



منشورات الصحفيات الليبيات على صفحاتهن بالفيس بوك وأشكال تفاعل المتابعين نحوها
دراسة تحليلية مقارنة

حنان معتوق أحمد

قسم الإعلام، كلية الفنون والإعلام، جامعة الجفارة، ليبيا

hananalzintny@gmail.com

Posts by Libyan female journalists on their Facebook pages And the forms of follower
interaction with them A comparative analytical study

Dr. Hanan Maatouq Ahmed

Department of Media, Faculty of Arts and Media, Al-Jafara University, Libya

تاريخ الاستلام: 2026/05/06 - تاريخ المراجعة: 2026/05/28 - تاريخ القبول: 2026/06/08 - تاريخ للنشر: 2026/06/22

الملخص:

هدفت هذه الدراسة الكشف عن نوع وطبيعة مضمون منشورات الصحفيات الليبيات: فتحية الجديدي، نجاح إصدوق، سليمة بن نزهة على صفحاتهن بشبكة الفيسبوك، وتحديد أشكال تفاعل المتابعين نحو هذه المنشورات، وذلك من خلال تحليل مضمون عينة من منشوراتهن في الفترة من 2026/1/1 إلى 2026/3/31 وقد توصلت الباحثة إلى عدد من النتائج أهمها: بأن إجمالي المنشورات أهتمت بالمحتوى الصحفي، وجاء أولاً، وأن الخبر يمثل الشكل الصحفي الأكثر استخداماً لدى الصحفيات الثلاثة في منشوراتهن على صفحاتهن بالفيسبوك، وعدم وجود تنوع كبير في استخدام الوسائط المتعددة بمنشورات الصحفيات الثلاثة، فقد اعتمدن بشكل كبير على الصورة مع منشوراتهن، وأن الجمهور المتابع يتفاعل مع أغلب ما تنشره الصحفيات الثلاثة بالإعجاب، وشكل الإنتاج الصحفي الذاتي المصدر الرئيس للأخبار المنشورة على صفحات الصحفيات الثلاث عينة الدراسة.

الكلمات المفتاحية: -منشورات-الصحفيات الليبيات -الفيسبوك -التفاعلية

Abstract:

This study aimed to reveal the type and nature of content in the Facebook posts of Libyan female journalists Fathia Al-Jadidi, Najah Imsaddaq, and Salima Ben Nuzha, and to identify the forms of follower interaction with these posts. This was achieved through content analysis of a sample of their posts from January 1, 2026, to March 31, 2026. The researcher reached several conclusions, most notably: that the posts focused primarily on journalistic content, with news being the most frequently used journalistic format by the three journalists in their Facebook posts; that there was little variety in the use of multimedia in the journalists' posts, as they relied heavily on images; that their followers interacted with most of their posts by liking them; and that their own journalistic work constituted the main source of news published on the pages of the three journalists in the study sample.

Keywords: -Posts -Libyan female journalists -Facebook -Interactivity

المقدمة :

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها موقع فيسبوك، من أبرز المنصات الإعلامية الرقمية التي أتاحت للصحفيين والصحفيات فضاءً واسعاً لنشر المحتوى الإعلامي والتفاعل المباشر مع الجمهور، متجاوزةً بذلك القيود المهنية

والتظيمية التي تفرضها المؤسسات الإعلامية التقليدية.⁽¹⁾ وقد أسهم هذا التحول الرقمي في إعادة تشكيل الممارسة الصحفية، حيث بات الصحفي فاعلاً مستقلاً قادراً على إنتاج المحتوى ونشره والتفاعل مع الجمهور في آن واحد.⁽²⁾

وفي السياق العربي، أظهرت العديد من الدراسات أن موقع فيسبوك يُعد من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً في المجال الإعلامي، سواء من قبل الصحفيين أو الجمهور، نظراً لما يوفره من سرعة في نقل الأخبار، وإمكانية التفاعل، وتعدد الوسائط المستخدمة.⁽³⁾ كما تشير بعض الدراسات إلى أن فيسبوك أصبح مصدراً رئيساً للأخبار لدى شرائح واسعة من الجمهور، متقدماً في بعض الأحيان على وسائل الإعلام التقليدية.⁽⁴⁾

وفي ظل التحولات السياسية والأمنية التي شهدتها الحالة الليبية، اكتسب الفيسبوك أهمية كبيرة في المجال الإعلامي، حيث شكّل منصة رئيسة لتداول الأخبار والمعلومات واعتماد الجمهور عليه أصبح متزايداً للحصول على الأخبار، مما ساهم هذا الواقع في بروز الصحفيات الليبيات كفاعلات أساسيات في الفضاء الإعلامي الرقمي، حيث استخدمت صفحاتهن الشخصية على فيسبوك لنشر محتوى متنوع يعالج قضايا سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية، إضافة إلى قضايا تمس الشأن العام الليبي.

وانطلاقاً من ذلك، تبرز أهمية دراسة طبيعة المحتوى الإعلامي الذي تقدمه الصحفيات الليبيات عبر صفحاتهن على فيسبوك، وتحليل أشكال التفاعل الجماهيري معه، بما يسهم في فهم أعمق لدور المرأة الصحفية الليبية في الإعلام الرقمي وتأثيرها في الجمهور.

مشكلة الدراسة :

تتمثل مشكلة البحث في غياب دراسات تحليلية عربية وليبية كافية ترصد طبيعة المحتوى الإعلامي الذي تنشره الصحفيات الليبيات عبر صفحاتهن الشخصية على موقع فيسبوك، وتوضح القضايا التي يركزن عليها، وأشكال التحرير الصحفي المستخدمة، والوسائط المتعددة المصاحبة للمنشورات⁵، فعلى الرغم من تنامي حضور الصحفيين والصحفيات على مواقع التواصل الاجتماعي، لا تزال الدراسات التي تعالج هذا الحضور من منظور تحليلي محدودة، خاصة في السياق الليبي.

كما تبرز مشكلة البحث في عدم وضوح طبيعة ومستوى التفاعل الجماهيري مع محتوى الصحفيات الليبيات على فيسبوك، وما إذا كان هذا التفاعل يسهم في تعزيز النقاش العام حول القضايا المطروحة، أم يقتصر على أشكال تفاعل سطحية مثل الإعجاب فقط⁶، وتزداد أهمية هذه الإشكالية في ظل الدور المتنامي لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، وتأثيرها في مسارات النقاش السياسي والاجتماعي.

1- سهى محمد علي إسماعيل، استخدامات الصحفيين الأردنيين للفيسبوك والإشباع المتحققة، معهد الجزيرة للإعلام، ص 8.

2 - خيرة خديم، استخدام الصحفيين لشبكة الفيس بوك كمصدر للأخبار: فرص الاستثمار ورهان التحقق من المحتويات، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مج 1، ع 1-2، 2017، ص 236 .

3- زليخة بوعزيز، اتجاهات الصحفيين نحو حرية التعبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، مذكرة ماستر، جامعة المسيلة، 2019، ص 6.

4- غنية صوالحية وأكرم بوطورة، اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، مج 7، ع 2، 2020، ص 267-266.

5 - زليخة بوعزيز، اتجاهات الصحفيين نحو حرية التعبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، مرجع سابق، ص 15.

6 - خيرة خديم، استخدام الصحفيين لشبكة الفيس بوك كمصدر للأخبار: فرص الاستثمار ورهان التحقق من المحتويات، مرجع سابق، ص 240.

وبناءً عليه، تسعى هذه الدراسة إلى فحص وتحليل عينة من منشورات الصحف الليبية على موقع فيسبوك، والكشف عن أنماط المحتوى الإعلامي وأشكال التفاعل المستخدمين معه، بما يسهم في سد النقص المعرفي وتقديم إضافة علمية للمكتبة الليبية والعربية في مجال دراسات الإعلام الجديد.

وبالتالي تتمحور مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي :

ما طبيعة نوع ومضمون منشورات الصحف الليبية على صفحاتهن في الفيسبوك، وما أشكال تفاعل المتابعين معها؟

أسباب اختيار موضوع الدراسة :

أ - أسباب ذاتية :

1. وتتمثل في رغبة الباحثة في معرفة علاقة الصحف بمواقع التواصل الاجتماعي، والمحتوى المنشور بهذه الصفحات، كذلك شكل تفاعل المتابعين مع هذه الصفحات أو المحتوى المنشور بها.
2. الرغبة في فهم طبيعة تفاعل الجمهور الليبي مع المحتوى الذي تقدمه الصحف، والتعرف على أنماط هذا التفاعل واتجاهاته .

ب - أسباب موضوعية :

- 1- الأهمية المتزايدة لمواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة Facebook، باعتبارها منصة رئيسية لنشر الأخبار والمعلومات والتواصل المباشر بين الصحفيين والجمهور
- 2- ندرة الدراسات الليبية المتخصصة التي تناولت صفحات الصحف على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقة الجمهور بها، مما يمنح الدراسة قيمة علمية ومعرفية.
- 3- تنامي حضور الصحف الليبية في الفضاء الرقمي واعتمادهن على صفحاتهن الشخصية والمهنية للتعبير عن آرائهن ونشر المحتوى الإعلامي والتفاعل مع المتابعين.
- 4- الأهمية المجتمعية للموضوع في ظل الدور الذي تؤديه الصحف في تشكيل الرأي العام وإثارة النقاش حول القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية في المجتمع الليبي .

أهمية الدراسة :

تكتسب هذه الدراسة أهميتها العلمية من تناولها التحليلي المنهجي لاستخدام الصحف الليبية لمواقع التواصل الاجتماعي بوصفها فضاء إعلامي بديل لإنتاج المحتوى الصحفي وتداوله، بما يتيح الاستفادة من نتائجها في تطوير الممارسة المهنية في المجال الصحفي الرقمي، في ظل التحولات الرقمية التي فرضها الاعلام الجديد، على الممارسة الصحفية المعاصرة، وتُعدّ الدراسة إضافة نوعية إلى الأدبيات الإعلامية العربية والليبية، نظراً لندرة البحوث التي تجمع بين دراسات الإعلام الرقمي ودراسات المرأة الصحفية في السياق الليبي، كما تسهم الدراسة في دعم البناء المعرفي المرتبط بنظريات الإعلام الجديد والتواصل الشبكي.

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- التعرف على طبيعة مضمون المحتوى الإعلامي الذي تنشره الصحف الليبية عبر صفحاتهن على موقع فيسبوك.
- 2- تحديد أنواع القضايا والموضوعات التي تركز عليها منشورات الصحف الليبية في فيسبوك.
- 3- الكشف عن أشكال التحرير الصحفي والنشر المستخدمة في منشورات الصحف على فيسبوك.

- 4- التعرف على أنواع الوسائط المتعددة المصاحبة لمنشورات الصحفيات الليبيات، مثل الصور والفيديوهات والبت المباشر وغيرها.
 - 5- تحديد أشكال ومستوى تفاعل المستخدمين مع منشورات الصحفيات الليبيات على فيسبوك.
 - 6- التعرف على مدى تفاعل الصحفيات مع الجمهور من خلال الرد على تعليقات المتفاعلين .
 - 7- تحديد نوع الجمهور المستهدف من منشورات الصحفيات الليبيات على صفحاتهن في فيسبوك.
 - 8- الكشف عن مصادر الأخبار والمعلومات التي تعتمد عليها الصحفيات الليبيات في منشورتهن على فيسبوك .
- تساؤلات الدراسة :**

- 1- ما أنواع المحتوى التي تنشرها الصحفيات الليبيات في صفحاتهن على فيسبوك؟
- 2- ما القضايا والموضوعات التي تتناولها الصحفيات في منشورتهن على فيسبوك ؟
- 3- ما أشكال التحرير والنشر الأكثر استخداما في صفحات الصحفيات على الفيسبوك ؟
- 4- ما الوسائط المتعددة المصاحبة لمنشورات الصحفيات على فيسبوك؟
- 5- ما أشكال تفاعل الجمهور مع محتوى منشورات الصحفيات على فيسبوك ؟
- 6- ما مستوى تفاعل الصحفيات مع تعليقات وأسئلة المتابعين لمنشورات الصحفيات في فيسبوك؟
- 7- ما مصادر الأخبار التي تعتمد عليها الصحفيات في منشورتهن على فيسبوك ؟
- 8- ما نوع الجمهور المستهدف من المنشورات التي تنشرها الصحفيات على صفحاتهن في فيسبوك؟

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.⁽¹⁾ فالدراسات الوصفية تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة،⁽²⁾ وأن استخدام هذا النوع من الدراسات يفيد هذه الدراسة للتعرف على نوع وأغراض ومحتوى منشورات الصحفيات الليبيات على صفحاتهن بالفيسبوك، وأشكال تفاعل الجمهور المستخدم نحو هذه المنشورات، وقد استخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج المسحي الذي يمثل " جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع الدراسة".⁽³⁾ وكذلك المنهج المقارن الذي يتيح عقد المقارنات لجوانب الاتفاق والاختلاف بين عدد من الظواهر في وضعها الطبيعي، أي كما حدث فعلاً، لمعرفة العامل أو المتغير التجريبي الذي يتكرر مصاحباً لأحداث أو ظروف معينة،⁽⁴⁾ وذلك للمقارنة بين التشابه والاختلاف، والدلالات في منشورات الصحفيات محل الدراسة على صفحاتهن بالفيسبوك.

مجتمع الدراسة :

يعد مجتمع البحث من أهم الخطوات الأساسية التي يجب على الباحث تحديدها بشكل دقيق، ولمعرفة مجتمع البحث لا بد من تحديد المجتمع الأصلي، وذلك بمعرفة مميزاته، وصفاته، وخصائصه، ومعرفة ما إذا كان موزعاً في شكل طبقات أو

1- السيد احمد مصطفى عمر، البحث العلمي، مفهومه وإجراءاته ومناهجه، منشورات جامعة قار يونس، بنغازي، 1994، ص109، ص179.

2- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص13.

3- عاطف عدلي العبد، دراسات في الإعلام العماني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1990، ص173.

4- سمير محمد حسن، بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، 1999، ط3، ص99.

فئات متجانسة.⁽¹⁾ وفي هذه الدراسة يتمثل مجتمع هذه الدراسة في عينة من منشورات الصحفيات وهن: فتحية الجديدي، نجاح مصدق، سليمة بن نزهة، على صفحاتهن بشبكة الفيسبوك، خلال الفترة من 2026/1/1 إلى 2026/3/31، حيث تم خلال هذه الفترة مسح كل المنشورات، والتي بلغ عددها (182) منشورًا، خضعت كلها للدراسة والتحليل.

أدوات جمع البيانات للدراسة :

لتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة باستخدام استمارة تحليل المضمون لغرض تحليل كل المحتوى المنشور على صفحات الصحفيات (فتحية الجديدي/ نجاح مصدق/ سليمة بن نزهة) بطريقة كمية للتعرف على ما تحتوي عليه هذه المنشورات من نقاط رئيسية، وما يستهدف توصيله من معلومات وأخبار وموضوعات معينة لمستخدمي صفحاتهن. وذلك بالاعتماد على الأسلوب الكمي في عمليات التحليل بهدف القيام بالتحليل الكيفي على أسس موضوعية.⁽²⁾ حيث قامت الباحثة بإعداد استمارة تحليل المضمون، تحتوي على فئات التحليل المتصلة بجوانب المشكلة المختلفة وفقًا لأهداف الدراسة وتساؤلاتها.

اختبار الصدق والثبات :

قامت الباحثة بعرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من الأكاديميين والخبراء^(*) وذلك لغرض الحكم على مدى ملاءمتها في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في الدراسة، وقد أفادوا بصلاحياتها، بعد إجراء بعض التعديلات عليها بما يحقق أهداف الدراسة، ويجب عن تساؤلاتها، وفيما يتعلق بثبات أداة الدراسة فقد استخدمت الباحثة أسلوب تكرار التحليل على عينة من منشورات الصحفيات، وتحصلت على نفس النتائج مما يدل على صلاحية أداة الدراسة للقياس 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 والمشابهة حول مشكلة أو موضوع الدراسة.

- صفحات الشخصيات الإعلامية كمصادر إخبارية بديله للإعلام التقليدي،⁽³⁾ هدفت دراسة للتعرف على أساليب بناء الشخصيات الإعلامية الرقمية من خلال صفحات الفيسبوك، والتعرف على تفاعل الجمهور الصومالي بمنشورات الاعلاميين الصوماليين. وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها: أن الشارع الصومالي يتابع أحر الأخبار، من خلال صفحات الفيسبوك، ويتفاعل معها، وتعتمد صفحات الشخصيات الإعلامية المصادر الذاتية(محرري الصفحة)، كمصدر أول للحصول على الأخبار، ووظفت الصورة في منشورات، لإضفاءها نوعاً من الواقعية، والمصدقية، كما تنشر كل صفحة في الاسبوع أكثر من 32 منشور .

1- حافظ عبد الرشيد بن عبد العزيز، أساسيات البحث العلمي، مركز النشر العلمي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2012، ص199.

2- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط 2، القاهرة، عالم الكتاب، 2006، ص233.

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

- عابدين الدردير الشريف: أستاذ الإعلام بالجامعات الليبية.

- مصباح سليمان جبر، أستاذ مشارك بالأكاديمية الليبية للدراسات العليا.

- أحمد الطيف الكردي: أستاذ مساعد بكلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية.

3 - ياسر عبدالله طبت، صفحات الشخصيات الإعلامية كمصادر إخبارية بديله للإعلام التقليدي، ورقة علمية مقدمة إلى: المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين (الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي... مسارات للتكامل والمنافسة) كلية الإعلام ،جامعة القاهرة، خلال الفترة من 11-12 يوليو 2021.

– الصحفيون الليبيون وشبكات التواصل الاجتماعي: السياقات والممارسات الجديدة،⁽¹⁾ تناول هذا البحث موضوع استخدام الصحفيين الليبيين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة لهم في سياق عملهم المهني، وذلك من خلال دراسة ميدانية وتحليلية أجراها الباحث على عينة من الصحفيين بالمؤسسات الإعلامية الحكومية وهي: الهيئة العامة للصحافة وقناة ليبيا الوطنية ووكالة الأنباء الليبية، وقد اعتمد البحث في شقه الميداني على أداة الاستبانة التي تم توزيعها على عينة بلغت 128 مبحوثاً، وكذلك إجراء مقابلات مفتوحة مع 12 صحفياً، للحصول على معلومات وبيانات تخدم أهداف البحث، كما قام الباحث بتحليل مضمون عينة من منشورات أربعة صحفيين ليبيين على صفحاتهم بشبكة الفيسبوك خلال الفترة من 2023/1/1 إلى 2023/6/30، وذلك للكشف عن نوع المضمون الذي يفضلون نشره، وتحديد أشكال التفاعل المفضلة لدى الجمهور مع منشورات الصحفيين، والتعرف على أنواع التحرير والنشر التي يستخدمها الصحفيون محل الدراسة في عمليات الكتابة والنشر على الفيسبوك. وقد توصل البحث لعدة نتائج أبرزها: إهمال الصحفيين الليبيين لوسائط المباشر واستطلاعات الرأي العام على صفحاتهم بالفيسبوك، وأن الجمهور المتابع لصفحاتهم يتفاعل مع أغلب ما ينشره الصحفيون الأربعة على صفحاتهم بشبكة الفيسبوك بالإعجاب ثم التفاعل بالتعليق وبالمشاركة.

– الممارسات الشخصية والمهنية للصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي،⁽²⁾ هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الممارسات الشخصية والمهنية، للصحفيين المصريين، على موقع فيسبوك، وصولاً إلى تصور مقترح لمدونة سلوك تنظيم استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي . وتوصلت إلى عدة نتائج : غالبية الصحفيين يمتلكون حسابات خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت تطوراً كبيراً في حياة الاعلاميين، على المستوى الشخصي والمهني، أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر مصدراً للمعلومات في الصحافة المكتوبة .

مصطلحات الدراسة :

– موقع الفيسبوك: هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس، خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في فبراير 2004 في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب يدعى (مارك زوكربيرج)، فتخطت شهرتها حدود الجامعة، وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار، حتى عام 2007، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانات جديدة لهذه الشبكة ومنها، إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم، وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة عام 2010 النصف مليار شخص، يزورونها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار وموضوعات متنوعة وجديدة، يضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة، وغالباً ما تكون في المحادثات والدرشات.⁽³⁾

– الصحفيات الليبيات: يقصد بهن العاملات في مجال الصحافة الليبية المكتوبة والالكترونية، وتعد الصحافة والكتابة الصحفية مهنة ثابتة لهن. وتم تحديدهن في هذه الدراسة بالصحفيات فتحية الجديدي، نجاح إمدق، سليمة بن نزهة.

الإطار النظري للدراسة :

1- أحمد الطيف الكردى، الصحفيون الليبيون وشبكات التواصل الاجتماعي: السياقات والممارسات، أطروحة دكتوراه غير منشورة، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، جامعة منوبة، تونس، 2025 .

2 - حسين محمد ربيع، الممارسات الشخصية والمهنية للصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الواحد والعشرون، يناير 2021 .

-عبدالرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص3.63

التفاعلية في مواقع التواصل الاجتماعي:

تصنف 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 علناً على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء أصحاب المصالح المشتركة، والذين يبحثون عن ملفات أو صور... الخ⁽¹⁾.

وإذا كان الفضاء العمومي كما تحدث عنه هابرماس يعني ذلك المجال الذي يتم فيه التمازج 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 تجسيداً فعلياً لما تحدث عنه "هابرماس"، وبالخصوص فضاء التكوين (la blogosphere)، الذي ينتعش بالحوارات والنقاشات العديدة، بين عدة أطراف وشرائح من المجتمع، بدءاً من المواطن العادي، والصحفي ووصولاً إلى السياسي وهو ما يجعله وفقاً لبعض الباحثين يعد الفضاء الأمثل الذي يجسد الفضاء العمومي.⁽²⁾ فالتفاعل الاجتماعي في مستواه الافتراضي يتم بين الأفراد بعضهم 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 بالسلبيين.⁽³⁾

وقد تعددت أشكال تفاعل المستخدم لشبكة الفيس بوك مع الموضوعات والأخبار المنشورة على صفحاته، ومنها ما يلي:⁽⁴⁾

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 يُمكن لمستخدمين كتابة التعليقات (comment) حول القضايا التي تثير اهتمامهم ثم الضغط على زر (inter) وتتميز هذه الوسيلة بتحقيق آلية التفاعل بين المستخدمين.

2- 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.

1- فتحة بوغازي، شبكات التواصل الاجتماعي وإشكالية الهوية المهنية للصحفي، مجلة LANCOMNET، مخبر البحث في اللغات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الجزائر3، عدد إصدار خاص 2013، ص36.

2- بشري مداسي، الإعلام التفاعلي: دراسة في السمات التفاعلية- الأدوار- النظريات، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة الجزائر3، المجلد12، العدد2، السنة 2022، ص182.

3- لامية طالة، نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران02، العدد 10، جوان 2009، ص182.

4- نهى صبري القطانة، استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأزمة الأفغانية "الفيسبوك أنموذجاً"، مجلة الإعلام والفنون، الأكاديمية الليبية للدراسات العليا، العدد6، السنة الثانية، سبتمبر 2021، ص95، رابط المجلة (<https://amj.academy.edu.ly/ar/j>)

تؤكد نتائج الدراسات التي أجريت في السنوات القليلة الماضية أن شبكة المعلومات الدولية تحمل بدورها سمات مشابهة للاتصال الشخصي، ومن ثم يتم تصنيفها ضمن أكثر وسائل الإعلام ثراءً وقدرة على تفعيل العملية الاتصالية، فالوسائط المتعددة Multimedia ممثلة النصوص والصوت والصور الثابتة والفيديو والجرافيك والرسوم والخرائط تجعل عملية الاتصال أكثر وضوحاً وفعالية من قبل مستخدمي الشبكة العنكبوتية، وقد شهد العقد الأول من الألفية الثالثة اهتماماً ملحوظاً من قبل المنظرين والباحثين في مجال نظرية الثراء الإعلامي بدراسة متغير التفاعلية Interactivity؛ والذي تم تحديده بوصفه قدرة الوسيلة الإعلامية على توفير رجع صدق فوري فيما بين مستخدميها خلال عملية الاتصال. (1)

نتائج الدراسة :

- نوع المحتوى المنشور على صفحات الصحفيات:

الجدول رقم (1)

يبين نوع المحتوى المنشور على صفحات الصحفيات

الإجمالي	سليمة بن نزهة		نجاح مصدق		فتحية الجديدي		الصحفية نوع المحتوى	
	%	ك	%	ك	%	ك		
%15.9	29	%24.1	19	%16.1	10	%0.0	0	سياسي
%5.5	10	%7.6	6	%6.5	4	%0.0	0	اقتصادي
%24.7	45	%32.9	26	%8.1	5	%34.1	14	اجتماعي
%20.9	38	%1.3	1	%21.0	13	%58.5	24	ثقافي
%2.2	4	%1.3	1	%4.8	3	%0.0	0	فني
%3.3	6	%1.3	1	%6.5	4	%2.4	1	ديني
%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0	أمني وعسكري
%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0	رياضي
%0.5	1	%0.0	0	1.6%	1	%0.0	0	تعليمي
%0.5	1	%1.3	1	%0.0	0	%0.0	0	صحي
%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0	تربوي
%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0	بيئي
%25.8	47	%30.4	24	%35.5	22	%2.4	1	صحفي
%0.5	1	%0.0	0	%0.0	0	%2.4	1	أخرى
%100.0	182	%100.0	79	%100.0	62	%100.0	41	المجموع

توضح نتائج الجدول رقم (1) والمتعلق بنوع المحتوى المنشور على صفحات الصحفيات عينة الدراسة، بأن إجمالي المنشورات أهتمت بالمحتوى الصحفي، وجاءت أولاً وبنسبة بلغت (25.8%)، وهي نتيجة متوقعة نظراً لأن الصحفيات الثلاثة

1- سالم، دعاء فتحى، الزهراني، أحمد على. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب السعودي نحو رؤية المملكة 2030: توتير أنموذجاً، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع.65، 2018.

يشغل منصب رئيس تحرير ومدير تحرير، فمضماً سينشر موضوعات صحفية بالدرجة الأولى، وبفارق بسيط جاء المحتوى الاجتماعي في المرتبة الثانية ونسبة بلغت (24.7%)، يليه في المرتبة الثالثة المحتوى الثقافي ونسبة بلغت (20.9%)، أما المحتوى السياسي فقد جاء رابعاً ونسبة بلغت (15.9%)، وهذه النتيجة تتنافى مع ما جاء في دراسة (ياسر عبدالله طلبت)، حيث جاء المضمون السياسي في المرتبة الأولى، ونسبة بلغت (35.2%)، ولا تتفق أيضاً مع دراسة (أحمد الكردي)، حيث جاء المضمون السياسي أولاً ونسبة بلغت (28.3%)، أما باقي الفئات فجاءت بنسب متدنية كالمحتوى الاقتصادي والمحتوى الديني، وقد أهملت الصحفيات باقي المضامين كالأمني والعسكري والبيئي والعديد من المحتوى المبين أعلاه.

ومن خلال البيانات التفصيلية للجدول رقم (1)، نجد أن المحتوى الثقافي حل في المرتبة الأولى في صفحة الصحفية فتحية الجديدي، ونسبة فاقت النصف وبلغت (58.5%)، بينما جاء في الترتيب الثاني المحتوى الاجتماعي ونسبة بلغت (34.1%)، حيث أهتمت بالقضايا الاجتماعية وأفردت صفحتها لنشر بعض القصص الاجتماعية، ونسبة متطابقة حل المحتوى الديني والصحفي وفئة أخرى، وجاءت في الترتيب الثالث ونسبة بلغت (20.4%)، في حين لم تهتم بأي محتوى آخر فقد كانت النتائج صفرية لباقي الفئات .

أما محتوى منشورات الصحفية نجاح مصدق، فقد حل المحتوى الصحفي في المرتبة الأولى ونسبة بلغت (35.5%)، وهي نتيجة متوقعة لأنها رئيس تحرير مجلة الليبية، ومشرفة صفحة التردد في صحيفة فبراير، فهي تنشر أعمالها الصحفية على صفحتها الفيسبوكية، وفي الترتيب الثاني جاء المحتوى الثقافي ونسبة بلغت (21.0%)، فهي تنشر كتاباتها على صفحتها كذلك بعض الأشعار والقصص السردية، أما مانسبته (16.1%) فقد جاء للمحتوى السياسي وحل في المرتبة الثالثة بالنسبة للمحتوى المنشور على صفحة الصحفية نجاح إصديق، يليه في المرتبة الرابعة المحتوى الاجتماعي ونسبة بلغت (8.1%)، وفي الترتيب الخامس بنفس النسبة جاء المحتوى الاقتصادي والديني وبلغت (6.5%)، وأخيراً حل المحتوى التعليمي ونسبة ضئيلة بلغت (1.6%)، بينما أهملت المحتوى الصحي والتربوي والأمني والرياضي .

في حين أن منشورات الصحفية سليمة بن نزهة احتل المحتوى الاجتماعي الترتيب الأول ونسبة بلغت (32.9%)، وظهر هذا واضحاً عند تحليل محتوى منشورات صفحتها على الفيس بوك، فقد أهتمت كثيراً بمشاكل الناس، وأفردت صفحتها لعرض هذه المشاكل وإيجاد الحلول لها، في حين استخدمت صفحتها لتقديم واجب العزاء لأبناء عمومته وأصدقائها، كذلك بعض الشخصيات في المجال الاعلامي والصحفي، ونسبة أقل من الأولى حل المحتوى الصحفي وبلغت النسبة (30.4%)، فهي كانت تنشر موضوعات وصفحات صحيفة فسانيا على جدار صفحتها بل وتناقش الموضوعات المنشورة بها، وفي المرتبة الثالثة ونسبة بلغت (7.6%)، حل المحتوى الاقتصادي، فقد حاولت الصحفية سليمة عرض بعض المعوقات والمشاكل الاقتصادية بمدينتها وليبيا بالعموم، في حين جاء كل من المحتوى الديني والفني والثقافي والصحي بنفس النسبة التي بلغت (1.3%) بينما تركت باقي الفئات كالمحتوي البيئي والتربوي إلخ .

وعند مقارنة نتائج نوع المحتوى المنشور على صفحات الصحفيات الثلاث على الفيس بوك نجد أن الصحفيتين نجاح إصديق وسليمة بنزهة اهتمتا بالمحتوى الصحفي، وجاء بنسبة عالية مقارنة بباقي النتائج وذلك لأن الصحفيتين تشغلان منصب رئيس تحرير، الأولى لمجلة الليبية والثانية لصحيفة فسانيا، بينما اختلفت الصحفية فتحية الجديدي في اختيارها للمحتوى الأهم بالنسبة لها والذي أفردت صفحتها له وهو المحتوى الثقافي، كونها كاتبة وشاعرة وصاحبة إصدارات شعرية، وهي أيضاً مدير تحرير لصحيفة الصباح ولكنها تهتم كثيراً بالمحتوى الثقافي وهذا ما نتج عن تحليل مضمون صفحتها على الفيس بوك، وبينما اختفى المحتوى السياسي على صفحة الصحفية فتحية الجديدي، فقد تواجد على صفحتي نجاح مصدق وسليمة بن نزهة، ونلاحظ أن جميعهن أهملن المحتوى الرياضي والأمني والبيئي والتربوي .

- القضايا والموضوعات التي تناولتها منشورات الصحفيات محل الدراسة:

الجدول رقم (2)

يبين القضايا والموضوعات التي تناولتها الصحفيات

الموضوعات المنشورة	فتحية الجديدي		نجاح مصدق		سليمة بن نزهة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الدعوة للانتخابات	0	0.0%	1	1.6%	3	3.8%	4	2.2%
المشاركة السياسية	0	0.0%	1	1.6%	1	1.3%	2	1.1%
المصالحة الوطنية	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	1	0.5%
قضايا فساد المال العام	0	0.0%	5	8.1%	0	0.0%	5	2.7%
غلاء المعيشة	0	0.0%	2	3.2%	0	0.0%	2	1.1%
نقص السيولة	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	1	0.5%
نقص الأدوية	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	1	0.5%
أزمة الوقود	0	0.0%	0	0.0%	3	3.8%	3	1.6%
جلسات ثقافية	19	46.3%	0	0.0%	0	0.0%	19	10.4%
اشتباكات مسلحة	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	1	0.5%
مشاكل الميراث	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	1	0.5%
العنف الأسري	0	0.0%	0	0.0%	2	2.5%	2	1.1%
معارض فنية	1	2.4%	3	4.8%	1	1.3%	5	2.7%
قصص اجتماعية	6	14.6%	14	22.6%	6	7.6%	26	14.3%
إصدارات جديدة	1	2.4%	4	6.5%	0	0.0%	5	2.7%
صفحات الصحف الورقية	7	17.1%	18	29.0%	21	26.6%	46	25.3%
جلسات عمل صحفي	3	7.3%	1	1.6%	0	0.0%	4	2.2%
مناسبات دينية	3	7.3%	4	6.5%	3	3.8%	10	5.5%
قضايا سياسية	0	0.0%	4	6.5%	6	7.6%	10	5.5%
جرائم القتل	0	0.0%	4	6.5%	0	0.0%	4	2.2%
موضوعات فنية	0	0.0%	1	1.6%	0	0.0%	1	0.5%
تاريخ الفن الليبي	0	0.0%	0	0.0%	2	2.5%	2	1.1%
تهاني + تعازي	0	0.0%	0	0.0%	13	16.5%	13	7.1%
الأعمار في ليبيا	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	1	0.5%
أزمة الكهرباء	0	0.0%	0	0.0%	6	7.6%	6	3.3%
شخصيات صحفية	0	0.0%	0	0.0%	4	5.1%	4	2.2%
أخرى	1	2.4%	0	0.0%	2	2.5%	3	1.6%
المجموع	41	100.0%	62	100.0%	79	100.0%	182	100.0%

تبين لنا نتائج الجدول رقم (2) الموضوعات التي اهتمت بها الصحفيات الثلاث عبر صفحاتهن على الفيس بوك، كان لصفحات الصحف الورقية وجاءت أولاً بنسبة بلغت (25.3%)، وهنا يظهر لنا من خلال تحليل محتوى صفحات الصحفيات الثلاث أنهن يركزن على نشر صفحات من الصحف الورقية التي يعملن فيها، فيما جاء في المرتبة الثانية من اجمالي الموضوعات التي اهتمت بها الصحفيات الثلاث، هي القصص الاجتماعية فقد أفردن صفحة الفيس بوك لبعض القصص التي تمس المحيط الاجتماعي وذلك بغية تسليط الضوء عليها وايجاد حلول لها في بعض الاحيان، بينما جاءت في الترتيب الرابع الجلسات الثقافية وبنسبة بلغت (10.4%).

وعند عرض النتائج لكل صحفية على حدا في نوع قضايا الموضوعات التي اهتمت بنشرها على صفحاتها بالفيس بوك، نجد إن الجلسات الثقافية جاءت أولاً عند الصحفية فتحية الجديدي وبنسبة بلغت (46.3%)، وهي نتيجة محتملة نظراً لاهتمام الصحفية الواضح بالجانب الأدبي والشعري، بينما حل ثانياً نشر الصفحات الورقية من الصحف بنسبة بلغت (17.1%)، فقد رصدنا نشر صفحات من صحيفة الصباح الورقية على حائط الصحفية فتحية الجديدي، وكان للصفحة الاجتماعية النصيب الأكبر لأنها مشرفة على الملف الاجتماعي بصحيفة الصباح الورقية، بينما حلت القصص الاجتماعية في المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (14.6%)، ومبرر هذه النتيجة مذكور سلفاً وهو إشراف الصحفية على الملف الاجتماعي بصحيفة الصباح الورقية، في حين حلت جلسات العمل الصحفي والمناسبات الدينية بتعادل في النسب وجاءت ب(7.3%) .

في حين أن نشر صفحات الصحف الورقية جاء أولاً عند الصحفية نجاح مصدق، وبنسبة بلغت (29.0%)، وهذا راجع لكونها تنشر في صفحات مجلة الليبية والأمل، باعتبارها رئيس تحريرهما، كذلك صفحة التردد في صحيفة فبراير التي تشرف عليها، بينما كانت القصص الاجتماعية في المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (22.6%)، أما عن قضايا فساد المال العام فقد أفردت الصحفية نجاح أكثر من مرة صفحاتها لهذه القضية مسألة أحياناً، ومعللة أحياناً أخرى، عن هذه القضية الشائكة والتي جاءت ثالثاً وبنسبة بلغت (8.1%)، بينما تعادلت موضوعات المناسبات الدينية والقضايا السياسية وقضايا القتل عند الصحفية نجاح وحلت بنسبة بلغت (6.5%) .

فيما كان اهتمام الصحفية سليمة بنزهة بالدرجة الأولى بنشر صفحات صحيفة فسانيا، وجاءت بنسبة بلغت (26.6%)، بينما جاءت موضوعات التهاني والتعازي والنعي في المرتبة الثانية، وبنسبة بلغت (16.5%)، فعندما قمنا بتحليل مضمون صفحة سليمة بنزهة على الفيس بوك وجدنا أنها تقدم التعازي وتعلن عن حالات الوفاة لأقاربها وبعض من زملائها، وهو ما يعكس مدى ترابط أواصر التراحم والقربى في الريف، وبنسبة متطابقة حلت القصص الاجتماعية، وأزمة الكهرباء، وبلغت (7.6%)، فمدينة سبها تعاني أزمة انقطاع الكهرباء لساعات طويلة قد تصل أحياناً إلى عدة أيام، والكل يعرف أن مدينة سبها ذات الطقس الحار جداً، لهذا كتبت الصحفية سليمة عدة مرات عن ما تعانيه مدينتها محاولة لفت انتباه المسؤولين لهذه القضية المهمة، أما باقي الفئات فقد سجلت نسباً منخفضة ومقاربة، باستثناء عرض أعمال بعض الشخصيات الصحفية، والتعريف بها، والتي جاءت بنسبة متدنية بلغت (5.1%) .

وعند مفاضلة نتائج الموضوعات والقضايا المنشورة على صفحات الصحفيات الثلاث على الفيس بوك، يتبين لنا أن الصحفيتين نجاح مصدق، وسليمة بن نزهة كانتا تنشران صفحات الصحف الورقية، أي صفحات مجلة الليبية التي تترأسها نجاح، وصحيفة فسانيا التي تترأسها سليمة، في حين أن الصحفية فتحية الجديدي كان اهتمامها منصب على الجلسات الثقافية بالدرجة الأولى، واتفقت الصحفيات الثلاث على اهتمامهن بالقصص الاجتماعية فقد أفردن صفحاتهن الفيسبوكية لنشر بعض القصص الاجتماعية، في حين أهملت الصحفيتين فتحية ونجاح موضوعات وقضايا مهمة لم تتطرق لنشرها أو الإشارة لها في منشورتهن كأزمة الكهرباء والأعمار في ليبيا، والعنف الأسري، والاشتباكات المسلحة والعديد من الموضوعات

والقضايا التي جاءت صفرية في منشورات الصحفيتين، في حين خصصت سليمة بن نزهة بعض المنشورات على صفحاتها لهذه الموضوعات.

- أشكال النشر المستخدمة على صفحات الصحفيات:

جدول رقم (3)

يبين أشكال النشر المستخدمة على صفحات الصحفيات

أشكال النشر	الصحفيات		فتحية الجديدي		نجاح مصدق		سليمة بن نزهة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
خبر	29	70.7%	16	25.8%	31	39.2%	76	41.8%		
مقال	1	2.4%	13	21.0%	1	1.3%	15	8.2%		
تقرير	0	0.0%	2	3.2%	4	5.1%	6	3.3%		
استطلاع	0	0.0%	3	4.8%	5	6.3%	8	4.4%		
تحقيق	0	0.0%	2	3.2%	2	2.5%	4	2.2%		
تعليق على حدث	2	4.9%	6	9.7%	15	19.0%	23	12.6%		
نص على خلفية فيسبوك	1	2.4%	3	4.8%	7	8.9%	11	6.0%		
قصص	4	9.8%	12	19.4%	3	3.8%	19	10.4%		
قصائد	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%		
اعلانات	4	9.8%	4	6.5%	7	8.9%	15	8.2%		
أخرى	0	0.0%	1	1.6%	4	5.1%	5	2.7%		
المجموع	41	100.0%	62	100.0%	79	100.0%	182	100.0%		

يتضح من بيانات الجدول رقم (3)، أن الخبر يمثل الشكل الصحفي الأكثر استخداماً لدى الصحفيات الثلاثة في منشوراتهن على صفحاتهن بالفيسبوك، حيث جاء أولاً وبنسبة بلغت (41.8%)، وهذه النتيجة متوقعة، نظراً للوظائف التي تشغلها الصحفيات الثلاثة، وهذه النتيجة تختلف مع نتيجة دراسة (أحمد الكردي)، والذي جاء فيها استخدام الخبر ضئيل جداً لدى الصحفيين الليبيين عينة الدراسة، وبلغت النسبة (4.9%)، فيما حل ثانياً التعليق على حدث، بينما جاءت القصص في المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (10.4%)، أما المقال والإعلانات فقد تراجعاً وسجلتا نسبة متساوية بلغت (8.2%)، وهو ما يعكس إهمال فن المقال الذي يستخدمه الصحفي في عرض وتحليل القضايا وكذلك التعبير عن رأيه إزاء ما يمر به الوطن والمواطن.

وقد تصدر استخدام الخبر الصحفي على منشورات فتحية الجديدي الفيسبوكية حيث جاء أولاً وبنسبة فاقت النصف وبلغت (70.7%)، يليه وبنسبة متساوية الاعلانات والقصص، وبنسبة بلغت (9.8%)، أما التعليق على حدث جاء في المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (4.9%) .

ولم تختلف منشورات الصحفية نجاح مصدق في استخدامها للخبر كشكل أول من أشكال النشر على الفيسبوك حيث بلغت نسبته (25.8%)، بينما كان المقال حاضراً وبنسبة بلغت (21.0%)، أما الترتيب الثالث فكان للقصص التي جاءت بنسبة بلغت (19.4%) .

أما فيما يتعلق بمنشورات الصحفية سليمة بن نزهة، فقد جاء أولاً بنسبة (39.2%)، يليه التعليق على حدث، بنسبة (19.0%)، وهذا ما لاحظناه عند تحليل منشورات سليمة، حيث كانت مستاءة من بعض القضايا والمشاكل التي تمر بها مدينتها سبها.

وعند مقارنة نتائج الصحفيات الثلاثة نلاحظ، أنهن اعتمدن على فن الخبر في النشر على صفحاتهن بالفيسبوك، وتميزت نجاح مصدق باستخدامها المقال بنسبة أكثر عن الصحفيتين الأخريين، فيما كانت أعلى نسبة لدى سليمة بن نزهة في استخدامها للتعليق على حدث.

النتائج السابقة تعكس هيمنة الأشكال الصحفية السريعة والمباشرة، وعلى رأسها الخبر والتعليق، على المحتوى المنشور في صفحات الصحفيات الثلاثة، مقابل تراجع الأشكال التفسيرية والتحقيقية، وهو ما يرتبط بطبيعة النشر عبر الفيسبوك والذي يركز على السرعة في نقل الاخبار والتعليق على الأحداث.

- الوسائط المتعددة المستخدمة مع منشورات الصحفيات:

الجدول رقم (4)

يوضح الوسائط المتعددة المستخدمة مع منشورات الصحفيات على الفيس بوك

الوسائط المتعددة	الصحفيات		فتحية الجديدي		نجاح مصدق		سليمة بن نزهة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
صورة	35	74.5%	35	43.8%	43	54.4%	113	54.9%		
فيديو	3	6.4%	6	7.5%	2	2.5%	11	5.3%		
إنفو جرافيك	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%		
بث مباشر	1	2.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.5%		
هاشتاق #	0	0.0%	12	15.0%	7	8.9%	19	9.2%		
روابط خارجية	7	14.9%	7	8.8%	4	5.1%	18	8.7%		
رسوم وخرائط	0	0.0%	6	7.5%	0	0.0%	6	2.9%		
رسوم ساخرة	1	2.1%	2	2.5%	0	0.0%	3	1.5%		
لا يوجد	0	0.0%	12	15.0%	23	29.1%	35	17.0%		
المجموع	47	100.0%	80	100.0%	79	100.0%	206	100.0%		

من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم (4)، نلاحظ عدم وجود تنوع كبير في استخدام الوسائط المتعددة بمنشورات الصحفيات الثلاثة، فقد اعتمدن بشكل كبير على الصورة حيث جاءت أولاً بنسبة (54.9%)، وهذه النتيجة تتفق مع ماجاء في دراسة (ياسر عبدالله طلعت)، والتي أحتلت فيها الصورة مقدمة الوسائط وذلك بنسبة بلغت (32.8%)، كذلك تتفق مع دراسة (أحمد الكردي)، التي جاء فيها أن الصورة جاءت في مقدمة الوسائط المستخدمة لدى الصحفيين الليبيين، عينة الدراسة وبنسبة عالية بلغت (72.4%)، التي تعتبر أحد العناصر التيبوغرافية المهمة في العمل الصحفي، وتعمل على شد انتباه المتابعين وزيادة تفاعلهم مع المنشورات، لأنها عنصر بصري مهم يجذب عين المستخدم وتدعم النص المكتوب وتوضحه أثناء التصفح على الفيسبوك، وفي كثير من الأحيان يكتفي المستخدم بالصورة دون قراءة كل النص. أما الوسائط الأخرى فقد تراجعت نسبة استخدامها مع منشورات الصحفيات عينة الدراسة ربما بعدم الدراية بأهمية توظيفها أو طريقة استعمالها. وتظهر البيانات التفصيلية للجدول أعلاه، بأن الصحفية فتحية الجديدي، ركزت في منشوراتها على استخدام الصورة بشكل كبير، حيث جاءت أولاً وبنسبة بلغت (74.5%)، فيما جاءت الروابط الخارجية في المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (14.9%)، بينما حل الفيديو بنسبة منخفضة في الوسائط المتعددة التي استخدمتها الصحفية وبلغت نسبته (6.4%)، أما الانفوجرافيك والرسوم والخرائط فقد سجلت نسباً صفرية.

وعند رصد استخدام الصحفية نجاح مصدق للوسائط المتعددة بمنشوراتها على الفيسبوك، تبين إن الصورة قد جاءت أولاً وبنسبة بلغت (43.8%)، بينما كان الترتيب الثاني للهاشتاق، وجاء بنسبة بلغت (15.0%)، وقد استخدمته الصحفية لزيادة

ظهور المنشورات للأشخاص الذين لا يتابعون منشوراتها، أو حسابها الشخصي، في حين أنها استخدمت الفيديو والرسوم والخرائط بنسبة متساوية بلغت (7.5%)، ولم تستخدم البث المباشر ولا الانفوجرافيك مع منشوراتها على الفيس بوك . بدأ إهمال الصحيفة سليمة بنزهة واضحاً في استخدامها للوسائط المتعددة مع منشوراتها فقد بين الجدول أعلاه نتائج صفرية للوسائط (الانفوجرافيك، والبث المباشر، كذلك الرسوم الساخرة والخرائط)، بينما اعتمدت على الصورة بشكل ملحوظ وجاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (54.4%)، ولم تستخدم أي نوع من الوسائط المتعددة في بعض منشوراتها، فسجل عدم وجود وسائط بنسبة بلغت (29.1%).

وعند مقارنة نتائج تحليل منشورات الصحفيات الثلاثة نلاحظ انهن اتفقن في استخدام الصورة مع منشوراتهن على الفيس بوك، فيما اهلن استخدام الانفوجرافيك مع منشوراتهن حيث سجل نتيجة صفرية، ونرجح السبب أحياناً لعدم معرفتهن بتقنيات استخدامه، فيما تميزت الصحيفة فتحية الجديدي في استخدامها للبث المباشر، بينما لم تستخدمه الصحفيتان نزهة ونجاح مع منشوراتهما .

- أشكال تفاعل الجمهور مع محتوى منشورات الصحفيات:

الجدول رقم (5)

يوضح أشكال تفاعل الجمهور مع محتوى منشورات الصحفيات

الإجمالي %	ك	سليمة بن نزهة		نجاح مصدق		فتحية الجديدي		الصحفية أشكال التفاعل
		%	ك	%	ك	%	ك	
%44.8	129	%44.0	55	%43.3	42	%48.5	32	إعجاب
%0.7	2	%0.0	0	%0.0	0	%3.0	2	مشاركة
%36.8	106	%35.2	44	%38.1	37	%37.9	25	تعليق
%17.7	51	%20.8	26	%18.6	18	%10.6	7	كل ما سبق
%100.0	288	%100.0	125	%100.0	97	%100.0	66	المجموع

الجدول رقم (5) يبين لنا أن الجمهور المتابع يتفاعل مع أغلب ما تنشره الصحفيات الثلاثة، على صفحاتهن بشبكة الفيسبوك؛ حيث جاء إجمالي شكل التفاعل بالإعجاب بالمنشورات أولاً بنسبة (44.8%)، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (أحمد الكردي)، والتي جاء بها الإعجاب أولاً، وبنسبة بلغت (36.8%)، ثم التفاعل بالتعليق بنسبة أقل وحل ثانياً بنسبه بلغت (36.8%)، فيما انخفضت نسبة مشاركة المستخدمين للمنشورات وسجلت نسبة منخفضة جداً (0.7%) .

بينما كانت النتائج التصيلية لكل صحفية مختلفة عن الأخرى، فقد كان شكل التفاعل بالأعجاب في المرتبة الأولى للصحفية فتحية الجديدي وحل بنسبة بلغت (48.5%)، يليه التعليق بنسبة بلغت (37.9%)، وهذا دليل على تفاعل المتابعين لمنشوراتها، فئة (كل ماسبق)، أي كل أنواع التفاعل جاءت ثالثاً وبنسبة (10.6%)، أما المشاركة فقد جاءت ضعيفة بنسبة بلغت (3.0%)، ونعلل هذه النسبة بأن الصحيفة فتحية كاتبة وشاعرة والبعض من أصدقائها يكتفون بمشاركة مناشيرها بدلاً من كتابة المنشور بنفسهم .

لم تسجل أي مشاركة لمنشورات الصحيفة نجاح مصدق، فقد كانت فئة المشاركة صفرية، مقارنة بباقي أشكال التفاعل، الذي جاء فيه التفاعل بالأعجاب أولاً بنسبة بلغت (43.3%)، يليه التعليق وبلغت نسبته (38.1%)، أما ثالثاً فقد حلت فئة (كل ماسبق) بنسبة (18.6%) .

ولم تختلف نتائج الصحيفة سليمة بنزهة، عن زميلتها، فقد سجل التفاعل بالأعجاب الترتيب الأول وبنسبة بلغت (44.0%)، وكانت النتيجة صفرية لنوع التفاعل بالمشاركة، أما التعليق فقد جاء بالمرتبة الثانية وبلغت نسبته (35.2%) .

وعند مقارنة أشكال تفاعل المستخدمين مع منشورات الصحفيات، نجد أن نسبة التفاعل بالأعجاب جاءت متقاربة على منشورات الصحفيات الثلاثة وبنسب مئوية متقاربة، وهذا دليل على تفاعل المستخدمين والمتابعين لمنشورات الصحفيات على صفحاتهن في الفيسبوك، أما فيما يتعلق بالتفاعل بالمشاركة، فقد كانت النتيجة صفرية للصحفتين نجاح مصدق، وسليمة بن نزهة، فيما سجلت الصحفية فتحية الجديدي، نسبة التفاعل بالمشاركة ب (3.0%)، وهذه النتيجة ربما بسبب أن الصحفية فتحية تشارك في العديد من الجلسات الثقافية التي يحضرها ويشارك فيها أصدقائها وزملائها.

أنواع الرموز التعبيرية (الأيموجي) علي منشورات الصحفيات:

الجدول رقم (6)

يبين أنواع الرموز التعبيرية (الأيموجي) على منشورات الصحفيات

نوع الرمز	الصحفية		فتحية الجديدي		نجاح مصدق		سليمة بن نزهة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أعجبنى (Like) 🍊	729	59.6%	1269	58.6%	3890	66.0%	1892	75.5%	3890	66.0%
الحب (Love) ❤️	385	31.5%	478	22.1%	1108	18.8%	245	9.8%	1108	18.8%
هاها (Haha) 😂	2	0.2%	17	0.8%	19	0.3%	0	0.0%	19	0.3%
واو (Wow) 🤩	2	0.2%	24	1.1%	29	0.5%	3	0.1%	29	0.5%
حزين (Sad) 😞	2	0.2%	121	5.6%	378	6.4%	255	10.2%	378	6.4%
عناية (Care) 🙏	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
غاضب (Angry) 😡	0	0.0%	5	0.2%	6	0.1%	1	0.0%	6	0.1%
أدعمه	104	8.5%	245	11.3%	460	7.8%	111	4.4%	460	7.8%
النجم (أكثر تعليق يحصل على اعجابات)	0	0.0%	8	0.4%	8	0.1%	0	0.0%	8	0.1%
مجموع	1224	100.0%	2167	100.0%	5898	100.0%	2507	100.0%	5898	100.0%

توضح نتائج الجدول رقم (6)، أنواع الرموز التعبيرية (الأيموجي) المستخدمة في التفاعل مع منشورات الصحفيات عينة الدراسة، حيث ظهر النتائج هيمنة واضحة لرمز أعجبنى، فقد جاء بنسبة عالية بلغت (66.0%)، على منشورات الصحفيات الثلاثة، بينما حل في المرتبة الثانية الرمز التعبيري الحب وبنسبة بلغت (18.8%)، وهو يدل على مستوى أعلى من التقدير العاطفي للمحتوى المنشور، أما الرمز التعبيري أدعمه فجاء ثالثاً، وبنسبة بلغت (7.8%)، ويعكس هذا النوع من التفاعل درجة من التأييد أو المساندة للمضامين المنشورة من قبل الأصدقاء والمتابعين لمنشورات الصحفيات اللبنيات.

وعند التعليق على النتائج التفصيلية لمنشورات كل صحفية على حدة، نجد أن فتحية الجديدي، سجل الرمز أعجبنى أعلى نسبة بالنسبة للرموز التعبيرية على منشوراتها، وبلغت نسبته (59.6%)، بينما جاء الرمز التعبيري الحب في المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (31.5%)، وهذا يدل على دعم المتابعين للمحتوى المنشور في صفحتها، فيما تراجع الرمز أدعمه بنسبة بلغت (8.5%)، وجاء ثالثاً، أما باقي الرموز التعبيرية جاءت بنسب متدنية وأخرى صفرية .

لم تختلف الصحفية نجاح مصدق عن زميلتها فتحية فقد جاء أولاً الرمز التعبيري أعجبنى وبنسبة بلغت (58.6%)، وحل الرمز التعبيري الحب في المرتبة الثانية، فيما كان الرمز التعبيري أدعمه في المرتبة الثالثة، وبنسبة عالية مقارنة بباقي الرموز، وهذا يدل على دعم واقتناع المتابعين للمحتوى المنشور على صفحة نجاح إمصديق، في المقابل، سجلت الرموز الأخرى نسباً محدودة جداً.

بينما كان الرمز التعبيري اعجبني يفوق النصف عند الصحفية سليمة بن نزهة ووصل الى (75.5%)، وجاء أولاً، فيما حل ثانياً الرمز التعبيري حزين، والسبب في ذلك بأن الصحفية سليمة تنشر العديد من التعازي والنعي سواء لذويها أو أصدقائها

وقد حققت الصحفية سليمة بن نزهة أعلى نسبة للرمز التعبيري أعجبني مقارنة بزميلتيها، بينما كانت النسبة الأعلى للرمز التعبيري، الحب لفتحية الجديدي، بينما الرمز التعبيري حزين حقق نسبة عالية عند الصحفية سليمة بن نزهة، بينما كانت نسبته متدنية للصحفتين الأخرتين، وتميزت الصحفية نجاح بدعم متابعيها للمحتوى المنشور حيث جاء الرمز التعبيري أدمه بنسبة تفوق زميلتيها، كذلك هي الصحفية الوحيدة التي تحصلت على التعليق النجم، وهو أكثر تعليق يحصل على إعجاب المتابعين للمحتوى المنشور، فلم يسجل أي استخدام على الإطلاق لدى جميع الصحفيات للرمز التعبيري عناية (Care)، وبشكل عام، تكشف النتائج عن غلبة التفاعلات الإيجابية على منشورات الصحفيات، حيث استحوذت رموز الإعجاب والحب والدعم مجتمعة على (92.6%)، من إجمالي التفاعلات، وهو ما يشير إلى وجود قبول وتقدير مرتفع للمحتوى المنشور، مقابل محدودة التفاعلات السلبية أو الساخرة مثل الغضب والضحك، الأمر الذي يعكس طبيعة تفاعل الجمهور مع منشورات الصحفيات محل الدراسة على صفحاتهن بالفيسبوك.

- الإعجابات بمنشورات الصحفيات على الفيس بوك:

الجدول رقم (7)

يبين عدد الإعجابات بمنشورات الصحفيات على الفيس بوك

الصحفيات	فتحية الجديدي		نجاح مصدق		سليمة بن نزهة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
من 1-9	3	7.1%	4	7.0%	16	20.0%	23	12.8%
من 10-19	15	35.7%	12	21.1%	18	22.5%	45	25.1%
من 20-29	9	21.4%	10	17.5%	10	12.5%	29	16.2%
30 فأكثر	15	35.7%	31	54.4%	36	45.0%	82	45.8%
لا توجد إعجابات	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
المجموع	42	100.0%	57	100.0%	80	100.0%	179	100.0%

تشير نتائج الجدول رقم (7)، إلى توزيع عدد الإعجابات التي حظيت بها منشورات الصحفيات الثلاث، فيما كان فئة 30 فأكثر قد تحصلت على أعلى نسبة وبلغت (45.8%)، مما يدل على أن غالبية المنشورات حققت تفاعلاً مرتفعاً نسبياً، بينما فئة من (10-19)، جاءت في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (25.1%)، فيما حلت الفئة من (20-29)، في المرتبة الثالثة، وبنسبة (16.2%)، أما فئة الاعجابات من (1-9)، فقد سجلت أدنى نسبة بين الفئات الفعلية بلغت (12.8%)، ويعتبر عدد الاعجابات بالمنشورات للصحفيات الثلاث مرتفع .

وعند عرض النتائج التفصيلية لمنشورات كل صحفية، نجد أن الصحفية فتحية الجديدي، فقد توزعت منشوراتها بين فئتي (10-19)، ومن (30 فأكثر)، وجاءتا بنسبة متساوية بلغت (35.7%)، وحلت في المرتبة الأولى، وهذا دليل على ارتفاع عدد الاعجابات بمنشورات الصحفية فتحية، بينما كانت الاعجابات من (1-9)، متدنية مقارنة بالفئات الأخرى . فيما يخص نتائج الصحفية نجاح مصدق، فقد جاءت عدد الاعجابات من (30 فأكثر)، في الترتيب الأول وبنسبة بلغت (54.4%)، وهذا يدل على ارتفاع مستوى التفاعل مع منشوراتها، بينما عدد الاعجابات من (10-19)، في المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (21.1%)، فيما حلت في الترتيب الثالث، عدد الاعجابات من (20-29)، وبنسبة (17.5%) .

حققت منشورات سليمة بن نزهة أعلى نسبة في فئة الإعجابات من (30 فأكثر)، وجاءت أولاً بنسبة بلغت (45.0%)، بينما حلت فئة الإعجابات من (10-19)، في المرتبة الثانية، وبنسبة بلغت (22.05%)، وثالثاً جاءت فئة الإعجابات من (1-9)، بنسبة بلغت (20.0%)، وهذه النسبة تدل على تدني عدد الإعجابات من المتابعين لصفحة الصحفية سليمة . وعند المقارنة بين منشورات الصحفيات الثلاث نلاحظ بأن الصحفية نجاح مصدق حصلت على أعلى نسبة لفئة الإعجابات من (30 فأكثر)، وهي أعلى نسبة بين جميع منشورات الصحفيات في هذه الفئة، كما اختلفت الصحفية سليمة بن نزهة عن زميلتيها، في فئة الإعجابات من (1-9)، فجاءت عندها مرتفعة مقارنة بمنشورات الصحفيتين (فتحية ونجاح) . تشير النتائج إلى أن التفاعل مع منشورات الصحفيات على فيسبوك كان مرتفعاً بوجه عام، حيث تركزت النسبة الأكبر من المنشورات في فئة (30 اجاباً فأكثر)، حيث برزت نجاح مصدق بوصفها صاحبة أعلى نسبة من المنشورات ذات التفاعل المرتفع، في حين أظهرت منشورات كل من سليمة بن نزهة وفتحية الجديدي مستويات جيدة من تفاعل المستخدمين، مع اختلاف نسبي في توزيع الإعجابات بين الفئات، و لم تسجل أي منشورات ضمن فئة عدم وجود إعجابات المختلفة .

- أنواع التعليقات على منشورات الصحفيات على الفيس بوك:

الجدول رقم (8)

يبين أنواع التعليقات على منشورات الصحفيات على الفيس بوك

نوع التعليق	الصحفيات		فتحية الجديدي		نجاح مصدق		سليمة بن نزهة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إيجابي	33	97.1%	50	66.7%	64	92.8%	147	82.5%		
سلبي	0	0.0%	17	22.7%	4	5.8%	21	11.7%		
استفساري	1	2.9%	6	8.0%	1	1.4%	8	4.4%		
ترويجي (روابط إعلانات)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%		
فكاهي	0	0.0%	2	2.7%	0	0.0%	2	1.1%		
المجموع	34	100.0%	75	100.0%	69	100.0%	178	100.0%		

يتضح من بيانات الجدول رقم (8)، أن التعليقات الإيجابية شكلت الغالبية العظمى من التعليقات الواردة للصحفيات الثالثة، وجاءت بنسبة عالية بلغت (83.5%)، بينما حل ثانياً التعليق السلبي ولكن بنسبة منخفضة مقارنة بالتعليقات الإيجابية على منشورات الصحفيات الثلاث في الفيسبوك، فيما كان للتعليق الاستفساري نسبة بلغت (4.5%)، وهي نتيجة متوقعة نظراً لأن صفحات الصحفيات على الفيسبوك إخباريات، مما يجعلها مصدر يستقي منه المتابع الأخبار، وتتفق مع نتيجة الجدول رقم (3)، حيث أن الخبر جاء من أكثر أشكال النشر لمحتوى الصحفيات على الفيسبوك، وحل بنسبة بلغت (41.8%) لمنشورات الصحفيات الثلاث، ولم تُسجل أي تعليقات ترويجية، (روابط اعلانية)، أو تعليق فكاهي .

وعند استعراض النتائج التفصيلية لكل صحفية يتبين أن، الصحفية فتحية الجديدي، أغلب التعليقات على منشوراتها ايجابية وبنسبة عالية بلغت (97.1%)، وجاءت أولاً، ولم تتلقى أي تعليقات سلبية، بينما كانت نتيجة التعليق الاستفساري ضئيلة جداً وبلغت (2.9%)، وسجلت باقي أنواع التعليقات نتائج صفرية .

وبنسبة بلغت (66.7%)، لنوع التعليق الإيجابي للمنشورات الصحفية نجاح مصدق، وحل التعليق السلبي في المرتبة الثانية، بنسبة بلغت (22.7%)، أما التعليق الاستفساري والذي جاء ثالثاً، وبنسبة بلغت (8.0%)، والذي يعكس نوع المنشورات لدى الصحفية نجاح، فقد نشرت موضوعات تتعلق بفساد المال العام، والقتل العائلي، والعديد من الموضوعات التي تستوجب نوع من الاستفسار والفهم.

جاءت النتائج صفرية لنوع التعليق الترويجي، والفكاهي للصحفية سليمة بن زهدة، في حين سجلت نسبة عالية للتعليق الايجابي وبلغت، (92.8%)، بينما حل التعليق السلبي بنسبة متدنية بلغت، (5.8%) . وعند مقارنة نتائج منشورات الصحفيات الثلاث، يتضح أن الصحفية نجاح مصدق، سجلت أدنى نسبة من التعليقات الإيجابية مقارنة بزميليتها، في حين استحوذت على أعلى نسبة من التعليقات السلبية، كذلك تميزت عن فتحية وسليمة بتسجيل نسبة متدنية للتعليق الفكاهي، بينما كانت النتائج صفرين لهذا النوع عند الصحفتين الاخرين، ومن هنا نستنتج هيمنة الطابع الإيجابي على تفاعلات الجمهور مع منشورات الصحفيات على موقع فيسبوك، وهو ما يعكس درجة مرتفعة من القبول والتأييد للمحتوى المنشور، كما تظهر الفروق بين الصحفيات أن منشورات فتحية الجديدي وسليمة بن زهدة حظيت بمستويات أعلى من التفاعل الإيجابي، في حين شهدت منشورات نجاح مصدق قدرًا أكبر من النقد والاستفسارات، الأمر الذي قد يرتبط بطبيعة الموضوعات التي تناولتها أو بالأسلوب الذي طرحت به تلك الموضوعات .

- عدد التعليقات على منشورات الصحفيات على الفيس بوك:

الجدول رقم (9)

يبين عدد التعليقات على منشورات الصحفيات على الفيس بوك

الإجمالي	سليمة بن زهدة		نجاح مصدق		فتحية الجديدي		الصحفيات	عدد التعليقات
	ك	%	ك	%	ك	%		
68	38.9%	29	39.2%	24	40.0%	15	36.6%	من 1-9
39	22.3%	18	24.3%	13	21.7%	8	19.5%	من 10-19
18	10.3%	8	10.8%	5	8.3%	5	12.2%	من 20-29
31	17.7%	12	16.2%	12	20.0%	7	17.1%	30 فأكثر
19	10.9%	7	9.5%	6	10.0%	6	14.6%	لا توجد تعليقات
175	100.0%	74	100.0%	60	100.0%	41	100.0%	المجموع

يبين الجدول رقم (9)، توزيع منشورات الصحفيات وفق عدد التعليقات التي تلقتها على منصة فيسبوك. وتشير النتائج إلى أن الفئة الأكثر شيوعاً هي فئة من (1-9)، وجاءت بنسبة (38.9%)، لكل الصحفيات، بينما حل ثانياً، فئة من (10-19)، بنسبة بلغت (22.3%)، بينما كانت المرتبة الثالثة، لفئة (30 فأكثر) وبلغت النسبة (17.7%)، وهذا يعكس متابعة المستخدمين لمنصة الفيسبوك لمنشورات، الصحفيات، فئة (لا توجد تعليقات)، جاءت بنسبة بسيطة بلغت (10.9%) . أما النتيجة التفصيلية للصحفية فتحية الجديدي، فكانت فئة التعليقات من (1-9)، في المرتبة الأولى، وبنسبة بلغت (36.6%)، يليها فئة التعليق من (10-19)، وحلت ثانياً فئة التعليقات من (30 فأكثر)، وجاءت بنسبة (17.1%)، وفئة (لا توجد تعليقات) جاءت رابعاً وبنسبة أبلغت (14.6%) .

أما فيما يخص نتائج الصحفية نجاح مصدق، فقد حلت بالترتيب الأول فئة التعليقات من (1-9)، وبنسبة بلغت (40.0%)، وبفارق النصف تقريباً جاءت فئة التعليقات من (10-19)، وبنسبة (21.7%)، أما فئة التعليقات من (30 فأكثر) فجاءت متقاربة للنتيجة السابقة وبلغت (20.0%) .

الصحفية سليمة بن نزهة لم تختلف عن زميلاتها في الفئة التي حازت على المرتبة الأولى، فقد كانت فئة من (1-9) من التعليقات وجاءت بنسبة (39.2%)، تلتها مباشرة فئة التعليقات من (10-19)، وتعتبر لديها نوع واضح من التفاعل، وهذا يعكسه عدد التعليقات .

وعند مقارنة نتائج الصحفيات الثلاث يتبين إن، غالبية المنشورات حظيت بمستوى محدود إلى متوسط من التفاعل عبر التعليقات، أما نجاح إمدق فقد سجلت أيضًا أعلى نسبة في فئة (30 فأكثر)، إذ بلغت منشوراتها على إثارة نقاش وتفاعل واسع بين المتابعين مقارنة بنتائج زميلاتها، كما حققت أرفع نسبة من التعليقات من فئة (1-9)، أيضاً، كما جاءت أعلى نسبة لعدم وجود تعليقات للصحفية فتحية الجديدي مقارنة بزميلتيها، ومن هنا يتوضح لنا، أن التفاعل عبر التعليقات كان حاضرًا في معظم منشورات الصحفيات، إلا أنه تركز بصورة أساسية ضمن المستويات المنخفضة إلى المتوسطة (من 1 إلى 19 تعليقًا). كما تكشف البيانات عن وجود نسبة معتبرة من المنشورات التي حققت أكثر من 30 تعليقًا، مما يدل على قدرة بعض الموضوعات المطروحة على تحفيز النقاش، والمتابعة المستمرة للمنشورات على منصة الفيسبوك .

- الرد على تعليقات المتفاعلين على منشورات الصحفيات على الفيس بوك:

الجدول رقم (10)

يبين الرد على تعليقات المتفاعلين على منشورات الصحفيات على الفيس بوك

الصحفيات	فتحية الجديدي		نجاح إمدق		سليمة بن نزهة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الرد على التعليقات	23	57.5%	23	37.7%	15	19.2%	61	34.1%
لا يوجد رد على التعليقات	17	42.5%	38	62.3%	63	80.8%	118	65.9%
المجموع	40	100.0%	61	100.0%	78	100.0%	179	100.0%

تشير بيانات الجدول رقم (10)، إلى أن غالبية التعليقات التي وردت على منشورات الصحفيات لم تحظ بردود وبنسبة بلغت (65.9%)، وتعتبر نتيجة عالية إذ تجاوزت النصف .

وعند البدء في عرض النتائج المفصلة عن منشورات الصحفيات محل الدراسة، يتبين بأن الصحفية فتحية الجديدي، كانت متفاعلة من متابعيها بشكل واضح من خلال نتيجة الرد على التعليقات التي وصلت الي (57.5%)، وهذه النتيجة توضح اهتمام الصحفية بمتابعيها، واعطائهم أهمية من خلال هذه الردود .

أما الصحفية نجاح إمدق، لم تعطي الاهتمام الكبير في الرد على تعليقات متابعيها، ربما لكثرة انشغالها العملية، فقد كانت في فترة هذه الدراسة مكلفة برئاسة مجلة الأمل، بالإضافة لمجلة الليبية.

بينما الصحفية سليمة بن نزهة؛ فجاءت لديها نسبة عدم الرد على التعليقات عالية جداً، وبلغت (80.8%)، وتعتبر أعلى نسبة مقارنة بنسبة عدم ردود فتحية ونجاح .

تكشف النتائج أن نمط التواصل السائد لدى الصحفيات محل الدراسة، يميل إلى نشر المحتوى أكثر من الانخراط في الحوار المباشر مع المتابعين، وهذا بينه الجدول رقم (3)، الذي ورد فيه أن أكثر أشكال النشر التي اعتمدت عليها الصحفيات الثلاث، كانت للخبر، إذ إن ما يقارب ثلث التعليقات فقط حظيت بردود من الصحفيات. كما تظهر البيانات تفاوتاً في مستوى التفاعل، حيث بدت فتحية الجديدي الأكثر حرصاً على الرد على تعليقات وتساؤلات المتابعين والأصدقاء لتعزيز التواصل

التفاعلي، بينما الصحفية سليمة بن نزهة سجلت مستوى أقل من التفاعل المباشر مع التعليقات، ويمكن اعتبار الرد على تعليقات المتابعين مؤشراً مهماً على بناء العلاقات الرقمية وتعزيز المشاركة المجتمعية عبر منصات الفيسبوك، أو باقي المنصات الاجتماعية .

- عدد المشاركات على منشورات الصحفيات على الفيس بوك:

الجدول رقم (11)

يبين عدد المشاركات على منشورات الصحفيات على الفيس بوك

الصحفيات عدد المشاركات	فتحية الجديدي		نجاح مصدق		سليمة بن نزهة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
من 1-9	9	24.3%	17	29.3%	23	30.3%	49	28.7%
من 10-19	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
من 20-29	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	1	0.6%
30 فأكثر	0	0.0%	1	1.7%	0	0.0%	1	0.6%
لا يوجد مشاركة	28	75.7%	40	69.0%	52	68.4%	120	70.2%
المجموع	37	100.0%	58	100.0%	76	100.0%	171	100.0%

تشير نتائج الجدول رقم (11)، إلى أن خاصية مشاركة المنشورات، كانت من أقل أشكال التفاعل حضوراً مقارنة بالإجابات والتعليقات، حيث أظهرت النتائج أن غالبية المنشورات لم تحظ بأي مشاركة، وحلت بنسبة عالية وصلت (70.2%)، للصحفيات الثلاث، أما فئة عدد المشاركات من (1-9)، جاءت ثانياً وبنسبة (28.7%)، باقي الفئات جاءت بنسبة متطابقة عدا فئة المشاركة من (10-19)، والتي كانت صفرية .

نتائج المشاركات للصحفية فتحية الجديدي، حلت معظمها صفرية، فيما جاءت فئة (لا يوجد مشاركات)، بنسبة عالية بلغت (75.7%)، فيما جاءت ثانياً فئة المشاركة من (1-9)، بنسبة بلغت (24.3%) .

جاءت نتائج الصحفية نجاح مصدق بنسبة (69.0%)، لفئة (لا يوجد مشاركات)، بينما حلت فئة من (1-9)، في المرتبة الثانية، وبنسبة بلغت (29.3%) .

سجلت سليمة بن نزهة أعلى عدد من المنشورات التي حققت مشاركة ضمن فئة من (1-9)، مقارنة بزميلتيها، وبلغت النسبة (30.3%)، أما فئة (لا توجد مشاركات)، فحلت بنسبة بلغت (68.4%) .

تظهر النتائج المدرجة اعلاه، أن سلوك مشاركة المحتوى بين الجمهور كان محدوداً نسبياً، إذ إن أكثر من ثلثي المنشورات لم تُشارك من قبل المتابعين، ويشير ذلك إلى أن الجمهور كان أكثر ميلاً إلى التفاعل السريع عبر الإعجاب أو التعليق، وأقل ميلاً إلى إعادة نشر المحتوى ومشاركته مع الآخرين، كما تظهر البيانات تقارباً نسبياً بين الصحفيات الثلاث في معدلات المشاركة، مع تسجيل سليمة بن نزهة ونجاح مصدق مستويات أعلى قليلاً من المشاركة مقارنة بفتحية الجديدي، أن انتشار المحتوى عبر إعادة النشر لم يكن السمة الغالبة لتفاعل الجمهور مع منشورات الصحفيات محل الدراسة .

- مصادر الأخبار المنشورة بصفحات الصحفيات على الفيس بوك:

الجدول رقم (12)

يبين مصادر الأخبار المنشورة بصفحات الصحفيات على الفيس بوك

المصدر	الصحفيات		فتحية الجديدي		نجاح مصدق		سليمة بن نزهة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأفراد (الأصدقاء)	6	14.6%	4	6.5%	7	8.9%	17	9.3%		
وكالات أنباء	0	0.0%	1	1.6%	0	0.0%	1	0.5%		
اذاعات وقنوات فضائية	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%		
شاهد عيان	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%		
صفحات مؤسسات اعلامية	7	17.1%	0	0.0%	2	2.5%	9	4.9%		
الصفحات أو المجموعات	3	7.3%	2	3.2%	2	2.5%	7	3.8%		
انتاج الصحفية	25	61.0%	39	62.9%	37	46.8%	101	55.5%		
صحف ومجلات	0	0.0%	16	25.8%	31	39.2%	47	25.8%		
لايوجد مصدر	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%		
المجموع	41	100.0%	62	100.0%	79	100.0%	182	100.0%		

توضح بيانات الجدول رقم (12)، أن الإنتاج الصحفي الذاتي شكّل المصدر الرئيس للأخبار المنشورة على صفحات الصحفيات الثلاث، حيث حل بنسبة بلغت (55.5%)، ونعل ذلك إلى اعتماد الصحفيات بدرجة كبيرة على إنتاجهن المهني، وجاءت الصحف والمجلات في المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (25.8%)، بينما كانت فئة الأفراد والأصدقاء اللذين ينشرون على حائط الصحفيات على الفيسبوك، بلغت النسبة (9.3%)، فيما جاءت فئة مصادر (الاذاعات والقنوات الفضائية، وشاهد العيان، ولا توجد مصادر، بنتيجة صفرية للصحفيات .

وعند عرض النتائج المفصلة لكل صحفية نجد أن الصحفية فتحية الجديدي، اعتمدت بشكل كبير على إنتاجها الصحفي وبلغت النسبة (61.0%)، وحلت أولاً، كما تميزت بأعلى نسبة للاعتماد على صفحات المؤسسات الاعلامية وجاءت بنسبة بلغت (17.1%)، ولم تعتمد نهائياً على الصحف والمجلات كمصدر لما تنشره على صفحاتها .

اعتمدت نجاح مصدق بدرجة كبيرة على إنتاجها الصحفي الخاص، وبلغت النسبة (62.9%)، وهذا يتفق مع ما جاء في الجدول رقم (3)، والذي حل فيه شكل النشر (المقال)، ل نجاح بنسبة عالية مقارنة بالصحفيتين الاخرين، والتي بلغت (21.0%)، تلتها الصحف والمجلات بنسبة بلغت (25.8%) .

أما سليمة بن نزهة فقد اعتمدت على الإنتاج الصحفي الذاتي بنسبة بلغت (46.8%)، وهي أقل نسبة بين الصحفيات الثلاث، مقابل اعتماد أكبر نسبياً على الصحف والمجلات، بنسبة (39.2%)، بينما جاءت باقي المصادر بنسب ضئيلة وأخرى صفرية .

تكاشف النتائج أن الصحفيات محل الدراسة، يفضلن الاعتماد على إنتاجهن الصحفي الخاص بوصفه المصدر الأساسي للمحتوى المنشور على صفحاتهن في فيسبوك، وهو ما يعكس حضوراً مهنيًا واضحاً وسعيًا إلى تقديم محتوى أصيل للجمهور، كما تظهر أهمية الصحف والمجلات كمصدر ثانوي للمعلومات، في حين كان الاعتماد على وكالات الأنباء والمؤسسات

الإعلامية الأخرى محدودًا، وتشير هذه النتائج إلى أن صفحات الصحف لا تُستخدم فقط كمنصات لإعادة نشر الأخبار، بل تمثل فضاءً لنشر الإنتاج الصحفي الشخصي وإبراز الهوية المهنية للصحفيات .

- نوع الجمهور المستهدف من منشورات الصحفيات

الجدول رقم (13)

الصحفيات		فتحية الجديدي		نجاح مصدق		سليمة بن نزهة		الإجمالي	
الجمهور	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
رجال	0	%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0
نساء	0	%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0
أطفال	0	%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0
عامة المستخدمين	41	%100.0	62	%100.0	79	%100.0	182	%100.0	182
المجموع	41	%100.0	62	%100.0	79	%100.0	182	%100.0	182

تشير بيانات الجدول رقم (13)، إلى أن جميع المنشورات التي نشرتها الصحفيات محل الدراسة كانت موجهة إلى عامة المستخدمين دون تخصيصها لفئة اجتماعية أو ديموغرافية محددة. فقد بلغت نسبة (100%)، لكل الصحفيات .

نستنتج من النتائج أعلاه، أن الخطاب الإعلامي الذي قدمته الصحفيات الثلاث عبر صفحاتهن على الفيسبوك اتسم بالشمولية والعمومية، حيث استهدف جمهور الفيسبوك، بشكل عام دون التركيز على فئات نوعية محددة. ويمكن تفسير ذلك بطبيعة المحتوى الصحفي والإخباري الذي يسعى عادةً إلى الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من المتابعين، وتعزيز الانتشار والتفاعل على نطاق واسع، كما تعكس هذه النتيجة إدراك الصحفيات لطبيعة منصة الفيسبوك، باعتبارها فضاءً مفتوحًا ومتعدد الفئات، الأمر الذي يجعل توجيه المحتوى إلى الجمهور العام أكثر ملاءمة لتحقيق أهداف النشر والتأثير الإعلامي .

التوصيات:

من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن أن نوصي بالآتي :-

- تشجيع الصحفيات على تنويع المضامين المنشورة عبر صفحاتهن على مواقع التواصل الاجتماعي، وعدم الاقتصار على المحتوى الاجتماعي، بما يساهم في إثراء النقاش العام وتوسيع دائرة الاهتمام بالقضايا المختلفة .
- العمل على تطوير مهارات الصحفيات في توظيف الوسائط المتعددة الحديثة، خاصة الإنفوجرافيك والخرائط التفاعلية والبلث المباشر، لما لها من دور في زيادة جاذبية المحتوى وتحسين فهم الجمهور للمعلومات .
- تقوية التفاعل المباشر مع الجمهور من خلال الرد على التعليقات والاستفسارات، بما يساهم في بناء علاقات أكثر قوة مع المتابعين ويزيد من مستوى الثقة والمشاركة المجتمعية.
- تعزيز اهتمام الصحفيات بالقضايا الوطنية والتنمية في منشورتهن الفيسبوكية، مثل القضايا البيئية والتربوية والصحية والأمنية، والتي أظهرت نتائج الدراسة ضعف حضورها أو غيابها في بعض الصفحات.
- الاستفادة من أدوات التحليل الرقمي لقياس اتجاهات الجمهور واهتماماته، وتوظيف نتائجها في تطوير السياسات التحريرية للمحتوى المنشور على منصات التواصل الاجتماعي.

- استخدام الأشكال الصحفية التفسيرية مثل المقالات والتحقيقات المصورة، وعدم الاكتفاء بالأخبار والتعليقات السريعة فقط، بما يساهم في تقديم معالجة أكثر شمولاً للقضايا المختلفة.
- تنظيم دورات تدريبية للصحفيات حول استراتيجيات إدارة المحتوى الرقمي وتفاعل الجمهور وأساليب التسويق الإعلامي عبر المنصات الاجتماعية.
- تشجيع المؤسسات الإعلامية على وضع خطط واضحة لتعزيز حضور الصحفيات على المنصات الرقمية بما يحقق لديهن التوازن بين الأداء المهني والتواصل التفاعلي مع الجمهور المستخدم.
- إجراء المزيد من الدراسات التي تتناول استخدام الصحفيات للبيئات لمنصات التواصل الاجتماعي الأخرى مثل إنستغرام وإكس (تويتر سابقاً).

مصادر الدراسة ومراجعتها:

- (1) أحمد الطيف الكردي، الصحفيون الليبيون وشبكات التواصل الاجتماعي، السياقات والممارسات، أطروحة دكتوراه غير منشورة، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، جامعة منوبة، تونس، 2025.
- (2) السيد احمد مصطفى عمر، البحث العلمي، مفهومه وإجراءاته ومناهجه، منشورات جامعة قار يونس، بنغازي، 1994.
- (3) بشرى مداسي، الإعلام التفاعلي: دراسة في السمات التفاعلية- الأدوار- النظريات، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر 3، المجلد 12، العدد 2، السنة 2022.
- (4) حافظ عبد الرشيد بن عبد العزيز، أساسيات البحث العلمي، مركز النشر العلمي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2012.
- (5) حسين محمد ربيع، الممارسات الشخصية والمهنية للصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الواحد والعشرون، يناير 2021 .
- (6) خيرة خديم، استخدام الصحفيين لشبكة الفيس بوك كمصدر للأخبار: فرص الاستثمار ورهان التحقق من المحتويات"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مج 1، ع 1-2، 2017.
- (7) زليخة بوعزيز، اتجاهات الصحفيين نحو حرية التعبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، مذكرة ماستر، جامعة المسيلة، 2019.
- (8) سالم، دعاء فتحي، الزهراني، أحمد على. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب السعودي نحو رؤية المملكة 2030: توتير أنموذجاً، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع.65، 2018.
- (9) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط 2، القاهرة، عالم الكتاب، 2006.
- (10) سمير محمد حسن، بحوث الإعلام، ط3، القاهرة، عالم الكتب، 1999.
- (11) سهى محمد علي إسماعيل، استخدامات الصحفيين الأردنيين للفيسبوك والإشباع المتحققة، معهد الجزيرة للإعلام.
- (12) عاطف عدلي العبد، دراسات في الإعلام العماني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1990.
- (13) عبدالرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- (14) غنية صوالحية وأكرم بوطورة، اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، مج 7، ع 2، 2020.

- 15) فتيحة بوغازي، شبكات التواصل الاجتماعي وإشكالية الهوية المهنية للصحفي، مجلة LANCOMNET، مخبر البحث في اللغات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الجزائر3، عدد إصدار خاص 2013.
- 16) لامية طالة، نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران02، العدد 10، جوان 2009.
- 17) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- 18) نهى صيري القطاونة، استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأزمة الأفغانية "الفيسبوك أنموذجاً"، مجلة الإعلام والفنون، الأكاديمية الليبية للدراسات العليا، العدد6، السنة الثانية، سبتمبر 2021، رابط المجلة (<https://amj.academy.edu.ly/ar/j>)
- 19) ياسر عبدالله طبت، صفحات الشخصيات الإعلامية كمصادر إخبارية بديله للإعلام التقليدي، ورقة علمية مقدمة إلى: المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين (الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي.. مسارات للتكامل والمنافسة) كلية الإعلام، جامعة القاهرة، خلال الفترة من 11-12 يوليو 2021.