جامـــــعـــــــة يحـــي فـــارس بالمـــــدية

كـــــلية العلـوم الإنسانيـــة و الاجتماعيـــة

قسم علوم الإعلام و الاتصال

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على استخدام اللغة العربية عند الطالب الجامعي

دراسة مسحية لعينة من طلبة جامعة المدية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

إشراف

إعداد الطالبين: الأستاذ: موسى العيدي

علي بوعلاقة

فاروق بولدوم

الموسم الجامعي 2015-2016

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

نحمد الله ونشكره كثيرا لإنعامه علينا بالصحة والعافية وتوفيقه لنا بانجاز هذا العمل العلمي...

ونتقدم أيضا بالشكر إلى الأستاذ موسى العيدى الذي ساعدنا في جميع مراحل انجاز هذه الدراسة من خلال النصائح والتوجيهات المفيدة، كما نشكر جميع أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال الذين ساعدونا أيضا بالتوجيه والإرشاد. ولا يفوتنا أن نشكر جميع من ساعدنا في هذا العمل البسيط من طلبة وأصدقاء بكلمة أو فكرة أو رأي أو مرجع.

شكرا للجميع...

إهداء

أهدي ثمرة عملي هذا إلى الوالدين الكريمين الذين سهرا على تربيتي وتعليمي، والى كل أفراد عائلتي، وبصفة خاصة الصغيرتين شيماء و ريماس بنات أخي. ولا أنسى الأستاذ الفضل والمشرف موسى العيدي والى جميع أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة يحي فارس،والى كل من علمني في هذه الدنيا بحرف أو كلمة. كما اهدي هذا العمل إلى جميع أصدقائي قريبهم وبعيدهم، والى جميع طلبة جامعة يحي فارس بالمدية.

** عـــــــــلـــــــي**

إهداء

أهدي عملي هذا إليك يا جوهرة هذه الأمة، ويا محمية هذا الدين ويا حصن هذا المجتمع الإسلامي ودرعه المتين، إلى قرة عيني ومنبع الحنان الذي لا يجف. إلى من ظلت شمعة صامتة تنير لي دربي إلى زهرة عمري التي تموت من اجل أن أحيا والتي جعل الله الجنة تحت أقدامها إلى إشراقة دربي و نور حياتي و اعز ما املك في هذا الوجود أمي أمي أمي الغالية . إلى من أحبني قبل أن أولد و إلى الأبد و الذي لا يماثله أحد إليك يا من سهر على راحتي و حقق أمنيتي و تركني أكمل دراستي والدي حفظه الله .إلى أستاذنا الفاضل الذي ساعدنا على إنجاز هذا البحث العلمي الأستاذ العيدي.

إلى أخي وأخواتي.إلى جدتي المحبوبة صاحبة الحنان و الأمان وكل أفراد عائلتي الكبيرة.إلى من وقف بجانبي وساعدني.إلى جميع الأصدقاء وطلبة جامعة الدكتور يحي فارس.

* فاروق *

الخـــــطـــــة

مقدمة

الإطار المنهجي

1-الإشكالية والتساؤلات

2-أسباب اختيار الموضوع

3-أهمية وأهداف الدراسة

4-منهج وأدوات الدراسة

5-مجتمع وعينة الدراسة

6-مصطلحات الدراسة

7- الدراسات السابقة.

الإطار النظري .

1-المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

2-المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.

3-المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

4-المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

5-المطلب الرابع: أهم مواقع التواصل الاجتماعي.

6-المبحث الثاني: ماهية اللغة العربية.

7-المطلب الأول: مفهوم اللغة العربية.

8-المطلب الثاني: نشأة اللغة العربية.

9-المطلب الثالث: خصائص ومميزات اللغة العربية.

10-المطلب الرابع: وظائف اللغة العربية.

11-المبحث الثالث: اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة.

12-المطلب الأول: واقع استخدام اللغة العربية في الإذاعة والتلفزيون.

13-المطلب الثاني: استخدام اللغة العربية في الانترنيت.

14-المطلب الثالث: اللغة العربية والدردشة الالكترونية.

الإطار التطبيقي للدراسة

1-المبحث الأول: البيانات العامة للمبحوثين

2-المبحث الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام طلبة الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي.

3-المبحث الثالث: طبيعة اللغة المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين.

4-المبحث الرابع: كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على استخدام اللغة العربية عند الطلبة الجامعيين.

5-نتائج الدراسة.

6-خاتمة.

مـــــــقدمـــــــة

لقد كان للثورة الصناعية في أوروبا الفضل الكبير في تطور وسائل الإعلام والاتصال ، حيث تجسد ذلك بظهور كل من السينما على يد الإخوة " لوميير" واختراع الراديو بفضل جهود كل من "ماركوني" و "هيرتز" بالإضافة إلى اختراع التلفزيون من طرف "جون بيرد". وفي ظل أجواء الحرب الباردة بين المعسكر الشرقي بقيادة الاتحاد السوفيتي سابقا والمعسكر الغربي بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية ، وسعي كل طرف إلى حماية المعلومات العسكرية والاستخبارتية واستغلالها لمصالحه الخاصة برزت إلى الوجود وسيلة الانترنيت في الولايات المتحدة الأمريكية وتم استغلالها عسكريا فقط وبعد نهاية الحرب الباردة وانهيار المعسكر الشرقي تم تعميم الانترنيت وأصبحت شبكة عالمية وتوسع نطاق استخدامها في مختلف الميادين والمجالات بحيث أصبحت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة تجليا ونجحت إلى حد كبير في فتح فرص جديدة أمام كل الأفراد للتفاعل ونقل أفكارهم وتجاربهم وانشغالاتهم وتوالت التطورات التقنية و التحسينات في مجال الانترنيت ، ومع مطلع القرن العشرين برزت إمكانيات جديدة للاتصال عبر الشبكة العنكبوتية من خلال ظهور مواقع التواصل الاجتماعي ، وفي مدة وجيزة صار لهذه المواقع أو الشبكات دورا بارزا في عملية التواصل بين الأفراد من خلال عملية جمع وتحرير وإرسال الأخبار والمعلومات وتداولها بين المستخدمين الذين يعدون بمئات الملايين عبر أنحاء المعمورة .

و تشكل اللغة أداة فاعلة بالنسبة للتواصل والتفاعل عن طريقها فهي التي تمكن الفرد من التعبير عن أفكاره ومشاعره وتبليغها إلى الطرف الآخر فهي وعاء الفكر كما يسميها بعض علماء اللغة، كما ينظر علماء الاتصال إلى اللغة على أنها أهم نسق من بين علامات وأدوات التواصل التي عرفها الإنسان والتي تساعد على التفكير والتعبير عن الذات. كما يظهر دور اللغة في العملية التواصلية من خلال قدرتها على إفهام الجمهور ونقل المعلومات والأفكار. وتعتبر الوظيفة الإعلامية وظيفة أساسية للغة وقد حققت اللغة مجموعة من مصالح الإنسانية لا حصر لها فقد مكنت الإنسان من القدرة على تطوير الأفكار و تأطير عناصر البحث العلمي وأسهمت بقوة في نشأة المعرفة الإنسانية وتطورها كما شكلت اللغة نسقا من العلاقات التي تساعد على التفكير والتعبير عن الذات.

وتعتبر اللغة العربية واحدة من أهم اللغات الإنسانية فهي لغة مقدسة حيث كتب الله لها أن تحمل آخر كتبه إلى عباده في الأرض حيث حفظ لها القران الكريم البقاء وانتشرت مع الإسلام في جميع أنحاء

العالم كما تعد اللغة العربة من اللغات القلائل التي حافظت على خصائصها منذ نشأتها الأولى، وكانت لغة العلم والفقه معا أيام ازدهار الحضارة العربية الإسلامية لكن مع تدهور المجتمعات العربية والضعف الذي أصابها تدهورت قيمة اللغة العربية وتعرضت إلى تشويه وتشكيك في قدرتها على مواكبة التطور العلمي والتكنولوجي، وهذا الضعف ليس من اللغة العربية في حد ذاتها بل هو ضعف في نفسية أبنائها وقدرتهم على الإبداع والابتكار، ومع التطور الحاصل في مجال تقنيات الاتصال أصبح استخدام اللغة العربية ضعيفا وحتى وان كان هذا الاستخدام موجودا فهو استخدام عبثي لا يحترم قواعدها ولا ضوابطها خاصة مع تطور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تحتل الصدارة في عمليات الاتصال الإنساني، بل باتت هي الوسيلة الأهم التي يعتمد عليها الأفراد في اتصالاتهم خاصة الشباب ومنهم فئة الطلبة الجامعيين الذين ينتشرون عبر مختلف الجامعة والمدارس وهم فئة تتوفر لديهم فرص استخدام هذه الشبكات والتفاعل فيما بينهم ، وصحب هذا الاستخدام مظاهر أثرت على اللغة العربية التي تعتبر الأداة المهمة في الاتصال بين المستخدمين حيث تعرضت إلى الكثير من التغيير في مكوناتها وبنيتها وبروز لغة جديدة بين مستخدمي هذه الوسائل أطلق عليها بعض المختصين اسم اللغة الهجينة ، وهي كتابة اللغة العربية بالحروف اللاتينية والاستعانة بالرموز والأرقام في هذه الكتابة.

وبناء على ما سبق جاء إحساسنا بهذه المشكلة وتولدت لدينا الرغبة في دراستها وفهمها من اجل إيجاد الحلول اللازمة لها، وهو ما نسعى إلى مناقشته في هذه الدراسة التي تقع في مقدمة وثلاثة أقسام، إطار منهجي ونظري وميداني بالإضافة إلى خاتمة، حيث اشتمل الإطار المنهجي للدراسة على الإشكالية والتساؤلات الفرعية، والأسباب الذاتية والموضوعية التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع وكذا أهداف وأهمية هذه الدراسة، ونوع المنهج والأدوات المستخدمة لجمع البيانات بالإضافة إلى نوع العينة وطريقة اختيارها ، كما حددنا بعض مصطلحات الدراسة التي جاءت في هذه الدراسة، وتعرضنا إلى بعض الدراسات السابقة التي تناولت موضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، وفي الإطار النظري للدراسة ، تناولنا ماهية مواقع التوصل الاجتماعي وكيفية نشأتها وذكرنا أهم خصائصها وأشهر هذه المواقع ،كما تعرضنا أيضا إلى مفهوم اللغة العربية ونشأتها الأولى وأهم خصائصها ومميزاتها ووظائفها، و تطرقنا أيضا إلى واقع استخدام اللغة العربية في وسائل الإعلام والاتصال الحديثة واهم التأثيرات التي تحدث للغة العربية في عصرنا الحالي.

واشتمل الإطار التطبيقي للدراسة على أربعة مباحث تناولنا فيها تحليل وتفسير إجابات المبحوثين حول محاور الاستمارة ر ففي المبحث الأول تناولنا البيانات العامة للطلبة المبحوثين من حيث الجنس والمستوى الجامعي وفي المبحث الثاني تناولنا أهم دوافع وحاجات استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي واهم الخدمات والمواضيع المفضلة لديهم، وفي المبحث الثالث تطرقنا إلى طبيعة اللغة التي يستخدمها الطلبة الجامعيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة التزامهم بقواعد اللغة المستخدمة ، أما المبحث الرابع فتضمن كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة العربية وفي الأخير حددنا أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة الميدانية.

الإطار المنهجي

1-الإشكالية:

يشهد العالم ثورة في مجال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال غيرت العديد من المفاهيم والأدوار فلا يوجد مكان في هذا العالم إلا وقد غزته هذه التكنولوجيا سواء في المنازل و المكاتب والمقاهي والجامعات. وقد أتاحت هذه التكنولوجيا فرصا وإمكانيات جديدة في مجال التواصل فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته .فالانترنيت لم تعد تؤدي دور نقل المعلومات و إرسالها فقط بل تعددت استخداماتها في جميع المجالات العلمية والطبية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية.. وأصبحت لديها العديد من الانعكاسات والتأثيرات الثقافية و الاجتماعية و حتى النفسية، ومن أهم ما جاءت به ثورة الانترنيت في مطلع القرن الواحد والعشرين، ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية مثل الفايسبوك، و التويتر، و ماي سبايس وغيرها ، حيث عرفت انتشارا سريع بين مختلف أفراد المجتمع وتؤكد بعض الدراسات إن فئة الشباب هي الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي فإقبال الشباب على هذه الأخيرة أصبح ممارسة يومية، لما تتمتع به هذه المواقع الاجتماعية من خصائص التنوع و التفاعلية و سهولة الاستخدام و التحاور مع الجميع ، ويعد الطلبة الجامعيون من أهم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لمؤهلاتهم المعرفية وحاجتهم العلمية و البحثية من خلال الحوارات و النقاشات والتعليقات التي يقومون بها بواسطة اللغة التي تعرف على أنها مجموعة من الأصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم على حد تعبير ابن جني .و تعتبر اللغة العربية احد الثوابت الوطنية و اللغة الرسمية في الجزائر وهي جزء من الثقافة و الهوية الحضارية للمجتمع الجزائري .ومن المعروف أن استخدام أي وسيلة اتصالية يؤدي إلى حدوث تأثيرات على جميع المستويات سواء السياسية أو الاجتماعية أو الثقافية وحتى اللغوية، وعليه نطرح السؤال المحوري الأتي :

ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على استخدام اللغة العربية عند الطالب الجامعي في جامعة المدية؟ و من أجل تبسيط هذه الدراسة قمنا بطرح التساؤلات الآتية:

1- ما هي الحاجات و الدوافع التي تكمن وراء استخدام طلبة جامعة المدية لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

2- ما طبيعة اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي من طرف طلبة جامعة المدية ؟

3- كيف أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة العربية عند طلبة جامعة المدية؟

2-أسباب اختيار الموضوع

لم يكن اختيارنا لموضوع هذه الدراسة مجرد صدفة و إنما هناك مجموعة من الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع عن بقية المواضيع الأخرى، وتنقسم هذه الأسباب إلى نوعين:

أ/ الأسباب الذاتية :

1- الميل الشديد إلى البحث في المواضيع ذات الصلة باللغة باعتبار هذه الأخيرة جزء من الهوية الثقافية والحضارية لأي شعب، كما أن المستوي اللغوي لأي فرد يعبر عن المستوي الفكري لديه.
2- اهتمامنا الذاتي بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة وبشكل خاص مواقع التواصل الاجتماعي.
3- الرغبة في معرفة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على لغة الطالب الجامعي.

ب/ الأسباب الموضوعية :

1- يعتبر موضوع الدراسة حيوي وحديث إلى جانب أن اللغة العربية أحد الثوابت الوطنية والتي تساهم في تعزيز الوحدة الوطنية، لذلك وجب الاهتمام بها وتطويرها والمحافظة عليها.
2- الانتشار الكبير لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الطلبة الجامعيين الجزائريين سيما موقع الفايسبوك
3- صلة الموضوع بدائرة اختصاصنا وهو: علوم الإعلام والاتصال.
4- الرغبة في الاستفادة من هذا الموضوع لتحصيل معرفة اكبر حول تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي.

3-أهمية الدراسة :

تأتي أهمية هذه الدراسة انطلاقا من العديد من الجوانب أهمها أنها تتناول أداة اتصالية جديدة (مواقع التواصل الاجتماعي) لها العديد من الخصائص و المميزات وكذا انتشارها السريع في جميع وبين مختلف الفئات حيث مهدت الطريق لكل الأفراد من اجل التقارب و التعاون وتبادل الأفكار و الآراء فأصبحت فضاء حرا للتعبير وإبداء الآراء و التفاعل ونسج علاقات افتراضية.

لذا أتت هذه الدراسة لرصد أهم التأثيرات التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة العربية عند الطالب الجامعي، كون اللغة هي المقياس الحقيقي للمستوى الفكري لأي فرد، فرقي المستوى اللغوي يعبر بالضرورة عن الرقي الفكري .كما أن اللغة جزء من الهوية الثقافية و الحضارية لأي شعب ، وهذا ما يدفعنا إلى التنقيب عن طبيعة اللغة المستعملة في مختلف الحوارات و النقاشات و التعليقات لدى الطلبة الجامعيين ورصد طريقة كتابة الحروف و الكلمات و العبارات ومعرفة أهم التغيرات التي أدخلت على اللغة العربية، فالكثير من الشباب صار لديهم لغة خاصة بهم يتحاورن بها تختلف عن لغة المجتمع الذي يعيشون فيه.

4-أهداف الدراسة :

يعتبر البحث العلمي مجالا واسعا تختلف أهدافه وتتعدد معطياته ، فكل باحث في معالجته لموضوع ما فانه يطمح إلى تحقيق مجموعة من الأهداف ، لذلك تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي :

1- معرفة أهم تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة العربية عند الطالب الجامعي.

2- التعرف على المستوى اللغوي للطالب الجامعي عبر استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال المفردات و العبارات التي يستخدمها في المناقشات والحوارات.

3- التعرف على أهم المواضيع التي يتناولها الطلبة الجامعيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودلالاتها اللغوية.

4- معرفة أهم أسباب نشوء لغة جديدة بين الطلبة الجامعيين تختلف عن اللغة العربية.

5-منهج وأدوات الدراسة :

أ- منهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة ومكوناتها الأساسية وصفا دقيقا وشاملا معتمدا في هذا على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص النتائج ودلالات نصل من خلالها إلى تعميمات بشان الظاهرة المدروسة وبصفة عامة فان الأبحاث الوصفية ضرورية من حيث كونها أبحاث يتم فيها دراسة الوضع الراهن للظاهرة أو الظواهر المبحوثة..أي إن الهدف الأول و النهائي للأبحاث الوصفية هو الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع محل الدراسة كما هو في الحيز الواقعي [1].

إن الدراسات الوصفية ليست مجرد جمع البيانات والحقائق وإنما هي تعنى بجمع الحقائق واستخلاص دلالاتها طبقا لأهداف الدراسة ولا يأتي ذلك بغير تصنيف دقيق للبيانات وتناولها بالصورة التي تجعلها تفصح عن الاتجاهات الكامنة فيها[2] .

يرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على طبيعة الإشكالية التي تم تحديدها،ولهذا اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج المسح الشائع الاستخدام في الدراسات الاتصالية والإعلامية ويعرف منهج المسح على انه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك[3].

وجاء اختيارنا لمنهج المسح في هذه الدراسة لأننا نسعى إلى جمع المعلومات و البيانات حول الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي والدوافع والحاجات الكامنة وراء هذا الاستخدام والغايات التي يسعون إلى تحقيقها عبر هذا الاستخدام، والمواضيع التي يتناولونها من خلال التعليقات و المشاركات ومعرفة أهم التأثيرات التي طرأت على اللغة العربية عند الطلبة الجامعيين نتيجة استخدامهم لهذه المواقع ورصد ظاهرة بروز لغة جديدة تختلف عن اللغة الأم وكشف مختلف العوامل التي أدت إلى هذه اللغة الهجينة.

---

[1] أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال،ط3،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر،2007،ص51.
[2] عبد الباقي زيدان،قواعد البحث العلمي،ط1،1972،ص135.
[3] أحمد بن مرسلي ،م س ذ،ص286.

ب-أدوات الدراسة:

إن الشائع حول أدوات البحث العلمي، هو أنها تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر. "كما تعرف أداة الدراسة على أنها الوسيلة التي يعتمد عليها الدارس في جمع المادة العلمية المتعلقة بموضوع بحثه"[1]. وفي هذه الدراسة اعتمدنا على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات عن الظاهرة المدروسة وهذا نظرا لطبيعة الدراسة والمنهج المستخدم،حيث يعتبر الاستبيان تقنية أساسية في جمع البيانات التي يتطلبها البحث الميداني، والاستبيان عبارة عن" نموذج يضم مجموعة من الأسئلة توجه إلى الأفراد بهدف الحصول على بيانات معينة ويعتبر من أكثر الأدوات استخداما في البحوث الوصفية"[2] . ويعرف الاستبيان أيضا على انه أداة من أدوات البحث العلمي، معدة لجمع البيانات بهدف الحصول على إجابات عن مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المكتوبة في نموذج اعد لهذا الغرض، ويقوم المبحوثون بتسجيل إجاباتهم بأنفسهم[3]. وتم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات للأسباب الآتية :

1. ضخامة الجمهور المستهدف في الدراسة،حيث يتكون من الآلاف من الطلبة الجامعيين موزعين على عدد من الكليات،والاستبيان هو الذي يمكن أن يغطي هذا العدد الكبير من الطلبة.
2. الجمهور المستهدف ذو مستوى تعليمي جيد، بإمكانه قراءة أسئلة الاستبيان والإجابة عليها بمفرده عكس الجمهور الأمي الذي لا يمكنه قراءة الأسئلة.
3. قصر الوقت المخصص لانجاز الدراسة.
4. يعد الاستبيان من الأدوات غير المكلفة ماديا نسبيا.

ويشتمل الاستبيان الذي قمنا بتصميمه على البيانات العامة للطالب المبحوث، وثلاثة محاور أساسية للدراسة وهي كالآتي:

المحور الأول: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام طلبة جامعة المدية لمواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثاني: طبيعة اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي من طرف طلبة جامعة المدية

[1] جمال محمد أبوشنب ،أصول الفكر والبحث العلمي:الجزء الأول،دار المعرفة،الأزرايطة،2004،ص70.
[2] نفس المرجع،ص92.
[3] علي عويس خير الدين،دليل البحث العلمي،دار الفكر العربي،القاهرة ،1988،ص55.

المحور الثالث: كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة العربية عند طلبة جامعة المدية.

كما تم الاعتماد أيضا على الملاحظة وهذا من خلال مشاهدة كيفية استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي والاطلاع على طبيعة اللغة التي يستخدمونها في الدردشة والتعليقات التي يقومون بها وكذا طريقة كتابتهم للحروف والكلمات والعبارات و المصطلحات الجديدة التي ينشئونها، باعتبارنا طلبة جامعيين نتواصل مع بقية الطلبة الآخرين ونشاركهم استعمالهم لمواقع التواصل الاجتماعي لذلك استخدمنا الملاحظة بالمشاركة التي تعني أن الباحث يخضع نفسه إلى الظروف المختلفة لمجتمع البحث من حيث المشاركة في الحياة العادية لأفراده والقيام بأعمالهم المختلفة أي اعتبار نفسه جزءا من المجال المدروس حيث يتفاعل ويتجاوب مع أفراده كأنه عضو منهم يقاسمهم الحياة اليومية دون القيام بأعمال أو تصرفت من شانها أن لا تحافظ على الوضع العادي للمجال المدروس وهذا ما يجعل الملاحظة بالمشاركة أداة هامة حيث تمكننا من مقارنة إجابات المبحوثين في الاستبيان مع الواقع الفعلي ويأتي استخدامنا للملاحظة كأداة مساعدة لا كأداة رئيسية.

6- مجتمع وعينة الدراسة :

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية ، وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي سيجري عليها دراسته وتحديدها[1] . وفي هذه الدراسة يتمثل مجتمع البحث في جميع الطلبة الذين يزاولون دراستهم الجامعية في جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية خلال الموسم الجامعي 2016/2015م.

7-عينة الدراسة وطريقة اختيارها:

نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث لجأنا إلى أسلوب العينة، وتم اختيار مفردات العينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وكلية الآداب واللغات، وهذا لصعوبة دراسة جميع طلبة كليات الجامعة بسب ضخامة مجتمع البحث، وكذا قلة الوقت والتكاليف المادية اللازمة لانجاز الدراسة. أما نوع العينة فقد اخترنا العينة الحصصية التي " تستخدم في الأبحاث ذات المجتمعات الواسعة التي لا يتمكن الباحث في دراستها من حصر مفرداتها لاستحالة هذا الحصر، أو لضخامة

[1] محمد شفيق،الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية،المكتب الجامعي الحديث،الإسكندرية،1999،ص112.

تكاليف انجازه من حيث الوقت والإمكانيات الملائمة "[1]. بالإضافة إلى أن طلبة الكليتين موزعين على عدد من الأقسام حسب التخصصات المتوفرة، وهذا ما يسهل علينا عملية اختيار مفردات العينة من اجل توزيع الاستبيان عليها. وتتكون العينة التي اخترناها من 150 مفردة موزعة بالتساوي على الأقسام المعنية بالدراسة، والمبينة على النحو الآتي:

-قسم علوم الإعلام والاتصال ممثلا بثلاثين (30) مفردة.

-قسم العلوم الإنسانية ممثلا بثلاثين (30) مفردة.

قسم العلوم الاجتماعية ممثلا بثلاثين (30) مفردة.

قسم اللغة العربية وآدابها ممثلا بعشرين (30) مفردة.

قسم اللغات الأجنبية ممثلا بثلاثين (30) مفردة.

وجاء اختيارنا لهذه الأقسام باعتبارها هي التي تضم العدد الأكبر من الطلبة ، وأيضا لكشف اثر التخصص الذي يدرس به الطالب على طبيعة اللغة التي يستخدمها في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثير هذه المواقع على اللغة العربية عند الطالب بصفتها اللغة الأساسية للتدريس في هذه الأقسام . وتم توزيع الاستمارة على مفردات العينة ابتداء من بداية شهر مارس إلى غاية منتصف الشهر ذاته.

[1] أحمد بن مرسلي،م س ذ، ص192.

8-مصطلحات الدراسة:

يعتبر تحديد المصطلحات إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراساته وبحوثه بهدف الاتفاق على المحددات الخاصة لكل مصطلح، ولتأكيد الاتفاق على هذه المحددات والتعميمات والتفسيرات العلمية التي تقوم على بناء المصطلحات تظهر حاجتنا إلى هذه المرحلة لكي نحدد من خلالها جملة من المصطلحات والتي غالبا ما تتصادم في ذهن الباحث مع مصطلحات متشابهة.[1]

8-1-التأثير

لغة: مشتق من الفعل أثر. يقال أثر في الشيء ترك فيه أثرا، كما يقال تأثر أي قبل وانفعل أما الأثر فيقصد به ما بقي من رسم الشيء. أما في اللغة الفرنسية فيقصد به ترك اثر أثر في شخص ما كالتأثير على الرأي العام عن طريق الدعاية.

اصطلاحا: التأثير يحتوي على مؤثر ومتأثر فالأول هو ذلك الفرد أو تلك الجماعة التي اعتمدت القدرة على إثبات الصواب لديها عن طريق المهارة والبرهان. أما الثاني فهو ذلك الشخص أو تلك الجماعة المغيرة لسلوكها حيث أن انبهارها بالطرف الآخر جعلها اثر في سلوكها وجعلها تغير موقفها.[2] ونقصد بالتأثير في هذه الدراسة تلك الآثار والتغيرات التي تحدث للغة الطالب الجامعي عند استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي.

8-2-مواقع التواصل الاجتماعي

وهناك من يسميها أيضا باسم مواقع الشبكات الاجتماعية ، ويختلف تعريفها من باحث إلى آخر حيث يعرفها بالاسBALAS سنة 2006 على أنها" برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنيت، أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعديد من الأسباب المتنوعة". وبالمثل يعرفها بريسPREZECE ومالوني كريشمارMALONEY KRICHMAR سنة 2005 على أنه مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج.[3]

---

[1] محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، ص159.

[2] باية بوزة، سيكولوجية الاتصال الاقناعي : كيف تؤثر في عقول الآخرين وقلوبهم؟، تشيكو للطباعة والنشر،الجزائر،ص9.

[3] مريم نريمان نومار ،استخدام مواقع الشبكات وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال،جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012.ص44

هناك العديد من مواقع التواصل الاجتماعي المنتشرة عبر العالم مثل الفايسبوك، وتويتر، والانستغرام وماي سبايس.. الخ. ونقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة تلك الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها الطالب الجامعي للتواصل مع الآخرين.

8-3-الاستخدام

الاستخدام لغة مشتق من الفعل استخدم ، يقال استخدمه: اتخذه خادما له وسأله أن يخدمه واستوهبه خادما[1]. مع تطور التكنولوجيا بصفة عامة وتكنولوجيا الاتصال بصفة خاصة، غلب توظيف مصطلح استخدام أو استعمال في أحيان أخرى وهذا لتجسيد العلاقة بين الإنسان المستخدم والآلة أو التقنية وما يطبع هذه العلاقة من تفاعل ومشاركة وما قد يؤدي في المستقبل من اندماج بين الآلة والإنسان . ويعرف الاستخدام بأنه ما يستخدمه الفرد فعليا من المعلومات أي انه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل إضافة إلى أن الاستخدام ربما يرضي احتياجات المستفيد أو لا يرضيها عندما لا يجد المعلومات التي لا يحتاجها بالفعل".[2] نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة عملية التصفح التي يقوم بها الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وكذا طريقة استعماله للمفردات والعبارات في الحوار والدردشة و التعليق عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

8-4-الدافع

لغة :

الدافع مشتق من الفعل دفع : دفع إلى فلان – دفعا : انتهى إليه ويقال دفع عن الموضع : رحل عنه ودفع الشيء نحاه وأزاله بقوة و في التنزيل العزيز" ولولا دفع الله الناس بعضهم ببعض لفسدت الأرض".[3]

اصطلاحا:

يعرف الدافع على انه مفهوم إجرائي وافتراضي يمكن أن نلمس آثاره في سلوكياتنا المعرفية و الانفعالية و الاجتماعية والفسيولوجية أيضا، ويتضمن جملة من الرغبات و الحاجات و الاهتمامات التي تعمل على استثارة الكائن الحي وتنشيط سلوكه وتوجيهه نحو تحقيق أهداف معينة[4] .

---

[1] شعبان عبد العاطي عطية،أحمد حامد حسين،جمال مراد حلمي،المعجم الوسيط،ط4،مكتبة الشروق الدولية،القاهرة،2005،ص221.

[2] عبد الحميد بلعباس،إتاحة واستخدام مصادر المعلومات الالكترونية، مذكرة ماجستير غير منشورة،جامعة المسيلة ،2005-2006،ص07.

[3] شعبان عبد العاطي عطية ،أحمد حامد حسين،جمال مراد حلمي،م س ذ ،ص 289.

[4]محمد محمود بني يونس، سيكولوجية الدافعية والانفعالات،ط1،دار المسيرة،عمان،2007،ص15.

ونقصد بالدافع في هذه الدراسة الأسباب التي تدفع الطالب إلى استخدام مواقع التوصل الاجتماعي والرغبات التي يسعى إلى تحقيقها من خلال ذلك.

8-5-الحاجة

جاء في موسوعة علم الاجتماع أن الحاجة حالة أو أمر يضع المرء في موقف صعب أو محنة أو في زمن المصاعب والمتاعب بما يشعره بالعوز والرغبة إلى شيء ضروري[1]. وتعرف الحاجة في علم النفس أنها حالة من التوتر أو عدم الإشباع يشعر بها فرد معين وتدفعه إلى التصرف متجها إلى الهدف الذي يعتقد انه سوف يحقق له الإشباع وهي لا تعني مجرد الافتقار،بل لابد من توفر الإحساس الملزم بضرورة تحقيق هذه الحاجة ، إذا لابد بالإضافة إلى إدراك النقص أو الافتقار إلى موضوع الحاجة من وجود قوة دافعة ومحركة تحفز إلى العمل على الإشباع[2]. **ونقصد بالحاجة في هذه الدراسة الاشباعات التي يسعى لتلبيتها الطالب الجامعي عبر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتي لم يستطع تحقيقها في الواقع.**

8-6-الطالب الجامعي:

لغة :

مشتق من الفعل طلب: طلبه طلبا أي هم بتحصيله أو التمسه وأراده ويقال طلب له شيئا وطلب إليه كذا : سأله إليه والطالب : الذي يطلب العلم ويطلق عرفا على الذي يدرس في مرحلة الجامعة.[3]

إن الطلبة من وجهة النظر العلمية التقليدية يمثلون جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة، إذ يتركز المئات أو الآلاف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية مما يضعف ويخفف إلى حد ما من ارتباطهم الطبقي والعائلي. والطلاب ليسوا طبقة ولكنهم حالة وقتية يجمعهم وقت الدراسة ثم يصبحون قوة إنتاجية ويصطدمون بالمجتمع القائم ولذلك فإنهم يحاولون تحقيق الذات وهم مجتمعون[4].

ونقصد بالطلبة في هذه الدراسة جميع الطلبة الجامعيين الذين يتابعون دراستهم الجامعية في جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية خلال الموسم الجامعي 2015-2016.

---

[1] محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي،دار الفجر، مصر،ص4874.

[2] ميشيل مان، موسوعة العلوم الاجتماعية، ترجمة عادل مختار الهواري،سعد عبد العزيز مصلوح،دار المعرفة الجامعية،مصر،ص 483.

[3] شعبان عبد العاطي عطية،أحمد حامد حسين،جمال مراد حلمي،المعجم الوسيط،ط4،مكتبة الشروق الدولية،القاهرة،2005،ص195

[4] سحر محمد وهبي ، دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي،ط1،دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة،1996،ص238.

8-7 اللغة العربية

اللّغة العربية من أقدم اللّغات الساميّة التي نطق بها الإنسان، واليوم تحتلّ المركز السادس لأكثر اللّغات استخداماً في العالم بعدد ناطقين يبلغ 246مليون شخصاً، وهي اللّغة الأمّ في دول الشام، والخليج العربيّ، والعراق، واليمن، ومصر، وشمال إفريقيا، بالإضافة إلى من ينطق بها من المسلمين غير العرب عند قراءة القرآن وأداء الشعائر والعبادات الدينيّة، وقد اعتُمدت اللّغة العربيّة كلغة سادسة أساسيّة في الأمم المتحدة عام 1974م.

"اللغة العربية : عندما نزل القرآن الكريم على النبي صل الله عليه وسلم ، كان لا بد أن ينزل على العرب بلغتهم ، واستطاع منذ ذلك الوقت أن تكتسب العربية شرعية الدين والدولة ، واستطاعت أن تحظى بالاهتمام من كافة القبائل المحيطة وحتى البعيدة ، و لا يمكننا في هذا المقام إلا أن نشهد أن لولا العربية لما استطعنا أن نتعرف على الكثير من الأشياء ، فاللغة العربية منتشرة على أوسع نطاق ، سواء بين العرب أنفسهم ، أو حتى بين المسلمين غير العرب ، الذين اضطروا لتعلم العربية من أجل إرضاء الفكر الإسلامي الذي يَنُصّ على تلاوة القرآن الكريم كما نزل بلغته على قوم محمد صل الله عليه وسلم خرجت العربية من موطنها الأصلي تحت راية الإسلام، ودخلت في الإسلام شعوب، فتعرب بعضها ولم يتعرَّب بعض، وتشكلت الأمة العربية من المناطق التي تعربت، وهكذا غدت العروبة حافظة بأمة العرب، والمعقل الأساسي للإسلام في آن واحد معاً [1].

[1]- http://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%

9-الدراسات السابقة

إن الاطلاع على الدراسات السابقة أمر هام بالنسبة للباحث، وهذا من اجل الاستفادة منها من حيث وضع التصميم الهيكلي المتوصل إليه على مستوى أساليب الانجاز وكذا التعرف على النتائج المتوصل إليها على مستوى كل دراسة من هذه الدراسات السابقة[1].

هناك العديد من الدراسات السابقة التي عالجت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي ، ولو أن معظمها ركز على التأثيرات الاجتماعية وكذا طريقة الاستخدام و الاتجاهات والدوافع، وبقي دراسة تأثير هذه المواقع على الجانب اللغوي قليلا . وفيما يلي نعرض أهم الدراسات التي تناولت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي:

الدراسة الأولى: قام بها كل من Cathy Harissonو Mark Grindeland بعنوان أهمية الشبكات الاجتماعية وص لتها بالأبحاث المتعلقة بالمرأة.[2] و نشرتها وكالة Multimedia ShesConnected Corp وهي وكال ة دف للاستفادة من قوة الشبكات الاجتماعية ووسائل الإعلام الاجتماعي لإشراك المرأة في مختلف النشاطات المهمة والمجدية، الدراسة طالت عينة من النساء لمعرفة أسباب وطرق استخدماهن للشبكات الاجتماعية،ولقد انطلقت هذه الدراسة من التساؤلات التالية:من هن النساء اللاتي تستخدمن الشبكات الاجتماعية؟ كيف تستخدم المرأة الشبكات الاجتماعية ولماذا ؟ وما هي أكثر خصائص الشبكات الاجتماعية أهمية بالنسبة لهن؟

وكانت النتائج التي توصلت إليها الدراسة في ما يلي:

-تشترك أغلب نساء عينة الدراسة في موقع" الفايسبوك "بنسبة % 83 يليه لينكدن، ثم تويتر.

-أغلبية النساء % 59 تدخلن لمواقع الشبكات الاجتماعية مرتين في اليوم.

63%من النساء تتصلن بأصدقائهن في الشبكات الاجتماعية، 34 % تشتركن في مجموعات لها علاقة بالتجارة ، 17 % مجتمعية، 13 % لها علاقة بالهوايات83% لديهن أكثر من 50 صديق في الشبكات الاجتماعي .93 % تعتقدن أن التحكم في إعدادات الخصوصية من أهم خصائص الشبكات

[1] أحمد بن مرسلي، م س ذ،ص85.

[2] Mark Grindeland,Cathy Harisson,the power of social network for women resaerch study, shes connected multimedia corp, 2009 , vol 1.

الاجتماعية بالنسبة لهن في حين 86 %منهن تفضل منع بعض الأشخاص من الاتصال بهن 72% تفضلن وضع التعليقات و 71 % تفضلن دعوات الصداقة .تستخدم أغلبية النساء أفراد العينة الشبكات الاجتماعية منذ أكثر من سنتين (55%).[1]

الدراسة الثانية :

قامت بها بنان علي دخيل ومشاعل البشر بعنوان: المواقع الاجتماعية و تأثيرها على المجتمع السعودي[1]. تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع السعودي، ومعرفة مدى تأثير هذه المواقع على الشباب السعودي خاصة . واستعملت الطالبتان الاستبيان والذي احتوى على ثمانية أسئلة متنوعة توضح إذا ما كانت الطالبات تستخدم هذه المواقع وما هي الدوافع التي كانت وراء تسجيلهن فيها، بالإضافة إلى عدد الساعات التي يقضينها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي ورأيهن في مشاركة المراهقين فيها.وكانت نتائج الدراسة كالأتي:

-حوالي 86 %من الطالبات مشاركات في احد مواقع التواصل الاجتماعي مقابل 14 % غير مشاركات.

- من بين 86% من الطالبات المشتركات في مواقع التواصل الاجتماعي 40% منهن مشتركات في الفايسبوك.

- أما دوافع الاستخدام فحوالي 36% يستخدمن الفايسبوك لتمضية الوقت في حين 31%للتواصل مع الأهل و الأصدقاء، و18% لتكوين علاقات صداقة جديدة، و10% لأسباب تخص الدراسة والعمل و 05% لشهرة الموقع ومجارة العصر الحالي.

- 56% من الطالبات لا تعتقدن أنهن ستواجهن صعوبة إذا تركن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في حين أن 44% يعتقدن أنهن سيواجهن صعوبة إذا تركن الاستخدام، وتعارض نسبة70% من المشتركات في مواقع التواصل دخول من هم دون سن 18 هذه المواقع.

[1] بنان علي دخيل، مشاعل البشر،المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي، تم الاطلاع عليها يوم 2016/01/15من www.psu.edu/pscw/index.html

تعتبر هذه الدراسة مهمة بالنسبة لنا كونها اعتمدت على منهج المسح وأداة الاستبيان وهو ما اعتمدنا عليه في دراستنا هذه، وهو ما ساعدنا على وضع تصور لدراستنا وطريقة معالجتها من حيث الإشكالية وطرح التساؤلات الفرعية و تصميم الاستبيان، ورغم ذلك فهناك بعض الملاحظات حول هذه الدراسة فالعنوان يحتاج إلى تحديد أكثر كونه عاما وشاملا فهو يتحدث عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي في العينة المدروسة التي شملت الطالبات فقط ، وهي عينة غير تمثلية كون المجتمع يتكون من فئات مختلفة نساء و رجالا صغارا وكبارا وبالتالي فالنتائج المتوصل إليها لا تعبر عن حقيقة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي ككل ، ورغم ذلك فقد استفدنا من هذه الدراسة في جوانب عديدة

الدراسة الثالثة : قامت بهذه الدراسة الطالبة كيحل فتيحة، وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تحت عنوان " الإعلام الجديد ونشر الوعي :دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي "[1] . ويدور سؤال الإشكالية عن كيف يؤدي استخدام موقع الفايسبوك كإحدى تطبيقات الإعلام الجديد إلى نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين ؟ واستخدمت الباحثة منهج المسح في هذه الدراسة واستعانت بالاستبيان كأداة أساسية في جمع البيانات والمعلومات، وتضمن الاستبيان أربعة محاور أساسية يهدف كل واحد منها إلى :

–التعرف على استخدامات المبحوثين من أفراد العينة لموقع الفايسبوك

– الاطلاع على عادات وأنماط استخدام هذا الموقع .

– معرفة طبيعة الاشباعات البيئية المحققة للمبحوثين

– تقييم موقع الفايسبوك ودوره في نشر الوعي البيئي لأفراد العينة

وجاءت نتائج الدراسة على النحو الأتي:

- حوالي 82% من أفراد العينة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي هم شباب أعمارهم تتراوح بين 16 إلى 25 سنة.

[1] كيحل فتيحة، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي:دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة ماجستير غير منشورة،قسم علوم الإعلام والاتصال،جامعة الحاج لخضر،باتنة،2011-2012.

- أغلبية المبحوثين يستخدمون موقع الفايسبوك من اجل التواصل ثم اليوتيب وبعدها التويتر وفي الأخير ماي سبايس وفليكر
- 47% من المبحوثين يفضلون الفايسبوك نظرا لانتشاره الواسع في حين أن 24% يفضلونه لسهولته.
- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 41% من أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك من اجل الدردشة مع الأصدقاء ونسبة 30%من اجل متابعة الأخبار على جدار الصفحة و 27%من أجل نشر وبث المعلومات عبر الموقع.
- من خلال نتائج الدراسة اتضح أن 50% من المبحوثين يستخدمون اللغة الفرنسية ونسبة29% يستخدمون اللغة العربية و17%يستعملون اللغة الانجليزية في حين ان 02% يستعملون لغات أخرى.
- اتضح من خلال الدراسة أن نسبة 58% من المبحوثين لا يساهمون في نشر مواضيع تخص البيئة عبر الفايسبوك ونسبة 41% يساهمون في نشر مواضيع بيئية .

وعموما، فان النتائج التي توصلت إليها الدراسة منطقية ومتفقة مع الدراسات الأخرى، إلا أن ما يعاب على هذه الدراسة أنها لم تبحث في الأسباب الذي يجعل مستخدمي الفايسبوك لا يساهمون في نشر المواضيع البيئية خاصة في ظل تدهور الحالة البيئية وما يصاحبه من أخطار تهدد حياة البشرية، وهو ما يسمى بنقص الوعي البيئي.

الدراسة الرابعة:

أجرت هذه الدراسة الطالبة مريم نريمان نومار بعنوان "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية "[1] . تمحورت الإشكالية حول السؤال الآتي : ما اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟ واستخدمت الباحثة منهج المسح نظرا لمناسبته للدراسة كما استعانت بأداة الاستبيان من اجل جمع البيانات، وتضمنت هذه الدراسة ثلاث فرضيات أساسية وهي:

- تختلف طرق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي –فايسبوك– لدى الجزائريين من مستخدم إلى آخر تبعا لمتغيري الجنس والسن.
- يلجأ مستخدمو موقع الفايسبوك في الجزائر إليه بسبب فراغ عاطفي واجتماعي .
- استخدام الفايسبوك يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الاجتماعية ويقلل من اتصال المستخدم الشخصي بعائلته وأصدقائه، وفي النهاية توصلت الباحثة إلى النتائج الآتية:

[1] مريم نريمان نومار،استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية في الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة،قسم علوم الإعلام والاتصال،جامعة الحاج لخضر، باتنة ،2011-2012.

- بالنسبة لعادات وأنماط استخدام الفايسبوك تبين أن أغلب المبحوثين يتصفحون الموقع من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم بنسبة 42% ، ويفضل 61% منهم الفترة الليلية لاستخدامه.
- وبالنسبة للدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفايسبوك فلقد اتضح أن 60% من أفراد العينة يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف بنسبة 14% وزيادة المعلومات والمعارف بنسبة 14% يليها التسلية والترفيه بنسبة 12%.
- توصلت الدراسة إلى أن الاتصال عبر الفايسبوك يؤثر في الاتصال الشخصي من خلال اختزال الوقت الذي يقضيه الفرد مع الآخرين وجها لوجه واعتماده على الاتصال الوسيطي من خلال الفايسبوك. ما يلاحظ على هذه الدراسة أن اختيار حجم العينة كان قليل مقارنة بمجتمع البحث حيث اختارت الباحثة عينة تتكون من 280 مفردة وهذا العدد لا يمثل مجتمع البحث وهو مستخدمي الفايسبوك في الجزائر الذين يقدرون بالملايين، وبالتالي فان العينة غير تمثيلية ونتائجها غير دقيقة وغير معبرة ، ورغم ذلك فالدراسة مفيدة من الناحية العلمية والمعرفية وكشفت عن أهم الآثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الإطار النظري

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد :

ممالا شك فيه أن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة غير أنماطا كثيرة في حياة الناس بعد مساهمة هذه الأخيرة في العديد من القضايا التي تربط حتى بالعلاقات الإنسانية. فتكنولوجيا الانترنيت مثلا بلغت درجة متقدمة من التطور فبرز الجيل الثاني من الانترنيت الذي قلب الكثير من المفاهيم وأتاح العديد من الخدمات من خلال وسائله المتنوعة التي يأتي في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنيت وهي ظاهرة برزت خلال السنوات الخمس الماضية و تطورت منذ بداية ظهورها إلى يومنا هذا لتصبح من أكثر المواقع استخداما عبر الانترنيت حيث تحولت إلى بديل عن مختلف الوسائط التقليدية من خلال تفاعل عدد كبير جدا من المستخدمين ، فأصبح الأفراد يقضون وقتا كبيرا مع آخرين يبادلونهم نفس الاهتمام ويشاركونهم نفس القضاء ، ومع هذا التزايد الملموس في استخدام هذه المواقع من مختلف الفئات تعددت وتنوعت مقدمة بذلك عددا هائلا من الخدمات التي تتنوع من موقع لآخر فظهر موقع "ماي سبايس" "فايسبوك" ، "لينك إن" ، "تويتر" و غيرها...، هذا التطور و إن كان يعبر عن ضجة تكنولوجية قدمت العديد من الإيجابيات للمستخدم، قلما قلبت من جهة أخرى العديد من المفاهيم ، مؤدية بذلك إلى إثارة العديد من القضايا منها موضوع الخصوصية ، العزلة الاجتماعية و الهوية إلى جانب التأثيرات المحتملة على منظومة العلاقات الاجتماعية . غير أنه تجدر الإشارة إلى أن التطور المتسارع الذي يشهده مجال مواقع التواصل الاجتماعي عبر الأنترنيت خلق نوعا من عدم الاتفاق على حدود هذه المواقع و خصائصها وهذا ما نلمسه من خلال اختلاف الباحثين مثلا في تصنيف موقع "اليوتوب " بين موقع تواصلي اجتماعي أو موقع مشاركة الفيديو video sharing sites .

المطلب الأول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

يعتبر مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي من أهم المفاهيم المرتبطة بالأنترنيت و المجتمع الافتراضي ذاع صيتها في السنوات الأخيرة ، و هذا ما نلاحظه من خلال تزايد عدد مستخدميها بشكل كبير يوما بعد يوم منذ ظهورها الأول عبر الشبكة و ذلك بهدف الاستفادة من خدماتها ، غير أن الحقيقة التي تستوقفنا أمام هذه الظاهرة هو التطور السريع لهذه المواقع على نحو ما لم تستطع الدراسات العلمية أن تواكبه و ما نلمسه من خلال الاختلاف الواضح في وضع المحددات المفهومية لموضوع مواقع التواصل الاجتماعي

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الأنترنيت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد الخدمات وتحقيق مختلف الاشباعات و يأتي في مقدمتها موقع Facebook ،Myspace، Linked in ، Twitter و غيرها .

وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي و تختلف من باحث لآخر ، حيث يعرفها بالاس Balas سنة 2006 على " أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الأنترنيت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعديد من الأسباب المتنوعة " ، و بالمثل يعرف بريس Preece و مالوني كريشمار KRICHMAR Maloney (2005) مواقع التواصل الاجتماعي على أنها " مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة و هي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد و المعايير التي يقترحها البرنامج " [1]. وتعرف أيضا على " أنها مواقع الكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقا لنظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في الاتصال ، مع إمكانية الاطلاع على صفحاتهم الخاصة أيضا و المعلومات المتاحة علما أن طبيعة و تسمية هذه الروابط تختلف من موقع إلى آخر".

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي أيضا على أنها مواقع الكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في مواقع اجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات اجتماعية . وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صدقات، أعمال مشتركة أو تبادل معلومات و غيرها ، وتتم المحافظة على هذه المواقع من خلال استمرار تفاعل الأعضاء بينهم[2].

وكذلك عرفت مواقع التواصل الاجتماعية بأنها " مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنيت ،ظهرت مع الجيل الثاني للويب تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك ،وشبه انتماء (بلد – مدرسة – جامعة – شركة...الخ). يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل ،أو الإطلاع على الملفات الشخصية ،ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم ،وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد ،سواء كانوا أصدقاء تعرفهم في الواقع ، أو أصدقاء نعرفهم من خلال السياقات الافتراضية ". وحسب بويد وإليسون 2007 مواقع التواصل الاجتماعية هي خدمات عبر شبكة الأنترنيت تسمح للأفراد ب:

[1]-Wasinee Kittiwongvivat ,Pimonpha Rakkanngan.(2010) :facebooking your dream ,Master Thesis ; p20.

[2]- مريم نريمان نرمار،استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة باتنة ، 2011-2012،ص52.

– بناء شخصية عامة أو شبه عامة من خلال نظام محدد .

– توضيح لائحة خاصة بالمستخدمين على شبكة التواصل الاجتماعي .

– عرض اجتياز قائمة الاتصالات والقوائم الخاصة بالآخرين من خلال نفس النظام[1].

المطلب الثاني : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

عند الحديث عن نشأة التواصل الاجتماعي و تطورها تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين ، الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب web 1، والثانية هي مرحلة الجيل الثاني للأنترنيت web 2 ، غير أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعية جماهيرية ظهرت خلال المرحلة الثانية .

المرحلة الأولى :

يشير web 1.0 إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير من المستخدمين تتكون أساسا من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجال صغير للتفاعل [2]. ويمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للمواقع الاجتماعية ، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب ، ومن أبرز المواقع التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع "سيكس دوقريز Six Degrees " ، الذي سمح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم و إدراج أصدقائهم . وقد أخفق هذا الموقع عام 2000 .

ومن المواقع التأسيسية للتواصل الاجتماعي أيضا موقع "كلاس مايت " الذي ظهر في منتصف التسعينات وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة . شهدت هذه المرحلة أيضا لإنشاء مواقع شهيرة أخرى ، مثل موقع "لايف جورنال" وموقع "كايورلد" الذي أنشئ عام 1999 في كوريا ، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء ، وعى الرغم من أنها وفرت بعض الخدمات للتواصل الاجتماعي الحالية ، إلا أنها لم تستطع أن تدير ربحا لمؤسسيها ، ولم يكتب لكثير منها البقاء.

[1]- Jamel Alrshad.(2010).Towards a Taxonomy Of Privacy Concerns Of Online Social Network Sites Users. Master Of Science Thesis . Stockholm. Sweden. p11 (online) kth diva-portal .org/smash/get/full text 01.

[2]- Richard Harrisson and Michael Thomas.(2009) ;Identity in Online Communities ;Social Networking Sites and Languages Learning ,International Journal of Emerging Technologies & Sociaty,vo7(2),p112.

المرحلة الثانية :

يشير web 2.0 إلى الجيل الثاني للانترنيت وهو مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات ، مواقع المشاركة ، الوسائط المتعددة و غيرها ...) ، اهتمت بتطوير درجة كبيرة من التفاعل و الاندماج و التعاون ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير خدمات شبكة الأنترنيت و تعتبر مرحلة اكتمال مواقع التواصل الاجتماعية ، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع . ماي سبايس . وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع " الفايس بوك " وتشهد المرحلة من تطور مواقع التواصل الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية ، ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الأنترنيت على مستوى العالم .

وأمام هاتين المرحلتين بدأ واضحا اختلاف الآراء حول أول شبكة تواصلية اجتماعية عبر الأنترنيت وسنحاول هنا أن نورد الآراء التي تبحث عن أول موقع عبر الانترنيت ، حيث يرى البعض بأنّ أول موقع خاص بالشبكات الاجتماعية هو موقع SixDegrees.com الذي ظهر عام 1997 ، والذي سمح للمستخدمين بوضع معلوماتهم الشخصية Profile ووضع قائمة أصدقائهم وبدأ منذ عام 1998 بالسماح للمستخدمين بتصفح قائمة الأصدقاء ،هذه الملامح أو الخصائص ظهرت في عدد من المواقع التي سبقت موقع Six Degrees.com .فالمعلومات الشخصية "Profiles" وجدت في مواقع التعارف " Dating Sites" وحتى في المواقع الاجتماعية "Community Sites"رغم انّ قائمة الأصدقاء لم تكن ظاهرة بالنسبة للمستخدمين ، ولقد اتاح موقع Classmates.com للأشخاص الانتساب إلى المدارس أو الثانويات أو الكليات التي ينتمون إليها وتصفح الشبكات الخاصة بالأفراد الذين ينتمون إليها غير المستخدمين لم يكن بالإمكان خلق صفحات خاصة و تحديد قائمة للأصدقاء إلاّ بعد سنوات متأخرة .ولهذا يعتبر موقع SixDegrees.com أول موقع جمع بين كل هذه الملامح والخصائص ولقد روّج هذا الموقع لنفسه كأداة تساعد الناس في التواصل وإرسال الرسائل للآخرين ،لكن في الوقت الذي استطاعت هذه الخدمة أن تجذب ملايين من المستخدمين إلاّ أنها فشلت في أن تبقى دائمة حيث تم إيقاف الخدمة عام 2000 ،ويرى مؤسسو هذا الموقع أنه كان في الصدارة آنذاك خاصة مع ارتفاع عدد مستخدمي الانترنيت في العالم .

" ومن 1997 إلى سنة 2001 بدأت هذه الأدوات الاجتماعية تتزايد بأشكال متعددة وتركيبات متنوعة فيما يتعلق بالصفحات الشخصية مع التوضيح العلني لقائمة الأصدقاء فظهر Migenteو Asian Avenue & Black Planetالتي تسمح للمستخدمين بخلق صفحات شخصية ومهنية تحدد هوية

الأصدقاء دون البحث عن الموافقة من خلال الاتصالات ، ومن خلال live Journal استطاع البعض تعيين الأشخاص كأصدقاء لأجل متابعة مجالاتهم وتسيير المحيط الخاص ، وبعد ذلك ظهر العالم الافتراضي الكوري Cy world عام 1999 وتجسّد ملامح مواقع التواصل الاجتماعية عام 2001 حيث تضمن قائمات الأصدقاء وخدمة تدوين المذكرات وغيرها ،أما الموجة الثانية فكانت مع إطلاق Ryze.com عام 2001 لأجل مساعدة الأشخاص في زيادة فعالية التواصلات التجارية ، وتوالت بعد ذلك الشبكات الاجتماعية في الظهور حيث ظهر My space ، Twitter ، Facebook وغيرها من المواقع ، لتستمر ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعية في التنوع و التطور "[1] .

المطلب الثالث : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

الشبكات الاجتماعية هي المواقع الإلكترونية التي تتمتع بالخصائص الفريدة بها التالية:

– المشاركة (participation): المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام و الجمهور.

– الانفتاح (Openness) : معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التوصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة ، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات ، حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات ، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول و الاستفادة من المحتوى.

– المحادثة (Conversation) : حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين ، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر والمعلومة المعروضة .

– المجتمع(Community) : و سائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات بسرعة المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة التواصل بشكل فعال ، ومن ثم تربط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة ، مثل حب التصوير الفوتوغرافي ، أو قضية سياسية ، أو التعلم برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا .

[1]- مريم نريمان نومار، م. س ذ، ص54.

– الترابط (Conectedness) : تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض ، وذلك عبر الوصلات و الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا ، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفايسبوك وهكذا ، مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات[1].

وفق إحصائية الاتحاد الدولي للاتصالات عن استخدام الإنترنيت والشبكات الاجتماعية في عام 2016 فإنه:

– بلغ عدد المدونات على الشبكة الإلكترونية 102 مليون مدونة.

– 25 مليار هو عدد الرسائل المرسلة عبر تويتر ، أرسلت من قبل 175 مليون شخص، وهو عدد مشتركي تويتر حتى ماي 2016.

– وبلغ عدد مشتركي الفايسبوك 600 مليون مستخدم حتى نهاية 2015 ، وقد سجل 250 مليون مستخدم جديد في سنة 2016 لوحدها ، وقد احتوى الفايسبوك على 30 مليار موضوع (روابط – ملاحظات – صور وغيرها) تم مشاركتها شهريا على صفحاته ، و 20 مليون هو عدد التطبيقات التي يتم تنصيبها عبره يوميا .

– أما بالنسبة لليوتوب ، فقد تم مشاهدة 2 مليار من ملفات الفيديو يوميا عبر موقعه ، حيث إنه يتم رفع 35 ساعة من الفيديو إلى هذا الموقع كل دقيقة .

المطلب الرابع: أهم مواقع التوصل الاجتماعي

منذ الظهور الأول لمواقع التواصل الاجتماعية تعددت وتنوعت بين تواصلات شخصية وعامة تطمح لتحقيق أهداف محددة " تجارية مثلا" ، ومنذ بدايتها اختلفت المواقع التي تتصدر القائمة بين سنة وأخرى فتاريخيا كان لموقع "سيكس دوقريز" أهمية كبيرة وصدى مع بداياته الأولى وكذلك موقع "أو ماي نيوز" وغيرها ، ومع تطور مواقع التواصل الاجتماعية أصبح تصنيفها يأتي بالنظر إلى الجماهيرية حيث تتصدر القائمة عدد من المواقع وهي" فايسبوك" ،"يوتوب" ،"فليكر" ،"لينكدن" وهي المواقع التي سنتحدث

[1]-.خالد غسان يوسف المقدادي ،ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1 ،دار النفائس للنشر والتوزيع ،لأردن، 2013.ص 27.26 .

عنها باعتبارها من أهم المواقع الاجتماعية ، في الوقت الحالي وكذا بالنظر إلى اختلاف تخصص كل موقع .

1- موقع الفايسبوك :

يعتبر موقع الفايسبوك واحدا من أهم مواقع التواصل الاجتماعي ، وهو لا يمثل اجتماعي فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن ينقل ما يشاء[1] . ويعرف قاموس الإعلام والاتصال dictionary of media and communication الفايسبوك على أنّ "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح العمل بنشر صفحات خاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل من الأشخاص" [2].

بدأ الفايسبوك كفكرة بسيطة لأحد طلبة هارفارد "مارك زوكربيرج Mark ZUCKERBURG " الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم . فكرة زوكربيرج كانت تقضي بإنشاء موقع انترنيت بسيط يجمع من خلاله طلبة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة والإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج ، وبالفعل جسد فكرته هذه التي رأت النور في 04 فيفري 2004 ومع انطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا ليصبح اليوم من أهم مواقع التواصل الاجتماعية وأكثرها استخداما على الإطلاق.

بلغ عدد مستخدمي " الفايسبوك " الناشطين في العالم إلى غاية ماي 2016 حوالي 1090 مليون مستخدم ، من الأجهزة التالية :(الديسكتوب 748 مليون مشترك ، من النقال 125 مليون مشترك ، من التابلت 221 مليون مشترك) ، وتشير الإحصائيات أن 11 % من سكان العالم يملكون حساب في الفايسبوك ، ويدخل 50 % إلى الفايسبوك يوميا . ومتوسط عدد الأصدقاء للمستخدم الواحد 130 و80

---

[1]- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، مصر، ص218.

[2] - Marsel Danesi . (2009) ;Dictionary of media and communication ,M.E .Sharpe, New York, p117.

صفحة ومجموعة مشترك بها ، وتشير الإحصائيات أنه 20 مليون تطبيق يسجل يوميا على "الفايسبوك" و خلال 60 ثانية فقط .

- 510 آلاف مستخدم يضع تعليقات (posted comments) .
- يتم تحديث 293 ألف حالة status updates .
- يتم تحميل 163 ألف صورة uploaded photos.
- 30 بليون قطعة محتوى يتم مشاركتها في الشهر .
- 50 % من المشتركين الذين يتراوح أعمارهم بين 18 و34 سنة يفتحون صفحة "الفيسبوك" ، بمجرد استيقاظهم من النوم في حين أن 28 % يتصفحون صفحاتهم قبل النوم[1].

وحسب إحصائيات موقع socialbacker.com المتخصص في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنيت تأتي الولايات المتحدة الأمريكية في أول القائمة من حيث عدد مستخدمي الفايسبوك وذلك بأكثر من 84 % مستخدم خارج الولايات المتحدة أي 16 % من السكان الأمريكيين قياسا ببلدان العالم ، تليها اندونيسيا و الهند بأكثر من 41 مليون مشترك ، ثم البرازيل ، أما في العالم العربي فتتصدر مصر القائمة بعدد المستخدمين الذين فاقوا التسعة ملايين مشترك ، ثم السعودية والمغرب بأكثر من 4 ملايين ، تليها الجزائر في المرتبة الرابعة بما يقارب الثلاثة ملايين مستخدم ، أما في تونس والإمارات بأكثر من مليوني مستخدم .

وكشفت إحصائيات التي ينشرها دوريا موقع " سوشيال باكرز" فإن عدد المشتركين في موقع التواصل الاجتماعي الأكبر في العالم وصل بالجزائر إلى ثلاثة ملايين و433 ألف شخص منتصف السنة الجارية أي بزيادة قاربت النصف مليون مشترك منذ بداية السنة . وحسب الموقع تحتل الجزائر المرتبة 45 عالميا من حيث عدد المشتركين بعد أن قفزت بدرجة واحدة عن الترتيب الذي كانت عليه خلال الشهرين الماضيين وجاءت بعد كل من مصر، السعودية والمغرب عربيا .

1- 1- تم استرجاعها من موقع http;//www.social facebook users.com . بتاريخ 03/05/2016.

وإذا ما دققنا في الشرائح الاجتماعية المستعملة لهذا النوع من شبكات التواصل نجد أن الرجال يستخدمون الفايسبوك بنسبة 68 بالمائة مقابل 32 بالمائة من النساء، أما فيما يخص الفئات العمرية فنجد فئة الشباب المتراوحة أعمارهم بين 18 و24 سنة هم أول الفئات نشاطا على الشبكة بنسبة تناهز 42 بالمائة تليها الفئة العمرية بين25 و 34 سنة بنسبة 27 بالمائة . أمّا المراهقون أو القصّر فيشكلون نسبة 19 بالمائة وينقسمون إلى 12 بالمائة ضمن فئة 16 إلى 17 سنة و7 بالمائة ممن تتراوح أعمارهم بين 13 إلى 15سنة، وكما سبق أن أشارت إليه الشروق أون لاين بخصوص هذا الموضوع نقلا عن خبير الإنترنيت ياسين مرزوقي فإن وجود ما نسبته 19 بالمائة من القصر، أي ما يعادل نصف مليون مسجل ضمن مرتادي الشبكة بصفة دائمة[1].

2 – موقع تويتر Twitter :

موقع "تويتر" هو موقع اجتماعي يستخدمه ملايين الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على اتصال مع أصدقائهم وكذا زملاء العمل من خلال أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم و الهاتف النقال ، وتسمح واجهة "التويتر" بنشر رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرفا ويمكن قراءتها من طرف مستخدمي الموقع ، ويمكن للمستخدم أن يعلن متابعته لأحد الشخصيات و في هذه الحالة يبلغ هدا الشخص في حال ما إذا هذه الشخصيات قد وضعت مشاركة جديدة.[2]

ويمثل "توتير" شبكة معلوماتية آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف "ماذا يحدث الآن " ، حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال ماذا يحدث الآن What is happening now ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور .

ويعد موقع تويتر من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي تسمح بنشر عدد من المعلومات على الأنترنيت من مصادر رسمية وغير رسمية ، ويعتبر"تويتر"موقع تدوين مصغر برز في

1- 1- تم استرجاعها من موقع http;//www.social facebook users.com . بتاريخ 03/05/2016.

[2]- Bernardo A. Huberman and al(2008): Social networks that matter: Twitter under the microscope,Social Computing Lab, Cornell University,[online].

نشر وتنظيم المعلومات حول الأحداث الكبرى مثل حرائق كاليفونيا 2008 والانتخابات الرئاسية الأمريكية في نفس العام واحتجاجات الانتخابات الإيرانية عام 2009. [1]

ولقد أصبح "تويتر" جزءا من نظم وسائل الإعلام المختلفة حيث يمكن المستخدمين من استقبال تدفق المعلومات الواردة من كل وسائل الإعلام .

وحسب الإحصائيات التي نشرها موقع "تويتر" في ذكرى تأسيسه الخامسة فإن هناك أكثر من 500 مليون مستخدم في هذا الموقع ؛ عدد يتضاعف ب 300 ألف مشترك كل يوم . وفي حين تم تحديد عدد حروف التغريدة " Tweet " المشاركة على تويتر ب 140حرفا فإن مستخدميه يرسلون أكثر من 55 مليون تغريدة في اليوم أي 460 تغريدة في الدقيقة وينشط مستخدمو " تويتر" خاصة خلال يومي الخميس والجمعة، وحسب نفس الإحصائيات فإن 20 % من مستخدمي هذا الموقع ينشرون 10 تغريدات أو أكثر في اليوم في حين أن 41 % من المستخدمين لم ينشروا ولا تغريدة منذ فتحهم حساب على الموقع[2].

3- موقع لينكدن Linkedin.com :

هو موقع اجتماعي مختص بالعمل والتجارة يضم العديد من المحترفين والمحترفات في العديد من المجالات و يتشاركون مجموعة اهتمامات .

و موقع لينكدن هو شبكة اجتماعية مهنية ، ففي الوقت الذي تركز فيه مواقع الشبكات الاجتماعية مثل "فايسبوك " و " ماي سبيس- myspace "على العلاقات الشخصية والاجتماعية ، لينكدن يسمح للمهنيين بإنشاء علاقات في المجال العلمي وكذا تعزيز خدماتهم ومهاراتهم المهنية .

ورغم بداياته في 2002 إلا أنه اليوم أصبح من بين أهم المواقع الاجتماعية المهنية . و يعرفه موقع تكنوبيديا *[3] على أنه موقع يضع فيه المستخدمين معلومات مهنية شخصية تتضمن تفاصيل مثل الخلفية التعليمية ، التاريخ الوظيفي والعملي وكذا قائمة المشاريع المهنية الكبرى إلى جانب الشهادات المهنية والعضوية المهنية وكل هذه المعلومات توضع في الملف الشخصي الذي يمثل دليل المستخدم .[4]

---

[1]-Alfred Hermida.(2010): Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism , JournalismPractice, Vol.4, (3), pp. 297-308

[2]-Alfred Hermida.op cit.

* موقع تكنوبيديا من بين المواقع المهنية المهمة جدا خاص بالمعلومات المهنية وهو موقع مجاني أسسه كل من دال جانسن وكوري جانسن ويتيح الموقع العديد من الخدمات المهنية

[4]-تم استرجاعها بتاريخ 2016/05/02.من http ;//www.technopedia.com/definition/26940/linkedin-li

ومن بين خصائص موقع لينكدن :

- يمكن للمستخدمين وضع صور ومشاهدة الملفات الشخصية والصور الخاصة بالآخرين .
- يمكن للمستخدمين التعرف على عدد الأشخاص الذين يبحثون عنهم .
- يمكن لأصحاب العمل وضع قائمة وظائف البحث عن مرشحين محتملين .
- يسمح بتضمين عدد من التطبيقات وكذا عرض الكتب التي يمكن شرائها عبر الأنترنيت .
- خاصية إنشاء أو تشكيل فريق من المهنيين و الدخول في نقاشات حول الوظائف .

وحسب موقع Socialbacker.com فإن عدد مستخدمي موقع لينكدن أكثر من 136 مليون و787 ألف مستخدم ، وتتصدر الولايات المتحدة الأمريكية القائمة بعدد مشتركين بلغ أكثر من 59 مليون مستخدم تليها الهند بأكثر من 13 مليون مستخدم ثم المملكة المتحدة بأكثر من 8 ملايين مستخدم ، أما في الوطن العربي فتتصدر الإمارات المتحدة القائمة بعدد مستخدمين بلغ أكثر من 873 ألف مشترك ثم السعودية بما يقارب 600 ألف مستخدم ثم تأتي مصر، وحسب ذات الموقع فإنه لا يوجد ولا مستخدم من الجزائر في لينكدن إلى غاية 2012[1].

- 4 - موقع فليكر Flickr.com :

موقع" فليكر"هو موقع اجتماعي خاص بتبادل الصور ومقاطع الفيديو على الأنترنيت ، ويستخدم الموقع بشكل كبير في تبادل الصور الشخصية بين الأصدقاء ، وكذا من طرف الخبراء أو الهواة الذين يرغبون في نقل الصور التي التقطوها إلى العالم .

تم تطوير موقع " فليكر" في فيفري 2004 بواسطة شركة " لودي كورب ludicorp " بعد أن قامت الشركة بتأسيس لعبة جماعية عملاقة على الأنترنيت ثم تم التخلي على اللعبة ولكن مشروع "فليكر" ظل قائما ليتحول اليوم إلى أكبر قاعدة لتبادل الصور . وفي مارس 2005 قامت شركة " ياهو" بشراء شركة " لودي كورب " و" فليكر " ويسمح هذا الموقع لمستخدميه بتنظيم صورهم كمجموعات شخصية أو مجموعات عامة تشترك في صفات معينة كليهما معا .

أما برنامج المنظم فهو يقوم بتنظيم الصور الموجودة في حساب " فليكر" ليسمح للمستخدمين بتعديل كلمات المفاتيح ، ووصف الصور، وتنظيم أو إضافة الصور في مجموعات شخصية أو إضافة صور على خريطة العالم .

[1]- تم استرجاعها بتاريخ 2016/05/02 من http://www.socialbackers.com.linkdin statistics

ويوفر " فليكر" خدمة حفظ الصور بشكل عام للزائرين حيث يستطيع أي متصفح للمو قع أن يشاهد أو يحمّل الصور و يجعلها خاصة فلا تتوفر إلاّ لصاحب الحساب أو من يسمح لهم بمشاهدتها . فالصور الخاصة يشاهدها مالك الحساب بشكل دائم، ولكنه يستطيع تحديد الصور المسموح مشاهدتها للعامة أو من يختارهم هو ، أيضا يستطيع المستخدم مشاركة الصور الخاصة في المجموعات العامة لو أراد .

وَوَصَفَتْ " فليكر " التحديث الجديد في مدونتها الرسمية بالكلمات التالية :" اليوم نعلن تحديثا جديداً يضاف إلى وظائف موقعنا لمساعدتك على جعل " فليكر" مركزا لصورك على الإنترنت ، ربما لديك عدة أماكن تزورها على شبكة الإنترنت حيث يمكن التعبير عن نفسك . ربما كنت تستخدم "الفايسبوك " للتواصل مع الأصدقاء في كُليتك ، وموقع " تويتر" بالنسبة للأشخاص الذين يشاركونك نفس الاهتمام ، أو مدونة خاصة بك تنقل ا أفكارك إلى العالم شعارنا الآنفي " فليكر" هو ارفع صورك إلينا مرة واحدة فقط ، وأعد نشرها عبر كل الوسائط السابقة بضغطة زر واحدة " [1] .

وحسب إحصائيات عام 2016 ، يضم موقع فليكر ما يقارب الخمسة مليارات صورة ، ويحظي الموقع بأكثر من 3000 صورة يتم رفعها في الدقيقة ، مما يجعله المخزن الأول للصور في شبكة الانترنت وفق وصف العديد من المواقع التقنية .

- 5 - موقع اليوتيوب Youtube:

اختلفت الآراء حول موقع " يوتيوب " وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أو لا ، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو " video sharing site " ، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعية نظرا لاشتراكه معها في عدد من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبير البالغة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات و استقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع .

تأسس " يوتيوب " كموقع مستقل في الرابع عشر من فبراير من عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي " تشاد هيرلي" و " التايواني " تشين " و" البنغالي جاود كريم " الذين يعملون في شركة " pay pal " المتخصصة في التجارة الإلكترونية بَعدَ أن ترك " جاود كريم " رفاقه للحصول على

[1]- مريم نريمان نومار، م.س .ذ، ص63.

درجة علمية من كلية ستانفورد . ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور " اليوتيوب " الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجحا في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي .[1]

ويقوم موقع " يوتيوب " على فكرة مبدئية هي : بث لنفسك أو دع لنفسك "Broadcast youself " يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى ، وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الانترنيت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي ، إذ تحمّل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة من حول العالم بعضها تم تصويره بكاميرا لجهاز الهاتف المتحرك لنقل حدث ما غريب أو مضحك أو مثير، وكثير منها تم إنتاجه لدواع فنية أو سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى لإيصال رسالة شخص . ويتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من كليبات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية أو ما يطلق عليها الفيديو بلوغين " video blogging " يعمل " اليوتيوب " وفق المنظومة التالية :

- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم ، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء .
- العثور على جماعات فيديو والالتحاق بها و تسهيل الاتصال مع من لديهم الاهتمامات نفسها والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء وحفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع .
- دمج مقاطع الفيديو الخاصة باليوتيوب مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة أو خاصة .
- يستطيع المستخدمون اختيار وعرض مقاطعهم بشكل عام أو بمشاركة أصدقا ئهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل .
- يحتوي الموقع على المقاطع والأحدث الحاصلة على أعلى تقييم والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش والأكثر تفضيلا والأكثر اتصالا بمواقع أخرى .
- تصنف أيضا مقاطع الفيديو إلى أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا[2].

وتخضع خدمات " يوتيوب " لعدد من الشروط :

---

[1]- عبد الرزاق محمد الدليمي ،الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، ط1،دار وائل للنشر،الأردن، 2011،ص 194.

[2]- عباس مصطفى صادق. م.س.ذ، ص 216.

- أن لا يكون للأفلام حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل .
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام الإباحية .
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تشجع على الإجرام .
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة أو الأفلام الفاضحة أو الإعلانات التجارية
- الملفات المرفوعة للموقع لا تزيد عن 1 جيغا بايت[1].

لقد مُنع موقع " يويتوب " في كثير من البلدان بسبب ما تضمنه الموقع من مخالفة للنظام الأخلاقي وما تضمنه من فضائح أو إساءة لشخصيات مهمة أو الحكومات في هذه البلدان . لكن هذا لم يمنع تزايد عدد مستخدميه حيث كشف موقع يوتيوب Youtube خلال ذكرى تأسيسه السادسة عن عدد من الإحصائيات مفادها أنه في 2011 ارتفع عدد ساعات الفيديوهات التي يتم تنزيلها على الموقع إلى 48 ساعة في الدقيقة بعد أن كان 35 ساعة عام 2010 . إلى جانب ارتفاع عدد مشاهدي الموقع إلى 3 بليون مشاهد في اليوم .

إن نموذج " يويتوب " هو واحد فقط لمجموعة كبيرة من المواقع الشبيهة التي تعتمد على توزيع مقاطع الفيديو، وإذ توجد بعض المواقع العربية التي تفرد جانبا لمشاركات الفيديو مثل موقع" العربية نت" لكنها لا تصل إلى الحجم الهائل الذي يحمله " يوتيوب " من مشاركات المقاطع المصورة ومن ضمنها الكثير من مقاطع الفيديو العربية .

تشير الإحصائيات أن استخدام الشبكات الاجتماعية عموما يتزايد بشكل مستمر يوميا ؛ ففي عام 2015 حوالي 200 مليون حساب أضيف في " الفايسبوك " وحده في حين وصل موقع " غوغل بلوس Googleplus " إلى 10 ملايين مستخدم خلال 16 يوم (تويتر بلغ هذا العدد خلال 780 يوم أما "فايسبوك " فكان خلال 852 يوم) وكان غوغل بلس قد كشف في إحدى تقارير هـ أن عدد المستخدمين قد بلغ 62 مليون مستخدم . نلاحظ من خلال هذه الإحصائيات أن الشبكات الاجتماعية أصبح لها جماهيرية كبيرة وبالرغم من أن الشبكة الاجتماعية" غوغل بلوس " حديثة الإنشاء إلا أن عدد المستخدمين تضاعف بشكل كبير وهذا ما يعكس اهتمام الناس اليوم بالجديد الذي تتيحه الشبكات الاجتماعية كل يوم[2].

[1]- عبد الرزاق محمد الدليمي .م. س.ذ.ص195.

[2] -New youtube statistics.02may2016,earchenginewatch.com.article/2073962/New-YouTube-Statistics-48-Hours-of-Video-Uploaded-Per-Minute-3-Billion-Views-Per-Day.

المبحث الثاني: ماهية اللغة العربية.

المطلب الأول: مفهوم اللغة العربية.

اللّغة العربية من أقدم اللّغات الساميّة التي نطق بها الإنسان، واليوم تحتلّ المركز السادس لأكثر اللّغات استخداماً في العالم بعدد ناطقين يبلغ 246مليون شخصاً، وهي اللّغة الأمّ في دول الشام، والخليج العربيّ، والعراق، واليمن، ومصر، وشمال أفريقيا، بالإضافة إلى من ينطق بها من المسلمين غير العرب عند قراءة القرآن وأداء الشعائر والعبادات الدينيّة، وقد اعتُمدت اللّغة العربيّة كلغة سادسة أساسيّة في الأمم المتحدة عام 1974م.

المطلب الثاني :نشأة اللغة العربية

اللغة العربية إحدى اللغات السامية ، انشعبت هي و هن من أرومة واحدة نبتت في أرض واحد . فلما خرج الساميون من مهدهم لتكاثر عددهم اختلفت لغتهم الأولى بالاشتقاق و الاختلاط ، وزاد هذا الاختلاف انقطاع الصلة و تأثير البيئة و تراخي الزمن حتى أصبحت كل لهجة منها لغة مستقلة .

ويقال إن أخبار اليهود هم أول من فطن إلى ما بين اللغة السامية من علاقة و تشابه في أثناء القرون الوسطية ، و لكن علماء المشرقيات من الأوربيين هم اللذين أثبتوا هذه العلاقة بالنصوص حتى جعلوها حقيقة علمية لا إبهام فيها ولا شك .

و العلماء يردون اللغات السامية إلى الآرامية والكنعانية و العربية ، كما يردون اللغات الآرية إلى اللاتينية واليونانية و السنسكريتية . فالآرامية أصل الكلدانية و الأشورية و السريانية ، و الكنعانية مصدر العبرانية و الفينيقية و العربية تشمل المضرية الفصحى و لهجات مختلفة تكملتها قبائل اليمن والحبشة . و الراجح في الرأي أن العربية أقرب المصادر الثلاثة إلى اللغة الأم ، لأنها بانعزالها عن العالم سلمت مما أصاب غيرها من التطور و التغير تبعا لأحوال العمران [1].

وليس في مقدور الباحث اليوم أن يكشف عن أطوار النشأة الأولى للغة العربية ، لأن التاريخ لم يسايرها إلا وهي في وفرة الشباب و النماء ، و النصوص الحجرية التي أخرجت من بطون الجزيرة لا تزال لندرتها قليلة الغناء وحدوث هذه الأطوار التي أتت على اللغة فوحدت لهجاتها وهذبت كلماتها معلوم بأدلة العقل

[1] - أحمد حسن الزيات ،تاريخ الأدب العربي ،ط 6 ،دار المعرفة للطباعة و النشر والتوزيع ،بيروت، 2000 ،ص 15 .

والنقل ، فإن العرب كانوا أميين لا تربطهم تجارة و لا إمارة و لا دين ، فكان من الطبيعي أن ينشأ من ذلك ومن اختلاف الوضع والارتجال ، ومن كثرة الحل و الترحال ، وتأثير الخلطة و الاعتزال ، اضطراب في اللغة كالترادف ، و اختلاف اللهجات في الإبدال و الإعلال و البناء و الإعراب و هنات المنطق كعجعجة . قضاعة ، وطمأنينة [1]، حِمْير وفحفحة [2]هذيل ، وعنعنة ، تميم ، وكشكشة ، أسد ، وقطعة طيء ، وغير ذلك مما باعد بين الألسنة و أوشك أن يقسم اللغة إلى لغات لا يتفاهم أهلها ولا يتقارب أصلها .

ولغات العرب على تعدادها و اختلافها إنما ترجع إلى لغتين أصليتين : لغة الشمال ولغة الجنوب . وبين اللغتين بون بعيد في الإعراب والضمائر وأحوال الاشتقاق والتصريف ،حتى قال أبو عمرو بن العلاء :" ما لسان حمير بلساننا و لا لغتهم بلغتنا ".

لم تتغلب لغات الشمال على لغات الجنوب فحسب ، و إنما استطاعت كذلك أن تبرأ مما جنته عليها الأمية والهمجية و البداوة من اضطراب المنطق و اختلاف الدلالة وتعدد الوضع ، فتغلبت منها قريش على سائر اللغات لأسباب دينية واقتصادية واجتماعية أهمها :

1- الأسواق : كان العرب يقيمونها في أشهر السنة للبيع و التّسوُّق وينتقلون من بعضها إلى بعض، فتدعوهم طبيعة الاجتماع إلى المقارضة بالقول، والمفاوضة في الرأي، و المبادهة بالشعر، والمباهات بالفصاحة والمفاخرة بالمحامد وشرف الأصل فكان من ذلك للعرب معونة على توحيد اللسان و العدة والدين و الخلق .

2-أثر مكة وعمل قريش : كان لموقع مكة أثر بالغ في وحدة اللغة و نهضة العرب ، لأنها كانت في النصف الثاني من القرن السادس محطًا للقوافل الآتية من الجنوب تحمل السلع التواجر من الهند و اليمن ، وكانت جواد مكة التجارية آمنة لحرمة البيت ومكانة قريش، فكان تجّارهم يخرجون بقوافلهم الموقرة وعِيرهم الدَّثْر آمنين فينزلون الأسواق ويهبطون الآفاق فيستفيدون بسطة في العلم، وقوة في الفهم ، وثروة في المال ، وخبرة بأمور الحياة[3].

[2]- الطمأنينة : هي جعل أم بدل أل في التعريف ، فيقولون في البر : أمير ، وفي الصيام أمصيام .
[3]- الفحفحة : هي جعل الحاء عينا ، مثل : أحل إلية فيقولون أعل إليه .
[3]- أحمد حسن الزيات. م. س.ذ.ص 17.16.

نشأت الدولة السبئية ، وهم القحطانيون الذين يسمونهم العرب المتعربة ، ويُرجح العلماء أن أصلهم من الحبشة ، وكان ظهور دولتهم على ما تحققوه من القرن الثامن إلى سنة 110 قبل الميلاد ، وقد اقتبسوا لغة المعينيين ، إلا في ضمير الغائب ، ولعل هذا ما ينظر إليه قول المؤرخين إنهم أخذوا العربية عن العرب العاربة : وبديهي أن هذه العربية لا يمكن أن تكون لغة مُضَر، فإنهم يعرفونها – أي العربية – دجات ويعدون منها لغة حِمْيَر ، فلا يكون إذن إلا أنهم أرادوا عربية ذلك الزمن ، وهي أصل في المضرية وغيرها ، ولا عبرة بما يتعلق عليه أهل اللغة من أن منطق القحطانيين ومن قبلهم ، بل ومنطق آدم ، هو العربية الفصحى ، فإن ذلك كذب لغوي يحتاج إلى تصحيح[1] .

و ابتدأت الدولة الحِمْيَرِية من سنة 110 قبل الميلاد و استمرت إلى سنة 525 بعده ، وهو العهد الذي زهت فيه عربية مضر ،وحفظ أهله بعض خصائص الحميرية .

أما الأحباش فيرجح بعضهم أن أصلهم عرب هاجروا من اليمن المعينيين ، و أخذوا معهم لغتها ، واستدلوا على أن ذلك من مشابهة لغتهم للمعينية و البابلية في ضمير الغائب "السين" ، ثم من مشابهتها للغة الحميرية حتى إن أحرف الكتابة تكاد تكون واحدة في اللغتين ، غير أن الأحرف الحبشية تكتب من اليسار إلى اليمين وهم يزيدون رسم الحركات مما لم يكن عند الحميريين . هذا غير ما يرى من تشابه الملامح في الأحباش وأهل اليمن ،وتماثل الآثار في البلدين ، ونحو ذلك مما يرجح أنهم طارئون على تلك البلاد من اليمن .

وقد أسلفنا أن عرب الشمال المستعربة ، وهم الإسماعيلية ، يبتدئ تاريخهم من القرن التاسع عشر قبل الميلاد و لكن عدنان الذي ينتهي إليه عمود النسب العربي الصحيح كان في القرن السادس قبله ، فلا بد أن تكون العربية العدنانية قد ابتدأت بعد الحميرية أو قبلها بقليل ، ومهما يكن من ذلك فإن أصل هذه العربية لا بد أن يكون من الحبشية و الحميرية [2]، ثم من اللغات السامية الأخرى ، لأن العرب قوم رُحَّل ، وقد اختلوا بأمم كبيرة فلا بد أن يكون أثر هذا الاختلاط بيِّنا في تكوين لغتهم ، وتلك سنة عامة في اللغات كلّها ، حتى لقد تجد في لغات هذا الزمن ما لا صفة له في نفسه ، بل هو لغة مركبة كالعروض التجارية : تؤخذ من كل

[1]- بعضهم يغلو في ذلك غلوا كبيرا حتى يقول أن لغة آدم عليه السلام في الجنة كانت العربية ، فلما عصى ربه سلبه العربية و أعطاه السريانية ، ثم لما تاب ردها عليه . انظر: مصطفى صادق الرافعي، تاريخ آداب العرب، الجزء الأول، المكتبة العصرية، القاهرة،2000،68

[2]- ليس صحيحا ما يذكر من أن اللغة الحبشية ذات أثر بلغة العرب ، والصحيح هو العكس ، فقد غزا عرب الجنوب بلاد الحبشة ، وهم الذين أعطوا تلك البلاد اسمها ، فضلا عن أنهم حملوا معهم لغتهم ، وهي لا تزال أثرها ظاهرا إلى اليوم في اللغة الأمهرية و اللغة الجعزية . انظر: مصطفى صادق الرافعي، تاريخ آداب العرب، الجزء الأول، المكتبة العصرية، القاهرة،2000،68

مكان إلى مكان واحد ، وذلك خاص بالبلاد التي عرفت بتجارة بالمقايضة على نحو ما كان يصنع العرب . ومن هذا القبيل لغة "البيجيين" في الشرق الأقصى ، وهي مزيج من الإنجليزية و الصينية ، ولغة "السابير" ، وهي تتألف من العربية و الفرنسية و الإسبانية و الإيطالية . وهكذا كانت العربية في أول نشأتها إلى أن ضربت القبائل في البادية بعد سيل العرم ، وذلك يرجع إلى القرن الثالث قبل الميلاد على أبعد تقدير[1]، فاستقلت بعدئذ طريقة العربية وانصرف أهلها إلى العناية بتشقيقها ، وعلى ذلك لا يمكن الجزم مطلقا بأن للعربية العدنانية أصلا معينا ، إلاّ إذا أمكن القطع بأن لهم دولة مستقرة في التاريخ مميزة الحضارة ، حتى يقتضي أصالة اللغة ، وهذا مما لا يقول به أحد لأنه لا مكان له في التاريخ [2].

[1]- ذكرت هذه الحادثة في سورة سبأ ، و يقال إن سد العرم هذا بني في القرن الثامن قبل الميلاد ، كما وجدوا ذلك في النقوش التي على صدفيه . وأكثر الروايات على ان الحادثة كانت حوالي تاريخ الميلاد .

[2]- مصطفى صادق الرافعي، تاريخ آداب العرب ، الجزء الأول، ط1، المكتبة العصرية ،القاهرة، 2000، ص68.

المطلب الثالث : خصائص ومميزات اللغة العربية

أولا:خصائص اللغة العربية.

تمتاز اللغة العربيّة بعدد من المميّزات والصفات الكثيرة، أهمّها :

– الفصاحة والإيجاز، كما تمتلك اللغة العربيّة خصائص صوتية، إذ تخرج الحروف من مخارج كثيرة . "سعة اللغة العربية"، أي وفرة مفرداتها ودلالاتها الكثيرة .

– التعريب كثير من الكلمات في اللغات الأخرى مأخوذة من اللغة العربيّة مع تحريف بسيط في بعض الحروف، تقوم على التمييز بين كلمات المذكر والمؤنث .

– لها جذور متناسقة، ومرونة في الاشتقاق، أي أنّ كلّ كلمة في اللغة العربيّة مهما كان فعلها لها جذر أصليّ .

– علوم اللغة العربيّة علم التصريف، وهو علم قوم بفصل الكلمة عن الكلمة الأخرى ليخرج معناها الأصلي .

– علم الاشتقاق، وهو علم يستخرج لفظ من لفظ آخر .

– علم النحو، وهو علم يبحث في أصل تكوين الجملة وإعرابها .

– علم البلاغة، وهذا العلم يشمل علم البيان، وعلم البديع، وعلم المعاني .

– علم التعريب، وهو علم يقوم بإعراب الكلمات العربيّة .

– علم بحور العروض، وهو العلم الذي يهتم في أوزان الكلمات، وهو ميزان للشعر .

– علم الترادف والتضاد، حيث إنّ الترادف هو وجود كلمة أخرى مرادفة لها في المعنى ومختلفة في الشكل[1] .

[1]- http://mawdoo3.com/%D8% تم الاطلاع عليه يوم 20-50-2016.

ثانيا : مميزات اللغة العربية

مميزات اللّغة العربيّة تمتاز اللّغة العربيّة بعدد من الميّزات جعلتها من اللّغات الفريدة في العالم وضمنت استمراريتها عبر القرون المتتالية ومنها :

– تنوّع مخارج الحروف، فالحروف الثمانية والعشرين تتوزّع مخارجها ابتداء من الشفتين، وانتهاءً بآخر الحلق، فنجد أنّ هناك حروف تخرج من طرف اللّسان كحروف الظاء، والثاء، والذال، وحروف تخرج مع إطباق بسيط للأسنان كحرفي الصاد والضاد، وحروف تخرج من آخر الحلق كحرفي الهمزة والألف أو من منتصف الحلق كحرفي العين والحاء، أو من أدنى الحلق كحرفي الغين والخاء، كما أنّ معظم الكلمات العربيّة تراعي تباعُد مخارج حروفها فلا تجد القاف والخاء، أو الخاء والهاء متتابعين ممّا يجعلها سهلة النطق .

– تمتاز اللّغة العربيّة باشتراك الأسماء، والمشتقات، والمصادر، والأفعال في أصل واحد، إمّا أن يكون فعلاً ثلاثيّاً، أو رباعيّاً، أو خماسيّاً، أو سداسيّاً، فمثلاً يقال: (مجلِس، وجلوس، ومجالَسة، وجلسة، ويجلس) فكلّها كان أصلها من الفعل الثلاثيّ (جلس) وهكذا دواليك.

– اللّغة العربيّة تمتاز بالوزن فجميع تصريفاتها تعود إلى أوزان محدّدة وما شذّ عن الوزن فهو قليل يمكن حصره .

– من ميّزات لغتنا الجميلة أنّها أيضا اشتملت على ضمائر للمذكّر والمؤنّث تختلف كتابتها حسب المفرد والمثنى والجمع؛ مع العلم بأنّ التثنية والجمع بحدّ ذاتها ميّزة في اللّغة العربيّة .

– اختلاف صياغة الفعل باختلاف الفاعل، إذا كان مذكراً أم مؤنثاً فنقول (جلس ويجلس).

– في لغتنا كلمات تدلّ على التثنية والجمع ولا مفرد لها، كـ (بنون، والعالمين، والثقلان والمشرقينالمغربين)؛ كما توجد جموع لا مفرد لها من نوعها، مثل: كلمة نساء ومفردها امرأة .

– تمتاز اللّغة العربيّة عن باقي اللّغات بالحركات الإعرابيّة التي تُشكّل بها الكلمات (الضمة، والفتحة والكسرة، والسكون، والشدّة، والتنوين) [1] .

[1]. - http://mawdoo3.com/%D8% تم الاطلاع عليه يوم 20-50-2016.

– تتفرد اللّغة العربيّة عن سواها بقدرتها على وصف شيء أو موقف بعبارة واحدة، أو ببضع كلمات موجزة مختصرة تدلّ على المعنى مباشرة دون الحاجة إلى الإسهاب، وهذا من البلاغة والإعجاز الذي تميّزت به ومجمل هذا الإعجاز في قول الرسول صلى الله عليه وسلم عن نفسه: (أوتيت جوامع الكَلِمِ) ونرى هذا الإعجاز في الأمثال العربيّة فقد يحكي مثل من الأمثال قصّة كاملة في بضع كلمات كـ(عاد بِخُفَيْ حُنيْن) أمّا الإعجاز الأكبر الذي تحدّى الله فيه بلاغة العرب أنفسهم وفصاحتهم كان في القرآن الكريم .قدرتها على استيعاب اللّغات الأخرى وإدخال مصطلحاتها إليها، فيما يعرف بالتعريب لمسمّيات غير موجودة في اللّغة كأسماء الأكل، والشراب، والألبسة والأجهزة، والمصطلحات العلميّة.

– أخيراً إنّ أهمّ ميّزة جعلت اللّغة العربيّة مستمرة وستبقى كذلك، هو نزول القرآن الكريم بها، وأنّ العبادات والصلاة وبعض الذكر لا يكون إلّا باللّغة العربيّة وستبقى هذه اللّغة طالما بقي الإسلام في هذه الأرض قال تعالى" :إِنَّا أَنْزَلْنَاهُ قُرْآناً عَرَبِيّاً لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ"[1].

[1]- القرآن الكريم. سورة يوسف. الآية 2.

المطلب الرابع: وظائف اللغة العربية

إن الإنسان يعيش عيشة جماعية مع مجموعة من الجنس البشري، تربطه بهم عوامل متعددة من النسب والجوار، واتحاد الغايات والآمال والآلام والعواطف، وغير هذا من الروابط الاجتماعية؛ وهو لذلك في أشد الحاجة إلى أن يتفاهم مع هذه المجموعة؛ لتستقيم حياته، وتنتظم أموره؛ ولا نستطيع أن نتصور مجموعة من الناس، يمكنها الاستغناء عن وسيلة للتفاهم بينها، ولا شك أن المجموعات البشرية قد جهدت – منذ العصور التاريخية الأولى – في سبيل الوصول إلى هذا التفاهم المنشود، ولعلها تدرجت في هذه السبيل، فاتخذت من الإشارات والحركات والأصوات والرموز وسائل تعين على تحقيق هذا التفاهم بينها، ثم انتهت هذه الجهود المتصلة، باستخدام اللغة وسيلة لهذا التفاهم.

واللغة كما عرفنا، أنها أهم ما وصل إليه الإنسان من وسائل التفاهم؛ لما تمتاز به من اليسر والوضوح، ودقة الدلالة، ولأن كثيرا من العواطف والمعاني الوجدانية لا يمكن التعبير عنها إلاّ باللغة وغير ذلك من المزايا. وتكون هذه اللغة وظيفة كبرى في الحياة الفردية والاجتماعية.

1- وظيفة اللغة في حياة الفرد عرفنا أن اللغة هي وسيلة لاتصال الفرد بغيره، وعن طريق هذا الاتصال يدرك حاجاته ويحصل مآربه، كما أنها وسيلته في التعبير عن آلامه وآماله وعواطفه، وهذه الترجمة عما يخالج النفس من الميول والانفعالات، تعد من أظهر الفوارق بين الإنسان وغيره من الأحياء واللغة تهيئ للفرد فرصا كثيرة متجددة للانتفاع بأوقات الفراغ، عن طريق القراءة، وزيادة الفهم للمجتمع الذي يزيد إنتاجه الفكري يوما بعد يوم، واللغة أداة الفرد حين يحاول إقناع غيره في مجالات المناقشة والمناظرة وتبادل الرأي في أمر حيوي.

وهي أداة حين يريد التأثير في جماعة؛ ليسلكوا سبيله، وينهجوا نهجه فيما يدعوهم إليه. واللغة كذلك أداة التفكير، والصلة بين اللغة والفكر صلة وثيقة محكمة؛ لأن الفكرة منذ إشراقها في الذهن تظل عامة شائعة، يعوزها الضبط والتحديد، حتى تجد الوسيلة التي تعبر عنهن من لغة، أو رسم نموذج، ودور اللغة في هذا التعبير له المقام الأول، ولذا يقال: التفكير كلام نفسي، والكلام تفكير جهري.

ومن أهم ما يفيده الفرد من اللغة تغذية الجانب العاطفي عن طريق التذوق الجمالي للآثار الأدبية ووظيفتنا في المدرسة لا تقف عند تمكين التلميذ من التعبير السليم، بل يجب أن نأخذه بسلامة الذوق وجمال

التعبير؛ واللغة وسيلة الفرد للاستفادة من تجارب الجنس البشري وثمار القرائح والعقول، عن طريق القراءة والاستماع.

كما أن اللغة للإنسان أشبه بجهاز عصبي آخر، مع الجهاز العصبي الذي منحه؛ إذ نستطيع باللغة أن ننبه إنسانا إلى خطر لا يراه فيتجنبه،كما يستطيع الفرد عن طريق القراءة أن يرى صورا ومناظر لا تتهيأ له رؤيتها، وباللغة يستمع الإنسان بوسائل التسلية والترفية. فيبتهج ويضحك كأنه يرى ما يبهج ويضحك.

2- وظيفة اللغة في حياة المجتمع

إن اللغة وسيلة اجتماعية، وأداة للتفاهم بين الأفراد والجماعات، وهي سلاح الفرد في مواجهة كثير من المواقف الحيوية، التي تتطلب الاستماع، أو الكلام، أو القراءة، أو الكتابة. وهذه الفنون الأربعة أدوات هامة في إتمام عملية التفاهم من جميع نواحيها، ولا شك أن هذه الوظيفة من أهم الوظائف الاجتماعية للغة.

ومن الوظائف الاجتماعية للغة اتخاذها أداة للدعاية، فالخطب، والمقالات، والنشرات، والإذاعة والمؤلفات،كلها وسائل لغوية لهذه الدعاية، التي أصبح لها شأن خطير في الحياة الإنسانية، وقد أثبتت الحروب الحديثة أن الدعاية سلاح تعتمد عليه الدولة المحاربة، وأنه قد يفوق أنواع الأسلحة الأخرى في تحطيم قوي الأعداء.

واللغة أيضا من أهم وسائل الارتباط الروحي بين أفراد مجتمع معين، وقد تختلف مجموعات من الدول في البيئة، أو الجنس، أو الدين، أو في غير ذلك من الفوارق الاجتماعية والاقتصادية، ولكنها تظل متحدة متماسكة إذا كانت لغتها واحدة، وأظهر مثال لذلك الأمة العربية، وكذلك الإنجليز والأمريكيون؛ وبهذا نفسر حرص الدول الاستعمارية على نشر لغاتها في الأمم التي تستعمرها؛ لأنها تكتسب بهذا الغزو اللغوي قلوبا وميولا، ربما لا تحصل عليها بطريق العنف، واستعمال القوي المادية.

واللغة تعتبر عامل هام في حفظ التراث الثقافي والحضاري، ونقله من جيل إلى جيل، والمشاركة في تنمية هذا التراث للأجيال المستقبلة.

وقد بدأ المفكرون ينظرون إلى اللغة على أنها من أهم العوامل التي يمكن استخدامها في تحقيق فكرة التقارب والتفاهم العالمي؛ وذلك بتبادل الآداب المختلفة، والدراسات الاجتماعية كالتاريخ والاجتماع والتربية

الوطنية وغير ذلك مما يوضح آمال الشعوب وطبائعها، وعواطفها، ومزاياها، وكل هذا يساعد على تقريب وجهات النظر بين الشعوب المختلفة1.

و كما قال عمر بن الخطاب رضي الله عنه عن اللغة العربيّة "تعلّموا العربيّة ؛ فإنها من دينكم، وتعلّموا الفرائض ؛ فإنها من دينكم".

– وقال الشعبي عن النحو في اللغة العربيّة "النحو كالملح في الطعام لا يستغنى عنه".

– تكلم العالم الرازي عن اللغة العربيّة فقال "لما كان المرجع في معرفة شرعنا إلى القرآن والأخبار، وهما واردان بلغة العرب ونحوهم وتصريفهم، كان العلم بشرعنا موقوفاً على العلم بعده الأمور، وما لا يتمّ الواجب المطلق إلا به – وكان مقدوراً للمكلّف – فهو واجب" .

[1] http/www.startimes.com/culture2016-05-20 تم الاطلاع عليها بتاريخ

المبحث الثالث: اللغة العربية في وسائل الاتصال الحديثة

المطلب الأول: واقع اللغة العربية في الإذاعة والتلفزيون

إن المتأمل لسلسلة البرامج التي تذاع على شاشات التلفزة العربية يجد انها في الغالب لا تعير اللغة العربية الفصحى أي اهتمام فيكفي أن نذكر أسماء بعض البرامج التي تبث من التلفزيون اللبناني مثل برنامج (صباحو) و(تعيش وتاكل غيرا) و (خليك عالخط) ومن التلفزيون المصري برنامج (دقي يا مزيكا) و(مسيكم بالخير)....الخ.[1]

وفي الجزائر هناك العديد من البرامج خاصة على القنوات التلفزيونية الخاصة مثل برنامج (ادي ولا خلي) الذي تبثه قناة الشروق وبرنامج (توت اوبسيون) الذي يبث على قناة النهار الفضائية الجزائرية وهو برنامج يعرض أخر علامات السيارات الجديدة وما نلاحظه على هذه القنوات التلفزيونية هو استخدامها للغة العربية الفصحى في النشرات الإخبارية فقط أما في البرامج الأخرى فغالبا ما تستخدم العامية، كما نرى أن اللغة العربية الفصحى في تدهور مستمر لا سيما في الترجمات التي تكتب على شاشة التلفزة للبرامج والأفلام الأجنبية ... وهي لا تخلو من الأخطاء اللغوية الموزعة على القواعد والإملاء وركاكة العبارة وقربها من العامية في أحيان كثيرة ولا تزال كلمات مثل (أن يذهبون)و (رأيت أبوك) و (لم يأتي)...الخ ترسم على هذه الشاشات بكثرة

إن هذه الصورة السلبية لواقع استخدام اللغة العربية في الإعلام العربي لا ينبغي تعميمها، فهناك عدد من المحطات التلفزيونية العربية التي تحول أن تقترب من الفصحى الصحيحة في معظم برامجها.حيث نجد أن التلفزيون الجزائري يستعمل اللغة العربية الفصحى في النشرات الإخبارية وبعض البرامج مثل البرامج الدينية برنامج في دائرة الضوء.

أما في الإعلام المسموع (الإذاعة) فالأمر اشد خطورة فيكفي إن تضبط مذياعك على إحدى المحطات الإذاعية العربية لتكتشف مدى تدهور اللغة العربية فمعظم الإذاعات العربية يستخدم اللهجات المحلية في البرامج المذاعة مثل برنامج (سباق الأغنيات) في الإذاعة الأردنية وبرنامج (كل يوم وانتو بخير) . وفي الجزائر هناك العديد من القنوات المحلية التي تستعمل اللهجة المحلية في برامجها مثل إذاعة البهجة التي تستخدم اللهجة العاصمية حتى في تقديم النشرات الإخبارية وهذا ما يؤدي إلى تدهور المستوي الخطابي

[1] وليد إبراهيم الحاج، اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة، ط1، دار البداية، عمان، 2007، ص146.

واللغوي للجمهور لان استخدام اللهجات المحلية وان كان يعتبره البعض شيئا ايجابيا ويساعد على فهم الرسالة الإعلامية من طرف الجمهور إلا انه من جهة أخرى يؤدي إلى تدهور اللغة والمستوى الفكري لان اللهجة المحلية لا ترتقي إلى مستوى اللغة الفصحى التي تستطيع احتواء والتعبير عن جميع المعاني والأفكار في مختلف الميادين.

" كما تتجلى أزمة استعمال اللغة العربية أكثر ما تتجلى في الإعلانات التي تترامى إلى الأسماع وتعانقها الأبصار ..إن المتتبع لجل الإعلانات على مختلف القنوات الإذاعية والتلفزيونية في الوطن العربي لا يقع إلا ما ندر على إعلان بالفصحى ..وإذا وجد فانه لا يزيد عن واحد من المائة [1] .

والأمثلة على الإعلانات التجارية المعروضة في القنوات التلفزيونية الجزائرية كثيرة مثل إعلانات خدمات الهاتف النقال وحفاضات وحليب الأطفال وإعلانات السيارات ومواد التجميل وتحسين الشعر حيث يتم استخدام اللهجة المحلية التي تحتوي على الكثير من الكلمات الفرنسية والدارجة لتصبح عبارة عن لغة هجينة لا يفهمها إلا الجمهور المحلى ولا تتخطى الحدود الجغرافية الوطنية.

[1] وليد إبراهيم الحاج،نفس المرجع،ص149

المطلب الثاني: استخدام اللغة العربية في الانترنيت

دون شك أصبحت الشبكة العالمية الانترنيت تشغل حيزا كبيرا في الحياة الحديثة فهي لم تلبث أن سيطرت على جميع مناحي الحياة وبما أن أساس هذه التقنية هو اللغة الانجليزية ،حيث تشير دراسات اليونسكو إلى أن 80 **%** من المعلومات في الشبكة العالمية هي باللغة الانجليزية[1].

و الجدول الآتي يبين ذلك:

الترتيب	اللغة	النسبة المئوية
01	الانجليزية	82
02	الألمانية	4
03	اليابانية	1.6
04	الفرنسية	1.5
05	الاسبانية	1.1
06	السويدية	0.9
07	الايطالية	0.8
08	البرتغالية	0.7

جدول رقم 01 يبين نسبة استخدام اللغات العالمية عبر الانترنيت

"بعد انتشار الشبكة العنكبوتية على المستوى العالمي وبالكثير من اللغات العالمية سعى مصنعو الأجهزة ومنتجو البرامج إلى الأسواق العالمية ، ولكن اللغة كانت العائق الكبير الذي يواجههم، ومن هنا ظهر جمهور التعريب في برامج الحساب الآلي حيث انحصرت معظم هذه الخدمات التعريبية في وضع النص العربي على الشاشة ليفهم المستخدم العربي بينما تظل الآلية تتعامل باللغة الانجليزية.

وتعتبر صخر من اكبر المؤسسات العربية التي بذلت جهدا كبيرا في سبيل تعريب عالم الاتصالات والحاسبات ، وقامت أخيرا الكثير من المؤسسات العامية التي تعمل في مجال الكومبيوتر وأنظمتها وبرامجها على تعريب برامجها وإنتاج برامج ومستعرضات عربية لمستخدمي الشبكة الدولية من العرب ليتعاملوا مع

[1] عدنان الحسيني،واقع استخدام الانترنيت في العالم العربي،مجلة انترنيت العالم العربي،السنة الأولى،العدد السادس،مارس 1998،ص28.

النص العربي على الشبكة . ومن هذه المتصفحات:(نسيج، سندباد، الإدريسي، الباحث العربي،الدليل وغيرها.[1]

على الرغم من وجود مستعرضات عربية وفيرة في الآونة الأخيرة مثل (المرشد، والفهارس والعرب،والدليل وأين) إلا أن هذه المحركات لم تصل بعد إلى المستوى المرجو ، وبحاجة إلى وقفات كثيرة حتى تخرج من الضعف والوهن الذي يلبسها.

ومن خلال تحليل ودراسة المواقع العربية في الشبكة الدولية للمعلومات يمكن القول أن معظم هذه المواقع مازال دون المتوسط. سواء أكانت هذه المواقع تجارية، أو أكاديمية، أو حكومية. ويمكن تلخيص أهم نتائج الدراسة التي أجرتها **مجلة انترنت العالم العربي** عن أهم المواقع العربية [1]، في النقاط الآتية:

1. من ناحية التصميم والبناء،سيطرة نمط متصلب على الكثير من المواقع العربية حيث يقود هذا النمط الزائر إلى اتجاه واحد ولا يتيح له التشعب وسلوك مسارات فرعية بدون العودة إلى الموقع الرئيسي.
2. غياب اللمسات الفنية للمخرجين والمصممين في هذه المواقع.
3. بطئ التحميل نتيجة ضعف سرعة تدفق الانترنيت حيث يعاني الزائر من اجل تحميل ملف بسيط.
4. ضعف التحمل للمواقع الالكترونية العربية فبمجرد دخول عدد معتبر من الزوار في الوقت ذاته يصبح الموقع بطيء الاستجابة مما يؤدي إلى تذمر الزوار.
5. ما يعاب على المواقع الالكترونية أن الكثير منها يستخدم اللغة الانجليزية في المشرق واللغة الفرنسية في المغرب العربي وإهمال اللغة العربية.
6. نجد أن غالبية المواقع العربية بحاجة لان تشترك فيها لكي تستفيد منها على عكس المواقع الأجنبية التي توفر خدمات مميزة وبمجانية
7. غياب التحيين في المواقع الالكترونية العربية حيث نجد معظم معلوماتها قديمة وغير آنية وبالتالي لا تواكب حاجات المواطن العربي.

[1] وليد إبراهيم الحاج، م س ذ ، ص77.

[1] عدنان الحسيني،أفضل 25 موقعا عربيا،مجلة انترنيت العالم العربي،السنة الأولى،العدد الخامس،فيفري1998،ص 34-38.

المطلب الثالث: اللغة العربية والدردشة الالكترونية

انتشرت في السنوات الأخيرة الدردشة بواسطة الأجهزة الالكترونية كالهاتف والحاسوب في جميع أوساط المجتمع خاصة بين الشباب حيث تؤكد العديد من الدراسات إن اغلب مستخدمي الشبكات الاجتماعية يفضلون الدردشة مع أصدقائهم على حساب البحث عن المعلومات والتثقيف، والمتأمل في اللغة المستعملة في الدردشة الالكترونية يجدها عبارة عن مزيج من الكلمات العربية والفرنسية والعامية فهي لغة هجينة تفتقد إلى القواعد والأسس الموجود في اللغة الرسمية ويميل أغلب مستعملي الوسائط الالكترونية إلى استخدام الاختصارات والرموز من اجل التواصل مع أصدقائهم ، وهناك العديد من النماذج الملاحظة حيث نجدها تكتب بأحرف عربية ولكن نطقها يكون بالانجليزية ، لبيان ذلك نعرض بعض الأمثلة مثل : كانسل cancel وكلمة اوكي ok، نو no، باي باي bye bye، وقد يكون هناك مزج بين العربية والانجليزية في الكتابة (مش حسيبك no way ا تمنى اشوفك every day امس وبكرة و today لا تنسى الموعد ok.. [1]

وهناك من يختار المزج بين الفصحى والعامية: (يا حروفي ذكريهم ان قلبي محتويهم .. ولو الدنيا اشغلتنا يعلم الله نموت فيهم . أما البعض الأخر فيكتب العامية بحروف لاتينية ويمزج معها أرقاما ورموزا وهذا ربما يعود إلى أن بعض الوسائط الالكترونية لا تحتوى على الحرف العربي فهي غير معربة وهنا يبرز العائق التقني أمام انتشار استعمال اللغة العربية، لذلك يلجأ مستخدمها إلى استبدال الحرف العربي برمز أو رقم والأمثلة على ذلك كثيرة ولعل أبرزها استبدال حرف العين برقم 3 و أيضا كتابة حرف الحاء بالعدد 7 وحرف القاف بالرقم 9 مثل عبارة (7ab nchoufek darory) حاب نشوفك ضروري

وعبارة (arwa7 3andi) أرواح عندي...والأمثلة على وزن هذه العبارات كثيرة ، وما يمكن الإشارة إليه أنه في المشرق العربي يمزجون بين الحروف العربية واللغة الانجليزية وفي المغرب العربي يمزجون بين العربية واللغة الفرنسية وهذا نظرا لخلفيات تاريخية وثقافية .

[1] وليد إبراهيم الحاج، م س ذ،98.

الإطار التطبيقي للدراسة

المبحث الأول: البيانات العامة للمبحوثين

اشتملت العينة التي قمنا باختيارها على 150 مبحوثا (طالبا) موزعين على 05 أقسام تابعة لكلية العلوم الانسيابية والاجتماعية وكلية الآداب واللغات وهي قسم علوم الإعلام والاتصال وقسم العلوم الإنسانية وقسم العلوم الاجتماعية وقسم آداب اللغة العربية وقسم اللغات الأجنبية حيث أن كل قسم ممثل بـ 30 مبحوثا.

جدول رقم 02 يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	60	%40
إناث	90	%60
المجموع الكلي	150	%100

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور حيث أن 60% من أفراد عينة الدراسة هم إناث في حين أن نسبة الذكور لم تتجاوز 40% وهو أمر طبيعي لأن نسبة الإناث في الجامعة أكبر من نسبة الذكور وهذا راجع إلى تفتح المجتمع الجزائري في السنوات الماضية وتحرر المرأة وتوجهها نحو التعليم ومتابعة دراستها الجامعية من أجل تحسين مكانتها وظروفها في المجتمع، ويعود أيضا إلى إقبال الذكور على عالم الشغل حيث هناك العديد من الطلبة يلتحقون بالقطاع الأمني من أجل العمل لأن العثور على منصب شغل في القطاع المدني أصبح صعب في ظل العدد الكبير من المتخرجين في كل سنة والمنافسة القوية للعنصر النسوي في كل السنة وهو ما يدفع الذكور إلى القطاع الأمني الذي تتوفر فيه فرص أكبر للعمل وعدم وجود منافسة من الإناث في هذا القطاع.

جدول رقم 03 يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي

المستوى الجامعي	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	96	%64
ماستر	50	%33.33
دكتوراه	04	%2.66
المجموع الكلي	150	%100

يوضح لنا هذا أن نسبة الطلبة المبحوثين الذين يدرسون في الطور الليسانس اكبر من بقية الأطوار الأخرى حيث نسبة 64% من المبحوثين يدرسون في طور الليسانس أما نسبة 33.33% فيدرسون في طور الماستر وهذا راجع إلى أن هنالك طلبة لا يفضلون متابعة دراسة الماستر ويتوجهون إلى عالم الشغل والعمل بشهادة الليسانس، ربما لحاجتهم المادية وظروفهم العائلية التي لا تسمح بمواصلة الدراسة، كما نجد نسبة 2.66% من أفراد العينة يدرسون في طور الدكتوراه، وهي نسبة ضعيفة جدا وهذا بسبب قلة المناصب البيداغوجية المفتوحة في هذا الطور فهي غير موجودة في كل الأقسام، فقسم علوم الإعلام والاتصال رغم إنشائه منذ عدة سنوات وتخرج الآلاف من الطلبة منهم إلا انه لحد الساعة لم يفتح فيه مسابقات للالتحاق بطور الدكتوراه ، وهو ما حرم العديد من الطلبة الراغبين في إكمال دراساتهم من الالتحاق بهذا الطور المهم.

المبحث الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم 04 يبين مواقع التواصل الاجتماعي المفضل لدى طلبة جامعة المدية

اسم موقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
الفايسبوك	105	87.5
تويتر	07	05.83
فليكر	00	00
يوتوب	05	04.16
أخرى	03	02.5

من خلال ملاحظة الجدول يتضح أن الأغلبية الساحقة لطلبة جامعة المدية يستخدمون موقع الفايسبوك من أجل التواصل في ما بينهم ، فحوالي 87.5% من الطلبة المبحوثين لديهم حساب خاص في موقع الفايسبوك وهذا ما يتفق مع العديد من الدراسات التي أجريت في أغلب الجامعات الجزائرية مثل الدراسة التي قامت بها الباحثة كيحل فتيحة تحت عنوان الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي[1] ويلجا معظم طلبة الجامعة لاستخدام الفايسبوك نظرا لانتشاره الواسع حيث أن أغلبية أصدقائهم يملكون حساب في هذا الموقع وكذا سهولة استخدامه حيث لا يتطلب الكثير من المهارة ، وهناك سبب آخر مهم في نظرنا وهو التكلفة حيث هناك العديد من العروض الترويجية لدى متعاملي الهاتف النقال مثل موبيليس و جازي واوريدي أين يستفيد الزبائن من خدمات الفايسبوك بسعر مناسب لا يتجاوز 30 دج في اليوم وفي عروض أخرى يكون استخدام تطبيق الفايسبوك بشكل مجاني.

[1] فتيحة كيحل،الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي،مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال،جامعة الحاج لخضر ،باتنة2011-2012.

جدول رقم 05 يبين الوقت المفضل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة حسب متغير الجنس

الجنس / الوقت المفضل	ذكـــــور		إناث		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%
صباحا	05	08.33	10	11.11	15	10
مساء	15	26.66	60	66.66	75	50.66
ليلا	40	65.00	20	22.22	60	40
المجموع	60	100	90	100	150	100

ما يمكن ملاحظته للوقت المفضل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي عند طلبة الجامعة بصفة عامة هو أن نسبة 50% من طلبة الجامعة يكون الوقت المفضل لديهم هو في المساء في حين يفضل 40% من أفراد العينة الليل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأتي النسبة الأضعف في الصباح. أما عند قراءة النتائج حسب متغير الجنس تكون النتائج مختلفة عند الجنسين فأغلبية الذكور يفضلون الليل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث تبلغ النسبة حوالي 65.00% ويعود هذا إلى تفرغ الطلبة من الدراسة وأيضا إلى زيادة سرعة التدفق للانترنيت في الليل، ثم يأتي المساء في المرتبة الثانية بنسبة 26.66% وأخيرا وقت الصباح بنسبة 8.33% حيث يكون الطالب منشغلا في الدراسة بالجامعة. أما عند الإناث فيكون الوقت المفضل هو المساء بنسبة تتجاوز66% ثم ليلا بنسبة22.22% وفي المرتبة الأخيرة يكون وقت الصباح بنسبة11% .وبالتالي هناك تباينات بين الجنسين في الوقت المفضل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 06 يبين الوقت المفضل لاستخدام م ت ا حسب متغير التخصص

التخصص / الوقت المفضل	قسم علوم الإعلام والاتصال		قسم العلوم الإنسانية		قسم العلوم الاجتماعية		قسم اللغة العربية		قسم اللغات الأجنبية		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
صباحا	03	10	03	10	04	13.33	03	10	02	6.66	15	10
مساء	16	53.33	16	53.33	14	46.66	12	40	17	56.66	75	50
ليلا	11	36.66	11	36.66	12	40	15	50	11	36.66	60	40
المجموع	30	100	30	100	30	100	30	100	30	100	150	100

تبين نتائج الجدول أن هناك تشابه في الوقت المفضل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص حيث يكون الوقت المفضل لدى طلبة التخصصات المدروسة في المساء بنسب تتراوح مابين 46% و 56% في حين يأتي وقت الليل في المرتبة الثانية بنسب تتراوح مابين 36% و 40% ، وأخيرا يأتي وقت الصباح بنسب تتراوح مابين 06% و 10% . وبالتالي لا نلاحظ فروقات في الوقت المفضل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة حسب متغير التخصص ، فأوقات الدراسة والفراغ بالنسبة لجميع الأقسام المدروسة متشابهة لان نظام توقيت الدراسة موحد بالنسبة للأقسام التابعة للكليتين

جدول رقم 07 يبين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

الجنس / دوافع الاستخدام	ذكـــــور		إناث		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%
التثقيف	08	13.33	18	20	26	17.33
البحث عن المعلومات	11	18.33	10	11.11	21	14
التسلية	36	60	47	52.22	83	55.33
الهروب من الواقع	04	6.66	10	11.11	14	9.33
الفضول	01	1.66	03	3.33	04	2.66
دوافع أخرى	00	00	2	2.22	02	1.33
المجموع	60	100	90	100	150	100

من خلال الجدول يتبن أهم دافع لدى أغلبية أفراد العينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو التسلية حيث أن أكثر من 55% من طلبة الجامعة يستخدمون هذه الشبكات الاجتماعية من أجل التسلية و تمضية الوقت ثم دافع البحث عن المعلومات بنسبة 18% وبعدها يأتي دافع التثقيف بنسبة 13% وهي نسب قليلة بالنظر إلى هذه الفئة التي من المفروض أن تهتم بالمعلومة والبحث ، في حين أن 06% من أفراد العينة يستخدمون هذه المواقع من اجل الهروب من الواقع وفي الأخير يأتي الفضول ودوافع أخرى بنسب ضئيلة جدا بل ومنعدمة.

أما عند قراءة النتائج من خلال متغير الجنس نجد أن الدافع الأول لاستخدام مواقع التواصل عند الذكور هو التسلية بنسبة كبيرة حوالي 60 % ثم يأتي دافع البحث عن المعلومات بنسبة 18% أما دافع التثقيف فجاء بنسبة 13% لتأتي بعدها الدوافع الأخرى مثل الهروب من الواقع 6% ومن ثم الفضول .أما الدوافع استخدام مواقع التوصل عند الإناث فجاءت التسلية في المرتبة الأولى بنسبة52% ثم دافع التثقيف بنسبة 20% وهذا عكس الذكور أين جاء دافع البحث عن المعلومات في المرتبة الثانية أما عند الإناث فدافع البحث عن المعلومات فجاء في المرتبة الثالثة بنسبة 11% وهي النسبة ذاتها التي جاء وراء دافع الهروب من الواقع حيث نلاحظ أن الإناث يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي للهروب من الواقع أكثر من الذكور.

جدول رقم08 يبين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة حسب متغير التخصص

التخصص / دوافع الاستخدام	قسم علوم الإعلام والاتصال		قسم العلوم الإنسانية		قسم العلوم الاجتماعية		قسم اللغة العربية		قسم اللغات الأجنبية		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
التثقيف	05	16.66	06	20	02	6.66	07	23.33	07	23.33	27	18
البحث عن المعلومات	05	16.66	04	13.33	06	20	03	10	02	6.66	20	13.33
التسلية	16	53.33	16	53.33	17	56.6	16	53.33	18	60	83	55.33
الهروب من الواقع	02	6.66	03	10	04	13.3	03	10	02	6.66	15	10
الفضول	01	3.33	00	00	01	3.33	01	3.33	01	3.33	04	2.66
دوافع أخرى	01	3.33	01	3.33	00	00	00	00	00	00	02	1.33
المجموع	30	100	30	100	30	100	30	100	30	100	150	100

خلال ملاحظة الجدول يتبين أن هناك اختلاف في دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة حسب متغير التخصص رغم أن دافع التسلية يأتي في المركز الأول لدى جميع التخصصات بنسب تتراوح بين 53% و 60% لكن نسبة دافع التثقيف جاءت متباينة لدى جميع التخصصات حيث النسبة الأضعف لدافع التثقيف كانت لدى طلبة قسم العلوم الاجتماعية بنسبة لا تتجاوز 6.66% في حين النسبة الأكبر لهذا الدافع كانت لدى طلبة قسم اللغة العربية بنسبة 23% وبعدها قسم العلوم الإنسانية بنسبة 20 % لتأتي بعدها الدوافع الأخرى بنسب متشابهة لدى جميع الأقسام.وهو ما يؤكد أن مواقع التواصل مازالت بعيدة عن الدور التعليمي والتثقيفي الذي من المفروض أن تؤديه وهذا لا يعود إلى مواقع التواصل في حد ذاتها وإنما إلى مستخدميها فطلبة لم يستغلوا هذه المواقع في المواضيع التعليمية والتثقيفية وإنما يقتصر الاستخدام على الأمور السطحية من اجل التسلية وتمضية الوقت

.جدول رقم 09 يبين نوعية المواضيع التي تستهوي الطلبة حسب متغير الجنس

الجنس / نوعية المواضيع	ذكـــــور		إناث		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%
سياسية	09	15	05	5.55	14	9.33
اجتماعية	08	13.33	23	25.55	31	20.66
دينية	01	1.66	20	22.22	21	14
علمية	10	16.66	14	15.55	24	16
ثقافية	05	8.33	19	21.11	24	16
رياضية	26	43.33	04	4.44	30	20
أخرى	01	1.66	05	5.55	06	4
المجموع	60	100	90	100	150	100

يتبين لنا من خلال الجدول أن هناك اختلاف في نوعية المواضيع المفضلة لدى طلبة الجامعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأتي المواضيع الاجتماعية في المرتبة الأولى بنسبة 20.66% والرياضية في الرتبة الثانية بنسبة 20% ثم المواضيع العلمية والثقافية في المركز الثالث بنسبة متساوية تقدر ب 16% وفي الصف الرابع تحل المواضيع الدينية بنسبة 14% أما المواضيع السياسية فحازت على نسبة 9% فقط وفي الأخير مواضيع أخرى بنسبة 04% وبالتالي لا توجد اختلافات واضحة في نوعية المواضيع المفضلة لدى الطلبة بصفة عامة.

أما من خلال قراءة البيانات على أساس متغير الجنس فنلاحظ أن هنالك فروقات كبيرة في نوعية المواضيع المفضلة لدى الجنسين حيث أن غالبية الذكور يفضلون المواضيع الرياضية بنسبة تتجاوز 43% وهذا راجع إلى أن أغلبية الذكور يتابعون أخبار الأندية التي يشجعونها وأيضا أخبار المنتخب الوطني في حين أن المواضيع الرياضية لدى الإناث لا تحظى بنفس الأهمية فهي لا تتعدى نسبة 4 % وتحتل المواضيع الاجتماعية الصدارة لدى الإناث بنسبة 25.55% لتليها المواضيع الدينية بنسبة حوالي 22 % أما في المواضيع العلمية فجاءت النسبة متقاربة لدى الجنسين فهي تقدر بنسبة 16.66%لدى الذكور وبنسبة

15 % لدى الإناث أما بالنسبة للمواضيع السياسية فهناك اختلاف بين الجنسين حيث نجد أن 15% من الذكور يفضلون المواضيع السياسية في حين لا تتعدى النسبة 05% لدى الإناث.

جدول رقم10 يبين نوعية المواضيع التي تستهوي الطلبة حسب متغير التخصص

التخصص / نوعية المواضيع	قسم علوم الإعلام والاتصال		قسم العلوم الإنسانية		قسم العلوم الاجتماعية		قسم اللغة العربية		قسم اللغات الأجنبية		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
سياسية	02	06.66	04	13.33	03	10	02	6.66	01	3.33	14	9.33
اجتماعية	07	23.33	12	40	02	6.66	10	33.33	03	10	31	20.66
دينية	02	6.66	05	16.66	05	16.66	06	20	06	20	21	14
علمية	04	13.33	05	16.66	07	23.33	02	6.66	07	23.33	24	16
ثقافية	07	23.33	03	10	04	13.33	03	10	05	16.66	24	16
رياضية	05	16.66	01	3.33	09	30	07	23.33	06	20	30	20
أخرى	03	10	00	00	00	00	00	00	02	6.66	06	4
المجموع	30	100	30	100	30	100	30		30	100	150	100

من خلال الجدول نلاحظ أن نوعية المواضيع المفضلة لدى طلبة الجامعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت متباينة على أساس متغير التخصص فكل قسم لديه الموضوع المفضل إذ جاءت المواضيع الثقافية والاجتماعية على رأس القائمة بنسبة متساوية تقدر ب 23% ثم المواضيع الرياضية بنسبة 16% لتليها بقية المواضيع الأخرى في حين أن طلبة قسم العلوم الإنسانية يفضلون المواضيع الاجتماعية بنسبة كبيرة تقدر ب40 % ثم المواضيع الدينية والعلمية بنسبة متساوية تقدر ب16% أما طلبة العلوم الاجتماعية فيفضلون المواضيع الرياضية بنسبة 30% ثم المواضيع العلمية بنسبة 23% لتليها بقية المواضيع الأخرى. أما ما نلاحظه لدى طلبة اللغة العربية هو تفضيله للمواضيع الاجتماعية بنسبة 33.33% ثم المواضيع الرياضية بنسبة 23% وبعدها المواضيع الدينية بنسبة 20%، غير أن الأمر يختلف عند طلبة قسم اللغات الأجنبية يختلف إذ جاءت المواضيع العلمية في الرتبة الأولى بنسبة 23% وفي المرتبة الثانية جاءت المواضيع الدينية بنسبة 20% لتأتي بعها بقية المواضيع الأخرى.

جدول رقم11 يوضح الخدمات المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة حسب متغير الجنس

الجنس	ذكـــــور		إناث		المجموع الكلي	
الخدمات المفضلة	ت	%	ت	%	ت	%
مشاركة الصور	01	1.66	08	8.88	09	06
الدردشة	35	58.33	50	55.55	85	56.66
التعليق	12	20	17	18.88	29	19.33
البحث عن الأصدقاء	02	3.33	06	6.66	08	05.33
الاطلاع على الروابط	10	16.66	09	10	19	12.66
المجموع	60	100	90	100	150	100

يتبين لنا من خلال الجدول أن أغلبية طلبة الجامعة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الدردشة والتواصل مع الأهل والأصدقاء وهذا بنسبة فاقت 56% أي ما يعادل 85 من 150 طالب شملتهم العينة ثم تأتي خدمة التعليق بنسبة 19% وبعدها خدمة الاطلاع على الروابط بنسبة 12%وفي الأخير خدمتي مشاركة الصور والبحث عن الأصدقاء.

أما من خلال قراءة النتائج حسب متغير الجنس فنلاحظ أن الذكور يستخدمون الدردشة أكثر مقارنة مع الإناث بنسبة 58% والاناث55% ولو انه تباين طفيف. كذلك نلاحظ الأمر في خدمة الاطلاع على الروابط حيث تستخدم عند الذكور بنسبة أكبر من الإناث، غير أن الأمر يختلف بالنسبة لخدمة مشاركة الصور فالإناث أكثر ميلا لمشاركة الصور من الذكور. ونستنتج من الإحصائية السابقة أن الدردشة هي الخدمة المفضلة لدى الجنسين حيث تعتبر مواقع التواصل أدوات للدردشة والتواصل بامتياز.

جدول رقم12 يوضح الخدمات المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة حسب متغير التخصص

التخصص / الخدمات المفضلة	قسم علوم الإعلام والاتصال		قسم العلوم الإنسانية		قسم العلوم الاجتماعية		قسم اللغة العربية		قسم اللغات الأجنبية		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
مشاركة الصور	02	6.66	02	6.66	01	3.33	04	13.33	03	10	12	08
الدردشة	15	50	18	60	16	53.33	17	56.66	16	53.33	82	54.66
التعليق	08	26.66	05	16.66	04	13.33	05	16.66	07	23.33	29	19.33
البحث عن الأصدقاء	00	00	02	6.66	04	13.33	01	3.33	01	3.33	08	5.33
الاطلاع على الروابط	05	16.66	03	10	05	16.66	03	10	03	10	19	12.66
المجموع	30	100	30	100		100	30	100	30	100	150	100

ما يمكن ملاحظته من خلال الجدول أن الخدمة المفضلة لدى جميع طلبة التخصصات المدروسة هي الدردشة بنسب متقاربة بين جميع التخصصات تراوحت بين 50% و60% وهو مات تم تسجيله عند دراسة النتائج حسب متغير الجنس. وجاءت خدمة التعليق في المرتبة الثانية لدى جميع التخصصات إلا أنها كانت مرتفعة نسبيا عند قسم اللغات الأجنبية بحوالي 23 % وهذا يعود إلى أن طلبة قسم اللغات الأجنبية يرغبون في تحسين مستواهم في اللغات الأجنبية وهذا من خلال استخدام هذه اللغة والتعود عليها،ثم جاءت بقية الخدمات بنسب متقاربة بين الأقسام.

جدول رقم13 يوضح مدى تعبير الطلبة بحرية في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

الجنس / درجة التعبير بحرية	ذكـــــور		إناث		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%		
بحرية تامة	21	35	19	21.11	40	26.66
حسب طبيعة الموضوع	28	46.66	37	41.11	65	43.33
لا أعبر بحرية	11	18.33	34	37.77	45	30
المجموع	60	100	90	100	150	100

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه إن نسبة كبيرة من الطلبة الجامعيين لا يعبرون بحرية إلا بحسب طبيعة الموضوع وهذا ما بينته إجابات الطلبة المبحوثين حيث أكد حوالي 43% منهم أن التعبير عن أفكارهم بحرية حسب طبيعة الموضوع وهو ما يعني أن هناك مواضيع لا يستطيع الطالب الجامعي لا يستطيع التعبير فيها بحرية في حين أن 30% من الطلبة لا يعبرون عن أفكارهم في مواقع التواصل الاجتماعي . وأكد 26% من الطلبة أنهم يعبرون بكل حرية عن أفكارهم عبر هذه المواقع وهذا يعني أن الفئة القليلة هي التي تعبر بحرية تامة عبر مواقع التواصل.

أما عند قراءة النتائج حسب متغير الجنس فنلاحظ أن الذكور أكثر ميلا للتعبير بحرية من الإناث حيث جاءت نسبة الذكور الذين يعبرون بحرية حوالي 35% أما الإناث فكانت النسبة 21%.كما جاءت إجابات حوالي 37% من الطالبات أنهن لا يعبرن بحرية تامة عبر مواقع التواصل في حين كانت النسبة منخفضة عند الذكور بحوالي18% فقط، ومنه نستنتج أن الذكور أكثر ميلا إلى التعبير بحرية عبر مواقع التواصل.

جدول رقم14 يوضح مدى تعبير الطلبة بحرية في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص

التخصص / درجة التعبير بحرية	قسم علوم الإعلام والاتصال		قسم العلوم الإنسانية		قسم العلوم الاجتماعية		قسم اللغة العربية		قسم اللغات الأجنبية		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
بحرية تامة	08	26.66	09	30	10	33.33	07	23.33	06	20	40	26.66
حسب طبيعة الموضوع	13	43.33	13	43.33	13	43.33	12	41.33	15	50	65	43.33
لا اعبر بحرية	09	30	08	26.66	07	23.33	11	36.66	09	30	45	30
المجموع	30	100	30	100	30	100	30	100	30	100	150	100

يتبن لنا من خلال الجدول أن نسبة الطلبة الذين يعبرون بحرية حسب طبيعة الموضوع هي الأعلى لدى جميع التخصصات وهذا ما سجلناه عند قراءة النتائج بصفة كلية. وجاءت نسبة الطلبة الذين لا يعبرون بحرية مرتفعة نسبيا لدى قسم اللغة العربية وهذا يعود ربما إلى الطبيعة المحافظة لطلبة هذا القسم مقارنة بباقي الأقسام في حين جاءت بقية نتائج الأقسام متقاربة إلى حد بعيد وهو ما يعني أن هناك تشابه في درجة التعبير بحرية لدى جميع طلبة الأقسام المدروسة.

المبحث الثالث :طبيعة اللغة المستخدمة من طرف طلبة جامعة المدية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم15 يوضح الوسيلة المفضلة للتعبير عن الأفكار من طرف طلبة الجامعة في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

الجنس / الوسيلة المفضلة	ذكـــــور		إناث		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%		
الكتابة	14	23.33	23	25.55	37	24.66
الصور	13	21.66	14	15.55	27	18.00
الكتابة والصور معا	33	55.00	53	58.88	86	57.33
المجموع	60	100	90	100	150	100

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية الطلبة الجامعيين يميلون إلى استخدام الكتابة والصورة معا من اجل التعبير عن أفكارهم نظرا للتكامل الحاصل بين هاتين الوسيلتين في التعبير عن الأفكار وتوصيلها إلى بقية الأصدقاء حيث أكد أكثر من 57% من الطلبة الذين شملته الدراسة أنهم يستخدمون الكتابة والصورة معا، وجاءت الكتابة في المرتبة الثانية بنسبة 24 % في حين احتلت الصورة المرتبة الأخيرة بنسبة 18%.

وكذلك عند قراءة النتائج حسب متغير الجنس نجد الكتابة والصورة معا هي الوسيلة المفضلة للتعبير عن الأفكار عند الجنسين وهذا بنسبة متقاربة حوالي 58% عند الإناث و 55% عند الذكور نلاحظ الأمر ذاته عند بقية الوسيلتين حيث نجد تشابه في النتائج عند كلا الجنسين.

جدول رقم16 يوضح الوسيلة المفضلة للتعبير عن الأفكار من طرف طلبة الجامعة في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص

التخصص / الخدمات المفضلة	قسم علوم الإعلام والاتصال		قسم العلوم الإنسانية		قسم العلوم الاجتماعية		قسم اللغة العربية		قسم اللغات الأجنبية		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الكتابة	07	26.66	9	33.33	07	23.33	08	26.66	06	20	37	24.66
الصور	05	13.33	05	13.33	06	20	04	10.00	07	23.33	27	18.00
الكتابة والصور	18	60	16	53.33	18	60	18	63.33	18	60	86	57.33
المجموع	30	100	30	100	30	100	30	100	30	100	150	100

يتبن لنا من خلال الجدول أن الوسيلة المفضلة للتعبير عبر مواقع التواصل لدى طلبة جميع الأقسام هي الكتابة والصورة معا حيث جاءت النسب متقاربة وتراوحت بين 53 % و 63% عند كل الأقسام . وكانت نسبة وسيلة الكتابة مرتفعة نسبيا لدى طلبة قسم العلوم الإنسانية حيث أجاب 33% من طلبة هذا القسم أنهم يفضلون الكتابة من أجل التعبير عن أفكارهم وجاءت بقية النتائج متقاربة نسبيا عند كل الأقسام المدروسة.ومنه نستنتج أن الكتابة والصورة وسيلتان مهمتان للتعبير عن الأفكار وتوصيلها إلى الآخرين.

جدول رقم 17 يبين طبيعة اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة حسب متغير الجنس

الجنس / طبيعة اللغة المستخدمة	ذكـــــور		إناث		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%
العربية الفصحى	07	11.66	14	15.55	21	14
الفرنسية	15	25	18	20	33	22
العامية بخط عربي	24	40	25	27.77	49	32.66
العامية بخط لاتيني	12	20	31	34.44	43	28.66
الانجليزية	02	3.33	02	3.33	04	3.33
لغات أخرى	00	00	00	00	00	00
المجموع	60	100		100	150	100

ما يمكن ملاحظته من خلال الجدول هو أن أغلبية طلبة الجامعة يستخدمون العامية للتواصل مع أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت عامية بخط عربي أو عامية بخط لاتيني حيث جاءت النسب بـ32.66 % و 28.66 % على الترتيب. وجاءت اللغة الفرنسية في المرتبة الثالثة بنسبة 22 % ومتقدمة على اللغة العربية التي احتلت المرتبة الرابعة بنسبة 14% وهو أمر مؤسف خاصة وأن طلبة هذه الأقسام يدرسون باللغة العربية الفصحى وهذا يؤكد على ضعف مستوى اللغة العربية عند الطلبة الجامعيين لان إهمال استخدام اللغة في التواصل بين الأفراد يؤدي إلى نسيانها وتدهورها كما ان هذا يؤدي ضعف التحصيل العلمي لدى الطالب الجامعي فاللغة هي الوعاء الذي يحتوي العلوم ويحتفظ بها ونلاحظ أيضا ضعف استخدام اللغة الانجليزية حيث لم تتجاوز النسبة3.33% وهي نسبة ضعيفة خاصة وأنها لغة العلم في عصرنا فمعظم البحوث الحديثة يتم نشرها باللغة الانجليزية وعدم إتقان الطالب لهذه اللغة يجعله بعيدا عن المستوى العالمي ولا يستطيع البحث والاستفادة من البحوث التي تجرى في كل المجالات.

وعند قراءة النتائج على أساس متغير الجنس نلاحظ أن الذكور أكثر ميلا لاستخدام العامية بخط عربي إذ جاءت نسبتها بحوالي40% في حين كانت نسبتها عند الإناث بـ 27% ، لان الإناث أكثر ميلا لاستخدام

العامية بخط لاتيني حيث جاءت نسبتهن بحوالي34%. وجاءت نسب استخدام اللغات الأخرى متقاربة عند الجنسين.

جدول رقم 18 يبين طبيعة اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة حسب متغير التخصص

التخصص	قسم علوم الإعلام والاتصال		قسم العلوم الإنسانية		قسم العلوم الاجتماعية		قسم اللغة العربية		قسم اللغات الأجنبية		المجموع الكلي	
الخدمات المفضلة	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
العربية الفصحى	03	10	04	13.33	05	16.66	10	33.33	00	00	21	14
الفرنسية	02	6.66	03	10	06	20	04	13.33	18	60	33	22
العامية بخط عربي	12	40	15	50	09	30	11	36.66	02	6.66	49	32.66
العامية بخط لاتيني	13	43.33	08	26.66	10	33.33	05	16.66	06	20	43	28.66
الانجليزية	00	00	00	00	00	00	00	00	04	13.33	04	3.33
لغات أخرى	00	00	00	00	00	00	00	00	00	0.00	00	00
المجموع	30	100	30	100	30	30	30	100	30	100	150	100

يتضح لنا من خلال الجدول أن هناك فروقات في طبيعة اللغات المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من طرف طلبة الجامعة حسب متغير التخصص حيث نجد أن طلبة قسم اللغات الأجنبية يستخدمون اللغة الفرنسية بنسبة كبيرة تقدر بـ 60% في حين كان استخدام العربية الفصحى منعدما وجاء استخدام اللغة الانجليزية متوسطا مقارنة مع التخصصات الأخرى. أما عند طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال فكان استخدام العامية بالخط العربي واللاتيني متقارب 43% و40% أما استخدام اللغة العربية الفصحى فلم يتعد 10% وهو الأمر الملاحظ في بقية الأقسام باستثناء قسم اللغة العربية أين جاء استخدام اللغة العربية

الفصحى متوسطا بنسبة 33.33% كما نسجل انعدام استخدام اللغة الانجليزية عند جميع التخصصات باستثناء قسم اللغات الأجنبية

جدول رقم 19يبين درجة التزام طلبة الجامعة بقواعد اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

الجنس	ذكـــــور		إناث		المجموع الكلي	
درجة الالتزام بقواعد اللغة	ت	%	ت	%	ت	%
ألتزم دائما	06	10	13	14.44	19	12.66
ألتزم أحيانا	18	30	26	28.88	44	29.33
نادرا ما ألتزم	24	40	30	33.33	54	36
لا ألتزم مطلقا	12	20	21	23.33	33	22
المجموع	60	100	90	100	150	100

يتبين من خلال الجدول التزام الطلبة الجامعيين باللغة المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاء ضعيف حيث صرح حوالي 36% من أفراد العينة أنهم نادرا ما يلتزمون بقواعد اللغة أما 22% فقد أجابوا نهم لا يلتزمون مطلقا بقواعد اللغة وهي نسب تؤكد إهمال الطلبة لقواعد اللغة وهذا ما يؤدي إلى تدني المستوى اللغوي للطالب الجامعي ومنه التحصيل العلمي في حين أكد 12% فقط أنهم يلتزمون بقواعد اللغة دائما أما 29% فقد أجابوا أنهم يلتزمون بقواعد اللغة أحيانا.

وعند قراءة النتائج حسب متغير الجنس نجد أن 40% من الذكور نادرا ما يلتزمون بقواعد اللغة في حين النسبة عند الإناث تبلغ33% في حين جاءت بقية الإجابات الأخرى متقاربة وهو ما يعني انه لا توجد فروق كبيرة بين الجنسين.

جدول رقم20يبين درجة التزام طلبة الجامعة بقواعد اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص

التخصص / درجة الالتزام بقواعد اللغة	قسم علوم الإعلام والاتصال		قسم العلوم الإنسانية		قسم العلوم الاجتماعية		قسم اللغة العربية		قسم اللغات الأجنبية		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ألتزم دائما	02	6.66	04	13.33	03	10	06	20	06	20	19	12.66
ألتزم أحيانا	09	30	07	23.33	9	30	07	23.33	11	36.66	44	29.33
نادرا ما ألتزم	07	23.33	13	43.33	10	33.33	14	46.66	10	33.33	54	36
لا ألتزم مطلقا	12	40	06	20	08	26.66	03	10	03	10	33	22
المجموع	30	100	30	100	30	100	30	100	30	100	150	100

جاءت نتائج درجة التزام الطلبة بقواعد اللغة حسب متغير التخصص متباينة حيث نلاحظ أن طلبة قسم اللغات الأجنبية أكثر ميلا إلى الالتزام بقواعد اللغة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاءت نسبة الطلبة الذين يلتزمون بقواعد دائما بحوالي 20% و نسبة 36% أحيانا ما يلتزمون بقواعد اللغة في حين أن 33% أجابوا أنهم نادرا ما يلتزمون بقواعد اللغة. أما اكبر نسبة للذين نادرا ما يلتزمون بقواعد اللغة فسجلت عند طلبة قسم اللغة العربية بحوالي 46 % وبعدها طلبة قسم العلوم الاجتماعية. أما بالنسبة للطلبة الذين لا يلتزمون مطلقا بقواعد اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي فجاءت عند قسم علوم الإعلام والاتصال بحوالي40 % وبصفة عامة نلاحظ أن هناك تباين في درجة الالتزام بقواعد اللغة بين طلبة الأقسام المدروسة. ومنه نستنتج أن طلبة قسم اللغات الأجنبية أكثر التزاما بقواعد اللغة التي يستخدمونها عبر مواقع التواصل ورغبتهم في إتقان اللغات الأجنبية بطريقة سليمة وصحيحة.

جدول رقم 21 يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين المستوى اللغوي لدى طلبة الجامعة حسب متغير الجنس

الجنس / درجة المساهمة	ذكـــــور		إناث		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%
ساهمت كثيرا	12	20	20	22.22	32	21.33
ساهمت نوعا ما	28	46.66	43	47.77	71	47.33
لم تساهم مطلقا	20	33.33	27	30	47	31.33
المجموع	60	100	90	100	150	100

من خلال الجدول نلاحظ أن حوالي 47 % من مجموع الطلبة الخاضعين للدراسة أجابوا أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت نوعا ما في تحسين مستواهم اللغوي أما 31% منهم فقد أكدا أن هذه المواقع لم تساهم مطلقا في تحسين المستوى اللغوي لديهم في حين يرى 21% من الطلبة أن هذه المواقع ساهمت كثيرا في تحسين المستوى اللغوي.

وعند قراءة النتائج حسب متغير جنس لا نجد فروق كبيرة بين الذكور والإناث في مدى مساهمة مواقع التواصل في تحسين المستوى اللغوي بل كانت النتائج متقاربة بشكل كبير وجاءت مشابهة للنتائج العامة من حيث النسب والترتيب.

جدول رقم 22 يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين المستوى اللغوي لدى طلبة الجامعة حسب متغير التخصص

التخصص / درجة المساهمة	قسم علوم الإعلام والاتصال		قسم العلوم الإنسانية		قسم العلوم الاجتماعية		قسم اللغة العربية		قسم اللغات الأجنبية		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ساهمت كثيرا	06	20	05	16.66	04	13.33	05	16.66	12	40	32	21.33
ساهمت نوعا ما	11	36.66	14	46.66	16	53.33	15	50	15	50	71	47.33
لم تساهم مطلقا	13	43.33	11	36.66	11	36.66	10	33.33	03	10	47	31.33
المجموع	30	100	30	100	30	100	30	100	30	100	150	100

يتضح لنا من خلال الجدول أن النسبة الأكبر من الطلبة الذين أكدوا أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت كثيرا في تحسين المستوى اللغوي لديهم هم طلبة قسم اللغات الأجنبية وهذا بنسبة 40% وهو يؤكد أن طلبة هذا القسم استفادوا كثيرا من هذه التقنية للتعلم لغات جديدة وهذا عبر الاشتراك مع الصفحات والمجموعات المهتمة بتعليم اللغات الأجنبية في حين أجاب 50% من طلبة هذا القسم أنها ساهمت نوعا ما في تحسين المستوى اللغوي لديهم أما 10% فرأت أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تساهم مطلقا في تحسين مستواها اللغوي أما بالنسبة لقسم علوم الإعلام والاتصال فقد أجاب 43% من الطلبة أن مواقع التواصل لم تساهم مطلقا في تحسين المستوى اللغوي في حين يرى 36% منهم أنها ساهمت نوعا ما وجاءت نتائج بقية الأقسام متقاربة إذ ترى الأغلبية من طلبة الأقسام أن مواقع التواصل ساهمت نوعا ما في تحسين المستوى اللغوي.

جدول رقم 23 يبين نسبة الطلبة الذين لديهم اشتراكات مع الصفحات والمجموعات التي تهتم بتعليم اللغات الأجنبية حسب متغير الجنس

الجنس	ذكـــــور		إناث		المجموع الكلي	
هل لديك اشتراك؟	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	30	50	45	50	75	50
لا	30	50	45	50	75	50
المجموع	60	100	90	100	150	100

تبين لنا من خلال الجدول أن هناك تساوي في النتائج العامة بين الطلبة الذين لديهم اشتراكات في الصفحات والمجموعات التي تهتم بتعليم اللغات الأجنبية إذ جاء ت النسبة متساوية بـ 50% بالنسبة للطلبة الذين لديهم اشتراكات و 50% للذين لا يمتلكون اشتراكات مع هذه الصفحات

جاءت النتائج حسب متغير الجنس متساوية إذ أن 50% من الذكور والإناث يمتلكون اشتراكات مع صفحات تعليم اللغات الأجنبية في حين أن النصف الآخر من الذكور والإناث لا يمتلكون اشتراكات مع هذه الصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 24 يبين نسبة الطلبة الذين لديهم اشتراكات مع الصفحات والمجموعات التي تهتم بتعليم اللغات الأجنبية حسب متغير التخصص

القسم هل لديك اشتراك؟	قسم علوم الإعلام والاتصال		قسم العلوم الإنسانية		قسم العلوم الاجتماعية		قسم اللغة العربية		قسم اللغات الأجنبية		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	10	33.33	11	36.66	17	56.66	11	36.66	25	83.33	75	50
لا	20	66.66	19	63.66	13	43.33	19	63.66	05	16.66	75	50
المجموع	30	100	30	100	30	100	30	100	30	100	150	100

يتضح لنا من خلال قراءة النتائج حسب متغير التخصص أن الأغلبية الساحقة من طلبة قسم اللغات الأجنبية يملكون اشتراكات مع صفحات تعليم اللغات الأجنبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا بنسبة تتعدى 83 % وهو أمر طبيعي لأن هذه الصفحات تسهل لهم تعلم اللغة الأجنبية وتساعدهم في دراستهم الجامعية عن طريق تقديم مختلف الدروس والقواعد من اجل إتقان اللغة المدروسة، في حين أن الأقلية هي التي لا تمتلك اشتراكات مع هذه الصفحات بنسبة 16% في حين أن أغلبية طلبة قسم الأخرى لا يمتلكون اشتراكات مع هذه الصفحات بنسبة تراوحت بين 56 % 66 % وهوا ما يؤكد إهمال طلبة هذه الأقسام تعلم اللغات الأجنبية وهو أمر مؤسف لأن هذا لا يمكن أن يكون في صالح الطلبة أنفسهم أو في صالح الجامعة لأن تعلم اللغات أصبح ضرورة خاصة في ظل عصر العولمة والتكنولوجيا، خاصة بالنسبة للطلبة الجامعيين.

المبحث الرابع: كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على استخدام اللغة العربية عند الطلبة الجامعيين

جدول رقم 25 يوضح مدى تفضيل طلبة الجامعة التحاور مع أشخاص يستخدمون العربية الفصحى في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

الجنس	ذكـــــور		إناث		المجموع الكلي	
درجة التفضيل	ت	%	ت	%	ت	%
كثيرا	08	13.33	16	17.77	24	16.00
قليلا	42	70	59	65.66	101	67.33
لا أفضل مطلقا	10	16.66	15	16.66	25	16.66
المجموع	60	100	90	100	150	100

نجد من خلال الجدول أن الطلبة الجامعيين قليلا ما يفضلون التحاور مع أشخاص يستخدمون العربية الفصحى وهذا بنسبة كبيرة حوالي 67% في حين ان33. 16% من الطلبة المبحوثين لا يفضلون مطلقا التحاور مع أشخاص يستخدمون العربية الفصحى أما النسبة الباقية والمقدرة بـ 16% تفضل كثيرا التحاور مع هؤلاء الأشخاص.

أما عند قراءة النتائج حسب متغير الجنس نجد فرق طفيف بين الذكور والإناث في درجة تفضيل التحاور مع أشخاص يستخدمون العربية الفصحى عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن 70 % من الذكور يفضلون قليلا التحاور مع أشخاص يستخدمون الفصحى في حين نجد النسبة اقل عند الإناث بحوالي65% أما نتائج الإجابات الأخرى فكانت متقاربة، ومنه نستنتج أن أغلبية الطلبة المبحوثين ينفرون من استعمال اللغة العربية الفصحى عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم 26 يوضح مدى تفضيل طلبة الجامعة التحاور مع أشخاص يستخدمون العربية الفصحى في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص

القسم / درجة التفضيل	قسم علوم الإعلام والاتصال		قسم العلوم الإنسانية		قسم العلوم الاجتماعية		قسم اللغة العربية		قسم اللغات الأجنبية		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
كثيرا	03	10	05	16.66	05	16.66	08	26.66	03	10	24	16
قليلا	21	70	22	73.33	19	63.33	17	56.66	22	73	101	67.33
لا أفضل مطلقا	06	20	03	10	06	20	05	16.66	05	16	25	16.66
المجموع	30	100	30	100	30	100	30	100	30	100	150	100

من خلال الجدول نلاحظ أن طلبة قسم اللغة العربية أكثر ميلا للتحاور باللغة العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ولو بنسبة بسيطة تقدر بحوالي 26% وهي نسبة متوسطة مقارنة مع نتائج طلبة الأقسام الأخرى فالاتجاه الغالب عند جميع التخصصات هو عدم تفضيل التحاور باللغة الفصحى عبر مواقع التواصل ولو أن نسبة عدم التفضيل الأكبر سجلت عند طلبة قسم اللغات الأجنبية بحوالي 73%، حيث أن طلبة هذا القسم يفضلون التحاور مع أشخاص يستخدمون اللغات الأجنبية مثل استخدام اللغة الفرنسية والانجليزية.

جدول رقم 27 يبين مدى اهتمام طلبة الجامعة بتحسين وتطوير استخدام اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

الجنس	ذكـــــور		إناث		المجموع الكلي	
الإجابة	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	40	66.66	69	76.66	109	72.66
لا	20	33.33	21	23.33	41	27.33
المجموع	60	100	90	100	150	100

يتبين لنا من خلال الجدول أن أغلبية الطلبة الجامعيين لديهم بتحسين استخدام اللغة العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهو أمر جيد ويدعو للتفاؤل بمستقبل اللغة العربية لان أي لغة لا تقوم ولا ترتقي إلا بسواعد أبنائها واهتمامهم بها وهذا يعني أن هناك غيرة على اللغة العربية لدى الطلبة وأنهم سيعملون مستقبلا من اجل النهوض بها وجعلها في مصاف اللغات إذ أن 72% من الطلبة الذين شملتهم العينة أكدوا اهتمامهم بتحسين استخدام اللغة العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حين أن نسبة 27% أجابوا بانت ليس لديهم اهتمام بتحسين استخدام اللغة العربية.

وعند قراءة النتائج حسب متغير الجنس نجد أن الإناث لديهن اهتمام بتحسين استخدام اللغة العربية عبر مواقع التواصل اكبر قليلا من الذكور إذ أن 76% من الإناث لديهن اهتمام بتحسين استخدام اللغة العربية في حين أن النسبة لدى الذكور تقدر بحوالي 66%.

جدول رقم 28 يبين مدى اهتمام طلبة الجامعة بتحسين وتطوير استخدام اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص

التخصص / الإجابة	قسم علوم الإعلام والاتصال		قسم العلوم الإنسانية		قسم العلوم الاجتماعية		قسم اللغة العربية		قسم اللغات الأجنبية		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	17	56.6	22	73.33	22	73.33	25	83.3	23	76.66	109	72.66
لا	13	43.3	08	26.66	08	26.66	05	16.6	07	23.33	41	27.33
المجموع	30	100	30	100	30	100	30	100	30	100	150	100

يتضح لنا من خلال الجدول أن طلبة قسم اللغة العربية هم الأكثر اهتماما بتحسين استخدام اللغة العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا بنسبة 83%، وهذا أمر طبيعي لان اللغة عنصر من عناصر الهوية وأي فرد يريد تحسين اللغة الأم التي اكتسبها من الآباء والأجداد وجاءت نتائج الأقسام الأخرى متقاربة فمعظم الطلبة لديهم اهتمام بتحسين استخدام اللغة العربية باستثناء طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال إذ سجلنا ارتفاع في نسبة الطلبة الذين ليس لديهم اهتمام بتحسين استخدام اللغة العربية وهذا بنسبة 43% وهو أمر غير مبرر خاصة وأن طلبة هذا القسم يدرسون كل المناهج الجامعية بالعربية الفصحى.

جدول رقم 29 يوضح درجة مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين مستوى اللغة العربية عند طلبة الجامعة حسب متغير الجنس

الجنس	ذكـــــور		إناث		المجموع الكلي	
درجة المساهمة	ت	%	ت	%	ت	%
ساهم كثيرا	07	11.66	15	16.66	22	14.66
ساهم نوعا ما	23	38.33	37	41.11	60	40
لم يساهم مطلقا	14	23.33	24	26.66	38	25.33
أثر بشكل سلبي	16	26.66	14	15.55	30	20
المجموع	60	100	90	100	150	10

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 40% من الطلبة المبحوثين يرون أن استخدامهم لمواقع التواصل ساهم نوعا ما في تحسين مستوى اللغة العربية لديهم أما 25% يرون عكس ذلك أي أنها لم تساهم مطلقا في تحسين مستوى اللغة العربية لديهم. في حين أن نسبة 20 % من الطلبة المبحوثين أجابوا أن مواقع التواصل أثرت بشكل سلبي على مستوى اللغة العربية لديهم أما النسبة الأضعف من الطلبة هي التي ترى بأن مواقع التواصل الاجتماعي سامت كثيرا في تحسين مستوى اللغة العربية لديها اذ جاءت نسبتها بحوالي 14%.

أما عند قراءة النتائج حسب متغير الجنس فلا نجد تباين واضح في النتائج المسجلة لدى الذكور والإناث إذ جاءت النسب متقاربة لدى الجنسين ومشابهة للنتائج العامة.

جدول رقم 30 يوضح درجة مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين مستوى اللغة العربية عند طلبة الجامعة حسب متغير التخصص

التخصص / درجة المساهمة	قسم علوم الإعلام والاتصال		قسم العلوم الإنسانية		قسم العلوم الاجتماعية		قسم اللغة العربية		قسم اللغات الأجنبية		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ساهم كثيرا	02	6.66	06	20	05	16.66	06	20	03	10	22	14.66
ساهم نوعا ما	09	30	13	43.33	10	33.33	12	40	16	53.33	60	40
لم يساهم مطلقا	09	30	07	23.33	06	20	09	30	07	23.33	38	25.33
أثر بشكل سلبي	10	33.33	04	13.33	09	30	03	10	04	13.33	30	20
المجموع	30	100	30	100	30	100	30	100	30	100	150	100

عند قراءة النتائج حسب متغير التخصص نجد أن طلبة قسم اللغات الأجنبية هم الذين أجابوا بنسبة كبيرة أن مواقع التواصل الاجتماعي سامت نوعا ما في تحسين اللغة العربية لديهم وهذا بنسبة 53% ونسبة 40% من طلبة قسم اللغة العربية أكدوا أن هذه المواقع ساهمت نوعا ما في تحسين مستوى اللغة العربية لديهم كذلك نلاحظ أن نسبة 33% أكدوا أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت بشكل سلبي على مستوى اللغة العربية لديهم.

جدول رقم 31 يبين درجة الصعوبة التي يجدها الطلبة الجامعيون في استعمال اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

الجنس	ذكـــــور		إناث		المجموع الكلي	
درجة الصعوبة	ت	%	ت	%	ت	%
لا أجد دائما	12	20	25	27.77	37	24.66
أجد أحيانا	23	38.33	40	44.44	63	42
أجد دائما	25	41.66	25	27.77	50	33.33
المجموع	60	100	90	100	150	100

يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن فئة كبيرة من طلبة العينة المدروسة تجد صعوبة في استعمال اللغة العربية عبر مواقع التوصل الاجتماعي إذ أجاب 42% من الطلبة المبحوثين أنهم يجدون أحيانا صعوبة في استخدام اللغة العربية أما نسبة 33% أكدوا أنهم يجدون دائما صعوبة في استخدام اللغة العربية وهو ما يؤكد أن هناك ضعف في مستوى اللغة العربية لدى الطلبة الجامعيين وهو يعود إلى عدم التحكم في قواعد اللغة التي يرى البعض أنها صعبة ومعقدة وأيضا وجود عائق تقني حيث هناك بعض الأجهزة الالكترونية مثل الحواسيب والهواتف الذكية لا تتضمن برمجة باللغة العربية وهو ما يضطر مستعمليها إلى استخدام اللغة الفرنسية أو الانجليزية ، أما البعض الأخر فيرى أن المناهج التعليمية غير مفيدة في طريقة تعليم اللغة العربية عكس ما نجده في طرق تعلم اللغات الأجنبية. أما نسبة 24% فقد أكدت أنها لا تجد دائما صعوبة في استعمال اللغة العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وعند إدخال متغير الجنس نجد أن 44% من الإناث يجدن صعوبة في استخدام اللغة العربية وهي نسبة مرتفعة قليلا مع نسبة المسجلة عند الذكور والتي تقدر بحوالي38% في حين كانت نسبة الذكور الذين يجدون دائما صعوبة في استخدام اللغة العربية مرتفعة مقارنة بالنسبة للنسبة التي نجدها عند الإناث إذ أن 41% من الطلبة الذكور يجدون دائما صعوبة في استخدام العربية أما النسبة عند الطالبات فتقدر بحوالي27% وهو ما يعني أن هناك اختلاف في النتائج المسجلة عند الجنسين.

جدول رقم 32 يبين درجة الصعوبة التي يجدها الطلبة الجامعيون في استعمال اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص

التخصص / درجة الصعوبة	قسم علوم الإعلام والاتصال		قسم العلوم الإنسانية		قسم العلوم الاجتماعية		قسم اللغة العربية		قسم اللغات الأجنبية		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
لا أجد دائما	06	20	08	26.66	10	33.33	06	20	07	23.33	37	24.66
أجد أحيانا	14	46.66	11	36.66	13	43.33	08	26.66	17	56.66	63	42
أجد دائما	10	33.33	11	36.66	07	23.33	16	53.33	06	20	50	33.33
المجموع	30	100	30	100	30	100	30	100	30	100	150	100

عند قراءة النتائج حسب متغير التخصص نجد أن هناك تقارب في النتائج بين جميع الأقسام المدروسة إذ تراوحت نسبة الطلبة الذين لا يجدون دائما صعوبة في استخدام اللغة العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين 20%و33% عند كل الأقسام أما للذين يجدون دائما صعوبة فقد كانت نسبتهم بين33% و53% وهي نتائج مشابهة لتلك المسجلة حسب متغير الجنس.

جدول رقم 33 يبين نسبة الطلبة الذين يكتبون حروف اللغة العربية بطريقة صحيحة خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

الجنس / الإجابة	ذكـــــور		إناث		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	24	40	32	35.55	56	37.33
لا	36	60	58	64.55	94	62.66
المجموع	60	100	90	100	150	100

يتضح لنا من خلال الجدول أن هناك نسبة كبيرة من الطلبة الجامعيين الذين شملتهم الدراسة لا يكتبون حروف اللغة العربية بطريقة صحيحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا بنسبة كبيرة تقدر بحوالي 62% وهو أمر يدعو إلى القلق على مستوى اللغة العربية لدى الطلبة خاصة وأنهم سيتخرجون ومنهم من يصبح أستاذا أو موظفا أو صحفيا ، إذ كيف لطالب لا يكتب اللغة العربية بطريقة صحيحة سوف يعلم تلميذا اللغة الصحيحة أو يحرر خبرا خالي من الأخطاء النحوية والتعبيرية، في حين أن 37% فقط يكتبون الحروف العربية بطريقة صحيحة.

وعند قراءة النتائج حسب متغير الجنس نجد نتائج الجنسين متقاربة إلى حد كبير فأغلبية الذكور والإناث لا يكتبون حروف اللغة العربية بطريقة صحيحة.

جدول رقم 34 يبين نسبة الطلبة الذين يكتبون حروف اللغة العربية بطريقة صحيحة خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص

التخصص / الإجابة	قسم علوم الإعلام والاتصال		قسم العلوم الإنسانية		قسم العلوم الاجتماعية		قسم اللغة العربية		قسم اللغات الأجنبية		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	09	30	11	36.66	13	43.33	14	46.66	09	30	56	37.33
لا	21	70	19	63.33	17	56.66	16	53.33	21	70	94	62.66
المجموع	30	100	30	100	30	100	30	100	30	100	150	100

تبين لنا عند قراءة الجدول حسب متغير التخصص أن طلبة قسم اللغة العربية هم الأكثر الطلبة الذين يكتبون حروف اللغة العربية بطريقة صحيحة حيث أن 46% من طلبة هذا القسم يكتبون بطريقة صحيحة في حين تنخفض هذه النسبة بصفة لدى طلبة الأقسام الأخرى المدروسة فهي لا تتعدى نسبة 30 % عند طلبة قسم اللغات الأجنبية وقسم علوم الإعلام والاتصال وبالتالي فان أغلبية طلبة الأقسام المدروسة لا يكتبون الحروف العربية بطريقة صحيحة وهذا يودي إلى التأثير على مستوى اللغة العربية لدى الطلبة وعلى التحصيل العلمي ويضاعف الأخطاء اللغوية في كتابات حيث هناك عدد من الطلبة من يدخل كلمات من اللهجة العامية في كتابته ويعتقد أنها من الفصحى وهذا يؤدي إلى ركاكة الأسلوب التعبيري.

نتائج الدراسة

توصلت هذه الدراسة الميدانية إلى مجموعة مهمة من النتائج ، والإجابة على الإشكالية المطروحة في البداية والمتعلقة بمدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على استخدام اللغة العربية عند طلبة جامعة المدية ، وتقديم إجابات للتساؤلات الفرعية المنضوية تحت السؤال الرئيسي، ويمكن توضيح هذه النتائج –في النقاط الآتية:

1 – الحاجات والدوافع التي تكمن وراء استخدام الطلبة لمواقع التوصل الاجتماعي

–تبين لنا أن الأغلبية الساحقة لطلبة العينة المدروسة يستخدمون موقع الفايسبوك للتواصل، ويعود السبب إلى سهولة الاستخدام والانتشار الواسع لهذا الموقع بين جميع الأفراد. وكذلك وجود عروض ترويجية من قبل متعاملي الهاتف النقال في الجزائر حيث يمكن لأي فرد الاستفادة من خدمات الفايسبوك بسعر مناسب لا يتعدى 30دج في اليوم وكذا تطور تقنيات الهاتف النقال أو ما يعرف بالهاتف الذكي.

– توصلت الدراسة إلى أن الوقت المفضل عند الطلبة الجامعيين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كان مساء وليلا إلا أن الطلبة الذكور يميلون أكثر لاستخدام مواقع التواصل ليلا في حين تفضلن الطالبات المساء.

– جاءت نتائج الوقت المفضل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص متقاربة إذ أن أغلبية طلبة الأقسام المدروسة يفضلون وقت المساء والليل.

– كشفت هذه الدراسة الميدانية أن هناك دوافع مختلفة لاستخدام مواقع التواصل إلا أن الدافع الأهم كان التسلية في حين كان دافع التثقيف والبحث عن المعلومات ضعيفا. وهو ما يعني أن استخدام الفايسبوك لدى الطلبة الجامعيين مازال بعيدا عن الأمور التعليمية والمتعلقة بالبحث العلمي والدراسة كما أن هناك بعض الطلبة من يستخدمون هذه المواقع للهروب من الواقع خاصة الطالبات.

– خلصت الدراسة إلى أن هناك مواضيع مختلفة مفضلة لدى الطلبة الجامعيين وجاءت المواضيع الرياضية الأكثر تفضيلا عند الطلبة الذكور في حين أن المواضيع المفضلة لدى الإناث كانت الاجتماعية ثم المواضيع الدينية أما حسب متغير التخصص فقد سجلنا اهتمام طلبة قسم اللغات الأجنبية بالمواضيع العلمية وتفضيل طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال المواضيع الاجتماعية والثقافية .

– توصلت الدراسة إلى أن الخدمات المستخدمة بكثرة في مواقع التواصل الاجتماعي من طرف طلبة جامعة المدية كانت خدمة الدردشة، وهو ما يعني أن هذه المواقع أصبحت أداة مهمة للتواصل والتحاور بين الطلبة وجاءت خدم التعليق في المركز الثاني، كما أظهرت النتائج أن الذكور أكثر استخداما للدردشة من الإناث.

كشفت الدراسة أن أغلبية طلبة الجامعة يعبرون بحرية حسب طبيعة الموضوع وهو ما يعني أن هناك مواضيع يستطيع فيها الطالب بكل حرية في حين هناك مواضيع يكون فيها سقف الحرية منخفضا، وجاءت النتائج حسب متغير الجنس متباينة حيث أن الذكور أكثر ميلا للتعبير بحرية من الإناث.

–تبين من خلال الدراسة أن الوسيلة المفضلة لدى طلبة العينة للتعبير عن أفكارهم هي الكتابة والصورة معا وهذا عند الذكور والإناث وجميع الأقسام.

- 2–**طبيعة اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة المدية**

اتضح من خلال الدراسة الميدانية أن استخدام اللغة العربية الفصحى كان ضعيفا جدا وكانت العامية بخط عربي والعامية بخط لاتيني هي السائدة، واحتلت اللغة الفرنسية المرتبة الثالثة وقبل اللغة العربية، وهو أمر محزن ومؤسف كون لغة أجنبية تأتي قبل اللغة الوطنية والرسمية وفي وسط أفراد جامعيين متعلمين. كما تبين أن هناك استخدام ضعيف للغة الانجليزية خاصة وأنها لغة العلم والتكنولوجيا الحديثة ومعظم البحوث العلمية تنشر بهذه اللغة.

جاء استخدام اللغة الفرنسية لدى طلبة قسم اللغات الأجنبية في المرتبة الأولى ، وهو أمر طبيعي طالما أنهم يدرسون باللغة الفرنسية وهذا الاستعمال يكون من أجل تحسين المستوى اللغوي والتعود عليها، واكتشفنا أن استعمال اللغة العربية الفصحى لدى طلبة قسم اللغة العربية كان ضعيفا رغم تخصصهم فيها،أما عند طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال وقسم العلوم الإنسانية وقسم العلوم الاجتماعية فكان استخدام العربية ضعيفا جدا .

كشفت نتائج الدراسة أن غالبية الطلبة المبحوثين لا يلتزمون بقواعد اللغة المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واتضح أن هناك تهاون في احترام قواعد اللغة وهو ما يؤثر على المستوى اللغوي وبالتالي التعليمي للطالب الجامعي بصفة عامة لأن التعود على اللغة غير المضبوطة يساهم في تدني المستوى اللغوي.

تبين عند قراءة النتائج حسب متغير التخصص أن طلبة قسم اللغات الأجنبية أكثر التزاما بقواعد اللغة مقارنة مع طلبة الأقسام الأخرى.

اتضح من خلال النتائج أن نسبة 47%من طلبة عينة الدراسة يرون أن مواقع التواصل سامت نوعا ما في تحسين المستوى اللغوي لديهم أما نسبة 33% منهم فترى أنها لم تساهم مطلقا في تحسين مستواها اللغوي.

جاءت نتائج دراسة مدى مساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين المستوى اللغوي للطلبة متباينة حسب متغير التخصص، حيث أن نسبة 40% من طلبة قسم اللغات الأجنبية يرون أن هذه المواقع ساهمت كثيرا في تحسين مستواهم اللغوي ، في حين أن نسبة 53% من طلبة قسم اللغة العربية ساهمت نوعا ما في تحسين مستواهم اللغوي أما عند طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال فكانت نسبة 43% منهم أجابت أن هذه المواقع لم تساهم مطلقا في تحسين مستواها اللغوي

–تبين من خلال الدراسة الميدانية أن هناك تساوي في نسبة الطلبة الذين يملكون اشتراكات مع صفحات ومجموعات تعليم اللغات الأجنبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن نسبة 50% من طلبة العينة يملكون اشتراكات مع هذه الصفحات أما النصف الباقي فلا يملك اشتراكات كما كانت النتائج متساوية حسب متغير الجنس . أما حسب متغير التخصص فاتضح أن أغلبية طلبة قسم اللغات الأجنبية يملكون اشتراكات مع هذه الصفحات وهو ما يؤكد اهتمام طلبة هذا القسم بتحسين مستواهم في اللغات الأجنبية والاستفادة من الخدمات المقدمة في مجال تعلم اللغات الأجنبية في حين أغلبية طلبة قسم اللغة العربية لا يملكون اشتراكات مع هذه الصفحات وهو ما يؤكد إهمال طلبة هذا القسم تعلم اللغات الأجنبية وهي نفس الملاحظة التي نسجلها عند طلبة الأقسام الأخرى المدروسة وهو أمر مؤسف لأن تعلم اللغات الأجنبية أصبح ضروري في ظل العولمة والتطورات التكنولوجية المتلاحقة التي تفرض على الطالب الانفتاح على اللغات الأجنبية خاصة الانجليزية التي أصبحت لغة العلم والبحوث في مختلف المجالات.

3– كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على استخدام اللغة العربية عند الطالب الجامعي

كشفت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من الطلبة المبحوثين لا يفضلون التحاور مع أشخاص يستخدمون اللغة العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا دليل على أن طلبة الجامعة ينفرون من استخدام اللغة العربية ويفضلون استخدام اللغة الهجينة التي تمزج بين كلمات عامية وأخرى فرنسية وأخرى عربية ومكتوبة بخط لاتيني ولا تحترم القواعد اللغوية.

كما تبين من خلال النتائج أن طلبة قسم اللغات الأجنبية وقسم العلوم الإنسانية وطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال هم أكثر الطلبة نفورا من استخدام اللغة العربية حين تقل هذه النسبة عند طلبة قسم اللغة العربية.

أظهرت نتائج الدراسة أن الأغلبية الساحقة من طلبة العينة لديهم اهتمام بتحسين استخدام اللغة العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو أمر جيد ويدعو للتفاؤل ويؤكد على غيرة الطلبة على لغتهم الأم وتوفر النية الحسنة من أجل التقدم بهذه اللغة إلى مكانتها الطبيعية، كما تبين أن نسبة الإناث الذين لديهم اهتمام بهذا التحسين أكثر من الذكور ولو بنسبة قليلة .

اتضح من خلال متغير التخصص أن طلبة قسم اللغة العربية هم الأكثر اهتماما بتحسين استخدام اللغة العربية في حين كان أدنى اهتمام عند طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.

أما في الأمر المتعلق بمدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين مستوى اللغة العربية عند الطالب الجامعي فأجاب 40 % من الطلبة المبحوثين أن هذه المواقع ساهمت نوعا ما في هذا التحسين في حين يرى 25% منهم أنها لم تساهم مطلقا أما نسبة 20 % فترى أن هذه المواقع أثرت بشكل سلبي على مستوى اللغة العربية لديها

كما كشفت نتائج الدراسة حسب متغير التخصص أنه لا توجد فروق في درجة مساهمة مواقع التواصل في تحسين مستوى اللغة العربية عند طلبة التخصصات المدروسة حيث جاءت النتائج متقاربة لكل الأقسام.

اتضح لنا أن هناك نسبة 42% من الطلبة المبحوثين يجدون صعوبة أحيانا في استعمال اللغة العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أكد 33% من الطلبة المبحوثين أنهم يجدون صعوبة دائما في استعمالها. كما كشفت الدراسة أن طلبة قسم اللغات الأجنبية هم أكثر الطلبة الذين يجدون صعوبة في استعمال اللغة العربية وهذا بنسبة 56 %.

تبين من خلال الدراسة أن أغلبية الطلبة المبحوثين لا يكتبون الحروف العربية بطريقة صحيحة عند استخدامهم لمواقع التواصل في حين أن 37 % يكتبونها بطريقة صحيحة وجاءت النتائج حسب متغير الجنس متقاربة فكل من الذكور والإناث لا يكتبون حروف اللغة العربية بطريقة صحيحة، أما من خلال متغير التخصص فنجد أن 46% من طلبة اللغة العربية يكتبونها بطريقة صحيحة أما 70% من طلبة قسم اللغات الأجنبية وطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لا يكتبونها بطريقة صحيحة ونسبة 63% من طلبة قسم العلوم الإنسانية لا يكتبونها بطريقة صحيحة.

كما تبين لنا من خلال هذه الدراسة أن هناك نسبة من الطلبة المبحوثين يجدون صعوبة في كتابة بعض الحروف العربية ومن بعض هذه الحروف الهمزة حيث هناك من الطلبة لا يفرقون بين همزة الوصل وهمزة

القطع ومتى تكتب الهمزة على السطر أو النبرة أو على الواو وهناك من لا يفرق بين حرف الضاد (ض) والظاء (ظ) ومن الأمور التي كشفت عنها الدراسة لجوء بعض الطلبة إلى استخدام الأرقام بدل الحروف حيث يستبدلون حرف الحاء بالرقم 7وحرف العين بالرقم 3 وحرف القاف بالرقم 9 وهذا عند استعمال الحرف اللاتيني حيث هناك حروف عربية ليس لها مقابل في الحرف اللاتيني فيلجا الطلبة إلى استخدام الأرقام والرموز مكانها، وهو ما يؤدي إلى نشوء لغة جديدة وهجينة تمزج بين الحروف والأرقام والرموز، وفي بعض الهواتف والأجهزة الالكترونية تكون فيها اللغة العربية غير مبرمجة فيضطر مستخدمها إلى استعمال اللغة الفرنسية أي أن المشكل تقني وهو ما يستدعى منا جميعا العمل على مواكبة التكنولوجيا الجديدة وتكيفها مع اللغة العربية خاصة أولئك المبدعين في مجال الإعلام الآلي لتصميم برامج وتطبيقات تسمح باستعمال اللغة العربية وتطويرها.

خـــاتـــــمـــــة

لقد كان للعولمة مظاهر عديدة لعل أبرزها وأخطرها العولمة الثقافية ، ولا شك أن العولمة الثقافية أشد خطرا من العولمة الاقتصادية، على أساس أن الفكر هو المؤثر الأول في سلوك الإنسان وحياته، وكانت اللغة العربية من أكثر المتأثرين بالعولمة الثقافية حيث تعرضت إلى العديد من الهجمات لتشويه سمعتها والتشكيك في قدرتها على الإبداع ومواكبة التطورات التقنية والعلمية في مختلف المجالات، ومع بروز ظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت اللغة العربية تعاني من الضعف والتدهور في استخدامها وانتهاك بعض خصوصياتها وكثرت الأخطاء التي ترتكب في حقها نتيجة استخدام هذه المواقع والشبكات، وهو ما سعينا إلى الكشف عنه وتوضيحه من خلال هذه الدراسة الميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين الذين شملتهم الدراسة، باعتبار طالب اليوم هو رجل الفكر والنهضة والإبداع غدا ، والعماد الذي تبنى عليه الدول.

تعتبر التسلية هي أهم دافع لدى طلبة الجامعة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتبين أن الطلبة لا يهتمون كثيرا بالتثقيف والبحث عن المعلومات، حيث احتلت الدردشة حيزا كبيرا في الخدمات المستخدمة بكثرة عبر هذه الشبكات،من أجل التواصل مع الأهل والأصدقاء بعيدا عن الأمور التعليمية والمتعلقة بالبحث العلمي الذي يمكن الطالب من التطور والتحسين في مستواه التعليمي، أما عن مكانة استخدام اللغة العربية عبر مواقع التواصل فجاء ضعيفا جدا مقارنة مع العامية والفرنسية، وهو ما يدفعنا إلى دق ناقوس الخطر حول مستقبل اللغة العربية حيث هناك العديد من الطلبة الذين يرتكبون الأخطاء اللغوية وهو ما يساهم في تدهور المستوى التعليمي لديهم باعتبار اللغة الأداة الرئيسية في **اكتساب** العلم والمعرفة.

إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى التأثير على طريقة كتابة اللغة العربية حيث نجد العديد من الطلبة الجامعيين يكتبون اللغة العربية بالحروف اللاتينية ويستعينون بالأرقام والرموز مكان الحروف العربية وهو ما أدى إلى نشوء لغة جديدة هجينة غير مضبوطة ويصعب فهمها من طرف الآخرين لأنها عبارة عن رموز مشتركة بين مستخدميها وغير معروفة ، وتعتبر هذه الدراسة خطوة تحتاج إلى المزيد من الدراسات الأخرى لان البحث العلمي عبارة عن عمل متواصل وجهود متلاحقة للوصل إلى نتائج مفيدة من أجل دراسة هذه الظاهرة الحديثة وإيجاد الحلول اللازمة لها لإعادة اللغة العربية إلى مكانتها السابقة لأنه لا يمكن لأي أمة أن تتطور إلا بلسانها الذي يستوعب العلوم والمعرفة والتكنولوجيا ومصير أي لغة متوقف على مجهود أبنائها خاصة أصحاب المواهب والملكات الإبداعية في مجال تقنيات الاتصال الحديثة لأن اللغة

العربية في حاجة إلى برامج وتطبيقات مناسبة ومتكيفة مع خصائصها ومميزاتها التي تختلف عن اللغات العالمية الأخرى.

قائمة المراجع

أولا: باللغة العربية

أ-المعاجم والقواميس:

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

2-عطية عبد العاطي شعبان، حسين أحمد حامد، حلمي جمال مراد، المعجم الوسيط، ط4، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، مصر، 2005.

ب-الكتب:

1-الحاج إبراهيم وليد، اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة، ط1، دار البداية ، عمان، الأردن، 2007.

2- أبو شنب جمال محمد ، أصول الفكر والبحث العلمي، الجزء الأول، دار المعرفة، الازاريطة، 2004.

3-الزيات أحمد حسن، تاريخ الأدب العربي، ط6، دار المعرفة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان،2000.

4-الرافعي مصطفى صادق، تاريخ آداب العرب، الجزء الأول، ط1، المكتبة العصرية، القاهرة ، مصر، 2000.

5-الدليمي محمد عبد الرزاق، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2011.

6-المقدادي خالد غسان، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النقاش للنشر والتوزيع، الأردن،2013.

7-بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

8-بوزة باية، سيكولوجية الاتصال الاقناعي: كيف تؤثر في عقول الآخرين وقلوبهم، تشيكو للطباعة والنشر، الجزائر.

9-زيدان عبد الباقي، قواعد البحث العلمي، ط1، 1972.

10-بني يونس محمد محمود، سيكولوجية الدافعية والانفعالات، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2007.

11-عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر.

12-عويس علي خير الدين، دليل البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1988.

13-شفيق محمد، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1999.

14-مان ميشيل، موسوعة علم الاجتماع، ترجمة عادل مختار الهواري، سعد عبد العزيز مصلوح، دار المعرفة الجامعية، 1999.

15-وهبي محمد سحر، دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1996.

ج-المجلات والدوريات:

1-الحسيني عدنان، أفضل 25 موقعا عربيا، مجلة انترنيت العالم العربي، السنة الأولى، العدد الخامس، فيفري 1998.

2-الحسيني عدنان، واقع استخدام الانترنيت في العالم العربي، مجلة انترنيت العالم العربي، السنة الأولى، العدد السادس، مارس 1998.

د- مذكرات ورسائل جامعية:

1-بلعباس عبد الحميد، إتاحة واستخدام مصادر المعلومات الالكترونية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة المسيلة، 2005-2006

2-كيحل فتيحة، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي: دراسة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة باتنة، 2011-2012.

3-نومار مريم نريمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتاثيره على العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة باتنة، 2011-2012.

ثانيا: باللغة الاجنبية

و-الكتب :

1-Bernardo A. huberman and al , social network that matter , twitter under the microscope, social computing lab, cornell.

2-Djamel alrshad, toward a taxonomy of privacy concerns of online social network sites users, master of science thesis, stokholm, sweden.

3-Richard harrisson and micheal thomas, identity in online communityies, social network sites and languages learning , international journal of emerging technologies and societies, vo7 , 2, 2009.

4-Wasinee kittongwvat, pimonpha rakanngan, facebooking your dream, 2010, master thesis.

هـ-المواقع الالكترونية:

1- http:// www.startimes.com/culture تم الاطلاع عليها بتاريخ 20-05-2016.

2-http://www.mawdoo3.com تم الاطلاع عليها بتاريخ 15-03-2016.

3-http ;//www.socialfacebookusers.com تم الاطلاع عليها بتاريخ 05-02-2016.

4- http://www.technopedia.com/definition/26940/linedin تم استرجاعها بتاريخ 12-04-2016.

5-http://www.socialbackers.com/linkdinstatistics. تم الاطلاع عليها بتاريخ 06-04-2016.

مـلـحـق

جـامعـــة يـــحـــي فـــــارس بالمـــديـــة

كليـــة العلوم الإنسانيـــة والاجتماعيـــة

قسم علوم الإعلام والاتصال

الرقم: ....

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على استخدام اللغة العربية عند الطالب الجامعي

دراسة مسحية لعينة من طلبة جامعة المدية.

استمارة مقدمة في إطار التحضير لمذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

إعداد الطالبين **إشراف**

علي بوعلاقة الأستاذ: موسى العيدي

فاروق بولدوم

ملاحظة: الرجاء من الطلبة الكرام الإجابة على أسئلة الاستمارة بوضع علامة (x) في الإجابة المناسبة. ونعلمكم أن الاستمارة توظف لغرض علمي بحت، والمعلومات التي تدلون بها تبقى في سرية تامة.

كما نشكركم على تعاونكم معنا مسبقا.

الموسم الجامعي 2015-2016

البيانات الشخصية

- 1- **الجنس:** ذكر ☐ أنثى ☐

- 2- **القسم الذي تدرس فيه:**

قسم علوم الإعلام والاتصال ☐ قسم العلوم الإنسانية ☐

قسم العلوم الاجتماعية ☐ قسم اللغة العربية ☐

قسم اللغات الأجنبية ☐

- 3-**المستوى الجامعي:** ليسانس ☐ ماستر ☐ دكتوراه ☐

المحور الأول: دوافع وحاجات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين

- 4- **هل تملك حسابا شخصيا خاصا بك في أحد مواقع التواصل الاجتماعي؟**

نعم ☐ لا ☐

- 5- **ما هو موقع التواصل الاجتماعي المفضل لديك؟**

الفايسبوك ☐ تويتر ☐ ماي سبايس ☐ فليكر ☐

أخرى.....

- 6- **ما هو الوقت المفضل لديك لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟**

صباحا ☐ مساء ☐ ليلا ☐

- 7- **ما هي دوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟**

التثقيف ☐ البحث عن المعلومات ☐ التسلية ☐ الهروب من الواقع ☐

الفضول ☐ دوافع أخرى.....

- **8- ما هي نوعية المواضيع التي تستهويك أكثر في مواقع التواصل الاجتماعي؟**

سياسية ☐ اجتماعية ☐ دينية ☐ علمية ☐

ثقافية ☐ رياضية ☐ أخرى:.....

- **9- ما هي الخدمات التي تستخدمها بكثرة في مواقع التواصل الاجتماعي؟**

مشاركة الصور ☐ الدردشة ☐ التعليق ☐

البحث عن الأصدقاء ☐ الاطلاع على الروابط ☐

- **10.- هل تعبر عن أفكارك بكل حرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟**

بحرية تامة ☐ حسب طبيعة الموضوع ☐ لا أعبر بحرية ☐

المحور الثاني : طبيعة اللغة المستخدمة في مواقع التوصل الاجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين

- **11- ما هي الوسيلة المفضلة لديك للتعبير عن أفكارك أثناء استعمالك لمواقع التواصل الاجتماعي؟**

الكتابة ☐ الصور ☐ الكتابة والصور معا ☐

- **12- ما هي اللغة التي تستخدمها بكثرة في مواقع التواصل الاجتماعي؟**

العربية الفصحى ☐ الفرنسية ☐ العامية بخط عربي ☐

العامية بخط لاتيني ☐ الانجليزية ☐ لغات أخرى ☐

- **13- هل تلتزم بقواعد اللغة التي تستخدمها في مواقع التواصل الاجتماعي؟**

ألتزم دائما ☐ ألتزم أحيانا ☐ نادرا ما التزم ☐

لا ألتزم مطلقا ☐

- **14- هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين مستواك اللغوي؟**

ساهمت كثيرا ☐ ساهمت نوعا ما ☐ لم تساهم مطلقا ☐

- **15- هل لديك اشتراك مع الصفحات والمجموعات التي تهتم بتعليم اللغات الأجنبية؟**

نعم ☐ لا ☐

المحور الثالث: كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة العربية عند الطلبة الجامعيين

- **16- هل تفضل التحاور مع أصدقاء يستخدمون اللغة العربية الفصحى في مواقع التواصل الاجتماعي؟**

كثيرا ☐ نوعا ما ☐ قليلا ☐

أفضل مطلقا ☐

- **17- هل لديك اهتمام بتحسين وتطوير استخدام اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي؟**

نعم ☐ لا ☐

- **18 هل ساهم استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في تنمية مستوى اللغة العربية لديك؟**

ساهم كثير ☐ ساهم نوعا م ☐ لم يساهم مطلقا ☐

أثر بشكل سلبي ☐

- **19- هل تجد صعوبة في استعمال اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي؟**

لا أجد دائما ☐ أجد أحيانا ☐ نادرا ما أجد ☐

لا أجد مطلقا ☐

- **20- هل تكتب جميع حروف اللغة العربية بطريقة صحيحة في مواقع التواصل الاجتماعي؟**

نعم ☐ لا ☐

- **21- ما هي الحروف العربية التي تجد صعوبة في كتابتها في مواقع التواصل الاجتماعي؟**

.....

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	جدول يبين نسبة استخدام اللغات العالمية عبر الانترنيت	48
02	جدول يبين نسبة الذكور والإناث في العينة المبحوثة	52
03	جدول يبين المستوى الجامعي لأفراد العينة المبحوثة	53
04	جدول يبين مواقع التواصل الاجتماعي المفضل لدى طلبة جامعة المدية	54
05	جدول يبين الوقت المفضل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة حسب متغير الجنس	55
06	جدول يبين الوقت المفضل لاستخدام مواقع التواصل ا لاجتماعي حسب متغير التخصص	56
07	جدول يبين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	57
08	جدول يبين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة حسب متغير التخصص	58
09	جدول يبين نوعية المواضيع التي تستهوي الطلبة حسب متغير الجنس	59
10	جدول يبين نوعية المواضيع التي تستهوي الطلبة حسب متغير التخصص	60
11	جدول يوضح الخدمات المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة حسب متغير الجنس	61

12	جدول يوضح الخدمات المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة حسب متغير التخصص	62
13	جدول يوضح مدى تعبير الطلبة بحرية في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	63
14	جدول يوضح مدى تعبير الطلبة بحرية في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	64
15	جدول يوضح الوسيلة المفضلة للتعبير عن الأفكار من طرف طلبة الجامعة في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	65
16	جدول يوضح الوسيلة المفضلة للتعبير عن الأفكار من طرف طلبة الجامعة في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	66
17	جدول يبين طبيعة اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة حسب متغير الجنس	67
18	جدول يبين طبيعة اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة حسب متغير التخصص	68
19	جدول يبين درجة التزام طلبة الجامعة بقواعد اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	69
20	جدول يبين درجة التزام طلبة الجامعة بقواعد اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	70
21	جدول يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين المستوى اللغوي لدى طلبة الجامعة حسب متغير الجنس	71
22	جدول يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين المستوى اللغوي لدى طلبة الجامعة حسب متغير التخصص	72

23	جدول يبين نسبة الطلبة الذين لديهم اشتراكات مع الصفحات والمجموعات التي تهتم بتعليم اللغات الأجنبية حسب متغير الجنس	73
24	جدول يبين نسبة الطلبة الذين لديهم اشتراكات مع الصفحات والمجموعات التي تهتم بتعليم اللغات الأجنبية حسب متغير التخصص	74
25	جدول يوضح مدى تفضيل طلبة الجامعة التحاور مع أشخاص يستخدمون العربية الفصحى في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	75
26	جدول يوضح مدى تفضيل طلبة الجامعة التحاور مع أشخاص يستخدمون العربية الفصحى في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	76
27	جدول يبين مدى اهتمام طلبة الجامعة بتحسين وتطوير استخدام اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	77
28	جدول يبين مدى اهتمام طلبة الجامعة بتحسين وتطوير استخدام اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	78
29	جدول يوضح درجة مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين مستوى اللغة العربية عند طلبة الجامعة حسب متغير الجنس	79
30	جدول يوضح درجة مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين مستوى اللغة العربية عند طلبة الجامعة حسب متغير التخصص	80
31	جدول يبين درجة الصعوبة التي يجدها الطلبة الجامعيون في استعمال اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	81
32	جدول يبين درجة الصعوبة التي يجدها الطلبة الجامعيون في استعمال اللغة	82

	العربية في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	
33	جدول يبين نسبة الطلبة الذين يكتبون حروف اللغة العربية بطريقة صحيحة خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	83
34	جدول يبين نسبة الطلبة الذين يكتبون حروف اللغة العربية بطريقة صحيحة خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	84

فهرس المحتويات

مقدمة.....01

الإطار المنـهجي

1-الإشكالية والتساؤلات.....05

2-أسباب اختيار الموضوع.....06

3-أهمية وأهداف الدراسة.....07

4-منهج وأدوات الدراسة.....8

5-مجتمع وعينة الدراسة.....10

6-مصطلحات الدراسة.....12

7- الدراسات السابقة.....16

الإطار النظري للدراسة

1-المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.....22

2-المطلب الأول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.....22

3-المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.....24

4-المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.....26

5-المطلب الرابع: أهم مواقع التواصل الاجتماعي.....27

6-المبحث الثاني: ماهية اللغة العربية.....36

7-المطلب الأول: مفهوم اللغة العربية.....36

8-المطلب الثاني: نشأة اللغة العربية 36

9-المطلب الثالث: خصائص ومميزات اللغة العربية.....40

10-المطلب الرابع: وظائف اللغة العربية.....43

11-المبحث الثالث: اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة.....46

12-المطلب الأول: واقع استخدام اللغة العربية في الإذاعة والتلفزيون.....46

13-المطلب الثاني: استخدام اللغة العربية في الانترنيت.....48

14-المطلب الثالث: اللغة العربية والدردشة الالكترونية.....50

الجانب التطبيقي للدراسة

1-المبحث الأول: البيانات العامة للمبحوثين.....52

2-المبحث الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام طلبة الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي.....54

3-المبحث الثالث: طبيعة اللغة المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين.....65

4-المبحث الرابع: كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على استخدام اللغة العربية عند الطلبة الجامعيين.....75

5-نتائج الدراسة.....85

6-خاتمة.....90

-قائمة المراجع.....92

-ملحق.....95

-فهرس الجداول.....100

-فهرس المحتويات.....103