



جامعة وهران 2
كلية العلوم الاجتماعية

مذكرة

لنيل شهادة الماجستير
في علم الاجتماع الثقافي

الممارسات اللغوية في موقع التواصل الاجتماعي

"الفايسبوك"

دراسة اثنوغرافية لعينة من الشباب مستخدمي الفايسبوك في الجزائر

من اعداد الطالب
بن كحيل شهرزاد

تشكيلة لجنة المناقشة :

اسم و لقب الاستاذ	الرتبة	الصفة	مؤسسة الانتماء
بن طرمول عبد العزيز	أستاذ محاضر	رئيس	جامعة وهران 2
سبع رابح	أستاذ	مقرر	جامعة وهران 2
بن يزة عبد الرحمن	أستاذ محاضر	مناقش	جامعة وهران 2
بلحسن مباركة	أستاذة محاضر	مناقش	جامعة وهران 2

الموسم الجامعي
2015/2014

تشكر

الحمد لله على كل نعمه وفضله، الحمد لله على نعمة الإسلام وعلى بعثه لنا بسيد الأنام "محمد" صلى الله عليه وسلم.

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب والذي وفقنا إلى إنجاز هذا العمل، ومنحنا القوة حتى نرى حلمنا حقيقة.

اسمحوا لي أن أقدم شكري بعد الله إلى ذو الوجه السموح الملائكي، إلى الذي كان سببا فيما وصلنا له الآن، إلى أبانا الروحي الأستاذ "جمال الدين غريد" رحمه الله وجعل مثواه الجنة.

أتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى أستاذي "رايح سبع" الذي تكرم وقبل أن يكون مؤطرا لنا. فلك كل الاحترام والتقدير.

كما نتقدم إلى اللجنة الكريمة بالشكر الخالص والاحترام للأساتذة الأفاضل: بلحسن مباركة، بوطرمول، بن يزة.

كما أتقدم بشكري إلى أصحاب العقول الثيرة والبصائر المستنيرة، الأساتذة الكرام اللذين كان لي الشرف أن أتعلّم على أيديهم:

"بزلي بن اعمر، لقجع عبد القادر، الزاوي حسين، مدني محمد، بوكريز وافية، بالوافي..."، بحضورنا محاضراتهم أدركنا أنه مازال في التعليم ضمير يستطيع إتقان عمله وإيصال رسالته على أكمل وجه، وبذلك دفعونا إلى التنقيب عن مخرج من هذه الأزمة الطاحنة، ومهما حاولنا أن نضفي عليهم صفات الكرم لن نستطيع أن نعبر عن ما نكنه لهم من احترام وتقدير. نسأل الله أن يديم صحتكم.

إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد على إنجاز هذا العمل وتذليل ما واجهته من صعوبات. بفكرة أو

بكلمة وبالدهاء. أخص بالذكر: "ميلودي محمد، ريم، حمودة، نميرة، زينب".

إهداء

اسمحوا لي أن أهدي هذا العمل أولاً إلى أبي الروحي "جمال الدين غريد"، وإلى الرجل الذي أعشقه وأحمل اسمه بكل فخر، للذي قست عليّ الحياة وحرمتني سعادة العيش في حضنه فحُنت عليّ وأرادتني ذات فراق أن ألتزم الحداد، إلى من أفقده في مواجهة الصعاب إلى...أبي - رحمكما الله وأدخلكما فسيح جناته-

إلى كل الأساتذة اللذين يحملون أقدم رسالة في الحياة "العلم"

إلى حكمتي وعلمي، أدبي وحلمي، طريقي المستقيم، طريق الهداية، إلى كل الأمل...أمي حبيبتي وصديقتي.

إلى أخوتي وأخواتي، أزواجهم وزوجاتهم " هواري، ميلود، عائشة، بختة، منال " .

إلى أطفالي "ياسين، حمودة، حسام، سامية " .

إلى الخالة "زوزو وزهرة" شكراً لكما، أحبكما!!

إلى زملائي وزميلاتي في الدفعة فرداً فرداً.

إلى أحبائي ورفقاء دربي "حمودة، محمد، ريم، نميرة، زينب، دلال.."

وإلى كل من سقط من قلبي سهواً.

وفي الأخير، أرجو من الله أن يجعل عملي هذا نفعاً يستفيد منه جميع الطلبة المقبلين على التخرج تمنياتي

بالتوفيق!

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أشكال الممارسات اللغوية في شبكة التواصل الاجتماعي "فايسبوك" من خلال دراستنا لعينة من الشباب مستخدمي "الفايسبوك" في الجزائر، وطرح بعض التعليقات والصفحات التي تعبر عن اللغة التي يستخدمونها من لغة عربية ولغات أجنبية وكذا ما يسمى باللغة الموازية أو ما تسمى في الشرق الأوسط بالعريزي واستعمال الاختصارات في اللغات الأجنبية وما تسمى Abréviation وكذا استعمال الأيقونات والرموز للتعبير عن المشاعر.

وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي ومنهج إثنوغرافيا السير. باستعمال الملاحظة بالمشاركة والاستبيان الإلكتروني عن طريق التطبيق المتوفر على موقع Google Drive وهو Spreadsheet، والتي قسمت محاورها إلى:

المحور الأول: أنماط استخدام الفاييسبوك عند الجزائريين، المحور الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفاييسبوك، المحور الثالث: وهو أهم محور والذي يُعنى بلغة التواصل بين مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فاييسبوك. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أن كلا الجنسين من الذكور والإناث يهتمان بالمشاركة في الفاييسبوك، أما الفئة العمرية الأكثر استخداما للموقع هي الفئة العمرية ما بين 20 و30 سنة. فأغلبهم يقضون وقتا طويلا ما بين الأربعاء والخمس ساعات خلال الفترة الليلية والتي تعتبر الفترة المفضلة لتصفح الفاييسبوك، والتي يقضيها أغلبهم في الدردشة أكثر من أي خدمة أخرى يوفرها الموقع بحيث يعتقد البعض أن الفاييسبوك أُخترع فقط من أجل التعارف والدردشة. فغالبية أفراد العينة يستخدمون الموقع للتواصل مع الأهل والأصدقاء والتعرف على أشخاص جدد، بحيث أضحي الفاييسبوك من يوميات الفرد الجزائري اليومية، ومع توفير شركات الاتصال لخدمة 3G وإمكانية الفرد الجزائري الحصول على

هاتف ذكي Smart Phone أصبح الولوج إلى الانترنت وتصفح موقع الفايسبوك شيء عادي استخدامه حتى في المرحاض كما ذكر البعض! وهذا ما يعبر عن حالة إدمان استخدام الفايسبوك.

والمهم ومن خلال الاستبيان الالكتروني والملاحظة بالمشاركة لمجموعة من الصفحات والتعليقات، وجدنا أن جُلّ أفراد عينة الدراسة يستخدمون اللغة الموازية وهي لغة مخلوطة بين الأحرف اللاتينية والأرقام يتم تهجئتها بالعربية، وكذا استخدام الاختصار في اللغة الأجنبية أو *Abréviation*، واستخدام السمايلز أو الرموز والأيقونات للتعبير عن المشاعر والتي يوفرها الموقع. فهذه الأخيرة هناك من يرى أنها فعلا تعبر عن ما يُحاجل مستعملها من أحاسيس، فيما يرى البعض أن استعمالها لا يفوق سوى أنه مواكبة للتطبيقات التي يوفرها الموقع، أما البعض الآخر فيرى أن المشاعر أسمى بكثير من التعبير عنها برموز وأيقونات. وهذا لا يعني عدم استعمال اللغات الأجنبية والعربية الصرفة، بحيث أن هناك مجموعات وصفحات كالصفحات الدينية والصفحات التي تعنى بالدراسات والأبحاث فالمشارك في مثل هذه الصفحات يتوجب عليه استعمال اللغة العربية واللغات الأجنبية صرفة دون استعمال الأيقونات والرموز التي يعتبر البعض أنه من غير اللائق استعمال اللغة الموازية والـ *Abréviation* مع كل الناس فهي في الأخير لا تعتبر لغة رسمية وهناك من لا يفهمها كالجيل الذي يسبقهم.

بحيث يُصرّح مستخدمو هذه اللغة الموازية إلى أن استخدامها يعود إلى الاختصار وسهولة استخدام لوحة مفاتيح الحاسوب إلى جانب عدم استهلاك وقت أطول في الكتابة، فيما يُصرّح البعض أن السبب يعود إلى رداءة التعليم فاستخدام هؤلاء لهذه اللغة الموازية يرجع لعدم تشبّثهم بالقواعد.

الكلمات المفتاحية: موقع التواصل الاجتماعي، الفايسبوك، الانترنت، Web 2.0، المجتمعات الافتراضية، اللغة، التواصل.

Abstract :

This study aims at examining the different linguistic forms used by a specified population of Algerian teenagers on the social networking websites « Facebook ». more precisely, it is based on providing some comments and pages - belong to the users of Facebook - which show the various languages, used by the chosen population, such as Arabic, some foreign languages and what is called in the Middle East the (arabizi) mixed between Arabic and English.

In addition to that, this research exhibits the use of some icons, abbreviation, and symbols as means for expressing feelings.

Both the descriptive –analytical research and the anthropology of cyber-spaces as well as to the participant observation and the electronic survey through the available application on Google Drive « Spreadsheet » are all included in the process of collecting data.

This research is clearly divided into these main chapters. The first chapter is devoted to the types of using Facebook by Algerians, while the second chapter is designed for the motivations and the causes behind using this social network. The third chapter, the most crucial one, deals with the linguistic forms selected by the users « Facebook » as a result, the findings confirm that both sexes « males and females » have interest in participation. Concerning age, the group between 20-30 years old are the main users of this website.

The majority of them spend a long time (between 4 to 5 hours) at night. According to them, it is the favorite period to connect, chat and have connection with new people. To state it differently, the participants believed that « Facebook » is only a tool for chatting, that's the reason why it becomes part of their daily routine. Moreover, with the provision of « 3G services » and the possibility of having SMART Phones, entering this social website becomes possible everywhere even in toilets. In other words, this could be an addiction to « Facebook ».

For the electronic survey and the participant observation, we have found that most of the informants use « electronic or parallel language » is a mixture between latin letters and numbers which pronounced it in arabic way. Furthermore, lists of abbreviations, smiles, symbols or icons available on the website are also used by them. On one hand some of the participants believe that this letters really express deep emotions and feelings. On the other hand, some others see it only as an application provided by the website. The rest of the population claim that feelings can not exactly explained by a mere symbols. So about the pages and groupes like who talk about religions and academic ones, it using what is called pure language without symbols and icons. Impure language is seen by people as not suitable and official because old generation can not understand it.

Following what is mentiones above, the users of this mixed language « parallel or electronic language », suppose that it is useful, abbreviated as well as it deos not take along time to type it, while some others still say that has to do with the lact of education of those who do not abide by the norms.

Keywords : Social Networking Websites, Facebook, Internet, Web 2.0, Virtual Communities, Language, Communication.

مقدمة:

فتحت التكنولوجيا الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال آفاقا كبيرة، وأثارت عدّة من القضايا حول تأثيراتها وانعكاساتها. سواء ايجابية كانت أم سلبية على الحياة البشرية، اجتماعيا، ثقافيا، وسياسيا... وكذا التأثير الكبير على نمط الاتصال. وبهذه التأثيرات أصبح استخدامها حقلًا خصبا للعديد من الدراسات.

حيث يرجع الاهتمام الكبير بمواقع التواصل الاجتماعي إلى عدة عوامل لأهمية الخصائص التي تتمتع بها، والتي لا نجد لها في غيرها من تكنولوجيا الاتصال، كالتلفزيون والراديو... من هذه الخصائص. التواصل بين مستخدميها بالصوت والصورة وتوفير الخدمات العدة التي تشبع رغباتهم، كالحصول على المعلومات والأخبار الفورية، وكذا تحميل الأفلام والموسيقى وغيرها من الرفاهية فالقائمة تطول!

ومع ظهور الجيل الثاني للويب (Web 2.0) والميزات التي جعلت منه أكثر ديمقراطية والذي فتح فرصا لكل للمشاركة في محتواه نحو خطوة للتعبير، التأثير والتأثر الإلكتروني. فقد أفرزت شبكة الانترنت منذ بدأ استخدامها مع استحداث أول متصفح Browser وهو Mosaic في 1993 أنماط متعددة من الاتصال التفاعلي كالبريد الإلكتروني E-mail، وغرف الدردشة على موقع MSN, Yahoo فضلا عن الاتصال التفاعلي بالصوت والصورة Webcam. والتي تعدّت هذه الأنماط الاتصالية حدود الزمن والمكان مما يؤكّد مقولة مارشال ماكلوهان McLuhan بتحوّل العالم إلى قرية كونية صغيرة¹.

وتستدعي هذه الأبعاد وجوب طرحها للنقاش والتحليل والتفسير، لاسيما وأنها تحدث أو تُؤثّر بعض الشيء في محيط الاتصال الإنساني. والتي أصبحت تكنولوجيا الاتصال في عالمنا اليوم مؤثّرا في الكثير من سلوكيات الأفراد وعلاقاتهم الاجتماعية، ودرجة تأثرهم ثقافيا بل وحتى ذاتيا بما ينعكس على تواصلهم وتفاعلهم الاجتماعي. فهذه الأنماط الاتصالية لاقت نجاحا إلى حدّ كبير لفتح فرص أمام الأفراد للتفاعل، ونقل انشغالهم

¹ ماجد بوشيلي ويوسف عيادي، ثقافة الانترنت وآثارها على الشباب (وقائع ندوة علمية)، دار الثقافة والإعلام، الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الأولى، 2006. ص 263.

وأفكارهم من خلال بناء علاقات افتراضية كما أنّها تُعدّ اجتماعية أيضا. والتي تنتهي عند حدود شاشة الكمبيوتر أحيانا.

بحيث انتشر استخدام الفايسبوك وغيره من المواقع عبر الانترنت في العالم بوتيرة فاقت الكثير من التوقعات، وأصبح الفايسبوك والتويتر خصوصا. ضمن السلوك اليومي لمستخدمي الانترنت عبر الهواتف الذكية أو الأجهزة الدفترية أو الكمبيوتر سواء المحمول أو النقال. نتيجة لقوة انتشار وسائل الاتصال الالكترونية الذي أصبح فضاء يوميا يضحّ بالمعلومات والآراء والصور والتفاصيل الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، والسياسية... والذي أدى لكثير من الدول إلى تعزيز صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتوثيق التواصل بين الأفراد والمؤسسات، وتوفير الوقت والجهد والمال عليهم. لاسيما في ظل الإقبال المتزايد في الوطن العربي على هذه الوسائل كالفايسبوك والتويتر. فالفايسبوك يفتخر بـ 1.28 بليون المنظمين لموقعه شهريا¹. مع العلم أن عدد سكان العالم هو 7.095.476.818، وعدد مستخدمي الانترنت 2.484.915.152 ونسبة الولوج للانترنت هي 35% منهم، أما المستخدمين الفاعلين للشبكات الاجتماعية هو 1.856.680.860 ونسبة الولوج للشبكات الاجتماعية هي 26% منهم، أما المشاركين في الانترنت بالهاتف النقال عددهم 6.572.950.124 أما نسبة الولوج للانترنت بالهاتف النقال هي 93% من مجموع تعداد سكان العالم². خاصة وأن شبكات التواصل الاجتماعي في تزايد مستمر في العالم العربي خصوصا. فمجموع مستخدمي الفايسبوك في العالم العربي في بداية ماي 2014 هو 81.302.064 الذي كان في ماي 2013، و54.552.875 مستخدم³. فقطر هي البلد المتصدر في المرتبة الأولى من بين الدول العربية الأكثر استخداما

¹ Arab Social Media Report, Citizen Engagement and Public services in the Arab World: the potential of social media, 6th Edition, June 2014, Mohamed Bin Rashid School of Government, Pdf, p 6. بتصرّف منا

² مستخرج من موقع www.wearesocial.sg, sources : us census bureau, internrtworldstates, we are social, في: 19:29 . 2015/05/22

³ Arab Social Media Report، مرجع سبق ذكره، ص 23، بتصرف منا.

لموقع الفاييسبوك بعدها الإمارات العربية المتحدة، الأردن، لبنان، ثم البحرين وتليهم الجزائر، حيث زاد عدد مستخدمي الفاييسبوك في الجزائر ما بين جانفي وماي 2014 إلى الـ 1.000.000 مستخدم¹ !

حيث لاحظنا النضج والنمو في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، إذ بدأت الحكومات تفهم ضرورة التواصل مع المواطن من خلال المواقع والتي يأتي موقعي الفاييسبوك والتويتز في هرميتها للعديد من الأسباب والعوامل الذاتية والموضوعية والتقنية والفنية والدعائية وخلافها... والتي جعلت من المؤسسات والحكومات والوزارات والجامعات للتسابق في إنشاء صفحات وخاصة لنشر أفكارهم وأرائهم وفعاليتهم ومعتقداتهم...

فلموقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" إيجابيات كما له سلبيات أيضا فهو من دعم فكرة التواصل وخلق منظمات ومسيرات لتحسين إيقاع الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وهنا تشكلت حركات الرفض الشبابية التي انتفضت فيما يسمى بـ"الربيع العربي" بدأ بتونس مرورا بمصر واليمن وليبيا وتخطت تلك الفكرة الراضية للسياسات بسهولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الوطن العربي². إلى جانب أنه يهدد العلاقات الحيوية السائدة في المجتمع بين الأشخاص أو بين أفراد العائلة الواحدة والتي يشكل خطورة على متانة العلاقات وتماسكها، إلى جانب بناء هويّات وعلاقات افتراضية، ومن الافتراضات أيضا، خلق لغة جديدة موازية يتداولها مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي في حوارهم وتعليقاتهم، والتي ساهمت في إلغاء لغة الاتصال العادية والمتعارف بها اجتماعيا وجعلها رقمية أو إلكترونية مثل: الاختصار في كتابة الكلمة واستعمال الرموز والأيقونات للتعبير عن المشاعر « Smiles ».

بحيث يقول الدكتور صفوت العالم أستاذ بجامعة القاهرة لموقع الجزيرة. نت: " إن ظهور لغة جديدة بين الشباب أمر طبيعي يتكرر بين مدّة وأخرى، وهذا ما يعكس التمرد الاجتماعي وعدم تفاعلهم مع الجيل الذي

¹ Arab Social Media Report، مرجع سبق ذكره، ص25، بتصرف منا.
² علي كنعان، المجتمع المدني والإعلام، دار الأيام، الطبعة العربية، عمان - الأردن، 2015، ص 154.

يسبقهم. ويظهر عادة في نمط مميز من اللغة والملابس والسلوكيات. فهذه اللغة لا يفهمها سوى المواظين على

استخدام الانترنت وخصوصا مواقع التواصل الاجتماعي¹

❖ وهذه اللغة يستخدم فيها الأحرف اللاتينية والأرقام لتهجئتها بالعربية مثلا²:

الأرقام:	كيفية نطقها	الأحرف اللاتينية	كيفية نطقها
2	أ	A	أ
3	ع	B	ب
3'	غ	D	د
4	ذ	F	ف
6	ط	H	هـ أو ح
6'	ظ	I	إ
7	ح	J	ج
7'	خ	K	ك
9	ص	L	ل
9'	ض	M	م
		N	ن
		T	ت
		R	ر
		Z	ز
		KH	خ
		CH	ش
		Y	ي
		W	و

¹ مقال للدكتور صفوت العالم بعنوان: " في غرف الدردشة - تدخلها مفردات خاصة - " منشور على موقع الجزيرة الإخبارية eljazeera.net تم استخراجها في 2013/12/10 على الساعة 12:52.

² تعقيتها من موقع "أدما" بعنوان " أهل الشات" <http://www.adma1.com> في 2013/12/10 على الساعة: 19:20.

❖ أما بالنسبة للاختصار في اللغات الأجنبية أو ما يسمى بالـ Abréviation فمنها:

الكلمة	Abréviation
Salut	Slut
Bonjour	Bnj
Bonsoir	Bns
Vous	Vs
Bonne nuit	Bn8
Désolé	Dsl
Ça va	Cv
Laughter out loud	Lol
Mort de rire	Mdr
Are	R
You	u

❖ ويأتي دور الرموز والأيقونات في التعبير عن المشاعر، وهي جمع الرموز المتوفرة على لوحة مفاتيح الحاسوب

أو تكون متوفرة على الموقع بحد ذاته¹:

الرموز	كيفية التعبير عنها
:D	فرح
:')	ييكبي
:(حزين
:)	يضحك
<3	قلب
@-}--	زهرة

¹ لمزيد من الأيقونات والرموز وكيفية الحصول عليها يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم 01 ص .

وبما أن اللغة هي الأداة التي توصل الأفكار والمشاعر والرغبات من خلال نظام من الرموز يختارها المجتمع، وباعتبار اللغة أحد أعمدة تراث المجتمع، فإن هذه الشبكات الالكترونية أصبحت تؤثر عليها وعلى عقول وسلوكيات الأفراد أو بالأحرى مستخدمي الانترنت وتغيير مداركهم وتشكيل آرائهم على نحو يجعلهم ينزعون إلى التجديد ومواكبة التطور. وعليه أصبحت اللغة التي يتداولونها فيما بينهم لغة خاصة لها جماهيريتها، والتي يرى البعض من المحللين النفسانيين وأخصائيو علم الاجتماع أنها أصبحت تهدد اللغات الصرفة سواء العربية أو الأجنبية، كما تهدد المجتمع ككل باعتبار اللغة أداة التواصل بين أفراد المجتمع وهؤلاء بدورهم لهم تأثيرهم الاجتماعي سيما في منظومة العلاقات الاجتماعية.

1. الإشكالية:

اللغة، وسيلة الفرد لقضاء حاجاته، وتنفيذ مطالبه في المجتمع، وبها يناقش ويستفسر ويستوضح شؤون حياته، وبها أيضا تنمو ثقافته، وتزداد خبراته نتيجة لتفاعله مع البيئة التي ينضوي تحتها. وبواسطة اللغة يؤثر الفرد في الآخرين، ويستثير عواطفهم، كما يؤثر في عقولهم.

أما فيما يتعلق بالمجتمع. فاللغة هي المستودع لتراثه، والرباط الذي يربط به أبنائه فيؤحد كلمتهم ويجمع بينهم فكريا، وهي الجسر الذي تعبر عليه الأجيال من الماضي إلى الحاضر إلى المستقبل. وأيا كانت تعريفات اللغة، فإن وظيفتها الاتصالية تقف في مقدمة وظائف اللغة. فعند جون ديوي، اللغة ليست تعبيرا عن المشاعر والأفكار فقط، وإنما هي بالدرجة الأولى وسيلة اتصال بين أفراد جماعة تؤلف بينهم على صعيد واحد.

بحيث أن الاتصال والتفاعل هما المرادفان الرئيسيان من استخدام اللغة، فعملية الاتصال تأخذ إحدى الطريقتين: إما شفاهيا: أي من فرد لآخر مباشرة، أو كتابيا. ويعبر الاتصال هنا بعمليات تبدأ برموز تنتقل من المرسل إلى المرسل إليه (المتلقي) ويقوم كل منهما بفك الرموز في ضوء مستواه اللغوي وقدرته على الفهم.

إلا أن العالم اليوم أصبح يعرف حركيّة في مجال الاتصال، خاصة عبر الانترنت التي أصبح لها ارتباط حتى على المستوى الثقافي والاجتماعي والاقتصادي والسياسي... لأن تكنولوجيا الاتصال أضحت عاملاً مؤثراً جداً في الكثير من سلوكيات الأفراد، والتي غيرت من المفاهيم والأدوار. خاصة بين فئات الشباب الذي استهوته هذه التكنولوجيا لمؤثراتها وسهولة الاتصال والتواصل بين الأفراد، حتى وإن طالت المسافات من خلال غرف الدردشة. حيث ومن خلال هذه التكنولوجيا وثورة الجيل الثاني للويب (Web 2.0) والذي تأتي في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك وتويتر" أتيح لهؤلاء الأفراد إمكانية الحوار المباشر وبناء العلاقات، حتى ولو كانت عند حدود شاشة الكمبيوتر، وفق معايير وقيم ومفاهيم جديدة وغريبة نوعاً ما والتي أعادت تشكيل العديد من سلوكيات وممارسات الشباب.

فيما يحيلنا في نفس الوقت على الدور الخطير الذي تقوم به الانترنت في خلق العزلة الاجتماعية جزاء قضاء مستخدميها وقتاً طويلاً أمام شاشة الحاسوب، الذي يؤدي بهم إلى بناء العديد من الافتراضات كالعالم أو المجتمع الافتراضي، العلاقات الافتراضية، لغة افتراضية أو موازية لا يفهمها سوى المواظين على تصفح الانترنت وخصوصاً موقع التواصل الاجتماعي.

ومن هنا. ومن هذا المنطلق تتشكل معالم الإشكالية حول ما هي اللغات المستعملة بين مستخدمي الفاييسبوك وما الدوافع والأسباب وراء اللجوء لاستخدام "اللغة الالكترونية" أو "اللغة الموازية" أو "اللغة الرقمية". وهنا تطرح إشكالية الواقع والافتراض، لأن هذه اللغة ممارسة من طرف أفراد اجتماعيين حول موضوع موجود في المجتمع الواقعي لكن في إطار افتراضي إلكتروني وبهويات رقمية قد تكون حقيقية أو مفبركة، حيث جمعت مواقع التواصل الاجتماعي هته الهويات داخلها ومكنتها من تنظيم نفسها على أساس الروابط المشتركة باستخدام لغة موحدة لا يفهمها سوى المواظين عليها، وهذا ما يقودنا إلى طرح الإشكالية التالية:

ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على الفرد والمجتمع ؟

وعليه يتسنى لنا طرح التساؤلات التالية:

- ما الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفايسبوك؟
- ما هي اللغات التي يتحاور بها مستخدمو الفايسبوك؟
- ما محتوى هذه اللغة، وما أسباب انتشارها؟
- من هم هؤلاء الممارسين لهذا النوع من اللغة؟
- هل تعتبر هذه اللغة مجرد موضحة جيل الانترنت، أم نوع من التمرد الاجتماعي ويتم استخدامها كشيفرة لمواجهة الجيل الذي يسبقهم، أم هي جزءا تردي المستوى التعليمي؟

وتدرج هذه التساؤلات تحت الفرضيات التالية:

2. الفرضيات:

- يعود استخدام موقع التواصل الاجتماعي بهدف التواصل مع الآخر من الأهل والأصدقاء والتعرف على أشخاص جدد وذلك عن طريق استخدام خدمة الدردشة المتوفرة على الموقع
- يستخدم المواظبين على تصفح موقع الفايسبوك لغات عدة منها اللغة العربية الفصحى، اللغات الأجنبية الفرنسية والانجليزية وهذه الأخيرة تستعمل بشكل ملفت وتم تعلّمها من خلال الموقع نفسه وذلك من خلال التعرف على ثقافات غير، الدارجة، وكل هذه اللغات تستعمل في أحيان ما بشكل الكتروني أي بالاختصار واستعمال الأحرف اللاتينية والأرقام التي يتم تحجتها باللغة العربية، و استعمال الأيقونات والرموز للتعبير عن المشاعر.
- السبب وراء انتشار هذه اللغة هي التكنولوجيا الحديثة. وأول استعمال لهذه اللغة كان من خلال الهاتف النقال في كتابة الرسائل القصيرة، وتأتي بعدها مواقع التواصل الاجتماعي.

■ ممارسو هذه اللغة الموازية هم شباب مواظبون في الولوج للانترنت وخصوصا مواقع التواصل الاجتماعي.

■ تعتبر هذه اللغة الالكترونية مجرد موضة جيل الانترنت، يعود استعمالها إلى تردّي المستوى التعليمي، وذلك لعدم التقيّد بالقواعد اللغوية سواء العربية أو الأجنبية والاختزال في الوقت والجهد وحفظ لوحة مفاتيح الحاسوب Keyboard.

■ ومن هنا. فاستخدام هذه اللغة الالكترونية أو الافتراضية أو الموازية أو أيا كان اسمها تعدى حدود مواقع التواصل الاجتماعي والهاتف النقال بل وأصبحت تستخدم في أوراق الامتحانات ولافتات المحلات والإعلانات وهذا ما يُبيّن لنا أن هذه اللغة تحطت موضوع أن تكون افتراضية فهل سيُعترف بها كلغة رسمية يا ترى؟؟؟

3. أهمية الدراسة:

تعتبر اللغة أحد مقومات هوية المجتمع، وبما أن دراستنا ستقام في الجزائر وعلى الشباب الجزائري فلا بد أن نلفت الانتباه إلى ما هو معروف أن الجزائر قد مرّت بفترات استعمارية ساهمت في إثراء مقومات وملامح المجتمع الجزائري. خاصة من الناحية اللغوية والتي يعتبر المجتمع الجزائري يحمل ازدواجية لغوية ما بين اللغة الفرنسية والعربية، بالإضافة إلى بعض المصطلحات الاسبانية والتركية في بعض المناطق.

وغالبا ما يوصف الجيل الذي وُلد في نهاية الثمانينيات وبداية التسعينات من القرن العشرين بـ"جيل الانترنت"، حيث يميلون إلى التفاعل والتألق الاجتماعي وبناء هوية رقمية، مستثمرين الآليات التي يتيحها لهم الفضاء الالكتروني¹. ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي أخذت عقول الشباب وحتى الكبار واستغنوا عن الاتصال التقليدي وراحوا يستخدمون هذه المواقع التي أثارتهم خدماتها والتي لا يصنعون عناءً في تلبية رغباتهم من

¹ الصادق رايح، الهوية الرقمية للشباب بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي، إضافات المجلة العربية لعلم الاجتماع، العدد 19، صيف 2012، ص 89.

خلالها والتي لا يتطلّب منهم مجهوداً سوى الاشتراك في خدمة الانترنت سواء ADSL أو عن طريق الشرائح ومفاتيح الانترنت أو التي أصبحت مؤسسات الاتصال من Djezzy, Mobilis, Ooredoo تتسابق في جلب الزبائن بعروض مغرية وفي متناول الجميع.

تكمن أهمية دراستنا في تسليط الضوء على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مقومات وهوية مجتمعاتنا، والتي غيرت من مفاهيمه. وأمام الإيجابيات اللافتة التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي بات تأثيرها على مناحي مختلفة من الحياة واضحاً، بحيث وفرت ظهور مواقع التواصل الاجتماعي فتحاً ثورياً نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقه وأعطى مستخدميه فرصاً كبيرة للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إسقاطاً على التجارب العالمية في الحالتين "التونسية والمصرية"¹.

ومن هنا نلاحظ مدى تأثير هذه المواقع على الأفراد وتأثير هؤلاء الأخيرين بها، ليس على مستوى التواصل والعلاقات الاجتماعية والحراك السياسي، بل حتى على اللغة، فالآن الشباب يُتقنون اللغة الإنجليزية إلى جانب العربية والفرنسية. وأكثر ما يلفت الانتباه اللغة الموازية أو الافتراضية أو الالكترونية إن صحّ التعبير! لأنها دخيلة بطريقة أو بأخرى على قيم المجتمع العربي بصفة عامة والجزائري بصفة خاصة، اللغة هتته لها شكل دلالي خاص تستعمل فيها الأرقام والأحرف اللاتينية على أنها أحرف عربية بالإضافة إلى الاختصارات في اللغات الأجنبية، أي لغة محرّفة وهي متداولة عن طريق الرسائل القصيرة عبر الهاتف النقال ومواقع الدردشة والتعليقات وغيرها من النشاطات والإعلانات.

وتكمن أهمية الدراسة إلى أنها بحاجة إلى دراسة سوسولوجية بُغية التعرف على هذا النوع الجديد من اللغة وعلى من هم مستخدموها ولماذا تستهوي مستخدميها وليس اللغات المعروفة العربية والأجنبية؟ كما يمكن أن تندرج هذه الدراسة إلى المجال المعرفي المسمى بـ "Social informatics" وهي البحوث والدراسات التي تتناول تأثير تطبيق استعمال تكنولوجيا المعلوماتية والاتصال على النسق الاجتماعي والتغيرات الناتجة عن تطبيق واستعمال

¹ علي كنعان، المجتمع المدني والإعلام، دار الأيام، الطبعة العربية، عمان - الأردن، 2015، ص 153.

تكنولوجيا المعلوماتية والاتصال¹ . وأيضاً من ناحية تكمن أهمية الدراسة في طبيعة المجتمع الذي تقع فيه هذه الظاهرة باعتبار أن هذا المجتمع مجتمع لا نعرف معالمه بشكل واضح يُعد مجتمعا افتراضيا قد يكون أفرادها بطرح شخصياتهم الحقيقية أو الواقعية أو بتقمُّص شخصيات افتراضية وأيضاً نظراً لكم الهائل الذي لا يمكن حصرهم في الدراسة بحيث هناك 980 مليون مشارك و 745 مليون مشارك عبر الهاتف المحمول يوميا و 1.39 بليون مشارك شهريا في إحصائيات ديسمبر 2014² .

ولنألم بهذا المجتمع ومعرفة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي واللغة التي يتحاورون بها، فقد قمنا في بادئ الأمر بطرح سؤال عام على موقع Google عن ما هو الموقع المفضل بالنسبة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من Facebook, Twitter, Google+, instagram, youtube، والفايسبوك بطبيعة الحال له جماهيرية كبرى أكثر من المواقع الأخرى. ومن هنا فتحنا حساب على موقع الفاييسبوك في جانفي 2013 باسم Chahrazed Ben بمعلومات واقعية حقيقية مع حجب بعضها بطبيعة الحال من رقم الهاتف والاسم العائلي والصورة، تتكون من 100 صديق معظمهم من زملاء الدراسة والعمل والبقية يتوزعون على علاقة القرابة والصدقة في المجتمع الواقعي والأقلية من المجموعات المنتمية إليها. ومن خلال هذه الصفحة قمنا بتتبع اللغة التي يدرشون ويُعلقون بها والنتيجة كالآتي:

اللغة المستعملة	تكرار	النسبة بال%
العامية	100	26,31
عربية	99	26,05
فرنسية	92	24,21
انجليزية	86	22,63
أخرى	3	0,78
المجموع*	380	100

* المجموع هنا يفوق عدد أفراد العينة لأن السؤال متعدد الخيارات، أي بإمكان الباحث اختيار أكثر من إجابة.

¹ أحمد محمد صالح، حياة على شاشة الانترنت، مجلة العربي، العدد 515، 2001.

² مستخرج من الرابط www.newsroom.fb/company-info يوم: 2014/03/14 على الساعة: 15:31.

بحيث جل مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" دون استثناء يستخدمون اللغة الالكترونية أو الموازية والتي تستخدم فيها الاختصارات بالنسبة للغات الأجنبية، أما العربية واللهجة العامية تستخدم فيها الأحرف اللاتينية والأرقام على أنها أحرف عربية بالإضافة إلى استعمال الرموز والأيقونات للتعبير عن المشاعر. وأخيراً وليس آخراً، تكمن أهمية دراستنا في أنها دراسة تمتاز بنوع من الندرة، حتى وإن كانت موجودة على مستوى مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل والعلاقات بين الأفراد وسلوكياتهم، لكن بالنسبة للغة الحوار فهي نادرة.

4. أهداف الدراسة:

لكل دراسة هدف، وهدف دراستنا هو إشباع الفضول المعرفي الذي يلازم أي باحث لإزالة الغموض حول بعض القضايا التي يريد دراستها. ولذلك فدراسة الممارسات اللغوية في موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" ومدى تأثير هذا الأخير على اللغة، ومن الأهداف ما يلي:

- ✓ التعرف بمواقع التواصل الاجتماعي عامة، والفيسبوك خاصة.
- ✓ الدافع الذي يلجأ له الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ معرفة الدور الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للاتصال في حياة الفرد الاجتماعية.
- ✓ التعرف على أهم الخدمات التي يلجأ لها مستخدمو الفيسبوك.
- ✓ تقصي اللغات الممارسة من طرف مستخدمي الفيسبوك والتعرف عليهم من حيث بياناتهم الشخصية ومميزاتهم الاجتماعية والثقافية والسياسية وسلوكياتهم.

✓ التطرق لبعض الصفحات والتعليقات التي تمتاز باللغة الالكترونية، وما إن كان استخدامها بصفة مطلقة أم معينة.

✓ التطرق للأسباب التي تساعد في انتشار اللغة الموازية.

5. أسباب ودوافع اختيار الموضوع:

5.1. أسباب ذاتية:

سبب اختيارنا لهذا الموضوع جاء من وراء الضجة الكبيرة التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي من حراك سياسي، وغيره من التأثيرات التي طالت كل جوانب الحياة البشرية من اتصال وعلاقات بين الأفراد. وأيضا رغبة في التعرف على سبب نجاح هذه المواقع عبر الانترنت واستمالتها لهذا الكم الهائل من الناس.

ومن الأسباب الذاتية هو أن الموضوع مجاني لا يستدعي التنقل أو مبالغ مالية، سوى الاشتراك في خدمة الانترنت. وهذه الأخيرة متوفرة بأثمان معقولة على حسب نوعية التدفق وفي متناول الجميع. إضافة إلى ذلك، استخدامنا لموقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" وتأثرنا به، بحيث بدأت ملاحظتنا إلى نوع اللغة المستخدمة من قبل مرتادي الفاييسبوك سواء اللغة العربية أو الأجنبية أو العامية، والأهم من ذلك اللغة الالكترونية التي تستخدم فيها الأرقام والأحرف الأجنبية على أنها أحرف عربية واستعمال الاختصارات في اللغات الأجنبية أو ما يسمى بـ *Abréviation* وكذا الرموز والأيقونات للتعبير عن ما يُخَالج مستعملها من مشاعر.

والملفت للانتباه أصبحت اللغة الالكترونية هذه أو اللغة الموازية كما يسميها البعض. لغة متداولة حتى في الحياة الواقعية وليس في المجتمعات الافتراضية بحيث تستعمل هذه اللغة في الإعلانات ويافظات المحلات وحتى في أوراق الامتحانات.

5. 2. أسباب موضوعية:

هذا الموضوع حيوي وحقل خصب للعديد من الدراسات إذ يقول كل من J.P. LAFRANCE و V.Danielle "أن تحليل النشاطات وديناميكية سلوكيات الأفراد في مجتمع الانترنت يعتبر مختبرا جيدا للدراسة، ومجالا لما يستحق الاستكشاف والتحليل"¹.

- التركيز على مجال بحثي خصب (Web 2.0) الذي لا يتجاوز عمر الدراسات به سوى العشر سنوات، وعلى هذا الأساس فإن هناك حاجة مُلحّة لدراسات من هذا النوع وذلك لمعرفة حبايا هذا المجال بطريقة علمية وأكاديمية.
- انتشار استخدام الفايسبوك بشكل ملفت للانتباه.
- باعتبار أن موضوعنا هذا يمتاز بالندرة لأنه يهتم بلغة الحوار بين مستخدمي الفايسبوك، خصوصا أن كل الدراسات التي تُعنى بمواقع التواصل الاجتماعي تهتم سواءً بتأثيرها على العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة أو المجتمع أو سلوكيات الأفراد أو الحراك السياسي والدور الذي شهدته الساحة العربية بما يسمى بالربيع العربي جراء الفايسبوك.
- تجاوز استخدام اللغة الالكترونية إلى المجتمع الواقعي.

6. منهجية الدراسة وأدواتها:

6. 1. مجتمع البحث وعينته:

لاختيار عينة البحث لابد من الدقة البالغة، لأنها خطوة جد مهمة من خطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية، ولأنه على أساس مجتمع البحث يقوم إجراء هذا الأخير ونجاح تحليله ونتائجه. وكما عرّفه بعض

¹ V.Danielle, J.P.lafrance, L'art de Bavarder sur Internet, réseaux n97, 1999, p 207.

الباحثين على أنه: " مجموعة محدّدة أو غير محدّدة من المفردات (العناصر والوحدات) المحدّدة مسبقا حيث تنصب الملاحظات...جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث"¹. ويعرّفها موريس أنجرس على أنها "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحدّدة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات. وهو كامل الأفراد أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة"².

ومجتمع البحث في دراستنا هم مستخدمو الفايسبوك في الجزائر، وكما نعلم أن هذه الشبكة تحوي على عدد لا يمكن حصره في دراستنا للأعداد الهائلة التي تتماطر على مواقع التواصل الاجتماعي في كل حين.

2.6. عينة الدراسة:

كما سبق ونوّهنا فإنّه من الصعب حصر عدد مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك": لدراسته وإحصائه كعينة بحث، لأنه فضاء افتراضي يشمل الآلاف بل الملايين من مستخدميهم. منهم بشخصيات حقيقية ومنهم بشخصيات مستعارة وأحيانا كل مستخدم لديه أكثر من حساب واحد.

وتُعرف العينة على أنها عملية "اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختيارا عشوائيا أو منظما - المعروف لدى الباحث - بأسلوب العد العشوائي أو تحكيمياً قصدياً ليشكّل هذا الجزء من وحدات مجتمع البحث المادة الأساسية، والعينة كلمة مشتقة من الفعل (عَيَّن) الذي يفيد في اللغة العربية معنى خيار الشيء، وبذلك فإن العينة هي ما تم اختياره من هذا الشيء، وفي البحث العلمي فإن العينة تعني الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محدّدة لتمثّل مجتمع البحث تمثيلاً علمياً سليماً"³. وبذلك فهي جزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية، بحيث تمثّل المجتمع تمثيلاً صحيحاً⁴.

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 170-196.

² موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبية، الجزائر، الطبعة الأولى، 2006، ص 198.

³ أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 180.

⁴ د. عبد المجيد لطفي، علم الاجتماع، دار المعارف، القاهرة، الطبعة السابعة، 1976، ص 353.

ولهذا اقتصر اختيارنا لعينة بحثنا على عينة قصديّة، وهم من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر فقط. ولم يقع اختيارنا على فئة معيّنة أو جنس معيّن أو مؤهل ثقافي أو علمي معيّن، بل أخذنا الذكور والإناث من جميع الفئات العمرية وكل المستويات التعليمية، من جميع أنحاء القطب الجزائري (شرق، غرب، شمال، جنوب) ومن ولايات مختلفة ك(وهران، الجزائر العاصمة، تلمسان، سيدي بلعباس، سعيدة، شلف، عنابة، غليزان، الأغواط، تيارت، باتنة، تبسة، ورقلة، سطيف، معسكر...).

3.6. حدود الدراسة:

باعتبار أن دراستنا تُمَسُّ عينة البحث التي هي مستخدمي الفضاء الافتراضي أو المجتمع الافتراضي "فايسبوك"، وبما أن شبكة الانترنت تلمّ بجميع نواحي العالم دون ما تمييز مكاني أو عرقي أو جنسي أو فكري، فإن حدود دراستنا تكمن في الفضاء الافتراضي فايسبوك، والحد الزمني لها هو (من جانفي 2013 إلى غاية فيفري 2014) وهي تقريبا مدّة الدراسة، أما مدة إطلاق الاستمارة الإلكترونية فهي (من 2 أوت 2014 إلى غاية 27 نوفمبر 2014).

4.6. منهج الدراسة:

1.4.6. تعريف المنهج:

هو مصدر بمعنى طريق. وهي كلمة مشتقة من الفعل "نَحَج" بمعنى "سلك"، وهو البرنامج الذي يُحدّد لنا السبيل للوصول إلى الحقيقة، أو هو مجموعة قواعد يتبعها الباحث في إعداد بحثه، أو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم.

ولجميع الدراسات على اختلاف مناهجها، فهناك: منهج للتعلم، للقراءة، للتربية، للآثار، منهج للعلوم التطبيقية، منهج في الطب (علاجي، وقائي...) ¹. أما المنهج العلمي Scientific method، عبارة عن مجموعة من التقنيات والطرق المصممة لفحص الظواهر والمعارف المكتشفة أو المراقبة حديثاً، أو لتصحيح وتكميل معلومات أو نظريات قديمة. تستند هذه الطرق أساساً على تجميع تأكيدات رصدية وتجريبية ومقاسة أي قابلة للقياس تخضع لمبادئ الاستنتاج.

يرى عبد الرحمن بدوي في كتابه "مناهج البحث العلمي" ² أن المنهج العلمي: "هو الطريق المؤدي للكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة، وعن طريق مجموعة من القواعد العامة التي تسيطر على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة".

كما تُصنّف دراستنا هذه ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف التعرف إلى الأوصاف الدقيقة للظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها من حيث طبيعتها وماهيتها ووصفها الحالي والعلاقات بينها وبين العوامل المختلفة المؤثرة فيها ³. والتي تهتم "بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر، محاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه الأحداث والوقائع...محاولة تحليل وتفسير الأسباب الظاهرية لها، بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة تسهم في حل المشكلات وإزالة المعوقات...من أجل تطوير الواقع واستحداث الأفكار والمعلومات ونماذج سلوك جديدة" ⁴ ولأن دراستنا هذه تهدف إلى التعريف بالمجتمعات الافتراضية وما يتعلّق بها من ظواهر داخل هذه المجتمعات وهي لغة التواصل بين مستخدميها واستعمالهم إلى جانب اللغات العربية والأجنبية لغة موازية إلكترونية لها شكل دلالي مختلف عن ما هو متعارف عليه في الحياة الواقعية، إضافة إلى المنهج الوصفي التحليلي اعتمدنا أيضاً على منهج اثنوغرافيا السير Netnography.

¹ مستخرج من <http://www.startimes.com/?t=7773532> في: 2014/11/18 على الساعة 11:42.

² محمد علي بدوي، دراسات سوسيوإعلامية، دار النهضة العربية، بيروت، الطبعة 1، 2006، ص 35.

³ Winner, Roger, Dand Dominick Joseph. R, Massmedia Research an introduction, 3rd ed, wadsworth publishing company, Belmont, California, 1991, p 107.

⁴ مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أوبك، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء، الإسكندرية، 2007، ص 95.

6. 2.4. المنهج الوصفي التحليلي:

يعتبر المنهج الوصفي التحليلي مظلة واسعة ومرنة تتضمن عددا من المناهج والأساليب مثل المسح النظري أو الميداني Survey وتحليل المضمون Content Analysis ودراسة الحالة، ومهما اختلفت أشكال هذا المنهج إلا أنها جميعا تقوم على أساس الوصف المنظم للحقائق والخصائص المتعلقة بالظاهرة بشكل عملي ودقيق. بحيث اعتمدنا هذا المنهج لأنه لا يتوقف عند مجرد تقديم البيانات والحقائق بل يتجه إلى التحليل والتفسير وجمع البيانات وتحليلها، وكذلك ما يمي هذا المنهج هو أنه يتوفر على معلومات مفصلة عن الواقع الفعلي للظاهرة ويقدم تفسيراً واقعياً لها وتحليلاً للعوامل المرتبطة بموضوع الدراسة، فمن خلال هذا المنهج سنحاول وصف اللغة التي يستخدمها المواظون على تصفح الفيسبوك بما فيها اللغة الإلكترونية والأيقونات من منشورات وتعليقات وحوارات في غرف الدردشة.

6. 3.4. المنهج الإثنوغرافي:

كما استعنا في دراستنا أيضا على المنهج الإثنوغرافي أو إثنوغرافيا السببر Netnography أي Net Ethnography أو Internet Ethnography. "المنهج الإثنوغرافي أداة بحث فعّالة، وعادة ما تنتج بيانات غنية ومتعمّقة مقارنة بالمناهج الأخرى، كما أنه يمكن أن يوفر فهما أوسع للعمليات الاجتماعية"¹. ويقول Marshall بأنه "عملية المراقبة أو الملاحظة المباشرة لسلوك مجموعة اجتماعية، وإعداد وصف كتابي بالخصوص"²، وهذا ما يخدم دراستنا بجعل المبحوثين يشعرون بالراحة والحرية والاستقلالية في التعبير.

¹ عمر عبد الجبار، دراسات اجتماعية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، تم استرجاعها من الرابط: <http://omar.socialindex.net/intro2.html> في 2014/04/22 على الساعة 14:52.

² علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، عالم المعرفة، العدد 347، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2008، ص 160.

فمنذ ظهور هذا المنهج أُجريت دراسات حول المجتمعات المحلية وثقافة السير واعتمدت الملاحظة البسيطة من غير المشاركة الفعلية للباحث في المجتمعات، وبعدها استخدمت الملاحظة بالمشاركة دون أن يؤثر الباحث في عينة بحثه أو أن يتأثر هو بهم¹.

6.5. أدوات جمع البيانات:

فيما يتعلّق بأدوات جمع بيانات الدراسة وتقنياتها، والتي هي وسائل تسمح للباحث بجمع المعطيات من الواقع² أو من جمع الحقائق من الظاهرة الحاصلة في المجتمعات الافتراضية وهي: الملاحظة، الاستبيان الإلكتروني.

6.1.5. الملاحظة:

من أهم الوسائل أو الأدوات في جمع البيانات، وهي تعرف بأنها "توجيه الحواس لمشاهدة ومراقبة سلوك معين وتسجيل جوانب ذلك السلوك أو خصائصه"³. فتبرز أهميتها في الدراسات الاجتماعية والانتروبولوجية والنفسية وجميع المشكلات التي تتعلق بالسلوك الإنساني ومواقف الحياة الواقعية. وعلى اعتبار أن الموضوع يتطلب تفحص الباحث للجوانب المبحوثة في الظاهرة عن قرب، في إطار ظروفها الطبيعية العادية غير المصطنعة، بفعل أن عملية المشاهدة تجرى في بعض الحالات دون أن يعلم المبحوث بأنه محل فحص⁴.

واعتمدنا في دراستنا على هذه التقنية أو الأداة من خلال تفاعل الأفراد داخل المجتمع الافتراضي الذي هو الفايسبوك، من خلال اقتناء مشاركاتهم في الصفحات وتعليقاتهم، وماهية اللغة التي يستخدمونها في غرفة

¹ Kozinets, Robert V, On Netnography intial reflections on cosumer research investigations of provo, UT : Association for consumer research, 1998, p 366-371.

² موريس أنجوس، مرجع سبق ذكره، ص 107.

³ عمار يوحوش، محمد الذنبيات، منهج البحث العلمي، أسسه وأساليبه، مكتبة المنار، الأردن، الطبعة الأولى، 1989، ص 72.

⁴ أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 204.

الدردشة، إلى جانب معلومات عن هؤلاء المستخدمين الشخصية ومستواهم الثقافي والمادي وإلى ما ذلك... بحيث أن الملاحظة نوعان:

أ- الملاحظة البسيطة: غير موجهة للظواهر الطبيعية، حيث تحدث تلقائياً وبدون أن تخضع لأي نوع من الضبط العلمي، ودون استخدام الباحث لأي نوع من أنواع أدوات القياس للتأكد من صحة الملاحظة.

ب- الملاحظة المنظمة: موجهة، تخضع لأساليب الضبط العلمي، وتقوم على أسس منظمة ومركزة بعناية.

ومن هنا، فقد استعملنا الملاحظة بنوعها البسيطة والملاحظة بالمشاركة، والتي هي مشاركة الباحث في تفاصيل الحياة اليومية لعينة البحث، وتتطلب اندماج الباحث في مجال حياة المجموعة التي سيقوم بدراستها مع الحرص أن لا تكون مشاركته عامل لتغيير أي أساس من واقع الدراسة. وكذا الملاحظة الالكترونية بالمشاركة Observation Participant Virtual والتي غالباً ما يكون الباحث عضواً فاعلاً داخل المجتمعات الافتراضية، وحاضراً عند حدوث الظاهرة المراد دراستها وهي الممارسات اللغوية لمستخدمي الفاييسوك، والتي كان الباحث فيها عُرضة للفعل وجزءاً من التفاعل الالكتروني، فهذه الأداة تستعمل خاصة في مثل هذه الدراسات التي تعتبر صعبة أو مجتمعتها مميز ومنغلق. فهي أداة تمكن الباحث من أن يكون جزءاً من المجتمع المدروس، وما يجعل الباحثين يتصرفون على طبيعتهم الأولية شرط أن لا يؤثر الباحث في عينته وأهم ما يجب إتباعه عند استعمال هذه الأداة هو الوصف الدقيق لكل ملامح الظاهرة¹ من (تعليقات، مجموعات، صور، حوارات، منشورات...) وترجمة وتأويل الرموز والأيقونات المستخدمة كتعبير عن المشاعر داخل هذه المجتمعات الافتراضية.

¹ علي محمد رحومة، مرجع سبق ذكره، ص 156.

6. 2.5. الاستمارة الالكترونية:

هي أداة بحث علمية لجمع المعلومات حول جوانب البحث ومن تم تفسيرها وتحليلها والخروج من خلالها بنتائج علمية، وذلك عن طريق جمع إجابات الباحثين عن الأسئلة الموجودة في الاستمارة والتي هي أداة تخدم منهج الدراسة وجمع البيانات الدلالية الإحصائية بطريقة تسمح للقياس الكمي والكيفي. فالاستمارة هي تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبير عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة¹.

حيث استخدمنا في دراستنا تقنية الاستمارة الالكترونية، بالاستعانة بموقع Google وتطبيق خدمة Google Spreadsheet² وذلك من خلال فتح حساب على Gmail.com وقد تم نشر هذه الاستمارة على حساب الفايسبوك الشخصي وعلى بعض من المجموعات والصفحات ومنها:

- Bnate el bahia
- الباحث الاجتماعي غريد جمال الدين
- أصدقاء السوسولوجيا
- المنظمة الجزائرية المناهضة للشبهة والشيائين

أما الفترة الزمنية التي تم فيها نشر هذه الاستمارة فكان ما بين 2 أوت و 27 نوفمبر 2014. كان مجموع الأجوبة 100، وجاءت الاستمارة بالشكل التالي³:

- المحور الأول: تتعلق الأسئلة بالبيانات الشخصية لعينة الدراسة وتتكوّن من 6 أسئلة عن: السن، الجنس، المستوى التعليمي، المستوى التعليمي للوالدين، المستوى المادي، الأصل الجغرافي.

¹ أحمد بن مرسلتي، مرجع سبق ذكره، ص 22.
² Google spreadsheet: موقع متخصص في إدارة الاستمارات والتي يتم بعدها بتفريغ الأجوبة وحفظها ثم فرزها بالإضافة إلى الرسومات البيانية.

³ http://accounts.google.com/accountchooser?email=chahrazed.sociology%40gmail.com&continue=https%3a//drive.google.com/open%3fid%3d1j0f05hozaef0joaukfx25pdqkn_mt79-otzcthsjmjze

- المحور الثاني: عن عادات وأنماط استخدام الفايسبوك وفيها 12 سؤال: عن مدة استخدام الفايسبوك، والهدف من فتحه صفحة على الفايسبوك، وكم عدد مرات والساعات التي يقضيها على الموقع والخدمات التي تستهويه، والمكان المفضل لديه لتصفح الفايسبوك.
- المحور الثالث: والمعنون كالتالي الدوافع والحاجات وراء استخدام موقع الفايسبوك، يتضمن 6 أسئلة وهي: الدافع وراء استخدام الفايسبوك، وما إن كانت المعلومات الشخصية المدونة على الفايسبوك حقيقية أم مفبركة، وما الذي يلبيه الموقع من حاجات لمستخدميه ومدى ثقتهم بما يقدمه الموقع من خدمات.
- أما المحور الرابع الأخير والأهم: وهو المحور الذي يتعلّق بدراستنا وهو لغة الحوار في موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، وهو المحور الذي على أساسه يبني موضوع دراستنا وفي جعبته أكثر الأسئلة طرحا والتي تتعلّق باللغة التي يستخدمها الفايسبوكيون في غرف الدردشة أو التعليقات أو المنشورات، ومن أين تعلّموا هذه اللغات، وما إن كانوا يستخدمون اللغة الالكترونية أو الموازية من اختصارات وحروف لاتينية وأرقام وأيقونات للتعبير عن المشاعر، وما إن كانت هذه الأخير فعلا تعبر عن ما يخالج مستعملها من شعور حقيقية أم أنّها تعدّ فقط كاستخدام لا يُأخّر ولا يُقدّم في شيء، وهل يتعدى استخدامه لها إلى الواقع؟

6.6. مصطلحات الدراسة:

هذا الجانب يتضمن مفاهيم وتعريف للمصطلحات المفتاحية، مأخوذة من كُتب ودراسات سابقة وكذا

تعريف إجرائية. والتي تعبر عن ما يقصده الباحث في الدراسة.

6. 1.6 . اللغة:

نستعرض أولاً بعض التعاريف الشائعة للغة سواء في الثقافة العربية أو الغربية موضحين موقع عملية

الاتصال منها:

• **تعريف ابن جني:** أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم، ويعلق الدكتور محمود فهمي

حجازي على هذا قائلاً: "هذا تعريف دقيق يذكر كثيراً من الجوانب المميزة للغة، والتي أكد ابن

جني أولاً الطبيعة الصوتية للغة كما ذكر وظيفتها الاجتماعية في التعبير ونقل الأفكار. وذكر

أيضاً أنها تستخدم في المجتمع ولكل قوم لغتهم، ويقول الباحثون المحدثون بتعريفات مختلفة للغة

وتؤكد كل هذه التعريفات الحديثة الطبيعة الصوتية للغة والوظيفة الاجتماعية لها وتنوع البيئة

اللغوية من مجتمع إنساني لآخر"¹

• **تعريف إدوارد سابير : E.Sapir 1921**

"Language is purely human and non-instinctive method of communicating ideas, emotions and desires by means of voluntarily produced symbols"²

وفي هذا التعريف نص صريح على الاتصال، بوصفه الهدف الذي يتوخاه المرء من استخدام اللغة، فاللغة

عند سابير إنسانية خالصة وليست غريزية، تستهدف توصيل الأفكار والمشاعر والرغبات من خلال نظام من

الرموز يختاره المجتمع.

• **تعريف تراجر : G.Trager 1949**

"Language is a system of arbitrary vocal symbols by means of which the members of society interact in terms of thier culture"¹

¹ أبو خلدون ساطع الحصري، اللغة والأدب وعلاقتها بالقومية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1985، ص 263.
² أبو الفتوح رضوان وآخرون، الكتاب المدرسي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1962، ص 123.

اللغة في هذا التعريف هي نظام من الرموز المتعارف عليها، وهي رموز صوتية يتفاعل بواسطتها أفراد مجتمع ما في ضوء الأشكال الثقافية الكلية عندهم. والتفاعل هنا هو الهدف وهو كما نعلم درجة أعلى من الاتصال، فإذا كان الاتصال مجرد نقل فكرة من طرف لآخر فإن التفاعل يعني المشاركة الوجدانية ويتعدى حدود الاتصال.

• تعريف تشومسكي: N.Chomsky 1957

"Language is a set (finite or infinite) of sentences, each finite in length and constructed of a finite set of elements"²

اللغة في رأي تشومسكي فئة أو مجموعة من الجمل المحدودة، أو غير المحدودة ويمكن بناؤها من مجموعة محددة من العناصر. هذه الأخيرة يذكر تشومسكي أنها تساعد على الإبداع غير المحدود بواسطتها، فإذا كانت الأنماط اللغوية يمكن حصرها مثلا: (فعل + فاعل + مفعول به) فالجمل التي يمكن أن توضع في هذه الأنماط لا يمكن حصرها، ولئن كان مصطلح الاتصال قد غاب عن هذا التعريف إلا أن نظرية تشومسكي الكاملة كانت الأساس الكبير للمدخل الاتصالي.

التعريف الإجرائي:

المقصود باللغة في دراستنا هي لغة الحوار والتواصل بين أفراد عينة البحث والتي يتم نقل الأفكار والمشاعر عن طريق مجموعة من الإشارات والعلامات والملاحح يفهم معناها كما أنها نظام متفق عليه ما بين مستخدمي الفايسبوك.

¹ تشارلز بروجرز ورونالد، الكتاب فن اكتشاف الشكل والمعنى، عرض وتحليل لنسفورد ياسر الفهد، مجلة الفيصل، الرياض، العدد 166، نوفمبر 1990.

² حسين حمدي الطوبجي، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، دار القلم، الكويت، 1982.

6. 2.6. الانترنيت:

التعريف الإجرائي للانترنيت بوابة مفتوحة تمكّن المستعمل من التخاطب والتحاوّر والتواصل مع جميع أفراد العالم بواسطة جهاز الحاسوب. أو هي شبكة عالمية من الحاسبات الآلية تُعرف باسم شبكة الاتصالات العالمية والتي تسمح للجميع بالدخول إلى أعداد متزايدة من المواقع الفردية على تلك الشبكة وهي المواقع التي تقدّم معلومات من أي وعن أي شيء¹

6. 3.6. مواقع التواصل الاجتماعي:

الشبكات الاجتماعية مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنيت والتي ظهرت مع ما يُعرف بالجيل الثاني (Web 2.0) حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقاً لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (جامعة، بلد، شركة...) بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرّف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يُتيحونها للعرض. وتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين والمصورين والإعلاميين.

وتعرف موسوعة ويب أوبيديا الشبكات الاجتماعية بأنها "عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية يتيح لمستخدمه وضع صفحة شخصية عامة معروضة، ويتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين اللذين يقومون بالدخول إلى تلك الصفحة الشخصية. فمواقع شبكات التواصل الاجتماعي

¹ محمد علي بدوي، دراسات سوسيولوجية، دار النهضة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، 2006، ص 240.

يمكن أن تستخدم لوصف المواقع ذات الطابع الاجتماعي، مجموعات النقاش، غرف الدردشة، وغيرها من المواقع الاجتماعية الحية¹.

ويوجد حاليا على الانترنت أكثر من 400 موقع شبكات اجتماعية، وتمثل أهم تلك الشبكات الاجتماعية في المدونات والمنتديات. إضافة إلى مواقع عديدة مثل الوكيبيديا وفايسبوك والتويتر، إضافة إلى تلك التطبيقات التي قدمتها بعض الشركات الكبرى لدعم الفكر الاجتماعي في التفكير والمشاركة مع مستخدمي مواقعها مثلا: غوغل، ياهو، والليدان اهتماما بالتحليل الجمعي والكتابة وتنفيذ العروض المشتركة ومواقع خدمات تخزين الصور وإعادة عرضها الفليكر والانستغرام، ونشر مقاطع الفيديو كاليوتيوب وغيرها. كما أنها نسخة من شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع الحقيقي داخل فضاء افتراضي بإمكاننا تكرار كل أفعالنا وأعمالنا اليومية التفاعلية مع الآخرين في الفضاء الافتراضي².

التعريف الإجرائي:

شبكات التواصل الاجتماعي هي نوع من أنواع المجتمعات الافتراضية، تسمح لمستخدميها بتبادل المعلومات المختلفة المجالات. وتختص دراستنا على موقع "فايسبوك". وباعتباره أكبر وأشهر وأكثر تجمع افتراضي على المستويين العالمي والعربي، حيث يوفر لمستخدميه نوعا من إنشاء علاقات الصداقة وربط من المعلومات والأنشطة من صور وتعليقات وفيديوهات ومجموعات تسمح له بإثبات ذاته كعضو مشارك وفاعل وينشر أفكاره ويتفاعل مع غيره في عدة مجالات.

¹ تم استرجاعها من موقع www.webopedia.com بتاريخ 2014/02/02 على الساعة 14:20.

² Rissouan Romain, facebook, twitter, linkedin, viadeo, google+ : comprendre et maîtrises nouveaux outils de communication, France ed ENI, 2011, p 28.

6. 4.6. المجتمعات الافتراضية: (les communautaires virtuels):

ظهر في بادئ الأمر تحت عنوان "Virtual Community"¹ أو "المجتمعات الافتراضية - الحياة في ظل التقدم التكنولوجي" - لـ هوارد رانجولد Howard Rheingold ويقول فيه بأن ما يحتاجه الناس هو إيجاد فرصة لتكوين علاقات مع جيرانهم المتواجدين في أماكن بعيدة من القرى العالمية حتى ولو عبر الشبكة العنكبوتية. فالمجتمعات الافتراضية هي جموع الناس يتواصلون فيما بينهم عبر جهاز الكمبيوتر عن طريق الانترنت في شتى المواضيع. فهي مجتمعات فعلية تتكون من مجموعات من الناس اللذين هم على اتصال منظم مع بعضهم البعض... والمجتمعات الافتراضية التي تم تشكيلها من قبل أناس لهم مصالح مشتركة... والتي لا يكون لها أصل في منظمة قائمة.²

التعريف الإجرائي:

هي تجمع بين الناس وجهاز الكمبيوتر على الخط بطريقة عفوية كانت أو منظمة، وبعد مرور زمن معين يسمح بخلق نوع من الألفة والتضامن والانتماء بينهم ويقوم هؤلاء الأفراد بالتفاعل داخل هذا المجتمع الافتراضي وتبادل المعلومات في شتى المجالات حتى الترفيهية منها.

6. 5.6. الفضاء السيبري:

هو فضاء يشكل فيه مجتمع الانترنت بمختلف مظاهره ومنها المجتمعات الافتراضية الذي هو متكون من مجموعة من الأفراد تتشكل فيهم علاقات خاصة ثم بناؤها أساساً على المنظمات أو المؤسسات الإنسانية الطبيعية: التعليم، البحث العلمي، التجارة، التسويق، الاستثمار... الإعلام، الصحافة والاتصال والثقافة بأنواعها³

¹ تجدر الإشارة إلى أن هناك نسخة إلكترونية من هذا الكتاب علي شبكة الإنترنت يمكن الحصول علي هذه النسخة من موقع Haward Rhingold ولقد ظهر هذا الكتاب عام 1993 ويحتوي هذا الكتاب علي مقدمة وتسعة فصول.

² Maria Valtersson, Virtual communities, departement of informatics, (Umeå) University, sweden.
www.informatik.umu.se/mlrg/valter.html

³ علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة 1، 2005، ص 70.

التعريف الإجرائي:

تتوافق الدراسة مع التعريف بأن الفضاء السيبري أو الافتراضي - إن صح التعبير- "هو بيئة إنسانية وتكنولوجية جديدة للتعبير والمعلومات، والتبادل، حيث يتكون -أساسا- من الأشخاص اللذين ينتمون لكل الأقطار والثقافات والأعمار والمهن، كما أنه شبكة عالمية من الحاسبات المرتبطة بعضها البعض عن طريق البنية التحتية الاتصالية، والتي تسمح بتبادل المعلومات ونقلها بطريقة رقمية"¹

6.7. المقاربة النظرية:

ولنسند دراستنا هذه على أسس علمية، فقد اعتمدنا على نظرية التي قد تعطي لها العمق والشمولية. ونظرا إلى أن موضوع دراستنا حول دوافع واستخدامات موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" ومدى تأثيره على العلاقات الاجتماعية واللغة، بالإضافة إلى النظرية التفاعلية الرمزية، فإننا نأمل أن تكون النظريتين الأنسب لخدمة الموضوع.

6.7.1. نظرية الاستخدامات والاشباع:

منذ بداية عصر الاتصال الجماهيري، حاول الباحثون والعلماء فهم ماهية التأثيرات التي يمارسها الإعلام الجماهيري على الجمهور، وقد أنتجت الأبحاث والدراسات جملة من الصيغ تعمل على وصف وتفسير واستشراف ما يجري عندما تتعرض فئة هذا الجمهور لرسائل إعلامية تبث من خلال وسائل الاتصال الجماهيري. إذ حظي موضوع العلاقة بين وسائل الإعلام والتأثير باهتمام الكثير من الباحثين، وهو ما أدى إلى عدة نظريات اختلفت في تفسيراتها لهذه العلاقة بسبب اختلاف الاتجاهات والمنطلقات التي اتخذت كإطلاق في تحليل تأثيرات الاتصال الجماهيري.

¹ السيد يسن، المعلوماتية وحضارة العولمة- رؤية نقدية عربية- در النهضة، مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص 18.

وتعتبر بحوث الاستخدام والإشباع من المقاربات التي اندرجت ضمن نظريات التأثير لوسائل الإعلام والاتصال. وتركز على دراسة أسباب استخدام هذه الوسائل والتعرض لها في محاولة الربط بين هذه الأسباب والاستخدام والعائد المحقق من وراءها .

فالدوافع والحاجات تختلف باختلاف الأفراد تبعاً للتباين القائم بين الأفراد من حيث الأدوار والمواقع والأعمار والمعيار الثقافي والاجتماعي في المجتمع الذي يعيش داخله الفرد، وهذه الحاجات تتطلب الإشباع حتى يتحقق للفرد الرضا النفسي، وقد حددت بعض الدراسات حول الدافع والحاجة لتعرض الفرد إلى وسائل الاتصال في حاجته للهروب من الواقع المعاش، بالإضافة إلى حاجته للتعرف على المشكلات المحيطة ببيئته الاجتماعية وكيفية مواجهتها، وغيرها من الدوافع كآكتسابه للمعلومات والخبرات والتواصل مع الآخر.

نتيجة للتطور التكنولوجي الذي شهده مجال وسائل الإعلام والاتصال سواء من ناحية الوسيلة بذاتها أو ناحية محتوياتها ظهرت دراسات عديدة في الثمانينيات ركزت على دراسة استخدام التلفزيون والإشباع الذي يتحقق لمستخدميه، غير أنه ومع ظهور الانترنت بدأ الباحثون يسلطون الضوء واهتماماتهم البحثية على دراسة هذه الوسيلة وما تحقّقه من إشباع لمستخدميها. حيث تحاول نظرية الاستخدامات والإشباع دراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية. حيث تهدف إلى شرح كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام والاتصال لتحقيق رغباتهم وإرضاء احتياجاتهم، والبحث في دوافع الاستخدام إضافة إلى الإشباع المطلوب تحقيقها أثناء الاستخدام، وإلى أي مدى يتم إرضاؤها. إذ يركز اهتمام النظرية على ما يفعله الأفراد بوسائل الإعلام وما هي النتائج المترتبة عن استخداماتهم.

وضع منظرو نظرية الاستخدامات والإشباعات Blumler و Katz وآخرون، خمسة فرضيات لتحقيق ثلاث أهداف رئيسية وتتضمن¹:

¹ تم استرجاعه من www.aber.ac.uk/media/modules/tf33120/katzliebes.html في: 2014/02/02 على الساعة 19:10.

- أفراد الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

- يعتبر استخدام وسائل الاتصال تعبيراً عن حاجات الأفراد الممارسين، ويوجه ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

- أفراد الجمهور هم من يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم كونهم المسؤولين عن استخدام وسائل الاتصال وليس العكس.

- بإمكان أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم، بالتالي اختيار الوسيلة التي تشبع تلك الحاجات.

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسالة فقط.

ومع ظهور الانترنت كأحدث وسيلة اتصال وإعلام واكتساحها لجميع الميادين وتطور مواقعها إلى مواقع جديدة تسمى 2.0 الجيل الجديد للويب، ينتقل فيها المستخدم من المستقبل إلى المنتج للمحتوى، تطور منظور نظرية الاستخدامات والإشباع ككون الفرد هو من يسعى للبحث والإنتاج عن ما يحتاجه داخل هذه الشبكة الواسعة . تعتبر دراسة استخدامات وإشباعات شبكات التواصل الاجتماعي الافتراضية حديثة، ذلك لأن هذه المواقع حديثة على الانترنت.

الانطلاق في دراستنا هذه، كان من خلال مداخل نظرية لنظرية الاستخدامات والإشباع، التي نعتقد أنها كفيلة بأن تجعل هذه الدراسة تصل إلى أهدافها وفهم ظاهرة استخدام هذا النوع من اللغة داخل المجتمعات الافتراضية خاصة الفايبروك، ووصفها وتحليلها وتفسيرها بالرغم من كونها نظرية في علوم الإعلام والاتصال. إلا أن ارتباط الفاعل والفعل الإنساني والاجتماعي بالوسيلة التقنية، جعل منها في تصورنا النظرية الأقرب إلى العلوم الاجتماعية. فبعد بحث طويل ومعقد، توصلنا إلى أن هذه النظرية كانت الأنسب لنا . على الأقل . لوضع خطة

بحث ضمن هذا الحقل، مع العلم أن هذه النظرية، تُستعمل الآن في أحدث البحوث الاجتماعية والنفسية الأنغلو سكونية.

6. 2.7. النظرية التفاعلية الرمزية *Internationalism Symbolic* :

يتفق علماء الاجتماع، وعلماء النفس الاجتماعي على أن الاتصال لم يكن ممكناً بين البشر دون الاتفاق على مهام موحدة للرموز الموجودة بالبيئة. الذي يترتب على هذا الاتفاق تشابه الاستجابات بين الناس، فيزداد التفاعل بينهم بازدياد خبراتهم الاتصالية المرتبطة بادراك هذه الرموز ومعانيها.

ولذلك تهتم النظرية التفاعلية الرمزية بطبيعة اللغة والرموز في شرح عملية التواصل في الإطار الاجتماعي حيث تتحدد الاستجابات من خلال نظام الرموز والمعاني الذي يبينها الفرد للأشياء، والأشخاص والمواقف. وبالتالي كلما اتسع إطار المعاني المشتركة كلما تشابهت الاستجابات في عمليات التفاعل الاجتماعي المختلفة. ويعمل ذلك أيضاً على زيادة قدرة الفرد على توقع استجابات الآخرين نحو الأشياء أو الأشخاص أو المواقف المختلفة في إطار الثقافة الواحدة، نتيجة لإدراك الفرد للمعاني المشتركة في هذه الثقافة وبالتالي نجد أن الأفراد يرسمون صوراً للواقع من خلال نظام خاص للرموز والمعاني يكتسبه الفرد في العمليات الاتصالية المتعددة خلال حياته.

وهذه النظرية تجد أصولها في الكتابات القديمة التي اهتمت باكتساب الناس للمحددات المشتركة لمعاني الأشياء بما في ذلك السلوك في الحياة اليومية وذلك من خلال التفاعل بين الآخرين¹.

ويعتبر هربرت بلومر "Herbert Blumer" أول من استخدم اسم "التفاعلات الرمزية"، وحسب

بلومر "Blumer" تعتمد التفاعلية الرمزية على ثلاث مبادئ¹:

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، الطبعة الثانية، القاهرة، ص 246-247.

1- إن الأفراد في سلوكهم تجاه الأشياء يرتبطون بالمعنى الذي تحمله هذه الأشياء إليهم.

2- إن معنى هذه الأشياء ينبثق عن التفاعل الاجتماعي مع الآخرين.

3- إن هذه المعاني يتم تناولها وكذا تعديلها في سياق صيرورة تأويلية يوظفها الفرد في التعامل مع الأشياء التي يلاقيها.

فالتفاعلات الرمزية تنظر إلى المعنى كمنتوج اجتماعي يتأسس من خلال نشاط الأفراد وهم يتفاعلون، وهذا ما يجعل المعنى ظاهرة اجتماعية².

وتظهر مكانة التفاعلات الرمزية في المكانة المعطاة إلى اللغة والاتصال في عملية تأسيس الحقيقة الاجتماعية التي تشكل أساس الاستقرار والحركة الاجتماعية، ولا يتم التركيز على البنية اللغوية كما يفعل اللسانيون ولكن على المعنى الذي تحمله الألفاظ في حركتها، أي في التفاعل الاجتماعي. فالإتصال بالرموز وما تحمله من معاني يشكل أساس النظام أو اللانظام الاجتماعي، فالتحكم في الإتصال يعني التحكم في النظام الاجتماعي، فتفكك الإتصال كما يحدث في إطار المجتمعات العربية سواء على مستواها الاجتماعي أو الثقافي أو السياسي يؤدي إلى انهيار الأنظمة الاجتماعية والثقافية والسياسية والحضارية³.

وتناولت أدبيات الإعلام أفكار المدرسة التفاعلية الرمزية من مداخل مختلفة، وظهرت في كتابات معظم أدبيات نظريات الإعلام إن لم تكن كلها على سبيل المثال نجد ميشيل سلومون "M.Solomon" الذي يلخص أفكار جورج ميد "G.Mead" في علاقاتها بوسائل الإعلام في ما يلي:

1- التفاعل هو مجال اكتساب وتعلم الرموز الثقافية التي تصبح بعد ذلك هي وسيلة هذا التفاعل.

2- المعاني المشتركة بين الناس، في الثقافة الواحدة هي التي تساعدهم على رسم التوقعات الخاصة بسلوك

الآخرين في نفس الثقافة.

¹ عبد الرحمن عزي، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية بعض الأبعاد الحضارية، دار الأمة، الطبعة الأولى، الجزائر، 1995، ص 38-39.

² عبد الرحمن عزي، مرجع سبق ذكره، ص 40.

³ عبد الرحمن عزي، مرجع سبق ذكره، ص 52.

3- يتأثر سلوك الفرد مع الآخرين بمدى مشاركة الفرد في التوحد الاجتماعي وقوة هذا التوحد.

ويحدد ملفين وسندرا روكيش " M.Defleur and S.J.Ball Rokeach " هذه الفكرة الخاصة بالمعاني¹:

1- يعتبر المجتمع نظاما للمعاني، وتعتبر مشاركة الأفراد في معاني الرموز اللغوية، نوعا من النشاط الإنساني،

يسهم في بناء توقعات ثابتة ومفهومة للجميع وتعتبر مرشدا للسلوك في إطار النماذج المتوقعة.

2- من خلال التفاعل الرمزي بين الناس فرديا أو جماعيا يتم البناء العضوي والاجتماعي للحقائق والاتفاق

عليه وقبوله في المجتمع.

3- يترتب على ما سبق أن السلوك الفردي في موقف ما ليس رد فعل آلي، أو استجابة لمثير خارجي ولكنّه

يتأثر بالصفات والمعاني التي يربطها الناس بهذا الموقف. لأن السلوك عبارة عن بناءات شخصية عن

الذات والآخرين والمتطلبات الاجتماعية لهذه المواقف.

وعليه، يمكننا أن نلخص المداخل النظرية التي تهم موضوع دراستنا بما يستجيب لطبيعة الدراسة وأهدافها

مع عرض مبسط وتوضيح الأسباب التي دفعتنا إلى اختيارها:

● لقد اخترنا هذه النظرية لكونها تتناول علاقة وسيلة الاتصال بالمستخدم والأهداف والحاجات التي تدفعه

لاستخدامها، بما أننا نريد التعرف على هذا الفرد المستخدم لشبكة فايسبوك وخاصة للغة الالكترونية

ومحتوى هذه اللغة، إضافة إلى الهدف من وراء استخدامها.

● تقول فرضية النظرية أن الأفراد المشاركون الفعالون في عملية الاتصال الجماهيري يستخدمون وسائل

الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تُلبّي توقعاتهم، اختيارنا لهذه الفرضية يتناسب مع موضوعنا هذا،

باعتبار المستخدم فعال في عملية الاتصال لاستخدامه هذا النوع من اللغة داخل مواقع التواصل

الاجتماعي وداخل الصفحات/المجموعات. يستخدم الشبكة بنشر محتوى (مقال/ تعليق/ جمل على

¹ محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 250-251.

الحائط، الحوارات)، وعليه يمكننا أن نفهم الأهداف المقصودة من خلال هذا النشر ذو المضمون لهذا النوع من اللغة.

● تقول الفرضية الأخرى، أن أفراد الجمهور هم من يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، كونهم المسؤولين عن الاستخدام لوسائل الاتصال، أي أن مستخدم شبكة الفايبروك هو من يختار بنفسه المجموعات والصفحات التي يشترك فيها ويتفاعل مع الآخرين بداخلها. وعليه، سنحاول معرفة هدف استخدام أفراد العينة للشبكة فيسبوك، ثم الهدف من اشتراكه في صفحاتها ومجموعاتها.

● بما أن استخدام وسائل الاتصال يعبر عن حاجات الأفراد الممارسين، سنحاول كشف الحاجات التي يبحث عنها الفرد المستخدم الممارس لهذه اللغة داخل هذه الشبكة. وتُعطي النظرية أربع أسباب رئيسية لاستخدام وسائل الإعلام والاتصال، نأخذ منها:

1- السبب الأول: والذي يتعلّق بالعلاقات الشخصية والتي يُقابلها مفهوم التفاعل

الاجتماعي والتي يسعى من خلالها المشاهد إلى:

أ- **المرافقة:** من خلال المشاهدة بمعنى أن الفرد يعيش افتراضيا مع الشخص والوضعية التي يشاهدها في المحتويات الإعلامية.

ب- **المنفعة الاجتماعية:** وتعني أن الفرد المستخدم لهذه الوسائل الإعلامية يتحصل على

معلومات وصور يستعملها في تفاعلاته الاجتماعية.

2- السبب الثاني: الهوية الشخصية، حيث ترى النظرية أن الفرد يجد في الاستخدام

تماثلاً مع بعض القيم. وشبكة الفايسبوك بتقنياتها، تُمكن أي مستخدم من التلاقي مع مستخدم آخر يُقاسمه نفس القيم والآراء واللغة.

● ترى النظرية أن التكامل والتفاعل الاجتماعي هو ثالث الأسباب الرئيسية لاستخدام وسيلة الاتصال والإعلام، ذلك لأنه يوفر الشعور بالانتماء. ومن الخدمات التي تقدّمها شبكة فيسبوك، نجد خدمة المجموعة وخدمة الصفحة التي تجمع مستخدميها حسب الاهتمامات والأهداف المشتركة بينهم فهي بهذه التقنية توفر حاجة الانتماء.

وعلى هذا الأساس، بني تصورنا النظري الذي أفضى بنا إلى دراسة المجموعات والصفحات التي تتجمع على أساس ممارسة هذا النوع من اللغة.

● وفي التكامل والتفاعل الاجتماعي أيضاً تدرج النظرية المحادثة والتفاعل الاجتماعي كسبب لاستخدام وسيلة الاتصال. فشبكة الفايسبوك، توقّر المحادثة المباشرة وغير المباشرة لمستخدميها والتفاعل الاجتماعي كهدف وأهم الخدمات الموقّرة، يختلف مضمون التفاعل من صفحة إلى أخرى ومن مجموعة إلى أخرى. ولأن موضوع بحثنا هو الممارسات اللغوية في الفايسبوك، فإن ما لاحظناه هو حضوره على الشبكة بصفات متعددة: تعليقات، صور، ونصوص.

تدرج أيضاً الاتصال مع العائلة والأصدقاء والمجتمع كسبب داخل التكامل والتفاعل الاجتماعي، توفر الشبكة الاتصال الدائم بين الأعضاء والمستخدمين وبالتالي ممارسي اللغة الالكترونية. أيضاً فيتجمعوا سواء على مستوى البيئة الحقيقية أو البيئة الافتراضية.

6.8. الدراسات السابقة:

عند إنجازنا لهذا البحث اعتمدنا على عدد من الدراسات التي لها علاقة بموضوعنا المتمثل في الفيسبوك، استخداماته واشباعاته وتأثيراته. لكن في نفس السياق وجدنا أن الدراسات الموجودة تعالج الموضوع بصورة شاملة.

6.8.1. الدراسات العربية:

1- دراسة بعنوان: "أثر استخدام بعض وسائل الاتصال التفاعلي على شبكة العلاقات الاجتماعية" - دراسة مسحية لعينة من مستخدمي غرف المحادثة وساحات الحوار على شبكة الانترنت من الشباب- للدكتور وائل حسن عبد الباري¹، والذي يحاول رصد أثر استخدام بعض الخدمات التفاعلية المتاحة على شبكة الانترنت وتحديدًا غرف المحادثة وساحات الحوار، على شبكة العلاقات الاجتماعية لعينة من مجتمع شباب مستخدمي الانترنت، ويرجع سبب اختيار هذا الموضوع إلى وجود إشكالية بحثية تطرح بصورة متكررة اليوم تتعلق بسلبيات وإيجابيات استخدام الانترنت، ليس ذلك فحسب، بل تتعدى هذه الإشكالية الأطر التقليدية لتبحث في ماهية المجتمعات المتخيلة أو الافتراضية وعمّا إذا كانت ستسود تلك المجتمعات من خلال تكوين منظومة جديدة للعلاقات الاجتماعية وما يستتبع ذلك من تأثيرات على مستوى الفرد والجماعة. بحيث تحاول الدراسة هذه من خلال استخدام منهج المسح الإعلامي والتحليل النصي للتعرف على أنماط العلاقات الدائرة داخل غرف المحادثة وساحات الحوار، كما تحاول الدراسة رصد وتحليل عوامل الجذب لمستخدمي هذه الخدمات وكذلك أهم المشكلات الناشئة عن ذلك، ويعتمد الباحث على عدة أدوات بحثية تشتمل على الاستبيان المقنن، الملاحظة بنوعيتها، المقابلة، المتعمقة مع بعض الحالات. والتي أسفرت نتائجها فوجد الباحث أن عدد مستخدمي برامج غرف المحادثة ومساحات الحوار من الإناث بلغ 181 مفردة أي 45.2%، مقابل 219 من الذكور بنسبة 54.8%. وقد بلغ متوسط العمر لمستخدمي البرامج 22.7% بمعدل انحراف معياري بلغ 5.9 وقد بلغ متوسط

¹ هذه الدراسة منشورة في كتاب ثقافة الانترنت وأثرها على الشباب (وقائع ندوة علمية) من إعداد: ماجد بوشليبي ويوسف عيدابي، دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الأولى، 2006.

الدخل الشهري للفرد 581 جنيه مصري مع الأخذ بعين الاعتبار أن نسبة 72.7% من إجمالي العينة من الطلبة مقابل 27.3% من أصحاب فئات مهنية.

بحيث يرى:

1- أن استخدام غرف المحادثات أو ساحات الحوار لا تعبر عن نمط العلاقات الاجتماعية الطبيعي

بين الأفراد بالرغم من وجود تفاعل وتواصل إلا أنه نسبي وفي حدود ضيقة نظرا لأن طبيعة الاتصال التفاعلي في هذا الشأن "عابرة" و"متغيرة".

2- يعتبر أغلب جمهور هذه البرامج من الشباب غير المتزوج ولا يعكس نمط ذلك الاتصال أي شكل من أشكال العلاقات الاجتماعية التقليدية نظرا لغياب هوية المتحاور الحقيقية.

3- هناك عوامل حافزة تدفع الشباب للولوج لهذه المواقع مثل الصور الجرافيكية والملفات الموسيقية و الخدمات الإعلانية.

4- تعكس برامج مساحات الحوار نمودجا لحرية التعبير عن الرأي.

5- تتسم اللغة المستخدمة عبر حجرات الدردشة، بالاختصار الشديد ولعل ذلك يرجع إلى أنها في

النهاية لغة بصرية تعتمد الشكل والرسائل التلغرافية القصيرة آخذين بعين الاعتبار أن معظم هذه

الاختصارات تتم باستعمال الحروف الانجليزية، ومن أبرزها الحرفان wb اللذان يعبران عن

«welcome back» أي الترحيب بعودة الفرد إلى غرفة المحادثة مرة أخرى. وفي نفس السياق

تستخدم الأحرف brb أي «be right back» للإشارة إلى مغادرة الفرد الغرفة بشكل مؤقت،

وعودته إليها بعد فترة ما من الوقت.

وربما أشهر الاختصارات المتعارف عليها الآن بين جمهور الانترنت هو LOL والتي تعني « Laughter Out Loud » والتي تشير إلى الضحك والقهقهة التي أصابت أحد أطراف العملية الاتصالية جراء ما قاله الطرف الآخر.

ويستخدم الكثير من مرتادي حجرات الدردشة الأرقام للدلالة على كلمات بعينها يشابه نطق كل منهما حيث يستخدم الرقم 2 للدلالة على Too والتي تعني "أيضا"، والرقم 4 للدلالة على For والتي تعني "ل" مثلا: " This Moouuaah 4 him" وتعني "هذه القبلة له" ويلاحظ من خلال هذه الجملة أن الرقم 4 استعمل للدلالة على "ل" أما القبلة استعرضت بالوقع الصوتي المتعارف عليه بين الأفراد.

2- دراسة قامت بها بنان علي دخيل ومشاعل البشر بعنوان: "المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع

السعودي"¹ تهدف هذه الدراسة إلى دراسة تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على المجتمع السعودي ولمعرفة مدى تأثير هذه المواقع على الشباب السعودي قامت الباحثين بتوزيع استبيان على عينة من طالبات جامعة الأمير سلطان كفئة تمثل الشباب السعودي. احتوى الاستبيان على ثمانية أسئلة متنوعة توضح إذا ما كانت الطالبات تستخدم هذه المواقع، وما هي الدوافع التي دفعتهن للتسجيل بها، بالإضافة عن عدد الساعات التي يقضينها في تصفح الشبكات الاجتماعية، ورأيهم في مشاركة المراهقين بها. وكانت نتائج الدراسة كالاتي:

- 86% من الطالبات مشاركات في أحد المواقع الاجتماعية مقابل 14 % غير مشاركات بها.

- من بين 86 % من الطالبات المشتركات في الشبكات الاجتماعية 40 % منهن مشتركات في "الفايسبوك".

- أما بالنسبة لدوافع الاستخدام 36 % تستخدم "الفايسبوك" لتمضية الوقت، في حين 31% للتواصل مع

الأهل والأصدقاء، 18 % لتكوين صداقات جديدة، 10% لأسباب تخص الدراسة والعمل، و 5% لشهرة

الموقع ومجارة العصر الحالي.

¹ بنان علي دخيل ومشاعل البشر، المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي، تم استخراجها من الرابط : www.psu.edu.sa/pscw/index.html في 2014/02/03 على الساعة: 12:20.

- 56% من الطالبات لا تعتقدن أنهن ستواجهن صعوبة إذا تركن استخدام الشبكات الاجتماعية، في حين أن 44% يعتقد أنهن ستواجهن صعوبة إذا تركن هذا الاستخدام. وتعارض نسبة 70% من المشتركات في الشبكات الاجتماعية دخول ما دون 18 سنة إلى هذه المواقع.

6. 2.8. الدراسات الأجنبية:

1- دراسة لـ Keith N. Hampton وآخرون من جامعة بنسلفانيا لصالح مركز الأبحاث بتاريخ

16 جوان 2011، بعنوان مواقع الشبكات American life project وPEW الأمريكي

الاجتماعية وحياتنا¹، الدراسة انطلقت من محاولة دراسة التأثير الاجتماعي لاستخدام مواقع

الشبكات الاجتماعية مثل: linkedin, twitter, my space, facebook حيث طرحت

الإشكالية التالية: هل عزلت الشبكات الاجتماعية الأشخاص وقطعت علاقاتهم الاجتماعية؟

أم أنها ساعدت في ربطهم بآخرين؟

وقد قرر كل من مركز أبحاث « Pew » للانترنت و American life project دراسة الشبكات من خلال مسح

شامل لها و كيف ارتبط استخدامها بمفهوم الثقة، التسامح، الدعم الاجتماعي، المجتمع و المشاركة السياسية.

وكانت نتائج الدراسة ما يلي:

من خلال العينة المدروسة تبين أن 79% من البالغين الأمريكيين يستخدمون الانترنت وتقريبا نصف عددهم أي

حوالي 47% (من أصل 59% من مستخدمي الانترنت) يستخدمون على الأقل موقع واحد من مواقع الشبكات

الاجتماعية. وهذا ما يقارب ضعف نسبة البالغين الذين استخدموا الشبكات الاجتماعية في 2008 والتي كانت

¹ Keith N. Hampton and al, **social networking sites and our lives**, Pew Research Center's Internet & American Life Project, .(2011) [online]
<http://pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks.aspx>

حوالي 26% (من أصل 34% من مستخدمي الانترنت). أضيف إلى ذلك أن متوسط عمر هؤلاء البالغين المستخدمين للانترنت قد تغير من 33 سنة إلى 38 سنة في 2010. وحوالي نصفهم هم في عمر 35. و56% من المستخدمين هم إناث.

ومن خلال المسح توضح أن Facebook هو الشبكة الاجتماعية الأوسع استخداما حيث 92% من العينة في حين يستخدم 29% موقع my space، 18% linkdln و 13% يستخدمون موقع twitter.

هناك فرق كبير في طريقة استخدام الأشخاص لمختلف مواقع الشبكات الاجتماعية حيث أن 52% من مستخدمي " الفايسبوك" و 33% من مستخدمي twitter يلجئون إليهما بصورة يومية في حين 7% من مستخدمي my space و 6% linkdln يفعلون ذلك. أما متوسط استخدام " الفايسبوك" في اليوم الواحد فأسفرت النتائج أن:

- 5% يحدثون صفحتهم الشخصية .

- 22% يعلقون على صفحات الآخرين الشخصية و على ما ينشرونه .

- 20% يعلقون على صور الآخرين .

- 26% يحبون المضمون الذي يضعه الآخرون .

- 10% يرسلون رسائل خاصة للمستخدمين الآخرين .

كما توصلت الدراسة إلى أن العلاقات الاجتماعية في أمريكا أصبحت أكثر حميمية مما كانت عليه قبل عامين،

وتوصلت أيضا إلى أن استخدام " الفايسبوك" ساعد بشكل كبير في إيجاد علاقات وثيقة بين الأفراد.

و جزء صغير فقط من مستخدمي "الفايسبوك" في أمريكا لم يلتقوا بأصدقائهم في " الفاييسبوك" من قبل.

6. 3.8. الدراسات المحلية:

1- دراسة قام بها ابراهيم بعزیز بعنوان: " منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية دراسة في دوافع والاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع"¹ وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، انطلقت من

الإشكالية التالية: ما هي دوافع استخدام منتديات المحادثة الالكترونية، وما هي انعكاساتها على الفرد والمجتمع؟

وتفرع عن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي الفئات الأكثر استخداما لمنتديات الدردشة ؟
- ما هي الحاجات التي يسعى مستعملو الإنترنت إلى إشباعها من خلال المحادثة الإلكترونية ؟
- ما هي الحالات التي تستخدم فيها منتديات المحادثة الإلكترونية؟
- ما هي أسباب استعمال منتديات الدردشة الإلكترونية أكثر من خدمات الإنترنت الأخرى؟
- ما هي الانعكاسات والآثار المترتبة عن استعمال منتديات الدردشة الإلكترونية ؟
- هل أثر استخدام منتديات المحادثة الإلكترونية على استخدام وسائل الإعلام الأخرى؟
- هل فعلا تعتبر المحادثة الالكترونية سلبية أم ايجابية إلى حد ما؟

واقترضت طبيعة الدراسة وهدفها استخدام المسح الميداني بالعينة من خلال استمارة اشتملت على 220 مفردة.

وقد تمت عملية توزيع الاستمارات في 11 مقهى انترنت، متوزعة في المناطق التالية : بني مسوس،

بوزريعة، باب الزوار، بن عكنون، شارع حسيبة بن بوعلي، شارع ديدوش مراد، كما تم توزيع بعض الاستمارات

على بعض الأشخاص الذين يملكون شبكة الإنترنت بالمنزل. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما

يلي:

¹ ابراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية دراسة في دوافع والاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة يوسف بن خدة، قسم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2007/2008.

- تبين من خلال الدراسة أن معظم المبحوثين (50 %) يستعملون منتديات الدردشة لأكثر من سنتين، والفئات الأكثر استخداما لها هي التي تتراوح أعمارها ما بين 15 و 25 سنة. وذلك بنسبة 58%
- اللغة الأكثر استخداما هي العربية، ثم الانجليزية، ثم الفرنسية، ثم تأتي اللهجة العامية.
- معظم المبحوثين يستخدمون منتديات المحادثة الالكترونية في مقاهي الإنترنت.
- غالبية المبحوثين يفضلون الدردشة في الفترات الليلية أكثر من غيرها.
- معظم المستجوبين يفضلون الدردشة الفردية على الجماعية.
- المعايير التي يختار على أساسها المدرشون الشخص الذي يتحدثون معه كان ترتيبها كما يلي:
المستوى الثقافي و العلمي 29%، الجنس 25.3%، البلد 19.5%، اللغة 16.3%، الديانة 9.04%.
- معظم المبحوثين يفضلون العلاقات الحقيقية المباشرة 73% أكثر من العلاقات الافتراضية عبر الانترنت 20.5%
- هناك تقريبا نصف المبحوثين 48.5% تقابلوا مع شخص تعرفوا عليه عبر الدردشة الالكترونية، 12% منهم إناث.
- غالبية المستجوبين لا يشعرون بالوحدة والعزلة عن المحيط الاجتماعي بفعل الدردشة، لكن مع الإشارة إلى وجود نسبة هامة 27.5% ممن يشعرون بالوحدة، مرتبطة بشكل مباشر بنسبة استخدام منتديات الدردشة.
- هناك نسبة معتبرة من الذين يحسون بالألفة الانتماء إلى الجماعة الافتراضية جماعة المدرشين، أكثر من جماعتهم الأولية.
- يرى 59% من المبحوثين أن الدردشة الالكترونية تساعد على التخلص من شعور الوحدة.
- الأغلبية الكبيرة من المبحوثين 61.5% لا يثقون في الأشخاص الذين يدرشون معهم ولا يصدقون البيانات التي تقدم لهم.

2- دراسة ل بشير بن صالح بعنوان "تملك الشباب الجزائري - فئة الطلبة - لمواقع الحوار الالكتروني،

مقاربة انتروبولوجية للتصورات في الفضاء السيبري"¹. أُجريت هذه الدراسة على شباب من مدينة وهران

الممارس للانترنت، والوجهة الجغرافية كانت وسط المدينة. وعليه استعمل الباحث ثلاث تقنيات وهي: الاستمارة،

المقابلة النصف الموجهة، الملاحظة بالمشاركة. ووزعت 150 استمارة على الشباب داخل مواقع ممارسة الانترنت

وهذا للإمام بأهم وجهات نظر الشباب حول:

- ما هي المواقع المفضلة لديهم؟

- ما هي عدد الساعات التي يقضونها بداخل هذا الفضاء؟

- الفترة المفضلة لديهم لممارسة الانترنت؟

ومن أهم النتائج التي توصل لها الباحث هي:

- 100 ممارس يفضل الحوار الالكتروني (مواقع الدردشة)

- أفضل الفترات التي يفضلها الممارسون للانترنت ومواقع الحوار الالكتروني هي الفترة الليلية

- معظم الممارسين لهم تجربة منذ خمس سنوات

- أدوات الاتصال والمعايير الموظفة من طرف الفاعلين نلاحظها عبر النصوص التي تخلق بدورها رموزا وأشكالا من

التفاعلات.

4.8.6. مناقشة الدراسات السابقة:

لم نتمكن من إيجاد دراسة موسّعة في مجال موضوعنا هذا والمتمثل في لغة الحوار في موقع التواصل

الاجتماعي "فايسبوك"، وما من شك أن في الدراسات السابقة إسهامات علمية ونتائج مهمة وجب الوقوف

¹ بشير بن صالح، تملك الشباب الجزائري - فئة الطلبة - لمواقع الحوار الالكتروني، مقاربة انتروبولوجية للتصورات في الفضاء السيبري، مذكرة ماجستير في الانتروبولوجيا، 2003-2004.

عندها لإعطاء البحث بعده التأصيلي النظري وكذا الانطلاق من تراكم معرفي يساعدنا في صياغة فرضيات

الدراسة.

الفصل الأول: الانترنت وتطور الاتصال البشري

2- الاتصال، مفهومه، أهميته ووظائفه

3- الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي

4- مواقع التواصل الاجتماعي وأهم القضايا التي تثيرها.

مقدمة الفصل:

شهدت البشرية عبر تاريخها ظهور العديد من الاختراعات التي أثرت تأثيرا جذريا على حياة الناس، فقد شهد القرن الماضي على سبيل المثال ابتكارات تقنية بالغة التأثير مثل السيارات، التلفزيونات، الهواتف النقالة الذكية، الكمبيوترات... والتي وبالرغم من التأثير الكبير الذي أحدثته، إلا أن تلك التأثيرات لا تزيد في أهميتها على تلك التي تقوم بها الانترنت اليوم من حيث سرعة ذلك التأثير وعمقه وانتشاره وإمكاناته الكامنة التي لم يظهر منها حتى الآن سوى القليل.

إن أهمية الانترنت تكمن في قدرتها على تغيير مفاهيم الاتصال وتوزيع المعرفة، حيث "يعدّ الاتصال بمثابة ثقافة التي تعبّر عن طريقة الكلام أو الرموز وتتخذ موقفا في العالم الاجتماعي"¹. وقد ازدادت تلك الأهمية مع ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي مثل: الفاييسوك، تويتر، والتي استطاعت أن تغير وبشكل كبير في طريقة تواصل الناس وتفاعلهم، وطريقة تسويق المنتجات وبيعها، وطريقة تواصل الحكومات مع مواطنيها، وطريقة أداء الشركات والجمعيات لأعمالها ونشاطاتها، كما غيرت مفهوم العمل الطوعي والطريقة التي يمارس بها الناشطون السياسيون والاجتماعيون والحقوقيون أنشطتهم وذلك بتسارع الكل إلى فتح حساب على مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا الفاييسوك والتويتر. كما أنها أثرت في العملية الديمقراطية نفسها².

هذه الشبكات الاجتماعية بدأت في البزوغ كأدوات ثورية التأثير وقدرات كامنة لم يظهر منها حتى الآن إلا القليل. إن هذه الشبكات لم تهتم فقط كما رأينا بإشعال فتيل الثورات في المجتمعات العربية بما يسمى بـ"الربيع العربي" ولكنها أشعلت ثورة التفكير الملهم ومجموع الافتراضات.

¹ Y. Winkin, Anthropologie de la communication, de la théorie au terrain, édition de Boek Université, Paris, 2001, p 15.

² Kirkpatrick, David, the facebook effect, the inside story of the company that is connecting the world, New York, sinan 8 sehuster, 2010

فقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال. الأمر الذي جعل أفراد المجتمع من جميع الفئات يعيشون في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على أكثر اهتماماتهم واستنزف الكثير من أوقاتهم. ومن بين أبرز تلك الاهتمامات التواصل الاجتماعي التي توفرت لهم عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت، وكان لهذا العالم أثره على الهوية الاجتماعية والوطنية وعلى الترابط الاجتماعي داخل المجتمع الواحد.

1. الاتصال:

إن كلمة الاتصال (Communication) مأخوذة من الأصل اللاتيني لكلمة (Communes) وتعني عام أو مشترك، ولهذا فهي تكوّن قاعدة مشتركة عامة¹.

يعرف الدكتور عصام موسى الاتصال على أنه عملية نفسية اجتماعية قائمة على تبادل الرموز الدلالية بين طرفين في وضع اجتماعي بهدف تحقيق آثار محددة².

والاتصال عملية إنسانية تعني اتصال لغوي، فاللغة أداة اتصال وعبرة عن نظام للرموز لها معانٍ أعطتها إياها الإنسان وقد تكون هذه الرموز عبارة عن أحرف أو أرقام أو زوايا أو خطوط أو إشارات أو كلمات³. وتعتبر اللغة أفضل نظام دلالي للرموز طوره الإنسان⁴.

ولتحديد وتعريف علم الاتصال نقترح تعريف (Chaffee et berger 1986) علم الاتصال يبحث ويسعى لفهم وإيضاح ومعالجة آثار الرموز وأنظمة أو أنساق المعاني عن طريق نظريات مفسرة تتصف بصفة التعميم الشرعي تسمح بتفسير الظواهر المرتبطة بالإنتاج والمعالجة والآثار⁵.

ويؤكد ستانلي (Stanley) أن الاتصال عبارة عن "عملية تبادل تفاعلي بين أطراف ذات لغة مشتركة، وليس عملاً فردياً منعزلاً، حيث تقاس فعالية الاتصال في ضوء قدرة عملية التبادل على إحداث حالات تفاعل، وتناغم وانسجام، وفهم مشترك للرموز المتبادلة"⁶

إن الاتصال بين البشر يتكوّن من عدة عمليات منها ما هو ذهني ومنها ما هو عضلي، يبدأ الأمر بمجموعة من الأفكار التي يريد الفرد أن ينقلها إلى الآخر. تتكون الفكرة في ذهنه ويضمها إلى غيرها ليؤلف منها

¹ حميد الطائي وبشير العلاق، أساسيات الاتصال - نماذج ومهارات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، الطبعة العربية، 2003، ص 17.

² عصام موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، المكتبة الخدمية، بيروت، 2003، الطبعة 5، ص 20.

³ مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2004، الطبعة الأولى، ص 10.

⁴ عصام موسى، مرجع سبق ذكره، ص 5.

⁵ عبد العالي دبلّة، مدخل التحليل السوسولوجي، مرجع سبق ذكره، ص 225.

⁶ Stanley, A, A Comprehensive guide to effective communication, Butterworth co, the UK, 2005, p 85-82.

محتوى يريد التعبير عنه إما لإعلام الآخر به أو تغيير اتجاهاتهم أو تنمية قيمهم، أو غير ذلك من أهداف يقصد المرء من خلالها الاتصال بغيره.

ضم الأفكار إلى بعضها يستتبعه البحث عن الجمل والتراكيب التي يراد صَبَّ المحتوى فيها، بحيث ينتقي الفرد بعد ذلك من رصيده اللغوي مجموعة من المفردات التي تُناسب المحتوى، ثم يبحث في النظام الصوتي للغة عما يلزم هذه المفردات من أصوات أو من أشكال الأداء الصوتي مثل: النبر والتنغيم، ما يعبر عما يقصده. كل هذا يدخل في نطاق بناء الرموز سواء من حيث مضمونها (الأفكار) أو من حيث شكلها (طريقة أدائها) وهي المرحلة التي تسمى بتركيب الرموز. بعد هذا تأخذ عملية الاتصال أحد الطريقتين:

1. إما تنتقل الرسالة شفهيًا أي من خلال الاتصال المباشر بين الفرد والآخر، وهنا يكون المرسل متكلمًا.

2. إما تنتقل كتيبًا أي من خلال الصفحة المطبوعة، وهنا يكون المرسل كاتبًا.

هذا في نطاق الطرف الأول من أطراف عملية الاتصال وهو الإرسال. فإذا انتقلنا إلى الطرف الثاني وهو الاستقبال نجد أن الاتصال يمر بعمليات أخرى تبدأ برموز تنتقل من مرسل (منطوقة أو مكتوبة) عبر أدوات الاتصال، ففي انتقالها يتم نوع من التشويش أو التشويه ما يسمى بالضوضاء.

فالاتصال كما نرى هو عملية ثنائية يتبادل فيها المرسل والمستقبل الأدوار، فالمرسل قد يكون في أثناء الحديث مستقبلًا، وهذا الأخير قد يكون مرسلًا. وهذا بالطبع في الاتصال الشفهي المتبادل، كما يمكن أن يكون أحادي الاتجاه كأن يستمع المرء إلى وسائل الإعلام كالتلفاز والمذياع... وقد يكون الاتصال كتابة فلا يتبادل الفردان في لحظة الاتصال الأدوار. فالمستقبل يصنع المعنى ولا ينتقل إليه بحيث يحدد دلالات الكلمات في ضوء الموقف العام الذي تحدث فيه عملية الاتصال على حسب مستواه اللغوي وقدرته على الفهم.

الاتصال كما ذكرنا سابقًا هو عملية مركبة تشتمل على مجموعة عمليات متداخلة تدور بين مكونات

أربع:

1. الرسالة: وهي المحتوى الذي يود المرسل نقلها إلى الآخرين مستهدفاً من ورائها

التأثير عليهم، ولكل رسالة مضمون. هو عبارة عن الأفكار التي يراد التعبير عنها وشكل وهو عبارة عن الرموز اللغوية التي يتم التعبير بها.

2. المرسل: هو مصدر الرسالة والطرف الأول في عملية الاتصال، وقد يكون

المرسل فرداً أو مجموعة أفراد.

3. الوسيلة: ويقصد بها الأداة التي تنتقل من خلالها الرسالة، وتنوع الوسائل ما بين

الصوت العادي عند الاتصال المباشر إلى الكتاب إلى الخرائط والرسوم والسجلات وأجهزة الإعلام، منها شاشة الحاسوب والهواتف النقالة الذكية التي تساعد في عملية الاتصال وقد تعوقه. ومنهم من يمزجون بين الوسيلة والرسالة.

4. المستقبل: ويقصد به الجهة التي تنتهي إليها الرسالة، وقد تكون فرداً أو مجموعة

أفراد وهي التي تتولّى فكَّ رموز الرسالة وتفسيرها متخذةً بعد ذلك الموقف المناسب إزاءها. ويتوقف تفسير هذه الرموز على عدة رموز.

في ضوء النموذج السابق يتضح أن المهارات الأساسية للاتصال اللغوي هي كذلك أربع وهي: الاستماع، الكلام، القراءة، الكتابة.

❖ بما أن الاتصال عملية اجتماعية وضرورة من ضروريات الحياة التي لا يمكن الاستغناء عنها ومن أهميات

الاتصال ما يلي¹:

✓ يعتبر أداة فعالة لمواجهة الشائعات أو المعوقات التي تواجه أياً كان.

✓ الاتصال وسيلة أساسية في تحسين الأداء والتبادل الفكري بين الأفراد.

¹ أحمد بخوش، الاتصال والعملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 13-14.

✓ يعمل على خلق فرص الاحتكاك والتقارب بين الأفراد.

✓ يكسب أفراد المجتمع معلومات جديدة كما تزيد من فرص التفاعل الاجتماعي فيما بينهم من خلال ما

يتم نشره بالصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون.

❖ فعملية الاتصال لها وظائف عدّة من بينها:

✓ **الوظيفة الفكرية:** يساعد على التعرف على مختلف أنماط التفكير الإنساني والذي يوسّع من عملية

التأثير والتأثر بين الثقافات.

✓ **الوظيفة التعليمية:** وهي عملية التبادل التي تقوم على عملية الأخذ والرد بين المعلم والمتعلّم وذلك

لإثراء الجانب المعرفي.

✓ **الوظيفة التثقيفية:** يعمل الاتصال هنا على تزويد الأفراد بمختلف الثقافات ونقل تراثها من جيل

لآخر

✓ **الوظيفة الاجتماعية:** الاتصال هو العماد الذي يعمل على احتكاك الشعوب ببعضها البعض وخلق

التماسك والتوازن بين الأفراد.

❖ وعندما نتحدث عن موقع اللغة في نظرية الاتصال فنحن نتحدث عن ما يلي:

1. إن كفاءة الاتصال بالعربية تشمل كل أشكال العلاقة بين اللغة والثقافة.. بين اللغة والمجتمع.. فالاتصال لا

يحدث في فراغ، وإنما يحدث بين أفراد وفي سياق اجتماعي معين. ولعلّ أحد أسباب عدم كفاءة الاتصال هو

وجود تفاوت ثقافي بين طرفي الاتصال، ولكل منهما خلفية تختلف عن أخيه، وعلى المعلم أن يوضح هذه العلاقة

عند تعليمه العربية للناطقين بلغات أخرى.

2. إن اكتساب القدرة على الاتصال الكفاء بين ناطق بالعربية وناطق بأخرى عملية تمر بمراحل متدرجة وفي كل

مرحلة يكتسب الفرد شيئاً.. ولا يتم هذا الاكتساب من خلال سيطرة كاملة على اللغة، فليس هناك من يملكها

وإنما هي مراحل تتداخل فيها عمليات الصواب والخطأ.. من هنا لا نعتبر الخطأ اللغوي دليلاً على العجز قدر ما هو خطوة متداخلة ولازمة على الطريق.

3. إن اكتساب القدرة على الاتصال الكفاء أيضاً لا يتم من خلال عملية المحاكاة والتذكرة قدر ما يتم من خلال عمليات عقلية يدرك فيها الفرد، الناطق بلغات أخرى، خصائص التراكيب التي يستعملها موظفاً لها في سياق اجتماعي.. معنى هذا أن فهم اللغة شرط لإنتاجها.

يرجع هووات A. P. Howatt الدعوة إلى تعليم اللغات من منظور اتصالي إلى القرن السابع عشر حين كتب جون لوك عن تعلم اللغة قائلاً: "يتعلم الناس اللغة من أجل التعامل مع المجتمع، وتحقيق الاتصال (وهنا ذكر جون لوك كلمة الاتصال نفسها) بين الأفكار في الحياة العادية بدون تخطيط، أو تنظيم مقصود مسبق في استخدامهم للغة. ومن أجل هذا السبب فإن الأسلوب الحقيقي أو الأصلي (ويستخدم هنا كلمة أصلي Original) لتعلم اللغة، وإنما يتم بالمحادثة Conversation. وهذا وحده أدعى لتحقيق تعلم سريع معجل Expedite مناسب Proper، وطبيعي Natural"¹

1. 2. مراحل تطوّر الاتصال البشري التاريخية:

إن الاتصال مهارة إنسانية متميّزة قائمة على استعمال الرموز وتبادلها، وعبر التاريخ سعى الإنسان جاهداً على تطوير مهاراته في الاتصال، وتطوير الوسائل المساعدة في ذلك، بل إن التطور الإنساني والحضاري بمجمله قد يعزى إلى عاملين أساسيين هما: تطوير مهارات الاتصال، وقدرة الإنسان على التنظيم.

¹ محمود فهمي حجازي، علم اللغة العربية، وكالة المطبوعات، الكويت، 1973، ص 12.

1. 2. 1. عصر الإشارات¹:

هي أول مرحلة عاشتها الحضارة الإنسانية، حيث كانت صعوبة في الاتصال أنا ذاك... والسبب في ذلك يرجع لقصور الفكر الإنساني. فأصبحت الحياة الاجتماعية مقرونة بمجموعة من أنظمة الإشارات والإيماءات... لتحقيق التواصل الاجتماعي. فالعديد من الحيوانات كانت تلجأ للصراخ... وتستخدم الإشارات بالجسم للإشارة إلى الخطر أو لتوفير الغذاء... أو ترتيب وتنسيق عملية الصيد.

1. 2. 2. عصر التخاطب واللغة²:

تتميز هذه المرحلة بظهور شكل جديد من المخلوقات الجديدة تدعى CRO MOGNON، حيث بدأت مرحلة الكلام ما بين تسعة آلاف سنة وأربعون ألف سنة مضت. وقد استخدمت اللغة كوسيلة اتصال وليس من الغريب إن مازالت مجتمعاتنا في وقتنا الراهن تستخدم اللغة فقط دون غيرها للتواصل لأن هناك العديد من الأميين يعتمدون على الحديث والتخاطب فقط للتواصل.

الكرومانيون أو إنسان الكهف أو كما ذكرنا سابقا ما يُعرف بـ CRO MOGNON هذا النوع الإنساني الذي عاش مرحلة ما قبل التاريخ قد استعمل أدواته بمهارة وإتقان المؤلفة من الصخور وحجر الصوان. كما قام بنحت نماذج لحيوانات وبشر من العظام والعاج وغيرها، كما صنع ملابسه من جلد الحيوانات واكتشف إكساب الطين صلابة باستخدام النار.

حيث أن الإنسان الكروماني عَلم الأجيال مجموعة من المعارف لمواجهة متطلبات الحياة والتكيف مع صعوبات ظروف الحياة الطبيعية والتي عَلمته كيف يقاتل بجمع الحبوب وزرعها وأيضا كيف يستغل المناطق الأحسن للصيد وغيرها.

¹ ملفين ديفلير، ساندر بول روكنش، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، دار النشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 1993، ص 34-35.

² ملفين ديفلير، ساندر بول روكنش، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، مرجع سبق ذكره، ص 43.

1. 2. 3. عصر الكتابة¹:

منذ حوالي خمس آلاف سنة، انتقل البشر إلى عصر الكتابة وتمّ ابتكارها خصوصاً في الصين وقبائل المايا. والذي اتخذ أسلوب التعبير عن الأفكار والرموز والرسوم ليُسجّل ويُدوّن ما يهّمه. الكتابة عرفت مراحل عدّة قبل أن تأخذ شكلها الحالي، كالسوماريون والمصريون في الهلال الخصيب كالكتابة التصويرية وهي كتابة رمزية، والكتابة المسمارية وهي كتابة اخترعها السوماريون في بلاد الرافدين وهي عبارة عن رؤوس المسامير كانت حروفها تُرَقَم على ألواح الطين تبعاً لإسمها. ومنها أصبح الإنسان يستخدم النقوش على الجدران للتعبير عن أفكاره.

كما يرجع ظهور الأبجدية اليونانية إلى التغيرات الاجتماعية التي لحقت باليونان منذ 1100 سنة قبل الميلاد والتي أدّت إلى نمط جديد من النظام والتوصل إلى الديمقراطية الأثينية². إلى أنه تم من حوالي 2500 سنة قبل الميلاد المسيح اكتشاف المصريون القدامى لطريقة صنع الورق من نبات البردي، وأيضاً نجد قبائل المايا استخدموا شرائط طويلة من لحاء شجر الماون للتواصل³.

1. 2. 4. عصر الطباعة والكتب:

وما لا يقل أهمية عن اكتشاف الكتابة ظهر في القرن الخامس عشر على يد يوهان غوتنبرغ في 1450م وهو الكتاب الذي أخذ حيزاً كبيراً في مجال الاتصال والذي يعتبر قفزة نوعية في مجال التقدم الاتصالي خاصة في القرن الخامس عشر⁴.

¹ محمد لعقاب، مجتمع الإعلام والمعلومات – ماهيته وخصائصه، دار هومة الجزائر، 2007، ص 13-14.

² محمد لعقاب، مرجع سبق ذكره، ص 16.

³ ملفين ديفلير وساندرا بول روكنتش، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، مرجع سبق ذكره، ص 23.

⁴ محمد لعقاب، مرجع سبق ذكره، ص 21.

1. 2. 5. عصر وسائل الإعلام والاتصال:

تطور الاتصال عبر العصور ووصل إلى التواصل عبر الأقمار الصناعية، التلفاز، الهاتف، والراديو فهذه الوسائل سيطرت على التواصل البشري والنظام الاجتماعي وهذا ما أكدّه بيير بورديو Pierre Pordieu باعتباره "التلفاز ظاهرة جديدة ظهرت من قبل مجموعة من السوسيولوجيون وأكّدوا بوصف دقيق على أنه عبارة عن وسيلة اتصال جماهيري"¹

إذ يمكننا القول أن ما يعيشه الفرد الاجتماعي من وسائل الإعلام والاتصال في القرن الواحد والعشرين، ناتج عن ما حققته المجتمعات البدائية. ويعتبر ظهور الانترنت أهم ثورة معرفية شهدتها البشرية إلى أن أصبح العالم قرية كونية صغيرة بفضلها. كما يقول مارشيل ماكلوهان Marshal McLuhan.

2. الانترنت:

تقدّم لنا التكنولوجيا كل يوم شيئاً جديداً من ابتكارات واختراعات متماشية بذلك مع الواقع المعاش وما يحدث فيه من تطورات في كافة المجالات. ولعل آخر ما قدمته التكنولوجيا من وسائلها المتطورة ما يُطلق عليها بشبكة الانترنت والتي انتشرت في كل أنحاء العالم، وبدا الجميع - خاصة الشباب - يتعاملون معها ويقضون وقتاً طويلاً أمامها²

2. 1. ماهية الانترنت، سلبياتها وإيجابياتها:

الانترنت هي شبكة الاتصالات الأم التي تربط بين جميع أجهزة وشبكات الكمبيوتر في العالم كله مع بعضها البعض NETWORK OF ALL NETWORK، حيث تستخدم الانترنت في تبادل المعلومات،

¹ P. Bordieu, Sur la Télévision suivi de l'emprise du journalisme, raisons d'agir, édition Paris, 1996, p 39-49.

² لمياء طالة، الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، نبلاء ناشرون وموزعون ودار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن - عمان، الطبعة الأولى، 2014، ص 165.

الرسائل، الصور، الأخبار، وذلك بصورة سريعة ومضمونة بالإضافة إلى تمكين مستعملها من الحديث مع الآخرين بالصوت والصورة.

فالانترنت شبكة مؤلفة من أعداد هائلة من الشبكات موزعة في مختلف أنحاء الكرة الأرضية، تستخدم بروتوكول¹ TCP/IP. ويمكن من خلال الانترنت الحصول على المعلومات حول أي موضوع. ما يسمح بالاتصال والتواصل واكتساب المعلومات من هذه الشبكة الممتدة إلى جميع أرجاء الأرض لتبادل البيانات، لذا سُميت بالشبكة العنكبوتية العالمية. والتي ظهرت نتيجة لمشروع أربانت Arpanet في 1969 تحت رعاية وزارة الدفاع الأمريكية بالولايات المتحدة الأمريكية. والتي صُممت من أجل دعم الأبحاث العسكرية. وفي 1971 ضُمَّت أربانت حوالي 20 موقع من بينها جامعتي أم آي تي وجامعة هارفرد ليصل في 1974 أربانت إلى 62 موقع، وفي 1981 أصبحت تضم أكثر من 200 موقع، أما في العام 1983 انتقل القسم العسكري من أربانت إلى ميلنت MILnet. وتمّ تسريح أربانت إلى العالم رسمياً في 1990، وفي 1992 تمّ إطلاق نظام الورد وايد ويب World Wide Web وبرنامجه، وفي 1993 أصدر المركز الوطني للبرمجة المتفوقة NCSA إصدارات من الموزايك (أول مستعرض ويب رسومي) متوافق مع مايكروسوفت وينداوز وأجهزة ليونيكس. حيث في 1994 أصدرت شركة نت سكايب كومينيكاشن المستعرض نت سكايب نافيجير حيث أصبح موزع بشكل كبير بواسطة الانترنت. وفي ديسمبر 1994 أمر بيل غايتس تركيز شركة مايكرو سوفت لإنشاء برامج الانترنت حيث أصدرت الشركة في 1995 برنامج انترنت اكسبلورر Explorer وهو مستعرض أصبح منافس لنت سكايب نافيجير Skype naviguer. وفي غضون ذلك بدأت شركة نت سكايب ومايكروسوفت وغيرها في إنشاء برامج ملقّمة ويب بأثمان بخصه أو حتى مجانية سهّلت من تطوّر الانترنت شيئاً فشيئاً. أما في 1997 وما بعده أخذت الانترنت تتوسع أكثر فأكثر في المؤسسات الفكرية والبيوت وغيرها. وأصبحت أكثر أدوات الاتصال استعمالاً. بمعنى أن شبكة الانترنت أنا ذاك لم تكن متاحة إلا لفئة معينة، وفي 1995 بدأت شركات الاتصال بتوفير خدمة الولوج

¹ Transmission Control Protocol/ Internet Protocol.

للانترنت حيث يمكن لأي منّا الاتصال من خلالها والاستفادة من خدماتها التي تقدمها باستخدام المودم والخطوط الهاتفية الرقمية العادية ADSL والاشترك في شبكة موردي الاتصال ISP، أما الخدمات التي تقدمها الانترنت فهي عديدة منها خدمة البريد الالكتروني، توفير خدمة نقل الملفات، الولوج عن بُعد للأجهزة، إنشاء مجموعات إخبارية، شبكة الويب العالمية، خدمة الاتصال والتحكّم عن بُعد... الخ¹.

حيث أن الكثير لا يفرق بين الجيل الثالث أو 3G واتصالات الجزائر ADSL من حيث الاستخدام.

أولا : ما المقصود ب 3G معناها الجيل الثالث للهاتف النقال وليس الانترنت كما يعتقد البعض ولكن نظرا لكون هذه الخدمة توفر صبيب أو تدفق عالي للانترنت يمكننا بالتالي من استعمالها في الحواسيب عن طريق مفتاح الانترنت (mobiconnecte) أو عن طريق اللوحات الالكترونية وذلك على ما أظن عن طريق إعدادها مسبقا من طرف مزود الخدمة.

ثانيا : ما هو الفرق بين 3G وبين ADSL اتصالات الجزائر من حيث الاستخدام : الفرق بينهما يكمن في أن 3G تعرف بأنها الانترنت المحمول (internet mobile) نستعملها أينما نشاء أما ADSL فهي الانترنت الثابت (internet fixe) نستعملها في المنزل مع إمكانية استخدام الويفي عن بعد أمتار معدودات حسب قوة التدفق

ثالثا : ما هو الفرق بين 3G وبين ADSL اتصالات الجزائر من حيث قوة التدفق للبيانات عبر الويب 3G توفر قوة تدفق عالية للانترنت بالمقارنة بما يوجد في السوق حيث تصل قوة الصبيب إلى 7.2 ميغا في الثانية أما ADSL اتصالات الجزائر فهي توفر اتصال بطيء جدا بالمقارنة مع 3G حيث أن تدفق البيانات عبر الويب لا يجاوز ما متوسطه 124 كيلوبايت في الثانية إذا كنت مزود باشتراك 1 ميغا

رابعا : ما هو الفرق بين 3G وبين ADSL اتصالات الجزائر من حيث محدودية العرض و سعة الانترنت : للأسف لقد جاءت عروض الجيل الثالث بأمر مخيبة للآمال حيث أنها تباع للمستخدم سعة انترنت

¹ Benadjema Mostafa, Téléformatique, septembre 2005, p 92.

معينة (عوض المدة التي تستخدم فيها الانترنت) يجب استهلاكها في مدة محددة بالإضافة إلى ذلك . لكن في المقابل ADSL اتصالات الجزائر تمنحك سعة انترنت غير محدودة في نطاق صبيب ضعيف للانترنت¹

في الأخير اعتقد أن الغلبة ستكون ل ADSL اتصالات الجزائر في ظل هذه العروض الانتهازية والتي تعتمد على المغالطة و جهل الناس بالتقنية بل وصل الجشع بهم بمطالبة المشتركين والتنويه عليهم بان بعض البرامج تتطلب تحديثات مستمرة لذلك يجب تعطيلها هذا في ما يخص البرامج و ما العمل مع نظام التشغيل يا ترى أنتزكه من دون تحديث لتجد نفسك نقطة لتوزيع الانترنت اعتقد أن أفضل حل في هذه اللحظة هو المقاطعة و هذه ستكون رسالة واضحة لمعاملي الهاتف النقال لفتح اشتراك بلا حدود أو قيود يلبي جميع احتياجاتنا من تحميل أو إبحار على النت أو مشاهدة حية للقنوات ... الخ

أما ADSL اتصالات الجزائر خاصة بعد التحسينات التي طرأت عليه. ورغم رداءتها إلا أن الجميع يحنو لها لهوسه أن يكون على المباشر وفي أي مكان في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، والذي أصبح الفيسبوك من السلوكيات اليومية للفرد الجزائري، وليس الجزائري فحسب بل والعالمي وحتى أنها أصبح يؤثر في قرارات وحركات سياسة كل بلد!

- فمن حيث ايجابيات الانترنت فلا حصر لها ولا يمكن تحديدها بنقاط لأن هذا يعود لمستخدم الانترنت نفسه، ومنها:

- استخدام الانترنت في مجال الدراسة والتعلم، حيث توفر الكثير من الموسوعات والمراجع التي تشكل مصدراً هائلاً للمعلومات في تحضير الأبحاث والواجبات المدرسية.
- تنمية مهارات الاستطلاع والتعلم الذاتي، حيث تصوغ الانترنت شكلاً جديداً للتعليم والتعلم الاستكشافي.

¹ مستخرج من الرابط: <http://www.startimes.com/f.aspx?t=33679948> في 2014/11/18 على الساعة 13:10.

- تنمية مهارة الأسلوب التفاعلي ومشاركة المعلومات والآراء.
- تعلّم فن التجارة والتسويق الإلكتروني
- استكشاف كل ما هو جديد من ابتكارات في العالم.
- تعلّم اللغات الأجنبية.
- تعلّم مهارة التواصل والحوار والتفاعل مع جنسيات مختلفة عبر العالم والاطلاع على ثقافات وعادات مختلفة.
- ممارسة الألعاب الجماعية ونقصد هنا ألعاب الذكاء والثقافة.
- التسلية والترفيه وتحميل الموسيقى والأفلام.

- كما لا تخلو الانترنت من السلبيات ومنها:

- التعرّض لعمليات النصب والاحتيال.
- نشر مفاهيم العنصرية.
- التشجيع على عمليات الانتحار والإدمان على المخدرات والتحرّش الجنسي وممارسة السحر عبر غرف الدردشة والتي يتعرّض لها العديد من المراهقين.
- المواقع الأخلاقية المتوقّرة بكثرة على شبكة للانترنت .
- الدعوة لأفكار غريبة منافية للدين الإسلامي ومفاهيمه وقيمه كعبدة الشيطان والعلاقات الشاذة...
- استخدام مواقع التجسس واختراق المواقع (الهكرز) لإزعاج الآخر وأحياناً إلى ابتزازه.
- الانغماس والعيش في حياة افتراضية ومع أناس افتراضيين الذي يؤدي إلى نشر الإشاعات والتشهير بالأفراد.

- الإفراط في استخدام اللهجة العامية واللغات الأجنبية والابتعاد عن اللغة الأم وهي لغة القرآن "العربية"
- التعب الجسدي والإرهاق والاكتئاب والابتعاد عن العلاقات الأسرية والاجتماعية الواقعية والذي يسببه الاستخدام الطويل للكمبيوتر.

2.2. الانترنت: مجالات، الخدمات، الميزات:

يرتبط الملايين من المشتركين على الكرة الأرضية في هذه الشبكة العنكبوتية بهدف الاتصال والتواصل، نقل وتبادل الأفكار والمعلومات، ومن مميزات الانترنت مايلي:

أ- التفاعلية Ineractivity:

وهي من أهم السمات، وتتضمن التفاعلية التخاطب الفوري Chatting وخدمات البريد الالكتروني E-mail، والتي تمكن القارئ من التفاعل وإبداء رأيه. وهناك أنواع من التفاعلية، منها الإرشادية والتي ترشد المستخدم إلى الصفحة التالية أو الرجوع إلى الصفحة التي قبلها، والتفاعلية الوظيفية والتي تتم من خلال البريد الالكتروني والحوار، والتفاعلية التكميلية وهي التي تتيح لموقع الشبكة أن يتكيف وسلوك المستخدمين¹.

ب- تعدد الوسائط Multimedia:

ويقصد بها الصوت والصورة الثابتة والمتحركة والفيديو،... وهي تختلف من موقع لآخر، وهناك مواقع تجمع كل الوسائط بينما هناك مواقع وسيطة أو اثنان².

¹ عبير الرحباني، الاعلام الرقمي (الالكتروني)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، الطبعة الأولى، 2012، ص 139.

² عبير الرحباني، مرجع سبق ذكره، ص 139.

ت- النص الفائق¹:H.T.M.L:

وهو لغة البرمجة المستخدمة لإنشاء وثائق نصوص مترابطة يمكن استخدامها في جهاز الكمبيوتر، وتحتوي وثائق النص المترابطة على روابط Links والتي بواسطتها يستطيع المستخدم الانتقال من معلومة لأخرى في ذات الصفحة. على سبيل المثال يمكن لمستخدم الشبكة أن يتصفح موضوعا سياحيا، فيبدأ بالتصفح عن السياحة في الجزائر، فيجد أن الصفحة تحوي روابط تتمثل في مناطق سياحية لوهران والعاصمة وغيرها².

ث- التزامنية واللاتزامنية:

التزامنية هنا هي الحداثة والآنية والتجديد المستمر، أما اللاتزامنية فتعني استقبال المعلومات والرسائل غير أوقاتها أي بطريقة غير آنية، بينما نجد أن هناك مواقع كخدمة البريد الإلكتروني تمتاز باللاتزامنية حيث تخزن الرسائل في Inbox ويمكن تأجيل قراءتها إلى غير موعد³.

ج- اللاجماهيرية:

والمقصود بها أن الرسائل الاتصالية لم تعد محصورة ومغلقة من فرد لآخر ومن مستقبل إلى مرسل فقط. بل انتشرت عبر جميع أنحاء العالم، بحيث تصل الرسالة من المرسل إلى المستقبل بطريقة فورية⁴.

ح- التحويل:

حيث لم تعد الرسالة والمعلومة على صورتها، بل يمكن تحويلها بسهولة من رسالة نصية إلى صوتية ومن صوتية إلى صوتية،...بالإضافة إلى إمكانية ترجمة النص من لغة إلى لغة⁵.

¹ Hypertext Transport Protocol

² عبير الرحياني، مرجع سبق ذكره، ص 140.

³ عبير الرحياني، مرجع سبق ذكره، ص 140-141.

⁴ عبير الرحياني، مرجع سبق ذكره، ص 141.

⁵ عبير الرحياني، مرجع سبق ذكره، ص 141.

خ- التأثير:

حيث أصبح المستخدم يتفاعل مع ما تقدمه الانترنت من خلال التأثير سواء كان ايجابيا أم سلبيا¹.

- ومن الخدمات التي توفرها الانترنت مايلي:

أ- خدمة تقديم الأخبار:

تعد هذه الخدمة أهم الخدمات التي توفرها الانترنت، فقبل ظهور الانترنت كان يتم تناقل وجمع وصناعة وطباعة الأخبار... بطريقة تقليدية وذلك من خلال القلم والورق... أما بعد ظهور الانترنت فأصبح تجميع وصناعة ونشر الأخبار بشكل الكتروني أسهل وأسرع... والتي أصبح تناقل الأخبار من خلالها بشكل عاجل².

ب- خدمات اقتصادية:

وتقدم هذه الخدمة أخبار البورصات... والتي استفادت منها البنوك والمؤسسات المصرفية لمتابعة أعمالها اليومية³.

ت- خدمة التعليم والتعلم عن بُعد:

تقدم الانترنت خدمة التعليم توفير المكتبات الالكترونية وخدمة تحميل الكتب والمجلات العلمية، وتوفير المواقع التعليمية عن بُعد بالصوت والصورة وهي مقتصرة في أمريكا وأوروبا على المراحل الابتدائية فقط.

¹ عبير الرحباني، مرجع سبق ذكره، ص 141.

² عبير الرحباني، مرجع سبق ذكره، ص 142.

ث - خدمة البريد الإلكتروني:

وهي خدمة إرسال واستقبال الرسائل الإلكترونية والتي من الممكن أن تتضمن النصوص والفيديوهات والصور والرسومات وغيرها، وتمتاز هذه الخدمة بالتفاعلية والوسائط المتعددة، وانخفاض تكلفته ووفرة الوقت والجهد وإمكانية نشر المواد لأكثر من شخص في نفس الوقت والاحتفاظ بهذه المواد وطبعتها.

ج - خدمة التجارة الإلكترونية:

وهو ممارسة النشاط التجاري عبر الانترنت بين شخص وشخص أو مؤسسة وأخرى والتي ظهرت هذه الخدمة في 1991... للترويج للسلع¹ وبعدها تطورت العملية التجارية الإلكترونية إلى عملية البيع والشراء من خلال الانترنت في مختلف المواد من كتب وملابس والأفلام والموسيقى وإكسسوارات وأجهزة مختلفة وبرامج وغيرها...

ح - خدمة تقديم المعلومات:

تقوم شبكة الانترنت بتوفير المعلومات المتنوعة في شتى المجالات وبسرعة فائقة².

خ - خدمة التخاطب والمحادثة:

توفر الانترنت خدمة التخاطب الفوري أو المحادثة المباشرة... من خلال ما يسمى بغرفة الحوار (Chat

Room)³.

د - خدمة السياحة والسفر:

بإمكان المستخدم لشبكة الانترنت الحجز المسبق للفنادق... بالإضافة لإمكانية حجز تذكرة القطار⁴.

¹ عبير الرحياني، مرجع سبق ذكره، ص 146.

² عبير الرحياني، مرجع سبق ذكره، ص 147.

³ عبير الرحياني، مرجع سبق ذكره، ص 147.

⁴ عبير الرحياني، مرجع سبق ذكره، ص 148.

ذ- الاتصال الجماهيري:

أصبحت الانترنت وسيلة هامة من وسائل الاتصال الجماهيري من خلال عرض الأخبار.. من صوت وصورة وفيديو... الخ، حيث يمكن الاستماع للإذاعة... وقراءة الصحف الالكترونية... والتي تمتاز بالتفاعلية¹.

ر- خدمة التواصل الاجتماعي:

ظهرت خدمة التواصل الاجتماعي عبر موقع الفايسبوك في 2005² وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبح لها دور مهم جدا في اقتصار التواصل بين الأفراد على شاشة الكمبيوتر وكذا تحديد مصير العالم وخلق الثورات ونشر الأحداث فوراً.

2. 3. الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي:

مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب (Web 2.0) حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (جامعة، البلد، العمل،...) بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر، كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتحونها للعرض.

وتتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية. فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم. وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين.

فشبكات التواصل الاجتماعي خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجميع المستخدمين، وذلك للمشاركة في الأنشطة والاهتمامات وتكوين الصداقات، حيث أن معظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل: المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة،

¹ عبير الرحياني، مرجع سبق ذكره، ص 148-149.

² عبير الرحياني، مرجع سبق ذكره، ص 149.

والبريد الإلكتروني، والفيديو والتدوين، ومشاركة الملفات وغيرها... ومن أشهر هذه الشبكات الاجتماعية: فايسبوك، تويتر، ماي سبييس، لايف بوون، هاي فايف، وأوركت، غوغل بلس، والانستغرام.

وتتعدد تعريفات شبكات التواصل الاجتماعية من باحث لآخر. حيث يعرفها بالاس Balas (2006) على أنها "برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعض البعض للعديد من الأسباب المتنوعة" وبالمثل يعرفها بريس Preece و مالوني كريشمار Maloney Krichmar على أنها "مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج"¹.

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعية أيضا على أنها "مواقع إلكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في الشبكات الاجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات اجتماعية"². "مواقع الشبكات الاجتماعية هي مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي يعرفون فيه بأنفسهم ويتبادلون فيه الاهتمام، يقوم الأفراد من خلال هذه المواقع بنشر عدد من المواضيع والصور والفيديوهات وغيرها من النشاطات التي يستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة وتتيح هذه المواقع العديد من الخدمات التي تختلف من موقع إلى آخر نوجزها في التالي:

❖ الملفات الشخصية أو صفحات الويب: وهي ملفات يقدم فيها الفرد بياناته الأساسية، مثل

الاسم، السن، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات، والصور الشخصية، ويعد الملف الشخصي هو بوابة الوصول إلى عالم الشخص.

¹ Wasinee Kittiwongvivat, Pimon Rakkangnan, Facebooking your dream, Master thesis, 2010, p 20.

² Xue Bai and Oliver Yao, Facebook on compus, the use and friend formation in online social networks, college of Business and Economics, Lehigh university, 2010, p 02, (online <http://ssrn.com/abstract=1535141>)

❖ **الأصدقاء أو العلاقات**: وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم في الواقع، أو

الذين يشاركونه الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه، ولكن تتيح الشبكات الاجتماعية فرصة للتعرف مع أصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين.

❖ **إرسال الرسائل**: تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل، سواء إلى الأصدقاء الذين في قائمة الشخص،

أو غير الموجودين في القائمة.

❖ **ألبومات الصور**: تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات، ورفع مئات

الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها أيضا.

❖ **المجموعات**: تتيح مواقع الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات لأهداف محددة، ويوفر موقع

الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتدى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء وكذا دعوة الأعضاء لتلك المجموعة، ومعرفة عدد الحاضرين وغير الحاضرين.

❖ **الصفحات**: تم استخدام هذه الخدمة على المستوى التجاري بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة

بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع، أو المنتجات للفئات التي يحددها.

2. 1.3. نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل موقع classmates.com

في 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع sixdegrees.com في 1997 وركز هذا الموقع على الروابط المباشرة

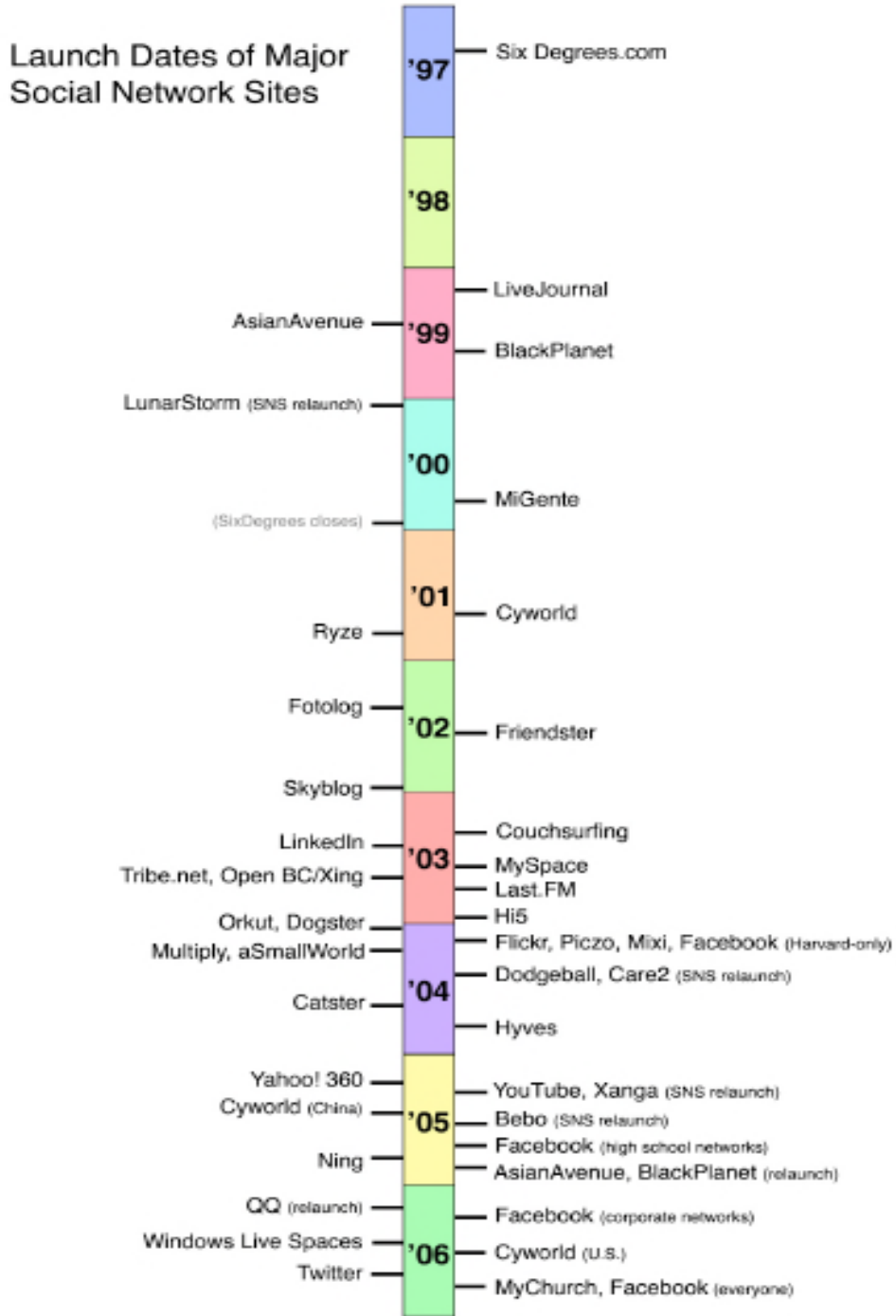
بين الأشخاص. وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة

من الأصدقاء. وبالرغم من توفير تلك المواقع كخدمات مشتبهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدرّ ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها بعد فترة. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع هي الأخرى أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2001 ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدي صفحته أكثر من غوغل وهو ماي سبايس الأمريكي ويعتبر أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير وذو الشعبية فايسبوك، والذي أيضا في الانتشار الموازي مع ماي سبايس حتى قام الفايسبوك في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدميه بشكل كبير.

أما في الجزائر، بلغ عدد المسجلين على موقع فيسبوك 4 ملايين ونصف في مارس 2013 محتملة بذلك المرتبة 41 عالميا، حسب الموقع¹ 76% من المسجلين هم من الذكور و33% إناث، كما أن 90% منهم لا يتجاوز عمرهم 35 سنة.

¹ <http://3.bp.blogspot.com/Hj91US9eou/uxs71w-F2nl/AAAAAAAAIWC/p-8Q1K7/ooFU/S1600/nars2014.jpg>
مستخرج يوم 22 مارس 2014 على الساعة 19.38.

الشكل الأول: ¹ يوضح تطور الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت



¹ Danah.m, Boyd Nicole B. Ellison. : **Social Network Sites; Definition, History and Scholarship**, *Journal of computer Mediated Communication*, vol :(13,1), 2010 [online], <http://icmc.indiana.edu/vol13issue1/boyd.ellison.html> تم استخراجها في يوم: 22 مارس 2014 على الساعة: 20:22

2.3.2. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

ومن المميزات التي تجعل من شبكات التواصل الاجتماعي، أنها تختلف عن المواقع الموجودة على شبكة الانترنت. وما جعلها تستقطب العدد الهائل من مستخدميها وهي:

• **سهولة الاستخدام:** من المميزات التي ساهمت في انتشار شبكات التواصل الاجتماعي هي بساطتها،

التي تسمح لأي فرد ذو قدرة أو أقل مهارة من أن يُدير موقع من مواقع التواصل الاجتماعي.

• **الاهتمام:** فمن خلال المصالح المشتركة أو الاهتمامات نفسها بُنيت الشبكات الاجتماعية، لأنها توفر

الألعاب والموسيقى، وتهتم بالسياسة والصحة والثقافة وغيرها من المجالات التي تجذب اهتمام الفرد المستخدم لها والتي يتشارك فيها مع غيره.

• **التفاعلية:** ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل بين الأفراد المستخدمين لها بحيث

يشعرون بالانتماء والتضامن فيما بينهم.

• **التعريف بذات الفرد:** من أول استخدام لموقع من مواقع التواصل الاجتماعي يتطلب من الفرد

المستخدم أن يدي باسمه وكنيته وتاريخ مكان الولادة، والمستوى الدراسي ومكان الذي درس فيه

واهتماماته من أفلام وموسيقى وبرامج تلفزيونية وصور...، والتي بإمكانه أن يشاطرها مع أصدقاء آخرين

والتي يشاركونهم ويتشارك معهم في نفس الاهتمامات.

2.3.3. أهم مواقع التواصل الاجتماعي:

انتشر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت في العالم، بوتيرة فاقت كثيرا من التوقعات،

وأصبح "فايسبوك" و"تويتر"، ضمن السلوك اليومي لكثير من مستخدمي الإنترنت، سواء عبر أجهزة الكمبيوتر أو

الأجهزة الدفترية، وكذلك عبر الهواتف المحمولة.

ونتيجة لقوة انتشار وسائل الإعلام الإلكتروني . الذي يصفه البعض بأنه «إعلام بديل»، الذي أصبح فضاء يومياً يضح بالمعلومات والآراء والصور والتفاصيل اليومية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية . تبهت كثير من الدول إلى هذا التحول، وعززت صفحات لها عبر مواقع التواصل، لتوثيق التواصل بين الناس وبين المؤسسات والشركات، وتقديم خدمات جديدة للأهالي، توفر عليهم الوقت والمال والجهد. ومن المواقع التي تعتبر الأكثر شعبية واستخداماً هي:

❖ موقع الفايسبوك: (سنتطرق إليه بشكل مفصل نظراً لأنه أساس دراستنا)

الموقع الرسمي الفايسبوك أو (facebook) هو www.facebook.com موقع من مواقع التواصل الاجتماعي التي تنتمي إلى مواقع الويب 2.0 (Web 2.0) ويمكن الاشتراك به مجاناً تديره شركة facebook محدودة المسؤولية كملكية خاصة بها.

فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو العمل أو المدرسة أو الإقليم... الخ. وذلك من أجل الاتصال مع الآخرين والتفاعل معهم، ويمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل لهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

حيث تعود فكرة تسمية الموقع بـ"فيسبوك" أو "كتاب الوجه" في الأساس إلى دليل الصورة الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكية لأعضاء هيئات التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن تعريفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعارف، حيث يعرف هذا الدليل في الولايات المتحدة أيضاً بهذا الاسم¹.

وشعار هذا الموقع هو: "الفايسبوك شبكة اجتماعية مجانية وستبقى كذلك" أو كما هو مكتوب: "it's free and always be"، وهذا ما يعني أن الطابع التجاري في هذه الشبكة يأتي بعد الطابع الاجتماعي الإنساني،

¹ سحر ناصر، حرب بيانات باردة بين غوغل والفايسبوك، مسترجع من موقع الإسلام أون لاين يوم: 2014/03/11 على الساعة: 10:32
http://www.islamonline.net/Arabic/news/2010-02/06/13.shtml?utm_so

فأول ما فكر فيه مؤسس هذه الشبكة هي كيف يجعل الكل متواصل ومتصل مع الآخر بجميع الطرق أينما كان. وبعدها يفرض الطابع التجاري نفسه كعمول لأرباح المؤسسة عن طريق الإشهار والبيع والشراء ومختلف التطبيقات وكذا الأعمال التي تحصل داخل هذه الشبكة.

ويعرفها قاموس الإعلام والاتصال " **dictionary of media and communications** " على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة profiles وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين. لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص¹.

قام مارك زوكربورغ (Mark Zuckerberg) بالاشتراك مع زملائه داستين موسكوفتيز (Dustin Moskovitz) وكريس هيوز (Chris Hughes) في جامعة هارفارد (Harvard) وقتها، وهم مختصون في البرمجيات ودراسة علوم الحاسب بتأسيس الفايسبوك كشبكة اجتماعية عام 2004، ليفتح مجال العضوية به أما جامعات ستانفورد (Stanford) وكولومبيا (Columbia)، وجامعة يال (Yale) بعد ذلك.

ثم اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليصبح شيئاً فشيئاً متاحاً للعديد من الجامعات من كندا وولايات المتحدة الأمريكية. وفي 26 سبتمبر 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر 13 فأكثر، واللذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح.

وكما ذكرنا سابقاً فإن موقع الفايسبوك يتصدر المركز الأول من حيث مواقع التواصل الاجتماعية الأكثر استخداماً وشعبية عامياً بـ 1.23 مليار. وبما أن مكان دراستنا سيتم بالجزائر تحديداً. فقد بلغ عدد المسجلين على موقع فيسبوك 4 ملايين ونصف في مارس 2013 محتملة بذلك المرتبة 41 عالمياً، حسب الموقع² 76% من المسجلين هم من الذكور و33% إناث، كما أن 90% منهم لا يتجاوز عمرهم 35 سنة.

¹ نقلاً عن عبدالي أحمد أحمد، مستخدمو الانترنت، مذكرة ماجستير -غير منشورة-، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، (2002-2003).

² <http://3.bp.blogspot.com/Hj91US9eou/uxs71w-F2nl/AAAAAAAAIWC/p-8Q1K7/ooFU/S1600/nars2014.jpg>
مستخرج يوم 22 مارس 2014 على الساعة 19.38.

أما عن الوصف التقني لموقع الفاييسبوك، فهذا الموقع لديه مجموعة من الميزات التي تسمح لمستخدميه التواصل فيما بينهم ونشر المعلومات في شتى المجالات ومن بين هذه الميزات مايلي:

أ- **الرصيد (compte):** وهي الخاصية متوفرة على أربع أنواع :

1. **رصيد المستخدم (profile):** من خلاله يتم التعرف على الشخص عن كتب من خلال معرفة

جنسه، سنه، تاريخ ومكان ولادته، أصله الجغرافي، الأماكن التي درس فيها، الشهادات المتحصل عليها، عمله، وكذا اهتماماته.

2. **صفحات المعجبين (les pages des fans):** وهي خاصة بالمشاهير والمؤسسات

والشركات المحلية والعالمية لغرض الإشهار

3. **المجموعات (les groupes):** تهتم بنشر أفكار أو قضايا كل بما يختص

4. **أحداث (événements):** وهي خاصية التذكير للتجمع لإحياء حدث ما واقعي.

ب- **الحائط (mur):** هي صفحة مخصصة لكل مستخدم فاييسبوك، بحيث تسمح لأصدقائه

المنتهمين له بإرسال تعليقات ونشر صور وفيديوهات من وإليه.

ت- **الحالة (statut):** مكان مخصص لتعبير المستخدم عن مكان وجوده وحالته النفسية وعن ما

يقوم به من أعمال، ومن خلاله أيضا يستطيع أن يتقاسم مع الآخرين الصور و links وغيرها من النشاطات.

ث- **الصور (photos):** يمكن تحميل صورة أو ألبوم من الصور من جهاز ال USB أو Memory

card أو جهاز الحاسوب الآلي أو حتى الهواتف النقالة الذكية أو غيرها من الأجهزة إلى الفاييسبوك الخاص

بك، حيث يتم حفظها وتخزينها على الحساب الشخصي للمستخدم كما يمكن المصطلح عليها أن يخزنها هو الآخر.

ج- **النكزة أو البحث بفضول (Poke):** وهي خاصية تسمح للمستخدم أن يرسلها لأحد من الأصدقاء أو من غير الأصدقاء لإثارة انتباهه بأنه يتتبعه ويرحب به.

ح- **التشارك share أو partager:** تسمح للمستخدم أن يتقاسم (الصور، الفيديوهات، الأحداث... الخ) مع أصدقائه أو مع أي مجموعة هو منتمي إليها.

خ- **الرسائل (messages):** وهي خاصية إرسال رسالة لأي شخص عبر الفايسبوك سواء كان من ضمن لائحته أو من غير لائحته.

د- **الإعجاب (j'aime):** هي خاصية لم تكن موجودة عند ظهور الفايسبوك لأول مرة، حيث قام المطورون بإصدارها وتعني إن أعجبت بشيء منشور من صور أو غير ذلك تقوم بنقر j'aime.

ذ- **الأحداث (Events):** تجمّع قصد إحياء ذكرى أو حدث معين

ر- **الدردشة (chat):** أصدره الموقع باستخدام برنامج « Comet » وهو ميزة تشبه الرسائل لكن إن كان الفرد المراد الدردشة معه على المباشر فتطلق عليها بالدردشة وليس الرسائل.

وفي عام 2006 طرأ على الفايسبوك نوعاً من التحديث من قبل المطورين، من بين هذه السمات هي facebook note، وكذا خاصية News feed وهي ما يظهر على الصفحة الرئيسية. بحيث تنشر كل التغييرات التي تطرأ على بروفایل من حالة الارتباط (أعزب، مرتبط، علاقة معقدة، علاقة حرة، متزوج، مطلق) والتعبير عن المزاج

بإضافة الرموز المتوفرة لدى الفايسبوك والتي كانت في وقت ما جامدة والآن ومع 2014 أصبح يمكن للمستخدم أن ينزل مجموعة من الأيقونات المتحركة (Emoticons)¹، وكذا أعياد ميلاد أصدقائك المنتمين لقائمتك.

والخاصية الأجمل هي (Webcam) والتي جلبت العديد من الأفراد إلى استخدام الفايسبوك دون غيره ممن يوفرون نفس الخدمة كـ "MSN, Skype...". وهذا بتفعيل الخدمة والتي تسمح للمستخدم بعد ذلك بالتواصل بالصوت والصورة مع الأصدقاء المنتمين إلى قائمته.

إلا أن كل ما يتعلّق بصفحة المستخدم الشخصية ومن مشاركاته ومن حالة المدينة وتاريخ ومكان ولادته وأماكن دراسته وغيرها من المعلومات الشخصية والاهتمامات، يتوقف الاضطلاع عليها من قِبَل الآخرين حسب ضبط الإعدادات الخصوصية وهي ميزة يوفرها موقع فايسبوك للقدرة على التحكم في البيانات الخاصة بالمستخدم ومن يستطيع رؤيتها سواء له فقط، أصدقائه المقربين، منشورة للجميع، أصدقائه وأصدقاء أصدقائه، أو لمجموعة من الأصدقاء يعينها هو.

حيث أصبح للفايسبوك أهمية اجتماعية، ثقافية، اقتصادية، وسياسية. فلق أثر في الفكر الإداري والتنظيمي للمجتمعات الحديثة وأنتج مفاهيم جديدة حول أسس التنظيمات من حيث البنية، القيادة، الاتصال، والاستفادة من مواهب الجميع...

❖ اجتماعيا، فالفايسبوك غير من فكرة "الهرمية" أو الطبقيّة... في التنظيمات التقليدية...²، وهذا ما يعني

إنهاء الهرمية الطبقيّة في البناءات التنظيمية المجتمعية، وفي نفس السياق تعتبر المجتمعات الافتراضية عامة

¹ يمكنك الاضطلاع على مجموعة من الأيقونات المتوفرة على الفايسبوك في الملحق رقم 5.3 ص 237، و6.3 ص 238-239.

² محمد بن مختار الشنقيطي، الانترنت - ثورة الفقراء في عصر التواصل، مستخرج من <http://www.aljazeera.net/NR/exeres/08806D71-3787->

يوم: 2014/10/22 على الساعة: 14:12 40EC-AE02-139CBA977E1A.htm

والفايسبوك خاصة مصعد اجتماعي¹ (Ascenseur sociale)، وذلك بخلق مجتمع متآلف ومتجانس بين أفرادها بغض النظر عن حالتهم الاجتماعية أو المادية...

وكذا تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي لتوطيد العلاقات وكذا للتعبيئة أي في المدونات الدفاعية وذلك بطرح مجموعة المدونات تنشر على صفحات معينة معنية بالدفاع عن حقوق الإنسان أو لمكافحة آفة اجتماعية معينة، كالفساد الحكومي والظلم والتهور البيئي أو غيرها...

❖ أما اقتصادياً، فكما ذكرنا سالفاً، يقوم المطورون باستعمال المعلومات الشخصية للمستخدم لتوجيه الإشهار الخاص بالشركات والسلع الاستهلاكية. أي توجيه الإعلان للمستخدم حسب رغبة هذا الأخير وميوله، بحيث رصد هذه الميول والرغبات عن طريق معلوماته الشخصية التي ينشرها على صفحة الفايسبوك الخاصة به.

ففي دراسة² تُظهر أن 43% (من مجموع مؤسسات أُجريت عليها الدراسة) تقوم بتخصيص مبالغ هائلة للترويج لمنتجاتها على الشبكات الاجتماعية، وبهذا الكم الهائل من المعلومات الشخصية تسعى الشركات الكبرى إلى استعمال تقنية الإعلان الموجه، أي توجيه الإعلان المناسب للمستخدم المناسب يتناسب مع ميوله ومتطلباته وعلى حسب المعلومات التي ينشرها عنه.

كما أن هناك خدمات ما تسمى بالـ «app store» وهي منتشرة بكثرة كما يمكن استخدام صفحات «pages de fans» لأغراض تجارية يعرض فيها المستخدم سلع وخدمات كما هناك مجموعة مفتوحة للجميع يُعرض فيها المستخدمون أغراضهم وسلعهم للبيع.

¹ Ascenseur sociale: داخل المجتمعات الافتراضية عامة والفايسبوك لا وجود لتقسيم اثني، طبقي، أو جنسي أو ديني... يمنع المستخدمين من التواصل فيما بينهم داخله، فالكل له الحق في التواصل عن طريقه دون قيود.

² 43% des entreprises recrutent des nouveaux clients via les réseaux sociaux ; comment ça marche ; مستخرج في يوم: 2014/10/22 على الساعة 16:47 «<http://www.commentcamarche.net/news/5855>»

❖ أما سياسياً، "توجد مدونات التسويق السياسي... بل نجدها أكثر تغلغلا وتأثيراً في توجيه الرأي وصناعة القرار. وقد كشفت الانتخابات الرئاسية الأمريكية في (نوفمبر 2008) فعالية الشبكات الاجتماعية على الانترنت، والمدونات في المد من شعبية باراك أوباما وبينت أن شبكات البث الكبرى والتي لا تزال تحظى باهتمام الجماهير مثل: « time watner, CNN » لم تمنع فعل التدوين من اتخاذ منحى تعبوي جماهيري على مستوى استقطاب اهتمام مختلف الفئات المجتمع، بل إن باراك أوباما اتخذ من الشبكات الاجتماعية مثل: الفيسبوك والمالي سبايس، ومن المدونات سلاح خفي لإنجاح حملته الانتخابية والفوز بالرئاسة، إيماناً منه بأن التأثير في الجماهير إنما يتحقق عبر شبكة الانترنت خصوصاً في مجتمع مثل المجتمع الأمريكي¹. وكذا ما حصل من ثورات على مستوى الوطن العربي بما يسمى بالربيع العربي! جراء نشر ما يحصل في بلدانهم من ليبيا، مصر وتونس، وسوريا مؤخراً.

فقد تغير مفهوم التظاهر والاحتجاج بعد وجود وسائل كشبكات التواصل الاجتماعي، فلم يعد بالضرورة ذلك الحشد البشري المادي المثير للصحخ والمؤدي للشغب والتخريب والقتل كما يحدث في بلدان العالم العربي. وإنما أصبحت أمواج الرسائل الاحتجاجية أو التأييدية التي ترد عبر الانترنت تعوّض الاحتشاد المادي في مكان واحد، وإذا رأى أهل القضية أن يتفادوا المواجهة المباشرة مع القوى القمعية أو اجتناب الآثار السلبية والثلثن الباهظ للاحتشاد المادي، وقد برهنت العرائض الإلكترونية التي يوقعها آلاف أو ملايين الناس على أنها أداة سياسية فعالة تغني أحياناً عن هذه المظاهرات الحاشدة²

فقد تفتنّ رجال السياسة والإعلام السياسي إلى أهمية وفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي خصوصاً الفيسبوك في الحياة السياسية وهذا لغرض استهداف فئة الشباب والجامعيين لتمويل حملاتهم الانتخابية وكسب الأصوات والدعم وهذا ما لاحظناه خلال الفترة الانتخابية بالجزائر

¹ عبد الله الزين الحيدري، الإعلام الجديد، النظام والفوضى، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد السادس، بدون سنة، ص 33.

² محمد بن مختار الشنقيطي، الانترنت - ثورة الفقراء في عصر التواصل، مرجع سبق ذكره، مستخرج من <http://www.aljazeera.net/NR/exeres/08806D71-3787-40EC-AE02-139CBA977E1A.htm> يوم: 2014/10/22 الساعة: 14:12

❖ ثقافياً، الأهمية الثقافية للفايسبوك ظهرت بمجرد ظهور التفاعل داخل المجتمعات الافتراضية وهي التعرف والتعريف مع أناس ليسوا من ثقافتك ولا من بيئتك، وهذا نوع من الثقاف والافتتاح على الآخر. إلى جانب مجموعة من الافتراضات التي خلقها المجتمع الافتراضي وهي الثقافة السيبرية بمعطيات جديدة دخلت على ثقافتنا بطريقة اعتباطية.

❖ التويتتر (Twitter):

وهو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي شهرةً وأكثرها استخداماً بعد الفاييسبوك، موقع الرسمي <https://twitter.com>، ويمثل التويتتر شبكة معلومات آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف ما يحدث في الحين، بحيث يطرح الموقع على واجهته سؤال: « what's happening now ? » ويجعل الإجابة تنشر إلى الملايين عبر العالم على الفور¹. ويقدم لمستخدمه مساحة على شكل مدونة صغيرة يكتب عليها ما يشاء دون أن يتعدى 140 حرف. بدأ عام 2006 كخدمة عن طريق الرسائل القصيرة عبر الهاتف SMS يتبادل المستخدم من خلالها تفاصيل حياته مع الآخرين، ثم تطور الموقع وأصبح يستعمل لأغراض أخرى كتبادل الآراء والنقاش حول مواضيع الساعة. تدريجياً، ويضم عدداً هائلاً من المسجلين وخاصة الشخصيات المهمة كالسياسيين والمشاهير، توفر لهم المعلومات والأخبار وتفتح لهم مجالات النقاش.

❖ اليوتيوب (Youtube):

موقعه الرسمي www.youtube.com، حيث اختلفت الآراء ما إن كان موقع اليوتيوب من مواقع التواصل الاجتماعي. فالبعض يعتبرونه videos sharing sites. هناك شعار على صفحته الأولية وتعتبر فكرته المبدئية وهي: "Broadcast your self".

¹ Jeffrey Bellin, **Facebook, twitter, and the uncertain future of present sense impressions**, University of Pennsylvania Law Review, 2012, Vol.160, p 331.

تأسس هذا الموقع في 4 فبراير 2005 بواسطة ثلاث: الأميركي تشاد هيرلي والتايواني تشين والبنغالي جاود كريم اللذين يعملون في شركة « Pay pal » المتخصصة في التجارة الإلكترونية، يد أن جاود كريم ترك رفقاءه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد ليصبح الفضل وراء الثنائي الآخر في ظهور اليوتيوب¹. حيث يقوم الهواة بتحميل فيديوهات قد صوّرت بتقنية عالية أو عن طريق كاميرات الهاتف النقال أو غيره من وسائل التصوير، كما تنشر في الموقع كليات الفيديو التلفزيونية، الأفلام الفنية، ومدونات الفيديو اليومية أو ما يطلق عليها .videoblogging

❖ غوغل بلس (google+):

أنشئها موقع "google"، وهي شبكة تعنى بتواصل مستخدميها مع الآخرين بغية التعارف، تبادل المعارف، والفيديوهات، والصور وغيرها...²

❖ انستغرام (instagram):

موقعه الرسمي www.instagram.com، هو الآخر اختلفت الآراء حوله ما إن كان من مواقع التواصل الاجتماعي. إذ يستطيع استخدامه أن يحمل آلاف الصور التي تعرض على الكل عبر الانترنت ويمكن التعليق عليها من طرف الآخرين.

2. 4.3. القضايا التي تثيرها مواقع التواصل الاجتماعي:

من أهم القضايا التي تثيرها مواقع التواصل الاجتماعي هي مايلي:

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، الأردن، الطبعة الأولى، 2011، ص 194.

² <https://accounts.google.com/ServiceLogin?service=oz&passive=1209600&continue=https://plus.google.com/photos?hl%3Dfr%26gsrc%3Dgplp0%26partnerid%3Dgplp0&hl=fr>

أ- الهوية: جاء في كتاب "الكليات" لأبي البقاء الكفوي: "أن مآبه الشيء هو باعتبار تحقّقه يسمى

حقيقة وذاتا، وباعتبار تشخصه يسمى هوية، وإذا أخذ أعم من هذا الاعتبار يسمى ماهية" وأن "الأمر المتعقل من حيث إنه مقول في جواب "ما هو" يسمى ماهية، ومن حيث ثبوته في الخارج يسمى حقيقة، ومن حيث امتيازته عن الأغيار يسمى هوية¹.

والهوية عند الجرجاني: "الحقيقة المطلقة، المشتملة على الحقائق استمال النواة على الشجرة في الغيب المطلق"². وتستعمل كلمة "هوية" في الأدبيات المعاصرة لأداء معنى كلمة "Identité, Identity" التي تعبر عن خاصية المطابقة: مطابقة الشيء لنفسه، أو مطابقتها لمثيله³ وفي المعاجم الحديثة لا تخرج عن هذا المضمون؛ فالهوية هي: "حقيقة الشيء، أو الشخص، المطلقة، المشتملة على صفاته الجوهرية، التي تميزه عن غيره، وتسمى أيضا وحدة الذات"

ولذلك فإذا اعتمدنا المفهوم اللغوي لكلمة هوية، أو استندنا إلى المفهوم الفلسفي الحديث، فإن المعنى العام للكلمة لا يتغير، وهو يشمل الامتياز عن الغير، والمطابقة للنفس، أي خصوصية الذات، وما يتميز به الفرد أو المجتمع عن الأغيار من خصائص ومميزات، ومن قيم ومقومات.

أما في موضوعنا فتحدث عن الهوية الإلكترونية، وهي الهوية التي تخلقها الفضاءات الافتراضية التي بدورها تخلقها مواقع التواصل الاجتماعي. فبإمكان مستخدم الفايبروك أن يقوم بنشر جميع المعلومات حوله بالتفصيل - وهذا ما ذكرناه سابقاً- من "الاسم، مكان وتاريخ الولادة، مكان الإقامة، صور له، وغيرها...". والتي تحدد هويته. ومباشرة بعد إنشاء الملف الخاص يصبح المستخدم عضواً في المجتمع ويقوم بإنشاء قائمة الأصدقاء

¹ أبو البقاء الكفوي: الكليات، تحقيق: عدنان درويش، ومحمد المصري، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1995 م، ص 961

² الشريف علي بن محمد الجرجاني، التعريفات، دار الكتب العلمية، بيروت، 1995، ص 257

³ الموسوعة الفلسفية العربية، معهد الإنماء العربي، بيروت، المجلد الأول، 1995، ص 821.

التي ستكون أساسا لهذه الشبكة¹، حيث يوجد بعض المستخدمين يُدلون بجوئتهم الحقيقية كما يلجأ البعض لانتحال شخصية ما سواء مشهورة أم مستعارة (افتراضية)، كما يمكن للرجل أن ينتحل صفة امرأة والعكس كذلك. ومثل هذه المسألة التي تؤدي إلى تحقيق مقارنة جديدة للاستفسار عن التساؤلات المطروحة منذ القدم عن العلاقة الكامنة بين الذات والجسد، والتي تهدف لفهم طبيعة الذات الإنسانية، والتي تضعنا أمام صورة واضحة وهي أنه لكل جسد واحد هوية واحدة.

فغالبا ما يوصف الجيل الذي وُلد في نهاية الثمانينيات وبداية التسعينيات من القرن العشرين بـ"جيل الانترنت"، حيث يميل إلى التفاعل والتألف الاجتماعي وبناء هويته الرقمية مستثمرا الآليات التي يتيحها له الفضاء الإلكتروني².

من ضمن الدراسات التي أجريت حول الهوية الإلكترونية، نجد أطروحة دكتوراه للباحثة Fanny

Georges عنونها :

«SÉMIOTIQUE DE LA REPRÉSENTATION DE SOI DANS LES DISPOSITIFS INTERACTIFS»

وفيها قسمت الباحثة الهوية الإلكترونية إلى أربعة أجزاء :

. **هوية تعريفية:** وهي البيانات التي يدخلها المستخدم على الموقع خاصة عند تسجيل العضوية داخله (اسم، اهتمامات...).

. **هوية نشطة:** تتشكل من الرسائل المسجلة من قبل الشبكة والمتعلقة بنشاطات المستخدم، صداقة جديدة على شبكة التواصل مثلا أو تغيير في البيانات الشخصية. موقع فيسبوك يقدم في خدماته معلومات للمستخدم

¹ Richard Harrison and Michael Thomas : **Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning, International Journal of Emerging Technologies & Society, vol(2), 2009, p111**

² الصادق رايح، الهوية الرقمية للشباب: بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي، مرجع سبق ذكره.

عن عدد طلبات الصداقة، أو طلبات العضوية في المجموعات، إضافة إلى ملخص نشاطات أصدقائه على الموقع إن أضاف أحدهم صورة أو سجل عضويته في مجموعة أو انضم إلى مجتمع افتراضي...

. **هوية حسابية:** هي بدورها مسجلة من طرف الشبكة وتنقسم إلى متغيرين، متغير كفيي يحدد مثلاً المستخدمين الموجودين على الخط (en ligne) أو التاريخ آخر مرة كانوا موجودين على الشبكة. ومتغير كمي يتألف من أرقام تتوصّل إليها الشبكة من خلال حساب نشاطات المستخدم، مثل عدد أصدقائه وعدد المجموعات التي مُنصَم إليها، وعدد الصفحات التي أُعجِب بها. غير أن المتغيّر الكمي له تأويل كفيي، فعدد الأصدقاء أو المتابعين المرتفع يدل على شعبيّة المستخدم مثلاً. فالرقم يتعدّى مفهومه الرياضي ويلفت انتباه المستخدم للدلالة التي يشير إليها.

فالهوية الإلكترونية إذن حسب الباحثة، هي تكامل بين هوية تعريفية يدخل بياناتها المستخدم ويتحكّم فيها، يُغيّرُها ويُحدّث بياناتها حسب رغبته الشخصية، وهوية نشطة تسجّل نشاطاته المختلفة على الشبكة والطلبات المقدمة له سواء كانت طلبات صداقة أو طلبات انضمام لمجموعة/ مجتمع افتراضي، وهوية حسابية بمتغيّريها الكمي والكفيي والدلالات التي يشيران إليها.

لذا فإن الهوية في المجتمعات الافتراضية ليس موثوق فيها دائماً، يمكن تزيف اسم الحساب وتسجيل

محددات هوية كاذبة وبالتالي الملامح الاجتماعية تكون مضللة¹.

ب- العزلة الاجتماعية:

من خلال دارستنا تبين لنا أن جُل المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي يقضون وقتاً طويلاً على شاشات الحاسوب وغيرها من وسائل الإعلام والاتصال، بحيث يحسّون بالانتماء إلى هذا المجتمع الافتراضي إذ أنه

¹ Judith S. Donath, **Identity and deception in the virtual community**, London: Routledge, 1998, p13

يثقون بالعلاقة التي تربطهم بالأفراد اللذين قد يكونون هم الآخريين غير حقيقيين إلى حد أنهم يؤمنون لهم ويتحدثون لهم عن خصوصياتهم ويتكلمون الواقعي وأفراده مما يؤدي إلى ما يسمى بالعزلة الاجتماعية.

فيحذر كثير من التربويين والأخصائيين النفسانيين من خطورة إدمان الأفراد للإنترنت أو أي مستحدث تكنولوجي آخر بعامة، لما له من انعكاسات سلبية على ما حياتهم وسلوكهم، حيث تؤدي إلى تدمير قيم المجتمع ومعاييره وانتشار السلوك المضاد للمجتمع كالجرمة، العنف، والفوضى. بالإضافة إلى تعرض الأبناء وخاصة المراهقين في المرحلة الثانوية أو الجامعية لكافة أشكال الاضطرابات النفسية بالاكتئاب والقلق والشعور بالوحدة النفسية والعزلة الاجتماعية والضغط النفسية المتزايدة وفقدان الثقة بالنفس¹.

ت - الخصوصية:

الخصوصية هي الأشياء التي يجذب الفرد أن يبقها سرا ولا يفشيها لأحد غيره، فعندما نتحدث عن الخصوصية فنحن نتحدث عن المعلومات الشخصية التي يدي بها المستخدم على شبكات التواصل الاجتماعي. و نتيجة لشعور مستخدمي الشبكات الاجتماعية بالألفة و الثقة مع من يتشاركون معهم، فإما قد يتشاركون بأكثر مما يجب، سواء في الأمور الشخصية أو ما يتعلق بأماكن عملهم، وما يخص شؤونهم المالية التغييرات الحاصلة في مؤسستهم وفضائهم. مما يتسبب في مشاكل كثيرة بدءاً من الإحراج الاجتماعي و انتهاءً بالملاحقات القانونية. فمجرد أن تكتب في حائطك على " فيسبوك" أنك سوف تقضي أسبوع إجازتك في تركيا، فأنت حتماً بلا وعي منك تعرض منزلك للسرقة².

بحيث من خلال الأجوبة على أسئلة الاستمارة وجدنا أن عدداً كبيراً من مستخدمي الفايسبوك ما يشغلهم هو تتبع أخبار أصدقائهم وما يفعلونه من خلال تتبع صفحاتهم على الفايسبوك.

¹ محمد عبد الهادي وآخرون، إدمان الإنترنت وعلاقته بكل من الاكتئاب والمساندة الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، مجلة كلية التربية ببني سويف، القاهرة، العدد الرابع، يوليو 2005، ص 04.

² ملاك بنت عبد الله: الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، مركز التميز لأمن المعلومات،

<http://coeia.edu.sa/index.php/ar/asuurance-awarness/articles/47-data-privacy/1494-privacy-in-socialnetworks.html> 20:48 على الساعة: 2014/11/23 تم استرجاعها يوم:

خاتمة الفصل:

تطوّرت وسائل الاتصال بين البشر حديثاً بصورةٍ سريعةٍ، فبعد أن كان الاتصال قديماً يتمّ عن طريق الحمام الرّاجل والرّسل، تطوّر الأمر ليصل إلى البريد الورقيّ والهاتف وغيره حتى وصلنا إلى قمة التطور في طرق التّواصل والاتصال حيث ظهر الهاتف الخليويّ والشبكة العنكبوتية (الانترنت) ، فصار العالم كأنه قريةً صغيرةً، وأصبح البشر يتواصلون بعضهم ببعض بسهولةٍ وبدون حواجز، وتخطّوا عقبات الحدود الجغرافية.

وقد ظهرت حديثاً في صورةٍ من صور التطور في التّواصل عددٌ من المواقع الاجتماعية على الشبكة العنكبوتية، فكان منها مثلاً موقع الفيسبوك وتويتر، وقد أتاحت هذه المواقع الاجتماعية للنّاس فرصة التّواصل بل وحتى التّعلم والتّعليم ومتابعة الأخبار بصورةٍ آنيةٍ محدّثةٍ دائماً، فشبكات التّواصل الاجتماعي ساهمت ببناء قاعدةٍ علميةٍ ومعرفيةٍ. وسهّلت الوصول إلى المعلومة وجعلتها بمنناول النّاس.

وعلى الرغم من مزايا شبكات التّواصل الاجتماعي الكثيرة إلا أنّه قد ثبّت أنّ لها سلبيات، فالإنسان حين يجلس لساعاتٍ طويلةٍ أمام شاشة الحاسوب حيث تُلهيه تلك المواقع عن القيام ببعض النشاطات التي كان يقوم بها قبل تعاطيه لمخدر الانترنت، ولا ريب أنّ شدة التّعلق بتلك المواقع يجعل الإنسان انعزالياً يحب الانطواء فضلاً عن ما تسببه تلك المواقع أحياناً من تسهيل التّواصل المحرّم بين الجنسين. فالإنسان الحكيم يعرف كيف يستفيد منها بصورةٍ لا تُشغله عن العبادة والتّواصل الحسيّ الماديّ مع النّاس...، فتلك المواقع هي سلاحٌ ذو حدّين، وعلى الإنسان حسن استعمالها بما يحقّق له الفائدة والمنفعة .

الفصل الثاني: اللغة في موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"

1- اللغة، خصائصها ووظائفها.

2- المجتمعات الافتراضية واللغة.

3- الصفحات وأنواع اللغات المستعملة فيها.

مقدمة الفصل:

يضرِب مفهوم الجماعة الاجتماعية بماضٍ بعيدٍ في تاريخ علم الاجتماع، ولقد تَمَّت دراسة الجماعات الاجتماعية وتفاعلاتها بأشكال وطرق متعدّدة، وأيضا الظواهر المختلفة التي ترتبط بها اعتمادا على فلسفات وخلفيات اجتماعية متباينة. والجديد في هذا الشأن أن الإنترنت ساهم في خلق أنماط غير تقليدية من الجماعات ومن العلاقات الاجتماعية والتواصل والتفاعلات التي لا ترتبط بهوية أو قومية بذاتها، ولا ترتبط أيضا بإطار فيزيقي مُحدّد المعالم والأبعاد. ولكنها تتم عبر الفضاء المعلوماتي الذي تَشكّل بفضل الإنترنت.

لا يشترط في تأسيس هذه الجماعات بيئة جغرافية واحدة أو هيكل أو بناء مُحدّد لها كما هو متعارف في الجماعات التقليدية، ولكن تتم العضوية في هذه المجتمعات من خلال معرفة العضو المتفاعل باستخدام تقنية العبور إلى الجماعة والاهتمامات المشتركة يطلق عليها المجتمعات الافتراضية.

حيث استحدثت شبكة الإنترنت أنماط جديدة من التفاعل الاجتماعي والتواصل فيما بين أفراد المجتمع دون التقيّد بالموقع الجغرافي أو تكلفة الانتقال أو عدم توفر الوقت اللازم للمقابلة، حيث تتيح شبكة الإنترنت نظما مختلفة للتواصل وتكوين المجتمعات الجديدة. يأتي في مقدمتها (Chat) والمؤتمرات التفاعلية (Vidéo Conférence) وما هو متوفر على مواقع التواصل الاجتماعي بأشكال متعدّدة سواء الاتصال الصوتي متوفر على الفاييسوك مسنجر (facebook messenger) والفايبر (Viber) أو المرئي كالمحادثة عبر الكاميرا (Web cam) أو عن طريق المحادثة الكتابية مثل الرسائل الفورية.

فقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، الأمر الذي جعل أفراد المجتمع (كبار وصغار) يعيشون في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على أكثر اهتماماتهم واستنزف الكثير من أوقاتهم، ومن بين أبرز تلك الاهتمامات التواصل الاجتماعي التي توفرت لهم عن طريق شبكات اجتماعية على

الانترنت، وكان لهذا العالم أثره الكبير على الهوية الاجتماعية والوطنية وعلى الترابط الاجتماعية داخل المجتمع الواحد، وهذا الأثر على جانبين طبيعي وسليبي.

فالنص الخاص بغرف الدردشة المتوفرة على موقع الفايسبوك يفرض لغة تستدعي الاستعانة بكافة الإمكانيات التي يتيحها ذلك النمط من الاتصال، وعلى رأسها، استخدام الأشكال والرموز التوضيحية المختلفة التي تساعد على تدعيم التفاهم والتواصل بين أطراف عملية الاتصال. ورغم أن هذه الأشكال قد تبدو مبهمه لمن اعتادوا ذلك الشكل من نمط الاتصال التقليدي. إلا أنها تحقق ذلك التواصل بين مستخدمي الفايسبوك اللذين تستهويهم هذه اللغة التي أصبحت تُعدُّ لغة موازية تُستخدم حتى في الحياة اليومية الواقعية للفرد. فأصبح الإنسان اليوم يعد مجتمعه الافتراضي من ضمن اهتماماته وربما طغى على الجانب الاجتماعي الواقعي.

1. اللغة، مفهومها، خصائصها ووظائفها:

1.1 مفهوم اللغة:

تعد اللغة الطبيعية نظاما من العلامات المميزة فهي تختلف عن لغات الحيوانات، ولغات الإشارة الجسمية، ولغة الصم، والبكم، ولغة المرور.

وسيتضح لنا عند الحديث عن خصائص اللغة كيف تختلف اللغة الطبيعية عن لغات الحيوانات، وغيرها من الأنظمة العلامية الأخرى.

وينبغي أن أشير هنا - قبل الخوض في تعريف اللغة- إلى تفريق دو سوسور بين اللغة الملكة "langage" ، واللغة المعينة "langue"، فاللغة الملكة هي مقدرة فطرية بطبيعتها يُرَوَّد بها كل مولود بشري، وهي من أهم السمات الفطرية التي تميّز الإنسان عن الحيوان. أمّا اللغة المعينة كالعربية، أو الإنجليزية، أو الفرنسية أو... فهي نظام مكتسب متجانس "إنها نظام من العلامات قوائمه اتحاد المعنى بالمبنى"¹.

والجديد الذي أضافه دو سوسور F.de Saussure في تعريف اللغة المعينة (وهي المقصودة عادة عند إطلاق مصطلح اللغة) هو عنصر النظام كما سنشير .

وقد كنا عرّفنا اللغة منذ حوالي عقد ونصف بأنها "نظام من العلامات المتواضع عليها اعتبارا التي تتسم بقبولها للتجزئة، ويتخذها الفرد عادة وسيلة للتعبير عن أغراضه، ولتحقيق الاتصال بالآخرين، وذلك (بوساطة) الكلام، والكتابة"². وقد صيغ هذا التعريف بعد دراسة عدد من تعريفات اللغويين القدامى، والمحدثين. ومازل حتى الآن الاعتقاد بأنه تعريف جامع لأهم خصائص اللغة، ووظائفها، إضافة إلى كونه يشير بدقة إلى حقيقتها، وطبيعتها.

¹ F.de Saussure, Cours de linguistique général (Paris: Payot, 1968), p. 32.

² محمد محمد يونس علي، وصف اللغة العربية دلاليا في ضوء مفهوم الدلالة المركزية: دراسة حول المعنى ومعنى المعنى (منشورات جامعة الفاتح، طرابلس، 1993)، ص 24.

1. 2. خصائص اللغة:

سأشرح فيما سيأتي المقصود بكل خاصية من خصائص اللغة الواردة في التعريف:

أ- كونها علامات:

عرف دو سوسور F.de Saussure العلامة "signe" بأنها "المجموع الناجم عن ارتباط الدال بالمدلول".

ب- الاعتبارية:

إذا نظرنا في أصوات كلمة "ضرب" مثلاً في اللغة العربية، وتأملنا في سبب اختيار العرب لهذه الأصوات بالذات للتعبير عن معنى الضرب، فلن نجد علة منطقية تفسر سبب الاختيار. بل إنهم كان بإمكانهم أن يستعملوا "ريض"، أو أي لفظ آخر للدلالة على هذا المعنى. يقول عبد القاهر الجرجاني: "فلو أن واضع اللغة كان قد قال (ريض) مكان (ضرب)، لما كان في ذلك ما يؤدي إلى فساد".¹

وهكذا يمكن أن نستنتج أن اختيار الدال لمدلول معين إنما هو عمل عشوائي لا يخضع لمنطق، أو تعليل. وفي هذا تخالف اللغة الطبيعية الرموز المعبرة كإشارة الصليب التي تدل على صلب المسيح عند النصارى.

ج- كونها نظاماً:

كان اللغويون قبل دو سوسور F.de Saussure ينظرون إلى اللغة على أنها مجموعة من الأصوات، تلك العناصر المادية التي يمكن سماعها، ونطقها، وتسميم بخصائص فيزيائية مميزة.

وبناء على ذلك، فإن تعريف اللغة على هذا النحو شبيه بمن يُعرّف البيت بأنه أكوام من الحجر، والإسمنت، والطين، والخشب، والزجاج. وقد اعترض ابن سينا على تعريف البيت بهذه الطريقة، مُشيراً إلى ضرورة

¹ عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز، تحقيق محمد رضوان الداية، ومحمد فايز الداية (دار قتيبة، دمشق، 1983)، ص 42.

مراعاة الهيئة، والرصف، والترتيب. وهو الاعتراض نفسه الذي وجهه دو سوسور F.de Saussure على من يُعرّف اللغة بأنها أصوات دون ذكر خاصية النظام، يقول دو سوسور F.de Saussure: "إن أخطاء مصطلحاتنا، وكل طرائقنا في تمييز أمور اللغة المعينة إنما تصدر عن افتراض مقصود مضمونه أن هناك جوهرًا في الظاهرة اللغوية".¹ فاللغة العربية مثلا ليست هي الأربعة وثلاثين صوتا التي تتألف منها، بل الطرائق المختلفة التي ترصف بها تلك الأصوات لتكوين كلمات، وجمل مختلفة وفقا لأغراض المتكلم التخاطبية. فواضع اللغة استثمر عدداً من الاحتمالات الممكنة لصوغ عدد كبير جداً من الكلمات بتقليب الأصوات على أوجه مختلفة، وتأليفها على أشكال متباينة لوضع كلمات جديدة. ومستخدم اللغة يركب المصترفات، والكلمات الموضوعية على أوجه مختلفة تناسب المعنى المراد نقله لمخاطبه.

د - القابلية للتجزئة:

لما كانت العلامات اللغوية وحدات ائتلافية منظمة، فذلك يعني أن المتكلمين بإمكانهم أن يجزئوا تلك العلامات، ويعيدوا تركيبها للتعبير عن معنى مغاير مثلما يفعل الطفل بألعاب الفكّ والتركيب حين يرسم أشكالاً مختلفة بإعادة الفكّ، والتركيب.

هـ - الإنتاجية:

من أهم الخصائص التي تميز اللغة البشرية عن لغات الحيوانات ما يعرف بالإنتاجية "productivity"، التي تعني أن المتكلمين يستطيعون أن ينطقوا بتركيبات لم يسبق لهم أن سمعوها من قبل، ويعود هذا إلى الوضع السابق للغة؛ أي أنّ ما تعارف عليه أهل اللغة يقتصر فقط على وضع المفردات، والأنماط. يقول ابن مالك: "إنّ الدال بالوضع لا بد من إحصائه، ومنع الاستئناف فيه، كما كان ذلك في المفردات، والمركبات القائمة مقامها، فلو كان

¹ F. de Saussure, مرجع سبق ذكره, (1968), p169.

الكلام يقصد القولة (utterance) دالاً بالوضع وجب ذلك فيه، ولم يكن أن نتكلم بكلام لم نسبق إليه، كما لم نستعمل في المفردات إلا ما سبق استعماله، وفي ذلك برهان على أن الكلام ليس دالاً بالوضع".¹ وما يقصده ابن مالك هنا أن المتكلمين غير مقيدين في كلامهم بما قيل سابقاً؛ أي ليس عليهم أن يحفظوا كل الجمل التي قيلت قبلهم، أما الجمل فبإمكانهم أن يقولوا منها ما يشاءون. وهو ما يعرف في اللسانيات بالإنتاجية "productivity" أي إمكان إحداث (أو فهم) جمل جديدة لم تنطق من قبل.

وتحظى خصيصة الإنتاجية باهتمام النحاة التحويليين بزعامة تشومسكي، بل إنها أهم أسس نظريتهم على الإطلاق، وهي السمة الوحيدة التي يمكن استنتاجها من تعريف تشومسكي للغة، حيث يرى أن اللغة هي مجموعة من الجمل غير محدودة العدد، وكل جملة منها محدودة الطول مصوغة من مجموعة من العناصر المحدودة.²

و- النقل الثقافي:

تتسم لغات الحيوانات بكونها ردود فعل غريزية موروثية، وليست مكتسبة، وهذا يعني أن القطط مثلاً في كل مكان في العالم تستعمل الألفاظ نفسها، وفي هذا تختلف عن اللغة البشرية اختلافاً بيّناً، إذ تتنوع اللغات بتنوع المجتمعات، والثقافات، ويكتسب الطفل لغته من المحيط الذي يعيش فيه بغض النظر عن عرقه، أو الجينات التي يرثها من والديه، فالمولود الإنجليزي الذي يعيش في بيئة لغوية فرنسية سيتحدث الفرنسية، وليس الإنجليزية. ولا شك أننا نقصد هنا اللغة المعينة، وليس اللغة الملكة؛ لأن اللغة الملكة هي مقدرة موروثية كما سبقت الإشارة.

فاللغة المعينة إذن تنتقل من جيل إلى آخر بالتعلم، وليس بالوراثة، وهذا ما يسمى بالنقل الثقافي cultural transmission، وهو عنصر مهم في اكتساب اللغة.³

¹ جلال الدين السيوطي، المزهري في علوم اللغة وأنواعها، تحقيق محمد جاد المولى، وعلي البحوي، ومحمد أبو الفضل إبراهيم (بيروت: دار الجيل، (د-ت)، 1، ص 43.

² N Chomsky, Syntactic Structures (The Hague: Mouton, 1957), p. 13

³ G Yule, The Study of Language (Cambridge: Cambridge University Press, 1996), p. 2

1. 3. وظائف اللغة:

والحديث عن موقع الاتصال في تعريف اللغة يدفعنا إلى الحديث عن وظائف اللغة، وبيان موقع الاتصال أيضاً منها.

اللغة وسيلة الفرد لقضاء حاجاته، وتنفيذ مطالبه في المجتمع، وبها أيضاً يناقش شئونه ويستفسر، ويستوضح، وتنمو ثقافته، وتزداد خبراته نتيجة لتفاعله مع البيئة التي ينضوي تحتها. بواسطة اللغة يؤثر الفرد في الآخرين، ويستثير عواطفهم، كما يؤثر في عقولهم. أما فيما يتعلق بالمجتمع، فاللغة هي المستودع لتراثه، والرباط الذي يربط به أبنائه فيوحد كلمتهم، ويجمع بينهم فكراً، وهي الجسر الذي تعبر عليه الأجيال من الماضي إلى الحاضر والمستقبل. وأياً ما كانت تعريفات اللغة، فإن الوظيفة الاتصالية تقف في مقدمة الوظائف للغة. فعند فيجوتسكي أن ثمة وظيفة اتصالية اجتماعية للغة حتى في الكلام المتمركز حول الذات، وأن الراشد يفكر في المجتمع والآخرين حتى ولو كان وحيداً. وعند جون ديوي أن اللغة ليست تعبيراً عن المشاعر والأفكار، وإنما هي بالدرجة الأولى وسيلة اتصال بين أفراد جماعة تؤلف بينهم على صعيد واحد.

والمواقف التي يحتاج الفرد إلى استعمال اللغة للاتصال فيها مواقف كثيرة، يجعلها هاليداي Halliday في سبع وظائف أساسية هي¹:

1. الوظيفة النفعية : Instrumental function

ويقصد بها استخدام اللغة للحصول على الأشياء المادية مثل : الطعام، والشراب. ويلخصها هاليداي في عبارة "أنا أريد" I want.

2. الوظيفة التنظيمية : Regulatory function

¹ جلال الدين السيوطي، المزهري في علوم اللغة وأنواعها، تحقيق محمد جاد المولى، وعلي البجاوي، ومحمد أبو الفضل إبراهيم (بيروت: دار الجيل، د-ت)، بدون سنة، ص 43.

ويقصد بها استخدام اللغة من أجل إصدار أوامر للآخرين، وتوجيه سلوكهم. ويلخصها هاليداي في

عبارة "افعل كما أطلب منك" Do as I tell you.

3. الوظيفة التفاعلية : Interactional function

ويقصد بها استخدام اللغة من أجل تبادل المشاعر، والأفكار بين الفرد والآخرين. ويلخصها هاليداي في

عبارة "أنا وأنت" Me and you.

4. الوظيفة الشخصية : Personal function

ويقصد بها استخدام اللغة من أجل أن يعبر الفرد عن مشاعره، وأفكاره. ويلخصها هاليداي في عبارة

"إنني قادم" I come Here.

5. الوظيفة الاستكشافية : Heuristic function

ويقصد بها استخدام اللغة من أجل الاستفسار عن أسباب الظواهر، والرغبة في التعلم منها. ويلخصها

هاليداي في عبارة "أخبرني عن السبب" Tell me why.

6. الوظيفة التخيلية : Imaginative function

ويقصد بها استخدام اللغة من أجل التعبير عن تخیلات، وتصورات من إبداع الفرد، وإن لم تتطابق مع

الواقع. ويلخصها هاليداي في عبارة "دعنا نتظاهر أو ندعي" Let us Pretend.

7. الوظيفة البيانية : Representational function

ويقصد بها استخدام اللغة من أجل تمثل الأفكار والمعلومات، وتوصيلها للآخرين. ويلخصها هاليداي في

عبارة "لدي شيء أريد إبلاغك به" (to tell you I have got something).

8. وظيفة التلاعب باللغة : Play function

ويقصد بها اللعب باللغة، وبناء كلمات منها حتى ولو كانت بلا معنى، ومحاولة استغلال كل إمكانات

النظام اللغوي. وتلخصها وليجا ريفرز في عبارة "Billy Pilly".

9. الوظيفة الشعائرية : Ritual function

ويقصد بها استخدام اللغة لتحديد شخصية الجماعة، والتعبير عن السلوكيات فيها. ويلخصها هاليداي

في عبارة "كيف حالك" (How do you do?).

2. المجتمعات الافتراضية:

يعرف مفهوم المجتمع المحلي في العلوم الاجتماعية عدة تعاريف، ويمكن أن نعرفه بأنه المجتمع الذي يبدأ

بجماعة صغيرة ثم يتزايد العدد حتى يصل إلى مئات، وألوف، وربما ملايين من البشر، ويعرفه جورج هيلري بأنه

"مجموعة من الناس يشتركون في تفاعل اجتماعي وبعض الروابط المشتركة بينهم ويشتركون في مساحة ما على

الأقل لبعض الوقت" إذن مكونات المجتمع المحلي حسب التعريف هي) الجماعة، التفاعل، الروابط، المكان،

والزمان(هل تتوافر هذه المكونات في المجتمع الافتراضي أم لا؟ وهل يمكن الحديث عن مجتمع محلي في مقابل مجتمع

افتراضي في الزمن الراهن؟ أم مجرد تسميات ليس لها محل من الإعراب؟

إن المجتمع المحلي الواقعي في عصرنا الحالي لم يعد له تلك المكانة التي كان يحتلها بالمجتمع وذلك مع ما

يعرفه المجتمعات من تقدم تقني وتكنولوجي ومع ظهور القارة السابعة" الإنترنت "أصبح يمكننا أن نجد مجتمعات

أخرى من نوع جديد يتشكل داخلها مجموعات من الأشخاص تربط بينهم مجموعة من العوامل كما تفرق بينهم

عوامل أخرى فمجتمع الشبكات العنكبوتية الذي بتنا نسمع عنه في عصرنا الراهن أو ما يطلق عليه " المجتمع

الافتراضي "أو" المجتمع على الخط "أو" الجماعة الانترناتية"؛ التي أصبحت تظم آلاف الأشخاص من مختلف

2.1. ماهية المجتمعات الافتراضية:

لقد ساهمت الإنترنت والتي تُعدُّ أحد منجزات الثورة الاتصالية، في تشكيل فضاء جديد وهو الفضاء الرمزي "Cyber space". الذي يُعدُّ إطاراً جديداً لعلاقات اجتماعية عابرة للقوميات والأماكن. فالمتعارف عليه أن الجماعة الاجتماعية مجموعة من الأفراد يجمع بينهم قيم مشتركة وشعور بالانتماء يعيشون في بيئة جغرافية مكانية واحدة تحكمهم قيم وأعراف يجتمعون عليها. ولكن الإنترنت ساهم في تشكيل علاقات تتجاوز الإطار الفيزيقي المكاني وتفاعل الوجه بالوجه. وشكّل مستخدموه وخاصةً الذين يجمع بينهم اهتمامات مشتركة جماعات فيما يُطلق عليها "Virtual Community"¹ الجماعات الافتراضية، وهي شكل جديد من أشكال التفاعل الإنساني. تتكوّن هذه التجمعات من مجموعة من الأفراد، والذين يستعملون الحاسب الآلي للاتصال بينهم وذلك يختلف عن اتصال الوجه بالوجه.²

فقد نجح الفضاء الرمزي الذي شكله الإنترنت في الجمع بين أفراد ينتمون إلي هويات مختلفة ويعد هاورد رينجولد Haward Rhingold من الأوائل الذين ساهموا في توجيه نظر العالم صوب دراسة المجتمعات الافتراضية وقد جاء ذلك في كتابه الجماعات الافتراضية Virtual Community³ ، والذي يؤكّد فيه بأن هذه الجماعات تجمعات اجتماعية تشكّلت من أماكن متفرقة في أنحاء العالم يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني يتبادلون المعارف فيما بينهم، ويكونون صداقات يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات ولكن ليس عن قرب. وتتم هذه التفاعلات عن طريق آلية اتصالية هي الانترنت الذي بدوره ساهم في حركات التشكل الافتراضية.⁴

¹ أحمد زايد، عولمة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية، عالم الفكر، مجلد 32، يوليو - سبتمبر، 2002، ص 61.

² Bishop, Ann Peterson, Community for the new century, Journal of Adolescent & Adult Literacy, vol ,34 - issue 5 Feb 2000,p 472.

³ تجدر الإشارة إلي أن هناك نسخة إلكترونية من هذا الكتاب علي شبكة الإنترنت يمكن الحصول علي هذه النسخة من موقع Haward Rhingold ولقد ظهر هذا الكتاب عام 1993 ويحتوي هذا الكتاب علي مقدمة وتسعة فصول، كما ذكر سابقاً.

⁴ Bishop, Ann Peterson, ipd, p420.

إن الشكل الجديد للتفاعل الذي طرح له Rhingold وكان أول من كتب عنه هو نظام الدردشة على الإنترنت. ويتم ذلك من خلال تبادل الحديث والمشاركات عبر الكمبيوتر بدخول أكثر من طرف في تفاعل آني عبر الإنترنت، إلا أن هذا لم يكن هو الخط الوحيد لتجمعات الإنترنت الافتراضية. فهناك تفاعلات اجتماعية فائتة لا تتم في نفس اللحظة ولكن تتم عن طريق البريد الإلكتروني.¹ وقد أطلق Ronaldo A- Beghetto (2001) على التفاعلات التي تتم داخل التجمعات الافتراضية "اتصال إلكتروني تفاعلي" يضم هذا الاتصال أفراداً متنوعين يشتركون في نفس الأفكار والأنشطة.²

وعلى الرغم من أن هذه الاتصالات تفاعلية إلا أن المشتركين في هذه التفاعلات هوياتهم غير معروفة، فالفرد في التجمعات الافتراضية يتنكر في أكثر من شخصية ويستطيع الفرد بذلك أن يعيد نفسه في ذات الجماعة بأكثر من هوية، وهذا هو الجزء الذي يقف تحدياً أمام دراسة هذه التجمعات.³

إن أهم ما يميّز هذه التجمعات الافتراضية، هي أنها متاحة للأفراد الذي يريدون المشاركة في أحد أنماطها، فالمدينة الافتراضية علي حد قول ألبرتا روبرت Alberta Ropert وميشيل جينكسون Jenkinson Michael "مدينة لا تنام، فهناك دائماً أفراد مشتركون في التفاعلات الافتراضية حتى في منتصف الليل"⁴، فلقد أصبح الإنترنت بشكل عام جزءاً من حياة الناس والجماعات الافتراضية بأنماطها المختلفة، التي باتت تشكل أهمية للعديد من المهتمين بالإنترنت على وجه خاص.

تشكل الدراسة العلمية للجماعات الافتراضية وعد كبير للباحثين وذلك كونها تقدّم تفسيراً لفهم نتائج التقنية الإلكترونية على التفاعل الاجتماعي، على الرغم من أن ما يواجه هذا النوع من الجماعات من صعوبات

¹ Mathew Smith, Community Building Strategies in online fanzines, journal of popular culture, vol 33, issue 99.2, p 87.

² A. Beghetto Ronaldo, virtually in the middle Alternative Avenues For parental Involvement in Middle , levels schools, learning house , vol57 , issue 1, Sep- Oct 2001, P.23.

³ Alison Smith, Cyber Life and Cyber harm: a human rights approach, social alternatives, Vol17, issue 4 Oct 1998,P8 .

⁴ Jenkinson, Michael, Alberta Report, Welcome to the virtual world, Western report, Vol21 , issue 3,1/3/1994, P24.

في دراستها، قد لا تتوافر في دراسة الجماعات العادية ذات الاتصالات المباشرة. فهذه العلاقات الكونية الجديدة وليدة التقدم في وسائل الاتصالات، فقد اتخذت هذه التجمعات من الإنترنت آلية للاتصال والتفاعل وذلك بعدة مستويات وأبعاد منها البريد الإلكتروني، خدمة النقاش، صفحات الويب. وأن هذه التجمعات تفتقد إلى الإطار المكاني وهذه التجمعات يجمع بين أفرادها فضاء مشترك لا يعتمد بالأساس على المشاركة الفيزيائية الحيوية.¹

لا يختلف اثنان في أن الرغبة في التواصل مع الغير هي نزعة متأصلة لدى الإنسان، ومهما قيل عن حوار الإنسان والآلة والإبحار في محيطات الإنترنت، فليس هناك ما هو أروع للإنسان من أن يقيم حواراً مع إنسان غيره على الطرف الآخر يشاركه اهتماماته وهمومه ويتبادل معه معارفه وخبراته. ولقد اقترب اليوم الذي لن يبقى فيه شيء يصعب على الإنسان أن يشارك فيه غيره وذلك بفضل تكنولوجيا المعلومات، ومن الطبيعي أن تنمو الرغبة في التواصل مع ما نشهده في زماننا هذا من ظاهرة الاغتراب والانكفاء على الذات وانقطاع الصلة مع جار السكن. ربما يفسر لنا ذلك سرعة انتشار الجماعات الافتراضية على الإنترنت.²

فالإنترنت ساهمت في تشكيل وعي الفئات الاجتماعية التي تتفاعل بداخلها، وتلعب أيضاً دوراً حيوياً في تكامل منظومة الثقافة، والأهم في هذا الصدد هو أن البنية المعلوماتية الجديدة توفر تفاعل بين منظومات الثقافات المختلفة، فالثقافة التي تجمع بين الأفراد الذين يتفاعلون عبر شبكة المعلومات الدولية International net أطلق عليها لفظ الثقافة السيبرية "Cyber culture" وهي مجموعة متكاملة من النقلات النوعية على الصعيد الثقافي.³

وفي نفس الوقت الإنترنت تخلق فرصاً للحكومات ليس لها مثيل لمراقبة حياة المواطنين الخاصة.

¹ C. kinnelly Susan problems and promises in the study of virtual community: A case Study, university of Pennsylvania, school of social works USA 2000 www.isoc.org/linet2000/cdproceedings/29/29-.1.htm مستخرج في 2014/11/24 على الساعة: 18:48.

² نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، عالم المعرفة، العدد 265، 2001، ص501.

³ نبيل علي، صورة الثقافات العربية والإسلامية على الإنترنت وخطة تنفيذية مقترحة لإقامة شبكة مواقع خدمات للإعلام الثقافي العربي، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة، إدارة البرامج العامة والاتصال، تونس، 1999، ص1.

يعد مصطلح المجتمع الافتراضي Virtual Community من المفاهيم الجديدة التي برزت من خلال ثورة الاتصالات الحديثة ويحاول الباحث أن يشير إلى تعدد الترجمات حول المصطلح نظرا لطبيعة المفهوم الجديد، فالمصطلحات الجديدة أكثر إثارة للجدل منها إلى الاتفاق لاسيما إن كان أصل المصطلح غريبا ولست أدل على ذلك من الاختلافات في ترجمة هذا المصطلح سوى طرح بعض الترجمات له فقد ترجم أحمد زايد¹ المصطلح إلى الجماعات الفضائية. وقد ترجم نبيل علي² كلمة Virtual علي أنها "خائلي" Virtual Community هي "الجماعات الخائلية" فقد اختار الكاتب اسم الفاعل (خائل) مقابل لكلمة Virtual مما يسمح باشتقاق خائلية، خائلي، يخيل، مخيل، خييلة، وخائلات. وقد مارس الكاتب في هذا حقه في توسيع فعل (خال) المتعدي (في مثل خال من السراب ماء) إلى معنى التعدية بأداة (خال له الأمر كائنا). في حين ترجم مصطلح Virtual محمد محيي الدين³ بكلمة "متخيلة" لتصبح Virtual Community "الجماعات المتخيلة".

وقد تنوعت التعريفات حول مفهوم الجماعات الافتراضية من ذوي التخصصات المختلفة ما بين مهتمين بعلوم الحاسب والاتصالات ومهتمين من علماء الاجتماع ورجال السياسة. وعرفه نبيل علي⁴ بأنها تجمعات اجتماعية تجمع بين أصحاب الاهتمامات المشتركة وأهل التخصص الواحد وأصحاب الرأي وجماعات السمر والدردشة، وتبادل المعلومات والنوادر. ويمكن لأي عضو في هذه الجماعة أن يبث حديثه لجميع أعضائها دون استثناء أو يختص فريقا منهم، أو يسر لفريق بعينه ما يريد أن يحجبه عن الآخرين ويمكن للعضو أن يقدم نفسه تحت أسماء مستعارة، بل ويمكن أن يتنكر العضو في شخصيات متعددة.

¹ أحمد زايد، عولة الحداثة وتفكك الثقافات الوطنية، مرجع سابق.

² نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص301.

³ محمد محيي الدين، المشكلات النظرية والمنهجية للبحث السوسيولوجرافي، في المجتمعات المتخيلة، مجلة العلوم الاجتماعية المجلد 32، العدد الرابع، 2004، ص18

⁴ نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص501.

وعرفها بـسيوني إبراهيم حمادة¹ على أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة، يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجمع حقيقي وأشار أحمد زايد² تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني. أما محمد محيي الدين³ فيرى أن مصطلح المجتمعات المتخيلية من المصطلحات الشائعة، والذي يشير إلى تلك الأنماط المفصلة من العلاقات والأدوار والمعايير والنظم واللغات التي تطور بوساطة الأفراد خلال عمليات الاتصال المباشر على الخط، كما أشار إلى أن مصطلح المجتمعات المتخيلة لا يزال مصطلحا علميا شكليا.

من خلال الطرح السابق للمفاهيم التي تتعلق بالجماعات الافتراضية تجدر الإشارة إلى أن هناك ثمة اتفاق

حول الآتي:

1. الجماعات الافتراضية تشير إلى تجمعات اجتماعية لا مكانية بمعنى لا يشكل أعضاؤها تجمعا مكانيا، فلا

يجمع بين أعضائها إطار جغرافي، ولكن هذه التجمعات تنطلق لتشمل أفرادا ينتمون إلى هويات

وقوميات مختلفة.

2. اتفقت المفاهيم الأنفة على أنه ثمة وسيلة تجمع بين أعضاء هذه الجاليات التي تنتشر في الفضاء الرمزي

وهي الشبكة الدولية للمعلومات.

¹ بـسيوني إبراهيم حمادة، حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة: مع إشارة خاصة إلى الوضع في الدول النامية، كراسات التنمية، مركز الدراسات وبحوث الدول النامية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 2001، ص34-53.

² أحمد زايد، عولمة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية، عالم الفكر، المجلد رقم 3، يوليو- سبتمبر 2003، ص61.

³ محمد محيي الدين، مرجع سبق ذكره، ص608.

3. هناك اتفاق بين جميع المفاهيم على وجود اهتمامات مشتركة بحيث يشترط لعضوية الفرد في إحدى الجماعات الدخول إلى موقع الجماعة التي تتفق واهتماماته. بحيث يتقابل مع أعضاء آخرين من نفس الاهتمام بشكل مستمر أو متقطع.

4. يمكن لأي عضو في الجماعة أن يدخل في مناقشات مع فرد واحد أو أكثر في مضامين تتفق واهتمامات الأفراد كما يمكن للفرد أن يشارك في أكثر من جماعة على حسب ميوله واهتماماته.

من خلال هذه الرؤية السابقة يمكن القول أن هناك تقاطعات بين المجتمعات الحقيقية والمجتمعات الافتراضية، إذ أنه في الغالب يحدث بين المتفاعلين افتراضيا مثلما يحدث في الواقع الحقيقي ولكن ليس عن قرب. فالتأمل لواقع التفاعلات الافتراضي يدرك أنها لا ترتبط ببنية أو هوية محددة كونها تتم من خلال وسيط الكتروني وهو الانترنت. وفي هذا الشأن يمكن الخروج بمجموعة من السمات التي تميز هذا النمط من التفاعلات علي النحو التالي:

1. الانقطاع: إن المتأمل حقيقة التجمعات الافتراضية علي تشكالاتها المختلفة يدرك أن هذه

العلاقات والانخراط المستمر فيها يؤدي إلى قطيعة على المستوى الاجتماعي، فهذه العلاقات الافتراضية تؤدي إلي انقطاع العلاقة مع الأصدقاء، جار السكن بل مع الأسرة أحيانا.

2. تعدد المراكز وتبادلها: تتسم التفاعلات الاجتماعية على المستوى الافتراضي بتعددية

المراكز وتبادلها، فهذه العلاقات لا مركز لها، فتبادل الأدوار وارد في هذه التجمعات إذ تسمح

هذه التفاعلات بتعدد المراكز في الوقت ذاته. من هنا فمن الممكن أن يكون للجماعة

الافتراضية أكثر من مركز في موضوع الاهتمام الواحد.

3. الإخفاء: إن العلاقات الاجتماعية الافتراضية في معظمها تجمعات خفيه مجهولة الهوية - إلا

في القليل منها- فالفرد الذي ينخرط في هذه التفاعلات له الحق أن يخفي نفسه تحت

مسميات مختلفة، أو ينفصل من هويته، وأحيانا يدخل التفاعلات باسم مشهور من المشاهير، وأحيانا يدخل الذكور بأسماء الإناث والعكس... الخ. فهوية الفرد أو شخصيته تختفي في ظل هذه التفاعلات بل وتباين في قوالب عديدة. فلا يستطيع الداخل في هذه التفاعلات أن يعرف من الذي يتحدث إلى من.

4. **التفكك:** طرح جاري كروج Gray Krug في فصله المعنون بالتكنولوجيا كثقافة " Technology

as Culture" إن ابتكار الواقع الافتراضي وعوامله الالكترونية أدى إلى تفكيك العلاقات الفيزيائية بين الأفراد. يقصد بذلك أن تفاعلات الواقع الافتراضي التي تتم في إطار الإنترنت أثرت بدورها علي تفكيك العلاقة بين التفاعلات التي تقوم على أساس الوجه بالوجه¹. ولقد طرح ألبرت بورجمان Albert Borgman فكرة في هذا الصدد مفادها أن حاسبتنا تبعنا عن عالمنا حيث أن الإنترنت يلعب دورا في التأثير علي الأشخاص, وذلك لأنه أتاح فرصة تكوين علاقات اجتماعية سهلة عبر فضائه² ساهمت هذه العلاقات في تفكك ما هو تقليدي من العلاقات الاجتماعية وتشكل ما هو افتراضي على المستوى العالمي كل ما يجمعهم فقط هو اهتمامات مشتركة.

5. **التمرد:** لقد فتح الفضاء السيبري مجالا جديداً للتمرد والحركات الثورية والتحررية، إذ أن من

ضمن تشكيلة التفاعلات الافتراضية تفاعلات تمردية. فالفرد يستطيع أن يقول ما يريد خارج الضوابط التقليدية للمجتمعات، وخاصة في المجتمعات السلطوية. فلقد فتح الإنترنت مجالا

¹Krug.Gary, communication, Technology and culture change, SAGE publications, London-Thousand Oaks, New Delhi, P02.

² Borgmann Albert, society in the postmodern era-the Washington Quartey, winter ,2000 ,P200-189.

جديدا للتفاعلات تقوم على الحرية وتخرج عن سيطرة الدولة. فالجمل مفتوح في الفضاء الرمزي للاتفاق على الثورات أو التظاهرات من دون قيود المكان.

6. الفردية: هناك نزوع في المجتمع الافتراضي وتفاعلاته إلى الفردية، ونقصد بفكرة الفردية هنا "الانعزال عن السياق الاجتماعي" المحيط بالفرد. فالفرد المنخرط في التفاعلات الافتراضية - حتى لو كانت جماعية - إلا انه يدخله بوصفه فردا من أمام شاشة كمبيوتر خاصة. تأخذه من عالمه الواقعي إلى عالم افتراضي، يؤدي ذلك إلى ما يمكن تسميته عند التجاوز في هذه التفاعلات إلى نوع من أنواع الاغتراب وذلك في حال انفصاله عن واقعه الحقيقي.

2.2. الصفحات وأنواع اللغة المتداولة فيها:

من خلال دراستنا الميدانية وكذا تطلّعنا على البرامج المتاحة على موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك". فالصفحات هي خدمة يوفرها الموقع والتي هي مساحة عمومية بإمكان أي كان أن يفتح صفحة على الفاييسبوك. والتي تصنف حسب محتوياتها وذلك من خلال من أنشأ الصفحة فهناك مثلا: كاتب، فنان، مدارس، جامعات، مؤسسات، شخصيات مشهورة، مواقع إخبارية... الخ. أما المجموعات فلها طابع خاص وهو بإمكان منشأ المجموعة أن يضع المجموعة تحت تصرف العامة والذي من خلاله يستطيع أيا كان الدخول للمجموعة وتتبع منشوراتها أما خدمة مغلقة فيإمكان الكل إيجاد المجموعة عند البحث عنها لكن لا يستطيع أحد خارج المنتمين إلى المجموع أن يتتبع منشوراتها، وأخيرا خدمة سري وهنا لا أحد بإمكانه إيجاد أو تتبع منشورات المجموعة إلا من هم منتمين إليها.

وقد تم اختيارنا لمجموعة من الصفحات والمجموعات على موقع الفايستوك في شتى المجالات (ترفيهية، سياسية، ثقافية، اجتماعية، دينية) وهذا لنلم بجوانب الموضوع من كل النواحي، والتي تمكننا من تصنيف اللغات المستخدمة وفي أي مجال تستخدم كل لغة، وهي كما يلي:

1- الصفحات السياسية:

1.1 - المنظمة الجزائرية لمناهضة الشيتة والشياتين¹:

تم فتح هذه الصفحة في 2012، عدد متبوعي الصفحة هو 168000 متتبع، البلد الأكثر تتبعا للصفحة هو الجزائر العاصمة، أما الفئة العمرية الأكثر تتبعا لها ما بين 25-34 سنة.

يعرف المنشئ الصفحة كما يلي:

" شيات اليوم... شبيح الغد (قول مأثور)، الشيتة من فعل شيتت يقال فلان شيتت لفلان أي باع ضميره وشرفه لشخص آخر مقابل مصلحة أو امتيازات مادية. وغالبا ما يشيتت مجانا ويقف ضد الحق وضد المظلوم، وينصر الشر والظلم. وهذا مرض خطير عفان الله وإياكم وجب علينا محاربتة".

تدخل هذه الصفحة ضمن منظمة سياسية، صورة الغطاء (Photo de Couverture) ملون بالأصفر والأسود، مكتوب في أعلاها المنظمة الجزائرية لمناهضة الشيتة والشياتين، في يمين الصورة مرسوم رجل ملثم يضع قناع يحمي من الغازات السامة، وأسفل الصورة مكتوب باللغة العربية صامدون لا للغاز الصحري وباللغة الفرنسية NON AU GAZ DE SCHISTE، أما الصورة الشخصية (Photo de profil) فهي عبارة عن رجل يلبس طقم أسود بدون رأس وفي مكان هذا الأخير إشارة ممنوع بداخلها فرشاة².

¹ تم وصف هذه الصفحة في: 2015/04/12 على الساعة: 11:12. <http://www.facebook.com/antichitadz?FreF=ts>

ينظر الملحق رقم: 2.1.3 ص 211.

² يذكرها منشئ الصفحة بالعامية "شيتة"

وكما ذكرنا أن الصفحة تدخل ضمن المجال السياسي، والتي يقوم مؤسسوها والمنخرطين بها بسبب وشمم السّاسة والقياديين الجزائريين وكشف فضائهم، بالإضافة إلى طرح المشاكل التي تواجه المواطن الجزائري في حياته اليومية.

اللغة المستعملة في هذه الصفحة هي اللغتين العربية والفرنسية في منشوراتها¹، أما التعليقات فهي تشمل كلا اللغتين، العربية والفرنسية. إضافة إلى اللغة الموازية منها اختصارات في اللغة الفرنسية وكذا استعمال الدارجة بالحروف العربية واللاتينية والأرقام²

والتي تعتبر سهلة للبعض التعليق بها والتي تصل للمُتلقي بشكل سلس، بحيث يستخدم المعلقون على منشورات هذه الصفحة بعض الكلمات النابية لسبب السّاسة.

2.1 - رشيد نكاز (page officielle): Rachid Nekkaz³

تم فتح هذه الصفحة في 2013 تزامنا مع الانتخابات الرئاسية الجزائرية، عدد متبعي الصفحة 475000 متتبع، البلد الأكثر زيارة لها هي الجزائر العاصمة، والفئة العمرية الأكثر زيارة هي 18-24 سنة. بحيث تصنف هذه الصفحة إلى الشخصيات البارزة "شخصية سياسية"، حيث قال رشيد نكاز في إحدى القنوات الجزائرية أنه هو من يسيّر صفحته بنفسه. ويضع رقماً خاصاً في خدمة المتتبعين له لطرح مشكلاتهم وهو: 0772218401.

صورة الغلاف (Photo de couverture) ملونة بالأزرق مكتوب عليها باللغة العربية ضد الغاز الصخري، والمترجمة إلى اللغة الفرنسية GAZ DE SCHISTE CONTRE TOTAL وباللغة الإنجليزية NO SHALE GAZ

¹ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 7.2.3، ص 227.

² يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 1.3.3، ص 228

³ <http://www.facebook.com/officielle.nekkaz?fref=search> 15:44 على الساعة : 2015/05/06 تم استخراجها بتاريخ:

يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 4.1.3، ص 213.

AGAINST TOTAL، أما الصورة الشخصية (Photo de profil) عبارة عن خريطة الجزائر عليها شريط أحمر

مكتوب عليه باللغة الانجليزية .NO SHALE GAZ AGAINST TOTAL.

اللغة المستعملة في منشورات رشيد نكاز باللغتين العربية والفرنسية¹، لكن تعليقات المنتمين للصفحة تتعدد ما بين العربية والفرنسية واللغة الموازية والتي تتمثل في الدراجة المكتوبة بالأحرف اللاتينية والأرقام وكذا الـ² Abréviation.

2-صفحات شركات الاتصال الجزائرية:

1.2 - جيزي Djezzy³:

تم فتح الصفحة في 2002، عدد متبعيها 1679885 متتبع، أكثرهم من الجزائر العاصمة، أما الفئة العمرية الأكثر تتبعا هم من 18-24 سنة.

صورة الغلاف (Photo de couverture) عبارة عن صورة للهاتف الذكي SAMSUNG GLAXY Next is. أما الصورة الشخصية (Photo de profil) فهي عبارة عن رمز جيزي التجاري.

« Bienvenue sur la page officielle de Djezzy, opérateur leader de la téléphonie mobile en Algérie Appeler : 0770857777 »⁴.

هي صفحة تعرض فيها جيزي عروضها، في نفس الوقت بإمكان الزبون التواصل مع الشركة في طرح استفساراته والإجابة عليها من طرف مصلحة الزبائن. بحيث تستعمل جيزي اللغتين العربية والفرنسية في طرح منشوراتها⁵، أما تعليقات المنتمين للصفحة تتعدد ما بين اللغتين العربية والفرنسية بالإضافة إلى استعمالهم اللغة الموازية واستعمال الرموز والأيقونات للتعبير عن الحالة المزاجية والـ⁶ Abréviation.

¹ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 1.2.3، ص 221.

² يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 2.3.3، ص 229.

³ تم وصف الصفحة في: 2015/04/12 على الساعة: 11:27. <http://www.facebook.com/djezzy.FreF=ks>

يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 9.1.3، ص 218

⁴ كما يعرف المنشئ الصفحة بجملة مفادها باللغة العربية "مرحبا بكم في الصفحة الرسمية لجيزي، العامل الالكتروني الرائد في الهواتف النقالة بالجزائر اتصلوا بنا على خدمة الزبائن 0770857777".

⁵ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 4.2.3، ص 224.

⁶ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 3.3.3.

2.2 - أوريدو Ooredoo¹:

تم فتح الصفحة في 2010، عدد متبعيها هو الأعلى نسبة بين شركات الاتصال الجزائرية وهو: 2243802 متتبع، الولاية الأكثر تتبع لها هي الجزائر العاصمة، والفئة الأكثر حبا للشركة هي ما بين 18-24 سنة.

صورة الغلاف (Photo de couverture) عبارة عن صورة للاعب ريان مدريد باعتبار أوريدو هي الراعي الرسمي لهذا النادي مكتوب على يسار الصورة باللغة الفرنسية مفاده ريان مدريد. عش مباريات ريان مدريد في برنابو Real « Madrid vivez un match Real Madrid a Bernabeu »، أما الصورة الشخصية (Photo de profil) فهي عبارة عن الشعار التجاري لأوريدو.

كما تعرف الشركة في صفحتها الرسمية باللغة الفرنسية:

« Ooredoo, opérateur de téléphonie mobile en Algérie, compte actuellement plus de 12 millions d'abonnées »².

في هذه الصفحة الخاصة بشركة الاتصالات أوريدو تقوم بطرح امتيازاتها وإعلاناتها عبر الصفحة كذا يقوم منظم الصفحة بالإجابة عن استفسارات الزبائن عن طريق الاجابة على تعليقاتهم بحيث يستخدم اللغتين الفرنسية والعربية³، أما الإجابة عن تعليقات الزبائن فيكون على حسب المعلق واللغة التي يستخدمها بحيث اللغات تتعدد بين الكتابة بالأحرف العربية وتهجئتها بالدراجة وكذا كتابة هذه الأخيرة بالأحرف اللاتينية والأرقام وكذا استعمال ال

⁴ Abréviation.

¹ تم وصف الصفحة بتاريخ: 2015/04/12 على الساعة: 11:32 <http://www.facebook.com/ooredooDZ?FreF=ts>

بإمكانكم الاضطلاع على الملحق رقم: 8.1.3.

² مفادها باللغة العربية: " أوريدو، العامل الإلكتروني للهاتف النقال في الجزائر، يحصي حاليا أكثر من 12 مليون متتبع".

³ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 2.2.3، ص 222.

⁴ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 3.3.3، ص 230-231.

3.2 - موبيليس¹ Mobilis:

تم فتح الصفحة في 2004، عدد متبعي الصفحة هو: 1373000، أكثر الولايات تتبعا لها هي الجزائر العاصمة، أما الفئة العمرية في ما بين 18-24 سنة.
صورة الغلاف (Photo de couverture) عبارة عن صور لامتيازات الشركة، أما الصورة الشخصية (Photo de profil) عبارة عن الشعار التجاري لموبيليس.

يعرف المنشئ الصفحة بعبارة باللغة الفرنسية مفادها:

« Bienvenue sur la page officielle du 1^{ere} opérateur de téléphonie mobile en Algérie qui compte aujourd'hui plus de 13 millions d'abonnés »².

تعرض الشركة على صفحتها عبر الفايبروك خدماتها وإعلاناتها باللغتين العربية والفرنسية³، ويتم طرح التساؤلات من طرف الزبائن عبر خدمة التعليق وذلك باستعمال الدارجة بحروف عربية واللاتينية والأرقام وكذا اللغة الفرنسية و Abréviation⁴ ويتم الإجابة عن تساؤلات الزبون بنفس الخدمة وعلى حسب اللغة المستخدمة إن كانت تساؤلات الزبون بالعربية يتم الإجابة بالعربية والعكس صحيح بالإضافة إلى استخدام الرموز والأيقونات للتعبير عن الحالة المزاجية⁴.

3- المجموعات الترفيهية:

1.3 - بنات الباهية⁵ Bnate El Bahia:

تم فتح الصفحة في 2012 وعدد المنتمين إليها هو: 305 مشارك، وتنتمي إلى المجموعة المغلقة والتي أشرنا إليها مسبقا!

¹ تم وصف الصفحة في: 2015/04/12 الساعة: 11:40 <http://www.facebook.com/gsm.1.FreF=ts> يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 7.1.3، ص 216.

² مفادها باللغة العربية: " مرحبا بكم في الصفحة الرسمية للعامل الالكتروني الأول للهاتف النقال بالجزائر الذي يحصي لليوم أزيد من 13 مليون متبوع".

³ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 3.2.3، ص 223.

⁴ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 3.3.3، ص 230-231.

⁵ تم وصف الصفحة بتاريخ: 2015/04/12 الساعة: 11:51 <http://www.facebook.com/groups/731368603563433> يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 3.1.3، ص 212.

صورة الغلاف (Photo de couverture) عبارة عن عارضات أزياء وديكورات منازل وإكسسوارات. وهي مجموعة تمكن المنتمين إليها من عرض صور وطرح ملفات أو أي نوع من المنشورات والتي تكون في إطار كل ما هو موضة من ملابس تقليدية وعصرية ولوازم منزلية وإكسسوارات تستعمل في هذه المجموعة اللغة الفرنسية وكذا Abréviation الدارجة بالأحرف اللاتينية والأرقام بكثرة والرموز والأيقونات للتعبير عن الحالة المزاجية.

2.3 - المرأة الجزائرية¹ :Femme Algérienne

هي صفحة ترفيهية تضم 293000 مشارك، الولاية المنشأة للصفحة الجزائر العاصمة، أما الفئة العمرية الأكثر زيارة للصفحة هي ما بين 18-24 سنة.

صورة الغلاف (Photo de couverture) عبارة عن صورتين لفتاتين تلبسان ألبسة تقليدية، أما الصورة الشخصية (Photo de profil) فهي ملونة بالأحمر والأسود تتوسطها حرف لاتيني «F».

هي صفحة متعددة المجالات تقوم بطرح ألبسة التقليدية والعصرية، وكذا تقوم بطرح البوقالات، والإجابة على أسئلة الفتيات ومشاكلهن وكذا طرح المشاكل الاجتماعية. تستعمل منشئة الصفحة في منشوراتها اللغتين العربية والفرنسية وكذا اللغة الموازية والاختصار في اللغات الأجنبية². أما التعليقات فتكون بالـ Abréviation واللغة الموازية وكذا استعمال الرموز والأيقونات³.

1

² يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 5.2.3، ص 224..
³ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 5.3.3، ص 225.

3- صفحة دينية:

1.4- من كان آخر كلامه لا إله إلا الله دخل الجنة¹:

هي صفحة شخصية صورة الغلاف (Photo de couverture) ملونة باللون البني تتوسطها "من كان آخر كلامه لا إله إلا الله"، أما الصورة الشخصية (Photo de profil) فهي أيضا ملونة بالبني تتوسطها "من كان آخر كلامه لا إله إلا الله دخل الجنة"، عدد المشاركين بها 7300000 مشارك، والفئة العمرية الأكثر زيارة للصفحة ما بين: 18-24 سنة، والبلد المنشأ للصفحة فهو القاهرة- مصر.

هي صفحة دينية تنشر كل ما له علاقة بالعقيدة الدينية الإسلامية ونشر آيات قرآنية وأذكار الصباح والمساء. كل هذا باللغة العربية باعتبار أن لغة القرآن العربية²، أما بالنسبة لتعليقات المشاركين بالصفحة فتتعدد ما بين اللغة العربية واللغة الموازية³.

3- المجموعات الثقافية:

1.4- الباحث الاجتماعي جمال الدين غريد⁴ :

هي عبارة عن مجموعة عامة كما ذكرنا مسبقا! تم فتحها في 2013، عدد المشاركين فيها هو 88 مشارك. صورة الغلاف (Photo de couverture) عبارة عن صورة الأستاذ الراحل "جمال الدين غريد". هذه المجموعة تعنى بطرح منشورات لطلبة جامعيين من مقالات تهم المجتمع وتهم الثقافة في المجتمع الجزائري، وكذا نشر الملفات واللقاءات. يستخدم المشاركون بطرح منشوراتهم باللغتين العربية والفرنسية الصرفة⁵، وكذا نفس الشيء بالنسبة للتعليقات⁶.

¹ تم وصف الصفحة بتاريخ: 2015/04/12 على الساعة: 13:18 <http://www.facebook.com/home.php#!/way2al> يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 5.1.3، ص 214.

² يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 4.3.3، ص 232.

³ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 4.3.3.

⁴ تم وصف المجموعة بتاريخ: 2015/04/12 على الساعة: 13:23 <http://www.facebook.com/333104726834319> يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 6.1.3، ص 215.

⁵ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 6.2.3، ص 226.

⁶ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 8.3.2، ص 236.

2.4- أصدقاء السوسولوجيا¹ :

هي مجموعة تم فتحها في 2010، عدد المشاركين بها 8220. صورة الغلاف (Photo de couverture) عبارة عن صورتين، الأولى على اليمين ملونة بالأسود عليها شريط مكتوب فيه أصدقاء السوسولوجيا والثانية على اليسار صورة العلامة ابن خلدون ومكتوب بجانبها "مقدمة العلامة ابن خلدون". هذه المجموعة كغيرها من المجموعات الثقافية، تهتم بنشر كل ما يخدم السوسولوجيا من مقالات وملتقيات. والتي طبعا تنشر باللغتين العربية والفرنسية وأحيانا الإنجليزية². أما التعليقات فهي تتعدد على حسب المنشور إن كان بالعربية فالتعليق يكون بالعربي والعكس صحيح.

فيما أن خدمات الرسائل القصيرة التي تبعث بها شركات الاتصال اللاسلكي كجيزي أيضا تنتهج هذا النوع من اللغة الموازية³، ومن الرموز⁴ التي هي عبارة عن أشكال متوفرة على لوحة مفاتيح الحاسوب والتي يتم تركيبها فنتج فنتج سمائلز أو تعابير وجه، وأما بالنسبة للأيقونات⁵ المتوفرة على موقع الفايسبوك وهي كثيرة منها الجامدة ومنها المتحركة والتي تعبر عن الحالة المزاجية حسب ما ذكر سابقا .

ومن هنا نجد أن اللغات المستخدمة على موقع الفايسبوك وفي الصفحات والمجموعات التي تم وصفها في الدراسة الميدانية نجد:

في الصفحات السياسية المذكورة آنفا نجد أن المنشورات دائما باللغة الفرنسية والتي يتم ترجمت محتواها إلى اللغة العربية وهذا ما نلاحظه في الملحق رقم 1.2.3. وهذا ما نجده أيضا في شركات الاتصال الجزائرية من Djezzy, Mobilis, Ooredoo. وكذا في المجموعات الثقافية كمجموعة الباحث الاجتماعي غريد جمال الدين، أما بالنسبة للمجموعات الترفيهية التي تعنى بالحياة اليومية وما يهم المنزل والموضة فالمنظمين مثل هذه الصفحات

¹ تم وصف المجموعة بتاريخ: 2015/04/12 على الساعة: 13:34 <http://www.facebook.com/asdikaasociologie> يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 11.1.3 ، ص 220.

² يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 4.3.3، ص 232.

³ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 4.3، ص 237.

⁴ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 5.3 ، ص 237.

⁵ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم: 6.3، ص 238-239.

يستعملون اللهجة الجزائرية بطريقتين وهما إما بالحروف العربية أو بالأحرف اللاتينية والأرقام وهي ما سميناهما باللغة الالكترونية مع استعمال الأيقونات والرموز للتعبير عن المشاعر.

أما التعليقات فهي غير المنشورات، بحيث المعلق يختار اللغة التي تريحه للتعبير عن ما يريد قوله وبالطبع هناك اختلافات على حسب كل شخص وعلى حسب وصفنا للتعليقات على صفحة المنظمة الجزائرية المناهضة للشيتة والشياتين¹ التعليقات تكون باللهجة الجزائرية وهنا تختلف الكتابة ما بين أحرف عربية وما تسمى باللغة الالكترونية وهي خليط بين الأحرف اللاتينية والأرقام وتهجئتها بالعربية، وكذا استخدام الرموز والأيقونات للتعبير عن المشاعر. وكذا هناك من يرى أن اللغات الأجنبية كالفرنسية خصوصا نظرا للحقبة الاستعمارية التي مرت بها الجزائر فالفرنسية هي ثاني لغة مستخدمة من قِبَل الجزائري. نفس الشيء بالنسبة للتعليقات في صفحات شركات الاتصال الجزائرية²، وحتى الصفحات الدينية لم تَسلم من اللغة الالكترونية فنجد من يُعَلِّق بها أيضا رغم أن العربية لغة القرآن³.

أما الصفحات الترفيهية التي تعنى بالموضة والمطبخ والأشغال المنزلية فالتعليقات فيها يعتبر خليط من اللغة الالكترونية واللغة الفرنسية وال *Abréviation* وكذا الرموز والأيقونات⁴.

¹ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم 1.3.3 ص 228.

² يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم 3.3.3 ص 230-231.

³ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم 4.3.3 ص 232.

⁴ يمكنكم الاضطلاع على الملحق رقم 5.3.3 ص 233 والملحق رقم: 6.3.3 ص 234.

خاتمة الفصل:

الانترنت ساهمت في خلق أنماط غير تقليدية لمفهوم الجماعة الاجتماعية وكذا العلاقات الاجتماعية والتواصل بين أفراد المجتمع. بحيث أصبح لا يُشترط في تأسيس كل هذه المقاربات بيئة اجتماعية أو بناء محدد كما هو متعارف عليه تقليدياً، ولا يُشترط في ذلك معرفة جميع أعضاء المجتمع لبعضهم البعض والتي جعلت الانترنت من العالم قرية كونية صغيرة كما يقول مارشيل ماكلوهان Marshal McLuhan.

فمن خلال الانترنت استحدثت أنماط جديدة للتواصل مهما بُعدت المسافات. فمن خلال الانترنت يمكن لنا أن نرى الطرف الآخر من عملية التواصل عبر شاشة الكمبيوتر أو الهاتف المحمول الذكي، والتي تتسارع مواقع التواصل الاجتماعي في استحداث مواقعها لتسهيل عملية التواصل، والتي خلقت مجموعة من الافتراضات من مجتمع افتراضي، هوية افتراضية، وحتى لغة افتراضية، والتي نجد أنها أصبحت تتداول في كثير من الأحيان في المجتمع الواقعي من لافتات المحلات والإعلانات وحتى في أوراق الامتحانات. ومن أهم هذه الافتراضات، اللغة التي تعدّ عماد المجتمع كونها وسيلة مهمة للتفاعل والتواصل بين أفراد المجتمع.

ففي هذا الفصل تطرقنا إلى جانبين تطبيقي فيما يخص المجتمعات الافتراضية واللغة، والجانب التطبيقي والمتمثل في الملاحظة والوصف لمجموعة من المجموعات والصفحات من تعليقات ومنشورات على موقع الفيسبوك. وهذه اللغة الافتراضية أو اللغة الالكترونية أو اللغة الموازية والتعاريف تتعدد لهذا النوع من اللغة! عبارة عن استخدام الأرقام والحروف اللاتينية وتمجتها باللغة العربية، كما نجدتها في الاختصارات في اللغات الأجنبية أو ما يسمى بـ *Abréviation*، وكذا استخدام الرموز والأيقونات للتعبير عن المشاعر. والتي استخدمت هذه اللغة من قبل في الرسائل القصيرة عبر الهاتف النقال وتطور استعمالها في مواقع التواصل الاجتماعي، والتي اكتشفناها من خلال دراستنا الميدانية، والتي دامت قرابة السنة في الملاحظة الميدانية. وذلك من خلال فتح حساب على الفيسبوك، والذي اخترناه من بين جميع المواقع الأخرى لأننا قمنا بسير آراء على موقع google.com¹. ثم قمنا بتتبع مجموعات وصفحات على موقع الفيسبوك في شتى المجالات (ترفيهية، سياسية، دينية، اجتماعية، ثقافية) وهذا لنلم بالظاهرة من جميع نواحيها، والتي تمكننا من معرفة في أي مجال يتم استخدام هذه اللغة الالكترونية.

¹ قمنا بسير آراء على موقع google.com والذي طرحنا سؤال عن ما هو الموقع من مواقع التواصل الاجتماعي الذي تفضل التواصل من خلاله: facebook, twitter, MSN, yahoo, google+, youtube. وكانت جل الأجوبة تنصب في اختيارهم لموقع الفيسبوك. وذلك لأن مميزاته تشمل جميع مميزات المواقع التواصلية الأخرى.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة

مقدمة الفصل

3- تحليل ومناقشة النتائج

4- نتائج الدراسة

خاتمة الفصل

مقدمة الفصل:

الاستمارة المقدمة هي استمارة الكترونية طرحت على Spreadsheet¹ ، بالفترة الزمنية التي تم فيها نشر هذه الاستمارة الالكترونية فكان ما بين (2 أوت 2014 و 27 نوفمبر 2014) وكان مجموع الاستمارات التي وصلت على البريد الالكتروني الخاص بالباحث وكان العدد الزائر لموقع الاستمارة الالكترونية هو 53 مفردة فقط. ولهذا السبب قمنا بطرح الاستمارة الالكترونية على بعض المجموعات، والتي بلغ عدد المجيبين على الاستمارة حوالي 68 والتي تم إلغاء 21 منها لعدم إجابة البعض عن جل الأسئلة، والتي كانت هذه الأخيرة كلها أسئلة إجبارية. بحيث قمنا بالاضطلاع على الأدبيات النظرية والدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة، وبعدها شرعنا في إعداد النموذج الأولي للاستمارة. وبعد الانتهاء من إعدادها قمنا بعرضها على مجموعة من المحكمين² وذلك لإبداء رأيهم فيها وانتقاداتهم من: سلامة اللغة، المصطلحات وإن كانت ملائمة لترحها على أفراد العينة، نوعية الأسئلة وعلاقتها بموضوع الدراسة. وبعد الاضطلاع على التقارير قمنا بإعادة طرح الأسئلة بأخذ انتقادات الحكام بعين الاعتبار. وجاءت الاستمارة بالشكل والأسئلة التالية³:

متكونة من 32 سؤال إجبارية منها المفتوحة والتي تسمح للمبحوث بإبداء رأيه بكل طلاقة وحرية ومنها الأسئلة ذات تعدد الاختيار، وكذا الأسئلة المغلقة والتي تمكن المبحوث من الإجابة بنعم أو لا، وهي مقسمة إلى المحاور التالية:

المحور الأول: فيه البيانات الشخصية لعينة البحث تتكون من 6 أسئلة عن: السن، الجنس، المستوى التعليمي، المستوى التعليمي للوالدين، الأصل الجغرافي، المستوى المادي.

¹ يمكنك الاضطلاع على الملحق أو عبر الموقع التالي:

https://accounts.google.com/AccountChooser?Email=chahrazed.sociology%40gmail.com&continue=https%3A//drive.google.com/open%3Fid%3D1j0F05hoZaef0jOAuKfX25pDQKN_Mt79-oTZcTHsMJZE

² الأستاذ: شليح توفيق، الأستاذ رابع سبع.

³ يمكنك الاضطلاع على الملحق أو عبر الموقع التالي:

https://accounts.google.com/AccountChooser?Email=chahrazed.sociology%40gmail.com&continue=https%3A//drive.google.com/open%3Fid%3D1j0F05hoZaef0jOAuKfX25pDQKN_Mt79-oTZcTHsMJZE

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الفاييسبوك فيها 12 سؤال: منذ متى والمبحوث يستخدم الفاييسبوك

الخاص به، الهدف من فتحه لصفحة فاييسبوك، كم عدد مرات تصفحه لصفحته، عدد الساعات التي قضىها على الفاييسبوك والفترات والأمكنة والخدمات المفضلة لتصفحهم الفاييسبوك الخاص بهم، وكم عدد الأصدقاء وعلى أي أساس يختارونهم.

المحور الثالث: بعنوان الدوافع والحاجات وراء استخدام الفاييسبوك، يتضمن 6 أسئلة مطروحة كالاتي: ما

الدافع وراء استخدام الفاييسبوك، وما إن كانت معلومات الشخصية بالعينة حقيقية أم افتراضية، وماذا يليه له الفاييسبوك من حاجات ومدى ثقته بما يقدمه له الفاييسبوك من خدمات.

أما المحور الرابع والأخير: تحت عنوان: الفاييسبوك ولغة الحوار، وهو أهم جزء من الاستمارة لأن على

أساس الأسئلة الموجودة في هذا المحور يبنى موضوع الدراسة، وفي جعبته 8 أسئلة تدور كلها حول اللغة المستخدمة في التواصل بين أفراد العينة في غرف الدردشة والتعليقات والمنشورات، وعن الرموز والأيقونات والاختصارات في الكتابة باللغة الأجنبية. وما إن كانت تعبر فعلا عن ما يخالجه، ومن أين تعلمها، وإن كان يستخدمها في المجتمع الواقعي.

1- تحليل ومناقشة النتائج:

أ- المحور الأول: خصائص وسمات مجتمع الدراسة:

الجدول رقم (01): متغير الجنس بالنسبة لعينة الدراسة

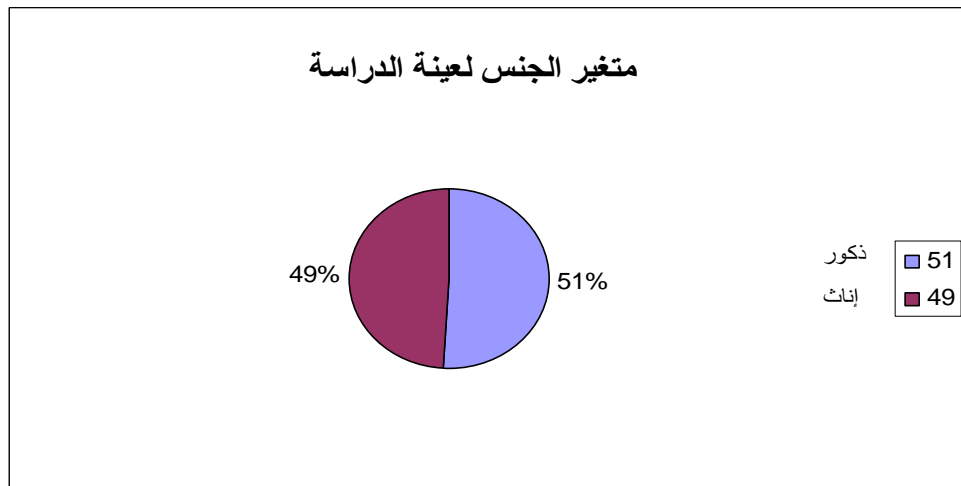
النسبة بالـ (%)	التكرار		
51	51	ذكور	متغير الجنس
49	49	إناث	
100	100	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة مشاركات الذكور 51% من عدد المشاركين في الإجابة عن

الاستمارة أي بـ 51 مفردة. أما بالنسبة للمشاركات من الإناث 49% أي 49 مفردة، وهذا ما يؤكد أن الإقبال

المتماثل والكبير من طرف الجنسين على حد سواء على مواقع التواصل الاجتماعي.

الشكل رقم 02: يبين متغير الجنس لعينة الدراسة.

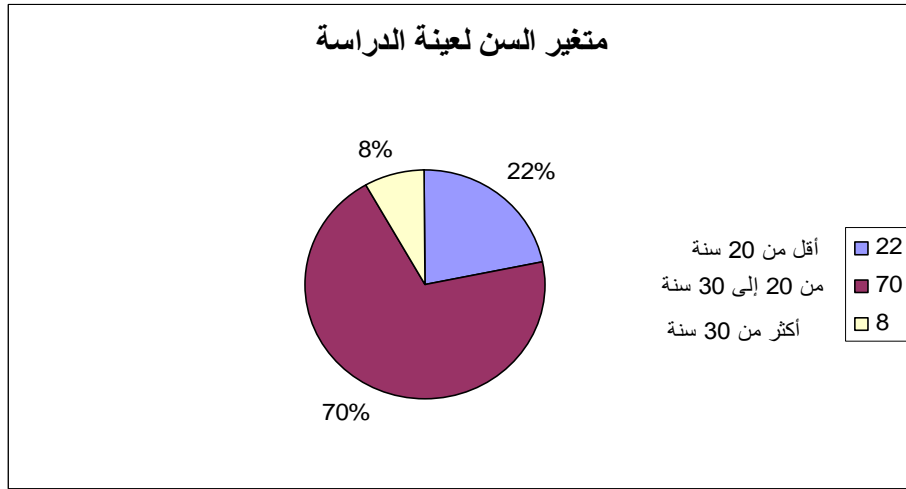


الجدول رقم (02): متغير السن بالنسبة لعينة الدراسة

السن	التكرار	النسبة بال (%)
أقل من 20 سنة	22	22
من 20 إلى 30 سنة	<u>70</u>	<u>70</u>
أكثر من 30 سنة	8	8
المجموع	100	100

من خلال ملاحظتنا للنسب الظاهرة في الجدول أعلاه والرسم البياني أسفله يمكننا ملاحظة أن الفئة العمرية بين (20-30 سنة) تضم 70% من مجموع المبحوثين البالغ عددهم 70 مفردة وهي فئة الطلبة والمتدربين في المراحل النهائية للطور الثانوي وكذا الجامعيين، أما الفئة العمرية التي تليها من حيث عدد المبحوثين المتمين إليها هي الفئة العمرية (أقل من 20 سنة) وهي من الشباب ذو الطور المتوسط والثانوي. وتمس فئة (الأكثر من 30 سنة) بـ 8% أي ما يعادل 8 مفردات من مجموع عينة الدراسة. نستنتج أن مستخدمي الفايبروك هم من الشباب اللذين هم الأكثر استخداما وتفاعلا مع هذا الموقع واللذين يعتبرون أنهم شباب يملك المهارات الحاسوبية ولديهم اطلاع واسع على كل ما هو جدي في الالكترونيات واستخداماتها وأيضا هم شباب يعاني من الفراغ الاجتماعي والوجداني. حيث أصبح هؤلاء الشباب يجذون العيش أكثر في هذا العالم الافتراضي اللذين يجدون ضالتهم فيه والذي يسمح لهم بالتعبير عن كل ما يخالجهم من أفكار.

الشكل رقم 03: يبيّن متغيّر السن لعينة الدراسة.



الجدول رقم (03): متغير الفئة العمرية بالنسبة للذكور والإناث

المجموع		الإناث		الذكور		
النسبة بال%	التكرار	النسبة بال%	التكرار	النسبة بال%	التكرار	
22	22	34.69	17	9.80	05	أقل من 20 سنة
<u>70</u>	<u>70</u>	<u>57.14</u>	<u>28</u>	<u>82.35</u>	<u>42</u>	من 20-30 سنة
08	08	8.16	04	7.84	04	أكثر من 30 سنة
100	100	100	49	100	51	المجموع

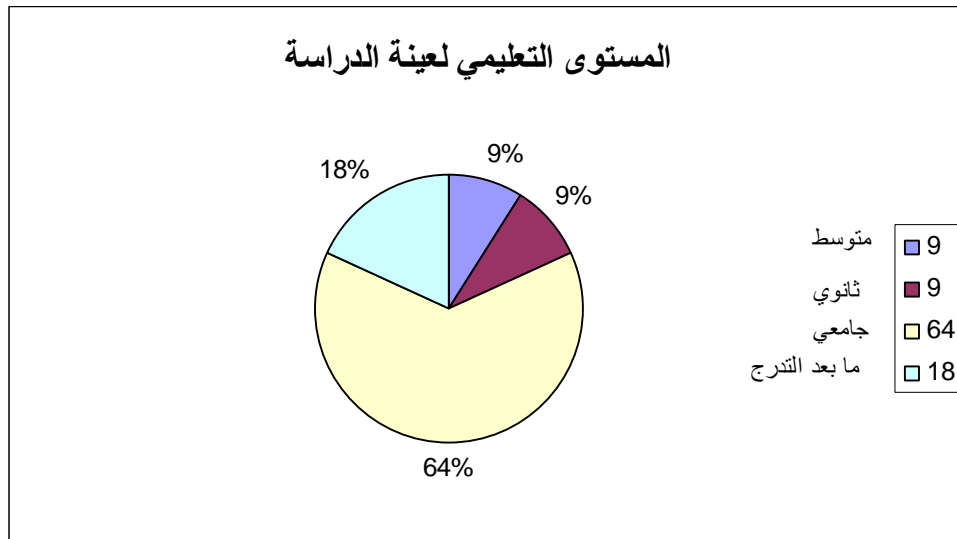
من خلال المعطيات الموضحة في الجدول رقم (03) والذي يبين متغير الفئة العمرية بالنسبة للجنسين الذكور والإناث، نجد أن الفئة من 20 سنة إلى 30 سنة هي الأكثر بنسبة 70% ويتشارك كل من الذكور بـ 82.35% فيما الإناث بنسبة 57.142857143%. أما الفئة الأقل من 20 سنة والتي نسبتها 22% فالإناث لهم الحصة الأكبر فيها بنسبة 34.69% أما الذكور فبـ 9.80%.
 فيما يتساوى الجنسين في الفئة العمرية أكثر من 30 سنة بأربع مفردات لكل منهما لكن نسبة الإناث أكثر بـ 8.16% عن الذكور الذين نسبتهم 7.84% وذلك لمجموع الذكور بـ 51 مفردة والإناث بـ 49 مفردة.
 وقد يعود السبب إلى أن الإناث لديهم انشغالات منزلية والتي تقلص من استخدامهم للفايسبوك أكثر من الذكور.

الجدول رقم (04): متغير مستوى التعليمي بالنسبة لعينة الدراسة

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة بال (%)
متوسط	9	9
ثانوي	9	9
جامعي	<u>64</u>	<u>64</u>
ما بعد التدرج	18	18
المجموع	100	100

من خلال ما لاحظناه في الجدول أعلاه نجد أن المستوى الدراسي لعينة الدراسي مرتفع، حيث أن نسبة الجامعيين تسيطر عليها بـ 64% أي بـ 64 مفردة من مجموع عينة الدراسة، تليها نسبة 18% أي 18 مفردة هم في مرحلة الدراسات العليا من ماجستير ودكتوراه ونسبة مهمة حيث يتخذون من موقع الفيسبوك مصدرا للمعلومات ومواكبة كل شيء جديد يخص مسابقات الدراسات العليا والتوظيف. أما في المراتب الأخيرة نجد أن كل من المستوى المتوسط والثانوي لهما نفس النسبة بـ 9% أي 9 مفردات من مجمل عينة الدراسة.

الشكل رقم 04: يبين متغير المستوى الدراسي لعينة الدراسة.



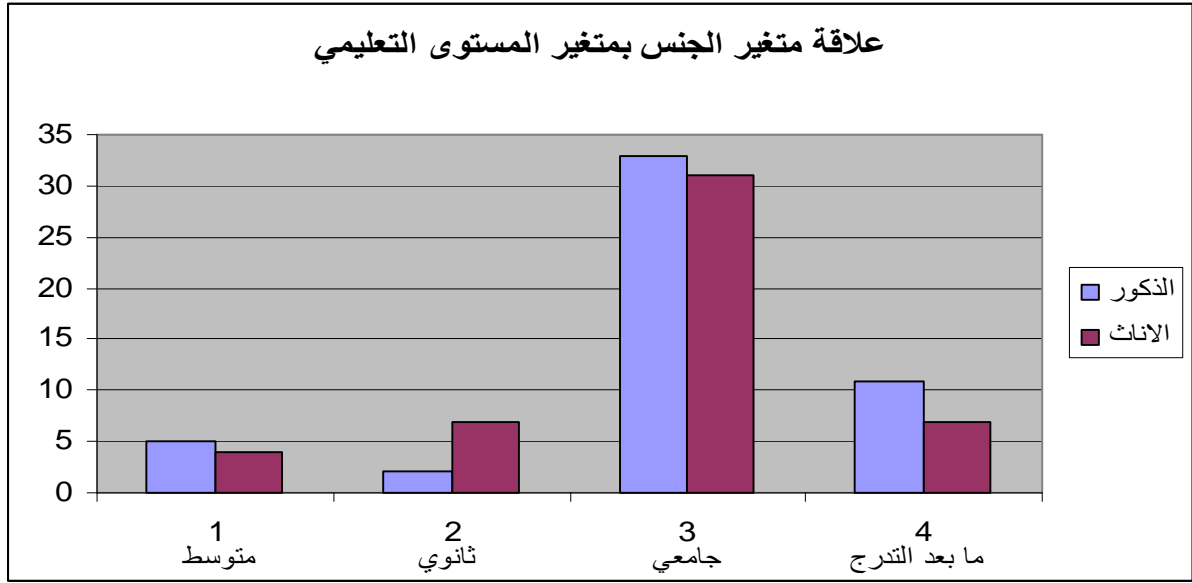
الجدول رقم (05): علاقة متغير المستوى الدراسي بمتغير الجنس لعينة الدراسة

المجموع بال %		الإناث		الذكور		المستوى التعليمي
نسبة بال %	تكرار	نسبة بال %	تكرار	نسبة بال %	تكرار	
9	9	8.16	4	9.80	5	متوسط
9	9	14.28	7	3.92	2	ثانوي
<u>64</u>	<u>64</u>	<u>63.26</u>	<u>31</u>	<u>64.703</u>	<u>33</u>	جامعي
18	18	14.28	7	21.59	11	ما بعد التدرج
100	100	100	49	100	51	المجموع

من خلال هذا الجدول رقم (05) المركب والرابط بين المستوى الدراسي ومتغير الجنس لعينة الدراسة، والذي نلاحظ من خلالها أن أكبر نسبة من ذكور المفردة المشاركين ذوي المستوى الجامعي بنسبة 64.70% أي ما يعادل 33 مفردة من إجمالي الذكور المشارك 51 ذكر. أما ذوي الدراسات العليا الذي بلغ عددهم 11 أي ما يقارب 21.59%، تليها نسبة 9.80% أي 5 من مجموع الذكور هم ذوي المستوى المتوسط، وأخيرا نسبة 3.92% ما يعادل 2 من مجمل الذكور تعود للمستوى الثانوي.

نفس الملاحظة بالنسبة للإناث فالجامعيات هم أكبر النسب بـ 63.26% أي 31 أنثى، أما ذوات المستوى الثانوي والحاملات لشهادات عليا فهن متساويات في العدد بـ 7 إناث من مجملهن 49 بنسبة تقارب 14.28% وأخيرا اللواتي لديهن المستوى المتوسط بالنسبة المتبقية بـ 8.16%.

الشكل رقم 05: يبيّن علاقة متغير الجنس بمتغير المستوى الدراسي.



الجدول رقم (06): متغير الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة

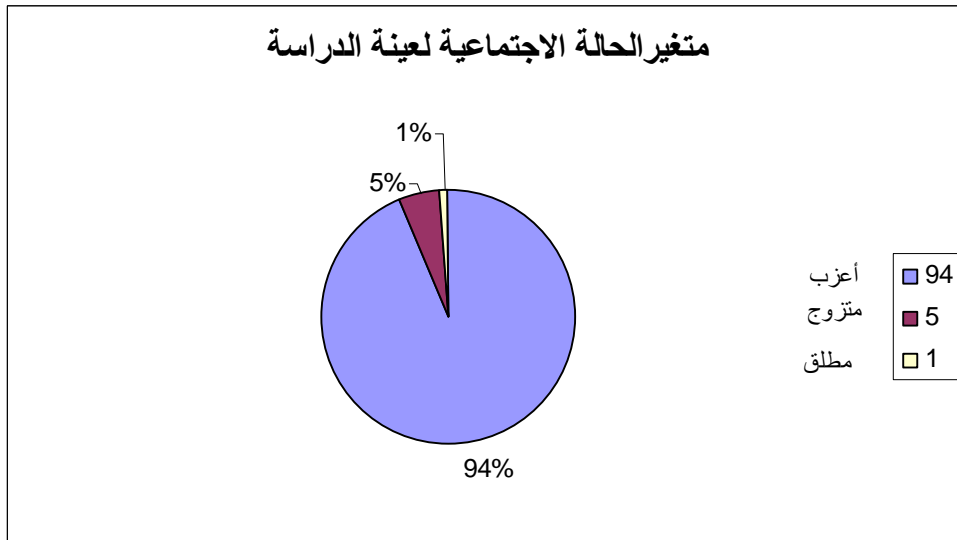
الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة بال %
أعزب	94	94
متزوج	5	5
مطلق	1	1
المجموع	100	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) أن 94% من المفردات من الجنسين عزّاب أي 94 مفردة من

مجمّل عينة البحث، أما المتزوجون فقد بلغ عددهم 5 مفردات أي 5%، وأخيرا مطلقة واحدة فقط بنسبة 1%.

وهذا ما يعبر عن أن الحالة الاجتماعية تلعب دورا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الشكل رقم 06: بيّن متغير الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة.

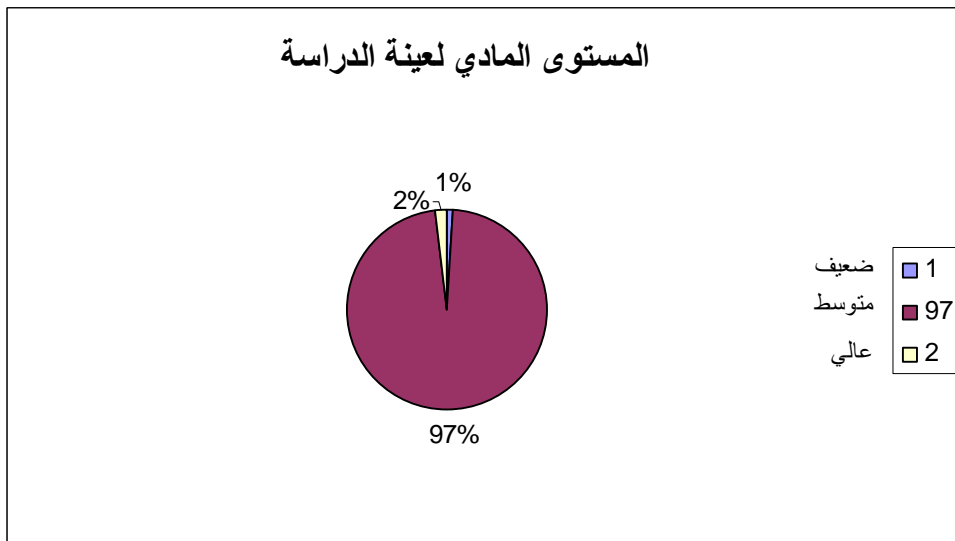


الجدول رقم (07): متغير المستوى المادي لعينة الدراسة

النسبة بال %	التكرار	المستوى المادي
1	1	ضعيف
<u>97</u>	<u>97</u>	متوسط
2	2	عالي
100	100	المجموع

كما هو ملاحظ من خلال الجدول رقم (07) والذي يبين أن مجمل المفردات وهو 97 % كلهم ينتمون إلى المستوى المادي المتوسط والذي يبين من خلاله أن توفر الانترنت في متناول الجميع، أما 2 من مفردات العينة يرون أنفسهم من ذوي المستوى المادي العالي، والباقي بـ 1% يرى أنه من النساء الفقراء لكنه هذا لا يمنعه من التطلع على الانترنت لأنه يستطيع التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الفضاء السيبراني المتوفرة في كل مكان بما يساعده ماديا، كما أن التعمد على الاستعمال يؤدي إلى الزيادة في الاستخدام.

الشكل رقم 07: يبين متغير الحالة المادية لعينة الدراسة.

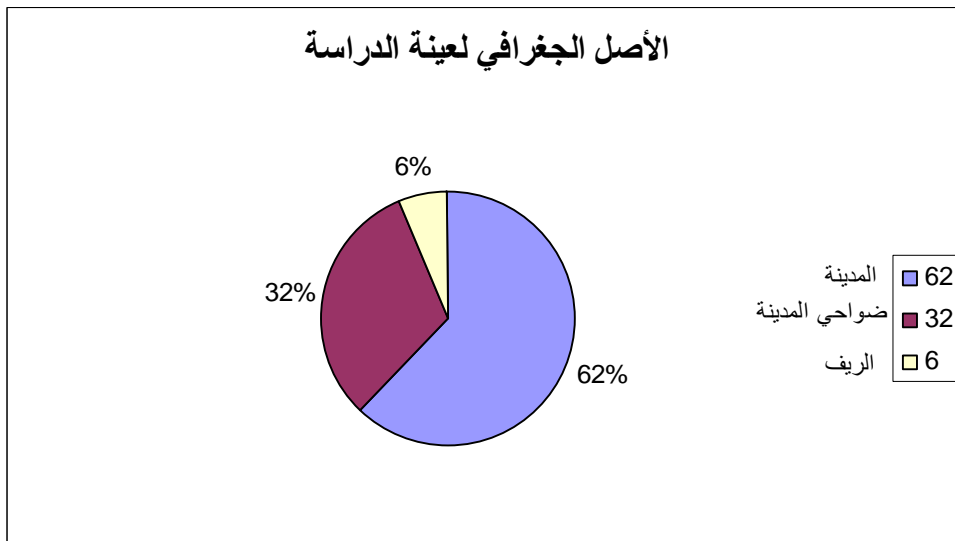


الجدول رقم (08): متغير الأصل الجغرافي لعينة الدراسة

الأصل الجغرافي	التكرار	النسبة بال %
المدينة	62	62
ضواحي المدينة	32	32
الريف	6	6
المجموع	100	100

من خلال الجدول أعلاه الجدول رقم (08) نلاحظ أن 62% من أفراد العينة يقطنون المدينة، ثم تأتي نسبة 32% من أفراد العينة الذين يسكنون ضواحي المدينة وأخيرا 6% فقط يسكنون الريف. أي أن 62% من أفراد العينة يتواجدون بين المدينة وضواحيها ذلك لإمكانية اتصالمهم بالإنترنت أولا، ثم أن هذه المناطق السكنية معروفة بالضغط والصراع بين متغيرات الحياة والتطلع لكل ما هو جديد وعصري والتي تتوفر على الأماكن والمرافق أكثر من المناطق النائية.

الشكل رقم 08: يبين متغير الأصل الجغرافي لعينة الدراسة.



ب- المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الفايسبوك

الجدول رقم (09): متغير الدافع وراء فتح حساب عبر الفايسبوك

النسبة بال %	التكرار	لماذا فتحت حساب على موقع فايسبوك؟ ¹
26,52	61	للتعارف والتواصل
22,60	52	للتقافة
20,43	47	للمتعة
22,17	51	للتنفيس عن وقت الفراغ
8,26	19	أخرى
100	230	المجموع

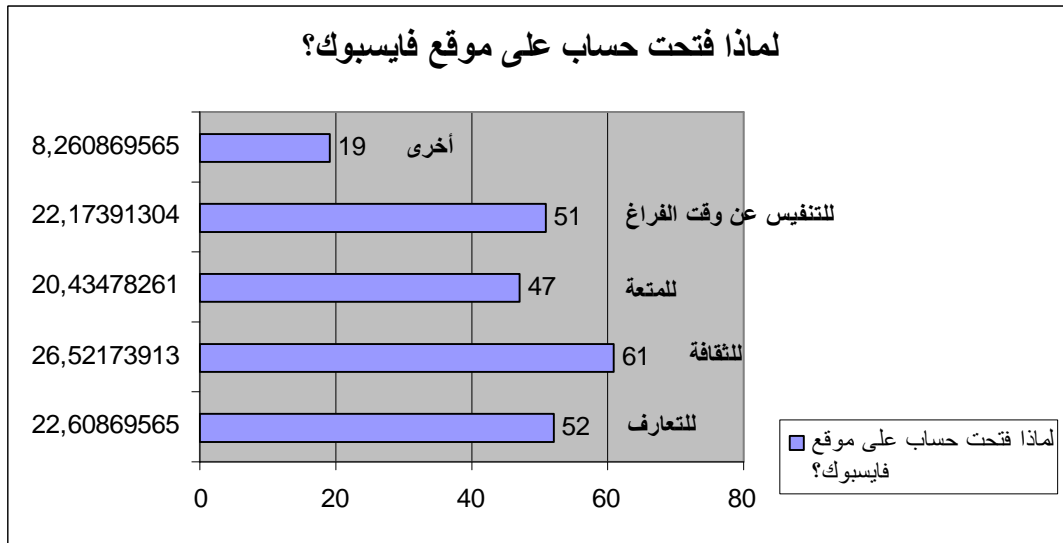
من خلال الجدول أعلاه نجد أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع " فايسبوك " بدافع التعارف والتواصل مع الأهل والأصدقاء بنسبة تقدر بـ 26,52% وتليها التثقيف بنسبة مقدرة بـ 22,60% والتي تعادل تقريبا من يرون أن الدافع وراء فتح صفحة على الفايسبوك هو للتنفيس عن وقت الفراغ والتي تقدر بـ 22,17%، تليها نسبة 20,43% يرون أن الفايسبوك موجود للتمتع ممن لعب وغيرها من الخدمات الترفيهية التي يوفرها لمستخدميه. أما النسبة المتبقية والمقدر نسبتها بـ 8,26% وأكثرها من الإناث اللواتي يرون أن الدافع وراء فتح حساب على الفايسبوك هو بدافع الارتباط والزواج وخلق علاقات غرامية كما هو الدافع للذكور أيضا. وبهذا يعتبر الفايسبوك موقع اتصالي بالدرجة الأولى بين الأهل والأصدقاء حيث أحضر الزمان والمكان وأصبح البعيد

¹ سؤال متعدد الخيارات، يسمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة.

قريبا والقريب بعيدا. فقد أغنت الرسائل النصية وما يتبادلون به عبر الفايسبوك عن الزيارات، من هنا لم تعد صورة الأسرة التي تعيش في بيت واحد بينما ينهمك كل فرد من أفرادها في عالمه الخاص¹

الشكل رقم 09: يبين متغير الدافع وراء فتح حساب على موقع التواصل الاجتماعي

"فايسبوك"



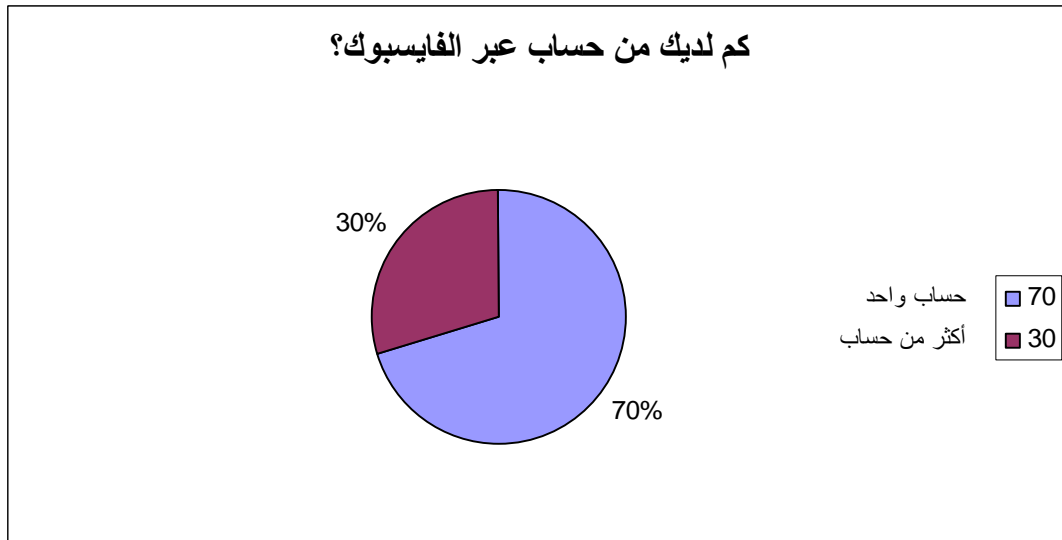
¹ الشريف عبد العزيز، الإعلام الالكتروني، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2014، ص 174.

الجدول رقم (10): السؤال المتعلق بـ: كم لديك من حساب عبر الفايسبوك؟

النسبة بال%	التكرار	كم لديك من حساب عبر الفايسبوك؟
<u>70</u>	<u>70</u>	حساب واحد
30	30	أكثر من حساب
100	100	المجموع

الجدول رقم (10) والمتعلق بالسؤال كم لديك من حساب عبر الفايسبوك؟ حيث يبيّن من خلال هذا الجدول المبين أعلاه أن 70 مفردة أي 70% يملكون حساب واحد فقط عبر الفايسبوك، أما النسبة المتبقية من المائة وهي نسبة معتبرة بـ 30% يمتلكون أكثر من حساب وهذا لأسباب متعددة نذكرها لاحقاً.

الشكل رقم 10: يبيّن كم لدى عينة الدراسة من حساب عبر موقع الفايسبوك.



الجدول رقم (11): المتعلق بالسؤال: هل تدخل لحسابك عبر الفايسبوك بشخصيتك

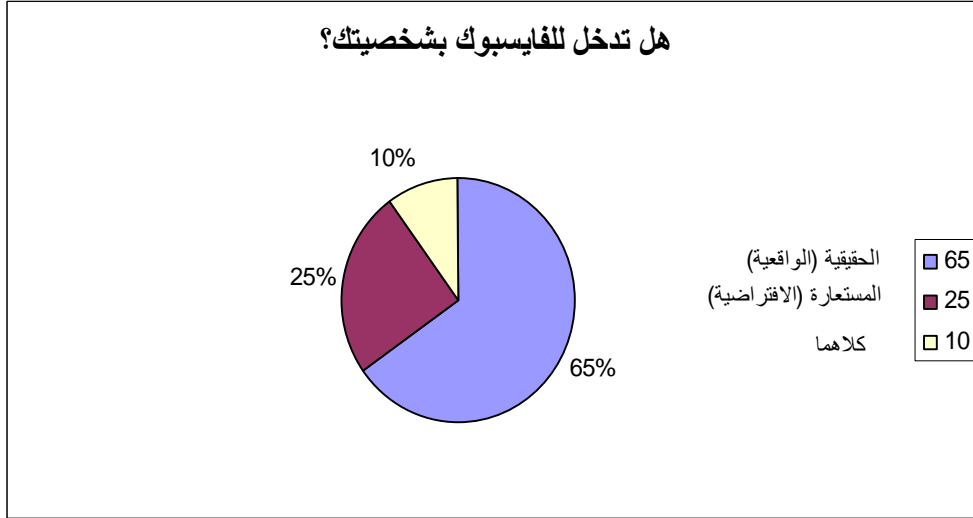
الحقيقية أم المستعارة؟

هل تدخل للفايسبوك بشخصيتك؟	التكرار	النسبة بال%
الحقيقية (الواقعية)	65	65
المستعارة (الافتراضية)	25	25
كلاهما	10	10
المجموعة	100	100

من خلال ما لاحظناه من خلال الجدول رقم (11) فإن 65 مفردة أي ما يعادل 65% من مجموع العينة يدخلون إلى الفايسبوك بشخصيتهم الواقعية أو الحقيقية، أما 25% فهم يفضلون الولوج في الفايسبوك بشخصية مستعارة أو افتراضية والتي تعتبر نسبة معتبرة وذلك لأسباب ستتضح لاحقاً، أما النسبة المتبقية والتي تقدر بـ 10% فهم يدخلون إلى الفايسبوك بشخصيتين منها شخصيتهم الواقعية أو الحقيقية والشخصية الافتراضية عن طريق حساب آخر يملكه نفس الشخص لكن بمعلومات شخصية افتراضية تسمح له بممارسة بعض الأنشطة غير معروف بها في الواقع دون أن يعرفه أحد.

الشكل رقم 10: يبيّن ما إن كانت عينة الدراسة تدخل لحسابها عبر الفايسبوك بشخصية

حقيقية أم مستعارة.



الجدول رقم (12): علاقة متغير السؤال : هل تدخل الى الفايسبوك بشخصيتك الحقيقية أم

المستعارة، والسؤال كم لديك حساب عبر الفايسبوك؟

المجموع		أكثر من حساب		حساب واحد		
النسبة بال%	التكرار	النسبة بال%	التكرار	النسبة بال%	التكرار	المتغيرات
65	65	0	0	92.85	65	شخصيتك الحقيقية
25	25	66.66	20	7.14	5	شخصيتك المستعارة
10	10	33.33	10	0	0	كلاهما
100	100	100	30	100	70	المجموع

من خلال الجدول رقم (12) الذي يبين العلاقة ما بين ما إن كانت العينة تملك حسابا أو أكثر وبين

ما إن كانت تدخل الى الفايسبوك بشخصيتها الحقيقية أم المستعارة، بحيث نجد أن 92.85% من مجموع العينة

يدلون بشخصيتهم الحقيقية أو الواقعية على صفحة الفايسبوك الخاصة بهم هم من يملكون حساب واحد على

الفايسبوك، في ما أن 7.14% من من لديهم حساب واحد لا يصرحون بشخصيتهم الواقعية ويفضلون الدخول

الى الفايسبوك بشخصية مستعارة، أما 66.66% من من لديهم أكثر من حساب فهم يدخلون إلى الفايسبوك

بشخصية افتراضية و 33.33% من هؤلاء يفضلون الولوج في الفايسبوك بشخصيتين واقعية وافتراضية لأسباب.

كتتمّص شخصيات سواء معروفة أو غير معروفة وذلك لطرح مواضيع كالطابوهات.

الجدول رقم (13): علاقة متغير الجنس بما إن كان أفراد العينة يدلون بشخصيتهم

الحقيقية (الواقعية)

المجموع		الإناث		الذكور		هل تدلي بشخصيتك الحقيقية عبر الفاييسوك؟
النسبة بال%	التكرار	النسبة بال%	التكرار	النسبة بال%	التكرار	
70	70	44.89	22	94.11	48	نعم
30	30	55.10	27	5.88	03	لا
100	100	100	49	100	51	المجموع

من خلال الجدول رقم (13) المركب المبين أعلاه نرى أن 94.11% من الذكور يضعون معلوماتهم الحقيقية على موقع الفاييسوك، أما الباقي من مجموع الذكور الذي هو 51 مفردة أي 5.88% لا يضعون معلوماتهم الحقيقية أو الواقعية على موقع التواصل الاجتماعي الفاييسوك وذلك لأسباب. وهذا ما يوضح أن الذكور لا يخفون من الإدلاء بمعلوماتهم الحقيقية. ويجدون أنه ليس من داعي لإخفاء ما هم عليه في الواقع الذي يعيشون فيه.

فيما أن العكس لدى الإناث اللواتي تقارن في النسب فيما كانوا يدلون بمعلوماتهم الشخصية الواقعية أم لا! حيث 55.10% منهن يرون أنهم لا يستطيعون الإدلاء بمعلوماتهم الحقيقية على شبكة الفاييسوك ولهذا أسباب منها كما ذكر في الاستمارات: أنها ممنوعة من قبل الأهل أن يضع معلوماتها الحقيقية، وبعضهن يتقمن شخصيات وهذا للإيقاع بفتى تعرفه في الواقع قصد بناء علاقات غرامية معه لأنها لا تستطيع التصريح له بأنها تعرفه وغيرها من الأسباب... قد تكون خجلاً، أو للتجسس...

أما 44.89% منهن يدين بمعلوماتهن الحقيقية على الفاييسوك ومن الأسباب التي تدفع هؤلاء الإناث لذلك هو لسهولة البحث عنهن و معرفتهن على الفاييسوك من قبل الأصدقاء.

الجدول رقم (14): يبين عدد المرات التي يتصفح فيها أفراد العينة الفايسبوك في اليوم.

النسبة	التكرار	كم مرة تتصفح الفايسبوك في اليوم؟
38	38	مرة
22	22	من مرتين إلى أربع مرات
<u>40</u>	<u>40</u>	أكثر من أربع مرات
100	100	المجموع

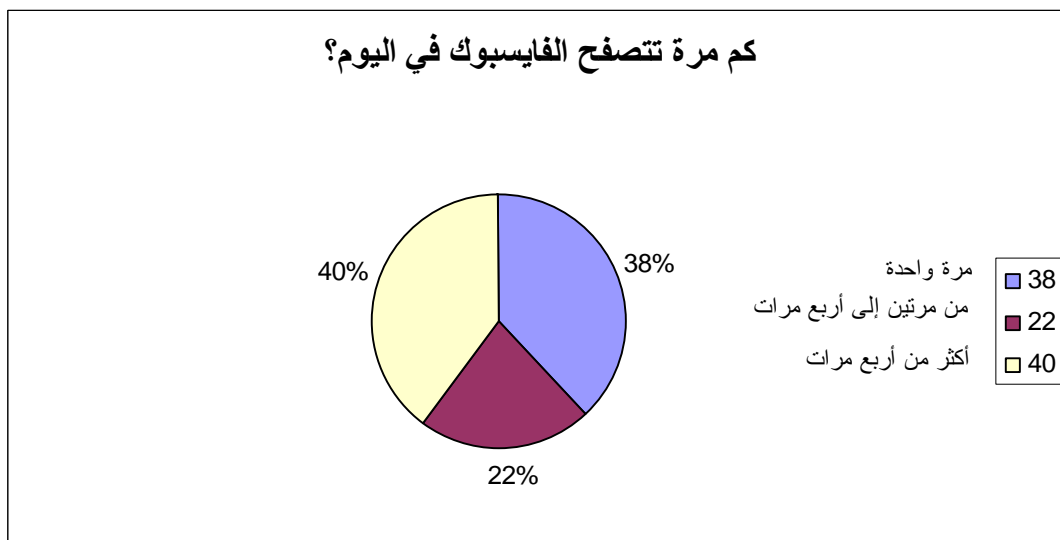
تبين نتائج الجدول رقم (14) أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يتصفحون موقع "الفايسبوك" أكثر من أربع مرات في اليوم وذلك بنسبة 40%، في حين يتصفحها 38% مرة واحدة في اليوم وهي نسب متقاربة نوعا ما. و22% يتصفحونه من مرتين إلى أربع مرات في اليوم.

وتأتي هذه النتائج لتبين أن العديد من مستخدمي "الفايسبوك" اليوم في الجزائر مدمنون على الموقع، فمن بين مؤشرات الإدمان عليه؛ كلما استخدم الشخص الموقع أكثر كلما أحس بالرضا، والمدمن على "الفايسبوك" يكون مهووسا بما يكتب على الجدار وبقراءة التعليقات ومتابعتها¹، وربما هذا من بين الأسباب التي تجعل المستخدم يتصفح صفحته أكثر من أربع مرات في اليوم. ومن بين المؤشرات أيضا الرغبة الملحة للمستخدم في أن يفتح صفحته بهدف معرفة جديد التعليقات وكذا الأشخاص المتصلين.

¹ مستخرج من Jamie Lober, are you addicted to facebook is the internet causing you to avoid the real life,[online] ; <http://www.familytimemagazine.com/articles/AreYouAddictedToFacebookweb.pdf> في 2014/12/20 على الساعة: 14:29

الشكل رقم 12: يبيّن عدد المرات التي تتصفح فيها عينة الدراسة صفحتها على

الفايسبوك.



الجدول رقم (15): جدول مركب بين متغير الجنس والسن وكم مرة يتم مفردات العينة

تصفح الفايسبوك في اليوم.

المتغيرات	الذكور						الإناث						المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		أكثر من 30 سنة		المجموع			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
مرة واحدة	03	60	12	28.57	02	50	12	70.58	08	28.57	01	25	38	38
من 2 إلى 4 مرات	01	20	09	21.42	01	25	03	17.64	06	21.42	02	50	22	22
أكثر من 4 مرات	01	20	01	20	01	25	02	11.76	14	50	01	25	40	40
المجموع	05	100	42	100	04	100	17	100	28	100	04	100	100	100

توضح نتائج الجدول رقم (15) أن 60% من الذكور اللذين أعمارهم تقل عن 20 سنة فيما الإناث

من نفس الفئة بـ 70.58% يتصفحون الفايسبوك مرة واحدة في اليوم وذلك بأمر من الوالدين. أي أن هذه الأسر

مهتمة بأطفالها من خلال ضبط الحجم الساعي لاستخدامهم الفايسبوك.

أما 50% من الذكور والإناث اللذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 و30 سنة فهم يتصفحون الفايسبوك

أكثر من أربع مرات في اليوم، أما الذكور اللذين تفوق أعمارهم 30 سنة والتي تقدر نسبتهم بـ 50% فهم

يتصفحون الموقع مرة واحدة في اليوم وذلك لانشغالهم ومسؤولياتهم التي تفوق تصفح الموقع بكثير، أما الإناث

من نفس الفئة فهن يتصفحن الموقع من مرتين إلى 4 مرات في اليوم بنسبة 50% والذي يعبر عن الفراغ العاطفي

والاجتماعي الذي يؤدي بدوره إلى حالة الإدمان في استخدام الموقع.

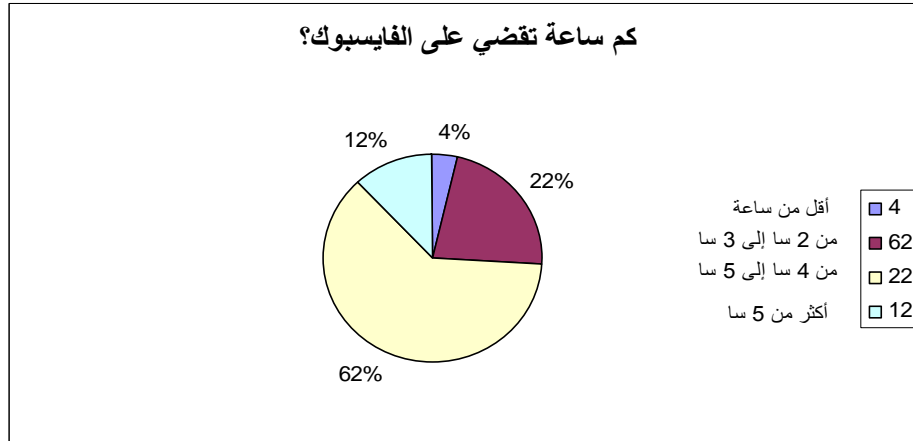
الجدول رقم (16): يبيّن كم من ساعة يقضيها مفردات العينة على الفايسبوك في اليوم.

النسبة بال%	التكرار	كم ساعة تقضي على الفايسبوك؟
4	4	أقل من 1 سا
22	22	من 2 سا إلى 3 سا
<u>62</u>	<u>62</u>	من 4 سا إلى 5 سا
12	12	أكثر من 5 سا
100	100	المجموع

يبين الجدول (16) عدد ساعات استخدام "الفايسبوك" بشكل يومي بالنسبة لأفراد العينة، ونلاحظ بأن أغلبهم يقضون في تصفحهم للموقع أكثر من أربع إلى 5 ساعات وذلك بنسبة 62%، في حين يقضي 22% منهم من ساعتين إلى 3 ساعات في استخدام "الفايسبوك" يليهم 12% أكثر من 5 ساعات. فيما يستغرق 4% من مجموع مفردات العينة أقل من ساعة. ويمكن تفسير ذلك بأن المتعة التي يشعر بها مستخدمو "الفايسبوك" وقت استخدامهم للموقع ومشاركة أصدقائهم الآراء يجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت الذي يستغرقونه في تصفح الموقع. ويشير المتخصصون في هذا الصدد إلى ما يطلق عليه انطوائية الكمبيوتر "Computer" ¹Phyliaic وتوجد هذه الحالة عندما يستمر الشخص في الجلوس عليه أمام الحاسوب ساعات طويلة.

¹ ابراهيم اسماعيل عبده، العلاقات الاجتماعية عبر الانترنت، دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المستترة، مركز الأسيار للبحوث والدراسات والإعلام، 2009 تم استرجاعه بتاريخ 02/01/2015 على الساعة 14:09 من الرابط: <http://www.asbar.com/ar/contents.asp?c=779>

الشكل رقم 13: يبين الحجم الساعي الذي تقضيه عينة الدراسة على الفايسبوك.



الجدول رقم (17): يبين علاقة متغير الجنس بالحجم الساعي الذي تقضيه عينة الدراسة

على موقع الفايسبوك.

الجنس		الذكور		الإناث		المجموع	
عدد الساعات	التكرار	النسبة بال%	التكرار	النسبة بال%	التكرار	النسبة بال%	التكرار
أقل من ساعة	2	3.92	2	2.12	4	4	4
من 2 سا الى 3 سا	9	17.64	13	26.53	22	22	22
من 4 سا الى 5 سا	28	<u>54.90</u>	34	<u>69.38</u>	<u>62</u>	<u>62</u>	<u>62</u>
أكثر من 5 ساعات	12	23.52	00	00	12	12	12
المجموع	51	100	49	100	100	100	100

من خلال الجدول رقم (17) المركب والذي يجمع متغير الجنس بكم الساعات التي يقضيها أفراد العينة

على موقع الفايسبوك. نجد أن 69.38% من مجموع الإناث يقضون من 4 سا إلى 5 ساعات على موقع

التواصل الاجتماعي فايسبوك، فيما يقابلها 54.90% من الذكور يقضون نفس الوقت على الفايسبوك. فيما أن

ينعدم وجود أي أنثى تقضي أكثر من 5 ساعات وهي تتصفح الفايسبوك في المقابل نجد أن 23.52% من

الذكور لا يجدون أي عائق وراء قضائهم هذا الكم من الوقت على شبكة الفايسبوك.

الجدول رقم (18): مركب بين متغير السن وكمية الساعات التي يقضيها أفراد العينة على

الفايسبوك

المجموع		أكثر من 30 سنة		من 20 - 30 سنة		أقل من 20 سنة		السن
النسبة بال%	التكرار	النسبة بال%	التكرار	النسبة بال%	التكرار	النسبة بال%	التكرار	الفئات
4	4	25	2	00	00	9.09	2	أقل من ساعة
22	22	25	2	22.85	16	18.18	4	من 2 سا الى 3 سا
62	62	50	4	62.85	44	63.63	14	من 4 سا الى 5 سا
12	12	00	0	14.28	10	9.09	2	أكثر من 5 سا
100	100	100	08	100	70	100	22	المجموع

من خلال الجدول المبين أعلاه والذي يمثل علاقة متغير السن بكمية الساعات التي يقضيها أفراد العينة على شبكة الفايسبوك، أن جميع الفئات العمرية تتشارك في كمية الساعات التي تقضيها على الفايسبوك ما بين أربع ساعات إلى الخمس ساعات بحيث تقدر بنسبة فئة الأقل من سنة بـ 63.63%، تليها الفئة من 20 إلى 30 سنة بـ 62.85% وأخيرا نسبة 50% للفئة الأكثر من 30 سنة. والفئة الأكثر من 30 سنة هي الأقل استخداما من حيث الساعات التي يقضونها على الفايسبوك بحيث تنعدم تماما نسبة من يقضون على الفايسبوك أكثر من 5 ساعات فيما أن نسبة من يستخدمون الفايسبوك أقل من ساعة ومن ساعتين إلى 4 ساعات متساوية بـ 25%.

وما نلاحظه من خلال هذه المعطيات أن الفئة ما بين 20 - 30 سنة هي الفئة الأكثر إدمانا على تصفح الفايسبوك بحيث 14.28% يقضون أكثر من خمس ساعات وهم على الفايسبوك الذي يجعلك لا تحس بالوقت الذي قضيته.

الجدول رقم (19): متغير الفترات المفضلة لأفراد العينة لتصفحهم الفايسبوك¹

ما هي الفترات المفضلة لديك لتصفح الفايسبوك؟	التكرار	النسبة بال%
صباحا	7	7
مساء	24	24
ليلا	41	<u>41</u>
من منتصف الليل إلى ساعات الفجر	10	10
كل الفترات	18	18
المجموع	100	100

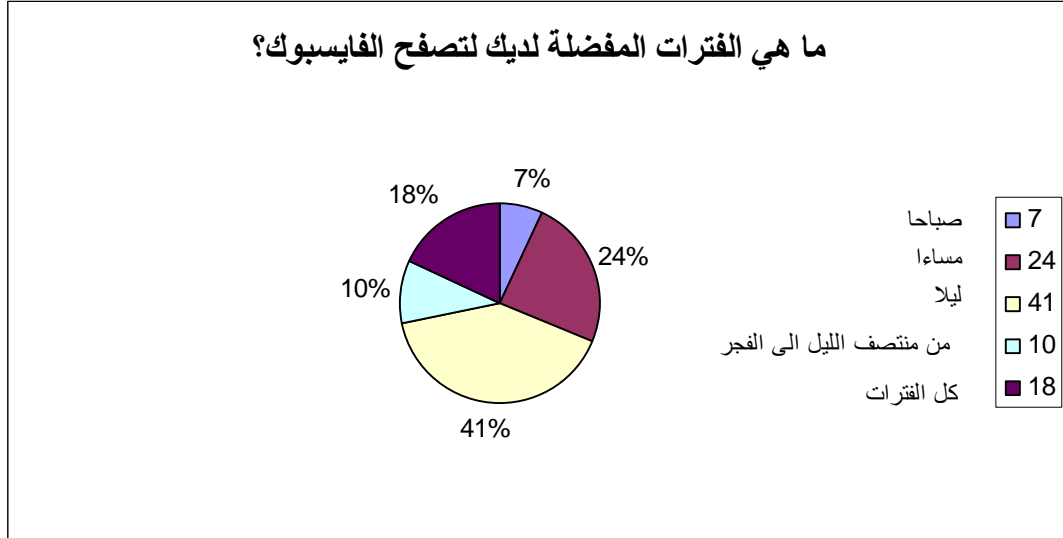
يتبين لنا من خلال الجدول رقم (19) أن أغلبية أفراد العينة يفضلون تصفح الفايسبوك في الفترة الليلية وذلك بنسبة 41%، تليها نسبة 24% من من يفضلون الفترة المسائية، و18% منهم لا يفضلون وقتا محدد بل الوقت اللذين يريدون يستطيعون تصفح الفايسبوك الخاص بهم وعلى حسب انشغالهم أيضا.

أما 10% يرون أن من منتصف الليل إلى ساعات الفجر الأولى هي الفترة المثالية لقضاء وقتهم على الفايسبوك، وأخيرا تأتي نسبة 7% من يرون أن الصباح هو أفضل فترة لذلك. وقد يكون السبب وراء ذلك أن الفترة الصباحية وعلى حسب ما صرح بعض المبحوثين أن هذه الفترة هي الفترة التي يدخل فيها إلى العمل والبعض إلى أماكن الدراسة ويكون لهم متسع ولو بسيط يسمح لهم بالاضطلاع على مستجدات الفايسبوك الخاص بهم.

¹ سؤال متعدد الخيارات، يسمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة.

الشكل رقم 14: يبيّن الفترات المفضلة لدى عينة الدراسة لتصفح صفحاتهم على

الفايسبوك.



الجدول رقم (20): مركب بين متغير الفترات المفضلة لتصفح الفايسبوك ومتغير الجنس

لعينة الدراسة

المجموع		الإناث		الذكور		المتغيرات
النسبة بال%	التكرار	النسبة بال%	التكرار	النسبة بال%	التكرار	
7	7	12.24	6	1.96	1	صباحا
24	24	24.48	12	21.56	11	مساء
<u>41</u>	<u>41</u>	<u>42.85</u>	21	<u>41.17</u>	21	ليلا
10	10	4.08	2	15.68	8	هزيعا
18	18	16.32	8	19.60	10	كل الفترات
100	100	100	49	100	51	المجموع

من خلال الجدول رقم (20) نلاحظ أن كلا الجنسين يفضلان تصفح الفايسبوك بالليل وهذا لأسباب تعود إلى أن الفترة الليلية بالنسبة للذكور بنسبة 41.17% أما الإناث فنسبة 42.85%. تكون هي الفترة التي تخلو من أعباء الدراسة والعمل، ولاعتبار أن معظم العينة لديها انترنت بالبيت مما يجعلها تتصفح الفايسبوك في أي وقت تريده.

فيما أن الإناث يفضلون الفترة الصباحية بنسبة 12.24% بعكس الذكور وهو بنسبة 1.96% فقط، وتقلب الآية في الفترة من منتصف الليل إلى ساعات الأولى للفجر حيث نجد أن 4.08% فقط من الإناث يفضلون تصفح الفايسبوك في هذه الفترة فيما أن 15.68% من الذكور يقومون بذلك خلال هذه الفترة. أما 19.60% من الذكور لا يجدون فترة محددة لتصفحهم الفايسبوك ويرون أن كل الفترات متاحة لهم لذلك، وهذا ما تراه 16.32% من الإناث.

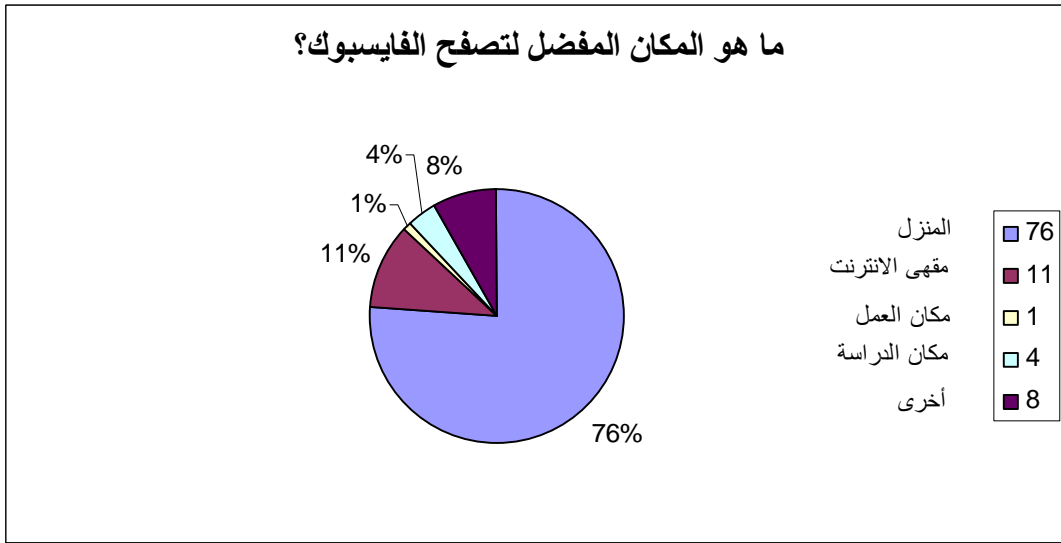
الجدول رقم (21): يبين المكان المفضل لتصفح الفايسبوك في نظر عينة الدراسة.

النسبة بال%	التكرار	ما هو المكان المفضل لتصفح الفايسبوك؟
<u>76</u>	<u>76</u>	المنزل
11	11	مقهى الانترنت
1	1	مكان العمل
4	4	مكان الدراسة
8	8	أخرى
100	100	المجموع

من خلال الجدول المبين أعلاه أن 76% من أفراد العينة يتصفحون الفايسبوك من المنزل وهذا ما يعبر عن أن جل أفراد العينة يملكون الانترنت في منازلهم. تليها نسبة 11% وهم من من يرتادون مقاهي الانترنت (Cyber)، أما 8% فالمكان لا يعني لهم عائق بحيث يملكون خدمة 3D التي توفرها لهم شركات الاتصالات الهاتف النقال من Djazzy, Ooredoo, Mobilis سواء على الهاتف النقال من نوع "Smart phone" أو في شكل مفاتيح "Clé USB" وقد صرح البعض بدافع المزح أو شيء آخر بأنه الآن بإمكان أيأ كان أن يبحر في الشبكة العنكبوتية حتى في المرحاض!!!

أما 4% يفضلون مكان الدراسة ليجولوا في الفايسبوك وغيره من الخدمات التي توفرها شبكة الانترنت وقد تعود قلة النسبة إلى عدم توفر بعض الأقسام على خدمة الواي فاي (WIFI). أما النسبة المتبقية من المائة وهي 1% وهي نسبة من يشتغلون ويجدون أن مكان العمل هو المكان الذي يرتاحون فيه لتصفح الفايسبوك الخاص بهم.

الشكل رقم 15: يبيّن المكان المفضل لدى عينة الدراسة لتصفح الفايسبوك.

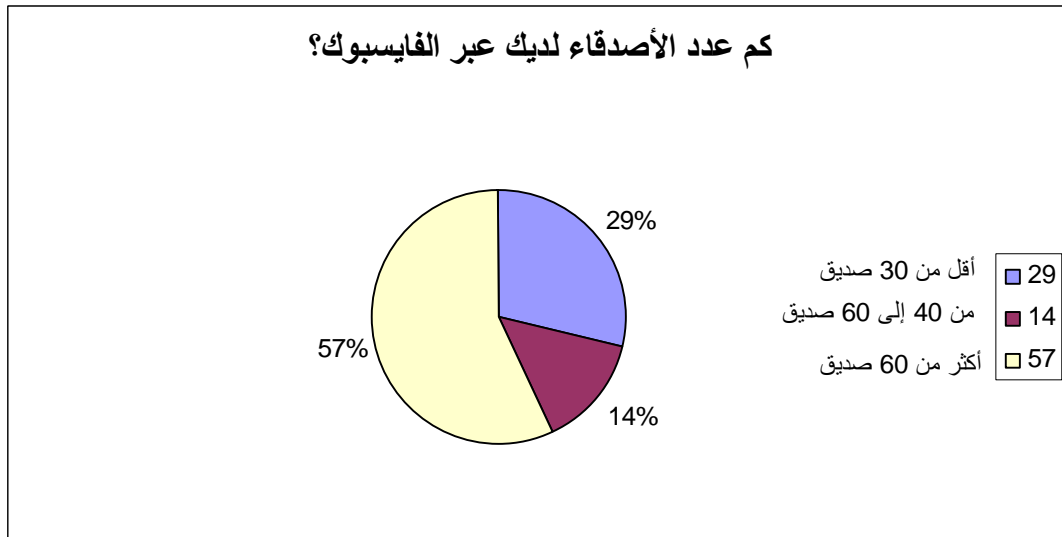


الجدول رقم (22): يبيّن عدد أصدقاء كل عينة.

النسبة بال%	التكرار	كم عدد الأصدقاء لديك عبر الفايسبوك؟
29	29	أقل من 30 صديق
14	14	من 40 إلى 60 صديق
57	57	أكثر من 60 صديق
100	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (22) نجد أن 57% من أفراد العينة يملكون أكثر من 60 صديقا على لائحتهم على الفايسبوك، أما 29% لها أقل من 30 صديق. فيما أن 14% لها من 40 إلى 60 صديق. حيث أن أفراد العينة هم من يتحكّمون في إضافة أصدقاتهم على الفايسبوك وذلك بخاصية الرفض أو القبول التي يوفرها لهم الفايسبوك. فمنهم من يضيفون أيّا كان على قائمة أصدقاتهم فقط للفت الانتباه أنه يملك أكبر عدد، ومنهم من يضيف فقط الأصدقاء المقربون والأهل إلى لائحتهم.

الشكل رقم 16: يبيّن كم عدد الأصدقاء لدى عينة الدراسة عبر الفايسبوك.

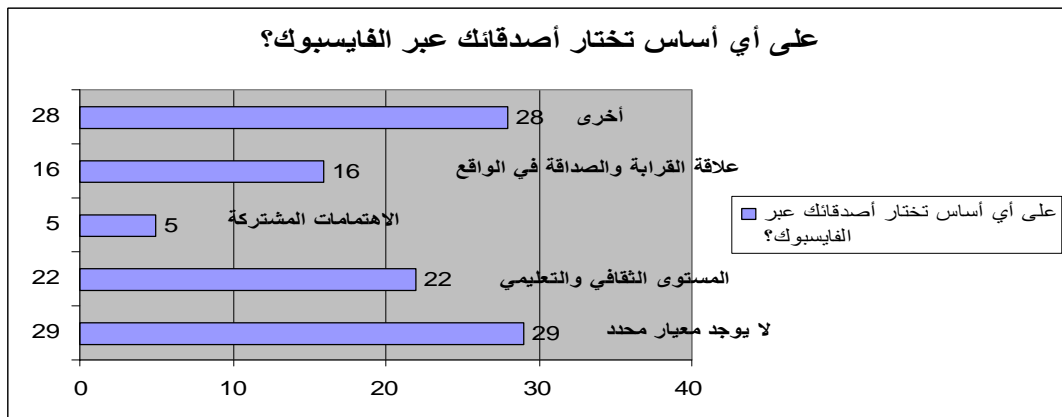


الجدول رقم (23): يبيّن على أي أساس تختار عينة الدراسة أصدقائها عبر الفايسبوك.

النسبة بال%	التكرار	على أي أساس تختار أصدقائك عبر الفايسبوك؟
29	29	لا يوجد معيار محدد
22	22	المستوى التعليمي والثقافي
5	5	الاهتمامات المشتركة
16	16	علاقة القرابة والصداقة
28	28	أخرى
100	100	المجموع

من خلال المعطيات التي تقدّمها لنا الجدول رقم (23)، نجد أن 29% لا يوجد لديهم معيار محدد في اختيارهم لأصدقائهم، فيما نجد أن 28% يختارون أصدقائهم لأسباب أخرى منها كما صرّح البعض على أساس الجمال والزواج والبلد الذي تعيش أو يعيش فيه الشخص المراد إضافته، أما النسبة المئوية وهي 22% فهي تختار أصدقائها عبر الفايسبوك على أساس المستوى التعليمي والثقافي والذي يبيّن لنا أن أفراد العينة يسعون إلى التعلم ورفع مستواهم الثقافي. و16% منهم يختارون على لائحتهم سوى الأصدقاء في الواقع الاجتماعي ومن تربطهم بهم علاقة القرابة، أما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 5% فهم من يختارون أصدقائهم على الفايسبوك على أساس الاهتمامات المشتركة.

الشكل رقم 17: يبين على أي أساس يتم اختيار عينة الدراسة لأصدقائها عبر الفايسبوك.



الجدول رقم (24): جدول يجمع متغير الجنس والسن ومتغير على أي أساس تختار عينة

الدراسة أصدقائها على الفايسبوك.

المتغيرات	الذكور						الإناث						المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20-30 سنة		أكثر من 30 سنة		أقل من 20 سنة		من 20-30 سنة		أكثر من 30 سنة			
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
لا يوجد معيار	03	60	08	19.04	00	00	08	47.05	10	35.71	00	00	29	29
المستوى التعليمي والثقافي	00	00	10	23.80	01	25	08	47.05	02	7.14	01	25	22	22
الاهتمامات المشتركة	00	00	02	4.76	00	00	00	00	03	10.71	00	00	05	05
علاقة الصداقة والقرابة في الواقع	01	20	05	11.90	02	50	01	5.88	05	17.85	02	50	16	16
أخرى	01	20	17	40.47	01	25	00	00	08	28.57	01	25	28	28
المجموع	05	100	42	100	04	100	17	100	28	100	04	100	100	100

من خلال الجدول رقم (24) الذي يجمع متغير الجنس والسن مع متغير على أي أساس تختار عينة البحث أصدقائها عبر الفايسبوك. نجد أن بالنسبة للذكور اللذين تقل أعمارهم عن 20 عاماً فإنهم يختارون أصدقائهم دون أي معيار وهذا ما يوضح لنا أنهم ليسوا في مرحلة النضج والوعي الكافيين، فيما 40.47% من الفئة العمرية ما بين 20-30 سنة فلهم أسباب ومعايير أخرى يختارون بها أصدقائهم عبر الفايسبوك ومنهم من صرّح من ناحية الشكل الجسم والجمال وعقلية الجنس الآخر، و50% من الذكور والإناث اللذين هم تفوق أعمارهم عن 30 سنة ولهم نوعاً من الوعي بحيث يضيفون على لائحة أصدقائهم سوى أصدقاء العمل والدراسة والأهل فقط.

أما بالنسبة للإناث فإن 35.71% من فئة من 20-30 سنة لا يوجد أي معيار لاختيارهم
أصدقائهم كذا للفئة أقل من 20 سنة بنسبة 47.05% واللاقي يختزن أصدقائهن بدون أي معيار وهو لدوافع
مماثلة لدوافع الجنس الآخر أي من ناحية الجمال والعقلية والمال والبلد الذي يعيش فيه الجنس الآخر ومن يبحث
لهن بدعوة للإضافة تقبل دون أي تردد ، وهي النسبة نفسها للواتي يختزن أصدقائهن على أساس المستوى التعليمي
والثقافي وهذا ما يبيّن لنا أن لهذه الفئة نوع من التطلع لمزيد من التثقيف.

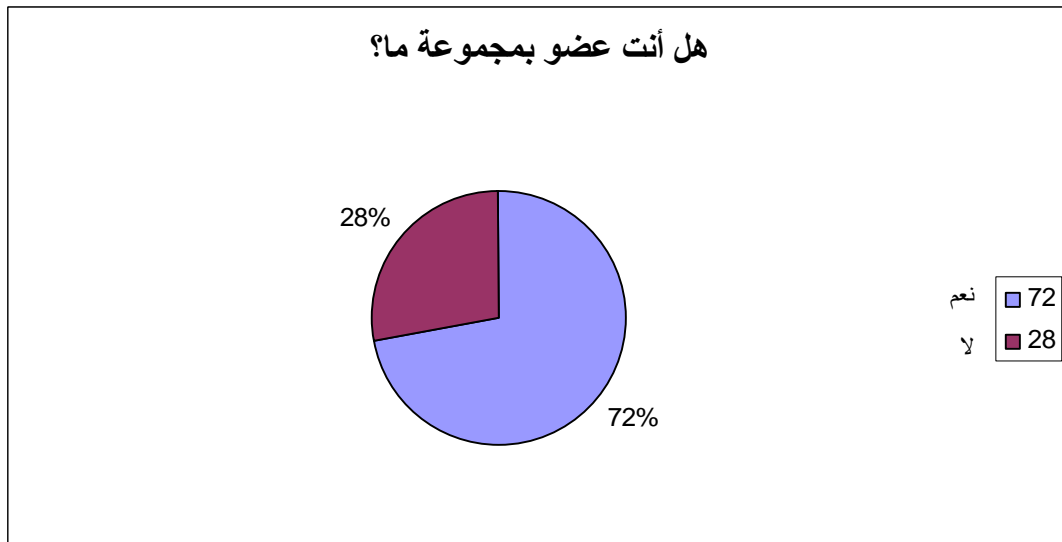
الجدول رقم (25): يبيّن ما إن كان مفردات العينة عضو بمجموعة ما على الفايسبوك.

هل أنت عضو بمجموعة ما؟	التكرار	النسبة بالـ%
نعم	72	<u>72</u>
لا	28	28
المجموع	100	100

من خلال الجدول المبيّن أعلاه نجد أن 72% من مجموع العينة ينتمون إلى مجموعات افتراضية على

موقع الفايسبوك، أما 28% لا يهمهم الأمر ويجدون أن الفايسبوك مخترع للتعارف فقط.

الشكل رقم 18: يبيّن ما إن كانت عينة الدراسة منتمية لمجموعة ما عبر الفايسبوك.



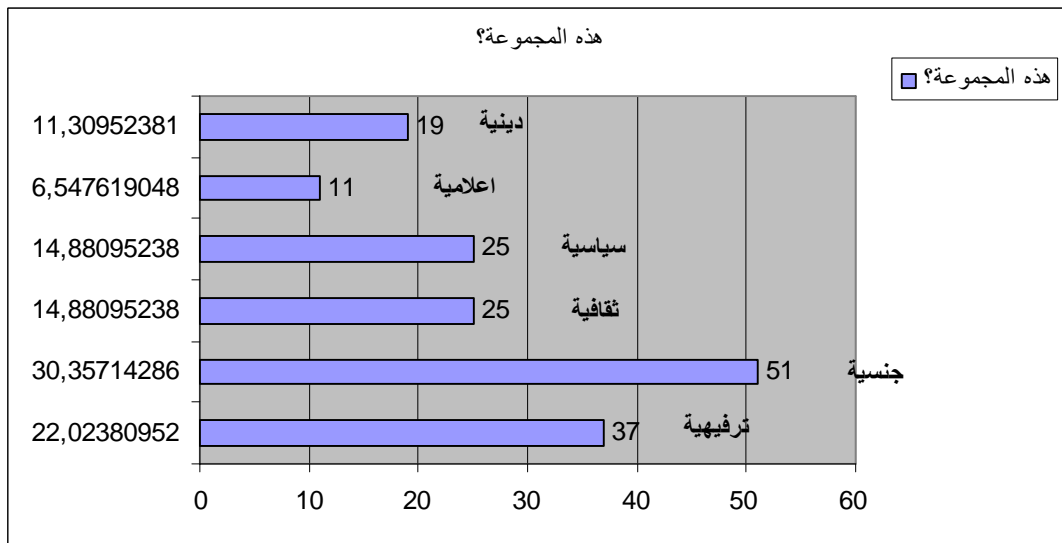
الجدول رقم (26): المتعلق بنوع المجموعة التي تنتمي إليها عينة الدراسة.¹

النسبة بال%	التكرار	هذه المجموعة هي؟
22,02	37	ترفيهية
30,35	51	ثقافية
14,88	25	سياسية
14,88	25	إعلامية
6,54	11	جنسية
11,30	19	دينية
100	*168	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نجد أن 22.02% يشتركون في مجموعات ترفيهية، تليها نسبة 30,35% من يشتركون في مجموعات ثقافية وذلك يعبر عن مدى اهتمام عينة الدراسة في رفع مستواها الثقافي، مع العلم أن الفئة الأكثر من عينة الدراسة هم جامعيين، الذي فرض عليهم الانتماء لتلك المجموعات التي تعني بكل ما هو يهم بتطوير وتنمية ثقافتهم. ثم تليها نسبة 14,88% وتشاركان في نفس النسبة كل من المجموعات السياسية والإعلامية وهذا ما يبيّن أن أفراد العينة يلمّون بكل مستجدات ما يحصل عبر العالم من خلال هذه المجموعات التي تزودهم بكل ما هو جديد على صعيد العالم. أما 11,30% يهتم بالجانب التوعوي الديني ، وأخيرا النسبة المتبقية وهي 6,54% فيشتركون في مجموعات تعنى بالجنس وهي نسبة معتبرة.

¹ سؤال متعدد الخيارات، بإمكان المبحوثين اختيار أكثر من إجابة.
* المجموع يفوق المائة لأن الإجابات تتعدد ولهذا المجموع يساوي 168.

الشكل رقم 19: يبيّن ماهية هذه المجموعات التي تنتمي إليها عينة الدراسة.



الجدول رقم (27): جدول مركب بين متغير الجنس والسن ونوع المجموعات التي تشترك

فيها عينة الدراسة.

المتغيرات	الذكور						الإناث						المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20-30 سنة		أقل من 30 سنة		أكثر من 30 سنة		من 20-30 سنة		أقل من 30 سنة		المجموع	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
ترفيهية	35.71	05	12.85	09	44.11	15	10	01	20	06	10	01	22.02	37
ثقافية	35.71	05	22.85	16	50	17	30	03	20	06	20	04	30.35	51
سياسية	00	00	20	14	26.66	08	00	02	20	00	10	01	14.88	25
إعلامية	7.14	01	17.14	12	5.88	02	20	02	20	06	20	02	14.88	25
جنسية	7.14	01	12.85	09	00	00	10	01	00	00	00	00	6.54	11
دينية	14.28	02	14.28	10	00	00	10	01	13.33	04	20	02	11.30	19
المجموع	100	14	100	70	100	34	100	10	100	30	100	10	100	168

من خلال الجدول رقم (27) والذي يجمع بين متغير الجنس والسن ونوع المجموعة التي تشترك بها عينة

الدراسة، نجد أن الذكور اللذين تقل أعمارهم عن سنة تهمم بالمجموعات الترفيهية والثقافية أكثر من غيرها بنسبة

35.71% فيما لا تهمم هذه الفئة بالسياسة، تليها نسبة 14.28% يشتركون في المجموعات التي تهمم بكل ما

يهم الدين، إلا أن ما يلفت الانتباه أن 7.14% تهمم بالثقافة الجنسية والتي تشترك في نفس النسبة من يهتمون

بالمجموعات التي تعنى بالإعلام.

فيما من أعمارهم بين 20-30 سنة أكثر ما يلفتهم المجموعات الثقافية بنسبة 22.85%، تليها نسبة

20% والتي تهمم بالمجموعات التي تتكلم عن السياسة وغيرها مما يتعلق بما لا يستطيع الفرد التعبير عنه في الواقع

خصوصا السياسة. أما 17.14% تميل إلى المجموعات الإعلامية لمواكبة كل ما هو جديد.

أما عند الذكور اللذين يفوق عمرهم 30 سنة نجد أكثر المجموعات التي يشتركون بها هي المجموعات الثقافية بـ 30%، تليها نسبة 20% لكل من المجموعات الإعلامية والسياسية، فيما المجموعات التي تُعنى بالترفيه والثقافة الجنسية والدين لها نفس الاهتمام بالنسبة لهذه الفئة بنسبة 10%.

أما بالنسبة للإناث الأقل من سنة فيهتمون بالمجموعات الثقافية والتي تزيد من وعيهم الثقافي والدراسي بنسبة 50%، تليها نسبة 44.11% والتي تعود إلى المجموعات الترفيهية، أما 5.88% يهتمون بالمجموعات الإعلامية والتي تكون على علم بكل ما يحدث في العالم أولا بأول، أما الإناث اللواتي أعمارهن بين 20-30 سنة فيهتمن أكثر بالسياسة وهذا ما يفاجئ بحيث 26.66% منهن يشاركن بهذه المجموعات، تليها نسبة 20% والتي تشترك فيها كل من المجموعات التي تهتم بالثقافة والترفيه والإعلام. أما 13.33% فيشاركن في المجموعات التي لها علاقة بالدين.

أما الإناث اللواتي تفوق أعمارهن 30 سنة فيهتمن أكثر بكل ما له علاقة بالثقافة بنسبة 40%، تليها نسبة 20% من يهتمن بالدين ونفس النسبة بالنسبة للإناث اللواتي يشاركن بالمجموعات الإعلامية، أما 10% فتعود للمجموعات السياسية والترفيهية على حد سواء والملاحظ أن جميع الفئات من الذكور يهتمون بالمجموعات الجنسية فيما تنعدم عند الإناث من جميع الفئات.

الجدول رقم (28): ما هي الخدمات المفضلة لعينة الدراسة والتي يقوم الفايسبوك بتلبيتها

له.

النسبة بال%	التكرار	الخدمات المفضلة التي يقدمها الفايسبوك ¹
16,47	43	مشاركة الصور والفيديوهات والأفكار
8,81	23	ألعاب
17,62	46	التعليق
31,41	82	دردشة
25,67	67	إضافة الأصدقاء الجدد والتعرف عليهم
100	261	المجموع

من خلال الجدول الممثل أعلاه والذي يبيّن لنا ما الخدمات المفضلة والتي يقدمها له الفايسبوك بنظر أفراد العينة. نجد أن 31,41% يجدون أن الدردشة هي الخدمة المفضلة التي يقدمها لهم موقع الفايسبوك للميزات التي يتميّر بها التواصل عبر موقع الفايسبوك والتي لا تتوفر في غيره من المواقع، تليها نسبة 25,67% وهي خدمة إضافة الأصدقاء على لائحتهم والتعرف على بعضهم من خلال الموقع، أما 17,62% فيجدون أن التعليق على المنشورات هي الأفضل، تليها نسبة 16,47% خدمة المشاركة أو share أو paratager هي أفضل خدمة يوفرها الموقع. أما النسبة المتبقية فهي تؤول إلى الألعاب بـ 8,81%.

¹ سؤال متعدد الخيارات بإمكان المبحوث اختيار أكثر من إجابة.

الجدول رقم (29): يجمع بين متغير الجنس والسن وما الخدمة المفضلة التي يوفرها

موقع الفايسبوك لعينة الدراسة

المجموعة	الإناث						الذكور						المتغيرات		
	أكثر من 30 سنة		من 20-30 سنة		أقل من 20 سنة		أكثر من 30 سنة		من 20-30 سنة		أقل من 20 سنة				
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%			
	16,47	43	<u>25</u>	<u>04</u>	9.52	06	6	03	<u>25</u>	<u>04</u>	23.07	21	<u>20</u>	<u>05</u>	مشاركة الصور والفيديوهات والأفكار
	8,81	23	00	00	4.76	03	8	04	00	00	5.49	05	<u>20</u>	<u>05</u>	ألعاب
	17,62	46	<u>25</u>	<u>04</u>	3.17	02	4	02	<u>25</u>	<u>04</u>	<u>24.17</u>	<u>22</u>	<u>20</u>	<u>05</u>	التعليق
	<u>31,41</u>	<u>82</u>	<u>25</u>	<u>04</u>	36.50	23	<u>48</u>	<u>24</u>	<u>25</u>	<u>04</u>	<u>24.17</u>	<u>22</u>	<u>20</u>	<u>05</u>	الدردشة
	25,67	67	<u>25</u>	<u>04</u>	<u>46.03</u>	<u>29</u>	34	17	<u>25</u>	<u>04</u>	23.07	21	<u>20</u>	<u>05</u>	إضافة الأصدقاء والتعرف عليهم
المجموع	100	261	100	16	100	63	100	50	100	16	100	91	100	25	

من خلال الجدول رقم (29) الذي يجمع متغير الجنس والسن وما الخدمة المفضلة التي يوفرها موقع الفايسبوك لعينة الدراسة، نلاحظ أن الذكور الذين أعمارهم أقل من 20 سنة فكل الخدمات المقدمة من طرف موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" مفضلة لديهم بحيث 20% هي النسبة التي تشترك فيها جميع الخدمات، أما الذين أعمارهم ما بين 20-30 سنة فهم يفضلون خدمات التعليق والدردشة أكثر من أي خدمة بنسبة 24.17% تليها خدمات مشاركات الصور والفيديوهات والأفكار و إضافة الأصدقاء والتعرف عليهم بنسبة 23.07%، أما من يفوق عمرهم 30 سنة فهم يفضلون كل الخدمات المذكورة بنسبة 25% عدى الألعاب لا يفضلونها بتا والذي يشاركونهم في الرأي الإناث من نفس الفئة العمرية.

أما اللواتي أعمارهن أقل من 20 سنة يفضلون خدمة الدردشة بـ48%، فيما اللواتي أعمارهن بين 20-30 سنة يفضلون خدمة إضافة الأصدقاء الجدد والتعرف عليهم من خلال تصفح حائطهم والمستجدات التي يضعونها عليه من معلومات شخصية ومشاركات.

الجدول رقم (30): يبين ما الخدمة التي غالبا ما تستعملها عينة الدراسة بكثرة عند

تصفحها الفايسبوك.

النسبة بال%	التكرار	عندما تتصفح الفايسبوك فأنت غالبا ما تكتفي ب؟ ¹
20,20	59	قراءة مشاركات الأصدقاء
19,17	67	تضع مشاركات على حائطك
22,94	92	تعلق
31,50	56	تدردش
3,76	11	تلعب
2,39	7	أخرى
100	292	المجموع

من خلال المعطيات التي يقدها لنا الجدول رقم (30) نجد أن 31,50% تدردش وهذا ما يتماشى والمعطيات التي أدلي بها في الجدول رقم (28) بحيث نلاحظ أن 31,41% يرون أن خدمة الدردشة هي أفضل خدمة قدمها لهم الموقع. تليها نسبة 22,94% وهي تعود إلى التعليق، ثم 20,20% وهي نسبة من يقومون بقراءة مشاركات أصدقائهم فقط دون التعليق عنها. أما 19,17% فيضعون مشاركات على حائهم، فيما 3,76% يقومون باللعب وهي خدمة يوفرها الموقع بحيث يحتوي الفايسبوك على عدة ألعاب متنوعة منها الترفيهية ومنها التثقيفية ومنها والتي تسمح للمشارك بها التعرف على أصدقاء من شتى بلدان العالم وبإمكانه أيضا التحدث معهم من خلال اللعب حيث تمكّن لاعبيها من تشكيل مجموعات تتفاعل مع بعضها البعض والتعارف ومن هذه الألعاب التي يوفرها موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" هي ² iMingle. والنسبة المتبقية وهي

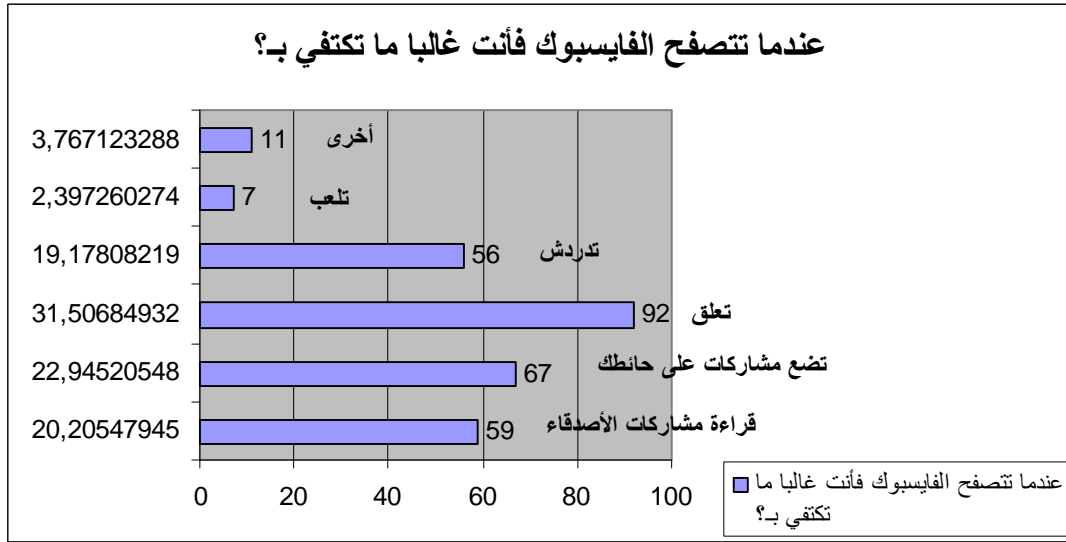
¹ سؤال متعدد الخيارات، بإمكان المبحوثين اختيار أكثر من إجابة

² <http://apps.facebook.com/imingleapp/?fbsource=bookmark&countiMingleapps.facebook.com>

2,39% وهم من المشتركين اللذين يدخلون للفيسبوك أحيانا للتجسس على شخص ما أو الاضطلاع على مستجدات الأحداث التي تقع في العالم، والأغلبية منهم لتحميل الكتب والمجلات أو تحميل التطبيقات المختلفة والتي أيضا خدمة يوفرها الموقع مجانا.

الشكل رقم 20: يبين ما الخدمة التي تستعملها عينة الدراسة غالبا عند تصفحها

الفيسبوك.



الجدول رقم (31): يجمع بين متغير الجنس والسن وما الخدمة التي غالبا ما تستعملها

عينة الدراسة بكثرة عند تصفحها الفايسبوك

المتغيرات	الذكور		الإناث				المجموع			
	أقل من 20 سنة		من 20-30 سنة		أقل من 20 سنة		أكثر من 30 سنة			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
قراءة مشاركات الأصدقاء	16.66	05	27.83	27	15.18	12	20	04	20,20	59
تضع مشاركات على حائطك	16.66	05	27.83	27	27.84	22	20	04	19,17	67
تعلق	16.66	05	21.64	21	43.03	34	15	03	22,94	92
تدرّش	16.66	05	22.68	22	13.92	11	20	04	31,50	56
تلعب	16.66	05	00	00	00	00	05	01	3,76	7
أخرى	16.66	05	00	00	00	00	20	04	2,39	11
المجموع	100	30	100	97	100	79	100	20	100	292

من خلال الجدول رقم (31) المركب أعلاه بين متغير الجنس والسن وما الخدمة التي غالبا ما يستعملها

عينة البحث بكثرة أثناء تصفحها موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك. تبين لنا أن الذكور اللذين أعمارهم تقل

عن 20 سنة يجذبون كل الخدمات دون استثناء بـ 16.66%، فيما الإناث من نفس الفئة العمرية يستخدمون

خدمة التعليق بكثرة عن أي خدمة أخرى.

أما الذكور اللذين تتراوح أعمارهم بين 20 و 30 سنة فهم إما يقرؤون مشاركات أصدقائهم أو

يضعون مشاركاتهم على الحائط الخاص بهم بنسبة 27.83%، أما الإناث من نفس الفئة العمرية يعلّقون أكثر

من استعمال أي خدمة أخرى بنسبة 43.03%.

وفيما يخص الذكور اللذين أعمارهم تفوق الثلاثون سنة فنجدهم إما يقرؤون مشاركات أصدقائهم أو

يضعون مشاركاتهم الخاصة أو يدرّشون بكثرة بنسبة 20% وهي نفس النسبة التي يرون أن الاقتراحات لم

تكفيهم بحيث يرون أن الموقع ليس مجرد موقع للتواصل وإنما هو موقع يستطيعون من خلاله تحميل الكتب والمجلات والصور والأغاني والتطبيقات وغيرها... أما الإناث من نفس الفئة العمرية فهن إما يقرئن مشاركات أصدقائهم أو يضعن مشاركاتهن أو يعلّفن أو يرددن أكثر من استعمال أي خدمة أخرى وذلك بنسبة 25%.

ج- المحور الثالث: الدوافع والحاجات وراء استخدام الفايسبوك

الجدول رقم (32): الدوافع التي تجعل من عينة الدراسة لاستخدام موقع التواصل

الاجتماعي "الفايسبوك"¹

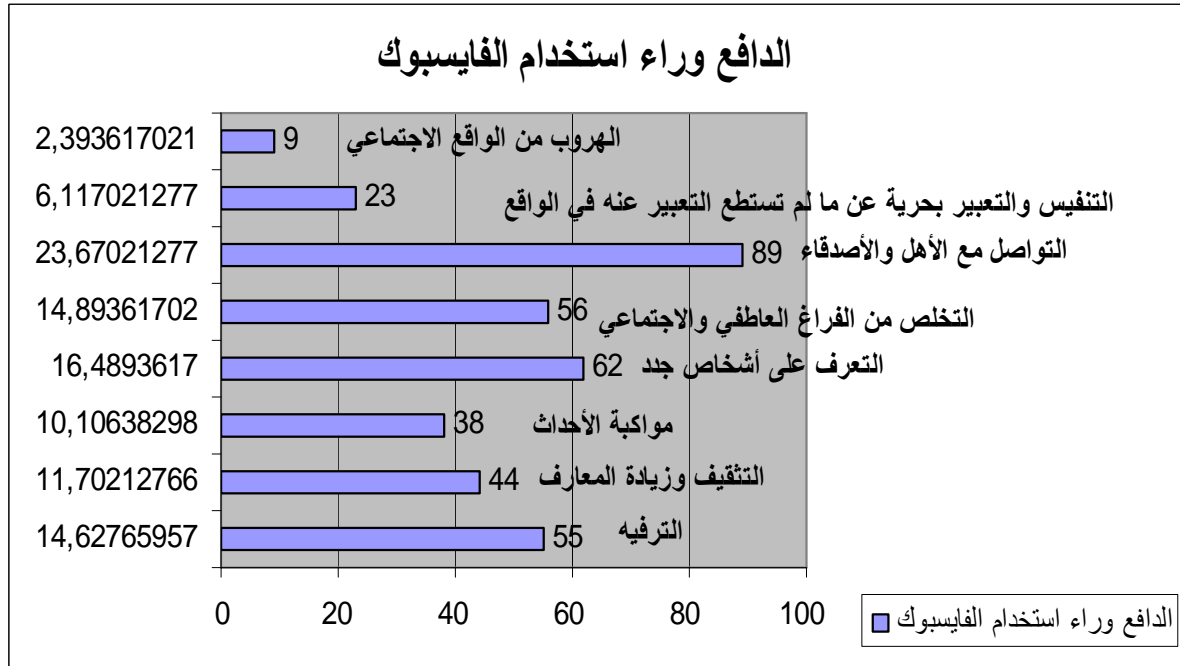
النسبة بال%	التكرار	الدافع وراء استخدام الفايسبوك:
14,62	55	الترفيه
11,70	44	التثقيف وزيادة المعارف
10,10	38	مواكبة الأحداث
23,67	89	التواصل مع الأهل والأصدقاء
16,48	62	التعرف على أشخاص جدد
14,89	56	التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي
6,11	23	التنفيس والتعبير بحرية عن ما لم تستطع التعبير عنه في الواقع
2,39	9	الهروب من الواقع المعاش
100	376	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نجد أن الدافع الأول وراء استخدام الفايسبوك بالنسبة لعينة الدراسة هو التواصل مع الأهل والأصدقاء بنسبة 23,67%، تليها نسبة 16,48% والتي تعود إلى أن الدافع وراء الالتحاق بالموقع هو التعرف على أشخاص جدد من بيئة مختلفة وثقافة مختلفة، بحيث تفاهم عينة الدراسة في أن الدافع وراء استخدام الموقع هو التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي بـ 14,89% والترفيه بـ 14,62% بفارق بسيط، تأتي بعدها 44 من مفردات العينة أي ما يعادل 11,70% ترى بأن الفايسبوك وسيلة لزيادة المعارف والتثقيف،

¹ سؤال متعدد الخيارات، بإمكان المبحوثين اختيار أكثر من إجابة.

فيما أن 10.10% يجدونه وسيلة تسهّل على الفرد مواكبة الأحداث أولاً بأول. أما 23 من مجموع عينة الدراسة أي 6,11% ترى في استخدام الفايسبوك نوعاً من التنفيس والتعبير بحرية عن ما لم يستطيع الفرد التعبير عنه في واقعه المعاش الذي أدى بمجموعة لبأس بها بنسبة 2,39% تجد في الموقع هروباً من الواقع المعاش سواء كانت حالة نفسية أو مادية أو غيرها بحيث يستطيع المستخدم أن يغيّر ما هو عليه في الواقع بخلقه لشخصية مخالفة تماماً عن ما هو عليه.

الشكل رقم 21: يبيّن الدافع وراء استخدام الفايسبوك لدى عينة الدراسة.



الجدول رقم (33): يجمع بين متغير الجنس والسن والدافع وراء استخدام الفايسبوك.

المتغيرات	الذكور						الإناث						المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20-30 سنة		أكثر من 30 سنة		أقل من 20 سنة		من 20-30 سنة		أكثر من 30 سنة			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
الترفيه	05	15	04	15	17.39	17	26.56	10	1.66	10	04	19.04	55	14.62
التثقيف وزيادة المعارف	05	12	04	12	17.39	10	15.62	10	1.66	10	03	14.28	44	11.70
مواكبة الأحداث	04	22	03	22	13.04	02	3.12	02	8.33	05	02	9.52	38	10.10
التواصل مع الأهل والأصدقاء	05	46	04	46	26.13	17	26.56	13	21.66	13	04	19.04	89	23.67
التعرف على أشخاص جدد	05	22	04	22	12.5	10	17.39	10	15.62	10	04	19.04	62	16.48
التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي	02	44	01	44	4.34	06	9.37	02	3.33	02	01	4.76	56	14.89
التفيس والتعبير بحرية عن ما لم تستطع التعبير عنه في الواقع	03	13	02	13	8.69	02	3.125	02	1.66	01	02	9.52	23	6.11
الهروب من الواقع المعاش	03	02	01	02	4.34	00	00	00	3.33	02	01	4.76	9	2.39
المجموع	32	176	23	176	100	64	100	60	100	60	21	100	376	100

من خلال الجدول المبين أعلاه والذي يجمع بين متغير الجنس والسن والدافع وراء استخدام الفايسبوك بالنسبة لعينة الدراسة. نجد أن الذكور الأقل من 20 سنة الدافع وراء استخدامهم الفايسبوك هو الترفيه والتشاقف والتواصل مع الأهل والأصدقاء المعروفين في الواقع والتعرف على أشخاص لم يسبق له أن عرفهم بنسبة 15.62%، أما الإناث من نفس الفئة العمرية فدافعهن تتمثل في الترفيه والتواصل مع الأهل والأصدقاء بنسبة 26.56%.

أما الذكور اللذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 و30 سنة فالدافع وراء استخدامهم موقع التواصل الاجتماعي هو البقاء على اتصال مع الأهل والأصدقاء بنسبة 26.13%، والإناث من نفس الفئة العمرية دافعهن هو التعرف على أشخاص جدد لم يسبق لهن أن عرفوهن بنسبة 28.33%.

أما فيما يخص الذكور اللذين يفوق عمرهم 30 سنة فدوافعهم تتعدد ما بين التعرف على أشخاص جدد وبين البقاء على تواصل مع الأهل والأصدقاء وكذا الترفيه وزيادة المعارف بنسبة 17.39%، وكذا بالنسبة للإناث بنسبة 19.04% والتي تتساوى فيها كل من التعرف والتواصل والترفيه بحيث يجدون انه هو الدافع وراء استخدام الفايسبوك.

الجدول رقم (34): يعبر عن الحالة التي تكون عليها مفردات العينة إن غابت لفترة عن

الموقع

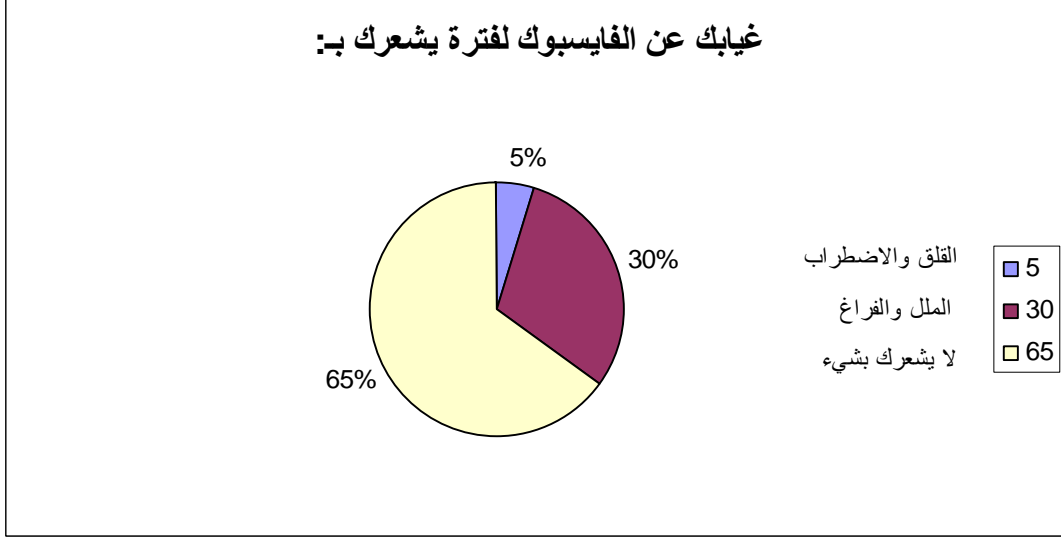
غيابك لفترة عن الفايسبوك يشعرك بـ:	التكرار	النسبة بال%
القلق والاضطراب	5	5
الملل والفراغ	30	30
لا يشعرك بشيء	65	<u>65</u>
المجموع	100	100

من خلال معطيات الجدول رقم (34) والذي يوضح لنا عن الحالة التي يكون عليها مفردات العينة إن غابوا لفترة عن استخدامهم لموقع الفايسبوك. بحيث صرح 65% بأنهم لا يشعرون بشيء عند غيابهم عن استخدام الفايسبوك، فيما 30% يقولون بأنهم يشعرون بالملل والفراغ حيال ذلك، و5% من مجموع العينة يصرّحون بشعورهم بالقلق والاضطراب، وهذا ما يعبر عن بين أعراض الإدمان على "الفايسبوك" الذي يجعل الشخص كلما استخدم الموقع أكثر كلما أحس بالرضا¹.

¹ Jamie Lober, are you addicted to facebook is the internet causing you to avoid the real life,[online] ; مستخرج من <http://www.familytimemagazine.com/articles/AreYouAddictedToFacebookweb.pdf> 2014/12/20 على في الساعة: 14:29

الشكل رقم 22: يبين عن الحالة التي تكون عليها مفردات العينة إن غابت لفترة عن

موقع الفايسبوك.



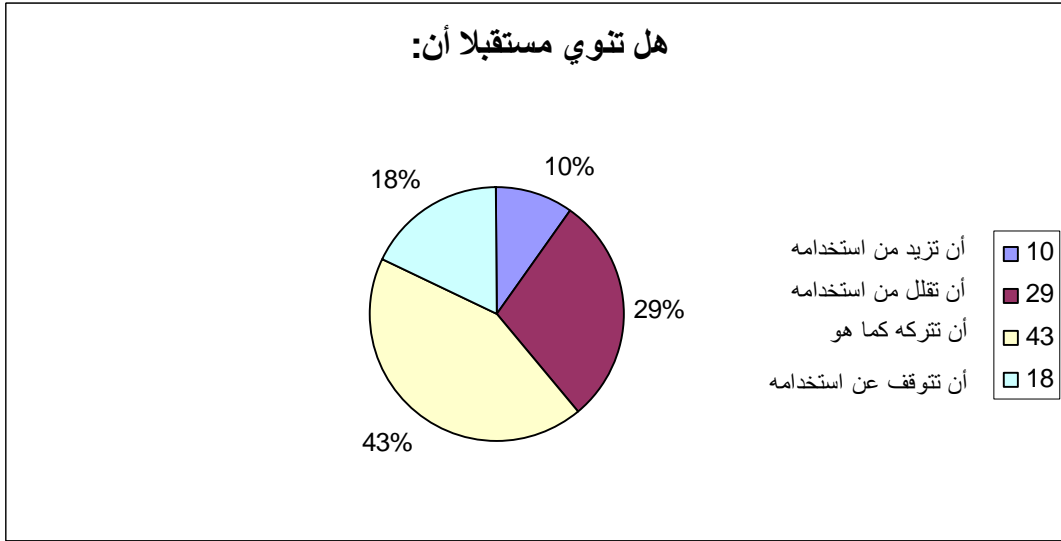
الجدول رقم (35): يبين ما نية أفراد العينة من استخدام الفايسبوك مستقبلا:

هل تنوي مستقبلا أن:	التكرار	النسبة بالـ%
أن تزيد من استخدام الفايسبوك	10	10
أن تقلل من استخدامه	29	29
أن تتركه كما هو	43	<u>43</u>
أن تتوقف عن استخدامه	18	18
المجموع	100	100

من خلال الجدول رقم (35) نلاحظ أن 34% من مجمل أفراد العينة والذي يمثل النصف تقريبا يرغبون في ترك الفايسبوك الخاص بهم كما هو عليه في الحال، وهم في الغالب من من يرون أن الفايسبوك موجود للتواصل مع الأهل والأصدقاء فقط وليس للموقع دور آخر غيره.

أما 29% فهم يفضلون أن يقللوا شيئا ما من استخدامهم للموقع مستقبلا، أما 18% وهي نسبة معتبرة تقول بأنها تحبذ التوقف تماما عن استخدام الموقع، فيما النسبة المتبقية وهي 10% تنوي أن تزيد من استخدام الفايسبوك، بحيث كلما قام مطوري الموقع بإضافة المزيد من التطبيقات والميزات على الموقع يشعرون بمزيد من الرضا والثقة حيال استخدامهم للموقع.

الشكل رقم 23: يبيّن نيّة أفراد العينة من استخدام الفايسبوك مستقبلا.



د- المحور الرابع: الفاسبوك ولغة التواصل:

الجدول رقم (36): يوضح ما اللغة التي يفضل أفراد العينة التواصل ونشر المعلومات بها

على الفايسبوك.

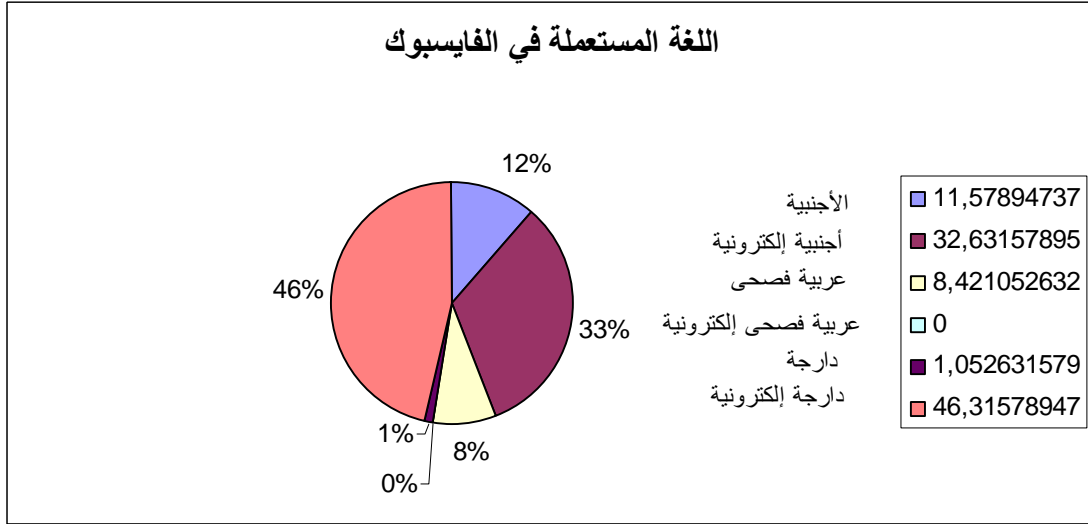
النسبة بال %	التكرار	اللغة المستعملة في الفايسبوك ¹
8,05	22	أجنبية
36,63	100	أجنبية إلكترونية
17,94	49	عربية فصحي
0	0	عربية إلكترونية
0,73	2	دارجة بحروف عربية
36,63	100	دارجة إلكترونية
100	273	المجموع

من خلال الجدول رقم (36) المبين أعلاه نجد أن كل أفراد العينة أي 36.63% من أفراد العينة يستعملون الدارجة الإلكترونية وهي اللغة الأجنبية المختصرة أو ما يسمى لدى الشرق الأوسط بالعريزي أي خلط بين الحروف العربية والإنجليزية ، وكلهم أيضا يستعملون اللغة الأجنبية الإلكترونية وهي اللغة الأجنبية لكن مختصرة أو ما يسمى بال (Abréviation (lol, mdr, slt, bns, bnj, re, tkt... . تليها نسبة 11,39% يستخدمون اللغة الأجنبية بأنواعها في تواصلهم مع الآخر عبر الفايسبوك. أما 17.94% يستخدمون اللغة العربية الفصحى والذي من خلال قراءة السبب حول استعمال اللغة وجدت دافع الغيرة على لغة القرآن قوية جدا ولحارية ما يسميه البعض بالعريزي والتي يجدونها صعبة وغير مفهومة أحيانا والسبب الرئيسي لأنها خطر على اللغة

¹ سؤال متعدد الخيارات، بإمكان المبحوثين اختيار أكثر من إجابة.

الرسمية، والنسبة المتبقية بـ 0.73% يستخدمون الدارجة بحروف عربية. وكما هو واضح في المعطيات أنه ينعدم استخدام اللغة العربية الإلكترونية.

الشكل رقم 24: يبين اللغة التي تفضل عينة الدراسة التواصل من خلالها عبر الفايسبوك.



الجدول رقم (37): يتعلّق بالسؤال عن ما إذا كانت عينة الدراسة تستخدم اللغة

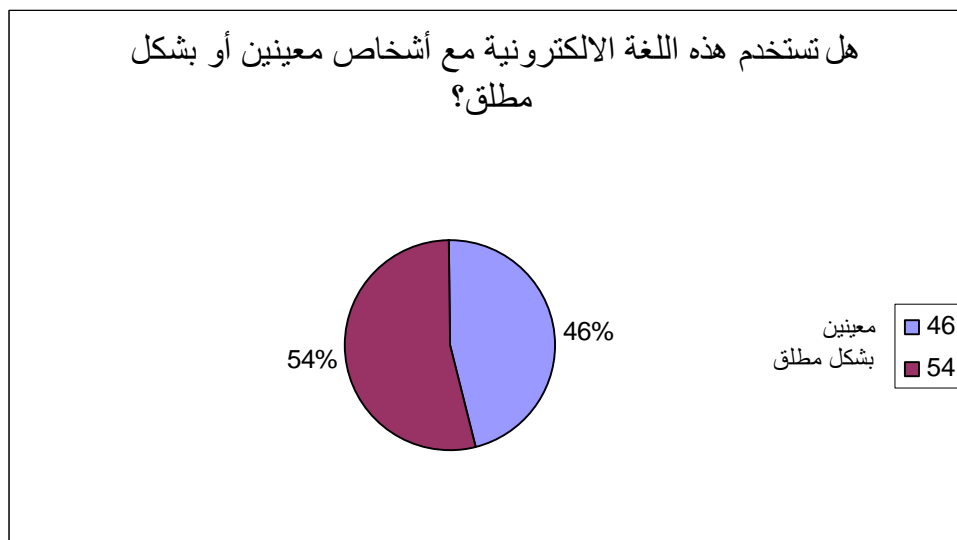
الإلكترونية أو ما يسمى باللغة الموازية مع أشخاص معينين أم بشكل مطلق.

هل تستخدم هذه اللغة مع أشخاص معينين أو بشكل مطلق؟	التكرار	النسبة بال%
معينين	46	46
بشكل مطلق	54	<u>54</u>
المجموع	100	100

من خلال الجدول المبين أعلاه نجد أن 54% من مجمل عينة البحث يستخدمون اللغة الموازية وهي اللغة العربية أو العامية بحروف لاتينية و اختصارات في اللغة الأجنبية خصوصا الفرنسية باعتبارها اللغة الثانية اعتبارا للفترة الاستعمارية التي مر بها المجتمع الجزائري أو ما تسمى بـ (dol, mdr, slt, bns, bnj, Abréviation, re, tkt...) بشكل مطلق ومع عامة الناس، وهؤلاء يمكن أنهم يستخدمون هذه اللغة مع أفراد هم بدورهم يتقنون هذا النوع من اللغات لأنه هناك منهم من لا يفهمها، أما النسبة المتبقية بـ 46% فهم يستخدمونها مع أشخاص معينين وعلى حسب التصريحات والإجابة على السؤال: مع من بالضبط تستخدم اللغة الإلكترونية؟ فإجاباتهم كانت مع الأصدقاء المقربين ومن جيلنا بالتحديد لأن الجيل الذي يسبقنا لا يفهمها، أما مع الأساتذة أو أصدقاء العمل أو شيء له علاقة بالدراسة والأبحاث والتطلع للعمل وغيره من الأشياء التي لا بد أن يكونوا فيها رسميين فيستعملون اللغة العربية الفصحى أو الأجنبية بأنواعها بطريقة صرفة.

الشكل رقم 25: يبيّن ما إذا كانت عينة الدراسة تستخدم اللغة الالكترونية أو ما يسمى

باللغة الموازية مع أشخاص معينين أم بشكل مطلق.



الجدول رقم (38): يبيّن ما إذا كانت مفردات العينة تستخدم رموز التعبير عن المشاعر

أو ما يسمى بالأجنبية «Smiles» مثلا (☹️ . 😊)¹

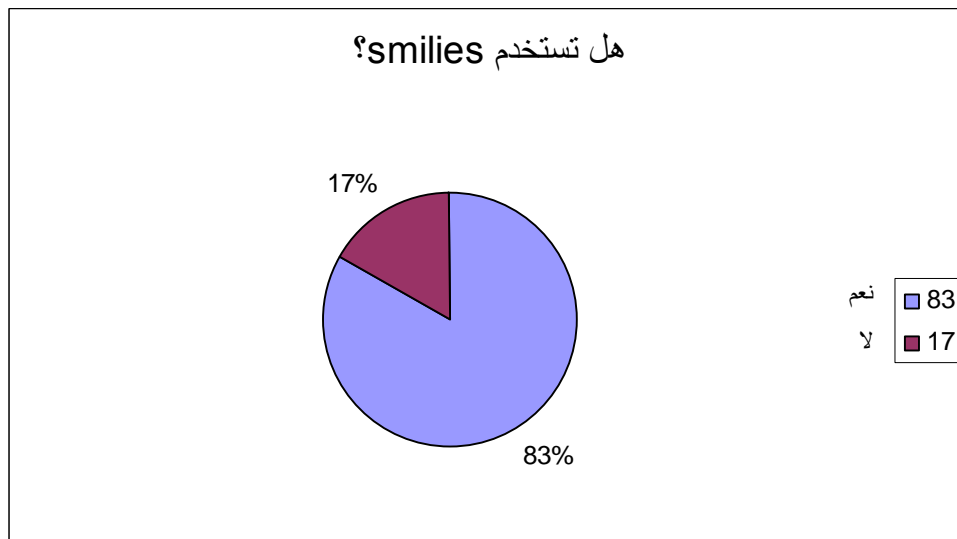
هل تستخدم smiles؟	التكرار	النسبة بال%
نعم	83	83
لا	17	17
المجموع	100	100

من خلال البيانات التي يقدمها لنا الجدول رقم (37) نجد أن جل العينة بنسبة 83% يستخدمون السمايلز وهي مجموعة من الرموز والأيقونات التي يقدمها الموقع والتي يطوّرها يوما بعد يوم مطوّرو الموقع والتي أصبحت هذه الأيقونات من مجرد أيقونات جامدة إلى أيقونات متحركة بأشكال وأنواع مختلفة ومرحة وتجلب انتباه من يستعملها وهي تعبر عن ما لا يستطيع الفرد التعبير عنه بالكلمات. أما 17% العكس تماما لا يستعملون الرموز بالمطلق ويعتبرونها شيء غير مهم ولا فائدة منه وإن أرادوا التعبير عن ما يخالجهم فسيكون بالحديث ليس بإرسال الرموز. وهذا ما سنلاحظه في السؤال القادم حول ما إذا كانت هذه الرموز تعبر عن ما تشعر به أم لا؟

¹ للتعرف على مزيد من الرموز يرجى الاضطلاع على الملحق رقم 01

الشكل رقم 26: يبيّن ما إذا كانت مفردات العينة تستخدم رموز التعبير عن المشاعر أو

ما يسمى بـ«Smiles».



الجدول رقم (39): يبيّن ما إذا كان استعمال هذه الرموز والأيقونات يعبر فعلا عن ما

يشعر به الفرد المستخدم لها أم لا.

هل استخدامك لـ Smilies يعبر عن شعورك فعلا؟	التكرار	النسبة بالـ %
نعم	81	97,59
لا	2	2,40
المجموع	83	100

* لقد تم طرح هذا السؤال على اللذين يستخدمون الرموز والأيقونات فقط.

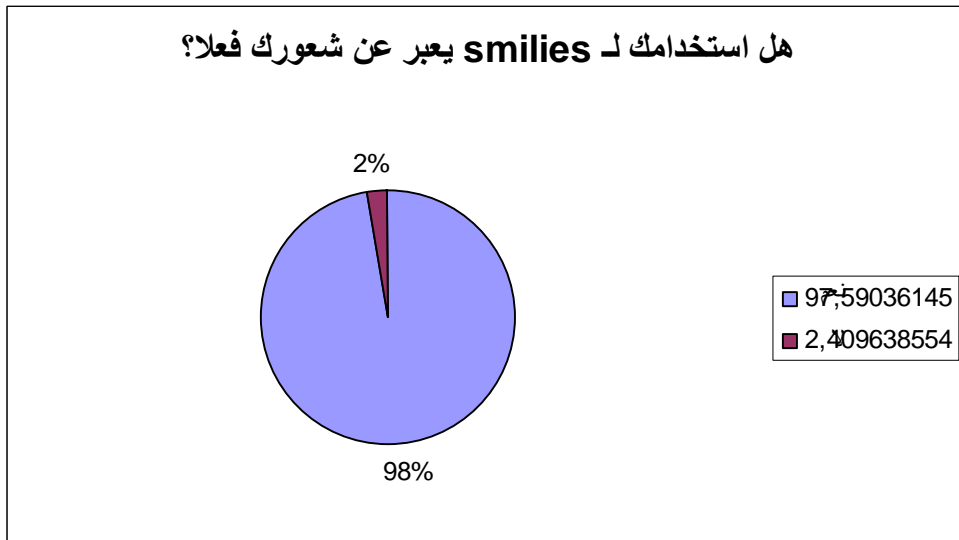
من خلال الجدول المبين أعلاه نجد 97,59% أي أن جل من يستخدم هذه الرموز والأيقونات فهو

عند استخدامه لها تعبّر فعلا عن ما يريد قوله أو ما يشعر به. فيما 2.40% يعتبرون أن المشاعر الحقيقية أكبر

من أن يعبر عنها بالرموز والأيقونات وأنهم يستخدمونها فقط للتسلية ومواكبة للخدمة التي يوفرها الموقع.

الشكل رقم 27: يبيّن ما إن كان استعمال هذه الرموز والأيقونات يعبر فعلا عن ما يشعر

به الفرد المستخدم لها أم لا.



الجدول رقم (40): الدافع وراء استخدام هذه اللغة الموازية عوضا عن اللغة الصرفة.

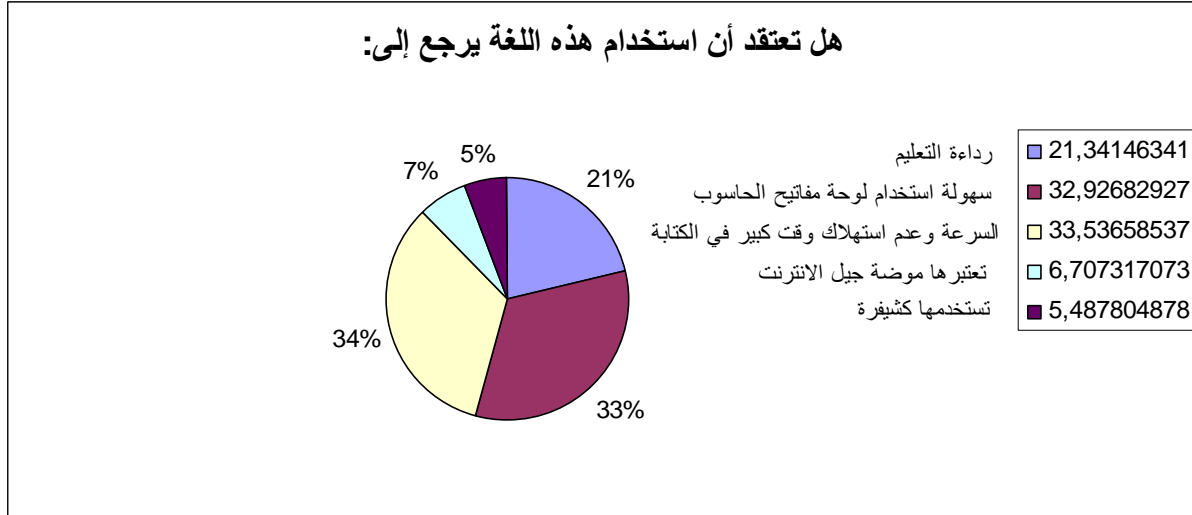
هل تعتقد أن استخدام هذه اللغة يرجع إلى:	التكرار	النسبة بال%
رداءة التعليم	35	21,34
سهولة استخدام keyboard	54	32,92
السرعة وعدم استهلاك وقت كبير في الكتابة	55	<u>33,53</u>
تعتبرها موضة جيل الانترنت	11	6,70
تستخدمها كشفرة	9	5,48
المجموع	164	100

يعتبر استعمال هذا النوع من اللغة عوضا عن اللغة العربية أو الأجنبية الصرفة عند بعض من مستخدميها يرجع إلى السرعة وعدم استهلاك وقت كبير في الكتابة بحيث تعتبر نوعا ما مختصرة في اعتبارهم وذلك بنسبة 33.53%، فيما تليها نسبة 32,92% والتي ترى أن السبب يرجع إلى سهولة استخدام لوحة مفاتيح جهاز الكمبيوتر (Keyboard) باعتبار أن جميع من يستخدم هذا النوع من اللغة يرجع إلى أن الـ (Keyboard) يحمل الأحرف اللاتينية وهذا سهل الحفظ عن أماكن الأحرف العربية ولهذا يستخدمون الأحرف اللاتينية بغرض تهجئتها بالعربية، أما 21,34% يرون أن رداءة التعليم هي السبب في استعمال اللغة الموازية عوضا عن اللغة العربية أو الأجنبية الصرفة بحيث يجدون أنفسهم ضعيفين في القواعد الملمة بكل من اللغتين العربية والأجنبية فهم يتجنبون اللغة الصرفة سواء الأجنبية أو العربية.

وباعتبار أن هذه اللغة لها جمهورها المعروف بجيل الانترنت حتى وإن استخدمت هذه اللغة مع ظهور الهاتف النقال واستعمالها في الرسائل القصيرة نجد أن 6,70% يعتبرونها موضة وإن لم يستخدمونها في الدردشة مع أصدقائهم يعتبرونهم متخلفون، كما صرح أحد الباحثين عندما سأله والده عن مدى إعجاب ابنه بهذه اللغة قال

له: "أنت لست من جيلنا". أما النسبة المتبقية بـ 5,48% فهي ترى في استخدامها لهذه اللغة الموازية على أنها شيفرة (Code) لا يفهما سوى هو وأصدقائه دون والديه.

الشكل رقم 28: الدافع وراء استخدام هذه اللغة الموازية عوضا عن اللغة الصرفة.



2- نتائج الدراسة:

من خلال البيانات التي قدمت في الدراسة الميدانية والمتعلقة بالاستمارة الالكترونية المعروضة كما ذكر سابقا على تطبيق Spreadsheet على موقع Google Drive. فإن المتغيرات الديموغرافية السوسولوجية لعينة الدراسة تتعلق بالجنس، السن، المستوى الدراسي والحالة الاجتماعية، بحيث أن مجموع عينة الدراسة هو مائة والتي تتكوّن من 51 ذكر أي 51% من عينة الدراسة والباقي إناث المقدّر بـ 94 أي 49%. وهي نسب متقاربة جدا، أما الفئة العمرية الأكثر حضورا هي من 20 إلى 30 سنة بـ 70% من مجموع عينة الدراسة، وهذه الأخيرة تتمتع بمستوى تعليمي عالي بحيث 64% منهم جامعيين و 18% في إطار التحضير لدراسات عليا. 94% من مجمل أفراد العينة عزّاب و 5% منهم متزوجون و مطلقة واحدة، 94% مستواهم المادي معقول ومتوسط والذي يعبر عن أن الانترنت في متناول الجميع، ومتوفرة عبر جميع أنحاء البلاد بحيث 62% منهم من المدينة و 32% من ضواحي المدينة و 6% من الريف.

وبما أن دراستنا هذه حول الفايسبوك أنماطه ودوافع استخدامه واللغة التي يتحاور بها مستعملوه، فقد تبين أن أغلب الأفراد يقضون من أربع إلى خمس ساعات في اليوم من وقتهم عبر الفايسبوك بنسبة 62% وذلك بتصفحهم إياه أكثر من أربع مرات في اليوم بـ 40% وذلك خلال فترات الليل بـ 41% وهي أفضل فترة لتصفح الفايسبوك وحسب المعطيات وجدنا أن أفراد العينة تفضل تصفح الفايسبوك من المنزل الذي يعتبر المكان الأفضل لذلك وهذا ما يعبر لنا عن أن جل الأفراد تتوفر لديهم خدمة الانترنت في المنازل.

أما عن ما يفضله المبحوثين من خدمات مقدمة من طرف موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، فيرى 31.41% أن خدمة الدردشة هي أفضل ما يقدمه الفايسبوك لهم، تليها نسبة 25.67% يرون أن خدمة إضافة الأصدقاء الجدد إلى لائحة الأصدقاء والتعرف عليهم هي أفضل خدمة.

ومن خلال تفرغ معطيات الاستمارة وجدنا أن 57% من عينة الدراسة لديهم من 40 إلى 60 صديق عبر الفايسبوك، والذين 29% من عينة الدراسة يختارون أصدقائهم دون أي معيار، أما 28% فيختارونهم على أساس الماديات أو الجمال أو المكان الذي يعيش فيه الصديق المراد إضافته، أما 22% فعلى أساس المستوى التعليمي والثقافي، فيما 16% يضيفون الأصدقاء الذين يعرفونهم في الواقع المعاش أو يضيفون الأهل والمقربين فقط في لائحة أصدقائهم عبر الفايسبوك. والباقي أي 5% يختارون أصدقائهم على أساس الاهتمامات المشتركة.

72% من أفراد العينة هم أعضاء بمجموعات بحيث 30.35% يجذبون المجموعات الثقافية، تليها المجموعات الترفيهية بـ 22.02%، تليها المجموعات السياسية والإعلامية بنفس النسبة بـ 14.88% ثم المجموعات الدينية بـ 11.30% وأخيرا الجنسية بـ 6.54%. بحيث أن اختيار المجموعات يعود نوعا ما إلى الفئة العمرية التي ينتمي إليها كل فرد وحسب الجنس أيضا فالذكور من فئة الأقل من 20 سنة يفضلون المجموعات الترفيهية فيما من هم ما بين 20 و 30 سنة وأكثر يفضلون المجموعات الثقافية، كذا بالنسبة إلى الإناث الأقل من 20 سنة والأكثر من 30 سنة.

وكشفت الدراسة الميدانية أن أغلب عينة الدراسة يستخدمون الفايسبوك بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء بنسبة 23.67% وبدافع التعارف بنسبة 16.48%.

حيث أن 70% من أفراد العينة لديهم حساب واحد فقط على الفايسبوك و 30% لديهم أكثر من حساب. فـ 65% منهم يفضلون الولوج إلى الفايسبوك بهويتهم الحقيقية أو الواقعية، أما 25% يختارون الدخول إلى الفايسبوك بهويات مستعارة افتراضية و 10% يفضلون الهويتين والهدف وراء ذلك إما التحسس أو التطرق إلى مواضيع ممنوعة أو تمثل من الطابوهات في المجتمع المعاش.

ومن الأسئلة التي تبين مدى تعلّق أفراد العينة بموقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" طرحنا السؤال عن الحالة التي يكون عليها الفرد إن غاب لفترة دون أن يستخدم الفاييسبوك؟ وجدنا أن 65% لا يشعرون بشيء فيما أن 30% يشعرون بالملل والفراغ و 5% يشعرون بالقلق وهذه النسبة معتبرة والتي تعبّر عن أن الموقع أضحى من أساسيات حياة الفرد الجزائري اليومية وهذا ما يعبّر عن حالة الإدمان على استخدام الموقع وهذا ما تؤكده الدراسات السابقة.

وحسب توقعات أفراد العينة فنجد أن 43% منهم يتوقعون ترك صفحتهم على الفاييسبوك كما هي عليه، 29% يتوقعون أن يقللوا من استخدام الموقع و 18% يريدون التوقف عن استخدام الموقع نهائيا لأنهم يرون أنهم أضعوا وقتا طويلا عبر الفاييسبوك دون أي فائدة بل خسروا أشياء جراء استخدامهم إياه. أما النسبة المتبقية وهي 10% يتوقعون الزيادة من استخدامهم الموقع مستقبلا.

أما عن المحور المهم في دراستنا والمتعلق بلغة الحوار داخل موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، فنجد أن 47,15% من أفراد العينة يستعملون الدارجة الإلكترونية أو ما يسمى لدى الشرق الأوسط بالعريزي أي خلط بين الحروف العربية والإنجليزية ، فيما 32.12% يستعملون اللغة الأجنبية الإلكترونية وهي اللغة الأجنبية لكن مختصرة أو ما يسمى بال (lol, mdr, slt, bnj, tkt...) Abréviation. تليها نسبة 11,39% يستخدمون اللغة الأجنبية بأنواعها في تواصلهم مع الآخر عبر الفاييسبوك. أما 8,29% يستخدمون اللغة العربية الفصحى والذي من خلال قراءة السبب حول استعمال اللغة وجدت دافع الغيرة على لغة القرآن قوية جدا ومحاربة ما يسميه البعض بالعريزي في الشرق الأوسط والتي يجدونها صعبة وغير مفهومة أحيانا والسبب الرئيسي لأنها خطر على اللغة الرسمية، والنسبة المتبقية ب 1,03% يستخدمون الدارجة بحروف عربية. وكما هو واضح في المعطيات أنه ينعلم استخدام اللغة العربية الإلكترونية.

لتشكل بدورها رسومات على شكل وجوه لكل رمز تعبير، وقد تم المطورون بتطوير هذه السمايلز إلى رسومات متنوعة ومتحركة. ومن خلال فرز المعطيات وجدنا أن 83% يستعملون هذه الرموز والأيقونات في محادثاتهم حتى في تعليقاتهم و17% لا يستعملونها ويعتبرونها شيء تافه ولا فائدة من استخدامه.

فسألنا مفردات العينة اللذين يستخدمون هذه الأيقونات وهم 83 مفردة ما إن كان استعمالهم لها يعبر فعلا عن ما يشعرون به؟ وجدنا أن 81 مفردة أي 97.59% يصرحون بأنها تعبر عن ما يريدون التعبير عنه، أما الباقي وهو مفردتين من أصل 83 أي 2.85% يرون أنهم يستخدمون هذه الأيقونات مجرد التسلية وليكونوا مواكبين للتحديثات والتطبيقات التي يوفرها الموقع ولكن المشاعر الحقيقية أكبر من أن يُعبّر عنها برموز.

خاتمة:

لقد سعينا من خلال هذه الدراسة إلى تناول موضوع استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" وأثر استخدامه على سلوكيات واتجاهات الفرد واللغة التي يتواصل بها.

حيث أصبحت تقنيات الاتصال ونقل المعلومات رافدا أساسيا وركنا مهما في بناء منظومة الإنسان الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية. في ظل التحولات والتطورات المعرفية في هذا العصر، فمن المعلوم أن العصور تطورت من خلال طفرات، بدأت بالزراعية فالصناعية. والآن المعلوماتية. أو ما تتصف بعصر المجتمع ما بعد الصناعي. فقد شهدت المجتمعات الإنسانية خلال العقد الأخير من القرن الماضي تطورات متسارعة ومتلاحقة لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، ساهمت في تسهيل الاتصال الإنساني والحضاري.

فالمشاعر الالكترونية والمجتمع الافتراضي التي خلقها هذا الأخير والتي ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في خلقها، نجحت وبشكل ملفت في بناء مجتمع موازي للمجتمع الواقعي أو الحقيقي الذي يتبادل فيه الأفراد كل شيء حتى الأشياء التي لا يستطيع التعبير عنها في مجتمع الواقعي كالتابوهات!

ورغم أن العديد من الأفراد صرّحوا بأن ابتعادهم عن الفيسبوك لفترة لا يشعروهم بشيء إلا أن هناك نسبة معتبرة ترى في ابتعادها عن الموقع مللا وفراغا، وهذا ما يعبر عن إدمان المجتمع الجزائري لهذا الموقع.

ولقد مازالت الانترنت بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص تمثل حقلًا بكرًا يستدعي جهود العديد من التخصصات المختلفة مثل العلوم الاجتماعية والنفس والسياسية والعلاقات الدولية والاتصالات... الخ، وفي هذا السياق فإن الدراسة الراهنة تمثل محاولة أولية للتعرف على مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على سلوك الفرد واتجاهاته والوقوف أهم الملامح وهي اللغة التي يتواصل بها أفراد المجتمع الجزائري داخل هذا المجتمع الافتراضية من طرح تعليقات وصفحات تستخدم اللغة الموازية أو الالكترونية وأيضا الملاحظة المباشرة مع الدردشة مع بعض الأفراد.

حيث يعتبر النص أو اللغة المستخدمة عبر موقع التواصل الاجتماعي مختلف عن النص التقليدي أو المعترف به، بحيث تجب تسميته بالنص المعقد واللاخطي، فهو لا ينجم عن النص أو اللغة بقدر ما يرتبط بشكلها، فتتخلق لغة موازية لمثل هذا التعدد، لغة تختمي إلى حد كبير بالإمكانيات التي توفرها الانترنت من جانب وتدعمها استخدام الآلات الالكترونية التي أصبحت في تطور جد متمي وعالي! التي تمنح لهذه اللغة شكلها الخاص والمتميز.

فلا تنطبق السمات المرتبطة باللغة المستخدمة عبر الموقع وفي حجات الدردشة بشكل أكبر بنفس الشكل والقدر، حيث تختلف هذه السمات من صفحة إلى أخرى ومن متلقي إلى آخر ومن موضوع إلى آخر. كالحجرات الدينية التي لا بد عليك الحفاظ على اللغة العربية اعتبارا أنها لغة القرآن ومراعاة مسألة الشكل في استخدام اللغة الأجنبية وكذا العربية في الصفحات التي تعتبر خاصة بالبحوث والدراسات.

فاللغة الموازية أو ما تسمى في الشرق الأوسط بالعريزي أو الاختصارات في اللغة الأجنبية وما يسمى بـ **Abréviation** واستعمال الرموز والأيقونات والرسومات المتحركة التي تعبر عن الحالة المزاجية لمستخدمها هي لغة يؤمها جمهور كبير من الشباب الجزائري، وصغار السن.

نجد أن اللغة المستخدمة هته أو اللغة الموازية تعكس قدرا كبيرا من التفكك والتشظي، الأمر الذي يتفق مع توجهات الأجيال الجديدة الأكثر استخداما للانترنت، والأكثر تمثيلا لمواقع التواصل الاجتماعي، والتي تقع في الفئة العمرية ما بين 20 و30 سنة. وتتمثل خطورة هذا التفكك في خلق أجيال جديدة، وإن كانت تتعامل مع احدث وسائل الاتصال العالمية وهي الانترنت. فإنها تتعامل معها بشكل لغوي مشوّه يستدمج لغتين ورمزهم وحتى توجهاتهم وأطرهم المعرفية، بدون تحدّ نقدي حقيقي وفاعل.

وأخيرا، تبقى هذه الدراسة سوى لفئة بسيطة للقضايا التي تهتم بمواقع التواصل الاجتماعي وآثارها على الفرد الاجتماعي وسلوكاته وتوجهاته وتطلعاته، آملين أن نكون قد وُفقنا ولو قليلا في توضيح الصورة. فموضوع

مواقع التواصل الاجتماعي تبقى حقلا خصبا لمجموعة من البحوث والمواضيع في شتى المجالات الاجتماعية،
الثقافية، الاقتصادية والسياسية.

قائمة المراجع:

أ- المراجع باللغة العربية:

1- الكتب:

1. أحمد بوخوش، الاتصال والعملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
2. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة 1، 2005.
3. أبو الفتوح رضوان وآخرون، الكتاب المدرسي، المكتبة الانجلومصرية، القاهرة، 1962.
4. أبو خلدون ساطع الحصري، اللغة والأدب وعلاقتها القومية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1985.
5. السيد يسن، المعلوماتية وحضارة العملة - رؤية نقدية عربية -، دار النهضة، مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
6. أبو البقاء الكفوي، الكليات، تحقيق: عدنان درويش ومحمد المصري، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1995.
7. أبو البقاء، الموسوعة الفلسفية العربية، معهد الإنماء العربي، بيروت، المجلد رقم 1، 1995.
8. الشريف عبد العزيز، الإعلام الالكتروني، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة 1، 2014.
9. الشريف علي بن محمد الجرجاني، التعريفات، دار الكتب العلمية، بيروت، 1995.
10. بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع - دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية -، دار الخلدونية، الجزائر، الطبعة الأولى، 2007.
11. جلال الدين الأسيوطي، المزهري في علوم اللغة وأنواعها، تحقيق: محمد جاد المولى وعلي البحايوي ومحمد أبو الفضل إبراهيم، دار الجيل، بيروت، بدون سنة.
12. حسين حمري الطوبجي، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، دار العلم، الكويت، 1982.

13. عبد المجيد لطفي، علم الاجتماع، دار المعارف، القاهرة، الطبعة 7، 1976.
14. عبد الرحمن عزي، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية - بعض الأبعاد الحضارية، دار الأمة، الجزائر، الطبعة 1، 1995.
15. عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز، تحقيق: محمد رضوان الداية ومحمد فايز الداية، دار القتيبية، دمشق، 1983.
16. عبد الرزاق محمد الديلمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر، الأردن، الطبعة 1، 2011.
17. عبير الرحباني، الإعلام الرقمي (الإلكتروني)، دار أسامة للنشر، الأردن، الطبعة الأولى، 2012.
18. علي كنعان، المجتمع المدني والإعلام، دار الأيام، الطبعة العربية، عمان - الأردن، 2015.
19. علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية (بحث تحليلي في آلية تقنية الانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية)، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة 1، 2005.
20. عمار بوخوش ومحمد الذنبيات، منهج البحث العلمي - أسسه وأساليبه -، مكتبة المنار، الأردن، الطبعة 1، 1989.
21. عصام موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، المكتبة الخدمية، بيروت، الطبعة 5، 2003.
22. لمياء طالة، الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، نبلاء ناشرون وموزعون ودار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة 1، 2014.
23. ماجد بوشيلي ويوسف عيدابي، ثقافة الانترنت وآثارها على الشباب (وقائع ندوة علمية)، دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، الطبعة 1، 2006.
24. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، الطبعة 2، القاهرة، بدون سنة.

25. محمد علي بدوي، دراسات سوسيوإعلامية، دار النهضة العربية، بيروت، الطبعة 1، 2006.
26. محمد لعقاب، تأثير الانترنت على العمل السياسي (أوباما نموذجاً)، منشورات دار الصباح، الطبعة 1، 2009.
27. محمد لعقاب، مجتمع الإعلام والمعلومات - ماهيته وخصائصه -، دار هومة، الجزائر، 2007.
28. محمود فهمي حجازي، علم اللغة العربية، وكالة المطبوعات، الكويت، 1973.
29. مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة 1، 2004.
30. مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أوبك، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء، الإسكندرية، 2007.
31. مصطفى حميد الطائي، بشير علاق، أساسيات الاتصال - نماذج ومهارات-، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة العربية، 2003.
32. موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة، الجزائر، الطبعة 1، 2006.
33. ملفين ديفليير، ساندر بول ريكتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، دار النشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة 1، 1993.
34. نبيل علي، صورة الثقافات العربية والإعلامية على الانترنت وخطة تنفيذية مفتوحة لإقامة شبكة مواقع خدمات للإعلام الثقافي العربي، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة إدارة البرامج العامة والاتصال، تونس، 1999.

2- المجالات:

35. أحمد محمد صالح، حياة على شاشة الانترنت، مجلة العربي، العدد 515، بدون سنة.
36. أحمد زايد، عوملة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية، عالم الفكر، المجلد رقم 32، يوليو، سبتمبر 2002.
37. تشارلز بروجرز ورونالد، الكتاب فن اكتشاف الشكل والمعنى (عرض وتحليل لنسفورد ياسر الفهد)، مجلة الفيصل، الرياض، العدد 166، نوفمبر 1990.
38. الصادق رابح، الهوية الرقمية للشباب بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي، إضافات، المجلة العربية لعلم الاجتماع، العدد 19، صيف 2012.
39. حمادة إبراهيم بسيوني، حرية الإعلام الالكتروني الدولي وسيادة الدولة مع إشارة خاصة إلى الوضع في الدول النامية، كراسات التنمية، مركز دراسات وبحوث الدول النامية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، بدون سنة.
40. راجي محمد راموني، اللغة العربية في الجامعات الأمريكية بين التقليد والتجديد في التربية، اللجنة الوطنية القطرية للتربية والفنون والعلوم، الدوحة، العدد 92، 1990.
41. رشدي أحمد طعيمه، الأسس المعجمية والثقافية لتعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها، معهد اللغة العربية، جامعة أم القرى، مكة، المملكة العربية السعودية، 1982.
42. شبلي علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات (رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي)، عالم المعرفة، العدد 265، 2011.
43. عبد الله الزين الحيدري، الإعلام الجديد، النظام والفضوى، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 6، بدون سنة.

44. علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، عالم المعرفة، العدد 347، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2008.
45. محمد عبد الهادي وآخرون، إدمان الانترنت وعلاقته بكل من الاكتئاب والمساندة الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، مجلة كلية التربية ببني سويف، القاهرة، العدد 4، يوليو 2005.
46. محمد محمد علي يونس، وصف اللغة العربية دلاليا في ضوء مفهوم الدلالة المركزية، دراسات حول المعنى ومعنى المعنى، منشورات جامعة الفاتح، طرابلس، 1993.
47. محمد محيي الدين، المشكلات النظرية للبحث السوسيوأنثوغرافي في المجتمعات المتخيلة، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 32، العدد 4، 2004.

3- رسائل ماجستير:

48. إبراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية، دراسة في الدوافع والاستخدامات والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، جامعة يوسف بن خدة، قسم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2007-2008.
49. بشير بن صالح، تملك الشباب الجزائري (فئة الطلبة) لمواقع الحوار الإلكتروني، مقارنة انتروبولوجية للتصورات في الفضاء السيبراني، ماجستير في الانتروبولوجيا، جامعة وهران، 2003-2004.
50. عبدالي أحمد أحمد، مستخدمو الانترنت، مذكرة ماجستير (غير منشورة) والإعلام، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2002-2003.

4- مواقع إلكترونية:

51. إبراهيم إسماعيل عبده، العلاقات الاجتماعية عبر الانترنت، دراسة يف الفرص الكامنة والمخاطر المستترة، مركز الأسبار للبحوث والدراسات والإعلام، 2009.

<http://www.asbar.com/ar/conents.aspx?c=779>

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2015/01/02 على الساعة: 14:09)

52. أهل الشات، على موقع أدما:

<http://www.adma1.com>

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2013/12/10 على الساعة: 19:20)

53. بنان علي الدخيل ومشاعل البشر، المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي

<http://www.psu.edu-sa/pscw/index.html>

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/02/03 على الساعة: 00:06)

54. عمر عبد الجبار، دراسات اجتماعية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية

<http://omar.socialindex.net/intro2.html>

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/04/12 على الساعة: 14:52)

55. صفوت العالم، غرف الدردشة تدخلها مفردات خاصة

<http://www.aljazeera.net>

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2013/12/10 على الساعة: 12:52)

56. علي قسايسية، محاضرات في دراسات وقياس جمهور وسائل الاتصال

http://alikspace.weebly.com/uploads/5/4/6/8/5468648/resume_des_cours_apublier.pdf

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2013/12/12 على الساعة: 10:53)

57. محمد بن مختار الشنقيطي، الانترنت ثورة الفقراء في عصر التواصل

<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/08806D71-3787-40EC-AE02-139CBA977E1A.html>

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/10/22 على الساعة: 14:12)

58. ملاك بنت عبد الله، الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، مركز التميز لأمن المعلومات

<http://coeia.edu.sa/index.php/ar/assurance-awarness/articles/47-data-privacy11494-privacy-in-social-networks.html>

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/11/22 على الساعة: 20:48)

59. سحر ناصر، حرب بيانات باردة بين غوغل والفيسبوك

http://www.islamonline.net/arabic/news/2010/02/06/13.shtml?utm_so

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/03/11 على الساعة: 10:32)

ب- المراجع باللغات الأجنبية:

1- الكتب:

60. Winner Roger, Dand Dominick. Joseph.R, Mass media Research an Introduction, 3rd Edition, Wadsworth Publishing Company, Belmont, California, 1991.
61. Y.Winkin, Anthropologie La Théorie au Terrain, Edition de Boek, Université, paris, 2001.
62. Kirk Patrick, David, The Facebook Effect, The Inside story of the company that is connecting in the world, New York, sinan 8 sehuster, 2010.
63. Stanley A, A Comprehensive Guide to Effective Communication, Butter Worth, the UK, 2005.
64. P.Bordieu, Sur la Télévision Suivi de L'empris du Journalisme Raisons D'agir, Edition Paris, 1996.
65. Judith.S, Donath, Identity and Deception in the Virtual Community, London, Rutledge, 1998.
66. F.De Saussure, Cours de Linguistique Générale, Paris, Payot, 1968.
67. N.Chomsty, Syntactic Structures, The Huage, Mouton, 1957.

2- المجلات:

68. A.Beghetto Ronaldo, Virtually in The Middle Alternative Avenues for Paternal Involvement in Middle Levels Schools, Learning House, vol 57, issue 1, sep-oct 2001.
69. Alison Smith, Cyber Life And Cyber Harm a Human Rights Approach, Social Alternatives, vol 17, issue 4, oct 1998.
70. Arab Social Media Report, Citizen Engagement and Public services in the Arab World: the potential of social media, 6th Edition, June 2014, Mohamed Bin Rashid School of Government, Pdf,
71. Beshop, Ann Peterson, Community for The New Century, Journal of Adolescent & Adulte Literary, vol 34, issue 5, feb 2000.
72. G. Yule, The Study Of Language, Cambridge University Press, Cambridge, 1996.
73. Jenkinson, Michael Alberta, Report, Welcome to the Virtual World, Wastern Report, vol 21, issue 3, 1/3/1994.
74. Jeffrey Bellin, Facebook, Tiwitter, and the Uncertain Future of Present Sense Impressions, University of Pennsylvania Law Review, Vol 160, 2012.
75. Kozinets, Robert.V, On Netnography Intial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyber Culture, in Advances in Consumer Research, vol 25, Edition Joseph Alba and Wesley Hutchinson, provo ut, Association For Cunsumer Research.
76. Mathew Smith, Community Building Strategies in Online Fanzines, Journal of Popular Culture, vol 33, issue 2, 1999.
77. Richard Harrison, Michael Thomas, Identity in Online Communities, Social Networking sites of Language Learning, International Journal of Emerging Technologies & Society, vol 2, 2009.
78. V.Danielle, J.P.Lafrance, l'art de bavarder sur internet, réseaux n=97, 1999.

3- رسائل ماجستير:

79. Kittiwongvivat Wasinee, Akkanngan Pimonpha, Facebooking Your Dream, Master Thesis, 2010.

4-المواقع الالكترونية:

80. Bai Xue, Yao Oliver, Facebook on Campus the use and friend formation online social networks, College of Business and Economics, Lehigh University (online)

<http://ssrn.com/abstract=1535141>

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/02/02 على الساعة: 19:19)

81. Boyd.D, Elisson, Nicole, Social Network sites, Definition, History, and Schoolship, Journal of computer-mediated communication, 2007

<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/12/03 على الساعة: 22:20)

82. C.Kinnelly, Susan, Problems and Promises in the Study of Virtual Community, A case study of Pennsylvania, School of social works, USA, 2000

<http://www.isoc.orglinet2000/cdproceedings/29/29-1.html>

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/11/24 على الساعة: 18:48)

83. Maria Valtersson, Virtual Communities, department of informatics (umea) university, sweden

<http://informatik.umea.se/nlrg/valter.html>

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/02/01 على الساعة: 09:45)

84. Kieth N.Hompton and Al, Social Networking sites and our lives, Pew Research Center's in internet & american life project, 2011

<http://pewinternet.org/reports/2011/technology-and-social-networks.aspx>

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/11/18 على الساعة: 13:10)

85. www.aber.ac.uk/media/modules/tF33120/katzliesbes.html

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/02/02 على الساعة: 19:10)

86. www.webopedia.com

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/02/01 على الساعة: 14:20)

87. www.startimes.com/F.aspx?t=33679948

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/11/18 على الساعة: 11:42)

88. www.newstimes.com/?t=7773532

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/11/18 على الساعة: 13:10)

89. <http://www.commentcamarche.net/news>

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/10/22 على الساعة: 16:47)

90. www.newsroom.fb/company-info

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/03/14 على الساعة: 15:31)

91. <http://apps.facebook.com/immingleapp/?Fbsource=bookmark&comtiMingleapps.facebook.com>

(تم الاضطلاع عليه بتاريخ: 2014/02/20 على الساعة: 14:10)

الملاحق:

1-الملحق رقم (01): التعريف بالفايسبوك

1-1. موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك":



The screenshot shows the Facebook mobile app interface. At the top, there's a status bar with a warning icon, signal strength, battery, and time (10:20). Below that is the Facebook logo. A yellow notification box says "Utilisez Facebook pour Android et naviguez plus rapidement." with a smartphone icon. Below the notification are two input fields: "Adresse électronique ou téléphone" and "Mot de passe". A blue button labeled "Connexion" is positioned below the password field. Further down is a blue button labeled "Créer un compte". At the bottom, there are links for "Mot de passe oublié ?" and "Pages d'aide".

Français (France) · العربية · English (US) · Plus...

Facebook ©2015

Yalla Djezzy

2-1. خدمة فتح حساب على الفايستوك:

10:21

Des frais liés aux données peuvent être appliqués. Contactez votre opérateur pour en savoir plus.

Prénom :

Nom de famille :

Adresse électronique ou téléphone :

Sexe :

Sélectionner 



Anniversaire :

 / /

Nouveau mot de passe :

En cliquant sur S'inscrire, vous acceptez nos [Conditions d'utilisation de Facebook](#) et reconnaissez avoir pris connaissance de notre [Politique d'utilisation des données](#), incluant notre [Utilisation des cookies](#). Vous pouvez recevoir des notifications de Facebook par SMS ou les refuser à tout moment.

Inscription

21:54

Annuler Créer un groupe

Nom du groupe

Confidentialité

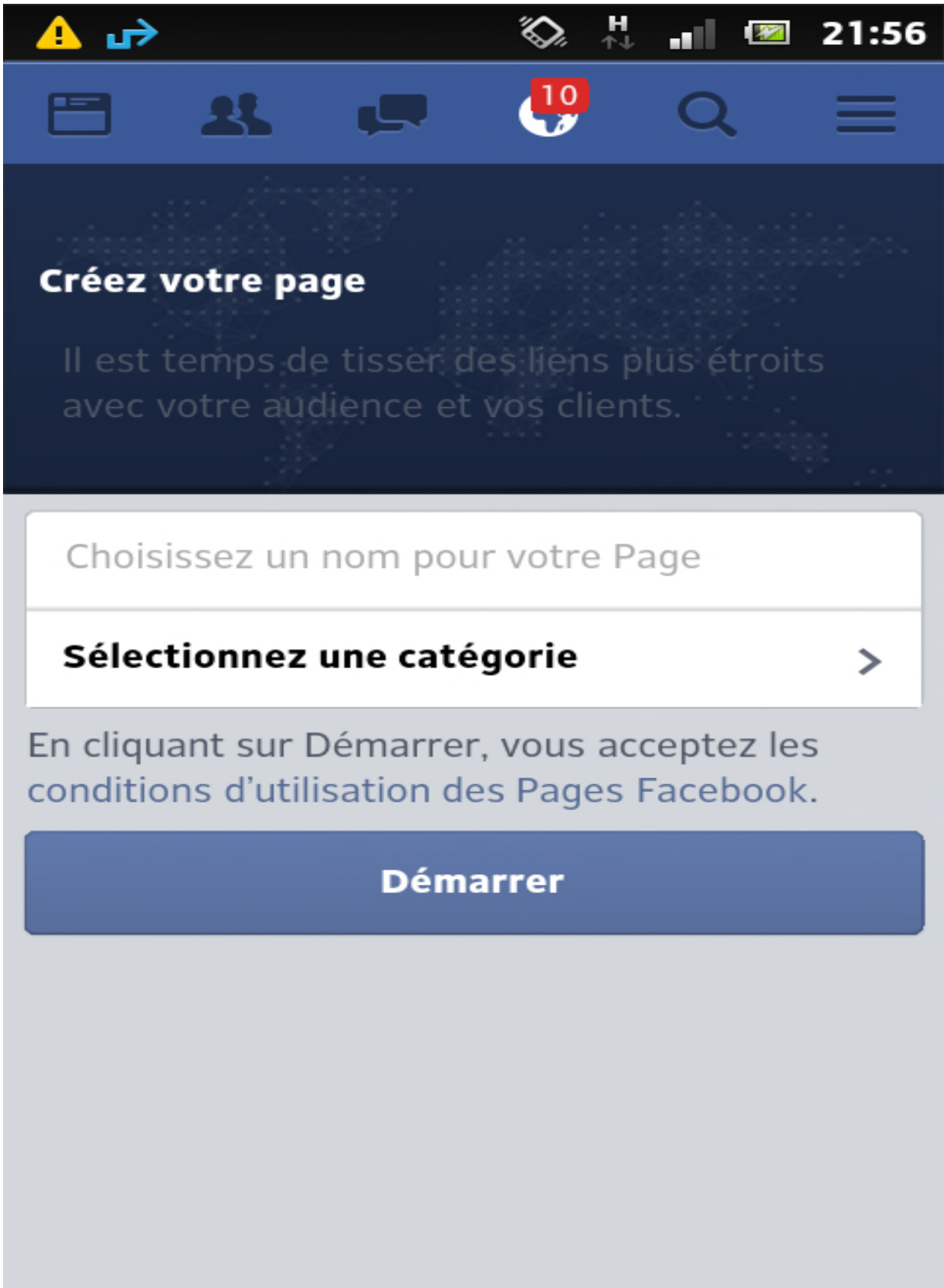
Public Tout le monde peut voir le groupe, ses membres et leurs publications.

Fermé Tout le monde peut trouver le groupe et en voir les membres. Seuls les membres peuvent voir les publications. ✓

Secret Seuls les membres peuvent trouver le groupe et voir les publications.

Continuer

4-1. خدمة فتح صفحة على الفايسبوك:



2-ملحق الاستمارة الالكترونية:

جامعة وهران

كلية: العلوم الاجتماعية

قسم: علم الاجتماع

ماجستير: ثقافات ومجتمعات

سيدي، سيدي.

في إطار التحضير لرسالة الماجستير بقسم العلوم الاجتماعية، تخصص "ثقافات ومجتمعات"، والتي يدور موضوعها حول: الممارسات اللغوية في شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك - Facebook" - دراسة لعينة من شباب مستخدمي الفيسبوك بالجزائر -

نرجو منكم التفضل بمساعدتنا في إنجاز هذه الرسالة وذلك من خلال الإجابة عن الأسئلة بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة أو الإجابة عن الأسئلة التي تتطلب الإجابة عنها بفقرة مختصرة.¹

الأستاذ المؤطر:

من إعداد الطالبة:

أ. رابح سبع

شهرزاد بن كحيل

السنة الجامعية:

2015/2014

¹ ملاحظة: كل الأسئلة المطروحة إجبارية، والمعلومات التي ستدلون بها تبقى سرية وتوظف لغرض علمي بحت. وشكرا!

أ- البيانات الشخصية:

1- الجنس:

أنثى

ذكر

2- السن:

- أقل من 20 سنة

- من 20 إلى 30 سنة

- أكثر من 30 سنة

3- المستوى التعليمي:

- متوسط

- ثانوي

- جامعي

- ما بعد التدرج

4- المستوى المادي:

- ضعيف

- متوسط

- عالي

5- الأصل الجغرافي:

- مدينة

- ضواحي المدينة

- ريف

6- الحالة المدنية (الاجتماعية):

- أعزب (اء)

- متزوج

- مطلق

ب- عادات وأنماط استخدام الفايسبوك:

7- لماذا فتحت حساب على الفايسبوك؟

(يمكنك أن تختار أكثر من خيار، وإذا كانت الخيارات المقترحة غير كافية يمكنك طرح خيارك في الخانة "أخرى")

- للتعارف

- للثقيف

- للمتعة

- للتنفيس عن فراغ الوقت

- أخرى:.....

8- كم لديك من حساب عبر الفايسبوك؟

- حساب واحد

- أكثر من حساب

9- كم مرة تتصفح الفايسبوك في اليوم؟

- مرة واحدة

- من مرتين إلى أربع مرات

- أكثر من أربع مرات

10- كم ساعة تقضيها على الفايسبوك في اليوم؟

- أقل من ساعة

- من ساعتين إلى ثلاث ساعات

- من أربع ساعات إلى خمس ساعات

- أكثر من خمس ساعات

11- ما هي الفترات المفضلة لديك لتصفح الفايسبوك؟

(يمكنك أن تختار أكثر من إجابة)

- صباحا

- مساء

- ليلا

- من منتصف الليل إلى ساعات الفجر الأولى

12- ما هو المكان المفضل لديك لتصفح الفايسبوك؟

(يمكنك أن تختار أكثر من خيار، وإذا كانت الخيارات المقترحة غير كافية يمكنك طرح خيارك في الخانة "أخرى")

- المنزل

- مقهى الانترنت (Cyber)

- مكان العمل أو الدراسة

- أخرى:.....

13- هل تدخل حسابك عبر الفايسبوك بشخصية:

(يمكنك أن تختار أكثر من إجابة)

- حقيقية (واقعية)

- مستعارة (افتراضية)

14- كم عدد الأصدقاء لديك عبر الفايسبوك؟

- أقل من 30 صديق

- من 40 إلى 60 صديق

- أكثر من 60 صديق

15- على أي أساس تختار أصدقاؤك عبر الفايسبوك؟

(يمكنك أن تختار أكثر من خيار، وإذا كانت الخيارات المقترحة غير كافية يمكنك طرح خيارك في الخانة "أخرى")

- لا يوجد معيار محدد

- علاقة القرابة والصداقة في المجتمع الواقعي

- المستوى التعليمي والثقافي

- الاهتمامات المشتركة

- أخرى:.....

16- ما هي الخدمات المفضلة لديك والتي يوفرها لك الفايسبوك؟

(يمكنك أن تختار أكثر من خيار، وإذا كانت الخيارات المقترحة غير كافية يمكنك طرح خيارك في الخانة "أخرى")

- مشاركة الصور والفيديوهات

- الألعاب

- التعليقات
- الدردشة
- إضافة الأصدقاء الجدد والتعرف عليهم
- أخرى:.....

17- عندما تتصفح الفايسبوك فأنت غالبا ما تكتفي بـ:

(يمكنك أن تختار أكثر من خيار، وإذا كانت الخيارات المقترحة غير كافية يمكنك طرح خيارك في الخانة "أخرى")

- قراءة مشاركات أصدقائك
- تضع مشاركات على حائطك (le mur)
- تدرش
- تعلق
- تلعب
- أخرى:.....

18- هل أنت عضو بمجموعات معينة على الفايسبوك؟

- نعم
- لا

- إذا كانت إجابتك " نعم " فهل هذه المجموعة:

(يمكنك أن تختار أكثر من خيار، وإذا كانت الخيارات المقترحة غير كافية يمكنك طرح خيارك في الخانة "أخرى")

- سياسية
- ثقافية

- إعلامية
- ترفيهية
- جنسية
- أخرى:.....

ج- الدوافع والحاجات وراء استخدام الفايسبوك:

19- ما الذي يدفعك لاستخدام الفايسبوك؟

(يمكنك أن تختار أكثر من خيار، وإذا كانت الخيارات المقترحة غير كافية يمكنك طرح خيارك في الخانة "أخرى")

- الترفيه
- التثقيف وزيادة المعارف
- مواكبة الأحداث
- التواصل مع الأهل والأصدقاء
- التعرف على أشخاص لم يسبق لك معرفتهم
- التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي
- التنفيس والتعبير بحرية عن ما لم تستطيع التعبير به في الواقع
- الهروب من الواقع المعاش
- أخرى:.....

20- غيابك عن الفايسبوك لفترة يشعرك بـ:

- القلق والاضطراب
- الفراغ والملل

- لا يشعر بشيء

21- هل تنوي مستقبلا أن:

- تزيد من استخدام الفايسبوك

- أن تقلل من استخدامه

- أن تتركه كما هو

- أن تتوقف نهائيا عن استخدامه

د- الفايسبوك ولغة التواصل:

22- ما هي اللغة التي تفضل التواصل ونشر المعلومات بع=ها عبر موقع الفايسبوك؟

(يمكنك أن تختار أكثر من إجابة)

- الأجنبية

- أجنبية الكترونية¹

- عربية فصحي

- عربية فصحي الكترونية²

- دارجة بحروف عربية³

- دارجة الكترونية⁴

23- من أين تعلّمت اللغة الالكترونية هذه وكيف؟

24- هل تستخدم هذه اللغة بشكل مطلق أم مع أشخاص معينين؟

¹ مثلا: slt, 2rien, tkt, bns, bnj, koi 2 9, cv

² مثلا: kayfa 7aloka la9ad 2ichta9na laka

³ مثلا: كيراك غاية؟

⁴ مثلا: kirak ghaya twa7achnèk !!!

.....
25- لماذا تستخدم اللغة الالكترونية سواء الأجنبية أو العربية عوضاً عن اللغة الصرفة؟

.....
26- هل تعتقد أن سبب استخدام هذا النوع من اللغة يرجع إلى:

(يمكنك أن تختار أكثر من خيار، وإذا كانت الخيارات المقترحة غير كافية يمكنك طرح خيارك في الخانة "أخرى")

- رداءة التعليم
- سهولة استخدام لوحة مفاتيح الحاسوب
- السرعة وعدم استهلاك وقت كبير في الكتابة
- تعتبرها موضة جيل الانترنت وإذا لم تستخدمها يعتبرونك متخلف
- تستخدمها كشيفرة (Code) كي لا يفهمها والديك

27- هل تستعمل الرموز والأيقونات¹ (Smiles) المتوفرة عبر الفايسبوك للتعبير عن المشاعر؟

- نعم
- لا

28- إذا كانت الإجابة بـ "نعم" فهل هذه الرموز فعلاً تعبر عن ما تحس به بالفعل،

ولماذا؟

.....

¹ مثلاً: ☺ ☹

3-ملحق الصفحات والمجموعات والتعليقات على موقع الفايسبوك:

3-1. الصفحات والمجموعات:

3-1-1. صفحتي الخاصة:



3-1-2. صفحة المنظمة الجزائرية المناهضة للشبهة والشياتين:

المنظمة الجزائرية
لمناهضة الشبهة والشياتين

المنظمة الجزائرية لمناهضة
الشبهة والشياتين
Organisation politique

NON AU GAZ DE SCHISTE

جاءت
LE GAS IN IN-

J'aime Message Partager Plus

168k personnes aiment ça

Acheter

S'inscrire à des évènements à proximité

À propos >

شيات اليوم... شتيح الغد (قول مأثور)

3-1-3. صفحة بنات الباهية أو Bnate elbahia :

The screenshot shows the mobile interface of a Facebook group named "Bnate El Bahia". At the top, the status bar displays the time as 23:54 and various system icons. Below the status bar is the browser address bar showing the URL "https://m.facebook.co...". The Facebook navigation bar is visible with icons for home, friends, messages (with a notification badge for 107), search, and a menu. The group's cover photo features a collage of images, including a woman's face, a blue dress, and hands holding a gold ring. The group name "Bnate El Bahia" is prominently displayed in the center, with the tagline "Modern Styles" underneath. Below the cover photo, the group is identified as "Bnate el bahia" and "Groupe fermé". Navigation options include "Ajouter des m...", "2 729 photos", and "Info". Below these are buttons for "Publier" and "Photos". The main content area shows a post from "Dalitoché Dadou" sharing a post by "Farha Gabes" from 9 hours ago. The shared post is from "Farha Gabes" and states: "1 février, 18:44 · Modifié · [globe icon] disponible 2 cap de bain pupilla + 2 serviettes 90*150 +2 serviettes 50*90".

↑ Mémoire interne connectée

100

ضد الغاز الصخري

GAZ DE SCHISTE : CONTRE TOTAL
NO SHALE GAS
Rachid Nekkaz
Personnalité politique

J'aime Message Partager Plus

475k personnes aiment ça
Zouhir Kheiredine et Bachir Bensalah

Inviter des amis à aimer cette Page

À propos >

Page officielle de Rachid Nekkaz - رشيد نكاز

Appeler le 0772 21 84 01

Photos >

3-1-5. صفحة من كان آخر كلامه لا اله إلا الله دخل الجنة:

The screenshot shows a mobile browser interface displaying a Facebook post. At the top, the status bar shows the time 13:18, battery level, and signal strength. The browser address bar contains the URL 'https://m.facebook.co...'. Below the address bar is a navigation bar with icons for home, profile, messages (with a red notification badge showing '46'), search, and a menu. The main content is a post with a dark background and gold Arabic calligraphy. The text reads: 'من كان آخر كلامه لا اله الا الله دخل الجنة' (Whoever's last words were 'There is no god but Allah' entered Paradise). A smaller version of this text is shown in a decorative box on the left. Below the post are three interaction buttons: 'J'aime' (Like), 'Partager' (Share), and 'Plus' (More). Below these buttons, it says '7,3 m personnes aiment ça' (7.3 million people like this) and lists 'Aminatta Mimicha et 4 autres amis' (Aminatta Mimicha and 4 other friends). There are also buttons for 'Nous contacter' (Contact us) and 'Inviter des amis à aimer cette Page' (Invite friends to like this Page). At the bottom, there is a section titled 'À propos' (About) with a right-pointing arrow.

3-1-6. صفحة الباحث الاجتماعي غريد جمال الدين:



13:23

50

الباحث الإجمالي غريد جمال الدين

Groupe public

Ajouter des m... 26 photos Info

Publier Photos

Moulane Amoula Zayati
7 avril, 23:09 · Graph API Explorer ·

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته
مرحبا...
هل أنت عاطل عن العمل،
هل أنت طالب(ة) بالجامعة، هل تبحث عن الربح عن طريق
الأنترنت،
هل تريد أن تعمل دون أن تتنقل من مكانك،
إذا ما رأيك في التسجيل مع شركة قانونية 100% و...
[Afficher la suite](#)

Travail à domicile
En équipe **100% Internet !!**

3-1-7. صفحة موبيليس Mobilis:

11:40

108

30 و امتياز

90 دقيقة*
صالحة 24 ساعة

90 دج

Mobilis

Lieu de travail

90* دقيقة من المكالمات نحو موبيليس +30
صالحة 24 ساعة وهذا حتى 29 أبريل

J'aime Message Enregistrer Plus

1,1 m personnes aiment ça
Aminatta Mimicha et 4 autres amis

Réserver maintenant

À propos

Bienvenue sur la page officielle du 1er opérateur de téléphonie mobile en Algérie qui compte aujourd'hui plus de 13 millions d'abonnés. www.mobilis.dz



11:27

101

Djezzy
Télécommunication

SAMSUNG Galaxy
NEXT IS

J'aime Message Enregistrer Plus

1,7 m personnes aiment ça
Issamo Jorra et 6 autres amis

Réserver maintenant

À propos >

Bienvenue sur la page officielle de Djezzy,
Opérateur leader de la téléphonie mobile en
Algérie.

Appeler le 0770 85 77 77

10.1.3. صفحة المرأة الجزائرية :Femme Algerienne



11.1.3. مجموعة أصدقاء السوسيوولوجيا:



2-3. المنشورات:

1-2-3. منشورات على صفحة رشيد نكاز:

⚠️ ⚠️ 📶 📶 📶 📶 📶 11:21

J'aime Commenter Partager

Rachid Nekkaz رشيد نكاز 21 h · 🌐

Nous sommes à 305 Kms d'In Salah. Nous avons déjà marché 950 Kms contre le gaz de schiste. La route est catastrophique. Nous devons tous avoir honte d'avoir abandonné le Sahara qui pourtant donne à manger aux... [Afficher la suite](#)



4 699 J'aime · 229 commentaires

J'aime Commenter Partager

⚠️ ⚠️ 📶 📶 📶 📶 📶 11:21

Rachid Nekkaz رشيد نكاز a ajouté 13 nouvelles photos. 14 h · Modifié · 🌐

نحن على بعد 285 كلم من عين صالح. لقد قطعنا مسافة 970 كم سيراً على الأقدام. الحمد لله الطقس ليس ساخناً. موعد يوم السبت 18 أبريل على الساعة 16 في الموقع إن شاء الله لنمشي كلنا ضد الغاز الصخري ومن أجل الوحدة الوطنية... [Afficher la suite](#)



4 980 J'aime · 273 commentaires

2-2-3. منشورات على صفحة Ooredoo:



Ooredoo

لمحبي ألعاب FPS . أيهما تفضلون Battlefield أو Call of Duty و لماذا ؟

Pour les fans des jeux FPS, vous êtes plutôt Battlefield ou Call of Duty ? Dites-nous pourquoi ?

Photos du journal · hier, à 11:00 · 🌐

Voir en taille réelle · Envoyer sous forme de message · Signaler la photo



Mobilis
1 h · Modifié · 🌐

هل تريدون عروض جيدة ؟
جربوا الخصائص الجديدة لعرض **#مبتسم** ل **#موبيليس** و إبقو
دائما مبتسمين !
1- 90 دقيقة ب 90 دج
2- 100 دقيقة، 50 رسالة قصيرة و 50 ميغا أنترنت ب
150 دج
شكّلوا **#600*** للإستفادة من العرض !

هل جربتم العروض الجديدة ؟

Besoin de Bons Plans ?
Gardez le sourire et essayez les nouvelles
options de l'offre
#Mobilis de **#Mobtasim**
90minutes pour 90DA
100minutes, 50 SMS et 50 Mo d'Internet pour
150 DA
Composez le ***600#** pour en profiter. Une
surprise de bienvenue
vous attend !

Avez-vous aimé ces nouvelles options ?

Plus d'informations sur : <http://bit.ly/1GPkSjg>

mobtasim
شكّلوا

90 جديد

3-2-4. منشورات على صفحة Djezzy:

Djezzy
1 h · 🌐

Bonjour chers fans,
Bon début de semaine à toutes et à tous 😊

صباح الخير،
نتمنى لكم قضاء أسبوع ممتع
😊

J'aime | **Commenter** | **Partager**

263 personnes aiment ça.

Bilal Stable
صباح الفل جيزي
J'aime · Répondre · Plus · il y a 2 heures

Abdelhakim Zeghmar
A VOUS AUSSI MERCI Djezzy
J'aime · Répondre · Plus · il y a 2 heures

Jékoz Ali
Merci

⚠️ ⚠️ 📶 📶 🔋 11:52

👍 J'aime | 💬 Commenter

 **Dalitoché Dadou** a partagé la photo de **Jhaz** dans le groupe **Bnate el bahia**.

9 avril, 19:16 · 🌐

 **Jhaz**

1 janvier, 16:35 · 🌐

شوفو لبنات هذي نتمناها للي يديري j'aime كامل



📷

4 J'aime

👍 J'aime | 💬 Commenter

 **Dalitoché Dadou** a partagé la photo de **Mu mariage** dans le

3-2-6. منشورات على المجموعة الباحث الاجتماعي غريد جمال الدين:

11 novembre 2014, 00:17

Kamel Sociologue a ajouté 2 nouvelles photos.

11 novembre 2014, 00:10

جامعة وهران يوم: 2014-05-12
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علم الاجتماع
مداخلة بعنوان: ظهور التيارات الفكرية و الحركة الوطنية
في ظل الثنائية الثقافية.
تقديم
بسم الله الرحمن...

[Afficher la suite ...](#)



13:24

J'aime Commenter Partager

Kamel Sociologue a partagé sa publication dans le groupe الباحث الاجتماعي غريد جمال الدين.

3 décembre 2014, 21:38

Kamel Sociologue

3 décembre 2014, 21:36

Journées d'Etude : « Quelles missions assignées aux sciences sociales et humaines en Algérie ? » (Le dimanche 7 et lundi 8 décembre 2014, Université de Msila.

A l'occasion de la parution prochaine , aux éditions Arak, de l'ouvrage intitulé « repenser l'université algérienne », issu du séminaire national d'Oran, initié le 26 & 27 mai 2012 par... [Afficher la suite](#)

Vu par 22 personnes

J'aime Commenter Partager

Kamel Sociologue a partagé sa publication dans le groupe الباحث الاجتماعي غريد جمال الدين.

3-2-7. منشورات على صفحة المنظمة الجزائرية لمناهضة الشيعة والشيائين:



À propos



شيات اليوم... شبيح الغد (قول ماثور)



المنظمة الجزائرية لمناهضة الشيعة والشيائين

hier, à 22:19 • Modifié •

حمارة بن يونس الكاذب ينكر وجود سجناء سياسيين في الجزائر... حقيقة يستحق رد مفحم من اليومباردي!!!



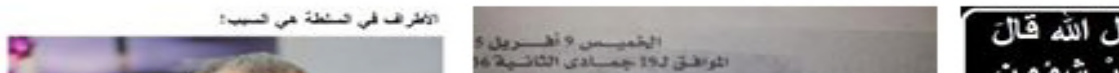
223 J'aime · 29 commentaires

J'aime

Commenter

Partager

Photos



2.3.3. تعليقات على صفحة رشيد نكاز:

pour ne pas tomber malade !
J'aime · 10 · Répondre · Plus · 6 avril, à 17:45
5 réponses

 **Coeur D'or**
Boutef aussi doit faire plus de 1300 km pour se soigner le pauvre !! Val de grâce c'est loin aussi !!
J'aime · 6 · Répondre · Plus · 6 avril, à 17:35

 **Nasser Tout Court**

J'aime · 5 · Répondre · Plus · 6 avril, à 18:39

 **Meh Di**
#humour ca me fait penser a forest gump.

Modifié · J'aime · 15 · Répondre · Plus ·

J'aime · Commenter · Partager

17 702 personnes aiment ça.

Commentaires précédents...

 **Hmida l'Gauche**
عبد العزيز بوتفليقة - Abdelaziz Bouteflika ya arwa7 lele prévi 3andena hadra me3eak ana ou Cine Dex
J'aime · Plus · 8 avril, à 18:24

 **Hmida l'Gauche**
يا سيدي الرئيس نيك يماك القحبة أولا و أخرا كيما خليتنا للميزيرية ربي يخليك فوق الزب انشاء الله
J'aime · Plus · 8 avril, à 18:30

 **Kamel Boumahri**
اكرهك مع كل الاحترام
J'aime · 1 · Plus · 8 avril, à 21:44

 **Hocine Madrid**
اعجبني هذه الصفحة
J'aime · Plus · 8 avril, à 23:31

 **Hocine Madrid**
ناحيا بوتفليقة ناحيا الامن
J'aime · Plus · 8 avril, à 23:34

 **IP**

3.3.3. تعليقات على شبكات الاتصال Djeezy, Mobilis, Ooredoo

<p>    </p> <p> On oublie le plus important : la durée de l'offre qui est seulement 24h Modifié · J'aime ·  1 · Répondre · Plus · il y a 2 heures</p> <hr/> <p> Sarah Bjm votre nouvel offre n'es pas intéressante J'aime ·  1 · Répondre · Plus · il y a 2 heures</p> <hr/> <p> NoUr Eddine راك تقول هل تريدون عروض جديدة ، و انتم ديتو العروض القديمة كامل ردولنا نتاع 50 دج راكم رايحين تخسرو الزبائن نتاعكم جملة وحدة J'aime ·  1 · Répondre · Plus · il y a 2 heures</p> <hr/> <p> Série Limitée سوفشتو الشعب كامل J'aime · Répondre · Plus · Il y a une heure</p> <hr/> <p> Yacine Yaya H-a et vers tous les réseaux y a rien ??? 😞 J'aime · Répondre · Plus · Il y a une heure</p> <hr/> <p> Bechar Mascarien فهموني على الطابلات و شريحة مبتسم J'aime · Répondre · Plus · il y a 2 heures</p> <hr/> <p> Nina Khalilou nn ki kanet 50d 50m kona ghaya doka nn bazeeef 90d 120m w fi 24h m3aman</p>	<p>    </p> <p> Rose D'automne etmenaw liyna des poste chez vous oui. J'aime ·  2 · Répondre · Plus · il y a 2 heures 3 réponses</p> <hr/> <p> Ymmel Xiro DiNe merci avous aussi J'aime · Répondre · Plus · il y a 2 heures</p> <hr/> <p> امينة الانوشة صباح النور جيزي J'aime · Répondre · Plus · il y a 2 heures</p> <hr/> <p> Erick AJ bonjour #Djeezy J'aime · Répondre · Plus · il y a 2 heures</p> <hr/> <p> Nahla As De PiQue A vs aussi #Djeezy...mercii ❤️ J'aime · Répondre · Plus · il y a 2 heures</p> <hr/> <p> Amal Lina  J'aime · Répondre · Plus · il y a 2 heures</p> <hr/> <p> Yacine Djellal Thank you very much!! J'aime · Répondre · Plus · il y a 2 heures</p>
--	--



11:31

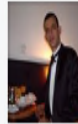
J'aime · Répondre · Plus · il y a 2 heures



Châkib Bouchareb



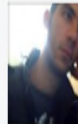
J'aime · Répondre · Plus · il y a 2 heures



Tarek Loughreit

merci

J'aime · Répondre · Plus · Il y a une heure



Saadi Abdelhafid

Merci

J'aime · Répondre · Plus · Il y a une heure



AdEl AkMa

صباحكم اسعد، يا اروع متعامل!!!

J'aime · Répondre · Plus · Il y a une heure

1 réponse



Nour El Imane

Mrc et pour vous aussi

J'aime · Répondre · Plus · Il y a une heure



Anis Es Abbas

As3adakom alah sabah

J'aime · Répondre · Plus · Il y a une heure



Amira Lamisse

Mérci

4.3.3. تعليقات على صفحة من كان آخر كلامه لا إله إلا الله دخل الجنة:

⚠ ⚠ 📶 H 13:38

ومواعظ كل يوم+ نصائح واقوال+إبداع بلا حدود)
أردت فقط مشاركتها معكم لتعم الفائدة
فقط إن أعجبك الصفحة إضغط (أعجبنى) ليصلك كل
ماهو جديد
{ادعوكم لزياره صفحتي الشخصية سوف تستفيدون
اشياء كثيرة }
لا تترددوا في الدخول  
^^

J'aime · 1 · Répondre · Plus · il y a 3 heures

 **Basem Alkassby**
اللهم صل وسلم وزد وبارك على نبينا محمد وعلى آله
وصحبه أجمعين

J'aime · Répondre · Plus · Aujourd'hui, à 00:43

 **عبدالمجيد الكردي**
اللهم صل على محمد وعلى آله وصحبه وسلم

J'aime · Répondre · Plus · Aujourd'hui, à 00:36

 **Manel Trb**
ALLAHOMMA salli wa sallem wa barek
3ala sayyidina Mohammad wa 3ala aalihi
wa sa7bihi ajma3iiiiiiiiin

J'aime · Répondre · Plus · Il y a une heure

 **UmAli AbedHasan**
اللهم صل وسلم وبارك على نبينا محمد وعلى آله
وصحبه أجمعين

J'aime · 1 · Répondre · Plus · il y a 3 heures

5.3.3. تعليقات على مجموعة Bnate elbahia :



 **Leila Malah**
hhhhhhh
J'aime · Plus · 29 mars

 **Bent El Haj Halima Karrar - Malah**
Ki kane 3andna had la taille ma kanouche ydiroulna had caftan 😞
J'aime · 1 · Plus · 29 mars

 **Leila Malah**
hhhhh nichane mais toi dans mon mariage avec le bleu tu etait manifique
J'aime · 1 · Plus · 29 mars

 **Bent El Haj Halima Karrar - Malah**
Ya hessrah 3la tn mariage hhhh depuis le temps ya ds kilos,des rides,des années en plus .
J'aime · 1 · Plus · 29 mars

 **Leila Malah**
hhhhhhhhh mahboula
J'aime · Plus · 29 mars

 **Leila Malah**
raki toujours belle malki
J'aime · 1 · Plus · 29 mars

 **Bent El Haj Halima Karrar - Malah**
Yoolmak hhiba da mán zoulk) rabhi

6.3.3. تعليقات على صفحة :Femme Algérienne

The screenshot shows the top of a mobile phone screen with a status bar at the top containing icons for warnings, location, Wi-Fi, and cellular signal, along with the time 12:23. Below the status bar is a navigation bar with three buttons: 'J'aime' (like), 'Commenter' (comment), and 'Partager' (share). The main content area shows a post from 'Femme Algérienne' with 71 likes. Below the post is a comment box with the placeholder text 'Write a comment...' and a 'Publier' (publish) button. Below the comment box is a camera icon. The comments section contains five entries:

- Hajer Ben**: merci ❤️
J'aime · Répondre · Plus · Il y a une heure
- Lolilo Lilo**: Assbahna wa asbaha Imoulkou li Allah ❤️
J'aime · Répondre · Plus · il y a 4 heures
- Vendeuse DE Top**: Bonjour
J'aime · Répondre · Plus · il y a 4 heures
- Frimousse TinHinan**: ❤️
J'aime · Répondre · Plus · il y a 4 heures
- Loubna Loulou Khourani**: ❤️
J'aime · Répondre · Plus · il y a 3 heures

7.3.3. تعليقات على مجموعة أصدقاء السوسيولوجيا:

13:37

5- يقول مارك توين : "عندما تكره المرأة رجلاً لدرجة الموت .. فإن ذلك يعني أنها كانت تحبه حتى الموت .. !!
6- يقول المثل الإنجليزي : "أفضل مقياس لنجاح الزوجه .. هو صحة زوجها"
7- يقول غوت : "من يحتمل عيوبي .. أعتبره سيدي ولو كان خادمي ..."
8- يقول شكسبير : "إذا كنت صادقاً .. فلماذا تحلف ؟ !!"
9- يقول فيثاغورس : "كثرة حُسادك .. شهاده لك على نجاحك ..."
10- يقول روزهلفر : "أفضل علاج للعقل .. هو التحدث عن متاعبك لمن تثق فيه"

J'aime Commenter Partager

6 personnes aiment ça.

 **Emad Barca**
Jamil raw3a
J'aime · Plus · 19 mars

 **Abdelhakim Abarji**
rai3 jidannnnnnnnnnnnnnnn
J'aime · Plus · 29 mars

Write a comment... **Publier**

8.3.3. تعليقات على مجموعة الباحث الاجتماعي جمال الدين غريد:

13:31

أن المثقفين والباحثين الجزائريون تحدثوا عن جزائرهم هم، لكن الانطباع بقي أنهم يتحدثون عن الجزائر بكاملها.. للذي لم يعرف الأستاذ غريد أقول إن اهتمامه بقضايا الجزائر، وإصراره الكبير على تشريح الظواهر من منظور علمي بحت، كان ينبع من أعماق شخص متشبع بقناعة الولاء للوطن.. وأقول أيضا إن الأستاذ لم تتعبه عديد الرحلات التي قام بها- إلى آخر أيامه- في أرخبيل السوسبولوجيا والأنثروبولوجيا، لأنه كان مشحونا بأمل معرفة خباياها معرفة سليمة.. ما كان يتعبه أكثر هو التفكير الدائم حول شروط إمكانية وشرعية التحليل السوسبولوجي والأنثروبولوجي في مجتمع مثل المجتمع الجزائري.. مات الأستاذ جمال غريد وهو مُتعب بجزائريته، فهل الوطنية تعب وعقاب؟

J'aime

Commenter

Partager

Vu par 38 personnes



Israa Algeria

درست عنده منذ 9 سنوات وكان لي الشرف ان يكون المشرف على رسالة الليسانس. تأثرت كثيرا بوفاته .رحمك الله استاذي الكريم

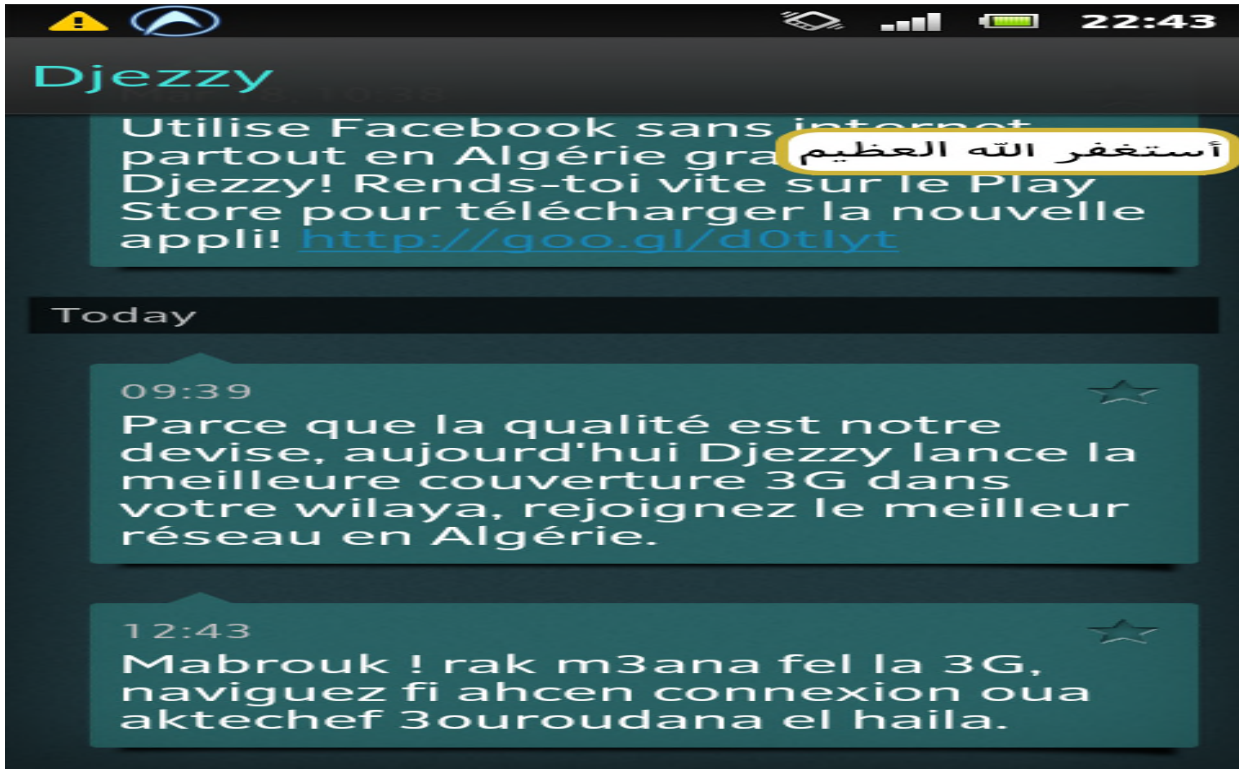
J'aime · Plus · 29 décembre 2013

Write a comment...

Publier



3-4. الرسائل القصيرة الإعلانية التي ترسل لزيائن شبكة جيزي:



3-5. الرموز والأيقونات التي تستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي:



3-6. بعض الأيقونات المستعملة في الدردشة عبر الفايسبوك:

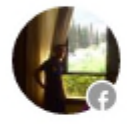


Miloudi Mohamed
FACEBOOK • 1JRS

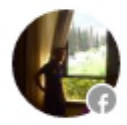


Inviter

Labes hmd w nta?



hmd



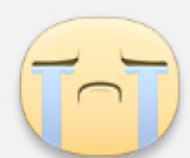
q29

Envoyé depuis le web

MER., 18:40

Mkan walo

Aa



الفهارس

فهرس الأشكال:

الرقم:	عنوان الشكل:	الصفحة:
01	تطور شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت	68
02	متغير الجنس لعينة الدراسة	116
03	متغير السن لعينة الدراسة	118
04	متغير المستوى التعليمي لعينة الدراسة	120
05	علاقة متغير الجنس بمتغير المستوى التعليمي	122
06	متغير الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة	123
07	متغير الحالة المادية لعينة الدراسة	124
08	متغير الأصل الجغرافي لعينة الدراسة	125
09	الدافع وراء فتح حساب على الفايسبوك	127
10	كم لدى عينة الدراسة من حساب عبر الفايسبوك	128
11	بأي شخصية يتم الولوج عينة الدراسة إلى الفايسبوك، الحقيقية أم المستعارة	130
12	عدد المرات التي يتم فيها تصفح الفايسبوك في اليوم	134
13	الحجم الساعي الذي تقضيه عينة الدراسة على الفايسبوك	137
14	الفترات التي تفضلها عينة الدراسة لتصفح الفايسبوك	141
15	المكان المفضل لعينة الدراسة لتصفح الفايسبوك	144
16	عدد أصدقاء عينة الدراسة عبر الفايسبوك	145
17	على أي أساس يتم اختيار عينة الدراسة لأصدقائها عبر الفايسبوك	147
18	إن كانت عينة الدراسة منتمية إلى أي مجموعة أو صفحة على الفايسبوك	150
19	ماهية هذه المجموعات والصفحات التي تنتمي إليها عينة الدراسة	152

159	ما هي الخدمة التي تفضلها عينة الدراسة والتي غالبا ما يستخدمونها	20
163	الدافع وراء استخدام عينة الدراسة للفايسبوك	21
167	الحالة التي تكون عليها عينة الدراسة إذا غابت لفترة عن استخدام الفاييسبوك	22
169	ما نية أفراد العينة من استخدام الفاييسبوك مستقبلا	23
171	ما اللغة التي تفضل عينة الدراسة التواصل بها عبر الفاييسبوك	24
173	هل تستخدم عينة الدراسة اللغة الالكترونية أو ما يسمى باللغة الموازية	25
175	هل تستخدم عينة الدراسة الرموز والأيقونات «Smiles»	26
176	هل استعمال هذه الرموز والأيقونات يعبر فعلا عن ما يخالج عينة الدراسة من مشاعر وأحاسيس	27
178	ما الدافع وراء استخدام اللغة الالكترونية بدلا من اللغة الصرفة سواء العربية أو الأجنبية.	28

قائمة الجداول:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	متغير الجنس لعينة الدراسة	116
02	متغير السن بالنسبة لعينة الدراسة	117
03	جدول مركب بين متغير الجنس والسن لعينة الدراسة	119
04	متغير المستوى التعليمي	120
05	جدول مركب بين متغير المستوى التعليمي ومتغير الجنس	121
06	متغير الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة	123
07	متغير المستوى المادي لعينة الدراسة	124
08	متغير الأصل الجغرافي لعينة الدراسة	125
09	الدافع وراء فتح حساب على موقع الفايسبوك	126
10	كم لدى عينة الدراسة من حساب عبر الفايسبوك	128
11	ما إن كانت عينة الدراسة تدخل للفايسبوك بشخصياتهم الحقيقية أم الافتراضية	129
12	جدول مركب بين كم لدى عينة الدراسة من حساب عبر الفايسبوك، وما إن كانوا يدخلون للفايسبوك بشخصياتهم الحقيقية أم الافتراضية	131
13	جدول مركب بين متغير الجنس وما إن كانت عينة الدراسة تدخل للفايسبوك بشخصياتهم الحقيقية أم الافتراضية	132
14	عدد المرات التي يتم تصفح فيها الفايسبوك في اليوم	133
15	جدول مركب بين متغير الجنس والسن وعدد المرات التي يتم تصفح فيها الفايسبوك في اليوم	135
16	الحجم الساعي الذي تقضيه عينة الدراسة على الفايسبوك في اليوم.	136
17	جدول مركب بين متغير الجنس والحجم الساعي الذي تقضيه عينة الدراسة على الفايسبوك في اليوم.	138

139	جدول مركب بين متغير السن والحجم الساعي الذي تقضيه عينة الدراسة على الفايسبوك في اليوم.	18
140	الفترات المفضلة عند عينة الدراسة لتصفح الفايسبوك	19
142	جدول مركب بين متغير الجنس والفترات التي يفضلونها لتصفح الفايسبوك	20
143	المكان المفضل لتصفح الفايسبوك	21
145	عدد أصدقاء عينة الدراسة عبر الفايسبوك	22
146	على أي أساس تختار عينة الدراسة أصدقائها عبر الفايسبوك	23
148	جدول مركب بين متغير الجنس والسن وعلى أي أساس تختار عينة الدراسة أصدقائها عبر الفايسبوك	24
150	ما إن كانت عينة الدراسة تنتمي لمجموعة معينة عبر الفايسبوك	25
151	ما نوع المجموعة التي تنتمي إليها عينة الدراسة	26
153	جدول مركب بين متغير الجنس والسن ونوع المجموعة التي تنتمي إليها عينة الدراسة	27
155	الخدمات المفضلة التي يلبها الفايسبوك لعينة الدراسة	28
156	جدول مركب بين متغير الجنس والسن والخدمات المفضلة لدى عينة الدراسة	29
158	ما الخدمة التي تستعملها عينة الدراسة بكثرة عبر الفايسبوك	30
160	جدول مركب بين متغير الجنس والسن والخدمة التي تستخدمها عينة الدراسة بكثرة عبر الفايسبوك	31
162	الدوافع التي جعلت من عينة الدراسة تستخدم الفايسبوك	32
164	جدول مركب بين متغير الجنس والسن والدافع وراء استخدام عينة الدراسة لموقع الفايسبوك	33
166	ما شعور عينة الدراسة إن غابت لفترة دون استخدامها لموقع الفايسبوك	34
168	ما نية عينة الدراسة من استخدام الفايسبوك مستقبلا	35
170	اللغة التي يفضل أفراد عينة الدراسة التواصل ونشر المعلومات بها عبر الفايسبوك	36
172	هل يتم استعمال اللغة الالكترونية مع أشخاص وفي صفحات معينة أم بشكل مطلق	37
174	هل تستعمل الرموز والأيقونات « Smiles »	38

176	هل تعبر هذه الرموز والأيقونات عن ما تشعر به عينة الدراسة فعلا	39
177	الدافع وراء استخدام اللغة الموازية أو الالكترونية عوضا عن اللغة الصرفة سواء العربية أو الأجنبية	40

فهرس المحتويات:

الصفحة	المحتويات
6 – 1	مقدمة عامة
فصل تمهيدي	
8-6	1. الإشكالية
9-8	2. الفرضيات
12-9	3. أهمية الدراسة
13-12	4. أهداف الدراسة
	5. أسباب ودوافع اختيار الموضوع
13	1.5. أسباب ذاتية
14	2.5. أسباب موضوعية
	6. منهجية الدراسة وأدواتها
15-14	1.6. مجتمع الدراسة
16-15	2.6. عينة الدراسة
16	3.6. حدود الدراسة
	4.6. منهج الدراسة
17-16	1.4.6. تعريف المنهج
18	2.4.6. المنهج الوصفي التحليلي
19-18	3.4.6. المنهج الاثنوغرافي

19	5.6. أدوات جمع البيانات
20-19	1.5.6. الملاحظة
22-21	2.5.6. الاستثمار الإلكتروني
22	6.6. مصطلحات الدراسة
24-23	1.6.6. اللغة
25	2.6.6. الانترنت
26-25	3.6.6. مواقع التواصل الاجتماعي
27	4.6.6. المجتمعات الافتراضية
28-27	5.6.6. الفضاء السيبراني
28	7.6. المقاربة النظرية
31-28	1.7.6. نظرية الاستخدامات والشبكات
35-31	2.7.6. النظرية التفاعلية الرمزية
36	8.6. الدراسات السابقة
39-36	1.8.6. الدراسات العربية
40-39	2.8.6. الدراسات الأجنبية
43-41	3.8.6. الدراسات المحلية
44-43	4.8.6. مناقشة الدراسات السابقة
الفصل الأول: الانترنت وتطور التواصل البشري	
47-46	مقدمة الفصل

52-48	1. الاتصال
52	2.1. مراحل تطور الاتصال البشري التاريخية
53	1.2.1. عصر الإشارات
53	2.2.1. عصر التخاطب واللغة
54	3.2.1. عصر الكتابة
54	4.2.1. عصر الطباعة والكتب
55	5.2.1. عصر وسائل الإعلام والاتصال
55	2. الانترنت
60-55	1.2. ماهية الانترنت، سلبياتها وإيجابياتها
64-60	2.2. الانترنت، مجالاتها، خدماتها وميزاتها
66-64	3.2. الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي
68-66	1.3.2. نشأة شبكات التواصل الاجتماعي
69	2.3.2. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
70-69	3.3.2. أهم مواقع التواصل الاجتماعي
77-70	* فاييسبوك Facebook
77	* تويتر Twitter
77	* يوتيوب Youtube
78	* غوغل بلس Google +
78	* انستغرام Instagram

82-78	4.3.2. القضايا التي تثيرها مواقع التواصل الاجتماعي
83	خاتمة الفصل
الفصل الثاني: اللغة في موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"	
86-85	مقدمة الفصل
87	1. اللغة، مفهومها، خصائصها ووظائفها
87	1.1. مفهوم اللغة
90-88	2.1. خصائص اللغة
93-91	3.1. وظائف اللغة
94-93	2. المجتمعات الافتراضية
102-95	1.2. ماهية المجتمعات الافتراضية
111-102	2.2. الصفحات والمجموعات وأنواع اللغات المتداولة داخلها
112	خاتمة الفصل
الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة	
115-114	مقدمة الفصل
178-116	1. تحليل وناقشة النتائج
183-179	2. نتائج الدراسة
186-184	خاتمة عامة
196-187	قائمة المراجع
239-197	الملاحق

الفهارس

242-241	1- الأشكال
245-243	2- الجداول
250-246	3- المحتويات