

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العلمي العالي و البحث

كلية أصول الدين  
قسم الدعوة و الإعلام و الاتصال  
تخصص: إعلام إسلامي

جامعة الأمير عبد القادر  
للعلوم الإسلامية  
قسنطينة  
الرقم التسلسلي: .....  
رقم التسجيل: .....

# الأساليب الإقناعية في قناة هدى (Huda) الفضائية الناطقة باللغة الإنجليزية - دراسة تحليلية -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام الإسلامي

إشراف الأستاذ الدكتور:

حسين خريف

إعداد الطالبة:

فيروز بوزيدة

أعضاء لجنة المناقشة :

الاسم و اللقب	الصفة	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية
أ.د عمر لعوية	رئيسا	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة
أ.د حسين خريف	مقررا	أستاذ التعليم العالي	جامعة قسنطينة 03
د. نور الدين سكحال	عضوا	أستاذ محاضر ( أ )	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة
د. احمد عبدلي	عضوا	أستاذ محاضر ( أ )	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة

السنة الجامعية: 2014/2013

## ملخص الدراسة

تمكنت الفضائيات الإسلامية من اقتحام مجال البث الفضائي حاملة على عاتقها مهمة نقل الخطاب الإسلامي في عصر الانفتاح الإعلامي الذي تعددت فيه قنوات الباطل و منابر العنصرية بأكثر الأساليب إقناعا و جذبا للمتلقي.

لما كانت اللغة الانجليزية لغة العالم الأولى ، و لا تخلو أي رسالة إعلامية من وسائل الإقناع ، كان من الضروري تسخير هذه اللغة لخدمة الإعلام الإسلامي و ذلك بإنشاء فضائيات إسلامية ناطقة باللغة الانجليزية كقناة الهدى التي تعد أنموذجا رائدا ، تهدف إلى خدمة المسلمين و دعوة غير المسلمين عبر العالم إلى هذه الرسالة العالمية و إبراز صورة الإسلام المشرفة بمختلف أساليب الإقناع.

من هذا المنظور حاولت في هذه الدراسة إلقاء الضوء على جزء من موضوع واسع في مجال الإعلام الإسلامي يستدعي بواعث البحث من خلال الدراسة : الأساليب الإقناعية في قناة الهدى الفضائية الناطقة باللغة الانجليزية – دراسة تحليلية –

تنطلق الإشكالية من تساؤل رئيسي : ما هي الأساليب الإقناعية التي تستخدمها قناة الهدى الناطقة باللغة الانجليزية ؟

تكمن أهمية هذه الدراسة في كشف أساليب الإقناع و دورها في أي خطة إعلامية في عمل الفضائيات الإسلامية الناطقة باللغة الانجليزية الموجهة إلى جمهور واسع من المسلمين و غير المسلمين تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية هذا ما استدعى الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي إضافة إلى الاستعانة بأداة تحليل المحتوى و التحليل السيميولوجي للصورة بهدف الكشف عن أساليب الإقناع على المستوى اللساني اللفظي و غير اللفظي المتعلقة بالصورة و ذلك بتحليل عينة من البرامج التي تبثها القناة خلال دورة برمجية محددة بثلاثة أشهر .

اعتمدنا في انجاز هذه الدراسة على خطة منهجية تضم أربعة فصول ، يعنى الفصل الأول بإطار الدراسة و منهجيتها ، و يشتمل على ثلاث مباحث ، المبحث الأول متعلق بموضوع الدراسة و إشكالياتها ، أما المبحث الثاني فيمثل الإطار المنهجي للدراسة ، في حين تناول المبحث الثالث المقاربة النظرية المعتمدة في البحث المتمثلة في نظرية التفاعلية الرمزية.

الفصل الثاني فيتعلق بالإقناع في الفضائيات الإسلامية ، يحتوي على ثلاث مباحث، المبحث الأول يختص بماهية العملية الإقناعية ، أما المبحث الثاني فيعد مدخلا إلى البث الفضائي ، بينما خصصنا المبحث الثالث للفضائيات الإسلامية من حيث نشأتها ، أهميتها ، و واقعها بالإضافة إلى طموحاتها.

يشتمل القسم التحليلي على فصلين : الفصل الثالث بعنوان الأساليب الإقناعية في قناة الهدى دراسة تحليلية للمضمون ، من خلال الكشف عن فئات ماذا قيل ؟ التي تضم فئة الموضوع و الجمهور المستهدف ، و فئات كيف قيل ؟ التي تعد المحور الأساسي في هذه الدراسة و تضم فئة الأساليب الإقناعية و فئة اللغة المستخدمة.

أما الفصل الرابع فتناولنا فيه الأساليب الإقناعية في قناة الهدى -دراسة تحليلية للصورة - إذ يرتكز هذا الفصل تحليل الصورة من خلال المستوى التعييني ، و المستوى التضميني بالاعتماد على مقارنة رولان بارت .

توصلت الدراسة التحليلية للمضمون إلى النتائج التالية :

- تعتمد قناة الهدى على مواضيع متنوعة و جاءت المواضيع التشريعية في صدارة اهتمامها.
- تخاطب قناة الهدى جمهور المسلمين في المقام الأول بالإضافة إلى غير المسلمين .
- تستخدم قناة الهدى أساليب الإقناع العقلية و العاطفية مع تفوق الأساليب العقلية.
- ترتبط الأساليب العقلية بالاستدلال بالنقل و العقل، غير أن النقل قد تفوق على العقل لعدة اعتبارات مرتبطة بالمتلقي.

- 
- تفوق النقل العام على النقل الخاص الذي يضم القرآن الكريم و السنة النبوية الشريفة.
  - حصل أسلوب التكرار على المركز الأول من بين أساليب الاستدلال بالعقل.
  - تستخدم قناة الهدى أساليب عاطفية متنوعة لإقناع المتلقي ، و قد تفوقت الأساليب اللغوية و البلاغية على الأساليب العاطفية الأخرى.
  - تفوقت اللغة الانجليزية المحضنة على أشكال اللغة الأخرى .

أما النتائج المتعلقة بتحليل الصورة يمكن تلخيصها فيما يلي:

- تحتل الصورة حيزا مهما في عملية الإقناع بالقناة.
- تحتوي الدوال الرمزية المشكلة للصورة المتمثلة في العنوان، الشخصيات، الديكور ، الإضاءة الألوان البنية النصية و المؤثرات الصوتية على العديد من المدلولات التي تخاطب العقل و الوجدان.
- نستنتج مما سبق أن من خلال النتائج التي تم رصدها من عملية التحليل ، أن قناة الهدى تعتمد على أساليب إقناعية متنوعة على مستوى اللغة اللفظية/اللغة الانجليزية ، و اللغة غير اللفظية/ الصورة بهدف التأثير في المتلقي باعتبار هذه الأساليب القوة المحركة للإعلام الإسلامي الذي يسعى للارتقاء إلى مستوى التحديات المطروحة على الساحتين الإسلامية و العالمية.

## Abstract

In an era of media openness where there are many channels of falsehood and racism platforms with the most persuasive and

---

attractive methods to the recipient, the Islamic satellite channels were able to break into the field of satellite broadcasting to transmit the Islamic discourse. Given that there is no media message without persuasion means, and given that English is the international language, it was necessary to make use of this language to serve Islamic media by establishing English-language satellite channels which would convey the Islamic message to the four corners of the world. A pioneer in this specific growing industry and a typical example of such channels is the Huda TV. It is a channel that works towards developing a deeper understanding of Islam and its fundamental message by inviting and converting people of different faiths around the globe to this religion.

From this perspective, we attempt, in this study, to shed light on an area of a broad topic in the field of Islamic media. The present analytical study aims at filling the research gap existing in the area of persuasion methods used by Islamic satellite channels, in particular the Huda TV. Accordingly, our research problem stems from one major research question: what are the persuasion methods used by Huda TV? As this channel is directed to a wide audience of both Muslims and non-Muslims, the importance of this study lies in exploring and identifying the persuasion techniques and tools and the role they play in the media plan of the Islamic English language satellite channels.

This study is a descriptive research that relies on the use of descriptive analytical methods. In addition, it makes use of content analysis and also a semiology analysis of the image to identify the persuasion methods at both verbal and nonverbal levels. A sample program which is broadcasted by the channel during three months is meant for analysis.

The present study is composed of four chapters. The first chapter is devoted to the framework of the study and its methodology. It includes three sections: the first section addresses the subject of the

---

study and its problematic; the second section deals with the methodological framework; and the third section discusses the theoretical approach adopted in the research i.e., that is the symbolic interactionism theory.

The second chapter is related to persuasion in Islamic satellite channels. It is divided into three sections .The first section talks about the significance of the persuasion process, while the second section is an introduction to satellite broadcasting. The third section is devoted to Islamic satellite channels, its inception, importance, reality, and ambitions.

The analysis section includes two chapters: chapter three entitled persuasive methods in Huda TV –a content analysis study- through the disclosure of the categories of what was said ( the subject category and the target audience), and how it was said (the persuasion method category and the language used).

In the fourth chapter we adopt the persuasive methods in Huda TV – an analytical study of the image – depending on Roland Barthes approach.

The analytical study of content reached the following results:

- Huda TV depends on various topics with legislative subjects at the forefront of its interests.
- Huda TV addresses the Muslim audience as well as the non-Muslim audience.
- Huda TV uses the emotional and, in particular, the mental methods.
- The repetition method holds the first place among the methods of rational interference.
- Huda TV uses a variety of emotional methods to persuade the recipient, in particular the language rhetorical methods
- The pure English language exceeded on the other forms of language.

---

The results associated to the image can be summarized as follows:

- The image occupies an important place in the persuasion process in the channel.
- The symbolic denotation that forms the image (the title, characters, lighting, decoration, colored, text structures, and the sound effect) contains many connotations which address the mind and the feeling.

In considering the aforementioned results, we come to conclude that Huda TV relies on various persuasive methods at the level of verbal and nonverbal language as these methods are the driving force of the Islamic media which seeks to overcome the challenges facing it today.

### Résumé de l'étude

Les chaînes islamiques ont pu assaillir le domaine de diffusion satellite, ayant pour objective la responsabilité de transmettre le discours islamique dans une époque d'ouverture médiatique, qui a

---

connu une diversité des chaînes de caducité et des tribunes racistes avec les formes les plus persuasifs et les plus attirantes au récepteur.

Attendu que la langue anglaise est la première langue mondiale, et tous les lettres médiatiques ne se vident pas des formes de persuasions, il était nécessaire de consacrer cette langue pour servir le média islamique, et cela par créer des chaînes islamiques qui sont diffusées en langue anglaise, comme la chaîne «Al Huda» qui est considérée comme un exemple précurseur, visant à servir les musulmans et d'inviter les non-musulmans dans les quatre points du monde de connaître cette lettre mondiale, et de mettre en relief les valeurs lumineuses de l'islam en utilisant les différentes formes de persuasion.

De cette perspective, j'ai essayé dans la présente étude de mettre en relief une partie d'un sujet très vaste au domaine de médias islamiques qui nécessite la recherche par l'étude des : formes de persuasion dans la chaîne «Al Huda» qui est diffusée en langue anglaise – étude analytique –

Cette problématique s'ébranlé d'un principal interrogatoire: quelles sont les formes persuasives utilisées par la chaîne satellite «Al Huda» qui est diffusée en anglais?

L'importance de cette étude est de découvrir les formes de persuasion et leur rôles dans chaque stratégie médiatique dans les œuvres des chaînes islamiques parlants en anglais et qui s'adressent aux nombreux publics musulmans et non-musulmans.

La présente étude fait partie des recherches descriptives qui nécessitent une méthode descripto-analytique en utilisant l'outil d'analyse du contenu et l'analyse sémiologique des images à l'effet de connaître les formes de persuasion au niveau linguistique verbal et non-verbal relatives aux images et cela par l'analyse d'un échantillon des émissions diffusées par les chaînes durant un cycle de trois mois.



---

Pour la réalisation de cette étude, nous avons adopté un plan méthodologique contient quatre chapitres, le premier chapitre concerne l'étude et sa méthodologie, et il est composé de trois thèmes ; le premier est autour le sujet d'étude et ses problématiques, le deuxième présente le contour méthodologique de l'étude et le troisième traite l'approche théorique utilisée dans la recherche soit la théorie de réactionnelle symbolique.

Le deuxième chapitre traite la persuasion des chaînes islamiques; il contient trois thèmes: le premier concerne l'essence de l'activité persuasive, le deuxième est une introduction à la diffusion satellite, et nous avons approprié le troisième aux satellites islamiques : leurs créations, importances, réalités et ses ambitions.

La partie analytique se compose de deux chapitres: le troisième chapitre sous le titre des formes persuasives dans la chaîne «Huda», étude analytique du contenu par montrer les catégories de «dire quoi?» composée du sujet et public visé et celle de «comment dire ? » qui est un axe principal dans cette étude, elle comprend les catégories des formes persuasives et celles de la langue utilisée.

Le quatrième chapitre traite les formes persuasives dans la chaîne «Al Huda»- étude analytique des images- Ce chapitre repose sur l'analyse des images à travers le niveau désignatif et le niveau implicatif selon l'approche de **Roland Barthes**.

L'étude analytique du contenu fait ressortir les résultats suivants:

- La chaîne « Huda » utilise des sujets divers dont les sujets législatifs sont les plus primordiaux.
- La chaîne « Huda » s'adresse au public musulman en premier lieu ainsi que les non- musulmans.
- La chaîne « Huda » utilise les formes de persuasion mentale et émotionnelle avec la supériorité des formes mentales.
- Le style de répétition a eut la première classe parmi les formes du raisonnement.

- 
- La chaîne « Huda » utilise des styles émotionnelles diverses pour convaincre le récepteur dont les styles linguistiques et rhétoriques ont devancé les autres styles émotionnels.
  - La langue anglaise a devancé les autres langues.

On peut résumer les résultats correspondant à l'analyse des images comme suit :

- L'image domine un important espace dans l'activité de persuasion dans la chaîne.
- Les significations symboliques des images qu'elles s'agissent de titre, personnalités, décor, éclairage, couleurs des structures textuelles et effets sonores comprennent plusieurs significations qui s'adressent à l'esprit et à l'affection.

On conclut de ce qui précède selon les résultats de l'activité d'analyse que la chaîne « Huda » adopte différentes formes persuasives au niveau de la langue verbale/ la langue anglaise, et la langue non- verbale/l'image a l'effet d'influencer sur le récepteur car ces formes sont la force motrice des médias islamiques qui visent à aboutir les défis relevés au niveau islamique et mondial.