

جامعة الصديق بن يحيى - جيجل -  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



استخدام طلبة الإعلام لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على لغة التواصل  
-دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

د. حورية بولعويديات

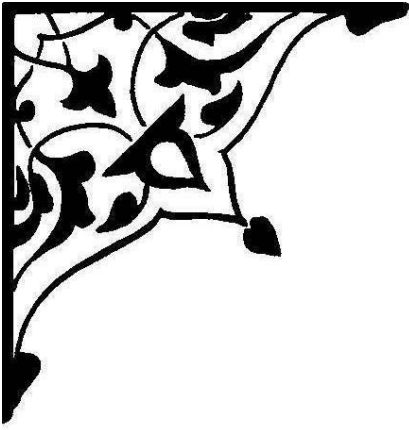
إعداد الطالبتين:

- نجاة بوالزيت
- مريم لطرش

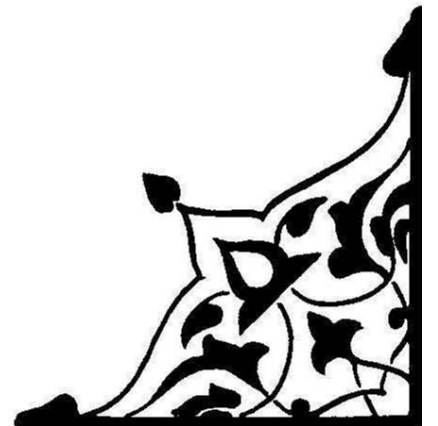
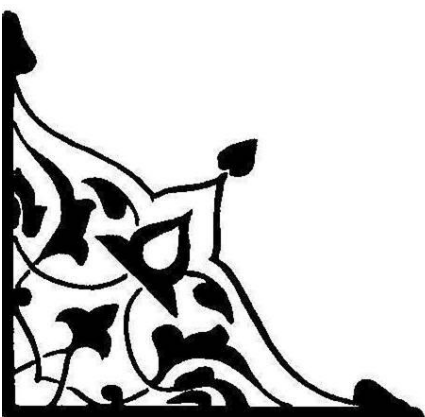
لجنة المناقشة

رئيسا	أ/ جنيج أمين
مناقشا	أ/ ناجي بولمهار
مشرفا ومقررا	د/ حورية بولعويديات

السنة الجامعية: 2017 / 2018



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



## شكر و تقدير

إلى أمي، من كانت الجنة تحت أقدامها

إلى أبي، و سندي في الحياة

إلى كل من ساهم في تعليمي حرفاً

إلى من دعمني و لو بكلمة

إلى كل من صادقهم في مشواري الدراسي و كانوا نوراً

يضيئ طريقتي

إلى من لها الفضل في اتمام هذا العمل الأستاذة الدكتورة:

"حورية بولعويجات"

إلى كل هؤلاء أقول : لكم مني ألف تحية و تقدير و احترام



# الفهارس:

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات:

الصفحة	الموضوع
	الفهارس
أ-ب	مقدمة
	الفصل الأول: إشكالية الدراسة ومنهجيتها
02	تمهيد
03	I/موضوع الدراسة
03	1-الإشكالية والتساؤلات
04	2-فرضيات الدراسة
04	3-أسباب اختيار الموضوع
05	4-أهداف الدراسة
05	5-تحديد مفاهيم الدراسة
12	6-الدراسات السابقة والمشاهدة
19	II / الإجراءات المنهجية للدراسة
19	1-مجالات الدراسة
20	2-مجتمع الدراسة والعينة
22	3- نوع الدراسة ومنهجها
23	4-أدوات جمع البيانات
25	III / المقاربة النظرية المفسرة للدراسة
25	1-نظرية الاستخدامات والاشباعات
26	2-تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباعات على الشبكات الاجتماعية
28	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة
31	تمهيد

31	1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
33	2- نماذج مواقع التواصل الاجتماعي
33	2-1- فيسبوك
35	2-2- يوتيوب
37	2-3- تويتر
38	2-4- أنستغرام
39	3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
42	4- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
44	5- إحصاءات مواقع التواصل الاجتماعي
46	6- شبكات التواصل الاجتماعي من منظور النظريات والنماذج الإعلامية.
49	7- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
52	8- انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي
54	9- الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي
	II/ ماهية اللغة
57	1- مكونات اللغة
58	2- أشكال اللغة
60	3- أهمية اللغة
61	4- وظائف اللغة
63	5- اللغة العربية والفرانكو آراب
	III/ ماهية التواصل
68	1- الفرق بين الاتصال والتواصل
68	2- تاريخ التواصل
70	3- التواصل وعلاقته باللغة
71	4- طبيعة التواصل
72	5- مستويات التواصل

73	6- نماذج التواصل
74	7- أشكال التواصل
76	8- أنواع التواصل
79	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة
82	تمهيد
83	1- عرض وتحليل البيانات.
108	2 - عرض نتائج الدراسة.
111	3- النتائج في ضوء المقاربة العلمية.
113	4- النتائج في ضوء الفرضيات.
113	1 - النتائج في ضوء الدراسات السابقة
116	خاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق
	الملخص

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
44	ييين نسب وعدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي	01
45	ييين مقدار الزيادة في عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي في الدول العربية	02
64	ييين الحروف العربية مقابل حروف العريزي	03
83	ييين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	04
83	ييين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	05
84	ييين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	06
85	ييين المواقع التي يمتلك المبحوثين حسابا فيها.	07
85	ييين بداية استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	08
86	ييين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين على المواقع يوميا	09
87	ييين عدد المرات التي يستخدم فيها المبحوثين المواقع في اليوم	10
88	ييين الأوقات المفضلة لدى المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.	11
88	ييين المكان المفضل لدى المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	12
89	ييين المضامين المفضلة لدى المبحوثين أثناء تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	13
90	ييين نوع الجهاز الذي يستخدمه المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	14
91	ييين الخدمات المفضلة لدى المبحوثين أثناء تصفحهم مواقع التواصل الاجتماعي	15
92	ييين الحروف المستخدمة من طرف المبحوثين أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي	16
93	ييين طريقة اكتساب المبحوثين للغة تواصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي	17
93	ييين التزام المبحوثين من عدمه في احترام قواعد الكتابة أثناء التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي	18
94	ييين مميزات الرسائل النصية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	19



95	يبين خضوع طريقة الكتابة من عدمها لدى المبحوثين لمقاييس معينة متعلقة بالملتقي أثناء التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي	20
95	يبين المعايير المتعلقة بالملتقي والتي يخضع لها المبحوثين أثناء الكتابة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	21
96	يبين إمكانية إيصال ردود الأفعال والانفعالات كتابيا إلى الطرف المتلقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	22
97	يبين الطريقة التي يتم بها إيصال ردود الأفعال والانفعالات إلى الطرف المتلقي كتابيا	23
98	يبين إمكانية وجود علاقة بين نوع الجهاز المستخدم ونمط الكتابة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	24
99	يبين منح مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين فرصة التعبير عن الأحاسيس والمشاعر بحرية	25
100	يبين الأساليب التعبيرية المفضلة لدى المبحوثين للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي	26
101	يبين الرموز المفضلة التي يستخدمها المبحوثين في التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي	27
101	يبين الرموز التعبيرية المفضلة لدى المبحوثين للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي	28
102	يبين تأثير الرمز من عدمه في إيصال الفكرة أكثر من غيره من الأساليب	29
103	يبين إجابات المبحوثين حول إمكانية وجود فارق بين الرسائل النصية والصوتية والرمزية	30
104	يبين اللغة الأكثر استخداما بين المبحوثين وأصدقائهم على مواقع التواصل الاجتماعي	31
105	يبين وجود عوامل مؤثرة في لغة التواصل للمبحوثين مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	32

105	يبين رأي المبحوثين فيما إذا كان المستوى التعليمي للأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتحكم في اختيارهم للغة معينة	33
106	يبين وجود علاقة من عدمها بين المواقع المتصفحة واللغة المستخدمة أثناء التواصل	34
107	يبين وجود فرق من عدمه في احترام قواعد اللغة لدى المبحوثين أثناء الدردشة على العام والخاص	35
107	يبين علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بتغير لغة تواصل المبحوثين مع الآخرين	36

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
72	يبين عناصر التواصل.	01
98	يمثل نماذج عن ردود الأفعال عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	02

مقدمة

شهد العالم عبر تاريخه الطويل تطورات متلاحقة وتحولات كبيرة في الحياة، ولقد استجدت لدى الإنسان احتياجات عديدة، بعد أن كان يعتمد على الزراعة لمدة من الزمن، ومع الانتشار الواسع للتكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال الذي فرض تحديات عديدة في ظل وضع اتصالي جديد، وعالم ساهم في إنتاجه الثورة التكنولوجية، التي أظهرت للوجود وسائل وتكنولوجيات جديدة كالحاسوب والجوال...، هذه الاختراعات غيرت حياة وممارسات الأفراد خاصة في مجال الاتصال والتواصل عبر الشبكات الاجتماعية في هذا العالم الافتراضي الذي يستقطب الملايين من الأفراد باختلاف أجناسهم وأعمارهم وثقافتهم، ففي السابق كان الاتصال مع الأصدقاء والعائلة يأخذ وقتاً طويلاً، أما اليوم فأصبح التواصل مع مئات الأشخاص في وقت واحد وذلك بفضل الانتساب لهذه المواقع، هذه الأخيرة أنتجت أشكال جديدة للتواصل والتفاعل حيث أظهرت للوجود لغة جديدة يتعامل بها مستخدمو هذه المواقع.

حيث بدأت ظاهرة اللغة الشبابية الجديدة أولاً مع رسائل الهاتف النقال، لكنها عرفت توسعاً أكثر بظهور هذه الشبكات التواصلية وانتشارها، ففرضت هذه التكنولوجيا الجديدة على البعض إدخال رموز وأرقام على المستوى الحرفي، فأضحت الحروف العربية تكتب بحروف وأرقام ورموز فرنسية، كما كتبت اللهجة العامية بحروف عربية إلى جانب التعبير عن أفكارهم ومشاعرهم وحالاتهم النفسية والانفعالية بالرسوم البسيطة والرموز، مع إيجاد بدائل للأحرف العربية في بعض الأحيان التي لا مرادف لها باللاتينية مثل العين والضاد والخاء، وكغيره من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يجد المستخدم الجزائري وبالأخص الشباب نفسه مضطراً لمواكبة هذه التغيرات والمستجدات، التي جمعت بين اللغة العربية والعامية وشيء من اللغتين الفرنسية والانجليزية، وبعض من الرموز والحروف والأرقام والرسومات، هذا المزيج اللغوي الذي أصبح سيد الموقف في العملية التواصلية بين الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هذه الحقائق التي تنذر بواقع يدعو إلى القلق ما دفعنا للقيام بهذه الدراسة المعنونة بـ "استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على لغة التواصل" التي سنتطرق من

خلالها إلى توضيح هذا الأثر وفق خطة ممنهجة تتكون من ثلاث فصول، فصل يتعلق بالإطار المنهجي، وفصل في الإطار النظري وثالث في الجانب الميداني.

الفصل الأول: يتضمن الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة، والذي احتوى على إشكالية الدراسة، وتساؤلاتها، فرضياتها، أسباب وأهداف الدراسة، بالإضافة إلى مفاهيم الدراسة. كما عالجنا من خلال هذا الفصل جملة من الدراسات السابقة والمشاهدة لموضوع دراستنا، مروراً بحدود الدراسة نوع الدراسة ومنهجها، مجتمع الدراسة والعينة، أدوات جمع البيانات. واختتمنا هذا الفصل بالتعرض للمقارنة النظرية للدراسة المتمثلة في نظرية الاستخدامات والإشباع، نظراً لعلاقة موضوع الدراسة بهذه النظرية.

الفصل الثاني: تضمن الإطار النظري للدراسة حيث تطرقنا إلى مواقع التواصل الاجتماعي، نشأتها نماذجها، خصائصها وأنواعها، كما جئنا على ذكر شبكات مواقع التواصل الاجتماعي من منظور النظريات والنماذج الإعلامية وأهم الخدمات التي تقدمها هذه المواقع مع ذكر إيجابياتها وسلبياتها وانعكاساتها.

وفي هذا الفصل أيضاً تم التعرّيج على أهم العناصر المتعلقة باللغة من حيث مكوناتها، أشكالها وأهميتها ووظائفها، كما تطرقنا إلى مفهوم اللغة العربي والفرانكوآراب وآخر ما تم التعرض له في هذا الفصل هو ماهية التواصل وما أمكن جمعه عن هذا العنصر.

– الفصل الثالث: تعرضنا في هذا الفصل إلى الجانب الميداني للدراسة وفيه قمنا بتوزيع الاستمارة على عينة الدراسة، وتفرّيج البيانات الميدانية المتعلقة بالدراسة ثم التعليق عليها وتحليلها، وصولاً إلى نتائج الدراسة ثم التعليق على النتائج في ضوء المقاربة العلمية للدراسة ثم في ضوء الفرضيات وأخيراً في ضوء الدراسات السابقة.

## الفصل الأول: إشكالية الدراسة ومنهجيتها

تمهيد

### I / إشكالية الدراسة:

- 1 - تحديد المشكلة
- 2 - فرضيات الدراسة
- 3 - أسباب اختيار الموضوع
- 4 - أهداف الدراسة
- 5 - تحديد مفاهيم الدراسة
- 6 - الدراسات السابقة والمثابفة.

### II / الاجراءات المنهجية للدراسة

- 1 - مجالات الدراسة
- 2 - مجتمع البحث والعينة
- 3 - تحديد منهج ونوع الدراسة
- 4 - أدوات جمع البيانات.

### III / النظرية المفسرة للدراسة.

- 1 - نظرية الاستخدامات والاشباع
- 2 - تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباع على الشبكات الاجتماعية

خلاصة

## تمهيد:

كل الدراسات العملية والأكاديمية تهدف إلى دفع الباحثين للوصول إلى نتائج تكون بمثابة الإجابة عن التساؤلات التي تم طرحها ضمن إشكالية البحث، ويعتبر الإطار المنهجي لأي دراسة خطوة أساسية وهامة في البحث العلمي، حيث يتضمن القضايا والمسائل التي سيتناولها الباحث في دراسته، وفي دراستنا هذه سوف نتطرق إلى موضوع شغل تفكيرنا وأثار انشغالنا وشغل بال الكثير من الباحثين في الوقت الراهن وهو موضوع "استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على لغة التواصل"

حيث تناولنا في هذا الفصل مجموعة من النقاط تمثلت في إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها، أسباب اختيار الموضوع (الذاتية،الموضوعية) إضافة إلى أهداف الدراسة وكذا الدراسات السابقة وأهم مفاهيم الدراسة، مروراً بمنهج الدراسة ونوعها وأدوات جمع البيانات، وكذلك عينة الدراسة مع ذكر المقاربة العلمية للدراسة.



## I /موضوع الدراسة

## 1 - الإشكالية والتساؤلات:

أدى التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصال الحديثة في نهاية القرن العشرين ومطلع الألفية الثانية إلى ظهور وسائل اتصال أقل ما يقال عنها أنها في منتهى الدقة والسرعة في مجال التواصل الاجتماعي والتفاعلي، مأتاح لمستخدمي هذه التكنولوجيا طرقاً أسرع وأكثر فعالية وكفاءة للتواصل فيما بينهم. وتأتي مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك في مقدمة هذه الطرق والوسائل التواصلية حيث عملت على تقريب المسافات بين الأفراد في شتى أنحاء العالم، كما وفرت نوعاً من التبادل الحر لأفكار و الآراء والثقافات والمعلومات بين مستخدميها من مختلف الجنسيات والأعمار والأجناس فأصبحت بذلك هذه المواقع وسيلة لدعم الثقافات والهويات والمعتقدات المنتشرة في أنحاء المعمورة لتصنع بذلك تركيبة متداخلة بين الأفراد والجماعات المختلفة حيث فرض هذا الاختلاف نمطاً جديداً في لغة التواصل بين الشباب وذلك في ظل التفاعل في هذا الفضاء الافتراضي.

وأهم ما نتج عن هذا التفاعل ما نواه اليوم في التغير السوسيوثقافي الذي نعيشه المجتمعات خاصة العربية منها والجزائرية بالأخص، حيث أصبح يختلف عن المجتمع التقليدي، حيث مس هذا التغيير فئة الشباب بالدرجة الأولى، باعتبارها الفئة الأكثر نشاطاً على الفيسبوك.

وكتناج آخر لهذا التفاعل على ظهر أسلوب مبتكر بين مستخدمي هذه المواقع من الجزائريين تمثل في استعمال لغة تواصل جديدة برز في نمط جديد في الكتابة واللغة الكلامية وأساليب التعبير عن الأحاسيس تختلف في مضمونها وشكلها عما عهدناه، وذلك ما دفعنا إلى القيام بهذه الدراسة التي أفضت إلى طرح التساؤل الرئيسي التالي:

- كيف أثر استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي على لغة التواصل؟  
ومن أجل تبسيط دراستنا وتوضيح مشكلتنا نطرح التساؤلات الفرعية التالية

سماهي عادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي؟

سماهي طريقة الكتابة المستخدمة عند الشباب للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

سماهي الأساليب التعبيرية التي يستخدمها الشباب للتعبير عن الأحاسيس والمشاعر أثناء التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

هل يؤدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الى التقليل من تداول اللغة الأصلية لمستخدمي من الشباب؟

## 2 فرضيات الدراسة:

يتصفح الشباب مواقع التواصل الاجتماعي يوما ولساعات طويلة.

يؤدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى ظهور طريقة جديدة للكتابة المعبر عنها بمصطلح الفرانكوآراب.

يلجأ الشباب إلى أسلوب جديد يتمثل في ارسال الصور و الرسومات واستعمال (IMOGING) للتعبير عن الأحاسيس والمشاعر.

أدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى التقليل من تداول اللغة الأصلية لدى مستخدمي من الشباب.

## 3 أسباب اختبار الموضوع:

### أهمية الموضوع

تكمن أهمية الدراسة في الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الأفراد وارتباطها أساسا بالشباب و والذي يعتبر قلب المجتمع النابض حيث يمثل 75% من المجتمع الجزائري ككل، وكذلك ترتبط أهمية الموضوع في كونه يتطرق إلى عنصر هام يدخل في تركيب هوية الشباب الجزائري وهي لغة التواصل التي طرأت عليها متغيرات مستصميم اللغة في شكلها المكتوب وطريقة لفظها أثناء التواصل عبر هذه المواقع.

### حدثة الموضوع:

دراسة مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على لغة التواصل والتي ترتبط بموضوع جديد يمس أحد ركائز مكونات الهوية لدى الشباب.

## التعمق في مواصلة البحث:

حيث تهدف دراستنا إلى معرفة تأثيرات ومستجدات تتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على لغة التواصل بين الشباب، ومن هنا كان اختبارها لهذا الموضوع رغبة في مواصلة البحث العلمي والتعمق فيه قدر الإمكان.

## 4 أهداف الدراسة:

## أهداف علمية:

الكشف عن مدى تأثير لغة التواصل بين الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي.  
التعرف عن أهم الأساليب التواصلية المستخدمة بين الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي.  
التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي وما تقدمه من خدمات للشباب من خلال تسليط الضوء على أبعادها وجوانبها الايجابية والسلبية وتوضيح أهمية العامل اللغوي وما تعرض له من تسوية.

## أهداف عملية

التدريب والتعود على القيام بالبحوث الميدانية من خلال تطبيق الاجراءات المنهجية التي من خلالها يتم وضع الموضوع المتناول في إطار علمي ممنهج.

## 5 تحديد المفاهيم

## الاستخدام:

أ- لغة: استخدم، يستخدم، استخداما، فهم مستخدم والمفعول مستخدم.

استخدم آلة جديدة: استعملها

استخدام: توظيف.

استخدام كل الإمكانيات: استغلالها.<sup>(1)</sup>

تمت الزيارة يوم 2018/03/04 على الساعة 00:33 متاحة على الرابط الإلكتروني: WWW. almaany.com/dic/ar-ar<sup>(1)</sup>

## ب- اصطلاحا:

يعرف على أنه عملية استخراج المنفعة من الشيء والاستفادة منها فمن مظاهر تقدم أي مجتمع قدرته على استخلاص أكبر قدر من الفائدة من الشيء أو من الفكرة ومن مظاهر تخلف أي مجتمع عجزه عن استخدام موارده أفضل استخدام ممكن.<sup>(1)</sup>

ويعرف على أنه الاستعمال العادي لأي تقنية جديدة عن طريق وسائط خدمية مسهلة للاستخدام الوظيفي في الحياة المهنية خاصة.<sup>(2)</sup>

كما يعرف أنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع، ذلك بفضل التكرار والقدم كما تجب التفريق بين الاستخدام والاستعمال والاستعمال قد يتحول إلى استخدام في حالة ما إذا تكرر الفعل، وقد يشير الاستخدام إلى الممارسات والسلوكيات، العادات و الملبسات.<sup>(3)</sup>

ويعني كذلك مرادف لكلمة استعمال ويتم توظيف هذا المصطلح لتجسيد العلاقة بين الانسان المستخدم و الآلة أو التقنية وما يطبع هذه العلاقة من تفاعل ومشاركة وما قد يؤدي في المستقبل من اندماج بين الآلة والانسان.

ويعرف الاستخدام كذلك على أنه ما يستخدمه الفرد فعليا من المعلومات أي أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل.<sup>(4)</sup>

## التعريف الإجرائي:

انطلاقا من التعاريف السابقة يمكن أن نعرف الاستخدام على أنه الاستعمال المتكرر للشيء نفسه خلال فترات زمنية متتالية.

<sup>(1)</sup> محمد عمدي، مرشد الطلاب، قاموس مدرسي عربي-عربي، الجزائر: منشورات المرشد الجزائري، 2005، ص21.

<sup>(2)</sup> فضيل دليو، تكنولوجيا الجديدة للاتصال، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010، ص 09.

<sup>(3)</sup> علي ابتسام رايس، نظرية الاستخدامات والاشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 25، 2016، ص 2.

<sup>(4)</sup> سليمان بورحلة، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، رسالة ماجستير: قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007، ص 24.

## مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرف "كاستال" الشبكات التواصلية على أنها قنوات تواصلية تخلق بنية اجتماعية مفتوحة متفاعلة قادرة على الابتكار دون المساس بشكل هذه البنية، هذا مع الإشارة إلى صعوبة تحديد أو الامام بهدف معين لهذه الخلايا الاجتماعية المبتكرة من خلال التطور التقني والمعلوماتي.<sup>(1)</sup>

ويعرف عالم التقنية المواقع الاجتماعية بأنها خلقت للمستخدم بالمقام الأول والحقيقة التي يجب أن يقال أن المستخدم هو من يسيرها فإن أحسن أحسن وإن أساء أساءت فلن يضرها شيء.<sup>(2)</sup>

كما عرفت على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء حساب خاص به، ومن ثمة ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات وجمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية وتصنف هذه المواقع ضمن الجيل الثاني لليوب (web 2.0) وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم بناء مجتمعات وبهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في شبكة الانترنت والتعرف على مزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه، ومشاركة صوره و مذكراته وملفاته مع العائلة وأصدقائه وزملاءه في العمل.<sup>(3)</sup>

## التعريف الاجرائي:

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي اجرائيا بأنها مجموع من الشبكات الالكترونية التي تسمح للأفراد بالتواصل فيما بينهم بأساليب مختلفة عن طريق الرسائل النصية أو الرسائل الصوتية أو اعتماد أشكال تعبيرية مختلفة من صور ورموز ورسوم يتداولها مستخدمو هذه المواقع فيما بينهم للتعبير عن أفكارهم وأرائهم ومشاعرهم وأحاسيسهم حيث أسفر هذا النوع من التبادل والتواصل لغة جديدة تتسم بالخصوصية والحدأة.

(1) إيمان بن دعدوش، الشبكات الاجتماعية وبناء النضال الافتراضي، مالطا، المؤتمر العربي الأوروبي، 2012، ص ص 22-24.

(2) رياض بن ناصر العريبي، استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الخيري، اللقاء السنوي الرابع عشر للبحوث الخيرية، السعودية 2017، ص 29.

(3) حليلة لكلحل، ريحة زايد، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية، مذكرة ماستر: قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، الحلقة، 2016، ص 36.

### الأثر:

أ - لغة: أثر فيه : أي ترك فيه أثرا.

والأثر هو العلامة وبقية الشيء ويقال جاء في أثره في عقبه وما خلفه السابقون <sup>(1)</sup>، وأثر جمعه أثار: هو علامة أو رسم مختلف من شيء ما. <sup>(2)</sup>

ويعرف قاموس المصطلحات الاعلامية الأثر ، والتأثير على أنه: صفة عامة للإشارة إلى النتائج المباشرة المفترضة أو المتصورة، ويتوضح من خلال هذا التعريف أن التأثير ماهو إلا رد فعل أو انعكاس نتيجة التعرض لوسيلة أو أي شيء آخر <sup>(3)</sup>

### اصطلاحا:

يقصد بالأثر تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الاعلام، وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الاعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالاته لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم كي يتغيروا شيئا ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي، ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الاعلام ويتعرضون لمحتوياتها باختلاف سياقاتهم الاجتماعية والنفسية والاقتصادية و الثقافية وهذا وفقا للقيمة التي تحملها هذه المحتويات و قدرتها على اشباع حاجاتهم المختلفة. <sup>(4)</sup>

وهو العملية التي تسعى الى احداث تغيير في سلوك الناس، عن طريق دفعهم لتبني آراء وأفكار وسلوكيات معينة أو التخلي عن أفكار أو اكتساب مهارات وأفكار جديدة ، من شأنها أن تخدم الهدف الذي يسعى إليه مصدر التأثير. <sup>(5)</sup>

<sup>(1)</sup> عيسى مومني، المنار، قاموس لغوي عربي-عربي، الجزائر: دار العلوم، 2008، ص 24.

<sup>(2)</sup> جماعة من كبار اللغويين العرب، بتكليف من المنظمة العربية للغة والثقافة، المعجم العربي الأساسي لاروس، دس، ص 27.

<sup>(3)</sup> بوهلال أحلام، تأثير استخدام شبكة الانترنت على العلاقات الأسرية، مذكرة ماستر: قسم العلوم الانسانية، جامعة العربي التبسي،

تبسة، 2016، ص 9.

<sup>(4)</sup> السعيد بومعيزة، أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه: قسم العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر،

2006، ص ص 29- 30.

<sup>(5)</sup> حسناء بالفول، سلوى بولقرعة، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأثرها على القيم لدى الشباب الجامعي، مذكرة ماستر: قسم الإعلام و الاتصال،

جامعة جيجل، 2017، ص 18.

### تعريف اللغة:

أ- لغة: أصوات وكلمات يعبر بها قوم عن حاجاتهم، ج لغات ولغى ولغون، 2- " علم اللغة": معرفة أوضاع المفردات.<sup>(1)</sup>

ب - اصطلاحاً: اللغة هي ما يعبر عن الأفكار والمعاني والمشاعر، أو ينقلها أو يوصلها بين المرسل والمتلقي فيتم التفاهم بينهما، ويمكن للغة أن تكون منطوقة، أو مكتوبة، رمزية أو إيحائية أو ارشادية...، وتمثل اللغة أهم جوانب الحياة النفسية والاجتماعية للفرد، فهي أساس العلاقات الاجتماعية ووسيلة التواصل النفسي بين الأفراد، علاوة على أنها أداة تسجيل ونقل وتنمية التراث. واللغة كائن حي نام ومتطور، فالألفاظ في اللغة رموز تعبر عن معان ومفاهيم (محملة بشحنات نفسية وانفعالية) وهذه المعاني من صنع العقل، فالعقل يخلق الأشياء والرموز و الألفاظ ويضفي عليها معانيها.<sup>(2)</sup>

وهي وسيلة الاتصال والتخاطب بين الناس، وهي سبيل التفاهم بينهم.<sup>(3)</sup>

هي صورة السلوك الانساني الشاملة التي تنطوي على الاتصال الرمزي من خلال نسق النماذج الصوتية المتفق عليها ثقافياً، والذي يحمل معان مقننة، وتعتبر اللغة جزء من التراث الثقافي ومعبرة عنه في نفس الوقت، وتتحول الأصوات التلقائية في اللغة الى رموز قادرة على توصيل الأفكار والرغبات والمعاني، والتقاليد من جيل إلى آخر واللغة نتاج اجتماعي، تمثل التجارب المتراكمة والراهنة، وهي ضرورية للوجود الاجتماعي.<sup>(4)</sup>

وهي نشاط اجتماعي يخدم ما يسميه "ساير" بالشارك الاجتماعي، وهي التي تفصح عن العلاقات الشخصية والقيم الثقافية والاجتماعية، بل لعلها هي الوسيلة الوحيدة للانفصاح عن هذه القيم وتلك العلاقات.<sup>(5)</sup>

(1) جبران مسعود، معجم رائد الطلاب، بيروت: دار العلم للملايين، 1967، ص 691.

(2) فرج عبد القادر عطية، موسوعة علم النفس والتحليل النفسي، ط(2)، القاهرة: دار غريب، 2003، ص ص 702 - 703.

(3) أحمد نايل العزيز وآخرون، النمو اللغوي واضطرابات النطق والكلام، الأردن: جدار للكتاب العالمي، 2009، ص 5.

(4) محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2013، ص 243.

(5) عبدة الراجحي، اللغة وعلوم المجتمع، (ط2، بيروت: دار النهضة العربية، 2004، ص 11).

## مفهوم التواصل:

أ - لغة: يفيد التواصل في اللغة العربية، الاقتران والاتصال والصلة، والترابط والالتئام، والجمع والأبلاغ، الانتهاء والاعلام.

أما لكلمة (communication) في اللغة الأجنبية، فتعني إقامة علاقة، وتراسل وترابط، وتبادل واختبار، وإعلام، أي: هناك تشابه في الدلالة والمعنى بين مفهوم التواصل العربي والتواصل الغربي.<sup>(1)</sup>

## ب - اصطلاحاً:

يعرف التواصل بأنه تلك العملية الفنية الشاملة التي تتضمن تبادل الأفكار والآراء والمشاعر بين الأفراد بشتى الوسائل والأساليب، كالإشارات والإيماءات وتعابير الوجه، وحركات اليدين، والتعابير الانفعالية، واللغة المنطوقة التي تعد أحد أشكال الاتصال، والتي يمكن من خلالها نقل المعلومات بصورة دقيقة ومفصلة وخاصة بين أفراد الجنس البشري.

وهناك من يرى بأنها عملية لتبادل المعارف والأفكار والآراء والمشاعر من خلال اللغة اللفظية أو غير اللفظية، وهناك من يعرف التواصل بأنه وسيلة للتفاهم بين الناس وتبادل المعلومات فيما بينهم وعن طريقه يتسنى للأفراد التعرف على مشاعر وأفكار وحاجات من حولهم.<sup>(2)</sup>

ان التواصل أيا كان، ومن حيث المبدأ هو سلوك حضاري، بالمفهوم العميق للحضارة.<sup>(3)</sup>

ويعرف التواصل أيضا بأنه ببساطة العملية التي تجعل المرء نفسه مفهوما من جماعته وذلك عن طريق تبادل الأفكار والمشاعر أو الأشياء بين فردين أو أكثر والشخص الذي يبدأ التواصل هو المرسل أما الذي يتم توجيه الرسالة إليه فهو المستقبل. ومن الواضح أن تبادل الأدوار بينهما أمر تلقائي، ففي عملية التواصل يكون كافة المشتركين مرسلين ومستقبلين.<sup>(4)</sup>

(1) جميل حمداوي، التواصل اللساني والسميائي والتربوي، المغرب: مكتبة المتفق العربيين، 2015، ص 9.

(2) أديب عبد الله النوايسة، معجم مفاهيم اضطرابات النطق والكلام واللغة، عمان: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، 2014، ص 47.

(3) عبد العزيز بن عثمان التويجري، التواصل الحضاري والتفاهم بين الشعوب، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة،

(4) مجدي عزيز إبراهيم، معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتحكم، القاهرة: عالم الكتب، 2009، ص 477.



### تعريف الشباب:

أ - لغة: "جمع شاب، وهو مأخوذ من القوة والفتوة، الشاب بالكسر النشاط، ومن معانيها الحداثة والابتداء، نقول: فعل فلان هذا الشيء في شبابه، أي في أوله"

ومن معاني الشاب: "النماء والزيادة، نقول شبا فلان: أي أدرك طول الشاب، وشب النار شبوبا توقدت، والتوقد هنا يعني التغيرات السريعة في طور الشاب".<sup>(1)</sup>

ب - اصطلاحا: اختلف الباحثون المتخصصون حول تحديد مفهوم الشباب بسبب تعدد الظروف المحيطة بهذه الفئة العمومية، فمن الباحثين من يحدد هذا المفهوم انطلاقا من الزاوية الزمنية، ومن الزاوية البيولوجية، ومنهم من يحدده من الزاوية النفسية تبعا للحماس والحيوية...، ونتيجة لهذا الاختلاف حول تحديد مفهوم الشباب، فقد ظهر أكثر من اتجاه فيما يتعلق بتعريف الشباب وذلك على النحو التالي:

+الاتجاه الزمني أو العمري: وهو الذي يعتبر الشباب مرحلة عمرية تتراوح بين ( 15-30) عاما وهي المرحلة التي يكتمل فيها النمو الجسمي والعقلي على نحو يجعل المرء قادرا على أداء وظائفه المختلفة.

+الاتجاه البيولوجي: ويميل هذا الاتجاه إلى تحديد مرحلة الشباب على أساس اكتمال نمو البناء العضوي والوظيفي للمكونات الأساسية لجسم الإنسان، سواءا كانت عضوية داخلية أو خارجية كالعضلات.

+الاتجاه النفسي: ويرى أنصار هذا الاتجاه أن الشباب ليس مرحلة عمرية تتحدد بين معين. وإنما نفسية لا علاقة لها بالعمر الزمني، فأنت شاب بمقدار ماتشعر به بالحيوية والحماس، والحركة والطموح في الحياة.<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup> سامي عبد الرحمن الخلفي، اتجاهات الشباب الجامعي نحو المشاركة في انتخابات المجالس البلدية، رسالة ماجستير: قسم العلوم الاجتماعية، 2010، ص 8.

<sup>(2)</sup>

+الاتجاه الاجتماعي: وهو الذي يرى أن فترة الشباب تبدأ حينما يحاول بناء المجتمع تأهيل الشخص لكي يحتل مكانة اجتماعية، ويؤدي دورا من الأدوار في بناءه، وتنتهي حينما يتمكن الشخص من احتلال مكانته وأداء دوره في السياق الاجتماعي وفقا لمعايير التفاعل الاجتماعي " كما يعرف الشباب: " أنه ظاهرة اجتماعية تشير إلى مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة وتبدو من خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي واضحة، ويعد الشباب من أكثر الشرائح الاجتماعية تفاعلا مع التغيير الحادث في المجتمع.

يعرف نصير بوعلي الشباب: "بالحدائث" وهي نقيض الشيب و الهرم وينتقل في نفس الفترة إلى موضوع السن، قائلا: الشباب هم من تتراوح أعمارهم ما بين 15 و 24 سنة.<sup>(1)</sup>

## 6 - الدراسات السابقة والمشابهة:

### أ - الدراسات المتعلقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

1 - دراسة نرمين خضر (2009) بعنوان "الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية":

دراسة على مستخدمي موقع facebook بقسم الإعلام، جامعة القاهرة والجامعة البريطانية حيث هدفت هذه الدراسة للتعرف على دوافع استخدام الشباب المصري (عينة الدراسة) لموقع facebook، والكشف عن طبيعة العلاقات الاجتماعية والصدقات التي يكونها الشباب المصري وأولوية تفضيله لهما عند التعامل مع أصحابها، وتحديد ورصد أهم الأنشطة التي يمارسها الشباب المصري على موقع facebook، واعتمدت هذه الدراسة على نظرية المجال العام ونظرية الاستخدامات والاشباع، بهدف المساهمة في بناء الإطار النظري للدراسة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الاستكشافية التي تستهدف الكشف عن الآثار النفسية والاجتماعية، واستخدمت منهج المسح وقامت الباحثة باختيار عينة عمدية ( 67 ) مفردة، (متاحة) من الشباب الجامعي في جامعة القاهرة والجامعة البريطانية، وكشفت الدراسة أن دافع التسلية والترفيه، يأتي على رأس قائمة دوافع استخدام

<sup>(1)</sup> سامية الساعاتي، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، 2003، ص11.

طلاب الجامعة لموقع facebook فقد احتل نسبة ( 69.9%) من إجمالي عينة الباحثين، واتضح أن النصيب الأكبر من إجابات عينة الدراسة تفضل علاقات الصداقة خارج موقع facebook بنسبة (89.5%).

وأشارت نتائج الدراسة أيضا إلى أن مشاهدة ألبومات الصور الخاصة بالأصدقاء تأتي على رأس قائمة الأنشطة التي يمارسها الباحثين على موقع facebook لتحقيق التواصل والتفاعل الاجتماعي بين طلاب الجامعات والأصدقاء... ، وأكدت الدراسة على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعة من الشباب المصري الذين قدموا أنفسهم بصدق للآخرين عبر الموقع والطلاب الذين يشتركون باسم مستعار في الموقع والتعامل مع الآخرين بزيّف وكذب.

**2-دراسة ميشال فانسون ( mishel ,2010):** بعنوان "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية.

هدفت هذه الدراسة للتعرف على أثر استخدام الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها (1600) شاب م ن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا بالجامعة البريطانية وقد أظهرت أهم نتائج هذه الدراسة أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون هذه المواقع من بينها (الفيسبوك واليوتوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون أوقات أطول على شبكة الانترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم.

وأظهرت الدراسة أيضا أنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف، ولا يشاهدون التلفاز كثيرا ويلعبون عددا أقل من ألعاب الكمبيوتر، ويرسلون كمية من الرسائل النصية وكذلك البريدية، وقد بينت الدراسة أنه نحو (53%) من الذين شاركوا في الدراسة المسحية، بأن شبكات التواصل الاجتماعي تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم، وكشفت الدراسة عن أن نصف مستخدمي الانترنت في بريطانيا هم أعضاء في أحد مواقع التواصل الاجتماعي، مقارنة بـ (28%) فقط في فرنسا و (33%) في اليابان، و(40%) في الولايات المتحدة الأمريكية.

3-دراسة مريم نريمان نومار ( 2011-2012): حيث كان عنوان هذه الدراسة "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية" دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، بقسم العلوم الإنسانية بجامعة الحاج لخضر باتنة ( 2011-2012)، حيث هدفت من خلال هذه الدراسة إلى البحث في اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية ومعرفة مدى تأثير الاستخدام المفرط لهذه المواقع والتي تسمح بنسخ علاقات اجتماعية افتراضية، مبنية على التشارك وتقاسم مجموعة من التطبيقات والفيديوهات والصور بطريقة تستدعي الاهتمام، مما يؤدي إلى نوع من العزلة الاجتماعية عن الآخرين، والذي قد يؤدي إلى تأثيرات سلبية فتم طرح الإشكالية التالية:

ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية؟ وطرحنا التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" لدى الجزائريين؟
  - ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع "فيسبوك"؟
  - كيف يؤثر استخدام "الفيسبوك" على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟
- وقد اختارت الباحثة عينة مكونة من 280 مفردة من مجتمع البحث حيث وزعت الاستمارة على عينة من مستخدمي الفيسبوك بالولايات التالية (باتنة، مستغانم، الجزائر، ورقلة).

حيث اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي باعتباره أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد وسلوكياتهم، وإدراكهم، ومشاعرهم، واتجاههم. فخلصت نتائج الدراسة الميدانية إلى ما يلي:

بالنسبة لعادات وأنماط استخدام الفيسبوك فقد تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمونه من سنة إلى 3 سنوات بنسبة (52,07%) ويقضي (27,16%) منهم أكثر من ثلاث ساعات في استخدامهم للموقع، وتشير النتائج إلى أن أغلب الباحثين يتصفحون الموقع من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم

ويفضل (60,51%) منهم الفترة الليلية لاستخدامه، ويميل (87,92%) منهم إلى الاستخدام الفردي للموقع، ويفضل 25,18% من الباحثين خدمة التعليقات في "الفيس بوك" ثم الدردشة (22,17%) تليها مشاركة الصور (15,38%) ثم مشاركة الروابط (15,23%).

كما توصلت الدراسة إلى أن أغلب الباحثين يدخلون لموقع "فيس بوك" بهويتهم الحقيقية أما مستخدمو الهوية المستعارة فأغلبهم يستخدمونه بدافع التصرف بكل حرية في الموقع، بحيث يلي "الفيس بوك" للباحثين العديد من الحاجات تتقدمها حاجة التواصل والتفاعل مع الآخرين يليها التنفيس والتعبير بكل حرية وإشباع الفضول والحصول على المعلومات.

#### 4- دراسة "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة العزلة عند الطلبة الجامعيين" (2016)

أجريت هذه الدراسة من طرف الباحثة "قواسمية حنان" على عينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية بجامعة العربي التبسي-تبسة- وقد تم اختيار مفردات الدراسة باعتماد أسلوب العينة القصدية أو العمدية وللقيام بهذه الدراسة استخدمت الباحثة المنهج الوصفي الذي يركز على وصف دقيق وتفصيلي للظاهرة محل الدراسة، وجمع المعلومات والبيانات قامت الباحثة بتوزيع الاستمارة على أفراد العينة تتكون من مجموعة من الأسئلة حيث انطلقت الباحثة في هذه الدراسة من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

- كيف يؤدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كإحدى تطبيقات الإعلام الجديد إلى زيادة العزلة لدى الطلبة الجامعيين؟

وقد توصلت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- لكل فرد من أفراد العينة أقل من 150 صديق على الموقع حيث قدرت نسبة هذه الفئة ب(82,22%) أما الذين يتراوح عدد أصدقائهم من (150-300) صديق فكانت نسبتهم (11,11%) والبقية الممثلة لأكثر من 300 ، وأغلب أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك لأكثر من ثلاث ساعات في اليوم بنسبة (48,88%) من أفراد العينة، أما من يقضون ساعتين إلى ثلاث ساعات في اليوم فقدرت نسبتهم ب(50,10%) والبقية الممثلة لأقل من ساعتين.

- يجد أفراد العينة كلما يبحثون عنه في الموقع، حيث مثلت نسبتهم (68,89%) أما (31,11%) فكانت ممثلة لأفراد العينة الذين لا يجدون كل ما يحتاجونه فيه.

ب-الدراسات التي تتضمن لغة التواصل:

**1** دراسة ريا بنت سالم بنت سعيد: بعنوان " مستوى استخدام العريزي لدى الشباب العماني في مواقع التواصل الاجتماعي":

وقد هدفت هذه الدراسة إلى تحديد مستوى استخدام الشباب العماني للعريزي في كتاباتهم بمواقع التواصل الاجتماعي ولتحقيق هذا الهدف أعدت الباحثة استبيان تضمن مجموعة من الفقرات بوصفها مؤشرات لمستوى استخدام العريزي وقد طبقت على ( 347 شابا ) من الشباب العماني حيث اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي، كما اختارت العينة بطريقة عشوائية، وقد لخصت الباحثة مشكلة الدراسة في السؤال التالي:

- ما مستوى استخدام الشباب العماني للعريزي في كتاباتهم بمواقع التواصل الاجتماعي؟  
وقد أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

-الشباب العماني يستخدم العريزي بنسب متفاوتة.

-وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المرحلتين العمريتين، 18 حالة لاستخدام العريزي.

إذ جاءت الفروق لصالح المرحلة العمرية (15-19 سنة) في بعض الحالات مثل:

-الإصرار على استخدام العريزي في جميع الأوقات.

-الحرص على تشجيع من يتواصل معهم لاستخدام العريزي في كتاباته.

-رفض التواصل مع أي احد لا يستخدم العريزي في كتاباته، بينما جاءت الفروق لصالح المرحلة

العمرية الأخرى(من 20-24 سنة) في حالة واحدة.

## 2 دراسة إيمان حنين شيبين ( 2015 ) بعنوان: " لغة التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في الجذب السياحي " مذكرة ماستر -جامعة بسكرة-

وقد اقتضت طبيعة الموضوع إلى إتباع المنهج الوصفي التحليلي لمدى ملاءمته للموضوع وكذلك المنهج الإحصائي الذي لجأت إليه الباحثة لتحديد النسب في البحث، حيث ساعد على ملاحظة الفوارق والاختلافات بينهما، وقد حاولت الباحثة من خلال هذه الدراسة الإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

- ما اللغة؟ وما التواصل؟ وكيف يتحقق التواصل اللغوي والتواصل الغير لغوي في الفيسبوك؟ وما أثر كل ذلك على الجذب السياحي؟
- ومن نتائج الدراسة ما يلي:
- لقد ورد الرمز في عبارات الأشكال السياحية الفيسبوكية بأنواع وهي: الرمز الطبيعي والتاريخي، والرمز الديني.

اشتملت أشكال الفيسبوك على التواصل اللغوي الذي تم بالمستويات اللسانية الأربعة (المستوى النحوي، الصرفي، الدلالي، الصوتي) وعلى التواصل الغير لغوي والذي تجلّى في : (الرمز، الصورة، السياق).

تحقق تأثر وانجذاب الفيسبوكي بتداخل كل من التواصل اللغوي والصورة.

تعددت مفاهيم التواصل وتشعبت معانيه واختلط بغيره من المصطلحات وصار ردفا لها، وليكون

التواصل ناجحا لا بد من وجود عناصره الستة المتمثلة في:

(المرسل، المرسل اليه، الرسالة، القناة، الشفرة، السياق)

أنواع التواصل الاجتماعي هي: التواصل اللفظي، الكتابي، الإلكتروني، وهذا الأخير يشمل النوعين

السابقين.

## التعقيب على الدراسات السابقة:

- تناولت الدراسات السابقة استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المترتبة عن هذا الاستخدام سواء كانت تأثيرات تمس الجانب النفسي للفرد أو الجانب الاجتماعي المتمثل في العلاقات الاجتماعية وكذا التغيرات التي طرأت على لغة التواصل بينهم.
- طبقت الدراسات السابقة على عينة الشباب باعتباره أكثر الفئات استخداماً لهذه المواقع وأكثر الفئات العمرية اهتماماً بكل ما هو جديد في عالم التكنولوجيا وخاصة ما تعلق منها بوسائل الاتصال والتواصل.
- أفادت الدراسات السابقة في صياغة مشكلة الدراسة، وفهم مختلف الجوانب التي يجب التطرق إليها حتى تكون الدراسة وافية وعلمية.
- ساهمت الدراسات السابقة في تزويد معارفنا بتحديد المنهج المناسب ونوعية الدراسة، وكذلك الأداة المناسبة لجمع البيانات والمعلومات.
- اعتمدت معظم الدراسات السابقة والتي بحوزتنا على الاستبيان كأداة للحصول على المعلومات المتعلقة باستخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، كما اعتمدت بعضها إلى جانب الاستبيان على الملاحظة كأداة أولية، أما المنهج المستخدم في كل الدراسات السابقة فهو المنهج الوصفي باعتباره أكثر ملائمة لمثل هذه الدراسات التحقيقية.
- اعتمدنا في الدراسات السابقة على معرفة ما تولت إليه نتائج هذه الدراسات بهدف اعتاد هذه النتائج كمعلومات تفيدنا في بناء دراستنا حيث تمكنا من توجيه بحثنا نحو جوانب لم تتطرق إليها هذه الدراسات للوصول إلى إضافات علمية جديدة تخص الموضوع قيد الدراسة.



**II / الإجراءات المنهجية للدراسة****1 - مجالات الدراسة:****1 1 - المجال المكاني:**

يعني به تحديد مقر أو البيئة أو الحيز الذي تجرى فيه الدراسة، وعليه فقد تم تحديد المجال المكاني لدراستنا بالقطب الجامعي تاسوست التابع لبلدية الأمير عبد القادر بالمنطقة العمرانية تاسوست الواقعة بولاية جيجل، يحدّها من الشمال السكة الحديدية والطريق الوطني رقم 43، ومن الجهة الشرقية المنطقة العمرانية تاسوست، ويحدّها من الغرب مدينة جيجل، أما من الجهة الجنوبية مقبرة تاسوست وتقدر مساحتها بحوالي 39.5 هكتار.

وبموجب قرار وزاري مشترك والمؤرخ في 24 اوت 2004، تم إنشاء القطب الجامعي بتاسوست التابع إداريا وماليا للجامعة المركزية بجيجل، وقد فتحت ابوابها في 22 شعبان 1428 الموافق ل 4 سبتمبر 2007 .

وضمن القطب الجامعي بتاسوست سنجري دراستنا بقسم علوم الإعلام والاتصال التابع إداريا لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

**1 2 - المجال الزمني:**

أما المجال الزمني فقد تحدد وفقا لما استغرقته مراحل البحث وهي:

**أ - مرحلة الإعداد النظري:**

بدأت الدراسة باختيار الموضوع الذي كان في نهاية شهر نوفمبر 2017 على وجه التقريب، أما الانطلاق في العمل وإعداد الفصول النظرية فكان من بداية شهر جانفي، أما الصياغة النهائية لهذه الفصول بعد عرضها على الأستاذة المشرفة وإضافة الملاحظات من قبلها فكانت في نهاية شهر فيفري.

## ب -مرحلة الإعداد الميداني:

شرعنا فيه ابتداء من نهاية شهر مارس إلى غاية بدايات شهر ماي من سنة 2018. وقد مر

انجازنا للجانب الميداني بعدة مراحل:

\*مرحلة إعداد وتصميم الاستبيان الخاصة بالدراسة.

\*مرحلة تقديم الاستمارة للتحكيم من قبل أساتذة من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والذي امتد إلى أسبوع.

\*مرحلة توزيع الاستمارة والذي دام يوما كاملا.

\*مرحلة تفرغ البيانات وتحليل الجداول والتعليق عليها والذي استمر إلى غاية 15 ماي

\*مرحلة تحليل النتائج في ضوء النظريات والدراسات السابقة.

## 2- مجتمع الدراسة والعينة

### 2-1- مجتمع الدراسة:

إن نجاح التعيين يقوم أولا على تحديد مجتمع البحث الأصلي، وما يحتويه من مفردات إلى جانب

التعرف على تكوينه الداخلي تعرفا دقيقا، يشمل طبيعة وحداته، هل هي متجانسة؟ أم متباينة؟ هل

هي موزعة في شكل فئات وطبقات أو غير ذلك؟

وهو المجموع الكلي من المفردات والأشياء الأخرى المحدودة(المجتمع الذي بإمكان الباحث

تحديد حجمه الحقيقي) أو غير المحدودة(المجتمعات التي ليس باستطاعة الباحث الوصول إلى أحجامها

الحقيقية نظرا لشساعتها)<sup>(1)</sup>

- كما يعرف ارلين قرافيت (m.gravitz) مجتمع البحث بأنه مجموعة عناصر له خاصية أو عدة

خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث أو التقصي.<sup>(2)</sup>

(1) أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، (ط2)، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص172.

(2) أحمد عيساوي، تبسة وإعلامها، الجزائر: دار البلاغ للنشر والتوزيع، 2005، ص24.

ولما كانت دراستنا تهدف إلى معرفة أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على لغة التواصل لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال-جامعة جيجل-فمجتمع بحثنا هم كل طلبة هذا القسم المستخدمين لهذه المواقع .

## 2-2- عينة الدراسة:

إن الباحث الاجتماعي غير مخير في انتقاء نوع عينة بحثه، وإنما العامل الفعال في ذلك هو طبيعة المجتمع المدروس وليس رغبته في اختيار عينة معينة وسهولة تطبيق نوع معين من العينات (1) وعلى هذا الأساس اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة العشوائية الطبقية التي تستخدم عندما يكون مجتمع البحث مكون من مجموعات غير متجانسة حيث يقوم الباحث بتصنيف مجتمع البحث إلى طبقات وفقا للفئات التي يتضمنها متغير معين أو عدة متغيرات م يختار وحدات عينة البحث اختيارا عشوائيا من كل طبقة.

وقد قمنا باختيار العينة الطبقية لأنها الأداة الأكثر ملائمة لطبيعة موضوع دراستنا وكذلك لصعوبة إجراء الدراسة على كل طلبة قسم الإعلام والاتصال، لارتفاع عددهم وضيق الوقت. ففي هذا النوع من العينات "يتم إعطاء فرص متساوية للوحدات في المجتمع، بحيث أنه في هذه العينة لا تحمل الفروق والطبقات وفيها يتعين علينا أن نأخذ من كل فئة بالقدر الذي تمثله في المجتمع الأصلي". (2)

كما يعرفها موريس انجريس بأنها: صنف من المعاينة الاحتمالية الذي ينطوي على الفكرة ان هناك خاصية أو عدة خصائص تميز عناصر مجتمع البحث والتي لا بد من أخذها بعين الاعتبار قبل الانتقاء، يسمح هذه الإجراء بإنشاء مجموعات صغيرة أو طبقات سيكون لها بعض التشابه وأن كان ها يتميز في نفس الوقت عن المجموعات الأخرى (3)

(1) معن خليل عمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، عمان: دار الشروق، 2004، ص195.

(2) محمد عبد العال نعيمة، تصميم وتحليل التجارب في البحث العلمي، عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، 2017، ص104

(3) موريس انجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، (ترجمة بوزيد صحراوي واحرون)، الجزائر: دار القصبه للنشر، 2004، ص 304.

وعليه فقد قمنا باختيار عتبة الدراسة من طلبة ليسانس والماستر والدكتوراة في الأطوار النهائية والذي قدر عددهم بـ:

- ثلاثة ليسانس: 321 طالب.

- ثانية ماستر: 235 طالب.

- درجة الدكتوراة: 8 طلاب.

حيث اخترنا عتبة بحجم 20% من كل طور كالتالي:

طلبة الليسانس:  $20 \times 321 = 64.2 \approx 64$  طالب.

طلبة الماستر:  $20 \times 235 = 47$  طالب.

طلبة الدكتوراه:  $20 \times 8 = 1.6 \approx 2$  طالب.

وانطلاقاً من هذه النتائج يمكننا تحديد حجم عتبة الدراسة الإجمالية والذي يقدر بـ 113 مفردة.

### 3- نوع الدراسة ومنهجها.

#### 3-1 نوع الدراسة:

تحمل الدراسة التي نحن بصدد إنجازها عنوان: "استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على لغة التواصل" دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، ويدخل هذا النوع من الدراسة ضمن الدراسات الوصفية. وهي الدراسات التي تهدف إلى وصف الظواهر كما هي في الواقع أو وصف الأوضاع القائمة فعلاً أي وصف ما هو كائن.<sup>(1)</sup>

#### 3-2 منهج الدراسة:

من أجل أن تكون الدراسة علمية لا بد أن تحتوي على منهج علمي، باعتباره من أساسيات البحوث العلمية، فهو يوجه الباحث في مختلف مراحل بحثه، ويمكنه من إتباع الطريقة المناسبة لدراسة مشكلة بحثه، حيث تتعدد المناهج باختلاف الظاهرة المدروسة، وعلى الباحث اختيار المنهج المناسب والذي يعتبر أساس نجاح البحث.

<sup>(1)</sup> محمد عبد الجبار خندقجي، نواف خندقجي، مناهج البحث العلمي منظور تربوي معاصر، عمان، عالم الكتب الحديث، 2012، ص194.

ويعرف المنهج بأنه: أسلوب التفكير الذي يعتمد عليه الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة المدروسة. (1)

ويعرفه أيضا بأنه: "الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها، والعلاقات السائدة كما في الحيز الواقعي، ومن ظروفها الغير مصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لها. (2)

ونظرا لطبيعة دراستنا اخترنا المنهج الوصفي الذي يصف الظاهرة محل الدراسة كما في الواقع وذلك بجمع الحقائق والبيانات، ومن ثم تحليلها وتصنيفها والوصول إلى نتائج وتعميمها فيما يخص موضوع الدراسة.

#### 4- أدوات جمع البيانات:

أدوات جمع البيانات هي الوسيلة التي تستخدم في جمع المعطيات الكمية والكيفية حول الظاهرة أو الواقع الاجتماعي المدروس، وتساعد في فهمه وتفسيره عندما يتم عرضه وتحليله لإصدار حكم على مدى مصداقية الفرضيات والعلاقة التي تربط بين المتغيرات التي ترى الباحث أنها تقود إلى وجود الظاهرة أو الموقف موضوع الدراسة. (3)

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على استخدام الأداة التي تمكننا من الوصول إلى البيانات المستهدفة بدقة ومرفوعة أكثر، وذلك حسب طبيعة الموضوع وكيفية استجابة الباحثين وتمثلت هذه الأداة في الاستبيان.

والاستبيان هو عبارة عن مجموعة الأسئلة والاستفسارات متنوعة، ومرتبطة ببعضها البعض بشكل يحقق أهداف الباحث، وذلك في ضوء موضوع الدراسة والمشكلة المختارة، وترسل أسئلة

(1) مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي، الأسس النظرية والتطبيقية، ط2، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2008، ص205.

(2) احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، الجزائر 2007، ص206.

(3) إبراهيم محمد المختار، مراحل البحث الاجتماعي وخطواته الإجرائية، القاهرة: دار الفجر العربي، 2005، ص70.

الاستبيان عادة بالبريد العادي أو بأي طريقة كالبريد الإلكتروني مع مجتمع البحث، أو مجموعة أشخاص أو مؤسسات اختارها الباحث كعينة لبحثه. (1)

وهو إحدى الوسائل الشائعة للحصول على المعلومات والحقائق التي تتعلق بآراء واتجاهات الجمهور حول موضوع معين أو موقف معين، ويتكون الاستبيان من مجموعة أسئلة توزع على عينه البحث حيث يطلب منهم الإجابة عليها وإعادةها إلى الباحث. (2)

وقد اعتمدنا على الاستبيان في جمع المعلومات لتناسبها مع موضوع دراستنا، حيث قمنا بتصميم هذا الاستبيان وفقاً لمحاور تحدثها فرضيات الدراسة، ويتكون من:

- **المحور الأول:** وقد خصص للتعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.

- **المحور الثاني:** تضمن أسئلة متعلقة بطريقة الكتابة المستخدمة من قبل الشباب للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- **المحور الثالث:** اشتمل على أسئلة الغرض هنا معرفة الأساليب التعبيرية المستخدمة من طرف الشباب للتعبير عن المشاعر والأحاسيس في مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الرابع: تمحورت أسئلته حول العلاقة بين استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وتداول اللغة الأصلية.

وإلى جانب هذه المحاور الأربعة خصص قسم في أعلى الاستمارة لجمع البيانات الشخصية للمبحوثين متعلقة بالجنس والمستوى التعليمي والسن.

وقد بلغ عدد الأسئلة المكونة لمحاور الاستمارة 30 سؤالاً، قمنا بتحكيمةا لدى الأستاذة الآتية أسماءهم:

- الدكتور حمدي محمد الفاتح.

- الأستاذ بوبعة عبد الوهاب.

(1) عامر قندلجي، إيمان السامرائي، البحث العلمي الكمي والنوعي، عمان: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009، ص288.

(2) كمال محمد المعري، أساليب البحث العلمي في العلم الاجتماعية، عمان: دار الثقافة، 2006، ص135.

## III. المقاربة النظرية المفسرة للدراسة.

## 1- نظرية الاستخدامات والاشباع.

يطلق عليها البعض نموذج والبعض الآخر مدخل، ويطلق عليها آخرون منظور.

ويستعر بعض النقاد أن الأسلوب المنافع والإشباع أقل من أن يكون نظرية بدائية، وما هو إلا صياغة معادة محددة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي... كما يرون أن البحث باستخدام منظور المنافع والإشباع لم يتولد حتى الآن سوى القليل من القوائم عن الأسباب التي يبرز بها الناس انتقاءهم واهتمامهم بأنواع مختلفة من المضمون الإعلامي، أو قوائم من الاشباع يقول الناس أنهم يحصلون عليها من اهتمامهم بالإعلام.

ولا يضيف المنظور الكثير عن طريق التفسير المنظم وراء ذلك ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب استخدام "وسائل الاتصال الجماهيري" تأليف كادر وبلومر 1974. ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية تتمثل تطور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض لها من جانب آخر.

ومن وجهة نظرا كادر وبلومر "فان مدخل هذه النظرية يعني: (1)

- الأصول الاجتماعية والسيكولوجية.

- الاحتياجات التي يتولد عنها.

- توقعات.

من وسائل الاع أو أي مصادر أخرى تؤدي إلى:

- أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها.

- إشباعات للاحتياجات.

- ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة. (2)

(1) مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، عمان/ دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015، ص214.

(2) المرجع نفسه، ص215.

## مفهوم النظرية:

انطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية<sup>(1)</sup> من مدخل الاستخدامات والاشباع هو محاولة نظرية لتفسير الأساليب التي من خلالها يوقف الفرد عملية الاتصال لخدمة حاجاته وتحقيق أهدافه، كما يقدم هذا النموذج تصنيفاً متناسقاً للأساليب التي يتبعها الأفراد لإشباع حاجاتهم ويقوم هذا النموذج على عدة فرضيات منها أن سلوك الفرد الأمثالي يكون مدفوعاً دائماً بأهداف معينة ولا يحدث بشكل عشوائي كما أن لدى الفرد المبادرة لتحديه نوعية الوسيلة الإعلامية التي تشبع احتياجاته. إن وسائل الإعلام واحدة من عدة بدائل لإشباع رغبات الجمهور وإن الفرد يختار من بين البدائل المتاحة ما يشبع حاجاته بصورة واعية.<sup>(2)</sup>

وتتركز هذه النظرية على أن الإعلام يقوم بتحقيق ثلاث تأثيرات من خلال اعتماد الناس عليه

وهي:

أ - التأثيرات المعرفية.

ب - التأثيرات العاطفية.

ج - التأثيرات السلوكية.<sup>(3)</sup>

## 2- تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباع على الشبكات الاجتماعية:

مع التطور الذي شهدته شبكات الإنترنت لن تستطع العديد من النظريات مواكبة هذه التغيرات، وهذا ما جعل نظرية الاستخدامات تتصدر العديد من البحوث التي تدرس استخدام الشبكات الاجتماعية: التي يأتي في مقدمتها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باعتبار أن الدخول

(1) بسام عبد الرحمن المشايقة، نظريات الإعلام، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014م، ص84.

(2) طارق السيد خليفي، معجم مصطلحات الإعلام الإنجليزي عربي، دار المعرفة الجامعية، 2008، ص306-307.

(3) محمد علي أبو العلا، نظريات الاتصال المعاصرة في ضوء تكنولوجيا الاتصال والعولمة، القاهرة: دار العلم والایمان للنشر والتوزيع، 2013



إلى هذه المواقع هو أحد بدائل الاستخدام التي يختار الفرد من بينها لتلبية حاجاته وذلك لسهولة تطبيق الفروض الحاصلة بهذه النظرية في هذه البحوث والدراسات.

حيث توقع روجيرو rwggiero من خلال عدد من البحوث أن الانترنت ستسلم في العديد من التحولات، مما يؤدي إلى تغيرات عميقة في عادات مستخدمي وسائل الإعلام إلى جانب الأدوات الشخصية والاجتماعية ومع التحول السريع لهذه العادات والأدوار خاصة، كان مع روجيركو الحق في توقعاته، حيث أن التفاعل الشخصي مع الأصدقاء والعائلة والاتصال الذي تحول من العالم الفيزيائي إلى كيان على الشبكة الانترنت، نظرا لزيادة شعبية مواقع الشبكات الاجتماعية مثل "فايس بوك" "ماي سبايس"، "يوتيوب" وغيرها من مواقع التدوين، وحسب hebono's,rache فان الشبكات الاجتماعية هي أماكن افتراضية تلي حاجيات مجموعات محددة من الأشخاص، وبالتالي خلق مجتمع كثيرون فيه من هم غير قادرين على إيجاد حاجاتهم خارجة بيئة الانترنت<sup>(1)</sup>

ويعتبر تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباع اليوم في دراسة مواقع الشبكات الاجتماعية دو أهمية بالغة، حيث وبعد استعراض الأدبيات السابقة تم التوصل إلى أكثر العوامل لفتا بالنسبة لهذه النظرية وإلى لها علاقة مع الشبكات الاجتماعية، حيث وجد parke وآخرون 2009 أن عوامل الاستخدام والإشباع الخاصة بمواقع الشبكات الاجتماعية هي: خلق صداقات، التسلية، التعريف بالذات، الحصول على المعلومات.<sup>(2)</sup>

أما عن كيفية تطبيق هذه النظرية في دراستنا فقد حاولنا التعرف على عادات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وكيف أثر هذا الاستخدام على لغة التواصل لدى المبحوثين.

(1) محمد بن سعود البشير، قصور النظرية في الدراسات الاعلامية، بحث منشور في المجلة العربية للعلوم الانسانية، جامعة الكويت، 2003، العدد

83، ص 44

(2) علي حوش، محمد بوزريرة، استخدامات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست-لوقع التواصل الاجتماعي والاشباع المحققة، مذكرة

مكاملة لنيل شهادة الماستر: قسم الاعلام والاتصال، جامعة تاسوست، 2017، ص 60.

## خلاصة الفصل

يعتبر الاطار المنهجي خطوة أساسية يقوم بها الباحث لبناء أي دراسة حيث يساهم بشكل كبير في توجيه الباحث للمسار الصحيح للدراسة من خلال اشكالية بحثة وتساؤلات دراسته وفرضياتها، وهذا ما تطرقنا إليه نحن في هذا الفصل والتي تعتبر من أهم النقاط التي يجب ضبطها بشكل دقيق في كل بحث، فهي التي تحدد وتوضح موضوع الدراسة بدقة، إضافة إلى منهج الدراسة ونوعها وعينتها وأدوات جمع البيانات، كما تم التطرق في هذا الفصل إلى ذكر أهمية الدراسة وأهدافها والأسباب التي دفعتنا إلى البحث في هذا الموضوع وبالاعتماد على المقاربة العلمية للدراسة والتي تم ذكرها هنا.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

I - ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

II - ماهية اللغة

III - ماهية التواصل

## تمهيد

I- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

1 -نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

2 -نماذج مواقع التواصل الاجتماعي.

2-1- فيسبوك.

2-2- تويتر.

2-3- يوتيوب.

2-4- انستغرام.

3 -خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

4 -أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

5 -إحصاءات مواقع التواصل الاجتماعي.

6 -شبكات مواقع التواصل الاجتماعي من منظور النظريات والنماذج الإعلامية

7 -انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي.

8 -خدمات مواقع التواصل الاجتماعي.

9 -إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

9-1- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي.

9-2- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

## تمهيد:

تعتبر لغة التواصل بين الأفراد البنية الأساسية للتعامل أو الحوار أو لأغراض أخرى وبظهور التقنيات الحديثة وتعامل الشباب مع أجهزة الحاسوب أو الهواتف الذكية، جاءت مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق التفاعل عبر تقنيات الأنترنت وهذا ما ساهم في ظهور لغة تواصلية جديدة مزجت بين اللغة العربية من جهة واللاتينية من جهة أخرى كما أدت إلى ظهور نمط وأساليب جديدة للتواصل.

## 1 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

أول من استخدم مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي هو الأنثروبولوجي الأمريكي جون بيرنز "Bornes John" عام 1954، وذلك للتعبير عنها من خلال علاقة الأفراد ببعضهم البعض عندما أصبحت هذه الروابط والتفاعلات معقدة وسببت خلط داخل الاتصالات، فالشبكة الاجتماعية هي مثلة للعلاقات الاجتماعية القائمة داخل المجتمع والتواصل الاجتماعي هو العصب النابض لهذه المواقع.

لاحظ الباحث Swet أن مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن منظمة عصرية غيرت في نمط الحياة من حيث الأسلوب والإدارة والممارسة، ويمكن أن نصف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد باسم العقدة "NODE"، بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء إلى شركة ما، أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم وقد تصل هذه العلاقات إلى درجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الفرد.<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه: قسم العلوم الاجتماعية جامعة

وعند الحديث عن نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين:<sup>(1)</sup>

**المرحلة الأولى:** يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب ( 0.1 ) وتشهد هذه المرحلة على البداية التأسيسية للشبكات، حيث شهدت هذه المرحلة مواقع متعددة من أشهرها أيضا موقع **Lire journal** وموقع **1999Cyworld** الذي أنشأ في كوريا وموقع **Ryze** الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية، وتجدر الإشارة في الطرح التالي أن أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء وعلى الرغم من أنها وفرت بعض الخدمات للشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدرّ ربحا على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء.

**المرحلة الثانية:** يمكن وصف المرحلة الثانية بمرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن التأريخ لها بمرحلة الويب (2.0) والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي **Freindster.com**، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعرف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع **Skyrok.com** كمنصة للتدوين، ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب.

وفي بداية عام 2003 ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير **Myspace.com** وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم، كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل **Linkedin.com** والتي انطلقت رسميا في 05 ماي 2003، حيث وصل عدد مستخدميه إلى 250 مليون مشتركا بنهاية شهر ديسمبر 2012، ثم كانت النقلة الكبيرة<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup> نوال بركات، المرجع السابق، ص 137.

<sup>(2)</sup> مريم غزال، نوال شعوي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ليسانس أكاديمي: قسم الإعلام والاتصال، ورقة، 2014، ص 17.

في عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي الشهير "فيسبوك" **Facebook.com**، حيث انطلق رسمياً في 04 فيفري عام 2004، وقد بدأ هذا الموقع أيضاً في الانتشار الموازي مع شبكات التواصل الأخرى على الساحة حتى تطور من المحلية إلى الدولية. وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لها وكل ما تتيحه تقنية (Web 2.0)، ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الأنترنت على مستوى العالم. كما تبين ذلك المؤشرات الرقمية للكثير من الدراسات.<sup>(1)</sup>

## 2 نماذج مواقع التواصل الاجتماعي:

### 2-1- الفيسبوك Facebook:

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاذب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004 في جامعة "هارفارد" بالولايات المتحدة الأمريكية من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكريج)، وكانت مدونة الفيسبوك محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء زوكريج. وفي سنة 2007 حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيسبوك، بحيث تجاوزت الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم، وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في الأول من تموز (2010) نصف مليار شخص يزورونه باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار ومواضيع متنوعة وجديدة، ويضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة وغالبا ما تكون في المحادثات والردود.<sup>(2)</sup>

(1) مريم غزال، نوال شعوي، المرجع السابق، ص 18.

(2) محي الدين محمد الديهي، شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامي على جمهور المتلقين، القاهرة: دار الوفاء القانونية، 2015، ص 353.

وتحتل هذه الشبكة حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي غوغل ومايكروسوفت وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 800 مليون شخص.

ويرى الباحث بن مزري تشن أن الفيسبوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين أصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو، والتعليق عليها وإمكانية المحادثة والردود الفورية ويسهل إمكانية تكوين علاقات قصيرة، ومن المعروف أن هناك من استفاد من هذا الموقع سلبيًا أو إيجاباً.<sup>(1)</sup>

### خصائص الفيسبوك:

يتميز الفيسبوك كشبكة اجتماعية بعدة خصائص أهمها:

- \* **خاصية Wall:** أو ما يسمى بلوحة الحائط وهي عبارة عن ساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.
- \* **خاصية Pokes:** أو نكرة تتيح إرسال نكرة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- \* **خاصية Status:** أو الحالة وتتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم أو ما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
- \* **خاصية Notes:** أو التعليقات وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط مدونات.

كما ان الفيسبوك يقدم خدمات أخرى منها:

-مجانية الاشتراك في الفيسبوك.

-تمتع الفرد بوجود صفحة شخصية له على الفيسبوك وتكوين ألبوم خاص به.

<sup>(1)</sup> محي الدين محمد الديمي، المرجع السابق، ص 457.



- وضع الفيديوهات المفضلة على الصفحة وتحديد من يمكنه مشاهدتها.
- تكوين مجموعات أو الاشتراك فيها.
- المحادثة المباشرة مع الأصدقاء.
- إرسال واستلام الرسائل من الأصدقاء.<sup>(1)</sup>

### سلبيات الفيسبوك:

على الرغم من كل المزايا التي يتمتع بها موقع فيس بوك وغيره من المواقع الاجتماعية والتي يوفرها لتسهيل التواصل الاجتماعي، فإنه يخترق كما يرى البعض الخصوصيات الاجتماعية، وينقل المعلومات الشخصية التي تتمتع بقدر من الخصوصية إلى طاولة الحوار المشترك على نطاق أوسع مما ينبغي. كما أن تداول المعلومات على هذا النحو وما يمكن أن يتضمنه حوار الأشخاص والمجموعات من خصوصيات المجتمع ككل، يمكن أن يفتح ثغرة في الأمن الاجتماعي أمام من يسعى لتوظيفها في غير صالح المجتمع، بالإضافة إلى الكثير من الصفات السلبية التي تطرأ على الشخص المستخدم لمثل هذا الموقع والتي نلخصها في العناصر التالية:

- الاستغلالية.
- غياب الرقابة على الأخبار المغلوطة والمتداولة بين الناس.
- الإهمال وتتمثل في إهمال الهوايات المحببة لدى الكثيرين كالرياضة والقراءة والسباحة وغيرها.
- تدهور الأخلاق وخاصة عبر غرف الدردشة.<sup>(2)</sup>

### 2-2- اليوتيوب:

يقدم خدمة الفيديو عبر الأنترنت، وقد بدأ تشغيله عام 2005، ونما بسرعة كبيرة، والفكرة الأساسية له هو أنه يسمح للمستخدمين بتحميل مقاطع الفيديو من الموقع، وفي الوقت نفسه المشاهدة والتعليق على ما يريدونه، هو أيضا قناة مهمة للمرشحين في الانتخابات، ويتيح فرصة

<sup>(1)</sup> ياسر خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، 2014، ص ص 392-393.

<sup>(2)</sup> حارث عبود، مزهر العالي، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015، ص 145.

مناسبة للسياسيين للإعلان عن حملتهم الانتخابية بتكلفة أقل بكثير من الإعلانات التلفزيونية، ومن ثمة فإن المحتوى السياسي يعتبر الأكثر مشاهدة على الموقع، وتتيح هذه المواقع العديد من الإمكانيات مثل الحفظ، والتخزين، وعرض الأعمال الفنية سواء كانت صوراً أو رسومات فنية، حيث يتمكن الجمهور من رؤيتها والإعجاب بها، كما تفيد في إمكانية بيع الأعمال والمشاريع.<sup>(1)</sup>

وقد تم تأسيس هذا الموقع على يد باي بال (Paypal) وهم Steve Chen و Harley Tchad

وJawed Karim في ولاية كاليفورنيا، حيث التقطوا صور فيديو في أحد الاحتفالات في سان فرانسيسكو وبسبب صعوبة نشر هذه الصور تم التفكير في إنشاء هذا الموقع، حيث أنشئ في موقع مؤقت، وتم إطلاق نسخة تجريبية في أيار من عام 2005 ومن نفس العام في تشرين الثاني أطلق النسخة الرسمية منه وفي سنة 2006 اشترت شركة غوغل هذا الموقع بحوالي مليار وستمئة وخمسون مليون دولار، ويعتمد هذا الموقع على تقنية فلاش لعرض مقاطع الفيديو المطلوبة، والتي تضم أفلاماً مختلفة، وانتشر هذا الموقع انتشاراً مذهلاً في شتى بقاع العالم بسبب ميزة قصر مدة الفيديو على هذا الموقع مقابل المادة التلفزيونية الطويلة التي لا تتناسب مع سمة هذا العصر.<sup>(2)</sup>

ويقوم موقع "يوتيوب" على فكرة مبدئية هي: "بث لنفسك أو دع لنفسك" حيث يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى، ويعتبر أهم مكان على النث للمشاركة بالفيديو المجاني الشعبي، حيث تحمّل يوماً أفلاماً وفيديوهات من صنع الهواة من حول العالم. ويعمل اليوتيوب وفق المنظومة التالية:

- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم.
- دمج مقاطع الفيديو الخاصة باليوتيوب مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة وجعل مقاطع الفيديو عامة أو خاصة.

(1) حمدي بشير، ظاهرة الإعلام الاجتماعي وأبعادها الاقتصادية والسياسية والأمنية في العالم العربي، عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2014، ص ص 20-21.

(2) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، بغداد: دار النهضة للنشر والتوزيع، 2014، ص 90.

- يحتوي الموقع على المقاطع الأحدث والحاصلة على أعلى تقييم والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش والأكثر تفضيلاً واتصالاً بالمواقع الأخرى.
- العثور على جماعات فيديو والاتحاق بها وتسهيل الاتصال مع ذوي الاهتمامات المشتركة.
- يستطيع المستخدمون اختيار وعرض مقاطعهم بشكل عام أو بمشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل.
- تصنف أيضاً مواقع الفيديو إلى أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا.
- لقد منع موقع يوتيوب في كثير من البلدان بسبب ما تضمنه من مخالفات للنظام الأخلاقي وفضائح وإساءات لشخصيات مهمة، أو لحكومات في هذه البلدان.

### 2-3- تويتر:

هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة منطقة الشرق الأوسط. وكان متصدراً في إحداث ما يسمى بثورات الربيع العربي، اسمه مشتق من مصطلح "تويت" وتعني التغريد واتخذ من العصفورة رمزاً له. وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرف للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة، وتتيح شبكة تويتر لخدمة التدوين المصغرة هذه إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني من خلال خدمة (RSS).

كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة أوائل عام 2006 عندما أقدمت شركة **Obvios** الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة في أكتوبر من نفس العام. حيث أخذ هذا الموقع في الانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة،<sup>(1)</sup> بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل

(1) مريم نزيهان نومان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير: قسم العلوم الإنسانية، جامعة باتنة،

الخدمة المصغرة عن الشركة الأم واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليها "تويتر" وذلك في أبريل 2007.

وموقع التويتر هو موقع تواصل اجتماعي لا يقل أهمية عن الفيسبوك ويعتبر المنافس الأكبر له ويقدم خدمة مصغرة لمستخدميه من المغردين تمكنهم من إرسال تحديثات إلى الصفحات الخاصة ويمكن للزوار قراءتها وكتابة الردود عليها، ويتميز بسرعة إيصال المعلومات خاصة الإخبارية، وحتى نهاية 2010 وصل عدد المغردين المستخدمين لتويتر أكثر من 200 مليون مغرد.<sup>(1)</sup>

## 2-4- أنستغرام:

هو تطبيق مجاني لتبادل الصور، وشبكة اجتماعية أيضا أطلق في أكتوبر من عام 2010، ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثمة مشاركتها مع مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات.

في البداية كان دعم أنستغرام على أيفون والأبي باد والأبي بود، وفي أبريل 2012 أضيف أنستغرام إلى منصة الأندرويد ثم تطور في يونيو 2013، ليوضع في تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين.

ومن التطورات المهمة في تطبيق الأنستغرام استحواذ شركة فيسبوك على التطبيق بصفقة بلغت مليار دولار وذلك في أبريل 2012.

أما بالنسبة للمستخدمين فقد نمت في كانون الأول من 2010 على مليون مستخدم ليتضاعف إلى خمسة ملايين عند وضعه على تطبيق الأندرويد، ليتخطى 30 مليون مستخدم سنة 2014، حيث أعلنت خدمة أنستغرام للصور التابعة لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك أنها تجاوزت 300 مليون مستخدم. ومع نهاية 2015 تجاوز عدد المشتركين في الأنستغرام 400 مليون شخص منهم 180 مليون نشط شهريا.<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup> المرجع السابق، ص ص 445 - 465.

<sup>(2)</sup> مركز الحاسب للاستشارات، دور موقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب، الرياض: دار الحاسب للنشر والتوزيع، 2015، ص ص 21-23.

### 3 أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

لا بد من التأكيد بأن هذه المواقع قد أحدثت ولازالت تحدث تغييرا كبيرا في كيفية التواصل والمشاركة بين الأشخاص والمجاميع وتبادل المعلومات بينهم. علما أن هذه المواقع في تزايد مستمر. ويمكن تصنيفها إلى ما يلي:

#### 3-1- مواقع التعاون وبناء فرق العمل: ومن أهمها:

- 1 - **الويكي Wiki**: وهي مواقع تمكن العديد من المهتمين من الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة وبشكل منطقي عن طريق روابط إلكترونية، وأفضلها ويكيبيديا الموسوعة العالمية أنشأت من طرف مستخدمي الموقع.
- 2 - **مواقع المراجعيات**: تمكن هذه المواقع من وضع علامة مرجعية لمواقع تهمك أو قد تهم غيرك مثلما هو الحال عند حفظك لموقع في برنامج تصفح الأنترنت.
- 3 - **مواقع الأخبار الاجتماعية**: بدلا من استقاء الأخبار من القنوات الفضائية المتعارف عليها يمكن الاعتماد على شبكة واسعة من المستخدمين لإيجاد الأخبار المهمة. حيث يقدم المستخدمون الأخبار التي يرونها مهمة، ومما يميز هذه المواقع التركيز على ما هو حديث وفي مجال إنماء العالم، كما تقدم تصنيفات تساعدك على تحديد اهتماماتك.
- 4 - **الملاحة الاجتماعية**: عبارة عن برمجيات يقوم المستخدم بتثبيتها على الجهاز ومن ثم الاستعانة بال GPS لرسم خريطة حركته بالمدينة.
- 5 - **مواقع إدارة الملفات وتحرير النصوص**: تستخدم هذه المواقع إذا كنت تود التعاون في إتمام مذكرة أو نص أو حتى في تحضير عرض، فمن خلال هذه المواقع يمكن تحديد الأشخاص الذين تود التعامل معهم والباقي ما هو إلا تفاعل سلس بينكم.<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، عمان: المسيرة للنشر والتوزيع، 2015، ص ص 291-293.

**3-2- مواقع الوسائط المتعددة:**

**1 مواقع التصوير والفن:** تقدم هذه المواقع العديد من الفوائد حيث تمنحك مكانا يمكنك من حفظ و تخزين وعرض الأعمال الفنية، سواء كانت صوراً أو رسومات فنية ومن أهم هذه المواقع: Flichor, Photobuchet.

**2 مواقع مشاركة البث المباشر:** من خلال هذه المواقع يمكن إيجاد والبحث عن العديد من مقاطع الفيديو المرئية وتقييمها، كما تقدم معظم هذه المواقع خدمة مشاركتها على المواقع الاجتماعية الأخرى.

**3 مواقع مشاركة المقاطع الصوتية والموسيقى:** تسمح هذه المواقع بإمكانية مشاركة المقاطع الصوتية كما يمكن للموسيقين بنشر إبداعاتهم الموسيقية والتعرف على رأي الجمهور فيها.

**3-3- مواقع الرأي والاستعراض:**

**1 استعراضات السلع:** تسمح هذه المواقع بالتعرف على آراء المستهلكين لسلعة معينة قبل شرائها كما تسمح أيضاً بالحصول على مواصفات السلعة من قبل الخبراء لإعطاء صورة واضحة عن المنتج.

**2 الأسئلة والأجوبة الاجتماعية:** يمكن من خلالها الحصول على إجابات محددة لأسئلة قد تدور في الذهن، حيث يقوم المستخدم بعملية إضافة وتنقيح المعلومات المطروحة.

**3-4- المواقع الترفيهية الاجتماعية:**

- **مواقع العوالم الافتراضية:** كانت ولا زالت متوافرة منذ زمن بعيد، حيث يمكن إنشاء ما يسمى بالشخصية الرمزية عبر العالم الافتراضي وهي لا تعكس الشخصية الحقيقية لمنشئها.<sup>(1)</sup>

وهناك تصنيفات أخرى لمواقع التواصل الاجتماعي:

<sup>(1)</sup> عامر إبراهيم قنديلجي، المرجع السابق، ص ص 293 - 295.

## تصنيف المواقع حسب الموضوع والمحتوى:

## - المواقع التجارية:

وتعد هذه المواقع الأكثر شيوعاً، حيث تعتبر بمثابة دعاية أو إعلان لشركة أو جهة ما، حيث تقوم بعرض أنشطتها ومنتجاتها وخدماتها من خلال صفحات على النث، وأول المواقع التجارية كان عام 1933، وقد كانت تفتقر إلى حد كبير إلى الأدوار الترويجية والإعلامية.

## - المواقع العامة:

هي مواقع تحمل على صفحاتها الكثير من المعلومات في مختلف المجالات، وبعضها يتيح للزوار إمكانية البحث من خلالها.

## - المواقع التعليمية:

تخص هذه المواقع الجامعات والمعاهد والهيئات التعليمية، حيث يطرح مواضيع تعليمية مثل: جامعة هارفارد [www.harvard.com](http://www.harvard.com)

المواقع العسكرية: هي مواقع تابعة للجهات العسكرية أو للجيش، وتمتلى صفحات هذه المواقع بالمعلومات العسكرية مثل [www.army.mil](http://www.army.mil)

## - المواقع العلمية:

وتعرض صفحات هذه المواقع معلومات علمية أو بحثاً حول موضوع وطني، أو جغرافي، أو تكنولوجي وغيرها، وقد يضعها باحثون أو طلاب جامعات.<sup>(1)</sup>

(1) عامر إبراهيم قنديلجي، المرجع السابق، ص ص 297-298.

تصنيف المواقع حسب الجانب الفني في التصميم:

#### - المواقع الإلكترونية الساكنة:

هي مواقع عادية تحتوي على صور ونصوص وغيرها من وسائل العرض النصية والصور الثابتة والمتحركة طبقا لمحتوى الصفحات، وهذه المواقع لا تحتوي على إمكانية تغيير البيانات ديناميكيا. ويناسب هذا النوع من المواقع الشركات والمكاتب التي تحتاج إلى موقع إلكتروني.<sup>(1)</sup>

#### - المواقع الديناميكية:

ويعتبر هذا النوع من المواقع الأكثر تطورا من المواقع الساكنة، حيث يسمح بتغيير أو إضافة أو حذف أي معلومات أو صور من صفحاته وجداوله بسهولة تامة من قبل صاحب الموقع، ويتم إخفاء وإظهار المعلومات والصور والبيانات الموجودة بصفحات المواقع من خلال قواعد بيانات كبيرة تسمح بالإضافة والتحديث المستمر.

#### - مواقع التجارة الإلكترونية:

وهي الأكثر أهمية من الناحية التجارية، وتعد بمثابة متاجر وشركات تعمل على بيع منتجاتها وخدماتها من خلال الويب، وتقوم فكرة إنشاء هذه المواقع من الناحية الديناميكية على إنشاء موقع عملي ديناميكي يحتوي على مجلة إلكترونية أو صفحات تشرح المنتجات والخدمات التي تقدمها الجهة صاحبة الموقع، كما أنها تسمح للمتصفح باختيار ما يرغب في شرائه ودفع ثمنها باستخدام بطاقة الائتمان.<sup>(2)</sup>

#### 4 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز بالعديد من الخصائص تتمثل فيما يلي:

<sup>(1)</sup> مفيدة بجياوي، فائزة جيحج، دور الموقع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة آفاق العلمية، العدد 09، 2014، ص ص 180-181.

<sup>(2)</sup> مفيدة بجياوي، فائزة جيحج، المرجع نفسه، ص ص 181-182.



- العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحواجز الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الآخر في الغرب ببساطة وسهولة.
  - التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه يستقبل ويقرأ فهو مرسل وكاتب ومشارك فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم - التلفاز والصحف الورقية- وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة بين المشاهد والقارئ.
  - التنوع وتعدد الاستعمالات: تستخدم في ميادين شتى فالطالب للتعلم والباحث للبحث والكاتب للتواصل مع القراء ... إلخ.
  - سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعي تستخدم بالإضافة إلى الحروف وبساطة اللغة، الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.
  - التوفير والاقتصادية: اقتصادية في الجهد والوقت والمال وفي ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون الأخرى.<sup>(1)</sup>
- السمات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي:**
- هناك العديد من السمات التي تنسب إلى هذه المواقع منها ما يلي:
- هذه المواقع تؤمن وتمكن قواعد ومنصات تفاعلية على شبكة الأنترنت عالميا من خلال مشاركة المستخدمين في التعليق على المحتوى وتأمين وسيلة للتواصل مع المستخدمين الآخرين.
  - تمتلك خصائص عدة تشتمل على مجموعة واسعة من المحتوى بما في ذلك النص، الفيديو، الصور والصوت. وتعمل على الاستفادة من الخيارات.
  - تمتاز بسرعة تبادل المعلومات معززة باتساع نطاق النشر.<sup>(2)</sup>

(1) صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي (أسس، مفاهيم وقيم)، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015، ص ص 147-148.

(2) عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام والمعلومات والأنترنت، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2013، ص ص 339-340.

- يمكن أن تتم الاتصالات عبر هذه المواقع وشبكات التواجد الاجتماعية في الوقت الحقيقي، أو بشكل غير متزامن مع مرور الوقت.
- إمكانية التواصل عبر أجهزة مختلفة كالحاسوب، والأيفون، اللاب توب فضلا عن الاتصال عبر الهواتف الذكية.
- تسمح للمستخدمين العثور على أشخاص لهم مصالح مشتركة وتجمع بين الأصدقاء وتسمح لهم أن يكونوا زبائن وعملاء.
- هذه المواقع بالنسبة للشركات هي وسيلة للاستفادة مما يقوله الناس عن منتجاتهم أي حول العلامة التجارية، حيث تكون مفتوحة للأفكار والمقترحات الجديدة ومن ثم استخدام هذه المواقع في اتخاذ القرارات التجارية.<sup>(1)</sup>

#### 5- إحصاءات مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي:

لقد تزايد عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل مذهل خاصة في الوطن العربي وبنسب عالية في سنة 2017 وهي موضحة كالتالي:

الجدول رقم 01: نسب وعدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لسنة 2017.<sup>(2)</sup>

النسبة %	عدد المستخدمين	البلد
37 %	أكثر من 33 مليون مستخدم	مصر
58 %	أكثر من 18 مليون مستخدم	السعودية
43 %	أكثر من 16 مليون مستخدم	الجزائر

<sup>(1)</sup> عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام والمعلومات والأنترنيت، مرجع سابق، ص 340

<sup>(2)</sup> سوشيال ميديا، احصائيات الفيسبوك في البلدان العربية 2017، على الخط المباشر، تمت الزيارة يوم 20 فيفري 2018، متاح على الرابط

الالكتروني: <http://wedoo.tech>

العراق	أكثر من 13 مليون مستخدم	40 %
المغرب	أكثر من 12 مليون مستخدم	38 %
تونس	أكثر من 5 مليون مستخدم	55 %
ليبيا	أكثر من 2 مليون مستخدم	49 %
قطر	أكثر من 2 مليون مستخدم	95 %
فلسطين	أقل من مليون مستخدم	34 %
اليمن	أكثر من 2 مليون مستخدم	08 %
جزر القمر	أقل من مليون مستخدم	09 %

الجدول رقم 02: مقدار الزيادة في عدد المستخدمين في الدول العربية لسنة 2017.<sup>(1)</sup>

البلد	مقدار الزيادة
مصر	14 مليون مستخدم
الجزائر	9.3 مليون مستخدم
السعودية	5.7 مليون مستخدم
المغرب	5.3 مليون مستخدم
تونس	1.4 مليون مستخدم
ليبيا	1.1 مليون مستخدم

<sup>(1)</sup> سوشيال ميديا، المرجع السابق.

928 ألف مستخدم	قطر
314 ألف مستخدم	فلسطين
421 ألف مستخدم	اليمن
32 ألف مستخدم	جزر القمر

## 6 شبكات التواصل الاجتماعي من منظور النظريات والنماذج الإعلامية:

من بين النماذج النظرية التي يتم الاستناد إليها في وضع المؤشرات النظرية لتقييم أداء مواقع التواصل الاجتماعي ما يلي:

### 1- منظور التفاعلية الرمزية Symbolic Interaction Perspective

وهو يهتم بالديناميات النفسية الاجتماعية لتفاعل الأفراد في جماعات صغيرة ويركز على المفاهيم Definition والمعاني Meaning والتي وجدت وتم المحافظة عليها من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد. ويرى أن هويتنا Our Identity أو إحساسنا بالذات ويشكل أيضا الذات Self-Concept من خلال كيفية تفاعل الآخرين وعنونتهم لنا. وهو يعد من بين الإطارات النظرية المناسبة لدراسات الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي، فالأفراد يتفاعلون من خلال الشبكات الاجتماعية من خلال استخدام النص، الصوت والفيديو أو الشخصيات الرقمية. وهذه الوسائل تمثل معاني ورموز لهم، فالمستخدمون يتصرفون في المجتمع الافتراضي من خلال ما تعنيه الأشياء لهم، ويتشكل لديهم ذوات إلكترونية من خلال التفاعل مع الآخرين.

### 2- نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory

والتي تستخدم لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي. وهي ترى أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة،<sup>(1)</sup> وتركز النظرية

(1) إسماعيل محمود علي، الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية، الكويت: دار الوفاء القانونية، 2015، ص ص 14.

بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقا لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثا.<sup>(1)</sup>

وتفترض النظرية أن وسائل الإعلام لديها القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور وتقديم تفسيرات متنوعة وتسهيل عملية الفهم على الجمهور المستقبل للرسالة، فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض، وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة.

### 3- نظرية الشأن العام Public Sphere:

والتي وضعها Habermas عام 1989 حيث يرى أن الشأن العام هو شبكة اتصالية من الشبكات القائمة في المجتمعات المدنية ترتبط ارتباطا عميقا بالحياة العامة أو الخبرات اليومية للأفراد، ويتحقق مفهوم الشأن العام عندما يتوجه الأفراد نحو ممارسة حقهم في المجتمع والاتصال والاشتراك في مناقشة قضاياهم العامة. وتفترض هذه النظرية أربع سمات رئيسية تميز الاتصال وهي: القدرة على الوصول إلى دائرة الاتصال، والحرية التي يتمتع بها الأفراد في الاتصال داخل هذه الدائرة، وبنية المناقشة، وطرح خطاب مبرر بأدلة إقناعية محددة، ويمكن توظيف هذه النظرية في دراسة أشكال التواصل عبر الشبكات الاجتماعية نظرا للسمات التفاعلية التي تتسم بها والتي يمكن أن تقود إلى مزيد من ديمقراطية المجتمع من خلال إمكانية الوصول غير المحدد للمعلومات والمشاركة المتساوية في المناقشات من خلال الديمقراطية الإلكترونية، ومعرفة إلى أي مدى يدعم الاتصال التفاعلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي فكرة ساحات النقاشات وتبادل الرأي والمعلومات حول مجمل القضايا السياسية.<sup>(2)</sup>

(1) المرجع السابق، ص 15

(2) المرجع نفسه، ص ص 16-17.

## 4 نظرية المشاركة الديمقراطية:

حيث تعطي هذه النظرية أهمية قصوى لبدائل إعلامية جديدة بعيدة عن الوجه التجاري والاحتكاري، وتؤكد دور المستقبل الإعلامي في صناعة مادة الاتصال، وتؤسس حقوقه في الرد وإبداء الرأي وصناعة الموضوعات ومعبرة عن معنى التحرر من الأنظمة المسيطرة، وتفترض عدة فروض تتلاءم مع الأدوار والوظائف التي تحققها وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية وهي: حق المواطن في النفاذ والوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها طبقا للاحتياجات التي يحددها، وأن سبب وجود وسائل الإعلام في الأساس هو خدمة جمهورها وأن تنظيم هذه الوسائل ومحتواها لا يجب أن يكون خاضعا للسيطرة المركزية القوية، وهذه الوسائل تتسم بالتفاعل والمشاركة بتعاظم دورها في المجتمع الديمقراطي وينسب مضمونها في اتجاه واحد.<sup>(1)</sup>

## 5 نظرية الاستخدامات والإشباع:

النمو الهائل والاستخدام المكثف لهذه المواقع جعل الباحثين في مجال الاستخدامات والإشباعات يزيدون اهتمامهم والتحول من كيف يستخدم الأفراد الأنترنت وشبكاتهما إلى دراسة الأسباب والدوافع لاستخدام هذا الوسط وقد أكد Rosengren et Windahl أن نموذج الاستخدامات والإشباعات يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال على أهدافه بشكل مباشر فضلا عن أنه يختار بين البدائل الوظيفية وما يستخدمه لكي يشبع حاجاته. ولتحديد استخدامات هذه المواقع هناك العديد من الدراسات السابقة تحققت من الافتراض بوجود ارتباط بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة. والأفراد يستخدمون المواقع لإشباع الحاجات الشخصية كالسيطرة، الهروب، السعادة أو الحاجات التي يمكن إشباعها تقليديا من الوسيلة كالتفاعل الاجتماعي، تضيئة الوقت.<sup>(2)</sup>

ويعد مدخل الاستخدامات والإشباعات مدخلا اتصاليا سيكولوجيا، افتراض وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية تدفعه إلى استخدام هذه المواقع والانترنت أيضا كوسيلة تتنافس

(1) إسماعيل محمود علي، المرجع السابق، ص 18.

(2) علي كنعان، المجتمع المدني والإعلام، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015، ص 163.

مع غيرها لإشباع حاجاته وتطبيقا على ذلك فإن فئات جمهور مستخدمي هذه المواقع أكثر مشاركة ونشاطا في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي.

وتطبيقا لمدخل الاستخدامات والإشباعات تتضح الدوافع التالية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة وشبكة الانترنت بصفة عامة:

– كبديل عن الاتصال الشخصي.

– الإدراك الذاتي عن الجماعات المختلفة من الناس.

– تعلم السلوكيات المناسبة.

– كبديل أقل تكلفة عن الوسائل الأخرى.

– المساندة المتبادلة مع الآخرين.

– التعلم الذاتي.

– التسلية والأمان والصحة.<sup>(1)</sup>

## 7 إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

### 7-1- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

لاشك أن هذه المواقع الاجتماعية لديها إيجابيات يمكن استثمارها في مجالات متعددة تتمثل في:

1 - إمكانية التعرف على أشخاص يقدمون المساعدة في الحياة العامة، مثال هذا أن يلتقي شخص

يبحث عن عمل كلقاء مبرمج مثلا بأحد المدراء في شركات البرمجة.

2 - إمكانية استخدام هذه المواقع وبشكل قانوني كمرکز للإعلان التجاري من خلال استخدام

خاصية الصفحات المتوفرة في معظم الشبكات.

3 - اكتساب المعارف المتنوعة والجديدة لأن كافة المواقع تتيح فرصة نشر المقالات والمعلومات.<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup> علي كنعان، المرجع السابق، ص 164.

<sup>(2)</sup> سلمان بكر بن كران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، عمان: دار الراجحة للنشر والتوزيع، 2015، ص

4- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منبرا جديدا للتعبير عن الذات وإبداء الآراء والأفكار حول مختلف القضايا وبحرية مطلقة.

5- تقلل من صراع الحضارات من خلال تعزيز التواصل عبر هذه المواقع وإيضاح هموم العالم العربي لدى الغرب بعيدا عن تزييف الإعلام.

6- تتقدم فرصة ممتازة لإعادة الصداقات القديمة كأصدقاء الدراسة والعمل.

7- تتيح هذه المواقع فرصة تعزيز الذات والتعبير عن الأفكار والمشاعر بكل حرية ودون قيود.<sup>(1)</sup>

## 7-2- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

### -إضاعة الوقت:

بمجرد دخول المستخدم للموقع يبدأ بالتنقل من صفحة إلى أخرى، ومن ملف إلى ملف آخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على الصور دون أي فائدة له أو لغيره.

### -الإدمان وضعف مهارة التواصل:

هي من أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب منهم، ففضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح الموقع يؤدي إلى عزلهم عن الواقع وتفاعلهم وتواصلهم مع أفراد المجتمع بشكل مباشر مما يؤدي إلى عزلهم والتقليل من مهاراتهم التواصلية.

### -الإدمان والخلل في العلاقات الاجتماعية الحقيقية:

ظاهرة الإدمان على مواقع التواصل التي أصبحت منتشرة بشكل يكاد يكون مرضي<sup>ًا</sup> تؤدي تدريجيا إلى خلل العواطف وتوجيه المشاعر في غير وجهتها الطبيعية مما يؤدي بالأسر إلى علاقات منحرفة.<sup>(2)</sup>

### -قلة استخدام مواقع التواصل الاجتماعية للأغراض العلمية والمفيدة:

(1) خالد غسان، ثورة الشبكات الاجتماعية، بيروت: دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013، ص 69.

(2) علي حوش، محمد بوزريّة، استخدامات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعي والإشاعات المحققة، مذكرة ماستر: قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل، 2016-2017، ص 45.



للأسف إن استخدام هذه المواقع للتعليم والبحث والعمل والتجارة الإلكترونية في الوطن العربي أقل من المجتمعات الغربية، فالغرض من الاشتراك في هذه المواقع لدى الدول العربية هو التواصل مع الأهل والأصدقاء والترفيه فقط. بغض النظر عن فوائدها الجمة في التواصل عبر كافة الأصعدة والمجالات.

### - ضياع الهوية الثقافية والعربية واستبدالها بالهوية العالمية:

فالعملة الثقافية هي من أبرز الآثار السلبية للمواقع، حيث ينظر الكثير إلى ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي مستمدة أصلاً من منشئها وهي الدول الغربية الطاغية حالياً في العالم، وفقاً لمبدأ طغيان ثقافة الأمة السائدة. وهذا ساهم بشكل كبير في الضياع التدريجي للهوية الثقافية العربية، وهذا واضح إذا نظرنا إلى لغة التواصل المستخدمة بين المشتركين في هذه المواقع. وهذا كله يهدد مستقبل الثقافة العربية.

### - انعدام الخصوصية:

تواجه أغلبية المواقع مشكلة انعدام الخصوصية مما تسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على البعض من المستخدمين، وأحياناً تكون مادية، إضافة إلى ما تبثه من هموم ومشاكل تخدم بكل سهولة كل شخص يستغلها بغرض التشهير.

### - صداقات مبالغ فيها أو طاغية أحياناً:

فجميع الأشخاص الذين تتعرف عليهم عبر مواقع التواصل سواء كانوا من العائلة أو لا وهو لقب غير دقيق لأن الصداقة تتشكل عبر الزمن وليس فوراً. ففيها نوع من النفاق، كذلك فإن وجود الملايين من الأشخاص يأخذ منك وقتاً للرد على رسائلهم.<sup>(1)</sup>

(1) خالد غسان، المرجع السابق، ص ص 71-74.

## 8 انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي:

إن التطور السريع لشبكات التواصل الاجتماعي جعلها تتخطى ما هو تكنولوجي إلى ما هو إنساني، اجتماعي، اقتصادي ... وأصبح العالم الافتراضي يؤثر على كل ما هو واقعي وتغلغل استعماله في مجالات عدة وهي:

## ● المجال التعليمي:

مع بداية الألفية الثانية بدأت الأمم تنشُد التطور والتقدم من خلال مراجعة إستراتيجيتها وتقييم الأداء وتحليل نقاط القوة والضعف لتعزيز الإيجابيات والسلبيات وهذا ما يفسر اهتمام تلك الدول بأنظمتها التربوية التعليمية بشكل كامل ومستمر وقد أدى ذلك إلى الاتجاه نحو التعليم الإلكتروني الذي واجه هذا الأخير في الآونة الأخيرة نقدا بسبب الإنعزالية في هذا الأسلوب والبعد عن الاجتماعية إلى أن جاء اختراع الجيل الثاني (Web2.0) الذي غير مفاهيم التعليم الإلكتروني حيث سجلت رابطة هيئات المدارس القومية الأمريكية NSBA في تقرير لها أن 60% من طلاب المدارس يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في مواضيع تعليمية وبالتحديد 50% منهم يتحدثون عن الواجبات المدرسية ونفس الأمر في تبادل الأفكار بين الطالب والأستاذ.

## ● المجال السياسي:

مع غياب الرقابة والسيطرة وإتاحة حرية التعبير أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مقصد الكثيرين للتعبير عن آرائهم السياسية التي لا يستطيعون الجهر بها. ففي دراسة أجرتها مؤسسة "ديلويت" أظهرت أن 88% من محادثات شبكات التواصل باللغة العربية في الربع الأول من 2011 اشتملت على مصطلحات سياسية، في نفس السنة أيضا كانت هذه المواقع مكانا لحشد الجماهير ومنطلقا لثورات الربيع العربي، وقد كان في مقدمة هذه المواقع Facebook<sup>(1)</sup> وفي مجال التسويق

(1) حسين محمود هتمي، العلاقات العامة ومواقع التواصل الاجتماعي، عمان: دار نبلاء ناشرون وموزعون، 2015، ص ص 95-98.

السياسي كان التويتر والفيسبوك أداة حيوية فعالة في الانتخابات السياسية وظهر ذلك جليا في الرئاسيات الأمريكية لعام 2008.<sup>1</sup>

### • المجال الاجتماعي:

باتت مواقع التواصل الاجتماعي تضطلع بدور مهم في إعداد الأفراد وتنشئتهم لما تتيحه من تفاعل مع الآخرين عبر الأنشطة المختلفة للجماعات عبر هذا العالم الافتراضي. وتمكين الفرد من التأثير والتأثر واكتساب الخبرات وتنمية المسؤولية الذاتية، ففي دراسة أجرتها جامعة تكساس الأمريكية (2009) توصلت إلى أن الناس يستخدمون هذه الشبكات لاسيما الفيسبوك بهدف التعبير عن حقيقة شخصياتهم إذ أنها تشبع حاجيات الأفراد لتعريف الآخرين بأنفسهم، وتأتي هذه الحاجة بالمرتبة الثالثة في سلم الأولويات في هرم ماسلو، كما أظهرت دراسة قام بها باحثون من جامعة جورجيا "دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة الثقة بالنفس واحترام الذات"، أما دراسة "بيزكز" أظهرت 2011 أن شبكات التواصل الاجتماعي يمكن عن طريق تفاعلها وخصائصها التشاركية أن تفتح ما يسمى بالمساحات من أجل التغيير، إضافة إلى أن هذه المواقع تقدم خدمات لمشركيها.<sup>(2)</sup>

### • المجال التجاري:

لقد استفادت الشركات التجارية من مواقع التواصل الاجتماعي عبر إدماجها في إستراتيجيتها التسويقية وأصبحت تلك الأدوات عنصرا أساسيا لاستهداف جمهور الشركة، فقد أظهرت دراسة أجرتها شركة ميدياستو (2008) أن 69% من الشركات التجارية في منطقة الخليج العربي تستخدم إستراتيجيات تسويقية تتضمن هذه المواقع، وأكد رؤساء هذه الشركات على أن هذه الشبكات من أهم أدوات التواصل بين الشركة والعملاء والتي كان لها دورا أيضا في كسب عملاء جدد، إذ أكدت نفس الشركة أن 50% من الشركات في منطقة الخليج كسبت عملاء جدد عن طريق نشاطاتها الاتصالية عبر تلك الشبكات.

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص95.

<sup>(2)</sup> المرجع السابق، ص101.

## 9- الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي:

المتابع المتصفح والمستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي يجد أنها تشترك وتتمايز في خصائص والتي تفرضها طبيعة هذه الشبكات وأبرز تلك الخصائص:

### ● الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية (Profile Page):

من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: نوع الجنس، تاريخ الميلاد، الاهتمامات، وغيرها من المعلومات المتاحة، ويعد الملف الشخصي بوابة لدخول لعالم الشخص. فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف يمكنك نشاط الشخص مؤخرا ومن هم أصدقاؤه والصور التي رفعها وغيرها من النشاطات.

### ● الأصدقاء / العلاقات (Freinds Connections):

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، ويطلق مسمى "صديق" على الشخص المضاف للقائمة، بينما بعض المواقع تطلق مسمى اتصال أو علاقة على هذا الشخص المضاف لقائمتك.

### ● إرسال الرسائل:

وتتيح هذه الخاصية إرسال مباشر للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.

### ● ألبومات الصور:

حيث تتيح هذه المواقع لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة مشاركتها والتعليق عليها.<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> ماهر عودة الشمايلة وآخرون و، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015، ص ص211.212.

## ● المجموعات:

تتيح الكثير من المواقع خاصية إنشاء مجموعة اهتمام انطلاقاً من أهداف محددة ومصالح مشتركة واهتمامات ذاتها، حيث تكون مساحتها أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر.

## ● الصفحات:

استخدمت هذه الطريقة في الفيسبوك وقد كانت تجارية بطريقة فعالة حيث تعمل حالياً على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة محددة من المستخدمين، حيث تقوم فكرة إنشاء الصفحات على وضع كل المعلومات الخاصة بالمنتج أو الشخصية أو الحدث، وبعد ذلك يتصفح المستخدمون تلك الصفحات انطلاقاً من تقسيمات محددة.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 212.

I - ماهية اللغة

1 - مكونات اللغة

2 - أشكال اللغة

3 - أهمية اللغة

4 - وظائف اللغة

5 - اللغة العربية والفرانكوآراب

**1 مكونات اللغة:**

الهدف الأساسي للغة هو التواصل مع الآخرين فهي أساس العمل والحياة لذلك فهي مصدر لتحقيق الإنسانية، وتتطلب عملية التواصل قدرة الفرد علي استيعاب ما يقوله الآخر والقدرة علي إيصال الأفكار بلغة مفهومة ومعبرة. لذلك لابد من التعرف علي مكوناته.

**1 -المحتوى:**

يقصد بالمحتوى الأفكار والعواطف والأحاسيس وكل ما يدور في ذهن الفرد ويرغب بإيصاله إلي الآخرين.

**2 -الشكل:**

يحتاج المحتوى إلي مجموعة من الرموز والكلمات ذات الدلالة المعبرة التي تسير عليها وفق ضوابط وقواعد بين المتخاطبين حتى تصبح مفهومة وتؤدي الغرض المراد بها ويتضمن شكل اللغة علم الأصوات بشقية علم النحو وعلم الصرف.

**3 -الاستعمال:**

يقصد به الطريقة التي تستخدم بها اللغة عند الحديث عن أفكارنا وعواطفنا والتي يمكن إبرازها ضمن إطار الهدف من استعمال اللغة بمعنى لماذا أنا أتكلم الآن، ويختلف الهدف باختلاف الغرض من الكلام وأهم أهداف استعمال اللغة ما يلي: <sup>(1)</sup>

- \* اللعب مثل مازحة الأطفال ومناغاتهم.
- \* التعليق علي الأعمال والتصرفات والأفعال الصادرة.
- \* طلب الحاجة والمساعدة والمعرفة وتقديم الخدمة.
- \* طرح الاستفسارات

<sup>(1)</sup> إيمان عباس الحفناق، التنمية اللغوية للأسرة والمعلم والباحث، عمان: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2002، ص ص 21-23.

\* تنظيم السلوك مثل توجيه مرتكب الأخطاء.

## 2 - أشكال اللغة:

يشير كتاب التخطيط واللغة لمؤلفة كارول 1983 إلى ن أي لغة من اللغات لها أشكال منها المقروء والمكتوب، ولكن يتفرع عن ذلك أشكال عديدة ويكون حسب الموضوع الذي تختص به، وهناك اللغة الاجتماعية social language واللغة السياسية politicallanguage واللغة الاقتصادية economicallanguage وهناك اللغة المحلية local واللغة العالمية national language حيث أن لطبيعة المجال أهمية في تحديد الشكل الشفهي والمقروء للغة.

- وكثير من الدراسات أمثال دراسة لامبرت عام 1967 تشير إلى أن هناك ارتباط بين الشكل اللفظي التعبيري للغة والناحية السيكولوجية الانفعالية التي يعاني منها الفرد.

- ويمكن القول بأن اللغة تتأثر بمجموعة الظروف التي تحيط بالفرد، لدى يمكن تقسيم أشكال اللغة حسب النقطتين التاليتين.

النقطة الأولى: أشكالها من ناحية المهارات.

النقطة الثانية: أشكالها من ناحية الموضوعات.

\* الشكل الأول: يتضمن المهارات اللغوية ممثلاً بمهارات التحدث التي تتطور من الحرف إلى الكلمة وشبه الجملة والجملة المفيدة، ومهارة القراءة التي تبدأ بلفظ الحروف والمقاطع والكلمات والجملة والموضوع المتكامل، والاستيعاب والفهم. وهذه المهارة خاصة تعد شكلاً مهماً من أشكال اللغة.

\* الشكل الثاني: يتضمن علاقة اللغة بالموضوع المطروح ممثلاً بعدة أنواع من الموضوعات التي تتعلق في تواصل اللغة واعتبارها ذات أهمية في عملية التفاهم.<sup>(1)</sup>

وهناك بعض الدراسات التي صنفت اللغة حسب وسائل الاتصال:

<sup>(1)</sup> نبيل عبد الهادي وآخرون، مهارات في اللغة والتفكير، ط2، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2005، ص ص 21، 22.



**1 وسائل الاتصال بواسطة الأصوات:** وتتم عن طريق التخاطب والمحادثة إما عن قرب أو عن بعد، ويشترط ذلك وجود مرسل ومستقبل، كما يمكن التخاطب عن بعد بواسطة الرسائل قديماً، أما اليوم أصبحت لدينا اتصالات متقدمة كالهاتف والهاتف الخليوي والفاكس والنت، وما إلى ذلك بحيث يساعد ذلك علي التحدث عن بعد.<sup>(1)</sup>

**2 وسائل الاتصال غير اللغوي:** أشارت دراسات عدة بالذات دراسة ثناء يوسف 2001 أن هناك عدة أشكال للتحدث والتخاطب وتكمن في:

**أ - لغة الجسد:** لم تكن لغة الجسد من الأمور الهامة كثيراً كما هو الحال الآن، ولو أن البشرية عرفت أفلاماً غير ناطقة ولكنهم يتفاعلون معها ويتأثرون بها، مثل أفلام شارلي شابلين والمعتمدة علي الحركة الجسدية، ويقول "ألنيز" أن طوال السنوات السابقة لم تدرس ظاهرة الاتصال غير الشفوي عملياً علي أي مقياس إلا منذ الستينيات والجمهور لم يعنى بوجودها إلا عندما نشر "دجوليوس" فاست كتابة عن لغة الجسد 1970. والأعمال الأكثر تأثير في هذا الموضوع قبل القرن العشرين كتاب تشارلز داروين "التعبير عن العواطف لدي الإنسان والحيوانات" المنشور سنة 1872 فلغة الجسد تكون عبارة عن لغة تؤدي في المحصلة النهائية إلي فهم الموقف التواصلي.

**ب - لغة العيون:**

حيث أكدت بعض الثقافات أن لنظرات العيون أبعاداً مختلفة، وقد تعبر عن الحيرة أو الملل، أو الاهتمام، أو العدوانية، أو الانجذاب، أو الفهم أو سوء الفهم، وهذا راجع لطبيعة الثقافة الشخصية.

**ج- التخاطب عن بعد:**

يطلق عليها telepotay ويعني بها نوادر الفكر ولا تزال الدراسات في هذا المجال ضيقة لأنها لا تخضع للتجريب.<sup>(2)</sup>

(1) نبيل عبد الهادي وآخرون، المرجع السابق، ص 22.

(2) محمد جهاد جمل، دلال هلال، الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2008، ص 122.

## د- الوسائل الصناعية:

تعد الملابس وسائر الزينة جانب من وسائل الاتصال غير اللفظي وهي تدل علي نظرة الفرد لنفسه، وعلى طبقته الاجتماعية وعلي شخصيته بشكل عام، وهذا يعد من أشكال اللغة.<sup>(1)</sup>

## 3 - أهمية اللغة:

يرتبط وجود اللغة بالوجود الإنساني، إذ كرم الله آدم عليه السلام بتعليمه اللغة، قال تعالى: ﴿وعلم آدم الأسماء كلها ثم عرضهم على الملائكة فقال أنبؤوني بأسماء هؤلاء إن كنتم صادقين﴾<sup>(2)</sup>. وبذلك أصبحت اللغة الوعاء الذي تنتقل من خلاله فلسفة الأمم وحضارتها، ومن خلال اللغة أيضا تمكن الإنسان من الإطلاع على كنوز التراث الإنساني المعرفي.

وقد أنعم الله سبحانه وتعالى على العرب بأن أنزل خاتم الكتب بلغتهم، فجعلها بذلك لغة الإسلام، وأصبحت تبعا لذلك لغة المسلمين كافة. إن نزول القرآن الكريم باللغة العربية جعل تعلمها والاهتمام بها مرتبطا بتعلم الدين وعلومه. كما كان لنزول القرآن الكريم باللغة العربية سببا جعلها لغة قوية ومتماسكة لأكثر من 15 قرنا، بل إن تعلم القرآن وعلومه كان سببا في حفظ اللغة ذاتها والسنة المطهرة والشعر الجاهلي، وقد أكد علماء الإسلام علي مر العصور أهمية تعلم اللغة العربية والمحافظة عليها من ذلك ما ذكره ابن تيمية بقوله: "إن اللسان العربي شعار الإسلام وأهله وتعلم اللغات من أعظم شعائر الأمم التي بها يتميزون".

وكما تتميز اللغة العربية بكونها وعاء القرآن الكريم، فقد تميزت علي سائر اللغات بثرائها وكثرة جذورها اللغوية مقارنة باللغات العالمية الحية. وهو ما أكده ابن خلدون من خلال اعتقاده الملكة العربية هي أفضل الملكات اللغوية وذلك بقوله: "أعلم أن اللغة في المتعارف هي عبارة المتكلم عن المقصود وتلك العبارة فعل لساني فلا بد أن تصير ملكة متقررة في العضو الفاعل لها، وهو اللسان"<sup>(3)</sup>

(1) نبيل عبد الهادي، المرجع السابق، ص ص 23، 24.

(2) قرآن كريم، سورة البقرة، الآية 31.

(3) ماجد رجب العبد سكر، التواصل الاجتماعي أنواعه، ضوابطه، آثاره ومعوقاته، رسالة ماجستير في تفسير علوم القرآن: فلسطين، الجامعة الإسلامية، 2011، ص 240.

وهي في كل أمة حسب اصطلاحاتهم. وكانت الملكة الخاصة للعرب من ذلك أحسن الملكات وأفصحها إبانة عن المقاصد، لدلالة الكلمات فيها عن كثير من المعاني... ولا يوجد ذلك إلا في لغة العرب".

وهناك من يري أن اللغة "عبة مجتمعية" ورائها صراع القوى الاجتماعية المختلفة أي أن كل نظام اجتماعي له مفرداته ومصطلحاته، وكل نسق ومؤسسة اجتماعية أو واقعة اجتماعية لا بد أن تفرز من خلال نظرتها الفكرية مفرداتها وألفاظها وتراكيبها اللغوية وعاءا لمفاهيمها وتصوراتها ومرموزاتها المتنوعة.<sup>(1)</sup>

"وتمثل اللغة نظام من علامات وصيغ وقواعد ينتقل من جيل إلي جيل وليس له تحقيق فعلي لأن الناس لا يتكلمون القواعد إنما يتكلمون وفقا لها، وأقرب شيء إليها إنما تشبه السنفونية علي حين يشبه الكلام العزف علي الآلات".<sup>(2)</sup>

**4 وظائف اللغة:** قدم لنا haliday حصرا لأهم وظائف اللغة وهي:

### 1 - الوظيفة النفعية **instrumentale function**:

فاللغة تسمح للأفراد مند طفولتهم المبكرة أن يشبعوا حاجاتهم ويعبروا عن رغباتهم، وما يريدون الحصول عليه من البيئة المحيطة وهذه الوظيفة هي التي يطلق عليها "أنا أريد".

### 2 - الوظيفة التنظيمية: **regulatory function**:

أي تحكم الفرد من خلال اللغة في سلوك الآخرين (افعل كذا لا تفعل كذا ) أي الأوامر والنواهي. فاللغة لها وظيفة الفعل أو التوجيه العملي المباشر، ففي عقد القران مثلا: يتم الزواج بمجرد النطق بألفاظ معينة، وكذلك في المحكمة حينما يقول القاضي: "حكمت لك" فإن هذه الكلمات تتحول إلي فعل.

<sup>(1)</sup> علي محمد رحومة، الأنترنت والمنظومة التكنواجتماعية، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2001، ص 344.

<sup>(2)</sup> عماد فاروق محمد صالح، الاتصال الإنساني في الخدمة الاجتماعية، الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2010، ص 46.

**3 - الوظيفة التفاعلية:** تستخدم اللغة للتفاعل مع الآخرين في العالم الاجتماعي (وهي وظيفة أنا وأنت). وتبرز أهمية هذه الوظيفة باعتبار أن الإنسان كائن اجتماعي لا يستطيع الفرار من أمر جماعته، كما نستخدما في إظهار الاحترام للآخرين.

**4 - الوظيفة الشخصية:** فمن خلال اللغة يستطيع الفرد أن يعبر عن مشاعره واتجاهاته وآراءه نحو موضوعات وأشخاص كثيرون أي يقدم أفكاره للآخرين ويثبت هويته وكيانه الشخصي.

### **5 - الوظيفة الاستكشافية: leuristicfunction**

فالفرد بعد أن يميز ذاته عن البيئة يستخدم اللغة لاستكشاف وفهم هذه البيئة، وهي التي يمكن أن نطلق عليها الوظيفة الاستفهامية، بمعنى أنه ميال عن الجوانب التي يعرفها في البيئة حتى يشكل النقص في معلوماته عن هذه البيئة.<sup>(1)</sup>

### **6 - الوظيفة التخيلية: imaginative function:**

حيث نجد أن الإنسان من خلال اللغة يمكنه أن يهرب من الواقع إلى عالم آخر، مثل الشعر...، أو استخدامه للغناء للترويح عن نفسه، أو للتغلب على صعوبات معينة (مثل الغناء أثناء العمل... إلخ).

### **7 - الوظيفة الإخبارية: informative function**

فينقل الفرد من خلال اللغة معلومات جديدة إلى الآخرين في أي زمان ومكان من خلال وسائل الاتصال.

### **8 الوظيفة الرمزية: sybolicfunction**

فاللغة من خلال الألفاظ تمثل رموزا تشير في الموجودات في العالم الخارجي (فكلمة شجرة هي رمز أو لفظ لشيء موجود في الخارج).<sup>(2)</sup>

وهناك من وضع تصنيفا آخر لوظائف اللغة تمثلت في:

(1) أنسي محمد أحمد قاسم، اللغة والتواصل لدى الطفل، مصر العربية: مركز الاسكندرية للكتاب، 2002، ص 23.

(2) المرجع نفسه، 25.

**1 وظيفة التواصل:**

يتيح التواصل المجال للتعرف علي آراء الآخرين وأفكارهم وتبادل المعلومات بين الأفراد ومعرفة كل ما هو جديد ونقل الحضارات والتقاليد وترقيه المجتمعات وتحقيق النظام والتكيف مع المجتمع.

**2- وظيفة التعبير:**

حيث يتم التعبير باللغة عن المشاعر والأحاسيس والعواطف والانفعالات ولولا اللغة لظلت تلك المشاعر رهينة بصاحبها لا يستطيع إبرازها.

**3- وظيفة التفكير:**

تشير الكاتبة إلى أننا نفكر باللغة وهي أداة التفكير، وأن التفكير ما هو إلا كلام فعندما نفكر نتعلم فعلا على الرغم من أن الكلام لا يكون مسموعا.<sup>(1)</sup>

**5 اللغة العربية والفرانكوآراب:**

طرأت في السنوات العشر الأخيرة تغييرات كبيرة وسريعة علي جيل الشباب تنذر بحدوث فجوة واسعة بينهم وبين الآباء والأمهات وبينهم وبين دينهم وتراثهم وثقافتهم، وقد شملت تلك التغييرات القيم والعادات والتقاليد، وصولا إلى اللغة المستخدمة في الحوارات التي تدور بينهم والتي أطلق عليها عدد من الأسماء منها: (العريزية، الفرانكوآراب، الانجلوعري) ومن ثمة تطورت تلك اللغة لتشمل تواصلهم الكتابي من خلال وسائل الاتصال الحديثة، حيث نمت تلك اللغة وانتشرت خلال تلك الوسائل بصورة سريعة جدا، ويرى "هديب" أن هذا الأمر في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر تعقيدا وتركيبا، إذ أن السلوك اللغوي يمارس في تلك المواقع من قبل فرد بمفرده اتجاه فرد آخر بمفرده أيضا في سياق تفاعلي يربط شخصين أو جماعة صغيرة ببعضهم البعض.<sup>(2)</sup> كما تتميز رسائل التواصل

(1) هالة السعيد، اضطرابات التواصل اللغوي التشخيص والعلاج، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 2014، ص 96.

(2) عبير الشفيق الرجائي، الاستعمال الإلكتروني، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص 170.

الاجتماعي بأنها مساحات حرة مفتوحة، من الممكن لأفراد من أمم مختلفة أن يجتمعوا فيها علي فكرة يعيشونها، دون رقابة سواء على السلوك الأخلاقي أو السلوك اللغوي.

-وترى "ابتسام آخرون" أن دخول مفردات غربية علي اللغة العربية الفصحى ليس بالأمر الجديد، إلا أن الوضع مع هذه اللغة المستحدثة خلال العشر السنوات الماضية مختلف. إذ أخذت تلك الألفاظ بالتنامي والانتشار، وزادت جاذبيتها بين فئات الشباب المختلفة من الجنسين ومن شتى المستويات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية بحيث نجحت تلك اللغة المستحدثة في صهر الشباب من مختلف الطبقات في بوتقة شبابية واحدة، من خلال تعزيز رابطة الكلام المتبادل والموحد بينهم.<sup>1</sup>

- وفي شأن مفاهيم (العريزية أو الفرانكوآراب أو الإنجلوعربي) ذكر المنصور خمسة أمور رئيسية منها: "مزاوجة الأبجدية المكتوبة الرقمية، والاختزالات العريزية في لغة الشباب المكتوبة، وكتابة العربية بالخط اللاتيني، وانتشار القصائد الشعرية العربية باللفظ الأعجمي" إلا أن الباحث يرى أن لفظ الفرانكوآراب يدل على تداخل العربية مع اللغة الفرنسية، وليس تداخل الإنجليزية مع العربية، حيث أن francophone يدل على النطق بالفرنسية، وليس باللغة الإنجليزية.

وقد أظهرت هذه اللغة المحدثه أبجدية خاصة، تتكون من الأحرف والأرقام الإنجليزية بمقابله

الأحرف العربية مثلاً:

جدول رقم 3: يبين الأحرف العربية وما يقابلها من الأحرف والأرقام الانجليزية<sup>(2)</sup>

الحرف العربي	مقابلة العريزي
أ	A أو 2
ب	b
ت	t

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 171.

<sup>(2)</sup> المرجع السابق، ص 241.

لا يوجد	ث
g أو j	ج
7	ح
K أحيانا	خ
3	ع
8	ق

### الفرانكوآراب:

هي أجنبية مستحدثة غير رسمية، ظهرت منذ بضع سنوات وتستخدم على نطاق واسع بين الشباب، في الكتابة عبر الدردشة على الأنترنت في المنطقة العربية، وتنتق هذه اللغة مثل العربية تماما إلا أن الحروف المستخدمة في الكتابة هي الحروف والأرقام اللاتينية، بطريقة تشبه الشفرة، وتعتبر الأوسع انتشارا في الكتابة على الأنترنت أو عبر رسائل المحمول (SMS)، أما الآثار الناتجة عن استخدامها فتتمثل في النقاط التالية:

### أولا- الإيجابية:

مساعدة من لا يملك لوحة المفاتيح باللغة العربية، إذ يستطيع المستخدم أن يتحدث أو يرسل باللغة العربية دون لوحة مفاتيح عربية.  
 تساعد وتسهل عملية التواصل لمن يجيد التحدث باللغة العربية ولا يجيد الكتابة بها، شريطة أن يكون المستقبل على علم بهذه اللغة.<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> عبد الملك سلمان، لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الاجتماعي الرياض، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي، 2014، ص ص

قد تأخذ الكلمة مساحة أقل من كتابة الحروف كاملة، وهذه الميزة تمكن المستخدم من كتابة رسالة طويلة بحروف قليلة، فيستفيد منها أصحاب الرسائل النصية القصيرة (SMS) بشكل خاص.

#### ثانياً- السلبية:

- كثرة استخدام هذه اللغة قد يؤدي الى قلة استخدام اللغة العربية، وهذا الأمر يقود بطبيعة الحال إلى ضعف التحدث باللغة العربية أو اتقان مهاراتها النحوية والاملائية واللغوية.

- كثرة استخدامها يؤدي إلى ضعف المحتوى العربي في الأنترنت وقلته بشكل عام.<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> المرجع السابق، ص 51.



### III- ماهية التواصل:

1 -الفرق بين الاتصال والتواصل

2 -تاريخ التواصل

3 -التواصل وعلاقته باللغة

4 -طبيعة التواصل

5 -مستويات التواصل

6 -نماذج التواصل

7 -أشكال التواصل

8 -أنواع التواصل

خلاصة

## 1 - الفرق بين الاتصال والتواصل:

يرى بعض الباحثين أن الأصح هو استعمال كلمة اتصال بدلا من تواصل لأسباب لغوية وأكاديمية، فالفعل تواصل يشير إلى حدوث المشاركة بين طرفين، ويعني الوصال الرغبة في إقامة علاقة مع إنسان آخر، وغالبا ما تكون هذه العلاقة ذات طابع عاطفي. أما الاتصال المأخوذ عن كلمة اتصل فيعني وصل شيء بشيء، وهذا يشير إلى رغبة أحد الطرفين بإقامة علاقة مع الآخر، وأن الآخر قد يستجيب متفاعلا مع تلك الرغبة و قد يرفضها لدى فإن استعمال تعبير الاتصال يعكس واقع الحال.

ويفرق بعضهم بينهما قائلا: "إن الاتصال مصطلح يستخدم للإشارة إلى عملية نقل المعلومات في الإنسان أو الجماد على حد سواء، و نظرا للاختلاف الكيفي بين الإنسان من جانب والكائنات من جانب آخر، كان من الأحرى بنا تخصيص اصطلاح يصف هذه العملية وهو التواصل".  
والذي أراه هو أنه يجب التفريق بين الاتصال والتواصل حيث أن بينهما عموم وخصوص فالاتصال أعم وأشمل من التواصل، حيث أن التواصل هو عملية تتم بين طرفين لكل منهما مشاعر وأحاسيس وإن كانت خاصة.<sup>(1)</sup>

## 2 - تاريخ التواصل:

تواكب قضايا التواصل وأزماته الإنسان منذ نشأة المجتمع، ويعيش الفرد تعقيدات التواصل وخصائصه منذ الولادة، فالحياة هي التواصل والتواصل هو الحياة.  
ويمكن التمييز بين التواصل والوعي بالتواصل، فالتواصل خاصية طبيعية ترافق البشرية منذ البداية وهو عملية آلية وضرورة بيولوجية، أما الوعي به فهو خاصية ثقافية مجردة، مرتبطة بتطور الفكر الفلسفي والنقدي حول حدود التواصل في الزمان وفي المكان. وهذا الوعي هو الذي ساهم بالدرجة الأولى في تطور تقنيات التواصل ونماذجه،<sup>(2)</sup> إذ بفضل الإنسان التواصل الشفوي عبر

(1) ماجد رجب، العبد سكر، المرجع السابق، ص 10.

(2) محمد عابد الجابري، التواصل نظريات وتطبيقات، لبنان: الشبكة العربية للأبحاث والنشر، 2010، ص 220.

الأصوات وطور التواصل عبر الجسد وعبر أدوات طبيعية، ولعل أهم الحوافز على تطور التواصل تكمن في البحث عن ذاكرة مثالية تحفظ كل المعلومات لمدة أطول، وعن التفاعل مع أكبر عدد من الأشخاص وعن التعبير بطريقة أقل إبهاما وأكثر وضوحا.

-ومن ثم يمكن القول أن تاريخ التواصل متعدد ومختلف، حيث أن هناك تاريخ مضامين التواصل، وهناك تاريخ مجالاته، وتاريخ المساهمين فيه، وتاريخ أنواعه...إلخ.

-وهنا سوف نركز الاهتمام حول تاريخ الوسيط التواصل، وفي هذا الشأن نلاحظ أن هناك أربع مراحل مر بها التواصل البشري وهي:<sup>1</sup>

**1- تواصل جسدي شخصي:** يركز على استعمال الجسد كوسيط للتفاعل وتبادل الرموز والأفكار، وقد عرفت هذه المرحلة تطوير التواصل بالإيماء والأصوات والشم والذوق واللمس، ثم باللغة.

وهو أقدم تواصل عرفته البشرية، كما أنه تواصل كوني تعرفه كل الشعوب منذ البداية، وينشأ الطفل بداخله ومن خلاله.

**2-تواصل بالرموز المكتوبة:** وهو خاص بنخبة داخل المجتمعات التي تمتلك أدوات الإنتاج وآليات الكتابة والقراءة، وهذه النخبة إما دينية، أو سياسية، أو اقتصادية، أو علمية، أو كل هذه الخصائص مجتمعة.

وتتمتد هذه المرحلة من ظهور الإرهاصات الأولية للكتابة، وقد مرت الكتابة عبر مراحل ثلاثة: مرحلة الرسومات البدائية، مرحلة كتابة الأفكار (الخط الصيني مثلا) ومرحلة الحروف الهجائية.

**3-تواصل جماهيري:** يسمح للنخبة بالتواصل وإخبار شرائح عريضة من المجتمع وذلك من خلال الحرف والصوت والصورة، إذ بفضل اختراع الطباعة وآلات التواصل السمعي البصري (مذياع، تلفاز،

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص220.

سينما، فيديو...) تحولت عملية التواصل البشري وأصبحت أكثر سرعة وأكثر فعالية وذات حيز واسع.

#### 4- تواصل رقمي: يركز علي استغلال الأنترنت والأقراص المدججة والحقائق الافتراضية قصد التفاعل

بين الأفراد، وتوجيه الآراء والتحكم في الجماهير

إن هذا النوع الأخير هو في الأصل تركيب للأنواع الثلاثة السابقة، فهو يمزج بين التواصل الجسدي حيث أن الفرد يحقق توأصلا مع فرد آخر موجود في مكان آخر وأغلب الوسائل المستعملة في هذا الإطار تبقي مرتبطة بالأصوات والكتابة والصور، ومن الملاحظ أن كل فرد، خصوصا في المجتمعات المتقدمة بإمكانه التواصل والتفاعل اليوم من خلال هذه الوسائط الأربع، بل أنه مجبر علي استغلال كل هذه الوسائط إذا ما قصد التحصيل والمعرفة والتربية الذاتية والتبادل الرمزي، وهذا يعني أن هذه المراحل ليست في علاقة تنافرية بل يمكنها أن تتعايش وتتكامل.<sup>(1)</sup>

### 3 - التواصل وعلاقته باللغة:

الاتصال أو التواصل وسيلة الإنسان الأساسية للحياة وهو وسيلة لتبادل المنفعة والعلاقات الاجتماعية، والأفكار، والمشاعر، قال الله تعالى: ﴿يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثي وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا﴾<sup>(2)</sup> ولفظ التعارف بوزن (تفاعل) ويدل على تبادل المعرفة، والمنفعة والود، والمحبة.

فال اتصال والتواصل -إذا- أساس النمو والتطور، وبمقدار ما لدى الفرد والأمة من قدرة

على "التواصل" تكون حصيلته من الثقافة الإنسانية والحضارة والمنفعة - بصفة عامة-.

ووسائل " التواصل كثيرة" ، والحركات، وفوق هذا أو قبل كل هذا كله اللغة.<sup>(3)</sup>

(1) محمد عابد الجابري، المرجع السابق، ص 220 - 221.

(2) قرآن كريم، سورة الحجرات، الآية 14.

(3) فتحي علي يونس، اللغة والتواصل الاجتماعي، الكويت: منشورات ذات السلاسل، 1995، ص 30.

وعلى الرغم من أن هناك وسائل أخرى غير اللغة يمكن أن تنقل الأفكار والمشاعر كالصور والرسوم والجداول والخرائط، والإيماءات والإشارات وتعبيرات الوجهاوما يطلق عليه عموما الاتصال الغير لغوي.

نقول على الرغم من وجود هذه الوسائل فإن اللغة ستبقي أدق أداة للتعبير عن الفكر والمشاعر، والواقع، وتبقي، علاوة على ذلك، أسرع أداة، يمكن أن يستخدمها الإنسان، وستبقي الأداة التي يملكها الفرد للتعبير عن فكره، ومشاعره.

ولايمكن للإنسان أن يتصور وجود مجتمع يعيش دون لغة، تيسر أموره وتسجل وثائقه وتعطي أفراده فرصة لقضاء وقت فراغهم متمتعين بشكل ما من أشكال النشاط اللغوي.

فعند القيام بالتواصل بين الأفراد فإنه يستخدم فن من فنون اللغة الأربعة وهي الاستماع والحديث والقراءة والكتابة.<sup>1</sup>

#### 4 - طبيعة التواصل:

من أجل فهم عملية التواصل التي يستعملها الأفراد في تفاعلهم مع الآخرين وللقيام بعملية التواصل فإنه لابد من وجود مرسل sender ومستقبل receiver والرسالة message فالمرسل يمتلك أفكار تحول إلى رموز يمكن فهمها من طرف المستقبل. ويظهر التواصل فقط عندما يحدث هنالك فهم مشترك للرسالة بين كلا الطرفين، فإن ترميز الأفكار يعتبر جزءا هاما في التواصل وتشير إشارات التواصل إلي بعض الأحداث المباشرة إذ قد تكون هذه الإشارات على شكل إماءات أو مراسم اجتماعية أو أنماط صوتية.

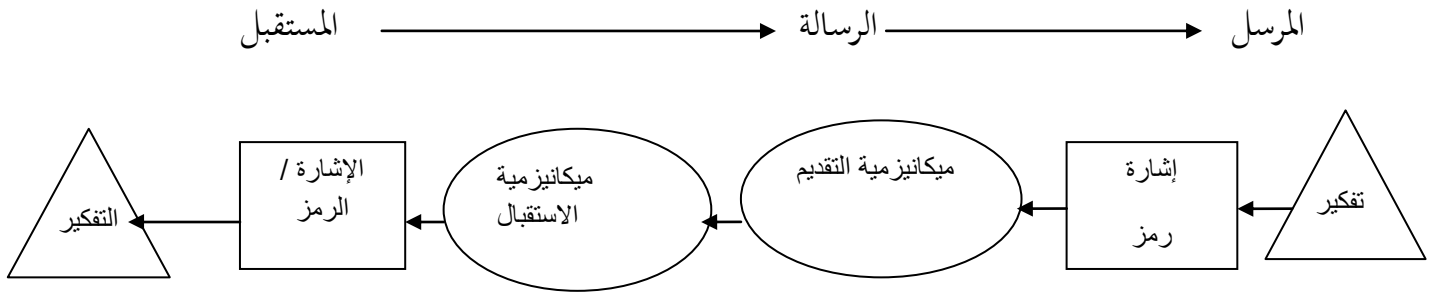
وتستعمل رموز التواصل لتتبع الرسائل، بينما تمثل الأصوات الكلامية أو اللغوية رموز صوتية. وتشير الأحرف الهجائية إلى الرموز المكتوبة كما وتستعمل لغة الإشارة والرموز والإيماءات،<sup>(2)</sup> ويحكم توحيد هذه الرموز قواعد اللغة وكل هذا يشكل لغة ذات معني وقد ترتبط لغة الرموز والإشارات

<sup>1</sup> فتحي علي يونس، مرجع سابق، ص30.

<sup>(2)</sup> إبراهيم عبد الله الزريقات، اضرابات الكلام واللغة، ط 3، عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون، 2014، ص ص 17.

بأحداث وقعت في الماضي أو ستقع في الحاضر أو المستقبل أو قد ترتبط بشيء أو فعل أو مفهوم أو انفعال فعند ترميز الأفكار يجب على المرسل اختيار الميكانيزمات أو الآلية لتقديم الرسالة، ومن هنا يختار المرسل من تلك الآليات مثل الأصوات الإيماءات وغيرها من أجل تحقيق الفهم والتفاعل والتواصل. وتحدد عناصر التواصل فيما يلي:<sup>1</sup>

الشكل (1): يوضح عناصر التواصل.



الأعين      الصوت  
الأذن      الفم  
اللمس      التعلم/ الألة  
الأيدي

## 5 - مستويات التواصل:

هناك ثلاثة مستويات من التواصل وهي كما يلي:

- أ - المستوى التقني أو التكنيكي technical level : ويعكس هذا المستوى دقة تبادل الرموز.  
ب - المستوى الدلالي semantileul : ويعكس مدى الدقة التي تعكس بها الرموز المستعملة للمعنى.

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص18.

ج- مستوى الفاعلية: effectivenesslevel: ويعكس مدى دقة استجابة المستقبل لما قصده المرسل.<sup>(1)</sup>

## 6- نماذج التواصل:

هناك الكثير من نظريات التواصل التي حاولت مقارنة وفهم نظام التواصل لذلك من الصعب استقراء كل النظريات التي تحدثت عن التواصل بل سنكتفي ببعض النماذج التواصلية المعروفة وهي:

### 1 - النموذج السلوكي:

وضعه المحلل النفسي الأمريكي لازويل Lasswell سنة 1948 ويرتكز على خمسة عناصر وهي (المرسل - الرسالة - القناة - الملتقي - الأثر). وهي التأثير على المرسل إليه من أجل تغيير سلوكه إيجابا وسلبا.

### 2 - النموذج الرياضي:

وضعه المهندس كلود شانون 1949 والفيلسوف وارين ويركز على المكونات التالية (مرسل - ترميز - رسالة - فك الترميز - ملتقي). ويعتمد على عملية الترميز أو التشفير حيث يتقمص المرسل دور المدرس الذي يرسل خطابه عن طريق قناة لغوية أو غير لغوية نحو الطالب وهو المستقبل. الذي يتلقي الرسالة ويفك رموزها وشفرتها.

### 3 - النموذج الاجتماعي:

هو نموذج ريلي ويولي الذي يعتمد على فهم طريقة انتماء الأفراد إلى الجماعات فالمرسل هو المعتمد والمستقبل هم الذين يودعون في جماعات أولية اجتماعية مثل العائلات والتجمعات يتأثرون

(1) أسامة فاروق مصطفى سالم، اضطرابات التواصل بين النظرية والتطبيق، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2014، ص 27-

ويفكرون ويحكمون ويرون الأشياء بمنظار الجماعات التي ينتمون إليها، ومن المفاهيم التواصلية المهمة داخل هذا النموذج نجد مفهوم السياق الاجتماعي والانتماء إلى الجماعة.<sup>(1)</sup>

#### 4 - النموذج اللساني:

يعد رومان جاكسون واضع هذا النموذج سنة 1964 إذ أعتبر أن اللغة وظيفتها الأساسية هي التواصل وارتأى أن للغة سبعة عناصر وهي ( المرسل الرسالة- المرسل إليه- القناة- المرجع- اللغة- الأيقونة) ولكل عنصر وظيفة خاصة به.

#### 5 - النموذج الإعلامي:

هذا النموذج الإعلامي قائم على توظيف التقنيات الإعلامية الجديدة كالحاسوب والأنترنث والذاكرة المنطقية المركزية في الحاسوب، ومن مرتكزات هذا النموذج:<sup>(2)</sup>

أ - خطوة الاتصال وخلق العلاقة الترابطية.

ب - خطوة إرسال الرسائل.

ج- خطوة الإغلاق.

#### 7- أشكال التواصل:

إن عملية التواصل لا تعتمد فقط على اللغة المنطوقة، إنما أيضا على التعليمات والإيماءات والتي تقوم في بعض الأحيان بتوصيل بعض المعاني بشكل أكثر دقة ووضوحا من الكلمات نفسها، ويمكن تقسيم التواصل إلى الأشكال التالية:

<sup>(1)</sup> هلا السعيد، المرجع السابق، ص ص 20-21.

<sup>(2)</sup> المرجع نفسه، ص ص 21-23.



**أ - التواصل الشخصي:**

ويتم بين فرد وآخر حيث تعاني هذه العملية من فقد بعض المعلومات ويتحقق هذا الشكل من التواصل في الجماعات الأولية التي تتمثل في الأسرة، وجماعة النشاط، والجماعات الصغيرة التي تنشأ بين أعضائها علاقات شخصية صحيحة، ويجري فيها التواصل بشكل مباشر.

**ب - التواصل الذاتي:**

وهو التواصل الذي يتم بين الفرد وذاته ويتمثل في الشعور والوعي والفكر والوجدان وسائر العمليات الداخلية.

**ج - التواصل الجماعي:**

يكون من مصدر واحد إلى عدة ملايين، كما يحدث في وسائل الإعلام المختلفة حيث يتصف بالعمومية والشمولة على أساس أنه يتم بين عدد كبير من الناس من مختلف الميولات والاتجاهات والثقافات بوجود فروق فردية متباينة من حيث المزاج، المكانة الاجتماعية والاقتصادية، والذكاء، والقدرات، والاستعدادات المتنوعة.

**د - التواصل الثقافي الاجتماعي:**

والتواصل الثقافي هو الذي تتفاعل فيه البيئة الثقافية في شكل عمليات اجتماعية تتنوع فيها المعلومات والبيانات.<sup>(1)</sup>

**هـ - التواصل التلقائي الطبيعي:**

ويضيف المؤلف شكلا خامسا من أشكال التواصل ألا وهو التواصل التلقائي وهو الذي يتم بين الأفراد والجماعات الأسوياء منهم وذوي الاحتياجات الخاصة بشكل عادي، ولا يشعر به أحد لأنه يتم بينهم بدون قصد من خلال معاملاتهم الحياتية.

(1) أسامة فاروق مصطفى سالم، المرجع السابق، ص 28.

وهناك أشكال أخرى للتواصل ولكنها تتم في إطار داخلي خاص بالأسرة ومنها:

+الاعتماد على التواصل الكلامي داخل المحيط الأسري بمعنى استخدام الكلمات في نقل المعاني

المراد إيصالها للطرف الآخر.

-ثقل المعاني عن طريق الكلمات ولكن ليس بالطريق المباشر الواضح، بل عن طريق تنغيم الصوت

(خفض الصوت وارتفاعه) أو التشديد على مقاطع بعض الكلمات أو الإسراع أو الإبطاء في نطق

بعض الكلمات بمعان معينة.

-والشكل الأخير هنا يتضمن استخدام لغة الجسم أو ما يسمى بالتواصل التعبيري، بمعنى نقل

الكلمات عن طريق الإيماءات وتعبيرات الوجه وحركة اليد، الإشارات....<sup>(1)</sup>

## 8-أنواع التواصل:

عند الحديث عن التواصل لابد من ذكر أنواعه فهناك عدة أنواع من التواصل الإنساني والآلي

والسيميائي، فنجد التواصل السيسولوجي والإعلامي والسيكولوجي والتواصل الاجتماعي...

وفي هذا الصدد يرى الدكتور حمداوي جميل أن التواصل يرتبط بعدة علوم ومعارف. عليه فإنه

سيتم التطرق إلى أنواع التواصل على سبيل الذكر لا الحصر:

2- **التواصل اللساني:** يعرف أندري مارتيني اللغة على أساس أنها تلفظ مزدوج وظيفتها التواصل،

ويذهب رومان جاكسون إلى أن اللغة ذات بعد وظيفي، وهناك من يرى أن اللغة لا تؤدي التواصل

الشفاف بين المتكلم والمستمع أمثال "رولان بارت" هذا الأخير جعلها سلطة مصدر السلطة،

فالإنسان عبد للغة وهو ملزم بإتباع قواعدها وتراكيبها.

3- **التواصل في الفلسفة:** يذهب الفيلسوف الألماني "هيجل" إلى أن العلاقة بين الأنا والغير هي

علاقة سلبية قائمة على الصراع الجدلي، كما توضح ذلك نظريته المسماة "جدلية السيد والعبد".

<sup>(1)</sup> المرجع السابق، ص 29.

أما الفيلسوف "جون بول سارتر" فيرى أن الغير ممر وسيطي ضروري للأنا، في حين رفض موريني نظرية سارتر، واعتبر أن العلاقة بين الأنا والغير ايجابية قائمة على التكامل و التواصل، وأساس التواصل هو اللغة.

4 - **التواصل السيميائي**: يجمع عدد من الدارسين أمثال " prieto " و "جورج مونان" وغيرهما أن العلامة السوسيرية تتشكل من وحدة ثلاثية هي: الدال والمدلول والقصد، وهم يركزون في أعمالهم على وظيفة التواصل ولا تختص العلامة بالرسالة اللسانية المنطوقة وحسب، بل توجد أنظمة غير لسانية أخرى كالإعلانات، الشعارات، الخرائط...، ومختلف البيانات التي أنتجت التواصل.<sup>(1)</sup> وقد ساهم أنصار هذا الاتجاه في بلورة المشروع السوسيري القاضي بأن اللغة هي نظام للتواصل كما فعل كل من "تروبوسكوي" و "مارتنيه" و "بيرثو" حيث اهتموا اهتماما بالغا بدراسة أنظمة الاتصال غير اللغوية وطرائق توظيفها.

5 - **التواصل الاجتماعي**: هو نموذج "ديلي وريلي" الذي يعتمد فهم طريقة انتماء الأفراد إلى الجماعات فالمرسل هو المعتمد والمستقبل هم الذين يودعون في جماعات أولية اجتماعية هي مثل العائلات والتجمعات والجماعات الصغيرة، وهؤلاء الأفراد يتأثرون ويفكرون ويحكمون ويرون الأشياء بمنظار الجماعات التي ينتمون إليها، والتي بدورها تتطور في حوض السياق الاجتماعي الذي أفرزها. ويرصد لنا هذا النوع من التواصل مختلف العلاقات النفسية والاجتماعية بين المتواصلين داخل السياق الاجتماعي، وهذا ما يجعل هذا النظام يساهم في تأسيس علم تواصل الجماعة، ومن المفاهيم المهمة داخل هذا النظام نجد مفهوم السياق الاجتماعي والانتماء إلى الجماعة.<sup>(2)</sup>

والسؤال الذي يطرح في هذا المجال هو: هل يمكن للأفراد الذين يمتلكون مهارات لفظية أن يتواصلوا مع الغير؟ والإجابة على هذا السؤال ببساطة. بما أن اللغة ليست مظهرا وبناءا لفظيا فحسب إنما تتعدى لتتضمن المظهر والبناء الغير لفظي... فكم من الأفراد من هم غير قادرين علي الكلام

<sup>(1)</sup> لزرق نور الهدى، قشي مرهم، الفن التشكيلي ونظرية التواصل. مذكرة ماستر في اللغة و الآداب: قسم الفنون، جامعة تلمسان، 2016، ص ص

ويمكن التواصل معهم، وفهم مرادهم، فالطفل الأصم نفهمه ويفهمنا بالإيماءات والإشارات وتعبيرات الوجه، بل بحركات الجسم، أو بحركات الشفاه.

إن اللغة إذا كانت التعريفات تذهب فيها مذهباً ترى من خلاله أن اللغة نظام من الرموز اللفظية وغير اللفظية وانتظامية لهذه الرموز وفق قانون بعينه، وثقافة بعينها بحيث تؤدي فرضاً أساسياً، ذلك الفرض الذي يتمثل في التواصل والذي عن طريقه يتم نقل الأفكار، والمشاعر والعواطف، والثقافة، والتراث...، إن كان كذلك فإن smith و pollaway يريان أن التواصل يمكن النظر علي أنه تبادل الأفكار، والمعلومات والتي تتضمن الرسالة المراد نقلها إلى الغير، وذلك من خلال متحدث أومتلقي يقوم بترميز هذه الرسالة، ويرى mackromic مكروميك 1984 أن التواصل يحدث علي مستوى غير لفظي من خلال الإشارات والإيماءات أو بالعين، أي ما يسمى بالرسائل ما وراء اللغويات كالصراخ، الضحك، ومن هنا يمكن أن يحدث تواصل دون استخدام لغة لفظية.<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> بوستة بشير، اضطرابات اللغة لدى الطفل، مجلة رسالة العربي، الجزائر، 2017، ص ص 25-26.

## خلاصة:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي هي الأشهر من بين مواقع الأنترنت على الشبكة العنكبوتية، بالرغم من أنها لم تنل هذه الشهرة إلا في السنوات الأخيرة حيث زادة شهرتها مع الحملات الانتخابية الأخيرة، إضافة الى ثورات الربيع العربي، إلا أنها ليست فكرة حديثة حيث تمتد من تسعينيات القرن الماضي، سواء بالنسبة للمحتوى المعروض على الصفحات أو بالنسبة لحرية النشر، لكن تبقى لها سلبيات إذا لم يتم استخدامها بعقلانية، كإضاعة الوقت والإدمان وأكثرها على الإطلاق ضعف مهارة ولغة التواصل إضافة إلى الخلل في العلاقات الاجتماعية الحقيقية.

## الفصل الثالث: الإطار الميداني

- 1 عرض وتحليل البيانات
- 2 عرض نتائج الدراسة
- 3 -النتائج في ضوء المقاربة العلمية
- 4 -النتائج في ضوء الفرضيات.
- 5 -النتائج في ضوء الدراسات السابقة

## تمهيد:

بعد معاينة الجانب المنهجي والنظري لهذه الدراسة في الفصلين السابقين فإن ذلك كان بمثابة نقطة الانطلاق التي ارتكزنا عليها في بناء العمل الميداني وذلك في سبيل الكشف على أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على لغة التواصل على العينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، حيث قمنا في هذا الفصل وبالاعتماد على أساليب التحليل الكيفي والكمي من أجل تحليل وتمييز البيانات المحصل عليها ووضعنا في جداول ثم التعليق عليها، وأخيرا عرض أهم النتائج المحصل عليها في الدراسة ومن ثم مناقشتها على ضوء الفرضيات والدراسات السابقة من أجل الوصول إلى نتائج عامة للدراسة، حيث تعتبر هذه الخطوة كخلاصة للمجهود المبذول لإتمام هذه الدراسة وإبراز أهم النتائج المحققة.

1- عرض وتحليل البيانات:

أولاً: البيانات الشخصية:

الجدول رقم (04): يمثل جنس المبحوثين.

المستوى	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ذكر	14	21.87	16	34.04	1	50	31	27.43
أنثى	50	78.12	31	65.95	1	50	82	72.56
المجموع	64	100	47	100	2	100	113	100

يبين الجدول رقم (04) المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب الجنس أن نسبة الإناث أكثر من نسبة الذكور، حيث بلغت 72,56 % بينما نسبة الذكور 27.43 % من أفراد العين، وهذا راجع إلى كون نسبة الطلبة من الإناث أكثر من نسبة الذكور حسب السجلات.

الجدول رقم (05): عمل توزيع المبحوثين حسب السن.

الفئات	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	ت	النسبة %	ت	النسبة %	ت	النسبة %	ت	النسبة %
من 24-20 سنة	55	85.93	18	38.29	1	50	74	65.48
من 25 - 29 سنة	08	7.07	25	53.19	/	/	33	29.30
من 30 سنة فما فوق	01	1.56	04	3.53	1	50	6	5.30
المجموع	64	100	47	100	22	100	113	100

يبين الجدول رقم (05) توزيع المبحوثين حسب متغير السن حيث تدل بيانات الجدول أن أغلبية الطلبة تتراوح أعمارهم ما بين 24-20 سنة بنسبة 65,48 % حددت بنسبة 85,93 % ضمن طور الثالثة لسانس وبنسبة 50 % في الدكتوراه ، في حين كانت نسبة طلبة الماستر بـ 38,29 % أما فئة الطلبة المبحوثين الذي تتراوح أعمارهم ما بين 29 - 25 سنة فقد جاءت بنسبة 29,30 % حيث



قدرت نسبة طلبة الماجستير بأعلى نسبة بـ 53,19 %، والنسبة الأقل كانت للفئة العمرية من 30 سنة فما فوق بنسبة 5,30 %، حيث كانت نسبة طلبة الدكتوراه أعلى منه في هذه الفئة بـ 50 % تليها نسبة 3,53 % لطلبة الماجستير والنسب الأقل 1,86 % كانت لطلبة الليسانس.

ومن هنا نلاحظ أن طلبة الليسانس أغلبهم تتراوح أعمارهم ما بين 20 و 24 سنة لأنهم يتحصلون على البكالوريا في الغالب في سن 19 سنة ويلتحقون بالجامعة، كذلك باعتباره السن المناسب لهذا الطور، في حين طلبة الثانية ماستر تتراوح أعمارهم ما بين 25-29 سنة وهذا لكونهم قضوا خمس سنوات في الجامعة بالإضافة إذا أخذنا بعين الاعتبار عدم تسجيلهم مباشرة في الماجستير بعد حصولهم على شهادة الليسانس، أما فئة أكثر من 30 سنة فأخذت أعلى نسبة لطلب الدكتوراه وهذه هي السن المناسبة بهذا الطور.

الجدول رقم (06): يوضح توزيع الباحثين حسب المستوى التعليمي.

النسبة المئوية %	التكرار	المستوى
56.63	64	ليسانس
41.59	47	ماستر
1.76	02	دكتوراه
100	113	المجموع

يبين الجدول رقم 06 توزيع الباحثين حسب المستوى التعليمي حيث تشير بيانات الجدول أن 56,63 % كانت لطلبة الليسانس، وأما طلبة السنة الثانية ماستر فكانت بنسبة 41,59 % وأقل نسبة جاءت ممثلة لطلبة الدكتوراه بنسبة 1,76 %، وهذا راجع إلى كون المسجلين في الليسانس أكبر من الفئات الأخرى.

المحور الأول- عادات وأنماط استخدامالبنات لمواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم (07): يمثل المواقع التي يمتلك المبحوثين حسابا فيها.

المجموع = 113		دكتوراه = 02		ماستر = 47		ليسانس = 64		المستوى الفئات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
98.23	111	100	2	100	47	96.87	62	الفييس بوك
11.50	13	50	1	8.51	4	12.50	08	تويتر
39.82	45	50	1	38.29	18	40.62	26	أستغرام
7.07	08	-	-	10.63	5	4.68	3	فيبر
8.84	10	100	2	6.38	5	4.68	3	أخرى تذكر

يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب الموقع الذي يملكون حسابا فيه حيث تصدر موقع

الفييس بوك رأس القائمة بأعلى نسبة قدرت ب 98,23 % ثم موقع أنستغرام بنسبة 39,83 % وجاء

الموقعين تويتر و فيبر بنسب أقل تمثلت ب نسبة 11,5 % و 7.07 % على الترتيب.

أما إجابات الطلبة حول أخرى تذكر فقد كانت الإجابات منحصرة في وات ساب وسناب

شات ولنكدإنبنسبة قدرت ب 8,84 % مجتمعة، وحيث بينت النتائج أن كل من أفراد العينة في الأطوار

الثلاثة يمتلكون الفييس بوك بنسبة 100 % للطورين الماستر والدكتوراه و 96,87 % لطلبة الليسانس،

وهذا راجع إلى ما يتميز به الموقع من خدمات متنوعة.

الجدول رقم (08): يبين بداية استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الفئات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
17.69	20	-	-	14.89	07	20.31	13	أقل من سنتين
33.62	38	50	1	27.65	13	37.50	24	من 2-03 سنوات
26.24	30	-	-	31.91	15	23.43	15	من 4-5 سنوات
22.54	25	50	1	25.53	12	18.75	12	من 6 سنوات فما

								فوق
100	11 3	100	2	100	47	100	64	المجموع

يبين الجدول رقم 08 توزيع المبحوثين حسب عدد سنوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث أعطت النتائج بالنسبة لطلبة الليسانس أن نسبة 37,50 % تراوحت مدة استخدامهم للمواقع من 2-3 سنوات ثم من 4-5 سنوات بنسبة 23,75 % ثم أقل من سنتين بنسبة 20,31 % وبنسبة 18,75 % أقل من 6 سنوات، على عكس طلبة الماستر كانت أعلى سنة للطلبة الذين يستخدمونها من 4-5 سنوات بنسبة 31,91 % ثم من 2-3 سنوات بنسبة 27,65 % وكانت نسبة 25,53 % ممثلة للفئة التي تستخدم الموقع من 6 سنوات فما فوق أما السنة الأقل فكانت للطلبة الذين يستخدمون هذه المواقع لأقل من سنتين، أما طلبة الدكتوراه فكان استخدامهم للمواقع بنسبة 50 % من 4-5 سنوات ومن 6 سنوات فما فوق.

- يمكن تفسير هذه النتائج على أن استخدام المواقع يتماشى مع سن المبحوث فكلما تقدم سن المبحوث كان استخدامه للمواقع أكبر.

الجدول رقم (09): يمثل عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون على المواقع يوميا.

المجموع	دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى	
	ت	%	ت	%	ت	%		
6.19	7	-	-	10.63	5	3.12	2	أقل من ساعة
41.59	47	50	1	44.68	21	39.02	25	من ساعة إلى ساعتين
26.54	30	50	1	27.65	13	25	16	من 3-4 ساعات
25.66	29	-	-	17.02	08	32.81	21	أكثر من 4 ساعات
100	113	100	2	100	47	100	64	المجموع

يبين الجدول رقم 09 توزيع المبحوثين حسب عدد ساعات الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي حيث نلاحظ في طور اليسانس أن 39,06% من أفراد العينة في هذه السنة يستخدمون المواقع من ساعة إلى ساعتين و 32,81% يستخدمونها لأكثر من 4 ساعات ثم من 3-4 ساعات بنسبة 25% أما أقل من ساعة فكانت 3,12% وفي السنة الثانية ماستر نجد 44,68% يستخدمون المواقع من ساعة إلى ساعتين ثم بنسبة 27,65% من 3-4 ساعات أما أكثر من 4 ساعات فقدرت بنسبة 17,02% وبنسبة 10% لمن يستخدمونها لمدة أقل من ساعة، وبالنسبة لطلبة الدكتوراه فكان استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين بنسبة 50% مساوية لمن يستخدمونه من 3-4 ساعات.

- تبين النتائج الموضحة في الجدول أن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين وهذا راجع إلى كثرة انشغالهم وقلة وقت الفراغ مما يدفعهم إلى الاستخدام المتقطع لهذه المواقع وعلى فترات مختلفة في اليوم ما يجعل الساعات اليومية التي يقضيها المبحوثين مع هذه المواقع لا تتعدى في أغلبيتها الساعتين.

الجدول رقم (10): عدد مرات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم.

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الفئات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
10.61	12	-	-	8.51	04	12.50	08	مرة واحدة
41.59	47	-	-	46.80	22	40.62	26	من 2-3 مرات
47.78	54	100	2	44.68	21	46.87	30	أكثر من 03 مرات
100	113	100	2	100	47	100	64	المجموع

يبين الجدول رقم 10 توزيع المبحوثين حسب عدد المرات التي يستخدمون فيها مواقع التواصل الاجتماعي أو تسجيل الدخول في اليوم الواحد، حيث نلاحظ في السنة الثالثة ليسانس أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كان نسبة 46,87 أكثر من 3 مرات ثم نسبة 40,62 من 2-3 مرات و 12,5 مرة واحدة، أما طلبة الماستر فكان استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ب 46,80 من 2-3

مرات ثم أكثر من 3 مرات بنسبة 44,68 وبأقل نسبة ب 8,51 مرة واحدة، أما طلبة الدكتوراه فكان استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 100 لأكثر من 3 مرات يوميا.

من خلال بيانات الجدول نلاحظ، أن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث مرات في اليوم بنسبة أكبر وهذا راجع إلى حاجتهم إليها لقضاء مآرهم وتأتي من مرتين إلى ثلاث مرات يوميا في المرتبة الثانية ثم مرة واحدة في المرتبة الأخيرة.

الجدول رقم (11): يمثل الأوقات المفضلة لدى المبحوثين لتصفح المواقع.

المجموع=113		دكتوراه=2		ماستر=47		ليسانس=64		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
12.38	14	-	-	6.38	03	17.19	11	صباحا
10.61	12	-	-	12.76	06	9.37	06	ظهرا
40.70	46	100	1	36.17	17	43.75	28	مساء
74.33	84	100	1	78.72	37	71.87	46	ليلا

يبين الجدول رقم 11 الأوقات المفضلة لدى المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي حيث أظهرت النتائج أن أغلب أفراد العينة يفضلون الفترة الليلية بنسبة 74,33 ثم الفترة المسائية ممثلة ب 40,70 و 12,38 للفترة الصباحية وبأقل نسبة في فترة الظهيرة.

يمكن تفسير النتائج إلى كون الفترة الليلية هي الأنسب بالنسبة للطلبة لاستخدام مواقع

التواصل الاجتماعي لانشغالهم الدائم في الفترة الصباحية وفي فترة الظهيرة بمتابعة دروسهم وقضاء واجباتهم.

الجدول رقم (12): المكان المفضل لدى المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع=133		دكتوراه=02		ماستر=47		ليسانس=64		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	المتغيرات
73.45	83	50	1	74.46	35	73.43	47	في البيت
7.07	08	-	-	2.12	01	10.93	07	الجامعة

1.76	02	-	-	2.12	01	1.56	01	مقهى الأنترنت
24.77	28	50	1	21.27	10	26.56	17	غير محددة

- يبين الجدول رقم 12 المتضمن البيانات الخاصة بالأماكن المفضلة لدى المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي أن 73,45 من أفراد العينة يفضلون تصفحها في البيت لكثرة انشغالهم خارجه وحيث يجدون خصوصية أكبر في التواصل، أما 24,77 من أفراد العينة فقد صرحوا بأن أماكن تصفحهم لهذه المواقع غير محددة حيث ساعدت الهواتف الذكية المتوفرة وتطور خدمات الأنترنت التي أصبح بإمكان المشترك الاستفادة منها أينما وجد وبالتالي إمكانية التواصل في مختلف الأماكن، في حين يفضل 7,07 من المبحوثين التواصل في الجامعة بمشاركة الأصدقاء والزلاء و 1,76 بنسبة ضئيلة من أفراد العينة يفضلون مقهى الأنترنت مبررين ذلك بخصوصية المكان.

الجدول رقم (13): المضامين المفضلة لدى المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع=133		دكتوراه=2		ماستر=47		ليسانس=64		المستوى الفئات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
78.76	89	100	2	69.08	32	85.93	55	اجتماعية
54.86	62	100	2	68.08	32	43.75	28	ثقافية
17.69	20	-	-	17.02	08	18.75	12	سياسية
17.69	20	100	2	12.76	06	18.75	12	عاطفية
7.96	09	100	2	10.63	05	3.12	02	أخرى تذكر

- يبين الجدول رقم 13 البيانات المتعلقة بالمضامين المفضلة عند المبحوثين أثناء التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، جاءت 85,93 % من أفراد العينة من طلبة الليسانس يفضلون المواقع الاجتماعية و 43,75 % منهم يفضلون الثقافية وبنسبة متساوية 18,75 % مواضيع عاطفية وسياسية وأخرى تذكر بنسبة 3,12 % تمثلت في المواضيع الرياضية والفنية، بينما كانت 68,08 % نسبة ممثلة للذين يفضلون المواضيع الاجتماعية من طلبة الماستر ونفس النسبة للمواضيع الثقافية، في حين

17,02% منهم يفضلون المواضيع السياسية أما العاطفية بنسبة 12,76% أخرى تذكر 10,63% تمثلت

في المواضيع الرياضية والدينية والعلمية، و 100% من طلبة الدكتوراه يفضلون المواضيع الاجتماعية والثقافية والعاطفية و الدينية والرياضية والعلمية والأدبية.

- نلاحظ من خلال هذه النتائج أن أفراد العينة يركزون أثناء تواصلهم على المواضيع الاجتماعية لأنها الأكثر جدبا وتشويقا، ويفضلون الثقافية من باب إثراء الرصيد الثقافي، والعاطفية لإشباع الفضول وأما الدينية والرياضية والفنية فمن باب الاطلاع.

الجدول رقم (14): يمثل نوع الجهاز الذي يستخدمه المبحوثون لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع = 113		دكتوراه = 2		ماستر = 47		ليسانس = 64		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
15.92	18	50	01	19.14	09	12.50	08	الحاسوب
87.61	99	50	01	85.10	40	90.62	58	الهاتف الذكي
5.30	06	50	01	2.12	01	6.25	04	اللوحة الإلكترونية
7.96	09	-	-	6.38	03	9.37	06	كلها

يبين الجدول رقم 14 نوع الجهاز المستخدم عند المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي حيث أعطت النتائج 87,61% من أفراد العينة يستخدمون الهاتف الذكي بسهولة حمله ونقله واستخدامه للتواصل، بينما 15,92% من أفراد العينة يستخدمون الحاسوب لعدم امتلاكهم للهواتف الذكية، في حين 7,96% يستخدمونها كلها متى استدعت الضرورة يستخدم جهاز معين، أما 5,30% من أفراد العينة فيستخدمون اللوحة الإلكترونية رغبة منهم في استخدامها ولأنهم يمتلكونها.

الجدول رقم (15): يمثل الخدمات التي يفضلها المبحوثين أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

المستوى الفئات	ليسانس = 64		ماستر = 47		دكتوراه = 2		المجموع = 113	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
مشاركة الصور	24	37.50	20	42.55	01	50	45	39.82
مشاركة الفيديو	11	17.18	10	21.27	01	50	22	19.46
الدردشة	54	84.37	37	78.72	02	100	93	82.30
التعليقات	24	37.50	22	46.80	01	50	47	41.59
أخرى تذكر	01	1.56	01	2.12	02	100	04	3.53

يبين الجدول رقم 15 البيانات المتعلقة بالخدمات التي يفضلها أفراد العينة أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي حيث بينت النتائج أن 82,30% منهم يفضلون الدردشة بهدف التنفيس وتبادل أطراف الحديث والتحاوور والنقاش، أما 41,59% يفضلون التعليقات لإبداء آرائهم وإعطاء وجهة نظرهم حول المواضيع المنشورة في حين 39,82% من أفراد العينة يفضلون مشاركة الصور اختصاراً للرسالة المراد إيصالها، و 19,46% مشاركة الفيديو لأنه الأنسب لإيصال الفكرة في بعض المواقف و 3,53% أخرى تذكر تمثلت في النشر والتدوين.



المحور الثاني: طريقة الكتابة المستخدمة لدى الشباب للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي  
الجدول رقم ( 16): يمثل الحروف التي يستخدمها المبحوثون لكتابة الرسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع = 113		دكتوراه = 2		ماستر = 47		ليسانس = 64		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	البدائل
69.91	79	100	02	57.44	27	78.12	50	العربية
19.46	22	50	01	12.76	06	23.43	15	اللاتينية
66.37	75	50	01	53.19	25	76.56	49	الفرانكوآراب

نلاحظ من خلال بيانات الجدول رقم 16: المتضمن الحروف التي يستخدمها المبحوثين أثناء التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي أنهم يستخدمون الحروف العربية والفرانكوآراب بنسب متقاربة حيث جاءت العربية بنسبة 69,91% والفرانكو آراب بنسبة 66,37% أما الحروف اللاتينية فكانت بنسبة 19,46%.

ويمكن تفسير النتائج المتحصل عليها أن المبحوثين من الطلبة وبحكم استعمالهم للحروف العربية أثناء عملية البحث والتقصي عن المعلومات عبر شبكة الانترنت وهو ما يبرر ارتفاع نسبة استخدام الحروف العربية أثناء التواصل، أما الفرانكوآراب فظهرت كأسلوب جديد للتواصل وهذا ما أظهرته نتائج الدراسة حيث أسند المبحوثين ذلك إلى ما يتميز به هذا النوع من سهولة واختصار وسرعة في إيصال الرسالة بينما يوجد عزوف عند الطلبة المبحوثين في استخدام الحروف اللاتينية لضعف مكتسباتهم فيها.

الجدول رقم (17): يبين كيفية اكتساب الباحثين للغة التي يتواصلون بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع = 113		دكتوراه = 2		ماستر = 47		ليسانس = 64		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
40.70	46	100	2	46.80	22	34.37	22	الاستخدام المكثف
24.77	28	-	-	21.27	10	28.12	18	التخصص
34.51	39	-	-	31.91	15	37.50	24	التفاعل مع الأصدقاء
100	113	100	2	100	47	100	64	المجموع

تبين معطيات الجدول رقم 17 أن آراء الباحثين حول كيفية اكتسابهم لنوع الحروف التي

يتواصلون بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت من خلال الاستخدام المكثف بنسبة 40,70% من الباحثين و 34,51% وأرجعوا ذلك إلى التفاعل مع الأصدقاء، أما 24,77% من أفراد العينة فقد برروا ذلك بدافع التخصص الذي يدرس باللغة العربية وقد تبين ذلك في الجدول رقم 16.

من هنا نستنتج أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك من خلال التفاعل مع

الأصدقاء يساهم في ظهور أشكال جديدة في الكتابة وهي الفرانكوآراب. وهذا ما بينته نتائج الجدول رقم 16.

الجدول رقم (18): يوضح ما إذا كان تواصل الباحثين عبر مواقع التواصل يلزمهم باحترام قواعد الكتابة من عدمه.

المجموع = 113		دكتوراه = 2		ماستر = 47		ليسانس = 64		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
30.08	34	-	-	25.53	12	34.37	22	نعم
69.91	79	100	2	74.46	35	65.62	42	لا
100	113	100	2	100	47	100	64	المجموع

يبين الجدول رقم 18 بيانات خاصة بإجابة المبحوثين حول ما إذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي تلزمهم باحترام قواعد الكتابة أثناء التواصل حيث أكد 69,91% من المبحوثين أنها لا تلزمهم بذلك، أما 30,08% من المبحوثين فكانت إجاباتهم معاكسة.

يمكن تفسير النتائج السابقة وحسب تصريحات المبحوثين بأن تواصلهم عبر هذه المواقع لا يجبرهم على ذلك بأي شكل من الأشكال وأنهم يفضلون التواصل بكل بساطة وعفوية دون الالتزام بأي قيد أو قاعدة، بينما برر أفراد العينة الذين أكدوا أن مواقع التواصل الاجتماعي تلزمهم باحترام قواعد الكتابة إلى كونهم يشتركون في صفحات و مجموعات ذات الطابع العلمي والثقافي ما يفرض عليهم التفاعل بلغة سليمة القواعد.

الجدول رقم (19): يوضح مميزات الرسائل النصية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب رأي المبحوثين.

المستوى الفئات	ليسانس = 64		ماستر = 47		دكتوراه = 2		المجموع = 113	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الاختصار	35	54.68	28	59.57	02	100	65	57.52
السرعة	37	57.81	20	42.55	02	100	59	52.21
السهولة	16	25	14	29.78	-	-	30	26.54

يبين الجدول رقم 19 البيانات المتعلقة بمميزات الرسائل النصية المتداولة حيث أكد 57,52% من أفراد العينة بأنها تتميز بالاختصار توفيراً للجهد و 52,21% جاءت آرائهم متفقة على أنها تتميز بالسرعة وهذا أثناء إرسالها واستقبالها، و 26,54% يتفقون على سهولتها فهي لا تحتاج إلى جهد أثناء إنشائها ولا تخضع إلى قواعد لغوية في كتابتها، وهذا ما بينته نتائج الجدول رقم 18.

الجدول رقم (20): يوضح ما إذا كانت طريقة كتابة الباحثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي تخضع إلى مقاييس معينة متعلقة بالمتلقي أم لا.

المجموع = 113		دكتوراه = 2		ماستر = 47		ليسانس = 64		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
57.52	65	100	02	61.70	29	53.12	34	نعم
42.47	48	-	-	38.29	18	46.87	30	لا
100	113	100	02	100	47	100	64	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين.

يبين الجدول رقم 20 آراء الباحثين حول السؤال المتعلق بإمكانية خضوع طريقة كتابتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى مقاييس معينة متعلقة بالمتلقي، حيث عبر 57,52% من أفراد العينة عن ذلك بنعم، أما 42,47% فنفوا ذلك وقد جاءت النسب موزعة بشكل متقارب في المستويات الثلاث.

نستنتج من خلال معطيات الجدول أن تواصل الباحثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في أغلب الحالات يخضع لمقاييس معينة متعلقة بالمتلقي حتى يكون التواصل فعال.

الجدول رقم (21): يوضح المقاييس المتعلقة بالمتلقي والتي يخضع لها الباحثون أثناء الكتابة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. في حالة الإجابة بنعم:

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
18.46	12	100	02	10.34	03	20.58	07	جنسية المتلقي
21.53	14	-	-	10.34	03	32.35	11	مستواه التعليمي
60	39	-	-	79.31	23	47.05	16	طبيعة العلاقة بينهما
100	65	100	02	100	29	100	34	المجموع

يبين الجدول رقم 21 المقاييس المتعلقة بالمتلقي والتي يخضع لها الباحثون أثناء التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث أظهرت النتائج أن 60% من أفراد العينة الذين أجابوا "بنعم" أرجعوا ذلك إلى طبيعة العلاقة التي تربطهم بالمتلقي، في حين أكد 21,53% أنه المستوى التعليمي، بينما 18,46% فتمثلت في جنسية المتلقي.

نستنتج مما سبق أن تواصل الباحثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي يخضع لمقاييس معينة تمثلت بالدرجة الأولى في طبيعة العلاقة بين المرسل والمتلقي حيث التواصل مع الأصدقاء العاديين يكون مختلف عن ذلك الذي يكون مع أفراد ذو مستوى تعليمي عالي كالأساتذة مثلاً أو أصدقاء من جنسية مختلفة، حيث فسر الباحثون هذا الاختلاف بطبيعة المواضيع المتبادلة واللغة المستخدمة.

**الجدول رقم (22):** يبين إمكانية إيصال الباحثين لردود أفعالهم وانفعالاتهم المفاجئة إلى الطرف المتلقي كتابيا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من عدمه.

المستوى	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	33	51.56	29	61.70	02	100	64	56.63
لا	31	48.43	18	38.29	-	-	49	43.36
المجموع	64	100	47	100	2	100	113	100

يبين الجدول رقم 22 والمتضمن البيانات المتعلقة بردود أفعال وانفعالات الباحثين المفاجئة لطرف المتلقي كتابيا عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت نسبة 56,63% من الباحثين إجاباتهم ايجابية، بينما أكد 43,36% عدم إمكانية إيصال تلك الردود المفاجئة إلى الطرف المتلقي كتابيا. وهذا ما يدل على أن أغلبية الباحثين لا يجدون أي إشكال في التعبير عن ردود أفعالهم وانفعالاتهم إلى الطرف المتلقي كتابيا حيث يعتمدون في ذلك على أساليب مختلفة كتمديد الحرف وتكراره أو عن طريق المنشورات الفيسبوكية والتعبير الكتابي الصريح بينما برر أفراد العينة ممن أكدوا عدم فعالية الردود الكتابية إلى اعتمادهم على الرسائل الصوتية التي يرونها أكثر فعالية.

الجدول رقم (23): يوضح الطريقة التي يتم بها إيصال ردود الأفعال وانفعالات الباحثين المفاجئة إلى الطرف المتلقي كتابيا. في حالة الإجابة بنعم:

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الفئات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
45.31	29	100	2	41.37	12	45.45	15	الرموز والملصقات
21.87	14	-	-	20.68	06	24.24	08	منشورات فيسبوكية
32.81	21	-	-	37.93	11	30.30	10	تمديد وتكرار الحرف
100	64	100	2	100	29	100	33	المجموع

من خلال الجدول الموضح أعلاه نلاحظ بأن نسبة 45,31% من أفراد العينة يستخدمون الرموز والملصقات لإيصال ردود أفعالهم وانفعالاتهم المفاجئة إلى الطرف المتلقي ويعتمد 32,81% على أسلوب التمديد وتكرار الحرف، في حين أعرب 21,87% عن استخدامهم للمنشورات الفيسبوكية للتعبير حيث كانت النسب والآراء متقاربة بالنسبة للمستويات الثلاث (ليسانس، ماستر، دكتوراه). ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الباحثين يلجؤون إلى هذه الأساليب عبر مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لما تتميز به من دقة في إيصال الفكرة كذلك قدرتها على اختصار التعبير الكتابي الطويل.

الشكل رقم 2: يمثل نماذج عن ردود الأفعال عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المعنى	النماذج	الطريقة
مختلف الحالات الانفعالية	😊😞	الرموز والملصقات
للتعبير عن الضحك. لتأكيد فهم المعنى. تفيد عدم التصديق. للتعجب.	ههههه، hhhhh أااااا، AAAAAh ممممم، mmmm أوووووووووووووووو	تمديد وتكرار الحرف
تفيد العتاب.	إن غابت عنكم المبادئ فنذكروا قيم الرجولة	منشورات فيسبوكية

المصدر: من إعداد الطالبتين.

الجدول رقم (24): يوضح ما إذا كانت هناك علاقة بين نوع الجهاز المستخدم ونمط الكتابة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من عدمها.

المجموع = 113		دكتوراه = 2		ماستر = 47		ليسانس = 64		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
54.86	62	100	2	53.19	25	54.68	35	نعم
45.13	51	-	-	46.80	22	45.31	29	لا
100	113	100	2	100	47	100	64	المجموع

يبين الجدول رقم 24 والمتعلق بإجابات الباحثين حول السؤال المرتبط بوجود علاقة بين نوع

الجهاز المستخدم ونمط الكتابة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من عدمها، حين أظهرت نتائج الجدول

أن 54,86% من الباحثين يؤكدون وجود علاقة في حين أن 45,13% يرون عدم وجود أي علاقة.

ويمكن تفسير هذا بحسن تصريحات الباحثين الذين أكدوا وجود علاقة بأن استخدامهم

للهاتف الذكي للتواصل يختلف عن استخدامهم للحاسوب أو اللوحة الالكترونية وذلك يعود إلى

سهولة وسرعة استخدام الهاتف الذكي وكذلك سهولة تغيير نوعية الحروف ولتعودهم على استخدام الحاسوب في الجانب العلمي فقط.

بينما أكدت الفئة الثانية من المبحوثين والتي نفت وجود أي علاقة بين نوع الجهاز ونمط الكتابة أنه يعود إلى أن جميع الأجهزة متماثلة من حيث الاستخدام أثناء التواصل.

**المحور الثالث: الأساليب التعبيرية المستخدمة لدى الشباب للتعبير عن الأحاسيس والمشاعر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.**

**الجدول رقم (25):** يوضح ما إذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين تتيح فرصة التعبير عن المشاعر والأحاسيس بحرية من عدمها.

المستوى		ليسانس = 64		ماستر = 47		دكتوراه = 2		المجموع = 113
الفئات		%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم		70.31	45	63.82	30	100	2	66.37
لا		29.68	19	36.17	17	-	-	31.85
المجموع		100	64	100	47	100	2	100

يبين الجدول رقم 25 البيانات المتعلقة بمنح مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين فرصة للتعبير عن آرائهم وأحاسيسهم ومشاعرهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث مثلت نسبة 66,37% من أفراد العينة الذين كانت إجاباتهم ايجابية ، بينما جاءت نسبة 31,37% من المبحوثين تنفي منح هذه المواقع فرصة وحرية التعبير عن الأحاسيس والمشاعر.



الجدول رقم ( 26): يبين الأساليب التعبيرية لدى المبحوثين للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع = 113		دكتوراه = 2		ماستر = 47		ليسانس = 64		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
58.40	66	50	1	55.31	26	60.93	39	الرسائل النصية
9.73	11	-	-	8.51	04	10.93	07	الرسائل الصوتية
31.85	36	50	1	36.17	17	28.12	18	الرسائل الرمزية
100	113	100	22	100	47	100	64	المجموع

يبين الجدول رقم 26 البيانات المتعلقة بالأساليب التعبيرية المفضلة لدى المبحوثين أثناء تواصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث أظهرت النتائج أن 58,40% من أفراد العينة يفضلون الرسائل النصية و 31,85% الرسائل الرمزية وصرح 9,73% من المبحوثين أنهم يفضلون الرسائل الصوتية.

يمكن تفسير هذه النتائج كون الرسائل النصية أكثر خصوصية و سرية حيث أن أعلى نسبة من المبحوثين يتواصلون في البيت وهذا ما أظهرته نتائج الجدول رقم 12 كان لا بد من التواصل عن طريق الرسائل النصية للحفاظ على سرية عملية التواصل، بينما برر من يتواصلون عن طريق الرسائل الرمزية هذا الخيار كونها تختصر الكلام وتوصل الفكرة بدقة، في حين يعود اختيار الرسائل الصوتية إلى أنها الأنسب لإيصال المواضيع التي يطول شرحها أثناء التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (27): يبين ما إذا كان الباحثين يستخدمون الرموز أثناء التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي أم لا.

المجموع = 113		دكتوراه = 2		ماستر = 47		ليسانس = 64		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
83.18	94	100	2	89.36	42	78.12	50	نعم
16.81	19	-	-	10.63	05	21.87	14	لا
100	113	100	2	100	47	100	64	المجموع

يبين الجدول رقم 27 رأي الباحثين حول تفضيلهم استخدام الرموز عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث أظهرت النتائج أن 83,80% يفضلون استخدامها بينما عبر 16,81% عن عدم استعمال هذه الرموز.

يعود تفضيل الباحثين استخدام الرموز أثناء التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى كونها توصل الفكرة المراد إيصالها بدقة وبسرعة أكبر مختصرة الوقت والجهد.

الجدول رقم ( 28): يوضح الرموز التعبيرية المفضلة لدى الباحثين للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع = 113		دكتوراه = 2		ماستر = 47		ليسانس = 64		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
12.38	14	50	01	8.51	04	14.06	09	رسم
50.44	57	50	01	59.57	28	43.75	28	صورة
37.16	42	-	-	31.91	15	42.18	27	كاريكاتور
9.73	11	100	02	12.76	06	4.68	03	أخرى تذكر

يبين الجدول رقم 28 الرموز التعبيرية المفضلة لدى الباحثين للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث أظهرت البيانات أن 50,44% من أفراد العينة يفضلون استخدام الصور بينما 37,16% يميلون إلى تفضيل صور الكاريكاتور وبنسبة 12,38% من أفراد العينة يفضلون الرسم، كما

بينت النتائج أن 9,73% من المبحوثين يفضلون أشكالا تعبيرية أخرى تم تمثلت في: ستيكرز وإيموجيو سمايل.

- نلاحظ أن أغلب المبحوثين يفضلون الصور للتعبير عن الأحاسيس لما للصورة من دلالة وتأثير وقدرة على إيصال الفكرة بوضوح للطرف الآخر، وكما تمكن الصورة الملتقي من استيعاب ما يريد المرسل التعبير عنه والوصول إليه، ويعود تفضيل المبحوثين استخدام الكاريكاتور للتعبير عبر هذه المواقع لأن الكاريكاتور يجمع بين الأسلوب الجدي والهزلي فيتحقق بالتالي من خلاله التواصل والترفيه. الجدول رقم (29): يوضح ما إذا كان للرمز تأثير في إيصال الفكرة أكثر من غيره من الأساليب أم لا.

المجموع = 113		دكتوراه = 2		ماستر = 47		ليسانس = 64		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
76.99	87	100	2	74.46	35	78.12	50	نعم
23.00	26	-	-	25.53	12	21.87	14	لا
100	113	100	2	100	47	100	64	المجموع

يبين الجدول رقم 29 رأي المبحوثين حول ما إذا كان للرمز تأثير في إيصال الفكرة أكثر من غيره من الأساليب أثناء التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فكانت آراء الطلبة في الأطوار الثلاثة متقاربة ومتشابهة حيث كانت نسبة 76,99% من أفراد العينة إيجابتها ب "نعم" بينما نفى 23% منهم هذا الطرح.

يمكن تفسير هذه النتائج المتمثلة في أن أغلب الطلبة يعتبرون أن للرمز تأثير في إيصال الرسالة أكثر من غيره من الأساليب راجع إلى فهمهم وتقديرهم لخصائص ودلالات الرمز التعبيرية بالإضافة إلى أن استخدام الرمز يساهم في اختصار الوقت والجهد، أما النسبة الأقل من الطلبة والتي نفت أن يكون للرمز تأثير في إيصال الفكرة أكثر من غيره فيعود إلى عدم قناعتهم بأهميته وفعاليتها في العملية الاتصالية. إذ يتفقون على أن الرمز قد يؤدي في بعض الأحيان إلى الالتباس في فهم الرسالة.

الجدول رقم (30): يوضح إجابة المبحوثين حول إمكانية وجود فارق بين الرسائل النصية والصوتية والرمزية من عدمها.

المجموع = 113		دكتوراه = 2		ماستر = 47		ليسانس = 64		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
77.87	88	100	2	74.46	35	79.68	51	نعم
22.12	25	-	-	25.53	12	20.31	13	لا
100	113	100	2	100	47	100	64	المجموع

يبين الجدول رقم 30 البيانات المتعلقة بآراء المبحوثين حول إمكانية وجود فارق بين الرسائل النصية والصوتية والرمزية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث عبر 77,87% من أفراد العينة عن وجود فارق بين هذه الأنواع الثلاثة بينما جاءت نسبة 22,12% من المبحوثين تنفي وجود أي فرق بين هذه الرسائل.

يمكن تفسير هذه النتائج على أن المبحوثين باعتبارهم طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال وعلى دراية وإطلاع بدلالات الرمز والقدرة على تحليل وفهم المعاني والتعبير سواء كانت نصية أو صوتية فإنهم يجدون فارقاً بين هذه الرسائل، حيث يحمل الرمز أكثر من معنى يخضع فهمه واستيعابه بشكل صحيح إلى مستوى إدراك المتلقي، على عكس الرسالة النصية التي تؤدي معنى واضح وكذلك الرسائل الصوتية، في حين نفى 22,12% من المبحوثين وجود فارق وهذا قد يعود إلى عدم تقديرهم واطلاعهم الكافي على خصائص كل نوع من هذه الرسائل.

المحور الرابع: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتداول اللغة الأصلية لمستخدميه من الشباب.

الجدول رقم ( 31): يبين اللغة الأكثر استخداما بين المبحوثين وأصدقائهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع = 113		دكتوراه = 2		ماستر = 47		ليسانس = 64		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
41.59	47	100	2	42.55	20	39.06	25	العربية الفصحى
8.84	10	50	1	8.51	04	7.81	05	الفرنسية
-	-	-	-	-	-	-	-	الانجليزية
51.32	58	-	-	48.93	23	54.68	35	العامية
12.38	14	50	1	17.02	08	7.81	05	أخرى تذكر

يبين الجدول رقم 31 اللغة الأكثر استخداما بين المبحوثين وأصدقائهم على مواقع التواصل الاجتماعي حيث أظهرت النتائج أن 51,32% من أفراد العينة يستخدمون العامية للتواصل بنسبة 54,68% من طلبة الليسانس و 48,93% من طلبة الماستر، وجاء استخدام اللغة العربية في المرتبة الثانية بنسبة 41,59% من أفراد العينة موزعين بنسب متقاربة 42,55% من طلبة الماستر و 39,06% بينما جاء استخدام اللغة العربية الفصحى لدى طلبة الدكتوراه بنسبة 100%، وقد أظهرت النتائج وجود لهجات ولغات أخرى تستخدم من طرف الطلبة بنسبة 12,38% من أفراد العينة المتمثلة في اللغة الأمازيغية واللغة التركية بينما تدلت اللغة الفرنسية الترتيب بنسبة 8,84% من أفراد العينة أما اللغة الإنجليزية فلم يرد استخدامها عند أي فرد من أفراد العينة.

نلاحظ من خلال الجدول أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من أفراد العينة من طلب الليسانس والماستر يستخدمون العامية بنسبة كبيرة راجع إلى أن التواصل في أغلبه يكون بين الأصدقاء حيث تنعدم فيه الرسمية كما أنهم يستخدمون اللغة العربية في المرتبة الثانية وهذا راجع إلى استخدامها في سبيل التواصل من أجل تبادل المعارف والمعلومات مع زملاء الدراسة، أما طلبة

الدكتوراه فجاءت النتائج تبين عزوفهم عن استخدام العامية وتفضيلهم للفصحى والفرنسية وهذا يعود إلى كون تواصلهم يغلب عليه الطابع العلمي.

الجدول رقم (32): يوضح ما إذا كانت هناك عوامل مؤثرة في لغة تواصل الباحثين مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع = 113		دكتوراه = 2		ماستر = 47		ليسانس = 64		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
84.07	95	100	2	74.46	35	75	48	نعم
24.77	28	-	-	25.53	12	25	16	لا
100	113	100	2	100	47	100	64	المجموع

يبين الجدول رقم 32 التساؤل المتعلق بوجود عوامل تؤثر في لغة تواصل الباحثين مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أجاب 84,07% من أفراد العينة بـ "نعم" مبررين ذلك بأن تواصلهم في كثير من الأحيان يكون بهدف البحث العلمي في إطار محض مع أصدقاء يتمتعون بمستوى علمي وثقافي يفرض عليهم لغة تواصل جادة ورسمية أما 24,77% فقد عبروا عن عدم وجود أي عامل يؤثر على لغة تواصلهم مع أصدقاء مواقع التواصل الاجتماعي حيث نسبوا تصريحاتهم تلك إلى أن تواصلهم في الغالب يكون مع الأصدقاء والرفاق حيث تمتاز لغة تواصلهم مع بعضهم بالعفوية والبساطة والاختصار.

الجدول رقم (33): يوضح ما إذا كان المستوى التعليمي للأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتحكم في اختيار الباحثين للغة معينة أم لا.

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
79.64	90	100	2	85.10	40	75	48	نعم
30.35	23	-	-	14.89	07	25	16	لا
100	113	100	2	100	47	100	64	المجموع

يبين الجدول رقم 33 رأي الباحثين فيما إذا كان المستوى التعليمي للأصدقاء يتحكم في اختيارهم للغة معينة، فكانت 79,64 % من إجابات الباحثين بـ نعم والسبب في ذلك رأيهم أن تواصلهم عبر هذه المواقع يكون أحيانا مع أساتذة أو زملاء لغرض علمي بحث، وبالتالي يستلزم أن تكون اللغة علمية مناسبة للموقف، على عكس عندما يكون المتلقي صديقا عاديا ومستوى تعليمي محدود فإن آراء الباحثين أجمعت على أن لغة التواصل في هذه الحالة تكون بسيطة وعادية، أما 20,35 % من أفراد العينة كانت إجاباتهم سلبية لأنهم لا يقيمون اعتبارا للفروق الفردية في مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (34): يمثل ما إذا كانت هناك علاقة بين المواقع والصفحات التي يتصفحها الباحثين باللغة المستخدمة أثناء التواصل.

المستوى	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	55	85.93	41	87.23	2	100	96	84.95
لا	09	14.06	06	12.76	-	-	17	15.04
المجموع	64	100	47	100	2	100	113	100

يبين الجدول رقم 34 والذي يوضح إمكانية وجود علاقة بين المواقع التي يتصفحها الباحثين واللغة المستخدمة أثناء التواصل حيث جاءت نسبة 84,95 % من أفراد العينة مؤكدة وجود علاقة مبررين ذلك بأن تواصلهم عبر التويتر والفيسبوك مثلا يلزمهم باستخدام لغة يفهمها جميع من يتواصلون معهم أو تصلهم منشوراتهم الشخصية على عكس فيبر حيث يستخدم الباحثون لغة تتوافق مع الشخص المتواصل معه في حد ذاته بينما نفي 15,04 % وجود هذه العلاقة مبررين ذلك بعدم امتلاكهم لأكثر من موقع.

الجدول رقم (35): يوضح ما إذا كان هناك فرق في احترام قواعد اللغة لدى الباحثين أثناء الدرشة على العام أو الخاص أم لا.

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
92.03	104	100	2	95.74	45	89.06	57	نعم
7.96	09	-	-	4.25	02	10.93	07	لا
100	113	100	2	100	47	100	64	المجموع

يبين الجدول رقم 35 إمكانية وجود فرق في احترام قواعد اللغة لدى الباحثين أثناء الدرشة على العام أو الخاص، حيث عبر 92,03% من أفراد العينة عن وجود فرق مبررين ذلك بأن التواصل عبر العام يفرض عليهم التزام الجدية في الكتابة والتعبير وانتقاء الألفاظ وتوضيح المعنى باستعمال أدوات الوقف بينما تواصلهم عبر الخاص يحررهم من هذه القيود فتكون لغتهم خالية من أي قاعدة لغوية ولأن التواصل عبر الخاص في الغالب يكون مع الأصدقاء العاديين والمقربين، في حين أعرب 7,96% عن عدم وجود أي فرق في احترام قواعد اللغة سواء كان تواصلهم على العام أو الخاص لأنهم لا يرون وجود أي سبب يدفعهم إلى ذلك.

الجدول رقم (36): يبين ما إذا كان استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي قد ساهم في إحداث تغيير في التواصل مع الآخرين أم لا.

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
74.33	84	50	1	76.59	36	73.43	47	نعم
25.66	29	50	1	23.40	11	26.56	17	لا
100	113	100	2	100	47	100	64	المجموع



يبين الجدول رقم 36 والموضح لإمكانية وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ولغة التواصل مع الآخرين حيث أكد 74,33 % من أفراد المبحوثين أن هناك علاقة أما 25,66 % فنفوا ذلك.

ويمكن تفسير هذه النتائج إلى أن التواصل عبر هذه المواقع واستخدامها الدائم يجعل المبحوث يتكيف مع ما تمليه عليه أساليب التواصل عبر هذه المواقع، ومع مرور الوقت يكتسب المبحوث لغة جديدة تتضح من خلال تواصله مع الآخرين، بينما يعود عدم إقتناع بقية مفردات العينة بوجود أي علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ولغة تواصلهم مع الآخرين مبررين ذلك بعدم ولوجهم إلى هذه المواقع إلا نادرا.

## 2- عرض نتائج الدراسة:

### أولاً- البيانات الشخصية:

- أثبتت نتائج الدراسة المتعلقة بالبيانات الشخصية إن غالبية المبحوثين من جنس الإناث بنسبة 72,56 % .

- معظم المبحوثين كانوا يتمتعون إلى الفئة العمرية 20- 24 سنة بنسبة قدرت ب 65,48 %.

- أما فيما يتعلق بالمستوى التعليمي للمبحوثين فكان غالبيتهم من مستوى ليسانس نسبة 56,63 %، ثم تليه نسبة 41,59 %، ثم دكتوراه بنسبة 1,76 %.

### ثانياً- عادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي:

- أغلبية طلبة قسم الإعلام والاتصال يمتلكون حسابا على موقع الفيسبوك بنسبة 98,23 % وأنستغرام بنسبة 39,82 %.

- أغلبية طلبة قسم الإعلام والاتصال يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين بنسبة 41,59 %، ليليه نسبة 26,54 % من 3- 4 ساعات.

- معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من 2- 3 سنوات بنسبة 33,62 % ومن 4- 5 سنوات نسبة 26,24 % ثم من 6 سنوات فما فوق ب 22,54 % ، وفي ذيل الترتيب أقل من سنتين ب 17,69 %.

- يستخدم طلبة قسم الإعلام والاتصال مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث مرات في اليوم بنسبة 47,78% .

- معظم الباحثين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ليلا وبنسبة قدرتها 74,33%.

- أثبتت أيضا نتائج الدراسة أن أغلبية الباحثين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البيت بنسبة 73,45%.

- أثبتت النتائج أن اهتمامات الباحثين كانت تتعلق بالمواضيع الاجتماعية بنسبة 78,76% .

- أغلبية الباحثين يفضلون استخدام الهاتف الذكي للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 87,61% .

- 45,31% من الباحثين يستخدمون الرموز والملصقات للتعبير ردود الأفعال والانفعالات المفاجئة للطرف المتلقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي كتابيا، وعن طريق تمديد الحرف وتكراره بنسبة 33,81% وعن طريق المنشورات الفيسبوكية ب 21,87%.

- 54,86% من أفراد العينة يؤكدون وجود علاقة بين الجهاز المستخدم ونمط الكناية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بينما نفى 45,13% منهم وجود تلك العلاقة.

ثالثا- الأساليب التعبيرية المستخدمة لدى الشباب للتعبير عن الأحاسيس والمشاعر عبر هذه المواقع.

- 66,37% من أفراد العينة أكدوا أن مواقع التواصل الاجتماعي تمنحهم فرصة التعبير عن مشاعرهم وأحاسيسهم بحرية.

- 58,40% من الباحثين يفضلون الرسائل النصية للتعبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بينما يفضل 35,81% أسلوب الرسائل الرمزية و 9,73% يفضلون الرسائل الصوتية.

- 50,44% من الباحثين يستخدمون الصورة كرمز تعبيرى و 37,16% يستخدمون الكاريكاتور و 12,38% يفضلون الرسم.

- 76,99% من الباحثين يؤكدون وجود تأثير للرمز في إيصال الفكرة أكثر من غيره من الأساليب.

-77,87% من الباحثين صرحوا بوجود فرق بين الرسائل النصية والصوتية والرمزية.

- يفضل الباحثون خدمة الدردشة نسبة 82,30%.

رابعاً- طريقة الكتابة المستخدمة لدى الشباب للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- يستخدم أفراد العينة الحروف العربية بنسبة 69,91%، كما بينت الدراسة ظهور طريقة جديدة للكتابة والمعروفة بالفرانكو آراب بنسبة 66,37%.

- يعود اكتساب الباحثين للحروف المستخدمة في كتابة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى الاستخدام المكثف بنسبة 40,70 % وإلى التفاعل مع الأصدقاء بنسبة 34,51% وساهم تخصصهم في ذلك 24,77% .

- 69,91% من أفراد العينة لا تلتزمهم مواقع التواصل الاجتماعي باحترام قواعد الكتابة، وعبر 30.08% منهم أنها تلتزمهم بذلك.

- 57,52% من الباحثين يرون بأن الاختصار ميزة الرسائل النصية و 52,21% أظهروا أنها تتميز بالسرعة بينما 26,56% عبروا عن أنها تتميز بالسهولة.

- 57,52% من أفراد العينة تخضع طريقة كتاباتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى مقاييس متعلقة بالمتلقي، في حين نفى 42,47% ذلك.

- تنصدر طبيعة العلاقة بين المرسل والمتلقي قائمة المقاييس المتعلقة بالمتلقي التي يخضع لها الباحثون أثناء كتابتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 60% وجنسية المتلقي 18,46% و المستوى التعليمي له بنسبة 21,53%.

- يؤكد 56,63% من أفراد العينة أنه بإمكانهم إيصال ردود أفعالهم وانفعالاتهم المفاجئة إلى الطرق المتلقية كتابيا. عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في حين نفى 43,36% ذلك.

خامسا- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقة بتداول اللغة الأصلية:

- توضح النتائج المتحصل عليها أن 51,32 % من المبحوثين يفضلون استخدام العامية أثناء التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ثم تليها العربية الفصحى بنسبة 41,59 % ثم اللهجات واللغات الأخرى كالتركية والأمازيغية بنسبة 12,38 % ثم الفرنسية بنسبة 8,84 % .

- أغلبية المبحوثين صرحوا بأن هناك عوامل تؤثر في لغة التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 84,07 % .

- معظم المبحوثين أكدوا بأن المستوى التعليمي للأصدقاء يتحكم في اختيارهم للغة معينة والتي بلغت نسبتهم 79,64 % .

- أيضا أكدت نسبة 84,95 % من المبحوثين بأنه توجد علاقة بين المواقع التي يتصفحونها واللغة المستخدمة أثناء التواصل .

- تبين نتائج الدراسة أيضا أن 92,03 % أكدوا وجود فرق في احترام قواعد اللغة أثناء الدردشة على العام أو الخاص .

- أكد 74.33 % المبحوثين أنه توجد علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بتغير لغة تواصلهم مع الآخرين .

### 3- نتائج الدراسة في ضوء المقاربة العلمية:

اعتمدت الدراسة التي قمنا بها والمعنوية بـ"استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على لغة التواصل" على مقاربة الاستخدامات والإشباع، حيث جاءت هذه النظرية أو المقاربة كنتيجة للدراسات والبحوث المتعلقة بوسائل الإعلام والجمهور، وترتكز هذه النظرية على عدة مسلمات وضعها الباحثون وتؤكد هذه النظرية بأن أفراد الجمهور يستخدمون المضامين الإعلامية من أجل إشباع رغباتهم و حاجاتهم الكامنة والداخلية، وأن أفراد الجمهور هم الذين يحددون نوع المضمون الإعلامي الذي يرغبون فيه وأن دور الوسيلة الإعلامية لا تتعدى كونها تلي الحاجات والرغبات،

لذلك نقارن نتائج الدراسة الحالية بناء على مسلمات وتصورات نظرية الاستخدامات والإشباع كالتالي:

- إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشيط ايجابي وفعال، استخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف معينة خاصة به، وهذا ما أثبتته نتائج دراستنا الحالية التي أظهرت أن طلبه قسم علوم والاتصال هو جمهور انتقائي ونشيط ويجابي فهو يتحكم في ظروف استخدامه لهذه الوسائل من حيث وقت التعرض، وكذلك الزمن والذي بينت النتائج أن معظم عينة الدراسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الليلية، دونما أي اعتبار لعنصر الزمن، كما أنه يتفاعل بشكل كبير مع المضامين الاجتماعية، ويشارك ويتبادل الآراء والأفكار مع مختلف الأطراف، ولهذا فإنه ايجابي ونشط يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهدافه.

- الحاجات الاجتماعية: تتمثل في الحاجة إلى التواصل والتفاعل مع الآخرين وهذا ما أثبتته نتائج دراستنا حيث يفضل أغلب أفراد العينة المضامين الاجتماعية بنسبة كبيرة.

- الحاجات النفسية: الحاجة إلى التعبير والتنقيس بكل حرية أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما أكدته نتائج دراستنا.

- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجياته، وهذا ما أكدته نتائج دراستنا أن طلبة قسم الإعلام والاتصال يختارون الهاتف الذكي كوسيلة للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هذه الوسيلة تقوم بإشباع حاجاته الثقافية والاجتماعية من خلال تصفح المواضيع ذات طابع اجتماعي وثقافي.

- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الأفراد المتنوعة وخاصة مع وسائل الاتصال الحديثة مثل مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أصبحت هذه الأخيرة مصدرا مهما وقويا في منافسة وسائل الإعلام لإشباع حاجات الأفراد المتنوعة، ووسيلة التواصل في عالم افتراضي يتحرر فيه الفرد من كل القيود، حيث أظهرت نتائج دراستنا أن أغلب أفراد العينة أثناء تواصلهم لا يتقيدون بالقواعد اللغوية ما أدى إلى ظهور لغة جديدة وهي الفرانكو آراب.

**4- عرض النتائج في ضوء الفرضيات:**

- 1- من خلال الجدول رقم 09 والجدول رقم 10 نلاحظ أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يوميا ولساعات طويلة، حيث بلغت نسبة استخدامهم لها أكثر من ثلاث مرات 47,78% من ساعة إلى ساعتين نسبة 41,59%.
- 2- أدى استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بظهور طريقة جديدة في الكتابة عبر هذه المواقع المعبر عنها بمصطلح الفرانكو آراب، وهذا ما أكدته نتائج الجدول رقم 16 بنسبة 66,37% منافسة للحروف العربية التي بلغت نسبة استخدامها 69,91%.
- 3- من خلال الجدول رقم 23 نلاحظ أن أفراد العينة أثناء تواصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي يلجؤون إلى أسلوب جديد يتمثل في استخدامهم للرموز والملصقات للتعبير عن الأحاسيس والمشاعر بنسبة 45,31، كما بينت نتائج الجدول رقم 28 أن الرموز التعبيرية المفضلة لدى الباحثين للتواصل عبر هذه المواقع هي الصور بنسبة 50,44% والكاريكاتور بنسبة 37,16%.
- من خلال الجداول رقم 31، 32، 33، 34، 35، 36 تبين أن استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى التقليل من تداول اللغة الأصلية والمتمثلة في اللغة العربية، حيث يميل مستخدمي هذه المواقع من أفراد العينة إلى استخدام العامية بنسبة 51,32% على حساب اللغة الأم بنسبة 41,59%، كما بينت النتائج أن المستوى التعليمي للأصدقاء والصفحات التي يتصفحها الباحثين وغياب احترام قواعد اللغة في هذه المواقع ساهم في ذلك.

**6 عرض نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:**

نتائج التساؤل الأول : ما هي عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب

؟

- أشارت نتائج الدراسة إلى أن أغلب الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من 2-3 سنوات ، تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة مريم نومان نومار حيث أكدت أن غالبية اشترك الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي تتراوح من سنة إلى ثلاث سنوات.

و توصلت دراستنا إلى أن أغلب المبحوثين يستغرقون في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين في حين أكدت دراسة قواسمية حنان أن أغلب المبحوثين يستغرقون في نصحهم في تصفحهم لهذه المواقع من ساعتين إلى ثلاث ساعات.

نتائج التساؤل الثاني: ما هي طريقة الكتابة المستخدمة عند السباب للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

أعطت نتائج دراستنا أن نسبة عالية من المبحوثين يستخدمون طريقة جديدة للكتابة هي الفرانكوأراب للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي و هذا يتفق مع ما توصلت إليه ريا بنت سالم بنت سعيد حيث أشارت نتائج دراستنا إلى تفضيل المبحوثين استخدام العريزي للتواصل عبر هذه المواقع.

نتائج التساؤل الثالث: ما هي الأساليب التعبيرية المستخدمة لدى الشباب لتعبير عن أحاسيسهم و مشاعرهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

أظهرت نتائج دراستنا أن أغلب المبحوثين يؤكدون وجود تأثير للرمز في إيصال الفكرة أكثر من غيره من الأساليب و هذا ما توصلت إليه دراسة إيمان شين حيث أكدت على ظهور الرمز في عبارات الأشكال الفيديوية بأنواعه ( الطبيعي، التاريخي، الديني)

نتائج التساؤل الرابع: هل يؤدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى التقليل من تداول اللغة الأصلية لمستخدميه من الشباب حيث جاءت النتائج موضحة أن أغلب المبحوثين أكدوا وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و تغير لغة تواصلهم مع الآخرين و هذا ما توصلت إليه نتائج دراسة ريا بنت سالم سعيد حيث أكدت نتائجها أن أغلب المبحوثين يرفضون التواصل مع أي أحد لا يستخدم العريزي في كتاباته عبر هذه المواقع

خاتمة



يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين، حيث إلى جانب أنها ساهمت في تسهيل العملية الاتصالية والتواصلية ووفرت الكثير من الخدمات التي لا يستهان بقيمتها الإيجابية للفرد، إلا أنه لا يمكن أيضا تجاهل ذلك الجانب السلبي والمتمثل في كونها منشأ أوليا ووسطا خصبا لانتشار لغة جديدة ودخيلة وغريبة وسط الفئة الشبابية حيث يتم تداولها على نطاق واسع عبر مواقع التواصل الاجتماعي كأسلوب للتعبير عما يختلج في نفس المستخدم، وقد أفضى هذا الأمر إلى وقوع الشباب وخاصة الجامعيين في دوامة من اللانسجام في تركيب وبناء لغة سليمة تساهم في إثراء رصيده اللغوي في مشواره الدراسي، فيبقى تائها بين العامية والعربية واللاتينية والكثير من الاختصارات اللغوية التي تنعكس سلبا على مستواه، وهذا ما يدفعنا إلى أن نقول بأن الواقع لا يدعو إلى الاطمئنان. فلا بد من الحذر من مثل هذه الانزلاقات التي تمس بهويتنا الثقافية والعربية دون التحلي عن ركب التكنولوجيا وخدماتها، فإذا لم نتدارك الأمر الآن فكيف سيكون مستقبلا.

وفي النهاية يمكن القول أن ما توصلت إليه دراستنا الخاصة بعينة الدراسة يمكن أن تكون منطلقا لدراسات لاحقة تعزز أو تنفي نتائج بحثنا.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولا - القرآن الكريم:

1 - سورة البقرة، الآية 31.

2 - سورة الحجرات، الآية 14.

ثانيا - القواميس والمعاجم:

3 - أديب عبد الله النوايسة، معجم مفاهيم وإضطرابات النطق والكلام واللغة ، عمان: دار يافة العلمية للنشر والتوزيع، 2014.

4 - جبران مسعود، معجم رائد الطلاب، بيروت: دار العلم للملايين، 1967.

5 - جماعة من كبار اللغويين العرب، المعجم العربي الأساسي لاروس ، (د.ب): بتكليف من المنظمة العربية للغة والثقافة (د.س.ن).

6 - طارق السيد خليفى، معجم مصطلحات الإعلام انجليزي-عربي ، مصر: دار المعرفة الجامعية 2008.

7 - مجدي عزيز إبراهيم، معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتحكم ، القاهرة: عالم الكتب 2009.

8 - محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع ، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2013.

9 - محمد عمدي، مرشد الطلاب، قاموس مدرسي عربي-عربي ، الجزائر: منشورات المرشد الجزائري، 2005.

ثالثا - الكتب العربية:

10 - إبراهيم عبد الله الزريقات، اضطرابات الكلام واللغة ، (ط3)، عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون، 2014.

- 11 إبراهيم محمد المختار، مراحل البحث الاجتماعي وخطواته الإجرائية ، القاهرة: دار الفجر العربي، 2005.
- 12 أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال ، (ط 2)-الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2015.
- 13 أحمد عيساوي، تبسة وأعلامها، الجزائر: دار البلاغ للنشر والتوزيع، 2005.
- 14 أحمد نايل المزيد وآخرون، الخمود اللغوي وإضطرابات النمو والكلام ، الأردن: جدار الكتاب العالمي، 2009.
- 15 أسامة فاروق مصطفى سالم، اضطرابات التواصل بين النظرية والتطبيق ، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2014.
- 16 إسماعيل محمود علي، الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية ، الكويت: دار الوفاء القانونية، 2015.
- 17 أنسي محمد أحمد قالم، اللغة والتواصل لدى الطفل ، مصر العربية: مركز الإسكندرية للكتاب .2002.
- 18 إيمان عباس الخفاق، التنمية اللغوية للأسرة والمعلم والباحث ، عمان: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2002.
- 19 جسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الإعلام، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.
- 20 جمال معتوق، منهجية العلوم الاجتماعية والبحث الاجتماعي، القاهرة: دار الكتاب الحديث .2012.
- 21 جميل حمداوي، التواصل اللساني والسيميائي والتربوي ، المغرب: مكتبة المثقف العربي .2015.
- 22 جواد الجبوري، حسين محمد، منهجية البحث العلمي (مدخل لبناء المهارات البحثية) عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2013.

- 23 حارث عبود، مزهو العاني، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، عمان: دار الحامة للنشر والتوزيع، 2015، ص 145.
- 24 حسين محمد هثيمي، العلاقات العامة ومواقع التواصل الاجتماعية، عمان: دار نبلاء ناشرون موزعون، 2015.
- 25 حمدي بشير، ظاهرة الإعلام الاجتماعي وأبعادها الاقتصادية والسياسية والأمنية في العالم العربي، عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2014، ص ص 20-21.
- 26 خالد غسان، ثورة الشبكات الاجتماعية، بيروت: دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013.
- 27 سامية الساعاتي، الشباب الجامعي والتغيير الاجتماعي، القاهرة: الدار المصرية للبقاية للنشر والتوزيع، 2003.
- 28 سليمان بكر بن کران ، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعية، عمان: دار الراية للنشر والتوزيع، 2015.
- 29 صالح الداوي، مهارات التواصل الاجتماعي (أسس، مفاهيم وقيم)، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015.
- 30 عامر إبراهيم قندلجي، الإعلام الإلكتروني، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2015.
- 31 عامر إبراهيم قندلجي، الإعلام والمعلومات والأنترنت، عمان: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2013.
- 32 عامر ابراهيم مقندلجي، إيمان السامرائي، البحث العلمي الكمي والنوعي، عمان: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009.
- 33 عبد العزيز بن عثمان التويجري، التواصل الحضاري والتفاهم بين الشعوب، الرياض منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم الثقافية، (د.س.ن).
- 34 عبدة الراجحي، اللغة وعلوم المجتمع، (ط2)، بيروت: دار النهضة العربية، 2004.
- 35 عبير الشفيق الرحباني، الاستعمار الإلكتروني، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.

- 36 علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، بغداد: دار النهضة للنشر والتوزيع، 2014، ص 90.
- 37 علي كنعان، المجتمع المدني والإعلام، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015.
- 38 علي محمد رحومة، الأنترنت والمنظومة التكنولوجية الاجتماعية ، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2001.
- 39 عماد فاروق محمد صالح، الاتصال الإنساني في الخدمة الاجتماعية ، الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2010.
- 40 فتحي علي يونس، اللغة والتواصل الاجتماعي، الكويت: منشورات ذات السلاسل، 1995.
- 41 فرح عبد القادر عطية، موسوعة علم النفس والتحليل النفسي ، (ط2)، القاهرة: دار غريب، 2016.
- 42 كمال محمد المغربي ، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، عمان: دار الثقافة، 2006.
- 43 ماهر عودة الشمايلية وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015.
- 44 محمد جهاد جمل، دلال هلال، الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2008.
- 45 محمد عابد الجابري، التواصل نظريات وتطبيقات ، لبنان: الشبكة العربية للأبحاث والنشر، 2010.
- 46 محمد عبد الجبار خندقجي، نواف عبد الجبار خندقجي ، مناهج البحث العلمي-منظور تربوي معاصر، الأردن: عالم الكتب الحديث، 2012.
- 47 محمد عبد العالي البغمي، تصميم وتحليل التجارب في البحث العلمي ، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017.
- 48 محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات) ، (ط2) عمان: دار وائل للنشر، 1999.

- 49 محمد علي أبو العلا، نظريات الاتصال المعاصرة في ضوء تكنولوجيا الاتصال والعولمة القاهرة: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2013.
- 50 - محي الدين محمد الديهمي، شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامي على جمهور المتلقين القاهرة: دار الوفاء القانونية، 2015، ص 353.
- 51 مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعية في الاحتساب ، الرياض: دار المحتسب للنشر والتوزيع، 2015.
- 52 مصطفى عليان، عثمان محمد عنيمة، أساليب البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (ط3)، الجزائر، 2007.
- 53 مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال ، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع 2015.
- 54 معن خليل عمر، مناهج البحث في علم الاجتماع ، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع 2014.
- 55 منال هلال مزاهرة، بحوث الإعلام (الأسس والمبادئ)، عمان: دار كنوز للمعرفة، 2010.
- 56 موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، (ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون)، الجزائر: دار القصة للنشر، 2004.
- 57 نبيل عبد الهادي وآخرون، مهارات في اللغة والتفكير ، (ط2)، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2005.
- 58 نوال محمد عهد، مناهج البحث الاجتماعي والإعلام ، القاهرة: عالم المكتبة الأنجلو مصرية 1982.
- 59 هلا السعيد، اضطرابات التواصل اللغوي-التشخيص والعلاج ، القاهرة: مكتبة الأنجلو مصرية، 2004.
- 60 ياسين خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، 2014، ص ص 392-393.

رابعا -المجلات:

- 61 بويستة بشير، اضطرابات اللغة لدى الطفل، مجلة رسالة العربي، ع1، الجزائر، 2017.
- 62 علي ابتسام ريس، نظرية الاستخدامات والاشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 25، (د.ب.ن).
- 63 محمد بن سعود البشير، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، جامعة الكويت: بحث منشور في المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد 83، 2003.
- 64 مفيدة يجاوي، فائزة جيحج، دور الموقع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة آفاق العلمية، العدد 9، 2014.
- خامسا -الرسائل الجامعية:
- 65 ليمان بن دعدوش، الشبكات الاجتماعية وبناء النظرة الافتراضي، مالطا: المؤتمر العربي الأوربي 2012.
- 66 بوهلال أحلام، تأثير شبكة الأنترنت على العلاقات الأسرية، مذكرة ماستر: قسم العلوم الإنسانية، جامعة تبسة، 2016.
- 67 حسناء بالفول، سلوى بالقرعة، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأثرها على القيم لدى الشباب، مذكرة ماستر: قسم الإعلام والاتصال، جامعة جيحج، 2016-2017.
- 68 حليلة لكحل، ربيحة زايدي، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة الجلفة، 2016.
- 69 سامي عبد الرحمان الخلفي، اتجاهات الشباب الجامعي نحو المشاركة في انتخابات المجالس البلدية، رسالة ماجستير: قسم العلوم الاجتماعية، 2010.
- 70 السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.



- 71 سليمان بورحلة، أثر استخدام الأنترنت على اتجاهات الطلبة وسلوكياتهم ، رسالة ماجستير قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007.
- 72 علي حوش، محمد بوزريّة، استخدامات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعية والاشباعات المحققة ، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل، 2016.
- 73 لمزرق نور الهدى، فشي مريم، الفن التشكيلي ونظرية التواصل ، مذكرة ماجستير: قسم الفنون جامعة تلمسان، 2016.
- 74 ماجد رجب، العيد سكر، التواصل الاجتماعي - أنواعه، طوبطى، آثاره ومعوقاته ، رسالة ماجستير في التفسير وعلوم القرآن، فلسطين: الجامعة الإسلامية، 2011.
- 75 مريم غزال، نوال شعوبي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ليسانس أكاديمي: قسم الإعلام والاتصال، ورقلة، 2014.
- 76 مريم نيمان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية ، رسالة ماجستير: قسم العلوم الإنسانية، جامعة باتنة، 2012.
- 77 نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه قسم العلوم الاجتماعية، جامعة بسكرة، 2016، ص ص 136-137.
- سادسا - المؤتمرات والملتقيات والبحوث
- 78 رياض بن ناصر العريجي، استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الخيري السعودية: اللقاء السنوي الرابع عشر للجمعيات الخيرية، 2007.
- سابعا- المواقع الإلكترونية:
- 79 [www.almaany.com/dic/](http://www.almaany.com/dic/).-
- 80 <http://wedoo.tech> -

الملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

استمارة بعنوان:

استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على لغة التواصل

-دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال-

ملاحظة 1:

بين أيديكم استمارة استبيان بعنوان: استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على لغة التواصل بغرض البحث العلمي، نرجو منكم الاجابة على كل الأسئلة بصدق وموضوعية، وبعدم بالحفاظ على سرية المعلومات.

الأستاذة المشرفة:

د.حورية بولعويديات

إعداد الطالبتين:

\* نجاة بوالزيت

\* مريم لطرش

ملاحظة 2: ضع علامة (x) مكان الاجابة المناسبة.

السنة الجامعية 2017/2018

البيانات الشخصية.

- 1- الجنس:  ذكر أنثي
- 2- السن:  من 20 - 24  من 25 - 29  من 30 سنة وأكثر
- 3- المستوى التعليمي:  ليسانس  ماستر  دكتوراه

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

4- ما هو الموقع الذي تملك حسابا فيه؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل

- فيسبوك  تويتر  انستغرام
- فيبر  أخرى تذكر.....

5- منذ متى وأنت تستخدم هذا الموقع؟

- أقل من سنتين  من سنتين إلى 3 سنوات
- من أربع إلى 5 سنوات  من 6 سنوات فما فوق

6- كم هو عدد الساعات التي تقضيها على الموقع يوميا؟

- أقل من ساعة  من ساعة إلى ساعتين
- من 3 إلى 4 ساعات  أكثر من 4 ساعات

7- كم مرة تستخدم حسابك على الموقع في اليوم؟

- مرة واحدة  من مرتين إلى 3 مرات  أكثر من 3 مرات

8- ماهي الأوقات المفضلة لديك لتصفح الموقع؟

- صباحا  ظهرا  مساءا  ليلا

9- أين تفضل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

في البيت  مقهى الإنترنت  
 الجامعة  غير محددة

10- ماهي المضامين المفضلة لديك لتصفحها عبر هذه المواقع؟

اجتماعية  ثقافية  سياسية  عاطفية

أخرى تذكر.....

11- ما نوع الجهاز الذي تستخدمه لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

الحاسوب  الهاتف الذكي  اللوحة الالكترونية  كلها

12- ماهي الخدمات المفضلة لديك أثناء استخدامك لهذه المواقع؟

مشاركة الصور  مشاركة الفيديو  الدردشة  التعليقات

أخرى تذكر.....

المحور الثاني: طريقة الكتابة المستخدمة لدى الشباب للتواصل عبر هذه المواقع

13- ماهي الحروف التي تستخدمها لكتابة الرسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

العربية  اللاتينية  الفرانكوآب

\* كيف تم اكتسابها؟.....

14- هل تواصلك عبر مواقع التواصل يلزمك باحترام قواعد الكتابة؟

نعم  لا

15- حسب رأيك بماذا تمتاز الرسائل النصية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الاختصار  السرعة  السهولة

16- هل تخضع طريقة كتابتك في مواقع التواصل الاجتماعي إلى مقاييس معينة متعلقة بالملتقى؟

نعم  لا

17- إذا كانت إجابتك بنعم هل هي:

جنسية المتلقي  مستواه التعليمي  طبيعة العلاقة بينكما

18- هل بإمكانك إيصال ردود أفعالك وانفعالاتك المفاجئة إلى الطرف المتلقي كتابيا؟

نعم  لا

إذا كانت إجابتك بنعم فكيف يتم ذلك.....

.....

19- هل هناك علاقة بين نوع الجهاز ونمط الكتابة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم  لا

المحور الثالث: الأساليب التعبيرية المستخدمة لدى الشباب للتعبير عن الأحاسيس والمشاعر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

20- هل تمنحك مواقع التواصل الاجتماعي فرصة التعبير عن أحاسيسك ومشاعرك بكل حرية؟

نعم  لا

21- أي الأساليب التعبيرية تفضل أثناء التواصل عبر هذه المواقع؟

الرسائل النصية

الرسائل الصوتية

الرسائل الرمزية

22- هل تفضل استخدام الرموز أثناء التواصل عبر هذه المواقع؟

نعم  لا

23- ماهي الرموز التعبيرية المفضلة لديك أثناء تواصلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

رسم  صورة  كاريكاتور

\*أشكال رمزية أخرى تذكر.....

24- هل للرمز تأثير في إيصال الفكرة وتقريبها أكثر من غيره من الأساليب؟

نعم  لا

25- هل هناك فارق بين الرسائل المكتوبة والرمزية والصوتية؟

نعم  لا

المحور الرابع: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتداول اللغة الأصلية لمستخدميه من الشباب.

26- ماهي اللغة الأكثر استخداما بينك وبين أصدقائك عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

العربية الفصحى  الفرنسية  الانجليزية  العامية

\*لغات ولهجات أخرى تذكر.....

27- هل هناك عوامل تؤثر في لغة تواصلك مع الآخرين عبر هذه المواقع؟

نعم  لا

28- هل يتحكم المستوى التعليمي للأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي في اختيارك للغة معينة؟

نعم  لا

29- هل هناك علاقة بين المواقع التي تتصفحها و اللغة المستخدمة أثناء التواصل؟

نعم  لا

30- هل هناك فرق في احترامك لقواعد اللغة إذا كانت الدردشة على العام أو الخاص؟

نعم  لا

## استمارة استبيان

---

31- هل ساهم استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في إحداث تغيير على لغة تواصلك مع الآخرين؟

لا

نعم



هدفت دراستنا هذه إلى معرفة أثر استخدام الشبَاب لمواقع التواصل الاجتماعي على لغة التواصل، أجريت هذه الدراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.

انطلقت هذه الدراسة من تساؤل رئيسي مفاده:

-كيف أثر استخدام الدراسة الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي على لغة التواصل؟

ومن أجل تبسيط دراستنا و توضيح مشكلتها قمنا بطرح التساؤلات الفرعية التالية :

-ما هي عادات و أنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي؟

-ما هي طريقة الكتابة المستخدمة عند الشباب للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

-ما هي الأساليب التعبيرية التي يستخدمها الشباب للتعبير عن الأحاسيس و المشاعر أثناء التواصل

عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

هل يؤدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى التقليل من تداول اللغة الأصلية المستخدمة من

الشباب؟

وحاولنا الإجابة عن هذه التساؤلات من خلال وضع الفرضيات التالية :

يتصفح الشباب مواقع التواصل الاجتماعي يوميا و لساعات طويلة.

يؤدي استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي إلى ظهور طريقة جديدة للكتابة المعبر عنها

بمصطلح الفرالكو أراب.

يلجأ الشباب إلى أسلوب جديد يتمثل في إرسال الصور والرسومات واستعمال (imogi) للتعبير

عن الأحاسيس و المشاعر.

أدى استخدام مواصل التواصل الاجتماعي إلى التقليل من تداول اللغة الأصلية لدى مستخدميه

من الشباب.

- و قد اشتملت الدراسة على ثلاث فصول حيث تناولنا في الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

حيث قمنا بتحديد مشكلة الدراسة و تساؤلاتها و فرضياتها ، أسباب اختيار الموضوع ، أهداف

الدراسة ، كما تطرقنا إلى بعض الدراسات السابقة و المتشابهة.

أما الفصل الثاني فتضمن الإطار النظري للدراسة حيث قمنا فيه بجمع المعلومات و عن ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وماهية اللغة والتواصل ، أما الفصل الثالث والأخير فقد خصص لعرض وتحليل بيانات الدراسة ومناقشة واستخلاص النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية في ضوء المقاربة العلمية والفرضيات والدراسات السابقة

أُجريت الدراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، أختيرت عن طريق العينة العشوائية الطبقية قدرت بـ 113 مفردة، وقد تم استخدام المنهج الوصفي للملائمة مع طبيعة الدراسة، واعتمدنا في هذه الدراسة الميدانية على أدلة الاستبيان.

و أظهرت النتائج المتوصل إليها في الدراسة ما يلي:

- مستخدم أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة الفترة الليلية.
- الجهاز الأكثر استخداما لدى أفراد العينة هو الهاتف الذكي.
- الخدمات المفضلة لدى المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي هي خدمة الدردشة.
- ظهور طريقة جديدة لكتابة الرسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي المعبر عنها بالفرانكو آراب لدى المبحوثين.
- لا يلزم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المبحوثين باحترام قواعد اللغة.
- يفضل أغلب المبحوثين الرسائل النصية و الرمزية كأحسن الأساليب التعبيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- اللغة الأكثر استخداما لدى المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي العامية.