

## الفصل الرابع

### نتائج الدراسة

#### 1،4 تمهيد

تناول هذا الفصل نتائج الدراسة التي تم الحصول عليها من خلال تحليل مضمون لصفحات الدعاة الأردنيين عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بما يحقق الإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقق أهدافها.

وسيتم عرض نتائج هذه الدراسة في هذا الفصل وفقاً لأسئلة الدراسة، وعلى النحو الآتي:

#### 4، 2 نتائج طبيعة منشورات الدعاة الأردنيين على صفحات الفيس بوك:

والسؤال الذي تسعى الدراسة للإجابة عنه هو: ما طبيعة منشورات الدعاة الأردنيين على صفحات

الفيس بوك من حيث اتجاه الموضوع والشكل الفني؟ وهي على النحو الآتي:

أولاً: فئة الموضوع: لقد تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للإجابة عن هذا السؤال

فيما يخص هذه الفئة، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول 1، 4: تكرارات طبيعة منشورات الدعاة الأردنيين على صفحات الفيس بوك من حيث الموضوع

الرتبة	المجموع		محمد نوح		إياد قنبي		أحمد قورشه		زيد المصري		الداعية المنشور
	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	
1	80.2	1455	17.4	253	14	204	29	421	39.7	577	ديني
4	3.3	60	8.3	5	21.7	13	51.7	31	18.3	11	سياسي
3	5.2	95	23.2	22	18.9	18	23.2	22	34.7	33	اجتماعي
2	10.4	189	8.5	16	15.3	29	14.3	27	61.9	117	إعلان
5	0.8	15	0	0	53.3	8	20	3	26.7	4	أخرى
	100	1814	المجموع								

جدول (4) ويمثل توزيعات تكرارات طبيعة منشورات الدعاة الأردنيين على صفحات الفيس بوك من حيث الموضوع

تبين من الجدول السابق أن فئة الموضوع الديني هي الأعلى بين الموضوعات التي تناولتها منشورات الدعاة الأردنيين، حيث حازت على نسبة (80.21%) بعدد تكرارات بلغت (1455)، وكان الداعية الأكثر استخداماً له هو زيد المصري بنسبة بلغت (39.7%)، بينما جاءت فئة موضوع الإعلانات في المرتبة الثانية بنسبة (10.41%) بتكرارات بلغت (189)، كان الداعية الأكثر استخداماً له هو زيد المصري، بنسبة بلغت (61.9%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة اجتماعي بنسبة (5.24%) بعدد تكرارات (95)، وكان الداعية الأكثر استخداماً له هو زيد المصري، بنسبة بلغت (34.7%)، وتلتها فئة سياسي بنسبة (3.31) وعدد (60) تكراراً، كان الداعية الأكثر استخداماً له هو الدكتور أحمد قورشه، بنسبة بلغت (51.7%)، وفئة موضوعات آخر بنسبة ضئيلة دون واحد بالمئة (0.83).

ثانياً: فئة الشكل الفني:

لقد تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للإجابة عن هذا السؤال فيم يخص هذه الفئة،

والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول 2، 4: تكرارات طبيعة منشورات الدعاة على صفحات الفيس بوك من حيث الشكل الفني

الرتبة	المجموع		محمد نوح		إياد قنبي		أحمد قورشه		زيد المصري		الداعية المنشور
	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	
6	1.6	29	13.8	4	17.2	5	10.3	3	58.6	17	صورة
2	33.5	607	1.6	10	12.7	77	19.1	116	66.6	404	صورة/نص
1	36.7	665	33.4	222	6.8	45	43.8	291	16.1	107	فيديو
4	5.1	92	3.3	3	0	0	0	0	96.7	89	إذاعة
3	21.6	391	14.8	58	36.6	143	21	82	27.6	108	نص
5	1.7	30	3.3	1	0	0	93.3	28	3.3	1	رابط
	100	1814					المجموع				

جدول (5) ويبين توزيعات تكرارات طبيعة منشورات الدعاة الأردنيين على صفحات الفيس بوك من حيث الشكل الفني

تبين من الجدول السابق أن فئة فيديو هي الأعلى بين الأشكال الفنية التي استخدمتها منشورات

الدعاة الأردنيين، حيث حازت على نسبة (36.7%) بعدد تكرارات بلغت (665)، وكان الداعية الأكثر

استخداماً له هو أحمد قورشه بنسبة (43.8%)، بينما جاءت فئة صورة ونص في المرتبة الثانية بنسبة

(33.5%) بتكرارات بلغت (607)، وكان الداعية الأكثر استخداماً له هو زيد المصري بنسبة بلغت

(66.6%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة نص بنسبة (21.6%) بعدد تكرارات (391)، وكان الداعية

الأكثر استخداماً له هو الدكتور إياد قنبي بنسبة بلغت (36.6%)، وتلتها فئة (بودكاست) بنسبة

(5.1%) وتكرارات (92)، كان الداعية الأكثر استخداماً له هو زيد المصري، بنسبة بلغت (96.7%)،

وفئة رابط بنسبة ضئيلة (1.7%) وتكرارات (30)، كان الداعية الأكثر استخداماً له هو الدكتور أحمد

قورشة، بنسبة بلغت (93.3%)، تكراراً، وجاءت صورة بنسبة (1.6%) وعدد تكرارات (29) تكراراً، كان الداعية الأكثر استخداماً له هو زيد المصري بنسبة بلغت (58.6%).

#### 4، 3 نتائج الأطر الإعلامية:

والسؤال الذي أجابت عنه هذه الدراسة: ما الأطر الإعلامية التي يستخدمها الدعاة الأردنيين

في منشوراتهم عبر صفحات الفيس بوك؟

لقد تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للإجابة عن هذا السؤال فيما يخص هذه الفئة، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول 3، 4: توزيعات تكرارات الأطر الإعلامية التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيس بوك

الرتبة	المجموع		محمد نوح		إياد قنبي		أمجد قورشه		زيد المصري		الداعية المنشور
	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	
3	19.2	348	13.2	46	26.7	93	31.6	110	28.4	99	إنساني
5	9.0	163	32.5	53	4.3	7	17.8	29	45.4	74	اقتصادي
2	19.8	359	7.5	27	12.3	44	32.3	116	47.9	172	مسؤولية
4	18.0	327	2.1	7	23.2	76	50.5	165	24.2	79	صراع
1	33.7	611	26.7	163	8	49	13.7	84	51.6	315	أخلاق
6	0.3	6	0	0	50	3	0	0	50	3	غير ذلك
	100	1814	المجموع								

جدول (6) يوضح توزيعات تكرارات الأطر الإعلامية التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيس بوك

تبين من الجدول السابق أن فئة الإطار أخلاقي هي الأعلى بين الأطر الإعلامي التي استخدمتها منشورات الدعاة الأردنيين، حيث حازت على نسبة (33.7%) بعدد تكرارات بلغت (611)، وأن الداعية زيد المصري هو أكثر الدعاة توظيفاً لهذا الإطار، بينما جاءت فئة اسناد المسئولية في المرتبة الثانية بنسبة (19.8%) بتكرارات بلغت (359)، وأن أكثر الدعاة استخداماً له كان الداعية زيد المصري بنسبة بلغت (51.6%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة المصلحة الإنسانية بنسبة (19.2%) بعدد تكرارات (348)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو الدكتور أمجد قورشة، بنسبة بلغت (31.6%)، وفي المرتبة الرابعة جاءت فئة (الصراع) بنسبة بلغت (18%) وعدد تكرارات (327)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو الداعية أمجد قورشة بنسبة بلغت (50.5%)، أما الإطار الاقتصادي فجاء في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت (9%) و تكرارات (163)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو الداعية زيد المصري بنسبة بلغت (45.4%)، ولم يستخدم الدعاة أطراً أخرى إلا في نسبة ضئيلة جاءت بنسبة أقل من واحد بالمئة.

#### 4، 4 نتائج تحليل عناصر الإبراز:

والسؤال الذي أجابت عنه هذه الدراسة: ما عناصر الإبراز المصاحبة لما ينشره الدعاة الأردنيين عبر صفحات الفيس بوك؟ يشتمل هذا المحور على عدد من الفئات، وسيتم تناولها بحسب فئاتها، كل فئة في جدول منفصل، وتحليل منفصل، وعلى النحو الآتي:

أولاً: نتائج فئة خلفية المنشور: لقد تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للإجابة عن

هذا السؤال فيما يخص هذه الفئة، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول 4، 4: توزيعات تكرارات فئة خلفية المنشور التي استخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

الرتبة	المجموع		محمد نوح		إياد قنبي		أحمد قورشه		زيد المصري		الداعية المنشور
	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
2	25.0	453	45	204	11.5	52	17	77	26.5	120	استديو
4	16.9	306	5.2	16	28.4	87	54.6	167	11.8	36	منظر طبيعي
5	8.4	152	5.9	9	5.3	8	57.9	88	3.9	47	مكان عام
3	24.3	440	2.3	10	3	13	31.4	138	63.4	279	منظر إسلامي
1	25.5	463	12.3	27	24.6	114	7.3	34	55.7	258	أخرى
-	100	1814	المجموع								

تبين من الجدول السابق أن فئة خلفيات أخرى هي الأعلى بين الخلفيات التي استخدمتها منشورات الدعاة الأردنيين، حيث حازت على نسبة (25.5%) بعدد تكرارات بلغت (463)، وأن الداعية زيد المصري هو أكثر الدعاة توظيفاً لها، بينما جاءت فئة استديو في المرتبة الثانية بنسبة (25%) بتكرارات بلغت (453)، وأن أكثر الدعاة استخداماً له كان الداعية محمد نوح بنسبة بلغت (45%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة منظر إسلامي بنسبة (24.3%) بعدد تكرارات (440)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو زيد المصري، بنسبة بلغت (63.4%)، وفي المرتبة الرابعة جاءت فئة منظر طبيعي بنسبة بلغت (16.9%) وعدد تكرارات (306)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو الداعية أحمد قورشه بنسبة بلغت (54.6%)، أما فئة مكان عام فجاء في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت (8.4%) و تكرارات (152)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو الداعية أحمد قورشه بنسبة بلغت (57.9%).

#### ثانياً: نتائج فئة طول المنشور:

لقد تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للإجابة عن هذا السؤال فيما يخص هذه الفئة،

والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول 5، 4: توزيعات تكرارات فئة طول المنشور التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

الرتبة	المجموع		محمد نوح		إياد قنبي		أحمد قورشه		زيد المصري		الداعية المنشور
	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	
2	32	581	18.2	106	7.4	43	26.5	154	47.8	278	قصير
3	30.4	551	5.8	32	18	99	21.8	120	54.4	300	متوسط
1	37.6	682	22.7	155	19.4	132	33.9	231	24	104	طويل
-	100	1814	المجموع								

جدول (8) يظهر توزيعات تكرارات فئة طول المنشور التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

تبين من الجدول السابق أن فئة طويل هي الأعلى بين الفئات التي استخدمتها منشورات الدعاة الأردنيين، حيث حازت على نسبة (37.6%) بعدد تكرارات بلغت (682)، وأن الداعية أحمد قورشه هو أكثر الدعاة توظيفاً لهذه الفئة بنسبة بلغت (33.9)، بينما جاءت فئة قصير في المرتبة الثانية بنسبة (32%) بتكرارات بلغت (581)، وأن أكثر الدعاة استخداماً له كان الداعية زيد المصري بنسبة بلغت (47.8%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة متوسط بنسبة (30.4%) بعدد تكرارات (551)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو زيد المصري، بنسبة بلغت (54.4%).

ثالثاً: نتائج فئة تكرار المنشور:

لقد تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للإجابة عن هذا السؤال فيما يخص هذه الفئة،

والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول 6، 4: توزيعات تكرارات فئة تكرار المنشور التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

الرتبة	المجموع		محمد نوح		إياد قنبي		أحمد قورشه		زيد المصري		الداعية المنشور
	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	

1	96.9	1758	16.7	294	15	264	27.7	487	46.6	713	مرة
2	2.76	50	2	1	14	7	28	14	56	28	مرتان
3	0.34	6	0	0	50	3	0	0	50	3	ثلاث
-	100	1814	المجموع								

جدول (9) يبين توزيعات تكرارات فئة تكرار المنشور التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

تبين من الجدول السابق أن فئة مرة هي الأعلى بين فئات التكرار التي استخدمتها منشورات الدعاة الأردنيين، حيث حازت على نسبة (96.9%) بعدد تكرارات بلغت (1758)، وأن الداعية زيد المصري هو أكثر الدعاة توظيفاً لهذه الفئة بنسبة بلغت (46.6%)، بينما جاءت فئة مرتان في المرتبة الثانية بنسبة (2.76%) بتكرارات بلغت (50)، وأن أكثر الدعاة استخداماً له كان الداعية زيد المصري بنسبة بلغت (56%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة ثلاث مرات بنسبة أقل من واحد بالمئة، وهي نسبة ضئيلة لا يعول عليها وكانت لصالح كل من زيد المصري وإياد قنبي.

#### رابعاً: نتائج تحليل فئة القوى الفاعلة:

لقد تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للإجابة عن هذا السؤال فيما يخص هذه الفئة،

والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول 7، 4: توزيعات تكرارات فئة القوى الفاعلة التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

الرتبة	المجموع		محمد نوح		إياد قنبي		أحمد قورشه		زيد المصري		الداعية المنشور
	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	
2	21.9	397	14.5	43	4.7	13	31.9	161	24.3	180	نص شرعي
5	10.7	195	12.5	37	21.2	58	4	20	10.8	80	قول مأثور
4	15.2	276	1.4	4	1.5	4	33.9	171	13.1	97	رسمي
1	33.7	211	56.8	168	40.9	112	20	101	31.1	230	مختلط

3	18.5	335	14.9	44	31.8	87	10.1	51	20.7	153	بلا
-	100	1814	المجموع								

جدول (10) يوضح توزيعات تكرارات فئة القوى الفاعلة التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

تبين من الجدول السابق أن فئة مختلط (أي أكثر من اثنين من الفئات الأخرى) هي الأعلى بين الفئات التي استخدمتها منشورات الدعاة الأردنيين، حيث حازت على نسبة (33.7%) بعدد تكرارات بلغت (211)، وأن الداعية محمد نوح هو أكثر الدعاة توظيفاً لها بنسبة بلغت (56.8)، بينما جاءت فئة نص شرعي في المرتبة الثانية بنسبة (21.9%) بتكرارات بلغت (397)، وأن أكثر الدعاة استخداماً له كان الداعية أمجد قورشة بنسبة بلغت (31.9%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة (بلا) بنسبة (18.5%) بعدد تكرارات (235)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو إياد قنبي، بنسبة بلغت (31.8%)، وفي المرتبة الرابعة جاءت فئة رسمي بنسبة بلغت (15.2%) وعدد تكرارات (276)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو الداعية أمجد قورشة بنسبة بلغت (33.9%)، أما فئة قول مأثور فجاءت في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت (10.7%) و تكرارات (195)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو الداعية إياد قنبي بنسبة بلغت (21.2%).

#### 4، 5 نتائج تحليل الاستراتيجيات النفسية (السيكو دينامية):

والسؤال الذي أجابت عنه هذه الدراسة: ما الإستراتيجيات الإقناعية المصاحبة لما ينشره الدعاة الأردنيين عبر صفحات الفيس بوك؟ ويشتمل هذا المحور على عدد من الاستراتيجيات، وسيتم تناول، كل استراتيجية في جدول منفصل، وعلى النحو الآتي:

أولاً: نتائج تحليل فئة الترغيب والتخويف:

لقد تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للإجابة عن هذا السؤال فيما يخص هذه

الاستراتيجية، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول 8، 4: تكرارات استراتيجية الترغيب والتخويف التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

الرتبة	المجموع		محمد نوح		إياد القنبي		أمجد قورشة		زيد المصري		الداعية المنشور
	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	
1	19.9	361	32.4	117	12.3	44	27.7	100	27.7	100	وعد
2	15.5	282	0	0	23.4	66	35.5	100	41.1	116	مدح
3	14.8	268	34.6	75	12	26	43.6	117	23	50	أمل
5	12.7	231	0	0	0	0	0	0	100	231	إيقاظ
8	1.0	18	100	18	0	0	0	0	0	0	أخرى
7	9.5	172	0	0	16.3	28	32.6	56	51.2	88	وعيد
4	14.1	256	39.1	100	7.1	22	18	56	25.1	78	ذم
6	12.5	226	10.2	23	15	34	6.2	14	68.6	155	إنكار
	100	1814					المجموع				

جدول (11) يظهر توزيعات تكرارات استراتيجية الترغيب والتخويف التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

تبين من الجدول السابق أن فئة وعد هي الأعلى بين الفئات التي استخدمتها منشورات الدعاة

الأردنيين، حيث حازت على نسبة (19.9%) بعدد تكرارات بلغت (361)، وأن الداعية محمد نوح هو

أكثر الدعاة توظيفاً لها بنسبة بلغت (32.4%)، بينما جاءت فئة المدح في المرتبة الثانية بنسبة (15.5%)

بتكرارات بلغت (282)، وأن أكثر الدعاة استخداماً له كان الداعية زيد المصري بنسبة بلغت

(41.1%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة أمل بنسبة (14.8%) بعدد تكرارات (268)، وكان أكثر

الدعاة استخداماً له هو أمجد قورشة، بنسبة بلغت (43.6%)، أما فئة ذم فجاءت في المرتبة الرابعة بنسبة

بلغت (14.1%) و تكرارات (256)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو الداعية محمد نوح بنسبة بلغت (39.1%). وفي المرتبة الخامسة جاءت فئة إيقاظ بنسبة بلغت (12.7%) وعدد تكرارات (231)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو زيد المصري بنسبة بلغت (100%).

وفي المرتبة السادسة جاءت فئة إنكار بنسبة بلغت (12.5%) وعدد تكرارات (226)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو زيد المصري بنسبة بلغت (68.6%)، أما فئة وعيد فجاءت في المرتبة السابعة بنسبة بلغت (9.5%) وتكرارات (172)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو الداعية زيد المصري بنسبة بلغت (51.2%). وأخيراً جاءت فئة أخرى بنسبة (1%) عند الداعية محمد نوح بنسبة (100%)

#### ثانياً: نتائج تحليل فئة الاستمالات المنطقية:

لقد تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للإجابة عن هذا السؤال فيما يخص هذه الاستراتيجية، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول 9، 4: توزيعات تكرارات الاستمالات المنطقية التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

المرتبة	المجموع		محمد نوح		إياد فتيحي		أحمد قورشه		زيد المصري		الداعية المنشور
	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
5	14.9	271	11.4	31	10.3	28	18.5	50	59.8	162	سنن كونية
4	15.8	286	22	63	8	23	30.4	87	39.5	113	استدراج
3	16.2	293	0	0	37.6	110	39.2	115	23.2	68	قياس
6	12.1	219	18.7	41	24.7	54	16.4	36	40.2	88	تحدي
2	19.1	348	5.5	19	16.7	58	46.8	163	31	108	تفكير
1	21.9	397	33.5	133	13.9	55	19.6	78	33	131	مختلط
	100	1814	المجموع								

جدول (12) يمثل توزيعات تكرارات الاستمالات المنطقية التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

تبين من الجدول السابق أن فئة مختلط هي الأعلى بين الفئات التي استخدمتها منشورات الدعاة الأردنيين، حيث حازت على نسبة (21.9%) بعدد تكرارات بلغت (397)، وأن الداعية محمد نوح هو أكثر الدعاة توظيفاً لها بنسبة بلغت (33.5%)، بينما جاءت فئة تفكر في المرتبة الثانية بنسبة (19.1%) بتكرارات بلغت (348)، وأن أكثر الدعاة استخداماً له كان الداعية أمجد قورشة بنسبة بلغت (46.8%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة قياس بنسبة (16.2%) بعدد تكرارات (293)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو أمجد قورشه، بنسبة بلغت (39.2%)، أما فئة استدراج فجاءت في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (15.8%) و تكرارات (286)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو الداعية زيد المصري بنسبة بلغت (39.5%). وفي المرتبة الخامسة جاءت فئة سنن كونية بنسبة بلغت (14.9%) وعدد تكرارات (271)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو زيد المصري بنسبة بلغت (59.8%). وفي المرتبة السادسة جاءت فئة تحدي بنسبة بلغت (12.1%) وعدد تكرارات (219)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو زيد المصري بنسبة بلغت (40.2%).

### ثالثاً: نتائج تحليل فئة الاستمالات اللغوية:

لقد تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للإجابة عن هذا السؤال فيما يخص هذه الاستراتيجيات، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول 10، 4: توزيعات تكرارات الاستمالات اللغوية التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

الرتبة	المجموع		محمد نوح		إياد قنبي		أمجد قورشة		زيد المصري		الداعية المنشور
	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	
1	15.5	282	57.8	163	8.5	24	30.5	86	3.2	9	استعارة
2	13.8	251	13.1	33	16.3	41	25.9	65	44.6	112	تشبيه
8	6.1	110	9.1	10	39.1	43	27.3	30	24.5	27	مجاز

3	10.0	182	19.8	36	17	31	25.8	47	37.4	68	تورية
3	10.0	182	30.8	56	37.4	68	18.1	33	13.7	25	كناية
6	7.8	142	3.5	5	28.9	41	36.6	52	31	44	جناس
7	7.1	129	31	40	3.9	5	39.5	51	25.6	33	سجع
9	6.0	109	18.3	20	39.4	43	21.1	23	21.1	23	طباق
10	5.4	98	16.3	16	17.4	17	50	49	16.3	16	مقابلة
5	8.3	151	33.1	50	13.3	20	44.4	47	22.5	34	تقسيم
4	9.8	178	12.4	22	26.4	47	41.6	74	19.7	35	أخرى
	100	1814	المجموع								

جدول (13) يبين توزيعات تكرارات الاستمالات اللغوية التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

تبين من الجدول السابق أن فئة استعارة هي الأعلى بين الفئات التي استخدمتها منشورات الدعاة الأردنيين، حيث حازت على نسبة (15.5%) بعدد تكرارات بلغت (282)، وأن الداعية محمد نوح هو أكثر الدعاة توظيفاً لهذا الأسلوب بنسبة بلغت (57.8%)، بينما جاءت فئة تشبيه في المرتبة الثانية بنسبة (13.8%) بتكرارات بلغت (251)، وأن أكثر الدعاة استخداماً له كان الداعية زيد المصري بنسبة بلغت (44.6%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة تورية بنسبة (10%) بعدد تكرارات (182)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو زيد المصري، بنسبة بلغت (37.4%)، أما فئة كناية فجاءت في المرتبة الثالثة مكرر بنسبة بلغت (10%) و تكرارات (182)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو الداعية إياد قنبي بنسبة بلغت (37.4%). وفي المرتبة الرابعة جاءت فئة أخرى بنسبة بلغت (9.8%) وعدد تكرارات (178)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو أمجد قورشة بنسبة بلغت (41.6%). وفي المرتبة الخامسة جاءت فئة تقسيم بنسبة بلغت (8.3%) وعدد تكرارات (151)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو محمد نوح بنسبة بلغت (33.1%).

بينما جاءت فئة جناس في المرتبة السادسة بنسبة (7.8%) بتكرارات بلغت (142)، وأن أكثر الدعاة استخداماً له كان الداعية أمجد قورشة بنسبة بلغت (36.6%)، وفي المرتبة السابعة جاءت فئة سجع بنسبة (7.1%) بعدد تكرارات (129)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو أمجد قورشة، بنسبة بلغت (39.5%)، أما فئة مجاز فجاءت في المرتبة الثامنة مكرر بنسبة بلغت (6.1%) وتكرارات (110)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو الداعية إياد قنبي بنسبة بلغت (39.1%). وفي المرتبة التاسعة جاءت فئة طباق بنسبة بلغت (6%) وعدد تكرارات (109)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو إياد قنبي بنسبة بلغت (39.4%). وفي المرتبة العاشرة جاءت فئة مقابلة بنسبة بلغت (5.4%) وعدد تكرارات (98)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو أمجد قورشة بنسبة بلغت (50%).

#### رابعاً: نتائج تحليل فئة الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية:

لقد تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للإجابة عن هذا السؤال فيما يخص هذه الاستراتيجية، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول 11، 4: توزيعات تكرارات الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية التي يستخدمها الدعاة على

صفحات الفيسبوك.

الرتبة	المجموع		محمد نوح		إياد قنبي		أمجد قورشة		زيد المصري		الداعية المنشور
	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	
4	15.7	284	23.2	66	24.3	69	31	88	21.5	61	العرف الساند
2	19.7	357	15.7	56	10.4	37	46.8	167	27.2	97	سرد القصص
1	30.5	554	15.7	87	13.9	77	37.5	208	32.9	182	الأمثال

3	18.5	335	12.5	42	14.9	50	12.8	43	59.7	200	قوانين
4	15.7	284	31	88	26.8	76	22.2	63	20.1	57	مختلط
	100	1814	المجموع								

جدول (14) يوضح توزيعات تكرارات الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

تبين من الجدول السابق أن فئة الأمثال هي الأعلى بين الفئات التي استخدمتها منشورات الدعاة الأردنيين، حيث حازت على نسبة (30.5%) بعدد تكرارات بلغت (554)، وأن الداعية أمجد قورشة هو أكثر الدعاة توظيفاً لها بنسبة بلغت (37.5%)، بينما جاءت فئة سرد القصص في المرتبة الثانية بنسبة (19.7%) بتكرارات بلغت (357)، وأن أكثر الدعاة استخداماً له كان الداعية أمجد قورشة بنسبة بلغت (46.8%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة قوانين بنسبة (18.5%) بعدد تكرارات (335)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو زيد المصري، بنسبة بلغت (59.7%)، أما فئة العرف السائد فجاءت في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (15.7%) و تكرارات (284)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو الداعية أمجد قورشة بنسبة بلغت (31%). وفي المرتبة الرابعة مكرر جاءت فئة مختلط بنسبة بلغت (15.7%) وعدد تكرارات (284)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو محمد نوح بنسبة بلغت (31%).

#### خامساً: نتائج تحليل فئة استراتيجية إنشاء المعاني:

لقد تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للإجابة عن هذا السؤال فيما يخص هذه

الاستراتيجية، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول 12، 4: تكرارات استراتيجية إنشاء المعاني التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

الرتبة	المجموع		محمد نوح		إياد قنبي		أمجد قورشة		زيد المصري		الداعية المنشور
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	

6	9.3	168	25.6	43	6.5	11	46.4	78	21.4	36	علامة أو إشارة
4	10.5	190	15.3	29	10.5	20	24.2	46	50	95	شعارات/ رموز
2	14.2	258	8.5	22	13.2	34	20.5	53	57.8	149	الإنشاء والخبر
3	12.3	223	35.4	79	13.9	31	28.3	63	22.4	50	تقديم/ تأخير
7	8.2	149	11.4	17	30.9	46	31.5	47	23.2	39	إيجاز
4	10.5	190	15.3	29	9.5	18	33.7	64	41.6	79	القصر
1	17.9	325	10.5	34	19.7	64	34.8	113	35.1	114	التوكيد
5	10.4	189	31.7	60	11.1	21	23.8	45	33.3	63	الإطناب
8	6.7	122	23.8	29	35.2	43	20.5	25	20.5	25	مختلط
	100	1814	المجموع								

جدول (15) يمثل توزيعات تكرارات استراتيجية إنشاء المعاني التي يستخدمها الدعاة على صفحات الفيسبوك

تبين من الجدول السابق أن فئة التوكيد هي الأعلى بين الفئات التي استخدمتها منشورات الدعاة الأردنيين، حيث حازت على نسبة (17.9%) بعدد تكرارات بلغت (325)، وأن الداعية زيد المصري هو أكثر الدعاة توظيفاً لهذه الفئة نسبة بلغت (35.1%)، بينما جاءت فئة الإنشاء والخبر في المرتبة الثانية بنسبة (14.2%) بتكرارات بلغت (258)، وأن أكثر الدعاة استخداماً له كان الداعية زيد المصري بنسبة بلغت (57.8%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة التقديم والتأخير بنسبة (12.3%) بعدد تكرارات (223)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو محمد نوح، بنسبة بلغت (35.4%)، أما فئة شعارات ورموز فجاءت في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (10.5%) و تكرارات (190)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو الداعية زيد المصري بنسبة بلغت (50%). أما فئة القصر فجاءت في المرتبة الرابعة مكرر بنسبة بلغت (10.5%) وتكرارات (190)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو الداعية زيد المصري بنسبة بلغت (41.6%).

وفي المرتبة الخامسة جاءت فئة الإطناب بنسبة بلغت (10.4%) وعدد تكرارات (189)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو زيد المصري بنسبة بلغت (33.3%). وفي المرتبة السادسة جاءت فئة علامة أو إشارة بنسبة بلغت (9.3%) وعدد تكرارات (168)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو أمجد قورشة بنسبة بلغت (46.4%).

بينما جاءت فئة إيجاز في المرتبة السابعة بنسبة (8.2%) بتكرارات بلغت (149)، وأن أكثر الدعاة استخداماً له كان الداعية أمجد قورشة بنسبة بلغت (31.5%)، وفي المرتبة الثامنة جاءت فئة مختلط بنسبة (6.7%) بعدد تكرارات (122)، وكان أكثر الدعاة استخداماً له هو إياذ قنيبي، بنسبة بلغت (35.2%).

#### الخلاصة

قامت الدراسة من خلال هذا الفصل باستعراض جداول نتائج تحليل منشورات الدعاة، حيث تم تخصيص جدول لكل سؤال؛ ليصار على إجابته من خلال البيانات الواردة فيه، وفق وحدات وفئات استخرجت من استراتيجيات الخطاب القرآني، ومن ثم التعليق على الجداول بما يفسر البيانات الواردة فيها، والوصول إلى تحقيق أهداف الدراسة.