

محتوى صفحات الجامعة الأسمرية الإسلامية على الفيس بوك
وأشكال تفاعل المستخدمين نحوه:
صفحة كلية الدعوة وأصول الدين أنموذجاً
دراسة تحليلية وميدانية

أ. أحمد الكردي
قسم ، كلية الآداب، الجامعة الأسمرية الإسلامية، زليتن، ليبيا

ahmedelkordee@gmail.com

The content of Al-Asmariya Islamic University's Facebook pages and user interactions: The College of Da'wah and Fundamentals of Religion's page as a model.
An analytical and field study.

A. Ahmed Al-Kurdi
Department, Faculty of Arts, Al-Asmariya Islamic University, Zliten, Libya

تاريخ الاستلام: 2024-09-15، تاريخ القبول: 2024-11-17، تاريخ النشر: 2024-12-01.

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مضمون منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية على الفيس بوك، وتحديد أشكال تفاعل الجمهور المستخدم نحو منشوراتها من خلال تحليل مضمون 95 منشورًا، تم نشرهم على صفحة الكلية محل الدراسة خلال فصلي الخريف والربيع للعام الجامعي 2023/2024م، وكذلك استبيان عينة عشوائية من متابعي الصفحة قوامها 60 مفردة، بالإضافة إلى إجراء مقابلة إلكترونية مع مشرف الصفحة في فترة الدراسة، وذلك لغرض الحصول على البيانات والمعلومات التي تسهم في تحقيق أهداف الدراسة، وتجنب عن تساؤلاتها، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها: إنّ منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية على الفيس بوك تصل إلى جمهور متنوع ذكورًا وإناثًا من جنسيات مختلفة لدول إسلامية، تقع في أفريقيا وآسيا، وأنّ الموضوعات الخاصة بالطلبة جاءت أولاً من بين كل المنشورات على صفحة الكلية، كما أنّ الجمهور المتابع لصفحة الكلية محل الدراسة يتفاعل مع منشورات الصفحة بأشكال مختلفة لكل منشورات صفحة الكلية خلال فترة الدراسة. وتوصلت الدراسة أيضًا إلى أنّ صفحة الكلية تعتمد على الخبر والصورة بشكل كبير في عمليات نشر أخبار ونشاطات الكلية والجامعة، وأنّ الفئة الأكثر من عينة الدراسة التي تتابع صفحة الكلية هم من طلبة الكلية، ويفضّلون التفاعل مع منشورات الصفحة بقراءة المنشورات ومشاهدة الصور والفيديو أولاً، ثم تسجيل الإعجاب ومشاركة المحتوى الموجود على الصفحة.

الكلمات المفتاحية: الفيس بوك- التفاعلية - كلية الدعوة وأصول الدين.

Abstract:

This study aims to identify the content of the posts of the Faculty of Da'wah and Fundamentals of Religion page at Al-Asmariya Islamic University on Facebook, and to determine the forms of interaction of the audience used towards its posts, by analyzing the content of 95 posts, which were published on the page of the college under study during the fall and spring semesters of the academic year 2023/2024, as well as a questionnaire of a

random sample of page followers consisting of 60 individuals, in addition to conducting an electronic interview with the page supervisor during the study period, in order to obtain data and information that contribute to achieving the study objectives and answering its questions. The study reached several results, the most prominent of which are: The posts of the Faculty of Da'wah and Fundamentals of Religion page at Al-Asmariya Islamic University on Facebook reach a diverse audience of males and females, of different nationalities from Islamic countries located in Africa and Asia, and that topics related to students came first among all posts on the college page, and the audience following the college page under study interacts with the page posts in different ways for each of the college page posts during the study period. The study also found that the college page relies heavily on news and images in publishing news and activities of the college and university, and that the largest group of the study sample that follows the college page are college students, who prefer to interact with the page's posts by reading posts and watching photos and videos first, then liking and sharing the content on the page.

Keywords: - Facebook - Interactivity - College of Da'wah and Fundamentals of Religion

مقدمة:

تُعد وسائل التواصل الاجتماعي وسيلةً مهمةً في الوقت الحالي؛ للتواصل بين المؤسسات وجمهورها لما تملكه من مرونة وسرعة في الاتصال، وتوصيل المعلومات والأخبار بأشكال وأساليب جديدة عبر التطبيقات المتعددة التي تحملها، وكذلك لما تحتويه من خاصية التفاعلية الفورية التي وفّرها نظام الويب 2 على هذه الشبكات لمستخدميها في أي مكان. فكل تلك الخصائص والمزايا جعلت من المؤسسات العامة والخاصة العمل على الاستفادة من هذه الشبكات لتحقيق التواصل مع الجمهور الخاص والعام، ومن أبرز هذه الشبكات التي ظهرت منتصف العقد الماضي الفيس بوك؛ الذي حقق انتشاراً كبيراً في المجتمعات المعاصرة، فمن خلال المنصات والصفحات الفيس بوكية استطاعت الجامعات الليبية أن توظف هذه الشبكة في عمليات نشر أخبارها وإعلاناتها وفق الشروط والأهداف المحددة؛ لتحقيق الاتصال والتواصل مع جمهورها، ومن بين هذه الصفحات التي تأسست منذ سنوات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية على الفيس بوك، التي تحتوي على منشورات متعددة تحظى بمتابعة وتفاعل كبيرين من قبل الجمهور المستخدم للفيس بوك، وبالتالي فهذا البحث يحاول رصد وتحليل منشورات هذه الصفحة خلال فصلي الخريف والربيع للعام الدراسي 2023/2024م، وكذلك استطلاع آراء عينة من المستخدمين لهذه الصفحة للوقوف على أوجه القوة، وتحديد مواطن الضعف فيها في محاولة لتطويرها؛ لنقوم بدورها المطلوب على أكمل وجه، وبالتالي تستطيع كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية توظيف خدمات شبكات التواصل الاجتماعي كما يجب في خدمة التعليم الجامعي ومواكبة تقنيات الاتصال الحديثة في تحقيق رسالتها وأهدافها.

مشكلة الدراسة:

باتّ واضحاً التزايد في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الأفراد والمؤسسات، لما تتمتع به هذه الشبكات من مزايا اتصالية وتفاعلية تتيح لمستخدميها سرعة الحصول على الأخبار والمعلومات،

وإبداء الرأي فيها والتعليق عليها، "حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشارًا على شبكة الإنترنت؛ لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية، مما شجّع متصفحي الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية"⁽¹⁾ ومن بين هذه الشبكات، شبكة الفيس بوك الذي يعد الأكثر استخدامًا في ليبيا، بحسب نتائج العديد من البحوث والدراسات، وقد حرصت الكثير من المؤسسات الليبية على استخدام الفيس بوك لتدعيم علاقتها مع جمهورها، ومحاولة الاستفادة من الأعداد الكبيرة المتواجدة على هذه الشبكة، لتزويدهم بالأخبار والمعلومات المختلفة، ومن بين هذه المؤسسات كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية التي أطلقت منصتها على الفيس بوك عام 2016م؛ لتحقيق التواصل مع الطلبة والأساتذة والموظفين، وتقديم الخدمات الاتصالية المختلفة لهم عبر منشوراتها بأشكال وتطبيقات ووسائط متعدّدة، ومن هنا تتمثل مشكلة هذه الدراسة في التعرف على نوع مضمون محتوى صفحة كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية على الفيس بوك، وأشكال تفاعل المستخدمين نحوه.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها تتناول موضوع تفاعل الجمهور المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي عامة، و الفيس بوك خاصة بوصفه أحد أهم أشكال التكنولوجيا الحديثة التي توظف من قبل الجامعات في عمليات النشر والإعلان، وتحقيق التواصل مع الطلبة والأساتذة، وكذلك الجمهور العام في ظل الاستخدام المتزايد لهذه الشبكة التي باتت من أهم مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات لدى المستخدمين لها، كما تبرز أهمية هذه الدراسة في ندرة الدراسات التي تناولت تحليل محتوى الصفحات الرسمية للكلّيات بالجامعات الليبية على الفيس بوك، التي تعد أحد أهم أشكال التكنولوجيا الحديثة في مجال التواصل والاتصال مع الجمهور.

أهداف الدراسة:

- التعرف على نوع ومصادر مضمون المحتوى والأخبار المنشورة على صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك.
- تحديد نوع الوسائط المتعدّدة المستخدمة مع منشورات الصفحة موضع الدراسة.
- الكشف عن مستوى و أشكال تفاعل المستخدمين مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة.
- معرفة مستوى ودرجة رضا المستخدمين عن أداء صفحة الكلية محل الدراسة.

(1) ياسر الخضير البياتي، الإعلام الجديد، الدولة الافتراضية الجديدة، عمان، دار البداية، 2014، ص378.

- تحديد العلاقة ما بين نوع وصفة المبحوثين مع أشكال التفاعل بمنشورات صفحة الكلية موضع الدراسة و التحليل.

تساؤلات الدراسة:

- ما نوع مضمون المحتوى المنشور على صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك؟.
- ما مصادر الأخبار والمعلومات المنشورة على الصفحة محل الدراسة؟
- ما نوع الوسائط المتعددة المستخدمة مع منشورات الصفحة موضع الدراسة؟
- ما أشكال تفاعل جمهور المستخدمين مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة؟
- ما درجة رضا المستخدمين عن أداء صفحة الكلية محل الدراسة والتحليل؟
- ما علاقة جنس وصفة المبحوثين بأشكال التفاعل مع منشورات صفحة الكلية موضع الدراسة والتحليل؟

الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة من الخطوات المهمة في البحث العلمي، التي تساعد الباحث في التعرف على النتائج التي تم التوصل إليها في الدراسات السابقة والمثابرة حول مشكلة الدراسة، ومن خلال مسح الباحث للمكتبة الإعلامية الليبية، لم يُعثر على دراسات سابقة لها علاقة مباشرة بتحليل محتوى صفحات الجامعات الليبية على الفيس بوك، وبالتالي فقد اقتصر على الدراسات التي أجريت داخل ليبيا وخارجها المتصلة باستخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي عموماً، وهي على النحو التالي:

1. دراسة أبو كتيّف، معتوق (2020)⁽¹⁾ هدفت هذه الدراسة للكشف عن فاعلية وأهمية الفيس بوك في تعزيز فاعلية التعليم الجامعي لدى طلبة أقسام الإعلام بالجامعات الليبية، ومدى استفادتهم منه في عملية التواصل العلمي والإداري مع إدارات وأعضاء هيئة التدريس بالكلية أثناء جائحة كورونا، وذلك من خلال استخدام المنهج المسحي بتطبيق الاستبيان الإلكتروني على عينة من مستخدمي الفيس بوك من طلبة أقسام الإعلام بالجامعات (طرابلس، الأسمرية، الجفارة، الزنتان) للعام الجامعي 2020/2019، والبالغ عددهم 178 مفردة، تحديداً خلال فترة جائحة كورونا، وذلك للحصول على البيانات والمعلومات المستهدفة. وقد توصل الباحثون على جملة من النتائج أهمها، ارتفع مستوى استخدام أفراد العينة للفيس بوك حيث جاءت فئة من أربعة ساعات فأكثر أولاً، بنسبة مقدارها 43.8%، وأن من أهم أسباب استخدام عينة البحث للفيس بوك أثناء جائحة كورونا هو التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء والزملاء، وجاء

(1) رمزي محمد أبوكتيّف، حنان معتوق أحمد، فاعلية الفيسبوك في التعليم الجامعي أثناء جائحة كورونا، مجلة الإعلام والفنون، الأكاديمية الليبية للدراسات العليا، العدد 1، السنة الأولى، مارس 2020، ص 46-71، رابط المجلة (<https://amj.academy.edu.ly/ar/j>)

بأعلى نسبة ومقدارها 72.5%، يليها فئة متابعة الأخبار بنسبة 67.4%، بينما جاء التعليم والبحث عن المعلومات بنسبة 61.2%، والتواصل مع أعضاء هيئة التدريس حقق نسبة 32%، و أن نسبة 37.1% من المبحوثين الذين يرسلون أبحاثهم للأساتذة عبر الفيس بوك، يرون أنه أسهم بدرجة كبيرة في إنجاز وإرسال بحوثهم واستكمال المقررات الدراسية، ويرى المبحوثون أن أكبر ميزة تحققت لهم من استخدام ماسنجر الفيس بوك مع الأساتذة هي سرعة وسهولة التواصل معهم وإدارة القسم، بنسبة بلغت 78.4%، وعن عدد الأساتذة الذين تجاوبوا مع المبحوثين عبر ماسنجر الفيس بوك خلال جائحة كورونا، جاءت الفئة من 2 إلى 3 أساتذة أولاً، بنسبة بلغت 48.6%. أما عن تجاوب مشرفي الصفحات في الرد على أسئلة المبحوثين خلال فترة جائحة كورونا عبر الفيس بوك فإن فئة تجاوب محدود ارتفعت إلى نسبة 59.0%.

2. دراسة عبد المنعم مفتاح (2021)⁽¹⁾ هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على "دوافع استخدام طلاب الجامعات الليبية لموقع (تويتر) في الحصول على المعلومات السياسية و الإشباعات المتحققة منه، وذلك بالتطبيق على كلية التربية بجامعة سرت، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمد الباحث فيها على استمارة الاستبيان، وأسلوب المقابلة كأدوات لجمع البيانات، من عينة عشوائية قوامها "96" مفردة، بالاعتماد على نظرية الاستخدامات و الإشباعات، وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها: أن نسبة 77%، من أفراد العينة هم فقط من لديهم حساب على موقع التواصل الاجتماعي (تويتر)، كما أكدت الدراسة على أن أهم دوافع استخدام عينة الدراسة لموقع التواصل الاجتماعي تويتر هو (لمتابعة) المواضيع الوطنية، وذلك بنسبة 59.4%، وتوصلت نتائج الدراسة أيضاً إلى أن ما نسبته 41% وهي النسبة الأعلى من المبحوثين يعتقدون بأن (تويتر) إلى حد ما فتح لهم المجال لاكتساب المعارف والمعلومات السياسية المختلفة.

3. دراسة بسام مكاي (2019)⁽²⁾ بعنوان توظيف الجامعات العربية لصفحاتها الرسمية على الشبكة الاجتماعية فيسبوك وعلاقتها بدعم العملية التعليمية، تهدف الدراسة إلى التعرف على توظيف الجامعات العربية ممثلة في عينة من الجامعات المصرية والإماراتية لصفحاتها على شبكة الفيس بوك، ودورها في دعم العملية التعليمية من خلال دراسة تحليلية وميدانية، وأجريت الدراسة على صفحات الفيس بوك لأربعة من الجامعات المصرية والإماراتية وهي: جامعة القاهرة، وجامعة 6 أكتوبر من جمهورية مصر العربية،

1) عبد المنعم مفتاح محمد فرج، دوافع استخدام طلاب الجامعات الليبية لموقع تويتر في الحصول على المعلومات السياسية والإشباعات المتحققة منه، مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراتة، العدد 11، السنة 6، يونيو 2021، ص 177-211.

2) بسام عطية المكاي، توظيف الجامعات العربية لصفحاتها الرسمية على الشبكة الاجتماعية فيسبوك وعلاقتها بدعم العملية التعليمية: دراسة مسحية، مجلة كلية الآداب، جامعة بني سويف، الجزائر، العدد 50، يناير/ مارس 2019، ص 13-66.

وجامعة الشارقة، والجامعة الأمريكية بدبي من دولة الإمارات العربية المتحدة. واعتمد الباحث على تحليل محتوى الصفحات الرسمية للجامعات موضع الدراسة على شبكة الفيس بوك، والتي تم التوصل إليها من خلال الموقع الرسمي للجامعة، وقد تم تحليل عدد (200) منشورًا بواقع (50) منشورًا لكل جامعة من الجامعات الأربع. وبلغت عينة الدراسة الميدانية 358 مفردةً من متابعي هذه الصفحات، تنوّعت بين طالب، وأكاديميين، وعاملين في الجامعة، وفئات أخرى مثل أولياء أمور، أو مهتمين بالشأن الجامعي. وتوصّلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: أنّ صفحات الجامعات الحكومية محل الدراسة على مواقع التواصل كانت أكثر مساعدة للطلبة في اتخاذهم لقراراتهم الجامعية أو المهنية، ومصدر من مصادر تشكيل اتجاهاتهم نحو الجامعة، وفي المقابل أظهرت النتائج ارتفاع نسبة دافع التفاعل مع الآخرين بين متابعي صفحات الجامعات الخاصة بصورة أكبر من الجامعات الحكومية. وأوصت الدراسة بضرورة الاستفادة من الخصائص التفاعلية لموقع الفيس بوك وتطبيقاته المختلفة وتفعيلها على صفحات الجامعات العربية عبر هذه الوسيلة.

4. دراسة سحر غريب(2015)⁽¹⁾ بعنوان: استخدام الطلاب للصفحات الرسمية لجامعاتهم على موقع

فيسبوك والإشباع المتحققة لديهم، تهدف لرصد وتحليل كيفية استخدام الجامعات المصرية الحكومية والخاصة لمواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا فيسبوك للتواصل مع طالبها، وقد توصّلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها أنّ هناك جوانب إيجابية متعلّقة باستخدام الطالب للصفحات الرسمية لجامعاتهم على فيسبوك، ومن أبرز الإشباع التي حققها الطالب من استخدام صفحات جامعاتهم هي الإشباع المعرفية والاجتماعية والتسلية وتحقيق الذات.

5. دراسة حياة رحو (2015)⁽²⁾ بعنوان: مضامين صفحات الجامعات على موقع التواصل الاجتماعي

(فيسبوك)، وتناولت الصفحة الرسمية لجامعة محمد خيضر بسكرة نموذجًا من خلال تحليل جميع منشوراتها على الصفحة، وانطلقت الدراسة من فرضية أنّ أنواع المضامين التي تنشرها الصفحة خاصة بالتسجيلات الجامعية، وهي فرضية نفتها نتائج الدراسة، وتوصّلت إلى أنّ طريقة عرض المنشورات في الصفحة تختلف حسب طبيعة وهدف كل منشور من حيث اللغة المستعملة، والوسائط المتعدّدة والروابط المرتبطة بمضمونها.

1 () سحر أحمد غريب، استخدام الطلاب للصفحات الرسمية لجامعاتهم على موقع فيسبوك و الإشباع المتحققة لديهم، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، المجلد

18، العدد4، ديسمبر 2019، ص243-287.

(2) حياة رحو، مضامين صفحات الجامعات على فيسبوك: دراسة تحليلية للصفحة الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصد مرباح،

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2015.

6. دراسة الكندي، الرشيد (2016)⁽¹⁾ بعنوان: استخدامات طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية و الإشباعات المتحققة، وتهدف الدراسة إلى وصف وتفسير استخدامات طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية والإشباعات المتحققة، اعتماداً على مدخل الاستخدامات و الإشباعات، وباستخدام منهج المسح الإعلامي، لعينة حصرية من 394 متطوعاً من طلبة جامعة السلطان قابوس لمرحلة البكالوريوس، في فصل الربيع 2013، وخلصت الدراسة إلى أن اليوتيوب (YouTube) كان أكثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية استخداماً لدى المبحوثين، يليه جوجل بلس (Google Plus)، وفيسبوك (Facebook) وتويتر (Twitter)، وانستجرام (Instagram) وأن الموضوعات الأكثر تفضيلاً على هذه الشبكات هي الموضوعات الترفيهية والثقافية والاجتماعية، وأن هذه الشبكات يعتمد عليها المبحوثون للتواصل، والحصول على الأخبار والمعلومات، وممارسة حرية الرأي والتعبير وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن معظم المبحوثين الذكور يفصحون عن أسمائهم الحقيقية، بينما تتحفظ عليها معظم المبحوثات، وأن استخدام هذه الشبكات لا يتجاوز ثلاث ساعات يومياً، واستخدامها قد قلل من استخدام وسائل الإعلام الأخرى. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم دوافع استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، تلخصت في حب الاستطلاع والبحث عن الأخبار والمعلومات. وأما أهم الإشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام تمثلت في الحصول على الأخبار والمعلومات والتواصل مع الأصدقاء والتسلية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق حول الظواهر والأحداث والأوضاع القائمة، وذلك بجمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها؛ لاستخلاص دلالاتها، أو إصدار تعميمات بشأنها⁽²⁾ فالدراسات الوصفية تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة⁽³⁾ وأن استخدام هذا النوع من الدراسات يفيد هذه الدراسة للتعرف على نوع وأغراض ومحتوى المنشورات على صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على شبكة الفيس بوك، وأشكال تفاعل الجمهور المستخدم نحوه، وقد استعان الباحث في هذه الدراسة بالمنهجين التاليين:

- المنهج المسحي:

(1) عبد الله بن خميس الكندي، هلال بن علي الرشيد، استخدامات طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية و الإشباعات المتحققة: دراسة تحليلية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للاداب، المجلد 13، العدد 1، 2016، ص 115 – 143.
(2) السيد احمد مصطفى عمر، البحث العلمي، مفهومه وإجراءاته ومناهجه، منشورات جامعة قار يونس، بنغازي، 1994، ص 109، ص 179.
(3) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 13.

وهو أحد أشكال المنهج الوصفي، ومن أهم الأساليب المنهجية التي تستخدم في البحوث العلمية، وهو يتجه إلى توضيح الطبيعة الحقيقية للأشياء أو المشكلات أو الأوضاع الاجتماعية، وتحليل تلك الأوضاع للوقوف على الظروف المحيطة بها، والأسباب الدافعة إلى ظهورها.⁽¹⁾ حيث يمثل "منهج المسح جهوداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع الدراسة".⁽²⁾ وقد استخدم الباحث هذا المنهج لغرض تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها.

- المنهج الكيفي:

يعد المنهج الكيفي أحد أنواع البحوث التي يتم اللجوء إليها في سبيل الحصول على فهم معمق ووصف شمولي للظاهرة الاجتماعية، فهو منهج قوامه دراسة الإنسان والواقع الاجتماعي بأبعاده المختلفة، وينطوي على خيال منهجي كيفي يستقرئ الواقع، ويقرأ المستقبل، ويدرس الإنسان بمختلف أدواته المعرفية كالملاحظة بالمشاركة، والمقابلة الحرة والمعمّقة، ومقابلة الخبراء والمحادثة الجماعية.⁽³⁾ باعتبارها أدوات منهجية يتمكّن الباحث من خلالها سبر أغوار المبحوثين، ووصف المواقف والوقائع عن قرب.⁽⁴⁾ وقد تم استخدام هذا المنهج في عمليات تحليل وتفسير نتائج المقابلات التي أجراها الباحث؛ لغرض الحصول على معلومات وبيانات تخدم أهداف الدراسة.

- مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة جميع المفردات والأشياء التي نريد معرفة حقائق معينة عنها،⁽⁵⁾ ويعد مجتمع البحث من أهم الخطوات الأساسية التي يجب على الباحث تحديدها بشكل دقيق، ولمعرفة مجتمع البحث لابد من تحديد المجتمع الأصلي، وذلك بمعرفة مميزاته، وصفاته، وخصائصه، ومعرفة ما إذا كان موزعاً في شكل طبقات أو فئات متجانسة.⁽⁶⁾ وفي هذه الدراسة يتمثل مجتمع الدراسة في الآتي:

أولاً: مجتمع وعينة دراسة تحليل المضمون:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في عينة من منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية على شبكة الفيس بوك، خلال فصلي الخريف والربيع للعام الدراسي 2023/2024، أي منذ بداية فصل الخريف يوم 2 نوفمبر 2023م، وحتى تاريخ نهاية فصل الربيع والإعلان عن نتائج

(1) السيد أحمد مصطفى، البحث العلمي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، بنغازي، منشورات جامعة قار بونس، ص217.

(2) عاطف عدلي العبد، دراسات في الإعلام العماني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1990، ص173.

(3) عبد القادر عبد الله عرابي، المناهج الكيفية في العلوم الاجتماعية، دار الفكر، دمشق، 2007، ص195.

(4) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص279.

(5) محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص109.

(6) حافظ عبد الرشيد بن عبد العزيز، أساسيات البحث العلمي، مركز النشر العلمي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2012، ص199.

الامتحانات بمنشور على صفحة الكلية، تم نشره يوم 2024/8/8. حيث تم خلال هذه الفترة مسح كل المنشورات، والتي بلغ عددها 95 منشورًا، خضعت كلها للفحص والتحليل.

ثانيًا: مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

تم تطبيق استبيان الكتروني على عينة من الذين يتابعون ويتفاعلون مع صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك، سواء بالتعليق أو الإعجاب، حيث قام الباحث بنشر رابط الاستبيان على حائط صفحة الكلية محل الدراسة يوم 11 يوليو 2024، وكذلك تم إرسال رابط الاستبيان إلى أصحاب المراسلات الواردة إلى بريد صفحة كلية الدراسة للإجابة عن الأسئلة الواردة في الاستبيان الإلكتروني، وبعد أكثر من شهر استطاع الباحث الحصول على ردود 60 مفردة، وهو ما يمثل عينة البحث الميداني لهذه الدراسة.

أدوات جمع البيانات للدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث باستخدام الأدوات التالية:

1- استمارة تحليل المضمون:

لغرض تحليل كل المحتوى المنشور في صفحة الكلية محل الدراسة بطريقة كمية للتعرف على ما تحتوي عليه من نقاط رئيسية، وما يستهدف توصيله من معلومات معينة لمستخدمي الصفحة، "وذلك بالاعتماد على الأسلوب الكمي في عمليات التحليل بهدف القيام بالتحليل الكيفي على أسس موضوعية."⁽¹⁾ حيث قام الباحث بإعداد استمارة تحليل المضمون، و تحتوي على فئات التحليل المتصلة بجوانب المشكلة المختلفة وفقًا لأهداف وتساؤلات الدراسة.

2- الاستبيان الإلكتروني:

قام الباحث بإعداد استبيان إلكتروني "الذي يتيح إمكانية الوصول إلى نوعيات متباينة من المبحوثين لا يمكن الوصول إليهم بوسائل اتصال أخرى"⁽²⁾ وقد تضمن هذا الاستبيان على ثماني أسئلة، حول درجة تفاعل ورضا المبحوثين عن منشورات صفحة الكلية محل الدراسة خلال فترة الدراسة، وفقًا للأهداف المحددة لها.

3- المقابلة:

تعرف المقابلة بأنها "تفاعل لفظي يتم بين شخصين في موقف مباشر، حيث يحاول أحدهما وهو القائم بالمقابلة أن يستثير بعض المعلومات أو المتغيرات لدى المبحوث، أو التي تدور حول آرائه ومعتقداته"⁽³⁾.

(1) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط 2، القاهرة، عالم الكتاب، 2006، ص233.

(2) عبد الملك الدنانى، سامية أحمد هاشم، مناهج بحوث الاتصال الحديثة، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2016، ص124.

(3) عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، القاهرة، مطبعة لجنة البان العربية، 1988، ص63.

وتعد بحوث الصحافة من أنسب المجالات التي يستخدم فيها أسلوب المقابلة، نظرًا لحاجة معظم هذه البحوث، إلى اللقاء المباشر مع المبحوثين.⁽¹⁾ وقد استطاع الباحث إجراء مقابلات إلكترونية وميدانية، مع كل من مشرف صفحة (admin) كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك، ورئيس قسم الإعلام الإسلامي بالكلية، وكذلك مسجل عام الكلية، بهدف الحصول على بيانات ومعلومات تسهم في إثراء الدراسة، وتحقيق جزءًا من أهدافها.

اختبار الصدق والثبات:

قام الباحث بعرض استمارة تحليل المضمون وصحيفة الاستبيان على مجموعة من الأكاديميين والخبراء(*) وذلك لغرض الحكم على مدى ملاءمتها في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث، وقد أفادوا بصلاحيته ما بعد إجراء بعض التعديلات عليهما بما يحقق أهداف الدراسة، ويجيب عن تساؤلاتها. وفيما يعلق بثبات أداتي الدراسة فقد استخدم الباحث أسلوب تكرار التحليل على عينة من منشورات الصفحة، وتحصل على نفس النتائج، أمّا صحيفة الاستبيان فقد أرسلت إلى عينة بسيطة من المبحوثين، على مرتين وتحصل الباحث على نفس النتائج تقريبًا. مما يدل على صلاحية أداتي الدراسة للقياس والتحليل.

الإطار النظري للدراسة:

الفيس بوك؛ فضاء تفاعلي:

إنّ فكرة اعتبار العلاقات الاجتماعية "شبكة"، وأنّ خصائص هذه الشبكة يمكن استعمالها لتفسير بعض جوانب سلوك الأفراد المنخرطين فيها، وقد انتشرت بسرعة كبيرة بعد أن قدّم عالم الأنثروبولوجيا "جون بارنس" 1918 (John Barnes)، الفكرة لأول مرة في بحث رصين (1954) لوصف نظام العلاقات الاجتماعية الذي شعر بأنّها مهمة لفهم السلوك الاجتماعي لأفراد بحثه في مجتمع "برمنس" النرويجي. وظهرت الفكرة فيما بعد حتى أصبحت مفيدة تحليليًا.⁽²⁾ فالشبكات هي بناء اجتماعي (Social structure) مكوّن من أفراد أو جماعات (مؤسسات، منظمات) مرتبطة ببعضها البعض من خلال علاقة

(1) محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص118.

* تم عرض استمارة تحليل المضمون على السادة المحكمين التالية أسماؤهم:

- أ.د. عابدين الدردير الشريف: أستاذ الإعلام بالجامعات الليبية.

- أ.د. عمران الهاشمي المجذوب: أستاذ الإعلام بالجامعات الليبية.

- د. نادية حارث: أستاذ مساعد بكلية الآداب بالجامعة الأسمرية الإسلامية.

(2) أحمد سالم الأحمد، علم اجتماع الأسرة بين التنظير والواقع المتغير، دار الكتاب الجديد المتحدة، طرابلس، 2004، ص58.

اعتمادية أو أكثر، مثل علاقة قرابة، صداقة، أو تجمعهم أمور مشتركة أو اهتمامات متشابهة، سواء أكانت تلك الاهتمامات عقائدية، اقتصادية، اجتماعية أم سياسية.⁽¹⁾ ويعد الفيس بوك أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تحتل موقعا مهما بين وسائل الاتصال والأكثر استخداما وتأثيرا على مستوى العالم، انطلق موقع الفيس بوك كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماش (Match Face) التابع لجامعة هارفارد، والذي يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص، ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية، وقد ابتكر مارك زوكربيرج (Mark Zuckerberg) موقع فيس ماش في 28 أكتوبر من عام 2003 عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية.⁽²⁾

وتصنف مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ضمن مواقع الويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العامل، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معني مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس، وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة، ويتم نشر هذه البيانات علنا على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء أصحاب المصالح المشتركة، والذين يبحثون عن ملفات أو صور... إلخ.⁽³⁾

وإذا كان الفضاء العمومي كما تحدث عنه هابرماس يعني ذلك المجال الذي يتم فيه التحوار والمناقشة وتبادل الآراء، حول قضايا الشأن العام، ومسائل المواطنين السياسية والاجتماعية، والفضاء الذي يتيح للمواطن والسياسي إمكانية التواصل والتفاعل، لمناقشة قضايا مجتمعهم المختلفة، ففضاءات الإنترنت الاتصالية تعد تجسيدا فعليًا لما تحدث عنه "هابرماس"، وبالأخص فضاء التدوين (la blogosphere)، الذي ينتعش بالحوارات والنقاشات العديدة، بين عدة أطراف وشرائح من المجتمع، بدءًا من المواطن العادي، والصحفي ووصولًا إلى السياسي وهو ما يجعله وفقًا لبعض الباحثين يعد الفضاء الأمثل الذي يجسد الفضاء العمومي.⁽⁴⁾ فالتفاعل الاجتماعي في مستواه الافتراضي يتم بين الأفراد بعضهم

(1) صونية عديش، الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2015، 03، ص54.

(2) وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد: تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية - لبنان، 2017، ص195.

(3) فتيحة بوغازي، شبكات التواصل الاجتماعي وإشكالية الهوية المهنية للصحفي، مجلة LANCOMNET، مخبر البحث في اللغات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الجزائر 3، عدد إصدار خاص 2013، ص36.

(4) بشرى مداسي، الإعلام التفاعلي: دراسة في السمات التفاعلية- الأدوار- النظريات، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة الجزائر 3، المجلد 12، العدد 2، السنة 2022، ص182.

البعض أو الجماعات والأفراد، وقد يهمل الأفراد أو الجماعات تفاعلات مع أفراد آخرين داخل الشبكة، وقد يصل الأمر إلى غياب التفاعل لدى بعض الأفراد داخل الشبكة، ويسمى هؤلاء الأفراد بالسلبين⁽¹⁾. ويعرف محمود علم الدين التفاعلية؛ بأنها تطلق على الدرجة التي يكون فيها المشاركون في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم تبادلها ويطلق على هذه الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه،⁽²⁾ وقد تعددت أشكال تفاعل المستخدم لشبكة الفيس بوك مع الموضوعات والأخبار المنشورة على صفحاته، ومنها ما يلي:⁽³⁾

1- التفاعل بالإعجاب: (Interaction with admiration) وتعني إظهار الإعجاب للمحتوي

الموجود على الموقع، وهي متاحة بين الأصدقاء والمجموعات والقنوات المنضمين لها.

2- التفاعل بالتعليق: (Comment interaction) هو شكل من أشكال التفاعل متاح بالصفحات الإخبارية بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "Facebook" حيث يمكن لمستخدمين كتابة التعليقات (comment) حول القضايا التي تثير اهتمامهم ثم الضغط على زر (inter) وتتميز هذه الوسيلة بتحقيق آلية التفاعل بين المستخدمين.

3- التفاعل بالمشاركة: وتعني مشاركة المستخدمين للمحتوي الذي تقدمه الصفحات الإخبارية بموقع شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وتداوله بين المستخدمين عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم أو نشره على قروب مشترك بين المستخدمين أو موقع آخر من مواقع التواصل الاجتماعي.

نشأة كلية الدعوة وأصول الدين:

تُعد كلية الدعوة وأصول الدين بزلتين إحدى كليات الجامعة الأسمرية الإسلامية التي تأسست عام 1417هـ-1996م، وقد تحولت إلى كلية بعد أن كانت قسماً من أقسام الجامعة الأسمرية للعلوم الإسلامية، بقرار الأمين المساعد لشؤون الخدمات رقم (260) لسنة 2004م بشأن تغيير الأقسام العلمية بالجامعة الأسمرية للعلوم الإسلامية إلى كليات، ثم صدر قرار مجلس الوزراء رقم (444) لعام 1434هـ/2013م بتقرير بعض الأحكام بشأن الجامعة الأسمرية الإسلامية، والذي نص في المادة الرابعة منه على دمج كلية الدعوة وكلية أصول الدين في كلية واحدة تحت اسم كلية الدعوة وأصول الدين،

(1) لامية طالة، نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران 02، العدد 10، جوان 2009، ص182.

(2) محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2005، ص177.

(3) نهى صبري القطانة، استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأزمة الأفغانية "الفيسبوك" نموذجاً، مجلة الإعلام والفنون، الأكاديمية

الليبية للدراسات العليا، العدد6، السنة الثانية، سبتمبر 2021، ص95، رابط المجلة (<https://amj.academy.edu.ly/ar/j>)

ورسالتها الريادة العلمية والمهنية في الدعوة إلى الإسلام، ونشر علوم القرآن الكريم والسنة النبوية، وخدمة الإعلام تأصيلًا وممارسةً، وتجديد الفكر الإسلامي، وتعليم القراءات القرآنية بواسطة تأهيل أطر متخصصة، تُسهم في تطوير المجتمع، وتهيئة بيئة تعليمية ذات جودة عالية.⁽¹⁾ ويبلغ عدد أعضاء هيئة التدريس بكلية الدعوة وأصول الدين 67 أستاذًا، ما بين درجات علمية مختلفة من حملة الماجستير والدكتوراه،⁽²⁾ وبحسب إحصائيات مكتب التسجيل بالكلية يبلغ عدد الطلبة بالكلية 220 طالبًا⁽³⁾، كما تمنح الكلية الإجازة الجامعية لليسانس في الأقسام التالية: قسم العقيدة والفكر الإسلامي، قسم التفسير والحديث، قسم القراءات القرآنية، قسم الدعوة والإمامة والخطابة، قسم أصول الدين، ويمنح درجة البكالوريوس بقسم الإعلام الإسلامي. وتضم في مرحلة الدراسات العليا الأقسام التالية: قسم العقيدة والفكر الإسلامي، ويضم شعبة العقيدة والفكر الإسلامي، قسم التفسير والحديث، ويضم شعبتين: شعبة تفسير القرآن وعلومه، وشعبة الحديث النبوي وعلومه، وقسم الدعوة والإمامة والخطابة، ويضم: شعبة الدعوة والثقافة الإسلامية.

إطلاق صفحة الكلية على الفيس بوك:

تم إنشاء صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على شبكة الفيس بوك يوم الثلاثاء بتاريخ 19 رجب 1437 هـ الموافق 2016/4/26م، بتكليف مباشر من عميد الكلية الدكتور حسين عكاش، وأن تكون هذه الصفحة تحت إشراف ومتابعة قسم الإعلام الإسلامي بالكلية، حيث تناول أول منشور لها معلومات تعرّف بالكلية وأهدافها ورسالتها ورؤيتها، وقد استمرت هذه الصفحة في عمليات النشر لأخبار وإعلانات ونشاطات الكلية طيلة هذه الفترة، حققت خلالها انتشارًا كبيرًا بين طلبة الكلية وغيرهم من خلال الإعجابات والمتابعة، وبحسب الإحصائيات الواردة لدى إدارة الصفحة يبلغ عدد المتابعين لهذه الصفحة 7011 متابعًا، نسبة الذكور منهم 73.80%، ونسبة الإناث 26.20%، من جنسيات مختلفة، وهي على النحو التالي:

البلد	عدد المتابعين	النسبة
ليبيا	6175	88.1%
نيجيريا	401	5.7%
مصر	148	2.1%

(1) الموقع الإلكتروني لكلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية: http://asmarya.edu.ly/dftr/?page_id=1523

(2) مقابلة مع مدير إدارة شؤون أعضاء هيئة التدريس، خالد بن صالح، بمكتبه يوم الأحد، الموافق 2024/9/8.

(3) مقابلة عبر الهاتف مع مسجل عام الكلية، عبد الرؤوف العنبري، يوم الاثنين الموافق 2024/9/16.

الجزائر	65	0.9%
المغرب	45	0.6%
تونس	43	0.6%
الأردن	36	0.5%
تايلاند	35	0.5%
تركيا	34	0.5%
السعودية	29	0.4%
المجموع	7011	100.0%

نلاحظ من خلال هذه الإحصائيات أنَّ أغلب المتابعين والمعجبين بصفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك كانت جنسياتهم ليبية، ونسبة 88.1%، وهي نتيجة طبيعية ومتوقعة، بينما في المرتبة الثانية حازت جنسية نيجيريا بنسبة 5.7%، ربما بسبب وجود بعض الطلبة من نيجيريا يدرسون بالكلية منذ سنوات، يلي ذلك جاءت الجنسية المصرية، ونسبة أقل بلغت 2.1%، بينما تراجعت نسب باقي جنسيات المتابعين والمعجبين بصفحة الدراسة، كما هو موضح بالجدول السابق.

نستنتج ممَّا سبق إنَّ منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية على الفيس بوك، تصل إلى جمهور متنوع، من جنسيات مختلفة لدول إسلامية تقع في إفريقيا وآسيا. ومن خلال المتابعة والملاحظة المتعمدة لصفحة كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية، لاحظ الباحث أنها تلتزم بسياسة تحرير واضحة ومحددة تتمثل في نشر أخبار الكلية والجامعة وكذلك الإعلانات المتعلقة بالدراسة والامتحانات، ولا تتشر أي موضوعات أو مضامين لها آراء أو ميول أو توجهات دينية أو سياسية منذ ثماني سنوات من تأسيسها.

قسم الإعلام الإسلامي وأهدافه:

يُعَدُّ قسم الإعلام الإسلامي أول قسم علمي على مستوى كليات الجامعات الليبية يمزج الإعلام بالدين الإسلامي، ويجمع بين الأصالة والمعاصرة، حيث يعمل على تحقيق رسالة كلية الدعوة وأصول الدين، من خلال إعداد كوادر دعوية إعلامية، قادرة على حمل رسالة الإسلام الصحيحة البعيدة عن الغلو و التطرف، عبر وسائل إعلام تُسهم بإيجابية في الحوار الحضاري والتفاعل الثقافي، وتخدم بذلك المجتمع الليبي على وجه الخصوص، والمجتمع العربي والإسلامي والإنساني على وجه العموم.⁽¹⁾ وقد تأسس قسم

(1) مقابلة مع: أحمد مفتاح زربيط، رئيس قسم الإعلام الإسلامي، بكلية الدعوة وأصول الدين، الجامعة الأسمرية الإسلامية، زليتن، ليبيا 2024.

الإعلام الإسلامي سنة 2010 بقرار من الجامعة الأسمرية الإسلامية، ويسعى إلى تحقيق رؤية كلية الدعوة وأصول الدين رسالتها وأهدافها،⁽¹⁾ ومن خلال مخرجات القسم من حملة البكالوريوس في الإعلام المتخصص بالمجال الإسلامي، على اعتبار أن الطلبة يدرسون موادًا إعلامية وأخرى دينية متنوعة في الفقه والعبادات والحديث الشريف والعقيدة. وبالتالي تتلخص أهداف قسم الإعلام الإسلامي في الآتي:⁽²⁾

1. فهم أخلاقيات العمل الإعلامي في ضوء المرجعية الإسلامية والخصوصية الثقافية للمجتمع الليبي.

2. إعداد إعلاميين قادرين على الإسهام في المحافظة على الهوية الإسلامية واللغة العربية، ومدركين للغزو الفكري والثقافي.

3. تعلم علوم الاتصال والنظريات الإعلامية وتوظيفها في معالجة القضايا الإعلامية في المجتمع الليبي بما يتوافق و مقاصد الشريعة الإسلامية.

4. إكساب الطلبة مهارات التعامل مع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في مختلف التخصصات الإعلامية.

5. إثراء البحث العلمي في مجال الإعلام المتخصص وإعداد الباحثين وتأهيلهم للالتحاق ببرامج الدراسات العليا في التخصصات الإعلامية المختلفة.

نتائج الدراسة التحليلية:

قام الباحث بتحليل منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك خلال فصلي الدراسة، الخريف والربيع للعام الجامعي 2023/2024، التي بدأت رسميًا بتاريخ 2023/11/2 إلى غاية آخر منشور بتاريخ 2024/8/8، والبالغ عدد 95 منشورًا، ومحتوى اتصالي.

1- مضمون المنشورات على صفحة الكلية بالفيس بوك:

جدول رقم (1)

يبين مضمون المنشورات على صفحة الكلية

الترتيب	النسبة	التكرار	مضمون المنشور
1	38.9%	37	موضوعات خاصة بالطلبة
5	5.3%	5	ندوات ومؤتمرات ومحاضرات علمية

(1) الموقع الإلكتروني الرسمي لكلية الدعوة وأصول الدين: <http://asmarya.edu.ly/dfr>

(2) المرجع السابق.

3	12.6%	12	موضوعات خاصة بأساتذة الكلية
4	11.6%	11	موضوعات ومعلومات خاصة بالدراسة والامتحانات
2	23.2%	22	أنشطة وبرامج ثقافية للكلية والجامعة
6	4.2%	4	موضوعات اجتماعية (تهاني، تعازي)
9	0.0%	0	موضوعات خاصة بالموظفين والإداريين بالكلية
7	3.2%	3	إعلانات عن المناسبات الدينية والوطنية
8	1.1%	1	أخرى
	100.0%	95	المجموع

من خلال نتائج الجدول رقم (1) يتضح لنا أنَّ الموضوعات الخاصة بالطلبة جاءت أولاً من بين كل المنشورات على صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك، وبنسبة مئوية بلغت 38.9%، وهي نتيجة متوقعة على اعتبار أنَّ من أهداف إنشاء الصفحة نشر الأخبار والموضوعات المتعلقة بالطلبة الدارسين بالكلية والجامعة، فيما حلت في المرتبة الثانية منشورات الأنشطة والبرامج الثقافية للكلية والجامعة بنسبة 23.2%، بينما تراجعت نسبة نشر الموضوعات الخاصة بأساتذة الكلية حيث جاءت في المرتبة الثالثة، وسجلت ما نسبته 12.6%، وفي المرتبة الرابعة ظهرت المنشورات الخاصة بموضوعات ومعلومات عن الدراسة والامتحانات وبنسبة 11.6%، أمَّا باقي الفئات فقد سجلت نسباً متدنية ومقاربة، باستثناء فئة الموضوعات الخاصة بالموظفين والإداريين بالكلية، فقد جاءت صفرية ولم تسجل أي تكرار، كما يشار إلى أنَّ فئة أخرى تمثلت في خبر زيارة المستشار الثقافي لسفير جمهورية الجزائر للجامعة الأسمرية الإسلامية يوم الخميس الموافق 2024/1/25.

2- أشكال تفاعل الجمهور مع منشورات صفحة الكلية:

جدول رقم (2)

يبين أشكال تفاعل المستخدمين للصفحة

الترتيب	النسبة	التكرار	أشكال تفاعل المستخدمين للصفحة
1	40.6%	95	إعجاب
2	30.8%	72	تعليق
3	28.6%	67	مشاركة

المجموع	234	%100.0
---------	-----	--------

البيانات الواردة في الجدول رقم (2) تبين لنا أنَّ الجمهور المستخدم لصفحة كلية الدعوة وأصول الدين على شبكة الفيس بوك، يتفاعل مع منشوراتها بأشكال مختلفة، حيث تفاعل المستخدمون بالإعجاب لكل منشورات صفحة الكلية محل الدراسة و بنسبة بلغت 40.2%، وفي المرتبة الثانية جاء التفاعل بالتعليق على المنشورات بنسبة 30.8%، بينما حل في المرتبة الثالثة التفاعل بالمشاركة بنسبة 28.6%، هذه النتيجة تبين لنا أنَّ الجمهور المتابع لصفحة كلية الدعوة وأصول الدين على شبكة الفيس بوك يتفاعل مع منشورات الصفحة بأشكال مختلفة بلغت 234 تكرار في كل منشورات صفحة الكلية خلال فترة الدراسة.

3- عدد الإعجابات بمنشورات صفحة الكلية:

جدول رقم (3)

يبين عدد الإعجابات بالمنشورات على صفحة الكلية

الترتيب	النسبة	التكرار	عدد الإعجابات للمنشورات
4	%0.0	0	من 1-9
3	%10.5	10	من 10-19
2	%12.6	12	من 20-29
1	%76.8	73	30 فأكثر
4	%0.0	0	لا يوجد إعجاب
	%100.0	95	المجموع

يوضح الجدول السابق رقم (3) المتعلق بعدد إعجاب المستخدمين بمنشورات صفحة الكلية محل الدراسة، أنَّ المنشورات التي حظيت بإعجاب من 30 معجب فأكثر جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 65.2%، بينما المنشورات التي لم تتل إعجاب المتابعين فقد سجلت المرتبة الثانية وبنسبة بلغت 15.2%، فيما حلت فئة الإعجاب من 20-29 المرتبة الثالثة وبنسبة 10.7%، يليها فئة من 10-19 بنسبة 8.9%، أما فئة من 1-5 فقد جاءت أخيراً بنسبة صفرية، ممَّا يعكس لنا أنَّ منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على شبكة الفيس بوك تحظى بعدد مرتفع من إعجاب المتابعين لها.

4- عدد التعليقات على المنشورات:

جدول رقم (4)

يبين عدد التعليقات على منشورات صفحة الكلية

الترتيب	النسبة	التكرار	عدد التعليقات على المنشورات
1	%48.4	46	من 1-9
3	%12.6	12	من 10-19
5	%4.2	4	من 20-29
4	%10.5	10	30 فأكثر
2	%24.2	23	لا يوجد تعليق
	%100.0	95	المجموع

وفيما يتعلّق بعدد التعليقات على منشورات صفحة الكلية محل الدراسة، وكما هو مبين بالجدول رقم (4) نجد أنّ عدد التعليقات الذي يتراوح ما بين 1 إلى 9 تعليقات؛ جاءت أولاً بنسبة مئوية بلغت %48.4، يلي ذلك المنشورات التي لا يوجد بها تعليق بنسبة %24.2، وهي نسبة مرتفعة بعض الشيء تعكس تراجع تفاعل المتابعين للصفحة بالتعليق على منشوراتها، وهي عادة ما تكون منشورات تتعلّق بالإعلانات عن جداول الامتحانات ومواعيد بداية الفصل الدراسي، أمّا في المرتبة الثالثة فقد حلّت الفئة من 10-19 تعليقاً، بنسبة مئوية منخفضة بلغت %12.6، يليها بنسبة أقل فئة 30 تعليقاً فأكثر بنسبة %10.5، وأخيراً جاءت فئة من 20-29 تعليقاً بنسبة متدنية مقدارها %4.2.

5- عدد مشاركات منشورات صفحة الكلية:

جدول رقم (5)

يبين عدد مشاركات منشورات صفحة الكلية

الترتيب	النسبة	التكرار	عدد المشاركات لمنشورات الصفحة
1	%64.2	61	من 1-9
3	%6.3	6	من 10-19
4	%0.0	0	من 20-29
4	%0.0	0	30 فأكثر
2	%29.5	28	لا يوجد مشاركة
	%100.0	95	المجموع

الجدول رقم (5) يبين لنا أن عدد المشاركات من 1-9 لمنشورات صفحة الكلية محل الدراسة جاء أولاً بنسبة 64.2%، بينما المنشورات التي لا يوجد لها مشاركة حلت ثانياً بنسبة 29.5%، وفي المرتبة الثالثة سجلت فئة من 10-19 مشاركة بنسبة 6.3%، بينما باقي فئات مشاركة منشورات الصفحة جاءت صفرية ولم تسجل أي تكرار. نستنتج ممّا سبق أنّ تفاعل المستخدمين بالمشاركة أغلبه جاء بمعدل من 1-9 لمنشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك.

6- الوسائط المتعدّدة المستخدمة مع منشورات صفحة الكلية:

جدول رقم (6)

يبين الوسائط المتعددة المستخدمة مع منشورات صفحة الكلية

الوسائط	التكرار	النسبة	الترتيب
صورة	74	45.4%	1
فيديو	6	3.7%	4
انفوجرافيك	0	0.0%	7
هاشتاق #	59	36.2%	2
بث مباشر	4	2.5%	5
روابط خارجية	19	11.7%	3
رسوم وخرائط	0	0.0%	7
لا يوجد	1	0.6%	6
المجموع	163	100.0%	

يتضح من خلال الجدول رقم (6) أنّ أكثر الوسائط المتعدّدة المستخدمة مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة كانت الصورة الثابتة؛ حيث جاءت أولاً بنسبة مئوية مقدارها 45.4%، وهي نتيجة متوقعة باعتبار أنّ استخدام الصورة يعد من أهم الوسائل لتحسين شكل الصفحة ومحتواها بفاعلية أكبر، ذلك أنّ الصورة تجذب القراء إلى الصحيفة، وعن طريقها يمكن توصيل المعلومات إلى القراء،⁽¹⁾ فهي عنصر مهم في استكمال الموضوعات الصحفية على اختلاف أنواعها وتوضيحها، أو التدليل عليها، أو شرحها وتحديد أبعادها.⁽²⁾ وفي المرتبة الثانية ظهر الهاشتاق # بنسبة 36.2% باعتباره أداة تساعد في جذب انتباه الجمهور المستهدف، وزيادة فرص رؤية المحتوى من قبل جمهور جديد، فيما جاءت وسائط الروابط

(1) حسنين شفيق، الإخراج الصحفي الإلكتروني، رحمة برس للنشر والطباعة، القاهرة، 2007، ص 117.

(2) نعمات أحمد عثمان، فنون التحرير الصحفي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2009، ص 167.

الخارجية ثالثاً بنسبة 11.7% وهي روابط لموقع الجامعة التي ينشر فيها بعض الأمور والموضوعات التي تهتم الكليات التابعة لها، والمتعلقة بالعملية التعليمية والإدارية، بينما ظهر وسيط الفيديو رابعاً بنسبة منخفضة مقدارها 3.7% وهو ما يعد قصوراً من إدارة الصفحة في توظيف الفيديو في عمليات النشر للاستفادة من مزاياه في الإقناع وجذب الجمهور نحو الرسالة، كما تدنّت نسبة استخدام البث المباشر على الصفحة حيث سجلت ما نسبته 2.5%، اقتصر على بعض الأنشطة التي نظمتها الكلية، وتمثلت في المسابقة القرآنية ومحاضرة لأحد أعضاء هيئة التدريس بالمدرج لطلبة الكلية خلال فصلي الخريف والربيع من العام الدراسي 2024/2023، أمّا وسائط الرسومات والخرائط فلم تسجل أي تكرار، وهو ما يعد قصوراً من إدارة الصفحة في عدم استخدامها هذه الأداة مع منشورات الصفحة طيلة فترة الدراسة.

7- أشكال التحرير والنشر المستخدمة مع منشورات صفحة الكلية:

جدول رقم (7)

يبين أشكال التحرير والنشر المستخدمة مع منشورات صفحة الكلية

الترتيب	النسبة	التكرار	أشكال التحرير والنشر
1	46.3%	44	الخبر
6	0.0%	0	المقال
3	15.8%	15	تقرير
5	1.1%	1	مقابلة
5	1.1%	1	تعليق على حدث
4	2.1%	2	نص على خلفية فيسبوك
2	33.7%	32	إعلانات
6	0.0%	0	رسوم ساخرة
	100.0%	95	المجموع

إنّ تعدد الأشكال الصحفية يضمن معالجة الوقائع والظواهر والتطورات من جوانب مختلفة وبمستويات مختلفة،⁽¹⁾ ومن خلال الجدول رقم (7) يتضح اعتماد صفحة الكلية محل الدراسة على الخبر والإعلانات، ثم التقرير في عمليات النشر، حيث جاء الخبر أولاً بنسبة 46.3%، يليه بدرجة أقل

(1) أديب خضور، مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة، ط2، دمشق، المكتبة الإعلامية، 2000، ص56.

الإعلانات بنسبة 33.7%، بعد ذلك حلَّ التقرير ثالثاً بنسبة 15.8%، فيما تدنّت نسبة باقي أشكال التحرير والنشر الأخرى، باستثناء المقال والرسوم الساخرة؛ فلم يسجل أي تكرار وجاءت نسبتهما صفرية. إجمالاً يمكن القول إنّ صفحة الكلية محل الدراسة تعتمد على الأشكال الإخبارية في نشر موضوعاتها وموادها على الفيس بوك، وربما بسبب سياسة التحرير المعتمدة لديها، وهي الإخبار والإعلام للجمهور المتابع لصفحتها، والتي تتعلّق بالدرجة الأولى بالكلية من حيث النشاطات والزيارات والاجتماعات والجدول الدراسية وغيرها، وعدم نشر أي مواد تحمل رأياً ممّا قد يترتب عليه من خلاف و تجاذبات قد تؤثر في تحقيق أهدافها المتمثلة في تعليم طلبة الكلية بالتخصّصات المختلفة لديها.

8- مصدر الأخبار والمعلومات المنشورة على الصفحة:

جدول رقم (8)

يبين مصدر الأخبار والمعلومات المنشورة على صفحة الكلية

النسبة	التكرار	مصدر المنشورات
88.4%	84	مصادر داخلية
11.6%	11	مصادر خارجية
0.0%	0	لا توجد مصادر
100.0%	95	المجموع

الجدول رقم (8) يوضح لنا أنّ كل الأخبار والمعلومات المنشورة بصفحة الكلية محل الدراسة كانت تستقي من المصادر الداخلية والخارجية، حيث جاء الاعتماد على المصادر الداخلية بنسبة عالية بلغت 88.4%، فيما تراجعت نسبة الاعتماد على المصادر الخارجية وسجلت 11.6%. وبالتالي فالتنوع والتوازن في مصادر الأخبار والمعلومات يعد أمراً مرغوباً في مهنة الإعلام، لتحقيق التنوع في المصادر وإقناع المتلقي بالرسالة المنشورة.

9- الجمهور المستهدف من المنشورات على صفحة الكلية:

جدول رقم (9)

يبين الجمهور المستهدف من المنشورات على صفحة الكلية

الترتيب	النسبة	التكرار	الجمهور المستهدف
1	43.2%	41	طلبة
4	15.8%	15	أساتذة الكلية

5	%2.1	2	موظفون بالكلية
2	%21.1	20	كل ما سبق ذكره
3	%17.9	17	جمهور عام (خارج الكلية)
	%100.0	95	المجموع

من خلال الجدول رقم (9) نلاحظ أنَّ فئة الطلبة هم الأكثر استهدافاً من منشورات صفحة الكلية محل الدراسة، حيث حلت أولاً بنسبة 43.2%، وهي نتيجة متوقعة باعتبار أنَّ من أهداف الصفحة هو نشر كل ما هو يتعلّق بالإجراءات التعليمية والإدارية التي تهم طلابها خلال فصول الدراسة، بينما جاءت فئة كل ما سبق ثانياً بنسبة 21.1%، وربما يحسب لمنشورات الصفحة تنوعها في فئات الجمهور المستهدف، يلي ذلك جاءت بنسبة أقل فئة جمهور عام من خارج الكلية بنسبة 17.9%، بعد ذلك فئة أساتذة الكلية بنسبة 15.8%، وأخيراً بنسبة متدنية فئة موظفي الكلية بنسبة 2.1%. إجمالاً يمكن القول إنَّ منشورات صفحة الكلية محل الدراسة ركزت على جمهور الطلبة خلال فترة الدراسة وأهملت موضوعات وأخبار الموظفين بالكلية.

10- استفسارات الجمهور على منشورات صفحة الكلية:

جدول رقم (10)

يبين استفسارات الجمهور على منشورات صفحة الكلية

النسبة	التكرار	استفسارات الجمهور على المنشورات
%21.1	20	توجد استفسارات
%78.9	75	لا توجد استفسارات
%100.0	95	المجموع

فيما يتعلق باستفسار الجمهور على منشور الصفحة محل الدراسة نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) أنَّ أغلب المنشورات لا توجد عنها استفسارات، بينما المنشورات التي جاء عنها استفسارات حلت بنسبة 21.1%. وهذه النتيجة تعكس لنا أنَّ أغلب منشورات الصفحة عبارة عن أخبار وإعلانات، كما هو مبين بالجدول رقم (7).

11- الرد على استفسارات الجمهور المستخدم للصفحة:

جدول رقم (11)

يبين الرد على استفسارات الجمهور المستخدم لصفحة الكلية

النسبة	التكرار	الرد على استفسارات الجمهور
75.0%	15	يتم الرد
25.0%	5	لا يتم الرد
100.0%	20	المجموع

الجدول رقم (11) يوضح لنا أنَّ أغلب الاستفسارات الواردة من الجمهور المستخدم لصفحة الكلية محل الدراسة يتم الرد عليها، حيث جاء نسبة الرد على الاستفسارات بنسبة 75.0%، وهو ما يحسب لإدارة الصفحة في التفاعل مع الجمهور والتواصل معهم من خلال الرد على تعليقاتهم والرد عليها، مما يساعد في بناء علاقة قوية مع الجمهور وتشجيعهم على التفاعل بشكل مستمر، أما الاستفسارات التي لم يتم الرد عليها ف سجلت ما نسبته 25.0%.

12- علاقة مضمون منشورات الصفحة بأشكال تفاعل المستخدمين:

جدول رقم (12)

يبين علاقة مضمون منشورات الصفحة بأشكال تفاعل المستخدمين نحوه

الإجمالي		مشاركة		تعليق		إعجاب		أشكال التفاعل مضمون المنشورات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
38.0%	89	34.3%	23	40.3%	29	38.9%	37	موضوعات خاصة بالطلبة
3.4%	8	3.0%	2	1.4%	1	5.3%	5	ندوات ومؤتمرات ومحاضرات علمية
12.8%	30	13.4%	9	12.5%	9	12.6%	12	موضوعات خاصة بأساتذة الكلية
13.2%	31	13.4%	9	15.3%	11	11.6%	11	موضوعات ومعلومات خاصة بالدراسة والامتحانات
23.5%	55	28.4%	19	19.4%	14	23.2%	22	أنشطة وبرامج ثقافية للكلية والجامعة
4.7%	11	4.5%	3	5.6%	4	4.2%	4	موضوعات اجتماعية

(تهاني، تعازي)							
موضوعات خاصة بالموظفين والإداريين بالكلية	0	%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0
إعلانات عن المناسبات الدينية والوطنية	3	%3.2	1	%4.2	3	%3.2	7
أخرى	1	%1.1	1	%1.4	3	%1.3	3
المجموع	95	%100.0	72	%100.0	67	%100.0	234

النتائج الواردة في الجدول رقم (12) توضح لنا علاقة مضمون منشورات الصفحة محل الدراسة بأشكال تفاعل المستخدمين، حيث نالت الموضوعات الخاصة بالطلبة التفاعل الأكثر من قبل المستخدمين، وسجلت ما نسبته 38.0% من إجمالي أشكال التفاعل، بينما حل في المرتبة الثانية أنشطة وبرامج ثقافية للكلية والجامعة بنسبة 23.5%، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت فئة موضوعات ومعلومات خاصة بالدراسة والامتحانات بنسبة منخفضة بلغت 13.2%، يلي ذلك مباشرة فئة موضوعات خاصة بأساتذة الكلية بنسبة 12.8%، أما باقي الفئات فقد سجلت متدنية لأشكال تفاعل المستخدمين، باستثناء فئة موضوعات خاصة بالموظفين والإداريين بالكلية فقد سجلت نسبة صفرية، بسبب عدم وجود موضوعات أصلاً نشرت على الصفحة محل الدراسة، وهو ما يعد قصوراً في عدم متابعة إدارة الصفحة لأخبار وموضوعات تهم الموظفين وتتابع أحوالهم.

ومما سبق يمكن القول إنه كلما زاد نشر موضوعات خاصة بالطلبة زادت نسبة التفاعل نحوها، وهي الفئة المستهدفة من النشر على الصفحة محل الدراسة، والأكثر متابعة لمنشورات الصفحة كما هو مبين بالجدول رقم (13)، كما يتحقق التواصل مع طلبة الكلية عبر الصفحة من خلال تعليقاتهم وأسئلتهم عبر بريد الصفحة، وغالباً ما يبحث رؤساء الأقسام العلمية طلابهم على متابعة الصفحة لتزويدهم بكل جديد مما يتعلق بالعملية التعليمية.⁽¹⁾

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية.

(1) مقابلة الكترونية مع مشرف صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيسبوك، بتاريخ 12/9/2024.

فيما يلي يعرض الباحث البيانات والنتائج المتعلقة بالدراسة الميدانية، التي تم التوصل إليها من خلال استخدام أداة الاستبيان الإلكتروني على عينة عشوائية قوامها 60 مفردة من المعجبين والمتابعين لصفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك خلال فترة الدراسة، وباستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، جاءت النتائج على النحو التالي:

13- الخصائص الديموغرافية للمبحوثين عينة الدراسة:

جدول رقم (13)

يبين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين

النسبة	التكرار	النوع
75	45	ذكر
25	15	أنثى
100.0%	60	المجموع
النسبة	التكرار	العمر
63.3%	38	من 18 – 32
31.7%	19	من 33 – 47
5%	3	من 48 – 62
0%	0	من 63 فأكثر
100.0%	60	المجموع
النسبة	التكرار	الصفة
41.7%	25	طالب كلية أصول الدين
20.0%	12	طالبة كلية أصول الدين
1.7%	1	طالبة في كليات أخرى
21.7%	13	عضو هيئة تدريس بالكلية
3.3%	2	عضو هيئة تدريس بكليات أخرى
6.7%	4	موظفة بالكليات الأخرى
5.0%	3	خريج الكلية
100.0%	60	المجموع

الجدول رقم (13) يبين ما يلي:

- إنَّ غالبية جنس المبحوثين عينة الدراسة كانت من فئة الذكور حيث جاءت بنسبة 75%، بينما فئة الإناث فقد ظهرت بنسبة 25%، وهي نتيجة متوقعة على اعتبار أنَّ كل أقسام الكلية منذ تأسيسها للذكور فقط، باستثناء قسمي القراءات القرآنية والإعلام الإسلامي اللذين فتحا باب القبول للإناث خلال العام الدراسي 2019-2020م.
 - فيما يتعلَّق بالمرحلة العمرية للبحثيين عينة الدراسة نلاحظ أنَّ أكثر من نصف العينة جاءت في المرحلة العمرية من 18-32 بنسبة مئوية بلغت 63.3%، أمَّا المرتبة الثانية فقد سُجلت للفئة العمرية من 33-47 بنسبة 31.7%، بينما تدنَّت نسبة الفئة العمرية من 62-68 وجاءت بـ 5%، ولم تسجل الفئة العمرية من 63 فأكثر أي تكرار.
 - كما جاءت صفة طالب بالكلية أولاً بنسبة 41.7%، من بين عينة الدراسة، يلي ذلك صفة عضو هيئة تدريس بالكلية بنسبة 21.7%، ثم بدرجة أقل صفة طالبة بالكلية بنسبة 20.0%، فيما تراجعت باقي الفئات وسجلت نسباً متقاربة.
- 14- درجة استخدام المبحوثين عينة الدراسة لصفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك.

جدول رقم (14)

يبين درجة استخدام المبحوثين للصفحة محل الدراسة

النسبة	التكرار	درجة الاستخدام
13.3%	8	بدرجة قليلة
48.3%	29	بدرجة متوسطة
38.3%	23	بدرجة كبيرة
100.0%	60	المجموع

أوضحت البيانات الواردة في الجدول رقم (14) أنَّ المبحوثين عينة الدراسة يستخدمون صفحة الكلية محل الدراسة بدرجة متوسطة بنسبة 48.3%، بينما الذين يستخدمون الصفحة بدرجة كبيرة كانوا بنسبة 38.3%، في حين الذين يستخدمون الصفحة بدرجة قليلة جاءت بسببتهم بـ 13.3%.

- 15- مستوى تفاعل المبحوثين مع منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك.

جدول رقم (15)

يبين مستوى تفاعل المبحوثين مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة

النسبة	التكرار	مستوى التفاعل
21.7%	13	منخفض

متوسط	28	46.7%
مرتفع	19	31.7%
المجموع	60	100.0%

البيانات الواردة في الجدول رقم (15) تبين أن المبحوثين عينة الدراسة الذين يتفاعلون مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة بدرجة متوسطة أولاً، بنسبة 46.7%، بينما الذين يتفاعلون بدرجة مرتفعة كانوا بنسبة 33.7%، أما الذين يتفاعلون مع منشورات الصفحة بدرجة قليلة فقد جاءت نسبتهم بـ 21.7%.

16- علاقة مستوى التفاعل مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة بمتغير جنس المبحوثين.

جدول رقم (16)

يبين علاقة مستوى التفاعل بمتغير جنس المبحوثين

الجنس التفاعل	ذكر		أنثى		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	7	11.7%	6	10.0%	13	21.7%
متوسط	24	40.0%	4	6.7%	28	46.7%
مرتفع	14	23.3%	5	8.3%	19	31.7%
المجموع	45	75.0%	15	25.0%	60	100.0%
قيمة كا ² المحسوبة = 4.834 ^a درجة الحرية = 2 مستوى معنوية (0.089)						

من خلال الجدول رقم (16) المتعلق بقياس علاقة مستوى تفاعل المستخدمين لمنشورات صفحة الكلية محل الدراسة بمتغير الجنس، يتضح أن درجة تفاعل الذكور جاءت متوسطة لديهم أولاً بنسبة بلغت 40.0%، بينما الإناث جاءت لديهن درجة تفاعل منخفضة أولاً بنسبة 8.3%.

وعند اختبار العلاقة ما بين متغيري الجنس ومستوى تفاعل المبحوثين عينة الدراسة، وباستخدام اختبار استقلالية العلاقة، أسفرت نتائج الاختبار عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية؛ حيث جاءت قيمة كا² المحسوبة = 4.834^a، وهي غير دالة إحصائياً عند درجة الحرية = 2، وعند مستوى معنوية (0.089).

17- علاقة مستوى التفاعل مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة بمتغير صفة المبحوثين.

جدول رقم (17)

يبين علاقة مستوى التفاعل بمتغير صفة المبحوثين

التفاعل	منخفض	متوسط	مرتفع	الإجمالي
---------	-------	-------	-------	----------

الصفة	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
طالب كلية أصول الدين	3	5.0%	13	21.7%	9	15.0%	25	41.7%
طالبة كلية أصول الدين	5	8.3%	4	6.7%	3	5.0%	12	20.0%
طالبة في كليات أخرى	1	1.7%	0	0%	0	0%	1	1.7%
عضو هيئة تدريس بالكلية	2	3.3%	7	11.7%	4	6.7%	13	21.7%
عضو هيئة تدريس بكليات أخرى	1	1.7%	1	1.7%	0	0%	2	3.3%
موظف بالكليات الأخرى	1	1.7%	2	3.3%	1	1.7%	4	6.7%
خريج الكلية	0	0%	1	1.7%	2	3.3%	3	5.0%
المجموع	13	21.7%	28	46.7%	19	31.7%	60	100.0%
قيمة كا ² المحسوبة=11.609 ^a درجة الحرية =12 مستوى معنوية (0.478)								

أظهرت النتائج الواردة في الجدول السابق رقم (17) أنَّ طلاب وأعضاء هيئة التدريس بكلية الدعوة وأصول الدين جاء مستوى تفاعلهم مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة بدرجة متوسطة أولاً، في حين أنَّ طالبات الكلية جاء لديهن مستوى التفاعل بدرجة منخفضة أولاً، بينما باقي الفئات سجلت نسباً متدنية ومتقاربة في مستوى التفاعل مع منشورات الكلية.

وعند اختبار العلاقة ما بين متغيري صفة المبحوثين ومستوى التفاعل، وباستخدام اختبار استقلالية العلاقة، أسفرت نتائج الاختبار عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية؛ حيث جاءت قيمة كا² المحسوبة=11.609^a، وهي غير دالة إحصائياً عند درجة الحرية =12، وعند مستوى معنوية (0.478).

18- أشكال تفاعل المبحوثين مع منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على فيسبوك

جدول رقم (18)

يبين أشكال تفاعل المبحوثين مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة.

النسبة	التكرار	أشكال التفاعل
75.0%	45	أقوم بقراءة المنشورات ومشاهدة الصور والفيديو
45.0%	27	أسجل إعجاب like أو مشاركة share المحتوى الموجود على الصفحة
16.7%	10	أعلق على المنشورات الموجودة على الصفحة comment

أقوم بالنشر post على الصفحة (منشور -صورة- فيديو)	1	1.7%
مجموع من سئلوا(سمح للمبحوث اختيار أكثر من إجابة)	60	100.0%

من خلال الجدول رقم (18) يتضح أنَّ أبرز أشكال تفاعل المستخدمين لصفحة الكلية محل الدراسة والتحليلي هي "أقوم بقراءة المنشورات ومشاهدة الصور والفيديو" بنسبة 75.0%، يلي ذلك تسجيل الإعجاب like أو مشاركة share المحتوى الموجود على الصفحة بنسبة 45.0%، في حين تراجع شكل التفاعل بالتعليق على المنشورات الموجودة على الصفحة comment حيث جاء بنسبة 16.7%، بينما تدنت نسبة التفاعل بالنشر على صفحة الكلية بـ 1.7%.

نستنتج ممَّا سبق أنَّ تفاعل مفردات عينة الدراسة مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة بالمتابعة والإعجاب، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصَّلت إليه نتائج الدراسة التحليلية في الجدول رقم (2)، أمَّا باقي أشكال التفاعل فأنَّها تحتاج إلى المراجعة من قبل القائمين على هذه الصفحة لغرض تحسينها وتحديثها، فكلما تفاعل المستخدم مع منشورات صفحة الكلية بأشكال متعدِّدة زاد عدد مرات ظهور باقي منشورات الصفحة أمامه على الفيس بوك.

19- مستوى رضا المستخدمين عن منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على فيسبوك

جدول رقم (19)

يبين مستوى رضا المبحوثين مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة

النسبة	التكرار	مستوى الرضا
8.3%	5	ضعيف
50.0%	30	متوسط
41.7%	25	جيد
100.0%	60	المجموع

أوضحت البيانات الواردة في الجدول رقم (17) أنَّ درجة رضا من قبل المستخدمين عن منشورات الصفحة محل الدراسة ما بين المتوسط والجيد، حيث جاء نصف المبحوثين مستوى رضاهم بدرجة متوسطة بنسبة 50.0%، بينما الذين مستوى رضاهم بدرجة جيدة فكانت نسبتهم 41.7%، أمَّا الذين درجة رضاهم عن منشورات الصفحة ضعيفة فقد جاءت نسبتهم ضعيفة وهي 8.3%، وبالتالي يمكن القول إنَّ منشورات صفحة الكلية محل الدراسة على الفيس بوك نالت درجة رضا المستخدمين بدرجة متوسطة وجيدة.

20- أشكال رضا المبحوثين عن أداء صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على فيسبوك.

جدول رقم (20)

يبين أشكال رضا المبحوثين عن أداء صفحة الكلية محل الدراسة

العبارة	معارض		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب العام
	ك	%	ك	%	ك	%				
أرى أنَّ اللغة المستخدمة في الصفحة مناسبة	0	0.0%	8	13.0%	52	86.7%	2.87	0.34	95.67	موافق
الصفحة تقدم كل ما احتاج معرفته من أخبار ومعلومات عن الكلية	9	15.0%	17	28.3%	34	56.7%	2.42	0.74	80.67	موافق
لاحظت سرعة تحديث الحالة الخاصة posts بالصفحة	7	11.7%	27	45.0%	26	43.3%	2.32	0.67	77.33	محايد
الصفحة تستخدم وسائل جذب مختلفة (صور - فيديو - رسومات - خرائط)	16	26.7%	15	25.0%	29	48.3%	2.22	0.84	74	محايد
توجد سرعة في قبول نشر المنشورات posts المرسله من قبل المستخدمين على الصفحة	13	21.7%	24	40.0%	33	38.3%	2.17	0.76	72.33	محايد
الصفحة تقدم محتوى يفيدني في دراستي وبحثي	14	23.3%	22	36.7%	44	40.0%	2.17	0.78	72.33	محايد

توجد سرعة في الرد على التعليقات من قبل القائمين على الصفحة (الآدمن)	1	0	16%	26	43%	2	40%	2.23	0.72	74.33	محايد
الصفحة تهتم بمشاكل الطالبة واستطلاع آرائهم	1	8	30%	20	33%	2	36%	2.07	0.81	69	محايد
هناك سرعة في الرد على الرسائل من قبل القائمين على الصفحة (الآدمن)	1	1	18%	28	46%	2	35%	2.17	0.71	72.33	محايد
الدرجة الكلية											محايد
								2.29	0.75	76.33	

من خلال النتائج الموضّحة في الجدول السابق رقم (20) تم التعرف على ردود المبحوثين حول درجة رضاهم عن أداء صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على فيسبوك ، حيث جاء الاتجاه العام للفقرات محايد، وبمتوسط حسابي يساوي 2.29، وانحراف معياري يساوي 0.75 ووزن نسبي بلغ 76.33%. أمّا الفقرتان الأولى والثانية فجاءتا بدرجة موافق وبوزن نسبي 95.67% و 80.67%، و بالتالي نستنتج أنّ اللغة المستخدمة في عمليات النشر على صفحة الكلية محل الدراسة كانت مناسبة للمتابعين لها، وقد وفرت لهم كل المعلومات والأخبار التي يحتاجونها عن الكلية، في حين أنّ باقي الفقرات قد جاءت كلها بدرجة محايد وبوزن نسبي ومتوسطات حسابية متقاربة فيما بينها.

خاتمة:

التوصيات:

من خلال النتائج التي توصّلت إليها الدراسة يمكن أن نوصي بالآتي:

- التنوّع في نشر موضوعات وأخبار الكلية والجامعة لتحقيق درجة متابعة وتفاعل أكثر من المستخدمين لها، وكذلك إتاحة الفرصة للمتابعين في المشاركة والنشر على حائط الصفحة بما يتماشى مع توجهات وأهداف الكلية ويحقق غاياتها.
- توظيف تطبيقات وأدوات الفيس بوك في عمليات نشر الأخبار والموضوعات على صفحة الكلية، كاستطلاع آراء المتابعين والمتفاعلين والرد على استفساراتهم عن منشورات الصفحة.

- استخدام أشكال التحرير الصحفي المختلفة في متابعة ورصد أخبار ونشاطات كلية الدعوة وأصول الدين، لشد انتباه المستخدمين للصفحة محل الدراسة لغرض الترويج للتخصصات الموجودة بالكلية وأهميتها في سوق العمل.
- توثيق صفحة الكلية محل الدراسة بالعلامة الزرقاء، مما يزيد ثقة الجمهور في منشوراتها، وكذلك زيادة نسبة النشر لأخبار وموضوعات الندوات والمؤتمرات والمحاضرات العلمية التي تنظمها الكلية والجامعة.
- إجراء المزيد من الدراسات والبحوث عن مضمون صفحات الجامعة وكلياتها، وكذلك اتجاهات وأشكال تفاعل الجمهور وكسب ثقتهم ورضاهم عن أداء هذه الصفحات.
- الاستفادة من صفحات الفيس بوك في تطوير العملية التعليمية من خلال عمل برامج إعلامية وتعليمية تحفز الطلبة على المشاركة والتفاعل، وتدعم تحصيلهم العلمي في مجال النشر والدعوة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المصادر والمراجع

أولاً / الكتب:

- (1) أحمد سالم الأحمد، علم اجتماع الأسرة بين التنظير والواقع المتغير، دار الكتاب الجديد المتحدة، طرابلس، 2004م.
- (2) أديب خضور، مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة، ط2، دمشق، المكتبة الإعلامية، 2000.
- (3) حافظ عبد الرشيد بن عبد العزيز، أساسيات البحث العلمي، مركز النشر العلمي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2012.
- (4) حسنين شفيق، الإخراج الصحفي الإلكتروني، رحمة برس للنشر والطباعة، القاهرة، 2007.
- (5) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط2، القاهرة، عالم الكتاب، 2006.
- (6) عاطف عدلي العبد، دراسات في الإعلام العماني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1990.
- (7) عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، القاهرة، مطبعة لجنة ألبن العربية، 1988.
- (8) عبد الملك الدناني، سامية أحمد هاشم، مناهج بحوث الاتصال الحديثة، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2016.
- (9) محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
- (10) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- (11) محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- (12) محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2005.
- (13) نعمات أحمد عثمان، فنون التحرير الصحفي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2009.
- (14) ياسر الخضير البياتي، الإعلام الجديد، الدولة الافتراضية الجديدة، عمان، دار البداية، 2014.
- (15) عبد القادر عبد الله عرابي، المناهج الكيفية في العلوم الاجتماعية، دار الفكر، دمشق، 2007.
- (16) وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد: تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية - لبنان، 2017.
- (17) السيد احمد مصطفى عمر، البحث العلمي، مفهومه وإجراءاته ومناهجه، منشورات جامعة قار يونس، بنغازي، 1994.

ثانياً / الرسائل والدوريات العلمية:

- (1) بسام عطية المكاوي، توظيف الجامعات العربية لصفحاتها الرسمية على الشبكة الاجتماعية فيسبوك وعلاقتها بدعم العملية التعليمية: دراسة مسحية، مجلة كلية الآداب، جامعة بني سويف، الجزائر، العدد 50، يناير/ مارس 2019.
- (2) بشرى مداسي، الإعلام التفاعلي: دراسة في السمات التفاعلية- الأدوار- النظريات، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة الجزائر 3، المجلد 12، العدد 2، السنة 2022.
- (3) حياة رحو، مضامين صفحات الجامعات على فيسبوك: دراسة تحليلية للصفحة الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصد مرباح، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- (4) رمزي محمد أبو كتيف، حنان معتوق أحمد، فاعلية الفيس بوك في التعليم الجامعي أثناء جائحة كورونا، مجلة الإعلام والفنون، الأكاديمية الليبية للدراسات العليا، العدد 1، السنة الأولى، مارس 2020، ص 46-71، رابط المجلة (<https://amj.academy.edu.ly/ar/j>)
- (5) صونية عبيش، الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2015.
- (6) عبد الله بن خميس الكندي، هلال بن علي الرشيد، استخدامات طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية و الإشباع المتحققة: دراسة تحليلية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب، المجلد 13، العدد 1، 2016.
- (8) لامية طالة، نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران 02، العدد 10، جوان 2009.
- (9) نهى صبري القطاونة، استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأزمة الأفغانية "الفيس بوك نموذجاً"، مجلة الإعلام والفنون، الأكاديمية الليبية للدراسات العليا، العدد 6، السنة الثانية، سبتمبر 2021، رابط المجلة (<https://amj.academy.edu.ly/ar/j>)
- (10) سحر أحمد غريب، استخدام الطلاب للصفحات الرسمية لجامعاتهم على موقع فيسبوك و الإشباع المتحققة لديهم، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، المجلد 18، العدد 4، ديسمبر 2019.
- (11) عبد المنعم مفتاح محمد فرج، دوافع استخدام طلاب الجامعات الليبية لموقع تويتر في الحصول على المعلومات السياسية و الإشباع المتحققة منه، مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراتة، العدد 11، السنة 6، يونيو، 2021.
- (12) فتيحة بوغازي، شبكات التواصل الاجتماعي وإشكالية الهوية المهنية للصحفي، مجلة LANCOMNET، مخبر البحث في اللغات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الجزائر 3، عدد إصدار خاص 2013.

ثالثاً / المقابلات:

- (1) مقابلة عبر الهاتف مع مسجل عام الكلية، عبد الرؤوف العنيري، يوم الاثنين الموافق 2024/9/16.
- (2) مقابلة مع مدير إدارة شؤون أعضاء هيئة التدريس، خالد بن صالح، بمكتبه يوم الأحد، الموافق 2024/9/8.
- (3) مقابلة مع: أحمد مفتاح زربيط، رئيس قسم الإعلام الإسلامي، بكلية الدعوة وأصول الدين، الجامعة الأسمرية الإسلامية، زليتن، ليبيا 2024.

رابعاً / المواقع الإلكترونية:

- (1) الموقع الإلكتروني الرسمي لكلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية على شبكة المعلومات الدولية: http://asmarya.edu.ly/dfr/?page_id=1523

