلالها تُستحضر المهابة والخشوع والتعظيم". كما يتجلّى هذا الحضور القوي للفصحى في الطريقة التي يُبنى بها الخطاب داخل البودكاست؛ حيث تعتمد معظم الحلقات على افتتاحيات دينية تبدأ غالباً بآيات قرآنية أو أدعية مأثورة، تتبعها شروحات وتفسير يتم عرضها بلغة عربية سليمة، تتراوح بين المستوى الكلاسيكي والمستوى المتوسط للفصحى، ما يعكس حرص المتحدث على التوفيق بين سلامة اللغة وسهولة التلقي. هذا التوازن يسمح بخلق جوٍّ من الألفة والهيبة في آنٍ واحد، ويجعل الفصحى أداة فعّالة في نقل المعرفة الدينية مع المحافظة على أصالتها. ومن الناحية التداولية، تُسهم الفصحى في بناء علاقة تواصلية ذات طابع هرمي نوعاً ما، إذ يظهر المتحدث بوصفه العالم أو الداعية الذي يُقدّم معرفة موثوقة، في حين يتلقى الجمهور هذه المعرفة ضمن إطار من التقدير والاحترام، مما يعزّز من فعالية التأثير الإقناعي. كما أن طبيعة المصطلحات الدينية، ومفاهيم العقيدة، والفقه، والسلوك الروحي، تتطلب استخداماً دقيقاً ومنضبطاً لغوياً، وهو ما لا يمكن تحقيقه خارج إطار الفصحى. علاوة على ذلك، فإن استخدام العربية الفصحى يمنح الخطاب صبغة توحيدية، بما أن جمهور البودكاست قد ينتمي إلى لهجات مختلفة داخل العالم العربي، إلا أن الفصحى تبقى القاسم المشترك الذي يضمن فهم الرسالة بشكل موحد، ويُفقد الخطاب أي طابع محلي ضيق، مما يعزّز من شموليته وانتشاره. بناءً على ما سبق، يمكن القول إن الفئة اللغوية العربية الفصحى في بودكاست الذكر لا تمثل مجرد نسبة رقمية (58%)، بل تعبّر عن توجّه استراتيجي مدروس في صناعة الخطاب الديني الرقمي، حيث تُوظّف الفصحى بوصفها عنصراً جوهرياً في تحقيق الغرض الدعوي، وبناء التأثير الروحي، وتوفير الإطار المعرفي الملائم لمعالجة قضايا الدين والسلوك.

— تمثل اللغة العامية نسبة 42% من إجمالي اللغة المستخدمة في حلقات بودكاست الذكر، ما يجعلها الفئة الأقل استخداماً مقارنة بالعربية الفصحى. وعلى الرغم من أن هذه النسبة تُعدّ معتبرة نسبياً، إلا أن انخفاضها يُفهم ضمن السياق العام للخطاب الديني، الذي يتطلب قدرًا من الجديّة والوقار غالباً ما يتم التعبير عنه بالفصحى. غير أن توظيف العامية في هذا السياق لا يعني تراجعاً في جودة الخطاب أو سطحية في المضمون، بل يُعدّ مكوناً استراتيجياً يوظّف بوعي لأغراض اتصالية معيّنة تتكامل مع الفصحى ولا تتعارض معها. في تحليل مضمون الحلقات، يظهر أن الدكتور أحمد العربي يستخدم اللغة العامية بشكل انتقائي وموجّه، وغالباً ما تظهر في مقاطع معيّنة من الحلقات، خاصة عند التفاعل مع تجارب الناس اليومية، أو عند ضرب الأمثلة الواقعية، أو أثناء توجيه الرسائل الإرشادية بأسلوب قريب من المتلقي. ويُلاحظ أن العامية

تُستخدم لإضفاء طابع عفوي وحميمي على الخطاب، يساهم في كسر الجفاف المعرفي الذي قد تسببه اللغة الفصحى الصارمة في بعض الأحيان، ويساعد على تقريب الفكرة من الجمهور بطريقة بسيطة وسلسة. وقد أشار الدكتور أحمد العربي ضمناً إلى هذه الوظيفة في إحدى حلقاته حين قال: "أحياناً، الكلام بالفصحى يُشعر الناس بأن الخطاب بعيد عن واقعهم، لذلك نحتاج إلى لغة تدخل البيوت والقلوب من غير تكلف." هذه العبارة تلخص الفلسفة الاتصالية التي تحكم حضور العامية في بودكاست: إنها ليست لغة بديلة، بل مكملّة، تُستعمل حين تقتضي الحاجة إلى خلق نوع من القرب النفسي والمعنوي مع المتلقي. ومن الناحية التداولية، فإن إدماج العامية في الخطاب يمنح المحتوى بعداً واقعياً وعملياً، خصوصاً في المواضيع التي تتعلق بالسلوكيات اليومية، أو العادات الاجتماعية، أو المواقف الحياتية التي يعيشها الجمهور. على سبيل المثال، عند الحديث عن مشكلات الأسرة، أو علاقات الجوار، أو سلوكيات الشباب، يستخدم الدكتور العربي تعابير دارجة من البيئة المصرية، ما يجعل الرسالة أكثر انخراطاً في السياق المحلي، ويزيد من احتمال تأثر الجمهور بها. ومع ذلك، فإن استخدام العامية في الذكر يظل مضبوطاً وغير مفرط، ويحرص الدكتور أحمد على أن لا تغطي على بنية الخطاب، حرصاً على الحفاظ على المرجعية الدينية والهيبة اللغوية التي يتطلبها المقام. ولهذا السبب، تظل نسبتها أقل من الفصحى، بما يعكس التوازن بين البعد المعرفي والبعد العاطفي في الخطاب. تُستخدم العامية أيضاً كأداة لإحداث تنويع إيقاعي داخل النص الصوتي، إذ تسهم في كسر رتابة الإلقاء الفصيح، وتمنح المستمع نوعاً من الراحة اللغوية والانسياب، مما يعزز التركيز والانتباه.

ويُلاحظ أن المتحدث يوظف العامية في ختام بعض الفقرات أو عند الانتقال بين الموضوعات، مما يُكسب النص حيوية طبيعية، تُقرب المتحدث من المتلقي وتُبقّيه مندمجاً في سياق الحلقة. في ضوء ما سبق، يمكن القول إن انخفاض نسبة استخدام العامية لا يعكس ضعفاً وظيفياً، بل يشير إلى وعي تواصلية متقدم، يراعي طبيعة الخطاب الديني الذي يحتاج إلى الجدية من جهة، وإلى القرب الإنساني من جهة أخرى. فاخترار العامية في بودكاست الذكر ليس عشوائياً، بل هو اختيار محسوب يُستعمل في المواضيع التي تستدعيه، ويُسهم في تحقيق الانسجام بين غايات الإقناع، والتأثير، والتفاعل مع الجمهور.

الجدول رقم (26): يمثل فئة الوسائط التذعيمية "البودكاست الذكر"



فئة الوسائط التذعيمية	التكرار	النسبة
الموسيقى	18	38%
أصوات بشرية	29	62%
المجموع	47	100%

الشكل رقم (28): يوضح نسبة فئة الوسائط التذعيمية "البودكاست الذكر"

أظهرت نتائج التحليل لفئة الوسائط التذعيمية أن أعلى نسبة تمثلت في الأصوات البشرية 62% وأدنى

نسبة هي استخدام الموسيقى التي قدرت ب 38%

تعتمد المضامين السمعية في بودكاست الذكر على توظيف الوسائط التذعيمية بشكل مدروس يعكس طبيعة الخطاب الديني وأهدافه التوجيهية الإقناعية وتأتي الأصوات البشرية في مقدمة هذه الوسائط بنسبة تبلغ 62% من مجموع الوسائط المستخدمة وهو ما يُبرز بوضوح الرهان الأساسي الذي يعتمده القائمون على البودكاست والمتمثل في تفعيل العنصر البشري الصوتي كوسيلة مركزية في بناء الخطاب ونقل المعنى والتأثير في المتلقي وتشمل هذه الأصوات بالدرجة الأولى صوت الدكتور أحمد العربي الذي يُعد المتحدث الرئيس وناقل المحتوى الديني والإرشادي وهو الصوت الذي يطغى على المسار العام للحلقة ويضطلع بوظيفة محورية لا تتوقف عند حدود الإلقاء وإنما تمتد إلى التوجيه التربوي والتأثير النفسي والوجداني إذ يُوظف المتحدث صوته بطريقة مقصودة تقوم على التنعيم الهادئ والنبرات المختلفة بحسب طبيعة المواضيع المتناولة مثل العقيدة الأخلاق العبادات أو العلاقات الاجتماعية فيتدرج في الإلقاء بين التفسير والإقناع وبين التحذير والنصح كما يستثمر التوقيفات المقصودة لإثارة الانتباه وإعطاء مساحة للتأمل إضافة إلى ذلك يظهر صوت هلال السيد صاحب البودكاست بشكل ثانوي وغالباً ما يقتصر على المداخل التمهيدية والتعريف بالحلقة والضيف أو المداخل الختامية التي تشكر الجمهور وتدعوهم للمتابعة والتفاعل وهذا الحضور المحدود لا يقلل من أهمية صوته بل يُبرز نوعاً مختلفاً من التوظيف الصوتي حيث يؤدي دوراً تنظيمياً يوظف السياق العام للحلقة ويسهم في خلق توازن بنائي بين الرسالة والمستقبل وتُظهر هذه النسبة المرتفعة من الأصوات البشرية اختياراً استراتيجياً متعمداً في بناء البودكاست يقوم على إعلاء شأن الكلمة المنطوقة والصوت البشري الصادق بعيداً عن الإكثار من المؤثرات الصوتية أو الموسيقى التي قد تُضعف من حضور المعنى أو تخرجه عن طابعه الديني الجاد فالبودكاست لا يسعى لإبهار المستمع من خلال المؤثرات التقنية بل يركّز على بناء خطاب تواصلية يتسم بالرصانة والهدوء والاعتزان وهي خصائص

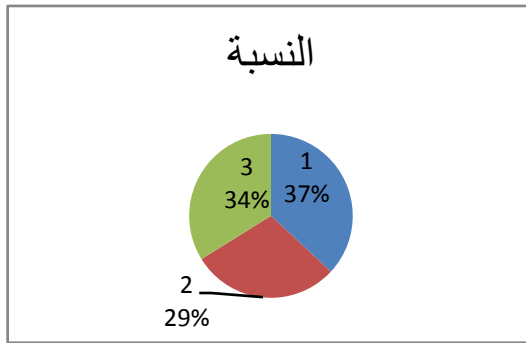
تتماشى مع الطبيعة المعرفية والروحانية التي يقتضيها الخطاب الدعوي كما أن توظيف الصوت البشري في هذا السياق يعكس وعياً بأهمية التواصل الإنساني المباشر في ترسيخ المعاني الدينية إذ أن الإنسان يتفاعل مع الإنسان أكثر مما يتفاعل مع آلة أو مؤثر تقني ولهذا فإن اعتماد الأصوات البشرية بهذا الشكل الكثيف يدل على رغبة في إضفاء الطابع الحي على الخطاب وفي خلق علاقة وجدانية قوية بين المتحدث والجمهور تتيح للمستمع أن يشعر بالقرب من المتكلم وأن يتفاعل مع نبرته وحضوره وتوجيهاته بشكل أكثر تلقائية وفاعلية.

تشكل الموسيقى نسبة أقل ضمن الوسائط التذميمة المستعملة في بودكاست الذكر، حيث بلغت 38% فقط، ما يعكس توجهاً تحريراً واعياً يتماشى مع طبيعة الخطاب الديني وخصائصه التواصلية التي تميل إلى الرصانة والوقار. فالموسيقى، وإن حضرت، فإنها تُوظف بشكل محدود ووظيفي، غالباً في مقدمة الحلقات أو في فواصل قصيرة، وقد تكون موسيقى هادئة وخالية من الكلمات، تُستخدم لخلق انتقال سلس بين المقاطع دون أن تغطي على المحتوى الأساسي. هذا التوظيف المحدود للموسيقى ينسجم مع خلفية جمهور البودكاست، الذي يُتوقع أنه يفضل خطاباً دينياً جاداً لا يبالغ في العناصر التزيينية، كما أن بعض الاتجاهات الدينية قد تتحفظ على استخدام الموسيقى في المضامين الدعوية، وهو ما قد يفسر ميل المنتج إلى تقليص حضورها دون إلغائها كلياً. فهي لا تؤدي وظيفة جمالية أو ترفيهية، بل توظف كعنصر تقني يساعد على ضبط الإيقاع العام للحلقة وإراحة ذهن المستمع دون تشويش على مضمون الرسالة. وعليه، فإن نسبة 38% تعبر عن حضور محسوب ومحدود للموسيقى، يكشف عن موازنة دقيقة بين البعد الجمالي للتسجيل الصوتي ومتطلبات الخطاب الديني، بما يحقق الانسجام بين الشكل والمحتوى دون الإخلال بالمقاصد الإرشادية للبودكاست.

📊 التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون لعينة من حاقة بودكاست تلذذ العبادات "الذكر"

تمهيد : يتبين ان التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون لمفردات العينة من حلقة بودكاست تلذذ العبادات "الذكر" من خلال عرض الجداول الآتية :

جدول رقم (27): يمثل فئة المواضيع "البودكاست الذكر"



الشكل رقم (29): يوضح نسبة فئة المواضيع لبودكاست الذكر

فئة المواضيع (الذكر)	التكرار	النسبة
أهميته في حياة المسلم	24	37%
أنواع الذكر وأثرها الأخلاقي	19	29%
الذكر وسيلة للأمان والطمأنينة	22	34%
المجموع	65	100%

أظهرت نتائج تحليل الدراسة لفئة المواضيع أن أعلى نسبة تمثلت في أهمية حياة المسلم التي قدرت بـ 37% يليها الذكر وسيلة للأمان والطمأنينة بنسبة 34% في حين سجلت أدنى نسبة تمثلت في أنواع الذكر أثرها الأخلاقي بنسبة 29%

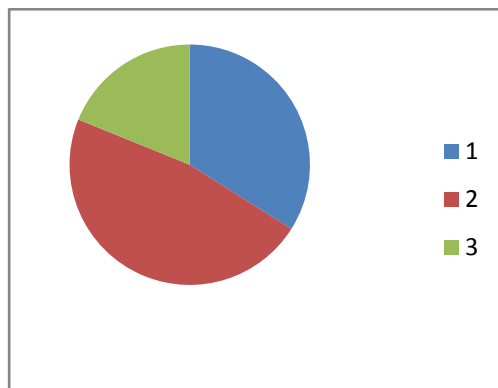
تُعد فئة "أهمية الذكر في حياة المسلم" التي احتلت نسبة 37% من مضمون الفيديو المدروس، مؤشراً دالاً على أن - الدكتور أحمد العربي - لا يتعامل مع الذكر بوصفه مجرد عبادة من العبادات القولية، بل يقدمه كمنهج حياة شامل، ومقوم أساسي في بناء الإنسان المسلم روحياً ونفسياً وسلوكياً. وهذه النسبة المرتفعة تعكس استراتيجية واعية في الانتقاء الموضوعي، تقوم على تقديم الذكر كأداة علاجية شاملة للواقع الفردي والاجتماعي، مما يمنح هذا الموضوع أهمية وظيفية تتجاوز الجوانب العقيدية والشرعية إلى أبعاد أكثر التصاقاً بالحياة اليومية للمتلقي. في عدة مقاطع من البودكاست، يذهب الدكتور أحمد العربي إلى أن الذكر هو "سلاح المسلم الصامت" الذي يعينه على مقاومة ضغوط الحياة، ويُبقي صلته بالله حيّة، مهما تباعدت المسافات وانشغل الإنسان في دوامة الواقع. يقول في أحد المقاطع: "الذكر هو شحن يومي للروح، لا يمكن للقلوب أن تستقيم دونه، لأن الإنسان بدون ذكر يعيش في خواء داخلي يجعله عرضة للتقلبات النفسية والتأثر بالماديات". هذا الطرح يُظهر بوضوح كيف أن الذكر، وفقاً لرؤية الدكتور، ليس فقط فعلاً تعبدياً، بل هو نظام حماية نفسي وروحي يجعل المسلم أكثر اتزاناً واستقراراً في مواجهة صعوبات الحياة. كما يربط الدكتور بين الذكر والطمأنينة ربطاً مباشراً وواعياً، مستشهداً بقوله تعالى: "ألا بذكر الله تطمئن القلوب"، وهي آية

جعل منها مرتكزاً ثابتاً يعود إليها كلما أراد أن يؤكد على الأثر العميق للذكر في معالجة القلق، والتوتر، وحتى الاكتئاب الذي يعاني منه كثير من الناس في العصر الحديث. فالذكر، من هذا المنظور، لا يُفهم بوصفه طقساً دينياً منعزلاً عن الواقع، بل ممارسة حياتية قابلة للتطبيق اليومي، تحقق التوازن الداخلي، وتحفز الإنسان على مواجهة تحدياته بإيمان وسكينة. وما يعزز هذا التحليل هو أن الدكتور أحمد العربي يتعمد، من الناحية الأسلوبية، أن يربط موضوع الذكر بسياقات حياتية معيشة، فيقدمه للمتلقي بوصفه علاجاً للغضب، ودواءً للحزن، وسنداً في لحظات الضعف، ومصدراً للقوة المعنوية. كما يوضح في مقاطع أخرى كيف أن الذكر المستمر يقوّي الإرادة، وينمي القدرة على الصبر والتحمل، ويجعل الإنسان أكثر قدرة على اتخاذ قرارات رشيدة، لأنه يستحضر الله في كل لحظة، مما يعكس أثر الذكر الأخلاقي والتربوي أيضاً، وليس فقط النفسي والروحي. إن تقديم الذكر بهذا الزخم - كما يبرز في نسبة 37% - يكشف عن رؤية دعوية متكاملة، تجعل من الذكر عنصراً محورياً في إصلاح الفرد والمجتمع. وهذا الاتجاه ينسجم مع الأطر الحديثة للخطاب الديني الرقمي، الذي يسعى إلى أن يكون أكثر قرباً من الناس، وأكثر قدرة على معالجة قضاياهم الواقعية، من خلال مفاهيم إسلامية أصيلة، ولكن بطرح جديد بسيط وعميق في آن واحد. ولا يخفى أن الذكر - في تناول الدكتور أحمد العربي - يُستخدم أيضاً كأداة لتحقيق التزكية الذاتية، التي تُعد من أهداف الرسالة النبوية، كما في قوله تعالى: "هو الذي بعث في الأميين رسلاً منهم يتلو عليهم آياته ويزكيهم". وفي هذا السياق، يصبح الذكر بمثابة ركيزة رئيسية في المشروع التربوي الإسلامي، لا تقتصر على الفرد فحسب، بل تمتد آثارها إلى المحيط الأسري.

تشير النسبة المنخفضة نسبياً التي حصلت عليها فئة "ذكر أنواع الذكر وأثرها الأخلاقي" والتي بلغت 29%، إلى أن صانع المحتوى، الدكتور أحمد العربي، وإن كان قد تطرق إلى هذه الفئة، إلا أنه لم يمنحها ذات التركيز الذي خُصص لفئة "أهمية الذكر في حياة المسلم". ويُفهم من هذه النسبة أن الخطاب الدعوي في الفيديو يميل إلى ترسيخ القيمة العامة للذكر باعتباره ممارسة روحية شاملة، أكثر من تفصيل أنواعه أو إبراز أثره المباشر في السلوك الأخلاقي للمسلم. ورغم أن 29% تبقى نسبة معتبرة، إلا أن معالجتها جاءت في إطار توضيحي محدود، غالباً ما يظهر بشكل عرضي أثناء الحديث عن أهمية الذكر ككل. ففي عدد من المقاطع، يذكر الدكتور أنواعاً من الذكر مثل التسبيح، الاستغفار، التهليل، والحوقة، لكنه لا يفرد لها مساحات تحليلية معمقة تُبرز الفرق بين آثار كل نوع منها على مستوى التهذيب النفسي والسلوكي. وهذا ما يشير إلى أن المعالجة الأخلاقية للذكر جاءت ضمنية وغير مفصلة، رغم ما لها من أهمية كبيرة في الخطاب الديني. ومع ذلك، لا يُغفل الدكتور أثر الذكر على السلوك، بل يمرّ عليه مروراً ذكياً، من خلال

إشارات تربط بين المواظبة على الذكر والتحرر من الصفات السلبية كالغل، والكبر، والغضب، والحسد. لكنه يكفي غالبًا بالإشارة دون التوسع في شرح العلاقة بين نوع الذكر والأثر الأخلاقي الناتج عنه. فعلى سبيل المثال، يُذكر الاستغفار بوصفه مفتاحًا للتواضع والاعتراف بالتقصير، ويُبرز التسبيح كوسيلة لتعظيم الله في النفس، مما يورث الهيبة والخشية، لكن هذه المعاني لا تُفصل بما يكفي لتكون وحدة موضوعية مستقلة. إن النسبة المحدودة لهذه الفئة قد تعود كذلك إلى طبيعة الجمهور المستهدف، إذ يُحتمل أن صانع المحتوى التركيز على البعد الروحي العام للذكر، باعتباره أكثر جذبًا واحتياجًا للمتلقي المعاصر، متجاوزًا بذلك الأبعاد السلوكية التفصيلية التي قد تتطلب معرفة شرعية أو خلفية دينية معينة لفهمها بعمق. كما أن بناء المحتوى الرقمي السريع والمرتبط بجذب الانتباه قد لا يتيح دائمًا التوسع في مثل هذه الجوانب، مما يجعل حضور فئة "أنواع الذكر وأثرها الأخلاقي" محدودًا رغم أهميتها. من منظور تحليلي، فإن هذه النسبة تعكس أيضًا وجود توازن نسبي في بنية الخطاب، إذ لم يتم تهميش الفئة تمامًا، بل تم تناولها بما يخدم الرسالة العامة، دون الإخلال بالانسجام الموضوعي للمحتوى. وبالعودة إلى ما ذكره الدكتور أحمد العربي في بعض الحلقات، يتضح أنه يرى في الذكر وسيلةً لصقل النفس، وتهذيب الأخلاق، لكنه يفضل في خطابه التركيز على الجوهر الإيماني والتجربة الشعورية التي يحدثها الذكر، أكثر من التركيز على تصنيفات محددة أو تفصيلات سلوكية لكل نوع.

جدول رقم (28): يمثل فئة القيم في "بودكاست الذكر"



فئة القيم	التكرار	النسبة
قيم إنسانية	18	34%
قيم دينية	25	47%
قيم اجتماعية	10	19%
المجموع	53	100%

الشكل رقم (30): يوضح نسبة فئة القيم في "بودكاست الذكر"

أظهرت نتائج التحليل لفئة القيم أن أعلى نسبة تمثلت في القيم الدينية بنسبة 47% تليها القيم الإنسانية التي قدرت ب 34% في حين سجلت أدنى نسبة للقيم الاجتماعية التي قدرت ب 19%

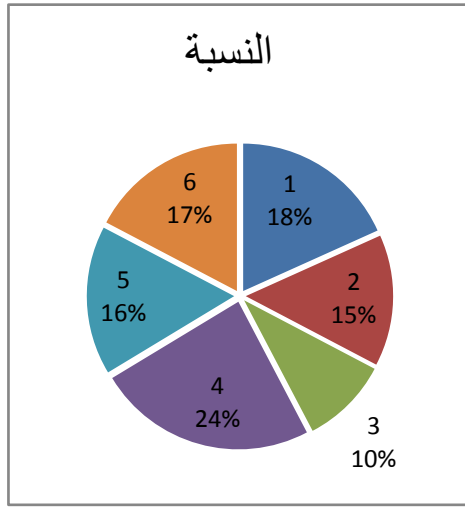
الدين أحد المرتكزات الأساسية في خطاب الدكتور أحمد العربي، حيث تنصدر القيم الدينية تحليل مضمون البودكاست بنسبة 47%. وهذا التركيز ليس مجرد اختيار عشوائي، بل هو استراتيجية مدروسة تجعل الرسالة أقوى وأعمق تأثيراً على المستمعين. يعتمد الخطاب على مجموعة من الأدوات الإقناعية التي تدمج بين الاستدلال بالنصوص الدينية، التأثير العاطفي، والمنطق الديني، مما يخلق خطاباً متكاملًا قادرًا على التأثير في المتلقي من الناحية العقلية والوجدانية. الاستدلال بالنصوص الدينية وأثره في تعزيز الخطاب الاستدلال بالنصوص الدينية يُعد من أقوى الأدوات الإقناعية في البودكاست، حيث يتم استخدامه لترسيخ فكرة أن الذكر ليس مجرد ممارسة روحية، بل هو ضرورة دينية تحقق الطمأنينة القلبية والنفسية. في حديثه، يقول الدكتور أحمد العربي: يا جماعة، الذكر ده مش مجرد كلام بيتقال وخلاص، ده علاج للقلب، شفاء للنفس، ربنا سبحانه وتعالى قال في القرآن: الذين آمنوا وتطمئن قلوبهم بذكر الله ألا بذكر الله تطمئن القلوب، شوفوا الكلام، تطمئن القلوب، يعني الذكر ده مش رفاهية، ده حاجة محتاجة لها روح الإنسان علشان تهدي وتستقر. هذا الاستدلال يوضح كيف أن الذكر يرتبط مباشرة بالسكينة النفسية، إذ يتم تقديمه كحل عملي لمواجهة التوتر والاضطرابات الداخلية، مما يعزز قناعة المستمعين بأهميته. إلى جانب ذلك، يعتمد الخطاب على الأحاديث النبوية لتعزيز الرسالة، حيث يقول الدكتور أحمد العربي: النبي عليه الصلاة والسلام كان دائماً بيؤكد على الذكر، بيقول لنا: " لا يزال لسانك رطباً بذكر الله، يعني تخيلوا إن الذكر حاجة المفروض تكون جزء من حياتنا طول الوقت، مش حاجة موسمية، لا، ده نمط حياة يخليك في حالة استقرار نفسي وروحي " هذا النوع من الخطاب يُستخدم لدعم الفكرة المطروحة بمرجعيات دينية موثوقة، مما يجعلها أكثر تأثيراً في ذهن المستمع، حيث يتم تعزيز الإقناع من خلال توظيف النصوص المقدسة. كذلك من خلال التأثير العاطفي ودوره في خلق استجابة وجدانية إلى جانب الاستدلال بالنصوص، يعتمد الخطاب على التأثير العاطفي كعنصر محوري في الإقناع، حيث يتم توظيف أسلوب يخلق تجربة شعورية لدى المستمعين، ويجعلهم أكثر تفاعلاً مع المحتوى المطروح. يقول الدكتور أحمد العربي في أحد المقاطع: " إنك لما بتذكر ربنا، بتحس إنك مش لوحدهك، بتحس إن في حد شايلك، حد بيرتاح له قلبك، الذكر ده مش مجرد كلمات، دي مشاعر، إحساس إنك مع الرحمن، إنك قريب منه، مش مهم الدنيا فيها إيه، طول ما انت ذاكر، انت في أمان". هذا الأسلوب يقوم على استثارة المشاعر الروحية، حيث يتم تصوير الذكر كحالة وجدانية تمنح الإنسان الأمان والراحة النفسية. من خلال هذه الطريقة، يُصبح الذكر أداة ملموسة تؤثر على حياة المستمع، بدلاً من

أن يكون فكرة مجردة أو نظرية دينية بعيدة عن الواقع. بالإضافة إلى ذلك، يتم استخدام أسلوب السرد القصصي لتعزيز التأثير العاطفي، حيث يروي الدكتور أحمد العربي بعض التجارب الحياتية التي تثبت دور الذكر في تغيير حياة الأشخاص، فيقول: "في ناس كثير كانت تايهة، مش عارفين حياتهم رايحة لفين، عندهم قلق وخوف، بس لما بدأوا يذكروا ربنا، حسّوا بالطمأنينة، حسّوا إن الدنيا مكتنشة صعبة زي ما كانوا فاكرين، الذكر فتح لهم باب رحمة، خلاهم يشوفوا الحياة بشكل مختلف". هذه الطريقة تُضيف بُعدًا عمليًا للخطاب، حيث تجعل فكرة الذكر تبدو كحالة قابلة للتطبيق وليس مجرد مفهوم نظري. الإقناع العقلي والمنطق الديني في تقديم الحُجج إلى جانب العاطفة، يتبع الخطاب منهجية عقلية تعتمد على تقديم الذكر باعتباره ضرورة دينية وعملية في حياة المؤمن، وليس مجرد ممارسة شكلية. يقول الدكتور أحمد العربي: إحنا مش بنقول الذكر كعادة أو كطقوس، لا، الذكر ده حاجة بتربطك بالخالق، حاجة بتغذي روحك، علشان كده كل لما تزود الذكر، قلبك يبقى أقوى، نفسك تكون أهدى، ومشاعرك تكون في حالة انسجام مع ربنا *". هذا الأسلوب يركز على تقديم الذكر كحالة منطقية، حيث يُنظر إليه كعنصر يُحقق الاتزان النفسي والروحي. من خلال هذا الطرح، يصبح الذكر أكثر إقناعًا، حيث يُعرض على المستمع باعتباره ممارسة جوهرية تُغير الحياة للأفضل. كذلك، يُعتمد على الربط بين الذكر والتأثير الشخصي، حيث يُطرح كوسيلة عملية لإدارة المشاعر، فيقول الدكتور أحمد العربي: لما تقعد مع نفسك وتذكر ربنا، بتحس إنك مسيطر على أفكارك، الذكر ده بيخليك واعى لنفسك، مش بتسيب الدنيا تاخذك، انت بتكون ماسك زمام الأمور، وتحدد انت رايح فين. هنا يظهر كيف يتم تقديم الذكر بأسلوب عقلي يجعل المستمع يدرك أهميته في الحياة اليومية، مما يُعزز قناعته به بشكل أعمق. مقارنة القيم الدينية مع الفئات الأخرى في تحليل المضمون عند مقارنة القيم الدينية بالفئات الأخرى ذات النسب الأقل، مثل القيم الاجتماعية أو الفكرية، يتضح أن التركيز على الجانب الديني ليس مجرد اختيار، بل هو استراتيجية تتماشى مع هدف البودكاست في تعزيز الجانب الروحي لدى المستمعين. يعتمد الخطاب على الدمج بين الاستدلال بالنصوص، التأثير العاطفي، والإقناع العقلي، مما يجعل الرسالة أكثر قوة وتأثيرًا. من خلال هذا الطرح، لا يكون الذكر مجرد ممارسة تقليدية، بل يتحول إلى تجربة حياتية تحمل في طياتها معاني الطمأنينة العميقة والاتزان النفسي.

أما عن الفئة الأقل حضورًا هي "القيم الاجتماعية" بنسبة 19% ما يشير إلى أن التركيز في الخطاب ينصب بدرجة أكبر على الجوانب الدينية والروحية مقارنة بالعلاقات الاجتماعية والبعد المجتمعي ومع ذلك فإن وجود هذه القيم ولو بنسبة منخفضة يعكس اهتمام الخطاب ببعض العناصر المرتبطة بالسلوك الاجتماعي من خلال توجيه المستمع نحو كيفية التعامل مع الآخرين وفق المبادئ الأخلاقية المستمدة من

التعاليم الإسلامية يعتمد الدكتور أحمد العربي على القيم الاجتماعية بشكل غير مباشر حيث يربطها بالقيم الدينية ويعرضها كامتداد طبيعي للمبادئ الإيمانية التي يجب أن تحكم العلاقات الإنسانية في حديثه يقول "مش بس علاقتك برينا اللي محتاجة ذكر قلبك لازم يبقى متعلق بالرحمة مع الناس لازم تكون صادق لازم تكون أمين الدين مش مجرد عبادات الدين أخلاق وتعامل" هنا يظهر كيف يتم تقديم القيم الاجتماعية كجزء من المنظومة الدينية وليس كفئة مستقلة قائمة بذاتها يتم تناولها في سياق أوسع حيث يربطها الدكتور أحمد العربي بضرورة الالتزام بالأخلاق في الحياة اليومية وهو ما يعزز فكرة أن السلوك الاجتماعي لا ينفصل عن الدين بل هو انعكاس له من جانب آخر يظهر الخطاب أن الذكر لا يؤثر فقط على الحالة الروحية للفرد بل يمتد ليشمل تحسين علاقاته الاجتماعية حيث يقول الدكتور أحمد العربي لما قلبك يبقى قريب من رينا بتحس إنك أهدى مع الناس بتلاقي نفسك بتعامل بود بتتكلم براحة مش بتستعجل في الحكم على غيرك الذكر بيحسن أخلاقك ويخلي تعاملك مع الناس فيه هدوء هنا يتم تقديم الذكر ليس فقط كوسيلة للتقرب إلى الله ولكن أيضاً كأداة لإصلاح العلاقات الاجتماعية مما يعزز فكرة أن السلوك الاجتماعي الإيجابي يأتي كنتيجة طبيعية للالتزام الروحي ولعل انخفاض نسبة القيم الاجتماعية مقارنة بالقيم الدينية يعكس تركيز الخطاب على الجانب الفردي من التحول الروحي أكثر من البعد الاجتماعي حيث يتم طرح فكرة الذكر كحالة ذاتية يعيشها الإنسان قبل أن تنعكس على تفاعله مع الآخرين ومع ذلك فإن الإشارات إلى القيم الاجتماعية وإن كانت محدودة فإنها تظل جزءاً من الخطاب الذي يسعى إلى تقديم الدين كأساس لتحسين الحياة سواء على المستوى الشخصي أو الاجتماعي .

جدول رقم (29): يمثل فئة الأهداف في "بودكاست الذكر"



الشكل رقم (31): يوضح نسبة فئة الأهداف في "بودكاست الذكر"

فئة الأهداف	التكرار	النسبة
الدعوة بالافتداء بالرسول	19	18%
تحسين العلاقة مع الله	15	14%
نشر تعاليم الدين الإسلامي	10	10%
تعزيز الإيمان	25	24%
إحسان العبادة مع الله	17	16%
تلذذ العبادات	18	17%
المجموع	104	100%

أظهرت نتائج التحليل لفئة الأهداف أن أعلى نسبة تمثلت في تعزيز الإيمان بنسبة 24% تلتها كل من الدعوة للاقتداء بالرسول بنسبة 18% وتلذذ العبادات بنسبة 17% ثم إحسان العبادة مع الله بنسبة 16% بعدها تحسين العبادة مع الله بنسبة 14% ونشر تعاليم الدين الاسلامي بنسبة 10%

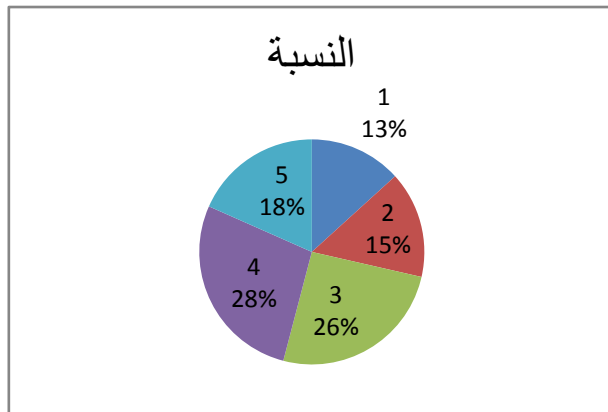
يتسم فيديو الذكر بنهج دعوي عميق يركز على تعزيز الإيمان في قلوب المستمعين مع إعطاء أهمية كبيرة لفوائد الذكر باعتباره أداة أساسية لتقوية الإيمان والاقتراب من الله ويعد هذا الهدف من أهم المحاور التي يتناولها في خطابه حيث يركز على ابرز دور الذكر في تقوية العلاقة الروحية مع الله ورفع منسوب الإيمان لدى المسلمين. من خلال هذا يتضح لنا أن أكثر نسبة متكررة هي تعزيز الإيمان حيث قدرت ب: 24% يعد فيها الذكر أداة فعلية لتقوية الإيمان حيث يقدمه الداعية باعتباره أكثر من مجرد عبادة لسانية بل هو وسيلة أساسية لتقوية الإيمان وتثبيت القلب في الإيمان بالله وهو يتحدث عن تأثير الذكر على المؤمن ويصفه بأنه " حياة القلوب" ما يوضح أن الذكر ينعش القلب ويعيد الحياة الروحية قائلا " الذكر هو حياة القلوب الذي لا يذكر الله قلبه كالميت الذي لا ينبض " هذا الاستدلال يدل على أن الذكر ليس مجرد فريضة دينية، بل هو عنصر أساسي في تعزيز الصلة بالله مما يؤثر بشكل مباشر على إيمان الشخص، فاشخص الذي يداوم على الذكر يكون في حالة مستمرة من التواصل الروحي مع الله وهو ما ينعش إيمانه وبقية من الضلال والغفلة .

كذلك باقي اعتبار أن الذكر كوسيلة للقرب من الله ليس مجرد ذكر للألفاظ بل هو فعل إيماني يقرب العبد من الله وهو يستند إلى الحديث الشريف الذي يظهر أهمية الذكر في التقرب إلى الله "اقرب الناس إلى الله هم

أكثر هو ذكر الله " أيضا من ناحية التحذير من فقرة ذكر الله التي تؤدي إلى ضعف الإيمان، يشرح الدكتور أحمد العربي إن القلب الذي لا يذكر الله يكون عرضة للغفلة قائلا "القلوب إذا غفلت عن ذكر الله قست وإذا قست ماتت .

من خلال تحليل الفيديو يثبت لنا أن أقل نسبة في فئة الأهداف هي نشر تعاليم الدين الإسلامي بنسبة 10% لأنه يركز على الذكر باعتباره عبادة أساسية في تقوية الإيمان الشخصي والتواصل الروحي مع الله بينما الدين يعتبر ضمنا جزءا من الفوائد التي يتحصل عليها المسلم الممارس للذكر أيضا من ناحية الجانب الروحي الذي يعتبر المحور الأساسي للبودكاست وليس التعليمي بمعنى آخر يركز أكثر على تجربة المسلم الشخصية مع الله وتطور إيمانه من خلال الذكر أكثر من مناقشة التعاليم الأساسية للدين (الحديث عن فروع الشرعية أو أحكام الإسلام).

جدول رقم (30): يمثل فئة الأساليب اللفظية "البودكاست الذكر"



الشكل رقم (32): يوضح نسبة فئة الأساليب اللفظية "البودكاست الذكر"

فئة الأساليب اللفظية	التكرار	النسبة
سرد القصص	13	13%
استخدام الأمثلة	15	15%
الاقتباس من القرآن والسنة	25	26%
أسلوب الترغيب	27	28%
ترجمة الأفكار للعامة	18	18%
المجموع	98	100%

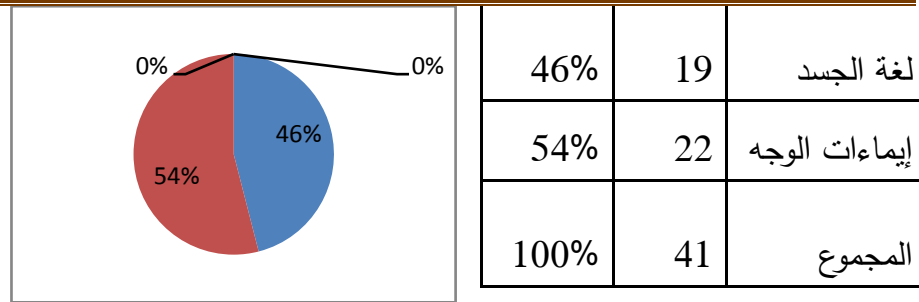
أظهر تحليل مضامين حلقة "الذكر" من بودكاست الدكتور أحمد العربي أن أسلوب الترغيب هو الأكثر استخدامًا ضمن فئة الأساليب اللفظية، بنسبة بلغت 28% والاقتباس من القرآن بنسبة 26% وترجمة الأفكار للعامة بنسبة 18% استخدام الأمثلة بنسبة 15% وسرد القصص بنسبة 13% وأعلى نسبة تعكس بوضوح اعتمادًا مقصودًا على الخطاب التحفيزي الإيماني، الذي يستثمر في الأبعاد النفسية والوجدانية للمتلقى، ويقدم الذكر في صورة جذابة، باعتباره مصدرًا مباشرًا للراحة والسعادة، لا مجرد عبادة تقليدية تُمارس

من باب الواجب الديني. هذا التوجه يندرج ضمن أساليب الدعوة الحديثة التي تبتعد عن الطابع الزجري أو التحذيري الصارم، وتركز بدلاً من ذلك على إبراز الأثر الإيجابي للدين في حياة الفرد. وقد استثمر الدكتور هذا الأسلوب ببراعة من خلال استحضار مفردات الأمل والسكينة والفضل الرباني، مثل قوله: "الذكر هو مفتاح السعادة، إذا داومت عليه ستجد في قلبك نوراً، وراحة لا تشبه شيئاً من الدنيا." هذا الخطاب لا يخاطب العقل فقط، بل يستثير الشعور الداخلي العميق للمتلقي، ويربط العبادة بتجربة شعورية وجدانية يتوق لها كل إنسان، خاصة في ظل ما يعيشه الشباب من توتر وضياح وجودي في الواقع الرقمي المعاصر. ومن الأمثلة اللافتة أيضاً، قوله: "كلمة واحدة، تقولها في ثوانٍ، تملأ ميزانك يوم القيامة."، حيث يدمج الدكتور بين بساطة الفعل وسمو النتيجة، بأسلوب ترغيبي قائم على التهوين من الجهد وتعظيم الجزاء، وهو ما يُعتبر من أبرز مقومات الخطاب الإقناعي في الدعوة الإسلامية. هذا النمط يعزز القناعة لدى المتلقي بأن الذكر لا يتطلب جهداً خارقاً، بل يحتاج إلى نية صادقة واستمرارية بسيطة تعود عليه بفوائد عظيمة. ويضيف في موضع آخر من الحلقة: "البيت الذي يُذكر فيه الله، تدخله الملائكة وتحل فيه البركة."، وهو نموذج آخر لتوظيف الترغيب في الخطاب الدعوي، عبر ربط الذكر بالطمأنينة الأسرية والسكينة المنزلية، ما يجعل الرسالة أكثر قرباً من واقع المستمع اليومي. فالدكتور هنا لا يعرض الذكر كواجب روحي فردي فحسب، بل كفعل جماعي يحدث تغييراً ملموساً في بيئة الإنسان الاجتماعية، مما يعزز من فاعلية الخطاب في التأثير على الممارسات اليومية للفرد. ويلاحظ أن الدكتور أحمد العربي يُحسن استثمار عنصر اللغة الشاعرية البسيطة، الخالية من التعقيد، مع إدراج مؤثرات صوتية هادئة وموسيقى خلفية خفيفة، ما يُضفي على الترغيب بُعداً سمعياً حسياً إضافياً. وهذا التكامل بين المضمون اللفظي والمكون الصوتي يعزز فاعلية الرسالة، ويحول التجربة السمعية إلى لحظة تأمل روحاني، تزيد من انفعال المتلقي وتفاعله مع الخطاب. ومن منظور علم الاتصال، فإن هذا التوظيف المكثف لأسلوب الترغيب يُعبر عن إستراتيجية مدروسة تستند إلى مبدأ "الإقناع العاطفي"، الذي يركز على مخاطبة وجدان الجمهور أكثر من مخاطبة العقل المجرد. فالجمهور الرقمي، وخاصة فئة الشباب، لم يعد يتجاوب مع الخطابات التقليدية الجامدة، بل يحتاج إلى محتوى يُخاطب قلقه وتشتته، ويقدم له الأمل والمعنى. وهذا ما يُفسر اختيار الدكتور للغة محببة، دافئة، تحمل الطمأنينة بدل التخويف، وتُبرز جمال الذكر أكثر من التحذير من تركه. إن بلوغ نسبة 28% لأسلوب الترغيب في هذه الحلقة يعكس وعياً دقيقاً بحاجات الجمهور، وقدرة على ملائمة الخطاب الديني مع طبيعة البودكاست الذي يُعتمد فيه على الصوت كمصدر أساسي للتأثير. فالترغيب لم يكن فقط وسيلة بلاغية، بل أداة اتصالية نفسية، استخدمها الدكتور ليعيد للذكر حضوره العاطفي، والوجداني، والاجتماعي في حياة المسلم المعاصر.

_ في المقابل، يُلاحظ أن أسلوب سرد القصص شكّل أقل نسبة ضمن الأساليب اللفظية المستخدمة في حلقة "الذكر"، حيث بلغ 13% فقط. ورغم ما يتمتع به هذا الأسلوب من فاعلية تقليدية في الخطاب الديني، لاسيما في بناء التصوّرات وتقريب المعاني المجردة إلى أذهان المتلقين، فإن تواضع نسبته في هذه الحلقة يطرح دلالات متعددة على مستوى الاختيار الاتصالي. قد يُعزى هذا الانخفاض إلى طبيعة الموضوع نفسه، إذ إن الذكر كمفهوم ديني وروحي يُقدّم في الغالب ضمن إطار وجداني مباشر، أكثر من كونه سياقاً قصصياً يتطلب حبكة أو تسلسل أحداث. فقد ركّز الدكتور أحمد العربي في خطابه على التأمل والتوجيه والتحفيز الفردي، أكثر من سرده لحكايات أو وقائع، وهو ما يتماشى مع طبيعة البودكاست كوسيط سمعي حديث يفضل الإيقاع السريع والرسائل المكثفة التي تلامس القلب مباشرة. ومع ذلك، لم يُغفل الدكتور تماماً هذا الأسلوب، بل وظّفه بحذر وفي لحظات معينة لتعزيز المضمون الإقناعي، مثل استحضاره لحكايات رمزية أو مشاهد روحية قصيرة. ومن الأمثلة قوله: "رجل كان لا يملك من الطاعات شيئاً، لكنه كان يلهج بذكر الله... حتى قُبض على ذلك، فكان من أهل الجنة."، وهي قصة موجزة لكنها مكثّفة بالدلالة، تُستعمل كوسيلة دعوية قوية لتأكيد أن الذكر وحده، حين يخلص فيه الإنسان، قد يكون سبباً في النجاة. وتوظيف القصص في هذه الصيغة المختصرة ينسجم مع الأسلوب العام للدكتور في هذه الحلقة، حيث يختار المشاهد الرمزية السريعة بدل القصص الطويلة، كما في قوله: "امرأة كانت إذا ضاق بها الأمر، رفعت يديها وقالت: حسبي الله، ففرّج الله كربها."، وهو نموذج آخر على استخدام القصة كأداة دعم نفسي وسلوكي، لا كغاية سردية. ومن منظور علم الاتصال، فإن هذا الأسلوب - رغم محدودية استخدامه - يضطلع بوظيفة داعمة، لا مركزية، في هيكل الخطاب؛ إذ يُستعمل كمثال يعزز الترغيب، لا كآلية مركزية لبناء الحلقة. وقد يكون هذا نتيجة وعي من الدكتور أحمد العربي بأن الجمهور الرقمي المعاصر، خصوصاً على منصات البودكاست، يفضل الرسائل القصيرة والمباشرة، دون الخوض في تفاصيل طويلة قد تضعف التركيز أو تُبطل إيقاع الحلقة. في المجمل، فإن انخفاض نسبة استخدام أسلوب سرد القصص في هذه الحلقة لا يُعدّ ضعفاً في البناء الخطابي، بل مؤشراً على اختيار أسلوب مدرّس، يراعي خصوصية الموضوع والجمهور والوسيط، ويمنح الأولوية للأساليب الوجدانية والتوجيهية المباشرة، مع إدراج القصص كدعامات عابرة لا كمحور أساسي في الحجّة الاتصالية.

فئة الأساليب	التكرار	النسبة
الغير اللفظية		

جدول رقم (31): يمثل فئة الأساليب الغير لفظية "البودكاست الذكر"



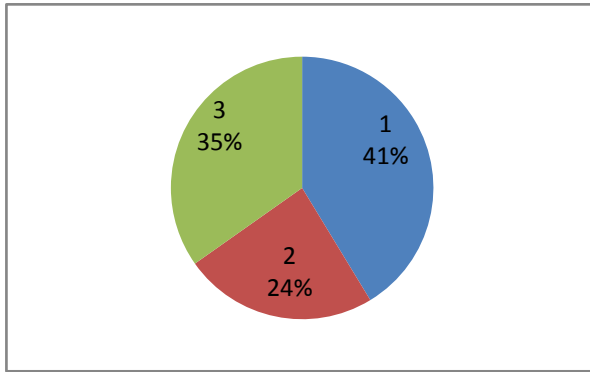
الشكل رقم (33): يوضح نسبة فئة الأساليب الغير لفظية "البودكاست الذكر"

كشفت نتائج تحليل مضامين الحلقة أن إيماءات الوجه جاءت في مقدمة الأساليب الغير اللفظية المستخدمة، محققة أعلى نسبة ضمن هذه الفئة. ويُعد هذا المعطى مؤشراً دالاً على الوعي الاتصالي لدى الدكتور أحمد العربي، الذي يُحسن توظيف مكونات التواصل البصري لتعزيز فعالية الرسالة الصوتية. فالوجه، بما يحمله من تعبيرات، يُعد وسيطاً عاطفياً فعالاً ينقل الانفعالات والمواقف الشعورية للمتلقى، حتى في سياق خطاب ديني محوره المفاهيم الروحية كالذكر. لقد اعتمد الدكتور في هذه الحلقة على تعبيرات وجه هادئة ومسترخية أحياناً، وجادة وممتلئة بالخشوع في أحيان أخرى، بما يعكس تناغماً دقيقاً بين المحتوى اللفظي والمحتوى البصري. فعلى سبيل المثال، عند حديثه عن أثر الذكر في جلب الطمأنينة، تظهر على وجهه ملامح سكونية داخلية، مصحوبة بنظرات متأملة، ما يُضفي على الخطاب مصداقية عالية، ويُفعل ما يُعرف في علم الاتصال بـ "المطابقة الوجدانية بين المرسل والمحتوى". كما يُلاحظ في لحظات استحضار الآيات أو الأدعية، أن وجه الدكتور يتحول إلى ملامح التأثر والخشية، حيث تتخفض نبرة الصوت ويزداد تركيز النظرات، وتظهر علامات الانفعال الصادق، وهو ما يجعل المتلقي يشعر بأن المتحدث لا يُلقي خطاباً محفوظاً، بل يعيش الحالة الإيمانية فعلياً. هذا النوع من التعبير غير اللفظي يعزز المصداقية، ويولد ما يُسمى بالأثر العاطفي غير المباشر، الذي يُعد من أقوى أدوات الإقناع والتأثير في الإعلام الرقمي البصري. وقد دعم الدكتور هذه الإيماءات بتوظيف حركة الحاجبين، وانبساط ملامح الوجه عند الحديث عن فضل الذكر، أو تقطيعها بإحساس صادق عند ذكر الغفلة والحرمان. ففي قوله مثلاً: "الإنسان إذا نسي الله، خسر نفسه... وغرق في ظلمة الحياة"، تترافق الكلمات مع نظرة حزينة ووجه يميل إلى الانكسار، في مشهد بصري يجسد المضمون دون حاجة إلى تضخيم لغوي. من زاوية تحليل المحتوى، فإن هذا الاستخدام الواسع لإيماءات الوجه لا يُعد فقط تكتيكاً بصرياً، بل إستراتيجية قائمة على التواصل الشامل الذي يوظف الصوت واللغة الجسدية معاً لبناء الأثر. كما أنه ينسجم مع طبيعة منصة البودكاست المرئية، التي تسمح بنقل المعنى

عبر تعابير الوجه إلى جانب الكلمات، مما يضاعف من فعالية الرسالة ويعزز حضورها الذهني لدى المتلقي. ختامًا، يمكن القول إن الحضور المكثف لإيماءات الوجه في هذه الحلقة يعكس إدراكًا واعيًا بوظيفة اللغة غير اللفظية في الاتصال الدعوي المعاصر، لا بوصفها مكملًا للخطاب، بل كجزء فاعل منه، يساهم في ترسيخ القيم الإيمانية وتحفيز التجربة الروحية لدى الجمهور، ضمن إطار بصري حميمي يقرب الداعية من جمهوره ويمنح الرسالة طابعها الإنساني والوجداني العميق.

_ على غرار ذلك، أظهر تحليل الحلقة أن أسلوب لغة الجسد - بمعناه الحركي الموسّع - شكّل أدنى نسبة ضمن الأساليب غير اللفظية، حيث لم يتجاوز حضوره الحدود الدنيا مقارنةً بإيماءات الوجه أو نبذة الصوت. ويعكس هذا الانخفاض طبيعة الخطاب الدعوي الموجه عبر وسائط البودكاست المرئية، والذي غالبًا ما يميل إلى الثبات الحركي والتركيز على إيصال المعنى عبر الصوت وتعابير الوجه بدلًا من الحركات الجسدية الواسعة. ففي حلقة "الذكر"، يظهر الدكتور أحمد العربي في وضعية جلوس هادئة، يغلب عليها السكون والاتزان الجسدي، دون الإفراط في استعمال اليدين أو الجسد للتعبير. وهذا التوجّه لا يُعدّ قصورًا في الأداء، بل يعكس انسجامًا مع محتوى الحلقة، الذي يتسم بروحانية عالية وهدوء داخلي، يتطلب في الغالب نوعًا من السكون المتناغم مع الطابع التأملي للموضوع. وقد اقتصر استخدام لغة الجسد على إشارات خفيفة، مثل رفع اليد قليلًا عند التأكيد على أهمية الذكر، أو ضمها عند الحديث عن الخشوع، دون لجوء إلى الحركات التمثيلية أو التعبيرية المبالغ فيها. ومن زاوية علم الاتصال، فإن هذا النمط من الأداء يُصنّف ضمن ما يسمى باللغة الجسدية المقننة، والتي تهدف إلى عدم تشويش المتلقي بحركات زائدة، خصوصًا عندما يكون الهدف هو نقل خطاب وجداني يتطلب تركيزًا ذهنيًا وقلبيًا عاليًا. كما أن البنية البصرية لحلقة البودكاست، التي تعتمد غالبًا على لقطة مقربة (close-up)، تقلل تلقائيًا من ظهور حركة الجسد بالكامل، مما يُفضي إلى إظهار ملامح الوجه أكثر من الحركات الجسدية. وهذا ما يجعل إيماءات الوجه أداة أكثر بروزًا من لغة الجسد في هذا السياق. من الناحية الإستراتيجية، يمكن اعتبار هذا التخفيف من الحركات الجسدية نوعًا من الاقتصاد التعبيري الذي يخدم محتوى دينيًا روحانيًا مثل الذكر، بحيث لا تغطي الحركات على الرسالة ولا تُشتت الانتباه عن الجوهر، بل تُترك المساحة للشعور، للتأمل، وللصوت الحامل للمعنى. وبناءً على ما سبق، فإن محدودية استخدام لغة الجسد في هذه الحلقة لم تُضعف من فاعلية الخطاب، بل تُظهر اختيارًا واعيًا لطبيعة الوسيط والمحتوى والجمهور، في انسجام تام مع السياق الإيماني الهادئ، الذي لا يحتاج إلى لغة جسد قوية بقدر حاجته إلى تعبيرات داخلية صادقة تُثقل من خلال الوجه والصوت والسكينة.

جدول رقم (32): يمثل فئة الأساليب البلاغية "البودكاست الذكر"



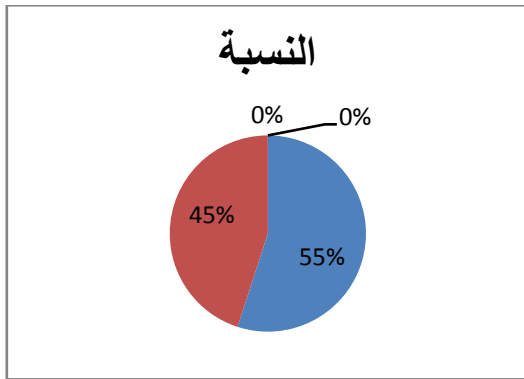
الأساليب البلاغية	التكرار	النسبة
التشبيه	19	41%
الاستعارة	11	24%
الكناية	16	35%
المجموع	46	100%

الشكل رقم (34): يوضح نسبة فئة الأساليب البلاغية "بودكاست الذكر"

يُظهر التحليل البلاغي لمضامين بودكاست الذكر اعتمادًا لافتًا على أسلوب التشبيه بنسبة بلغت 41%، والكناية بنسبة 35% مقابل حضور أقل لأسلوب الاستعارة بنسبة 24%، وهو ما يعكس توجُّهًا لغويًا واستراتيجيًا بلاغيًا يتماشى مع أهداف الخطاب الديني الموجَّه لجمهور واسع من فئات اجتماعية وثقافية متباينة. ويُعدّ التشبيه من أبرز الأساليب البلاغية التي تُستخدم لتقريب المفاهيم الغيبية أو الأخلاقية المجردة إلى ذهن المتلقي عبر تصويرها في هيئة صور حسية أو مشاهد معاشة، مما يسهل استيعابها والانفعال بها. في هذا السياق، يوظف الدكتور أحمد العربي التشبيه كأداة شرح وتوضيح وإقناع، إذ يلجأ إليه بكثرة عند تناوله لموضوعات مثل أثر الذكر، أهمية التوبة، حال القلب، ضعف الإيمان، أو مغريات الدنيا، فيشبه الذكر بالماء الذي يروي الأرض اليابسة، والقلب بالغرفة التي تظلم كلما أغفل الإنسان ربه، والمعاصي بالقيود التي تُثقل الروح وتمنعها من السمو، والدنيا بالظل الزائل الذي لا يستقر على حال. هذه الصور التشبيهية، رغم بساطتها، تؤدي وظائف متعددة، فهي لا تشرح المفاهيم فقط، بل تميل الحس العاطفي للمستمع، وتحفّز خياله، وتقرب الخطاب الديني من حياته اليومية. فكل مستمع يستطيع أن يتخيل ظمًا الأرض أو ظلمة الغرفة أو زوال الظل، ما يجعل الرسالة أكثر رسوخًا في ذهنه وتأثيرًا في سلوكه. كما أن التكرار الذكي للتشبيهات ضمن حلقات متفرقة يعزز التذكير بالمعاني الأساسية ويمنح الخطاب طابعًا متماسكًا ومألوفًا. في المقابل، فإن الاستعارة، رغم أنها أسلوب بلاغي راقٍ يتسم بالكثافة الدلالية والعمق الرمزي، تُستخدم في بودكاست الذكر بشكل معتدل بنسبة 24% فقط، ويرجع ذلك إلى طبيعتها التي تتطلب تأويلًا ضمنيًا قد لا يكون دائمًا

مباشراً، وهو ما قد يُصعّب على بعض المتلقين فهمها بسرعة، خاصة في سياق شفهي سريع كالبودكاست. ومع ذلك، حين تُستعمل الاستعارة، فإنها تُثري النص بإحياءات روحية وفكرية عميقة. ومن أبرز صور الاستعارة التي يمكن رصدها: وصف القلب بأنه "مرآة" تصدأ أو تتجلى، أو تمثيل الذنوب بأنها "غبار" يغطي الروح، أو تشبيه النفس بأنها "فرس جامحة" يجب ترويضها. هذه الاستعارات تُضفي على الخطاب طابعاً روحانياً، وتفتح المجال للتأمل والتفكير، لكنها تظل موظفة بشكل مقتصد حفاظاً على وضوح الخطاب وسلاسته. وعليه، فإن الجمع بين أسلوب التشبيه والاستعارة بطريقة متوازنة يُعتبر اختياراً بلاغياً ذكياً يخدم طبيعة الخطاب الدعوي لبودكاست الذكر. فالتشبيه يُحقق غرض التبليغ والتقريب والتوضيح، بينما تساهم الاستعارة في إضفاء البعد الجمالي والتأملي على النص، دون أن تغطي على وظيفة الإفهام. إن نسبة 41% للتشبيه تؤكد اعتماد الدكتور العربي على لغة وصفية بصرية تروم الشرح والتجسيد، بينما تشير نسبة 24% للاستعارة إلى حرصه على الحفاظ على عمق الرسالة وجاذبيتها، لكن دون إخلال بمبدأ الوضوح والبساطة الذي يُعدّ من مقومات الخطاب الديني الفعّال، خصوصاً في الفضاء الرقمي الذي يمتاز بسرعة الاستهلاك وكثرة التششت الذهني لدى المتلقي.

جدول رقم (33): يمثل فئة الفاعلين في "بودكاست الذكر"



الشكل رقم (35): يوضح نسبة فئة الفاعلين في "بودكاست الذكر"

فئة الفاعلين	التكرار	النسبة
الداعية (أحمد العربي)	30	55%
صاحب البودكاست (هلال السيد)	25	45%
المجموع	55	100%

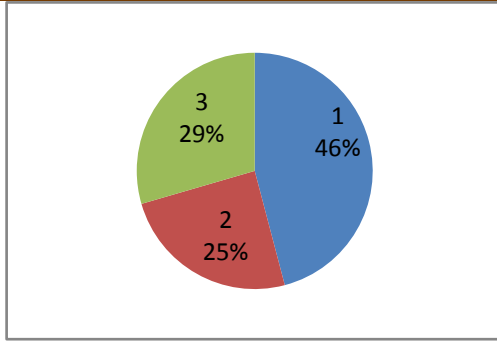
تشير نتائج التحليل إلى أن الدكتور أحمد العربي يمثل أعلى نسبة حضور ضمن فئة الفاعلين في بودكاست الذكر، بنسبة تقدر بـ 55%. وأقل نسبة لصاحب الصفحة بنسبة 45% وتُعدّ هذه النسبة منطقية بالنظر إلى

طبيعة البودكاست ذاته، الذي يعتمد بالدرجة الأولى على شخصية الدكتور بوصفه المنتج الرئيسي للمحتوى، والمتحدث الوحيد في أغلب الحلقات. إلا أن هذا الحضور لا يُختزل فقط في كونه صوتاً يُقدّم المعلومة، بل يتّخذ أبعاداً متعددة تتداخل فيها وظائف التوجيه، والتفسير، والإقناع، والتأثير الوجداني. في هذا السياق، لا يظهر الدكتور أحمد العربي مجرد ناقل للمضامين الدينية، بل كفاعل أساسي يُشكّل بُنية الخطاب ومضمونه، ويضفي عليه طابعه الخاص. يتجلّى ذلك من خلال طريقة تناوله للمواضيع، واختياراته الأسلوبية، وتوظيفه للغة، إضافة إلى مرجعياته المعرفية وتجربته الشخصية التي يدمجها أحياناً في الشرح أو الاستدلال. هذا الحضور الشخصي يعزز من عنصر المصداقية، ويمنح البودكاست طابعاً فريداً مميزاً، يجعله مختلفاً عن البرامج الدينية الجماعية أو المؤسسية. وقد ساعد أسلوب الدكتور أحمد العربي في الإلقاء، المبني على التدرج في عرض الفكرة، التوازن بين العقل والعاطفة، والاستناد إلى أمثلة واقعية، على ترسيخ حضوره في ذهن المتلقي. فهو لا يُقدّم المعلومة فقط، بل يربطها بسياق حياتي، ويوظفها في إطار إصلاحي يهدف إلى توجيه السلوك وتقويم التفكير، وهو ما يجعل من حضوره داخل النص ليس حضوراً صوتياً فقط، بل فاعلية فكرية وروحية أيضاً. ومن زاوية الخطاب الإقناعي، فإن الدكتور العربي يشكّل المرجع الرئيس الذي يستمدّ منه المتلقي المعرفة الدينية، كما يمثل "سلطة معرفية" تُبنى عليها الحجج، وتُستند إليها المقولات. هذا الدور يتعزّز من خلال أسلوبه في استعمال اللغة العربية الفصحى في الأجزاء المعرفية، واللجوء إلى العامية في اللحظات الوجدانية أو التفاعلية، ما يعكس وعياً تواصلياً بالمتلقي، ويعزّز من أثر الرسالة. إضافة إلى ذلك، فإن شخصيته كفاعل تتميّز بما يمكن تسميته بالفاعلية الموجّهة؛ فهو لا يُقدّم رأيه بشكل مباشر أو سلطوي، بل يبني خطابه على الحجاج والاستدلال التدريجي، مما يتيح للمتلقي أن يشارك في تشكيل القناعة، بدل الاكتفاء بتلقّيها. وقد عبّر الدكتور أحمد عن هذه المقاربة في إحدى الحلقات حين قال: "لا أريد أن أقدم للناس أجوبة جاهزة، بل أساعدهم على أن يتأملوا في السؤال أولاً". إن نسبة 55% لحضوره كفاعل تؤكد أن البودكاست يدور حول شخصيته وخبرته وتأملاته، ولا يعتمد على وجود ضيوف أو مساهمين آخرين بشكل منتظم، ما يعزّز الطابع الذاتي والشخصي للمحتوى. كما أن هذا النوع من الحضور يُسهم في خلق علاقة وفاء بين المستمع والدكتور العربي، حيث تتكرّر نبرة الصوت، وطريقة التفكير، والإلقاء، مما يولّد نوعاً من الألفة والثقة لدى الجمهور.

— يمكن الملاحظة من جهة أخرى نسبة حضور صاحب البودكاست ب: 45% من مجموع الفاعلين، وهو ما يجعله الأقل ظهوراً مقارنة بالدكتور أحمد العربي الذي يستحوذ على 55%. ورغم أن النسبة تُعتبر منخفضة نسبياً، إلا أن ذلك لا يعني غياباً تاماً أو هامشياً، بل يعكس طبيعة الدور الذي يضطلع به هلال السيد في

البودكاست، والذي يقتصر غالبًا على البعد التقني أو التنظيمي، دون التدخل المباشر في تقديم المضامين أو توجيه النقاشات. إن حضور هلال السيد يظهر غالبًا في الجانب المتعلق ببنية البودكاست وهيكلته، سواء من خلال الافتتاحيات، أو المداخل الصوتية القصيرة التي يُشير فيها إلى عنوان الحلقة أو تقديم الضيف، أو عبر عناصر الإنتاج (المونتاج، اختيار الموسيقى، إدارة النشر). وعلى هذا الأساس، يمكن تصنيفه كفاعل خلفي، يساهم في تشكيل التجربة السمعية الكاملة، دون أن يتخذ مكانًا مركزيًا في صياغة المضمون المعرفي. ومع أن صوته لا يهيمن على النص الصوتي، إلا أن له أثرًا وظيفيًا مهمًا يتمثل في إدارة المحتوى وتوجيهه العام. فكونه صاحب البودكاست، يعني أنه الجهة التي تختار المواضيع، وتتسق مع المتحدث (الدكتور أحمد العربي)، وتتحكم في الإخراج العام للعمل. وعليه، فإن أثره يتجلى في خلفية المشهد أكثر من واجهته، وهو ما يبرّر النسبة المنخفضة من حيث الحضور الظاهر. هذا النوع من الأدوار يُصنّف ضمن ما يُعرف في تحليل الخطاب بـ"الفاعلين الضمنيين" أو "الفاعلين غير المباشرين"، وهم أولئك الذين لا يظهرون دائمًا على مستوى النص المنطوق، لكن لهم أثر واضح على كيفية بنائه وتوجيهه. وهلال السيد، في هذا السياق، يلعب دور "المنتج" أكثر من "المُقدّم"، مما يجعله أحد ركائز البودكاست دون أن يحتل صدارة الصوت. ومن زاوية الإقناع والتأثير، فإن هذا الغياب النسبي لصاحب البودكاست من المشهد السمعي البصري يُفسّر أحيانًا على أنه اختيار مقصود يهدف إلى تركيز الانتباه على الضيف أو المتحدث الرئيسي، خاصة في البودكاست ذا الطابع المعرفي أو الدعوي، حيث يُراد لصوت المحتوى أن يعلو فوق صوت صاحب المنصة.

جدول رقم (34): يمثل الإستمالات العقلية في "بودكاست الذكر"



النسبة	التكرار	فئة الاستمالات العقلية
46%	28	حجج منطقية
25%	15	مقارنات عقلية
30%	18	ربط الآيات والأحاديث بالعقل
100%	61	المجموع

الشكل رقم (36): يوضح نسبة الإستمالات العقلية في "بودكاست الذكر"

أظهر التحليل لفئة الإستمالات العقلية أن أعلى نسبة تمثلت في الحجج المنطقية بـ 46% تليها ربط الآيات بالأحاديث بنسبة 30% وادنى نسبة هي المقارنات العقلية 25%

تُعد الاستمالات العقلية المنطقية من بين أبرز الأساليب الإقناعية التي يعتمد عليها الدكتور أحمد العربي في إنتاجه للمضامين الدينية عبر البودكاست، وهو ما يتجلى بوضوح في فيديو الذكر، حيث استحوذت الحجج المنطقية على نسبة في البودكاست قدرت بـ 46% وربط الآيات والاح. والمقارنات العقلية بنسبة 25% إجمالي تقنيات الإقناع الموظفة. تعكس هذه النسبة المرتفعة توجّهًا واضحًا نحو مخاطبة العقل قبل العاطفة، إذ يُلاحظ أن الدكتور العربي يحرص في محتواه على تقديم شرح عقلائي وممنهج لمفهوم الذكر، متكّنًا على حجج وأدلة عقلية تساند الفكرة الدينية وتُقرّبها من ذهن المتلقي بطريقة منطقية ومقنعة. ففي عرضه لأهمية الذكر، لا يكتفي فقط بالنقل المجرد للآيات القرآنية والأحاديث النبوية، بل يسعى إلى تأويلها وتحليلها ضمن إطار عقلائي يراعي خصوصية المتلقي المعاصر، المتأثر بأنماط التفكير الحديثة والمتطلب لتبريرات عقلية قبل الانخراط في السلوكيات التعبدية. ويبدو هذا التوجّه جليًا حين يتحدث الدكتور العربي عن أثر الذكر في تهذيب النفس وإحداث التحول السلوكي، حيث يُبرز هذه العلاقة من خلال الربط السببي المنطقي بين ذكر الله واستحضار مراقبته، وبين طمأنينة القلب واستقراره النفسي، مؤكدًا على أن الذكر ليس طقسًا تعبديًا جامدًا، وإنما سلوك داخلي دائم يُسهم في إعادة تشكيل الإدراك والوعي الذاتي لدى الفرد المسلم. كما يعتمد الدكتور العربي إلى استخدام مقارنات عقلانية تُمكن المتلقي من إدراك الفرق بين حياة الغفلة وحياة الذكر، مستحضراً نماذج واقعية من الحياة اليومية، ومتسائلاً بأسلوب تأملي عن مغزى الانشغال بكل شيء إلا الله، ليصل بالمستمع إلى قناعة ذاتية بأن الذكر حاجة عقلية وروحية في آن واحد. ويظهر ذلك في طريقته التحليلية التي تقوم على تفكيك المفاهيم الدينية الكبرى وإعادة بنائها في قالب مفهومي قريب من أذهان جمهور البودكاست،

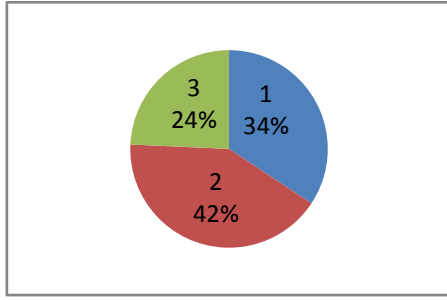
مع الاعتماد على خطاب تفسيري يتجاوز الوعظ المباشر نحو الإقناع العقلاني المتدرج. فعلى سبيل المثال، حين يبين كيف أن الذكر يُعيد ترتيب أولويات الإنسان ويُطهر النية ويوجه السلوك، فإنه يفعل ذلك من خلال أسلوب برهاني يبدأ بتوصيف الواقع، ثم يعرض المشكلة (كالانشغال بالدنيا، القلق، ضياع الهدف...)، ليقتحِر الذكر كحل عقلاني له ما يسنده من نصوص وتجارب ومعطيات منطقية. هذا المنحى التحليلي يؤكد أن الدكتور العربي لا يهدف فقط إلى التأثير الوجداني، بل يسعى إلى بناء قناعة فكرية راسخة لدى المستمع، تُمكنه من تبني الذكر كخيار ذاتي نابع من الاقتناع، لا فقط من الإيمان التقليدي. وفي سياق الفيديو نفسه، يلاحظ أن اللغة الموظفة ذات طابع تفسيري أكثر منها إنشائي، حيث تغيب الانفعالات الخطابية الحادة لتحل محلها عبارات عقلانية مركّبة، تدعو إلى التأمل والتفكير وإعادة النظر في العلاقة مع الله من زاوية عقلية قبل أن تكون عاطفية. كما تُوظف الحجج المنطقية لتفنيد الشبهات والرد على التساؤلات غير المعلنة التي قد تراود عقل المستمع، وذلك من خلال استباق الاعتراضات الممكنة وتقديم إجابات قائمة على التحليل والفهم، لا على التسليم المجرد. ويُعد هذا النمط من الخطاب من أبرز مميزات المحتوى الديني المعاصر الذي يسعى إلى إعادة تأهيل المفاهيم الدينية ضمن سياقات فكرية حديثة تستدعي توازنًا بين العقل والنقل. إن هذا التركيز الملحوظ على البعد المنطقي في خطاب الذكر لا يمكن فهمه إلا في إطار فلسفة الدكتور أحمد العربي في تبليغ الرسالة الدينية، والتي تركز على بناء وعي ديني راشد بعيد عن الانفعال أو التقليد، ويقوم على الفهم العميق والنقاش العقلي الهادئ، انسجامًا مع حاجات المتلقي الرقمي الذي لم يعد يتأثر بالخطابات العاطفية السطحية، بل ينجذب أكثر نحو المضامين التي تخاطب منطقته وتُشعره بالتماسك الفكري بين ما يقال وما يُعاش. وبذلك، فإن الاستمالات المنطقية في بودكاست الذكر لا تؤدي فقط وظيفة الإقناع، بل تسهم أيضًا في إحداث نوع من التغيير المعرفي والقيمي المستمر، وهو ما يجعل من هذه الاستمالات الخيار الأنجع في إيصال الرسائل الدينية في زمن يطغى عليه سؤال المعنى والتفكير العقلاني.

من زاوية أخرى تبين أن أقل نسبة موظفة في الاستمالات هي: المقارنات العقلية بنسبة: 15% ما يعكس محدودية توظيف هذا الأسلوب مقارنة بغيره من الأساليب الأكثر بروزًا كالاستمالات المنطقية أو العاطفية. ويعود انخفاض نسبة المقارنات العقلية إلى الطابع التأملي العام الذي يتبناه الدكتور أحمد العربي، والذي يُركّز فيه على بناء المفاهيم وتفسيرها بدل الدخول في مقارنات مباشرة بين المتناقضات أو الحالات المختلفة. ومع ذلك، فإن ظهوره المحدود لا يلغي أهميته في بعض اللحظات المفصلية من الخطاب، حيث يُوظف الدكتور العربي هذا الأسلوب بحذر وفي مواضع مختارة بدقة، خاصة حين يُراد إحداث صدمة فكرية أو دعوة المتلقي إلى إعادة النظر في سلوكياته من خلال وضعها في مواجهة مع نقيضها. فعلى سبيل المثال، حين

يطرح التساؤل حول الفرق بين حياة الإنسان الغافل الذي يعيش بلا ذكر، وحياة الإنسان الذاكر الذي يحيا في كنف الطمأنينة الإيمانية، فإنه لا يعرض ذلك بأسلوب تقابلي صريح، بل يلمح إليه ضمناً من خلال تقديم النموذج الأول في حالة من الضياع والتوتر والاعترا ب، ثم يعرض النموذج الثاني في حالة من السكينة والتوازن، مما يُتيح للمستمع أن يُجري المقارنة في ذهنه ويصل إلى النتيجة بنفسه. هذا التوظيف المحدود للمقارنة العقلية لا يعني تهميشها، بل يُظهر الوعي بخطورتها حين لا تُحسن إدارتها في الخطاب الديني، إذ إن المقارنة قد تؤدي أحياناً إلى استحضار أحكام قيمة تُضعف فاعلية الرسالة إن لم تُقدّم بحكمة. ومن هنا يمكن فهم سبب تقليص استعمالها في خطاب الدكتور العربي، الذي يعتمد على تحفيز التفكير الذاتي دون فرض الاستنتاجات، ويتجنب المقارنات الصارخة التي قد تُنتج مقاومة لدى المتلقي أو شعوراً بالذنب بدل الوعي. إن غياب التكرار في المقارنات العقلية في هذا الفيديو تحديداً قد يُفسّر كذلك بأن موضوع الذكر يحمل في جوهره طابعاً فردياً وشخصياً، يبتعد عن المقارنة المباشرة بين الأفراد أو الأنماط، ويركّز أكثر على البُعد الداخلي للإنسان، وهو ما يجعل الحديث عن الذكر أقرب إلى التأمل الفردي منه إلى المفاضلة الاجتماعية أو السلوكية. من هذا المنظور، فإن قلة توظيف المقارنة العقلية لا تُعد نقصاً في البنية الإقناعية، بل تجسيدا لوعي المرسل بطبيعة الموضوع وبخصائص جمهوره، إذ إن التركيز الأكبر وُجّه نحو الحجج العقلية المباشرة والاستدلالات القائمة على شرح الأثر الذاتي للذكر، ما يجعل الخطاب أكثر انسجاماً مع الهدف الذي يسعى إليه، والمتمثل في بناء قناعة داخلية مستقلة لا تقوم على المقارنة مع الآخر، بل على إعادة بناء العلاقة مع الذات ومع الله في ضوء معاني الذكر.

جدول رقم (35): يمثل فئة الإستمالات العاطفية "لبودكاست الذكر"

فئة الاستمالات	التكرار	النسبة
----------------	---------	--------



طيفة		
القصص المؤثرة	24	34%
تصوير العباداتكم لادروحي	29	41%
ربط العبادات بالحب	17	24%
المجموع	70	100%

الشكل رقم (37): يوضح نسبة فئة الإستمالات العاطفية "بودكاست الذكر"

أظهرت نتائج التحليل لفئة الإستمالات العاطفية أن أعلى نسبة تمثلت في تصوير العبادات كملاذ روحي

بنسبة 41% وتليها القصص المؤثرة بنسبة 34% في حين سجلت ربط العبادات بالحب كأدنى نسبة التي

قدرت ب 24%

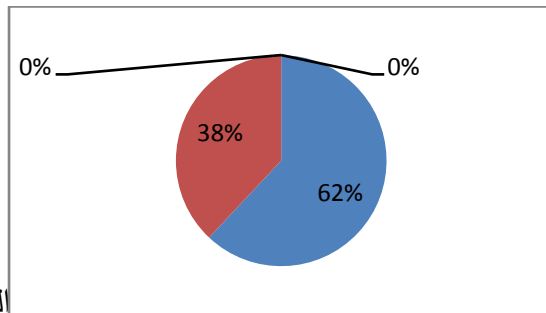
ـ يتبين من خلال تحليل مضامين بودكاست أحمد العربي أن فئة الاستمالات العاطفية تحتل موقعاً مركزياً ضمن بناء الرسالة الإقناعية، لا سيما في الحلقات التي تتناول موضوعات ذات طابع روحي مثل "الذكر". ففي هذه الحلقة، يُلاحظ حضور مرتفع جداً لنمط خاص من الاستمالات العاطفية يتمثل في تصوير العبادة، وتحديدًا الذكر، كملاذ نفسي وروحي بنسبة : 41% يلجأ إليه في حالات الانكسار، الحزن، والتهيه الوجودي، مما يعكس وعياً مقصوداً من الداعية بتكليف المضامين الدينية وفق متطلبات الحالة النفسية للمتلقى المعاصر. إن تقديم الذكر ضمن هذا الإطار لا يُعبّر عن تصور وعطي تقليدي يُربط فيه الذكر بالثواب والعقاب، بل عن مقارنة وجدانية تُركّز على الذكر بوصفه وظيفة روحية تلبي حاجات الإنسان النفسية والعاطفية، وتمنحه نوعاً من السكون الداخلي وسط الاضطراب الخارجي الذي يطبع الحياة اليومية. في هذا السياق، يُلاحظ أن الخطاب الدعوي في الحلقة يتبنى لغة وجدانية مشحونة بالإيحاء والحنان، فيقول الداعية مثلاً: "القلوب إذا تعبت، الذكر يحييها"، أو "في الذكر تلقى حُسن ما يُشاف، وسند ما ينهار"، وهي عبارات تتجاوز حدود التوجيه الديني التقليدي إلى بُعد شعوري عميق يُعيد تشكيل العلاقة مع الله كعلاقة حميمية قائمة على القرب والتطبيب الروحي، لا فقط على الخوف من العقوبة أو الالتزام بالأوامر. وتكشف هذه الصياغة عن توظيف متقن للغة في خدمة الرسالة الإقناعية، حيث تُستغل المفردات ذات البعد العاطفي لتأطير الذكر كعلاج روحي يصلح لجميع الأحوال، ويتجاوز الأطر الزمانية والمكانية المرتبطة بالعبادات الأخرى. فالداعية يُشجع المستمع على الذكر في كل حال، دون اشتراط طهارة أو وقت معين، مما يوسّع من

إمكانية ممارسته ويُرسّخ الإحساس بالقرب الدائم من الله. إن هذا النمط من الاستمالة ينسجم مع حاجات جمهور البودكاست الذين، في كثير من الأحيان، لا يبحثون فقط عن الوعظ أو المعرفة الدينية، بل يتابعون هذا المحتوى كوسيلة للارتياح النفسي والتوازن الذاتي، خصوصاً في ظل الضغوط اليومية والتقلبات الوجدانية التي يعيشها الفرد المعاصر. ومن هنا فإن ربط الذكر بالأمان النفسي والطمأنينة يُشكّل مدخلاً فعالاً لإقناع المستمع بأهمية الذكر والمواظبة عليه، حيث لا يُقدّم كواجب شرعي فحسب، بل كاحتياج عاطفي وإنساني يُساهم في ترميم الداخل المنهك، وتهدئة الصراعات النفسية، واستعادة نوع من السلام الداخلي. كما أنّ هذا النوع من الخطاب يُعبّر عن تحوّل في البنية الدعوية نحو توظيف البعد السيكولوجي في بناء الرسائل، إذ لم تعد المضامين الدينية تُقدّم فقط من منطلق معرفي أو فقهي، بل باتت تُبنى انطلاقاً من فهم أعمق لواقع المتلقي وحالته النفسية، وهو ما يُفسّر حضور الاستمالة العاطفية بنسبة عالية في هذه الحلقة بالذات. وتُظهر هذه المقاربة وعياً بخصائص جمهور البودكاست، الذي غالباً ما يكون من فئة الشباب أو من الفئات الباحثة عن الطمأنينة، ما يستدعي خطاباً دينياً أكثر ليناً واحتواءً، وأقل تزمناً أو تنظيراً. يمكن القول، بناءً على ما سبق، إن حلقة "الذكر" تمثل نموذجاً دالاً على كيفية توظيف الاستمالات العاطفية في تقديم العبادة كضرورة شعورية لا كواجب تكليفي فحسب، حيث يتم تفعيل أبعاد الراحة النفسية والقرب الروحي والمصالحة الداخلية في الخطاب، مما يمنح الذكر قيمة مزدوجة: دينية ونفسية. وهذا ما يجعل هذه الاستمالة تتصدّر باقي الأنماط المستخدمة في العينة المدروسة، لأنها تُخاطب جوهر الإنسان ليس فقط سلوكه، وتُفنعه بالفعل من الداخل قبل أن تدفعه إليه من الخارج.

كما يُلاحظ أن نمط ربط العبادات بمفهوم الحب جاء بنسبة منخفضة مقارنة بباقي بنسبة 24% الاستمالات العاطفية، وعلى وجه الخصوص تلك التي تُبرز الذكر كوسيلة للسكينة النفسية والراحة الروحية. فبالرغم من أن الحب الإلهي يُعدّ من المفاهيم الجوهرية في التجربة الدينية، إلا أن حضوره في الخطاب كان محدوداً وغير بارز بشكل كافٍ، حيث لم يُقدّم باعتباره دافعاً مركزياً أو أساساً وجدانياً لممارسة الذكر، بل اقتصر ظهوره على إشارات مقتضبة دون بناء موضوعي موسّع. تظهر بعض العبارات التي تُشير إلى هذا البعد في جُمْل من قبيل: "من أحب الله، أكثر من ذكره"، أو "إذا كان القلب معلقاً بالله، لا يتوقف اللسان عن ترديد اسمه"، غير أن هذه العبارات لم تشكّل محوراً رئيسياً في الخطاب، ولم تُوظّف كاستراتيجية إقناعية مكتملة، بل وردت بشكل عابر ضمن سياقات أخرى تركز على الأثر النفسي للذكر. ويُفهم من ذلك أن ربط العبادة بالحب، رغم أهميته من الناحية الدينية والروحية، لم يكن أولوية خطابية في هذه الحلقة. يمكن تفسير هذا التراجع في توظيف استمالة الحب لعدة أسباب، من بينها أن الحب كمفهوم روحاني عميق يحتاج إلى تمهيد

معرفي وتأسيس وجداني خاص، وهو ما قد لا يتناسب مع طبيعة البودكاست كوسيط يعتمد على الإيجاز والتأثير السريع في المتلقي، خصوصاً إذا كان الجمهور متنوعاً في خلفياته الثقافية والدينية. وبما أن الخطاب الدعوي الحديث يميل غالباً إلى التركيز على القضايا ذات الأثر المباشر في النفس، مثل القلق، الاضطراب، والتعب النفسي، فإن توظيف الحب كاستمالة وجدانية يتطلب خطاباً تأملياً أكثر عمقاً لا يتماشى دائماً مع نمط المحتوى الصوتي المختصر. كما أن التركيز في هذه الحلقة تحديداً كان موجهاً نحو تصوير الذكر كعلاج لحالات الضيق والتعب النفسي، وهو ما جعل الاستمالات العاطفية الأخرى، كاستمالة الطمأنينة والراحة الداخلية، تحظى بأولوية أكبر، نظراً لما تحدثه من استجابة سريعة لدى المتلقي. في المقابل، فإن ربط الذكر بالحب الإلهي يتطلب مستوى وجدانياً وروحياً أعلى، وقدرة أكبر على التجاوب العاطفي المجرد، وهو ما قد لا يكون متوفراً لدى كافة شرائح الجمهور. وبناءً عليه، يمكن القول إن انخفاض نسبة الاستمالة المبنية على الحب في هذه الحلقة لا يعني غيابها تماماً، بل يشير إلى محدودية توظيفها ضمن سياق يُفضّل التأثير المباشر والسريع من خلال مفاهيم أكثر قرباً من التجربة الشعورية اليومية. وبالتالي، فإن الاستمالة العاطفية المتمثلة في ربط العبادة بالحب جاءت في مرتبة متأخرة ضمن ترتيب الوسائل الإقناعية المعتمدة، وهو ما ينسجم مع طبيعة المحتوى، وأسلوب الخطاب، وخصائص الجمهور المستهدف.

جدول رقم (36): يمثل فئة نوع العناوين المطروحة في "بودكاست الذكر"



الشكل رقم (38):

فئة نوع العناوين	التكرار	النسبة
توجيهي	29	62%
تعليمي	18	38%
المجموع	47	100%

يوضح نسبة فئة نوع العناوين المطروحة في "بودكاست الذكر"

أظهرت نتائج التحليل لفئة نوع العناوين أن أعلى نسبة تمثلت في النوع التوجيهي بنسبة 62% وأدنى نسبة سجلها النوع التعليمي التي قدرت بـ 38%

تشير النسبة المرتفعة التي حصلت عليها فئة "النوع التوجيهي" في العناوين، والتي بلغت 62%، إلى اعتماد واضح - للدكتور أحمد العربي - على أسلوب التوجيه المباشر في بناء الخطاب الدعوي داخل البودكاست، وهو ما ينسجم مع طبيعة المضامين التي تركز على التأثير السلوكي والدعوي أكثر من الإخبار أو العرض الوصفي. وتقوم العناوين التوجيهية على استخدام صيغ تحت المتلقي على سلوك تعبدية أو التزام روحي معين، حيث تظهر عبارات أمرية وتحفيزية مثل: "لا تترك هذا الذكر أبداً"، "جدد حياتك بذكر الله"، و"سر الراحة في هذه الكلمات". ويعد هذا النمط من العناوين جزءاً من إستراتيجية اتصالية تهدف إلى إشراك المتلقي في مضمون الخطاب، لا كمستقبل سلبي، وإنما كمخاطب مقصود بالفعل، يُنتظر منه الاستجابة. ويلاحظ من خلال تحليل الخطاب أن العناوين التوجيهية لا تقتصر على مستوى الشكل، بل تمتد لتعكس على طبيعة الطرح داخل الحلقة. ففي عنوان مثل "لا تترك هذا الذكر أبداً"، يذهب الدكتور إلى استعمال عبارات توجيهية قوية قائلاً: "والله يا أخي، إنك إن داومت على هذا الذكر، ستجد أثره في قلبك، في رزقك، في يومك... لا تفرط فيه، لا تتركه مهما انشغلت، اجعله رفيقك في الطريق، في العمل، في البيت". هذا الخطاب الموجه يعزز من الوظيفة الإقناعية للعنوان، ويجعل المضمون امتداداً طبيعياً له. كما يُوظف العنوان التوجيهي في إثارة وعي المتلقي بأهمية الذكر كوسيلة تجديد لحياته الروحية والنفسية، كما يظهر في حلقة بعنوان "جدد حياتك بذكر الله"، حيث يقول: "كلنا نمر بلحظات فتور، بلحظات ضياع... لكن الذكر هو طريق العودة، هو بداية جديدة، قل فقط 'سبحان الله' وامضي". وهنا نجد أن الأسلوب التوجيهي يُبنى على مشترك إنساني عام (لحظات الفتور والضياع)، ثم يُوجّه المتلقي نحو سلوك ديني معين باعتباره مخرجاً ووسيلة إصلاح. إن اعتماد النوع التوجيهي بنسبة 62% يدل على أن العنوان لا يُستخدم فقط لجذب الانتباه، بل يتخذ دوراً وظيفياً في تشكيل بنية الخطاب برمته، حيث يمهّد للرسالة، ويضبط اتجاهها، ويخلق نوعاً من التفاعل الذهني والنفسي لدى المتلقي. كما يعكس هذا النوع من العناوين رؤية دعوية تسعى إلى التأثير السلوكي العملي، لا إلى التنظير أو العرض المعلوماتي، ما يجعل من العنوان جزءاً فاعلاً في المنظومة الإقناعية، ومكوناً متكاملًا من المضمون الدعوي العام للبودكاست.

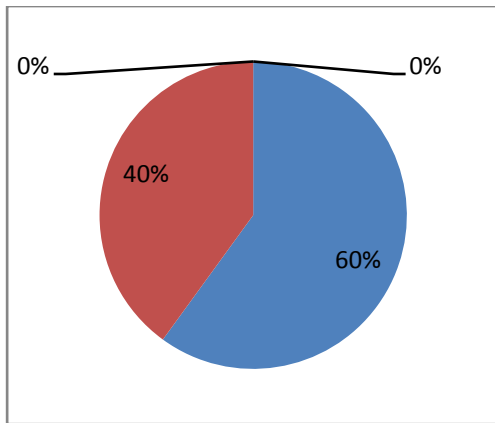
في المقابل، شكّل "النوع التعليمي" من العناوين نسبة منخفضة ضمن العينة محل الدراسة، ما يدل على أن الطابع التقريرية أو التفسيرية الذي يركز على تقديم المعرفة الدينية بشكل مباشر لم يكن هو الخيار الغالب في الإستراتيجية الاتصالية التي يتبناها الدكتور أحمد العربي في بودكاسته. فالعناوين التعليمية عادةً ما تتسم بالحيادية وتركز على إيصال المعلومة، مثل: "أنواع الذكر"، أو "الفرق بين التسبيح والتهليل"، وهي صيغ تهدف أساساً إلى تنمية الجانب المعرفي لدى المتلقي دون أن تتخبط بالضرورة في توجيهه سلوكياً أو تحفيزه وجدانياً. ويبدو من خلال تحليل العناوين والمضامين أن الدكتور لا يميل إلى استخدام هذه الصيغة التعليمية

كإطار مستقل، بل غالبًا ما يُدمج العناصر المعرفية ضمن خطابات توجيهية أو وجدانية، فتظهر المعلومات الشرعية بشكل عرضي أو داعم للرسالة الرئيسة، دون أن تكون محورًا قائمًا بذاته. وهذا ما يفسر النسبة المنخفضة لهذا النوع، إذ إن الغاية من البودكاست ليست تقديم دروس تعليمية أو شروحات مفصلة، وإنما تحريك مشاعر المتلقي، وتوجيهه نحو الممارسة الدينية انطلاقًا من الإقناع الوجداني والتربوي، أكثر من المعرفة المنهجية. ومع ذلك، لا يغيب الطرح التعليمي تمامًا، بل يحضر بشكل مدمج في ثنايا الخطاب. فعلى سبيل المثال، حين يتحدث الدكتور عن أثر التسبيح أو معنى الاستغفار، يُقدّم المعلومة في سياق شعوري ووجداني لا يخضع لترتيب علمي دقيق، وإنما يُساق كجزء من حوار روحي يستهدف قلب المتلقي. وهذا ما يظهر في إحدى حلقاته حين يقول: "الناس تظن أن الذكر مجرد كلمات، لكن لما تفهم معنى سبحان الله... ستعلم أنها تنقي قلبك وتطهر نظرتك للحياة." هنا يُلاحظ المزج بين الشرح (وهو الجانب التعليمي) والتوجيه (وهو الغالب على الأسلوب). (إن انخفاض نسبة النوع التعليمي في العناوين والمضامين يدل على وعي اتصاليّ باستراتيجيات التأثير في الفضاء الرقمي، حيث يُفضّل تقديم الخطاب الديني في قالب محفزة وجذابة، تضمن التفاعل والانتشار، بدل الاكتفاء بالتقديم المعرفي الجاف، خاصة في وسائط مثل البودكاست التي تعتمد على الإقناع الصوتي والتأثير اللفظي والانفعالي).

رابعاً: تحليل البودكاست الرابع: تلذذ العبادات " الدعاء"

التحليل الكمي والكيفي لفئة الشكل للفيديو الرابع تلذذ العبادات "الدعاء"

الجدول رقم (37): يمثل فئة اللغة في بودكاست تلذذ العبادات "الدعاء"



فئة اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة
اللغة العربية الفصحى	28	60%
اللهجة العامية (المصرية)	19	40%
المجموع	47	100%

الشكل رقم (39): يوضح نسبة فئة اللغة في بودكاست تلذذ العبادات "الدعاء"

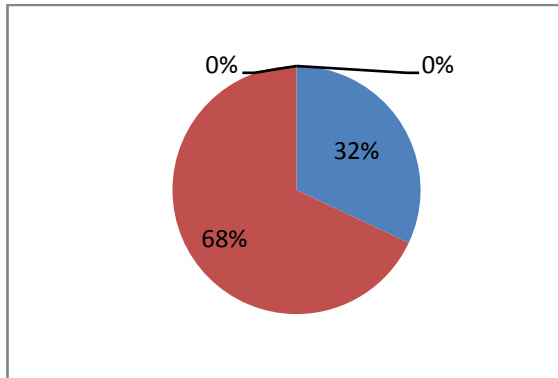
أظهرت نتائج التحليل لفئة اللغة المستخدمة أن أعلى نسبة هي اللغة العربية الفصحى بنسبة 60% وأدنى

نسبة هي اللهجة العامية (المصرية) ب40%

عند التعمق في تحليل اللغة المستخدمة ضمن محتوى بودكاست "أحمد العربي"، نلاحظ أن الاستخدام المزدوج للغة بين الفصحى والعامية ليس مجرد خيار عفوي، بل يُعد أداة استراتيجية مدروسة بعناية لتعزيز التأثير الإقناعي. فقد جاءت اللغة العربية الفصحى بنسبة 60% من مجموع العينة، وظهرت بشكل أساسي في لحظات تقديم الآيات القرآنية، الأحاديث النبوية، التعريف بالمفاهيم الدينية الأساسية، وشرح الأطر العقائدية العامة، مثل قوله: "إن الله يحب التوابين ويحب المتطهرين" أو "الدعاء عبادة، بل هو مخ العبادة". هذا الاستخدام يُضفي على الخطاب طابعاً شرعياً ورسمياً، ويمنحه سلطة خطابية يستمدّها من النصوص المقدسة، ما يرفع من درجة المصداقية في أعين الجمهور، ويكسبه بعداً روحياً عميقاً، خاصة أن جمهور البودكاست يميل إلى البحث عن المعنى الديني الصحيح المدعوم بالدليل. كما تساهم الفصحى في الحفاظ على الجانب المعرفي العقلاني من الخطاب، وتُقدّم المحتوى الديني في صورته التقليدية المتجذّرة في الثقافة الإسلامية، بما يعزز أيضاً من حضور المرجعية.

لكن الملفت في البودكاست أن أحمد العربي لا يكتفي بذلك، بل يوظّف العامية المصرية بنسبة 40%، وهو ما يُعتبر مؤشراً على الوعي التواصلّي الحديث الذي يراعي المتغيرات الثقافية والسوسولوجية لجمهور الوسائط الرقمية. فالجمهور المتلقّي للبودكاست، خاصة من الفئة الشابة، لا يستسيغ الخطاب الديني الذي يتسم بالجمود أو الرسمية المفرطة، ويُفضّل لغة قريبة من يومياته، بسيطة، وعفوية. ومن هنا جاءت العامية المصرية لتلعب هذا الدور، حيث تُستخدم في سرد القصص، طرح الأسئلة، إبداء التعاطف، والتقرب من المستمع، كما في العبارات المتكررة: "متزعلش من التأخير، ربنا بيخبّي لك الخير"، "عارف لما تبكي وانت بتدعيه؟ اللحظة دي مش بتعدي عليه أبداً". هذه العبارات تُحمّل الخطاب بعاطفة إنسانية تجعل المستمع يشعر أن من يخاطبه ليس شيخاً على منبر تقليدي، بل شخص يشاركه الألم والتجربة. ومن زاوية الاتصال والعلاقات العامة، يُعد هذا المزج اللغوي بين الفصحى والعامية شكلاً من أشكال التكيف الخطابّي أو اللغة الجسر، والتي تُستخدم لإزالة الحواجز النفسية بين المتحدث والجمهور، ففي الوقت الذي تحافظ فيه الفصحى على مكانة الخطاب وجديته، تقوم العامية بإنزاله إلى مستوى الحياة اليومية، ما يمنح المستمع فرصة التماهي مع المحتوى دون الشعور بالغربة أو الثقل. وهذا ما يُعرف في نظريات الاتصال بمفهوم "التموضع اللغوي"، حيث يعتمد المتحدث إلى اختيار اللغة الأنسب لكل مرحلة من مراحل الإقناع، بما يتماشى مع السياق والمحتوى والهدف المرجو من الرسالة. ولا يمكن إغفال أن استخدام العامية المصرية بالذات – باعتبارها لهجة مشهورة ومحبوكة في العالم العربي – يُسهم في توسيع قاعدة الانتشار، ويُضفي على الخطاب بعداً إعلامياً شعبياً، حيث يستفيد البودكاست من محبة الناس للهجة المصرية في المسلسلات والمحتوى الترفيهي، ليُقدّم بها خطاباً دينياً رقيقاً وسلساً، يُعيد تشكيل العلاقة بين المتلقّي والدين، ويُجدّد أسلوب الدعوة بأسلوب أقرب للثقافة الشعبية المعاصرة. وبذلك، لا يُمكن فصل اللغة المستخدمة في بودكاست "أحمد العربي" عن وظيفتها الإقناعية والتأثيرية، فهي ليست مجرد وسيلة نقل محتوى، بل عنصر جوهري في بناء الإستراتيجية الاتصالية، وإعادة تشكيل الخطاب الديني بما يتماشى مع خصائص الإعلام الجديد، والتوقعات المتغيرة للجمهور، وهو ما ينسجم تماماً مع أهداف تخصص الاتصال والعلاقات العامة في بناء خطابات فعّالة ومؤثرة ومُكيّفة مع السياقات الثقافية والاجتماعية المختلفة.

الجدول رقم (38): يمثل فئة الوسائط التذعيمية في بودكاست "الدعاء"



فئة الوسائط التذعيمية	التكرار	النسبة
موسيقى	12	32%
أصوات بشرية	25	68%
المجموع	37	100%

الشكل رقم (40): يمثل فئة الوسائط التذعيمية في بودكاست "الدعاء"

أظهرت نتائج التحليل لفئة الوسائط التذعيمية أن أعلى نسبة تمثلت في الأصوات البشرية حيث قدرت ب 68% وأدنى نسبة هي استخدام الموسيقى بنسبة 32%

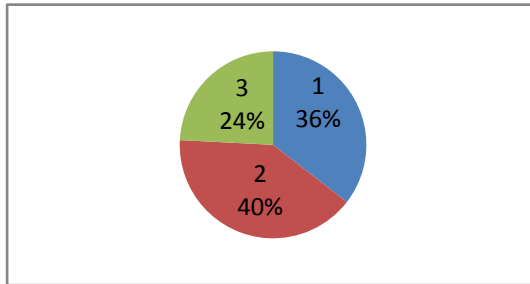
تعد فئة الوسائط التذعيمية من العناصر الأساسية التي تضيف بُعدًا تفاعليًا وحسيًا للمضامين الصوتية في البودكاست، حيث تسهم بشكل كبير في تعزيز تجربة الاستماع وجذب انتباه الجمهور. وتبين من خلال التحليل أن الأصوات البشرية تستحوذ على أكبر نسبة تصل إلى 68%، في حين تحظى الموسيقى بنسبة أدنى تبلغ 32%، وهو توازن يعكس استراتيجية مدروسة لاختيار الوسائط التي تُبرز قوة الخطاب وتعزز التواصل المباشر بين الداعية والمستمع. يمثل الصوت البشري جوهر هذه الوسائط التذعيمية، فهو ليس مجرد ناقل للكلمات، بل أداة تعبيرية تحمل في طياتها النبرات، الانفعالات، والتفاعلات الشخصية التي تعكس صدق المرسل وعمق إحساسه. استخدام الأصوات البشرية بهذا القدر الكبير يسمح بتوطيد العلاقة العاطفية مع المستمع، ويخلق إحساسًا بالألفة التي تميز الخطاب الدعوي الفعال. فعندما يسمع المستمع نبرة الصوت المتحركة، التوقعات المدروسة، والتغيرات في الإيقاع، فإنه يتفاعل بشكل أكثر عمقًا مع الرسالة، مما يزيد من فرص التلقي الإيجابي والتأثر الإقناعي. أما الموسيقى،

وعلى الرغم من أنها تشكل أقلية في الاستخدام (32%)، فإنها تلعب دورًا تكميليًا لا غنى عنه في تعزيز الأجواء الروحية والمزاجية للمحتوى. تُستخدم الموسيقى بشكل انتقائي وفي لحظات محددة تهدف إلى استثارة المشاعر، مثل لحظات التأمل أو الدعاء، حيث تضيف طبقة صوتية تساعد على تهدئة النفس أو رفع الروح المعنوية. وهذا الاستخدام المدروس يجعل الموسيقى وسيلة داعمة تعزز من الرسالة ولا تشتت المستمع عن جوهر المحتوى. من الناحية النظرية، يُمكن اعتبار هذا التوزيع دلالة على فهم عميق لخصائص الوسائط الصوتية وأثرها في العملية الاتصالية، حيث تؤكد الدراسات الحديثة أن الصوت البشري يحتل مركزًا بارزًا في تحقيق المصداقية والاتصال الشخصي، وهو ما يُعرف بـ "التواصل الصوتي"، الذي يُعتبر أكثر تأثيرًا من الوسائط الأخرى لقدرته على نقل المشاعر والتفاعلات الدقيقة. بالإضافة إلى ذلك، يُمثل هذا التركيز على الأصوات البشرية توافقًا مع طبيعة البودكاست كوسيط صوتي يعتمد على حضور

المتحدث وحيويته. من ناحية أخرى، يُظهر اختيار الموسيقى بنسبة مدروسة حرصاً على عدم الإفراط الذي قد يؤدي إلى تقليل تركيز المستمع أو تشتيت الانتباه، مما يعكس مهنية في تصميم المحتوى الصوتي يراعي الفروق الدقيقة في استقبال الجمهور المستهدف. بالنظر إلى تخصص الاتصال والعلاقات العامة، يُمكن تفسير هذا التوازن بأنه جزء من إستراتيجية الاتصال المؤسسي والشخصي التي تهدف إلى بناء علاقة ثقة وتواصل فعال مع الجمهور، إذ إن الصوت البشري يُضفي طابعاً إنسانياً وودوداً يُسهل نقل الرسالة بصدق ووضوح، بينما تعمل الموسيقى على تعميق التجربة الحسية وتحفيز الاستجابة العاطفية بطريقة غير مباشرة. بالتالي، يُمكن اعتبار فئة الوسائط التديمية نموذجاً تطبيقياً يبرز كيف يمكن للخطاب الدعوي في البودكاست أن يستفيد من أدوات متنوعة لتحقيق تأثير أقوى، مع احترام خصوصية وسياق الجمهور، وتحقيق توازن مدروس بين المحتوى والمظهر الصوتي.

📊 التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون للبودكاست الثاني تلذذ العبادات "الدعاء"

الجدول رقم (39): يمثل فئة المواضيع في بودكاست "الدعاء"



الشكل رقم (41): يوضح نسبة فئة المواضيع في بودكاست "الدعاء"

فئة المواضيع (الدعاء)	التكرار	النسبة
أهميته في التوكل والخضوع لله	22	35%
شروط وآداب الدعاء	25	40%
تربية النفس على الصبر	15	24%
المجموع	62	100%

أظهرت نتائج التحليل لفئة المواضيع أن أعلى نسبة هي شروط وآداب الدعاء المسموع التي قدرت بـ 40% في حين سجلت فئة أهمية الدعاء في التوكل والخضوع لله نسبة 35 % وأدنى نسبة كانت تربية النفس على الصبر تمثلت نسبتها بـ 24%

في إطار دراسة مضامين بودكاست "أحمد العربي"، ظهر من التحليل الموضوعي للعين أن هناك تركيزاً ملحوظاً على بعض الفئات الموضوعية على حساب أخرى، وهذا يعكس بشكل واضح إستراتيجية إعلامية ودعوية مدروسة تتماشى مع طبيعة الجمهور المستهدف وخصائص الوسيط المستخدم، وهو البودكاست. فئة "شروط وآداب الدعاء" جاءت في المقدمة بنسبة 40% من الحلقات المدروسة، وهذا التمرکز يعكس إدراك الداعية لأهمية الدعاء كقناة اتصال روحية فعالة، وتوظيفه كأداة إقناعية مركزية. الدعاء في الخطاب الديني يُعتبر فعلاً تعبدياً يُعبّر عن حاجة الإنسان إلى التقرب من الله، مما يجعله موضوعاً مشبعاً بالانفعالات والمشاعر، وهو ما يستجيب بشكل فطري له احتياجات المستمع من حيث الطمأنينة والأمل. يستخدم أحمد

العربي في مخاطبة هذا الموضوع أسلوبًا بسيطًا وواضحًا، بعيدًا عن التعقيد اللغوي، معززا الفكرة أن الدعاء مفتوح لكل شخص مهما كانت خلفيته أو مستواه العلمي، فهو حق لكل مسلم. ففي إحدى حلقاته يقول:

"مش مهم تتكلم كلام كبير عشان ربنا يسمعك... المهم الكلام يطلع من قلبك، وهو دا اللي ربنا عايزه".

هذا الأسلوب يُمثل استمالة وجدانية قوية، حيث يُخاطب المستمع من مركز العاطفة، مما يعزز الترابط بين الداعية والمستمع، ويزيد من قدرة الرسالة على الإقناع. كما أن تركيز الداعية على شروط وآداب الدعاء لا يقتصر على الجانب الروحي فقط، بل يتعداه ليشمل الجانب التعليمي والتوجيهي، وهو ما يعكس استخدامه لأسلوب الإقناع العقلاني في بعض الأحيان، حيث يشرح كيف يمكن أن يكون الدعاء أكثر تأثيرًا إذا ما تم ضمن ضوابط معينة. وهذا المزج بين الأسلوب العاطفي والعقلي هو من أبرز سمات التواصل الديني الناجح، حيث يتمكن من جذب أكبر شريحة من الجمهور.

_ على النقيض، نجد أن فئة "تربية النفس على الصبر" جاءت في آخر الترتيب بنسبة 24% فقط، بالرغم من أنها قيمة أساسية في الدين الإسلامي وركيزة أساسية في بناء الشخصية المؤمنة والصامدة. تحليل هذا التفاوت في التمثيل يعود بشكل أساسي إلى طبيعة الصبر كموضوع يتطلب معالجة أكثر عمقًا وتأملًا، وهو ما يصعب عرضه بأسلوب سريع وجذاب في بودكاست يعتمد على الإيقاع الصوتي وحيوية التقديم. في هذا الإطار، يقول أحمد العربي في إحدى الحلقات:

"الصبر مش معناه تظل ساكت، الصبر معناه تقدر تتحمل، وتستنى مع ربنا اللي دايمًا بيخططك خير".

هذا الخطاب يحاول المزج بين الوجدان والعقل، معتمدًا على الاستدلال المنطقي والتأكيد على أن الصبر ليس سلبياً بل هو فعل إيجابي نابع من الإيمان. ولكن، يتطلب هذا النوع من الخطاب تركيزًا واستيعابًا أكبر من المستمع، مما يقلل من نسبة انتشاره بالمقارنة بمواضيع أكثر بساطة وارتباطًا مباشرًا بمشاعر الناس مثل الدعاء. من منظور تخصص الاتصال والعلاقات العامة، هذا التفاوت في نسب التمثيل يعكس

إستراتيجية متقنة في صياغة الرسائل الإقناعية، مبنية على مفهوم تجزئة الجمهور (Audience

Segmentation) وتحليل حاجات كل فئة. فالدعاء يُعتبر نقطة جذب عاطفية قوية وسريعة، وتستخدم

كمدخل لبناء علاقة تواصل وثيقة مع الجمهور، بينما الصبر يتطلب مخاطبة عقلانية أعمق، وهو ما يجعل استخدامه في البودكاست أقل فاعلية ضمن الإطار الزمني المحدود. علاوة على ذلك، يتميز البودكاست بكونه وسيلة اتصال تعتمد على الصوت والحديث المباشر، مما يجعل الأساليب الإقناعية التي تعتمد على المشاعر الحية والبساطة اللغوية أكثر تأثيرًا. وهذا يفسر ارتفاع تمثيل موضوع الدعاء، حيث يحقق تأثيرًا نفسيًا مباشرًا عبر تحفيز مشاعر الرجاء والطمأنينة، في مقابل الموضوعات التي تتطلب تفسيرات فلسفية أو نفسية معقدة مثل الصبر، والتي تحتاج لجمهور أكثر استعدادًا للتفكير. الأمر لا يقف عند هذا الحد، بل يمكن

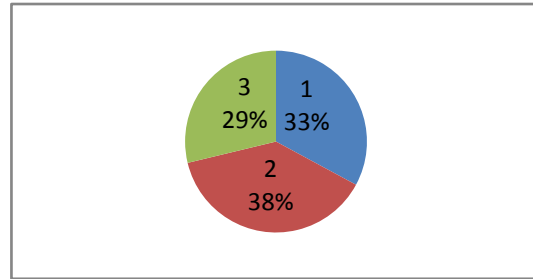
فهم هذا التوزيع الموضوعي ضمن إطار أوسع من النظريات الاتصالية مثل نظرية التكيف (Adaptation Theory)، حيث يقوم الداعية بضبط محتوى الرسالة وأساليب الإقناع بما يتناسب مع خصائص الجمهور، واحتياجاتهم النفسية والثقافية، إضافة إلى خصائص الوسيط الإعلامي. كما أن هذا التوزيع في الموضوعات

يعكس أيضًا وعيًا بمبدأ الرسائل متعددة الطبقات، حيث يتم تقديم موضوعات ذات مستويات مختلفة من العمق، تضمن استقطاب شريحة واسعة من الجمهور من حيث التوجهات والاستعدادات النفسية، بداية من الموضوعات الوجدانية المباشرة مثل الدعاء، وصولاً إلى الموضوعات التي تتطلب تفكيرًا وتأملًا أكثر، مثل الصبر. في النهاية، يظهر من خلال هذا التحليل أن أحمد العربي يملك رؤية واضحة في صياغة مضامين

بودكاسته، حيث يمزج بين الأساليب الاتصالية المختلفة لاستهداف احتياجات متنوعة لجمهوره، من خلال تبني موضوعات تأسر المشاعر وتمنح الأمل، وأخرى تبني الفكر وتعزز التماسك النفسي، وهو ما يجعل مضامينه نموذجاً مهماً لدراسة الأساليب الإقناعية في الخطاب الديني الحديث عبر الوسائط الرقمية.

فئة القيم	التكرار	النسبة
القيم الإنسانية	24	33%
القيم الدينية	28	38%
القيم الاجتماعية	21	29%
المجموع	73	100%

الجدول رقم (40): يمثل فئة القيم في بودكاست "الدعاء"



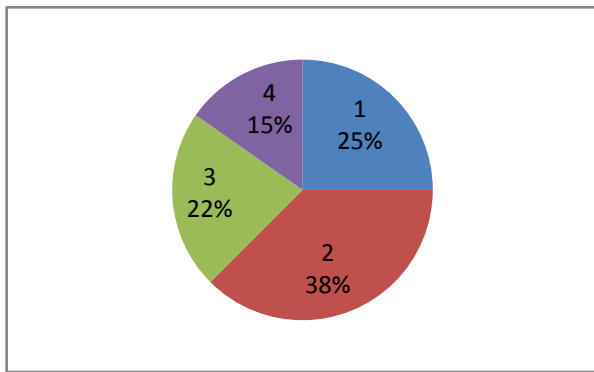
الشكل رقم (42): يوضح نسبة فئة القيم في بودكاست "الدعاء"

_ في بودكاست الدعاء للدكتور أحمد العربي تتجلى القيم الدينية كأعلى فئة قيمية بنسبة 38% مما يعكس التركيز العميق على الجوانب الروحية والإيمانية في محتوى الحلقات هذا التركيز يتجسد في تسليط الضوء على أهمية الدعاء كعبادة مركزية في حياة المسلم حيث يُستدل بكلام النبي صلى الله عليه وسلم في حديث النعمان بن بشير الذي يقول فيه الدعاء هو العبادة هذا البيان النبوي يؤكد أن الدعاء ليس مجرد وسيلة لطلب الحاجات بل هو تعبير عن التوحيد والخضوع الكامل لله تعالى كما يُبرز الدكتور أحمد العربي في حلقاته نماذج من دعاء الأنبياء والصالحين مثل إبراهيم عليه السلام الذي قال وأعتزلكم وما تدعون من دون الله وأدعو ربي فلما اعتزلهم وما يعبدون من دون الله وهبنا له هذا المثال يُظهر كيف أن الدعاء كان محوراً في حياة الأنبياء ومصدرًا للتغيير والتحول بالإضافة إلى ذلك يُشير الدكتور إلى أهمية حضور القلب في الدعاء وعلو الهمة فيه مما يعكس عمق القيم الدينية التي يُراد ترسيخها في نفوس المستمعين

_ في المقابل تحتل القيم الاجتماعية نسبة 29% وهي أقل فئة قيمية في البودكاست ورغم ذلك يتم التطرق إلى بعض الجوانب الاجتماعية من خلال الحديث عن تأثير الدعاء في تعزيز الروابط الاجتماعية مثل الدعاء لأهل غزة والسودان وسائر بلاد المسلمين هذا النوع من الدعاء يُعزز من مشاعر التضامن والتكافل بين المسلمين ويُظهر البعد الاجتماعي للدعاء كما يُشير الدكتور إلى أهمية الدعاء في تحقيق السلام الداخلي مما ينعكس إيجاباً على العلاقات الاجتماعية ورغم أن التركيز الأساسي في البودكاست هو على القيم الدينية إلا أن القيم الاجتماعية تُطرح كامتداد طبيعي لهذه القيم حيث يُعتبر الدعاء وسيلة لتعزيز الأخلاق الحميدة

والتواصل الإيجابي مع الآخرين وبالتالي يُمكن القول إن البودكاست يُقدم نموذجًا متكاملًا يُبرز كيف أن القيم الدينية تُشكل الأساس الذي تنبثق منه القيم الاجتماعية مما يُعزز من فهم المستمعين لأهمية التوازن بين الجوانب الروحية والاجتماعية في حياتهم.

الجدول رقم (41): يمثل فئة الأهداف في بودكاست "الدعاء"



الشكل رقم (43): يوضح نسبة فئة الأهداف في بودكاست "الدعاء"

فئة الأهداف	التكرار	النسبة
الدعوة للاقتداء بالرسول	18	21%
تحسين العلاقة مع الله	27	31%
نشر تعاليم الدين الإسلامي	16	18%
تعزيز الإيمان:	11	13%
إحسان العبادة مع الله	15	17%
تلذذ العبادات	87	100%
المجموع		

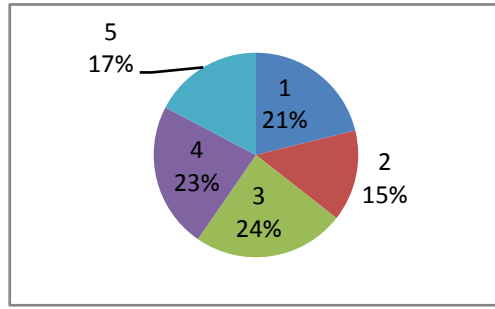
أظهرت نتائج التحليل لفئة الأهداف أن أعلى نسبة هي تحسين العبادة مع الله بنسبة 31 % وتليها الدعوة للاقتداء بالرسول بنسبة 21% في حين سجلت فئة نشر تعاليم الدين الإسلامي نسبة 18% بعدها تأتي في المرتبة الرابعة -تلذذ العبادات - بنسبة 17 % وأدنى نسبة هي تعزيز الإيمان وإحسان العبادة مع الله بنسبة 13%

__ يتجلى من خلال تحليل فئة الأهداف في فيديو الدعاء أن الخطاب المعتمد يركز بصفة أساسية على هدف تحسين العلاقة مع الله الذي يمثل أعلى نسبة بين الأهداف بنسبة 31 بللمئة وهو ما يعكس طبيعة التوجه العام للرسالة الدعوية التي تسعى إلى إصلاح العلاقة الإيمانية بين الفرد وربّه وجعل الدعاء وسيلة محورية في تحقيق هذا التحول الروحي حيث يتم تقديم الدعاء في هذا السياق ليس فقط باعتباره عبادة مستقلة وإنما كجسر معنوي لإعادة بناء الصلة بالله وتقويتها انطلاقاً من الوضع النفسي والروحي الذي يعيشه الفرد

المعاصر المحاط بضغوط الحياة اليومية والمشتت عن العبادات فالدعاء في هذا الفيديو يُصاغ بوصفه فعلاً وجدانياً يتجاوز الألفاظ التقليدية ليصبح حالة اتصال مباشر بالله تملؤها الثقة والرجاء والانكسار ويعكس ذلك الاستعمال المكثف للعبارات التي تدعو إلى الرجوع إلى الله والتوبة والوقوف بين يديه والتي تخاطب القلب قبل العقل مثل تعبير اقترّب من الله لا تحتاج إلى لغة مرتبة فقط كن صادقاً وهو ما يدل على اعتماد الأسلوب التبسيطي الذي يكسر الصورة النمطية للدعاء باعتباره طقساً رسمياً جامداً ليقدمه كحالة شعورية تلقائية يستطيع أن يمارسها أي إنسان في أي وقت ومن أي موقع وهو ما يفتح باب الأمل والتقرب من الله لدى جمهور واسع يشعر أحياناً بالعجز أو بعدم الجدارة للعودة إلى الله كما أن هذا التركيز على هدف تحسين العلاقة مع الله يعكس فهماً عميقاً لطبيعة الجمهور المستهدف الذي قد يكون في مرحلة من التذبذب الروحي أو الشعور بالذنب أو الفتور في الالتزام الديني مما يجعل من الدعاء المدخل الأكثر فاعلية لإعادة ربطه بالبعد الإيماني وبناء علاقة جديدة قائمة على القرب والصدق والافتقار إلى الله.

وفي مقابل ذلك فإن هدف تلذذ العبادات لم يسجل سوى نسبة 17 في المئة وهي أدنى نسبة ضمن هذه الفئة ما يعني أن الخطاب لم يركز بشكل واضح أو مكثف على الأبعاد الذوقية والروحية العالية للدعاء كحالة من النشوة أو التلذذ بل تم تناول هذه الفكرة بشكل ثانوي أو ضمني باعتبارها نتيجة لاحقة لتحسين العلاقة مع الله وليس كهدف أصيل أو أساسي يُبنى عليه الخطاب الدعوي فقد غابت في كثير من المقاطع عبارات مثل استشعر لذة الدعاء أو تذوق جمال المناجاة أو عيش حلاوة القرب وبدلاً من ذلك حضر خطاب يستنهض الهمم ويذكر بالرجوع ويؤسس لعلاقة إصلاحية مع الله تسبق مرحلة التلذذ وهو ما يُفهم في سياق اعتماد المرسل على خطاب دعوي واقعي وتدرجي ينطلق من مخاطبة الحاجة والقصور والضعف ليصل في مراحل لاحقة إلى الحديث عن اللذة الروحية كأفق وليس كنقطة انطلاق فالمخاطب في هذا الفيديو ليس شخصاً في حالة خشوع واستغراق روحي بل هو غالباً شخص بعيد عن الله أو يشعر بالتقصير ويحتاج إلى من يذكره ويحتويه ويعيد إليه الثقة في إمكانية الرجوع وهذا ما يفسر اختيار الدعاء كوسيلة لبناء هذه الثقة والانطلاقة الجديدة فالتلذذ بالدعاء لا يمكن فرضه على المتلقي بل يجب أن ينبع من داخل تجربة متراكمة تبدأ بالإخلاص والصدق والتكرار وهو ما يُبنى مع الوقت وليس بمجرد التوجيه اللفظي لذلك فإن صانع المحتوى فضل التركيز على الوظيفة التوجيهية للدعاء أكثر من التركيز على جانبه الذوقي من أجل ضمان فعالية الخطاب وتحقيق تفاعل نفسي وروحي حقيقي مع المتلقي وهكذا فإن تحليل الأهداف في هذا الفيديو يبرز إستراتيجية واعية في توجيه الخطاب تبدأ بإحياء العلاقة مع الله من باب الدعاء كتعبير عن الاحتياج والافتقار والاعتراف ثم تُمهّد لبلوغ مقامات أعلى كالتلذذ والأنس بالله والتي تُفهم ضمناً كثمار لاحقة للمسار الإيماني الصحيح.

الجدول رقم (42): يمثل فئة الأساليب اللفظية في بودكاست "الدعاء"



الشكل رقم (44): يوضح نسبة فئة الأساليب اللفظية في بودكاست "الدعاء"

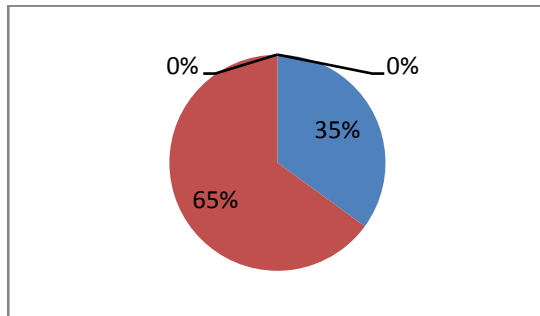
النسبة	التكرار	فئة الأساليب اللفظية
21%	22	سرد القصص
14%	15	استخدام أمثلة
		الاقتباس من
24%	25	القرآن والسنة
23%	24	أسلوب الترغيب
		ترجمة الأفكار
17%	18	للعامية
100%	104	المجموع

أظهرت نتائج التحليل لفئة الأساليب اللفظية أن أعلى نسبة تمثلت في الاقتباس من القرآن والسنة بنسبة 24% في حين سجلت نسبة أسلوب الترغيب 23% من مجموع الفئات ، تليها سرده القصص بنسبة 21% ، بعدها تأتي ترجمة الأفكار للعامية بنسبة 17% وأدنى نسبة هي استخدام الأمثلة قدرت ب 14%

أوضحت نتائج تحليل مضمون الحلقات المختارة من بودكاست أن الأساليب اللفظية المستخدمة في بناء الخطاب لعبت دوراً محورياً في تشكيل الرسائل الدينية وتوجيهها بطريقة تتسم بالفاعلية والإقناع. وقد أظهرت النتائج أن أسلوب الاقتباس من القرآن الكريم كان الأكثر استخداماً بنسبة 24%، في حين سجلت أقل نسبة لأسلوب ترجمة الأفكار إلى اللهجة العامية، مما يعكس توجهاً مدروساً في كيفية مخاطبة المتلقي دينياً ومعرفياً. ويُعتبر الاقتباس من القرآن الكريم من أبرز ركائز الخطاب الديني الناجح، ليس فقط لكونه نصاً مقدساً يتسم بسلطة رمزية مطلقة في الثقافة الإسلامية، بل أيضاً لأنه يُحقق تأثيراً نفسياً عميقاً على المتلقي، ويُعزز من مصداقية الرسالة، ويمنح المتحدث شرعية معرفية ودينية قوية. فحين يستشهد الداعية أحمد العربي بالآيات، فإنه لا يوردها بشكل جاف، بل يدمجها ضمن حديث يحرص فيه على الربط بين النص الشرعي وسياق المتلقي المعاصر، مما يخلق نوعاً من الدمج بين المرجعية الدينية والتجربة الحياتية اليومية. على سبيل المثال، عندما يقول: "ادعي ولو مش شايف أي حاجة، ربنا قال: وقال ربكم ادعوني أستجب لكم"، فإن الاقتباس هنا لا يأتي كحجة مجردة، بل كدليل شرعي مُطمئن يُعزز الاستجابة النفسية لدى المستمع ويُشعره بالقرب من الخالق. كما أن استخدامه المتكرر لهذا النوع من الاقتباسات يُساهم في بناء ما يُعرف في نظريات الاتصال بـ "الرسائل الموجهة بالقيم"، حيث تُستند الحجج إلى مبادئ وقيم دينية مطلقة تُعتبر غير قابلة للجدال، وهو ما يزيد من فاعلية الرسالة ويُسرّع عملية التأثير. وفي السياق نفسه، يُلاحظ أن الاقتباسات لم تكن طويلة أو معقدة، بل كان يتم اختيار آيات قصيرة وواضحة الدلالة، مما يُناسب جمهور الوسائط السمعية الذين قد لا يملكون دائماً التركيز الكامل أو الخلفية الدينية القوية.

أما بالنسبة لأسلوب ترجمة الأفكار إلى اللهجة العامية، فقد سُجل بنسبة أقل، وهو ما يشير إلى أن الداعية يُفضل الحفاظ على نوع من التوازن بين لغة الخطاب الديني التقليدية وبساطة التواصل الحديث. فرغم أنالبودكاست بُيئت باللهجة المصرية، إلا أن ترجمة المفاهيم الدينية إلى لهجة عامية بسيطة تُستخدم بحذر، ربما تجنبًا لفقدان الوقار الرمزي للنصوص أو المعاني المقدسة، حيث أن بعض القيم الدينية قد تُفَرِّغ من عمقها إذا ما طُرحت بلغة مفرطة في البساطة أو التهكم. ومع ذلك، لا يُمكن إغفال القيمة الاتصالية لهذا الأسلوب حين يُوظف بشكل ذكي، حيث يُسهِّل إيصال الرسالة ويُقَرِّب المفاهيم من الجمهور العام، خصوصًا فئة الشباب الذين يفضّلون لغة غير متكلّفة. وفي إطار تخصص الاتصال والعلاقات العامة، يمكن تفسير هذا التنوع الأسلوبي كجزء من إستراتيجية تواصل إقناعي متعددة المستويات، إذ يُوظف فيها المصدر (أحمد العربي) أدواته الاتصالية بوعي عالٍ بهدف بناء خطاب ديني يتسم بالبساطة دون الابتذال، والعمق دون التعقيد، والجاذبية دون السطحية. وهي معادلة ضرورية في بيئة الاتصال الرقمي، حيث يُعد التنافس كبيرًا على انتباه الجمهور، ما يفرض على الداعية أن يجمع بين الشرعية الدينية والتأثير الاتصالي في آن واحد.

الجدول رقم (43): يمثل فئة الأساليب الغير لفظية المستخدمة في بودكاست "الدعاء"



الشكل رقم (45): يوضح نسبة فئة الأساليب الغير لفظية المستخدمة في بودكاست "الدعاء"

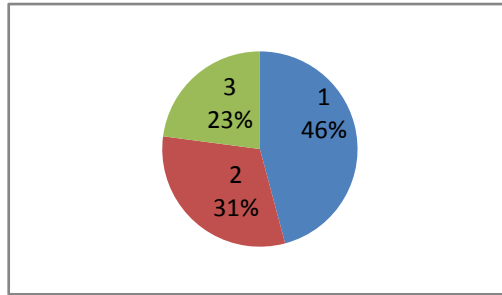
النسبة	التكرار	فئة الأساليب الغير لفظية
35%	15	لغة الجسد
65%	28	إيماءات الوجه
100%	43	المجموع

أظهرت نتائج التحليل لفئة الأساليب الغير لفظية أن أعلى نسبة هي إيماءات الوجه بنسبة 65% وأدنى نسبة هي لغة الجسد بنسبة 35%

من خلال تحليل مضمون الحلقات التي تم اختيارها من بودكاست "أحمد العربي"، يتبين أن الخطاب الدعوي المبتوث عبر هذه الحلقات يستند إلى بنية إقناعية متكاملة، تُوظف فيها باحترافية مجموعة من الأساليب الاتصالية الكبرى التي تهدف إلى إحداث تأثير فعلي في المتلقي، سواء على مستوى الفكر أو السلوك أو الوجدان. ولعل أبرز ما يُلاحظ هو الحضور المكثف للاستمالة العاطفية، إذ يعتمد الداعية مخاطبة مشاعر المتلقي من خلال بناء مشاهد تخيلية وجدانية تُحدث ارتباطاً نفسياً بالرسالة، كقوله في أحد المقاطع: "تخيل تموت وربنا راضٍ عنك.. تخيل تكون دعوت في لحظة ضعف وربنا استجابلك، لحظة واحدة تغير حياتك". هذه العبارات التي تركز على التخيل والتأمل لا تكفي بإيصال معنى لفظي، بل تُثير في المتلقي إحساساً داخلياً يجعله أقرب إلى التفاعل مع الدعوة والإيمان بقيمتها. ويُلاحظ أن هذا النوع من التأثير العاطفي يُعتبر أحد الأسس الجوهرية في الخطاب الدعوي الحديث، الذي يُراعي نفسية الجمهور المعاصر، ويدرك أن الاتصال الفعال لا يتحقق فقط من خلال المعلومات، بل من خلال بناء علاقة وجدانية تُؤسس للثقة والافتناع. ومن الناحية الاتصالية، فإن الاستمالة العاطفية تتكامل بشكل مباشر مع استراتيجيات العلاقات العامة التي تسعى إلى بناء صورة ذهنية إيجابية وخلق علاقة دافئة بين المُرسِل والمتلقي، وهو ما يحققه أحمد العربي من خلال نبرة صوته الهادئة، وتعبيراته الحانية، وطريقته في الإنصات والتفاعل حتى وهو يخاطب جمهوره عبر الشاشة، مما يُظهره كداعية قريب من الناس، يشعر بهم، ويتحدث بلسانهم، ما يُعزز فعالية التأثير ويُخفف المسافة الاتصالية بين الطرفين. في المقابل، لم يكن الجانب العقلي غائباً عن الخطاب، إذ يظهر الاستخدام المدروس للاستمالة العقلية التي تتجلى في عرض حجج منطقية، وأدلة عقلية، وتفسيرات مبسطة للآيات والأحاديث، خاصة عندما يتناول مواضيع مثل "شروط استجابة الدعاء" أو "أسباب تأخر الفرج"، حيث يُوظف مفاهيم دينية بأسلوب عقلاني يركز على التدرج في الفكرة وربطها بالواقع، مثل قوله: "ربنا مش بياخر عنك شيء إلا لأنه شايف الأفضل، وإنْت أحياناً بتدعي بحاجة لو كانت حصلت كانت ضيعتك". هذه الطريقة تُظهر وعياً بأن جمهور البودكاست لا يكفي بالوعظ العاطفي، بل يبحث عن تفسير منطقي للأحداث التي يعيشها، وهو ما يجعل الخطاب أكثر توازناً ويمنحه قوة في الإقناع. إلى جانب ذلك، يُلاحظ الاستخدام الواسع لأسلوب التكرار في الجمل المفتاحية والرسائل المحورية، حيث يُعيد الداعية عبارات مهمة في سياقات مختلفة مثل "ادعي.. متستسلمش"، أو "ربنا مش بينسى"، ما يُساعد في ترسيخ المعنى في ذهنه، ويخلق نوعاً من الإيقاع الداخلي الذي يسهل على المتلقي تذكر الرسالة وتداولها. ويُعد التكرار في هذا السياق جزءاً من الإستراتيجية الاتصالية لبناء الوعي التدريجي، كما أنه يخدم أهداف البودكاست من حيث الانتشار والتأثير على المدى الطويل، إذ أن الرسائل القابلة للتداول تزيد من قوة التأثير الجماهيري. ومن الأساليب الأخرى الحاضرة بقوة كذلك نجد أسلوب التهويل الإيجابي، والذي يُقصد به تضخيم أثر السلوكيات الإيمانية أو العبادية بغرض تحفيز المتلقي على الإقدام عليها، كما في قوله: "دعوة واحدة بصدق ممكن تغير مستقبلك كله، ممكن ربنا يفتح لك باب كنت فاقد الأمل فيه". هذه الصيغة تُحفز المستمع، وتُشعره بأن التغيير ممكن، وأن الدين لا يُقدّم فقط تشريعات، بل يمنح فرصاً حقيقية للنجاة والنجاح، وهو ما يعكس فلسفة دعوية حديثة تقوم على تعزيز الأمل بدل التخويف. كما يُوظف الخطاب أسلوب القصة كأداة إقناعية فعالة، حيث يعرض نماذج من الواقع أو من التراث الإسلامي بطريقة مبسطة ومؤثرة، مما يُقرّب المعنى من المتلقي ويُتيح له إسقاط الرسالة على حياته اليومية. هذا الأسلوب القصصي يُعتبر من أقدم أدوات الإقناع في الخطاب الديني، وقد حافظ على نجاعته حتى في الوسائط الجديدة، حيث يُساعد على التفاعل الذهني والوجداني مع الرسالة. وفي إطار تخصص الاتصال والعلاقات العامة، يُمكن اعتبار هذا التنوع في استخدام الأساليب الإقناعية الكبرى بمثابة نموذج فعال لما يُعرف بالتخطيط الاتصالي المؤثر، إذ أن أحمد العربي يُقدّم خطابه بناءً على فهم عميق لجمهوره، ويُراعي الخصائص النفسية

والاجتماعية والروحية للمتلقين، ما يعكس وعياً استراتيجياً بالعملية الاتصالية ومهارات عالية في بناء الرسالة الإقناعية.

الجدول رقم (44): يمثل فئة الأساليب البلاغية الموظفة في بودكاست "الدعاء"



فئة الأساليب البلاغية	التكرار	النسبة
التشبيه	22	46%
الاستعارة	15	31%
الكناية	11	23%
المجموع	48	100%

الشكل رقم (46): يوضح نسبة الأساليب البلاغية الموظفة في

بودكاست "الدعاء"

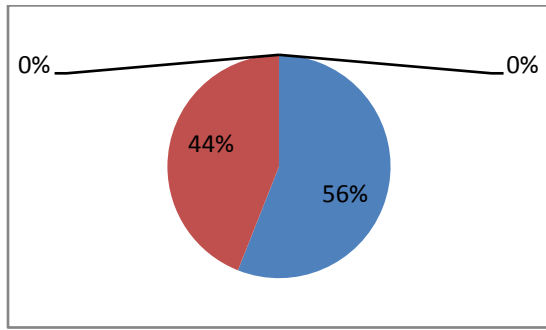
أظهرت نتائج التحليل لفئة الأساليب البلاغية أن أعلى نسبة تمثلت في التشبيه بنسبة 46% تليها الاستعارة

بنسبة 31% وأدنى نسبة كانت في الكناية حيث قدرت ب 23%

تعد الأساليب البلاغية التي تتجلى في مضامين البودكاست من الركائز الجوهرية التي تلعب دوراً فاعلاً في صناعة التأثير الإقناعي، إذ تتجاوز الوظيفة اللغوية التقليدية إلى بناء تجارب اتصال متكاملة تُثري العلاقة بين المرسل والمتلقي. ويُشير تحليل البيانات إلى تفوق أسلوب التشبيه بنسبة 46% كأداة رئيسية لتجسيد الأفكار المجردة بلغة بصرية مُحفزة على الفهم العميق، بينما يأتي أسلوب الكناية بنسبة 23% ليُضفي بعداً رمزياً وتأملياً يعزز التفاعل الذهني والنفسي مع النص. إن التشبيه هنا لا يعمل فقط كجسر بين الفكرة والمستمع، بل هو عملية استثنائية يتم من خلالها استدعاء مخزون المتلقي الحسي والعاطفي ليُدمج مع المحتوى الرسالي، ما يزيد من قدرة الخطاب على التأثير العميق. فعلى سبيل المثال، تشبيه الدعاء بالباب الذي يُطرق يُحوّل الدعاء من فعل لفظي إلى صورة حية تُمكن المستمع من استشعار الصبر والانتظار بروحانية عالية، وهو ما يعزز من حضور الرسالة في وعيه اليومي، ويحفزه على الالتزام والاستمرارية. أما التشبيه الذي يصور القلوب كأراضٍ تُزهر بفعل الذكر، فإنه يُترجم العملية الروحية إلى تجربة ملموسة تزرع في النفس شعوراً بالأمل والنمو الداخلي، ما ينسجم تماماً مع مبادئ الاتصال الإقناعي التي تُركز على ربط الرسالة بالحياة الواقعية للمتلقي. في المقابل، تستغل الكناية مجال الإيحاء الرمزي، الذي يُشكّل قوة ضمن فنون الإقناع الهادئ، حيث تسمح بنقل رسائل عميقة بلغة غير مباشرة تحترم ذهنية المتلقي وتدعوه إلى التفكير الشخصي في المضمون. فالتعبير عن "لبس القلب سواد" يفتح باباً لفهم الذات والاعتراف بالقصور بدون قسوة لفظية، مما يعزز من قدرة المستمع على التفاعل مع النص دون انفعال دفاعي أو رفض، وهذا يتماشى مع مبادئ الاتصال الفعال التي تحث على خلق بيئة تواصل آمنة ومحفزة. من منظور الاتصال والعلاقات العامة، يمكن وصف هذا الاستخدام البلاغي بأنه جزء من إستراتيجية الاتصال التفاعلي، حيث يتم اعتماد لغة تحمل أبعاداً وجدانية وعقلانية في آن معاً، مما يسهل تكوين علاقة تواصلية

ديناميكية مع الجمهور، ويحفز المشاركة والتمثل الذاتي للرسالة. كما يعكس ذلك فهماً دقيقاً لطبيعة الجمهور المستهدف وتنوع أنماط استقباله للمعلومات، خاصة في ظل استخدام الوسائط الرقمية التي تتطلب صياغة الرسائل بأساليب أكثر جاذبية وتأثيراً. علاوة على ذلك، فإن هذا التنوع البلاغي يُعد استجابة متجددة للتحديات التي يواجهها الخطاب الديني في عصر المعلومات، حيث المنافسة على الانتباه شديدة، والرسائل تحتاج إلى أن تكون أكثر جاذبية وأقل تعقيداً، دون التفريط في المضمون العميق. وهنا يظهر بوضوح كيف توظف البلاغة كأداة تواصلية لتقريب الدين من الحياة اليومية، وتعزيز القدرة على الإقناع والتوجيه بشكل يتوافق مع متطلبات العصر الحديث. في الختام، يمكن القول إن الأساليب البلاغية ليست مجرد تقنيات جمالية، بل هي مكونات إستراتيجية تندمج داخل عملية الاتصال لتخلق خطاباً قادراً على إحداث التغيير المعرفي والسلوكي. وتكشف هذه الإستراتيجية البلاغية عن وعي كبير بالكيفية التي تؤثر بها اللغة على السلوكيات، وتبرز أهمية المزج بين التراث البلاغي والابتكار الاتصالي في بناء خطاب ديني معاصر قادر على التأثير في المجتمع عبر الوسائط الرقمية الحديثة.

الجدول رقم (45): يمثل فئة الفاعلين في بودكاست "الدعاء"



الشكل رقم (47): يوضح نسبة فئة الفاعلين في

فئة الفاعلين	التكرار	النسبة
الداعية (أحمد العربي)	29	56%
صاحب البودكاست (هلال السيد)	23	44%
المجموع	52	100%

بودكاست "الدعاء"

أظهرت نتائج التحليل لفئة الفاعلين أن أعلى نسبة كانت للداعية أحمد العربي بنسبة 65% وأدنى نسبة هي لصاحب البودكاست هلال السيد بنسبة 44%

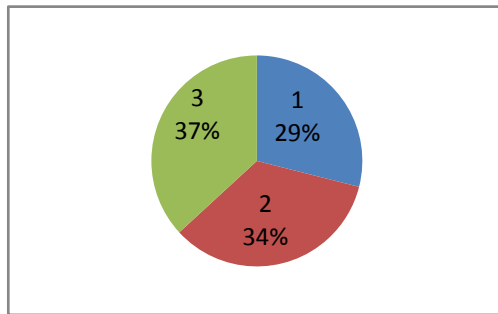
أوضحت نتائج تحليل مضمون العينة المدروسة من بودكاست "أحمد العربي" أن فئة الفاعلين في الخطاب كانت موزعة بشكل متفاوت بين الداعية أحمد العربي بنسبة 56%، وصاحب البودكاست هلال السيد بنسبة 44%. ويعكس هذا التفاوت في النسب اختلافاً في الأدوار التي يؤديها كل فاعل داخل الحلقة، والتي تشكل بدورها بنية الخطاب الإقناعي وأسلوب معالجته للقضايا الدينية المطروحة. فالنسبة الأكبر التي استحوذ عليها أحمد العربي تؤكد موقعه كمرجع ديني رئيسي داخل الحلقات، حيث يظهر بصفته المصدر الأساسي للمعلومة والفتوى والتوجيه. ويعتمد خطابه بدرجة كبيرة على الجمع بين السلطة الرمزية الدينية، المستمدة من خبرته الدعوية، وبين الكفاءة الاتصالية التي تُجيد مخاطبة الجمهور بلغة معاصرة قريبة من وجدان المستمعين، خصوصاً فئة الشباب. وتُعد هذه الازدواجية في الأداء واحدة من أهم خصائص الإقناع في الخطاب الديني الحديث، حيث لا يكفي المتحدث بعرض المعرفة الدينية، بل يسعى إلى تفعيلها ضمن سياقات حياتية ملموسة. ويُلاحظ في خطابات أحمد العربي حضور قوي للاستمالة الوجدانية، من خلال نبرة

صوته، وخياراته اللغوية، واستخدامه المتكرر للعبارات المطمئنة مثل "ربنا بيبحك" أو "مش لازم تكون مثالي علشان تدعي"، وهي تعبيرات تعمل على إزالة الحواجز النفسية بين المتلقي والدين، وتعيد تشكيل العلاقة مع المفاهيم الدينية في سياق وجداني رحيم ولس. كما يُوظف قصصاً ومواقف من الحياة اليومية، ما يُعزز الاستمالة الواقعية ويُقوي فعالية التأثير، ويجعل من خطابه نموذجاً واضحاً لاستخدام أساليب الإقناع غير المباشر المعتمد على التفاعل العاطفي والتقارب الرمزي مع الجمهور.

أما صاحب البودكاست هلال السيد، فقد كان حضوره بنسبة 44%، ويتركز دوره في الإطار التنظيمي والتواصل للحلقة، حيث يقوم بتقديم الضيف، وطرح الأسئلة، وتوجيه الحوار. وعلى الرغم من أن هلال السيد لا يُقدّم المحتوى الديني بنفسه، إلا أن دوره لا يقل أهمية في البناء الإقناعي للحلقة، لأنه يؤدي وظيفة "الوسيط" بين الداعية والمستمع، ويقوم بترجمة الأسئلة الضمنية للجمهور إلى أسئلة مباشرة تُطرح على الضيف، مما يجعله يُمثّل جمهور المستمعين داخل الخطاب نفسه. ويُعتبر هذا التفاعل من أبرز أساليب الاتصال الجماهيري الحديثة، التي تعتمد على تكييف الخطاب بما يتناسب مع خلفيات الجمهور واحتياجاته، عبر صوت تمهيدي غير سلطوي يخلق مناخاً من القرب والتلقائية. وفي ضوء تخصص الاتصال والعلاقات العامة، فإن هذا التوزيع في الأدوار يُجسّد تطبيقاً فعلياً لمبدأ التكامل بين أدوار المرسل الرئيسي والميسر الاتصالي، وهي آلية تواصلية فعّالة تُستخدم في بناء حملات التوعية والإقناع، خاصة عندما يتعلق الأمر بمواضيع حساسة أو ذات طابع روحي أو ديني. كما يبرز من خلال هذا الأسلوب قدرة البودكاست كوسيط رقمي على توظيف الصوت البشري في خلق تأثير نفسي ومعرفي عميق، من خلال المزج بين الاستمالات العاطفية والمعرفية، بما يُعزز الرسائل ويزيد من احتمالات تقبلها.

الجدول رقم (46): يمثل الإستمالات العقلية في بودكاست "الدعاء"

فئة الإستمالات العقلية	التكرار	النسبة
الحجج المنطقية	22	29%
المقارنات العقلية	26	34%
ربط الآيات بالأحاديث بالعقل	28	37%
المجموع	76	100%



الشكل رقم (48): يوضح نسبة الإستمالات العقلية في بودكاست "الدعاء"

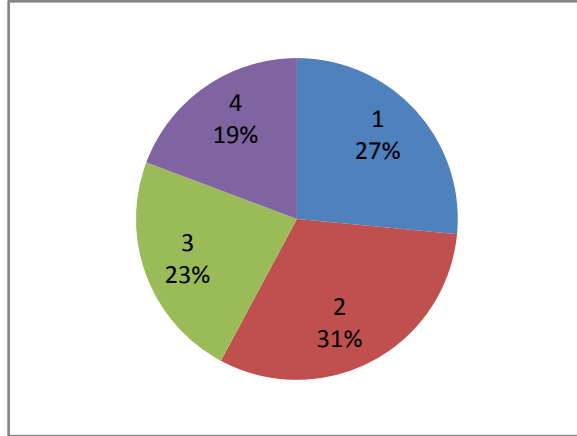
أظهرت نتائج التحليل لفئة الإستمالات العقلية أن أعلى نسبة هي ربط الآيات والأحاديث بالعقل بنسبة 37% تليها المقارنات العقلية بنسبة 34% وأدنى نسبة هي الحجج المنطقية بنسبة 29%

في بودكاست الدعاء للدكتور أحمد العربي تنصدر فئة الاستمالات العقلية القائمة بنسبة 37% وذلك من خلال ربط الآيات القرآنية والأحاديث النبوية بالعقل البشري بطريقة تبين كيف أن الدين لا ينفصل عن التفكير والتأمل بل يحث عليه ويدعو إلى استخدامه في فهم معاني الإيمان وتطبيقها في الحياة اليومية وهذا

ما يتجلى في العديد من المواضيع التي يورد فيها الدكتور نصوصاً شرعية تتضمن دعوات للتدبر والنظر في آيات الله مثل قوله تعالى أفلا يتدبرون القرآن أم على قلوب أقفالها وقوله تعالى إن في خلق السماوات والأرض واختلاف الليل والنهار لآيات لأولي الألباب فهذه الآيات تقدم دعوة صريحة للعقل للتفكير في مظاهر الكون وعظمة الخالق مما يجعل الجانب العقلي عنصراً أساسياً في الوصول إلى الإيمان وليس مجرد إتباع أعمى وهذا الربط بين النقل والعقل يعكس فهماً متقدماً للدين يدعو إلى التوازن بين الجانبين ويُظهر أن الإسلام لا يتناقض مع العقل بل يتكامل معه بل ويعتمد عليه كوسيلة لفهم الوحي والعمل به ويدعم الدكتور ذلك بأحاديث نبوية مثل حديث معاذ بن جبل رضي الله عنه حين بعثه النبي صلى الله عليه وسلم إلى اليمن وقال له "بم تحكم قال بكتاب الله قال فإن لم تجد قال بسنة رسول الله قال فإن لم تجد قال أجتهد رأيي ولا آلو فضرب النبي على صدره وقال الحمد لله الذي وفق رسول الله لما يرضي الله" فهذا الحديث دليل على شرعية الاجتهاد العقلي في حال غياب النصوص واعتباره مسلكاً معتمداً في فهم الشريعة كما يسلط الدكتور الضوء على مواقف الصحابة الذين استخدموا عقولهم في فهم نصوص الدين وتطبيقها على الواقع دون أن يخرجوا عن إطار النصوص وهذا التوظيف للعقل لا يأتي في سياق الجدل الفلسفي أو المنطقي المجرد بل في إطار الإقناع العملي المرتبط بحياة المسلم وتفاعله مع ربه ومع مجتمعه.

_ في المقابل فإن نسبة استخدام الحجج المنطقية كاستمالات عقلية تأتي في المرتبة الأقل بنسبة 29% ويعود ذلك إلى طبيعة البودكاست التي تركز على الجانب الإيماني والروحي أكثر من الجدل العقلي الصرف فالحجج المنطقية وإن كانت حاضرة فإنها تأتي غالباً بشكل مبسط وغير معقد ولا تُطرح بشكل فلسفي بل تُستخدم لتقريب المعنى وتسهيل الفهم مثل تقديم أسباب الدعاء وأثره على النفس والواقع وكيف أن تكراره مع الصدق يغير مجريات الأمور ويمنح الإنسان قوة داخلية ترتكز على اليقين وهذا النوع من الحجج وإن كان عقلانياً إلا أنه لا يُبنى على قواعد منطقية صارمة بل يعتمد على الخبرة الوجدانية والمعرفية التي يُفترض أن يتقبلها العقل من واقع التجربة أو من خلال التصديق بأثر الدعاء وهذا ما يجعل فئة الحجج المنطقية أقل من فئة الربط بين النصوص الشرعية والعقل لأن الدكتور يعتمد على النصوص ذات الطابع الإقناعي المبني على التفكير في المعنى العميق للدين وأثره على الإنسان لا على الدخول في جدليات منطقية صرفة وبالتالي فإن فئة الاستمالات العقلية في هذا البودكاست تُقدم نموذجاً متوازناً يجمع بين النص الديني والعقل الإنساني بشكل يعكس الانسجام بين المصدر الإلهي والتفكير البشري دون إغراق في التنظير المنطقي مما يجعل المحتوى مقبولا وسهل الاستيعاب لمختلف فئات المستمعين.

الجدول رقم (47): يمثل الإستمالات العاطفية في بودكاست "الدعاء"



فئة الاستمالات العاطفية	التكرار	النسبة
القصص المؤثرة	22	27%
تصوير العبادة كملاذ روعي	26	31%
ربط العبادة بالحب	19	23%
استخدام صوت مليء بالخشوع	16	19%
المجموع	83	100%

الشكل رقم (49): يوضح نسبة الإستمالات العاطفية

في بودكاست "الدعاء"

أظهرت نتائج التحليل لفئة الإستمالات العاطفية أن أعلى نسبة هي تصوير العبادة كملاذ روعي بنسبة 31% تليها القصص المؤثرة بنسبة 27% في حين سجلت ربط العبادة بالحب نسبة 23% وأدنى نسبة هي استخدام صوت مليء بالخشوع بنسبة 19%

في بودكاست الدعاء للدكتور أحمد العربي تتجلى الاستمالات العاطفية بشكل واضح وعميق حيث يشكل تصوير العبادة كملاذ روعي النسبة الأعلى ضمن هذه الفئة بنسبة 31% وهو ما يعكس التوجه الوجداني والروحي الذي يتميز به البودكاست ويمنحه طابعاً خاصاً يمس القلوب ويخاطب الأرواح فتصوير العبادة على أنها ملاذ روعي يتجاوز فكرة الطقوس الشكلية إلى كونها تجربة وجدانية تفاعلية تتصل فيها نفس الإنسان بربها بكل خشوع وخضوع وافتقار ويظهر هذا المعنى في كثير من مقاطع البودكاست التي يُقدم فيها الدكتور أحمد العربي الدعاء لا بوصفه مجرد طلب لحاجة دنيوية أو وسيلة لتحقيق رغبة آنية بل بوصفه لحظة صفاء روعي يُلقي فيها الإنسان عن كاهله أثقال الهموم ويعود إلى ربه بحاله وضعفه وذلك وطمعه في رحمته وعفوه فيغدو الدعاء لحظة راحة وسكينة وهواء نقي تتنفسه الروح في زمن الاختناق وتعب الحياة ويؤكد الدكتور هذا المعنى من خلال تكرار نماذج من الأدعية التي وردت في القرآن الكريم على ألسنة الأنبياء والتي تصور حالهم النفسي والعاطفي وهم يناجون ربهم بكل ذلة وخضوع كما في دعاء زكريا عليه السلام رب لا تذرني فردا وأنت خير الوارثين ودعاء أيوب عليه السلام أني مسني الضر وأنت أرحم الراحمين ودعاء يونس في بطن الحوت لا إله إلا أنت سبحانك إني كنت من الظالمين وتكرار هذه النماذج القرآنية مع التأمل في حال الداعين في تلك اللحظات الصعبة يزرع في قلب المستمع الشعور بالطمأنينة والإيمان بأن الملجأ الحقيقي لكل مظلوم أو مهموم أو مريض أو مكروب إنما هو في الدعاء وأن

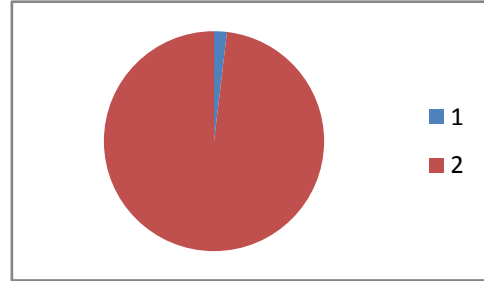
أقصر طريق للوصول إلى الراحة النفسية وطمأنينة القلب هو أن يقف الإنسان بين يدي ربه يناجيه ويدعوه ويبيكي بين يديه ويشكو له ما به من ألم وهم وضعف وعجز وهذا ما يجعل العبادة كما يصورها البودكاست خصوصاً عبادة الدعاء تتجاوز كونها عبادة مفروضة إلى كونها حاجة نفسية وروحية لا يستغني عنها أي إنسان مهما بلغت قوته أو عقله أو مكانته الاجتماعية كما أن الدكتور أحمد العربي في حلقات متعددة يُظهر التأثير النفسي العميق للدعاء في شفاء القلوب وتهدة النفس ومقاومة اليأس والقلق والتوتر حيث يُشير إلى أن من يعتاد اللجوء إلى الله في لحظات الشدة يجد في قلبه سكينه لا يشعر بها من يلجأ إلى الناس أو المال أو المناصب ويؤكد أن هذه الراحة لا تأتي من الخارج بل من الداخل من عمق العلاقة بين الإنسان وربه ولهذا فإن تصوير الدعاء كملاذ روحي ليس مجرد وصف أدبي أو محاولة للتأثير اللفظي بل هو توصيف واقعي مستند إلى التجربة الإنسانية والإيمانية عبر العصور كما أنه يؤكد على أن أعظم حالات الطمأنينة التي يعيشها الإنسان ليست مرتبطة بتغير الظروف الخارجية بل بإدراكه أن الله يسمعه ويستجيب له وهذا في حد ذاته كاف ليبث في قلبه اليقين والسكينة

أما في ما يتعلق بأدنى نسب فئة الاستمالات العاطفية فنجد أن استخدام الصوت المليء بالخشوع يأتي في المرتبة الأدنى بنسبة 19% ورغم أن هذا العنصر العاطفي له تأثير كبير على المستمع ويُسهّم في نقل الشعور والتجربة الروحية إلا أن الدكتور أحمد العربي لا يُكثر من استخدام نبرة الخشوع في صوته بشكل مفرط بل يعتمد في تأثيره على قوة المحتوى وعذوبة المعاني وانتقاء الكلمات المؤثرة أكثر من اعتماده على المؤثرات الصوتية أو تقنيات الأداء الصوتي الوجداني وهنا تظهر ميزة البودكاست في توازنه بين استخدام العاطفة كمضمون داخلي وبين عدم المبالغة في الأداء الدرامي أو التمثيلي لأن الغاية ليست إثارة المشاعر المؤقتة بل بناء حالة روحية دائمة ومستقرة وهذا ما يجعله أكثر مصداقية وتأثيراً في الجمهور الذي يبحث عن محتوى صادق يعبر عن تجربة إيمانية حقيقية وليس مجرد عرض صوتي منمق أو مؤثر وعلى الرغم من قلة الاعتماد على الصوت المليء بالخشوع كنبذة أدائية فإن الدكتور في بعض المواضع يعتمد خفض صوته وإبطاء وتيرته واستخدام نبرة مؤثرة عند ذكر أسماء الله الحسنى أو عند تلاوة بعض الأدعية النبوية مما يُعزز من حالة الإنصات والتأمل لدى المستمع دون أن يطغى ذلك على مضمون الحلقة أو يتحول إلى أداء تمثيلي ولهذا فإن هذه النسبة المنخفضة في استخدام الخشوع الصوتي لا تعني ضعف الأثر العاطفي للبودكاست بل تعكس اختيارات مدروسة في طبيعة الأداء تناسب طبيعة الرسالة وأهدافها وهنا يمكن أن نُشير إلى أن الاستمالات العاطفية في هذا البودكاست لا تنبع من أساليب الإثارة العاطفية المفتعلة بل من عمق الطرح وجمالية اللغة القرآنية والنبوية وحسن التوظيف لها ضمن سياق وجداني عميق فالخشوع في الصوت وإن كان عاملاً مساعداً فإنه ليس العامل الأبرز بل إن تصوير العبادة كملاذ روحي هو الأساس الذي يُبنى عليه التأثير وهذا ما يجعل البودكاست مؤثراً ومستمرّاً في التغلغل في قلوب مستمعيه الذين يجدون فيه شيئاً مختلفاً عن بقية المحتويات الصوتية المنتشرة حيث إن التجربة التي يعيشها المستمع أثناء الاستماع ليست مجرد استماع للمعلومة بل هي انغماس في حالة إيمانية تتشكل تدريجياً مع كل كلمة وكل مثال وكل آية وكل دعاء ويخرج منها المستمع بشعور مختلف وأكثر قرباً إلى ربه ونفسه وعالمه الروحي.

فئة نوع	التكرار	النسبة
العناوين		
توجيهي	27	52%

الجدول رقم (48): يمثل فئة نوع العناوين الختارة في بودكاست "الدعاء"

تعليمي	25	48%
المجموع	52	100%



الشكل رقم (50): يوضح نسبة فئة نوع العناوين الختارة في بودكاست "الدعاء"

أظهرت نتائج تحليل فئة نوع العناوين أن أعلى نسبة هي النوع التوجيهي بنسبة 52% وأدنى نسبة هي النوع التعليمي بنسبة 48%

بينت نتائج تحليل مضمون العينة من بودكاست أحمد العربي أن العناوين المستعملة في الحلقات تنقسم إلى صنفين رئيسيين هما العناوين التوجيهية بنسبة 52% والعناوين التعليمية بنسبة 48% وهذا التوزيع المتقارب يعكس إدراكاً دقيقاً من قبل صاحب البودكاست لأهمية العنوان كأداة إقناعية مبدئية تعمل على جذب انتباه المتلقي وتوجيهه نفسياً نحو الرسالة قبل حتى الدخول في تفاصيلها فالعناوين التوجيهية جاءت بصيغة مباشرة في أغلبها وتعتمد على الأفعال الأمرية أو العبارات التحفيزية التي تخاطب المستمع بشكل شخصي كما في عبارات مثل "متستناش تكون كامل عشان تدعي أو خليك فاكّر إن ربنا شايفك أو اوعى تفكر إنك لوحذك" وهي عناوين لا تُقدم فقط إرشاداً دينياً بل تخلق نوعاً من القرب التواصلي بين الداعية والمستمع وكأن الصوت يخرج من القلب إلى القلب مما يعزز تأثير الاستمالة الوجدانية بشكل كبير إذ يستقبل المتلقي هذه العناوين وهو في حالة انفتاح نفسي واستعداد للتأثر نظراً لأنها تلامس مشاكله اليومية وتستخدم لغته العاطفية البسيطة وهو ما يتماشى مع طبيعة البودكاست كوسيط يعتمد على الصوت والنبذة القريبة دون وسيط بصري يدعمه كما أن اعتماد العنوان التوجيهي يُسهّم في خلق ديناميكية داخلية عند المستمع تدفعه للمتابعة لأنه يشعر أن الرسالة موجهة له شخصياً وأن هناك استفادة مباشرة تنتظره

بينما نجد أن العناوين التعليمية التي جاءت بنسبة 48% تميل إلى الطابع المعرفي وتوظف أسلوباً تفسيريّاً كما في عناوين مثل "إزاي تدعي صح أو يعني إيه حسن الظن بالله" وهي عناوين تستهدف الجانب الإدراكي لدى المتلقي وتوحي بأن الحلقة ستقدم محتوى تعليمياً مبسطاً ومفيداً وهذه الصيغة تُعتبر بدورها إستراتيجية إقناعية فعالة خاصة لجمهور يسعى لفهم الدين بشكل عقلائي ومنهجي حيث يجد في هذا النوع من العناوين وعداً ضمناً بالحصول على إجابات وشروحات مبنية على الحجة والتفسير العقلي ويلاحظ من خلال هذا التوازن في طبيعة العناوين أن أحمد العربي يعتمد على الجمع بين الأسلوبين العاطفي والعقلي في عملية الإقناع ما يُعرف في حقل الاتصال بنظرية التعدد الأسلوبي حيث تنتوع الرسائل من حيث الشكل والمضمون بما يتماشى مع تنوع المتلقين واحتياجاتهم المختلفة كما أن هذا التنوع يعكس فهماً عميقاً لمبدأ تكيف الرسالة حسب الجمهور المستهدف وهو مبدأ أساسي في تخصص الاتصال والعلاقات العامة حيث

تُصمم الرسائل الاتصالية بما يتلاءم مع خصائص الجمهور النفسية والثقافية والمعرفية ومن هذا المنظور يمكن القول إن طبيعة العنوان في هذا البودكاست لا تُعد عنصرًا ثانويًا بل تشكل مدخلًا مهمًا في بناء الأسلوب الإقناعي المتكامل حيث يتم توظيفها إما كمحفز وجداني مباشر يدفع المستمع للارتباط بالرسالة أو كمحفز معرفي يشجعه على الاستماع من أجل التعلم والفهم مما يجعل من عناوين الحلقات وسيلة اتصال موازية للمحتوى الصوتي ذاته وتلعب دورًا لا يقل أهمية عنه في تحقيق الأثر المطلوب.

النتائج العامة للدراسة :

أظهرت نتائج تحليل الحلقات الأربعة لبودكاست فاهم لدكتور أحمد العربي أن المحتوى الديني المقدم يعتمد بدرجة كبيرة على أساليب اقناعية متنوعة تهدف الى ترسيخ القيم الإسلامية وتحفيز السلوك التعبدى لدى الجمهور ،ومن أبرز النتائج ما يلي:

أولا/ نتائج متعلقة بالشكل:

- استخدم الدكتور أحمد العربي اللغة العربية بشكل رئيسي ،وكانت هي اللغة الغالبة في تقديم الأفكار والمضامين الدينية ،هذا الاختيار يُعبر عن احترام مقدسية الموضوع.
- أظهرت نتائج التحليل أنه يتم توظيف وسائل تدعيمية بشكل مدروس يخدم النية الاقناعية للمضامين الدينية مع التسجيل هيمنة واضحة لصوت البشري كوسيلة رئيسية لدعم الرسالة .
- لعب الصوت البشري الرئيسي (صوت الدكتور أحمد العربي) دورا مركزيا في توجيه الأثر النفسي والانفعالي للمستمع من خلال التحكم في النبرة والسرعة ومستوى الحضور العاطفي .
- ساهمت المقاطع الصوتية من منتقاة لأدعية وتلاوات قرآنية بصوت مؤثر لدكتور احمد العربي في تعميق البعد الروحي ما زاد من تأثير الرمزي والوجداني للمحتوى .

ثانيا/ نتائج متعلقة بالمضمون :

- أظهرت سلسلة تلذذ العبادات للدكتور احمد العربي اهتماما كبيرا بتقديم العبادات اليومية كوسيلة لتجديد العلاقة الروحية بين العبد وربّه ،حيث ركز في مواضيعه بشكل أساسي على الصلاة باعتبارها صلة مباشرة مع الله ومصدر للسكينة ،والقرآن الكريم كدستور يومي للحياة والدعاء والذكر كوسيلتين دائمتي الحضور في حياة المسلم .
- تبين أن القيم الدينية كانت هي الأكثر حضوراً في محتوى الدكتور أحمد العربي حيث ركز على تعزيز المفاهيم مثل الخشوع ،التقوى وحب الله ومراقبته.
- أظهر التحليل أن اهم الإستimalات العقلية التي اعتمد عليها الدكتور أحمد العربي كانت الربط بين الآيات والاحاديث بالعقل وتقديم حجج منطقية تقنع المتلقي بأهمية فهم العبادات بطريقة واعية تراعي الجانب العقلي والروحي .

• تبين ان اكثر الاستمالات استخداما كانت نبرة الصوت المليئة بالخشوع والتأثر ،حيث اعتمد على نغمة صوت هادئة ومفعمة بالمشاعر ،مما جعل المتلقي يشعر بقيمة العبادة لا كمجرد أداء شكلي .

إذ يتسم المحتوى المستخدم في بودكاست فاهم لأحمد العربي ، بتوظيف مدروس لمجموعة من الأساليب ذات طابع إقناعي تأثيري ، تندمج بسلاسة ضمن البنية العامة للمضامين الدينية، وتخدم بفعالية أهداف البودكاست الدعوية والتوعوية .

خاتمة

تعدّ المحتويات الدينية من أقدم أشكال التواصل الإنساني، حيث مثّلت على مرّ العصور أداة مركزية على ثقل القيم، وتوجيه السلوك، وبناء الوعي الجمعي للأفراد والجماعات. مع تطور المجتمعات وتعدّد أنماط التفكير والتلقي، أصبح من الضروري أن يعيد الخطاب الديني النظر في أساليبه وطرقه حتى يواكب تحولات التلقي من حيث المستوى المعرفي، والثقافي، والحس النقدي. وانطلاقاً من هذا المعطى، جاءت هذه المذكرة لتكشف خبايا البنية الإقناعية للمحتوى الديني المعاصر، من خلال نموذج حي يمثله الدكتور أحمد العربي، الذي يشكل أحد الوجوه البارزة في الساحة الدعوية والإعلامية في مصر.

لقد سعينا في هذا العمل الى تحليل محتوى الديني يقدّم وسيلة حديثة _البودكاست الرقمي_ انطلاقاً من فرضية مفادها أن الأساليب الإقناعية تُعدّ مكوناً أساسياً في بناء فعالية المحتوى الديني، وأن نجاح هذا المحتوى في الوصول الى المتلقي وإقناعه لا يرتبط فقط بصحة المعلومة او بالمرجعية الدينية، بل كذلك بطريقة عرض الأفكار، وتنظيم الحجاج، وانتقاء اللغة واستحضار السياق المناسب. وقد كشفت عملية التحليل ان الدكتور يوظف آليات متعدّدة للإقناع تتسجم مع مستويات المتلقين المختلفة، وتستثمر المخزون الديني، العقلي والعاطفي لإحداث الأثر المرجو.

ما يلفت الانتباه أيضاً في هذا النوع من المحتويات هو وعيه المتزايد بأهمية التفاعل الرقمي والوسائط الحديثة، وهو ما يضع المحتوى الديني أمام مسؤولية مضاعفة: من جهة ضرورة الحفاظ على أصالة الرسالة الدينية ومضامينها، ومن جهة أخرى، توظيف الأساليب الاتصالية الحديثة بكفاءة ومهنية. وقد بدا واضحاً من خلال المحتوى المدروس أن هناك محاولة جادة للتوفيق بين هذين الجانبين، وذلك من خلال تقديم محتوى يعكس فهماً دقيقاً للنصوص الشرعية من جهة، وإدراكاً لحاجات الإنسان المعاصر وتساؤلاته الوجودية من جهة أخرى.

وإذا كانت هذه الدراسة قد انطلقت من عينة واحدة تمثّلت في بودكاست الدكتور أحمد العربي، فإنها لا تدّعي تعميم نتائجها، بل تسعى إلى فتح باب النقاش الأكاديمي حول أهمية تحليل المحتوى الديني من زاوية اتصالية، بما يساعد على تطوير أدوات الدعوة، وجعلها أكثر فعالية واستجابة لتحديات العصر. كما أن هذه المذكرة تسلط الضوء على الحاجة الملحة لإدماج علوم الإعلام والاتصال في تكوين الدعاة والخطباء، بما يسمح لهم بإتقان مهارات التأثير، وفهم آليات الاستمالة، وتجنب الأساليب التلقينية التي لم تعد تواكب طبيعة المتلقي اليوم.

وفي ختام هذا العمل، يمكن التأكيد على أن المحتوى الديني الذي يُبنى على أسس علمية، ويعتمد آليات إقناعية متزنة، قادر على المساهمة بفعالية في ترسيخ القيم الأخلاقية والدينية في المجتمع، وعلى مواجهة الانحرافات الفكرية والسلوكية التي قد تنتج عن ضعف الوعي أو غياب المرجعية السليمة. ويبقى من المهم أن الاهتمام بهذا النوع من المحتويات، من طرف هيئات أو من طرف الجمهور تجسيداً للدور الإصلاحي الذي يضطلع به البودكاست الديني الرشي .

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

المصادر:

1. القرآن الكريم: الأعراف (s.d). 158 ,

الكتب:

1. ابراهيم ,ع .ا. (2017). الاعلام البديل .عمان :دار المعتز للنشر و التوزيع.
2. أبي الفضل جمال الدين. (1997). لسان العرب. بيروت: دار صادر.
3. الأنصاري .(2020). الإعلام البديل . عمان :دار اليازوري العلمية.
4. البادي م .م .(1986). الأسس النظرية للإقناع .فلسطين :المكتبة الفصلية.
5. الخزامي ,ع .ا. (2004). فن الاعلان "كيف تنتج وتدير اعلانا فعالا وحملة اعلانية ناجحة ".القاهرة :دار الفجر لنشر والتوزيع .
6. الشطري ,ح .م .(2013). الإعلان التلفزيوني و دوره في تكوين الصورة الذهنية .الأردن : دار أسامة للنشر و التوزيع .
7. الصاوى محمد مبارك ,م .(1997). البحث العلمي :أسسه و طريقة كتابته . القاهرة : المكتبة الأكاديمية مصر.
8. الغوشن ,ع .ا. (1996). كيف تقنع الآخرين .ط .3الرياض :دار العاصمة للنشر و التوزيع.
9. القرطاجي ,ح & ,بن خوجة ,م .(1996). منهاج البلغاء ,و سراج الأدباء .تونس :دار الكتب الشرقية.
10. اللامي ,م .ع .(2020). محاضرات المنهج التجريبي .العراق :كلية العلوم التربوية و النفسية ,جامعة المستنصرية.
11. المحمودي ,م .س .(2019). مناهج البحث العلمي .اليمن :دار الكتاب ,صنعاء.

12. المشهداني، س. س. (2012). الاعلان التلفزيوني وتأثيره في الجمهور. عمان: دار اسامة للنشر و التوزيع .
13. إمام، إ. (1980). الاعلام الاسلامي .مصر :مكتبة الانجلو المصرية.
14. تمار، بي. (2007). تحليل محتوى الباحثين و الطلبة الجامعيين .الجزائر :تكسيح كوم للدراسات و النشر و التوزيع .
15. خشبة، بن. ف. (2002). الاعلان "رؤية جديدة . "المنصورة :المكتبة العصرية .
16. دليل كتابة الرسائل الجامعية بجامعة الملك عبد العزيز . (2009). جدة :مركز النشر العلمي.
17. رشتي، ج. أ. (1978). الأسس العلمية لنظريات الإعلام .القاهرة :دار الفكر .
18. رضا، ع. &، سلوي، ا. (2008). الاعلان في الاذاعة والتلفزيون . القاهرة :دار النهضة العربية .
19. رضوان، أ. ف. (2013). الاتصال التسويقي و الإعلاني للخدمات التجارية الربحية . الإمارات :دار الكتاب الجامعي .
20. شعبان، ك. أ. (2015). الإتصال الخطابي و فن الإقناع .الأردن :دار أسامة للنشر و التوزيع .
21. طعمية، ر. (2004). تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، مفهومه، أسسه، إستخداماته . القاهرة :دار الفكر العربي .
22. مرسللي، أ. ب. (2010). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال .الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية.

1. الأسمرى, ع. ا. (2024). جوان. (المتطلبات المهارية و التقنية لصناعة البودكاست لدى طلاب أقسام الإنتاج المرئي و المسموع في المملكة العربية السعودية .المملكة العربية السعودية : المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام و الرأي العام ,العدد 1,جامعة الملك عبد العزيز ..
2. الحكمي, س. ب. (2021). سبتمبر. (المضامين العقدية في قصة حاطب بن أبي بلتعة و تطبيقاتها المعاصرة .السعودية :مجلة العلوم الشريعة و الدراسات الإسلامية ,العدد 86,جامعة الملك خالد.
3. المعولية, إ. ب. (s.d.). أثر توظيف تقنية البودكاست في تنمية مهارة الإستماع في مادة اللغة الإنجليزية لدى طلاب الصف الأول بمحافظة جنوب الباطنة .سلطنة عمان :المجلة الدولية للدراسات التربوية و النفسية ,وزارة التربية و التعليم ,المجلد العاشر ,العدد الأول.
4. بن عيسى, ع. ا. (2016). ديسمبر. (استراتيجيات الإقناع في الخطاب القرآني "سورة طه نموذجاً .الجزائر :مجلة الأبحاث -العدد الثالث.
5. بوسنان, ر. (2019). ديناميكية البودكاست في العملية التعليمية .الجزائر :مجلة الدراسات الإنسانية و الإجتماعية ,جامعة وهران.
6. حجاب, م. م. (2003). الموسوعة الاعلامية .المجلد الأول 1, القاهرة, مصر :دار الفجر للنشر و التوزيع.
7. دليلة, ص. (2024). جوان. (الأساليب الإقناعية في الخطاب الإشهاري الموجه للطفل في الجزائر .الجزائر :مجلة الإعلام و المجتمع ,المجلد 8,العدد 1,جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي.
8. شريطي, ف. (2013). سبتمبر. (الإستخدام الديني لموقع الفايستوك :دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الموقع .الجزائر :مجلة الدراسات الإسلامية ,العدد الثالث ,جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية.
9. عبد الرحمان, أ., & هاشم, م. (s.d.). اتجاهات الموازع الإخبارية المصرية و العربية لاستخدام تقنية البودكاست و علاقتها بتفضيلات الجمهور المصري .مصر :المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري,جامعة بني سويف .

10. فائزة ب, (2020). جوان .(آليات الخطاب الديني المتجدد عبر تطبيقات الإعلام الرقمي . دراسة في محتوى بودكسترات الدعاة الجدد :الداعية حسني على الفايسبوك أنموذجا .الجزائر ,جامعة محمد خيضر ,بسكرة :مجلة الخطاب و التواصل ,العدد السابع. ,
11. كلفاح ,أ, (2023). ديسمبر .(واقع صناعة المحتوى الإعلامي العربي الرقمي عبر المدونات الصوتية .دراسة تحليلية لبودكاست "البعد الآخر"من العربية بودكاست .الجزائر :المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي ,المجلد 10, العدد 4,جامعة عبد الحميد بن باديس.
12. حرز الله ,م .ب, (2020). فيفري .(أدوات البحث العلمي :كيفية الاختيار و طرق التصميم . الجزائر :مجلة العلوم الإنسانية ,المركز الجامعي علي كافي تندوف,المجلد 4,العدد 1.
13. نعمان ,أ .ق.& ,.طه موسى ,ي .(s.d.). البودكاست :أنواعه و قوالبه الفنية و منصات الاستماع "دراسة وصفية . "العراق :مجلة الجامعة العراقية ,العدد 67, ج 3,كلية الآداب ,جامعة تكريت.

المذكرات و الرسائل العلمية:

1. اليعقوبي ,س .(2020). البودكاست :متطلبات العمل و خصائص المحتوى .دراسة حالة بودكاست الجزيرة ,ورقة بحثية .قطر :معهد الجزيرة للإعلام.
2. جمال شلّاب. (2016). استراتيجية الإقناع في الخطاب القرآني. المسيلة ، الجزائر: كلية الآداب و اللغات جامعة محمد بوضياف رسالة ماجستير غير منشورة .
3. حانون ,ن .(2008). الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية .قسنطينة :كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ,جامعة منتوري ,رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الإتصال.
4. محمد ,ب .(2012). الاتصال الإقناعي في فن الخطابة :مقاربة نظرية تحليلية .وهران : جامعة وهران.
5. سيدهم ,ذ .(2005). الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة .قسنطينة ,الجزائر :كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية ,جامعة منتوري رسالة ماجستير.
6. ريان بن علي ,ا .البودكاست ,مفهومه ,و إنتاجه ,و نشره ,و استخداماته في التعليم .المملكة العربية السعودية :جامعة الملك سعود.

المواقع الإلكترونية:

1. أيمن , ع , (2014). أبريل. Récupéré sur www.alrab7on.com. الراجح.com.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Dumessnil, F. (2006). les podcasts écouter; s'abonner ; créer. Récupéré sur http://www.eyrolles.com/chap1_Dumessnil.pdf

الملاحق

قسم علوم الاعلام والاتصال



إستمارة تحليل المحتوى

تندرج ضمن اعداد مذكرة مكملة لشهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

اعداد الطالبين :

اشراف : عسائي كريمة

فرحي هاجر

جفال فيالة الزهراء

الاساليب الاعلامية المستخدمة في مضامين البودكاست
الديني
دراسة تحليلية لعينة من حلقات بودكاست "فاهم" مع الدكتور
احمد العربي

اساتذتي الكرام اقدم لكم هذه الاستمارة الخاصة بتحليل المحتوى في إطار إنجاز مذكرة ماستر نرجو منكم
الاطلاع عليها والتمعن في عناصرها وتحكيمها .

السنة الجامعية : 2025/2024

تساؤلات الدراسة:

يندرج ضمن الإشكالية السابقة مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية :

- ✧ ماهي اللغة المستخدمة في بودكاست احمد العربي ؟
- ✧ ماهي الوسائط التذعيمية المستخدمة في بودكاست الدكتور احمد العربي ؟
- ✧ ماهي أهم المواضيع التي يعالجها البودكاست الديني ؟
- ✧ ماهي القيم الدينية التي يقدمها البودكاست ؟
- ✧ ماهي الاستمالات الإقناعية التي يوظفها الدكتور احمد العربي من خلال البودكاست ؟
- ✧ ماهي اهم الاهداف التي يسعى لتحقيقها الدكتور احمد العربي في البودكاست ؟ ع
- ✧ ماهي الاساليب المستخدمة في مضامين البودكاست الديني ؟

✧ إستماره تحليل المحتوى

البيانات الأولية: 1

اسم البودكاست:

— 2 3 4 5

تاريخ البث:

6 7 8 9

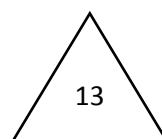
مدة البث:

10

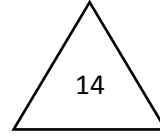
عنوان السلسلة: 11

12

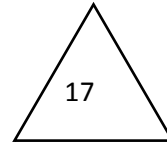
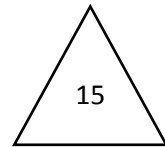
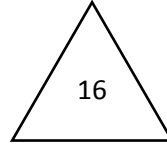
رابط السلسلة:



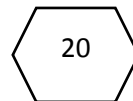
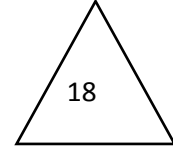
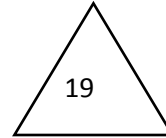
فئات الشكل كيف قيل ؟



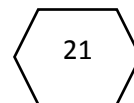
فئة اللغة المستخدمة



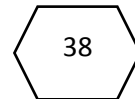
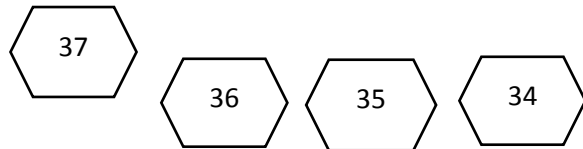
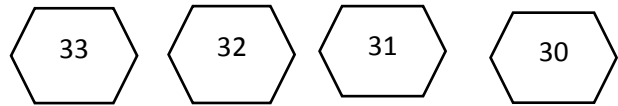
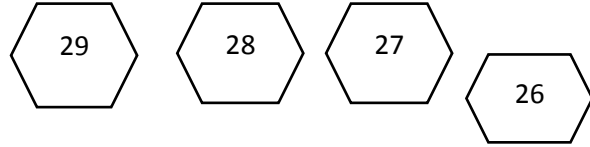
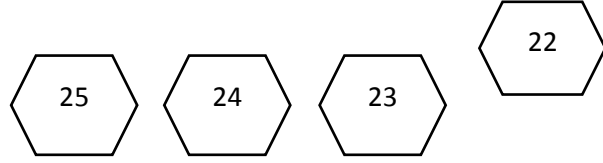
فئة الوسائط التدمجية :



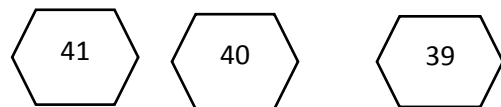
فئات المضمون ماذا قيل ؟

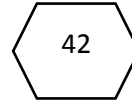


فئة الموضوع

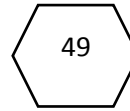
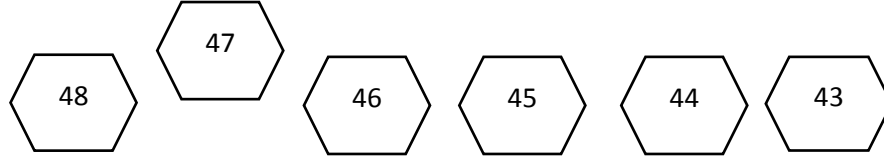


فئة القيم :

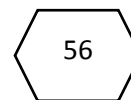
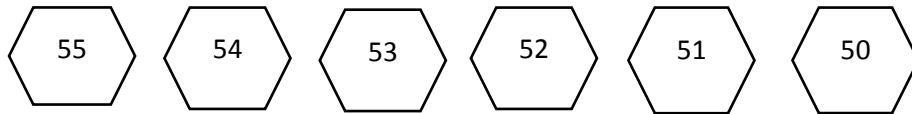




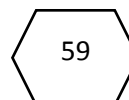
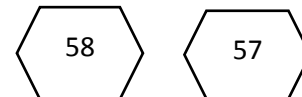
فئة الأهداف :



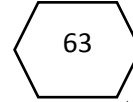
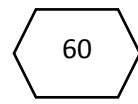
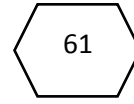
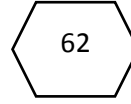
فئة الأساليب اللفظية :



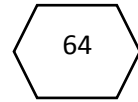
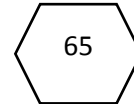
فئة الأساليب الغير لفظية :



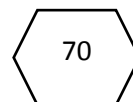
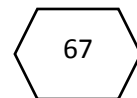
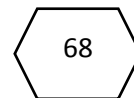
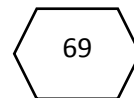
فئة الأساليب البلاغية :



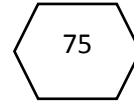
فئة الفاعلين :



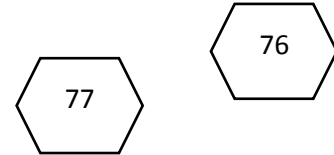
الإستملات العقلية :



الإستملات العاطفية :



فئة نوع العناوين :



الدليل الارشادي للاستمارة :

يشير المربع رقم 1 البيانات الشخصية

يشير المربع رقم 1 الى اسم البودكاست الحلقة الاولى

يشير المربع رقم 2 الى اسم بودكاست الحلقة الثانية

يشير المربع رقم 3 الى اسم بودكاست الحلقة الثالثة

- _يشير المربع رقم 4 الى اسم بودكاست الحلقة الحلقة الرابعة .
- _ يشير المربع رقم 6 الى تاريخ بث البودكاست للحلقة الاولى
- _يشير المربع 7 الى تاريخ بث الحلقة الثانية
- _يشير المربع رقم 8 الى تاريخ بث الحلقة الثالثة
- _يشير المربع رقم 9 تاريخ بث الحلقة الرابعة .
- _ يشير المربع رقم 10 الى مدة البث
- _ يشير المربع رقم 11 الى عنوان السلسلة
- _ يشير المربع رقم 12الى رابط السلسلة
- يشير المثلث رقم 13 الى فئات الشكل**
- يشير المثلثالرقم 14 الى اللغة المستخدمة في البودكاست
- _ يشير المثلثرقم 15 الى اللغة العربية الفصحى
- _ يشير المثلث رقم 16الى العامية (اللهجة المصرية)
- _ يشير المثلث رقم17الى الوسائط التذعيمية المستخدمة في البوكاست
- _ يشير المثلث رقم18الىالاصواتالبشرية
- _ يشير المثلثرقم 19الى المؤثرات الصوتية(الموسيقى)
- يشير السداسي رقم 20 الى فئات المضمون
- _ يشير السداسي رقم 21الى فئة المواضيع
- _ يشير السداسيرقم 22 الصلاة
- _ يشير السداسي رقم 23الى فضل الصلاة
- _ يشير السداسيرقم 24الى ضرورة حضور القلب والخشوع في الصلاة

- _ يشير السداسي رقم 25 الى اثر الصلاة على السلوك والانضباط الاخلاقي
- _ تشير السداسي رقم 26 الى القران
- _ يشير السداسي رقم 27 الى أهمية التدبر القران والعمل به
- _ يشير السداسي رقم 28 الى مخاطبة القران للعقل والوجدان
- _ يشير السداسي رقم 29 الى علاقة المسلم اليومية للقران
- _ يشير السداسي رقم 30 الى الدعاء
- _ يشير السداسي رقم 31 الى اهمية الدعاء لتوكل وخضوع لله
- _ يشير السداسي رقم 32 الى شروط واداب الدعاء المسموع
- _ يشير السداسي رقم 33 الى تربية النفس على الصبر من خلال الدعاء
- _ تشير السداسي رقم 34 الى الذكر
- _ يشير السداسي رقم 35 الى اهمية عبادة الذكر في حياة المسلم
- _ يشير السداسي رقم 36 الى انواع الذكر وأثرها على المسلم
- _ يشير السداسي رقم 37 الى الذكر كوسيلة لشعور بالامان والطمأنينة
- _ يشير السداسي رقم 38 الى فئة القيم
- _ يشير السداسي رقم 39 الى القيم الدينية
- _ يشير السداسي رقم 40 الى القيم الانسانية
- _ يشير السداسي رقم 41 الى القيم الاجتماعية
- _ يشير السداسي رقم 42 الى فئة الأهداف
- _ يشير السداسي رقم 43 الى الدعوة للاقتداء بالرسول صلى الله عليه وسلم
- _ يشير السداسي رقم 44 الى تحسين العلاقة مع الله

_ يشير السداسي رقم 45 الى نشر تعاليم الدين الاسلامي

_ تشير السداسي رقم 46 الى تعزيز الإيمان

_ تشير السداسي رقم 47 الى تحسين العبادة مع الله

_ تشير السداسي رقم 48 الى تلذذ في العبادات

_ يشير السداسي رقم 49 الى فئة الاساليب اللفظية

_ يشير السداسي رقم 50 سرد القصص

_ يشير السداسي رقم 51 الى استخدام الأمثلة

_ يشير السداسي رقم 52 الى الاقتباس من القرآن والسنة

_ يشير السداسي رقم 53 الى اسلوب الترغيب

_ يشير السداسي رقم 54 الى ترجمة الافكار الاساسية للغة العامية

_ تشير السداسي رقم 55 الى الاستدلال من سيرة السلف

_ تشير السداسي رقم 56 الى الاساليب الغير لفظية

_ يشير السداسي رقم 57 الى لغة الجسد المستخدمة في البودكاست

_ يشير السداسي رقم 58 الى ايماءات الوجه الموظفة

_ يشير السداسي رقم 59 الى فئة الاساليب البلاغية

_ يشير السداسي رقم 60 الى التشبيه

_ يشير السداسي رقم 61 الى الاستعارة

_ يشير السداسي رقم 62 الى الكناية

_ يشير السداسي رقم 63 الى فئة الفاعلين

_ يشير السداسي رقم 64 الى صاحب القناة " هلال السيد "

_ يشير السداسي رقم 65 الى الداعية " احمد العربي "

_ يشير السداسي رقم 66 الى الاستمالات العقلية

_ يشير السداسي 67 الى الحجج المنطقية

_ يشير السداسي رقم 68 الى إستخدام المقارنات العقلية

_ يشير السداسي رقم 69 الى ربط الايات والاحاديث بالعقل

_ تشير السداسي رقم 70 الى الاستمالات العاطفية

_ يشير السداسي رقم 71 الى القصص المؤثرة

_ يشير السداسي رقم 72 الى تصوير العبادات كملاذ روي

_ يشير السداسي رقم 73 الربط العبادات بالحب

_ يشير السداسي رقم 74 الى إستخدام نبرة صوت مليئة بالخشوع

_ يشير السداسي رقم 75 الى فئة نوع العناوين

_ تشير السداسي رقم 76 الى النوع التوجيهي

_ تشير السداسي رقم 77 الى النوع التعليمي

دليل التعريفات الإجرائية :

1. فئات الشكل : هي الفئات التي تهدف الى الإجابة عن سؤال كيف قيل ؟ من خلال التركيز على الجوانب الشكلية في المحتوى وتتفرع الى :
2. فئة اللغة : تشير الى الالفاظ والمعاني التي يتم توظيفها في بناء المحتوى وتتفرع الى :
3. اللغة العربية الفصحى : وتتمثل في لغة القرآن الكريم وهي تتسم بقواعد في صياغة النطق ،كما تبرز في فيديو الدكتور احمد العربي من خلال استعماله لعبارات قرآنية و أساليب بلاغية تضيفي على المحتوى طابعا يعزز من قوة التأثير والافناع
4. اللغة العامية : وهي عبارة عن مجموعة من الأصوات التي يفهمها عامة الناس يوظفها لتقريب المعنى لذهن الجمهور
5. فئة الوسائط التذعيمية : هي العناصر التي تستخدم في المحتوى لدعم الرسالة التي يريد إيصالها الدكتور احمد العربي وتتقسم الى :
6. المؤثرات الصوتية : هي المؤثرات التي تستخدم لجذب الانتباه وجعل الرسالة اكثر تأثيرا .
7. اصوات بشرية : هي الأصوات التي شملت صوت الدكتور احمد العربي وصاحب بودكاست .
8. فئة المضمون : وحي الفئات التي تهدف الى الإجابة عن السؤال ماذا قيل ؟ والتي تدرس محتوى البودكاست من عدة جوانب وتتفرع الى :
9. فئة المواضيع : ونقصد بها القضايا والأفكار التي عالجها الدكتور احمد العربي .
10. موضوع الصلاة : وهي دراسة كيفية الصلاة وكيف تكون صله العبد بربه .
11. فضل الصلاة : وهي طريق لراحة النفس وتركيز القلب وتقوية الصلة بالله وهي مفتاح النجاح في الدنيا والآخرة .
12. الخشوع في الصلاة ونقصد به حضور القلب مع الله والشعور بعظمته اثناء الصلاة
13. اثر الصلاة على السلوك الأخلاقي : ونقصد به تهذيب النفس عن والابتعاد عن السوء .
14. فئة القيم : وهي مجموعة من المبادئ الأخلاقية والتوجيهات السلوكية التي يسعى الدكتور احمد العربي الى ترسيخها في ذهن المتلقي من خلال مضامين حلقات بودكاست فاهم

15. موضوع القرآن : هو الفئة التي تضم جميع المضامين المتعلقة بالقرآن الكريم ،حيث يعد ذلك المرجع الذي يستدل به الدكتور ويقتبس منه ،كما يحث المتلقي على التزام بتعاليمه
16. اهية تدبر القرآن والعمل به : يعني أن يفكر الانسان بتمعن في كلمات الله ويستوعب المقاصد والحكم وراء كل آية والعمل به هو التعبير الحقيقي عن الايمان
17. مخاطبة القران للعقل والوجدان : ونقصد به أن القران يخاطب العقل من خلال الحجج ودعوة الى التفكير ويخاطب الوجدان من خلال الموعظة وتأثير العاطفي .
18. تعني ارتباط المسلم بالقرآن الكريم بشكل منتظم من خلال التلاوة والتدبر والحفظ والعمل بما فيه من سلوكيات وإرشادات
19. فئة الدعاء :هو التوجه الى الله بكلمات يعبر فيها المسلم عن حاجاته وشكره ،وهو التواصل الروحي بين العبد وربه .
20. أهمية الدعاء لتوكل والخضوع لله :هي ممارسات الروحية التي تعبر عن ثقة المسلم بقدرة الله ورحمته والاعتماد عليه والتذلل والطاعة له .
21. شروط وآداب الدعاء المسموع: هووسيلة روحية تؤثر في القلوب وتربط العبد بربه ، ولتحقيق أثره يجب الإلتزام بشروط وآداب معينة منها : الإخلاص لله تعالى في الدعاء ، اليقين والثقة بأن الله يسمع ويفرح بدعاء عبده وغيرها .
22. تربية النفس على الصبر من خلال الدعاء : اذ انه يربط الإنسان بخالقه ويعزز عنده الثقة بأن الله سيسير له الأمور ويرزقه الثبات وهذا ما يؤكد الدكتور في البودكاست .
23. موضوع الذكر : هو استحضار القلب واللسان لله تعالى بعبارات من خلال التسبيح والتحميد والتهليل ، وهو من أعظم العبادات التي تقرب العبد من ربه وتمنحه الطمأنينة .
24. أهمية عبادة الذكر في حياة المسلم : هي عبادة لسانية وقلبية تتمثل في ترديد المسلم لألفاظ التوحيد والدعاء وتكمن أهميتها في حياة المسلم بكونها عبادة دائمة تقرب العبد من ربه .
25. أنواع الذكر وأثرها على المسلم : وينقسم حسب الدكتور الى : ذكر قلبي وذكر لساني وذكر عملي كالصلاة ، ولكل نوع أثر عظيم في حياة المسلم ؛ فهو يزكي النفس ، ويطهر القلب ، ويمنح الطمأنينة والسكينة ، كما يعين على الثبات في أوقات الشدة ، ويقوى الصلة بالله تعالى ،

26. الذكر كوسيلة للشعور بالأمان والطمأنينة : يعد وسيلة روحية عميقة تبعث في نفس المسلم شعوراً بالأمان والطمأنينة ، اذ يربط قلبه بالله تعالى في كل حال .
27. فئة القيم الدينية : هي المبادئ والمفاهيم المستمدة من تعاليم الدين الإسلامي والتي تشكل مرجعية توجيهية لسلوك المسلم وعلاقته بربه ونفسه ومجتمعه .
28. فئة القيم الإنسانية : وهي تلك القواعد التي تحث على احترام الانسان وكرامته وتعايش معه وهي قيم عامة تقوم في هذ البودكاست على الدعوة بالتسامح والعدل والإحسان وغيرها من القيم
29. فئة القيم الاجتماعية : وهي مجموعة من السلوكيات والضوابط الاجتماعية التي تنظم علاقة الفرد بمجتمعه في ضوء التوجيهات الإسلامية
30. فئة الأهداف : وهي المقاصد الرئيسية التي يسعى الدكتور احمد العربي الى تحقيقها من خلال مضامينه كما تتعكس في الرسائل الضمنية في المحتوى الديني
31. الدعوة بالافتداء بالرسول : تعني كل إشارة صريحة او ضمنية ضمن بودكاست "فاهم" تدعو المستمع الى اتخاذ النبي صلى الله عليه وسلم قدوة في الاقوال والسلوكيات.
32. تحسين العلاقة مع الله : كل مضامين التي تهدف الى تعزيز الصلة الروحية والوجدانية بين الفرد وخالقه كما وردت في حلقات البودكاست محل الدراسة
33. نشر تعاليم الدين الإسلامي : وهي التي تشمل كل المحاور والمواضيع التي تهدف الى توصيل المبادئ الأساسية للدين الإسلامي مثل العقيدة ، العبادات ، الشرائع .
34. تعزيز الإيمان : تشير الى الرسائل التي تهدف الى تقوية ايمان المستمعين بالله تعالى ، وزيادة يقينهم بدينهم
35. تحسين العبادة مع الله: تسعى الى تطوير جودة وصحة أداء العبادات بين الفرد وربه
36. تلذذ العبادات : تركز على شعور المتلقي بالراحة النفسية والروحية أثناء أداء العبادات ، كما يعرضها الدكتور أحمد العربي وتشمل تحبيب العبادات وتشجيع المتلقي على الخشوع أثناء أدائها .
37. فئة الأساليب اللفظية : تعد جزءا من الأساليب الإقناعية ، وهي ترتبط بكيفية استخدام الألفاظ والكلمات لإقناع المتلقي ، وتشمل هذه الفئة مجموعة من القنات اللغوية التي يمكن استخدامها في الخطاب أو الرسالة ، ومن أبرز الأساليب اللفظية .

38. سرد القصص : هو الاستخدام المتكرر لسرد الحكايات أو المواقف الواقعية والشخصية ضمن المحتوى الديني ، بهدف تعزيز الرسالة الإقناعية ، وتحقيق تفاعل وجداني وعقلي مستمر .
39. استخدام الأمثلة : هو توظيف المتحدث للأمثلة واقعية أو افتراضية ، فردية او جماعية ، بهدف شرح فكرة ، دعم حجة ، او تقريب مفهوم ديني أو أخلاقي إلى ذهن المتلقي المستمع بطريقة واضحة ومبسطة .
40. الإقتباس من القرآن والسنة : هو توظيف آيات قرآنية أو أحاديث نبوية شريفة داخل المحتوى الدين ، بهدف دعم الحجة الدينية ، تعزيز مصداقية القول ، وتقوية الأثر الإيماني .
41. أسلوب الترغيب : يشجع الدكتور من خلاله المتلقي على الإلتزام بالعبادات بذكر فضائلها ، وآثارها الإيجابية في الدنيا والآخرة ، مثل : الراحة النفسية ، والقرب من الله ، والفوز بالجنة .
42. ترجمة الأفكار العامية : يعد أسلوبيا تواصليا يهدف الى تبسيط المضامين الدينية والمعرفية من خلال إعادة صياغتها بلغة سهلة ومألوفة لدى الجمهور .
43. سيرة السف الصالح :وهي نقل الاقوال والافعال او المواقف التي وردت عن الصحابة والتابعين ومن تبعهم بإحسان بهدف استشهاد بها او الاستفادة من حكمتها في مواضع معينة
44. الأساليب الغير لفظية : هي مجموعة من الرسائل التواصلية التي تستخدم في التعبير دون الاعتماد على اللغة المنطوقة ،ونعد هذه الأساليب مكمل للرسائل اللفظية وتستخدم لايصال المعاني .
45. لغة الجسد : وهي شكل من أشكال التواصل التواصل الغير لفظي تستخدم فيه وضعية الجسد ونظرات العين ونبرة الصوت لنقل المشاعر او المواقف
46. ايماءات الوجه : هي التعبيرات حركية لا ارادية وارادية تظهر على ملامح الوجه وتستخدم كوسيلة غير لفظية لنقل المشاعر و الانفعالات .
47. فئة الأساليب البلاغية : هي مجموعة من الأساليب التعبيرية التي توظف في المحتوى بهدف تحسين الأداء اللغوي وايصال المعنى بطريقة مؤثرة وجمالية وتشمل :
48. التشبيه :هو أسلوب بلاغي يقوم على عقد مقارنة بين شيئين يشتركان في صفة او اكثر باستخدام أداة تدل على المشابهة
49. الاستعارة : هو أسلوب بلاغي يستخدم فيه احمد العربي المعاني الروحية و المعنوية من خلال الفاظه المجازية بهدف تقوية المعنى والتأثير على الجمهور .

50. الكناية :هي أسلوب بلاغي يستخدمه الداعية لتعبير عن فكرة او صفة معينة بطريقة غير مباشرة دون التصريح بها وانما من خلال الإشارة الى معنى ملازم لها يفهمه المتلقي من صياقه .
51. فئة الفاعلين : تشير الى الأطراف المشاركة في صناعة البودكاست وتضم :
52. الدكتور احمد العربي: هو شخصية معروفة في مجال البودكاست الديني حيث يقدم محتوى ايماني وتربوي موجه لفئة واسعة من الجمهور .
53. صاحب البودكاست :هو مقدم لبودكاست الديني يعرف بإنتاج لبودكاست فاهم .
54. فئة الاستمالات العقلية : هي نوع من الأساليب الإقناعية التي يعتمد فيها الدكتور على تحفيز عقل المتلقي باستخدام المنطق والادلة وتنقسم الى :
55. الحجج المنطقية : هي ادلة تستند الى قواعد التفكير السليم والمنطق تستخدم لدعم فكرة او رأي معين بإعتماد على ترتيب الأفكار بشكل منطقي ومتسلسل
56. المقارنات العقلية : هو احد أساليب الإقناع العقلي التي يلجأ اليها لتوضيح فكرة ما او تعزيز موقف معين من خلال المقارنة منطقية بين حالتين .
57. ربط الايات الاحاديث بالعقل : هو احد الأساليب العقلية المؤثرة في المحتوى الديني حيث يستخدم لاطهار الانسجام بين النقل والعقل
58. الاستمالات العاطفية : هي من ابرز الأساليب الإقناعية التي يعتمد عليها في المحتوى حيث تستهدف التأثير في المتلقي واثارة المشاعر وتنقسم الى :
59. القصص المؤثرة :وتعد من ابرز أدوات التأثير والإقناع في البودكاست اذ يستخدم فيها السرد القصص الواقعية تثير مشاعر الجمهور وتقرب المفاهيم الى ذهنه
60. تصوير العبادات كملاذ روجي : هو أسلوب اقناعي يبرز الأثر النفسي والروحي للعبادة من خلال تقديمها كوسيلة للسكينة والطمأنينة والتوازن الداخلي بما يعزز ارتباط المتلقي بالعبادة .
61. ربط العبادات بالحب : هو أسلوب تعبيرى اقناعي في المحتوى الديني يركز فيه الدتور على ان الدافع الحقيقي لأداء العبادات ليس الخوف فقط ،بل محبة الله مما يعزز العلاقة بين العبد وربّه
62. استخدام نبرة صوت مليئة بالخشوع :هو اسول صوتي يوظف في المحتوى الديني لايصال مشاعر مليئة بالتأثر والرغبة خاصة عند ذكر الايات و الاحاديث التي تتحدث عن التوبة والموت والجنة والنار مما يضيفي على الرسالة صدقًا ويقوي التأثيرعند المتلقي .

63. فئة نوع العناوين :هي فئة تحليلية تُعنى بدراسة طبيعة العناوين التي يتم اختيارها وتركيز على صياغتها وجاذبيتها وتنقسم الى :

64. العناوين التوجيهية :تعد من ابرز العناوين في البودكاست الديني لانها تستخدم في تقديم إرشادات مباشرة ونصائح للجمهور يحمل هذا النوع طابع تحفيزي .

65. العناوين التعليمية :هي عناوين تقدم محتوى معرفي توضيحي وتهدف الى تعليم المستمع مفاهيم دينية او شرح مسائل عقائدية .

#36

فاهم

أول مرة أتذوق الصلاة !

د. أحمد العربي

2:12:48



فاهم 37 | سلسلة تذوق العبادات - (2) القرآن | مع د. أحمد العربي

3.9 مليون مشاهدة قبل سنة واحدة فاهم بودكاست ...المزيد



كيف تتأثر بالقرآن || د.أحمد العربي

1.2 مليون مشاهدة خلال 10 أشهر #احمد_العربي ...المزيد



فاهم 42 | سلسلة تذوق العبادات - (4) الذكر | مع د. أحمد العربي

4.7 مليون مشاهدة قبل 11 شهرًا فاهم بودكاست ...المزيد



الانضمام

فاهم بودكاست 1.01 مليون

فاهم

على خير وفضل عظيم ان شاء الله لكن اذا
كنت مهتم بحفظ القرآن بطلب العلم باي شيء

Commentaires



الحمد لله ان جعل 14 مليون شخص وريادة يريدون ان

يخلصوا في صلاتهم ❤️

👍 1,3 k 🗨️ 📝

22 réponses >

R

@RymAlmhmam • il y a 9 m.



انا في هذا وقت متأخر من ليل اعلن توبتي على يد دكتور احمد
العربي وعودتي إلى صلاة وقران ادعولي بثبات

👍 3,7 k 🗨️ 📝

97 réponses >



@Marwamar- • il y a 2 m.



رجعوني اكتشفت قمة الغفلة لي كنت فيها والله يهدينا
ويهديكم يارب

👍 134 🗨️ 📝

5 réponses >

الملحق رقم (03): قائمة الأساتذة المحكمين:

الجامعة	القسم	اسم الأستاذ المحكم
جامعة محمد خيضر - بسكرة -	علوم الإعلام و الإتصال	عساسي كريمة
جامعة محمد خيضر - بسكرة -	علوم الإعلام و الإتصال	حفيظي نهلة
جامعة محمد خيضر - بسكرة -	علوم الإعلام و الإتصال	عبادة هشام