صورة "الدعاة الجدد" في الدراما التليفزيونية
مسلسل "الداعية" نموذجا -دراسة تحليلية-

د. زكية منزل غرابة
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية -قسنطينة

الملخص:

استهدفت هذه الدراسة تحليل محتوى صورة "**الدعاة الجدد**" في الدراما التليفزيونية، باعتبارهم إحدى أهم الظواهر التي عرفتها الساحة الإسلامية، لاعتمادهم في مخاطبة الجمهور على أساليب خطابية دينية ارتكزت بالدرجة الأولى على شحذ المشاعر الوجدانية فيهم، وللتوصل إلى معرفة معطيات محتوى هذه الصورة، فقد تم الاعتماد على أسلوب تحليل المحتوى الذي تعرض لتحليل عينة من حلقات مسلسل "الداعية"، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي رسخت في مجملها صورة نمطية سلبية عن "**الدعاة الجدد**" وأظهرتهم موصوفين بكثير من الملامح مثل البحث عن الشهرة وتقديم الاعتبارات المادية .

Abstract

This study aimed image "New DOAAH" in the TV drama content analysis, as one of the most important phenomena known to the Islamic arena, their dependence on the public address on the rhetorical methods of religious based primarily on honing feelings compassionate them. To come to know the data content of this image, it has been reliance on the content analysis technique, which has be

en analyzing a sample of the episodes of the series "El Daia", and may study found a set of results that cemented in its entirety negative stereotypical image of the " New DOAAH " and showed them much Mosofin of features such as searching for fame and providing material considerations .

مقدمة:

يؤكد الباحثون في مجال الإعلام والاتصال " أن وسائل الإعلام أصبحت تسود الأدوار الخاصة بنشر المعلومات أو توزيع المعرفة، وتعاظم دورها وسيادتها في مجال عرض الحقائق، لذا فإن الأفراد يعتمدون عليها في رسم الصور الذهنية لهذه الحقائق، ومع تأثير التراكم في النشر والإذاعة ومرور الوقت فإن هذه الحقائق التي تنشرها وسائل الإعلام تتحول إلى حقائق اجتماعية يجتمع حولها الأفراد في المجتمع ويتفقون على رموزها[1].

وتعد ظاهرة "**الدعاة الجدد**" التي ساعدت وسائل الاتصال المختلفة على انتشارها واحدة من الظواهر التي برزت على الساحة الدعوية الإسلامية، بفعل امتلاك أصحابها القدرة على استقطاب شرائح واسعة من الجماهير على اختلاف فئاتهم ومستوياتهم العمرية، والذي ارتبط بأسلوب الخطاب الذي يعتمده هذا الصنف من الدعاة .

وقد استقطبت هذه الظاهرة اهتمام الباحثين والإعلاميين، وواضح أن الدراما التليفزيونية لم تكن بعيدة عن هذه الظاهرة، فقد تبارى كتاب الدراما التليفزيونية على إبرازها والبحث في خباياها ومن ثم تكوين صور عن شخصيات "**الدعاة الجدد**".إن الخطورة في كل هذا تكمن في نوع المعلومات والصور التي تروج لها الدراما التليفزيونية عن "**الدعاة الجدد**"، والتي كثيرا ما تكون مغلوطة أو متحيزة نتيجة الفلسفة التي يؤمن بها صاحب العمل الدرامي في عرض المعلومات والصور سلبا أو إيجابا عن مثل هؤلاء خاصة وأنهم يمثلون قادة الرأي الدينيين في المجتمع بفعل المكانة التي يحظون بها في نفوس الناس .

أولا: إطار الدراسة:

– المشكلة البحثية:

تعتبر الدراما التليفزيونية واحدة من أهم الفنون الاتصالية التي لم تعد مجرد فن يعرض لملء أوقات الفراغ أو الترفيه والتسلية، وإنما غدت أحد الفنون الهامة التي تتطرق لكبريات القضايا والظواهر التي تدخل في صميم اهتمامات الفرد داخل البيئة التي يعيش فيها، وقد

[1]– عديل أحمد الشرمان، "وسائل الإعلام والصورة الذهنية لرجل الشرطة"، عن موقع:
http: //www.policemc.gov.bh، تاريخ الدخول: 2016/3/23م.

تجاوز دورها إلى تكوين الانطباعات والصور عن الأشخاص والجماعات المختلفة بما تمتلكه من جاذبية الصورة والصوت، واعتمادها على المشاهد التي تجسد الشخصيات الدرامية وكأنها عين الواقع الفعلي لحياة الإنسان.

وتأتي ظاهرة "**الدعاة الجدد**" كواحدة من أبرز الظواهر الدينية الإسلامية التي عرفها العالم العربي الإسلامي خلال العقود الأخيرة من القرن الماضي، وقد أسهمت العديد من الفضائيات والوسائط الاتصالية الأخرى على اختلاف توجهاتها في انتشار الظاهرة، إذ شكلت وسيطا هاما في صنع شريحة من ذلك الصنف من الدعاة .و قد استطاع هؤلاء "**الدعاة الجدد**" استقطاب شريحة واسعة من الجماهير على اختلاف مستوياتهم وأعمارهم.

وشأنها شأن القضايا المختلفة الأخرى فقد شكلت ظاهرة "**الدعاة الجدد**" مادة خام لكتاب الدراما التليفزيونية، ومما لا شك فإن الصورة المشكلة عن هؤلاء من خلال المعالجة الدرامية هي منطلقة بالأساس من المنظور الأيديولوجي لأصحابها. وبحسب أحد الباحثين فإنه بقدر ما يلتزم التناول الدرامي لهذه الفئة (الدعاة)بالحيادية والموضوعية تكون أداة بناء في النسيج المجتمعي، فإذا ما أبرز تناولها الموضوعي ما عليه العلماء والدعاة والملتزمون عموما مما يرجى لهم ويؤمل فيهم من السمت والحسن واتباع الشريعة وتطبيقها ... عمق ذلك التناول من التفاف الناس حول علمائهم ودعاتهم وعلى العكس من ذلك إذا تجنت الدراما العربية على الدعاة والعلماء وعمدت إلى تشويه صورتهم والسخرية منهم صنعت بذلك هوة سحيقة بين المجتمع وبين تلك الفئة وفقد الناس ثقتهم بأهل العلم والدعاة[1].

ويأتي مسلسل "**الداعية**" الذي عرض على قناة mbc كواحد من أبرز الأعمال الدرامية التي تعتبر نموذجا يستحق الدراسة من أجل دراسة طبيعة الصورة التي يرسمها عن "**الدعاة الجدد**"، وانطلاقا من هذه الخلفية جاءت هذه الدراسة لتكشف عن طبيعة صورة "**الدعاة الجدد**" في الدراما التليفزيونية من خلال هذا العمل الدرامي الذي تعرض بشكل

[1]- الجمعية العربية للمسؤولية الإعلامية، الدعاة والعلماء في الدراما العربية، د.م.ن، دط، 2014م، ص4-5.

مباشر لشخصيات "**الدعاة الجدد**"، وهو ما يطرحه السؤال المحوري لهذه المشكلة البحثية ومؤداه: **ماهي صورة "الدعاة الجدد" كما يعرضها مسلسل "الداعية"؟**.

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية شكلت الزوايا التي تدور حولها المشكلة البحثية وهي:

– ماهي نسبة تواجد الدعاة الجدد مقارنة مع غيرهم من الدعاة التقليديين في عينة الدراسة ؟.

– ماهي طبيعة الدور الذي يقوم به الدعاة الجدد في عينة الدراسة؟.

– ماهي الموضوعات التي يتناولها الدعاة الجدد في عينة الدراسة؟.

– ماهي المصادر التي يعتمد عليها "الدعاة الجدد" في تواصلهم مع الجمهور؟

– ماهي الأساليب الإقناعية التي يستخدمها "الدعاة الجدد"؟ .

– ماهي السمات التي يتميز بها الدعاة الجدد من حيث (الجنس –الحالة الاجتماعية –نوع المسكن –نوع اللباس الذي يظهرون به –الملامح الإيجابية والسلبية)؟.

– ماهي علاقة الدعاة الجدد بأمثالهم من الدعاة في عينة الدراسة؟.

– ماهي اللغة التي يستخدمها الدعاة الجدد في التواصل مع الجمهور عبر البرامج التي يقدمونها؟.

– ما هو القالب الذي يتواصل به الدعاة الجدد مع جمهورهم عبر البرامج التي يقدمونها؟.

– أهمية الدراسة: تعتبر دراسة صورة "**الدعاة الجدد**" في الدراما التليفزيونية ذات أهمية علمية كبيرة يمكن إبرازها من النواحي الآتية:

أولا: كونها تتعرض لموضوع الصورة، وهي التي يبني الجمهور على أساسها موقفه واتجاهاته نحو موضوع الصورة، وتتضح هذه الأهمية في إطار الدراسة التي بين أيدينا في سعي العمل الدرامي ممثلا في مسلسل "**الداعية**" لإبراز صورة "**الدعاة الجدد**"، وتصديرها –وفق تصورات القائم على العمل الدرامي–، للجمهور المتلقي بحيث يجعل من هذه الصورة الخاصة "**بالدعاة الجدد**" هي الصورة السائدة لدى الرأي العام.

ثانيا: كونها تتناول قضية مهمة تتعلق بظاهرة "**الدعاة الجدد**"، وهي من الظواهر الإسلامية التي برزت خلال القرن الماضي وفرضت نفسها على الساحة الدعوية، ومما يتميز به هؤلاء أنهم يقدمون خطابا مغايرا تماما لخطاب الدعاة التقليديين، فهم يعرضون أفكارهم الدعوية بصورة جديدة وبأسلوب جديد وبلغة بسيطة تستهدف بالدرجة الأولى الجانب الوجداني للشباب مستفيدين في كل ذلك من التطورات الحاصلة على مستوى وسائل الاتصال مثل القنوات الفضائية وشبكة الانترنت وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة.

ثالثا: كونها تتعرض للدراما التليفزيونية، وهي فن محاكاة الواقع، والتي تحظى بشكل عام بجماهيرية كبيرة من قبل المشاهدين كما تؤكده العديد من الدراسات[1]، خاصة وأنها تتناول قضايا الإنسان وهمومه وتبحث في مختلف المشكلات التي تعترضه بل وتطرح الحلول المناسبة لهذه المشكلات .و من المتوقع فإن المشاهد نتيجة تفاعله المتكرر مع ما تقدمه الدراما التليفزيونية فإنه يربط بين ما يشاهده من مواقف درامية مع واقعه الاجتماعي ويتصرف في كثير من الأحيان وفقا لما يشاهده .

-ضبط المفاهيم: وردت في هذه الدراسة جملة من المفاهيم التي تحتاج إلى ضبط وهي: **1-الصورة:**

***لغة:** جاء في لسان العرب: **تصورت الشيء: توهمت صورته، فتصور لي، قال ابن الأثير: الصورة ترد في كلام العرب على ظاهرها، وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته، وعلى معنى صفته .يقال صورة الفعل كذا وكذا أي هيئته، صورة الفعل كذا وكذا أي صفته**[2] .

---

[1]- أنظر مثلا: -Perse . Elizabeth M , "Soap Opera Viewing Patterns Of College Students and Cultivation ",in Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol 30, No2 , spring 1986, p179، وماريا إيليا زكى تادرس، صورة الأسرة الأمريكية في الأفلام الاجتماعية الأمريكية التي يقدمها التليفزيون المصري وتأثيرها على إدراك الواقع الاجتماعي لها لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية-، ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 2006م، ص5 .

[2]- ابن منظور، لسان العرب، دار صادر للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 1968م، مج4، ص473 .

وعرفها معجم المصطلحات الإعلامية بأنها" فكرة ذهنية، أو صورة، أو انطباع، وقد تكون صورة لشيء، أو لشخص في ذهن إنسان، أي فكرته التي كونها عن ذلك الشخص، وصورته التي رسمها له في ذهنه، أو انطباعه عنه"[1] .

وبالنظر في هذه التعاريف فإن مفهوم الصورة لغويا يعني: الانطباع، الفكرة ، حقيقة الشيء، هيئته.

***التعريف الاصطلاحي:**

ظهر مفهوم الصورة لأول مرة في أوائل القرن العشرين في كتابات والترليبمان، ومن التعاريف الاصطلاحية التي وردت بخصوص هذا المصطلح أنها "مجموعة الأحكام والتصورات والانطباعات القديمة والجديدة الايجابية منها والسلبية التي يأخذها شخص (أو جماعة) عن آخر ويستخدمها منطلقا وأساسا لتقويمه لهذا الشخص ولتحديد موقفه وسلوكه إزاءه"[2].

كما عرفت على أنها "المخزون المتراكم من الأفكار والانطباعات والأحكام الموجودة في ذهن الإنسان والتي تكونت بفعل قدرات حسية مباشرة أو غير مباشرة تجاه فرد أو جماعة أو منظمة أو ظاهرة ويشكل هذا الخزين مصدرا من مصادر العملية العقلية (التفكير) والتي تقود إلى اتخاذ القرارات والأحكام تجاه الأشياء وعادة ما يكون ذلك الخزين المتراكم من الصور الذهنية مشحونا بالعاطفة بحيث تكون تلك الانطباعات والأحكام إما سلبية أو إيجابية"[3].

---

[1]- كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، القاهرة، ط1، 1989م، ص285 .

[2]- أديب خضور، صورة العرب في الإعلام الغربي، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، 2002م، ص11 .

[3]- باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2014م، ص56-57 .

ويعرفها هولستي بأنها "مجموعة معارف الفرد ومعتقداته في الماضي والحاضر والمستقبل التي يحتفظ بها الفرد وفقا لنظام معين عن ذاته وعن العالم الذي يعيش فيه"[1].

ويعد تعريف علي عجوة الأكثر شمولا حول الصورة فهي بالنسبة له تتجاوز لتشمل تصور الإنسان إلى غيره من مكونات المجتمع ومؤسساته فهي" الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد والجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية معينة يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات في ضوء التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة وعدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل لأصحابها واقعا صادقا ينظرون في ضوئه إلى ما حولهم ويفهمون ويقدرون على أساسها"[2] .

إن مجمل هذه التعاريف التي أوردناها وإن تنوعت في تفاصيلها في تعريف الصورة إلا أنها جميعا تتفق بأنها مجموعة المواقف المختلفة التي تختزن في ذاكرة وعقل الإنسان عن الأفراد والجماعات بحيث يشكل انطلاقا منها انطباعاته وأحكامه وقناعاته المختلفة .

التعريف الإجرائي للصورة: هي مجموعة الانطباعات والتصورات التي ترتسم في ذاكرة الشخص تجاه الأفراد والجماعات انطلاقا من تعرضه للمواقف المختلفة بشأن هؤلاء الأفراد أو الجماعات، بحيث تصبح مع مرور الوقت مصدرا مهما في اتخاذ أحكامه ومواقفه في الحكم على هؤلاء سلبا أو إيجابا .

2– الدعاة الجدد:

[1]– أمال كمال طه محمد، صورة العراق في التغطية الصحفية العربية والغربية في التسعينيات – دراسة مقارنة–، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، 2001م، ص45.

[2]– علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية القاهرة، عالم الكتب، القاهرة، 1983م، ص10

***لغة**: جمع داعية، جاء في لسان العرب أن الدعاة " قوم يدعون إلى بيعة هدى أو ضلالة وأحدهم داع، ورجل داعية إذا كان يدعو الناس إلى بدعة أو دين .أدخلت الهاء فيه للمبالغة "[1].

وورد في القاموس المحيط قوله "والنبي داعي الله، ويطلق على المؤذن، والداعية صريخ الخيل في الحروب، وداعية اللبن بقيته التي تدعو سائره"[2].

ومن هذه النماذج يتضح أن معنى الدعوة لغة تعني: الحث على أمر ما، النداء ..

***اصطلاحا**: أورد المهتمون بمجال الدعوة الإسلامية تعريفات عدة بشأن مفهوم الداعية، من ذلك تعريف عبد الكريم زيدان بأن "الداعي هو المكلف شرعا بالدعوة إلى الله"[3].

ويذكر أحمد غلوش بأن الداعية "هو وارث النبي صلى الله عليه وسلم، في مهمته الإرشادية، والقائم مقامه في إبلاغ دين الله"[4]

وأما أحمد عيساوي فيعرف الداعي بأنه هو الإنسان المؤهل روحيا، ووجدانيا وعقليا، وجسديا للاضطلاع بمهمة التبليغ والدعوة لرسالة الله تعالى إلى الأفراد والمجتمعات والأمم بقصد حملهم طواعية على اتباع تعاليمه، والعمل على ما جاءت به من: عقائد وتصورات وعبادات ومعاملات وأخلاق وآداب[5].

وأما بخصوص مفهوم "**الدعاة الجدد**" باعتباره مصطلحا جديدا فقد جاء تعريفهم بناء على مجموعة من المواصفات التي ترتبط بالدرجة الأولى بأسلوب التخاطب مع الجمهور

---

[1]- ابن منظور، مصدر سابق، مج14، ص259.

[2]- الفيروز أبادي، القاموس المحيط، المطبعة الميرية، مصر، القاهرة، ط3، 1301هـ، ج3، ص321-322.

[3]- عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، ط9، 2002م، ص307.

[4]- أحمد غلوش، الدعوة الإسلامية: أصولها ووسائلها، دار الكتاب المصري، القاهرة، ط1، 1987م، ص432.

[5]- أحمد عيساوي، منهجية البحث في الاتصال الدعوي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط1، 2012م، ص100.

فهم "تلك الموجة المتزايدة من الدعاة الشباب الذين يجمعون حولهم جمهورا من الشباب بالأساس يخاطبونه بلغته ويفهمون عنه طريقته في الحياة ونوعية اهتماماته[1]" .

وعرفه ذات الباحث بتعريف آخر ركز في تعريفه **للدعاة الجدد** على نوعية الخطاب الذي يتواصل به هؤلاء مع الجمهور وهو أنهم "دعاة يهتمون أساسا بالأخلاق والعبادات والنواحي السلوكية، وبعض قضايا العقيدة، ومحاسبة النفس، ويبتعدون ما وجدوا إلى ذلك سبيلا عن أمرين: أولاهما: المسائل الفقهية والشرعية العلمية حرجاً أن يقدموا أنفسهم كفقهاء في الوقت الذي ربما لا يملك معظمهم زادا علميّا راسخا من الناحية الأصولية أو الفقهية. ثانيهما: المسائل والقضايا السياسية حذراً من التضييقات الأمنية التي تتسم بها أغلب بلدان العالم العربي والإسلامي[2].

وهناك من عرف الدعاة الجدد بالقول: "لفظ يطلق على شباب مسلم صغير السن، يهتم بأمر الدعوة الجزئية إلى التأليف بين (الإسلام–الإخوان –العولمة–المذهب الحكومي)[3]. ويبدو أن تعريف هذا الباحث جاء متأثرا بالبيئة التي انتشر فيها هذا المصطلح والتي أنتجت هذا النوع من الدعاة.

بينما عرفهم آخر انطلاقا من التحولات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال وما أحدثته العولمة من تأثيرات سلبية ونظرة عدائية للإسلام فهم بذلك " طبقة من الشباب أو غيرهم من الفئات العمرية المتحمسة للدفاع عن الدين، خصوصا في العقود الأخيرة للصحوة الإسلامية، والتي شهدت: طفرة في وسائل الإعلام، وانتشار واسع للحملات ضد الإسلام بشكل موازي مع الطفرة الإعلامية والعولمة الثقافية"[4].

---

[1]– عمرو عبد الكريم، "نقد ظاهرة الدعاة الجدد"، عن موقع: http: //www.islammaghribi.com، تاريخ الدخول: 2016/5/12م.

[2]– المرجع نفسه.

[3]– أسد الدين "الدعاة الجدد: دراسة نقدية"، عن موقع: www.forsanhaq.com ، تاريخ الدخول: الدخول: 2016/2/12م

[4]– أبو مصعب الأمازيغي، "معضلة الدعاة الجدد: تربية الانترنت"، عن موقع: http: ///www.muslm.org، تاريخ الدخول: 2016/2/9م.

ويذهب آخرون إلى تعريفهم انطلاقا من المواصفات الشكلية لهم ونوعية الخطاب الذي يقدمونه فهم "يتميزون بمجموعة من الصفات تجعلهم مميزين عن باقي الدعاة فهم من حيث الشكل يتميزون بالشكل العصري، والملابس العصرية بالإضافة إلى الحداثة في سنهم، أما فيما يخص الخطاب فهو يمثل قيم التوبة والاستغفار والايجابية والتعاون على الخير مع الغير هو من أهم القيم التي يدعو إليها هؤلاء، كما يتجنبون الخوص في المسائل السياسة الشائكة والحديث في القضايا الخلافية ويسعون إلى التغيير من خلال التركيز على الفرد كوحدة للتغيير الحضاري الشامل"[1] .

التعريف الإجرائي للدعاة الجدد: جيل من الدعاة يتبنى أسلوبا جديدا في التخاطب مع الجمهور ويتبنى همومه وانشغالاته ويهتم بشحذ أشواقه الإيمانية بالدرجة الأولى.

3-الدراما التليفزيونية:

***لغة:** كلمة الدراما مشتقة من الفعل اليوناني القديم (دراوء) بمعنى أعمل أو أفعل ثم تطورت في اللغة اليونانية لتعني الفعل أو الحركة[2].

***اصطلاحا:** من بين التعاريف الاصطلاحية التي وضعت بشأن كلمة "دراما" هذا التعريف الذي ينظر إليها على أنها تعني إجمالا مدلولين[3]:

1- النص المستهدف عرضه فوق المسرح، أيا كان جنسه أو مدرسته أو نوعية لغته .ويتقلد أدوار شخصياته ممثلون يقومون بتأدية الفعل ونطق الكلام.

---

[1]- محمد مصباح، "الدعاة الجدد والشباب: دراسة ميدانية لدى الشباب الجامعي في المغرب"، مجلة إضافات: المجلة العربية لعلم الاجتماع، إصدار مركز دراسات الوحدة العربية، المملكة المغربية، ع8، خريف 2009م، ص 154-155.

[2]- ماجدة مراد، شخصياتنا المعاصرة بين الواقع والدراما التلفزيونية، عالم الكتب، مصر، د ط، 2004م، ص 95-94.

[3]- علي دويشي العرادة، مكانة المرأة وصورتها في المسلسلات الكويتية (مسلسل زوارة خميس نموذجا دراسة نوعية)، ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2013م، ص18.

2- المسرحية الجادة ذات النهاية السعيدة أو الأسيفة والتي تعالج مشكلة مهمة علاجاً مفعماً بالعواطف على ألا يؤدي إلى خلق إحساس فجيعي مأساوي.

ويعتبر تعريف دويدار أكثر دقة من سابقه فالدراما عنده هي: "فن التعبير عن واقع الحياة اليومية للإنسان وللأسرة، الفن المنسوج من معصرة المشاكل والأحداث وهموم الإنسان اليومية وصراعه مع مناخه الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي، بهدف توسعة حياة هذا الإنسان، وتوسعة إدراكه وخبراته العملية والجمالية عند التعامل مع الحياة"[1].

ومما سبق فإن المقصود بالدراما في هذه الدراسة: أنها شكل من أشكال الفنون الإنسانية تقوم على أساس تصور الكاتب الدرامي لقصة ما، يستمد مادته فيها من واقع الحياة وهذه القصة تتمحور حول مجموعة من الشخصيات -ممثلين هنا في الدعاة الجدد- التي تدخل في أحداث مختلفة تتطور إلى حبكة لتكون لنا فيما بعد حدثا دراميا ينتهي بانتصار إحدى الشخصيات أو هزيمتها.

التعريف الإجرائي لصورة الدعاة الجدد في الدراما التليفزيونية أنها مجموعة الانطباعات والتصورات التي تتبناها الدراما التليفزيونية بشأن "**الدعاة الجدد**" سلبا أو إيجابا انطلاقا من توجهات القائم على العمل الدرامي ممثلا هنا في مسلسل "**الداعية**".

- الدراسات السابقة: تمثل الدراسات السابقة "مجمل الأعمال العلمية التي لها صلة بموضوع البحث المراد دراسته من طرف الباحث، وقد تكون علاقة هذه الدراسات بالعمل الذي نحن بصدد إنجازه علاقة مباشرة أو غير مباشرة"[2]، والغرض من كل ذلك هو وضع المبررات العلمية والموضوعية بشأن قابلية المشكلة البحثية للدراسة والبحث. وعليه فمن أهم الدراسات السابقة لهذه الدراسة ما يلي:

---

[1]- دويدار الطاهر، "الدراما التليفزيونية: سمات وخصائص"، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتليفزيون، القاهرة، ع185، يناير2007م، ص113.

[2]- جمال معتوق، منهجية العلوم الاجتماعية والبحث الاجتماعي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط1، 2012م، ص50 .

أولا: الدراسات التي تناولت ظاهرة "الدعاة الجدد":

الدراسة الأولى: اتجاهات الجمهور والنخب الدينية نحو ظاهرة الدعاة الجدد في الفضائيات العربية[1]:

استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الجمهور المصري والنخبة الدينية نحو ظاهرة الدعاة الجدد، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي، وفي إطاره تم اعتماد استمارة الاستبيان التي طبقت على 300 مفردة من الجمهور و70 من النخب الإسلامية. و توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

– أشارت الدراسة إلى أن 58% من المصريين يتابعون الدعاة الجدد .

– يتقدم مصطفى حسنى قائمة الدعاة الجدد تفضيلاً لدى العامة بينما يتقدمهم الشيخ محمد حسان لدى النخب الدينية، ويأتي عمرو خالد في المرتبة الثانية لدى كل من العامة والنخب الدينية.

– أن نسبة النخب الدينية الحريصة على متابعة الدعاة الجدد تصل إلى 17% بينما لا تزيد نسبة العامة عن 10%.

– توصلت الدراسة إلى آثار إيجابية عديدة لمتابعة المصريين للدعاة الجدد، تأتى في مقدمتها شغل أوقات الفراغ بما يفيد، والإقبال على الأعمال الخيرية، وتحسين العلاقات الاجتماعية وخاصة مع الأرحام، والإقلاع عن بعض العادات السيئة، وكبح الغرائز والإقبال على الحجاب حتى لو كان حجاب الموضة.

– رصدت الدراسة انتقادات كثيرة لمعظم الدعاة الجدد، منها أنهم غير متخصصين في العلوم الشرعية، وتجاوزهم الصورة النمطية للداعية الإسلامي وارتداؤهم الزى الغربي بدلاً من الإسلامي المعروف.

[1]– أسماء السيد حسين، "اتجاهات الجمهور والنخب الدينية نحو ظاهرة الدعاة الجدد في الفضائيات العربية "، عن موقع: http: //www.youm7.com/. تاريخ الدخول: 2016/3/10م .

– استشرفت الدراسة مستقبل الدعاة الجدد في ثلاثة سيناريوهات يركز أقواها على استمرار هؤلاء الدعاة بقوة حال إخلاصهم للدعوة، وانحسار الكثير منهم الذين يسعون للشهرة، وتزايد الإقبال عليهم والثقة فيهم .

الدراسة الثانية: الدعاة الجدد والشباب: دراسة ميدانية لدى الشباب الجامعي في المغرب[1]:

استهدفت هذه الدراسة التعرف على أثر الدعاة الجدد على شريحة الشباب في المغرب، من حيث مدى تعرف هؤلاء على أسماء الدعاة الجدد والقنوات الفضائية التي تستضيفهم، ومدى وجود اتصالات بين هؤلاء الشباب والدعاة الجدد .

واعتمد الدراسة على استمارة استبيان في إطار المنهج الوصفي واستهدفت 150 شابا جامعيا من طلبة جامعة الحسن الثاني بطريقة حصصية لكلا الجنسين .

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

– أجاب 62% من المستجوبين معرفتهم بالدعاة الجدد، وكانت معرفتهم بهم عبر التلفاز بنسبة 55% وعبر الانترنت بنسبة 45%.

– تفوقت الإناث 65%على الذكور في نسبة معرفتهم بالدعاة الجدد .

– استطاع 54% من الطلبة ذكر أسماء الدعاة الجدد منهم على الترتيب: عمرو خالد، عائض القرني، طارق السويدان، مصطفى حسني، عمرو عبد الكافي .و هو ما ينسجم مع الحضور المشرقي للدعاة الجدد على حساب الدعاة المغاربة

– عبر 55% من الطلبة معرفتهم بالقنوات التي تستضيف الدعاة الجدد مثل قناة إقرأ، الناس، الرسالة .

– وفيما يخصص البرامج فقد ذكرت العينة برامج مثل "على خطى الحبيب"، "صناع الحياة" "فضفضة"، "خدعوك فقالوا".

ثانيا: الدراسات التي تناولت صورة الدعاة:

[1]– محمد مصباح، "مرجع سابق، ص ص 145–158 .

الدراسة الأولى: صورة رجل الدين في التليفزيون المصري –دراسة تحليلية وميدانية –[1]:

استهدفت إشكالية الدراسة التعرف على الصورة التي يقدمها التليفزيون عن رجل الدين ورصد رأي الشباب الجامعي المصري حول هذه الصورة التي يقدمها التليفزيون لرجل الدين ومدى رضاه عنها وشكل الصورة التي يأمل أن يرى عليها رجل الدين.

واعتمدت الباحثة منهج المسح الوصفي وفي إطاره قامت بدراسة تحليلية على 6 مسلسلات أذيعت على القناتين الأولى والثانية لسنة 1994م، ودورة رمضانية وصيفية قدمت على الإذاعة من نفس السنة .كما قامت بتطبيق دراسة ميدانية على 400 مفردة من طلبة وطالبات جامعة المنصورة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة النتائج أهمها:

– أساءت المسلسلات الاجتماعية موضع الدراسة لرجال الدين الحقيقيين في المجتمع بوصفهم أنهم مجرد موظفين أو أنهم بعيدون عن مشكلات المجتمع وقضاياه .

– جعلت المسلسلات الاجتماعية موضع الدراسة الحديث عن الدين الإسلامي من حق أي شخص في المجتمع لمجرد أنه مسلم فترددت مقولات يمكن أن تصبح عرفا عاما على ألسنة الناس خاصة حينما تجيئ على لسان بطل المسلسل.

– أخطأت بعض المسلسلات الاجتماعية موضع الدراسة في طرح بعض القضايا الدينية مثل قضية عذاب القبر التي طرحتها إحدى المسلسلات.

– ظهرت الشخصيات البديلة لرجل الدين في هذه المسلسلات من رجال التربية والتعليم والصحافة وهم لا يصلحون لأداء هذه المهمة في التصدي لأفكار الجماعات المتطرفة.

– جاء الشيخ الشعراوي كأفضل المتحدثين الذين يفضلهم الشباب .

[1]– لبنى محمد الكناني، صورة رجل الدين في التليفزيون المصري –دراسة تحليلية وميدانية –ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، القاهرة، 1996م

– يفضل الشباب أن يستخدم رجل الدين الفصحى والعامية معا في التواصل معا بنسبة 86,6 %.

الدراسة الثانية: صورة الداعية التي تعكسها القنوات الإسلامية المتخصصة وعلاقتها بصورته الذهنية لدى المراهقين دراسة تحليلية وميدانية[1]:

استهدفت هذه الدراسة التعرف على الصورة التي تسوقها القنوات الإسلامية، ومدى واقعية هذه الصورة لدى المراهقين .و اعتمدت الباحثة على منهج المسح الوصفي واستخدمت في إطاره أسلوب تحليل المحتوى في دراسة عينة من البرامج الدينية التي يظهر فيها الداعية الإسلامي خلال دوره جانفي إلى مارس من سنة 2007م، واستمارة الاستبيان في الدراسة الميدانية التي طبقت على عينة قوامها 400 من المراهقين ممن ينتمون إلى التعليم الحكومي والأزهري .

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

– جاءت الأحاديث النبوية والسيرة في الترتيب الأول لقائمة الموضوعات المقدمة من الداعية الإسلامي في برامج عينة الدراسة .

– تمثل قضايا الشباب أهم القضايا التي تناولها الدعاة الإسلاميين في كل من برنامج "باسمك نحيا"، "فضفضة" بنسبة 20%، 19% على الترتيب ومثلت قضايا المرأة أهم القضايا في برنامج "قلبي معك" بنسبة 30، 90% وقضية ربط العلم بالدين في برنامج "صفوة الصفوة" بنسبة 27,9 %.

– ظهر الداعية الإسلامي في كل من برنامج "صفوة الصفوة" –"باسمك نحيا" مرتديا زيا غير أزهري وظهر الدعاة الذين يرتدون الزي الأزهري في برنامج "فضفضة" بنسبة 66,7 % والذين يرتدون الزي غير الأزهري في نفس البرنامج بنسبة 33,3 % بينما برنامج "قلبي معك" فهي داعية إسلامية امرأة .

[1]– منى علي السيد الحمامصي، صورة الداعية التي تعكسها القنوات الإسلامية المتخصصة وعلاقتها بصورته الذهنية لدى المراهقين دراسة تطبيقية، ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، القاهرة، 2007م.

– جاءت القنوات الفضائية في الترتيب الأول من وسائل الإعلام التي يتعرض لها المراهقون يليها الانترنت ثم القنوات التليفزيونية الأرضية ثم الجرائد ثم الراديو .

– جاءت قناة الناس في الترتيب الأول من حيث درجة المشاهدة تلتها قناة إقرأ في الترتيب الثاني ثم قناة الرسالة في الترتيب الثالث ثم المجد .

الدراسة الثالثة: ملامح الصورة الذهنية للداعية الإسلامي في البرامج الدينية بالتليفزيون المصري لدى عينة من المراهقين[1]: سعت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إدراك المراهقين لملامح الصورة الذهنية للداعية الإسلامي وعلاقة ذلك بالمتغيرات المختلفة كالجنس والمستوى الاجتماعي والاقتصادي وكذا متغير السن للمبحوثين.

وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وفي إطاره تم الاعتماد على استمارة الاستبيان الذي طبق على عينة من طلاب وطالبات المعاهد الأزهرية بالقاهرة قوامها 400 مفردة .

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

– كشف الدراسة أن عامل الجنس (ذكر –أنثى) يعد أكثر العوامل تأثيرا في عملية التعرض لمشاهدة البرامج الدينية بالتليفزيون المصري لدى عينة الدراسة.

– أكدت الدراسة أن عامل الجنس (ذكر –أنثى) يعد أكثر العوامل بروزا في عملية التعرف على ملامح صورة الداعية الإسلامي لدى عينة الدراسة.

– كشفت الدراسة عن عدم تأثير متغيري العاملين الاجتماعي والاقتصادي في تحديد الخصائص الشكلية للداعية لدى عينة الدراسة.

التعليق على الدراسات السابقة: انطلاقا مما تم عرضه من دراسات سابقة، فقد تم ملاحظة ما يلي:

***نقاط الاتفاق بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:**

[1]– صفاء عطية عبد الدايم، ملامح الصورة الذهنية للداعية الإسلامي في البرامج الدينية بالتليفزيون المصري لدى عينة من المراهقين، دكتوراه غير منشورة، قسم، الإعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة وثقافة الطفل، جامعة عين شمس، القاهرة، 1997 م.

– اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في اعتمادها على استمارة تحليل المضمون وأسلوب تحليل المحتوى كأداة لتحليل المادة الإعلامية (صفاء عطية، لبنى الكناني) .

– اتفقت الدراسة الحالية مع غيرها من الدراسات السابقة في كونها اعتمدت على منهج المسح الوصفي.

***أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:**

اختلفت الدراسة الحالية عن بعض الدراسات في كونها تتناول الكشف عن صورة الدعاة الجدد على خلاف دراسات أخرى اتجهت للكشف عن صورة رجل الدين بصفة عامة (لبنى الكناني، منى علي، دراسة صفاء عطية).

– اختلفت الدراسة الحالية عن بعض الدراسات السابقة في الكشف عن صورة الدعاة الجدد في الدراما التليفزيونية بخلاف بعض الدراسات السابقة التي تناولت الكشف عن صورة رجل الدين في البرامج عموما دونما تحديد (لبنى محمد، منى علي، دراسة صفاء عطية).

– اختلفت الدراسة الحالية عن بعض الدراسات السابقة في كونها دراسة تحليلية لصورة الداعية في حين اقتصرت الدراسات السابقة على دراسات ميدانية (دراسة محمد مصباح، أسماء السيد).

وعليه تعد هذه الدراسة حول الصورة الذهنية للدعاة الجدد في الدراما التليفزيونية إضافة علمية لما سبقها من جهود سابقة .

ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة:

– نوع الدراسة والمنهج المستخدم: تصنف الدراسة التي بين أيدينا ضمن نوع البحوث الوصفية التي عادة ما تهتم بوصف الظاهرة كما هي موجودة في الواقع وجمع البيانات بشأنها، وعلى الرغم من "أن البحث الوصفي بحث تقريري في جوهره ومهمة

الباحث الرئيسة فيه هي وصف الوضع الذي توجد عليه الظاهرة"[1] إلا أنه يتعدى إلى فكرة "أنه يحلل ويفسر ويقارن ويقيم الأدلة، من أجل الوصول إلى تعليمات ذات معنى، تزيد من رصيد معارفنا عن الظاهرة"[2] .

وبما أن دراستنا تدخل ضمن إطار البحوث الوصفية، فقد اعتمدنا على منهج المسح الوصفي باعتباره المنهج الأمثل في مثل هذا النوع من الدراسات، وهو أحد المناهج التي تهدف إلى "تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة"[3]، ويتجلى هذا الأمر في هذه الدراسة من خلال التعرف على صورة "**الدعاة الجدد**" في صورتهم الراهنة كما قدمها مسلسل "الداعية".

مجتمع البحث: يرتبط نجاح الإجابة على المشكلة البحثية المدروسة في أي بحث علمي بمدى قدرة الباحث على تحديد المجتمع الأصلي للدراسة، بشكل يمكن معه تعميم النتائج المتوصل إليها على ذلك المجتمع، ويطلق مجتمع الدراسة ليقصد به "مجموعة من الناس أو الأحداث أو الأشياء التي يقوم الباحث بدراستها"[4]، ويمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة جميع حلقات مسلسل "**الداعية**" الذي يتناول شخصيات "**الدعاة الجدد**" التي عرضتها قناة mbc. وتم اختيار مسلسل "**الداعية**" دون غيره من الأعمال الدرامية لكونه يتعرض بطريقة مباشرة لشخصية "**الدعاة الجدد**"، ومن جهة أن العمل يعرض هذه الشخصيات كشخصيات رئيسية في الحبكة الدرامية على خلاف ما هو معهود، وهو أمر يسهل عملية التعرف على الجوانب المختلفة "**للدعاة الجدد**" .

---

[1]- فايز جمعة النجار، أساليب البحث العلمي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008م، ص34 .

[2]- جمال معتوق، مرجع سابق، ص100.

[3]- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1999م، ص96.

[4]- أحمد إسماعيل المعاني، أساليب البحث العلمي والإحصاء، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2012م، ص86.

– عينة الدراسة:

يلجأ الباحث إلى أسلوب المعاينة حينما يستحيل عليه إجراء الدراسة على جميع مفردات المجتمع الكلي، وقد تفرض قيود الوقت المحدد لإنجاز دراسة ما إلى الحاجة الملحة إلى اعتماد العينة، وعلى هذا الأساس تم استخدام **العينة العشوائية البسيطة** وهي "التي يتم اختيار مفرداتها من قائمة شاملة لكل المفردات وبحيث تتاح فرص متساوية لكل مفردة أن يتم اختيارها ضمن العينة بصرف النظر عن الاختلافات بين المفردات أي دون تصنيف هذه المفردات إلى طبقات أو مجموعات"[1]، وقد اتضح هذا الاعتماد على العينة العشوائية البسيطة من خلال اختيار 12 حلقة من مسلسل "**الداعية** "من أصل 30 حلقة، وهي الحلقات التي تم إخضاعها للتحليل، أمر يتيح لنا التعرف على صورة "**الدعاة الجدد** "في العمل الدرامي موضع الدراسة .

– أداة التحليل: اعتمدت هذه الدراسة على أسلوب تحليل المحتوى كأداة منهجية للتحليل الكمي والنوعي في التعرف على **صورة الدعاة الجدد** في العمل الدرامي، ويعتبر تحليل المحتوى (Content Analysis) من الأساليب المهمة في دراسة الرسالة الإعلامية، وتتجلى هذه الأهمية في أنه يعنى بوصف المحتوى الصريح للمادة الإعلامية على مستوى المضمون (ماذا قيل؟) والشكل (كيف قيل؟)، وقد عرفه بركات عبد العزيز بأنه "تصنيف المادة المكتوبة أو المسموعة أو المرئية تحت فئات معينة وفق معايير محددة بما يكشف خصائص هذه المادة من حيث الشكل والمحتوى.

– تصميم استمارة التحليل: تم إعداد استمارة التحليل في صورتها الأولية، وبغية التأكد من صلاحية الاستمارة للتطبيق فقد تم عرضها على مجموعة من المحكمين[2]، وبعد الأخذ بالملاحظات المطلوبة تم القيام بصياغة الاستمارة في شكلها النهائي، وقد تضمنت

[1]– عبد العزيز بركات، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط1، 2011م ص143.

[2]– تم عرض الاستمارة على كل من الدكتور: حسن عبد الله يحي دجرة أستاذ الإعلام بجامعة الحديدة اليمن، والدكتورة سكينة العابد أستاذة الإعلام بجامعة قسنطينة 3، الجزائر.

المحاور الآتية: **المحور الأول** وشمل البيانات الأولية، **المحور الثاني** وقد تضمن فئات المضمون (ماذا قيل؟)، **المحور الثالث** فقد شمل فئات الشكل (كيف قيل؟).

– تحديد فئات التحليل: يقصد بفئات التحليل "العناصر الرئيسية أو الثانوية التي يتم وضع وحدات التحليل فيها (كلمة، موضوع، قيم...) والتي يمكن وضع كل صفة من صفات المحتوى فيها وتصنف على أساسها"[1]، وهي حسب المهتمين ببحوث تحليل المحتوى على قسمين:

أولا: فئات المضمون(ماذا قيل؟): ، وقد تم اعتماد الفئات الآتية .

1– فئة نسبة تواجد الدعاة الجدد في العمل الدرامي قياسا بغيرهم من الدعاة التقليديين: ويقصد بهذه الفئة مدى تواجد الدعاة الجدد في العمل الدرامي مقارنة بالدعاة التقليديين، واعتمدت هذه الفئة لمعرفة مدى اهتمام الدراما بهذه الفئة وقد تضمنت هذه الفئة الفئات الفرعية الآتية: عدد الدعاة الجدد، عدد الدعاة التقليديين.

2– فئة طبيعة الدور الذي يقوم به الدعاة الجدد: ونقصد بها هنا أن شخصية **الدعاة الجدد** في العمل الدرامي تقوم بدور معين وهي هنا ممثلة في الفئات الآتية: دور رئيسي، دور ثانوي، **و**اعتمدت هذه الفئة لمعرفة إلى أي مدى تحظى شخصية الدعاة الجدد بالاهتمام في الظهور ضمن العمل الدرامي في القيام بدور البطولة.

3– فئة الموضوع: تعتبر فئة الموضوع من أكثر الفئات استخداما في بحوث تحليل المحتوى، وعادة ما تعتمد "بغرض الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى بالموضوعات المختلفة"[2]. وتتضمن هذه الفئة الموضوعات الفرعية الآتية: الموضوعات الخاصة بالمرأة، موضوع الحب، موضوع الأخلاق، الإسلام والثورة، الموسيقى.

---

[1]– رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية: مفهومه، أنواعه، استخدامه، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1989م، ص62.

[2]– محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، مرجع سابق، ص147.

4- فئة المصادر التي يعتمدها الدعاة الجدد: وهي الفئة التي تبحث في تلك المنابع التي تغذي المضمون محل التحليل[1]، وقد تضمنت هذه الفئة مجموعة من الفئات الفرعية وهي: المصادر النقلية، علماء، مراجع وأبحاث.

5- فئة الأساليب الإقناعية التي يستخدمها الدعاة الجدد في خطابهم: وترتبط هذه الفئة بالطرق التي يستخدمها المرسل (الدعاة الجدد) لتحقيق أهدافهم، وتتضمن الفئات الفرعية الآتية: الأساليب العاطفية، الأساليب العقلية.

6- فئة السمات التي يتميز بها الدعاة الجدد: وهي تلك الفئة التي تبحث عن خصائص الأفراد والشخصيات المتضمنة في المضمون محل الدراسة[2]. وقد تضمنت مجموعة من الفئات الفرعية وهي:

1/6 -فئة جنس الشخصيات التي تقوم بدور الدعاة الجدد في العمل الدرامي: ونقصد بها هنا **الدعاة الجدد** من الذكور والإناث وتجسدت في الفئات الآتية: ذكور، إناث، واعتمدت هذه الفئة لمعرفة نسبة تواجد كلا الجنسين في العمل الدرامي.

2/6- فئة الحالة الاجتماعية للدعاة الجدد داخل العمل الدرامي: ويقصد بها نوعية **الدعاة الجدد** الذين يظهرون خلال العمل الدرامي من حيث كونهم متزوجين أم عزاب أم مطلقين، وشملت هذه الفئة الفئات الفرعية الآتية: أعزب، متزوج، مطلق، أرمل، واعتمدت هذه الفئة لمعرفة نوعية الدعاة الجدد الذين يهدف العمل الدرامي الترويج لهم .

3/6- فئة نوع المسكن الذي يعيش فيه الدعاة الجدد: تضمنتها الفئات الفرعية الآتية: فيلا فاخرة، شقة راقية، شقة بسيطة، واستخدمت هذه الفئة لمعرفة الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها "**الدعاة الجدد**".

---

[1]- يوسف تمار، مرجع سابق، ص74.

[2]- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2007م، ص72-73.

4/6– فئة اللباس الذي ظهر به الدعاة الجدد: وتم استخدام هذه الفئة للتعرف على مدى تميز الدعاة الجدد في لباسهم عن غيرهم من الدعاة التقليديين وتضمنت الفئات الفرعية الآتية: لباس عصري، لباس أزهري.

5/6–فئة الملامح السلبية والإيجابية التي ظهر بها الدعاة الجدد: وتتضمن هذه الفئة الفئات الفرعية الآتية: **بالنسبة للملامح السلبية:** شخصية تسعى لكسب الشهرة والنجومية، تسعى لتحقيق الثروة والمكسب المادي، متناقضة في مواقفها، شخصية شديدة الغضب، شخصية عاقة لوالدها، التشهير بسمعة الآخرين من الدعاة، شخصية تجيز مبدأ التعارف على الجنس الآخر قبل الزواج.

أما بالنسبة للملامح الإيجابية: شخصية تحافظ على واجباتها الدينية، شخصية متسامحة، شخصية متذوقة للموسيقى، تعترف بالخطأ، تحرص على تماسك عائلتها، متحاورة.

7–فئة علاقة الدعاة الجدد بعضهم ببعض: وتتضمن هذه الفئة الفئات الفرعية الآتية وهي: علاقة تنافرية، علاقة تنافسية، علاقة تكاملية، واستخدمت هذه الفئة لمعرفة نوعية العلاقة القائمة بين الدعاة ببعضهم .

ثانيا: فئات الشكل (كيف قيل؟):

1– فئة اللغة التي يعتمدها الدعاة الجدد في التواصل مع الجمهور: ونقصد به المستوى اللغوي الذي يخاطب به الدعاة الجدد جمهورهم وتتضمن الفئات الفرعية الآتية: عربية فصحى، عامية، خليط بين الفصحى والعامية.

2– فئة القالب الذين يتواصل به الدعاة الجدد مع الجمهور: وهي التي تتعلق بالقوالب التليفزيونية التي يظهر من خلالها الدعاة الجدد: وتتضمن الفئات الآتية: حديث مباشر مع الجمهور، حوار تليفزيوني.

– تحديد وحدات التحليل: ويقصد بها في بحوث تحليل المحتوى "وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة، ويعطي وجودها أو غيابها أو تكرارها أو إبرازها

دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج[1]، ولتحقيق هذا المقصد العلمي فقد تم اعتماد وحدات التحليل الآتية:

1- وحدة الفكرة: وقد تم تحديدها هنا بالمشهد وتم استخدامها للتعرف على الموضوعات التي تناولها الدعاة الجدد.

2- وحدة الشخصية: تم اعتماد هذه الفئة للتعرف على جنس الدعاة الجدد، طبيعة الأدوار التي يقومون بها الحالة الاجتماعية للدعاة الجدد، السمات التي يتميز بها الدعاة الجدد.

3- وحدة اللغة: وهي الفئة التي تم الاعتماد عليها لمعرفة المستوى اللغوي الذي يتواصل به الدعاة الجدد مع الجمهور.

- وحدات العد والقياس: حدد الباحثون أربعة طرق للعد والقياس في تحليل المحتوى[2] وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على طريقتين **في العد والقياس** وهما:

- اكتشاف ما إذا كانت الفئات أو الوحدات موجودة أو غير موجودة.
- التكرار الذي تظهر به الفئات أو الوحدات.

- حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: ينحصر موضوع الدراسة في البحث على صورة "**الدعاة الجدد**" في مسلسل الداعية فقط دون غيره من المسلسلات الدرامية .

الحدود الزمنية: وهي الفترة التي تم فيها إنجاز الدراسة ممثلا في شهر مارس2016م.

الحدود المكانية: تحدد الإطار المكاني للدراسة في التعرف على صورة الدعاة الجدد في مسلسل "**الداعية**" الذي قدم على **قناة mbc** .

ثالثا: عرض نتائج الدراسة التحليلية:

---

[1]- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار الشروق، جدة، المملكة العربية السعودية، ط2، 1983م، ص136 .

[2]- أنظر هذه الطرق في المرجع نفسه، ص183 .

أولا: تحليل فئات (ماذا قيل؟):

1–فئة نسبة تواجد الدعاة الجدد في العمل الدرامي مقارنة بغيرهم من الدعاة:

جدول رقم (1) يوضح تمثيل الدعاة الجدد في العمل الدرامي مقارنة بغيرهم من الدعاة

نسبة تواجد الدعاة الجدد في العمل الدرامي	التكرار	النسبة المئوية
عدد الدعاة الجدد	3	% 33,33
عدد الدعاة التقليديين	6	% 66,67
المجموع	9	100

تشير نتائج الجدول رقم (1) أن نسبة تواجد الدعاة الجدد قدر بنسبة 33, 33%، في حين جاء عدد الدعاة التقليديين بنسبة 66,67 %، وقد يعود تفوق ظهور الدعاة التقليديين إلى تأثيرهم الفاعل على مستوى الساحة الدعوية الذي لا يزال يحتفظ بمكانته وتواجد مريديهم من المتأثرين بهم رغم ظهور فئة الدعاة الجدد.

2–فئة طبيعة الدور الذي يقوم به الدعاة الجدد في عينة الدراسة:

جدول رقم (2) طبيعة الدور الذي يقوم به الدعاة الجدد

طبيعة الدور الذي يقوم به الدعاة الجدد	التكرار	النسبة المئوية
رئيسي	2	% 66,67
ثانوي	1	% 33,33
المجموع	3	100

يوضح الجدول رقم (2) طبيعة الدور الذين يقوم به **الدعاة الجدد**، حيث برز هؤلاء في دور رئيسي بنسبة 66,67%، في حين كانت نسبة ظهورهم في الأدوار الثانوية بنسبة 33,33%، وهو أمر من شأنه أن يقرب صورة هؤلاء من المشاهد ويتعرف عن قرب على حياتهم وعلاقاتهم الاجتماعية وكيفية دعوتهم إلى الله تعالى .

3–فئة الموضوعات التي يتناولها الدعاة الجدد:

جدول رقم (3) يوضح الموضوعات التي يتناولها الدعاة الجدد

الموضوعات التي يتناولها الدعاة الجدد	التكرار	النسبة المئوية
الموضوعات الخاصة بالمرأة	19	% 45,24
موضوع الحب	8	% 19,04
الموسيقى	2	% 4,76
الإسلام والثورة	2	% 4,76
الأخلاق	11	%27
المجموع	42	100

يوضح الجدول رقم (3) أن أبرز الموضوعات التي يتطرق لها الدعاة الجدد هي الموضوعات المتعلقة بالمرأة بشكل عام بنسبة 45,24%، فقد تصدر الدعاة الجدد للحديث عن حقوق المرأة، والعلاقات الزوجية، وحرية المرأة ومكانتها في الإسلام، وعن معاملة الرسول لنسائه، وسير الصحابيات. واختلفت هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة منى علي الحمامصي[1]، حيث جاءت الأحاديث النبوية والسيرة في الترتيب الأول لقائمة الموضوعات المقدمة من الداعية الإسلامي في برامج عينة الدراسة.

وفي ترتيب تال جاء الحديث عن الأخلاق بنسبة 27% وهي من المرتكزات التي يقوم عليها الأسلوب الدعوي للدعاة الجدد كمراجعة النفس والحديث عن المسلم الحق، كما ظهر الحديث عن موضوع الحب بنسبة 19,04 % إشارة من عينة الدراسة أن مثل هذه الموضوعات تشكل واحدة من أبرز توجهات الدعاة الجدد حيث يميلون إلى الحديث عن القضايا التي تمس الشباب بشكل خاص إشارة إلى أنهم يعيشون معاناتهم ومشكلاتهم، كما أثارت قضية الموسيقى كطرح لا يتناق مع الإسلام بنسبة 4,76%.

4–فئة المصادر التي يعتمد عليها الدعاة الجدد:

جدول رقم (4) يوضح المصادر التي يعتمد عليها الدعاة الجدد

[1]– منى علي السيد الحمامصي، مرجع سابق، ص134.

المصادر المعتمدة لدى الدعاة الجدد	التكرار	النسبة المئوية
المصادر النقلية (قرآن كريم – حديث نبوي)	6	%75
علماء	1	% 12,50
مراجع وأبحاث	1	% 12,50
المجموع	8	100%

يستعرض الجدول رقم (4) نتائج نسب نوع المصادر التي يعتمد عليها الدعاة الجدد، حيث تبين النتائج تفوق المصادر النقلية ممثلة في القرآن والحديث النبوي على المصادر الأخرى بنسبة 75% مقابل 12,50 % لكل من العلماء والمراجع والأبحاث.

5–فئة الأساليب الإقناعية:

جدول رقم (5) يوضح الأساليب الإقناعية التي يستخدمها الدعاة الجدد

الأساليب الإقناعية الدعاة الجدد	التكرار	النسبة المئوية
الأساليب العاطفية	16	% 72,73
الأساليب العقلية	6	% 27,27
المجموع	22	%100

يبين الجدول رقم (5) نوعية الأساليب التي يستخدمها الدعاة الجدد لإقناع الجمهور بالمضامين المقدمة إليهم، وبالنظر في النتائج يتضح غلبة الأساليب العاطفية بنسبة 72,73% على الأساليب العقلية بنسبة 27,27 %، وقد تمثلت الأساليب العاطفية في الاستشهاد بمعاملة الرسول عليه الصلاة والسلام وصحابته الكرام، والترغيب والترهيب وإيراد الحكم والأمثال الشعبية .

بينما ركزت الأساليب العقلية على التأكيد للموضوع بالأدلة والبراهين وإيراد أمثلة من الواقع وتقديم التقارير .

6– فئة السمات التي يتميز بها الدعاة الجدد:

1/6– فئة جنس الشخصيات التي تقوم بدور الدعاة الجدد في عينة الدراسة:

جدول رقم (6) يوضح جنس الشخصيات التي تقوم بدور الدعاة الجدد في عينة الدراسة

جنس الشخصيات التي تقوم بدور الدعاة الجدد	التكرار	النسبة
ذكور	2	% 66,67
إناث	1	%33,33
المجموع	3	%100

أظهرت نتائج الجدول رقم (6) الدعاة الجدد من جنس الذكور بنسبة 66,67%، في حين ظهر جنس الأنثى* بنسبة 33,33 %، وهو أمر يطرح إشكالية التحيز في إبراز الذكور على حساب الإناث في جميع غالبية الأعمال الدرامية التي تعرض على التليفزيون، وجاء مسلسل الداعية ليكرس هذا التوجه الذي يحصر عمل الدعوة إلى الله في دائرة الرجال دون النساء.

2/6–فئة الحالة الاجتماعية للدعاة الجدد:

جدول رقم (7) يبين الحالة الاجتماعية للدعاة الجدد في عينة الدراسة

الحالة الاجتماعية للدعاة الجدد	التكرار	النسبة المئوية
أعزب	2	% 66,67
متزوج	1	% 33,33
مطلق	0	0
المجموع	3	%100

أظهر الجدول رقم (7) غالبية الدعاة الجدد في حالة العزوبة بنسبة 66,67 %، في حين ظهر هؤلاء في حالة كونهم متزوجين بنسبة 33,33 %، ومثل هذا التوجه من شأنه أن يكرس حالة العزوبية لدى الشباب المتأثر بهؤلاء الدعاة الجدد.

* – اعتبرنا المرأة من الدعاة الجدد بناء على واحدة من المشاهد التي أبرزت قناعات المرأة الداعية في كيفية الدعوة إلى الله في نقاشها مع بطل المسلسل الحلقة 13.

3/6– فئة نوع المسكن الذي يعيش فيه الدعاة الجدد:

جدول رقم (8) فئة نوع المسكن الذي يعيش فيه الدعاة الجدد

نوع السكن الذي يعيش فيه الدعاة الجدد	التكرار	النسبة المئوية
فيلا فاخرة	2	% 66,67
شقة راقية	1	% 33,33
شقة بسيطة	0	0
المجموع	3	%100

يبين الجدول رقم (8) أن جميع الدعاة الجدد يسكنون في مساكن راقية، حيث ظهر معظمهم في فيلات فخمة بنسبة 66,67 %، أو في شقة راقية 33,33 %. وهو جانب نراه يؤثر سلبا وبشكل كبير على مستوى تأثير هؤلاء الدعاة على الجماهير التي هي في أغلبها تنتمي إلى الطبقة الوسطى .

4/6–فئة اللباس الذي يظهر به الدعاة الجدد:

جدول رقم (9) اللباس الذي يظهر به الدعاة الجدد

اللباس الذي يظهر به الدعاة الجدد	التكرار	النسبة
لباس عصري	3	%100
لباس أزهري	0	0
المجموع	3	100

بحسب الجدول رقم (9) فقد ظهر الدعاة الجدد بزي عصري أي بدلة وربطة عنق بالنسبة للرجال والحجاب المحتشم بالنسبة للنساء بنسبة 100%، وهي الصورة الغالبة التي تبرز الدعاة الجدد على مستوى تواصلهم مع الجمهور.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة منى علي الحمامصي[1]، حيث ظهر الداعية الإسلامي في كل من برنامج "صفوة الصفوة" –"باسمك نحيا" مرتديا زيا غير أزهري.

5/6–فئة الملامح السلبية والإيجابية التي ظهر بها الدعاة الجدد:

***الملامح السلبية التي ظهر بها الدعاة الجدد:**

جدول رقم (10) يبين الملامح التي ظهر بها الدعاة الجدد

الملامح السلبية التي ظهر بها الدعاة الجدد	التكرار	النسبة
شخصية تسعى لكسب الشهرة والنجومية	7	% 11,11
تسعى لتحقيق الثروة والمكسب المادي	5	% 7,94
متناقضة في مواقفها	6	% 9,52
شخصية شديدة الغضب	16	% 25,40
شخصية عاقة لوالدها	4	% 6,34
تعمل على التشهير بسمعة الآخرين من الدعاة	8	% 12,70
شخصية تقر بمبدأ التعارف على الجنس الآخر قبل الزواج	17	% 26,99
المجموع	63	100

قدمت عينة الدراسة مجموعة من السمات السلبية "للدعاة الجدد" بحسب العمل الدرامي ضمنته نتائج الجدول رقم (10)، وقد أظهرت النتائج أن الدعاة الجدد لا يجدون حرجا في إباحة التعارف على الطرف الآخر قبل الزواج بنسبة 26,99 % وقد حاولت المشاهد إبراز ذلك في سلوك الدعاة الجدد أنفسهم في ربط علاقة مع الجنس الآخر، وهو توجه في اعتقادنا يشير إلى تعمد مثل هذه الأعمال لتكريس مثل هذه الظواهر عبر هؤلاء الدعاة ليقتدي بهم الشباب من المتأثرين بهم باعتبارهم يمثلون القدوة لهم، على أن مثل هذه السمات التي أشار إليها العمل الدرامي لا تعكس الحقيقة المعيشة لهؤلاء الدعاة الجدد إذ لم يثبت أنهم دعوا إلى مثل هذه العلاقات في مثل هذه المسائل الهامة .

[1]– منى علي السيد الحمامصي، مرجع سابق، ص133 .

وأظهرت عينة الدراسة الدعاة الجدد كونهم شخصيات شديدي الغضب بنسبة 25,40 %، وهو أيضا لا يعكس سلوك هذا الصنف من الدعاة الجدد إذا ما أخذنا بالمبدأ الذي تقوم عليه دعوتهم وهو الدعوة إلى كظم الغيظ والتفاؤل وغيرها من السلوكيات الراقية .

ومن الملامح السلبية التي ظهر بها الدعاة الجدد أنهم يعملون على التشهير بسمعة الآخرين من الدعاة بنسبة 12,70 %، وهذا أيضا لا يعكس الواقع الفعلي للدعاة كما لم تؤكده أيا من الدراسات الميدانية التي أجريت بشأنهم .

كما أبرزت عينة الدراسة الدعاة الجدد متناقضين في مواقفهم بنسبة 9,52 %، وقد بدا ذلك واضحا في ما يدعون إليه وما يعيشونه فعليا مثل إقرارهم بإقامة علاقة مع الطرف الآخر وعدم قبول ذلك على مستوى أسرهم، وغيرها من المشاهد التي لا تعبر فعلا عن حقيقة الدعاة الجدد في هذا المجال .

كما أظهرت عينة الدراسة الدعاة لجدد موصوفين بكونهم يتخذون العمل الدعوي مطية لنيل الشهرة والنجومية وكذا تقديم الاعتبارات المادية على حساب وظيفتهم الدعوية بنسبة 11,11 % ونسبة 7,94 % على التوالي، وتكريس مثل هذه السمات من شأنه أن يهدم الثقة بين المشاهد والدعاة خاصة وأنه يرى فيهم قدوته في الحياة والتي تقوم على غير هذه الاعتبارات .

وأظهرت النتائج أيضا الدعاة الجدد عاقين للوالد بسبب تخلي هذا الأخير عن واجبه الأسري تجاههم بنسبة 6,34 %، ومع وجاهة السبب إلا أن ذلك يتنافى والدين الحنيف الذي يدعو إلى الإحسان إلى الوالدين ويتنافى والواقع الفعلي الذي يؤكد عليه الدعاة الجدد في مثل هذه الأمور الخاصة بالعلاقات الأسرية.

***الملامح الإيجابية التي ظهر بها الدعاة الجدد:**

جدول رقم (11) يوضح الملامح الإيجابية التي ظهر بها الدعاة الجدد

الملامح الإيجابية التي ظهر بها الدعاة الجدد	التكرار	النسبة المئوية

شخصية تحافظ على الشعائر التعبدية	2	% 7,14
شخصية متسامحة	1	% 3,57
شخصية متذوقة للموسيقى	5	%17,85
تعترف بالخطأ	2	% 7,14
تحرص على تماسك عائلتها	10	% 35,71
متحاورة	8	% 28,57
المجموع	28	100

حسب النتائج المتوصل إليها في الجدول رقم (11)، فإن الملامح الإيجابية التي ظهر بها "الدعاة الجدد" في عينة الدراسة وصفهم بأنهم يحرصون على تماسك أسرهم 35,71 وهو أمر محمود يجعل من هؤلاء نموذجا يحتذى به، كما أظهرتهم كشخصيات متحاورة بنسبة 28,57 %.

وأظهرت الدراسة الدعاة الجدد بوصفهم يتذوقون الموسيقى 17,85 %، وهو توجه من القائم على العمل الدرامي لتكريس هذا الأمر في الوسط المجتمعي على أنه سمة الإسلام الوسطي وبالتالي لا حرج في الاستماع للموسيقى طالما أن القدوة ممثلة في الدعاة الجدد تتبناه.

ومن الملامح الإيجابية التي ظهر بها الدعاة الجدد كونهم شخصيات تحافظ على الشعائر التعبدية فقد برز هؤلاء وهم يؤدون الصلاة وهو أمر محمود يجعل المشاهد يقتدي بهم في الحرص على آداء شعائرهم الدينية. وظهر هؤلاء أيضا كشخصيات تعترف بالخطأ وشخصيات متسامحة .

7–فئة علاقة الدعاة الجدد بعضهم ببعض:

جدول رقم (12) تبين علاقة الدعاة الجدد بعضهم ببعض

علاقة الدعاة الجدد بعضهم	التكرار	النسبة المئوية

ببعض		
علاقة تنافسية	6	% 28,58
تنافرية	13	% 61,90
علاقة تكاملية	2	% 9,52
المجموع	21	100

أوضحت نتائج الجدول رقم (12) أن علاقة الدعاة الجدد بمن شاكلهم من الدعاة الجدد أو الدعاة التقليديين هي في أغلبها علاقة تنافرية وذلك بنسبة 61,90 %، وتنافسية بنسبة 28,58% وهي تلك التي تصورهم على أنهم يسعون إلى تحقيق النجومية والشهرة، في حين أظهرتهم في علاقة علاقة تكاملية بنسبة ضئيلة جدا قدرت 9,52 % وهي علاقة تقوم أساسا على النصح والتعاون.

ثانيا: تحليل فئات الشكل (كيف قيل؟):

1–المستوى اللغوي الذي يتواصل به الدعاة الجدد مع الجمهور:

جدول رقم (13) يوضح المستوى اللغوي الذي يتواصل به الدعاة الجدد مع الجمهور

المستوى اللغوي الذي يتواصل به الدعاة الجدد مع الجمهور حسب مقاطع البرامج التي يقدمها	**التكرار**	**النسبة المئوية**
فصحى	6	% 17,15
عامية	24	% 68,57
الجمع بين الفصحى والعامية	5	% 14,28
المجموع	35	100

أظهرت نتائج الجدول رقم (13) حسب البرامج التي قدمها الدعاة الجدد أنهم يتواصلون باللهجة العامية بالدرجة الأولى بنسبة 68,57 %، في حين جاءت الفصحى في الترتيب الثاني 17,15 %، في حين يجمع هؤلاء بين الفصحى والعامية بنسبة 14,25 %.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة لبنى محمد الكناني[1]، حيث توصلت إلى أن الشباب يفضل أن يستخدم رجل الدين الفصحى والعامية معا في التواصل معهم بنسبة 86,6 %.

2–القالب الذي يتحدث من خلاله الدعاة الجدد:

جدول رقم (14) يبين القالب الذي يتحدث من خلاله الدعاة الجدد

القالب التليفزيوني الذي يتحدث من خلاله الدعاة الجدد حسب ظهورهم في البرامج في عينة الدراسة	التكرار	النسبة المئوية
حديث مباشر مع الجمهور	10	%100
حوار تليفزيوني	0	%0
المجموع	10	100

أوضحت النتائج المتوصل إليها في الجدول رقم (14) أن القوالب التي يستخدمها الدعاة الجدد في ممارسة العمل الدعوي هو الحديث المباشر بنسبة 100%، وهي الصيغة التي أبرزها العمل الدرامي، على الرغم من تعدد القوالب التي يتواصل من خلالها هؤلاء بجمهورهم.

رابعا: الاستنتاجات العامة للدراسة:

1– ظهرت نسبة تواجد الدعاة الجدد في ترتيب تال للدعاة التقليديين وعلى الرغم من ذلك فإن وجودهم في حد ذاته مؤشر يدل على ظهور تيار جديد من القائمين على الدعوة إلى الله له أسلوب خطابي مختلف وطريقة جديدة في التأثير على الجمهور المتلقي.

2– أبرزت نتائج الدراسة الدعاة الجدد في أدوار رئيسية، وهو ما لم نعهده في الأعمال الدرامية، إذ عادة ما يظهر الدعاة عموما في أدوار ثانوية أو هامشية، وإظهارهم في دور البطولة يتيح للمتلقي التعرف عن قرب عن حياة ومسيرة دعوتهم إلى الله تعالى والأساليب التي يعتمدونها في تأثيرهم على الجمهور .

[1]– لبنى محمد الكناني، مرجع سابق، ص341 .

3- أبرزت نتائج الدراسة أن موضوعات الدعاة الجدد ترتكز في غالبيتها حول موضوعات المرأة ثم الموضوعات التي تهم الأخلاق وموضوع الحب. وتؤكد هذه النتائج ما أصلت له العديد من الأدبيات بشأن الدعاة الجدد من "أن هؤلاء اهتموا بالمرأة في خطابهم بشكل واضح سواء عبر طرح الموضوعات التي تهمها بشكل رئيسي أو عبر توجيه الخطاب لها بالمساواة مع الرجل أو عبر استدعاء قصص مشرقة لنساء ذكرن في الخطاب الديني"[1].

4- تنوعت المصادر التي اعتمدها الدعاة الجدد في تواصلهم مع الجمهور وتصدرت المصادر النقلية (القرآن والسنة) المصادر الأخرى، وهو أمر منطقي بالنظر في المضامين المقدمة التي تتطلب الاستناد إلى المرجعية الإسلامية ممثلة في الكتاب والسنة، وهو ما يعطي في ذات الوقت مصداقية لما يعرض على الجمهور.

5- تفوقت الأساليب العاطفية على الأساليب العقلية في إقناع الجمهور، وهو نابع فيما نعتقد من معرفة الدعاة الجدد بطبيعة الجمهور الذي يتواصل معه من منطلق ضرورة استثارة عواطفه الإيمانية وشحذها، ولم تخل في كل ذلك الأساليب العقلية التي تتطلبها بعض مواطن الإقناع والتي تستوجب إحداث صورة من التوازن في الخطاب لإدراكهم بأن الجوانب النفسية للفرد تتنوع مداخلها الإقناعية .

6- أظهرت الدراسة الدعاة الجدد من جنس الذكور بنسبة أعلى من الإناث وهو أمر يؤكد نظرة التحيز لإبراز الرجال على حساب النساء حتى في شأن الدعوة إلى الله تعالى كأنما هي شأن ذكوري لا دخل للمرأة فيه على الرغم من أن الدراسات العلمية تؤكد أن المرأة الداعية قد أوجدت لها مكانا ضمن الخريطة الدعوية شأنها شأن الرجل سواء على مستوى الفضائيات الإسلامية أو شبكة الانترنت، مما يستدعي الالتفات إلى إبراز الجهود التي تقوم بها المرأة على مستوى الدعوة إلى الله كمتغير جديد يدخل ضمن ما يسمى الدعاة الجدد.

[1]- وائل لطفي، ظاهرة الدعاة الجدد، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، دط، 2005م، ص26 .

والواقع أن هذه النظرة المتحيزة للرجال تؤكده العديد من الدراسات التي أشارت إلى "تكريس الصورة النمطية للإناث والذكور، حيث نرى النساء على الشاشة في وضع أقل من الرجال بوجه عام وعادة يقمن بدوار غير رئيسية"[1] .

7- أبرزت عينة الدراسة الدعاة الجدد في حالة العزوبة، وهو ما من شأنه أن يكرس دعوة الشباب إلى عدم الإقدام على الزواج، وكان الأولى أن تكون السمة الغالبة على الدعاة الجدد إظهارهم في حالة كونهم متزوجين خاصة وأن الدعاة الجدد الذين أبرزتهم عينة الدراسة ميسورو الحال ما يجعل عائق الزواج بالنسبة لهم غير مطروح تماما، كما أن هذه الصورة التي ظهر عليها هؤلاء الدعاة الجدد يتناقض والمقصد النبوي في قوله صلى الله عليه وسلم "**يا معشر الشباب من استطاع منكم الباءة فليتزوج**"، وهو أمر يدعو القائمين على العمل الدرامي إلى الاهتمام بعرض نسبة المتزوجين بشكل أكبر لكونه يتناسب وقيم المجتمع الإسلامي ناهيك عن الفطرة السوية.

8- أظهرت الدراسة الدعاة الجدد يسكنون في مساكن راقية، حيث أظهرتهم في فيلات فخمة وشقق راقية، أمر لا يعكس الحالة المعيشية المترفة لهؤلاء –إذا ما استثنينا الدعاة الجدد الخليجيين[*] –من جهة، ومن جهة أخرى أن تكريس هذه الصورة عن الدعاة الجدد من شأنه أن يؤثر سلبا على عملهم الدعوي خاصة وأنهم يتوجهون إلى غالبية من الجماهير التي تنتمي إلى مستوى اقتصادي متوسط لأنه سيكون في اعتقاد هذه الجماهير بعيدا عن مشاكلهم وتطلعاتهم.

9- برز الدعاة الجدد بزي غير أزهري في إشارة إلى تميز هؤلاء الدعاة الجدد على مستوى هندامهم، ومع كل ذلك فهي صورة لا يمكن تعميمها حول هؤلاء على اعتبار أن الدعاة الجدد الخليجيين يظهرون بلباس الدعاة التقليديين مثل محمد العريفي وطارق السويدان ولا يجدون حرجا في ذلك .

---

[1]- منى حلمي رفاعى حسن، التعرض للدراما المصرية في التليفزيون وإدراك الشباب المصري للعلاقة بين الجنسين، ماجستير غير منشورة قسم الإذاعة، كلية الإعلام، القاهرة، 2003م، ص12.

[*]- على اعتبار أنهم في الأصل ميسورو الحال.

10- قدمت عينة الدراسة الدعاة الجدد ضمن مجموعة من الملامح السلبية التي تسيء إليهم كعاملين في حقل الدعوة إلى الله وكنموذج يفترض الإقتداء به، فظهر هؤلاء في علاقات مع الطرف الآخر، ووصفتهم بأنهم شخصيات شديدة الغضب، وأن شغلهم الشاغل هو التشهير بسمعة الآخرين من الدعاة، وأظهرتهم موصوفين بكونهم يتخذون العمل الدعوي مطية لنيل الشهرة والنجومية وكذا تقديم الاعتبارات المادية على حساب وظيفتهم الدعوية أمر يسقط مقامهم لدى مريديهم والمتأثرين بهم، وبخاصة صنف الشباب الذين يعتبرون الشريحة الأكبر من جمهور الدعاة الجدد.

11- توارت الملامح الإيجابية للدعاة الجدد خلف الملامح السلبية لهم، حيث أظهرت الدراسة ملامحهم الإيجابية بنسب ضعيفة من حيث أنهم شخصيات تحرص على تماسك أسرها، وأنها تتذوق الموسيقى كسمة للإسلام الوسطي، وكونها شخصيات تحرص على أداء التزاماتها الدينية، وأنها متسامحة، وكان الأولى في كل ذلك أن تعكس هذه الملامح الحقيقية للدعاة الجدد وتجعل منها صورة للتوعية .

12- أبرزت نتائج الدراسة علاقة الدعاة الجدد بغيرهم من الدعاة في علاقة تنافرية كصورة غالبة في العمل الدرامي، وتنافسية كأقل تقدير. وهي صورة في اعتقادنا لا تعبر عن الواقع الفعلي الدعوي للدعاة الجدد الذي يؤكد عدم سيادة هذه الصورة السلبية بينهم، وأن الخلاف بينهم هو خلاف في الرؤى انطلاقا من اجتهاداتهم لنصوص الوحي التي تعطي مساحة لبذل الجهد في إبداء موقف معين تجاه قضية من القضايا، وليس من منطلق العداء أو البحث عن الشهرة والنجومية، وإن وجدت فهي حالات شاذة لا يمكن تعميمها .

13- أظهرت الدراسة أن الدعاة الجدد يتواصلون مع جمهورهم عبر قالب الحديث المباشر وهو توجه منطقي بالنظر إلى القيمة التأثيرية التي يحملها التوجه المباشر إلى الجمهور ومخاطبتهم وبخاصة إذا كان يقوم على البث المباشر الذي يضيف عامل التواصل بين الداعية والمتلقي.

14- أكدت نتائج الدراسة أن الدعاة الجدد يفضلون التواصل مع الجمهور باللهجة العامية لتحقيق أكبر قدر من التأثير المطلوب، ولئن كان هذا التوجه أمرا مقبولا إلا أن ذلك يتوجب الاهتمام بالتخاطب باللغة العربية باعتبارها لغة القرآن والدين الإسلامي .

خاتمة:

جاءت هذه الدراسة للتعرف على صورة "**الدعاة الجدد**" في الدراما التليفزيونية في مسلسل "الداعية" الذي أحدث جدلا كبيرا حول مدى تمثيله الواقعي لصورة "**الدعاة الجدد**"، وقد أفضت النتائج إلى خلاصة مؤداها تقديم صورة نمطية سلبية عن الدعاة الجدد على شاكلة الصورة النمطية التي تقدم عن الدعاة التقليديين، وإن اختلفت في معطياتها، وقد اجتهد القائم على العمل الدرامي في كل ذلك على تصديرها للمتلقي في محاولة لترسيخها في الذاكرة الجمعية، وهو ما يجعل الدعوة إلى ضرورة انخراط النزهاء من الكتاب في عالم الدراما لإبراز ملامح القدوة لمثل هؤلاء الدعاة أمرا في غاية الأهمية.