

جامعة مولود معمري تيزي وزو  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال  
تخصص مؤسسات وتسيير وسائل الإعلام



الموضوع:

لغة تواصل الشباب عبر شبكات التواصل الإجتماعية  
(الفيسبوك نموذجا)  
دراسة ميدانية على رواد الفيسبوك

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص مؤسسات وتسيير وسائل الإعلام

إشراف الدكتورة:

– سميرة تكلال.

من إعداد الطالبين:

- جمال حبيب.

- حياة بوعرىف.

السنة الجامعية : 2018-2019

## كلمة الشكر

نشكر الله و نحمده كثيرا و مباركاً على هذه النعمة الطيبة النافعة نعمة العلم و البصيرة

ونتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة الدكتورة سميرة تكلال التي أشرفت على هذا البحث

المتواضع و اشكرها كثيرا على صبرها معنا

حياة، جمال

## إهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم و زيننا بالحلم و أكرمنا بالتقوى و أجملنا

بالعافية

أتقدم بإهداء عملي المتواضع إلى:

من أحسن إلي أبي الغالي و إلى من أنارت في قلبي حب العلم أمي الغالية

و إلى شقيقتي ليندة و سهام و إلى أشقائي كسيلة و أمزيغ

و إلى من شاركني هذا العمل حبيب جمال

و إلى كل أصدقائي و صديقاتي

و خاصة ليندة التي ساندتني في إنجاز هذا العمل

و إلى كل من يعرفني من قريب و من بعيد

حياة

## إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى ينبوع الحنان والعطف والرحمة  
"الوالدين الكريمين" أطار الله في عمرهما و إلى أشقائي و شقيقاتي.

و إلى من شاركني هذا العمل حياة.

إلى كل الأصدقاء وإلى كل من قدم لنا المساعدة

سواء من قريب أو من بعيد.

جمال

## خطة الدراسة

ملخص الدراسة.

مقدمة.

### I. البناء المنهجي والمفاهيمي للدراسة.

1.I. الإشكالية و تساؤلات الدراسة.

2.I. أسباب اختيار الموضوع.

3.I. أهداف الدراسة.

4.I. أهمية الدراسة.

5.I. منهج الدراسة و أدواته.

6.I. مجتمع البحث وعينة الدراسة.

7.I. تحديد مصطلحات و مفاهيم الدراسة.

8.I. الدراسات السابقة.

### الإطار النظري للدراسة.

## II. الفصل الأول: اللغة والاتصال.

تمهيد.

1.II. مفهوم اللغة و وظائفها.

2.II. خصائص اللغة وعناصرها.

### **.III الفصل الثاني: مواقع الشبكات الاجتماعية.**

تمهيد.

.1.III تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.

.2.III نشأة الشبكات الاجتماعية.

.3.III أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

.4.III خصائص الشبكات الاجتماعية.

.5.III أبرز مواقع التواصل الاجتماعي.

خلاصة الفصل.

### **.IV الفصل الثالث: الإتصال اللغوي عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).**

تمهيد.

.1.IV مفهوم ونشأة الفايسبوك.

.2.IV مميزات وخصائص الفايسبوك.

.3.IV دوافع إستخدام الفايسبوك.

.4.IV الإتصال اللغوي في شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).

خلاصة الفصل.

## V. الفصل الرابع: التفاعلية.

تمهيد.

- V.1 - مفهوم التفاعلية.
- V.2 - الأبعاد المختلفة لمفهوم التفاعلية.
- V.3 - أساليب التفاعلية.
- V.4 - أشكال التفاعلية.

خلاصة الفصل.

## VI. الإطار الميداني للدراسة

تمهيد.

### 1.VI. تحليل بيانات الدراسة الميدانية.

- عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- اللغة المستعملة في مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).
- تأثير الفايسبوك على الأداء اللغوي في الوسط الجامعي.

### 2.VI. نتائج الدراسة.

- النتائج الجزئية.
- النتائج العامة.

خاتمة.

## ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة لغة التواصل في مواقع التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي واللغة الجديدة التي ظهرت عبر هذه المواقع والتي أحدثت تغييرا على اللغة.

فقد كانت هناك حاجة ملحة لمعرفة مختلف اللغات التي تعددت وتنوعت في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي وفي سبيل هذه الإشارة تهدف الدراسة إلى لقاء الضوء على احد مواقع التواصل الاجتماعي وهي الفيسبوك والتي تحاول الدراسة إبراز اللغة التي ستواصل بها على هذا الموقع.

ولمعالجة إشكالية البحث ما هي لغة تواصل الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك. ثم القيام بدراسة هذا الموضوع وتوزيع إستمارة البحث على عينة من الطلاب في كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية.

أخلصت نتائج الدراسة إلى أن اللغة الأكثر تداولاً في موقع الفيسبوك هي الإختصارات اللغوية، كونها سريعة الاستخدام في التواصل.

هذه الإختصارات اللغوية من أكثر اللغات المتداولة في معظم مواقع التواصل الاجتماعي فقد نجحت هذه الإختصارات في أخذ مكانة بين مختلف اللغات، ضف إلى ذلك فهي تعتبر لغة جديدة ظهرت مؤخراً.

## الكلمات المفتاحية:

- الإتصال - الإتصال اللغوي - اللغة - شبكات التواصل الاجتماعي.

## **Résumé de l'étude:**

Cette étude traite le langage de communication dans les sites de réseaux sociaux et du nouveau langage qui est apparu à travers ces sites et qui a changé le langage.

Il était urgent de connaître les différentes langues qui étaient nombreuses et variées sur divers sites de réseaux sociaux, Pour cela, l'étude a pris comme référence l'un des sites de réseaux sociaux, Facebook, qui tente de mettre en valeur le langage de communication sur ce site.

Pour aborder le problème de la recherche, "quelle est la langue de communication des jeunes sur les sites de réseaux sociaux Facebook", une étude a été réalisée sur ce sujet et a distribué le formulaire de recherche à un échantillon d'étudiants de la Faculté des sciences humaines.

Les résultats de l'étude ont conclu que la langue la plus parlée sur Facebook est l'abréviation, qui est rapide dans la communication et plus pratique car elle nous fait gagner du temps.

De nos jours ces abréviations sont l'une des langues les plus parlées dans la plupart des sites de médias sociaux et ont réussi à se positionner parmi les différentes langues.

Mots clé :

Communication - Communication linguistique – la langue – les réseaux sociaux.

## مقدمة:

أحدثت وسائل الإعلام الجديدة ثورة في عالم التواصل من خلال شبكة الإتصال عالمية، سمعية، بصرية ونصية وإلكترونية، فعالم الأنترنترنت وعالم مواقع التواصل الاجتماعي على الخصوص يوفر فضاءا عاما ديمقراطيا يستعطون بموجبه المواطنون التفاعل والحوار والنقاش ضمن ما يطلق عليه مجتمعات إفتراضية التي اختصرت المسافات الجغرافية، وتخلصت من الضغوط السياسية والإقتصادية والإجتماعية.

حيث تربط مواقع التواصل الاجتماعي بين الأشخاص المتباعدين جغرافيا، فجعلت للعالم يبدو كقرية صغيرة، حيث أضحي موقع الفيسبوك يشكل حيزا كبيرا في حياة الكثيرين باختلاف أعمارهم وتوجهاتهم، فهو أكبر وأسرع قناة للتواصل بين الأفراد والجماعات عبر العالم لما له من أهمية بالغة في حياتهم، كونه منبرا مفتوحا على جميع ميادين الحياة، ففيه بتعرف الفرد على بلدان شتى وأصدقاء في جميع البقاع العالم وهذا راجع إلى تعدد اللغات التي احتلت هذا الموقع.

فاللغة تعتبر بمثابة الرئيس الذي يحقق التواصل في أي موقع من مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تبادل المعلومات والمناقشات من الأصدقاء

والتعرف على عادات وتقاليد أي بلد كل هذا يتم بواسطة هذه اللغة التي تعد جهدا معريا متراكما متققا عليه ونقلته السلف إلى الخلف لتعمل وطبقته الأساس، لهذا كان اختيارنا لموضوع لغة

تواصل الشباب في موقع التواصل الاجتماعي مجالاً للدراسة وقمنا بتقييم دراستنا هذه إلى ثلاث جوانب رئيسية:

الجانب المنهجي: والتي اتبعنا فيه منهجية تعتمد على تحديد الإشكالية، ثم تطرقنا إلى أهم التساؤلات التي تحتوي عليها دراستنا، وتليها، أسباب اختيار الموضوع وأهداف الدراسة وأهميتها ثم المنهج المستخدم وأدوات الدراسة وفي الأخير حددنا العينة.

ويلى الإطار المنهجي، الإطار النظري والذي تم التطرق فيه إلى مفهوم اللغة والاتصال ثم تطرقنا في الفصل الثاني إلى مواقع التواصل الاجتماعي وفي الفصل الثالث إلى موقع الفيسبوك.

وتنتقل إلى الجانب التطبيقي يمنا بتوزيع استمارة البحث من ثم قمنا بتفريغ وتحليل بيانات الدراسة وصولاً إلى استنتاجات جزئية وعامة حول الموضوع.

# الإطار المنهجي

## I. البناء المنهجي والمفاهيمي للدراسة.

- 1.I. الإشكالية و تساؤلات الدراسة.
- 2.I. أسباب اختيار الموضوع.
- 3.I. أهداف الدراسة.
- 4.I. أهمية الدراسة.
- 5.I. منهج الدراسة و أدواته.
- 6.I. مجتمع البحث وعينة الدراسة.
- 7.I. تحديد مصطلحات و مفاهيم الدراسة.
- 8.I. الدراسات السابقة.

## 1.1. الإشكالية:

شهد عصرنا الحالي تقدماً كبيراً في مجال الاتصال وذلك بفضل ظهور الأنترنت وتطور وسائل الإعلام و الإتصال الحديثة التي سهلت حياة الأفراد من جوانب عدة سواء من الجانب الثقافي و الترفيهي أو حتى الجانب الاقتصادي فبعدما كانت الإتصالات بين الأفراد بتكلفة عالية تأتي الأنترنت لتقدم مزايا أخرى في الإتصال بأقل تكلفة .

وفي ظل كل هذا يعيش الشباب عموماً في عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطرت على أكثر إهتماماتهم، فمع مجيء الإنترنت أصبحت هناك قدرة مثيرة على بث الرسائل بشكل فوري عبر المسافات الواسعة، و زيادة على العديد من الخدمات المتوفرة في هذا الفضاء، ومن أقوى هذه التأثيرات تلك الخاصة بالعمليات الإتصالية، حيث أتاحت هذه الفضاءات الجديدة إمكانيات و كذا طرق إتصالية جديدة، ما يقودنا نحو نمط إتصالي جديد.

ومن أكثر مواقع التواصل الإجتماعي إستعمالاً في هذه الأغراض نجد موقع الفيسبوك الذي يستخدم في كل دول العالم تقريباً والذي وصل عدد مستخدميه في نهاية 2017 مليار مستخدم.<sup>1</sup> الذي أنشأه طالب أمريكي سنة 2004 بغية ضم أصدقاء الجامعة، فإذا بشبكته تبتلع حوالي المليار والمائتي مليون مشترك عبر العالم، أغلبهم من فئة الشباب، الأمر الذي أكدته الإحصائيات بأن 80 بالمئة من مرتادي الموقع هم شباب، و يرجع ذلك إلى ما يوفره الموقع من خيارات واسعة، يرى فيها الشباب فضاء إفتراضي لا يعترف بالحواجر.

<sup>1</sup> عدد مستخدمي فيسبوك يصل إلى مليارين 28/06/2017/companis/aswaq

فالفيسبوك يعتبر الموقع الإتصالي الأول الذي من خلاله يمكن تبادل المعلومات والمناقشات مع الأصدقاء، والتعرف على عادات وتقاليد البلد الذي يعيش فيه بكلّ المناطق، و يتم هذا التواصل بواسطة اللغة التي يعدّ جهداً معرباً متراكماً متفقاً عليه، نقلته السلف إلى الخلف لتعمل و طبقتها الأساس، و هي التواصل بين الأفراد و يتم هذا التواصل بشقيه اللغوي و غير اللغوي، لهذا كان اختيارنا لموضوع لغة التواصل الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجاً مجالاً لدراسة لأنه يعتبر موضوع حساس و سنحاول الإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي:

ما هي لغة التواصل المستخدمة عبر موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" لدى

الشباب ؟

و ينتج تحت التساؤل الرئيسي لهذا الموضوع عدّة تساؤلات كالاتي:

1. ماهي عادات وأنماط إستخدام الشباب لموقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك؟
2. كيف يتم بناء التفاعلات الإتصالية اللغوية لدى الشباب عبر موقع الفيسبوك؟
3. ما هي الرموز اللغوية التواصلية التي يستخدمها الشباب عبر موقع التواصل

الإجتماعي "الفيسبوك" ؟

4. كيف يؤثر "الفيسبوك" على الأداء اللغوي لدى الشباب ؟

5. ماهي إنعكاسات موقع الفيسبوك على الأداء اللغوي لدى الشباب؟

## 2.I. أسباب إختيار الموضوع:

من المعلوم أنه قبل الخوض في أي بحث أو دراسة هناك أسباب تدفع بالباحث الاستطلاع والإستفسار والتعمق قصد الوصول إلى نتائج موضوعية و علمية سنقوم بتحديد أسباب تناولنا للموضوع و التي كانت أسباب شخصية و موضوعية جلت على النحو التالي:

### - الأسباب الذاتية:

- الميول الشخصي بهذه المواضيع وثيقة الصلة باللغة.
- إحساسنا بالمشكلة المتمثلة في تدهور اللغة.
- إعتادنا الكبير على شبكات التواصل الإجتماعي أثناء التواصل مما خلق لدينا شكل في إعتقاد لغة سليمة خلال مجالنا الدراسي و بحثنا العلمي.

### - الأسباب الموضوعية:

- ظهور رموز وإختصارات لغوية جديدة والتي تعتبر دخيلة على مجتمعنا.
- موضوع الدراسة هو موضوع جديد وقلة الدراسات التي تناولت الموضوع.
- الإهتمام الواسع الذي تحضى به مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب وتعتبر هذه الفئة الأكثر إنجذابا وتقبلا لهذه التكنولوجيا.

### 3.I. أهداف الدراسة:

مرحلة تحديد أهداف الدراسة تعتبر أهم خطوة يقوم بها الباحث، ففي تساعده على ضبط الموضوع أكثر و كذا رسم الخطوط العريضة للإشكالية، و لهذا لا بد من الإشارة في بحثنا هذا إلى مجموعة الأهداف التي نطمح إلى تحقيقها من خلال هذه الدراسة و المتمثلة فيما يلي:

- كيف يؤثر الفيسبوك على اللغة الأكاديمية.
- التعرف على دوافع إقبال الشباب لهذا الموقع والمكوث فيه لساعات طويلة أكثر من غيره من المواقع.
- معرفة مدى إقبال الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي.
- الكشف على مكانة اللغة الأكاديمية في ظل ظهور الإختصارات اللغوية الجديدة

### 4.I. أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة في تبيان الدور الذي تؤديه اللغة داخل المجتمع، بإعتبارها الأساس في تحقيق الإتصال والتواصل والتفاهم بين أفراد الجماعة اللغوية المتجانسة. ونرى أن وسائل الإعلام التقليدية تعتمد على الخطاب اللغوية الذي وضع بالإتفاق العرفي للجماعة اللغوية، في حين نجد وسائل الإتصال الجديدة في مقدمتها الأنترنت التي

تبدع خطابا لغويا جديدا فرضته طبيعة الوسيلة فظهر للوجود إتقاغا لغويا جديدا خاص بفئة معينة من المجتمع، و هي ظاهرة واسعة خصت جميع المجتمعات.

ومن هنا تبرز أهمية الدراسة من خلال البحث في الممارسات اللغوية الجديدة للطلبة الجامعيين المستخدمين للإنترنت عامة ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة، والتي خلقت علاقات مستمرة بين الأفراد في عالم إفتراضي تقربهم و تفتح المجال للتداول والدرشة لعدة مواضيع وبمختلف المجالات ويكون هذا التداول باللجوء إلى مختلف اللغات والرموز للتعبير عن أفكارهم والنظر إلى طبيعة علاقات باللغة الأكاديمية، إلى جانب قلة الدراسات العربية في هذا المجال التي أوضحت ضرورة البحث.

### 5.I. منهج الدراسة و أدواته:

#### - المنهج:

بعد أن حددنا موضوع بحثنا والهدف الذي نسعى إلى تحقيقه من وراء دراستنا، يبقى لنا تحديد المنهج الذي يؤدي بنا إلى مجموع المعلومات التي تبني لنا موضوع الدراسة، إلى جانب تحديد أداة البحث بمراعاة العديد من الشروط الأساسية الواجب أخذها بعين الاعتبار حتى يكون هذا الإختيار صحيحا من الناحية العلمية.

يعتبر المنهج الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته لظاهرة معينة من أجل معرفتها والتقرب منها.

ويعرف موريس أنجريس المنهج على أنه طريقة تصور وتنظيم البحث وينص على كيفية تصور و تخطيط العمل حول دراسة ما أنه يتدخل بطريقة أكثر أو أقل إلحاح في كل مراحل البحث حيث يقوم على إقتراحات ثم التفكير فيها ومراجعتها جيدا والتي تسمح له بتنفيذ خطوات عمله بصفة صارمة بمساعدة الأدوات و الوسائل التي تضمن له النجاح.<sup>1</sup>

يعرف المنهج العلمي على أنه طريقة يصل بها الإنسان إلى الحقيقة، وبكلمة أخرى البحث هو طلب الحقيقة و البحث المتواصل عنها وإشاعتها بين الناس بعد تقصيها وعرضها وتحليلها تحليلا شاملا و دقيقا.<sup>2</sup>

ولهذا نعتد في بحثنا هذا على المنهج المسحي، المسح في اللغة العربية يفيد إمرار اليد على الشيء السائل المتلخ لإذبابه.<sup>3</sup>

وهو المنهج الذي يستهدف تسجيل و تحليل و تغيير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة و الطافية منها و من عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحديد نوع البيانات و مصدرها و طرق الحصول عليها.<sup>4</sup>

وينقسم المنهج المسحي من حيث الأهداف إلى وصفية وتحليلية، و في دراستنا هذه سنعتمد المسح التحليلي الذي يهدف إلى شرح و تفسير الظاهرة و إبراز الجمهور الذي يشمل

---

<sup>1</sup>موري أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبية الجزائر، 1996م، ص36.  
<sup>2</sup>منصور نعمان، البحث العلمي حرفة و فن، ط1، دار الكندي للنشر و التوزيع، الأردن، 1998م، ص15.  
<sup>3</sup>أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص86، 191، 285.  
<sup>4</sup>عبد الحميد حمد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص183.

المسح بالعينة و في هذه الدراسة استعنا بالمسح عن طريق العينة التي يمثلها الطلبة بجامعة مولود معمري بتيزي وزو.

### - أدوات جمع البيانات:

قد يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة أو للإجابة على أسئلتها أو لفحص فرضيتها، و يجب على الباحث أن يقرر مسبقا الطريقة المناسبة لبحثه.<sup>1</sup> و في دراساتنا هذه إعتدنا على الإستمارة الإستبائية كأداة رئيسية لجمع المعلومات المتعلقة بعينة الشباب بالإضافة إلى أداة أخرى و هي المقابلة.

### • الاستبيان:

و يعرف الإستبيان بأنه "وسيلة جمع البيانات و تعتمد أساسا على استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة ترسل بواسطة البريد، أو تسلم إلى الأشخاص الذين تم إختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة الواردة فيه و إعادته ثانية و يتم كل ذلك بدون مساعدة الباحث للأفراد سواء في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابات عنها".<sup>2</sup> و يعتبر الاستبيان من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات خاصة في العلوم الاجتماعية، والتي تتطلب الحصول على معلومات أو تصورات أو آراء الأفراد"

1 ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج و أساليب البحث العلمي، النظرية و التطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 200، ص81.

2 عبد الله محمد الشريف، مناهج البحث العلمي، دليل الطالب في كتابة الأبحاث و الرسائل العلمية، ط1، مكتبة الإشعاع للنشر و التوزيع، 1996، ص123.

و قد إختارنا إستمارة الإستبيان نظرا لطبيعة الدراسة الميدانية التي نحن بصدد القيام بها والتي تخص لغة تواصل الشباب في مواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك وقد إستخدمنا هذه الأداة لجمع المعلومات الخاصة بالجانب التطبيقي للدراسة وذلك من خلال مسح مجتمع البحث المتمثل في الشباب المستخدم لشبكة الإنترنت.

وقد لجأنا إلى إعداد إستمارة إستبيان حاولنا من خلالها مراعاة الشروط المنهجية في تصميمها سواء تعلق الأمر بالشكل أو المضمون، و قد إحتوت هذه الإستمارة على مجموعة من الأسئلة التي تراوحت بين الأسئلة المغلقة وهي "التي يطلب فيها من المفحوص إختيار الإجابة الصحيحة من مجموعة من الإجابات مثل نعم، لا ، قليل... و يساعد هذا النوع من الإستبيان على الحصول على معلومات و بيانات أكثر<sup>1</sup> والأسئلة المفتوحة "وفيها يترك للمبحوث حرية الإجابة عن السؤال المطروح بطريقته الخاصة و تعابيره و ألفاظه التي يراها"<sup>2</sup> أي أن كان غرضنا منها هو إعطاء الفرصة للمستجيب للإبداء رأيه أو اتجاهه بشكل واضح، كما إحتوت أيضا على أسئلة مغلقة و مفتوحة في آن واحد.

وقد قمنا بتقسيم الإستمارة الإستبائية إلى ثلاث محاور أساسية إلى جانب البيانات الشخصية المتعلقة بالمبحوثين و هي على الشكل التالي:

<sup>1</sup> رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي، أساسياته النظرية و ممارسته العلمية، ط1، دار الفكر المعاصرة، دمشق، سورية، 2000، ص330.

<sup>2</sup> محمد عبيدات، محمد أبو نصار، و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص67.

**الحدور الأول:** بيانات شخصية وتضمنت أسئلة متعلقة بالمتغيرات التالية السن الجنس

المستوى التعليمي التخصص العلمي.

**المحدور الثاني:** عادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.

**المحدور الثالث:** اللغة المستعملة في مواقع التواصل الاجتماعي.

**المحدور الرابع:** تأثير الفيسبوك على الأداء اللغوي في الوسط الجامعي.

## 6.I. مجتمع البحث و عينة الدراسة :

**I-6-1- مجتمع البحث:** و يطلق عليه مجتمع الدراسة كما يعد الخطوة المهمة من

خطوات البحث حيث يتطلب من الباحث أن يحدد المجتمع الذي يود إجراء الدراسة و هذا له

علاقة في تحديد الزمان و المكان للبحث.<sup>1</sup>

مجتمع البحث حسب مادلين قرافين أنه مجموعة عناصر له خاصة أو عدة خصائص

مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث والتقصي.<sup>2</sup>

وإنطلاقا من موضوع الدراسة الذي يبحث في لغة تواصل الشباب في مواقع التواصل

الإجتماعي و تركيزنا على اللغة ومن ثم تحديد عينة الدراسة وهم طلبة القطب الجامعي

لمولود معمرى تامدة .

<sup>1</sup> نبيل أحمد عبد الهادي، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ط1، الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص260.

<sup>2</sup> موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصبية الجزائر، 2006، ص62.

## I-6-2- عينه الدراسة:

إن تحديد العينة يعتبر من أهم الخطوات التي يتخذها الباحث في إنجاز بحثه العلمي و هذا لضمان وصوله لنتائج صحيحة و جد دقيقة و يتم تحديد هذه العينة بعد أن يتعرف الباحث على المجتمع الأصلي و الكلي لبحثه بشكل دقيق و يدرس مفردته.

وتعرف العينة على أنها فئة تمثل مجتمع البحث أو جمهور البحث أي جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع بحث المشكلة .

أو هي جزء من المجتمع الذي تجري إختيارنا وفق قواعد و ظروف علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا.

وإنطلاقا من موضوع الدراسة الذي يبحث عن اللغة المتداولة في موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ركزنا على معرفة عادات و أنماط إستخدام الشباب لهذا الموقع و كذا الرموز التواصلية اللغوية التي يستخدمها الشباب في هذا الموقع.

ونظرا لطبيعة موضوعنا الذي يتطرق إلى معرفة اللغة المتداولة عند الشباب عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك فإن إختيار عينة البحث كانت قصدية حيث قمنا بمسح لطلاب كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية بجامعة مولود معمري تامدة حيث قمنا بتوزيع 120 إستمارة و قمنا بإسترجاع 100 استمارة نظرا لعدم الإجابة عنها.

## I-7- مفاهيم الدراسة:

تعتبر عملية تحديد المصطلحات من أهم مراحل البحث العلمي و ذلك لتعدد المفاهيم في البحوث و لتفادي أي خلط بين الدراسات العلمية، و تضمنت الدراسة مصطلحات ثم تحديد مفهومها إصطلاحا و إجرائيا و هي كالتالي:

### I -7-1- اللغة:

#### - التعريف اللغوي:

نظام من الرموز الصوتية الاصطلاحية في أذهان الجماعة اللغوية يحقق التواصل بينهما و يكتسبها الفرد سماعا من جماعته.<sup>1</sup>

إن اللغة بالمعنى الواسع لها هي وسيلة للتبليغ أو التواصل بعبارات مستعملة من قبل المجموعة الإنسانية لبث مرسلات و اللغة مركبة من وحدات و علامات تترجم المعنى المراد إيصاله إلى الطرف الثاني.<sup>2</sup>

#### -التعريف الإجرائي للغة:

اللغة هي ميزة الإنسان عن الحيوان حتى يستطيع بفضلها التواصل مع غيره من الافراد، و هي عبارة عن كلمات و رموز تكون ذات دلالة يدركها العقل، و أساسا تكون نتاج خبرة التفكير مع العلم أن هناك علاقة دائرية بين التفكير و اللغة كل منها يخدم الآخر.

<sup>1</sup>محمد محمداود، العربية و علم اللغة الحديث، دار غريب للنشر و التوزيع، القاهرة، ص43-44.  
<sup>2</sup>عبد الجليل مرتاض، اللغة و التواصل، دار هومة للنشر، 2003.

## I-7-2- الإتصال:

### -التعريف اللغوي:

الإتصال في اللغة العربية كما تشير المعاجم هي الوصول إلى الشيء أو بلوغه والانتهاء إليه والاتصال يحتوي على المعلومة المرسله سواء على شكل رسالة شفوية أو كتابية كما تعني تبادل الأفكار والمعلومات عن طريق الكتابة أو الكلام أو الرموز.<sup>1</sup>

### -التعريف الإجرائي للإتصال:

نقل وتوصيل وتبادل الأفكار والمعلومات بين مرسل ومستقبل أو مرسل ومستقبلين، بالإضافة إلى أنه يبغى المشاركة في الرأي العام واتخاذ القرار والاشتراك في تبادل المعلومات والمشاعر والاتجاهات، هذا يعني أن الإتصال هو عملية تفاعل تهدف إلى تقوية الصلات الاجتماعية.

## I-7-3-مواقع التواصل الإجتماعي:

- **إصطلاحاً:** هي مجموعة التقنيات المتاحة على الشبكة العنكبوتية والتي يستعملها الناس لغياب التواصل و التفاعل، كما هي كل وسائل التواصل الإلكتروني المتاحة في القرن الحادي والعشرين، و يستعمل بعض الأفراد مفهوم وسائل الإعلام الاجتماعي على نحو واسع لوصف مختلف أنواع الظواهر الثقافية التي تنطوي على التواصل و ليس تقنيات التواصل فقط.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>ريحي مصطفى عليا، عدنان محمود الطوباسي، الإتصال و العلاقات العامة، دار النشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2005.

<sup>2</sup> موقع إلكتروني: ما هي مواقع التواصل الاجتماعي/mawdoo3.com

- إجرائيا: هي مواقع تفاعلية إجتماعية تتيح إمكانية التواصل لمستخدميها من خلال واقع إفتراضي للإلتقاء بين الأصدقاء والمعارف والأهل، يشبه العالم الواقعي وهذا من خلال تكوين علاقات بين مختلف الأشخاص بإختلاف أعمارهم و جنسهم وتجمعهم اهتمامات ونشاطات مشتركة، كما أنها نوافذ للتعبير عما يدور في عقول و نفوس الأشخاص من خلال تبادل المعلومات و المعارف و الصور...

#### I-7-4- الفايسبوك:

- اصطلاحا: عرفه موقع ويكيبيديا الحرة بأنه شبكة اجتماعية تديرها شركة فايسبوك، شركة مساهمة في جعل المستخدمين ينضمون إلى الشبكات التي تتضمنها المدينة أو الجهة الخاصة بالعمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من خلال الاتصال بالآخرين و التفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم و إرسال الرسائل إليهم.<sup>1</sup>

- إجرائيا: هو إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، مبني على التواصل الافتراضي، يقوم على الربط بين مجموعة من الأشخاص ببعضهم البعض، و يمكن لمستخدميه التعبير عن آرائهم، و أفكارهم من خلال نشر منشورات تكون على شكل صور أو نصوص أو فيديو كما يمكن لمجموعات أن تستخدمه الأغراض خاصة و ذلك بالترويج لأفكارهم مع منشوراتهم.

<sup>1</sup> موقع إلكتروني: <http://www.sciencewoy.inf2018>، بتاريخ 20 جانفي 2018.

### I-7-5- التواصل:

- لغة: هو الإقتران والإتصال والصلة والترابط والإلتئام والجمع والإبلاغ والإعلام وتعني إنشاء علاقة ترابط وإرسال وتبادل.
- إجرائيا: هو عملية نقل الأفكار والتجارب وتبادل المعارف بين الأفراد والجماعات وقد يكون التواصل ذاتيا بين الانسان لنفسه او جماعيا مع الاخرين.<sup>1</sup>

### I-7-6- الشباب :

- لغة: جاء في قاموس المحيط لمجد الدين الفيروز ابي وغيره من المعاجم العربية ان كلمة شب من شيب و ان الشباب هو الفناء و الحداثة.
- اجرائيا: ظاهرة اجتماعية تشير الى مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة و تظهر من خلالها علامات النضج و تعتبر مرحلة الشباب مرحلة متداخلة و متشابكة يصعب وضع حد فاصل لبدايتها و نهايتها.<sup>2</sup>

### I-7-7- التفاعل:

- كما تعرفه حليلة منيرة بأنه التقاء سلوك شخص مع شخص اخر يكون سلوك كل منهما استجابة لسلوك آخر و متجها لهذا السلوك في الوقت نفسه.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> سامية الساعاتي، الشباب العربي الاجتماعي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص27.

<sup>2</sup> السعيد بومعزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه غير منشورة في علوم الإعلام والإتصال، الجزائر، 2005-2006، ص31.

<sup>3</sup> حلمي منيرة، التفاعل الاجتماعي، مكتبة الأجلو المصرية، القاهرة، مصر، 1978، ص230.

- اصطلاحاً:

هو العلاقات الاجتماعية التي تتشكل نتيجة وجود افراد متجانسين و الهدف المشترك رغم اختلافهم في الطبقة الاجتماعية و حاصل التفاعل فيما بينهم تتكون العمليات الاجتماعية.

**I-8- الدراسات السابقة:**

بما أن نمو المعرفة يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأي دراسة أو بحث الاقتناع بأن عمله هو حلقة وصل متصلة بمحاولات كبيرة، فكل عمل من هذا القبيل لا بد أن يكون على الأقل قد سبقه جهود أخرى مجسدة في شكل دراسات سابقة أو مشابهة و لقد أدرجت بعض الدراسات التي وجدتها ضمت ضمن كتب في شكل بحوث:

**الدراسة الأولى:** دراسة الباحثة فاطمة بوهاني وخذري حميدة وحمزة هريدي بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها على اللغة العربية عند الشباب الجزائري : دراسة ميدانية لكيفية مساهمة الفيسبوك في إندثار ونسيان اللغة العربية عند الجامعيين، مقدمة في المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية في خطر الذي أقيم في دبي عام 2013. من خلال المقابلة والاستبيان وعينة من 40 مفردة من طلبة الماستر في كلية العلوم الإنسانية بجامعة قلمة بهدف الإجابة عن التساؤلات التالية: ما أهمية اللغة العربية في التواصل بين الأفراد والجماعات؟ ما مدى أهمية شبكات التواصل الاجتماعي عند طلبة الماستر بجامعة

قالمة؟ وكيف يؤثر استخدام شبكة الفيسبوك على اللغة العربية عند طلبة الماستر بجامعة

قالمة<sup>1</sup>؟

وخلصت الدراسة إلى أن مصطلحات الإنترنت والإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية والعولمة المرتبطة بالهوية واللغة خاصة من أهم المصطلحات التي أخذت تلقى إنتشارا وإستهلاكاً في عالم الثقافة والفكر. حيث يتعامل الشباب الجزائري بلغة جديدة فرضتها أبعاد التكنولوجيا وتهافت الكثير منهم عليها فأصبحت جزء لا يتجزأ من ثقافتهم مما ساهم ويساهم في التأثير على هوية المستخدمين بالأخص على لغتهم الوطنية، وهذا نتيجة الابتعاد عن الاستخدام السليم والصحيح لها. شبكات التواصل الاجتماعي جزء أساسي في صناعة اللغة الشبابية الجديدة إذ لم تقتصر على أحرف لاتينية أو عربية ولكن برزت تنوعات في أسلوب عرض الحوار وعدد الكلمات وحرية التناول والبعد النفسي والاجتماعي، الأمر الذي جعل من هذه اللغة تعرف بين مستخدميها بعدة مصطلحات: العريزية والشبابية والفيسبوكية والفرانكوآرب والشغابيا وغيرها...

لم تعد اللغة الشبكية مقتصرة على الشبكات الاجتماعية فقط بل هي متداولة في الحياة اليومية للجزائريين إذ لم يقتصر استخدام اللغة الجديدة على الفئات العادية من الشباب فقط بل مسّت حتى الفئات المثقفة من الأساتذة والأكاديميين.

<sup>1</sup> فاطمة بوهاني وآخرون، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها على اللغة العربية عند الشباب الجزائري؛ المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية في خطر، دبي: المجلس الدولي للغة العربية، 2013/10/07

كما أثر عدم وجود إهتمام الجمعيات الناشطة والجامعات والمؤسسات البحثية ومختلف المراكز باللغة الوطنية على الرغم مما تشهده من تحديات على مستوى الأداء اللغوي عند مستخدمي الشبكة العالمية عامة والشبكات الإجتماعية خاصة.

• **أوجه التشابه:**

تناولت دراستنا لغة الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك و هذه الدراسة تناولت ايضا تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على اللغة فكلتا الدراستين ركزتتا على اللغة .

• **أوجه الاختلاف:**

اهتمت دراسة الباحثة فاطمة بوهاني على اللغة الغة العربية عند الشباب بينما قمنا في دراستنا على الاهتمام باللغة التي يتواصل بها الشباب في موقع الفيسبوك.

**الدراسة الثانية:** دراسة لمونيك ليبغي وناتالي لاشيل Monique Lebrun et Nathalie

Lacelle بعنوان الاستخدامات اللغوية للمراهقين الكيبكيين على مواقع التواصل

الاجتماعي، العنوان الأصلي باللغة الفرنسية: **Les usages linguistiques des**

**adolescents québécois sur les médias sociaux<sup>1</sup>**

---

Monique Lebrun et Nathalie Lacelle, **Les usages linguistiques des adolescents<sup>1</sup> québécois sur les médias sociaux**, Alsic revue, Vol. 15, n°1, octobre 2012.

تهتم الدراسة بالممارسات اللغوية في وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي من قبل شباب كيبك-والكيبك جزء من كندا ككل التي تتبنى منذ الستينات سياسة تدعو رسميا لثنائية اللغة والتعدد الثقافي-حيث بدا ذلك مثيرا للإهتمام: التشكيك في لغة الإنترنت. لأنه في الكيبك على الرغم من كون الفرنسية اللغة الرسمية فقد كانت مهددة من قبل هيمنة الأنجلوسكسونية في العالم الذي يحيط به. وتهدف الدراسة لمعرفة اللغة التي يختارها الشباب للتواصل مع بعضهم البعض على الشبكات الإجتماعية.

عن طريق مقارنة الممارسات اللغوية لهؤلاء الشباب في الحياة اليومية وعلى الشبكات الإجتماعية من خلال دراسة استطلاعية معتمدة على الإستبيان متعدد الخيارات لتسهيل تصنيف الأجوبة في مجموعات. إستطلع فيها الباحثان 349 مفردة من طلاب الكيبك الذين تتراوح أعمارهم بين 14-17، ويزاولون الدراسة في ثانويتين فرنكوفونيتين بمونتريال Montréal من منطقتين جغرافيتين. الأولى فرانكوفونية بامتياز والثانية غير متجانسة مع تواجد ملحوظ لعنصر الهجرة. كان لزاما تحديد وصف للطلبة: انتماؤهم العرقي والممارسات اللغوية ووتيرة وطبيعة استخدامهم للشبكات الاجتماعية.

باعتقاد المنهج الوصفي من خلال استبيان المسح المستخدم خصيصا لاستهداف استعمال اللغة الفرنسية والإنجليزية في خمس مجموعات سكانية فرعية: سلالة الفرنكوفونيين، 154 سلالة الناطقين بالإنكليزية 49، سلالة الناطقين بغير الفرنسية والانجليزية 58 Allophone، متبني الفرنكوفونيين 48 ومتبني الانكليزية 40.

حيث أظهرت النتائج استخداما متنوعا جدا للفرنسية في الحياة اليومية حسب العرق: فالفرنكوفونيون يستخدمون الفرنسية تقريبا دائما في المدرسة مع أسرهم وأصدقائهم والى درجة كبيرة في استهلاكهم لوسائل الإعلام التقليدية في حين أن الجماعات الثلاث الأخرى تختار بشكل متقطع مفضلين الإنجليزية.

وفيما يخص شبكات التواصل الاجتماعي فإن هيمنة الفرنسية في اثنين من أكثر الفئات الناطقة بالفرنسية يتلاشى إلى حد ما (فيما تقاوم الإناث فرنسيات الأصل)، على ما يبدو هيمنة اللغة الإنجليزية على فئة كبيرة من الشباب كيبك. من وجهة نظر عامة فالوعي اللغوي لشباب الكيبك حتى من قبل المجموعتين الفرنكوفونيتين ليس متيقظا جدا ولا رأيهم فيما يتعلق الفرانكوفونية.

ينجذب الشباب بالتأكيد إلى حيوية اللغة الفرنسية كلغة الدولة والتعليم ولكن أيضا مفتونون بهالة اللغة الإنجليزية؛ ما يجعل موقفهم أكثر غموضا حول لغتهم المستخدمة على الشبكة العالمية بشكل عام ويلوغ على وجه الخصوص. بينما الفرنكوفونيون -الأصل- كانوا أكثر وضوحا من غيرهم من سكان الجنوب لاعتماد الفرنسية و allophones الفئات الفرعية الثلاثة؛ هم بالتأكيد أكثر انفتاحا على الفرنسية من الفئة الناطقة باللغة الإنجليزية -الأصل-. وخلصت الدراسة إلى أنه بالنسبة للفئة العمرية بين 14 و 17 عاما لا يزال الوعي باللغة لا يسير جنبا إلى جنب مع الكفاءة اللغوية. يجب إنشاء مدارس متصلة بشبكات التواصل الاجتماعي تلعب على أوتار الهوية والقيمة الرمزية التي هي اللغة الرسمية وتسمى "لغة

الاستخدام العام" لتصبح في الواقع أكثر حضوراً خلال الممارسات على الشبكة العالمية وعلى وجه الخصوص المدونات.

• أوجه التشابه:

تتشرك دراستنا مع دراسة لمونيك كونهما يدرسان الاستخدامات اللغوية عند الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي وأيضاً في الجانب المنهجي تتدرجان ضمن الدراسات الوصفية.

• أوجه الاختلاف:

تتخصص دراسة ليمونيك في الممارسات اللغوية وفي دراستنا نبحث على مختلف اللغات التي يتم تداولها في موقع الفيسبوك.

دراسة للباحثين نصر الدين عبد القادر عثمان ومريم محمد صالح بعنوان "إشكاليات اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الفيس بوك1" مقدمة للمؤتمر الدولي الثاني للغة العربية؛ بدبي 2013. وتهدف إلى التعرف على الإشكاليات التي تواجه اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي والسياسات اللغوية ودورها في زيادة المحافظة على اللغة العربية. وتقديم مقترحات تساعد على انتشار اللغة العربية السليمة في مواقع التواصل الاجتماعي. وتمكن المؤسسات ومجامع اللغة العربية والمهتمين بهذا الشأن الاستفادة منها.

اعتمد الباحثان المنهج الوصفي وتمثلت أدوات الدراسة في الملاحظة والمقابلة والاستبيان، وشمل مجتمع البحث عينة من مستخدمي الفيسبوك مكونة من عشرين مفردة في الإمارات العربية.

وكانت أهم نتائج الدراسة كالاتي:

1) قاربت نسبة الذين يقولون إن العربية مناسبة للتواصل مع تلك التي ترى أنها غير مناسبة فبلغت 45% وتفسير ذلك أن فئة المبحوثين ربما تتواصل بشكل أساسي مع أفراد تمثل لهم اللغة العربية لغة أم لذا فالأسهل والأنسب استخدام اللغة العربية حتى يفهمها طرفي العملية الاتصالية.

2) 21% من مجتمع البحث يكثرثون لمستوى اللغة العربية التي يكتبون بها على المواقع الالكترونية، ونسبة الذين لا يهتمون بسلامة اللغة العربية بلغت 55% من جملة المبحوثين أي أنهم غير معنيين بالأثر السالب المترتب على عدم اهتمامهم بتسخير تلك الأدوات التقنية الحديثة في ضبط وتجويد اللغة العربية.

3) مستخدمو مواقع التواصل يعتمدون على استخدام العامية على حساب الفصحى بشكل ملحوظ حيث بلغوا نسبة 75% وهي نسبة تنبئ بخيبة التخطيط الخاص بكيفية اسهام التكنولوجيا في إشاعة ونشر وتعليم اللغة العربية.

### • أوجه التشابه:

تظهر أهمية هذه الدراسة بالنسبة لنا في أنها كشفت عدة أمور جوهرية ترتبط باللغة العربية وعليه تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في واقع اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك. وهذه الدراسة تتحدث عن اللغة بشكل عام و كذلك في مجتمع البحث و هم عينة من مستخدمي الفيسبوك وكذا تتفقان من حيث المنهج الوصفي الموظف في كلتا الدراستين .

### • أوجه الاختلاف:

وتختلف الدراسة عن دراستنا في التساؤلات في المجال الزمني و المكاني للدراسة حيث أجريت في 2013 و في بلد قد تختلف فيه اللغة والثقافة.

# الإطار النظري

## II . الفصل الأول: اللغة والاتصال.

II.1. مفهوم اللغة و وظائفها.

II.2. خصائص اللغة وعناصرها.

### تمهيد الفصل:

ظهرت كوسيلة تقدم خدمة وفائدة للشعب والجمهور القراء والمتلقين، فتقرب البعيد، وتشعر بتعدد الثقافات و تنوع الأفكار والأنماط، وتساعد على توصيل المعلومة وشيوعها بين الناس، والترابط الاجتماعي والثقافي والفكري بينهم.

## II-1- مفهوم اللغة:

## أ- لغة:

جاء في لسان العرب لـ "ابن منظور" "اللغة مادتها (ل.غ.ا) نقول: لغا: اللغو اللّغا، و ما لا يمتد به كلام غيره، و لا يحصل منه على فائدة و لا نفع التهذيب، أما اللغو و اللّغا واللّغوى ما كان من الكلام غير ممقود عليه. و لغو و لغا و لغوى هو الشيء الذي لا يمتد به قول "الأزهر" و اللغة من الأسماء الناقصة، و أصلها لغوة من لغا إذا تكلم... و اللّغو في الإيمان ما يعقد عليه القلب مثل قولك: لا و الله، بلى و الله.

و قال (الفراء): كأن قول (عائشة) إنّ اللّغو ما يجري في الكلام الغير الممقود عليه...، و لغا في القول للّغو و يلغي لغز و لغي بالكسر يلغي لغياً و ملغاة: "أخطأ و قال باطلا".<sup>1</sup>

و يرى "ابن سناء الخفاجي" (ت 6466): أن اللغة جمعها لغات، و لغين و لغون، و قد قيل أنها مشتقة من قولهم: سمعت لوافي القوم أي أصواتهم، و لغوت إذا تكلمت وأصلها على لغوة على مثال فغلة<sup>2</sup>

و اللّغة في "قاموس الصّاح" تعني: (لغا) قال باطلا، و أغى الشيء أبطله و ألغاه من العدد ألغاه منه، و اللاّغية، اللّغو.

<sup>1</sup>ابن منظور جمال الدّين محمد بن مكرم، لسان العرب، دار صادر، بيروت- لبنان، المجلد (5)، حرف اللّام، مادة لغا، ط1، 1997، ص 507-508.

<sup>2</sup>ابن سناء الخفاجي أبي محمد بن عبد الله بن محمد بن سعيد، سرّ الفصاحة، تح: إبراهيم شمس الدّين، كتاب ناشرون، بيروت، لبنان، ط1، 2010، ص72.

قال تعالى: {لا تسمع فيها لأغية}، أي كلمة ذات لغو، و اللغو في الإيمان ما لا يفقد عليه الغلب، و اللغة أصلها لغى و اللغو، و جمعها: لغى مثل برة و برت، و لغات أيضا، و قال بعضهم سمعت لغات يفتح الناء"<sup>1</sup>

### ب-إِصْطِلَاحًا:

في التراث العربي نجد "إبن جني" يعرّف اللغة فيقول: أمّا حدّها فهي أصوات يعبر بها كل قوم عن أعراضهم.<sup>2</sup>

و هذا التعريف يتضمن ثلاث حقائق تتصل بماهية اللغة و وظيفتها:

1. الطبيعة الصوتية للغة.

2. الوظيفة الاجتماعية للغة كونها أداة للتعبير و الاتصال.

3. اختلاف اللغة باختلاف المجتمع.

و يعرفها العالم اللغوي "دوسوسير": اللغة موجودة على هيئة ذخيرة من الانطباعات مخزونة في دماغ كل فرد من أفراد مجتمع معين: و يكاد ذلك يشبه المعجم الذي توزع منه

<sup>1</sup>الإمام محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، ضبط و تخريج و تعليق الدكتور ديب البغا، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، ط4، 1990م، ص 381.

<sup>2</sup>إبن جني، تح: محمد علي النجار، الخصائص، ج1، مطبعة الكتب، 1982، ص57.

نسخ على كل فرد في المجتمع، فاللغة لها وجود في كل فرد، و مع ذلك فهي موجودة عند المجموع، و هي لا تتأثر برغبة الأفراد الذي تخزن عندهم"<sup>1</sup>

و ها هو "إبن خلدون" يقول فيها: "أعلم أن اللغة المتعاون هي عبارة المتكلم عن مقصوده، و تلك العبارة فعل لساني، فلا بد أن تصير ملكة متقررة العضو الفاعل لها و هو اللسان، و هو في كل أمة بحسب اصلاحاتهم"<sup>2</sup>

إذن فقد عرف "إبن خلدون" اللغة بقوله: "عبارة المتكلم عن مقصوده" و لتحديد تلك العبارة و نوعها ينكر أنها فعل لساني، و لبيان عرفيتها و اجتماعيتها، فيقول عن هذا الفعل اللساني: أنه في كل أمة مجيب إصطلاحتهم، و الملاحظ أن "إبن خلدون" في تعريفه هذا قد اغفل وظيفة اللغة، و لم ينص على صوتياتها نصًا صريحًا، كما فعل "ابن جني" بل إكتفى بأن العبارة فعل لساني"<sup>3</sup>

أما "ستفن أولمان" فيرى أن اللغة نظام من رموز صوتية مخزونة في أذهان أفراد الجماعة اللغوية نسقا الكلام بنشاط مترجم لهذه الرموز الموجودة بالقوة إلى رموز فاعلية خفيفة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>فريدان، و سوسير، ترايوتيل يوسف عزيز ، علم اللغة العام ، دار آفات عربية للصحافة و النشر، بغداد، العراق، د ط، 1985، ص38.

<sup>2</sup> عبد الرحمان بن محمد إبن خلدون، مقدمة إبن خلدون، تح: ترويش جودي، المكتبة العصرية، بيروت، لبنان، (د ط)، 2002، 545

<sup>3</sup>محمد علي عبد الكريم الروسي، فصول في علم اللغة، عالم الكتب، ليبيا، ط1، 2002، ص17.

<sup>4</sup> ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللغة، تر، كمال محمد بشر، مكتبة الشباب، القاهرة، مصر، د ط، 1988، ص31.

و في تعريف آخر "اللغة نظام من العلامات التي يمكّن أفراد جماعة لغوية ما من التواصل بينهم، و هي أداة الأفعال الرئيسية في المجتمع الإنساني، لأنها الوسيطة الأكثر فعالية في تمكين الفرد الدخول في علاقات و تفاعلات اجتماعية مختلفة.<sup>1</sup>

و تعرفها اللسانيات بأنها الكفاءة: الملاحظة لدى كلّ الناس للتبليغ بواسطته، أو من خلال ألسن (Les langues) و هي مجموعة كل الألسن أو اللغات الإنسانية المأخوذة بعين الاعتبار في مزاجهم المشترك.<sup>2</sup>

## II-2- وظائف اللغة:

وظائف اللغة في حياة الفرد و المجتمع لا يجهلها أحد، فاللغة وسيلة اتصال الفرد بغيره و يستغلها للتعبير عن آماله و عواطفه.

و اللغة وسيلة اجتماعية و أداة للتفاهم بين الأفراد الجماعات، و من وظائفها الاجتماعية اتخاذها للدعابة في الخطب و المقالات و النشرات و الإذاعات كلها وسائل لغوية، و هي من أهم وسائل الارتباط الرعوي بين أفراد المجتمع، كما أنها عامل هام في حفظ التراث الثقافي و الحضاري و نقله من جيل إلى جيل و المشاركة في تنمية هذا التراث للأجيال المستقبلية، و قد اختلف العلماء و تباين آراءهم فيما يتعلق بوظيفة اللغة والأغراض التي يؤديها و سوف نعرض فيما يلي أهم هذه الآراء:

<sup>1</sup>صالح بلعيد، الدروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة، الجزائر، ط5، 2009، ص 182.  
<sup>2</sup>ينظر: عبد الجليل مرتاض، اللغة و التواصل، اقتراحات لسانية للمتواصلين الشفهي و الكتابي، دار هومة، الجزائر، دط، 2003، ص29.

- وظائف اجتماعية: فاللغة كما يقولون اختراع إنساني وجد لتحقيق علاقات اجتماعية ومن ثم كانت الوظائف الاجتماعية للغة تتمثل في:

- اللغة أداة الاتصال و الأخبار و التلقي و التواصل.
- أنها أداة التفكير و وسيلة لأنه يقال أن اللغة تفكير منطوق و التفكير لغة صامتة.

- وظائف نفسية:

ذلك أن القدرة اللغوية و استعمالها استعمالا ناجحا من العوامل التي تجعل الفرد سويا في نفسيته، أما الإنسان العاجز عن استعمال تلك القدرة تكون حالته النفسية ليست على درجة تمكنه من الاتصال الاجتماعي فيبدو منعزلا عن مجتمعه بعيدا عن رفاقه و زملائه لأنه يشعر بالنقص دائما اتجاههم، فهي تعبيرية تمكن الإنسان من التعبير عن عواطفه.

- وظائف جمالية:

ذلك أن اللغة التي تتسم بجمال التعبير و روعة الأداء قد تحدث في نفس الإنسان نوعا من الإحساس الجميل و التأثير به ما لا يحس به الفرد في الطبيعة نفسها.

و يمكن تلخيصها في مجموعة أفكار و المتمثلة في ما يلي:

- التعبير عن الأفكار و العواطف و الانفعالات حيث ينسبها البعض إلى ميادين الفلسفة والمنطق.

- تصريف شؤون المجتمع الإنساني و تسيير أموره باعتبارها خفيفة اجتماعية نتيجة الاتصال الاجتماعي تحليلية تمكن من الكشف و معرفة طبيعة الأشياء.
- ثقافية و إبداعية تدعم التفكير و التأمل و التخيل.
- تفاعلية تمكن من التفاعل و اتخاذ المواقف.
- تأثيرية و إقناعية معرفية و تعليمية تمكن من التعلم و المعرفة.
- وصفية تجعل الإنسان يصف ما يدركه.
- إجرائية و توثيقية و تنظيمية تدون الوقائع و تنظمها.
- عقلية و تأملية.<sup>1</sup>

## II-3- خصائص اللغة وعناصرها:

### II-3-1- خصائص اللغة:

- اللغة عدة خصائص تتمثل في
- اللغة نظام حيث لكل لغة في العالم لها نظام محدد في ترتيب حروفها و كلماتها و لها مميزاتها على اللغة .
- اللغة اتصال أي انها تنقل محتوى الرسالة .
- خاصية الصوت و هذه الخاصية من اساسيات اللغة بحيث ان الوسيلة الولى للتعرف على مدلولات اللغة و فهمها هو نطقها من جهاز النطق.

<sup>1</sup> مصطفى رسلان شلبي محمد محمود مرسي، مهارات الاتصال باللغة العربية، ط1، دار القلم للنشر و التوزيع، الإمارات العربية المتحدة، دبي، 2007، ص2.

- اللغة لها معنى و ذلك لأنها تستعمل كوسيلة للاتصال داخل المجتمع بحيث تتألف من رموز تحمل معان يفهمها و يعرفها السامع و المتحدث و القارئ و الكاتب .
- اللغة مكتسبة بحيث يولد مع استعدادة لتعلم لغته و هنا يكون دور الوسط الاجتماعي مهم جدا في اكساب الطفل التربية .
- اللغة عرفية فالعلاقة بين اللفظ وما يشار له هي علاقة عرفية و ليست علاقة طبيعية .
- اللغة متغيرة أي انها ظاهرة اجتماعية تتسم بانها ليست ثابتة.
- اللغة نظام من الرموز بحيث كل لغة تحمل في ثقافتها رموزا محددة تكتسب من الظروف التي استخدمت فيها.<sup>1</sup>

## II-3-2- عناصرها:

يسمى البعض مكونات اللغة وهي ثلاثة عناصر، الأصوات، المفردات و التراكيب أي القواعد. وهذه العناصر هي المادة الحقيقية لتعلم مهارات اللغة و هي كالتالي:

أ- الأصوات يقصد بالأصوات اللغوية الأصوات المنطوقة التي تتكون منها اللغة فمن خلال هذه الأصوات تتكون المفردات والتراكيب فمثلا كلمة "الرحمان" تتكون من الأصوات المنطوقة أ.ر.ح.م.ا.ن والأهم في الأصوات اللغوية هي التنبيه لطريق النبر والنغم ويقصد بالنبر: الضغط على مقطع معين من المفردة حتى تصبح أوضح في النطق.

<sup>1</sup> Characteristics of human language, Notesred.com. Retrieved le 04.07.2018.

وعدم الضغط على هذا المقطع يحدث خلافاً في فهم المتلقي للمفردة التي يقولها أما التنغيم فيقصد به: ارتفاع الصوت وإنخفاضه في الجملة مراعاة للمعنى الذي يريده المتحدث، فرفع الصوت وإنخفاضه يغير معناها.<sup>1</sup>

ب- **المفردات:** إن إيجادة المفردة لا يقتصر على معرفة المعنى المقابل للمفردة ما، باللغة

الأم بل الأمر أوسع من ذلك، هناك عدة جوانب يجدر لمتعلم اللغة التنبيه لها وهي:

- معرفة طريقة نطق المفردة نطقاً صحيحاً.
- معرفة معنى المفردة الرئيس والبيانات التي ترد فيها.
- معرفة المعاني الأخرى للمفردة.
- معرفة التركيب اللغوي الصحيح الذي ترد فيه المفردة.
- معرفة تهجئة الكلمة وكتابتها.
- معرفة الإشتقاق منها.

المفردات واحدة مفردة ونقصد بها اللفظة أو الكلمة التي تتكون من حرفين فأكثر وتدل

على معنى سواء كانت فعلاً أو إسماً أو أداة والمفردات لها أهداف:

- قدرة الطالب على نطق الحروف العربية.
- قدرة الطالب على معاني الحروف المستقلة.
- قدرة الطالب على معرفة طريقة الإشتقاق من الحروف العربية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد بن عبد الله المحمود، كيف نتعلم لغة ثانية، ط1، العربية للجميع، الرياض م، 2014، ص34.

<sup>2</sup> نفسه، ص35.

ت- التراكيب: هي إحدى عناصر اللغة، ويقصد بالتراكيب الصيغة أو النمط الذي تبنى عليه الجمل مثل: (يتعلم محمد اللغة)، تعد جملة، والتراكيب الذي تبنى عليه هذه الجملة هو فعل المضارع + فاعل + مفعول به. وبناء على ذلك يمكن القول أن في كل لغة عدد محدد من التراكيب اللغوية والتي يمكن من خلالها إنتاج عدد غير محدود من الجمل.

### **.III الفصل الثاني: مواقع الشبكات الاجتماعية.**

1.III. تعريف شبكات التواصل الاجتماعي.

2.III. نشأة الشبكات الاجتماعية.

3.III. أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.

4.III. خصائص الشبكات الاجتماعية.

5.III. أبرز شبكات التواصل الاجتماعي.

### تمهيد الفصل:

يعتبر مفهوم الشبكات الاجتماعية من أهم المفاهيم المرتبطة بالانترنت والمجتمع الافتراضي في السنوات الأخيرة. وهذا ما نلاحظه من خلال تزايد عدد مستخدميها بشكل كبير يوما بعد يوم منذ ظهورها الأول على الشبكة وذلك بهدف الاستفادة من خدماتها، غير أن الحقيقة التي كانت تستوقفها أمام هذه الظاهرة هو التطور السريع لهذه المواقع على نحو لم تستطيع الدراسات العلمية أن تواكبه وهذا ما نلمسه من خلال الاختلاف الواضح في وضع المحددات المفاهيمية الأساسية لموضوع مواقع الشبكات الاجتماعية.

## III-1- مفهوم ونشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

## III-1-1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أعضاء الجماعة أو الثانوية.<sup>1</sup>

كما تعرف أنها مواقع إلكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض ومحدد وفقا لنظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في الاتصال.<sup>2</sup>

تصنف هذه المواقع الإلكترونية ضمن مواقع الجيل الثاني للويب 2.0، وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم بناء اهتمامات مشتركة في شبكة الأنترنت و التعرف إلى اهتمامات مشتركة في شبكة الأنترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه، و مشاركة صورته و مذكراته و ملفاته مع العائلة و الأصدقاء و زملاء العمل.<sup>3</sup>

والشبكة لا تملكها دولة أو جهة حكومية، بل تشرف عليها مجموعة من الشركات والمؤسسات وتسمى (international society) وظيفتها وضع المقاييس والمعايير للشبكات التي تشرف عليها فيستطيع أي حاسب إلى الارتباط نشأة الشبكات الاجتماعية بالشبكة والتواصل والارسال والاستقبال. وجاء تعريف

<sup>1</sup> سامية مهدي، مواقع التواصل الاجتماعي، الفاييبوك، مذكرة لنيل شهادة ما ستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسة الجمهور، جامعة الجزائر 3، 2011-2012، ص 19.

<sup>2</sup> مريم نارومان، مرجع سبق ذكره، ص 44.

<sup>3</sup> وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفاييبوك على المجتمع، ط 1، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، 2011، ص 7.

الشبكات الاجتماعية (social net working service) في قاموس (odlis) هي الخدمة الالكترونية التي تسمح للمستخدمين بإنشاء و تنظيم ملفات شخصية لهم بالتواصل مع الآخرين.<sup>1</sup>

### III-1-2- نشأة شبكات التواصل الإجتماعية:

عند الحديث عن نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية تجدر الشبكات الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين:

الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب 1.0 والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للأنترنيت ويب 2.0 غير أن أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية ظهرت خلال المرحلة الثانية WEB 2.0.

#### أ- المرحلة الأولى (web 1.0):

يشير web 1.0 إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى، التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين، تتكون أساسا من صفحات ويب ثابتة و تتيح مجال صغير للتفاعل.<sup>2</sup> و يمكن وصف هذه المرحلة التأسيسية للشبكات التي تكونت في هذه المرحلة موقع سيكس دقريز six degrees الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم و إدراج أصدقائهم، و قد أخفق هذا الموقع عام 2000، و من المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع كلاس مايت الذي ظهر في منتصف التسعينات، و كان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة، شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى، مثل موقع لايف جورنال و موقع كايبولد، الذي أنشئ في كوريا سنة 1999 و كان أبرز ما

<sup>1</sup> Jaen Mrietz, online dictionary for library and information science, <http://www.odlis/search> odlis, le 14-04-2014, a 15 :30.

<sup>2</sup> Richard Harrison and Michael Thomas, **identity in online communities social net working sites and languag**, international journal of emirerging et society v07, 2009, p112.

ركز عليه مواقع الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أنها لم تستطيع أن تدر ربحاً على مؤسسيها، و لم يكتب لكثير منها البقاء.<sup>1</sup>

### ب- المرحلة الثانية (web 2.0):

هو مصطلح يشير إلى مجموعة من التقنيات الجديدة والتطبيقات الشبكية التي أدت إلى تغيير سلوك الشبكة العالمية (الأنترنت)، كلمة web 2.0، سمعت لأول مرة في دورة نقاش بين شركة أوريلي ميديل الإعلامية المعروفة، ومجموعة ميديا لايف، الدواية لتكنولوجيا المعلومات في مؤتمر تطوير ويب الذي عقد في سان فرانسيسكو في 2003، وقد ذكر هذه الكلمة نائب رئيس شركة أورلي، دال دوريتي (dale daugherty) في محاضرة الدورة للتعبير عن مفهوم جيل جديد للشبكة العالمية.

ومنذ ذلك الحين، أعتبر كل ما هو جديد وشعبي على الشبكة جزء من ويب 2.0، ولهذا السبب فإنه حتى الآن لا يوجد تعريف دقيق لـ web 2.0.

ويب 2.0 ببساطة تطبيقات معتمدة على الشبكة العالمية، تحمل عدداً من الخصائص يمكن أن تلخص كالآتي:

1. السماح للمستخدمين باستخدام برامج تعتمد على المتصفح للموقع فقط. لذلك هؤلاء المستخدمين يستطيعون امتلاك قاعدة لبياناتهم الخاصة على الموقع بالإضافة إلى القدرة على التحكم بها.
2. السماح للمستخدمين بإضافة قيم لتلك البرامج المعتمدة على التصفح في المواقع الاجتماعية.
3. السماح للمستخدمين ليعبروا عن أنفسهم، اهتماماتهم وثقافتهم.
4. تزويد المستخدمين بأنظمة تفاعلية تسمح بمشاركةهم في التفاعل الاجتماعي.

<sup>1</sup> Richard Harrison and Michael, op cit, p113.

5. السماح للمستخدمين بتعديل قاعدة البيانات من خلال إضافة تغيير وحذف المعلومات وكل هاتين المرحتين كانت لهما دور كبير في تطوير مواقع التواصل الاجتماعي وساعدتها على نشأتها وكذا ازدياد شعبية هذه المواقع.

### III-3- أنواع شبكات التواصل الإجتماعي:

تتعدد تقسيمات الشبكات الاجتماعية تبعا للخدمة المقدمة أو الهدف من إنشائها إلى الأنواع التالية:<sup>1</sup>

**الشخصية:** يعتمد هذا النوع على فتح ملف كل شخص لكل مستخدم يوفر له خدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة مستخدمي هذه المواقع فيها بينهم العديد من الصور والملفات المرئية والروابط مثل الفاييبوك.

**المهنية:** هو الموقع الذي يربط زملاء المهنة الواحدة وأصحاب الأعمال والشركات ببعضهم البعض كما يعطي هذا النوع من الشبكات ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرهم الذاتية وخبرتهم إضافة إلى الدراسات التي قاموا بها خلال الحياة المهنية.

**الثقافية:** إذا تخصص بفن معين و تجمع المهتمين بموضوع أو علم معين كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات و طريقة التواصل إلى 3 أنواع أيضا:<sup>2</sup>

1. شبكات تتيح التواصل الكتابي.

2. شبكات تتيح التواصل الصوتي

3. شبكات تتيح التواصل المرئي.

<sup>1</sup> وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سبق ذكره، ص9

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص9.

وتتنافس الشبكات الاجتماعية اليوم في توفير أكثر من طريقة للتواصل حتى شرائح المجتمع الافتراضي.

كما أن هناك تقسيم ثالث يقسم الشبكات الاجتماعية إلى قسمين:<sup>1</sup>

#### أ- شبكات داخلية خاصة (internal social net working):

وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شبكة أو تجمع ما أو داخل شبكة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة و يتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط و ليس غيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في الأنشطة من تدوين و تبادل آراء و ملفات وحضور اجتماعات و الدخول في المنافسات مباشرة و غيرها من الأنشطة مثل شبكة (linkind).

#### ب- شبكات خارجية عامة (extra social net working):

و هي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الأنترنت بل صممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها العديد من المستخدمين، مثل شبكة فيسبوك.

### III-4- خصائص الشبكات الاجتماعية:

من أهم خصائص الشبكات الاجتماعية نجد ما يلي:<sup>2</sup>

**العالمية:** حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتتخطى فيها الحدود والدولية وتتخطاها إذ يستطيع الفرد في الغرب بكل بساطة و سهولة.

<sup>1</sup> منصور عصام، مواقع التواصل الاجتماعي، قد تحدث عن تغيير في المخ، صحيفة بوابة الشرق، عدد السبت 22 أكتوبر 2011، ص11.

<sup>2</sup> منصور عصام، مواقع التواصل الاتصال الاجتماعي، قد تحدث عن تغيير في المخ، صحيفة بوابة الشرق، عدد السبت 22 أكتوبر 2011، ص11.

التفاعلية: فالفرد فيها مستقبل وقاري فهو مرسل و كاتب و مشارك فهي تلغي السلبية الكائنة في الإعلام القديم، التلفاز و الصحف الورقية و تغطي حيز المشاركة الفاعلة من المشاهد إلى القارئ.

التنوع و تعدد الاستعمالات: فيستخدمها الطالب للتعلم، و العالم لبحث عمله و تعليم الناس و الكاتب للتواصل مع القراء.

سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم الحروف و الموز و الصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.

التوفير و الاقتصادية: اقتصادية في الوقت و الجهد و المال في ظل مجانية الاشتراك ذلك حكرًا على أصحاب الأموال أو على جماعة دون أخرى.

### III-5- أبرز مواقع التواصل الإجتماعي:

#### III-5-1- موقع يوتوب (you tube):

هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين بوضع و مشاهدة و مشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.

تأسس في 24 فبراير سنة 2005 بواسطة ثلاث موظفين سابقين في شركة باي بال وهم، تشاد هيرلي، ستيف تشين و جاد كريم، في مدينة سان ماتييو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية، ويستخدم تقنية الأدوب فلاش لعرض المقاطع المتحركة.

محتوى المقاطع يتنوع بين مقاطع الأفلام و التلفزيون و الموسيقى. الفيديو المنتج من قبل الهواة و غيرها و هو حاليا مزود بـ 67 موظف، في أكتوبر 2006 أعلنت شركة GOOGLE الوصول إلى اتفاقية

لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل 1.31 مليار يورو، و هو يعتبر من مواقع ويب 2.0 لدوره في إعطاء الفرصة لزواره في إنتاج الموارد التي يعرضونها في الموقع.<sup>1</sup>

### III-5-2- موقع ماي سبايس my space:

هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب تقدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة بالإضافة إلى خدمات أخرى كالمدونات و نشر الصور و الموسيقى و مقاطع الفيديو، المجموعات البريدية و ملفات المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين، أنشأ سنة 2003 على يد توماس ألدرسون، يقع مقر الشركة في سانتا مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية حيث فيما بعد بيع الموقع لشركة نيوز كوربوريشن. يقع مقر الشركة في مدينة نيويورك.

طبقا لموقع أليكس أنترنيت يعد موقع ماي سبايس هو الترتيب الـ 204 على مستوى العالم و الـ 144 على مستوى الولايات المتحدة، كما أنه فقد الكثير من زواره منذ إنشاء و تطوير الموقع المنافس وصاحب الترتيب الثاني عالميا فايسبوك.

كان الموقع صاحب أعلى زيارات لمواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية في الفترة الممتدة من 2004 إلى 2007.

### III-5-3- موقع سكايب skype:

عبارة عن برنامج تجاري تم ابتكاره من قبل كل من المستثمرين السويدي نيكلاس زينشتروم و الدنماركي يانوس فريس مع مجموعة من مطوري البرمجيات، يمكن برنامج سكايب مستخدميه من الاتصال (هاتقيا)

<sup>1</sup> http://ar.wikipedia.org/wik/op. cit le 18-05-2014 a 14 :29

عبر الأنترنت بشكل مجاني بالنسبة لمستخدمي هذا البرنامج، لكن مع تكلفة بسيطة في حال الاتصال بخطوط الهاتف الثابتة أو الجوال.

اشترتها شركة مكروسوفت بـ 805 مليار دولار في 10 مايو 2011.

المفهوم للإسم السابق كان sky-peer-to-peer، ثم تحول إلى skyper، ثم إلى skype.<sup>1</sup>

### III-5-4- موقع تويتر twitter:

هو شبكة اجتماعية يتم التواصل فيها بين الأعضاء و يقدم خدمة تدوين مصغر و التي تسمح لمستخدميه بإرسال التحديثات tweets عن حالته بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة و ذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة sms أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المؤطرون، و تظهر التحديثات في صفحة المستخدم و يمكن لأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، و كذلك يمكن استقبال الردود و التحديثات عن طريق البريد الإلكتروني، و عن طريق الرسالة النصية القصيرة.<sup>2</sup>

### III-5-5- موقع الفايسبوك facebook:

تأسس موقع الفايسبوك سنة 2004 من طرف مارك زكريغ و هو طالب في جامعة هارفارد الأمريكية، حيث كان الموقع في البداية عبارة عن شبكة لتعارف طلاب البكالوريوس في جامعة هارفارد، ثم تدريجياً بدأ فتح الشبكة لطلاب جامعات الأفي ليغ Ivy league، و في سنة 2005 توسع الموقع باتجاه طلبة الثانوية الأمريكية، ثم إلى كندا و بريطانيا، و بعدها و في عام 2006 إلى بقية دول العالم.

<sup>1</sup> <http://ar.wikipedia.org/wiki/op> cite,a 14 :34.

<sup>2</sup> محمد بشير، ما هو التويتر و كيف نستفيد منه، <http://baihcerme/blog>، يوم 10 ماي على الساعة 16:41.

و قد عرف الفاييبوك قفزة نوعية من حيث عدد المستخدمين له فتحتى مارس 2004 بلغ عدد أعضاءه أكثر من 175 مليون عضو.<sup>1</sup>

إلا أن هذه المدونة لم تحقق تميزا على المواقع الاجتماعية الأخرى التي سبقتها مثل موقع (ماي سبايس) و غيره، حتى عام 2007، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة و منها، إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفاييبوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم.<sup>2</sup>

و نتيجة للشهرة و الدور و المكانة التي احتلها الفاييبوك، فقد قامت إحدى شركات الغنتاج السينمائي، بإنتاج فيلم يحمل إسم (الشبكة الاجتماعية the social network) يروي قصة الفاييبوك، و يتحدث عن صراع الذي دار بين مؤسس الفاييبوك و زملائه الثلاث، الذين أسسوا في نفس الجامعة موقعا للتواصل الاجتماعي، و وجهوا الاتهام لـ (زوكربيرج) بسرقة أفكارهم و نقص اتفاقات شفوية كانت بينهم في المراحل الأولى للتأسيس، غير أن الكثير من الآراء ترى أن هذا الادعاء ما هو إلا محاولة للحصول على حصة معينة من ثروة الفاييبوك الطائلة، و لا يتعدى كونه ابتزاز صريح، لن يكتب له النجاح في المحاكم الأمريكية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> إبراهيم علوش، موقع الفاييبوك، هل من أجلدة حفية، [www.freearabe.voice.org](http://www.freearabe.voice.org)، يوم 10 ماي 2014 على الساعة 16:20.

<sup>2</sup> مزري تش بن، قصة الفاييبوك، ثورة و ثورة، ترجمة الهلالي، وائل محمود الهلالي، وائل محمود محمد، الطبعة العربية الأولى، إصدار سطور الجديدة، القاهرة، 2001، ص132.

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق.

## IV. الفصل الثالث: الإتصال اللغوي عبر شبكات التواصل

### الاجتماعي.

تمهيد.

1.IV. مفهوم ونشأة الفايسبوك.

2.IV. مميزات وخصائص الفايسبوك.

3.IV. دوافع إستخدام الفايسبوك.

4.IV. الإتصال اللغوي في شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).

خلاصة الفصل.

## تمهيد الفصل:

شهدت معظم دول العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين الناس في فضاء إلكتروني إفتراضي، هذا ما ساعد في تقليص المسافات بين الشعوب وإلغاء الحدود وهذا ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي، وتعددت هذه المواقع واستأثرت بمجموع واسع من المتلقين، حتى لأصبحت الشغل الشاغل للمتصفحين وكذلك أصبحت موقعا من المواقع الإلكترونية التي سنعملها في البحث وكذا اعتبرها الوسيلة السريعة في الوصول لأكبر عدد ممكن من التقليد في وقت واحد ومن بين هذه المواقع نجد موقع الفيسبوك.

## IV-1 - مفهوم الفيسبوك:

عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجانا و تديره شركة "فايس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، و ذلك من أجل الإتصال بالآخرين و التفاعل معهم. كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم و إرسال الرسائل إليهم، و أيضا تحديث ملفاتهم الشخصية و تعريف الأصدقاء بأنفسهم.

و يشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات و المدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس و الطلبة الجدد، و الذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.

و قد قام "زوكربيرج"<sup>1</sup> بتأسيس "الفايس بوك" بالاشتراك مع كل من "داستين موسكوفيتز" و"كريس هيوز" الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسوب و كانا رفيقي "زوكربيرج" في سكن الجامعة عندما كان طالبا في جامعة "هارفارد". كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة "هارفارد"، و لكنها امتدت بعد ذلك لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة مدارس الثانوية، و أخريا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر.

<sup>1</sup> مارك زوكربيرج: مؤسس موقع التواصل الاجتماعي "الفايس بوك" أثناء تواجده في جامعة "هارفارد". الموسوعة الحرة ويكيبيديا، <http://www.wikipedia.com>

و قد أثير الكثير من الجدل حول موقع "الفايس بوك" على مدار الأعوام القليلة الماضية، فقد تم احضار مخاوف استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة، كما حدث في سوريا و مصر، كذلك مثلت انتقادات موجهة إلى "الفايس بوك" (بشأن الحفاظ على الخصوصية) واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد الموقع، و كثيرا ما تمت تسوية هذا الأمر بين طرفي النزاع، كما يواجه الموقع العديد من الدعاوي القضائية من عدد من رفاق "زوكربيرج" السابقين الذين يزعمون أن "الفايس بوك" اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم و بعض الملكيات الفكرية الأخرى.<sup>1</sup>

#### IV-2- نشأة الفاييسبوك:

بدأ الفيسبوك Facebook كفكرة بسيطة لبعض طلبة هارفارد في 2000 حسب Ace McCloud شبكة للتعارف فقط لتصبح مع مرور الوقت شبكة تواصل عالمية 2. بالرغم من أن أعوام التسعينات الأولى من القرن الماضي تعتبر البداية الحقيقية لظهور المواقع الاجتماعية أو التي تسمى شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت، حين صمم ( راندي كونرادز) موقعاً اجتماعياً للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام (1995) وأطلق عليه اسم (Classmates.com) وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي بين سائر الناس.

<sup>1</sup> شريف فهمي بدوي، معجم مصطلحات الكمبيوتر و الانترنت المعلوماتية، القاهرة، دار الكتاب اللبناني للطباعة و النشر و التوزيع، 2007، (ص68).

لكن الفيسبوك بشكله المعروف منذ انطلاقة الأولى باسم Thefacebook انطلق في 4 فيفري 2014، فكرة زوكربيرغ التي أدرجها في الصفحة الرئيسية عند أول انطلاقة كانت تقضي بإنشاء منصة إلكترونية تربط الأشخاص عبر الشبكات الاجتماعية في الجامعات وتجمع طلبة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة والإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج؛ بإمكانك استخدام فيسبوك للبحث عن الأشخاص في مدرستك، وإيجاد زملاء قسمك، ورؤية أصدقاء أصدقائك، والقاء نظرة على شبكتك الاجتماعية" حيث كانت أول ثلاثة حسابات تجريبية والرابع لمارك زوكربارغ **Zuckerberg** المؤسس والخامس لرومايت هيوجز ، Hughes والسادس لموسكوفيتس<sup>1</sup> Moscovitz وفي غضون ذلك بدأ طلبة مختلف الجامعات بالمطالبة بالانضمام لشبكة الفيسبوك لأن الشبكة كانت مقتصرة على طلبة هارفارد فقط. ففتح الشبكة لكولومبيا وستانفورد ليحوز على 22222 مشترك نشط خلال شهر واحد. ليستمر في التوسع محققا بذلك ميزات فريدة عن أي شيء آخر في الشبكة العالمية.

في سبتمبر 2005 انفتحت الشبكة على طلبة المدارس الثانوية ليلعب 5 ملايين مستخدم في أكتوبر من نفس السنة حيث أتاح فيسبوك لمستخدميه تبادل الصور مما اكسبه شعبية كبيرة وتوالى الاستثمارات وعقود التمويل التي ساعدت الموقع على تطوير نفسه وزيادة طاقة

<sup>1</sup>David Kirk Patrick : **The Facebook (affect The Inside Story of the Company That is Connecting The Word**, 1st (USA, Simon et Schuster : 2010) P30.

استيعابه التي امتدت لتشمل شبكات الأعمال قبل أن تفتتح أخيرا على الاستخدام العام في

سبتمبر 2006 حيث أصبح بإمكان كل من يملك بريدا إلكترونيا أن ينضم للفيسبوك.<sup>1</sup>

امتد التواصل الاجتماعي عبر الكرة الأرضية. ليكون فيسبوك أوسع شبكة لا تقتصر على

الطلبة والتلاميذ الذين يستخدمون بشكل روتيني فيسبوك أو MySpace فقط. بل نصفهم

خارج إطار الكليات فلو كان الفيسبوك دولة فسيكون ثالث أكبر دول العالم سكانا قبل اليابان

وروسيا ونيجيريا. من sixdegrees إلى friendster إلى فيسبوك أصبح التواصل

الاجتماعي جزء أساسيا على الشبكة العنكبوتية.<sup>2</sup>

ويعد الفيسبوك قلب شبكات التواصل الاجتماعي، يجمع الكل في واحد بشكل مذهل (مختلف

الخدمات والتطبيقات) حيث أن أكثر من نصف مشتركيه ينشطون يوميا: يحدّثون الحالة،

يضعون صور، يتبادلون الرسائل، يتحدّثون آنيا، يفحصون أماكن تواجد أصدقائهم، يلعبون

الألعاب، يتسوقون، ويقومون بكل ما يكمن أن يخطر على بال.<sup>3</sup>

وامتد مجال الفيسبوك على الشبكة متجاوزا ما سطر له من أهداف تواصلية بالأساس لينفتح

على قطاعات واسعة، ويحتل أهمية بالغة في التسويق والتعليم والعمل والخدمات بل دخل

المجال الاجتماعي والسياسي.

<sup>1</sup> Ibid p31 ;p36

<sup>2</sup> مرزوقي حسام الدين، مرجع سابق، ص170.

<sup>3</sup> Mathew A, Russed : Ibid p45.

## IV-3- خصائص الفيسبوك:

يتيح الفيسبوك إنشاء حسابات شخصية وعامة ومهنية ومؤسسية وخيرية وتربوية وربحية وبنفعية وكل ما يمكن ان يخطر على بال. كما يتيح أيضا إنشاء مجموعات عامة يتكون الفيس بوك من مجموعات تتألف من أعضاء وتصنف على أساس الإقليم والمكان العمل الجامعة و بإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات أو المجموعة ثم يبدأ بالتصفح واختيار ما يناسبه ويكفي أن تكتب البريد الإلكتروني أو اسم أحد أصدقائك أو كنيته في المكان المخصص للبحث ولو كلن مشترك على الفيسبوك ستجده وتتواصل معه تعلم.

من المميزات التي تفعل التواصل بين المشتركين في الفيسبوك:

- Wall أو الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم التعليق والنشر.

- Pokes أو نكزة "غمزة" تتيح إرسال نكزة افتراضية لإثارة الأصدقاء وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به. خاصية المشاركة التي تتيح مشاركة منشور صديق أو صفحة ما وخاصية الإعجاب التي تسهم في معرفة اخر لمدى نجاح منشوره Status. أو الحالة تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

• Notes أو التعليقات وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات.

هذا بالإضافة الى خدمات الرسائل والردشة وارسال الهدايا الافتراضية وكما سبق ذكره في الفصل الأول تحت عنوان تحديد المفاهيم، فالفيسبوك يتيح طلب الإضافة من أي شخص والانضمام لأي مجموعة.

كما أن الفيس بوك يوفر مساحة اعلانية للبيع والشراء الخاصة بالأعضاء ووفقا لما ذكرته شركة "كومسكور" وهي شركة متخصصة بالتسويق على الانترنت فإن الفيس بوك يقوم بتجميع قدر من البيانات من خلال رواده يضاها ما يتوفر من بيانات لدى غوغل، ومايكروسوفت.

#### IV-4- دوافع استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك:

يمكن تلخيص مجالات والدافع التي تستخدم فيها شبكات التواصل الاجتماعي وموقع الفيسبوك:

- التعارف والصدقة.
- إنشاء شبكات للجهات والمؤسسات المختلفة.

- إنشاء صفحات خاصة بالأفراد والجهات.<sup>1</sup>
- البرمجيات المتوفرة داخل الشبكة الاجتماعية.
- وسائل الإتصال بين أفراد المجتمع.
- إستخدامات ترفيهية.
- الدعاية والإعلان، كما يمكن تلخيص أهم الدوافع التي تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقع إلى العالم الافتراضي في موقع الفيسبوك.

#### IV-5- الإتصال اللغوي في شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك):

ظهرت في السنوات الأخيرة أنماط جديدة من أنماط الاستعمال اللغوي، و هي أنماط مرتبطة بوسيلة الاتصال الاجتماعي الحديثة، و هي "الفايسبوك"، و تتميز هذه الأنماط بتنوع الكتاب ما بين متعلمين و متتقنين و طلاب و عامة، و من ثم نشأت طريقة جديدة للتعبير، و ألفاظ جديدة و مصطلحات جديدة، تختلف في طريقتها عن الطريقة السائدة المستعملة المعروفة لدى أهل اللغة العربية و المتخصصين فيها.

و هذه الوسيلة تقدم خدمة و فائدة للناس، و لجمهور القراء و المتلقين، و تقرب البعيد، و تشعر بتعدد الثقافات و تنوع الأفكار و الأنماط، و تساعد على توصيل المعلومة

<sup>1</sup> خالد بن سليمان مصرف، اتجاهات استخدام قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعي (دراسة تحليلية)، (2012م، 2013م) ص (170).

وشيوعها بين الناس، و الترابط الاجتماعي و الثقافي و الفكري بينهم، و تنوع الأخلاق، و ما بين طرفه عين و غمصتها ترى العين بين يديك.

و لكن لفئة من هؤلاء المتواصلين و المتعاملين مع هذه الوسيلة و من النماذج الدالة على فائدة "الفايسبوك" و تساعد على الاستقامة و البعد عن وساوس الشيطان، و عزوة قوله "و هو من الفصحى".

إن القراءة سلم المعرفة و بوابة التقديم الحضاري، لذلك لا بد من مشروع عربي لتشجيع التواصل اللغوي بالقراءة لدى الطلاب في العالم العربي، و المطالع لهذه النماذج يراها يغلب عليها الفصحى، و أن كان بعض الملاحظات الإملائية و علامات الترقيم كما في النموذج الثاني في التعبير . "أحبائها" الهمزة تكتب على السطر "أحباءها" و في النموذج الثالث نرى التنوين على الألف في "لمازا و لعانا" و الصواب أن توضع التنوين على "الزاي" و النون مع عدم وضع علامة الترقيم (النقطة) في نهاية الجملة و الكلام، و في النموذج الرابع نرى نهاية الكلام دون علامة الاستفهام مع أن الكلام مسبوق بأداة الاستفهام "هل"<sup>1</sup>

و تبقى كلها ملاحظات لا تؤثر على المعنى في شيء، و لو روعنت لكان أحسن، ومع ملاحظة أن هذه النماذج صادرة عن قدر مختصين في اللغة العربية، لكن ملامح الفصحى بدت عليها كما هو واضح من خلال الألفاظ و التراكيب.

<sup>1</sup>عبد الصبور شاهين، القدرة على إشعاب علوم العصر و علم اللغة العام، مجلة الأمة، ع61، ص255.

و قد تنوعت لغة "الفيسبوك" طبقاً للمستوى الثقافي و العلمي للمتواصلين، و هي ما من فصحي بمفردها و عامية بمفردها و فصحي و عامية معا.

أ- الفحصي: هي نمط من الكتابة و النطق بالعربية الفصحى، كما وضع قواعدها النحاة، ويتميز هذا النمط باللغة العالية النموذجية من الناحية الصوتية و الصرفية و التركيبية، وقد حاول بعض الكتاب من مستخدمي "الفيسبوك" وهم قلة من المتخصصين في الدراسات العربية أن يحافظوا عليها كتابة سليمة صحيحة، و انعكس هذا بشكل واضح على كتاباتهم و تعبيراتهم.

و مع هذا الحرص لا تخلوا هذه التعبيرات و الصفحات من بعض الأخطاء الإملائية التي تسال من أربابها، لكن لو روعيت لكان أفضل و أكمل، و هذه الأخطاء ناشئة من سرعة الكتابة أو عدم مساعدة الأجهزة الحديثة و إسعافها أحيانا للتعامل معها أو عدم الأخذ ببعض الأمور التي تبدو مهمة "كالهمزة و علامات التعجب و علامات الاستفهام أو النقاط و الفواصل و الأقواس و علامات التخصيص، مع الوضع في الاعتبار أن هؤلاء لا يكتبون للمتخصصين فقط.

و هذه الملاحظات لا يمكن تعميمها في كل المتواصلين مع هذه الوسيلة من أهل العربية و آدابها، فجلهم علما تصدر منه هذه الملاحظات أو نلاحظها في لغته و أسلوبه التي يتعامل معه.

## ب- العامية:

فهي النمط الأكثر شيوعا و استعمالا على "الفيديو" خاصة أن كثيرا من مستخدمي هذه الوسيلة لا يقعون في دائرة المتخصصين، و قد زاد هذا المستوى على صفحات هذه الوسيلة، و هذا من شأنه أن يفتح الباب أمام العامية، و تعمل على شيوعها و إنشارها بكثرة، والابتعاد عن الفصحى كثيرا، و هو ما يعنى الذين يستخدمون الفصحى قلة و العامية كثرة بالمقارنة مع الفصحى.

و ينبغي أن تضع في الحسبان أن الذين يستخدمون هذه الوسيلة ينتمون إلى فئات اجتماعية و ثقافية متنوعة، و هذه العامية تقع في إطارها عدد من العاميات، عن صح التعبير، و يمكن القول بأن العامية عاميات، و هي على النحو الآتي:

- عامية الأمين.

- عامية الطبقة الاجتماعية الدنيا.

- عامية الشباب.

و كل مجموعة من هذه المجموعات تعطي مؤشرات على إشارة فئة معينة، و لكل مستوى من هذه العاميات ميزات و سيمات لغوية تختلف من مستوى لآخر.

## ج- الفصحى و العامية:

فهذا النمط يمكن أن يندرج تحته نموذجان أو مستويان، و هما:

- فصحي المتخصصين: و تنتمي لها فئة معينة و هم قلّة من الناس المتخصصين.
- الفصحي و العامية: و هي نمط يمكن أن يندرج تحته نمطان:

1. جزء كبير من عامية المتخصصين

2. جزء من مستخدمي "الفيسبوك" ينتمون إلى مستوى عال و يراوجون من استخدام

الفصحي و العامية و هو نمط يتعدى عن استعمال الألفاظ الثابتة، كما أن يقلب

عليه التسكين، و به بعض الملاحظات النحوية و العملائية التي تدل عل أنهم غير

متخصصين.

## V. الفصل الرابع: التفاعلية.

تمهيد.

V.1 - مفهوم التفاعلية.

V.2 - الأبعاد المختلفة لمفهوم التفاعلية.

V.3 - أساليب التفاعلية.

V.4 - أشكال التفاعلية.

خلاصة الفصل.

## تمهيد الفصل:

شهد العالم ثورة كبيرة في المجال الإتصالي جعلت منه قرية كونية، خاصة مع تطور الحاسبات و شبكات الهاتف و شبكات المعلومات، و استخدام تكنولوجيا البث الفضائي وتكنولوجيا الإتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة، و هو ما كانت تفتقده الوسائل الاتصالية القديمة التي استفادت بشكل كبير من التطور التكنولوجي الذي غير من أنماط الإتصال وأشكاله، و لقد كان من أهم ما أفرزته الثورة التكنولوجية شبكة الأنترنت التي تميزت بقدرتها على النقل السريع و الحي للمعلومات، و استخدامها للوسائط المتعددة كالصوت و الصورة الثابتة و المتحركة، و تبادل الرسائل بين أطراف العملية الإتصالية، و الجمع بين خصائص وسائل الاتصال الشخصي و وسائل الاتصال الجماهيري و الكونية و التزامنية...إلخ.

ولأن أهم النظريات و المقاربات في العلوم الإنسانية و علوم الإعلام و الإتصال، طرحت النقاشات الفكرية من منطلق مبدئي التفاعل و التفاعلية، كطرفي معادلة العملية الاتصالية المرتبطة حالياً بالتطور التكنولوجي، سنحاول في هذا الجزء التعرف على مفهوم التفاعلية وأبعادها المختلفة و أساليبها و اشكالها.

## V-1- مفهوم التفاعلية:

إن كلمة التفاعلية Interactivité مركبة من كلمتين في أصلها اللاتيني، أي من الكلمة السابقة (inter) وتعني بين أو فيما بين، و من كلمة (activus) و تفيد الممارسة في مقابل النظرية و عليه عندما يترجم مصطلح التفاعلية L'interactivité من اللاتينية، فيكون معناها ممارسة بين إثنين أي تبادل و تفاعل بين شخصين.<sup>1</sup>

من هنا نفهم أن معنى التفاعلية يكمن في التبادل و التفاعل يتم من خلال الاتصال بين شخصين، إذن فهي فعل اتصالي قديم، لكن مفهوم التفاعلية في استعمالاته بالإشارة إلى الوسائط المتعددة، فيعتبر حديث العهد نسبياً و وليد العلاقات بين الناس و الآلات.<sup>2</sup>

و لقد تداول الوسط الفكري و العلمي و الصحفي هذا المفهوم "التفاعلية" في بداية التسعينات من القرن الماضي نتيجة التقدم الهائل الذي تعرفه التكنولوجيات الرقمية و الذي تم بفضل المعلوماتية.

و لقد غيرت تكنولوجيات الاتصال الحديثة من مهام المتلقي أو أكسبته خاصية المشاركة في الفعل الاتصالي مثله مثل المرسل حيث أصبح فاعلا في العملية الاتصالية بعدما كان شكل

<sup>1</sup> خالد زعموم، السعيد بومعيزة، التفاعلية في الإذاعة، أشكالها و وسائلها، اتخاذ إذاعات الدول العربية، تونس، دون طبعة، 2007، ص26.

<sup>2</sup> خالد زعموم، السعيد بومعيزة، نفس المرجع، ص30.

التفاعلية في وسائل الإعلام التقليدية محظورا في الرسائل الموجهة إلى القائم بالاتصال في التلفزيون أو الإذاعة أو الجريدة بالإضافة إلى المكالمات الهاتفية أو الحضور في الأستوديو.

و في خطم هذه التطورات التكنولوجية، أصبح مفهوم التفاعلية مرتبطا أكثر فأكثر بالوسائط المتعددة، و بالتالي فإن هذا المفعول عادة ما يسير إلى مفهوم تسويقي يتضمن الكثير من الوهم، أنه يمكننا من التحدث عن اشكال متعددة من التفاعلية و المرتبطة بتعدد البرمجيات التطبيقية.<sup>1</sup>

في هذا السباق يعتمد شكل التفاعلية على نوع الوسط (الوسيلة)، و شكل الواجهة و طريقة تصميم البرنامج، إذن التفاعلية تختلف باختلاف الوسيلة، مثلا: التفاعلية في الإذاعة ليس نفسها في ألعاب الفيديو، لذا يشير (Michel Sénécal) إلى أن هذا المفهوم يتسم بالطابع التجاري و القيمة المضافة.

وعليه تمثل التفاعلية الانتصار الكبير للمعلوماتية، حيث أصبح بإمكان الآلة الاستجابة لنا وتحقيق رغباتنا، وهذا ما غير من مفهوم التفاعلية بحيث أعاد منظورو و مفكرو النظريات الحديثة في الاتصال النظر في نموذج لاسويل 1948، من يقول ماذا؟ بأية وسيلة؟ لمن؟

<sup>1</sup> ميشال أنيولا، الوسائط المتعددة و تطبيقاتها في الإعلام و الثقافة و التربية، ترجمة نصر الدين العياضي و الصادق رايح، (ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2004)، ص20

وبأي تأثير؟ أي تدفق الاتصال في اتجاه واحد.<sup>1</sup> في حين نجد أن التفاعل الحقيقي و الناتج

عن التطورات التكنولوجية الحديثة يتطلب نموجا إتصاليا ذا اتجاهات متعددة.

أيضا يرتبط مفهوم التفاعلية بمفاهيم الحرية والديموقراطية والمشاركة والحوار، فبالنسبة للحرية

فهي تشير إلى ما أصبح يتمتع به المستعمل من حرية اختيار ما يريد من الوسائل، وما يرغب

من المحتويات في أي وقت وبأي مكان، على عكس وسائل الإتصال التقليدية.

هذا ما عبر عنه **Lucien Sfez** بقوله: "الحرية.. تتجسد عن طريق التفاعلية الناتجة عن

تقدم آلات الإتصال و التي تترك للإنسان و الفرد حرية التدخل أمام خدمة الآلات"

أن معظم ما كتب عن التفاعلية يعد مفصورا على اتجاه واحد، بالنظر إلى حداثة الظاهرة

خاصة بربطه بمفهوم الوسائط المتعددة، لذا تعددت الاتجاهات و البحوث و كذلك اختلفت

خلفية الباحثين في هذا المجال و عليه تعددت التعريفات. و لهذا سنقوم في هذه الدراسة بتقديم

مجموعة من التعريفات للتفاعلية كل حسب اتجاهه، و تكتشف ما إذا تجسدت هذه الظاهرة في

الوسيلة أم الرسالة أم المستخدم، أم العلاقة بين المرسل و المتلقي.

يقول **نصر الدين العياضي** عن التفاعلية أنها مفهوم ابتكر في البداية للدلالة عن شكل خاص

من العلاقة بين السمعى البصري و المشاهد، و يهدف إلى البرمجة لكن الاستخدام التدريجي

<sup>1</sup> نصر الدين العياضي، التلفزيون دراسات و تجارب، (دار هومة، الجزائر)، دون طبعة، دون سنة، ص 109.

و المتعدد لهذا المفهوم، أصبح يدل على كل أنواع مشاركة المتلقي في الرسالة، سواء أحدثت رجوع الصدى أو لم تحدث.

و هناك تعريف آخر للتفاعلية يشير إلى سلسلة من الأفعال الإتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع الشخص و يقوم بأفعاله الإتصالية، فالمرسل يستقبل و يرسل في الوقت نفسه و كذلك المستقبل، و يطلق على القائمين بالإتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر و قد أورد الباحثون في هذا الموضوع بعض الوسائل التي يوجد فيها تفاعل بين المستخدم و المرسل مثل التلفون و التلفزيون التفاعلي و المؤتمرات عن بعد و الكمبيوتر الشخصي الذي يستخدم في الإتصال و كذلك البريد الإلكتروني و الفيديو تكست و غير ذلك من الوسائل الإعلامية التي يستخدمها الجمهور في تبادل المعلومات مع المرسل، بالإضافة لكون التفاعلية خاصية من خصائص تكنولوجيا المعلومات تحديد الوسائط المتعددة.

## V-2- الأبعاد المختلفة لمفهوم التفاعلية:

### V-2-1- البعد الاجتماعي: استعار علماء الاتصال مفهوم التفاعلية من مصدره

الأصلي: التفاعل في علم الاجتماع و علم النفس الاجتماعي، فلقد عرف "ميد" التفاعل على أنه فعل اجتماعي يتوقف على مقدرة أفراد المجتمع على استخدام الرموز بناء على اللغة اللفظية و غير الاجتماعية القائمة على التواصل بين الأفراد، لذلك كانت الدراسة الاصح

للتفاعل تكمن في البحث في العلاقات المركبة وسط أفعال أشخاص مختلفين حاضرين لبعضهم البعض بصفة متبادلة، و هي فكرة مدرسة التفاعلات الرمزية في دراسات التفاعلية والوسائط.<sup>1</sup> و يتجلى البعد الاجتماعي في دراسة التفاعلية خاصة من خلال التوجه الذي ذهب إليه "رافيلي" الذي حدد التفاعلية على أنها ميزة اتصالية لا يكمن مفهومها في اتجاه واحد، و لا في رد الفعل الذي يمكن أن لا يكون استجابة حقيقية، حيث تكون التفاعلية أكبر عندما يتضح الدور الخطابي و تبادل الأدوار الذي يضمن مستوى من التبادلية أو ما أسماه النموذج المثالي للمحادثة.<sup>2</sup>

### V-2-2- البعد النفسي الاجتماعي: يتجلى هذا البعد من خلال العلاقة القائمة بين

الأفراد والحاسوب، فغالبا ما يفترض المستعملون للحاسوب أنهم على اتصال بكائنات أرى داخل الحاسوب يتفاعلون معهم اجتماعيا، كما يتعاملون مع الحواسيب على انها كائنات بشرية ويعاملونها بنفس القواعد الاجتماعية السائدة في اتصال الوجه لوجه بين الناس.<sup>3</sup>

كما أن الحالة الوجدانية النفسية والداخلية للمستعمل تعد متغيرا هاما في الكثير من الحالات هي التي تقرر إذا كان يمكن تسميتها تفاعلية أم لا.

<sup>1</sup> خالد زعموم، السعيد بومعيزة، التفاعلية في الإذاعة، أشكالها و وسائلها، سلسلة بحوث و دراسات إذاعية، العدد 61، تونس، 2007، ص31.

<sup>2</sup> خالد زعموم، السعيد بو معيزة، نفس المرجع، ص32.

<sup>3</sup> خالد زعموم، السعيد بو معيزة، نفس المرجع، ص39.

و في المقرب النفسي الاجتماعي للتفاعلية، حاول بعض الباحثين اسقاط مفاهيم منظور الاستخدامات و الإشباعات على بحوث الوسائط المتعددة و التفاعلية للبحث في حاجات الفرد و رغباته و دوافعه التي تحدد أنماط استخدامه لوسائل الاتصال، و بناء على هذا حاول بعض الباحثين دراسة الجذور النفسية و الاجتماعية للحاجات و الدوافع لتبني وسائل الاتصال واستخدامها من خلال دراسة الشخصية.<sup>1</sup>

**V-2-3- البعد الإدراكي:** على خلاف أصحاب البعد الاجتماعي الذين يعتبرون التفاعلية تفاعلا وتبادلا واتصالا، فأصحاب البعد الإدراكي للتفاعلية يعتبرونها خاصية من خصائص شخصية الفرد حيث تكمن في إدراك الفرد للتفاعلية.

و في هذا السياق اشارت الباحثة "مورسن" إلى أنه من المهم أن تفهم كيف يدرك الفرد للتفاعلية من أجل إدراك التأثيرات التي تحدثها تكنولوجيا الإتصال الحديثة، كما يفترض الباحث "لي" إن الشيء المهم الذي يمكن دراسته في قياس التفاعلية ليس تعددا تجهيزات إضافية التكنولوجيا، و إنما البحث في كيف يدرك المستعملون لهذه الخصائص و كيف يتحكمون في وسط اتصالي يعتبر بعد أساسيا للتفاعلية<sup>2</sup>، و على ما إذا كان المستعمل قادرا على التحكم في تدفق المعلومات و الإتصال في موقع واب أم لا، فإذا كان هذا الأخير يسمح للمستعملين بالبحث

<sup>1</sup> خالد زعموم، السعيد بو معيزة، نفس المرجع، ص40.

<sup>2</sup> خالد زعموم، السعيد بومعيزة، نفس المرجع السابق، ص36.

عن المعلومات و الولوج إليها حسب الطلب، يمكن أن نقول أن الحاسوب يقدم لهم تفاعلية أكبر اثناء ابحارهم في الشبكة.

و في حالة ما إذا كان موقع الواب يصنع حواجز أمام المستعملين للحصول على المعلومات يكون إدراك المستعملين أقل للتفاعلية.

لذلك فإن التفاعل الذي يتحكم فيه الإنسان يفترض دورا نشطا أكثر للذي يستعمل أدوات الحاسوب.

و تكمن الأهمية كذلك في فهم معرفة كيف يجعل أفراد الجمهور المحتوى يلبي بعض الحاجات عندهم من خلال مواقع الشبكة المشخصة التي تقدم الأخبار و أحوال الطقس و الرياضة ومحتويات أخرى محددة بطلبات الأفراد.<sup>1</sup>

**V-2-4- البعد التكنولوجي:** يركز البعد التكنولوجي للتفاعلية على الخصائص الجوهرية في الوسائط التكنولوجية، حيث يكون التركيز على المحتوى أو المستعمل أو على العملية الإتصالية التفاعلية.

فالتفاعلية من المنظور التكنولوجي تشير إلى المستوى العالي نسبيا من للوسائط الإلكترونية المشبكة والإمكانيات الملائمة التي تسمح بها للتبادلات المتعددة الاتجاهات، و من بين الإمكانيات التي تتيحها التفاعلية حسب هذا المنظور: أنها تجعل الاتصال المتعدد الاتجاهات

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 37.

ممكنا، كما تسمح للمشاركين في العمليات الإتصالية، كما تتيح إمكانية رجع الصدى، والسرعة التي يمكن أن يحدث وفقا رجع الصدى توفر ميزة التزامنية.

### V-3- أساليب التفاعلية:

عن عندما يتفاعلون فهذا يعني المشاركة من قبل أكثر من شخص واحد، كما أن الزمن أن يجدد، و التفاعل أن يتم عبر وسط (قنوات ما)، و هذه المظاهر من التفاعلية يشار إليها بنسبة المشاركة و التزامنية و المماثلة، و مستوى التفاعلية يتأثر بكل واحد من هذه المتغيرات<sup>1</sup>، والتي يمكن تقديمها فيما يلي:

#### • تشير نسبة المشاركة (Participation ratio): إلى عدد المشاركين و الطريقة

التي يشاركون بها، و هذا ما يمكن أن يتتبع وفق عدد من الأشكال: مشاركة شخص و شخص آخر، مشاركة بين شخص و أشخاص كثيرين، و تجدر الإشارة إلى أنه كلما ارتفعت نسبة المشاركة تزايدت التفاعلية.

#### • التزامنية (Synchronicity): و تشير إلى الإطار الزمني الذي يحدث فيه التفاعل،

و التفاعلية و التزامنية هي تلك التي تحدث بصفة فورية، أي كل المشاركون حاضرون بينما تعني التفاعلية اللاتزامنية أن المشاركين غير حاضرن في نفس الزمن، وتتم التفاعلية

<sup>1</sup> تومي فضيلة، (2008)، التفاعلية و وسائلها في التلفزيون الجزائري، البرامج الموضوعية نموذجاً، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ص119-120.

هنا عن طريق رجوع الصدى المكتوب، و التفاعلية أيضا تتراجع كلما أصبحت المشاركة لا تزامنية.

• التماثل (Symmetry): يشير إلى التوليف بين التكنولوجيات تتوسط التفاعل، فالنفاعل

المتماثل يتم عندما يستعمل كلا الطرفين نفس الوسيط.

أصبح الاتصال في اتجاهين دليلا على أهمية الإتصال المواجهي، بالنسبة إلى الأشكال والأساليب الأخرى للاتصال لما يعكسه من مرونة في العملية الاتصالية و تحقيق أهدافها، وهو ما يعني قدرة القائم بالاتصال على تطوير عملية الاتصال بالتغيير أو التعديل بناء على تفاعل المتلقي مع كل من الرسالة و القائم بالاتصال ثم الاستجابة بعد ذلك في الاتصال العائد.

و هو ما كان يضيف قيمة أخرى إلى الاتصال المواجهي لتأثير العنصرين مما في المتلقي والعلمية الاتصالية<sup>1</sup>، و بالحديث عن القيمة المضافة Added Value في الاتصال الواجهي

نجدها تتضح في العناصر التالية:<sup>2</sup>

- تفاعل المتلقي مع كل الرسالة و القائم بالاتصال.
- الاتصال العائد أو المرتد من المتلقي إلى القائم بالاتصال.

<sup>1</sup> عبد الحميد، محمد، 2007، الاتصال و الإعلام على شبكة الأترنيت، عالم الكتب للطباعة و النشر و التوزيع، دون طبعة، ص57.

<sup>2</sup> عبد الحميد، محمد، 2007، نفس المرجع، ص58.

- فورية الاستجابة إلى العملية الاتصالية و أهدافها، مهما كان اتجاه هذه الاستجابة أو شكلها.

#### V -4- أشكال التفاعل:

#### التفاعلية من حيث المستخدم:

إن التفاعلية هي الطريقة المعالجة التفاعلية بالحوار و تعديل اشتغال البرنامج من خلال مراقبة النتائج.

"التفاعلية هي مدى إمكانية المستعملين المشاركة في تعديل شكل بيئة وسيطة أو محتواها في الزمن الحقيقي".<sup>1</sup>

#### من حيث العلاقة بين المرسل و المستقبل:

التفاعلية تطلق على درجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين، و استطاعتهم تبادلها، و يطلق على هذه الممارسة الممارسة المتبادلة أو التفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية، المرسل يستقبل و يرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل و كذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية التبادل والتحكم و المشاركة و مثال عن ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص المتلفزة.

<sup>1</sup> منتديات ستار تايمز، 08:36، 2010/01/17، إطلع عليه يوم، 2016/04/14.

التفاعلية تعني الاتصال في اتجاهين بين المصدر و المتلقي أو بصفة أوسع الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر و المتلقين.<sup>1</sup>

### من حيث الوسيلة:

"التفاعلية هي صفة الأجهزة و البرامج و ظروف الاستغلال التي تسمح بأفعال متبادلة في نمط الحوارين المستخدمين أو بين الأجهزة في الوقت الفعلي".

تعرف التفاعلية على أنها ميزة الوسيلة التي يكون فيها المستعمل قادرا على التأثير في شكل أو محتوى عرض وساطي أو تجربة.

إن تعد التفاعلية عاملا نفسيا و إعلاميا تتغير وفقا لتقنيات الاتصال أو بناءً على الوسيلة الاتصالية و المحتوى الإتصالي و إدراك الجمهور لها، و لقد تم تعريف مفهوم التفاعلية أيضا من قبل الباحثين على أنه أحد إمكانيات القوة الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الإعلام الجديدة، إن التفاعلية أكثر الخواص التي يشار إليها غالبا و المستخدمة لتميز الأنترنت عن وسائل الإعلام الأخرى و تعتبر التفاعلية الخاصية الوحيدة ذات الأهمية البالغة بالنسبة لنت، فالتفاعلية ليس مفهوما متناغما بعبارة أخرى فقد تكون التفاعلية بين المرسلين و المستقبلين أو بين الإنسان و الآلة أو بين الرسالة و قراءها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> منتديات ستار تايمز، المرجع السابق.

<sup>2</sup> منتديات ستار تايمز، المرجع السابق.

خلاصة الفصل:

أخيرا يمكننا القول أن التفاعل و التفاعلية يعتبران مبدأين أساسيين في العملية الاتصالية المرتبطة حاليا بالتطور التكنولوجي، خاصة مع ظهور الأنترنت و خدمات الوسائط المتعددة فلا غنى عن مبدأ التفاعلية في مختلف الأنشطة الإنسانية و العمليات الإعلامية و الإتصالية مهما كان نوعها فهي تحتوي على تفاعل.

الجانب التطبيقي

## VI. الإطار الميداني للدراسة

تمهيد.

### VI.1. تحليل بيانات الدراسة الميدانية.

- عادات وأنماط إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- اللغة المستعملة في مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).
- تأثير الفايسبوك على الأداء اللغوي في الوسط الجامعي.

### VI.2. نتائج الدراسة.

- النتائج الجزئية.
- النتائج العامة.

**تمهيد:**

قبل التطرق في عرض النتائج، يجدر التذكير بحجم العينة التي بلغت 120 مفردة، والتي تم إختيارها بطريقة قصدية، وقد بدأنا في توزيع الإستمارات في 15 سبتمبر إلى غاية 15 أكتوبر في جامعة مولود معمري قطب تامدة، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية. وزعنا في البداية 120 إستمارة واسترجعنا 100 منها، أما البقية تم استبعادها لعدم الإجابة على كل الأسئلة.

إعتمدنا في تحليل البيانات على أهم المتغيرات التالية: الجنس، السن، المستوى التعليمي، التخصص العلمي. كما أجرينا بعض المقابلات مع بعض المبحوثين لإيضاح بعض الأمور المتعلقة بلغة تواصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

أما فيما يخص هذا الفصل فقد تطرقنا إلى تحليل النتائج الكمية والكمية لبيانات الدراسة لكل محور خصصناه في الإستمارة ثم قمنا بعرض النتائج الجزئية والنتائج العامة للدراسة.

## V-1- تحليل بيانات الدراسة الميدانية:

## • تحليل الجداول البسيطة:

جدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
49%	49	ذكر
51%	51	أنثى
100%	100	مجموع

من خلال قراءتنا لهذا الجدول يتضح لنا أن أغلبية أفراد العينة إناث و ذلك بنسبة 51% ثم تليها فئة الذكور بنسبة تقدر ب 49%.

نستنتج من هذه الدراسة نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور و هذا راجع إلى أن نسبة الإناث في الوسط الجامعي أكثر من عدد الذكور و نسبة الإناث المتمدرسات أكثر من عدد الذكور لكون العلوم الإنسانية و الاجتماعية محبوبة من طرف الاناث و تفيدهن في الحياة اليومية خاصة علوم التربية .

جدول رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
21%	21	[25-21]
79%	79	[29-25]
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن أن فئة أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين 25-29 سنة تمثل 79% بينما فئة من 21-25 سنة تمثل 21%.

و هذه النتيجة منطقية لان معظم أفراد العينة ذو مستوى تعليمي ماستر و هو السن العادي لطلبة الماستر.

جدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
21%	21	الليسانس
34%	69	ماستر
10%	10	دراسات عليا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي أن أغلبية أفراد العينة ذو مستوى تعليمي (ماستر) هم الذين يمثلون الاتجاه العام بنسبة 69% ثم يدعمهم أصحاب الليسانس بنسبة 21% و أخيرا يليها أصحاب الدراسات العليا بنسبة 10%.

نستنتج من هذه الدراسة أن معظم أفراد العينة هم طلبة ماستر لأننا تعمدنا على توزيع هذه الاستمارة على هذه الطلبة.

كون طلبة الماستر هم المتواجدين في الكلية في هذه الفترة لان معظمهم يناقشون مذكراتهم.

جدول رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي:

النسبة المئوية	التكرار	التخصص العلمي
39%	39	إعلام و اتصال
11%	11	علم النفس
6%	6	علوم التربية
5%	5	علوم اجتماعية
22%	22	علم أطفونيا
8%	8	تاريخ
9%	9	تخصصات أخرى
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي أن أغلبية أفراد العينة ذو التخصص العلمي (إعلام و اتصال) هم الذين يمثلون الاتجاه العام بنسبة 39% ثم يليه أصحاب التخصص الارطفوني بنسبة 22% ثم يدعم أصحاب علم النفس بنسبة 11% و أصحاب مختلف التخصصات كتخصص اللغة العربية و الإعلام الآلي و الموسيقى بنسبة 9%، ثم يليها أصحاب التاريخ بنسبة 8% ثم أصحاب تخصص علوم التربية بنسبة 6%، و أخيرا أصحاب العلوم الاجتماعية بنسبة 5%.

نستنتج ان معظم أفراد العينة ذو تخصص علمي إعلام و اتصال كوني انتمي الى هذا التخصص و طلبة علوم الاعلام و الاتصال يتميزون بتعلقهم لموقع الفيسبوك و أداء ارائهم عبر هذا الموقع

- المحور الأول: عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة	التكرار	الإجابة
61%	61	كثيرا
27%	27	أحيانا
12%	12	نادرا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أن: نسبة الأفراد الذين يستخدمون مواقع التواصل كثيرا يمثلون 61% من أفراد العينة، ثم يليها 27% من أفراد العين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا، و أخيرا يليها 12% من أفراد العينة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي نادرا.

نستنتج من خلال الجدول أن معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا و هذا يدل على تعلقهم الشديد على هذه المواقع التي أصبحت شيئا أساسيا في حياتهم اليومية. حيث معظمهم يستخدمون هذا الموقع بشكل يومي و غير محدد في عدد الساعات على غرار السنوات الماضية لا يوجد هواتف ذكية و انما يستخدمون الحاسوب لكن لا يستطيعون استخدامه طوال اليوم.

جدول رقم (06): يمثل توزيع أفراد العينة حسب أقدمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة	التكرار	الإجابة
19%	19	سنة إلى سنتين
39%	39	سنتين إلى ثلاث سنوات
62%	62	أكثر من ثلاث سنوات
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب أقدمية استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي أن 62% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر من ثلاث سنوات، أما منذ سنتين إلى ثلاث سنوات يستخدمها 39% من أفراد العينة في حيث يستخدمها 19% من أفراد العينة عند سنة إلى سنتين فقط.

هذه النتيجة تؤكد أن غالبية أفراد العينة بدأوا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في سن مبكرة و هذا الاستخدام في تزايد مستمر فلقد اشارت الا

جدول رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حسب امتلاكهم لحسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة	التكرار	الإجابة
%34.48	100	فايسبوك
%21.03	61	تويتر
%17.58	51	انستغرام
%26.89	78	يوتوب
%100	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب امتلاكهم لحسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أن 100% من أفراد العينة يمتلكون حساب شخصي على موقع الفاييسبوك ثم يليه 78% من أفراد العينة لديهم حسابات على موقع اليوتيوب و 61% لديهم حسابات على موقع التويتر ثم 51% من أفراد العينة لديهم حسابات على موقع الانستغرام و في الأخير نجد 00% من أفراد العينة لا يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي.

نستنتج من خلال هذه الدراسة أن كل أفراد العينة لديهم حساب شخصي على موقع الفاييسبوك و هذا يدل على أن هذا الموقع يحتل مكانة كبيرة في مواقع التواصل الاجتماعي و يدل أيضا على أن أكثر من نصف أفراد العينة لديهم حسابات على معظم مواقع التواصل الاجتماعي و هذه النتيجة منطقية لان كل أفراد العينة يتصفحون هذه المواقع.

جدول رقم (08): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة على موقع الفايسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
69	69	مشاركة الصور
51%	51	مشاركة الروابط
21%	21	مشاركة الفيديو
88%	88	الردشة
79%	79	التعليقات
100%	308	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة على موقع الفايسبوك: أن 88% من أفراد العينة يفضلون خدمة الردشة على موقع الفايسبوك و يليها 79% من أفراد العينة يفضلون خدمة التعليقات و يليها خدمة مشاركة الصور ب 69% ثم 51% من أفراد العينة يفضلون المشاركة الروابط على موقع الفايسبوك و في الأخير نلاحظ أن 21% فقط من أفراد العينة يفضلون خدمة مشاركة الفيديو.

نستنتج أن من خلال الجدول أن أعلى نسبة من أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك لغرض الردشة و هذا منطقي لان موقع الفايسبوك موقع تواصل مع الأقارب و الأصدقاء، و أنه هذا هو هدف الشبكة بالأساس.

- المحور الثاني: اللغة المستعملة في مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك":

جدول رقم (09): يبين توزيع أفراد العينة حسب اللغة المستعملة على موقع الفاييسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	اللغة
10%	10	عربية
25%	25	فرنسية
5%	5	انجليزية
15%	15	أمازيغية
45%	45	اختصارات لغوية
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (09) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب اللغة المستعملة على موقع الفاييسبوك أن 45% من أفراد العينة يفضلون استخدام الاختصارات اللغوية و يليها 25% من أفراد العينة يفضلون استخدام اللغة الفرنسية في تواصلهم على موقع الفاييسبوك ثم اللغة الامازيغية بنسبة 15% ثم تليها اللغة العربية بنسبة 10% و في الأخير نجد فقط 5% من الشباب يفضلون التواصل باللغة الانجليزية.

نستنتج من خلال هذه الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون الاختصارات اللغوية و هذا راجع إلى أن أفراد العينة عندهم اقدمية الاستخدام هذا الموقع عن طريق التقليد و هذا يدل على ان معظم افراد العينة أصدقاء و زملاء فهم متفاهمون في هذه اللغة المختلطة فلا يمكن التواصل مع أي احد جديد بهذه اللغة حتى يتم التعرف عليه .

جدول رقم (10): يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد اللغات التي يتواصلون بها:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
19%	19	لغة واحدة
81%	81	عدة لغات
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب عدد اللغات التي يتواصلون بها نلاحظ أن 81% من أفراد العينة يفضلون استخدام عدة لغات للتواصل على موقع الفايسبوك ثم نجد أن 19% من أفراد العينة يفضلون استخدام لغة واحدة للتواصل.

نستنتج من هذه الدراسة على أن معظم أفراد العينة يستعملون عدة لغات للتواصل على موقع الفايسبوك نظرا لتعلمهم لمفردات مختلفة للغات العالم كونهم ينشؤون عدة صداقات في شتى بلدان العالم فهناك بعض الأصدقاء يتفاعلون مع بعضهم البعض باختصارات لغوية.

جدول رقم (11): يبين توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الاختصارات اللغوية:

النسبة	التكرار	دوافع الاستخدام
78%	78	سرعة التواصل
10%	10	متداول
12%	12	عادة
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الاختصارات اللغوية نلاحظ أن 78% من أفراد العينة يستخدمون الاختصارات اللغوية لدافع سرعة التواصل في هذا الموقع يليها 12% من أفراد العينة يستخدمون الاختصارات اللغوية نظرا لتعودهم عليها و في الأخير نجد 12% من أفراد العينة يستخدمون الاختصارات اللغوية نظرا لتداولها بين أفراد العينة.

نستنتج من هذه الدراسة أن الدافع الوحيد لاستخدام الاختصارات اللغوية هو سرعة التواصل و هذا يدل على أن أفراد العينة دافعهم الوحيد هو ربح الوقت و سرعة الاتصال بينهم كمثلا عوض ان تكتب bounjour نكتب bjr و merci يختصر ب mrc و demain يختصر ب 2m1 و tu fai quoi ب tfk.

- المحور الثالث: تأثير الفاييسبوك على الأداء اللغوي في الوسط الجامعي

جدول رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب نسبة الأشخاص الذين يستخدمون الاختصارات اللغوية في موقع الفاييسبوك.

النسبة	التكرار	الإجابة
79%	79	نعم
21%	21	لا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (12) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب نسبة الأشخاص المضطرين للاستخدام الاختصارات اللغوية نجد أن 79% من أفراد العينة أجابوا ب (نعم) حيث أنهم مضطرين لاستخدام الاختصارات اللغوية على موقع الفاييسبوك يليها 21% من أفراد العينة أجابوا ب (لا) يؤكد أنهم ليس مضطرين لاستخدام الاختصارات اللغوية على موقع الفاييسبوك.

نستنتج من هذه الدراسة أن أكثر من نصف أفراد العينة مضطرين إلى استخدام الاختصارات اللغوية و هذا يدل على معرفتهم بهذه اللغة الجديدة التي احتلت هذا الموقع.

جدول رقم (13): يمثل توزيع أفراد العينة حسب نسبة الأشخاص الذين ينتمون لمجموعات على موقع الفايسبوك:

النسبة	التكرار	الإجابة
91%	91	نعم
9%	9	لا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13) الذي يبين نسبة الأفراد الذين ينتمون لمجموعات معينة على موقع الفايسبوك حيث نلاحظ أن 91% من أفراد العينة أجابوا ب (نعم) لانتمائهم إلى مجموعات على الموقع الفايسبوك و يليه فقط 9% من أفراد العينة لا ينتمون أو هم ليسوا أعضاء في مجموعات على موقع الفايسبوك.

نستنتج من هذه الدراسة معظم أفراد العينة ينتمون إلى مجموعات على موقع الفايسبوك و هذا يدل على أهمية هذا الموقع حيث يعتبر أولوية من أولوياتهم.

جدول رقم (14): يمثل توزيع أفراد العينة حسب اللغة المستخدمة عبر موقع الفايسبوك:

النسبة	التكرار	الإجابة
11%	11	أكاديمية
10%	10	عامية
79%	79	اختصارات لغوية
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (14) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب اللغة المستخدمة عبر موقع الفايسبوك أن نسبة أفراد العينة الذين يستخدمون الاختصارات اللغوية يمثلون 79% من أفراد العينة و يليها 11% من أفراد العينة الذين يستخدمون اللغة الأكاديمية و في الأخير يمثل 10% نسبة أفراد العينة الذين يستخدمون اللغة العامية عبر موقع الفايسبوك.

نستنتج أن من خلال هذه الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون الاختصارات اللغوية في موقع الفايسبوك و هذا يدل على احتلال هذه اللغة الجديدة من هذا الموقع.

جدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حسب تداول اللغة المستعملة على موقع الفايسبوك في الوسط الجامعي:

النسبة	التكرار	الإجابة
19%	19	نعم
81%	81	لا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى تداول اللغة المستعملة على موقع الفايسبوك في الوسط الجامعي أن 81% من أفراد العينة ليسوا متعودين على استعمال لغة الفايسبوك في الوسط الجامعي و فقط 19% من أفراد العينة متعودين على استعمال لغة الفايسبوك في الوسط الجامعي.

نستنتج من خلال هذه الدراسة أن معظم أفراد العينة يستعملون لغتهم الفيسبوكية في الوسط الجامعي و هذا يدل على أن هذه اللغة يتم تداولها فقط في موقع الفايسبوك.

جدول رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الإخلال بقواعد اللغة:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
49%	49	كبير
29%	29	متوسط
22%	22	ضعيف
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (16) الذي يمثل مدى تأثير موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في الإخلال بقواعد اللغة نلاحظ أن 49% من أفراد العينة يؤكدون أن الفيسبوك يؤثر بشكل كبير على قواعد اللغة في حين أن 29% من أفراد العينة لا يرون في ذلك تأثير بقواعد اللغة في الأخير نجد 22% من أفراد العينة يرون أن موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك يؤثر بشكل ضعيف عن قواعد اللغة.

نستنتج من خلال هذه الدراسة أن معظم أفراد العينة يرون أن موقع الفيسبوك يؤثر بشكل كبير بقواعد اللغة و هذا يدل على أن هذه اللغة الجديدة التي احتلت مواقع التواصل الاجتماعي و بالأخص موقع الفيسبوك هي لغة ليست ككل اللغات ليست لها قواعد بل عبارة عن اختصارات لغوية أو هي رموز التواصل بها لغرض ربح الوقت.

يظهر لنا من خلال السؤال الأخير: أن معظم أفراد العينة اتفقوا أن الاختصارات اللغوية أثرت سلبا على اللغة لأن هذه الاختصارات اللغوية أولا هي لغة جديدة ظهرت فقط في مواقع التواصل الاجتماعي، ثانيا ليس لها أية قواعد تكتب بها.....وأخيرا هذه اللغة احتلت مكانة اللغة الأكاديمية، وأصبح الشباب ينحازون إلى هذه اللغة الجديدة ونسوا لغتهم الأصلية.

### • تحليل الجداول المركبة:

جدول رقم (17): يمثل علاقة متغير السن بالخدمات المفضلة على موقع الفيسبوك.

المجموع		[29-25]		[25-21]		متغير السن الإجابة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%14	14	%10.12	8	%28.57	6	مشاركة الصور
%15	15	%13.92	11	%19.04	4	مشاركة الروابط
%11	11	%12.65	10	%4.76	1	مشاركة الفيديو
%44	44	%50.63	40	%19.04	4	الدرشة
%15	15	%12.65	10	%23.80	5	التعليقات
%100	100	%100	79	%100	21	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج الجدول: أن نسبة 28.57% من أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين [21-25] سنة يفضلون مشاركة الصور على موقع الفيسبوك، أما بالنسبة

للفئة الذين يتجاوز أعمارهم بين [25-29] سنة فنجد أن 50.63% يفضلون خدمة الدردشة على موقع الفيسبوك.

وعليه نستنتج أن خدمة الدردشة هي الخدمة المفضلة على موقع الفيسبوك لأنها وسيلة الاتصال بين أفراد العينة للتعرف والتواصل، فهي الخدمة التي تقرب المسافات وتلغي الحدود الجغرافية.

جدول رقم (18): يمثل علاقة متغير الجنس بالخدمات المفضلة على موقع الفيسبوك.

المجموع		أنثى		ذكر		متغير الجنس الإجابة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
15%	15	9.80%	5	20.40%	10	مشاركة الصور
11%	11	11.76%	6	10.20%	5	مشاركة الروابط
9%	9	7.84%	4	10.20%	5	مشاركة الفيديو
52%	52	52.94%	27	51.02%	25	الدردشة
13%	13	17.64%	9	8.16%	4	التعليقات
100%	100	100%	51	100%	49	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج الجدول: أن نسبة 51.02% من الذكور يملكون حسابات على موقع الفيسبوك لان معظمهم يفضلون خدمة الدردشة على هذا الموقع، أما بالنسبة للإناث تصل النسبة إلى 52.94% فكلا الجنسين لديهم حسابات خاصة على هذا الموقع لنفس السبب، لكن باختلاف طفيف بين الذكور والإناث.

وعليه نستنتج أن الخدمات المفضلة على موقع الفيسبوك من خدمة الدردشة، وهذه الخدمة تسمح بالاتصال بين الشعوب وبين المعارف الذين تجمعهم نفس الاهتمام أو الانتماء (بلد، جامعة، مدارس، شركة...)، فهذا الموقع قرب بين الشعوب وألغت الحدود الجغرافية وزودت بين الثقافات مستقطبة للجمهور الواسع من المتلقين ولها الفضل في إيصال المحادثات الفورية عبر فضاء الكتروني من خلال تصفح هذا الموقع.

**جدول رقم (19):** يمثل علاقة متغير المستوى التعليمي بالخدمات المفضلة على موقع الفيسبوك.

المجموع		دراسات عليا		ماستر		لسانس		متغير المستوى التعليمي الإجابة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
11	11	%20	2	%10.14	7	9.52	2	مشاركة الصور
12	12	%30	3	%7.24	5	%19.04	4	مشاركة الروابط
12	12	%10	1	%10.14	7	%19.04	4	مشاركة الفيديو
19	19	%10	1	%14.49	10	%38.09	8	الدردشة
46	46	%30	3	%59.97	40	%14.28	3	التعليقات
100	100	%100	10	%100	69	%100	21	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج الجدول: أن نسبة المبحوثين لمستوى الماستر المتمثلين في %59.97 يفضلون خدمة التعليقات على موقع الفيسبوك على غيرها من الخدمات.

نستنتج أن هذه الخدمات لا تتطلب مستوى تعليمي للتواصل من خلالها فهي سهلة الاستخدام، وهذه الخدمات يمكن لأي أحد أن يستخدمها.

جدول رقم (20): يمثل علاقة متغير الجنس مع اللغة التي يتواصل بها أفراد العينة في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

المجموع		أنثى		ذكر		متغير الجنس الإجابة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%10	10	%13.72	7	%6.12	3	عربية
%25	25	%21.56	11	%28.57	14	فرنسية
%5	5	%5.88	3	%4.08	2	انجليزية
%15	15	%9.80	5	%20.40	10	أمازيغية
%45	45	%49.01	25	%40.81	20	اختصارات لغوية
%100	100	%100	51	%100	49	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج الجدول: أن نسبة 40.81% من الذكور يفضلون استخدام الاختصارات اللغوية أثناء تواصلهم على موقع الفيسبوك، أما بالنسبة للإناث تصل النسبة إلى 49.01%، فكل من الجنسين يفضلون استخدام الاختصارات اللغوية أثناء تواصلهم على موقع الفيسبوك.

وعليه نستنتج أن الاختصارات اللغوية قد غزت موقع الفيسبوك وهذا يدل على أن هذه الاختصارات اللغوية سهلة الاستعمال وسريعة الاتصال.

جدول رقم (21): يمثل علاقة متغير السن مع اللغة التي يتواصل بها أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

المجموع		[29-25]		[25-21]		متغير السن الإجابة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%10	10	%6.32	5	%23.80	5	عربية
%25	25	%24.05	19	%28.57	6	فرنسية
%5	5	%3.79	3	%9.52	2	انجليزية
%15	15	%15.18	12	%14.28	3	أمازيغية
%45	45	%50.63	40	%23.80	5	اختصارات اللغوية
%100	100	%100	79	%100	21	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج الجدول: أن نسبة أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين [25-21] يستخدمون اللغة الفرنسية أثناء تواصلهم على موقع الفيسبوك بنسبة %28.57، أما الفئة التي تتراوح أعمارهم بين [25-29] فيستخدمون الاختصارات اللغوية بنسبة %50.63 وقد يرجع هذا الاختلاف لكون هذه الفئة أكثر درجة بهذه الاختصارات اللغوية.

جدول رقم (21): يمثل علاقة متغير المستوى التعليمي مع اللغة التي يتواصل بها أفراد العينة.

المجموع		دراسات عليا		ماستر		ليسانس		متغير المستوى التعليمي الإجابة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%10	10	%10	1	%9	6	%14.28	3	عربية
%25	25	%50	5	%20	14	%29	6	فرنسية
%5	5	%10	1	%2	1	%14	3	انجليزية
%15	15	%10	1	%14	10	%19	4	أمازيغية
%45	45	%20	2	%55	38	%24	5	اختصارات اللغة
%100	100	%100	10	%100	69	%100	21	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول: أن نسبة أفراد العينة ليسانس يستخدمون اللغة الفرنسية بنسبة 29%، أما أفراد العينة ماستر بنسبة 55% يستخدمون الاختصارات اللغوية في تواصلهم في موقع الفيسبوك، أما 50% من أفراد عينة الدراسات العليا يستخدمون اللغة الفرنسية في تواصلهم على هذا الموقع.

منه نستنتج أن اللغة المستعملة في موقع الفيسبوك لا يدل على المستوى التعليمي لأفراد العينة، فكل حسب تفضيله للغات سواء كانت فرنسية أم لغة أمازيغية أم عربية.

لكن هذه الاختصارات اللغوية أو هذه اللغة الجديدة تحتل مكانة كبيرة في التواصل في هذا الموقع وهذا يدل على أنها لغة سهلة الاستخدام وسهلة التواصل بين أفراد العينة.

جدول رقم (22): يمثل علاقة متغير الجنس بدوافع استخدام الاختصارات اللغوية.

المجموع		أنثى		ذكر		متغير الجنس الإجابة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%78	78	%70.58	36	%85.71	42	سرعة التواصل
%10	10	%11.76	6	%8.16	4	متداول
%12	12	%17.64	9	%6.12	3	عادة
%100	100	%100	51	%100	49	المجموع

نلاحظ من خلال استنتاج الجدول: أن نسبة 85.11% من الذكور يستخدمون الاختصارات اللغوية بدافع سرعة التواصل، أما الإناث بنسبة 70.58% ويرجع تفوق الإناث على الذكور أن الإناث أكثر تصفحا لموقع الفيسبوك وأكثر تواصلا بهذا الموقع.

نستنتج أن هذه الاختصارات اللغوية تسهل التواصل بين الأفراد وهذا الدافع هو دافع الوقت لأن معظم الباحثين يسعون إلى ربح الوقت.

جدول رقم (23): يمثل متغير علاقة السن بدوافع الاستخدام الاختصارات اللغوية.

المجموع		[29-25]		[25-21]		متغير السن الإجابة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%78	78	%86.07	68	%47.61	10	سرعة التواصل
%10	10	%6.32	5	%23.80	5	متداول
%12	12	%7.59	6	%28.57	6	عادة
%100	100	%100	79	%100	21	المجموع

نلاحظ من خلال استنتاج الجدول أن نسبة الأعمار من [21-25] بنسبة %47.61 يستخدمون الاختصارات اللغوية بدافع سرعة التواصل في حين أن فئة الأعمار من [25-29] سنة يستخدمون الاختصارات اللغوية بنسبة %86.07، ويرجع هذا التفاوت بين نسب الأعمار بين [21-25] و [25-29] أن هذه الفئة أكثر دراية بهذه الاختصارات اللغوية.

نستنتج أن الاختصارات اللغوية لها مكانة كبيرة في التواصل بشكل سريع وريح الوقت، فالمستخدمون لهذه الاختصارات اللغوية تعتبر كلغة جديدة ظهرت في مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (24): يمثل علاقة متغير المستوى التعليمي بدوافع استخدام الاختصارات اللغوية.

المجموع		دراسات عليا		ماستر		ليسانس		متغير المستوى التعليمي الإجابة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%78	78	%50	5	%88.60	70	%61.90	13	سرعة التواصل
%10	10	%30	3	%2.53	2	%23.80	5	متداول
%12	12	%20	2	%8.86	7	%14.28	3	عادة
%100	100	%100	10	%100	79	%100	21	المجموع

نلاحظ من خلال استنتاج الجدول: أن 61.90% من أفراد عينة الماستر يفضلون استخدام الاختصارات اللغوية بدافع سرعة التواصل من حيث أن نجد 88.60% من أفراد عينة الماستر يفضلون استخدامها سرعة التواصل، وفي الأخير نجد أن 50% من أفراد عينة الدراسات العليا يستخدمونها لسرعة التواصل.

نستنتج أن هذه الدوافع يؤثر فيها المستوى التعليمي بشكل كبير، فكل مستوى تعليمي لديه دافع لاستخدام هذه الاختصارات اللغوية.

جدول رقم (26): يمثل علاقة متغير الجنس مع نسبة الأشخاص الذين ينتمون إلى مجموعات معينة على الفيسبوك.

الجنس						متغير الجنس الإجابة
المجموع		أنثى		ذكر		
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%91	91	%90.19	46	%91.83	45	نعم
%9	9	%9.80	5	%8.16	4	لا
%100	100	%100	51	%100	49	المجموع

نلاحظ من خلال استنتاج الجدول: أن نسبة 91% من الذكور ينتمون أو هم أعضاء في مجموعات معينة على موقع الفيسبوك، أما بالنسبة للإناث تصل النسبة إلى 90.19%، فكلا من الجنسين هم أعضاء في مجموعات معينة على موقع الفيسبوك.

وعليه نستنتج أن كلا الجنسين لهم نفس الاهتمام ولهم نفس الميولات ولها ثقافة

واحدة.

جدول رقم (27): يمثل علاقة متغير السن مع نسبة الأشخاص الذين ينتمون إلى مجموعات معينة في الفيسبوك.

السن						متغير السن الإجابة
المجموع		[29-25]		[25-21]		
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%91	91	%96.20	76	%71.42	15	نعم
%9	9	%3.76	3	%28.57	6	لا
%100	100	%100	79	%100	21	المجموع

نلاحظ من خلال استنتاج الجدول: أن 71.42% من أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين [21-25] ينتمون إلى مجموعات معينة على موقع الفيسبوك في حين 96.20% من أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين [25-29] سنة ينتمون إلى مجموعات معينة على هذا الموقع.

نستنتج أن الفئة العمرية الأكبر سنا هي الادري بهذه المجموعات.

جدول رقم (28): يمثل علاقة متغير المستوى التعليمي مع نسبة الأشخاص الذين ينتمون إلى مجموعات معينة على موقع الفيسبوك.

المجموع		دراسات عليا		ماستر		ليسانس		متغير المستوى التعليمي	الإجابة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
%91	91	%90	9	%91.30	63	%90.47	19	نعم	
%9	9	%10	1	%8.69	6	%9.52	2	لا	
%100	100	%100	10	%100	69	%100	21	المجموع	

نلاحظ من خلال استنتاج الجدول: أن 90.47% من أفراد عينة ليسانس ينتمون إلى مجموعات معينة على موقع الفيسبوك، أما بالنسبة لأفراد الماستر فتصل النسبة إلى 91.30%، وأخيرا 90% من أفراد الدراسات العليا ينتمون إلى مجموعات على هذا الموقع.

نستنتج أن كل المستويات سواء ماستر أو ليسانس أو دراسات عليا ينتمون إلى مجموعات معينة، ونستنتج أيضا أن هذه المجموعات لا تتطلب أي مستوى تعليمي للانتماء إليها، فهي سهلة للدخول إليها ويمكن لأي أحد الدخول إليها.

جدول رقم (29): يمثل علاقة متغير الجنس مع اللغة التي يستخدمها أفراد العينة على موقع الفيسبوك.

المجموع		أنثى		ذكر		متغير الجنس الإجابية
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%11	11	%11.76	6	%10.20	5	أكاديمية
%10	10	%9.80	5	%10.20	5	عامية
%79	79	%78.43	40	%79.59	39	اختصارات لغوية
%100	100	%100	51	%100	49	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذكور بنسبة %79.59 يستخدمون الاختصارات اللغوية على موقع الفيسبوك، أما الإناث فيستخدمون أيضا الاختصارات اللغوية على موقع الفيسبوك، وقد يرجع هذا التقارب إلى أن الذكور والإناث لهم نفس...؟

جدول رقم (30): يمثل علاقة متغير السن مع اللغة التي يستخدمها أفراد العينة على موقع الفيسبوك.

المجموع		[29-25]		[25-21]		متغير السن الإجابة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%12.08	11	%6.32	5	%28.57	6	أكاديمية
%10.98	10	%6.32	5	%23.80	5	عامية
%86.81	97	%87.34	69	%47.61	10	اختصارات لغوية
%100	100	%100	79	%100	21	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج الجدول: أن فئة أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين [25-21] يستعملون الاختصارات اللغوية في موقع الفيسبوك، أما الفئة التي تتراوح أعمارهم بين [25-29] سنة يستعملون الاختصارات اللغوية في موقع الفيسبوك.

نستنتج أن اللغة الجديدة أو الاختصارات اللغوية تحتل مكانة بين اللغات ومعظم أفراد العينة تعودوا على استخدامها نظرا لسهولة الاستخدام.

جدول رقم (31): يمثل علاقة متغير المستوى التعليمي مع اللغة التي يستخدمها أفراد العينة في موقع الفيسبوك.

المجموع		دراسات عليا		ماستر		ليسانس		متغير المستوى التعليمي
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	الإجابة
%11	11	%30	3	%7.24	5	%14.28	3	أكاديمية
%10	10	%30	3	%5.79	4	%14.28	3	عامية
%79	79	%40	4	%86.95	60	%71.42	15	اختصارات لغوية
%100	100	%100	10	%100	69	%100	21	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج الجدول: أن أفراد العينة ليسانس نسبة 71.42% يستخدمون الاختصارات اللغوية في موقع الفيسبوك ، في حين يمثل 86.95% من أفراد عينة الماستر يستخدمون الاختصارات اللغوية في موقع الفيسبوك، أما الدراسات العليا بنسبة 40% من أفراد العينة يستخدمون الاختصارات اللغوية في موقع الفيسبوك.

منه نستنتج أن هذه اللغة الجديدة تحتل المرتبة الأولى في مختلف المستويات سواء ليسانس أو ماستر أو دراسات عليا.

وهذا يدل على أن اللغة الجديدة هي لغة مختصرة من بين مختلف اللغات.

جدول رقم (32): يمثل علاقة متغير الجنس على مدى تأثير موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في الإخلال بقواعد اللغة.

المجموع		أنثى		ذكر		متغير الجنس الإجابة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%49	49	%56.86	29	%40.81	20	كبير
%29	29	%19.60	10	%38.77	19	متوسط
%22	22	%23.52	12	%20.04	10	ضعيف
%100	100	%100	51	%100	49	المجموع

نلاحظ من خلال استنتاج الجدول: أن 40% من نسبة الذكور يرون أن موقع الفيسبوك يؤثر بشكل كبير بقواعد اللغة، في حين 56.86% من نسبة الإناث يرون أن موقع الفيسبوك يؤثر بشكل كبير في الإخلال بقواعد اللغة، فهذه النسبة متقاربة، فالكل يرى أن موقع الفيسبوك يؤثر بشكل كبير في الإخلال بقواعد اللغة كون هذه اللغة ليس لديها قواعد ولا قوانين.

جدول رقم (33): يمثل علاقة متغير السن مع مدى تأثير موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في الإخلال بقواعد اللغة.

المجموع		[29-25]		[25-21]		متغير السن الإجابة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%49	49	%48.10	38	%52.38	11	كبير
%29	29	%32.91	26	%14.28	3	متوسط
%22	22	%18.98	15	%33.33	7	ضعيف
%100	100	%100	79	%100	21	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج الجدول: أن 52.38% من أفراد العينة التي تتراوح أعمارهم بين [21-25] سنة يرون أن موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك يؤثر بشكل كبير في الإخلال بقواعد اللغة، أما بالنسبة للفئة التي تتراوح أعمارهم بين [25-29] سنة ف 48.10% يؤكدون بشكل كبير تأثير موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في الإخلال بقواعد اللغة.

نستنتج أن موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك له مكانة كبيرة في التأثير على اللغة، إذ أنه الوسيلة الأكثر استخداما في التواصل بين المعارف.

جدول رقم (34): يمثل علاقة متغير المستوى التعليمي مع مدى تأثير موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بإخلال بقواعد اللغة.

المجموع		دراسات عليا		ماستر		ليسانس		متغير المستوى التعليمي الإجابة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%49	49	%30	3	%52.17	36	%47.61	10	كبير
%29	29	%30	3	%28.98	20	%28.57	6	متوسط
%22	22	%40	4	%18.84	13	%23.80	5	ضعيف
%100	100	%100	10	%100	69	%100	21	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن 47.61% من أفراد عينة الليسانس يرون أن موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك يؤثر بشكل كبير بالإخلال بقواعد اللغة في حين أفراد عينة الماستر بنسبة 52.17% يرون أن موقع التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل كبير على الإخلال بقواعد اللغة فقط 40% من أفراد عينة الدراسات العليا يرون أن موقع التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل ضعيف على قواعد اللغة.

ونستنتج من هذا الاختلاف أن المستوى التعليمي يؤثر بشكل كبير على اللغة.

## V - 2 - نتائج الدراسة:

## • الاستنتاجات الجزئية:

يتبين من خلال الدراسة:

- ✓ تبين من خلال الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا بنسبة تقدر ب 61% فمواقع التواصل الاجتماعي ضرورة فرضتها التطورات التكنولوجية الحديثة.
- ✓ معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاثة سنوات بنسبة تقدر ب 62% نظرا لانتشار هذه المواقع منذ أكثر من ثلاثة سنوات وانتشارها بشكل كبير.
- ✓ معظم أفراد العينة يملكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، فالفيسبوك يحتل المرتبة الأولى بنسبة 100%، وهناك نسبة كبيرة من أفراد العينة يمتلكون كل المواقع من تويتر وانستجرام واليوتوب.
- ✓ أكثر خدمة يفضلها أفراد العينة في موقع الفيسبوك هي خدمة الدردشة باعتبارها تلغي الحواجز الجغرافية وتقرب المسافات بين الأصدقاء.
- ✓ اللغة الأكثر استخداما في موقع الفيسبوك هي الاختصارات اللغوية بنسبة 45% لأن هذه الاختصارات سهلة وسريعة الاستخدام.
- ✓ معظم أفراد العينة بنسبة 61% يتواصلون بعدة لغات على موقع الفيسبوك نظرا لتطلعهم على جمع اللغات.
- ✓ دوافع استخدام الاختصارات اللغوية هو سرعة التواصل بنسبة 78% باعتبارها توفر الوقت وتسهل عملية التواصل.
- ✓ معظم المبحوثون بنسبة 91% ينتمون إلى مجموعات معينة على موقع الفيسبوك لأن معظم معارفهم يتواصلون عبر هذه المجموعات.

- ✓ معظم أفراد العينة بنسبة 81% لا يتداولون لغة الفيسبوك في الوسط الجامعي لكون لغة الفيسبوك هي لغة جديدة لا يمكن تداولها بشكل كبير في أماكن أخرى.
- ✓ معظم أفراد العينة بنسبة 49% يرون أن موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك يؤثر بشكل كبير على قواعد اللغة باعتبارها لغة جديدة في المجتمع.

### • الاستنتاجات العامة:

- مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن مواقع إلكترونية في شبكة الأنترنت تنتج التواصل بين الأفراد في بيئة افتراضية يجمعهم حسب المجموعات الاهتمام أو شبكة الانتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...الخ)
- كل هذا يتم عن طريق الخدمات للتواصل المباشر كأرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية ومعرفة الإخبار والمعلومات ونشر الأفكار والخواطر وأشهرها الفيسبوك.
- موقع الفيسبوك هو الحساب الشخصي الأكثر استعمال من أفراد العينة.
- الخدمات المفضلة لأفراد العينة من موقع التواصل هي الدردشة، التعليقات، مشاركة الصور بشكل كبير.
- اللغة الأكثر استعمالا لأفراد العينة في موقع التواصل فيسبوك هي إختصارات لغوية.
- معظم أفراد العينة يستعملون عدة لغات للتواصل.
- دوافع استخدام الإختصارات اللغوية هي سرعة التواصل.

- معظم أفراد العينة ينتمون لمجموعات على موقع الفيسبوك.
- الاختصارات اللغوية تؤثر بشكل كبير على اللغة الأكاديمية باعتبارها لغة جديدة
- ظهرت على مواقع التواصل الاجتماعي.

الخاتمة

## خاتمة:

سعيًا في دراستنا هذه إلى معرفة اللغة التي يتواصل بها الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي، و هذا نظرا لاستخدامهم و معرفتهم لهذا الموقع المعاصر وظهور لغات جديدة في موقع الفايسبوك و التي غزت هذا الموقع.

حاولنا التعرف في هذه الدراسة على اللغة التي يستخدمها الشباب في موقع الفايسبوك بحيث تعرفنا في هذه الدراسة إلى عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و اللغة المستعملة في موقع الفايسبوك و تعرفنا إلى تأثير الفايسبوك على الأداء اللغوي في الوسط الجامعي و توصلنا من خلال دراستنا هذه إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا و أن أغلب المبحوثين يستخدمون الاختصارات اللغوية أثناء تواصلهم على موقع الفايسبوك كما بينت الدراسة أن هذه الاختصارات اللغوية أثرت سلبا على اللغة و أن هذه اللغة الجديدة ليست لها قواعد.

و يعتبر موضوع اللغة التي يتواصل بها الشباب عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك جد مهم خاصة في الوقت الراهن و يتطلب دراسات معمقة نظرا لظهور لغات جديدة على هذا الموقع و هي الاختصارات اللغوية و التي أحدثت عدة تغيرات على اللغات الأخرى.

و في الأخير نأمل أن تكون دراستنا هذه قد ساهمت و لو بقدر قليل في توضيح جزء من هذه الظاهرة الاجتماعية الجديدة و المتطورة بتطور هذا الموقع. فنحن من خلال دراستنا حاولنا معرفة بعض اللغات التي يتم تداولها في موقع التواصل الاجتماعي و نأمل أن نكون قد ساهمنا بهذا في تمهيد الطريق للباحثين لاستكشاف جوانب أخرى حول هذا الموضوع الذي يبقى بحاجة إلى المزيد من البحث و الدراسة و التعمق.

المراجع

## قائمة المراجع:

### المراجع باللغة العربية:

1. ابن جني الخصائص، تح: محمد علي النجار، ج1، مطبعة الكتب، 1982.
2. ابن سناء الخفاجي أبي محمد بن عبد الله بن محمد بن سعيد، سرّ الفصاحة، تح: إبراهيم شمس الدين، كتاب ناشرون، بيروت، لبنان، ط1، 2010.
3. ابن منظور جمال الدين محمد بن مكرم، لسان العرب، دار صادر، بيروت- لبنان، المجلد (5)، حرف اللّام، مادة لغا، ط1، 1997.
4. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
5. الإمام محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، ضبط و تخريج و تعليق الدكتور ديب البغا، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، ط4، 1990م.
6. حلمي منيرة، التفاعل الاجتماعي، مكتبة الأجلو المصرية، القاهرة، مصر، 1978.
7. خالد بن سليمان مصرف، اتجاهات استخدام قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعي (دراسة تحليلية)، (2012م، 2013م).
8. خالد بن سليمان مصرف، اتجاهات استخدام قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعي (دراسة تحليلية)، (2012م، 2013م).

9. ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج و أساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000.
10. رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي، أساسياته النظرية و ممارسته العلمية، ط1، دار الفكر المعاصرة، دمشق، سورية، 2000.
11. رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي، أساسياته النظرية و ممارسته العلمية، ط1، دار الفكر المعاصر، دمشق، سورية، 2000.
12. رشدي أحمد طعيمة، تعليم اللغة العربية لغير الناطقين لها مناهجه وأساليبه، المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، الرباط، 1959.
13. ربحي مصطفى عليا، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال و العلاقات العامة، دار النشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
14. سامية الساعاتي، الشباب العربي الاجتماعي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
15. سامية مهدي، مواقع التواصل الاجتماعي، الفايسبوك، مذكرة لنيل شهادة ما ستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسة الجمهور، جامعة الجزائر3، 2011-2012.
16. ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللغة، تر، كمال محمد بشر، مكتبة الشباب، القاهرة، مصر، د ط، 1988.
17. صالح بلعيد، الدروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة، الجزائر، ط5، 2009.

18. عباس محمد صادت الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، 2008، الشروق.
19. عبد الجليل مرتاض، اللغة و التواصل، دار هومة للنشر، 2003.
20. عبد الحميد حمد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993.
21. عبد الرحمان بن محمد إين خلدون، مقدمة إين خلدون، تح: ترويش جودي، المكتبة العصرية، بيروت، لبنان، (د ط)، 2002).
22. عبد الله محمد الشريف، مناهج البحث العلمي، دليل الطالب في كتابة الأبحاث و الرسائل العلمية، ط1، مكتبة الإشعاع للنشر و التوزيع، 1996.
23. فاطمة بوهاني، حميدة خذري، حمزة هريدي: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها على اللغة العربية عند الشباب الجزائري؛ المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية في خطر (دبي: المجلس الدولي للغة العربية، 2013/10/07)
24. فريدان، و سوسير، علم اللغة العام، ترايوئيل يوسف عزيز، دار آفات عربية للصحافة و النشر، بغداد، العراق، د ط، 1985.
25. مارك زوكربيرج: مؤسس موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" أثناء تواجده في جامعة "هارفارد". الموسوعة الحرة ويكيبيديا، <http://www.wikipidia.com>
26. محمد بن عبد الله المحمود، كيف نتعلم لغة ثانية، ط1، العربية للجميع، الرياض م، 2014.

27. محمد عبيدات، محمد أبو نصار، و آخرون، مرجع سبق ذكره.
28. محمد محمد داود، العربية و علم اللغة الحديث، دار غريب للنشر و التوزيع، القاهرة.
29. مزري تش بن، قصة الفاييبوك، ثورة و ثورة ، ترجمة الهلالي، وائل محمود الهلالي،  
وائل محمود محمد، الطبعة العربية الأولى، إصدار سطور الجديدة، القاهرة، 2001.
30. مصطفى رسلان شلبي محمد محمود مرسى، مهارات الاتصال باللغة العربية، ط1،  
دار القلم للنشر و التوزيع، الإمارات العربية المتحدة، دبي، 2007.
31. مصطفى رسلان شلبي محمد محمود مرسى، مهارات الاتصال باللغة العربية، ط1،  
دار القلم للنشر و التوزيع، الإمارات العربية المتحدة، دبي، 2007.
32. منصور عصام، مواقع التواصل الاجتماعي، قد تحدث عن تغيير في المخ،  
صحيفة بوابة الشرق، عدد السبت 22 أكتوبر 2011.
33. منصور عصام، مواقع التواصل الاجتماعي، قد تحدث عن تغيير في المخ، صحيفة  
بوابة الشرق، عدد السبت 22 أكتوبر 2011.
34. منصور نعمان، البحث العلمي حرفة و فن، ط1، دار الكندي للنشر و التوزيع،  
الأردن، 1998م.
35. موري أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبية الجزائر،  
1996م.

36. وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفايسبوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، 2011.

37. ينظر: عبد الجليل مرتاض، اللغة و التواصل، اقتراحات لسانية للمتواصلين الشفهي والكتابي، دار هومة، الجزائر، دط، 2003.

38. ينظر: محمد علي عبد الكريم الروسي، فصول في علم اللغة، عالم الكتب، ليبيا، ط1، 2002.

### الرسائل الجامعية:

39. السعيد بومعزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2005-2006.

### المعاجم:

40. شريف فهمي بدوي، معجم مصطلحات الكمبيوتر و الانترنت المعلوماتية، القاهرة، دار الكتاب اللبناني للطباعة و النشر و التوزيع، 2007، (ص68).

### المجلات:

41. زاهي راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.

42. عبد الصبور شاهين، القدرة على إشعاب علوم العصر و علم اللغة العام، مجلة الأمة، ع61.

### المراجع باللغة الأجنبية:

43. Monique Lebrun et Nathalie Lacelle, Les usages linguistiques des adolescents québécois sur les médias sociaux, Alsic revue, Vol. 15, n°1, octobre 2012.
44. David Kirk Patrick : The Facebook (affect The Inside Story of the Company That is Connecting The Word, 1st (USA, Simon et Schuster : 2010) P30.
45. Richard Harrison and Michael Thomas, identity in online communities social net working sites and languag, international journal of emirerging et society v07, 2009, p112.
46. Characterestics of human language, Notesred.com. Retrieved le 04.07.2018.

### المواقع الإلكترونية:

47. Jaen Mrietz, online dictionary for liberary and information science, <http://www.odlis/search> odlis, le 14-04-2014, a 15 :30.

48. <http://ar.wikipedia.org/wik/op>. cit le 18-05-2014 a 14 :29

49. <http://ar.wikipedia.org/wiki/op> cite,a 14 :34.

50. محمد بشير، ما هو التويتر و كيف نستفيد منه، <http://baihcerme/blog>، يوم

10 ماي على الساعة 16:41.

51. إبراهيم علوش، موقع الفايسبوك، هل من أجلدة حفية،

[www.freearabe.voice.org](http://www.freearabe.voice.org)، يوم 10 ماي 2014 على الساعة 16:20.

الملاحق

جامعة مولود معمري تيزي وزو

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

فرع علوم الإعلام والاتصال

تخصص مؤسسات وتسيير وسائل الإعلام

استمارة الأسئلة لموضوع "لغة تواصل الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعية –

الفيسبوك نموذجاً -"

دراسة ميدانية على رواد الفيسبوك

نحن طالبة ماستر -02- فرع علوم الاعلام والاتصال، تخصص مؤسسات وتسيير وسائل الاعلام، بصدد إنجاز مذكرة تخرج، وإليكم إخواني الطلبة مجموعة من الأسئلة المرتبطة بموضوع البحث، لذلك نرجو منكم الإجابة عليها بكل وضوح ودقة. ونحيطكم علماً أنه هذه المعلومات تستخدم لغرض البحث العلمي.

تقبلوا فائق التقدير والاحترام.

تحت إشراف الدكتورة:

من إعداد الطلبة:

سميرة تكلال

- حياة بوعريف

- جمال حبيب

الموسم الجامعي: 2019/2018.

## محور البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر  أنثى

السن: .....

المستوى التعليمي: ليسانس  ماجستير  دراسات عليا ما بعد التدرج

التخصص العلمي: اعلام واتصال  علم النفس  علوم التربية

علوم اجتماعية  علم أرطفونيا  تاريخ  اخرى اذكرها :

## المحور الأول: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

1- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

كثيرا  أحيانا  نادرا

2- منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

1-2 سنتين  سنتين الى ثلاث سنوات  من 3 سنوات ما فوق

3- هل لديك حساب شخصي على أحد المواقع التالية، يمكن اختيار أكثر من اقتراح:

فيسبوك  تويتر  انستغرام  يوتيوب  لا أملك حساب

4- إذا كنت تملك حساب على موقع الفيسبوك، ما هي الخدمات المفضلة لديك؟ اختيار أكثر من اقتراح

مشاركة الصور  مشاركة الروابط  مشاركة الفيديو  الدردشة

التعليقات  اخرى اذكرها : .....

المحور الثاني: اللغة المستعملة في مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " :

1- ما هي اللغة التي تتواصل بها في موقع الفايسبوك؟

عربية  فرنسية  انجليزية  امازيغية  الاختصارات اللغوية

2- هل تفضل استخدام لغة تواصل واحدة أو عدة لغات

لغة واحدة  عدة لغات

أخرى أذكرها: .....

اختصارات لغوية (رموز أو حروف أو أرقام).....

4- ما هي دوافع استخدامك للاختصارات اللغوية؟ او

هل استخدامك للاختصارات اللغوية يعود الى :

سرعة التواصل  متداول  عادة

أخرى أذكرها: .....

5- هل أنت مضطر لاستخدام الاختصارات اللغوية للتواصل عبر موقع الفايسبوك؟

نعم  لا

المحور الثالث: تأثير الفايسبوك على الأداء اللغوي في الوسط الجامعي

1- هل أنت عضو في مجموعات معينة على الفايسبوك؟

نعم  لا

إذا كانت إجابتك ب "نعم" فهل هذه المجموعات:

اجتماعية  ثقافية  ترفيهية  إعلامية  سياسية

أخرى أذكرها: .....

2- ما هي اللغة التي تستخدمها عبر موقع الفايسبوك؟

أكاديمية  عامية  اختصارات لغوية

3- هل اللغة التي تعودت على استعمالها بموقع الفايسبوك هي نفسها التي تتداولها في الوسط الجامعي؟

نعم  لا

4- إلى أي مدى يؤثر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" في الإخلال بقواعد اللغة:

كبير  متوسط  ضعيف

5- هل ترى أن اللغة الجديدة (الاختصارات اللغوية) أثرت سلبا على اللغة أو دعمتها؟ برر.

.....  
.....  
.....

الصفحة	فهرس المحتويات
	شكر وتقدير
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
<b>I- البناء المنهجي والمفاهيمي للدراسة.</b>	
5	I.1. الإشكالية و تساؤلات الدراسة
7	I.2. أسباب اختيار الموضوع
8	I.3. أهداف الدراسة
8	I.4. أهمية الدراسة
9	I.5. منهج الدراسة و أدواته
13	I.6. مجتمع البحث وعينة الدراسة
15	I.7. تحديد مصطلحات و مفاهيم الدراسة
19	I.8. الدراسات السابقة.
<b>الإطار النظري للدراسة</b>	
<b>II- الفصل الأول: اللغة والاتصال</b>	
29	تمهيد
30	II.1. مفهوم اللغة و وظائفها
35	II.2. خصائص اللغة وعناصرها
	خلاصة الفصل
<b>III- الفصل الثاني: مواقع الشبكات الاجتماعية</b>	
40	تمهيد
41	III.1. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

42	III.2. نشأة الشبكات الاجتماعية
44	III.3. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
45	III.4. خصائص الشبكات الاجتماعية
46	III.5. أبرز مواقع التواصل الاجتماعي
	خلاصة الفصل
<b>IV- الفصل الثالث: الإتصال اللغوي عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).</b>	
51	تمهيد
52	IV.1. مفهوم ونشأة الفاييسبوك.
56	IV.2. مميزات وخصائص الفاييسبوك.
57	IV.3. دوافع إستخدام الفاييسبوك.
58	IV.4. الإتصال اللغوي في شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).
	خلاصة الفصل
<b>V- الفصل الرابع: التفاعلية</b>	
64	تمهيد.
65	V.1- مفهوم التفاعلية.
68	V.2- الأبعاد المختلفة لمفهوم التفاعلية.
72	V.3- أساليب التفاعلية.
74	V.4- أشكال التفاعلية.
76	خلاصة الفصل.
<b>VI- الإطار الميداني للدراسة</b>	
79	تمهيد.
80	VI.1. تحليل بيانات الدراسة الميدانية.
113	VI.2. نتائج الدراسة.

113	• النتائج الجزئية.
114	• النتائج العامة.
116	خاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق
	الفهرس

الصفحة	فهرس الجداول	رقم
82	توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	1.
82	توزيع أفراد العينة حسب السن	2.
83	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	3.
84	توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي	4.
85	توزيع أفراد العينة حسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	5.
86	توزيع أفراد العينة حسب أقدمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	6.
87	توزيع أفراد العينة حسب امتلاكهم لحسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي	7.
88	توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة على موقع الفايسبوك	8.
89	توزيع أفراد العينة حسب اللغة المستعملة على موقع الفايسبوك	9.
90	توزيع أفراد العينة حسب عدد اللغات التي يتواصلون بها	10.
91	توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الاختصارات اللغوية	11.
92	توزيع أفراد العينة حسب نسبة الأشخاص المضطرين للاستخدام الاختصارات اللغوية في موقع الفايسبوك	12.
93	توزيع أفراد العينة حسب نسبة الأشخاص الذين ينتمون لمجموعات على موقع الفايسبوك	13.
94	توزيع أفراد العينة حسب اللغة المستخدمة عبر موقع الفايسبوك	14.
95	توزيع أفراد العينة حسب مدى تداول اللغة المستعملة على موقع الفايسبوك في الوسط الجامعي	15.
96	توزيع أفراد العينة حسب الإخلال بقواعد اللغة	16.
97	علاقة متغير السن وما هي الخدمات المفضلة على موقع الفيسبوك.	17.
98	علاقة متغير الجنس وما هي الخدمات المفضلة على موقع الفيسبوك.	18.

99	علاقة متغير المستوى التعليمي وما هي الخدمات المفضلة على موقع الفيسبوك.	19.
100	علاقة متغير الجنس مع اللغة التي يتواصل بها أفراد العينة في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.	20.
101	علاقة متغير السن مع اللغة التي يتواصل بها أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.	21.
102	علاقة متغير المستوى التعليمي مع اللغة التي يتواصل بها أفراد العينة.	22.
103	علاقة متغير الجنس بدوافع استخدام الاختصارات اللغوية.	23.
104	متغير علاقة السن بدوافع الاستخدام الاختصارات اللغوية.	24.
105	علاقة متغير المستوى التعليمي بدوافع استخدام الاختصارات اللغوية.	25.
106	علاقة متغير الجنس مع نسبة الأشخاص الذين ينتمون إلى مجموعات معينة على الفيسبوك.	26.
107	علاقة متغير السن مع نسبة الأشخاص الذين ينتمون إلى نسبة معينة في الفيسبوك.	27.
108	علاقة متغير المستوى التعليمي مع نسبة الأشخاص الذين ينتمون إلى مجموعات معينة على موقع الفيسبوك.	28.
109	علاقة متغير الجنس مع اللغة التي يستخدمها أفراد العينة على موقع الفيسبوك.	29.
110	علاقة متغير السن مع اللغة التي يستخدمها أفراد العينة على موقع الفيسبوك.	30.
111	علاقة متغير المستوى التعليمي مع اللغة التي يستخدمها أفراد العينة في موقع الفيسبوك.	31.
112	علاقة متغير الجنس على مدى تأثير موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في الإخلال بقواعد اللغة.	32.

<b>113</b>	علاقة متغير السن مع مدى تأثير موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في الإخلال بقواعد اللغة.	<b>.33</b>
<b>114</b>	علاقة متغير المستوى التعليمي مع مدى تأثير موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بإخلال بقواعد اللغة.	<b>.34</b>