

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



استخدام اللهجات العامية في الفضاء الافتراضي دراسة ميدانية على عينة من طلبة المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

غزال عبد الرزاق

إعداد الطالبة:

زيادي هاجر

السنة الجامعية: 2018 / 2019

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



استخدام اللهجات العامية في الفضاء الافتراضي للطبة المنتسبين في المجموعة الافتراضية لطبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

غزال عبد الرزاق

إعداد الطالبة:

زيازي هاجر

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	الأستاذ
مشرفا ومقرر	جامعة المسيلة	غزال عبد الرزاق
ممتحننا ومناقشا	جامعة المسيلة	بونيف محمد الأمين
رئيسا	جامعة المسيلة	رضوان بوقرة

السنة الجامعية: 2018 / 2019

كلمة شكر وعرفان

﴿قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ﴾

نحمد الله ونشكره إذا نعم علينا بنعمته وأكرمنا بفضلته وعطائه بأن وفقني وأهداني القوة
والمصنمينة الصبر بإنجاز هذا العمل المتواضع، أتمنى أن يكون منارة في درب طلب العلم
والمعرفة بإذن الله.

أتقد بالشكر والامتنان والتقدير للأستاذ المشرف "مزال محمد الرزاق" الذي أفادني وكان لي خير
موجه وناصح.

كما أتوجه بخالص الشكر إلى جميع الأساتذة الذين أفادوني أيضا والذي ساعدوني بتوجيهاتهم
وإرشاداتهم.

وأخيرا لا أنسى أن أتقدم بالشكر لكل من ساعدني من قريب أو من بعيد ولو بكلمة طيبة وأرجو
من الله أن يجعل هذا العمل خالصا لوجهه الكريم.

الإهداء:

إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما اللذان أدين لهما بكل الامتنان والشكر والعرفان

إلى كل أفراد عائلتي والأصدقاء خاصة صديقتي التي لم تهزل عليّ بالمساعدة "سليمة"

إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد لإتمام هذا العمل.

إلى هؤلاء، أهدى هذا العمل وأرجو من الله العليّ القدير أن يوفّقني بما فيه خير لي وطلا

مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي

الإشكالية

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

تحديد المفاهيم اصطلاحيا وإجراءيا

منهج البحث

أداة جمع البيانات

تعريف مجتمع البحث والعينة المختارة

الدراسات السابقة

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: مدخل الشبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: تعريف التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: خصائص ومميزات شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: التواصل الافتراضي عبر الشبكات الاجتماعية

المطلب الأول: مفهوم التواصل الافتراضي

المطلب الثاني: خصائص التواصل الافتراضي عبر شبكة الفيسبوك

المطلب الثالث: الفيسبوك

المبحث الثالث: مدخل إلى اللغة

المطلب الأول: مفهوم اللغة

المطلب الثاني: ماهية اللغة الأكاديمية

المطلب الثالث: وظائف اللغة

المطلب الرابع: الواقع اللغوي في الجزائر

المبحث الرابع: مدخل إلى التواصل

المطلب الأول: مفهوم التواصل

المطلب الثاني: عناصر التواصل

المطلب الثالث: عوائق التواصل

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

المبحث الأول: الفصحى والعامية

المطلب الأول: اللغة الفصحى

المطلب الثاني: اللهجة العامية

المطلب الثالث: الفرق بين الفصحى واللهجة العامية

نتائج الدراسة

خاتمة

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	الاهداء
	الشكر
	الملخص
	خطة الدراسة
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي	
3	الإشكالية
3	أهمية الدراسة
4	أهداف الدراسة
4	أسباب اختيار الموضوع
7	تحديد المفاهيم اصطلاحيا وإجراءيا
10	منهج البحث
13	أداة جمع البيانات
13	تعريف مجتمع البحث والعينة المختارة
الفصل الثاني: الإطار النظري	
17	المبحث الأول: مدخل الشبكات التواصل الاجتماعي
17	المطلب الأول: تعريف التواصل الاجتماعي
17	المطلب الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي
18	المطلب الثالث: خصائص ومميزات شبكات التواصل الاجتماعي
20	المبحث الثاني: التواصل الافتراضي عبر الشبكات الاجتماعية
20	المطلب الأول: مفهوم التواصل الافتراضي
21	المطلب الثاني: خصائص التواصل الافتراضي عبر شبكة الفيسبوك
23	المطلب الثالث: الفيسبوك

23	المبحث الثالث: مدخل إلى اللغة
23	المطلب الأول: مفهوم اللغة
24	المطلب الثاني: ماهية اللغة الأكاديمية
24	المطلب الثالث: وظائف اللغة
25	المطلب الرابع: الواقع اللغوي في الجزائر
27	المبحث الرابع: مدخل إلى التواصل
27	المطلب الأول: مفهوم التواصل
27	المطلب الثاني: عناصر التواصل
28	المطلب الثالث: عوائق التواصل
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي	
30	المبحث الأول: الفصحى والعامية
30	المطلب الأول: اللغة الفصحى
30	المطلب الثاني: اللهجة العامية
31	المطلب الثالث: الفرق بين الفصحى واللهجة العامية
57	نتائج الدراسة
60	خاتمة
62	قائمة المراجع
ملاحق	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول والأشكال	

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
32	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
33	يبين توزيع أفراد العينة حول النشر باللهجات العامية مع متغير الجنس	02
34	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	03
34	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص التعليمي	04
35	يبين درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير التخصص	05
36	يوضح درجة استخدام التواصل الاجتماعي	06
37	يبين درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير البيانات الشخصية	07
39	يوضح منذ متى تستخدم التواصل الاجتماعي	08
40	يوضح المدة التي تستغرق في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	09
41	يوضح امتلاك أفراد العينة لحساب شخصي على أحد هذه المواقع	10
42	يبين توزيع أفراد العينة حول امتلاك حساب شخصي مع متغير البيانات الشخصية	11
44	يوضح الهدف من امتلاك أفراد العينة لحساب بمواقع التواصل الاجتماعي	12
45	يوضح استخدام اللهجات العامية في تواصلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي	13
46	يبين توزيع أفراد العينة حول استخدام اللهجات العامية في التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير الجنس	14
47	يوضح النشر باللهجات العامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	15
47	يوضح التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي باللهجات العامية	16
48	يوضح طبيعة المواضيع التي تتفاعل بها أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي	17
49	يوضح لغة التواصل الأكثر تداولاً لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي	18
49	يوضح اللهجات العامية في التواصل مع الأصدقاء	19
50	دوافع استخدام اللهجات العامية	20
51	يوضح طبيعة المجموعات أو الصفحات التي تتابع على مواقع التواصل	21
51	يوضح التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي باللهجات العامية	22
52	يوضح استخدام نفس اللغة مع باقي الأصدقاء	23

24	يوضح اللغة التي تعودت العينة على استخدامها في المواقع هي نفسها التي تتداولها في الوسط الجامعي .	52
25	يوضح إلى أي مدى يؤثر التواصل الاجتماعي الاحلال باللغة	53
26	يوضح اللهجات العامية للإحساس بالانتماء لمجتمع مستقل بلغة خاصة مشتركة	53
27	يوضح استعمال اللهجات العامية للشعور بالانتماء إلى العالم الافتراضي	54
28	يوضح استعمال الرموز كمكمل للغة في أغلب الاوقات	54
29	يوضح التنوع في اللغة لإيصال ما نريد	55
30	يوضح استخدام اللهجات العامية يعبر عما نريد	55
31	يوضح مدى إيصال الأفكار والتعبير عن المواضيع عن طريق استخدام اللهجات العامية	56
32	يوضح التفاعل والتفاهم مع الغير عن طريق اللهجات العامية	56
33	يوضح توصيل كل الأفكار في استخدام اللهجات العامية	57

فهرس الأشكال البيانية

الصفحة	العنوان	الرقم
32	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
39	يوضح منذ متى تستخدم التواصل الاجتماعي	02
40	يوضح المدة التي تستغرق في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	03
41	يوضح امتلاك أفراد العينة لحساب شخصي على أحد هذه المواقع	04

مقدمة

مقدمة:

يشهد العالم تطورات عديدة في شتى ميادين الحياة خاصة تلك التي تهتم بمجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات محدثة بذلك نقلة نوعية في عالم الاتصال فانتشار الانترنت في ارجاء المعمورة مهد الطريق للمجتمعات كي تتقارب وتتعارف وتتبادل الآراء والأفكار والرغبات، فمنذ ظهور الأنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1960م لاقى اهتماما واستقطابا أكبر من أي وسيلة اتصال أخرى لما لها من تأثير على طبيعة مستخدميها وسلوكياتهم، إذا وفرت حرية أكبر للأفراد والجماعات في اختيار المواد المراد نشرها وتلقيها بالطريقة التي يريدونها المستخدم وفي الوقت الذي يناسبه متجاوزة بذلك الحدود المعرفية والجغرافية وكذا الزمنية، حتى أصبح بمقدور أي شخص الحصول على المعلومات من خلال فضاءات وساحات النشر الإلكتروني المتاحة.

إن الاستخدام الواسع لهذه الشبكات وكذا ظهور هذه الأساليب التواصلية المكتوبة الجديدة من أهم التحولات التي أحدثتها التكنولوجيا الحديثة من أهم التحولات التي أحدثتها التكنولوجيا الحديثة في لسلك التواصل لدى العربي بصفة عامة والجزائري بصفة خاصة ومن هذا المنطق بات البعض يتحدث عن مخاطر هذه الأساليب على اللغة العربية الفصحى، وعلى مفهوم الهوية لديهم، لذلك وجب النظر في أساليب التواصل المنتشرة بينهم.

تعاني اللغة العربية منذ وطأ الاستعمار لهذه الأرض وما أجرمه في حق ثقافتنا من طمس وتشويه، وما ساهمت بنشره وسائل الاعلام خاصة الفضائيات من ممارسات لغوية خاطئة، تعزز ذلك بسياسة الدولة اتجاه اللغة العربية ومشروع التعريب الذي ما ان وضع حتى تعثر، ليأتي الهاتف النقال ثم غرف المحادثة على الشبكة العنكبوتية بظواهر أفاضت الكأس، إذ لم يعد الامر مقتصرًا على أمراض لغوية قد تمس أي لغة، بل طفت للسطح ممارسات لغوية جديدة تكتب على غرارها اللغة بحروف لاتينية في مجتمع تصارع فيه الفصحى العامية واللغة الفرنسية في عصر يتحدث بالانجليزية.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

الفصل الأول الإطار المنهجي

الإشكالية:

نعيش اليوم في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطرت على أكثر اهتماماتهم، فمع مجيء الأنترنت أصبحت هناك قدرة مثيرة على بث الرسائل بشكل فوري عبر المسافات الواسعة، وزيادة على العديد من الخدمات المتوفرة في هذا الفضاء، ومن أقوى التأثيرات تلك الخاصة بالعمليات الاتصالية، حيث أتاحت هذه الفضاءات الجديدة إمكانية وكذا طرق اتصالية جديدة، ما يقودنا نحو نمط اتصالي جديد.

فإذا اتبعنا ما تحدث على مستوى الشبكات الاجتماعية الموجودة سنلاحظ وجود نظام اتصالي مغاير لما هو متفق عليه في المجتمع، هذه الفئة من المجتمع عادة ما تكون أكثر استخداما للتكنولوجيات الحديثة الاعلام والاتصال بصفة خاصة.

ولم تقتصر هذه التغيرات التي شهدتها السلوك الاتصالي على فئة الشباب الجامعي فقط، فهناك الكثير من الباحثون الذين ارتجعوا الممارسات اللغوية الجديدة التي يتم انتهاجها اثناء التواجد على الشبكات الاجتماعية إلى المستوى التعليمي للشباب، معتبرين أنه كلما قل المستوى التعليمي، كلما زاد استعمال هذه اللغة الجديدة.

اذن كيف نفسر استخدام الشباب الجامعي للهجات العامية اثناء التواصل عبر الشبكات الاجتماعية.

ما نشهده وما نلاحظه على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي من سلوكيات اتصالية يكشف لنا وجود عدة متغيرات اقتصادية اجتماعية نفسية وثقافية وكذا تكنولوجية أدت إلى ابراز هذا التغير ومن هنا تبرز الإشكالية التالية:

● ماهي أنماط وأشكال استخدام وتوظيف اللهجات العامية من قبل الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي؟

صياغة التساؤلات:

● ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

● كيف يستخدم طلبة الجامعة اللهجات العامية في عمليات التفاعل والنشر على مواقع التواصل الاجتماعي؟

● كيف يستخدم طلبة الجامعة اللهجات العامية في عمليات التواصل على مواقع التواصل الاجتماعي؟

● ماهي الاشباغات المحققة من وراء عمليات النشر التفاعل والتواصل على مواقع التواصل الاجتماعي؟

أهمية الدراسة:

الفصل الأول الإطار المنهجي

- تبرز أهمية هذه الدراسة في تبيان الدور الذي تؤديه اللغة داخل المجتمع، باعتبارها الأساس في تحقيق الاتصال والتواصل والتفاهم بين افراد الجماعة اللغوية المتجانسة، ونظرا للعلاقة التي تجمع اللغة بوسائل الاتصال والاعلام باعتبارهما أداتين لتحقيق التواصلية.
- ونرى أن وسائل الإعلام التقليدية تعتمد على الخطاب اللغوي الذي وضع بالاتفاق العربي للجماعة اللغوية، في حين نجد وسائل الإعلام الحديثة في مقدمتها الأنترنت التي تبدع خطابا لغويا جديد فرضيته طبيعة الوسيلة فظهر للوجود اتفاقا لغويا جديدا خاص بفئة معينة من المجتمع، وهي ظاهرة واسعة خصت جميع المجتمعات ومست كذلك المجتمع الجزائري.
- ومن هنا تبرز أهمية الدراسة من خلال البحث في الممارسات اللغوية الجديدة للطلبة الجامعيين المستعملين للأنترنت عامة ووسائل التواصل الاجتماعي خاصة، والتي خلقت علاقات مستمرة بين الأفراد في عالم افتراضي تقرهم وتفتح المجال للتداول والدرشة بعدة مواضيع وبمختلف المجالات ويكون هذا التداول باللجوء إلى اللهجات العامية والرموز للتعبير عن أفكارهم والنظر إلى طبيعة علاقتهم باللغة الأكاديمية وكذلك للتدقيق في الأسباب الكامنة خلف هذه الممارسات اللغوية الجديدة إلى جانب قلة الدراسات العربية في هذا المجال التي أوضحت أماننا صورة تنطق بضرورة البحث في ذلك.

أهداف الدراسة:

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

- معرفة مدى إقبال الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي.
- الوقوف على الأسباب والعوامل التي أدت إلى ظهور هذه الممارسات اللغوية الجديدة لدى الشباب الجامعي وتحديد خصائصها.
- الكشف عن التأثيرات المختلفة لهذه التغيرات على الشباب الجامعي.
- الكشف عن مكانة اللهجة العامية في ظل هذه الممارسات الجديدة.

أسباب اختيار الموضوع:

الفصل الأول الإطار المنهجي

من المعلوم أنه قبل الخوض في أي بحث أو دراسة هناك أسباب تدفع الباحث الاستطلاع والاستفسار والتعميق قصد الوصول إلى نتائج موضوعية وعليه سنقوم بتحديد أسباب تناولنا للموضوع والتي كانت أسباب شخصية وموضوعية ظهرت على النحو التالي:

الأسباب الذاتية:

- الميل للشخصي لهذه المواضيع وثيقة الصلة.
- الإحساس بالمشكلة المتمثلة في التشتت اللغوي.
- الاعتماد الكبير على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء التواصل مما خلق لدينا مشكل في اعتماد لغة سليمة خلال مجالنا الدراسي وبحثنا العلمي.
- البحث في الكيفيات المساعدة على سهولة التواصل باعتماد لغة بسيطة.

الأسباب الموضوعية:

- موضوع الدراسة يندرج ضمن إطار اهتماماتنا العلمية فأى بحث أكاديمي يتطلب حد أدنى من المعلومات لكي يتمكن الباحث من التحكم فيه.
- ظهور حركة تعبيرية خصت الممارسات اللغوية لدى الشباب الجامعي المستعمل الاجتماعية.
- موضوع الدراسة هو موضوع جديد وقلة الدراسات التي تناولت الموضوع.
- ظهور لهجات عامية ورموز جديدة والتي تعتبر دخيلة على مجتمعنا.
- معرفة مدى تأثير الإعلام الجديد على الوجه اللغوي الجديد لدى الشباب الجامعي.
- موضوع الأفراد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي توظيف توليفة من أشكال التواصل (حروف+ كلمات+ صور... الخ) كشكل مبسط للتواصل والتفاعل.

نظرية الاستخدامات والإشباع:

حتى لا تكون الانطلاقة لدراسة من فراغ من الأنسب أن نعلم على نظرية محددة، ما يساعدنا على تقديم موضوع الدراسة أكثر عمقا وشمولا، ونظرا لأن موضوعنا حول الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعية وتأثيره على الممارسات اللغوية فوجدنا أنه من الأنسب أن نستند على نظرية لاستخدامات والإشباع أملا في أن نصل إلى نتائج أكثر شمولا ونخدم موضوع دراستنا.

مفهوم النظرية:

الفصل الأول الإطار المنهجي

الاستخدام في اللغة من استخدام استخداما، أي اخذ الشخص خادما، ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخادم.

وأما الإشباع في اللغة فهي مأخوذة من الشبع (بفتح الشين وفتح الياء) و الشبع (بكسر الشين) وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وامرأة شبعي الذراع من النساء أي ضخمته، وثوب شبيع العقل أي واخره، والتشبيع من يرى أنه شعبان وليس كذلك، ونظرية الاستخدامات والإشباع في الاصطلاح الإعلامي مثار اختلاف بين الباحثين وتعني النظرية باختصار: تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية

وذكر محمد عبيد الحميد أستاذ الإعلام بجامعة حلوان أن الحاجة هي "افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما تحقق حالة من تواجده الرضا والإشباع، والحاجة قد تكون فيزيولوجية أو نفسية"، وذكر أن الدافع هو حالة فيزيولوجية أو تقنية توجه الفرد إلى الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة. (الربيعي، 1988، ص 86).

وهي النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفة منظمة، وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فاعلة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون رسائل الإعلام خلافا للنظريات المبكرة، مثل نظرية الأثر الموحد أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير على نسق واحد فأسلوب منفصلة وتتصرف بناء على نسق واحد فأسلوب الأفراد أما وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية. (د\جاب، 2010، ص 584)

جدور النظرية:

خلال أربعينيات القرن العشرين الميلادي أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور، ووسائل الاعلام وكان ذلك تحولا من رأي، الجمهور على أنه سلمي إلى أنه عنصر فاعل انتقاء الرسائل والمضامين المفضلة من وسائل الإعلام. وكان ذلك ردة فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام كما في نظرية الرصاصة، ونظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، نظرية الاستخدامات والإشباع القائمة على افتراض الجمهور النشط تركيز على كيفية استجابة وسائل الإعلام لدوافع احتياجات الجمهور.

وذكر حسن مكاوي وليلى السه أن (ويرنوتارفكرد) أشار إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ في الثلاثينات من القرن الميلادي الماضي عندما أجرت دراسات عديدة من هذا المنظور للتعرف على أبحاث النظرية منذ عام 1944م في دراسة (هيرت) و(هيرزج) التي استهدفت الكشف عن اشباع متمتع (المسلسلات اليومية) وتوصلت إلى أنها تهتم بإشباع الحاجات العاطفية وفي عام 1945 جاءت

الفصل الأول الإطار المنهجي

دراسة (بيرلسون) التي أجراها عندما توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب اضطراب عمال شركة التوزيع في نيويورك، فكان سؤاله عما افتقده الجمهور في هذه المدة، وتوصل إلى أن الصحف تقوم بأدوار تعد السبب في ارتباط الجمهور بها مثل دور نقل المعلومات، والأخبار، والهروب من العالم اليومي، وكان أول ظهور لهذه النظرية بصورة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" من تأليف (إلهيوكاتز) و(بالمير) عام 1974 ودار هذا الكتاب حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب، ودوافع استخدام الفرد من جانب آخر. (الرعي، 1988، ص 86-87)

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع:

- يركز مدخل الاستخدامات والإشباع على الأهداف التالية وهي:
- تفسير وتحليل كيفية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة لإشباع حاجتهم وتوقعاتهم.
- التعرف على دوافع وأنماط وخصائص التعرض لوسائل الإعلام، ومعرفة حقيقة الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة تكون من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض لتلك الوسائل.

فروض نظرية الاستخدامات والإشباع:

جمهور وسائل الإعلام جمهور نشط وتبسم بالإيجابية والفاعلية ويرتبط استخدامه بوسائل الإعلام بأهداف محددة لديه.

- الجمهور هو الذي يختار لوسيلة التي يرى بأنها تحقق إشباع رغباته وحاجته.
- وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجماهير وتتأثر العلاقة بين الجمهور ووسائل الاتصال بعوامل بيئية عديدة.
- يستطيع الجمهور تحديد اهتماماته وحاجته ودوافعها ومنها يلجأ إلى الوسائل التي تشبع رغباته.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال الرسائل الإعلامية فقط.
- استخدام الوسائل يعبر عن الحاجات التي يرغب الجمهور في تحقيقها وتتحكم في ذلك أمور منها الفروق الفردية والتفاعل الاجتماعي. (الطرايش، 2006، ص 266)

الفصل الأول الإطار المنهجي

تحديد المفاهيم اصطلاحيا وإجراءيا:

تعريف اللهجة العامية:

تعريف العامية باللغة المحكية، أو اللغة التي تجري على ألسنة الناس هنا وهناك إنها الدارجة نطقا في كل اتصال لغوي غير رسمي أو غير متخصص وربما يلجأ إليها بعض الرسميين أو المختصين أحيانا وإن كانت لعامية قواعدها تنصرف بنيتها على الإشباعات فيما تتعلق ببنية اللغة النموذجية وتخالفها في ضوابطها وأحكامها، وتتجاوز المعايير المقررة لها ولهذا نعتها بعضهم بأنها لغة غير صحيحة، لأن نشوء العامية ونشؤها ما هو إلا مظهر من مظاهر الجرح إلى لغة خفيفة مرنة وقليلة ونادرا ما توظف في الكتابة وتوظيفها في هذه الحالة مقصور عادة على العوام. (العربي،.....، ص 94-95)

تعريف الطلبة الجامعيين: من خلال الدراسة نقصد بالطلبة الجامعيين المتواجدين في جامعة "المسيلة" والذين يمثلون فئة الشباب حيث أن هذه الفئة تعد مجموعة ذات خصائص ومواصفات خاصة ولها وزن في المجتمع المعاصر خاصة وأنه تزامن مع عصر العولمة والانتشار الواسع والهائل للتكنولوجيا الحديثة وتواصله بشكل لا محدود مع الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي التي خلقت لهم فضاءات خاصة تمكنهم من التواصل حسب اختياراتهم ولهم فرصة التحكم في طريقة التعبير وكيفية تكوين المضامين التي تعكس اهتماماتهم فأصبحت فئة لها عالمها، الخاص في الفضاء الافتراضي

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرفها محمود عواد بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل (الفرد الواحد) باسم (العقد-Node) بحيث يتم اتصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص. (فتحي حسين، 2011، ص 187)

تعريف إجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي:

هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها.

الفصل الأول الإطار المنهجي

تعريف اللغة

لغة: جاء في لسان لابن منظور اللغة مادتها (ل غ ا) نقول لغا اللغو وهو السقط وما لا يتعد به من كلام غيره ولا تحصل منه فائدة ولا على النفع.

أما شيف أولمان فعرفها على أنها نظام من رموز صوتية مخزونة تفي أذهان أفراد الجماعة اللغوية بينما اللام نشاط مترجم لهذه الرموز الموجودة بالقوة إلى رموز فاعلية حقيقة. (ابن منظور، 1997، ص 507-508)

مفهوم التواصل:

لغة: وصل تدل على ضم الشيء إلى شيء حتى يعلقه، إذن التواصل في معناه اللغوي يدل على الاقتان والاتصال والإبلاغ وكذا الإعلام

التعريف الإجرائي لتواصل:

هو فعل الأفكار والتجارب، وتبادل الخبرات والمعارف بين الذوات والأفراد والجماعات بتفاعل العجائي وبواسطة رسائل تتم بين مرسل ومتلقي وهو جوهر العلاقات الإنسانية ومحقق تطورها يتم ذلك من خلال الأنترنت وتطبيقاتها والمتمثلة في الشبكات الاجتماعية.

تعريف التفاعل:

هو يشير إلى علاقة بين متغيرين أو أكثر تنطوي على تأثير متبادل وله مستويات ثلاثة، وهي بين الفرد وذاته وبين الفرد والموقف، وبين الرسالة وقوى المجتمع المؤيدة والمعارضة لتغيير السلوك، ومن ثم فهو المحصل الأول للاتصال والتواصل، حيث تغيير المعلومات والاتجاهات والمواقف لدى المستقبل، وتحقيق أهداف المرسل وبذلك يشعر بالرضا عن رسالته إلى نتيجة تحقق ما كان يصبو إليه وهذا يدفع المرسل إلى مزيد من الجهد في الرسائل القادمة حرصا على الوصول بأفراد الأسرة أو معظمهم إلى درجة التمكن من الموقف المعالج.

تعريف الاستخدام:

لغة: حسب معجم "Le Ribert De Sociologie" الاستخدام نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي لدى ثقافة معينة تفصل التكرار والقدم.

اصطلاحا: يعني مجموع الاستخدامات التي يخصصها الفرد أو الجماعة لوسيلة ما، وتتم دراسات الاستخدام بإظهار الاستخدامات الاجتماعية لمختلف هذه العناصر والمعاني الثقافية للسلوكيات اليومية للأفراد.

التعريف الإجرائي: استخدام جمهور الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل تلبية حاجات مختلفة واشباع رغبات اجتماعية نفسها وغيرها.

الفصل الأول الإطار المنهجي

تعريف النشر:

هو شكل من أشكال تقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات غير الشخصية وغير مدفوعة الأجر وهو نشاط اتصالي هادف من كخال وسيلة من وسائل الاتصال غير مدفوع الثمن.

كأن نتحدث في مقابلة تلفزيونية عن الأدب ثم نتطرق إلى نجيب محفوظ وثلاثيته فتزيد بالتالي مبيعات هذه الكتب. (حجاب، 2004، ص 505)

منهج البحث:

بعد أن حددنا موضوع بحثنا والهدف الذي نسعى لتحقيقه من وراء دراستنا، ويبقى 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 الاختيار صحيحا من الناحية العلمية.

يعتبر المنهج الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته لظاهرة معينة من أجل معرفتها والتقرب منها. يعرف المنهج العلمي على أنه طريقة يصل بها الإنسان إلى حقيقة والبحث المتواصل عنها وأنشأ عنها بين الناس بعد عرضها وتحليلها تحليلا شاملا ودقيقا.

وهذا نعلم في موضوعنا على المنهج المسحي:

المسح في اللغة العربية إمرار اليد على الشيء السائل المتلطف لإذبابه.

أما في البحث العلمي يفيد التعريف على الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال مسح المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية وما يسودها من علاقات داخلية وخارجية.

وعلى الباحث أثناء إجراءه للدراسات المسحية التي هي في أغلب الأحيان تصويرية للظاهرة المدروسة فيجب عليه الاتمام بالخطوات البحثية حتى يتمكن من جمع المعلومات والبيانات الشاملة والدقيقة وأساليب عرضها على القارئ حتى من التعرف الجيد على الظاهرة.

وهو المنهج الذي يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية منها ومن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرف الحصول عليها.

وينقسم المنهج المسحي من حيث الأهداف إلى وصفية وتفسيرية وفي دراستنا هذه سنعمد على المسح التفسيري والذي يهدف إلى شرح وتفسير أسباب الظاهرة وإبراز العلاقة القائمة بين التغيرين، كما يقسم من حيث الجمهور

الفصل الأول الإطار المنهجي

الذي يشمل المسح إلى مسوح شاملة وأخرى بالعينة وفي هذه الدراسة استعن بالمسح عن طريق العينة والتي يمثلها الطلبة بجامعة المسيلة.

أداة جمع البيانات:

إن طبيعة الدراسة والمنهج المستخدم جعلت الباحث تجمع بياناته الميدانية باستعمال الاستبيان، باعتباره نفعي في عملية جمع المعلومات التي يتطلبها البحث الميداني، حتى تسير على الباحث السير وفق الوجهة السليمة الموافقة للأهداف المسطرة.

استبيان: أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الجبرية التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث.

ويعرف أيضا على أنه مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة ببعضها البعض بشكل يحقق الأهداف التي يسعى إليها الباحث كعينة لبحثه، ويرسل هذا الاستبيان إما مباشرة أو عن طريق البريد إلى مجموعة من الأفراد أو مباشرة التي اختارها الباحث كعينة لبحثه، ومن المفروض الإجابة عن تلك الاستفسارات وتعبئة الاستبيان بالبيانات والمعلومات المطلوبة فيها وإعادة لها للباحث ويكون عدد الأسئلة التي يشتمل عليها الاستبيان كثيرة أو قليلة تبعا لطبيعة الموضوع وحجم البيانات التي يطلب جمعها وتحليلها، ولكن من المهم أن تكون الأسئلة وافية وكافية لتحسن هدف ومعالجة الجوانب المطلوبة ومعالجتها من قبل الباحث.

وقبل التوزيع النهائي للاستبيان تم اختبار صدقها عرضها على عدد من الأساتذة لتحكيمها.

ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان التي وزعت على عينة من المنتسبين في المجموعة الافتراضية المواقع طلبة جامعة المسيلة على الفيسبوك باعتباره من أكثر المواقع استخداما حسب ما أفادت به العديد من الإحصائيات.

ويعتبر الاستبيان أكثر أدوات جمع البيانات استخداما لإمكانية جمع المعلومات من خلاله عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد المجتمعين أو غير مجتمعين في مكان واحد.

ثم اعتماد هذه الأداة في دراستنا للأسباب التالية: الجمهور المستهدف باعتباره طلبة الجامعة واستخدامهم الواسع للتكنولوجيا الحديثة يتميز بكبر العدد واختلاف المستويات بالشكل الذي يعد من إمكانية استخدام أساليب أخرى كالمقابلة لهذا العدد كبير من الأفراد حسب العينية المختارة وفي أماكن جغرافية متباعدة.

الفصل الأول الإطار المنهجي

قسّمتنا الدراسة إلى خمسة محاور أساسية وهي كالآتي:

المحور الأول: البيانات الشخصية (3 أسئلة).

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي ويضم (5 أسئلة).

المحور الثالث: استخدام طلبة الجامعة اللهجات العامية في عمليات النشر والتفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي ويضم (5 أسئلة).

المحور الرابع: استخدام طلبة الجامعة اللهجات العامية في معطيات التواصل على مواقع التواصل الاجتماعي (3 أسئلة).

المحور الخامس: الإشباع المحققة من وراء النشر والتفاعل والتواصل على مواقع التواصل الاجتماعي ويضم (7 أسئلة).

الاستبيان الإلكتروني:

هو أحب الطرق التي يمكن استدامها لتوزيع الاستبيانات الإلكترونية والتي تكون غالبا منشورة على موقع ما بأنها طريقة سريعة جدا لعرض المعلومات للمستهدف من الاستبيان والحصول على إجابات منه في مدة قصيرة، ومن بين فوائد الاستبيان الإلكتروني

- سهولة وسرعة في تعبئة الاستبيان.
- سهولة وسرعة الحصول على النتيجة.
- تكلفة أقل من الطريقة التقليدية الورقية.
- سهولة نشر الاستبيان حيث أنه عبارة عن رابط يمكن نشره بكل سهولة.

مجالات الدراسة: أي دراسة ميدانية تتطلب تحديد مجالاتها المكانية والزمانية وذلك نظرا لأهمية هذه الأخيرتين في البحث العلمي.

◀ **المجال المكاني:** أجريت هذه الدراسة في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة .

◀ **المجال الزمني:** أنجزت هذه الدراسة خلال الموسم الجامعي 2018-2019 حيث شرعت الباحثة في الإطار المنهجي والنظري ابتداء من ديسمبر 2018 إلى غاية مارس 2019 أما الإطار التطبيقي فقد شرعت فيه، في شهر أبريل إلى غاية بداية شهر ماي جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

الفصل الأول الإطار المنهجي

اختبار الصدق:

تم إعداد أسئلة الاستمارة في شكلها الأولي القابل للتعديل بعد ضبط الأسئلة في صورتها المبدئية وعرضها على المشرف الذي قام بتصحيحها وإضفاء التعديلات عليها، ليتم بعدها -بعد موافقة المشرف عليها- اختبار صدق أسئلة الاستمارة بـ:

1) توزيع الاستمارة على عينة اختيارية، وقد تم وضع استمارة الكترونية على عينة من الطلبة المنتسبين في المجموعة الافتراضية طلبة جامعة محمد بوضياف.

2) عرض الاستمارة على المحكمين: وذلك لتحكيمها وإبداء رأيهم حول مضمونها على أساس خبرتهم ووزعت على كل من الاستاذ بلعباس عبد الحميد والاستاذة واضح حنان. وبناء على ملاحظاتهم قمنا بالتعديلات المناسبة تحت توجيه المشرف

تعريف مجتمع البحث والعينة المختارة:

يعد مجتمع البحث من أهم مراحل البحث العلمي يعرفه (مريس أنجرس) على أنه «مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة عن غيرها من عناصر أخرى والتي سيجرى عليها البحث والتقصي ومنه يتم اختيار أفراد من مجتمع البحث وتعميم نتائجها».

وتعرف العينة على أنها: عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث، يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها، ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.

وتعرف العينة أيضا على أنها مجموعة جزئية من مفردات مجتمع البحث، وهي اختيار تراعي فيها قاعدة معينة لكي تكون نتائجها قابلة للتعميم على المجتمع الأصلي، الفرصة لجمع مفردات المجتمع الأصلي للتمثيل في العينة.

وانطلاقا ما سبق فإن العينة هي بمثابة جزء يمثل الكل في احدى خصائصه وصفاته ومميزاته، ويمكن اختيارها

بشكل عشوائي أو مقصود ولا يمكن للباحث أن يستغني عنها، لعينة المختارة في دراستنا هي الطلبة المنتسبين في

المجموعة الافتراضية طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

الدراسات السابقة:

على الباحث أن يكون إطلاع ومعرفة بالأعمال والدراسات السابقة التي أنجزت من قبل حول الموضوع الذي

يشغله ويريد دراسته حتى يتمكن من الإحاطة بموضوعه وضبطه بصورة جيدة ودقيقة حتى يتسنى له التقدم بعدة

خطوات عما قدمته الدراسات السابقة.

الفصل الأول الإطار المنهجي

عنوان الدراسة: تأثير استخدام الاختصارات اللغوية في مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة الأكاديمية.

إعداد الطالبتين: بغدادي مريم-بالايلصبرينة

سنة: 2014/2015.

جامعة: الجليلي بونعامة-خميس مليانة.

إشكالية البحث: ما مدى تأثير الشبكات الاجتماعية على تداول اختصارات اللغوية وما مدى تأثيرها على

اللغة الأكاديمية؟

أهداف الأساسية:

- معرفة مدى اقبال الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي.
- تجيد أثر الفيسبوك على تداول الاختصارات اللغوية تأثيرها على لغة الشباب الجامعي.
- الكشف عن التأثيرات المختلفة لهذه التغيرات على الشباب الجامعي.
- الكشف عن مكانة اللغة الأكاديمية في ظل هذه الممارسات الجديدة.

المنهج المعتمد: المسحي

دراسة سابقة (02):

- استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر-2012/2013.

● للطالبة: مهدي سامية

تساؤلات الدراسة:

- ماهي عادات وأنماط (الفيسبوك)؟
- ماهي دوافع استخدام الطلبة لموقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)؟
- ماهي الإشباع المحققة من وراء استخدام الطلبة لموقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)؟

منهج الدراسة: المنهج الوصفي.

عينة الدراسة: فئة الشباب الجامعي من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

أدوات الدراسة: استمارة استبيان

الفصل الأول الإطار المنهجي

أهداف الدراسة:

- التوصل إلى معرفة عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ومدى الإقبال عليها.
- معرفة دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك.
- إبراز أهم الإشباعات التي يلبها الفيسبوك لشريحة الشباب الجامعيين خلال عملية التواصل الاجتماعي.

دراسة سابقة (03):

- لغة التواصل الافتراضي عبر الشبكات مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال 2017/2016.

لطلبة: نوال قلقول

تساؤلات الدراسة:

- ماهي أنماط التواصل المكتوب عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)؟
- كيف يستغل الشاب الجزائري الشبكات الاجتماعية (الفيسبوك) في عمليات التواصل الافتراضي من خلل اللغة المكتوبة؟
- ماهو موقف الشباب الجزائري من هذه اللغة التواصلية؟

منهج الدراسة: المنهج المسحي.

عينة الدراسة: أساتذة طور التعليم الابتدائي.

أدوات الدراسة: استمارة استبيان.

أهداف الدراسة:

- تحديد طبيعة اللغة التواصلية المكتوبة الجديدة المتداولة بين الشباب الجزائري من خلال التراسل الإلكتروني عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك وما مدى انتشارها بينهم.
- تبحث هذه الدراسة في مواقف الشباب الجزائري من هذه اللغة وكذا تداعيات استخدامها وأثره على اللغة الأصلية.
- تبحث هذه الدراسة في بنية هذه اللغة التواصلية المكتوبة التي يتداولها الشباب الجزائري في مراسلته الإلكترونية.

الفصل الثاني الإطار النظري

المبحث الأول: مدخل الشبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: تعريف التواصل الاجتماعي

مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي دأب المختصون إلى إيجاد تعاريف مفاهيم تناسب مهامه وأهدافه.

- عرف جمع سند السويدي شبكات الإعلام الاجتماعي بأنها مواقع "Websites" أو تطبيقات "Application" مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات

وتعليقات وصور... الخ. (السويدي، 2013، ص 20)

- في حين يعرفها الدكتور وسعود الصباح كاتب أنها مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الأنترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني بالوني (Web2) حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم أو انتماءاتهم، بحيث تتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للغرض، وتتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها علم يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين مثل: شبكات

المحترفين، وشبكات المصورين... (كاتب، 2012، ص 09)

- ويعرفها زاهر راضي على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها.

- كما تعرف على أنها مواقع تسمح للمستخدمين للتعريف بأنفسهم وإنشاء علاقات اجتماعية مع آخرين وتسمح أيضا بتكوين جمهور ضمن نظام تحدها.

المطلب الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي.

- ظهر مصطلح الشبكات الاجتماعية في عام 1945م من قبل "جون بازير" الذي كان باحثا في العلوم الإنسانية في جامعة لندن، وظهرت في السبعينيات من القرن العشرين بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية من

النوع البدائي. (ممدوح، 2011، ص 32)

- بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في التسعينيات مثل "ElAssnates" عام 1995م للربط بين زملاء الدراسة وموقع "SixDegeress" عام 1997م، وركز هذا الموقع على الروابط المباشر بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع ملفات شخصية خاصة بالمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء بالرغم من توفير تلك المواقع بخدمات مشابهة لها توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا إن تلك

المواقع لم نستطيع أن تدر ربحاً مالمكها وتم اغلاقها وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطيع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2001م. (السيه، 2007، ص 12)

- شهد العام 2002م الميلاد الفعلي لشبكات التواصل الاجتماعي عندما ظهر موقع "Friudster" في كاليفورنيا من قبل "AbransJonathar" ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجمعات الافتراضية.

- وفي النصف الثاني كمن نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة "Skytock" كمنصة للتدوين ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاعت تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات يناير 2008م إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.

- قبل ظهور أنشئ في العام 2003 موقع "Muspace" الأمريكي حتى أصبح أكثر شبكات التواصل الاجتماعي في 2006 وأهم ما يقدمه "Muspace" هو تفصيلات الملفات الشخصية مما سمح للمستخدمين يخلق خلفيات أصلية وتضمن عرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة إضافة إلى المدونات في أوقات كثيرة ويعتبر بمثابة موقع ويبين للموسيقيين. (لممدوح، 2011، ص 33)

- انطلق الفاييسبوك عام 2004م مع شاب أمريكي اسمه "مارك زوكربورغ" وهو في 19 من عمره، درس في جامعة هارفارد، أراد تأسيس موقع يتقابل فيه أصدقاء الجامعة، الفكرة لاقت قبولا من الجامعة كلها فانظموا إليه صم انضم زملاء مدرسته الثانوية ثم العالم كله منذ عام 2006م. (البيسوني، 2009، ص 11)

المطلب الثالث: خصائص ومميزات شبكات التواصل الاجتماعي

تميز شبكات التواصل الاجتماعي بمجموعة من الخصائص نذكر منها:

التعريف بالذات: الخطوة الأولى للدخول إلى شبكات التواصل الاجتماعي هي إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص، الصور والموسيقى وخيرها من الوظائف الأخرى تعبئة وتنظيم صفحاتهم الشخصية بالطريقة التي يحب أصدقائهم رؤيتها.

طرق جديدة لتكوين المجتمع: تسمح الشبكات الاجتماعية ببادلونهم الاهتمام والمحتوى وبالتالي فهي تساهم بشكل فائق في تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الإنترنت غير أن الشبكات الاجتماعية دعمت طرق جديدة الاتصال بين الناس.

الاهتمام: هي شبكات تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل: الألعاب-الموسيقى-الصحة وغيرها.

التفاعلية: يقوم الفرد بإثراء صفحته في الشبكة بالمعلومات المتعلقة بشخصيته وثقافته ويسعى إلى تجسيد التفاعلية

من أجل ضمان الاستمرارية والتطور. (KittiwongvivatRnakkangon, 2010, P20)

سهولة الاستخدام: من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية، هي بساطتها لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الأنترنت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية، فمن قبل كان على صفحات الشخصية، لكن المشكل كان صعوبة خلق هذه الصفحات وتطويرها واستضافة الموقع غالباً ما يتحمل تكاليف. (rominacacia, 2008,p.....)

في حين أن الشبكات الاجتماعية مجانية مفتوحة أمام الجميع فأغلبها تتيح للأشخاص التسجيل في مواقع أخرى من خلال إرسال الدعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع.

- تشمل هذه الشبكات على مجموعة غير متوقعة من المشاركين.
- يتبادل الأعضاء عدد غير منظم من المعلومات.

- أما جمال السويدي يرى أن هناك خصائص مميزة لعصر التواصل الاجتماعي التقني وقد أسهمت بشكل مباشر وغير مباشر في:

- وجود علاقة طردية بين الفرد والحرية بشكل ووسائل التواصل الاجتماعي.
- ازدياد الوعي السياسي بين المواطنين بصورة غير مسبقة.
- باتت وسائل التواصل الاجتماعي ذات أثر واضح في تشجيع الأفراد على المشاركة السياسية.
- ازدياد دور المؤسسات الإقليمية والدولية في تشجيع المواطنين على المشاركة في صنع السياسات العامة لدورهم.
- ازدياد قوة المجتمع المدني.
- استفادة الشركات والمؤسسات من وسائل التواصل الاجتماعي في تنشيط مبيعاتها أو في تحسين صورتها الذهنية دعمها مثل: شركات الطيران. (السويد، 2013، ص 39-44)

المبحث الثاني: التواصل الافتراضي عبر الشبكات الاجتماعية

المطلب الأول: مفهوم التواصل الافتراضي

مفهوم التواصل الافتراضي عبر الشبكات كعملية تعرفها "Evans" بأنها مشاركة اتصالية عبر الأنترنت حيث يتم تداول الصور والفيديوهات والأخبار والمقالات ومدونات الصوتية للجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة. (فراج ، محمد، 2012، ص 10)

- تعرفه موسوعة ويكيبيديا البريطانية بأنه «استخدم شبكة الأنترنت وتكنولوجيا الهواتف المحمولة لتحويل عملية الاتصال إلى طور تفاعلي "Interactive"».

- كما يعرف بأنه «نقل الأفكار والتجارب، وتبادل الخبرات والمعارف بين الذوات والأفراد والجماعات بتفاعل إيجابي بواسطة رسائل تتم بين مرسل ومتلقي وهو جوهر العلاقات الإنسانية ومحقق تطورها». (العبد سكر، 2010، ص 10)

ويتم ذلك من خلال الأنترنت وتطبيقاتها المتمثلة في الشبكات الاجتماعية مثل: الفيسبوك-تويتر-يوتيوب-واتس آب وغيرها.

المطلب الثاني: خصائص التواصل الافتراضي عبر شبكة الفيسبوك

يتيح التواصل عبر شبكة الفيسبوك عددا من السمات التي تمكن المستخدمين من التواصل مع بعضهم البعض وينشر أنواع متعددة من المعلومات بجميع أشكالها ومن بين هذه السمات نذكر ما يلي:

الأرصدة (LesComptes): هناك أربعة أرصدة على الفيسبوك أولها الرصيد العادي أو رصيد المستخدم (Profile) أو (LesComptesD'utilisateur) والثاني صفحات المحبين (LePagesDeFanes) وهي في الغالب خاصة بالمؤسسات والتخصصات المشهورة محليا أو عالميا وتستخدم عادة الأغراض التجارية، ثالثا المجموعات (LesGroups) والتي تجتمع بشأن قضايا أو أفكار وغيرها، وأخيرا أرصدة الأحداث (Event) وذلك للتذكير والتجمع الإحياء حدث ما داخل الفضاء الافتراضي أو نقلها وتجسيدها في الفضاء الواقعي.

الملفات الشخصية (Profile): ومن خلال الملف أو الرصيد الشخصي يمكن التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس-تاريخ الميلاد-البلد-الاهتمامات والضرورة الشخصية بالإضافة إلى معلومات أخرى.

- يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا ومن هم أصدقائه وماهي الصورة الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات.

لوحة الحائط (Wall): وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتبع للأصدقاء ارسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم، وتتيح للمستخدم تقاسم المعلومات (صور-تعليقات- مقاطع فيديو).

الحالة (Statuts): وهي التي تتبع للمستخدمين إمكانية ابلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحال، ويمكن من خلاله تقاسم الصور والنصوص والاحداث المرتقبة وغيرها.

الصور (Photo): وهي التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، كما يعد الفيسبوك من أشهر المواقع من حيث تحميل الصور حيث يتم تحصيل 14 مليون صورة إلى الموقع يوميا. ([Http/Pevloers.Facebook.Com/Soncase/](http://Pevloers.Facebook.Com/Soncase/))

سمة النكزة (Pokes): وهي التي تتبع للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة الإنتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن اشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

المشاركة (Partager): هذه السمة تمكن المستخدم من تقاسم معلومات (صور أو غيرها) مع أصدقائه أو الكل.

الرسائل (messages): تتبع هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن كذلك.

الاستحسان (J'aime): وهي سمة قام المطورون على هذه الشبكة الاجتماعية بإصدارها.

الأحداث المرتقبة (Events): وهي تجمعات قصد احياء أحداث أن شخصية أو جماعة ستقام على الفيسبوك أو في الفضاء الواقعي.

المحاورة الآنية (Chat): أصدر الفيسبوك تطبيق إرسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج (Comet) وأطلق عليه اسم (Chat) ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم.

المطلب الثالث: الفيسبوك

يعتبر الفيسبوك إحدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم، وهو موقع إلكتروني تملكه شركة الفيسبوك المساهمة العامة، تعدد الجهات التي تستخدم الفيسبوك في الوقت الحالي وتعدد الأغراض أيضا، فقد يستخدم الفيسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو لأغراض ترفيهية أو لعلاقات اجتماعية أو للتجارة والدعاية والاعلان، فقد ارتبط موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في كافة مناحي الحياة ومتطلباتها، لما وفره من سهولة في تكوين القاعدة الجماهيرية المطلوبة لأي عمل من هذه الأعمال ولما وفره أيضا من سهولة في نشر الآراء

والأفكار والأنشطة التي تصل إلى مختلف الناس نهما كانت شرائحهم وفي أسرع وقت ممكن. (حضر الله،

2015، أثر الفيسبوك على المجتمع، <http://sinumprou.blospot.com>

يعد مارك زوكربيرغ هو من أسس هذه الشبكة التي تهدف إلى زيادة اتصال الناس معا وتفاعلهم اتجاه ما يدور من قضايا، وقد تم تأسيس الفيسبوك في بدايات العقد الماضي، إلا أنه انطلق وتم فته أمام جميع المستخدمين وكل من يمتلك بريدا إلكترونيا خاصا به في عام 2006م، أما العام 2008م فهو العام الذي شهد إعلان إيرلندا وتحديدًا من العاصمة دبلن مقرا رسميا لشركة الفيسبوك.

- تتبع شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك للمستخدمين، التعرف على بعضهم عن قرب أكثر عن طريق نشر الصور الملتقطة لهم في المناسبات ونشر مقاطع الفيديو كما يستطيع المستخدم التفاعل مع ما ينشر عن طريق الأيقونات المتاحة كأيقونة (أعجبني)، كما يستطيع مشاهدة الصور أو المنشور وإعادة نشرها على صفحتها الخاصة به لتتبع لمن هم في قائمة أصدقائه أن يشاهدوا ما تم نشره، إلى ذلك يتيح الفيسبوك للمستخدمين انشاء المجموعات الخاصة لزيادة التفاعل بين المستخدمين، حيث تتفاعل العديد من المواقع الإلكترونية الأخرى مع الفيسبوك بشكل جديد، فتيح لزوارها أن ينشر ما يتم نشره على المواقع الإلكترونية على صفحات مستخدمين الفيسبوك والذين يدخلون إلى هذا المواقع الإلكترونية وذلك طبقا لأسباب ترويجية.

مستخدمين الفيسبوك حاليا من حيث الشهرة والاقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل ومايكروسفت) وبلغ عدد المشاركين فيه أكثر من 800 مليون شخص وأصبح مؤسس الفيسبوك أصغر ملياردير في العالم وهو في

السادسة والعشرين من عمره. (مزري ومحمود محمد، 2011، ص 132

المبحث الثالث: مدخل إلى اللغة.

المطلب الأول: مفهوم اللغة.

لغة: جاء في لسان العرب لـ "ابن منظور" «اللغة مادتها (ل-غ-أ) يقول: لغا، اللغو واللّغا، وما كان من الكلام غيره، لا يحمل منه على فائدة ولا نفع التهذيب أما اللّغو واللّغا واللّغوي ما كان من الكلام غير مقود عليه ولغو ولغا ولغوي هو الشيء الذي لا يمتد به.

قول "الأزهري" واللغة من الأسماء الناقصة وأصلها لغوة من لغا إذا تكلم... واللغو في الإيمان ما لا يعقب عليه القلب مثل قولك: لا والله، بلى والله، وقال "الفراء": كأن قول عائشة إن اللغو ما يجري في الكلام الغير مقود عليه... ولغا في القول للغو ويلغي لغو ولغي بالكس يلغي لغيا وملغاة: أخطأ وقال باطلا». (ابن منظور، 1997، ص 507-508)

اصطلاحاً: يعرف العالم اللغوي "دوسوسير" على أن اللغة موجودة على عينة ذخيرة من الانطباعات مخزونة في دماغ كل أفراد مجتمع معين: ويكاد ذلك شبه المعجم الذي توزع منه نسخ على كل فرد والمجتمع، فاللغة لها وجود في كل فرد ومع ذلك فهي موجودة عند المجموع، وهي لا تأثر برغبة الأفراد الذين تخزن عندهم. (دوسوسير، 1985، ص 38)

- واللغة هي وسيلة اتصال بين البشر ووسيلة تفكير أيضاً ووسيلة لاكتساب المعلومات من الآخرين أو نقلها إليهم، والتواصل بين البشر يتم بالاستماع إليهم أو قراءة ما كتبوه ونقل الأفكار والأحاسيس إليهم يتم بالحدث أو بالكتابة لهم.

- واللغة سواء كانت منطوقة أو مكتوبة تفي باحتياجات الإنسان أو متطلباته دون أن يتكلف عناء البحث أو مشقة الاكتشاف والوصول إلى الأشياء بنفسه، فهي تقدم له كل ما يريد في سير وسهولة شريطة أن يوظف سمعه وقراءته توظيفا جيدا تحقق له هذه الغايات. (رسالان شلبي ومرسى، 2007، ص 2)

المطلب الثاني: ماهية اللغة الأكاديمية

هي لغة وكتابة العلماء وطلاب العلم والمتخصصين، كما تعرف على أنها أسلوب خاص بالمؤسسات الأكاديمية أي الأسلوب الذي يستخدمه الطلاب الجامعيين وطلاب الدراسات العليا المحاضرون عندما تحاولون الإجابة وطلاب الدراسات العليا المحاضرون عندما تحاولون الإجابة على أسئلة أكاديمية محددة في المقالات والرسائل ولأطروحات والأوراق الأكاديمية. (الشهراني، ص 4)

- كما أنها لغة الباحث العلمي، خالية من الأخطاء اللغوية من حيث اختيار الألفاظ في سياقات البحث والتعامل، لأن بهذه الحالة شخصية الباحث وبجته إلى جانب مجال تخصصه يتأثران سلبا وإيجابا بمدى سلامة اللغة، لذلك نجد الباحث الجيد والأكاديمي يعطي وقتا وجهدا غير قليلين في تعديل وتصحيح أسلوبه.

- وهي لغة حذرة فلا تستخدم كلمات ولا عبارات قاطعة ولا تأكيدية ولا إيجائية، والأكاديمية دائم الحرص على سلامة لغته باعتبارها الوسيلة الرئيسية للتفكير والبحث العلمي، وهي أيضا قالب التفكير والفكر، يشكل بدوره اللغة المكتوبة المقروءة أو المنطوقة المسموعة.

وتعتمد بذلك على مجموعة من المهارات المتمثلة في الآتي:

مهارة التحدث: المهارة التي تعتمد بالدرجة الأولى على استخدام اللسان والحلق والأوتار ومخارج الحروف وسلامة النطق وهي مهارة إرسال شفوية.

مهارة الاستماع: تعتمد على حاسة السمع وهي مهارة الإدراك والتلقي واستقبال الألفاظ والكلمات والتعبير المنطوقة.

مهارة الكتابة: مهارة استخدام الحروف والكلمات والجمل والرموز والأرقام المنطوقة مدونة بالقلم أي هي مهارة إرسال تحريرية.

مهارة القراءة: هي مهارة النظر إلى ما هو مكتوب بحروف أو كلمات وهي مهارة استقبال تحريرية. (الشهراني،

ص 11)

المطلب الثالث: وظائف اللغة

وظائف اللغة في حياة الفرد والمجتمع لا يجهلها أحد، فاللغة وسيلة اتصال الفرد بغيره ويستغلها للتعبير عن آلامه وآمال وعواطفه.

- قد اختلف العلماء وتباينت آراؤهم فيما يتعلق بوظيفة اللغة والأغراض التي تؤديها وسوف نعرض فيما يلي أهم منه الآراء:

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

- اللغة أداة الاتصال والاعخبار والتلقي والتواصل.
- اللغة أداة التفكير ووسيلة لأنه يقال أن اللغة تفكير منطوق والتفكير لغة صامتة

وظائف نفسية:

ذلك أن القدرة اللغوية واستعمالها 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 وزملائه لأنه يشعر بالنقص دائما اتجاههم، فهي تعبيرية تمكن الإنسان من التعبير عن عواطفه.

وظائف جمالية:

ذلك أن اللغة التي تتسم بجمال التعبير وروعة الأداء قد تحدث في نفس الإنسان من الإحساس بالجمال والتأثير به ما لا يحس به المرء في الطبيعة نفسها.

- يمكن تلخيصها في مجموعة أفكار المتمثلة فيما يلي:

- التعبير عن الأفكار والانفعالات حيث ينسبها البعض إلى ميادين الفلسفة والمنطق.
- تصريف شؤون المجتمع الإنساني وتسيير أموره باعتبارها حقيقة اجتماعية نتيجة الاتصال الاجتماعي.
- ثقافية وابداعية تدعم التفكير والتأمل والتخيل.
- تفاعلية تمكن من التفاعل واتخاذ المواقف.
- تأثيرية واقعية معرفية وتعليمية تمكن من التعلم والمعرفة.
- وصفية تجعل الإنسان يصف كل ما يدركه.
- إجرائية وتوثيقية وتنظيمية تدون الواقع وتنظيمها.
- عقلية وتأملية. (رسلان شلبي، ص 7-9)

المطلب الرابع: الواقع اللغوي في الجزائر

إن ما آل إليه حالنا وعال لغتنا لشيء مؤلم ولقد آلت العربية إلى هذا المآل بعد أن كانت منتشرة بكلماتها وتعبيراتها في كثير من البيئات اللغوية، ولقد كانت القضية فب الربع الأول من القرن العشرين هي مدى قدرة العربية على استيعاب المصطلحات العلمية الحديثة وأسماء الآلات المختلفة والمخترعات المتجددة.

فاللغة العربية أغلقت في هذا العصر تماما وصار مثقفون المتفرنسون يعافون أن يتحدثوا بها ويفتخرون حين يجدون مصطلحا اجنبيا ولا تجدون له مقابلا في العربية يفتخروا على السامع أنهم يتقنون اللغة الراقية مما جعلهم يغفلون عن لغتنا رمز هويتنا. (عمل فرقة بحث علوم اللغة، 2010/2011، ص 231)

إن اللغة العربية الفصحى هي لغة القرآن الكريم والتراث العربي، وتستخدم في المعاملات الرسمية في تدوين الشعر والنثر والإنتاج الفكري كان الأمل كبيرا أن تصبح اللغة العربية بعد استعادة السيادة وتعيش وضعها الطبيعي شأن

كل لغة في وطنها باعتبارها اللغة الوطنية والرسمية كما اقرتها اللوائح السياسية وزكاها التاريخ الطويل، كان الأمل كبيرا كذلك أن يوضح حد لهيمنة اللغة الفرنسية وامتداداتها داخل مرافق الدولة لكن الأشكال التي طرحت في بداية العهد الجديد هو التركة الثقيلة التي ورثتها الأمة ورثت معها العقد النفسية جزاء العهد الاستعماري البغيض، تلك التركة التي جعلت مجالات الحياة والموقع الحرج الذي تركزت فيه اللغة الفرنسية هو المدرسة التي تبنيتها الدولة على أمل تصحيح مسارها اللغوي، هذا يعني أن المسؤولين لم يعالجوا المشكلة اللغوية وفق خطة مدروسة لا في مستوى التعليم ولا التكوين بل تركت ذلك للظروف مما أدى إلى تعقيدها أكثر نتيجة التوسع في نظام التعليم وما رافق ذلك من تسبب في ميدان لتعال اللغوي في المجال الإداري والتعامل الحياتي، وقد كان بالأماكن تصد الوضع اللغوي وتعميم عملية التعريب لكن المسألة اللغوية كانت لا بد أن تعالج بتصحيح الوضع الموروث مثلما عولجت القضايا الأخرى.

- الواقع اللغوي هو التعبير عن الوضعية اللغوية ووصف واقعها كما هو موجود واستعمل اللغات ليس بنفس الدرجة وبالتالي فالدرجة الجزائرية مهيمنة على السوق الشفوية وتحقق تواصلًا بين المجموعات اللغوية المختلفة ولو ألقينا نظرة على واقع اللغة في المجتمع الجزائري فسنتكشف جملة من الميزات التي تظهر على هذا الواقع إذ يمكن تمييز أربع انساق لغوية منتشرة في المجتمع الجزائري وهي اللغة العربية الفصحى-اللغة الأمازيغية-اللهجة الدارجة والفرنسية، واستعمال المكثف للهجة العامية الجزائرية ومزجها بالفرنسية. (بن محمد الميلي، 1976، ص

المبحث الرابع: مدخل إلى التواصل

المطلب الأول: مفهوم التواصل

لغة: بالرجوع إلى مادة وصل (و. ص. ل) «فإن الواو والصاد واللام: أصل واحد يدل على ضم شيء إلى شيء حتى يعلق، والتواصل ضد التصارم، والوصل: الرسالة ترسلي إلى صاحبك». (بن فارس والقزويني، 1979، ص 115)

وفي المنجد نجده: «وصل: يصل: وصلا وصلة وصل الشيء بالشيء: لازمة وجمعه وأوصل فلانا إليه كذا: افماه إليه، اتصل بالشيء: التام به وإليه بلغ وأنبهه». (بن محمد، 2000، ص 86)

- ومن هذه المعاني اللغوية نجد أن التواصل في معناه اللغوي يدل على الاقتران والاتصال والابلاغ وكذا الإعلام.

اصطلاحا:

التواصل هو تبادل أدلة بين ذات مرسله وذات مستقبله، حيث تنطق الرسالة بضبط الذات الأخرى وتتضمن العملية جوابا ضمنيا أو صريحا عما كانت تتحدث عنه، الذي هو الأشياء أو الكائنات أو عبارة أشمل موضوعات العالم، ويتطلب نجاح هذه العملية اشتراك عناصر الاتصال. (أوكان، 2001، ص 36)

والتواصل علاقة بين فردين على الأقل، كل منها مثل ذات سلطة: وكذلك هو العملية التي يتفاعل بها المرسل والمستقبل لرسالة معينة في سياق اجتماعي معين وعبر وسيط معين بهدف تحقيق غاية أو هدف محدد، ويعرف أيضا على أنه علاقة متبادلة بين طرفين، إلى التفاعل بينهما، كما تشير إلى علاقة متبادلة بين الطرفين.

وقد يتلقى مصطلح التواصل مع مصطلحات أخرى، يبتعد عن بعضها ويتقرب من أخرى كمنظريّة الإبداع والأخبار والانتشار، أو الاتصال الجماهيري. (نمر والخطيب، 2009، ص 24)

المطلب الثاني: عناصر التواصل.

للتحقيق عملية التواصل لابد من توفير العناصر الستة للتواصل: وهي المرسل-المرسل إليه-الرسالة لنظام-القناة-المرجع.

المرسل: هو التواصل أو الباعث-المتكلم الناقل، وهو ذلك الذي يرسل الرسالة، سواء كانت سمعية أم بصرية أم غيرها، يمكن أن يكون آلة أو عنصرا طبيعيا. (أوكان، 2001، ص 48)

المرسل إليه: هو الذي يستقبل الرسالة، ويمكن أن يكون شخصا ما منفردا، أو جماعة أو ما يشبه الجماعة، مثل النقابة أو الحزب وغيرهما، ويمكن أن يكون أحيانا أخرى خارج عن الإطار الإنساني فيكون حيوانا أو آلة من الآلات مثل أجهزة الاستقبال. (رابض، 2014، ص 22)

الرسالة: وقد سماها آخرون برسالية، وأطلق البعض الآخر عليها مرسل أو ابلاغ، غير أن الشائع عليها هو اصطلاح الرسالة وهي المحتوى الذي يريد المرسل توصيله إلى المستقبل.

النظام: هو ما سماه اللسانيون بالسن وآخرون بالشفرة، هو نسق القواعد المترجمة بين الباث والمتلقي والذي بدونه لا يمكن للرسالة أن تفهم أو تؤول. (أوكان، 2001، ص 48)

القناة: هو مصطلح تقني في نظرية التواصل أتى بها المهندسون لتعيين الوسيلة التي تنتقل فيها إشارات النظام أثناء عملية التواصل. (رابض، 2014، ص 236)

وهي التي تسمح بقيم التواصل بين المرسل والمرسل إليه، وعبرها تصل الرسالة من نقطة معينة إلى نقطة أخرى. (أوكان، 2001، ص 48)

المرجع: يتمثل في السياق الذي يجري فيه الاتصال وما يحتوي عليه من متغيرات مؤثرة في عملية الاتصال. (رابض، 2014، ص 240)

المطلب الثالث: عوائق التواصل

إن عملية الاتصال في حقيقتها عملية تواصل، أي أنها عملية تفاعلية وليس مجرد نقل للأفكار والبيانات والمعلومات، ولكن هناك من العوامل التي تعيق حدوث تواصل من بينها:

عوائق تتعلق بالمرسل والمتلقي: ومنها الحالة المزاجية العاطفية لكل منهما، استخدام لغة أو كلمات غير محددة وغير متعارف عليها، السخرية والجدل والتحيز وعدم مراعاة الفروق الفردية، قلة اهتمام المتلقي بالرسالة مما يجعله غير مبال، غياب العقل بسبب الجوع أو الاحتقان أو النوم، التسرع في تفسير الرسالة من قبل المتلقي، عجز المتلقي عن فك الترميز وفهم الإشارات المكونة للرسالة، الاختلاف في السن والجنس والمزاج والخبرة الشخصية.

عوائق تتعلق بالرسالة: ومنها عدم وضوح الرسالة ويرجع ذلك إما للاختصار الشديد فيها أو صياغتها بلغة لا تتناسب مع المتلقي كالحشو الزائد في محتوى الرسالة وضعف الترابط المنطقي بين عباراتها، استخدام عبارات فضفاضة ليست لها دلالات محددة، عدم وضوح الهدف من الرسالة، التطويل حيث تشتمل الرسالة على فائض من الكلام أو من الرموز لا تقتضيه مضامين الرسالة.

عوائق تتعلق بوسائل الاتصال: ومنها نقص الوسائل وضعف المهارات في استعمالها وصياغتها وتخزينها والتشويش الذي يطرأ على الوسيلة بسبب عدم وضوحها أو تشعب مؤشراتهما. (عابدين، 2012، ص 185-186)

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

المبحث الأول: الفصحى والعامية.

المطلب الأول: اللغة الفصحى.

هي نمط من الكتابة والنطق بالعربية الفصحى، كما وضع قواعدها النحاة، ويتميز هذا النمط باللغة العالية النموذجية من الناحية الصوتية والصرفية والتركيبية، وقد حاول بعض الكتاب من مستخدمي الفيسبوك وهم قلة من المتخصصين في الدراسات العربية أن يحافظوا عليها كتابة سليمة صحيحة، وانعكس هذا بشكل واضح على كتابهم وتعبيراتهم.

ومع هذا لحرص لا تخلو هذه التعبيرات والصفحات من بعض الأخطاء الإملائية التي تنال من أربابها، لكن لو أو عين لكان أفضل وأكمل، وهذه الأخطاء ناشئة في الع=غالب من سرعة الكتابة أو عدم مساعدة الأجهزة الحديثة واسعافها أحيانا للمتعامل معها أو عدم الأخذ ببعض الأمور التي تبدو ميتة "كالهمزة وعلامات التعجب وعلامات الاستفهام والنقاط والفواصل والأقواس وعلامات التخصيص" مع الوضع في الاعتبار أن هؤلاء لا يكتبون لمتخصصين فقط.

وهذه الملاحظات لا يمكن تعميمها على كل المتواصلين مع هذه الوسيلة من أهل العربية وآدابها وحجلهم قلّ ما تصدر منه هذه الملاحظات أو نلاحظها في لغته وأسلوبه الذي يتعامل به.

اللغة الفصحى والمستويات اللغوية الموظفة للتواصل:

توظف اللغة العربية الفصحى البسيطة الخالية عموما من التركيبات المعقدة، بمحل البسيطة وقصيرة بالأخص، خاصة في الوظيفة الإعلامية.

- تكتب اللغة العربية الفصحى في الغالب بالحرف العربي.

تتخلل العربية في كثير من الأحيان مصطلحات أجنبية بالحرف اللاتيني أو بالحرف العربي، أو عبارات عامية كأدوات الربط ثلا أو التعقيب لغة عامية أو أجنبية سواء من باب التعليق المصاب بالمعلومة أو السخرية أو غير ذلك.

المطلب الثاني: اللهجة العامية

هي النمط الأكثر شيوعا واستعمالا على موقع التواصل الاجتماعي على "الفيسبوك" خاصة أن كثير من مستخدمي هذه الوسيلة لا يقعون في دائرة المتخصصين، وقد زاد هذا المستوى على صفحات هذه الوسيلة، وهذا من شأنه أن يفتح الباب أمام العامية وتعمل على شيوعها وانتشارها بكثرة، والابتعاد عن الفصحى كثيرا، وهو ما يعني الذين يستخدمون الفصحى قلة والعامية كثرة بالمقارنة مع الفصحى.

- وينبغي أنتضع في الحساب أن اللذين يستخدمون هذه الوسيلة ينتمون إلى فئات اجتماعية وثقافية متنوعة.
- وهذه العامية تقع في إطار عدد من العاميات أن صح التعبير، ويمكن القول بأن العامية عاميات وهي كالتالي: (شحاته، 2007، ص 140)

● عامية الأميين.

● عامية الطبقة الاجتماعية الدنيا.

● عامية الشباب.

وكل مجموعة من هذه المجموعات تعطي مؤشرا على إشارة فئة معينة، ولكل مستوى من هذه العاميات ميزات وسميات لغوية تختلف من مستوى إلى آخر.

اللهجة العامية والمستويات اللغوية الموظفة للتواصل.

تتسع مساحة العامية في صفحات الفيسبوك بشكل كبير جدا خاصة في التعليقات حتى أن الغالبية تكتب كما تتحدث في الواقع، ويوظف الحرف اللاتيني نسبة كبيرة من العربي للتعبير عن العامية، كون العامية خليط من لغات ومستويات لغوية وتتغلغل فيها الفرنسية وتسمها الأمازيغية، ولا يتعلق الأمر بمستوى علمي معين فمختلف الفئات توظف العامية حتى أصحاب الشهادات العليا والأكاديميون وغيرهم.

الدارجة: هي مستوى تعبيرى يتخاطب به العامة عفويا في الحياة اليومية وهو مستوى غير خاضع لقواعد النحو والصرف ويتصف بالتلقائية والاختزال بالنسبة للدارجة في العالم العربي قد يقال أنها عربية فقدت بعض الخصائص الموجودة في الفصحى مثل: الإعراب ولكنها ليست لغة في حد ذاتها مثلما يجوز للبعض أن يسميها قياسا على اللغات المتفرعة من اللاتينية، وليست عربية فقدت بعض خصائصها حسب اعتقادي، بل عربية تعرضت لما تعرضت له عوامل مختلفة عبر التاريخ جعلت لها جدلا قائما.

المطلب الثالث: الفرق بين الفصحى واللهجة العامية

إن اللغات البشرية هي ظواهر اجتماعية، تصطلح عليها الجماعة وتغير فيها بالزيادات والنقصان حسب ما تتطلبه طبيعة النشاط الاقتصادي وخصائص البيئة المحلية، وهذا ليس منقصة فيها بل كل اللغات يصيها التحول الذي يأتي أحيانا لأسباب نجد تفسيرها في الدراسات اللسانية وخاصة علم الصوتيات وعلمي الاجتماع والنفس اللغوي، فهو ظاهرة طبيعية، وهو قانون بسمية اللسانيون (قانون التحول اللساني) وهذا ما أشار إليه كل من "Ferguson" و "Fishman" و "Gumpaz" واعتبر هذا نوعا من الازدواجية ورأوا بأن هذا طبيعي،

لأنه يتحصل في كل اللغات تقريبا شرط أن مستوى حديث والمستوى العام المتداول على لسان الطبقات الشعبية ولا يمنع التواصل بين مستعملي المستويين.

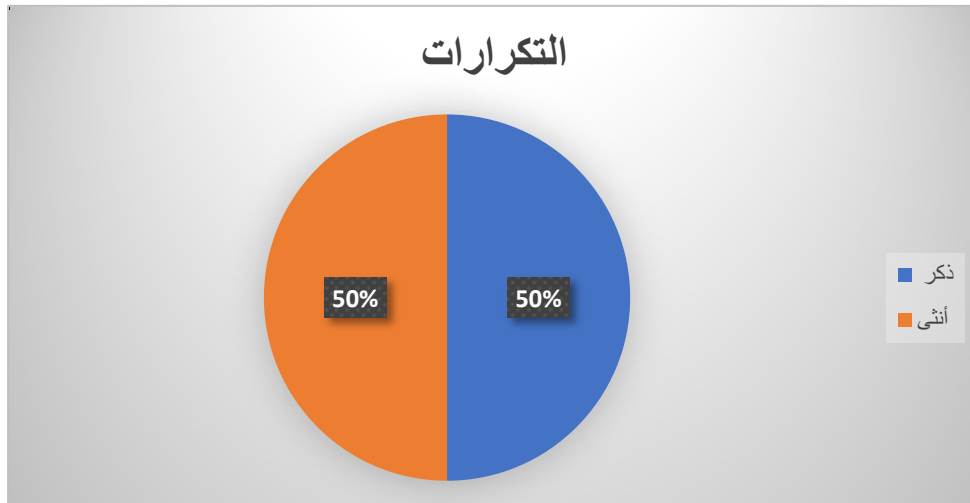
- كما هناك فصحي المتخصصين وتنتمي لها فئة معينة وهم قلة من الناس المتخصصين، وجزء من مستخدمي الفيسبوك ينتمون إلى مستوى عال، ويراوحون من استخدام الفصحي والعامية، وهو نمط يتعدى عن استعمال الألفاظ الثابتة، كما أن يقلب عليه التسكين، وبه بعض الملاحظات النحوية والإملائية التي تدل على أنهم غير متخصصين.

الجدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسب	التكرارات	
50%	35	ذكر
50%	35	أنثى
100%	70	المجموع

يوضح هذا الجدول توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس حيث نرى التساوي بين الفئة الاناث التي بلغت نسبتها بـ50% وبين فئة الذكور التي بلغت نسبتها بـ50% كما تساوت المفردات بـ 35 مفردة لكلتي المتغيرين الذي يهمنا هنا هو مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تداول اللهجات الحامية عند الشباب الجامعي بصفة العامة.

شكل رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



النشر باللهجات العامية في مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير الجنس						جدول	الجنس
المجموع		لا		نعم			
النسب	تكرار	النسب	تكرار	النسب	تكرار		
50%	35	14.3%	10	35.5%	25	ذكر	
50%	35	28.7%	20	21.4%	15	أنثى	
100%	70	43.1%	30	56.9%	40	المجموع	

رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حول النشر باللهجات العامية مع متغير الجنس

من خلال الجدول نلاحظ أن غالبية الباحثين ينشرون باللهجات العامية في مواقع التواصل الاجتماعي حيث سجلنا في متغير الذكور نسبة 35.5% النشر باللهجات العامية مع متغير الجنس للذين ينشرون في مواقع التواصل الاجتماعي أم اللذين لا ينشرون في مواقع التواصل الاجتماعي يمثلون نسبة 14.3% النشر باللهجات العامية مع متغير الجنس وبالنسبة للإناث نسبة اللذين ينشرون تقدر ب 21.4% .

أما اللذين لا ينشرون باللهجات العامية في مواقع التواصل الاجتماعي يمثلون نسبة 14.3% للذكور ونسبة 28.7% للإناث كلا نسبة متدنية للذين لا ينشرون وذلك يعود إلى أن الطلبة هم فئة شبابية لا يتواصلون

بلغة أكاديمية إلا عند الضرورة بل خلقوا لأنفسهم ممارسات لغوية جديدة يتحكمون بها ويتوصلون بها فيما بينهم ما جعل اللغة العربية تستبعد على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك وذلك لقلّة نسب تداولها.

الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسب	التكرارات	
13.9%	10	من 18-25
52.8%	37	من 25-30
33.3%	23	من 30-35
100%	70	المجموع

من خلال هذا الجدول نجد أن نسبة 52.8% كانت لفئة الطلبة بين 25 الى 30 سنة ثم بعدها نسبة 33.3% للفئة ما بين 30 الى 35 سنة لتأتي في النسبة الاخيرة 13.9% للفئة ما بين 18-25 سنة. يتضح لنا أن غالبية الباحثين تتراوح اعمارهم ما بين 25 الى 30 سنة اي ما يعادل نسبة 52.8% وهذا طبيعي تبعا لسن الشباب العادي من خلال العينة المختارة لمجموع الطلبة من فئة المبحوثة عن بعض الاستثناءات القليلة. الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص التعليمي

النسب	التكرارات	
65%	46	صحافة
15%	10	لغة فرنسية

أدب	14	%20
المجموع	70	%100

درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير التخصص

يمثل الجدول توزيع افراد العينة حسب التخصص العلمي حيث يأتي التخصص الصحافة في المرتبة الاولى بنسبة 65% ب 46 مفردة، فهي حين تمثلت عينة تخصص الادب العربي 20% ب 14 مفردة وتأتي في الاخير تخصص اللغة الفرنسية بنسبة 15% ب 10 مفردات

* يمكن اختيار التخصصات عشوائيا، حيث أن مناهج التدريس في كل من تخصص الصحافة والادب العربي هو اللغة العربية الفصحى، في حين أن مناهج التدريس في كل من اللغة الفرنسية هو اللغة الاجنبية فأردنا بذلك مدى تأثير اللهجات العامية على سلامة اللغة لدى الفئتين

جدول رقم (05): يبين درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير التخصص.

المجموع		ضعيفة		متوسطة		كبيرة		
النسب	تكرار	النسب	تكرار	النسب	تكرار	النسب	تكرار	
65%	46	00%	00	18.8%	13	46.8%	33	صحافة
15%	10	2.8%	2	4.3%	3	7.1%	5	لغة فرنسية
20%	14	00%	00	10.1%	7	9.9%	7	أدب عربي
100%	70	42.8%	2	33.3%	23	63.9%	45	المجموع

يظهر الجدول درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع تخصص الصحافة واللغة الفرنسية والأدب العربي حيث سجلنا في تخصص الصحافة درجة كبيرة بنسبة 46.8% ونسبة 18.8% بدرجة متوسطة ونسبة 00% بدرجة ضعيفة أما بالنسبة لطلبة اللغة الفرنسية نسبة 7.1% كبيرة ونسبة 4.3% بدرجة متوسطة ونسبة 2.8% بدرجة ضعيفة وطلبة الأدب العربي فكانت النسبة 9.9% بدرجة كبيرة ونسبة 10.1% بدرجة متوسطة ونسبة 00% بدرجة ضعيفة.

أظهرت الدراسة في هذه الحالة أن الطلبة بين الصحافة واللغة الفرنسية والأدب العربي يؤكد درجة الاستخدام الكبيرة بمواقع التواصل الاجتماعي من خلال النسب المدرجة بالجدول ويرجع هذا حسب رأينا كون طلبة جامعيين وبالتالي متطلبات البحث العلمي والدراسة يتطلب أحيانا العضوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث نحب أكبر نسبة كانت لتخصص الصحافة وهذا يجبرهم على الاطلاع الدائم على الأخبار والمستجدات.

الجدول رقم (06): يوضح درجة استخدام التواصل الاجتماعي

النسب	التكرارات	
-------	-----------	--

كبيرة	45	63.9%
متوسطة	23	33.3%
ضعيفة	2	2.8%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن اغلب المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كبيرة وذلك بنسبة 63.9% أي ما يعادل نلاحظ 45 من المجموع الكلي، كليهما من يستخدمون بصفة متوسطة بنسبة 33.3% أي ما يعادل 23 من مجموع المفردات، ثم من يستخدمونها بصفة ضعيفة بنسبة 2.8% أي ما 2 من المجموع الكلي. *وعليه فإن مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يتضح لنا من خلال الطلبة الذين يستخدمونها كثيرا، ثم الطلبة الذين يستخدمونها بصفة متوسطة في حين أن نسبة قليلة من الطلبة المبحوثين يستخدمونها بصفة ضعيفة، وهو ما يوضح ارتباط الطلبة بمواقع التواصل الاجتماعي الى درجة انها اصبحت تمثل جزءا من يومياتهم رغم انشغالهم بالدراسة الا أن هذه الاخيرة تمنعهم من التفاعل الذي يوفره هذا العالم الافتراضي واصبحت مطلب لا غنى عنه من الصعب أن يتنازل عنه الطالب

الجدول رقم (07): يبين درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير البيانات الشخصية

درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير البيانات الشخصية									
المجموع		ضعيفة		متوسطة		كبيرة			
النسب	تكرار	النسب	تكرار	النسب	تكرار	النسب	تكرار		
50%	35	2.8%	02	20.2%	14	26.9%	19	ذكر	الجنس
50%	35	00%	00	13.1%	09	36.9%	26	أنثى	
100%	70	2.8%	02	33.3%	23	63.9%	45	المجموع	
13.9%	10	00%	00	4.3%	03	9.9%	07	25-18	السن
52.8%	37	00%	00	23.1%	14	29.8%	21	30-25	
33.3%	23	2.8%	02	5.7%	04	24.1%	17	35-30	
100%	70	2.8%	02	33.1%	23	63.9%	45	المجموع	
65%	40	1.4%	01	27.5%	19	36.9%	26	صحافة	التخصص
15%	10	00%	00	4.3%	03	9.9%	07	لغة فرنسية	
20%	14	1.4%	01	1.4%	01	17%	12	أدب عربي	
100%	70	2.8%	02	33.3%	23	63.9%	45	المجموع	

يظهر لنا الجدول درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير البيانات الشخصية نبدأ بالمتغير الأول وهو متغير الجنس سجلنا نسبة 26.9 % من الذكور يستخدمون المواقع بدرجة كبيرة ونسبة 20.2% بدرجة متوسطة ودرجة 2.8% بدرجة ضعيفة أما عن الإناث فنسبة 36.9% بدرجة كبيرة ونسبة 13.1% بدرجة متوسطة ونسبة 00% بدرجة ضعيفة.

نلاحظ أن كلا الجنسين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة وذلك راجع لعصر التكنولوجيا الذي نعيشه كذلك الدراسة والبحث العلمي، بالنسبة لمتغير السن، الفئة ما بين 18-25 سنة كانت النسبة

9.9% بدرجة كبيرة ونسبة 4.3% بدرجة متوسطة ونسبة 0% بدرجة ضعيفة، أما الفئة ما بين 25-30 سنة نسبة 29.8% بدرجة كبيرة ونسبة 23.1% بدرجة متوسطة ونسبة 0% بدرجة ضعيفة تليها الفئة ما بين 30-35 سنة نسبة 24.1% بدرجة كبيرة ونسبة 5.7% بدرجة متوسطة ونسبة 2.8% بدرجة ضعيفة، تبين لنا أن غالبية المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 35-40 سنة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة كبيرة وذلك يعود إلى مستواهم الجامعي لأن معظمهم طلبة وتزداد نسبة استخدام المواقع لجلب المعلومات، أما بالنسبة لتخصص الصحافة فنجد نسبة 36.9% بدرجة كبيرة ونسبة 27.5% بدرجة متوسطة، ونسبة 1.4% بدرجة ضعيفة، أما تخصص اللغة الفرنسية نجد نسبة 9.9% بدرجة كبيرة، ونسبة 4.3% بدرجة متوسطة ونسبة 0% بدرجة ضعيفة، يليها تخصص الأدب العربي بنسبة 17% بدرجة كبيرة ونسبة 1.4% بدرجة متوسطة ثم نسبة 1.4% بدرجة ضعيفة.

تبين لنا هذه الدراسة أن أغلب المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة وهذا ما يوضح ارتباط الطلبة بمواقع التواصل الاجتماعي إلى درجة أنها أصبحت تمثل جزءاً من يومياتهم رغم انشغالهم بالدراسة، وأصبحت مطلب لا غنى عنه من الصعب أن يتنازل عنه الطالب.

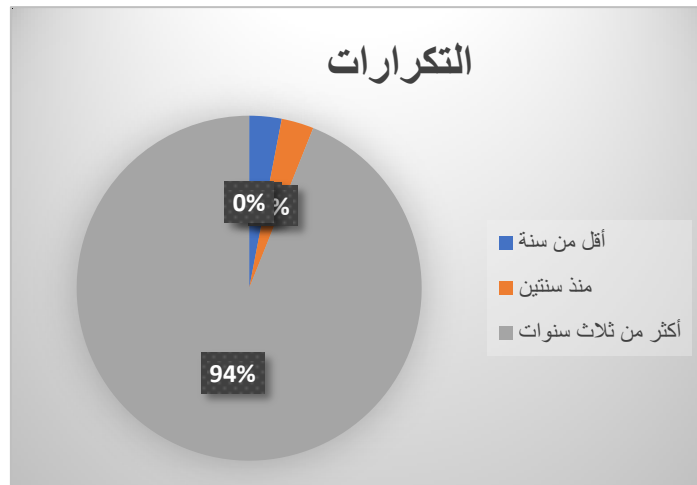
الجدول رقم (08): يوضح منذ متى تستخدم التواصل الاجتماعي

النسب	التكرارات	
2.8%	2	أقل من سنة
8.3%	6	منذ سنتين
88.9%	62	أكثر من ثلاث سنوات
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اغلب المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 3 سنوات بنسبة 88.9% اي ما يعادل 62 مفردة من المجموع الكلي، ثم تليها نسبة 2.8% اي 2 مفردة يستخدمونها منذ اقل من سنة

*يرجع ذلك الى الاقبال الواسع الذي شهدته مواقع التواصل الاجتماعي منذ نشأتها وخاصة في السنوات الاخيرة، حيث اصبحت هذه المواقع عبارة عن وسائط تمكن الملايين من تبادل الآراء والتعبير عنها أكثر من العالم الحقيقي على غرار كل هؤلاء فان الطلبة المبحوثين من جامعة محمد بوضياف -المسيلة - يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ويتفاعلون مع غيرهم وهو ما يؤكد الجدول، واغلبهم يتواصلون في هذه المواقع اكثر من 3 سنوات

شكل رقم (02): يوضح منذ متى تستخدم التواصل الاجتماعي

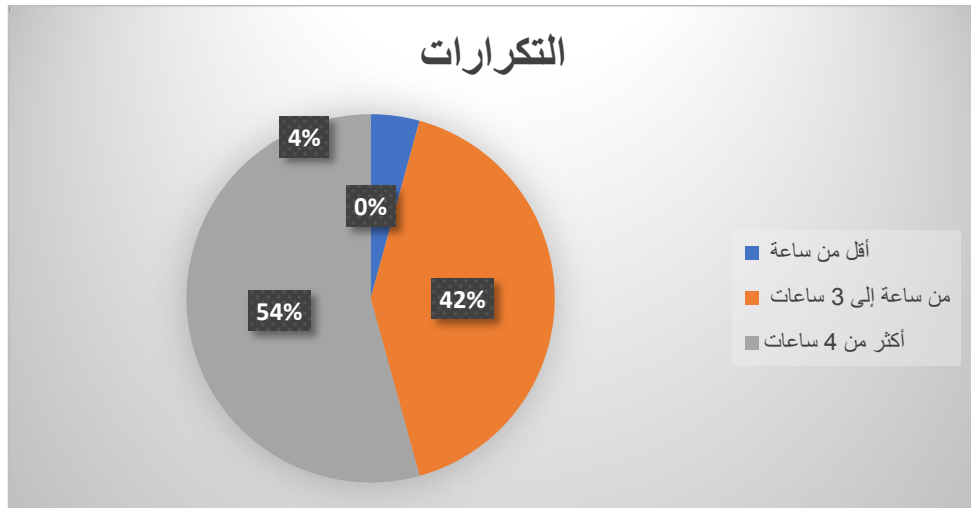


الجدول رقم (09): يوضح المدة التي تستغرق في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسب	التكرارات	
4.1%	3	أقل من ساعة
41.7%	29	من ساعة إلى 3 ساعات
54.2%	38	أكثر من 4 ساعات
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول المدة التي يقضيها المبحوثين في اليوم بقوة هي المدة أكثر من 04 ساعات بنسبة 54.2% اي 38 مفردة، في حين يقضي باقي الشباب من ساعة إلى 3 ساعات يوميا بنسبة 41.7% اي 29 مفردة وهي نسبة تحيل الى الاستخدام المتواصل واليومي من طرف الشباب، ومن جهة اخرى نجد اقل نسبة تقدر ب 4.1% اي 3 مفردات في الاستخدامات اقل ساعة وهو امر طبيعي يعود الى مختلف الانشغالات الخاصة بالطلبة.

شكل رقم (03): يوضح المدة التي تستغرق في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



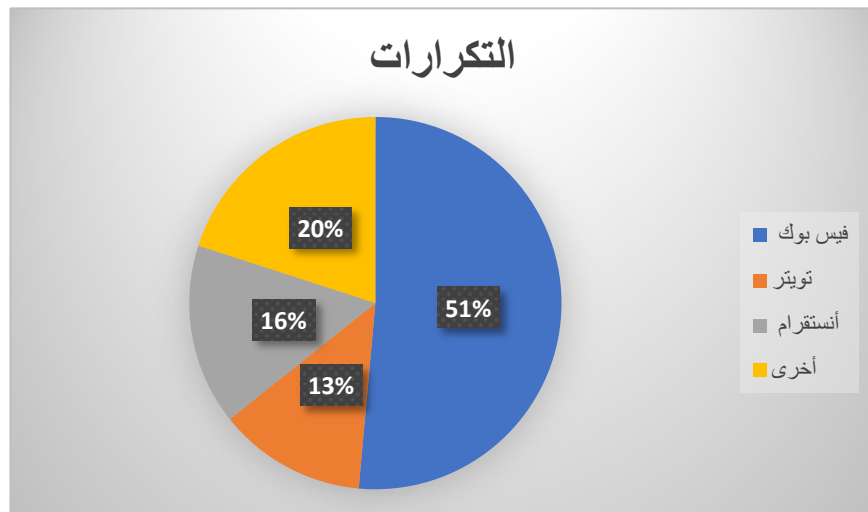
الجدول رقم (10): يوضح امتلاك أفراد العينة لحساب شخصي على أحد هذه المواقع

النسب	التكرارات	
51%	36	فيس بوك
13.9%	9	تويتر
16%	11	أنستقرام
20%	14	أخرى
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن موقع التواصل المفضل لذي اغلبية الطلبة الجامعين هو الفيس بوك فهو الموقع الاكثر شهر بين طلبة الجامعة حيث سجلنا نسبة 51% اي ما يقابله 36 مفردة وذلك يعود الى مجال الفيس بوك الذي هو واسع وتوفره خدمات متنوعة وأكثر من المواقع الاخرى وباعتبار أن الفيس بوك هو أقدم المواقع السابق ذكرها.

في حين يأتي موقع الإنستغرام في المرتبة الثانية بنسبة 16% اي 11 مفردة وذلك يعود الى حداثة الموقع وكونه يخص المشاهير اكثر كما يشترط لمستخدمي الإنستغرام امتلاك هواتف ذكية في حين يسمح الفيس بوك ولمستخدميه الاتصال من اي جهاز مرتبط بالإنترنت بنسبة 13.9% اي 9 مفردات بينما نسبة 20% كانت تمتلك مواقع اخرى من بينها يوتيوب وفاير وواتس اب.

شكل رقم (04): يوضح امتلاك أفراد العينة لحساب شخصي على أحد هذه المواقع



توزيع أفراد العينة حول امتلاك حساب شخصي مع متغير البيانات الشخصية											
المجموع		أخرى		أنستاغرام		تويتر		فيسبوك			
النسب	تكرار	النسب	تكرار	النسب	تكرار	النسب	تكرار	النسب	تكرار		
%50	35	%10	07	%5.8	04	%7.7	5	%26.9	19	ذكر	الجنس
%50	35	%10	07	%10.1	07	%6.2	4	%24	17	أنثى	
%100	70	%20	04	%16	11	%13.9	09	51%	36	المجموع	
%13.9	10	%1.5	01	%2.9	2	%1.5	01	%8.5	06	25-18	العمر

الجدول رقم (11): يبين توزيع أفراد العينة حول امتلاك حساب شخصي مع متغير البيانات الشخصية

30-25	16	22.6%	05	7.7%	07	10.1%	09	12.8%	37	52.8%
35-30	14	19.8%	03	4.6%	02	2.9%	04	5.7%	23	33.33%
المجموع	36	51%	09	13.9%	11	16%	14	20%	70	100%
صحافة	22	31.1%	03	4.6%	08	11.6%	13	18.5%	46	65%
لغة فرنسية	3	4.2%	04	6.1%	02	2.9%	01	1.4%	10	15%
أدب عربي	11	15.5%	02	3%	01	1.4%	00	00%	14	20%
المجموع	36	51%	09	13.9%	11	16%	14	20%	70	100%

التخصص

يظهر لنا الجدول توزيع أفراد العينة حول امتلاك لحساب شخصية مع متغير البيانات الشخصية، بالنسبة للجنس سجلنا بالنسبة للذكور 26.9% يمتلكون حساب في الفيس بوك ونسبة 7.7% يمتلكون حساب في التويتر ونسبة 5.8% يمتلكون حساب في الإنستغرام ونسبة 10% يمتلكون في حسابات أخرى كالفايبر والواتس آب لغير، أما بالنسبة للإناث فالذين يمتلكون حسابات في الفيس بوم بنسبة 6.2% يمتلكون حساب في التويتر ونسبة 10.1% يمتلكون النسبة في الإنستغرام، ونسبة 10% تمثلت في حسابات أخرى، نجد أن الموقع مسيطر عند كلا الجنسين هو موقع الفيس بوك وذلك لسهولة استخدامه وتوفره عند جميع الطلبة تقريبا.

أما بالنسبة لمتغير السن فسجلنا نسبة 8.5% من الباحثين الذين تبلغ أعمارهم بين 18 إلى 25 نسبة 8.5% يمتلكون حساب في الفيس بوك ونسبة 1.5% يمتلكون حساب في التويتر ونسبة 29% يمتلكون حساب في الإنستغرام ونسبة 1.5% يمتلكون حساب في مواقع أخرى.

أما فئة العمر بين 25 إلى 30 سنة فنسبة 22.6% يمتلكون فيس بوك ونسبة 77% يمتلكون الإنستغرام ونسبة 10.1% يمتلكون الإنستغرام ونسبة 12.8% يمتلكون حسابات أخرى. الإنستغرام ونسبة 5.7% حسابات أخرى.

تبين أن لنا فئة العمر ما بين 25 إلى 30 سنة هي الفئة المتفاعلة بصفة كبيرة وذلك لأنهم مؤهلين لاملاكهم حسابات في أحد المواقع فكريا وماديا.

أما بالنسبة لمتغير تخصص صحافة فكانت نسبة 31.1% يمتلكون فيس بوك ونسبة 4.6% يمتلكون تويتر ونسبة 11.6% يمتلكون الإنستغرام ونسبة 18.5% يمتلكون حسابات أخرى.

متغير اللغة الفرنسية بنسبة 4.2% يمتلكون قيس بوك ونسبة 6.1% يمتلكون تويتر ونسبة 2.9% يمتلكون الإنستغرام ونسبة 1.4% يمتلكون حسابات أخرى.

تم تخصص أدب عربي فنسبة 15.5% يمتلكون فيسبوك ونسبة 3% يمتلكون تويتر ونسبة 1.4% يمتلكون الإنستغرام ونسبة 00% يمتلكون حسابات أخرى.

تظهر لنا هذه النسب أن الموقع المفضل لدى الباحثين هو موقع الفيس بوك وذلك من حيث السن والجنس والتخصص العلمي وهذا راجع إلى توفر موقع الفيس بوك في أي جهاز مرتبط بالإنترنت كالحاسوب والهواتف الذكية أما المواقع أو الحسابات الأخرى فلا تتوفر إلا بتوفر الهاتف الذكي كذلك سهولة استخدامه لدى الباحثين. بالنسبة لمتغير السن، الفئة ما بين 18 إلى 25 سنة كانت النسبة 9.9% بدرجة كبيرة ونسبة 4.3% بدرجة متوسطة ونسبة 00% بدرجة عيفة، أما الفئة ما بين 25 إلى 30 سنة 29.8% بدرجة كبيرة ونسبة 23.1% بدرجة ونسبة 5.7% بدرجة متوسطة ونسبة 00% بدرجة ضعيفة تليها الفئة ما بين 30-35 سنة نسبة 24.1% بدرجة كبيرة ونسبة 5.7% بدرجة متوسطة ونسبة 2.8% بدرجة ضعيفة تبين لنا أن غالبية الباحثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 25-30 يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة كبيرة وذلك يعود إلى مستواهم الجامعي فمعظمهم الطلبة من هذه الفئة يحضرون لرسائل الماستر وتزداد نسبة استخدام للمواقع لطلب المعلومات أما بالنسبة لتخصص الصحافة فنجد نسبة 36.9% بدرجة كبيرة ونسبة 27.5% بدرجة متوسطة ونسبة 1.4% أما تخصص اللغة الفرنسية فنسبة 9.9% بدرجة كبيرة ونسبة 4.3% بدرجة متوسطة ونسبة 00% بدرجة ضعيفة تليها تخصص الأدب العرب 17% بدرجة كبيرة ونسبة 1.4% بدرجة متوسطة ونسبة 1.4% بدرجة ضعيفة .

تبين لنا هذه الدراسة أن أغلب الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة وهذا ما يوح ارتباط الطلبة بمواقع التواصل الاجتماعي إلى درجة أنها أصبحت تمثل جزءا من يومياتهم رغم انشغالهم بالدراسة وأصبحت مطلب لا غنى عنه من الصعب أن ينازل عنه الطالب.

الجدول رقم (12): يوضح الهدف من امتلاك أفراد العينة لحساب بمواقع التواصل الاجتماعي.

النسب	التكرارات	
13.9%	10	الدراسة والبحث العمي
70%	49	التواصل

التسلية	8	11.1%
أخرى	3	5%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول التالي أن الهدف الاساسي الامتلاك حساب لمواقع التواصل الاجتماعي هو التواصل بنسبة 70% اي ما يعادل 49 مفردة من المجموع الكلي تليها الدراسة والبحث العلمي بنسبة 13.9% ما يعادل 10 مفردات من المجموع الكلي ثم التسلية بنسبة 11.1% ما يعادل 8 مفردات من المجموع الكلي واخرى بنسبة 5% اي ما يعادل 3 مفردات من المجموع الكلي تمثلت في حل المشاكل وغيرها.

- وقد تفسر هذه النتائج أن معظم الشباب اليوم يقبلون على مواقع التواصل الاجتماعي وهمهم الوحيد هو التواصل، من خلال اقامة علاقات عبر فضاء افتراضي لما يوفره من خدمات مفادها البحث عن تكوين صداقات، فأغلبية المبحوثين يبحثون عن التفاعل مع الاخر
- اما بالنسبة للدراسة والبحث العلمي تأتي في المرتبة الثانية وربما يعود ذلك الى اكتفاء بعض الطلبة بما يقدمه لهم الاستاذ خلال المحاضرة او يطلعون عليه من كتب في المكتبة

الجدول رقم (13): يوضح استخدام اللهجات العامية في تواصلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسب	التكرارات	
69.4%	49	دائما

أحيانا	16	23.6%
نادرا	5	6.9%
المجموع	70	100%

من خلال الجدول نلاحظ بان اغلبية المبحوثين يستخدمون اللهجات العامية خلال تواصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 69.4% اي ما يعادل 49 مفردة من المجموع الكلي مبررين ذلك بانهم تعودوا على استخدامها و أن اللغة الأكاديمية غير متداولة في مواقع التواصل الاجتماعي ومنهم من قال انه لا يتقنها اصلا اذ أن التعاون باللهجات العامية اسهل بكثير ثم هناك من قال احيانا بنسبة 23.6% اي ما يعادل 16 مفردة وذلك حسب الشخص الذي يتواصلون معه اكايمي كان ام لا تليها بنسبة 69% اي ما يعادل 5 مفردات الذي يتواصلون باللغة الاكاديمية ويبررون ذلك أن العديد من الاصدقاء لا يتقنون لهجتنا ومنهم من يتكلم بها لا نها تخصصه في الجامعة.

الجدول رقم (14): يبين توزيع أفراد العينة حول استخدام اللهجات العامية في التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير الجنس.

درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير البيانات الشخصية									
المجموع		نادرا		أحيانا		دائما			
النسب	تكرار	النسب	تكرار	النسب	تكرار	النسب	تكرار		
50%	35	4.2%	3	16.2%	11	29.7%	21	ذكر	الجنس
50%	35	2.7%	2	7.4%	05	39.6%	28	أنثى	
%100	70	6.9%	5	23.6%	16	69.4%	49	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذكور الذين أجابوا "دائما" عي نسبة 29.7% أما الإناث نسبة 39.6%.

أما الذين أجابوا "بأحيانا" فتمثلت عينة الذكور ب 11 مفردة ما يعادل نسبة 16.2% من مجموع طلبة الذكور ثم الإناث ب، 05 مفردات أي ما يعامل 7.4%.

ويأتي في الاخير اقتراح "نادرا" بنسبة 4.2% للذكور أي ما يعادل 3 مفردات ثم الإناث فتمثلت مفردتين بنسبة 2.7% من مجموع الإناث.

توضح هذه النتائج أن أغلبية الطلبة يستخدمون في مواقع التواصل الاجتماعي في تواصلهم دائما وذلك سهولة استخدامها وتحقيق التفاهم المتبادل في بينهم.

الجدول رقم (15): يوضح النشر باللهجات العامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسب	التكرارات	
56.9%	40	نعم
43.1%	30	لا
100%	70	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن اغلبية المبحوثين يفضلون النشر باللهجات العامية على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 56.9% اجابوب ' نعم ' بينما نسبة 43.1% اجابوا ب 'لا' وهذا راجع الى التلاشي الذي تعاني منه اللغة العربية الفصحى حتى داخل الوسط الجامعي وذلك بسبب تعود الطلبة على استخدام اللهجات العامية في حياتهم اليومية والاستغناء عن اللغة العربية الفصحى الانها غير متداولة.

الجدول رقم (16): يوضح التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي باللهجات العامية

النسب	التكرارات	
37.5%	26	دائما
44.4%	31	أحيانا
18.1%	5	نادرا
100%	70	المجموع

يوضح الجدول تفاعل الطلبة باللهجات العامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث اجاب 37.5% اي 26 مفردة ب "دائما" تليها نسبة 44.4% اي 31 مفردة ب احيانا ونسبة 18% اي 5 مفردات. مبررين ذلك بان التفاعل باللهجات العامية وذلك لأنها سهلة الاستعمال والفهم وبأنها اختصارا للوقت وتسهيل التواصل ويفهمها الجميع، اما البعض فيعتقدون أن اللهجات العامية عاجزة عن ايصال ما يريدونه من معنى .

الجدول رقم (17): يوضح طبيعة المواضيع التي تتفاعل بها أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي

النسب	التكرارات	
20.8%	15	سياسية
12.5%	9	تعليمية
25%	17	ثقافية
30.6%	21	ترفيهية
11.1%	8	أخرى
100%	70	المجموع

يوضح الجدول طبيعة المواضيع التي يتفاعل بها أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة المواضيع السياسية 20.8% أي 15 مفردة، ثم المواضيع العلمية بنسبة 12.5% أي 9 مفردات ثم المواضيع الثقافية بنسبة 25% أي 17 مفردة، ثم المواضيع الترفيهية بنسبة 30.6% أي 21 مفردة وأخرى بنسبة 11.1% أي 8 مفردات وتمثلت في المواضيع دينية، رياضية، متنوعة .

الجدول وضح ارتفاع نسبة المتفاعلين بالمجموعات المتخصصة في المجال الترفيهي ب 30.6% أي ما يعادل 21 مفردة ما يبين أن معظم الطلبة يشاركون في هذه المجموعات وهذا يعود إلى الضغوط التي يعاني منها الطالب تدفعه إلى الترفيه عن نفسه في هذا الموقع.

الجدول رقم (18): يوضح لغة التواصل الأكثر تداولاً لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

النسب	التكرارات	
25%	17	لغة عربية
11.1%	8	لغة اجنبية
63.9%	45	لهجات عامية
100%	70	المجموع

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أغلبية الباحثين في رأيهم أن لغة التواصل الأكثر تداولاً لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هي اللهجات العامية بنسبة 63.9% أي 45 مفردة من المجموع الكلي، تليها اللغة العربية بنسبة 25% أي 17 مفردة ثم اللغات الأجنبية بنسبة 11.1% أي 8 مفردات . فمن الملاحظ أن اللغة العربية ضعيفة الاستخدام لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا قد يعود إلى أن أغلبية الشباب الجزائري يفضل أثناء تواصله استخدام اللهجات العامية، لأنها هي لغة التواصل السائدة بشكل كبير داخل المجتمع الجزائري في التواصل والحوار.

الجدول رقم (19): يوضح اللهجات العامية في التواصل مع الأصدقاء

النسب	التكرارات	
62.5%	44	دائماً
30.6%	21	أحياناً
6.9%	5	نادراً
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 62.5% أي 44 مفردة من الطابة يستخدمون اللهجات العامية في تواصلهم مع أصدقائهم "دائماً" ونسبة 30.6% أي 21 مفردة أجابوا ب "أحياناً" ونسبة 6.9% أي 05 مفردات أجابوا ب "نادراً" وهذا يعود إلى عدم وجود علاقات رسمية بين الطلبة كما أجاب بعض الطلبة بعدم اتقانهم للغة العربية .

الجدول رقم (20): دوافع استخدام اللهجات العامية

النسب	التكرارات	
18.1%	13	سرعة التواصل
45.8%	32	تحقيق التفاهم المتبادل
22.2%	15	متداولة
13.9%	10	سهولة التعبير
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية الباحثين يستخدمون اللهجات العامية علماً باعتبار تحقيق التفاهم المتبادل بنسبة 45.8% أي 32 مفردة تمثلها بصفتهام متداولة بنسبة 22.2% أي 15 مفردة ثم سرعة التواصل بنسبة 18.1% أي 13 مفردة تليها سهولة التعبير بنسبة 13.9% أي مفرداتنا لمجموع الكليل العينة.

قد تعود هذه النسب إلى أننا نعشعصر السرعة، فأغلبية الشباب تحتّم عليه السرعة الخاطبة للحروف والرموز والارقام وأن الشباب تعودوا علماً لاستخدام اللهجات العامية باعتبار أن اللغة بسيطة ومتداولة لا تتطلب الكثير من الوقت لكتابتها.

الجدول رقم (21):

المجموعات او على مواقع التواصل

النسب	التكرارات	
34.8%	24	اجتماعية
20.8%	15	ثقافية
25%	17	ترفيهية
19.4%	14	إعلامية
100%	70	المجموع

يوضح طبيعة الصفحات التي تنابع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المشاركين بالمجموعات والصفحات الاجتماعية تصل نسبهم الى 34.8% اي 24 مفردة والمجال الثقافي بنسبة 20.8% اي 15 مفردة والمجموعات الترفيهية بنسبة 25% اي 17 مفردة والمجموعات الاعلامية بنسبة 19.4% اي 14 مفردة .

يوضح الجدول ارتفاع نسبة المشاركين بالمجموعات المتخصصة في المجال الاجتماعي، وهذا يعود الى أن الانسان اجتماعي بطبعه والمواقع التي يتفاعل فيها هي مواقع تواصل "اجتماعي" لهذا كانت النسبة مرتفعة في المجال الاجتماعي اي ب 34.8% اي ما يعادل 24 مفردة من المجموع الكلي .

الجدول رقم (22): يوضح التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي باللهجات العامية

النسب	التكرارات	
79.2%	55	أكاديمية
20.8%	15	عامية
100%	70	المجموع

يظهر الجدول أن الذين يتواصلون باللغة الأكاديمية مع الباحثين الأكاديميين تصل نسبهم إلى 79.2% أي 55 مفردة، في حين نجد أن الذين يستعملون اللهجات العامية في تواصلهم مع الباحثين بنسبة 20.8% اي 15 مفردة من المجموع الكلي .

نلاحظ من خلال أن معظم الطلبة الجامعيين يستعملون الأكاديمية في تواصلهم مع الباحثين والاكاديميين وهذا يعود الى الباحثين والاكاديميين يتواصلون باللغة الأكاديمية مما يحتم على الطلبة الجامعيين استخدام هذه الاخيرة او أن يفرضها الباحث او الاستاذ على الطالب اثناء التواصل ما يجعل الطالب يبذل جهد في اتقان وبناء لغة أكاديمية صحيحة ليتواصل بها بالإضافة الى أن مواضيع هذه الفئة في الغالب مواضيع علمية، ثم تليها العامية التي يستخدمها قلت الطلبة في عملية تواصلهم مع الباحثين والاكاديمية والسبب يعود لعدم اتقان الطلبة اللغة الاكاديمية ويجدها صعبة ومعقدة.

الجدول رقم (23): يوضح استخدام نفس اللغة مع باقي الأصدقاء

النسب	التكرارات	
37.5%	26	دائما
47.2%	33	أحيانا
15.3%	11	نادرا
100%	70	المجموع

يظهر الجدول أن الطلبة الجامعيين خلال تواصلهم مع اصدقائهم يستخدمون اللهجات العامية بنسبة 37.5% اي 26 مفردة ونسبة 47.2% اي 33 مفردة أجابوا ب " احيانا " ثم نسبة 15.3% اي 11 مفردة ب "نادرا" وذلك لسرعة كتابتها وكونها اللغة المعتمدة في مجتمعات الجزائري و المتداولة بالموقع الاجتماعي الفيس بوك لأنها لغة بسيطة ومفهومة لدى العام والخاص.

الجدول رقم (24): يوضح اللغة التي تعودت العينة على استخدامها في المواقع هي نفسها التي تتداولها في الوسط الجامعي.

النسب	التكرارات	
80.6%	56	نعم
19.4%	14	لا
100%	70	المجموع

يبين لنا الجدول أن نسبة 20.6% أي 56 مفردة تظم بنسبة الذين أجابوا "بنعم" على أنهم يستعملون بالوسط الجامعي نفس اللغة التي يتواصلون بها على مواقع التواصل الاجتماعي حتى حين تقابلها نسبة 19.4% أي 14 مفردة للذين أجابوا ب "لا" على أنهم لا يستعملون نفس اللغة نلاحظ أن اللهجات العامية التي تتداول في المواقع أثرت على اللغة الام واصبحت تتداول حتى في الوسط الجامعي.

الجدول رقم (25): يوضح إلى أي مدى يؤثر التواصل الاجتماعي الاحلال باللغة

النسب	التكرارات	
45.8%	32	كبير
51.4%	36	متوسط
2.8%	2	ضعيف
100%	70	المجموع

بينت لنا الدراسة أن موقع الفيسبوك يؤثر على سلامة اللغة بنسبة 45.8% أي 32 مفردة وبدرجة متوسطة بم نسبة 51.4% أي 36 مفردة وبدرجة ضعيفة بنسبة 2.8% أي 2 مفردات حسب المبحوثين. إن الادمان على الفيس بوك والتواصل فيه باللهجات العامية يؤثر بدرجة متوسطة على سلامة اللغة لان اغلبية الطلبة الجامعيين يدركون أن لهذه المواقع دور كبير في الاخلال بقواعد اللغة واتلاف قيمتها في حين أن القلة يرون أن التأثير يكون بدرجة ضعيفة لأنهم يرون الطلبة شباب واعى يستعمل هذه اللغة فقط لكن لاجمال لها كي تؤثر على مستواه العلمي وتحصيله الدراسي واستخدام كل في مكانه.

الجدول رقم (26): يوضح اللهجات العامية للإحساس بالانتماء لمجتمع مستقل بلغة خاصة مشتركة.

النسب	التكرارات	
27.8%	19	دائما
62.5%	44	أحيانا
9.7%	7	نادرا
100%	70	المجموع

من خلال الجدول تبين لنا أن استعمال اللهجات العامية الاحساس بالانتماء الى مجتمع مستقل بلغة خاصة مشتركة لدى الطلبة بنسبة 27.8% اي 19 مفردة أجابوا ب "دائما" ونسبة 62.5 % اي 44 مفردة أجابوا ب "أحيانا" ثم نسبة 9.7 % اي 7 مفردات اجابوا ب "نادرا".

ومن الملاحظ أن أكبر نسبة كانت 62.5% اي 44 مفردة أجابوا ب "أحيانا"، حيث تعود هذه النسبة الى أن معظم المبحوثين لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لإحساس بأنهم في مجتمع مستقل بصفة دائمة.

الجدول رقم (27): يوضح استعمال اللهجات العامية للشعور بالانتماء إلى العالم الافتراضي

النسب	التكرارات	
19.4%	14	دائما
47.2%	33	أحيانا
33.3%	23	نادرا
100%	70	المجموع

يوضح الجدول استعمال اللهجات للشعور بالانتماء الى العالم الافتراضي بنسبة 19.4% اي 14 مفردة أجابوا ب "دائما" ونسبة 47.2% اي 23 مفردة أجابوا ب "أحيانا" ونسبة 33.3% اي 23 مفردة أجابوا ب "نادرا".

وذلك راجع الى أن معظم الطلبة يستعملون اللهجات العامية للتواصل والترفيه عن انفسهم، اما القلة من الطلبة فيستعملون اللهجات العامية للشعور بالانتماء العالم الافتراضي .

الجدول رقم (28): يوضح استعمال الرموز كمكمل للغة في أغلب الاوقات

النسب	التكرارات	
19.4%	14	دائما
56.9%	40	أحيانا
23.6%	16	نادرا
100%	70	المجموع

يوضح الجدول أن نسبة 19.4% اي 14 مفردة اجابوا ب " دائما " ونسبة 56.9% اي 40 مفردة أجابوا ب "أحيانا" ونسبة 23.6% اي 16 مفردة اجابوا ب "نادرا" استعمالهم للرموز كمكمل للغة في اغلب الاوقات. معظم المبحوثين اجابوا ب احيانا ونادرا مبررين ذلك باستخدامهم اللهجات العامية هواسهل طريقة الايصال المعلومة.

الجدول رقم (29): يوضح التنوع في اللغة لإيصال ما نريد

النسب	التكرارات	
70%	49	دائما
20%	14	أحيانا
10%	7	نادرا
100%	70	المجموع

يوضح الجدول التنوع في اللغة لإيصال ما نريد فكانت النسب كالتالي: نسبة 70% اي 49 مفردة اجابوا ب "دائما" ونسبة 20% أجابوا ب "أحيانا" ونسبة 10% اجابوا ب "نادرا". فمن الملاحظ أن التنوع في اللغة هو افضل طريقة لدى الطلبة لإيصال ما يريدون وذلك راجع الى التنوع الذي تشهده الجامعة من لغات ولهجات فهناك العرب والقبائل وحتى الاجانب في بعض الاحيان، اما عن اللهجات فحدث ولا حرج.

الجدول رقم (30): يوضح استخدام اللهجات العامية يعبر عن ما نريد

النسب	التكرارات	
38.9%	27	دائما
52.8%	37	أحيانا
8.3%	6	نادرا
100%	70	المجموع

من خلال الجدول يظهر لنا أن استخدام اللهجات العامية يعبر عما يريد الباحثين بنسبة 38.9% أجابوا ب "دائما" ونسبة 52.8% أجابوا ب "أحيانا" ونسبة 8.3% أجابوا ب "نادرا" اي 6% من المجموع الكلي من العينة .

ومن الملاحظ أن اغلب الباحثين يجدون في اللهجة العامية ما يريدون إيصالهم من افكار في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لتداولها في الوسط الجامعي والمواقع اما القلة من الباحثين فأجابوا بنادرا بنسبة 8.3% مبررين ذلك بحبهم للغة الأكاديمية والبعض برروا ذلك بانها تخصصهم في الجامعة.

الجدول رقم (31): يوضح مدى ايصال الأفكار والتعبير عن المواضيع عن طريق استخدام اللهجات العامية

النسب	التكرارات	
29.2%	20	دائما
61.1%	43	أحيانا
9.7%	7	نادرا
100%	70	المجموع

من خلال الجدول تبين لنا أن استخدام اللهجة العامية طريقة الايصال الافكار والتعبير عن المواضيع وذلك بنسبة 29.2% اجابوا ب "دائما" ونسبة 61.1% ب "أحيانا" ونسبة 9.7% فأجابوا ب "نادرا"، حيث كانت معظم الاجابات ايجابية مبررين ذلك بانها سهلة الاستعمال والفهم ويفهمها الجميع وباعتبار أن اللهجة مفهومة من الطرف الاخر، اما القلة من الباحثين فبرروا ذلك بانهم يتقنون اللغة العربية جيدا وانهم يفضلون الكتابة الصحيحة للكلمة، ويقول البعض أن اللهجات العامية عاجزة عما يريدون ايصاله من معنى.

الجدول رقم (32): يوضح التفاعل والتفاهم مع الغير عن طريق اللهجات العامية

النسب	التكرارات	
54.9%	38	دائما
39.4%	28	أحيانا
5.7%	4	نادرا

المجموع	70	%100
---------	----	------

من خلال الجدول ظهر لنا أن التفاعل والتفاهم مع الغير عن طريق اللهجات العامية وذلك بنسبة 54.9% اي 38 مفردة اجابوا ب "دائما" ونسبة 39.4% اي 28 مفردة ونسبة 5.7% اي 4 مفردات الحجم الكلي للعينة. من الملاحظ أن اللهجات العامية هي الحبس الإقامة العلاقات بين الاشخاص وذلك بإقامة علاقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل بها كونها اللغة السهلة والمفهومة والمتداولة في الوسط الجامعي .

الجدول رقم (33): يوضح توصيل كل الأفكار في استخدام اللهجات العامية

النسب	التكرارات	
%45.8	32	دائما
%41.7	29	أحيانا
%12.5	9	نادرا
%100	70	المجموع

من خلال الجدول يظهر لنا مدى توصيل الافكار في استخدام اللهجات العامية وذلك بنسبة 45.8% اجابوا ب "دائما" ونسبة 41.7% اجابوا ب "احيانا" ونسبة 12.5% اجابوا ب "نادرا".

حيث تترجم هذه النسب الى سهولة اللهجات العامية وتحقيق الفهم المتبادل بين الطرفين وتداولها في مجتمعنا الجزائري، كما يعود هذا الى عزوف الطلبة عن اللغة العربية وتلاشيها وعدم اتقانها.

نتائج الدراسة:

- ✓ إن أغلبية طلبة الجامعة يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي منذ فترة طويلة وبشكل كبير جدا نظرا لانتشارها الواسع.
- ✓ إن أغلبية طلبة الجامعة يفضلون موقع الفيس بوك الذي مجاله واسع على عكس المواقع الأخرى ويستخدمونه للتواصل أكثر من الدراسة والبحث العلمي بالإضافة إلى الخدمات التي يقدمها الموقع والتي تتقدمها خدمة التواصل بدل الخدمات الأخرى نظرا لميول الطلبة واهتمامهم على الموقع.
- ✓ إن أغلبية الطلبة الجامعيين يروون أن اللغة الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي اللهجات العامية.
- ✓ أوضحت الدراسة أن غالبية الطلبة لا يتواصلون باللغة الأكاديمية في جميع التخصصات المدرجة، ويرجعون ذلك لصعوبتها في حين نجد نسبة صغيرة تفضل التواصل بها.
- ✓ بنيت الدراسة على أن غالبية الطلبة في عملية تواصلهم يستعملون عدة لغات بدل اللغة الواحدة رغم اختلاف الجنس أو التخصص العلمي.
- ✓ توضح الدراسة أن أغلبية الطلبة مضطرون إلى استخدام اللهجات العامية وذلك بدافع سرعة التواصل التي تتميز بها هذه اللغة على موقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ تبين الدراسة أن معظم الطلبة يشاركون مجموعات وصفحات معينة على موقع التواصل الاجتماعي تخدمهم بالعديد من المعلومات وأغلب المجموعات الاجتماعية هي التي تمثل أعلى نسبة في مشاركة الطلبة ثم الترفيهية والثقافية والإعلامية على التوالي.
- ✓ تظهر الدراسة أن الطلبة الجامعيين تختلف لغة تواصلهم على موقع الفيس بوك وتواصلهم معه حيث يستخدمون اللغة الأكاديمية خلال تواصلهم مع الأكاديميين في حين يلجؤون إلى اللهجات العامية خلال تواصلهم مع البقية.
- ✓ توضح الدراسة أن التواصل بلغة اللهجات العامية على موقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعيين جعلها اللغة المتداولة في الوسط الجامعي ما جعل الطلبة يواجهون العديد من الصعوبات في الحديث باللغة الأكاديمية خلال المحاضرات وألقاء البحوث والتعامل مع الأساتذة والأكاديميين.
- ✓ أوضحت الدراسة أن كل الطلبة يعممون على اللهجات العامية أثرت سلباً على اللغة الأكاديمية وسلامة اللغة بصفة عامة وأذهبت قيمتها وعرقلت نموها وتطوره

خاتمة

خاتمة

خاتمة

بالرغم من الجهود المبذولة في هذا البحث لا يمكننا القول اننا استكملنا موضوع الدراسة اذا بقي بين المواضيع الحساسة التي تتطلب المزيد من الدراسات للوقوف على جميع النقاط المكونة لهذا الموضوع وفي نهاية هذا العرض لنا ان نقول ان اللغة من عريية فصحي أو أكاديمية صحيحة ينبغي ان تنال خطها ومكانتها العالية من طرف ابنائها كونها في الوقت الحاضر وسيلة للتعبير من حيثما تحمله في ذاتها من قيم ومناهج اصلية للتفكير وظاهرة تلاشيها جراء الاستعمار وما خلفه بالإضافة إلى تطور وسائل الاعلام والتكنولوجيا الحديثة ما تتطلبه من سرعة وتقنيات جديدة ما جعل اللغة تندى بمستواها إلى العامة وإلى كتابات بحروف لاتينية واختصارات لغوية اخذت محل اللغة الصحيحة ففي هذا الحال لا يمكن تجاهل تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي ومساهمتها في دفع اللهجات العامية واللغة الداخلية لان تتداول بالوسط الجامعي .

فالشباب هو الذي ولع بلغات عديدة وتقنيات التكنولوجيا وانساق وراءها لينسى أن استخدام هذه المواقع التكنولوجية سلاح ذو حدين إن هذه المواقع احدثت تغييرا في طريقة الاتصال وتبادل المعلومات والثقافات وجعل كل طالب هو المسؤول عن العملية الاتصالية والمبدع في الكلمات المتصلة بها لكن فينفس الوقت يجد نفسه غير ملم لينعكس ذلك على مستوى الطالب بالجامعة في تأديته للبحوث وعجزه في تكوين جمل مفيدة أثناء العرض .

بهذا لا يمكن ان نطمئن للوضع اللغوي المتدني مؤخرا بل العمل بع بين لأحداث التغيير الإيجابي والنهوض باللغة رجوعا بها إلى ما كانت عليه سابقا أو أحسن، دون التخلي عن التكنولوجيا وخدمتها بتنشيط اللغة على المواقع لأن المستوى العلمي واللغة هما أساس النهضة، فإذا تركنا لغتنا على هذا الحال فكيف ستكون بعد 10 سنوات أو أكثر، ولنا أن نعني أكثر بسلامة اللغة وجعلها وافية لمطالب العلوم.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان

استخدام اللهجات العامية في الفضاء الافتراضي دراسة للمنتسبين في المجموعة الافتراضية طلبة جامعة المسيلة على الفيس بوك.

-في إطار إعداد رسالة لنيل شهادة الماستر أكاديمي تخصص اتصال وعلاقات عامة -

استمارة الاستبانة هذه موجهة الى المستخدمين الفعليين لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك لاتصال والتفاعل وعليه نرجوا مساهمتكم في انجاز هذا البحث من خلال مثل هذه الاستمارة بوضع علامة (X) في مكان الاختيار المناسب فيما يتعلق بالأسئلة المطروحة والإجابات المقترحة مع العلم ان المعلومات التي تسترجع من هذه الاستمارة لن تستخدم الا في أغراض البحث العلمي فقط.

إعداد الطالبة: إشراف الأستاذ:

- غزال عبد الرزاق

زيادي هاجر

السنة الجامعية 2018/2019

المحور الأول: البيانات الشخصية

1/ الجنس:

ذكر أنثى

2/ السن

من 25-18 من 30-25 من 35-30

3/ التخصص العلمي:

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

4/ ما هي درجة استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي:

كبير متوسطة ضعيفة

5/ منذ متى وانت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي :

اقل من سنة منذ سنتين اكثر من 3 سنوات

6/ ما هي المدة التي تستغرقها في استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم:

اقل من ساعة من ساعة الى 3 ساعات اكثر من 4 ساعات

7/ هل لديك حساب شخصي على احد هذه المواقع :

فيسبوك تويتر انستغرام يوتيوب

أخرى

8/ ما الهدف من امتلاكك لحساب بمواقع التواصل الاجتماعي:

الدراسة والبحث العلمي التواصل التسلية

أخرى أذكرها:

المحور الثالث :استخدام طلبة الجامعة اللهجات العامية في عمليات النشر والتفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي .

9/ هل تستخدم اللهجات العامية في تواصلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

دائماً أحيانا نادرا

10/ هل تنشر باللهجات العامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

نعم لا

11/ هل تفضل التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي باللهجات العامية:

دائماً أحيانا نادرا

12/ ما هي طبيعة المواضيع التي تتفاعل معها في مواقع التواصل الاجتماعي:

سياسية تعليمية ثقافية ترفيهية

أخرى أذكرها :

المحور الرابع: استخدام طلبة الجامعات اللهجات العامية في عمليات التواصل الاجتماعي.

13/ حسب رأيك ماهي لغة التواصل الأكثر تداولاً لدى مستخدمي مواقع التواصل

الاجتماعي :

لغة عربية لغة أجنبية لهجات عامية

14/ هل تستخدم اللهجة العامية في التواصل مع الأصدقاء :

دائماً أحيانا نادرا

15/ ما هي دوافع استخدامك للهجات العامية:

سرعة التواصل تحقيق الفهم المتبادل متداولة

سهولة التعبير

المحور الخامس: الاشباعات المحققة من وراء النشر والتفاعل والتواصل على مواقع التواصل الاجتماعي .

16/ ما هي طبيعة المجموعات او الصفحات التي تتابعها على مواقع التواصل الاجتماعي:

اجتماعية ثقافية ترفيهية إعلامية

17/ إذا كنت تتواصل مع باحثين اكايمييين ما هي اللغة التي تتواصل بها :

أكاديمية عامية

18/ هل تستعمل نفس اللغة مع باقي الأصدقاء :

دائماً أحياناً نادراً

19/ هل اللغة التي تعودت على استخدامها في المواقع هي نفسها التي تتداولها في الوسط الجامعي :

نعم لا

20/ الى أي مدى يؤثر مواقع التواصل الاجتماعي الاخلال بقواعد اللغة : بشكل:

كبير متوسط ضعيف

21/ الاشباعات المحققة من وراء استخدام اللهجات العامية في مواقع التواصل الاجتماعي:

نادراً	أحياناً	دائماً	مقترحات الإجابة
			تستعمل اللهجات العامية لتحس بانك في مجتمع مستقل بلغة خاصة مشتركة .
			تستعمل اللهجات العامية للشعور بالانتماء للعالم الافتراضي.
			تستعمل الرموز كمكمل للغة في اغلب الأوقات .
			تستخدم التنوع في اللغة حتى تستطيع إيصال ما تريد .

22/ التقييم الرضا عن استخدام اللهجة العامية في مواقع التواصل الاجتماعي:

مقترحات الإجابة	موافق	نوعا ما	غير موافق
هل تجد أن استخدام اللهجة العامية يعبر عن ما تريده.			
هل تستطيع أن توصل كل الأفكار وتعبر عن المواضيع عن طريق استخدام اللهجة العامية.			
استطيع أن أفهم مع الغير عن طريق اللهجة العامية.			
أجد في استخدام اللهجة العامية على مواقع التواصل الاجتماعي كل فرص توصيل الأفكار.			

قائمة المراجع

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

- 1- بن مرسللي أحمد، 2005، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر.
- 2- ابن منظور جمال جيد محمد مكرم، 1997، لسان العرب، ط1، بيروت، لبنان.
- 3- الربيعي محمد، 1988، التغيير الاجتماعي، دار الطليعة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- 4- الطرايوشي ميرفت، السيد عبد العزيز، 2006، نظريات الاتصال، القاهرة، مصر.
- 5- كاتب سعود صالح، 2012، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص، جدة، السعودية.
- 6- البيسوني محمد علي، 2009، دولة الفيسبوك، دار الشروق للنشر والتوزيع، مصر.
- 7- السويدي جمال، 2013، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، الإمارات، العربية المتحدة.
- 8- خراج عبد السميع محمد محمد، 2012، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي دولي، مصر.
- 9- أوكان عمر، 2001، اللغة والخطاب، الدار البيضاء، المغرب.
- 10- رسلان مصطفى، شبلي محمد، مرسي محمود، 2007، مهارات الاتصال باللغة العربية، ط1، دبي، الإمارات العربية المتحدة.
- 11- زاهر راضي، 2003، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، عمان.
- 12- البيسوني محمد عبد المعين، 1997، دليل استخدام شبكة الأنترنت، القاهرة، مصر.
- 13- حجاب محمد منير، 2010، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر.
- 14- المليي مبارك بن محمد، 1976، تاريخ الجزائر القديم والحديث، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر.
- 15- دوسوسيرفيرديناند، 1985، تر: يونيل يوسف عزيز، بغداد، العراق.
- 16- مزري تش ين، 2011، قصة فيسبوك ثورة وثروة، ط1، القاهرة، مصر.
- 17- واحص نور الدين، 2014، اللسانيات المعاصرة في ضوء نظرية التواصل، ط1، فاس، المغرب.
- 18- الشهيراني سعد بن علي، الكتابة الأكاديمية خصائصها ومتطلباتها اللغوية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- 19- العياشي العربي، لغة الطفل والمنظومة اللغوية في مجتمع المعرفة، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر.
- 20- عابد بن محمد عبد القادر، 2012، الإدارة المدرسية الحديثة، ط3، عمان الأردن.
- 21- القزويني أحمد بن فاس زكريا، 1979، معجم المقاييس اللغة، تر: عبد السلام محمد هارون، دار الفكر،
- 22- نمر هادي والخطيب أحمد، 2009، إدارة الاتصال والتواصل النظريات والعميات الوسائط، أربد، الأردن.

قائمة المراجع

المعاجم:

1- حجاب محمد منير، 2004، المعجم الإعلامي، دار الفجر، مصر.

الرسائل الجامعية:

- 1- نومار مريم نريمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011.
- 2- قناوي منال، استخدام اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجاً، دراسة ميدانية تحليلية مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإعلام والاتصال، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة العرب بن مهدي، أم بواقي، 2015/2014.
- 3- الرعود عبد الله ممدوح، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011.
- 4- العبد سكر ماجب وجب، التواصل الاجتماعي-أنواعه ضوابطه، آثار ومعوقاته، ماجستير قسم التفسير وعلوم القرآن، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة، 2010.

مواقع الأنترنت:

- 1- عواد محمد، شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، موقع تأملات، www.taamolat.com، 22 مارس
- 2- أحمد محمد، منتدى ابداع وتكنولوجيات، آخر إحصائيات الفيسبوك 20 جانفي 2014، teknoo4.blogspot.com.
- 3- موقع ويكيبيديا، يوتوب، wikipedia

المؤتمرات:

- 1- اليس أحمد مصطفى عمر، فضائيات عصر العولمة والهوية الثقافية، جامعة الشارقة، 11-12، ديسمبر 2007، مؤتمر الفضائيات العربية والهوية الثقافية.

الكتب الأجنبية:

- 1- WasineeKihiWongvivat, PinonphaRakkMannga N Facebook IngyourDvam Master Thes Is, 2010.

ملخص الدراسة :

ان اللغة وسيلة للتعبير ومنهج للتفكير هي لغة الامة الواحدة وأكاديميا هي لغة صحيحة وسليمة وراقية ودقيقة وترفع من مستوى مستخدمين لكن كونها ليست بمفردها داخل المجتمع الجزائري بل تصاحبها مجموعة لهجات ولغات ورموز مغايرة قد يدرك الفرد بعضها وتجهل البعض الاخر.

فهو وضع سائر بالوسط الاجتماعي والممارسة اليومية وداخل الحرم الجامعي هو خطر نقف عليه ما يدعوا ويستوجب ادراكه وأدراك تاما بالإضافة الى ما انتجته التكنولوجيا من عالم اصبح هو السير القائد للعقول الشبابية والطلبة.

فنتعلم لغات اخرى والسير مع ما هو عصري وحالي من لهجات ورموز تقنيات جديدة لا بد منه لكن ليس على حساب لغتنا فمهما تطورنا وتقدمنا وعاشنا العولمة والعصرنة الى ان اللغة العربية هي المعيارية.

الكلمات المفتاحية : اللهجات العامية – الطلبة – الفضاء الافتراضي

Résumé de l'étude:

La langue est un moyen d'expression et une méthode de pensée est la langue d'une nation et académiquement est la langue de sonorité, précise et précise et relève le niveau d'usagers sans toutefois être isolée dans la société algérienne, mais accompagnée d'un groupe de dialectes et de langues et de symboles que les différents peuvent être conscients les uns des autres et des ignorants.

C'est une autre situation dans la pratique quotidienne et sociale et, à l'intérieur du campus, nous courons le danger de savoir ce dont il a besoin et que nous devons être pleinement conscients. En outre, la technologie produite par le monde est devenue un chef de file de l'esprit des jeunes et des étudiants.

Nous apprenons d'autres langues et marchons avec ce qui est moderne et actuel des dialectes et symboles des nouvelles technologies doivent l'être, mais pas aux dépens de notre langue, quels que soient notre développement et notre progrès et la mondialisation et la modernité vécues que la langue arabe est normative

Mots-clés: Dialects - Students - Virtual Space