

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

3، 1 تمهيد

تعتبر منهجية الدراسة البوصلة التوجيهية، التي توضح اتجاهات وطرق دراسة ظاهرة أو مشكلة علمية معينة، وعلى ضوء ذلك فإن الغرض الأساس لها في هذه الدراسة، يتجلى في قياس وتحليل منشورات الدعاة الأردنيين، وبيان مدى استخدامهم للإستراتيجيات الإقناعية أثناء تواصلهم مع الجمهور، وهل لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بخطاب الكراهية، سواء بالتعزيز أو الحد منه. وفي هذا الفصل سيتم عرض منهج الدراسة، ونوعها وتوضيح طريقة تصميم الدراسة الميدانية، وعرض مجتمع الدراسة وعينتها والأدوات المستخدم فيها، وبعد ذلك يأتي عرض للدراسة الاستطلاعية، ثم بيان الأساليب الإحصائية التي اعتمدت في الدراسة وطريقة جمع البيانات.

3، 2 منهج الدراسة ونوعها

اعتمدت هذه الدراسة في تصميمها على نوع البحوث الوصفية، والمنهج المسحي، إذ يعتبر المنهج المسحي من أبرز المناهج الذي يدخل في مجال بحوث الإعلام، فقد أسهمت هذه النوعية من البحوث في التعرف على خفايا الموضوعات البحثية المطروحة، والتي تمكن من الحصول على المعلومات القيمة والدقيقة، وفق مجموعة من الإجراءات، تبدأ من تحديد المشكلة، ثم عرض الأهداف والتساؤلات، إلى أن يتم الوصول إلى تحليل النتائج وعرضها، وتعمل على وضع قواعد وأسس علمية لموضوع الدراسة التي نحن بصددتها، حيث تم توظيف أداة تحليل المضمون لجمع البيانات الخاصة، التي تعمل على الإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها، والذي بحث في طبيعة استخدامات الدعاة الأردنيين للاستراتيجيات الإقناعية، عبر صفحات الفيس بوك، ومعرفة درجة استخدام الدعاة لهذه الاستراتيجيات، ووصفها وصفاً دقيقاً عبر جداول توضح كيفية ودرجة الاستخدام (الحيزان، 1998).

3، 3 أداة الدراسة

قامت الدراسة بتصميم استمارة تحليل مضمون، خاصة بصفحات الدعاة الأردنيين عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك؛ بما يحقق الإجابة على تساؤلات الدراسة، وتحقيق أهدافها، وتم عرضها على مجموعة من المحكمين في مجال الإعلام والشريعة، وبعد الأخذ بأرائهم، قامت الدراسة بتحليل البيانات الناتجة عن عينة الدراسة، وتم اعتماد أداة المقابلة كأداة ثانوية داعمة للتعليق على نتائج الدراسة وتفسيرها، فصيغت أسئلة تتوافق مع توضيح فاعلية استخدام الاستراتيجيات الإقناعية في العملية الاتصالية وتفسيرها.

3، 3، 1 بناء أداة الدراسة

وحدات وفئات التحليل

المقصود بوحدة التحليل هي تصنيفات لعناصر مضمون عينة الدراسة وتشفيرها، وتكون الشفرات الأساسية للتحليل، بحيث يتم تشفير الموضوع، والكلمة، والفكرة، والجمل، والقصة ليسهل تحليلها وتفسيرها ومعرفة اتجاهها، وقد اعتمدت هذه الدراسة في تحليل مضمون منشورات الدعاة عينة الدراسة على وحدة الموضوع، كونه يخدم الإجابة عن تساؤلات الدراسة ويحقق أهدافها، وتعتبر وحدة الموضوع أهم وحدة في تحليل المضمون وأكثرها إفادة، سيما في الدراسات الإعلامية وقياس الاتجاهات، وكذلك فقد استخدمت الدراسة أسلوب العد في حساب تكرارات تحليل الدراسة، وتم تحديد الفئات بناءً على وصف وحدات التحليل، ليسهل جمع البيانات بشكل علمي ودقيق، وقد قامت الدراسة بإدراج وحدات وفئات نموذج استمارة تحليل المضمون على النحو الآتي:

❖ وحدة الموضوع وتتضمن:

- ديني: أن يكون محتوى المنشور ديني.
- سياسي: وهو أن يكون محتوى المنشور يدع أو يدل على السياسة.
- اجتماعي: وهو أن يكون محتوى المنشور يدع أو يدل على أمر اجتماعي.
- اقتصادي: وهو أن يحتوي مضمون المنشور على ما يخص إنتاج وتسويق واستهلاك وتوزيع السلع والمواد.
- أخرى: وهو كل محتوى خرج عن الديني والسياسي والاجتماعي.

❖ وحدة الشكل الفني:

- صورة: هو كل منشور يمثل شكل معين وثابت
- صورة مع نص: هو كل منشور يمثل شكل معين وثابت ويكون مكتوب عليه ما يعبر عن محتواه.

- فيديو: هو كل منشور مصور مرئي مرتب بطريقة معينة إلكترونيًا ليظهر محتوى متحرك.

- نص: هو عبارات وكلمات وجمل تنظم بطريقة معينة لتعطي معنى معين.

- رابط: هو عنوان إلكتروني بمجرد الضغط عليه ينتقل إلى صفحة العنوان المقصود.

- إذاعة: هو بث عبر الأثير ينقل من خلال صفحات الفيس بوك.

❖ وحدة الشكل العام للداعية:

- لباس رسمي: وهو أن يكون لباس الداعية اللباس الرسمي (جاكيت، بنطلون، وقميص).
- ثوب: وهو أن يكون لباس الداعية ثوب (دشداش).
- شبابي: وهو أن يكون لباس الداعية في شيرت أو بلوزة أو قميص بدون جاكيت وبنطلون.

❖ وحدة الأطر الإعلامية:

- المصلحة الإنسانية: ويقصد به التركيز على الجوانب العاطفية والضروريات الإنسانية في معالجة الأحداث.

- التبعات الاقتصادية: ويقصد به الأحداث والوقائع التي يتم معالجتها في سياق نتائج اقتصادية قائمة على الأفراد أو الدول أو المؤسسات.
- اسناد المسؤولية: ويقصد به تقديم الموضوع أو الحدث بأسلوب يربط بين سبب الحدث وبين أفراد أو جماعات أو مؤسسات.
- الصراع: ويقصد به تقديم الأحداث في إطار التنافس والصراع بين الأفراد والجماعات.
- الأخلاق: وهو وضع الحدث أو المشكلة المطروحة في سياق المعتقدات الدينية والأخلاقية والعادات والتقاليد، ويتم عرض الحلول لها وفق هذه المبادئ.
- أخرى: كل منشور يكون مضمونه يستند إلى أطر غير المذكورة.

❖ وحدة عناصر الإبراز:

- استديو: هو أن يكون مكان التصوير في استديو.
- منظر طبيعي: هو أن تكون خلفية تصوير المنشور منظر طبيعي.
- منظر إسلامي: هو أن تكون خلفية تصوير المنشور تعكس الثقافة الإسلامية.
- أخرى: كل خلفية منشور غير المذكورة.
- قصير: في النص كل نص لم يتجاوز عدد كلماته 30 كلمة، وفي الفيديو كل فيديو لم يتجاوز الخمس دقائق.

- متوسط: في النص كل نص تجاوز عدد كلماته 30 كلمة ولم يتجاوز 60 كلمة، وفي الفيديو كل فيديو تجاوز الخمس دقائق ولم يتجاوز عشر دقائق.

- طويل: في النص كل نص تجاوز عدد كلماته 60 كلمة فأكثر، وفي الفيديو كل فيديو تجاوز عشر دقائق فأكثر.

- مرة: وهو نشر منشور مرة واحدة خلال الأسبوع.

- مرتان: وهو إعادة نشر المنشور نفسه مرتان في الأسبوع.

- ثلاث فأكثر: وهو إعادة نشر المنشور نفسه ثلاث مرات فأكثر خلال أسبوع.

❖ وحدة القوى الفاعلة:

- نص شرعي: وهو كل آية أو حديث يتضمنه المنشور.

- قول مأثور: وهو كل حقيقة علمية أو ما ورد عن الصحابة والتابعين يتضمنه المنشور.

- رسمي: وهو كل قول صادر عن جهة حكومية يتضمنه المنشور.

- بلا: وهو خلو المنشور من أي نص شرعي أو قول مأثور أو تصريح رسمي.

➤ وحدة الاستراتيجية السيكو دينامية (النفسية)

- الترغيب بالوعد: تضمين الرسالة الإقناعية بما سيلحق من خيرات بفعل أمر معين.

- **الترغيب بالمدح:** تضمين الرسالة الإقناعية ذكر الفضائل المحببة للمتلقي من جراء فعل معين.

- **الترغيب بإيقاظ الهمم:** تضمين الرسالة الإقناعية ذكر ما يشجع على فعل أمر معين.

- **الترغيب بالأمل:** تضمين الرسالة الإقناعية ذكر ما يجعل الإنسان يستبشر ويقبل على فعل أمر معين.

- **التخويف بالوعيد:** تضمين الرسالة الإقناعية ما سيلحق من عذاب وويلات من فعل أمر معين.

- **التخويف بالذم:** تضمين الرسالة الإقناعية ذكر الأفعال السيئة والمشينة التي يستقبحها العرف والمجتمع.

- **التخويف بالذم:** تضمين الرسالة الإقناعية ذكر الأفعال السيئة والمشينة بأسلوب يستنكر فعله.

● **الاستمالات المنطقية:**

- **السنن الكونية:** تضمين الرسالة الإقناعية حقائق كونية للوصول بالمتلقي إلى استخراج قوانينها، والاهتداء بها، والاتعاظ بمضمونها.

- الاستدراج: تضمين الرسالة الإقناعية مسلمات يتفق عليها الجميع، ثم التدرج معه للوصول إلى هدف معين.

- القياس: تضمين الرسالة الإقناعية سوق أمر معين يحترمه المتلقي ويشكل عنده مرجعية، ثم يقيس عليه أمر معين يريد إيصاله.

- التفكير: تضمين الرسالة الإقناعية ما يوصل إلى معرفة الله من خلال التأمل والتفكير في مخلوقاته.

- التحدي: تضمين الرسالة الإقناعية بالإتيان بمثل ما أوجد الله.

- مختلط: وهو الجمع بين أكثر من أسلوب من أساليب الاستراتيجية المنطقية.

● الاستمالات اللغوية:

- الاستعارة: استخدام عبارات تحمل معنى معين، مكان عبارات يريد الداعية إيصالها للمتلقي بطريقة غير مباشرة، للتعبير عن مجاز لغوي أو غيره إثراء عملية الاتصال.

- التشبيه: " بيان شيء أو أشياء شاركت غيرها في صفة أو أكثر، بأداة الكاف أو نحوها ملفوظة أو مقدرة، للتقريب بين المشبه والمشبه به ووجه الشبه وذلك لإيصال معنًا معين يريد الداعية.

- الكناية: هي التكلم بشيء، والمراد غيره ويكون بين المعنى وبين المكتى الصريح علاقة.

- التورية: لفظ يحتمل معنيين لكلّ منهما مفهوم دون علاقة بين المعنيين، ولكن المتكلم قصد معنى واحد دون الآخر

- المجاز: لفظ مقصود خلاف ظاهر الكلام، أي بقرائن تبين مراد الكلام ومقصده من غير التلفظ به، ويتضمن حذف واضمار ونقل وتوظيف بعض الكلمات مع وجود قرينة تدل على مقصود الكلام.

- السجع: هو الكلام المقفى الذي يختص بتكرار الحروف المتحركة واشتباه أواخره وتناسب فواصله.

- الجناس: هو أن يكون اللفظ واحد والمعنى مختلف ويتميز بتكرار الحروف الساكنة وتكون حروف ألفاظه من جنس واحد.

- التقسيم: هو ذكر شيئاً من جزأين أو أكثر ثم تضيف إلى كل واحد من أجزائه ما هو عندك

- الطباق: هو أن تضع شيئين في مواجهة بعضهما دون وجود أي اختلاف بارز بينهما

- المقابلة: وضع معاني يراد بها التوفيق بين بعضهما، أو المخالفة بينها، فيأتي بالموافق فيما اتفق عليه، وبالمخالفة فيما اختلف فيه.

➤ وحدة الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية:

- العرف السائد: تضمين الرسالة الإقناعية ما يعبر عن الثقافة المجتمعية والأعراف والتقاليد التي تشكل السلوك البشري مستنداً على العادات والتقاليد والأعراف السائدة.

- **سرد القصص:** تضمين الرسالة الإقناعية أحداث وقعت مع أشخاص أو أنبياء أو أمم الماضية، لإيصال فكرة أو توجيه معين.

- **الأمثال:** وهو تضمين المنشور صورة تعبيرية تشبيهية لواقعة معينة لإيصال ما يريد إيصاله.

- **قوانين:** وهي تضمين القوانين السائدة في مجتمع معين لإيصال فكرة معينة.

► وحدة استراتيجية إنشاء المعاني:

- **الشعارات والرموز:** تضمين الرسالة الإقناعية كلمات أو رسومات تستند إلى ثقافة سائدة

في مجتمع معين، فتعطي معنًا معين من خلال خبرات تراكمية تكونت من المعتقدات والثقافة متعارف عليها بين أفراد المجتمع تجعل من الكلمة أو الصورة أو الحدث رمزًا تصويريًا يتبادر إلى الذهن عند ذكره أو رؤيته.

- **العلامات والإشارات:** تضمين الرسالة الإقناعية حركة أو إشارة تعمل من على انعكاس

وتلخيص العناصر الشكلية في أي موضوع واختزلها في حركة أو إشارة تدخل في عمق احترام المتلقي ووضعها بشكل مبسط تجعل المتلقي يتناقلها دون التفكير بها.

- **الإنشاء والخبر:** تضمين الرسالة الإقناعية ما ينقل ويتحدث به، بحيث يكون على صيغة

ومعنى قائم بذات المتكلم ومسبوقًا بمادة ومدة، واستخدام الخبر بصيغة انشاء والعكس.

- **التقديم والتأخير:** تضمين الرسالة الإقناعية تقدم الخبر على المبتدأ في الجملة الأسمية لإعطاء

نية التأخير، وتقديم المفعول به على الفاعل في الجملة الفعلية لنية الأفراد، ويأتي باسمين يحتمل

أحدهما أن يكون مبتدأ والآخر خبر له، وفي مسائل النفي والإثبات يأتي نفي أو إثبات فعل ليس له مفعول، أو تنفي أو تثبت لنفسك فعل شيء، وتأخير الخبر المنفي أو المثبت تكون فائدته في التأكيد، وفي الاستفهام فقد يأتي للتقرير تارة وللإنكار تارة أخرى.

- **التوكيد:** تضمين الرسالة الإقناعية لتثبيت معنًا معين، وتأكيد أهميته وتشديد إلى اتباعه، وابعاد أي شكوك قد تلتف حوله.

- **القصر:** هو تخصيص شيء بشيء بطريق مخصوص، ويتميز في الرسالة الإقناعية بـ "إنما"، وذلك لاحتمالها حصر العموم، والقصر بالعطف بـ "لكن" فقد تمثل أسلوب العطف والاستثناء، والقصر بالنفي بـ "لا"، والقصر بـ "بل"، وتأتي ضمن معينين، أثبات الثاني وابطال الأول، والثاني الخروج من موضوع إلى موضوع، والقصر "بتقديم ما حقه التأخير"

- **الايجاز:** هو وضع المعاني الكثيرة في ألفاظ أقل فتكون وافية بالعرض المقصود مع الإبانة والإفصاح

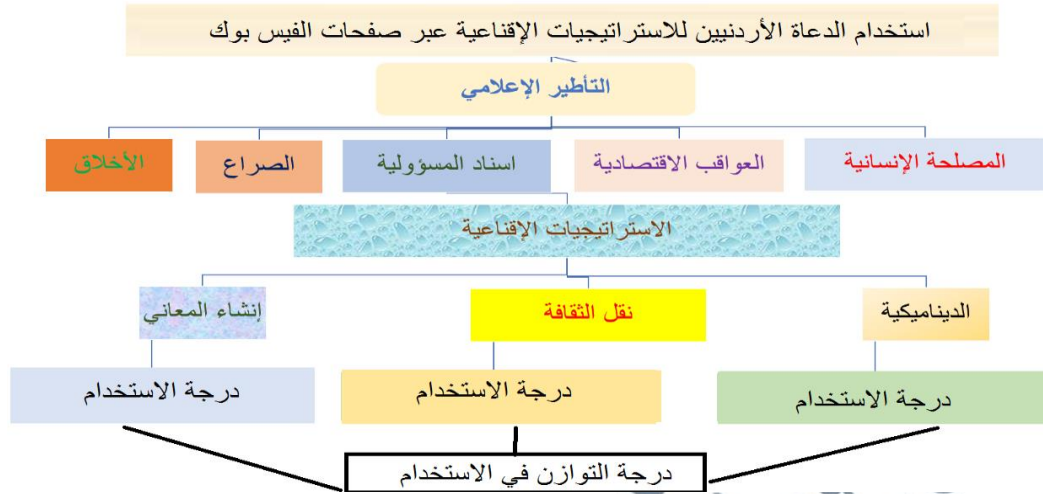
- **الإطناب:** تضمين الرسالة الإقناعية عبارة زائدة عن متعارف عليه لفائدة تقوية وتوكيد المعنى المراد ايصاله.

3, 3 نموذج تصميم الدراسة

يعرض نموذج تصميم الدراسة التصور الذي يوضح مجريات الدراسة، وقد تم تصميم النموذج بالاستناد إلى مشكلة وأهداف الدراسة، والتي صيغت بعد الاطلاع على الدراسات السابقة التي لها صلة وثيقة بموضوع الدراسة، ثم تعريف مصطلحات الدراسة، وتوضيح منهجيتها، واختيار عينة عمدية تمثلت

بمنشورات الدعاة الأردنيين عبر صفحات الفيس بوك، ثم تعيين استمارة تحليل مضمون، والتي صيغت بناءً على مفاهيم نظرية التأطير الإعلامي، ونظرية التئات الثلاثة، حيث يتم من خلال مطابقة البيانات الناتجة عن منشورات الدعاة الأردنيين عبر صفحات الفيس بوك، مع وحدات وفتات استمارة تحليل المضمون.

نموذج (1، 3) تصميم الدراسة



ويجمع تلك المعلومات وقراءتها، يتبين كيفية ودرجة استخدام الدعاة الأردنيين للاستراتيجيات الإقناعية عبر صفحات الفيس بوك، ومعرفة كيفية تأطير الدعاة الأردنيين للرسالة الدعوية عبر صفحات الفيس بوك، وكيفية توافقتها، مع اختيار الداعية للإستراتيجيات الإقناعية، التي تترك تأثيراً وإقناعاً في إيصال فكرة أو تعديل سلوك أو تغيير اتجاه. وفيما يلي نموذج يعرض مجريات الدراسة.

3، 6 مجتمع الدراسة

يعتبر مجتمع الدراسة الخطوة المنهجية الهامة التي توصل إلى نتائج علمية دقيقة، حيث يحدد مجتمع الدراسة موضوع الدراسة وأهدافها، وبما أن وظيفة الداعية وظيفه دينية في المقام الأول، وأن الدعوة تكليف من الله سبحانه للمسلمين كافة، وقد ينوب البعض بهذا الواجب عن بقية الناس، فهي تأتي من خلال التزام شخصي من الداعية نفسه، ولأن مجتمع الدعاة مجتمع عام ويصعب حصره، أبرمت الدراسة محددات،

تعمل كمعايير تفرز الدعاة الأكثر تفاعلاً مع الجمهور، وبناء على ذلك فإن مجتمع الدراسة يتمثل بكافة الدعاة الأردنيين، الذين لهم نشاط مستمر على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، وبعد عملية مطابقة الدعاة بالشروط المتخذة من قبل الدراسة، برز للدراسة 30 داعية ممن أدرجوا على صفحة ويكيبيديا (ويكيبيديا، 2020) يمثلوا مجتمع الدراسة الملحق (5).

3، 7 عينة الدراسة

واعتمدت الدراسة العينة القصدية، بعد أن قامت بوضع المعايير التي تتناسب مع تحقيق الهدف من الدراسة، فكان من هذه المعايير أن يكون الداعية له نشاط على وسائل التواصل الاجتماعي، ويحظى بنسبة متابعة عالية، وأن يتجاوز عدد المتابعين 400 ألف متابع، ومتابعته للأحداث التي تعرض وتداول عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بعد ذلك تم اخضاع مجتمع الدراسة للمعايير التي تحقق أهداف الدراسة، وتم الدخول على صفحات الفيس بوك الخاصة بمجتمع الدراسة، ومطابقة المعايير التي اعتمدت، فتبين أن هناك ستة دعاة تنطبق عليهم المواصفات المعتمدة، وهم (أحمد نوفل، زيد المصري، محمد القضاة، أمجد قورشة، إياد قنيبي، حمزة المجالي).

3، 8 الدراسة الاستطلاعية

يعتبر التحليل الأولي لظاهرة مجتمعية أو فكرة بحثية دليلاً علمياً على وجود مشكلة بحثية تحتاج إلى دراسة، وفي هذا السياق طبقت دراسة استطلاعية على مجتمع صفحات الفيس بوك للدعاة الأردنيين، وتم تحليل مضمون المنشورات التي نشرت على صفحاتهم من تاريخ 2019/7/1 إلى تاريخ 2019/12/31، حيث اعتمد فيها وحدة الموضوع، ويتضمن فئات (الترغيب، والترهيب، والتوازن) ووحدة النوع ويتضمن فئات (نص، وصورة، وفيديو)، واستخدم فيها أسلوب العد التكراري والنسب المئوية

جدول (1، 3): متابعة الدعاة من قبل مستخدمي صفحات الفيس بوك الأردنيين.

الرقم	اسم الداعية	عدد المتابعين	عدد المنشورات
1	د. أحمد نوفل	1279101	458
2	د. زيد المصري	489752	432
3	د. محمد القضاة	1473114	368
4	د. أجد قورشة	1188083	349
5	د. إياد قنيبي	2060584	194
6	د. حمزة المجالي	460032	54
	المجموع	6950666	1855

جدول (1) يبين عدد متابعين الدعاة وعدد منشوراتهم

وبعد جمع البيانات خلصت الدراسة الاستطلاعية إلى أن عدد المتابعين للدعاة الأردنيين عبر صفحات الفيس بوك قدر بـ (6950666) ستة ملايين وتسعمائة وستة آلاف وست وستون متابعاً ومتابعة، وفي تقرير أعدته الحقيقة الدولية (2019) جاء فيه أن عدد سكان الأردن لغاية منتصف 2019 بلغ ما يقارب 10 ملايين نسمة، مما يتيح للدعاة الأردنيين أن يكتفوا جهودهم الدعوية، وقد بينت الدراسة الاستطلاعية أن عدد المنشورات التي تم نشرها من قبل الدعاة عينة الدراسة على مدار 184 يوم؛ ما يعادل ستة أشهر 1855 منشور، ما يقارب 11 منشور يوميًا، لكل داعية منهم منشوران اثنان يوميًا.

الرقم	اسم الداعية	الصورة	الفيديو	النص
-------	-------------	--------	---------	------

	ت	%	ت	%	ت	%	
1	299	65.3	156	34	3	0.7	د. أحمد نوفل
2	79	18.3	308	71.3	45	10.4	د. زيد المصري
3	129	35.1	205	55.7	34	9.2	د. محمد القضاة
4	58	16.7	286	81.9	5	1.4	د. أمجد قورشة
5	60	31	131	67.5	3	1.5	د. إياد قنبي
6	3	87	47	87	4	7.4	د. حمزة المجالي
	628	33.8	1133	61.1	94	5.1	المجموع

جدول (2، 3): طبيعة الشكل الفني لمضمون منشورات الدعاة الأردنيين عبر صفحات الفيس بوك.

جدول (2) يبين طبيعة الشكل الفني لمنشورات الدعاة عبر صفحات الفيس بوك.

وفي سياق آخر بينت الدراسة الاستطلاعية أن عدد الصور التي نشرها الدعاة مجتمعين على مدار ستة أشهر بلغت 94 صورة ما نسبته 5.1% من المجموع الكلي للمنشورات، فيما بلغ عدد مقاطع الفيديو 1133 مقطع فيديو ما نسبته 61.1% من مجموع المنشورات، أما عن النص فقد بلغ 628 منشور ما نسبته 33.8% من مجموع منشورات الدعاة عينة الدراسة، ما يشير إلى عدم توازن الدعاة الأردنيين في اختيارهم للوسائط المتعددة، التي تتبناها شبكة الفيس بوك، في حين بلغ عدد مقاطع الفيديو المنشورة 1133 مقطع فيديو، ما يقارب 61.1% من مجمل المنشورات، مما هو واضح ثقل نشر الدعاة الأردنيين لمقاطع الفيديو، ففي هذا الشأن تذكر الدراسة أن ما نسبته 60% من مقاطع الفيديو المنشورة من تقديم الدعاة أنفسهم، و40% من مقاطع الفيديو ما يكون مقطع مشارك من صفحات الآخرين تعبر عن أمر يريد الداعية إيصاله للمتلقين.

جدول (3، 3) يبين الاستراتيجيات الخطابية في مضامين منشورات الدعاة عبر صفحات الفيس بوك

استراتيجيات الخطاب الإعلامي									
الرقم	اسم الداعية	التوجيهية		التضامنية		التلميحية		الإقناعية	
		مواعظ	التحجب	الاستعارة	استراتيجياتها الثلاث	%	ت	%	ت
1	د. أحمد نوفل	39	16	129	23.9	89	54.3	201	22.2
2	د. زيد المصري	46	18.9	184	34.1	4	2.5	198	21.9
3	د. محمد القضاة	79	32.4	77	14.3	5	3	207	22.8
4	د. أمجد قورشة	51	20.9	98	18.1	41	25	159	17.6
5	د. إياد قبيبي	24	9.8	40	7.4	22	13.4	108	11.8
6	د. حمزة المجالي	5	2	12	2.2	3	1.8	34	3.7
	المجموع	244	100	540	100	164	100	907	100

جدول (3) يبين الاستراتيجيات الخطابية في مضامين منشورات الدعاة عبر صفحات الفيس بوك

وفي محاولة وعظ الدعاة المتلقين عبر صفحات الفيس بوك أظهرت الدراسة الاستطلاعية أن 244 منشوراً ما نسبته 13.2% من مجمل منشورات الدعاة كان ضمن الاستراتيجية التوجيهية، في حين بلغ عدد المنشورات التي تتضمنها الاستراتيجية التضامنية 540 منشوراً ما نسبته 29.1% من المجموع الكلي لمنشورات الدعاة عينة الدراسة، وأوضحت الدراسة الاستطلاعية أن منشورات الدعاة الأردنيين كانت تحمل مضامين ضمن الاستراتيجية التلميحية 164 منشوراً، ما نسبته 8.8% من مجمل ما نشر الدعاة في فترة الدراسة، وفي استخدام الاستراتيجية الإقناعية؛ فقد تبين من خلال الدراسة أنها تحمل 419 منشوراً ما نسبته 22.6% من مجموع منشورات الدعاة على صفحات الفيس بوك. ما يفسر هذه النتائج أن بعض الدعاة يفتقد للمهارات الاتصالية التي تتيح لهم إيصال ما يريدون بأسلوب متوازن، في حين بينت الدراسة أن الدعاة الذين كانوا يمتلكون المهارات الاتصالية والمعرفة الكافية بالاستراتيجيات الخطابية، ما يمكنهم من القدرة على مزج الخبرة والمهارة في العملية الاتصالية، لإيصال التثقيف الديني بحرفية وتوازن في طرح المواضيع. ومن جانب آخر فقد أظهرت الدراسة الاستطلاعية أن للدعاة الأردنيين مشاركات اجتماعية وزيارات

ومجاملات، ورحلات قد لا تحمل مضامين تفيد أهداف الدراسة، أدخلت تحت مسمى (أخرى) وقد بلغت 111 منشوراً من مجمل ما نشر الدعاة عينة الدراسة ما نسبته 6%، وهذه النتيجة تبين انسجام الدعاة مع المجتمع رغم الانشغال بالدعوة، وظروف العمل وما إلى ذلك من ظروف تحيط بالداعية. ومن خلال استقراء نتائج الجداول ومقارنتها؛ فقد تبين أن حجم المتابعة التي يحضها بها الدعاة الأردنيين يستوجب عليهم مراعاة استخدام متوازن لاستراتيجيات الخطاب، واستثمارها في نشر أحكام الدين الإسلامي. وقد بدا من نتائج الجداول أن الدعاة الأردنيين الذين يمتلكون مهارات إعلامية، استطاعوا أن يحافظوا على خطابهم متوازناً معتدلاً، ونرى بعض الدعاة الذين يفتقرون إلى المهارات الإعلامية؛ تأثروا بالبيئة التي تحيط بهم فتراهم يسرون بخطابهم بالاتجاه الذي تزدحم فيه المعلومات، وإن كان لا يقصدها. هذه النتائج تلزم الدعاة باستخدام الأدوات الإعلامية بحرفية ومهارة عالية، من أجل أن يستخدم كل أداة بما ينتفع بها في دعوته، وألا تعطي نتائج عكسية.

3، 9 صدق أداة الدراسة

يعمل اختبار الصدق كقياس لأداة جمع البيانات لتحقيق ما وضعت لأجله، قامت الدراسة بتصميم استمارة تحليل مضمون، وتحديد الفئات والوحدات، وتقديم تعريفاً لكل منها بدقة، وتم عرضها على مجموعة من المحكمين من أصحاب الاختصاص الإعلاميين والشريعة بما يتناسب مع متغيرات الدراسة، وقد قاموا بتقديم العديد من الملاحظات التي تم الاستفادة منها، حتى أصبحت جاهزة للتطبيق لما وضعت لأجله.

3، 10 ثبات أداة الدراسة

من أجل التأكد من ثبات الأداة يُعد من أهم الإجراءات البحثية من أجل التأكد من سلامة ومناسبتها لإجراء التحليل، وباستخدام معادلة (هوليستي) فقد تمت إعادة التحليل مع ثلاثة محللين آخرين، فقد تبين وجود نسبة اتفاق والاختلاف مع الباحث الرئيس، على النحو الآتي: الباحث الأول (80%)، والباحث الثاني (85%)، والثالث (87%)، بنسبة كلية بلغت (84%)، وهي نسبة مقبولة.

3، 11 أساليب المعالجة الإحصائية:

استخدمت الدراسة الأساليب الإحصائية الآتية للحصول على النتائج التي تم تحليلها، وهي:

1- التكرارات: اختبار يعطي التوزيع التكراري للمتغيرات النوعية أو الكمية بعد تقسيمها إلى فئات.

2- النسب المئوية: هي طريقة للتعبير عن عدد على شكل كسر من (100)، مقامة يساوي (100)، وهي حاصل قسمة التكرارات الفرعية لكل فئة على المجموع العام لتكرارات المواد الإعلامية المستخدمة في الدراسة، مضروبة في 100.

3- معادلة هوليستي: للتعرف إلى مدى ثبات أداة الدراسة.

3، 12 الخلاصة

قامت الدراسة من خلال هذا الفصل بتوصيف منهجية الدراسة، والإجراءات التي اتبعت في تصميم الدراسة، حيث تم استعراض مجتمع الدراسة وعينتها، التي اختيرت من الدعاة الأردنيين بالعينة

القصدية، ثم بينت أداؤها، ومن ثم استعرضت التعريفات الإجرائية وفتحات ووحدات الدراسة، وقد أجريت دراسة استطلاعية على عينة قصدية من مجتمع الدراسة المتمثل بالدعاة الأردنيين، وصمم نموذج تصوري لمخرجات الدراسة، ووضع اختبار صدق وثبات الدراسة.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

1، 4 تمهيد