

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية و الحضارة

قسم علوم الإعلام و الاتصال



اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي من طرف أساتذة الجامعة

دراسة ميدانية لعينة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة بجامعة عمار تليجي بالأغواط

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

إشراف الأستاذ:

د. الجودي بن قيط

من إعداد الطالبتين:

✓ بسمة رملية يحيايوي

✓ مريم جقيدل

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ  
وَالَّذِي يُضَوِّتُ لِلْجِبَالِ  
شُكْرًا وَيَكْتُبُ فِيهَا  
إِنْ شَاءَ اللَّهُ الْحَمْدُ  
لِلَّهِ الَّذِي هُوَ أَعْلَمُ  
بِمَا نُكْتُبُ



## شكر وعرافان

نشكر الله تعالى ونحمده في المقام الأول والذي لا يرقى إلى مقامه أحد في العالمين

أن وفقنا ويسر لنا كل السبل في إتمام هذه الدراسة

تتسابق الكلمات وتتزاحم عبارات الشكر لكل من ساعدنا بقول الرسول صلى الله عليه وسلم:

(من لا يشكر الناس لا يشكر الله)

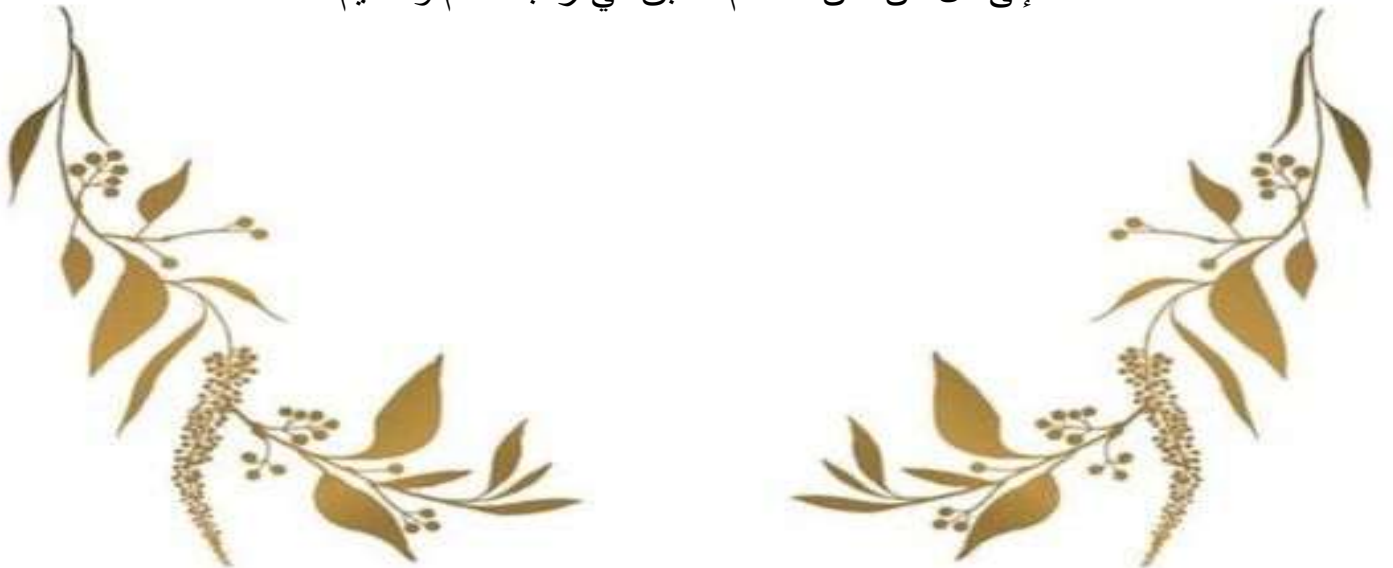
و نخص بالسلام والشكر أستاذنا الفاضل الجودي بن قيط الذي يكفينا شرفنا أننا تدرجنا بين

يديه و نهلنا من موارده الصافية و لم يبخل علينا بالنصح و الرأي السديد

كما نشكر كل من ساعد وقدم لنا العون وزودنا بالمعلومات وإلى كل أساتذة كلية العلوم

الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

إلى كل من كان له قدم السبق في ركب العلم والتعليم.



الإهداء

و آخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين

الحمد لله الذي ما انتهى درب و ختم جهد و لا تم سعي إلا بفضلله

لم تكن الرحلة قصيرة و لا الطريق محفوفًا بالتسهيلات لكني فعلتها و نلتها

أهدي تخرجي و بكل حب إلى نفسي القوية

إلى من كان دعاءها سر نجاحي (أمي الغالية) و إلى من دعمني و أعطاني بلامقابل (أبي)

إلى من قيل فيهم (سنشد عضدك بأخيك) إلى إخواني و أخواتي سندي أدامهم الله ضلعا ثابتا

لي و أبنائهم و بناتهم حفظهم الله

إلى الذي شجعني للوصول إلى طموحاتي إلى سندي و رفيق عمري (زوجي)

إلى ملاكي و فلذة كبدي ابني (أنس)

إلى رفيقة دربي و زميلتي في البحث (مريم جقيدل)

إلى صديقاتي

إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم و المعرفة أساتذتنا الأفاضل و بالأخص

أستاذي و مشرفي (الجودي بن قيط)



بسمه

الإهداء

بداية أحمد الله العظيم الذي وفقني إلى طلب العلم, و إنجاز هذا العمل وسدد خطاي,

وأسئله أن يتقبله مني

أهدي فرحة تخرجي إلى أبي البشير جقيدل (رحمه الله)

إلى أول هزائمي في الحياة و أعظم خسائري الذي لم يكمل المشوار معي و رحل قبل أن يرى  
ثمرة غرسه الكبرى و هي تتخرج الذي غادرني منذ عامين و لم يترك لي فرصة الوداع الأخيرة

رحم الله روحك و جزاك عنا كل خير

إلى معنى الحنان و التفاني إلى من كان دعائها سر نجاحي أمي الحبيبة

إلى خطيبي كان لي خير عون في مسيرتي

إلى عائلتي, إخوتي و لأصدقائي و صديقاتي

إلى كل من علمني حرفا إلى أستاذي و مشرفي بن قيط الجودي على دعمه و تشجيعه الدائم و

تقديم يد العون

إلى كل من تغني و نحن نشق الطريق معا نحو النجاح في مسيرتنا العلمية

إلى رفيقة دربي بسمة رملية يحياوي

مريم

# فهرس المحتويات

رقم الصفحة	العنوان
	شكر و عرفان
	إهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	ملخص الدراسة بالعربية
	ملخص الدراسة
أ-ب	مقدمة
	<b>الإطار المنهجي</b>
19	أولاً: إشكالية الدراسة
20	ثانياً: أسئلة الدراسة
20	ثالثاً: أهمية الدراسة
20-21	رابعاً: أهداف الدراسة
21	خامساً: أسباب اختيار الموضوع
21	سادساً: حدود الدراسة
21-22	سابعاً: منهج الدراسة
22-23	ثامناً: مجتمع الدراسة و عينته
24	تاسعاً: أدوات جمع البيانات
24-26	عاشراً: مصطلحات الدراسة
27-31	إحدى عشر: الدراسات السابقة
32	<b>الإطار النظري</b>
33	الفصل الأول: مدخل إلى نظرية الاستخدامات و الإشباعات
34	المبحث الأول: نشأة و تطور نظرية الاستخدامات و الإشباعات
34-36	المطلب الأول: التعريف بنظرية الاستخدامات و الإشباعات
36	المطلب الثاني: أهداف نظرية الاستخدامات و الإشباعات

37	المطلب الثالث: فروض نظرية الاستخدامات و الإشباعات
38	المبحث الثاني نماذج و عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباعات و الانتقادات الموجهة لها و الرد عليها
38-40	المطلب الأول: نماذج نظرية الاستخدامات و الإشباعات
40-45	المطلب الثاني: عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباعات
45-47	المطلب الثالث: الانتقادات الموجهة لها و الرد عليها
48	الفصل الثاني: نشأة وتطور وسائل التواصل الاجتماعي
49	المبحث الأول: ماهية الأنترنت
49	المطلب الأول: مفهوم الأنترنت
49-50	المطلب الثاني: تطور الأنترنت
51-52	المطلب الثالث: إيجابيات و سلبيات الأنترنت
53	المبحث الثاني: نشأة وتطور أهم وسائل التواصل الاجتماعي
54-53	المطلب الأول: الفيس بوك
54	المطلب الثاني: الأنستغرام
55	المطلب الثالث: تويتر
55	المطلب الرابع : الفيسبوك
	الإطار التطبيقي
56-81	المبحث الأول: تحليل النتائج
82-83	المبحث الثاني: نتائج عامة للدراسة
84-85	خاتمة
86-90	مراجع
91-98	ملاحق

رقم الصفحة	فهرس الجداول	رقم الجدول
57	يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس	الجدول رقم (01)
59	يوضح توزيع العينة حسب متغير السن	الجدول رقم (02)
59	يوضح توزيع العينة حسب التخصص	الجدول رقم (03)
60	يوضح توزيع العينة حسب الرتبة الجامعية	الجدول رقم (04)
61	يوضح توزيع العينة حسب مستخدمى وسائل التواصل الاجتماعي	الجدول رقم (05)
63	يوضح توزيع العينة حسب مدة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	الجدول رقم (06)
64	يوضح توزيع العينة حسب المواقع المستخدمة أكثر	الجدول رقم (07)
65	يوضح توزيع العينة حسب الوسيلة المستعملة في عملية التواصل الاجتماعي	الجدول رقم (08)
67	يوضح توزيع العينة حسب مدى استخدام الفيس بوك	الجدول رقم (09)
68	يوضح توزيع العينة حسب مستوى الخبرة في التعامل مع الفيس بوك	الجدول رقم (10)
69	يوضح توزيع العينة حسب الوقت المفضل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي	الجدول رقم (11)
70	يوضح توزيع العينة حسب الوقت المستغرق في التواصل بالفيس بوك	الجدول رقم (12)
72	يوضح توزيع العينة حسب الهدف من استخدام الفيس بوك	الجدول رقم (13)
73	يوضح توزيع العينة حسب الإشباعاات المحققة من استخدام الفيس بوك	الجدول رقم (14)
75	يوضح توزيع العينة حسب اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي ( الفيس بوك)	الجدول رقم (15)

76	يوضح توزيع العينة حسب شكل اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي ( الفيس بوك )	الجدول رقم (16)
78	يوضح توزيع العينة حسب سبب شكل اللغة المستخدم في وسائل التواصل الاجتماعي	الجدول رقم (17)
79	يوضح توزيع العينة حسب رأي الأساتذة الجامعيين في اللغة الحالية المستخدمة في الفيس بوك و تأثيرها على مكانة اللغة العربية	الجدول رقم (18)
80	يوضح توزيع العينة حسب رضا الأساتذة عن شكل اللغة المستخدمة في الفيس بوك	الجدول رقم (19)

رقم الصفحة	فهرس الأشكال	رقم الشكل
57	دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب متغير الجنس	الشكل رقم (01)
58	دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب متغير السن	الشكل رقم (02)
60	دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب التخصص	الشكل رقم (03)
61	دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب الرتبة الجامعية	الشكل رقم (04)
62	دائرة نسبية توضح مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (05)
64	دائرة نسبية توضح مدة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (06)
65	دائرة نسبية توضح أي المواقع المستخدمة أكثر	الشكل رقم (07)
66	دائرة نسبية توضح الوسيلة المستعملة في عملية التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (08)
67	دائرة نسبية توضح مدى استخدام الفيس بوك	الشكل رقم (09)
68	دائرة نسبية توضح مستوى الخبرة في التعامل مع الفيس بوك	الشكل رقم (10)
70	دائرة نسبية توضح الوقت المفضل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (11)
71	دائرة نسبية توضح الوقت المستغرق في التواصل بالفيس بوك	الشكل رقم (12)
73	دائرة نسبية توضح الهدف من استخدام الفيس بوك	الشكل رقم (13)
74	دائرة نسبية توضح الإشباعات المحققة من استخدام الفيس بوك	الشكل رقم (14)
76	دائرة نسبية توضح اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي ( الفيس بوك )	الشكل رقم (15)
77	دائرة نسبية توضح شكل اللغة المستخدمة في وسائل	الشكل رقم (16)

	التواصل الاجتماعي ( الفيس بوك )	
79	دائرة نسبية توضح سبب شكل اللغة المستخدم في وسائل التواصل الاجتماعي ( الفيس بوك )	الشكل رقم (17)
80	دائرة نسبية توضح رأي الأساتذة الجامعيين في اللغة الحالية المستخدمة في الفيس بوك و تأثيرها على مكانة اللغة العربية	الشكل رقم (18)
81	دائرة نسبية توضح رضا الأساتذة عن شكل اللغة المستخدمة في الفيس بوك	الشكل رقم (19)

## ملخص الدراسة بالعربية:

تأتي هذه الدراسة تحت عنوان "اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي من طرف أساتذة الجامعة" لعينة من الأساتذة الجامعيين بكلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة بجامعة عمار ثليجي الأغواط. تمحورت إشكالية الدراسة حول " ماهي اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي من طرف أساتذة الجامعة؟" و هدفت الدراسة إلى معرفة علاقة أساتذة كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة بجامعة عمار ثليجي الأغواط مع وسائل التواصل الاجتماعي و معرفة اللغة المستخدمة من طرف أساتذة الجامعة في عملية تواصلهم عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي, و اعتمدنا على المنهج الوصفي و وظفنا الدراسة على عينة قصدية قوامها 45 مفردة من أساتذة الجامعة و اعتمدنا علة أداة الاستبيان و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- أن أغلبية الأساتذة الجامعيين يفضلون الفيس بوك و يستخدمونه بصفة أكثر .
- أن اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي من طرف أساتذة الجامعة هي اللغة العربية.
- أن الإشباعات المحققة من استخدام الفيس بوك لدة الأساتذة الجامعيين هي التواصل مع الأصدقاء و التثقيف إضافة إلى الترفيه و التثقيف.

**الكلمات المفتاحية:** وسائل التواصل الاجتماعي، اللغة، أساتذة الجامعة.

## ملخص الدراسة بالإنجليزية:

This study comes under the title of language used in social media by:

University professors for a sample of university professors in the college of Humanities and Islamic Science Civilization at Ammar Thaliji University, Laghouat.

The problem of the study revolved around "What is language used on social media by university professors?" the study aimed to knowing the relationship between the professors of the Faculty of Humanities, Islamic Science and Civilization at Ammar Thaliji University Laghouat with social media and knowledge of the language used by university professors in the process of communicating through social media, we relied on the descriptive approach we employed the study on a purposive sample of 45 university professors and relied on the instrument the questionnaire and the study reached several results, the most important of which are:

- The majority of university professors prefer Facebook and use it more
- The language used in social media by university professors is: Arabic the language
- The satisfaction achieved by using Facebook for university professors is communication with friends and education, in addition to entertainment and education.

**Keywords:** social media, language, university professors.

# مقدمة



## مقدمة

لقد أحدث ظهور شبكة الأنترنت مع مطلع التسعينات نقطة تحول في عالم الاتصال والإعلام كما تعتبر نافذة مفتوحة على العالم, و شكلت حدثا عالميا أثر في حياة المجتمعات اليوم, و قد أصبحت شبكة الأنترنت جزء لا يتجزأ من حياة تلك المجتمعات إذ شهدت تطورا متلاحقا في سنوات عدة, و سرعة في نقل الأحداث التي تجري حول العالم, و مع التقدم و التطور الهائل و المستمر للشبكة ظهر ما يسمى بوسائل التواصل الاجتماعي التي أتاحت آفاقا من التواصل بين الناس, و تعتبر فضاء رحبا و منصة للتعبير, و شكلت منعطفًا جديدا في الصورة الإعلامية بفضل ما تملكه من خصائص جعلت منها الأكثر انتشارا و شعبية عبر شبكة الأنترنت و الأكثر تميزا في العديد من الجوانب, و ساهمت في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل و نقل المعلومات, فقد ازداد استخدامها في السنوات الأخيرة بشكل واضح بين مختلف فئات المجتمع في كل العالم.

حيث يعد أساتذة الجامعة من مستخدميها و من الذين يعتمدون عليها كأحد أهم الأدوات المساعدة على مشاركة أفكارهم و معارفهم, و زيادة اطلاعهم على مختلف الأحداث و القضايا الجارية, و كذا تبادل المعلومات على جميع الأصعدة ما يتعلق بمجالات اهتمامهم و ذلك باختلاف لغتهم فهي الأداة التي تحمل أفكارهم و تعبر عن تفكيرهم فهي وسيلة التواصل بينهم بحيث تعبر اللغة عن هويتهم و كياناتهم الشخصي وقد ظهر خليط لغوي جديد الذي يجمع الأحرف و الرموز و الأرقام و الاختصارات.

وللتعمق في هذه الدراسة التي تسعى إلى معرفة اللغة المستخدمة من طرف الأساتذة في وسائل التواصل الاجتماعي قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاث أقسام:

**أولاً:** الإطار المنهجي و فيه تم التطرق إلى الإجراءات المنهجية

**ثانياً:** الإطار النظري قسم إلى فصلين: الفصل الأول مدخل إلى نظرية الاستخدامات و الإشباعاء جاء فيه, التعريف بالنظرية و أهدافها و فروضها و نماذجها و عناصر النظرية



بالإضافة إلى الانتقادات الموجهة لها و الرد عليها, الفصل الثاني تطرقنا فيه إلى نشأة و مفهوم الأترنت و إيجابياتها و سلبياتها و نشأة و تطور وسائل التواصل الاجتماعي من فيسبوك و انستغرام و تويتر .

**ثالثاً: الإطار التطبيقي فيه تحليل و استخلاص نتائج الدراسة**

و أخيراً الخاتمة.



# الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة

ثانياً: أسئلة الدراسة

ثالثاً: أهمية الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: أسباب اختيار الموضوع

سادساً: حدود الدراسة

سابعاً: منهج الدراسة

ثامناً: مجتمع الدراسة و عينته

تاسعاً: أدوات جمع البيانات

عاشراً: مصطلحات الدراسة

إحدى عشر: الدراسات السابقة

## أولاً: إشكالية الدراسة

ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التغيير الجذري لجميع مناحي الحياة فسهلت سبل التواصل وأتاحت العديد من الفرص للتعارف والاندماج بين مختلف الأفراد والشعوب من خلال وسائل التواصل الاجتماعي التي تعتبر من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصال الحديثة والأكثر شعبية بين فئات المجتمع المختلفة وأحد مظاهر التطور والتقدم في الوقت الراهن.

و مع تنامي الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي , تزايد الإقبال عليها من طرف أساتذة الجامعة الذين يمثلون فئة النخبة من المستخدمين حيث أصبحت هذه الوسائل تلعب دوراً مهماً في حياتهم داخل و خارج الجامعة من أجل الإحاطة الشاملة بمجريات الأحداث و القضايا, و التعرف على كل جديد في مجال عملهم و تخصصهم, و الاطلاع على آخر البحوث و الدراسات العلمية و التواصل المستمر مع محيطهم الاجتماعي, و قد ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في استحداث أساليب و أشكال لغوية جديدة من رموز و أرقام و اختصارات, أصبحت الحروف العربية تكتب بحروف و أرقام فرنسية و إنجليزية, كما تم إدماج اللغة العامية إلى جانب التعبير عن أفكارهم و مشاعرهم و حالتهم النفسية بالرسومات البسيطة.

تعتبر اللغة من أهم وسائل التفاهم و الاحتكاك بين أفراد المجتمع في جميع ميادين الحياة فهي موجودة مع وجود الإنسان, ولغة قيمة جوهرية كبيرة في حياة الأمم, و وسيلة لاكتساب المعلومات أو نقلها, كما تعتبر أداة فاعلة للتواصل, و هي أحد مكونات المجتمع الرئيسية

ومن هنا نطرح التساؤل التالي: ما هي اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي من طرف أساتذة الجامعة؟

## ثانيا: أسئلة الدراسة

- 1) ماهي علاقة الأساتذة الجامعيين بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة بجامعة عمار ثليجي بوسائل التواصل الاجتماعي الفيس بوك خاصة؟
- 2) ماهي الإشباعات المحققة لدى الأساتذة الجامعيين بكلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ( الفيس بوك)؟
- 3) ما هو رأي أساتذة كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة بجامعة عمار ثليجي الأغواط في شكل اللغة المستخدمة بوسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)؟

## ثالثا: أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في البحث على اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي من طرف أساتذة الجامعة وإبراز دور اللغة داخل المجتمع كونها الأساس في الاتصال والتواصل وتعالج واقع بين الأساتذة الجامعيين في استخداماتهم لوسائل التواصل الاجتماعي.

## رابعا: أهداف الدراسة

- 1) معرفة علاقة أساتذة كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة بجامعة عمار ثليجي بالأغواط مع وسائل التواصل الاجتماعي.
- 2) التعرف على الإشباعات المحققة لدى أساتذة كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة بجامعة عمار ثليجي بالأغواط من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك).
- 3) التعرف على رأي الأساتذة الجامعيين في شكل اللغة المستخدمة بوسائل التواصل الاجتماعي ( الفيس بوك).

## خامسا: أسباب اختيار الموضوع

### 1-أسباب ذاتية:

- كوني طالبة إعلام واتصال أريد التعرف أكثر على وسائل التواصل الاجتماعي
  - الرغبة في إعطاء الموضوع طابع أكاديمي لإثراء المكتبة الجامعية
  - ملاحظتنا لإهمال اللغة العربية في ظل تعدد الوسائط الحديثة
- 2-أسباب موضوعية:**

- قلة الدراسات اللغوية الالكترونية في وسائل التواصل الاجتماعي
- محاولة معرفة استخدامات أساتذة الجامعة للغة في تواصلهم عبر الفيس بوك.
- التعرف على الاختصارات اللغوية من طرف الأساتذة الجامعيين وتأثيرها على تمكنه اللغوي.

#### سادسا: حدود الدراسة

- أ- الحدود البشرية: أساتذة كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية و الحضارة
- ب- الحدود الجغرافية: جامعة عمار ثلجي بالأغواط
- ج- الحدود الزمنية: انطلقت الدراسة بداية من موافقة اللجنة العلمية على الموضوع بداية نوفمبر 2023 إلى غاية الانتهاء من المذكرة في نهاية شهر ماي 2024.

#### سابعا: منهج الدراسة

المنهج هو مصدر بمعنى طريق وهي كلمة مشتقة من الفعل "نهج" بمعنى "سلك" وهو الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى الحقيقة، أو هو مجموعة قواعد يتبعها الباحث في إعداد بحثه أو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة عن طريق مجموعة من القواعد العامة التي تسيطر على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.<sup>1</sup>

و قد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي لوصف استخدامات اللغة من طرف الأساتذة في وسائل التواصل الاجتماعي من رموز و كلمات و اختصارات و غيرها.

<sup>1</sup> محمد علي بدوي, دراسات سوسيوإعلامية, ط1(بيروت: دار النهضة العربية, 2006) ص 35.

يعرف المنهج الوصفي بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية و دقيقة حول ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة من فترات زمنية معلومة, و ذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة, لا تقتصر الدراسات الوصفية على معرفة خصائص الظاهرة و وصفها بل تتجاوز ذلك لكونها تشخيصية و تفسيرية أيضا, فالمنهج الوصفي فضلا عن كونه يساهم مساهمة مباشرة في توفير المعلومات و تصنيفها فإنه ينطوي على جوانب من تفسير ما يعنى بوصفه و هو بذلك يقدم لنا تفسيراً معيناً للنتائج التي يتوصل إليها الباحث.<sup>1</sup>

### ثامنا: مجتمع الدراسة وعينته

يعرف مجتمع البحث بأنه مجموعة من الوحدات الإحصائية المعرفة بصورة واضحة الهدف منها الحصول على بيانات ويشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة المدروسة.<sup>2</sup>

تمثل مجتمع دراستنا في أساتذة الجامعة بكلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة.

العينة: هي وحدة صغيرة من مجتمع البحث الأصلي يمكن أن تمثل المجتمع, و هي من الأدوات التي يستخدمها الباحث لإجراء دراسة ميدانية على مجتمع واسع و ذلك لتوفير الوقت و الجهد و المال و بصيغة أخرى تعرف العينة على أنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة.

و في دراستنا وجدنا أن أنسب العينات هي عينة قصدية إذ يتم اختيار عدد الأفراد الذين نقابلهم قصداً.

العينة القصدية: هي النموذج المختار من مجتمع البحث بطريقة مقصودة و متعمدة فهي تعطي معلومات و أدلة كافية عن طبيعة مجتمع البحث و عدم احتياجها لإجراء عمليات

<sup>1</sup> عبد الرحمان بدوي, *مناهج البحث العلمي*, ط3 (الكويت: وكالة المطبوعات شارع فهد سالم, 1977) ص49

<sup>2</sup> رحيم يونس كرو العزاوي, *مقدمة في منهج البحث العلمي*, ط1(عمان: دار دجلة, 2008) ص 161.

التحليل الإحصائي المعقدة التي تعتمد على العينات العشوائية.<sup>1</sup>

و قد اخترنا عينة قصدية و هم أساتذة كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة قوام هذه العينة مفردة قسمناها على 3 أجزاء : 15 من قسم علوم الإعلام و الاتصال و 15 من قسم التاريخ و 15 من قسم العلوم الإسلامية.

### تاسعا: أدوات جمع البيانات

#### الاستبيان

يعتبر أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث لتجميع البيانات والمعلومات من مصادرها، ويعتمد على استنطاق الناس المستهدفين بالبحث من أجل الحصول على إجاباتهم عن الموضوع والتي يتوقع الباحث أنها مفيدة لبحثه.<sup>2</sup>

كما يعتبر الاستبيان أداة مفيدة ووسيلة أساسية للبحث من أجل الحصول على الحقائق والتوصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال، ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء.<sup>3</sup>

- تم توزيع الاستبيان الورقي على 45 مفردة و تم استرجاع كامل عدد الاستبيان

### عاشرا: مصطلحات الدراسة

#### • اللغة:

#### لغة:

هي اللسان: هي أصوات يعبر بها كل قوم من أغراضهم و قيل أصلها لغوي، أو لغوي، أو إلهاء

<sup>1</sup> عبد الغني عماد، منهجية البحث في علم الاجتماع، ط1(بيروت: دار الطليعة، 2007) ص، ص 56، 57.

<sup>2</sup> عبد الغني عماد، مرجع سابق، ص 61.

<sup>3</sup> رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي: أساسياته النظرية و ممارسته العملية، (دمشق: دار الفكر، 2000) ص 328.

عوض و في الحكم جمعها لغات و لغوة.<sup>1</sup>

### اصطلاحاً:

هي عبارة عن نظام من رموز الضرائب التي تستعمل للاتصال الإنساني, و هذا النظام يتصف بأن العلاقة بين الرمز الصوتي و مدلوله علاقة متفق عليها, و اللغة وعاء الفكر و مرآة الحضارة الإنسانية التي تنعكس عليها و اهتم بها الإنسان و طور آلياتها ليتمكنها من الضروريات لتصبح قادرة على كل جديد.<sup>1</sup>

### إجرائياً:

المقصود بها لغة الحوار والتواصل بين أفراد عينة البحث والتي يتم من خلالها مشاركة آرائهم وأفكارهم عن طريق مجموعة من الإشارات والرموز يفهم معناها.

### • وسائل التواصل الاجتماعي:

### اصطلاحاً:

هي مجموعة من البرامج و الأدوات على الأنترنت يستعملها جمهور المستخدمين لتبادل المحتوى و الآراء و الأفكار و الخبرات و وجهات النظر عبر وسيلة إعلام, و تعمل على تسهيل المحادثات و التفاعلات بين مجموعة من الناس عبر شبكة الأنترنت.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ابن منظور, لسان العرب, المجلد 3, ط3 ( بيروت: دار صادر للطباعة و النشر, 2004 ) ص 214.

تم تحكيم الاستبيان من طرف:

- الأستاذ عبد القادر النوعي, أستاذ محاضر –أ- بقسم علوم الإعلام و الاتصال كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة جامعة عمار تليجي بالأغواط.
- الأستاذ الشريف داودي, أستاذ مساعد –ب- بقسم علوم الإعلام و الاتصال كلية العلوم الإنسانية و الإسلامية و الحضارة جامعة عمار تليجي بالأغواط.

<sup>1</sup> محمد أمين دريس, مجلة إشكالات في اللغة و الأدب, عدد3 (تامنغست, المركز الجامعي, 2015) ص 464.

<sup>2</sup> غنية صوالحية, " اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات, الفيس بوك أنموذجاً , دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة تبسة" أطروحة دكتوراه غير منشورة , ( تبسة: جامعة العربي تبسي, 2020 ) ص

## إجرائيا:

هي عبارة عن وسائل اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها من خلال واقع افتراضي لالتقاء الأصدقاء و المعارف و الأهل من خلال تكوين علاقات مع الأصدقاء من مختلف الأعمار و الأجناس و من كافة أنحاء العالم.

## • أساتذة الجامعة:

## اصطلاحا:

يقصد بالأستاذ الجامعي كل من يقدم المعرفة مهما كان المستوى و الشهادة المحصل عليها, كما يعتبر أهم عناصر العملية التعليمية فهم المسير و المنظم و المطور لعملية التعليم و التعلم و هو القائم مباشرة على تنفيذ مهنة التدريس من أجل إحداث تغيرات مرغوب فيها في أي نمط من أنماط السلوك لدى الطلاب داخل الجامعة.<sup>1</sup>

## إجرائيا:

هم الأساتذة الدائمين بجامعة الأغواط بكلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة الحاصلين على مختلف الشهادات و يشغلون مناصب مختلفة و الذين يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي.

<sup>1</sup> غنية صوالحية, مرجع سابق, ص 70.

## إحدى عشر: الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: دراسة عبد القادر صباحة, عبد الهادي وطواط, اسمهان حدان بعنوان دور وسائل التواصل الاجتماعي في استحداث لغة جديدة بين الشباب-دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك (طلبة جامعة ابن خلدون بتيارت) 2022.<sup>1</sup>

جاءت هذه الدراسة للبحث عن مدى تأثير و مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) في خلق لغة جديدة لدى طلبة جامعة ابن خلدون بتيارت, و قد هدفت الدراسة إلى معرفة اللغة المستخدمة لدى الطلبة أثناء التواصل و التفاعل عبر الفضاء الأزرق, و كذا الاطلاع على ميولاتهم نحو استخدام لغة الإيموجي عبر مواقع التواصل الاجتماعي و كان الهدف الأبرز من البحث الوصول إلى دراسة أكاديمية جديدة في ظل حداثة الموضوع, كما استخدم في الدراسة المنهج الوصفي على مجتمع الدراسة الذي يمثله طلبة جامعة تيارت و الذين يزاولون دراستهم بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية بصفة منتظمة و طبقت على عينة عمدية (غير احتمالية) قدرت ب109 مفردة, و تم استخدام أداة الاستمارة في الدراسة, و قد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- التوعية بكيفية الاستعمال الرشيد والعقلانية للشبكات الاجتماعية كأداة للبناء وليس وسيلة للهدم وأداة للتنقيف و الاستفادة.
- المحاولة الجادة والسعي دائما لضرورة المحافظة على اللغة الوطنية واستعمالها استعمالا منهجيا.
- إنشاء قاعدة معلوماتية، معرفية تحتوي على برامج خاصة بتعليم اللغة العربية.
- تشجيع الجامعات الجزائرية على تصميم واقع تتسم للقيم والمبادئ العربية.
- تكوين جمعيات على الفيس بوك للدفاع عن اللغة العربية و حمايتها من الغزو الذي يعتبر خطرا حقيقيا خاصة على الجيل الصاعد.

<sup>1</sup> عبدالقادر صباحة, عبدالهادي وطواط, اسمهان حدان, " دور وسائل التواصل الاجتماعي في استحداث لغة جديدة بين الشباب, دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك", مذكرة ماستر غير منشورة, جامعة ابن خلدون تيارت, 2022.

الدراسة الثانية: شهرزاد بن كحيل, الممارسات اللغوية في مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" 2015.<sup>1</sup>

جاءت إشكالية الدراسة في البحث عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على الفرد و المجتمع و عن اللغات التي يتحاور بها مستخدمو الفييس بوك و هدفت الدراسة إلى التعريف بمواقع التواصل الاجتماعي عامة و الفييس بوك خاصة و الدافع الذي يلجأ له الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي و تقصي اللغات الممارسة من طرف مستخدمي الفييس بوك و التعرف عليهم من حيث بياناتهم الشخصية و مميزاتهم الاجتماعية و الثقافية و السياسية و سلوكياتهم, اعتمدت أيضا على المنهج الاثنوجرافي, و كان مجتمع الدراسة هم مستخدمو الفييس بوك في الجزائر و اختارت في بحثها عينة قصدية و هم من مستخدمي الفييس بوك في الجزائر و استخدمت الاستمارة الالكترونية كأداة للبحث بالإضافة إلى الملاحظة, و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- كشفت الدراسة الميدانية أن أغلب عينة الدراسة يستخدمون الفييس بوك بدافع التواصل مع الأهل و الأصدقاء و التعارف.
- أن كلا الجنسين من الذكور و الإناث يهتما بالمشاركة في الفييس بوك, بينما الفئة العمرية الأكثر استخداما للموقع هي الفئة ما بين 20 و 30 سنة.
- جل أفراد العينة يستخدمون اللغة الموازية وهي لغة مخلوطة بين الأحرف اللاتينية والأرقام يتم تهديتها بالعربية وكذا الاختصار في اللغة الأجنبية والمسائل والرموز.
- أن أغلب أفراد العينة يستخدمون السمايلز والرموز للتعبير عن مشاعرهم والآخرين يستخدمونها لمجرد التسلية.

---

<sup>1</sup> شهرزاد بن كحيل, " الممارسات اللغوية في مواقع التواصل الاجتماعي " الفييس بوك" , دراسة أنثوغرافية لعينة من الشباب مستخدمي الفييس بوك", مذكرة ماستر غير منشورة, 2015.

## الدراسة الثالثة: وهيبة بوزيفي, واقع استخدام اللغة العربية على شبكة الأنترنت, 2014<sup>1</sup>

تتمثل إشكالية هذه الدراسة في: ما هو واقع استخدام اللغة العربية على شبكة الأنترنت من قبل الأستاذ و الطالب بجامعة الجزائر3 ؟ و هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على مكانة اللغة العربية من على خريطة التوزيع اللغوي على شبكة الأنترنت و مدى نموها خلال السنوات الأخيرة و تشخيص واقع استعمال اللغة العربية من قبل أساتذة و طلبة جامعة الجزائر3 في الفضاء الرقمي و قد استخدمت في الدراسة المنهج المسحي الوصفي و التحليلي و كان مجتمع الدراسة هو طلبة و أساتذة جامعة الجزائر3 , طبقت على عينة حصصيه غير احتمالية استخدمت في اختيار مفردات مجتمع البحث للأساتذة قدرت ب 115 مفردة و كذا استخدمت في اختيار لمفردات مجتمع طلبة جامعة الجزائر العينة القصدية غير احتمالية قدرت ب385 مفردة و اعتمدت على الملاحظة العلمية المنظمة و السجلات الإحصائية و كذا المقابلة و الاستمارة كأدوات للبحث, و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- لعب عامل المستوى التعليمي أثر في طبيعة اللغة التي يكتب بها الطلبة عند تبادل الآراء و الأحاديث عبر الأنترنت.
- اختلاف الطلبة المبحوثين حول اللغة التي يعلقون بها على ما ينشر في الفضاء الرقمي.
- تتمركز اللغة العربية في المرتبة الأولى كلغة يفضل أغلبية الأساتذة المبحوثين التعليق بها على شبكة الأنترنت.
- معظم الأساتذة المبحوثين لا يستخدمون الكلمات المختصرة أثناء تواصلهم داخل الشبكات الاجتماعية.
- رفض معظم الأساتذة المبحوثين فكرة اختفاء اللغة العربية.

---

<sup>1</sup> وهيبة بوزيفي, "واقع استخدام اللغة العربية على شبكة الأنترنت, دراسة ميدانية على عينة من أساتذة و طلبة جامعة الجزائر3", مذكرة ماستر غير منشورة, 2014

الدراسة الرابعة: كريمة فداني, مسيلة بوصفا, الممارسات اللغوية لدى الطلبة الجامعيين في شبكات التواصل الاجتماعي, 2020.<sup>1</sup>

تمثلت إشكالية الدراسة في: ما هو واقع استخدام اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي عامة و في الفيس بوك خاصة؟ و هدفت الدراسة إلى: معرفة مدى إقبال الطلبة الجامعيين على استعمال شبكات التواصل الاجتماعي, و الكشف عن مكانة اللغة الأكاديمية في ظل الممارسات اللغوية و الاختصارات الجديدة و الوقوف على الأسباب و العوامل التي أدت إلى ظهور ممارسات لغوية مختلفة لدى الشباب الجامعي, و حددت مجتمع البحث هو طلبة من كلية الآداب و اللغات وعينته حددت بطريقة قصدية ب 100 طالب و استخدم في الدراسة الاستبيان و توصلت إلى عدة نتائج أهمها:

- بينت الدراسة أن أغلبية الطلبة أثناء عملية تواصلهم يستعملون عدة لغات مختلفة رغم اختلاف الجنس والتخصص والمستوى.
- توضح الدراسة أن التواصل بلغة الاختصارات من قبل الطلبة ما جعلهم يواجهون العديد من الصعوبات في الحديث باللغة الأكاديمية.
- أغلبية الشباب يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي منذ فترة طويلة، وبشكل كبير لانتشارها الواسع.
- أغلبية الشباب يفضل شبكة الفيس بوك على الشبكات الأخرى.
- تختلف لغة تواصل الطلبة على حسب المتواصل معهم.

---

<sup>1</sup> كريمة فداني, مسيلة بوصفا, " الممارسات اللغوية لدى الطلبة الجامعيين في شبكات التواصل الاجتماعي", مذكرة ماستر غير منشورة, جامعة مولود معمري, تيزي وزو, 2020.

الدراسة الخامسة: مروى بن صحراوي, إكرام حمديني, واقع استخدام الطلبة للغة العربية في الفيس بوك , 2022.<sup>1</sup>

تمثلت إشكالية الدراسة في: ما هو واقع استخدام الطلبة الجامعيين للغة العربية في الفيس بوك؟ و هدفت الدراسة إلى: معرفة عادات و أنماط استخدام الطلبة للفيس بوك و تحديد اللغة المستخدمة و طبيعتها في الفيس بوك و التعرف على رأي الطلبة حول استخدام اللغة العربية الفصحى في الفيس بوك, و اعتمدت على المنهج الوصفي و تمثل مجتمع الدراسة في طلبة جامعة عمار تليجي بالأغواط, اعتمدت على العينة القصدية قوامها 80 مفردة و استخدمت أداة البحث الاستبيان و الملاحظة و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- أثبتت الدراسة أن معظم الطلبة يستخدمون الفيس بوك منذ أكثر من 3 سنوات.
- بينت الدراسة أن أغلب الطلبة كان مستوى تعاملهم مع الفيس بوك ممتاز.
- يستفيد الطلبة من الفيس بوك من خلال التواصل مع الأصدقاء.
- ثبتت الدراسة أن اللغة العامية المستخدمة أكثر هي العربية (الدارجة).
- وضح الطلبة أن سبب إهمال اللغة العربية الفصحى هو الغزو الثقافي.

#### مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

- صياغة مشكلة البحث و الاستفادة من الإجراءات المنهجية.
- الاستعانة بهذه الدراسات لوضع تساؤلات الدراسة وفروضها.
- الاستفادة من بعض التعاريف الإجرائية الخاصة ببعض الدراسات السابقة.

<sup>1</sup> مروى بن صحراوي, إكرام حمديني, "واقع استخدام الطلبة للغة العربية في الفيس بوك", مذكرة ماستر غير منشورة, جامعة عمار تليجي, الأغواط, 2022.

# الإطار النظري للدراسة

## ❖ الفصل الأول: مدخل إلى نظرية الاستخدامات والإشباع

- المبحث الأول: نشأة وتطور نظرية الاستخدامات و الإشباع
- المطلب الأول: التعريف بنظرية الاستخدامات و الإشباع
- المطلب الثاني: أهداف نظرية الاستخدامات و الإشباع
- المطلب الثالث: فروض نظرية الاستخدامات و الإشباع
  
- المبحث الثاني: نماذج وعناصر نظرية الاستخدامات و الإشباع و الانتقادات الموجهة لها و الرد عليها
- المطلب الأول: نماذج نظرية الاستخدامات و الإشباع
- المطلب الثاني: عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباع
- المطلب الثالث: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الإشباع و الرد عليها

# الفصل الأول

مدخل إلى نظرية الاستخدامات الإشباعية

## المبحث الأول: نشأة و تطور نظرية الاستخدامات و الإشباعات

### المطلب الأول: التعريف بنظرية الاستخدامات و الإشباعات

#### (1) التعريف بنظرية الاستخدامات و الإشباعات

##### التعريف اللغوي:

الاستخدام في اللغة من استخدام استخداما, أي اتخذ الشخص خادما, و منه يخدمه خدمة فهو خادم و خدام.

و أما الإشباعات في اللغة فهي مأخوذة من الشبع (بفتح الشين و فتح الباء) و الشبع ( بكسر الشين) و تدل على امتلاء في أكل و غيره, و امرأة شبعى الذراع من النساء ضخمته, و ثوب شبع الغزل أي وافر, و التشبع من يرى أنه شبعان.

تعتبر نظرية الاستخدامات و الإشباعات من أهم نظريات الاتصال الحديثة التي تفسر الدور الذي يلعبه الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الإعلام, حيث تعتبر الحاجات و الدوافع من العوامل المحركة للاتصال, و بصفة خاصة تلك الحاجات و الدوافع التي يتوقع الفرد أن يشبعها أو يلبيها له الآخرون لتحقيق التكيف مع البيئة, و يعتبر إشباع الحاجات و تلبية الدوافع ضرورة لدى الفرد حتى يتحقق له الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير, كما تعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال.<sup>1</sup>

**النشأة و التطور:** يرجع الاهتمام بالإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام الجماهيري إلى بداية بحوث الاتصال الجماهيري بالرغم من أن هذه البحوث اهتمت بالأصل بدراسة التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام, و من المنظور التاريخي نجد أن بحوث هذه النظرية قد بدأت تحت المسميات الأخرى

<sup>1</sup> بسام عبد الرحمان المشاقبة, نظريات الإعلام, (الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع 2014م) ص 84

منذ بداية الأربعينات و في مجالات قليلة من علم الاجتماع التي تتعلق بالاتصال الجماهيري التجريبي على دراسة مضمون وسائل الإعلام يشكل أكثر من تركيزها على اختلافات إشباع الفرد كما يقول عالم الإعلام و الاتصال الجماهيري كانتر

ومن هذا المنطلق نجد أن البدايات للبحوث الأولى لهذه النظرية قد صاغت تصنيفات استخدام الراديو والصحف حيث افترضت عالمية الاتصال (هيرتا - هيرزج) وجود خمسة احتمالات للجمهور من برامج المسابقات وهي:

\_ تنافسية

\_ تربية

\_ التقدير الذاتي

\_ رياضية

\_ إشباع مستمتعي المسلسلات في الراديو وهي التحرر العاطفي, التفكير المبني على الرغبة, النصح

من ناحية الثانية استنتج الباحث ( ستثمان) دوافع الاهتمام بالاستماع الموسيقي الجادة والراديو, و لازارسفيلد و وولف فيسك عن تطور الطفل بالفكاهة بينما لاحظ بيرلسون استخدامات عديدة للصحيفة من أجل الأخبار و تفسير الشؤون العامة وكأداة من أدوات الحياة, الراحة, الاعتبار والاتصال الاجتماعي<sup>1</sup>, ومن الجدير بالذكر أن هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من (هيرتا و هيرزج) عام 1944 و التي هدمت للكشف عن إشباع الجمهور والرأي وتوصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية وخلال عام 1945 قد تمكن بيرلسون من تحليل توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة اسبوعين بسبب إضراب

<sup>1</sup> عاطف عدلي العبد, نهى عاطف العبد, نظريات الإعلام و تطبيقاتها العربية, (القاهرة: دار الفكر العربي, 2011), ص ص

عمال التوزيع حيث وجه سؤالاً للجمهور ما الذي افتقده بسبب غياب هذه الصحف، و توصل إلى أن ما تقوم بأدوار مهمة للجمهور في نقل الأخبار والمعلومات والهروب من الواقع اليومي،

هذا وقد كان لهذه النظرية أول ظهور على يد الياهوكانتر ولير في كتابيهما استخدام وسائل الاعلام من جهة ودوافع استخدام الفرد من جهة اخرى، وقد اعتبر أشهر علماء الاتصال والإعلام من أمثال لازارسفيلد و ويلبرشرام أنها شكلت نقلة نوعية في دراسات تأثير وسائل الإعلام وبالمقابل اعتبروا أنها غير مصممة لدراسة إشباع وسائل الإعلام و الاتصال ومع تزايد الاهتمام بالإشباع التي تزود بها وسائل الإعلام جمهورها.

### المطلب الثاني: أهداف نظرية الاستخدامات و الإشباعات

يحقق مدخل الاستخدامات و الإشباعات عدة أهداف منها:

- تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم.
- فهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام و أنماط التعرض المختلفة.
- معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الإعلام.<sup>1</sup>
- الكشف عن العلاقات بين دوافع الاستخدام و أنماط التعرض لوسائل الاتصال و الإشباعات الناتجة عن ذلك.
- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل و إشباعاتها.
- فهم دوافع المتلقين في التعرض للوسائل الاتصالية و أنماط التعرض المختلفة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سابق، ص 300.

<sup>2</sup> يوسف سليمان سعد، "استخدامات الجمهور اليمني لوسائل الإعلام أثناء الحملات الانتخابية و الإشباعات المحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، 2000، ص 60.

## المطلب الثالث: فروض نظرية الاستخدامات و الإشباعات

من أهم الفروض التي يسعى مدخل الاستخدامات و الإشباعات إلى قياسها:

1. يقوم أفراد الجمهور باختيار المادة الإعلامية التي يرون أنها تشبع احتياجاتهم.
2. يستطيع أفراد الجمهور تحديد احتياجاتهم و دوافعهم, و بالتالي يختارون الوسائل و الرسائل الإعلامية التي تشبع تلك الاحتياجات.
3. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال, و ليس من خلال محتوى الرسائل فقط.
4. يشارك أعضاء الجمهور في عملية الاتصال الجماهيري بفعالية, و يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي واقعهم.
5. يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور, و يتحكم في ذلك عوامل " الفروق الفردية" و "التفاعل الاجتماعي" و "تنوع الحاجات باختلاف الأفراد".
6. تتنافس وسائل الإعلام مع وسائل أخرى لإشباع حاجات الأفراد مثل قنوات الاتصال المباشر كالأندية أو السينما أو غيرها.<sup>1</sup>

---

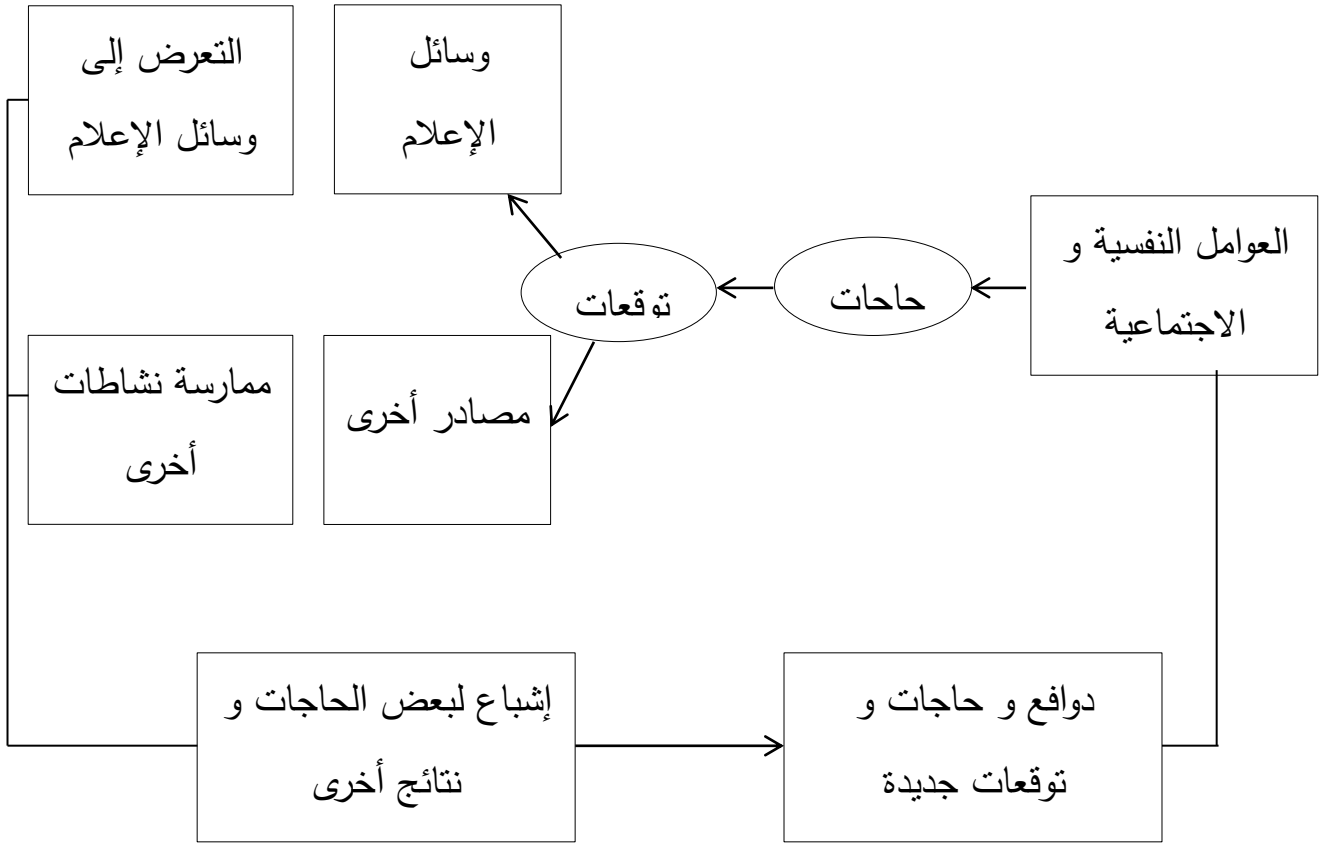
<sup>1</sup> عاطف عدلي العبد, نهى عاطف العبد, مرجع سابق, ص, ص 300 , 301.

المبحث الثاني: نماذج وعناصر نظرية الاستخدامات و الإشباع والانتقادات الموجهة لها والرد عليها.

المطلب الأول: نماذج نظرية الاستخدامات و الإشباع

### 1- نموذج كاتز و زملاؤه (katz, E et al, 1974):

يرى كاتز أن المواقف الاجتماعية التي يجد الأفراد أنفسهم بها هي التي تعمل إقامة العلاقة بين وسائل الإعلام و إشباع الاحتياجات, إذ أن المواقف الاجتماعية يمكن أن تسبب في التوتر و الصراع الذي يشكل ضغطا على الفرد مما يجعله يسعى إلى استخدام وسائل الإعلام.<sup>1</sup>



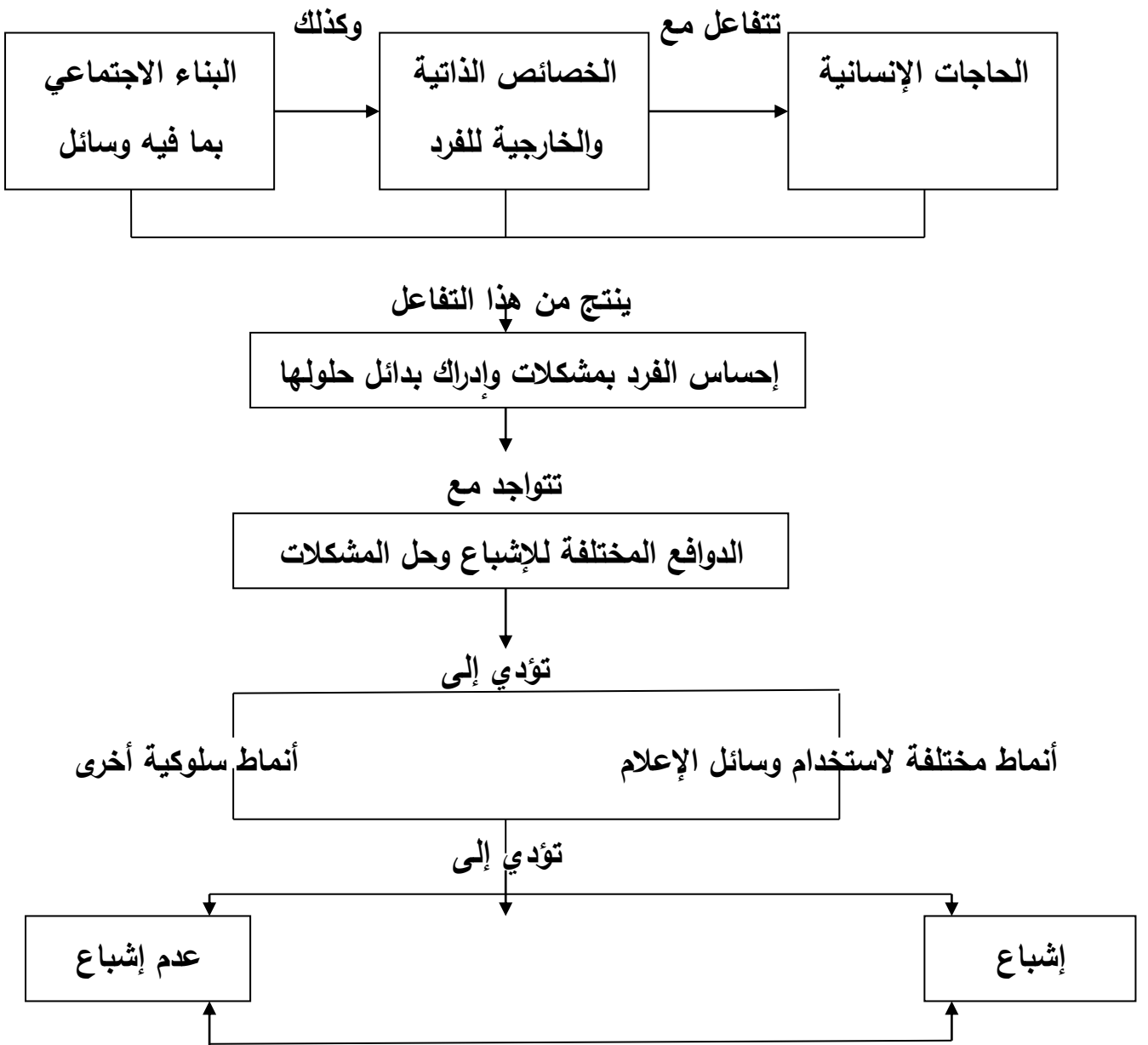
المصدر<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عاطف عدلي العبد, نهى عاطف العبد, مرجع سابق, ص 301.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد, نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير, ط3 القاهرة: دار عالم الكتب, 1425هـ, 2004م) ص 284.

## 2- نموذج روزنجرين (Rosengren .k.e.1974) :

يعرض هذا النموذج مجموعة من العوامل التي تشكل مدخل الاستخدامات و الإشباع، والتي تبدأ من تولد حاجات بيولوجية ونفسية و اجتماعية لدى الإنسان، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية -تختلف في وحدتها- وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى تحقق الإشباع المطلوبة.<sup>1</sup>



<sup>1</sup>عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص، 301.

### 3- نموذج بالمجرين وروبين: (Rubin blmgreen.1982)

يطلق على هذا النموذج "توقع النافذة" إذ يهتم هذا النموذج بربط بين استخدام الفرد لوسائل الإعلام و الإشباع المتوقعة من هذا الاستخدام ، حيث يتم مقارنة الإشباع المتوقعة بالإشباع المتحققة فعليا.

### 4- نموذج ويندال: (windhal.1986)

يعرض هذا النموذج العلاقة بين الاستخدامات والتأثيرات والربط بينهما و هذا النموذج يؤكد فيه ويندال على أن استخدام ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة يترتب عليها تحقق وظائف ترتبط بتوقعات معينة عن الإشباع.<sup>1</sup>

#### المطلب الثاني: عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباعات

- انطلقت نظرية الاستخدامات و الإشباعات من العناصر التالية:

1 - الجمهور النشط

2- الأصول الاجتماعية و النفسية لاستخدام وسائل الإعلام

3- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام

4- التوقعات من وسائل الإعلام

5- إشباع وسائل الإعلام<sup>2</sup>

#### 1. الجمهور النشط:

كانت النظريات القديمة كنظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد تعتبر أن الجمهور مجرد متلقي سلبي ،ولكن مع ظهور مدخل الاستخدامات و الإشباعات ظهر مفهوم الجمهور النشط

<sup>1</sup>عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص302.

<sup>2</sup>بسام عبد الرحمان المشاقبة، مرجع سابق، ص88.

الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب بالنسبة له، ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم هذا المحتوى، ويعرف ذلك "بالانتقاء النسبي" أو "توقع المكافأة"، وهو الموازنة بين قدر الإشباع الذي سيحصل عليه الفرد في مقابل المجهود المبذول للحصول على هذا الإشباع.<sup>1</sup>

\_ ويرى ليفي و ويندال أن نشاط الجمهور له بعدان هما:

**البعد الأول:** التوجيه النوعي للأفراد وهو على ثلاثة مستويات:

(1) **الانتقائية:** وهي الاختيار المقصود لواحد أو أكثر من البدائل المتاحة وذلك بأن يقوم الجمهور باختيار وسيلة اتصالية معينة، وتختار التعرض لمضمون معين بها، ويمتد مفهوم الانتقائية ليشمل مرحلتين: الإدراك والتذكر.<sup>2</sup>

(2) **الانشغال:** وهي الدرجة التي يدرك بها فرد من الجمهور، العلاقة بين محتوى وسائل الإعلام ودرجة تفاعل الفرد مع المحتوى أو الوسيلة.

(3) **المنفعة:** وهي استخدام الأفراد لوسيلة معينة بقصد تحقيق هدف معين، وذلك أن جمهور وسائل الاتصال يختار المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة.

**البعد الثاني:** البعد المؤقت: وهو تقسيم نشاط الأفراد على أساس الجهد المبذول، على النحو الآتي:

(1) **الانتقاء قبل التعرض:** يرتبط هذا بتوقع الجمهور بأن التعرض لوسيلة دون أخرى أو مضمون معين يحقق لهم الإشباع المطلوب.

(2) **الانتقاء أثناء التعرض:** ولهذا علاقة بما قبله، فالتعرض ذاته يظل سلوكاً انتقائياً يحوي عدداً كبيراً من خيارات للفرد.

(3) **الانتقاء بعد التعرض:** ويرتبط هذا بالتذكر الانتقائي للرسائل التي تعرض لها الفرد.

<sup>1</sup>عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص302.

<sup>2</sup>منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1(عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012) ص191.

4) المنفعة قبل التعرض: حيث يحصل الجمهور على منافع قبل التعرض من خلال الحديث، النقاش الاجتماعي، ومحاولة التنبؤ بما قد يحصل للرسالة.

5) المنفعة أثناء التعرض: وهي المنفعة التي تنشأ من تعرض الفرد لوسائل الإعلام.

6) المنفعة بعد التعرض: ويرتبط هذا بالسلوك الذي ينعكس على الفرد من خلال المعلومات التي حصل عليها من الرسالة.<sup>1</sup>

كما طورت لين مفهوم نشاط الجمهور إلى ثلاث مراحل هي:

1) المرحلة الأولى: تتم قبل التعرض وتتمثل في التخطيط المسبق قبل التعرض للوسيلة.

2) المرحلة الثانية: تتم أثناء التعرض وتتمثل في الاستغراق في المضمون الذي يتم التعرض إليه.

3) المرحلة الثالثة: تتم بعد التعرض وتتمثل في الاستفادة من المضمون الذي تم التعرض إليه من خلال استخدامه في الاتصال الشخصي.<sup>2</sup>

## 2. الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات و الإشباعات:

اعتبرت فترة نهاية عقد الخمسينات من القرن الميلادي الماضي مرحلة من مراحل تطور بحوث الاستخدام والإشباع ، و بأنها البداية الحقيقية لتحول أنظار الباحثين، وتوجيه اهتمامهم لدراسة العوامل الاجتماعية و النفسية، و أثرها في الدوافع والحاجات و الإشباعات المرتبطة بوسائل الاتصال الجماهيري و استخداماتها، بهدف الكشف عن دور هذه المتغيرات الوسيطة في تكوين الحاجات و الدوافع و إيجادها، و التي تكمن وراء استخدام وسائل الاتصال و أنماط التعرض

<sup>1</sup>منال هلال مزاهرة، مرجع سابق، ص ص 191-192.

<sup>2</sup>عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص ص 303-304.

لمحتوى رسائلها، وذلك من خلال الدراسات العديدة التي سعت في ذلك الوقت إلى دراسة بعض المتغيرات الاجتماعية و النفسية المرتبطة بأنماط السلوك الاتصالي للأفراد.

و تؤدي العوامل النفسية والفروقات الفردية دورا مهما في اختلاف الأفراد في اختيار الرسائل الإعلامية.<sup>1</sup>

### 3. دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال:

تقسم معظم دراسات الاتصال دوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى فئتين هما:

**دوافع منفعية:** وتستهدف التعرف على الذات، و اكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات ومراقبة البيئة التي ترتبط باستخدام مضامين معينة كمنشورات الأخبار وبرامج المعلومات ، حيث أن وسائل الإعلام تجمع معلومات لناعن أشياء وأماكن لا يمكننا كأفراد جمهور أن نصل إليها بأنفسها، خاصة مع ظهور القنوات الإخبارية المتخصصة التي تبث معظمها إرسالها على مدى أربع و عشرون ساعة كما تتضمن الدوافع المنفعية الحصول على النصيحة أو الرأي في مختلف الموضوعات والتعلم الذاتي في مجالات عديدة.

**دوافع طقوسية:** وتشبع رغبات الفرد في تمضية الوقت و الاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في المسلسلات والأفلام وبرامج المنوعات وبرامج الترفيه المتنوعة، وبوجه عام يعد التلفزيون وسيلة ترفيهية بالدرجة الأولى، بينما يعد البعض الوسائل المكتوبة ووسائل تثقيفية.

**وظائف الدوافع :** لها ثلاث وظائف رئيسية هي:

-تحريك السلوك، بعد أن يكون في حالة استقرار نسبي لإرضاء بعض الحاجات الأساسية.

-توجيه السلوك في اتجاه معين دون الآخر.

<sup>1</sup>منال هلال مزاهرة، مرجع سابق، ص 193.

\_المحافظة على استدامة تنشيط السلوك ما دامت الحاجة موجودة.<sup>1</sup>

**أنواع الحاجات:** وتتمثل أنواع الحاجات التي يسعى أفراد الجمهور إلى إشباعها عن طريق التعرض لوسائل الاتصال فيما يلي:

1. **احتياجات معرفية:** وتتمثل في الحصول على المعلومات عن الموضوعات المتنوعة و فهم البيئة المحيطة.

2. **احتياجات عاطفية:** تتمثل في تحقيق المتعة وإشباع الحاجات الجمالية والعاطفية المختلفة.

3. **تحقيق الاندماج الذاتي:** تتمثل في زيادة الاستقرار والثقة في الذات وتأتي تلك الحاجات من رغبة الفرد في تقدير الذات.

4. **الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي:** تتمثل في تحسين علاقات الفرد مع أسرته وأصدقائه وزملائه.

5. **إزالة التوتر:** تتمثل في الهروب من المشكلات الشخصية و نسيانها و الرغبة في اللهو و الاندماج في المضمون الإعلامي.<sup>2</sup>

4. **التوقعات من وسائل الإعلام :**

تنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الاتصال حسب حالة الفرد الداخلية وميوله النفسية يخلق توقعات لإشباع حاجاته والتي تلبّيها وسائل الاتصال، وتعد التوقعات خطوة هامة في عملية التعرض لوسائل الاتصال، وهو مفهوم جوهري يتلاءم مع مفهوم الجمهور النشط ، حيث أنه إذا كان على أفراد الجمهور الاختيار فيما بين بدائل اتصالية وغير اتصالية متعددة طبقا لاحتياجاتهم ، فلا بد أن يكونوا على درجة كافية من الوعي بالبدائل التي تكون أكثر

<sup>1</sup>عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص ص، 305-306.

<sup>2</sup>المرجع سابق، ص 307.

إشباعاً لاحتياجاتهم و السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور ينشأ من هذه التوقعات والمعتقدات بشأن احتمال أن يكون لهذا السلوك إسهامه في إشباع احتياجاتهم المختلفة.<sup>1</sup>

## 5. إشباعات وسائل الإعلام:

يتم وفقاً لمدخل الاستخدامات و الإشباعات وصف جمهور يختار من بين وسائل الاتصال ومن المضامين التي تقدمها ما يشبع حاجاته ويلبي رغباته، بغية الحصول على نتائج خاصة يطلع عليها الإشباعات " Gratification " ، ويرى سوانسون (Swanson 1987) إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباع المتحققة، فبرامج الدراما والترفيه والمنوعات يمكن أن تحقق إشباع التنفيس Diversion و التخلص من الملل والقلق والهروب من المشكلات اليومية، أما برامج الأخبار والمعلومات والشؤون الجارية تحقق إشباع مراقبة البيئة Surveillance الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات.

وتتبع الإشباعات من وسائل الاتصال من ثلاثة مصادر رئيسية هي:

\_ محتوى أو مضمون الوسيلة

\_ التعرض للوسيلة

\_ السياق أو الإطار الاجتماعي أو البيئة الاجتماعية المحيطة باستخدام الوسيلة.<sup>2</sup>

**المطلب الثالث: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الإشباعات والرد عليها:**

### 1. الانتقادات الموجهة للنظرية:

شن بعض الباحثين و المنظرين و الإعلاميين هجوماً على هذه النظرية، ومنظريها من منطلق أو منطلقات مزعومة بقدرتها النظرية بأن لها قدرة على إرادة الجمهور والرأي العام من باب أي

<sup>1</sup>عاطف عدلي العبد، المرجع السابق، ص 309.

<sup>2</sup>المرجع السابق، ص، ص، 310-311.

الوسائل والمضامين التي يتم اختيارها، ومن أبرز الانتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات و الإشباعات:

**\_أولا :** إنها تشابهت في استخدام نفس المنهج، الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين، حول الإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام.

**\_ثانيا:** اشتركت في استخدام النهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات الإشباع من الجمهور في فئات مصنفة بتأجيل توزيعها تكراريا وتدرجيا تبعا لكثافتها.

**\_ثالثا:** لم تحاول هذه الدراسات أن تكتشف الروابط بين الإشباعات التي يتم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي تم إشباعها.

**\_رابعا:** فشلت هذه الدراسات في بعث العلاقات المتداخلة فيما بين الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الإعلام أيضا كميا أو مفاهيميا.

**\_ خامسا :** إن هذه الدراسات لم تعط صورة مفصلة وأكثر تصاعد بالإشباعات ووسائل الإعلام ولا تؤدي إلى صيغة نهائية لتعميمات نظرية.

لكن هذه النظريات واجهت مجموعة من القيود المنهجية مثل عدم قدرة الباحثين على إقرار الإشباعات الصحيحة التي يحققها مستخدمو وسائل الإعلام من خبراتهم الاتصالية، بالإضافة إلى عدم القدرة على إقرار الإشباعات التي تم الحصول عليها.<sup>1</sup>

## 2.الرد على أهم الانتقادات الموجهة إلى مدخل الاستخدامات و الإشباعات:

على الرغم من الانتقادات التي يتعرض لها مدخل الاستخدامات و الإشباعات، إلا أنه يمثل مرحلة بحثية متطورة لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور في إطار اجتماعي، بالإضافة إلى إسهامات المدخل في تحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور، وتحديد

<sup>1</sup> أسام عبد الرحمان المشاقبة، مرجع سابق ، ص ص 85،86.

الباحثين لقائمة كبيرة من دوافع مشاهدة الجمهور للمادة الإعلامية تختلف وفقا لخصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص 316.

## الفصل الثاني

### اللغة و وسائل التواصل الاجتماعي

## المبحث الأول: اللغة في وسائل التواصل الاجتماعي

### المطلب الأول: مفهوم اللغة

**لغة:** أصلها لغو، لا مها واو قيل لغى لامها ياء ومصدرها اللغو واللغا جاء في اللسان: أصلها لغوه وقيل أصلها لغى أو لغو و الهاء عوض

وقال الكفوي : اللغة في الرموز أصلها (لغى) أو (لغو) جمعها (لغى) و (لغات).

**اصطلاحاً:** يعرفها العامل اللغوي السويسري (دي سوسري) على أنها نظام من الرموز الصوتية الاصطلاحية في أذهان الجماعة اللغوية، ويحقق التواصل بينهم، ويكتسبها الفرد سماعاً من جماعته.

تعرفها رؤوس مجتمعات على أنها قدرة ذهنية مكتسبة يمثلها نسق يتكون من رموز اعتباطية منطوقة يتواصل بها أفراد مجتمع ما. عرف ابن خلدون اللغة بقوله: عبارة للمتكلم عن مقصوده وتلك العبارة فعل لساني فلا بد ان تصير ملكة متقررة في العضو الفاعل لها وهو اللسان، وهو في كل أمة بحسب اصطلاحاتهم.

كما يرى بعض المحدثين أن اللغة نظام من رموز وعلامات أو هي الأصوات التي يحدثها جهاز النطق الإنساني والتي تدركها الأذن فتؤدي دلالات اصطلاحية في مجتمع معين.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> تيشراحين آسيا، نواوي راضية، صالح جهاد، "واقع استخدام اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك نموذجاً"، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2020، ص 29.

## المطلب الثاني: وظائف اللغة في وسائل التواصل الاجتماعي

جعل رومان جاكسون للغة ستة وظائف هي كالآتي:

### الوظيفة التعبيرية:

و يصطلح عليها أيضا بالوظيفة الانفعالية, و تهدف إلى التعبير بصفة مباشرة عن موقف المتكلم اتجاه ما يتحدث عنه, و تقديم انطباع و انفعال معين صادق أو كاذب, و تتمثل في الرسائل التي تركز على الحمولة الانفعالية و الوجدانية و ترتبط هذه الوظيفة ببنية تعبيرية خاصة على مستوى النحو و الصوت و المعجم و يترتب عن هذا تباين بين ظواهر لسانية متنوعة, و تحمل هذه الوظيفة في طياتها انفعالات ذاتية, و تتضمن قيما و مواقف عاطفية و مشاعر و إحساسات, يسقطها المتكلم على موضوع الرسالة.

### الوظيفة الإفهامية:

أو ما يعرف أيضا بالوظيفة التأثيرية و تحصل عندما يكون الهدف من الاتصال التأثير على المتلقي, لهذا فالرسالة هاهنا تركز على المرسل إليه لذاته من خلال عنصري الإقناع و الإمتاع فالأول يرمي إلى سحب المتلقي نحو أفكار و قناعات المرسل بينما يهدف الثاني إلى إدخال المتعة في نفس المتلقي.

### الوظيفة الانتباهية:

و هناك من يسميها بوظيفة إقامة الاتصال لأنها تتعلق بالقناة, فهي تحافظ على سلامة جهاز الاتصال, و التأكد من استمرار سلسلة الرسائل على الوجه الذي أرسلت به من الطرفين, فهي تهدف إلى التواصل و الحفاظ على استمرارية الإبلاغ, و عدم انقطاعه و تثبيته أو إيقافه.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبدالقادر الغزالي, اللسانيات و نظرية رومان جاكسون أنموذجا, ط1, (الأردن, عمان: دار الحوار, 2003), ص ص 10,

## الوظيفة المرجعية:

إن لهذه الوظيفة مصطلحات عديدة, من بينها: الوظيفة المعرفية, الإيحائية, الإخبارية... و هذه المصطلحات كلها تشترك في كونها تومئ إلى الوظيفة المهيمنة حينما تركز الرسالة على السياق أو المرجع, و تتلون بهذه الوظيفة عندما يكون محتواها مؤيدا للأخبار الواردة فيها.

## الوظيفة الميتالسانية:

و تسمى أيضا بوظيفة ما وراء اللغة, أو الوظيفة الوصفية, و تتمظهر هذه الوظيفة أكثر من خلال الرسائل التعليمية أو التلقينية, و تقوم هذه الوظيفة على الشرح و الوصف و التفسير و التأويل.

## الوظيفة الشعرية:

أو ما يعرف أيضا بالوظيفة الاستثنائية, و ينبه جاكسون إلى أن هذه الوظيفة لا تقتصر على الشعر فقط و إنما على جميع أشكال الرسائل اللفظية و غير اللفظية, و تعمل على إبراز قيمة الكلمات و الأصوات و التراكيب في ذاتها, مكسبة إياها قيمة مستقلة.<sup>1</sup>

## المطلب الثالث: أهم أنواع و أشكال اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي

**اللغة العربية:** تعتبر اللغة العربية من أقدم لغات العالم, فهي تنتمي إلى اللغات السامية, المتفرعة من مجموعة اللغات الأفريقية الآسيوية و هي لغة القرآن الكريم قال تعالى: ((إنا أنزلناه قرآنا عربيا لعلكم تعقلون))<sup>2</sup>, كما تتمتع اللغة العربية بخصائصها التعبيرية المختلفة إذ يعتبر معجمها أغنى معاجم اللغات في المفردات و مرادفاتها, و لغة تتطور كسائر اللغات فقد أضيفت

<sup>1</sup> عبدالقادر الغزالي, مرجع سابق, ص,ص 12, 13.

<sup>2</sup> القرآن الكريم, سورة يوسف, آية 32.

لها مفردات أخرى و قامت مجامع اللغة العربية بجهد كبير في تعريب الكثير من مصطلحات الحضارة الحديثة.<sup>1</sup>

**الفصحى:** هي نمط من الكتابة و النطق بالعربية الفصحى كما وضع قواعدها النحاة, و يتميز هذا النمط باللغة العالية النموذجية من الناحية الصوتية و الصرفية و التركيبية, و يستعمله قلة من المتخصصين في الدراسات العربية, و أساتذة التعليم العالي خاصة بين الأساتذة الذين ينتمون إلى بلدان عربية متباينة, و بينهم و بين متخصصين من أهل الغرب و العجم لتتم عملية التواصل بشكل جيد.

**العامية:** هي الأكثر استعمالا على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة أن كثيرا من مستخدمي هذه المواقع لا يقعون في دائرة المتخصصين, و قد زاد هذا المستوى استعمالا على صفحات التواصل الاجتماعي, و هذا من شأنه أن يفتح الباب أمام العامية و يعمل على شيوعها و انتشارها بكثرة و الابتعاد عن الفصحى كثيرا.<sup>2</sup>

**لغة الرموز التعبيرية, الإيموجي:** هناك رموز تعبيرية كثيرة مستخدمة في شبكات التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - منها رموز تعبيرية ذات الوجوه المتعددة الملامح و رموز سفر و أماكن و رموز الطبيعة و الحيوانات و رموز ذات النشاطات المختلفة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> آسيا تيشراحين, مرجع سابق, ص32.

<sup>2</sup> صافية كسكاس, مجلة إشكالات في اللغة و الأدب, مجلد 08, عدد03, بوزريعة الجزائر, 2019, ص 469.

<sup>3</sup> عبدالقادر صباحة, مرجع سابق, ص ص 53, 54.

## المبحث الثاني: نشأة وتطور وسائل الاتصال الاجتماعي

### المطلب الأول: نشأة وتطور فيس بوك

فيس بوك هو واحد من أبرز وأكبر شبكات التواصل الاجتماعي في العالم، وقد تأسس في فبراير 2004 من قبل مارك زوكربيرغ وزملائه في هارفارد، وهم أندرو ما كولوم و إدوارد دو سافرين، و داستن موسكو فيتر.

نشأة فيس بوك يمكن تقسيمها إلى عدة مراحل:<sup>1</sup>

البداية في هارفارد: بدأت الفكرة الأولية ل فيس بوك كمشروع جامعي في هارفارد حيث قام مارك زوكربيرغ بإنشاء موقع يسمى " facemash " في عام 2003، والذي كان يتيح للطلاب تقييم الصور الشخصية لزملائهم.

تطور إلى فيس بوك: بعد نجاح facemash، وقرر مارك وفريقه تطوير فكرة أكثر وأكثر فائدة، وقاموا بإطلاق " the Facebook " في فبراير 2004 كشبكة اجتماعية لطلاب جامعة هارفارد

الانتشار السريع: سرعان ما انتشرت شبكة the Facebook إلى جامعات أخرى في الولايات المتحدة الأمريكية، وبعد ذلك توسعت لتشمل جامعات في كندا وبريطانيا وغيرها من البلدان.

فتح المنصة للعموم: في سبتمبر 2006، قرر زوكربيرغ فتح Facebook للجمهور العام بعد أن كانت محصورة فقط لطلاب الجامعة.

التوسع العالمي: منذ ذلك الحين، نمت Facebook بسرعة هائلة لتصبح واحدة من أكبر وأشهر شبكات التواصل الاجتماعي في العالم، مع مئات الملايين من المستخدمين في جميع أنحاء العام.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، (مصر: دار الفجر للنشر و التوزيع، 2010)، ص64.

المزايا والتطورات: على مر السنوات، شهدت Facebook العديد من التطورات وإضافة ميزات جديدة مثل الإعلانات المستهدفة، والصفحات الشخصية للشركات والعلامات التجارية، والميزات المتقدمة للمجموعات والمناسبات.

## المطلب الثاني : أنستغرام

أنستغرام هو تطبيق مجاني و شبكة اجتماعية, يسمح للمستخدمين بمشاركة الصور ومقاطع الفيديو ، وإضافة تأثيرات مختلفة عليها ، والتفاعل مع محتوى الآخرين من خلال الإعجابات والتعليقات والرسائل الخاصة ، وقد اكتسب شعبية على المستوى الفردي و المؤسسي و يعد من المواقع التي ظهرت حديثا و استحوز على اهتمام الجمهور خلال مدة قصيرة, تأسس انستغرام في أكتوبر 2010 من قبل كيفن سيستروم ومايك كريغر ، وفي أبريل 2012 ، استحوزت عليه شركة فيس بوك مقابل مبلغ مالي كبير و أصبح موقع مكمّل أو ضمن الفيس بوك و ازدادت شعبيته, من مميزات الأنستغرام نذكر منها:

- تحميل الصور و مقاطع الفيديو

- ميزة التتبع

- الإعجاب و التعليق

- البحث عن الأصدقاء

- تعديل الملف الشخصي

- ميزة الإشعارات<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> نعيمة بوزينة، "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري - دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي - جامعة الجلفة- نموذجا" (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، قسم علوم الاتصال كلية علوم الإعلام و الاتصال الجزائر ،جامعة الجزائر3، 2017، ص ص 133, 134.

## المطلب الثالث: تويتر

تويتر هو منصة تواصل اجتماعي عبر الأنترنت تمكن المستخدمين من إرسال وقراءة الرسائل المعروفة باسم "تغريدات" ، يمكن للتغريدات أن تكون نصية بحد أقصى 280 حرفا ، ويمكن أيضا إرفاق الصور ومقاطع الفيديو وروابط الويب بها ، تأسس تويتر في مارس 2006 من قبل جاك دورسي ، إيفيان وبيلامز ، وبين ستون ، وأطلق للجمهور في يوليو 2006.<sup>1</sup>

تويتر بدأ كمشروع بحثي داخل شركة Odeo ، والتي كانت شركة ناشئة تعمل في مجال البودكاست.

وكان الهدف من تويتر هو إنشاء منصة تمكن المستخدمين من إرسال رسائل قصيرة جدا إلى جميع متابعيهم، ابتداء من عام 2007 ،شهد تويتر نموا سريعا في عدد المستخدمين وأصبحت شبكة اجتماعية شهيرة.

على مر السنوات، تطورت تويتر بإضافة ميزات جديدة مثل إعادة التغريد RETWEET والردود REPICS، و الهاشتاغ HASHTAGS والموضوعات الرئيسية TRENDING وأصبح تويتر أيضا منصة مهمة للتواصل العام والتفاعل مع الأحداث الجارية والمناقشات العامة ، بالإضافة إلى دورها في التسويق والترويج للعلامات التجارية والمنتجات.

يشكل تويتر مصدرا هاما للأخبار والمعلومات ،حيث يتم استخدامه بشكل واسع من قبل الصحفيين والمؤسسات الإعلامية والشخصيات العامة لمشاركة الأخبار والآراء والتفاعل مع الجمهور .

## المطلب الرابع: الفيسبوك

يُعد الفيسبوك وسيلة اجتماعية للتواصل الاجتماعي بين مختلف أفراد المجتمع العالمي، فهي شبكة لربط مجموعات من البشر للتداول والآراء حول قضايا مشتركة، كما

<sup>1</sup>نعيمه بوزينة، المرجع السابق، ص 135, 136.

تُعد الفيسبوك الشبكة الأكثر انتشاراً وتوسعاً بين مختلف شبكات ومواقع التواصل الأخرى، فحتى كتابة هذه السطور تُعد الفيسبوك ثاني أكبر مواقع الإنترنت من حيث عدد الزائرين بعد موقع جُوجل العالمي، وأول المواقع استخداماً لدى المصريين وفق تقرير وكالة ألكسا 2013.

#### - الفيسبوك:

وتُعرف بسمة نصيف الفيسبوك بأنه: موقع للتواصل الاجتماعي قائم على تبادل الآراء والأفكار، وعناصر المحتوى: (نصوص- صور - ملفات فيديو، .. وغيرها)، على أن يكون لكل مستخدم صفحة خاصة به؛ يقوم من خلال هذه الصفحة بتكوين الصداقات والمراسلات والدعوات المتنوعة للمجموعات والربط بين الأصدقاء، مع وجود صفحة رئيسية تجمع كل الأصدقاء وتُنشر تعليقاتهم وأنشطتهم مباشرة ويمكن لجميع المشاركين التعليق والمشاركة.<sup>1</sup>

ويعرف زانج موقع الفيسبوك بأنه: "شبكة عبر الإنترنت تسهل تبادل المعلومات وتفاعل المستخدمين بواسطة تكنولوجيا الاتصال المستندة إلى الويب، والتي تقوم بتخزين البيانات والمعلومات الإلكترونية ونقلها وتبادلها، وتتيح التفاعل بين الأفراد، و توفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون في نفس المصالح".

وتُعرف عادة العمودي (2011، ص2) شبكة الفيسبوك بأنها: برامج تدعم الأنشطة الجامعية في توطيد العلاقات الإنسانية وبناء المعرفة على الويب، عبر الفضاء الإلكتروني القائم على تسخير التقنيات الرقمية التي تُمكن المستخدمين من المشاركة في بناء المعرفة عبر الإنترنت.

#### - نشأة وتطور الفيسبوك:

وترجع فكرة إنشاء موقع الفيسبوك إلى الأمريكي مارك جركبيرج؛ وقد كان طالباً بجامعة هارفارد الأمريكية، وقد استعان باثنين من زملائه بالجامعة وهما: (داستين موسكوفيتز، وكريس

<sup>1</sup>نعيمة بوزينة، المرجع السابق، ص 138.

هيوز)، حيث قاموا بتصميم موقعاً للتواصل بين طلاب الجامعة ليتمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم .

وقد انطلق موقع الفيسبوك في البداية من موقع فيس ماش Face Match التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم يتم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية من بين تلك الصور، وقد قام مارك جزكريج بابتكار الفيس ماش Face Match في 28 أكتوبر عام (2003)، وقد كانت العضوية قاصرة في البداية على طلاب جامعة هارفارد .

وقد انطلق موقع الفيسبوك بمسماه الحقيقي (feedback) في فبراير عام (2004)، وهو موقع يتبع شركة فيسبوك الخاصة، ويسمح هذا الموقع بالانضمام إلى عدة شبكات فرعية من نفس الموقع تصب في فئة معينة مثل منطقة جغرافية محددة أو مدرسة معينة، وغيرها من الأماكن التي تساعد على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون في نفس فئة الشبكة، كما أنه يعمل على تكوين مجموعات من الأصدقاء، ويساعدهم على تبادل المعلومات والصور ومقاطع الفيديو، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، ويساعد على الاشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع نفسه؛ مثل المدارس أو أماكن العمل أو مناطق جغرافية أو مجموعات اجتماعية.

وبدأ الفيسبوك التحول إلى الانفتاح تدريجياً؛ ليمتد ليشمل الكليات في مدينة [بوسطن](#)، وجامعة آيفي ليغ، وجامعة ستانفورد، ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم شملت طلاب المدارس الثانوية بداية من سبتمبر عام

واستمر موقع الفيسبوك في اقتصاره على طلاب الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، ثم قرر جزكريج أن يخطو خطوة أخرى للأمام؛ وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع؛ إذ ارتفع العدد من (12) مليون مستخدماً في شهر ديسمبر عام (2006) إلى أكثر من (40) مليون مستخدماً في بداية عام

2007 ثم أخذ موقع الفيسبوك في الانتشار والتطوير في تقنياته، وتعددت اللغات التي يدعمها حتى أصبح الفيسبوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً، وأخذ في الانتشار حتى فاق عدد مستخدميه المليار ومائة مليون مستخدماً بنهاية ديسمبر عام (2012)، وترجع الفيسبوك على عرش مواقع التواصل الاجتماعي من عام (2009 وحتى 2013) ويعد الاكثر زيارة لدى المصريين عام 2012 وفقاً لتقرير وكالة أليكسا لإحصائيات الإنترنت عبر موقعها الرسمي : نستنتج من العرض السابق الانتشار الكبير لشبكة الفيسبوك واحتلالها قمة شبكات التواصل الاجتماعي من حيث عدد زائري مواقع الإنترنت عامة، كما أنها اكتسبت ثقة المصريين فأصبحت أكثر مواقع الإنترنت زيارة بمصر عام (2012)، ويمكن إرجاع ذلك لما توفره الشبكة من تقنيات وخدمات تلبي من خلالها تطلعات مختلف فئات المجتمع العالمي، وتحقق أهداف معظم مستخدميها، كما أنها نوعت في خدمات بناء وعرض المحتوى المنشور من خلالها وطرق التواصل حوله.<sup>1</sup>

## إيجابيات وسلبيات Facebook

### إيجابيات Facebook

يتم تعريف الإيجابيات على أنها الأشياء التي يستخدمها الشخص لتحقيق هدف في حياته الاجتماعية. وفيما يلي بيان لبعض هذه الإيجابيات:

تسهيل التواصل مع الآخرين: الفيسبوك هو أحد المواقع التي تمكن الشخص من التواصل مع الآخرين بشرط أن يمتلك الطرفان هذا الموقع ، ويتم ذلك من خلال الأجهزة التي سبق ذكرها. عرض آخر الأخبار حول العالم: يمكن للمستخدم تصفح الكثير من المعلومات المتعلقة بدولة أو في جميع البلدان ، مما يجعله أكثر وعياً بالتطورات في بلده أو خارج بلاده.

<sup>1</sup>نعيمة بوذينة، المرجع السابق، ص 140

نشر المعلومات والتعلم: من الفيسبوك من إحدى المنصات التي تتيح للمستخدم التعلم عن بعد وخاصة المنصات الموجودة خارج دولته.

تحقيق الأهداف: يمكن للمستخدم أن يحقق أهدافه من خلال الفيسبوك عن طريق تكوين مجموعات ودعوة الأعضاء وتكوين صداقات مما يجعله أكثر طموحاً لإنجاز أشياء كثيرة.

## سلبيات Facebook

تُعرّف السلبيات بأنها الأشياء التي يسعى الإنسان من أجلها ولا يخرج منها بهدف أو نجاح محدد ، وفيما يلي شرح لبعض هذه السلبيات:

- الاكتئاب والقلق والخمول الدائم.
- يمكن أن يتعرض أي شخص للتمتر عبر الإنترنت ، مما يؤدي إلى الضيق.
- قلة من التفاعل الحقيقي مع الآخرين.
- ذهبت الخصوصية وقلت ذلك.
- الانتقال إلى حياة غير صحية من حيث النوم والطعام والتمارين الرياضية. يضيع الوقت ويضيع على أشياء غير مجدية.

# الإطار التطبيقي

المبحث الأول: تحليل نتائج الجداول

المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة

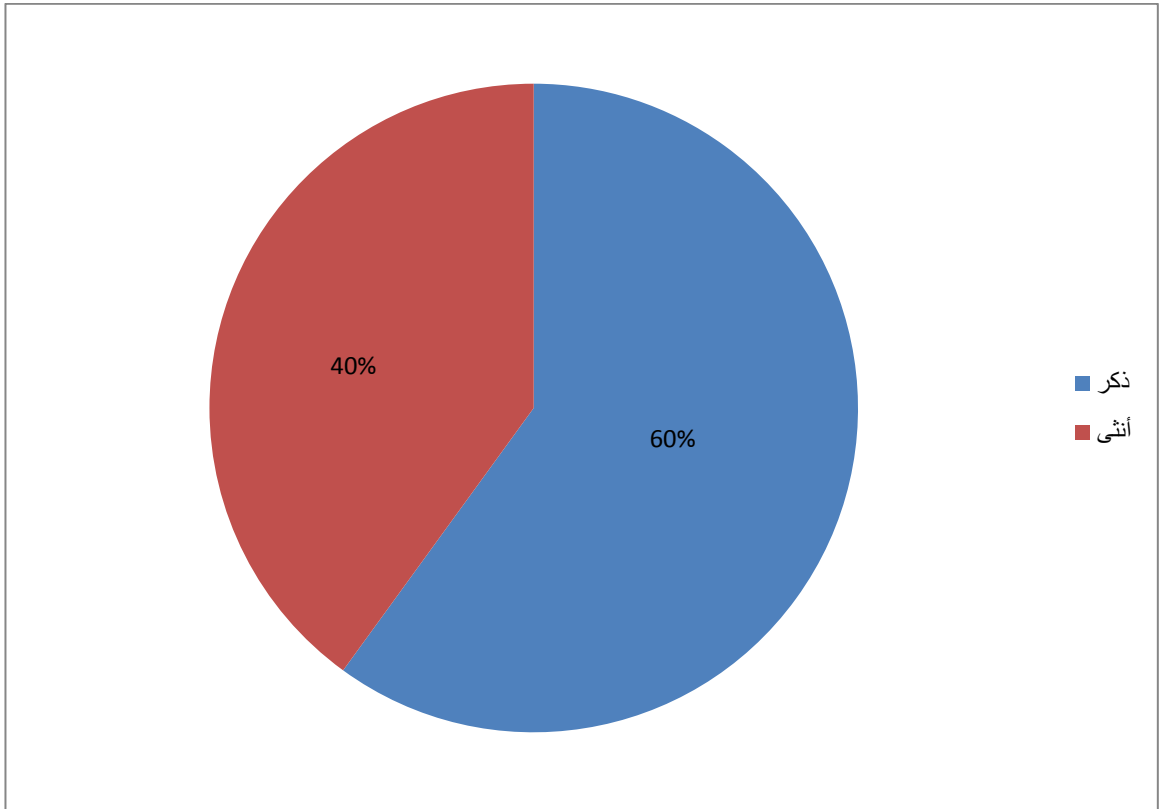
## المبحث الأول: تحليل نتائج الجداول

الجدول رقم (01): جدول يبين توزيع متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	27	60%
أنثى	18	40%
المجموع	45	100%

أعد الجدول من طرف الطالبين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** تبين نتائج الجدول رقم (01) توزيع العينة حسب متغير الجنس بحيث نلاحظ أن أغلبية المبحوثين من فئة الذكور بنسبة 60%، أما فئة الإناث فقدت بنسبة 40%، وهذا الاختلاف راجع إلى طريقة توزيعنا للاستبيان فلم نقوم توزيعها بالتساوي بين الفئتين.



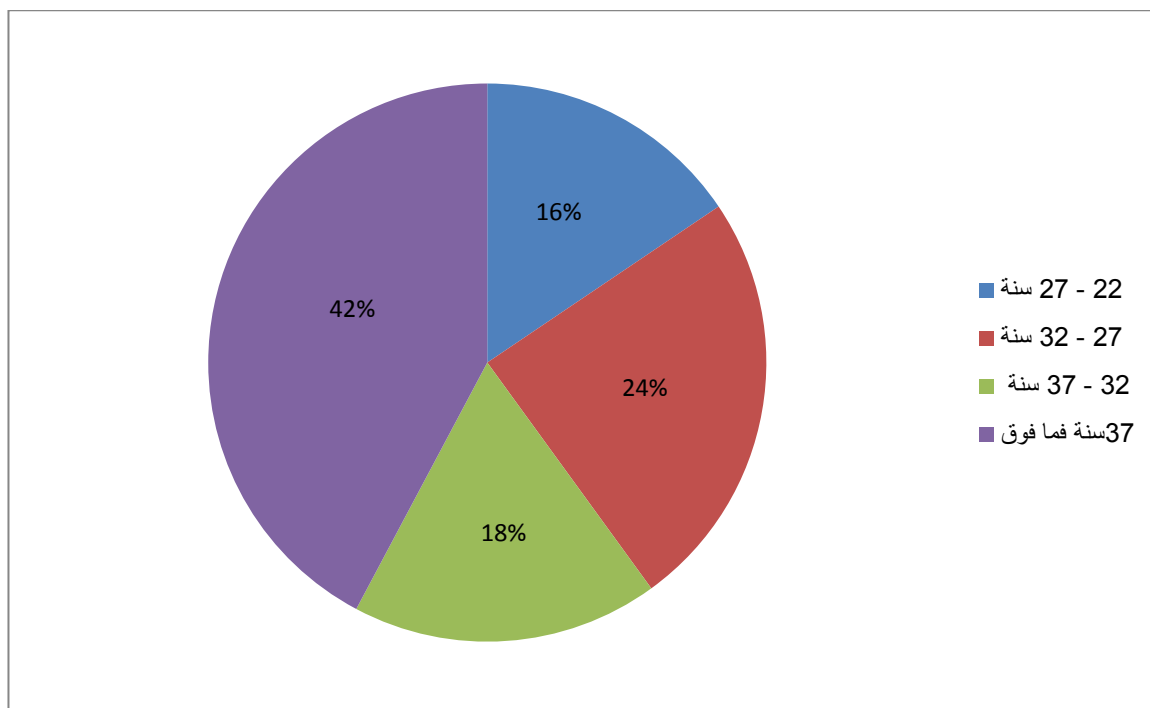
الشكل رقم (01): يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس

الجدول رقم(02): جدول يبين توزيع العينة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة %
27-22 سنة	7	15,5%
32-27 سنة	11	24,4%
37-32 سنة	8	17,7%
37 سنة فما فوق	19	42,22%
المجموع	45	100%

أعد الجدول من طرف الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** تبين نتائج الجدول أن أغلبية أفراد العينة تنحصر أعمارهم في فئة 37 سنة فما فوق بنسبة 42,22% و هذا أمر طبيعي لأن الكلية تم إنشاؤها منذ أكثر من 15 سنة و في الغالب الأساتذة يصلون إلى هذا العمر لتليها فئة الأساتذة أعمارهم ما بين 32-27 سنة بنسبة 24,4% و ذلك أمر يرجع إلى أن السنوات التي يقضيها الطالب في الدراسة حتى يصل إلى الدكتوراه و بعدها الحصول على التوظيف بعد مدة طويلة بحيث شكلت فئة 37-32 سنة نسبة 17,7% و تأتي النسبة الأخيرة 15,5% و هم الأساتذة الذين يتراوح سنهم ما بين 27-22 سنة و هي نسبة قليلة لأنه يوجد القليل من الأساتذة من يتحصلون على دكتوراه و يتوظفون مباشرة.



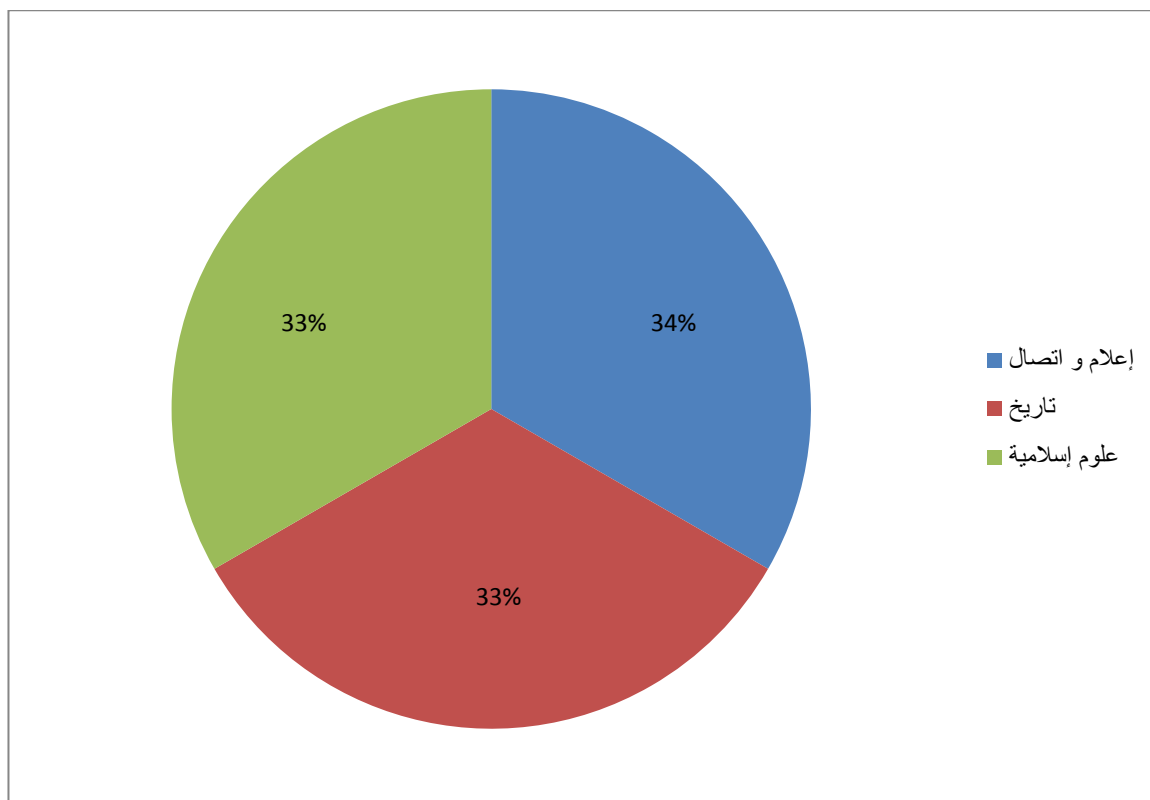
الشكل رقم (02): يبين توزيع العينة حسب متغير السن

الجدول رقم (03): يبين توزيع العينة حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة %
إعلام واتصال	15	33,33%
تاريخ	15	33,33%
علوم إسلامية	15	33,33%
المجموع	45	100%

أعد الجدول من طرف الطالبين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يبين الجدول توزيع العينة حسب التخصص بحيث شكلت التخصصات الثلاث " إعلام واتصال، تاريخ وعلوم إسلامية" نسب متساوية قدرت ب 33,33% وذلك لتوزيعنا الاستبيان بالتساوي بين التخصصات الثلاث.



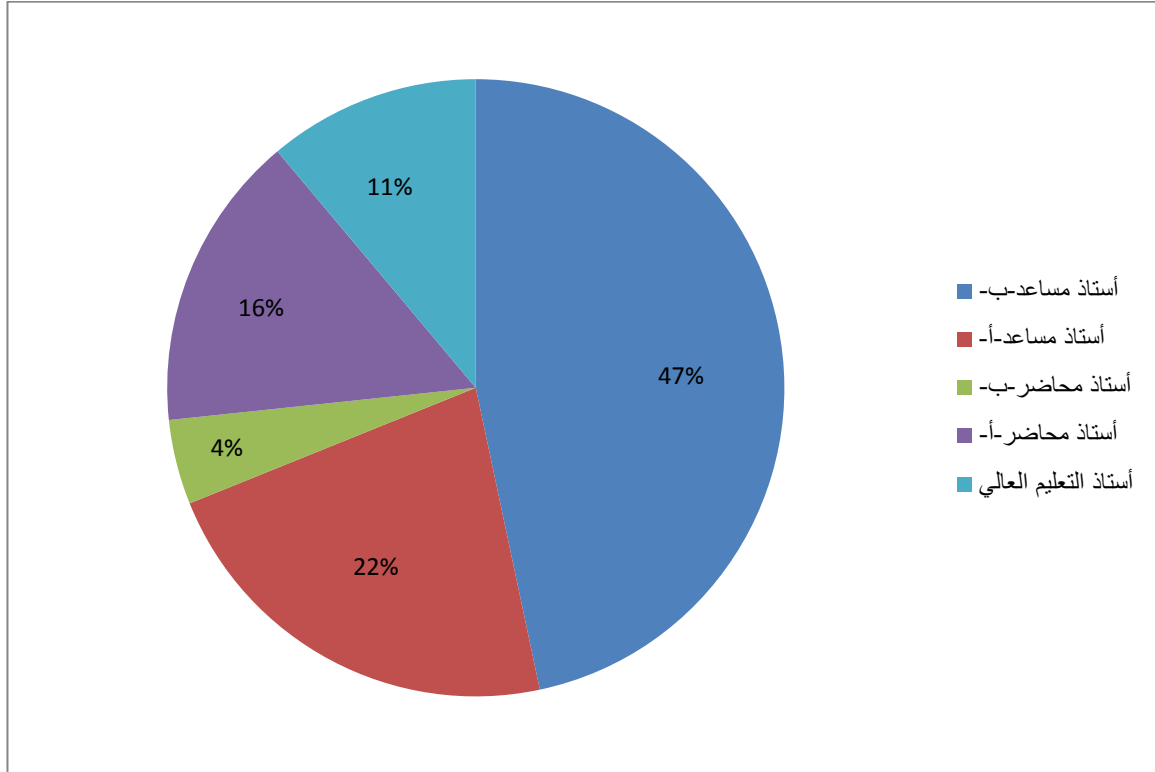
الشكل رقم (03): يبين توزيع العينة حسب التخصص

الجدول رقم (04): يبين توزيع العينة حسب الرتبة الجامعية

الرتبة الجامعية	التكرار	النسبة %
أستاذ مساعد ب-	21	46,66%
أستاذ مساعد أ-	10	22,22%
أستاذ محاضر ب-	2	4,44%
أستاذ محاضر أ-	7	15,55%
أستاذ التعليم العالي	5	11,11%
المجموع	45	100%

أعد الجدول من طرف الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يبين الجدول اختلاف الرتب الجامعية للأساتذة لتمثل النسبة الأعلى لرتبة أستاذ مساعد ب-قدرت ب 46,66% لتليها رتبة أستاذ مساعد-أ-بنسبة 22,22% وشكلت رتبة أستاذ محاضر-أ-وأستاذ التعليم العالي بنسب متقاربة تمثلت في 15,55% و 11% بينما رتبة أستاذ محاضر-ب-بنسبة 4,44%



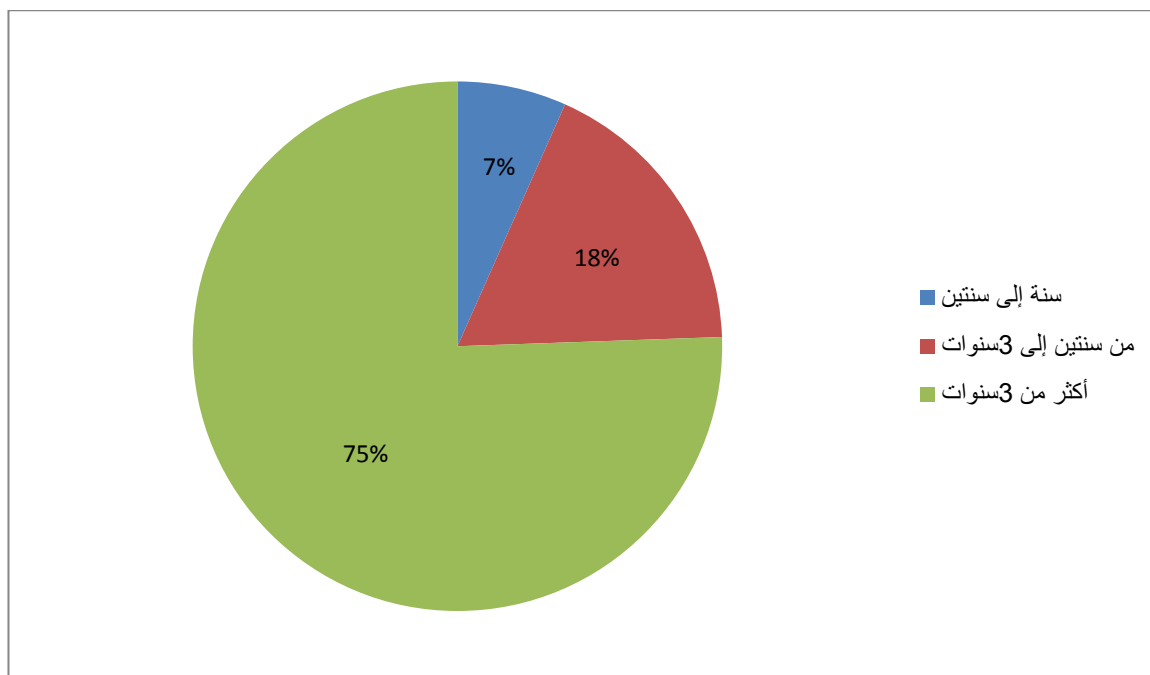
**الشكل رقم (04):** يبين توزيع العينة حسب الرتبة الجامعية

### الجدول رقم (05): يبين مدة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	مدة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
0%	0	أقل من سنة
6,66%	3	من سنة إلى سنتين
17,77%	8	من سنتين إلى 3 سنوات
75,55%	34	أكثر من 3 سنوات
100%	45	المجموع

أعد الجدول من طرف الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يوضح الجدول مدة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يبين أن أغلب الأساتذة الجامعيين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لأكثر من 3 سنوات بنسبة 75,55% نظرا لانتشارها أنها فرضت نفسها على الأستاذ الجامعي لمواكبة العصر و التطورات و كذا الإحاطة بكل ما هو جديد داخل تخصصه و خارجه , لتأتي بعدها فئة من سنتين إلى 3 سنوات قدرت ب 17,77% و فئة من سنة إلى سنتين ب 6,66% تمثلت بنسب قليلة و ذلك لعدم اهتمامهم بوسائل التواصل الاجتماعي من بداياتها و عدم مجاراتهم للتطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا الحديثة, بينما فئة أقل من سنة منعدمة .



الشكل رقم(05): يبين مدة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

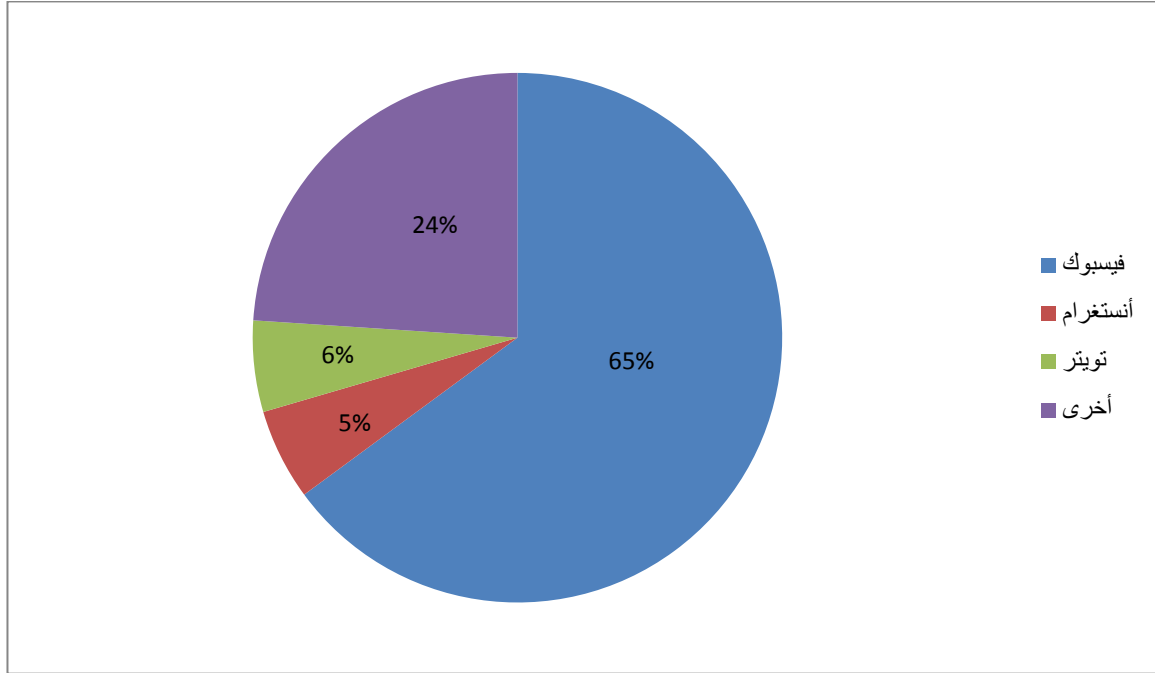
الجدول رقم(06): يبين المواقع المستخدمة من طرف أساتذة الجامعة

المواقع المستخدمة أكثر	التكرار	النسبة %
فيس بوك	35	64,81%
أنستغرام	3	5,55%
تويتر	3	5,55%
أخرى	13	24,07%
المجموع	54	100%

أعد الجدول من طرف الطالبين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يبين الجدول المواقع المستخدمة أكثر من طرف أساتذة الجامعة, نلاحظ أن مجموع التكرارات (54) يفوق عدد أفراد العينة و هذا سببه إلى أن الإجابة عن السؤال فيها أكثر من خيار, من خلال الجدول يبين أن الفيس بوك يمثل أكبر نسبة استخداما قدرت ب 64,81% و

يرجع هذا إلى عالمية و شعبية الموقع و يعتبر الأقدم من بين المواقع المذكورة , بينما تساوت نسب الموقعين أنستغرام و تويتر بنسبة 5,55% و يعود إلى خدماتهم المحدودة مقارنة بالفيس بوك, بحيث ذكرت مواقع أخرى يستخدمها الأساتذة بنسبة 24,07% تمثلت في الواتساب, تيليغرام, فايبر, بينترست, يوتيوت و محرقات البحث ..



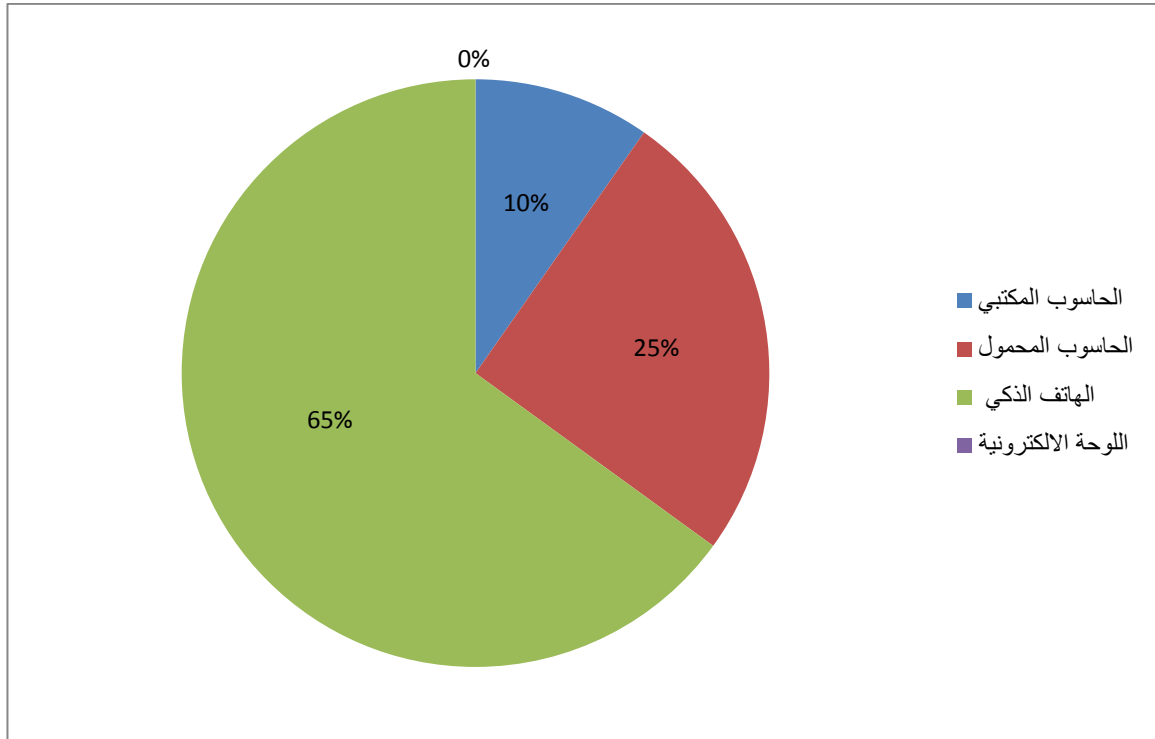
الشكل رقم (06): يبين المواقع المستخدمة من طرف أساتذة الجامعة

الجدول رقم (07): يبين الوسيلة المستعملة في عملية التواصل الاجتماعي

الوسيلة المستعملة	التكرار	النسبة
الحاسوب المكتبي	5	9,80%
الحاسوب المحمول	13	25,49%
الهاتف الذكي	33	64,70%
اللوحة الالكترونية	0	0%
المجموع	51	100%

## أعد الجدول من طرف الطالبين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يوضح الجدول الوسائل المستعملة في عملية التواصل الاجتماعي حيث بين أن الهاتف الذكي الوسيلة الأكثر استعمالا بنسبة 64,70% لأنه الوسيلة الأكثر شيوعا و تميزا و بكونه أصبح في متناول كل شخص, فيما جاء الحاسوب المحمول في المرتبة الثانية بنسبة 25,49% نظرا لخدماته المتاحة في التنقل , في حين كان الحاسوب المكتبي أقل استعمالا بنسبة 9,80% بينما اللوحة الالكترونية منعدمة الاستعمال , نستخلص أن أغلبية الأساتذة يميلون أكثر في الاعتماد على أجهزتهم الخاصة التي تتيح لهم التصفح في كل مكان و زمان من هاتف ذكي و حاسوب محمول .



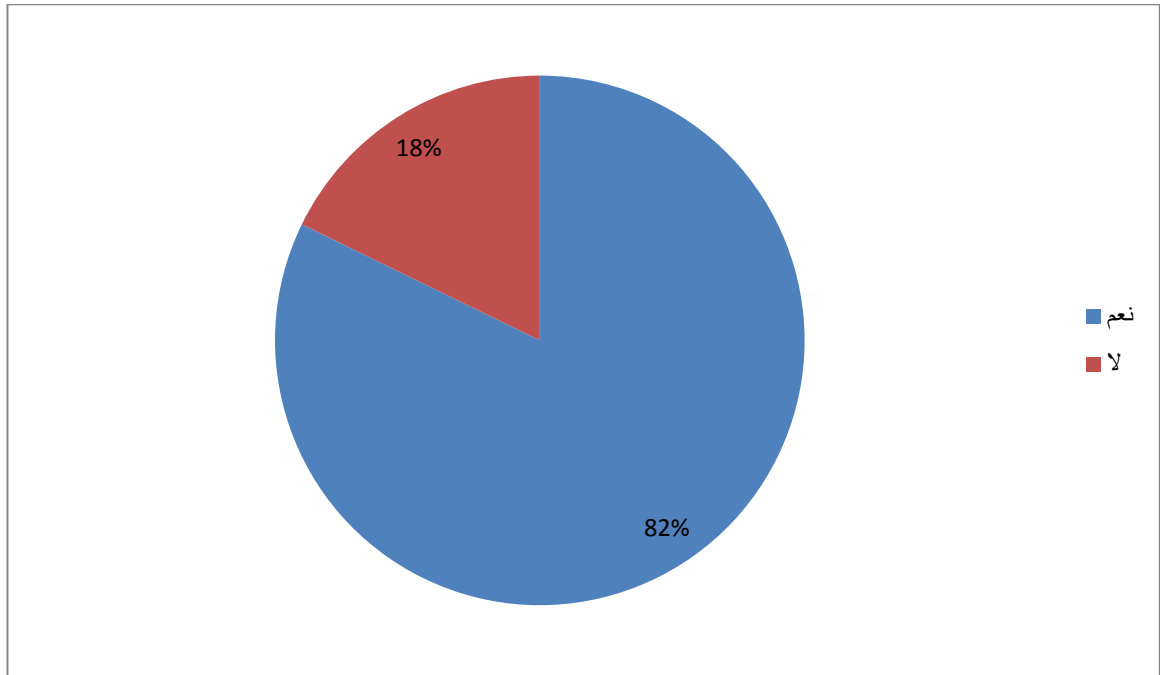
الشكل رقم(07): يبين الوسيلة المستعملة في عملية التواصل الاجتماعي

### الجدول رقم (08): يبين مدى استخدام الفيس بوك

مدى استخدام الفيس بوك	التكرار	النسبة %
كثيرا	37	82,22%
قليلًا	8	17,77%
المجموع	45	100%

أعد الجدول من طرف الطالبين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يبين الجدول مدى استخدام الفيس بوك ونلاحظ أن أغلب أفراد العينة من مستخدمي الفيس بوك بصفة أكثر بنسبة 82,22% ويفسر ذلك مدى انتشاره بحيث أصبح يمثل جزء من روتينهم اليومي وقدرة الموقع على تلبية احتياجاتهم بكل مرونة وسهولة وسرعة أما بنسبة 17,77% من أجابوا ب "لا" نظرا لعدم أهميتهم بالفيس بوك ولا يستهويهم أو لأنهم يفضلون مواقع أخرى تشبع حاجاتهم مقارنة بالفيس بوك.



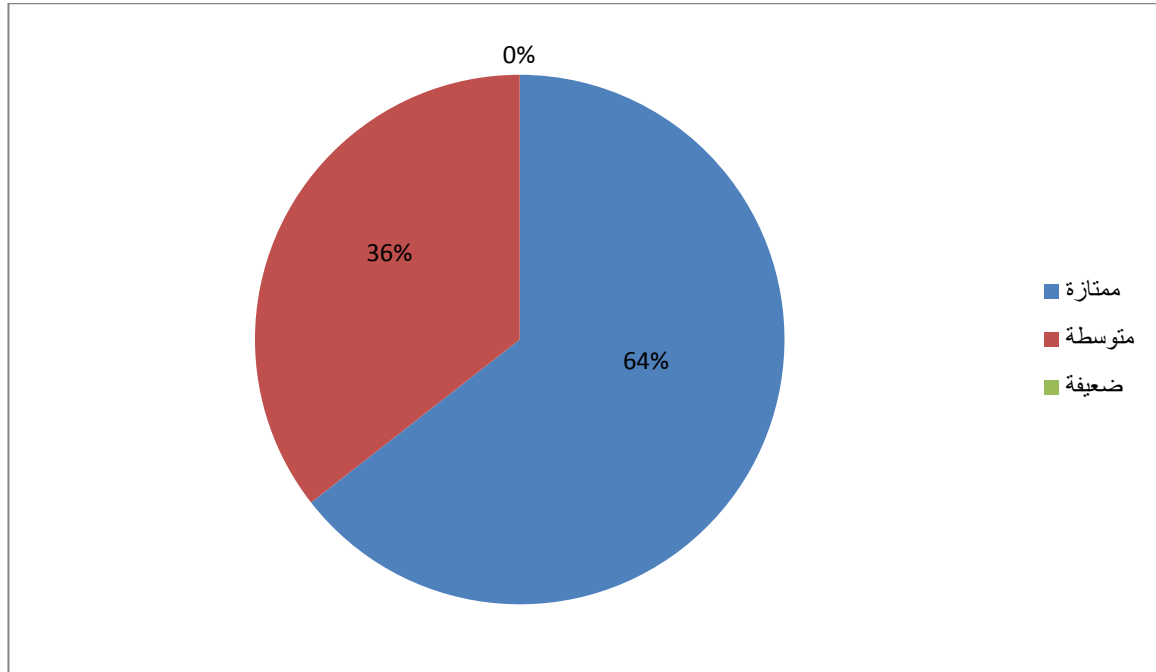
الشكل رقم (08): يبين مدى استخدام الفيس بوك

**الجدول رقم (09):** يبين مستوى خبرة الأساتذة الجامعيين في التعامل مع الفيس بوك

مستوى الخبرة	التكرار	النسبة %
ممتازة	29	64,44%
متوسطة	16	35,55%
ضعيفة	0	0%
المجموع	45	100%

أعد الجدول من طرف الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يبين الجدول مستوى خبرة الأساتذة في التعامل مع الفيس بوك، فنجد أن أغلبية الأساتذة يتعاملون معه بصفة ممتازة بنسبة 64,44% ويرجع إلى أنه يمثل الموقع الأول بالنسبة لهم وإقبالهم الواسع إليه مما أكسبهم خبرة عالية وممتازة، بينما مستوى الخبرة متوسط بنسبة 35%، نظرا لعدم استخدامهم له أو عدم اهتمامهم به.



**الشكل رقم (09):** يبين مستوى خبرة الأساتذة الجامعيين في التعامل مع الفيس بوك

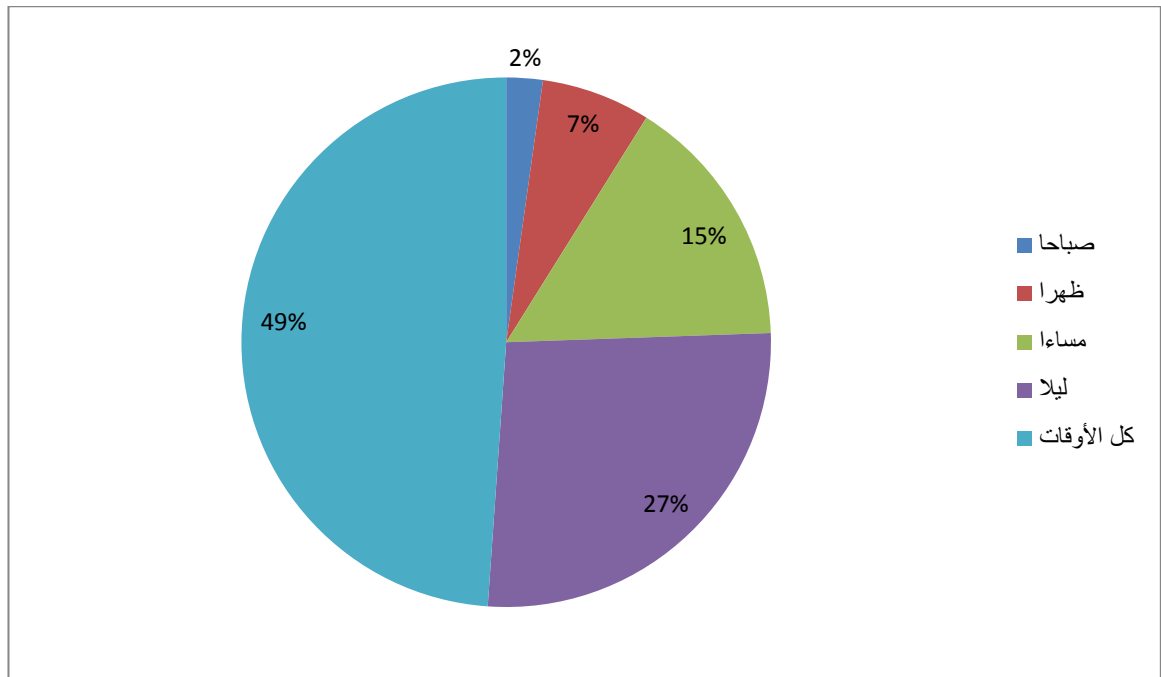
الجدول رقم (10): يبين الوقت المفضل لدى الأستاذ الجامعي لاستخدام وسائل التواصل

### الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الوقت المفضل
2,22%	1	صباحا
6,66%	3	ظهرا
15,55%	7	مساء
26,66%	12	ليلا
48,88%	22	كل الأوقات
100%	45	المجموع

أعد الجدول من طرف الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يبين الجدول أن الأستاذ الجامعي يفضل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في كل الأوقات بنسبة كبيرة قدرت ب 48,88% يعود إلى احتياجاتهم المتواصل و الدور الذي تلعبه في حياتهم و أهميتها في مجالهم التعليمي مما سهلت العديد من مهامهم تليها فترة الليل بنسبة 26,66% ذلك لتفرغهم و عدم وجود انشغالات خلال هذه الفترة, بينما الفترة المسائية بنسبة 15,55% و ظهرا بنسبة 6,66% و الفترة الصباحية بنسبة 2,22% نجد القليل من يفضل التصفح في هذه الثلاث بنسب قليلة يرجع ذلك إلى طبيعة عملهم أو الاهتمام بمشاغلهم اليومية و يتصفحون في ساعات فراغهم فقط.



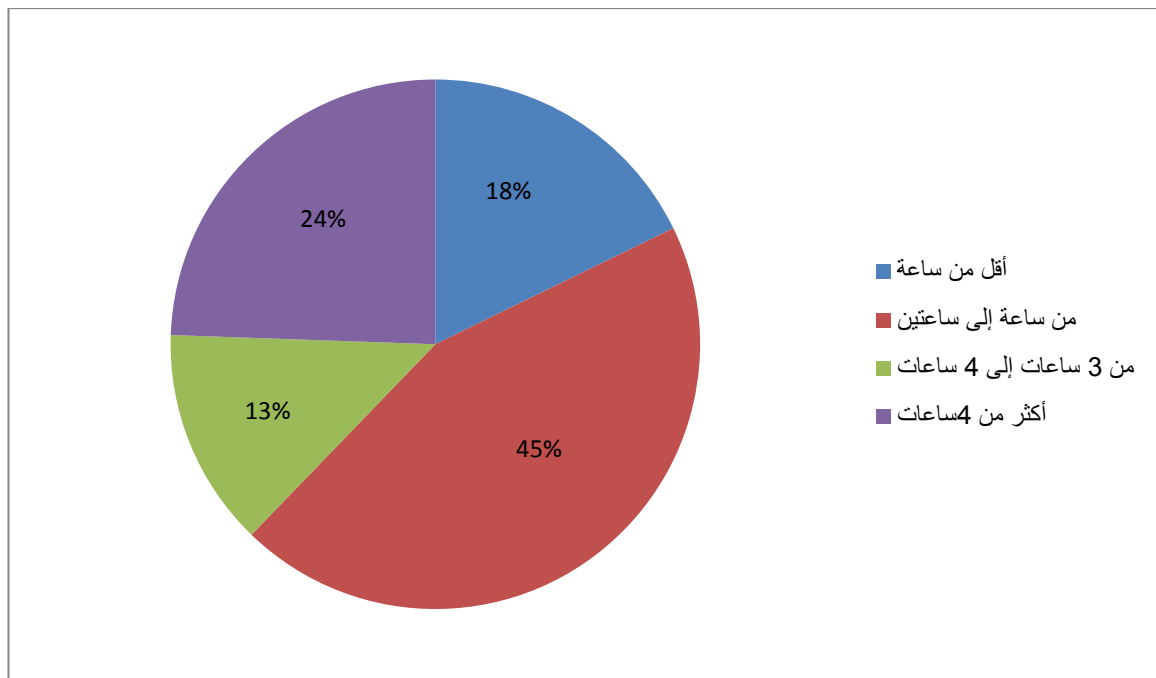
الشكل رقم (10): يبين الوقت المفضل لدى الأستاذ الجامعي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (11): يبين الوقت المستغرق في التواصل بالفيس بوك

النسبة %	التكرار	الوقت المستغرق
17,77%	8	أقل من ساعة
44,44%	20	من ساعة إلى ساعتين
13,33%	6	من 3 ساعات إلى 4 ساعات
24,44%	11	أكثر من 4 ساعات
100%	45	المجموع

أعد الجدول من طرف الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يبين الجدول الوقت المستغرق في التواصل بالفيس بوك نلاحظ أن الفئة الأكبر نسبة ب%44,44 هي من ساعة إلى ساعتين و هم أصحاب الاستخدام الجيد للموقع و لأن أفراد العينة من نخبة المجتمع يستخدمون الفيس بوك على نحو عقلائي دون إفراط مدركين السلبيات الناجمة عن الاستخدام المفرط للفيس بوك, و تمثلت المدة لأكثر من 4 ساعات في المرتبة الثانية بنسبة %24,44 و ذلك لأهمية الموقع لديهم و يحقق رغباتهم كالتواصل و الحصول على المعلومات أو استخدام الموقع في العملية التعليمية داخل الجامعة, و شكلت المدة أقل من ساعة نسبة متوسطة قدرت ب %17,77 بسبب انشغال الأساتذة أو عدم تحبيذهم لهذا الموقع لتأتي أخيرا مدة ما بين 3 ساعات إلى 4 ساعات بنسبة قليلة ب %13,33 .



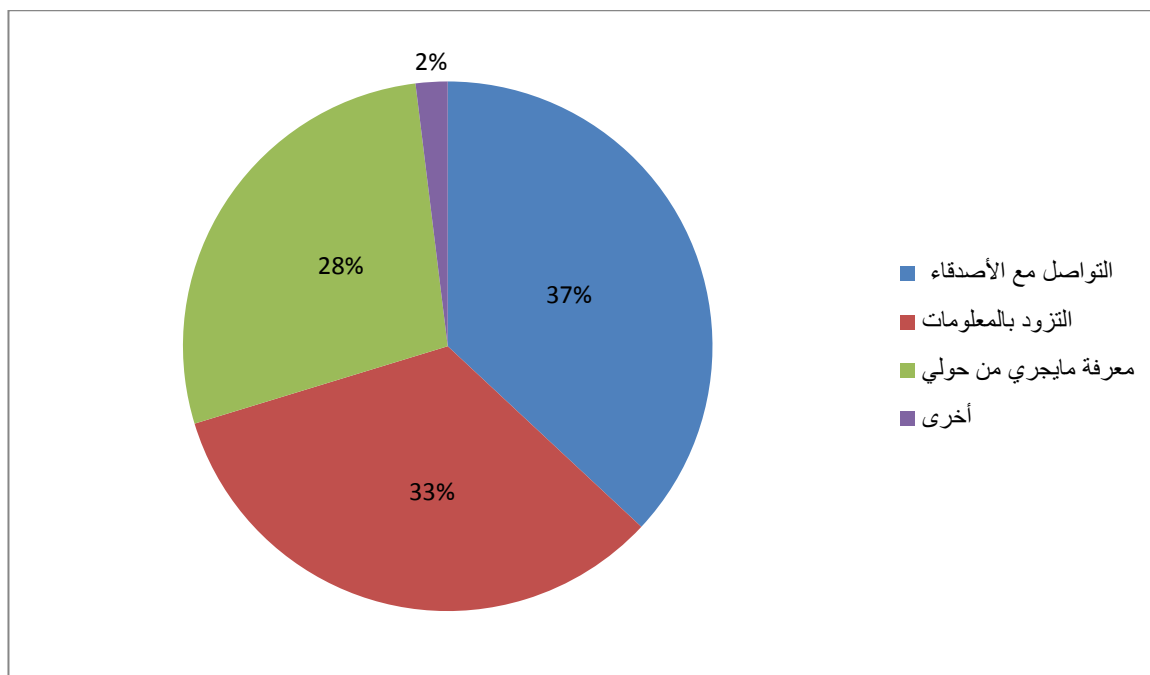
**الشكل رقم (11):** يبين الوقت المستغرق في التواصل بالفيس بوك

**الجدول رقم (12): يوضح هدف الأستاذ الجامعي من استخدام الفيس بوك**

النسبة %	التكرار	الهدف من استخدام الفيس بوك
37,03%	20	التواصل مع الأصدقاء
33,33%	18	التزود بالمعلومات
27,77%	15	معرفة ما يجري من حولي
1,85%	1	أخرى
100%	54	المجموع

أعد الجدول من طرف الطالبين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يبين الجدول أن أساتذة الجامعة يستفيدون من استخدام الفيس بوك في التواصل مع الأصدقاء بنسبة كبيرة قدرت بـ 37,03% لأنهم يرون أن الهدف من الفيس بوك هو التواصل بالدرجة الأولى وقد منحهم فرصة للتواصل والتفاعل مع الزملاء والأقارب والطلبة ومعظم الأساتذة هدفهم التزود بالمعلومات بنسبة 33,33% لتبادل المعلومات وإبداء الآراء في تخصصهم والبعض الآخر يستخدمون الفيس بوك لمعرفة ما يجري من حولهم لمعرفة الأخبار وإطلاعهم على أحدث المستجدات.



الشكل رقم (12): يبين هدف الأستاذ الجامعي من استخدام الفيس بوك

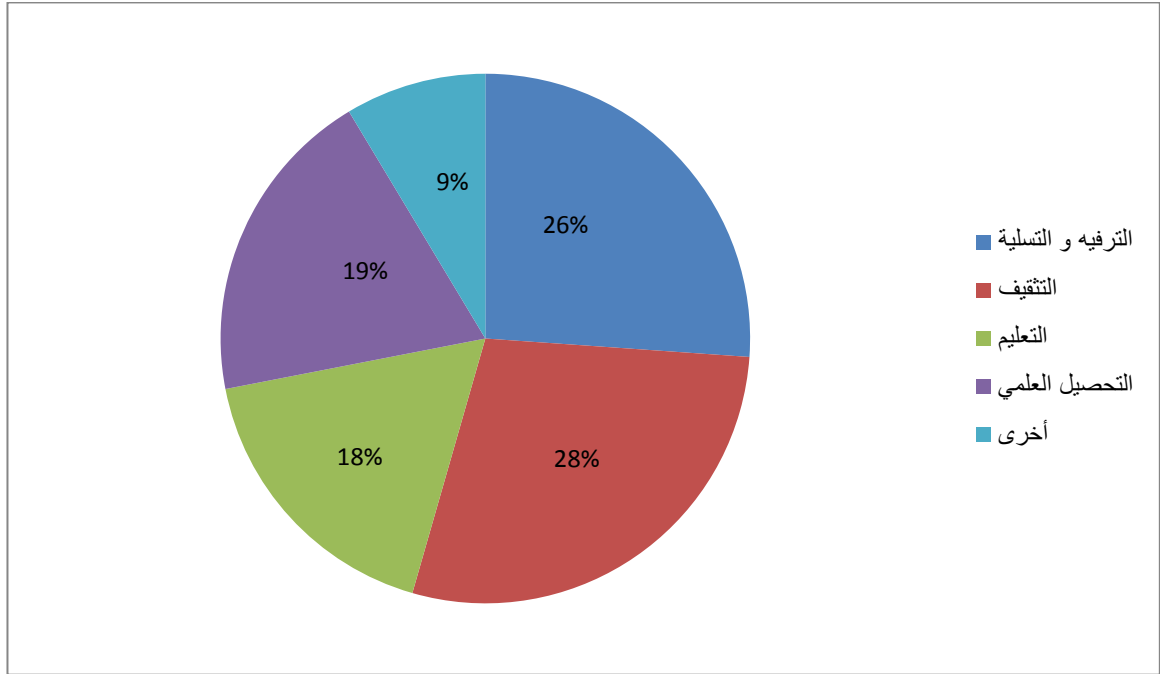
الجدول رقم (13): يبين الإشباعاات المتحصل عليها من استخدام الفيس بوك

النسبة %	التكرار	الإشباعاات المتحصل عليها
26,08%	12	الترفيه والتسلية
28,26%	13	التثقيف
17,39%	8	التعليم
19,56%	9	التحصيل العلمي
8,69%	4	أخرى
100%	46	المجموع

أعد الجدول من طرف الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يبين الجدول الإشباعات المحققة من استخدام الفيس بوك، معظم الأساتذة يرونه يلبي رغباتهم في التثقيف بنسبة %28,26، لتليها الترفيه والتسلية بنسبة قدرت ب %26,08

راجع إلى اعتبارهم للفيس بوك وسيلة للقضاء على الملل، و قدرت نسبة التحصيل العلمي بنسبة %19,56 و نسبة التعليم ب %17,39 بنسب متقاربة و يعود ذلك إلى رغبة الأساتذة في التحصيل و زيادة التدفق العلمي من خلال تبادل الأفكار و المعلومات بين الزملاء و الأساتذة أو تلقي الأسئلة و الاستفسارات من الطلبة , و هناك من ذكر إشباعات أخرى منها الاطلاع و التواصل مع الأقارب.



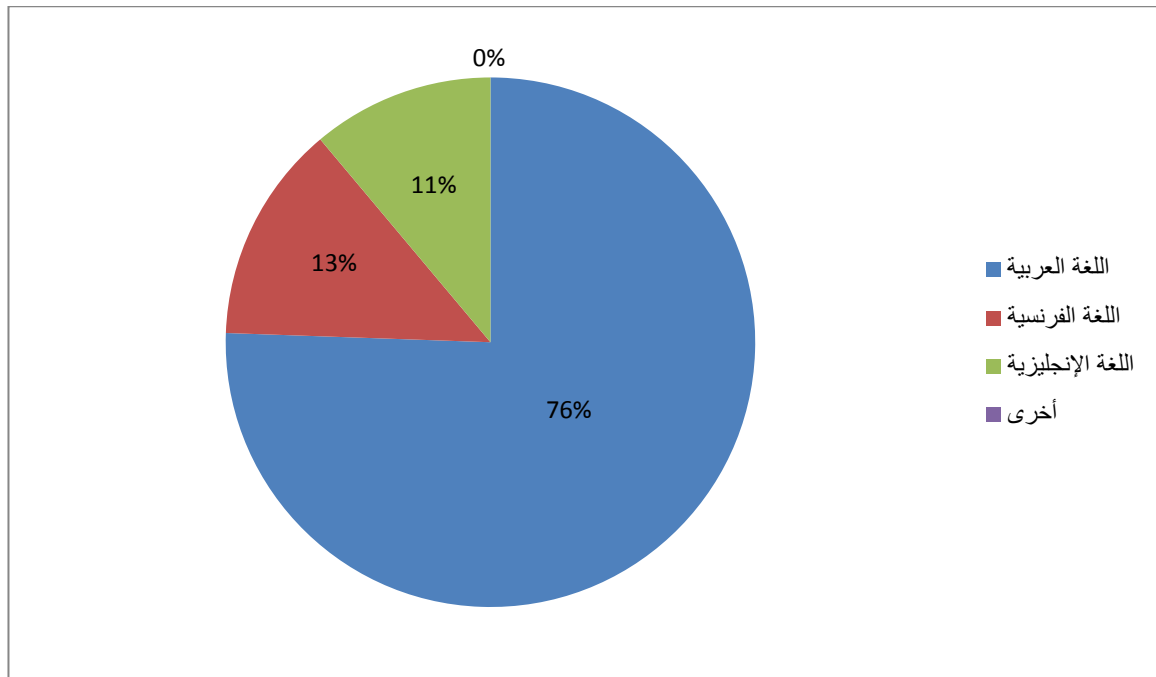
**الشكل رقم (13):** يبين الإشباعات المتحصل عليها من استخدام الفيس بوك

**الجدول رقم(14):** يبين اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) من طرف أساتذة الجامعة

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة %
اللغة العربية	34	75,55%
اللغة الفرنسية	6	13,33%
اللغة الإنجليزية	5	11,11%
أخرى	0	%0
المجموع	45	100%

أعد الجدول من طرف الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يبين الجدول اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) من طرف الأساتذة , تمثل اللغة العربية النسبة الأكبر قدرت ب 75,55% و هذا يدل على اعتزاز الأساتذة بلغتهم الأم , بينما اللغات الأجنبية فقد عزف معظم الأساتذة عن استعمالها و جاءت بنسب ضئيلة, شكلت اللغة الفرنسية بنسبة 13,33% و اللغة الإنجليزية بنسبة 11,11% نظرا لأنها اللغة المستخدمة في ميدان تدريسهم أو أنهم يجدونها اللغة المناسبة .



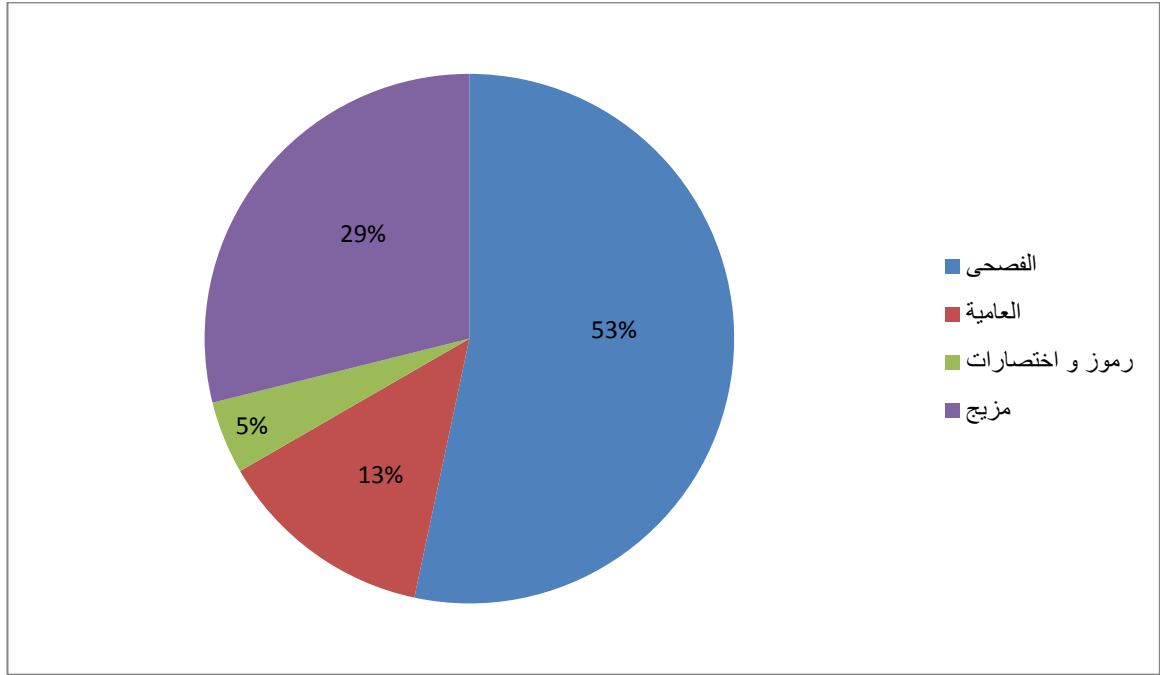
الشكل رقم (14): يبين اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) من طرف أساتذة الجامعة

الجدول رقم (15): يبين شكل اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) من طرف أساتذة الجامعة

النسبة %	التكرار	شكل اللغة المستخدمة
53,33%	24	الفصحى
13,33%	6	العامية
4,44%	2	رموز واختصارات
28,88%	13	مزيج
100%	45	المجموع

أعد الجدول من طرف الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يبين الجدول شكل اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) من طرف أساتذة الجامعة, نلاحظ أن معظم الأساتذة يستخدمون الفصحى بنسبة 53,33% و يرجع ذلك لأنها لغة التعليم و الخطابات و المحاضرات و خاصة المحادثات الرسمية لتليها من يستخدم مزيج من الأشكال المذكورة للغة بنسبة 28,88% و ذلك حسب كل موقف, و القليل من يفضل استخدام العامية بنسبة 13,33% لأنها لغة التواصل في حياتهم اليومية, بينما رموز و اختصارات بنسبة ضئيلة 4,44% لأنها لغة مستحدثة و يفضلون استخدام هذا الشكل .



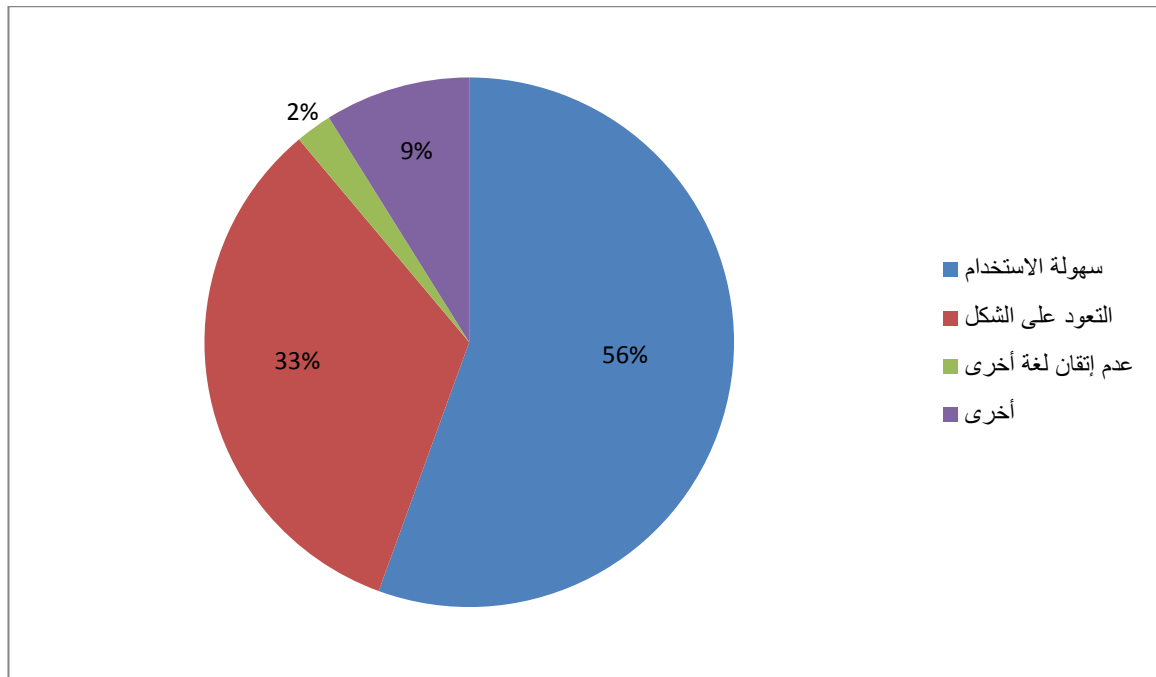
**الشكل رقم(15):** يبين شكل اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) من طرف أساتذة الجامعة

**الجدول رقم (16):** يبين سبب شكل اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	سبب استخدام شكل اللغة
55,55%	25	سهولة الاستخدام
33,33%	15	التعود على الشكل
2,38%	1	عدم إتقان لغة أخرى
8,88%	4	أخرى
100%	45	المجموع

أعد الجدول من طرف الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يبين الجدول سبب استخدام شكل اللغة المستخدم المذكور سابقاً، شكلت سهولة الاستخدام النسبة الأعلى قدرت ب 55,55% و كما ذكر في الجدول السابق أن الفصحى هي الأعلى نسبة في الشكل المستخدم و ذلك لأنها لغة التعليم و المحاضرات و التعود على الشكل بنسبة 33,33%، بينما عدم إتقان لغة أخرى بنسبة ضئيلة قدرت ب 2,38%، وذكر البعض أسباب أخرى ذكرت وهي: حسب طبيعة التعامل ولأنها لغة العلم والحضارة والتواصل والحفاظ على اللغة الأم.



**الشكل رقم (16):** يبين سبب شكل اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي

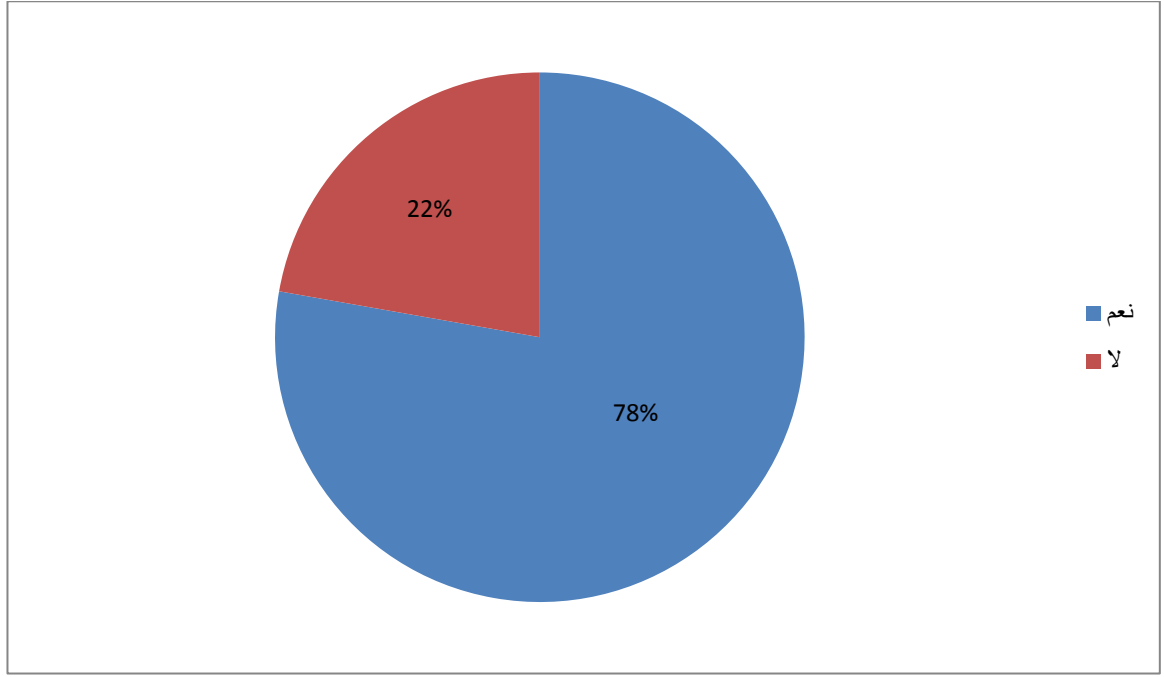
**الجدول رقم (17):** يبين أثر اللغة الحالية المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفييس بوك)

على مكانة اللغة العربية

الخيارات	التكرار	النسبة %
نعم	35	77,77%
لا	10	22,22%
المجموع	45	100%

أعد الجدول من طرف الطالبين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يبين الجدول رأي الأساتذة الجامعيين في اللغة الحالية المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) وأثرها على مكانة اللغة العربية، نلاحظ أن معظمهم أجابوا بنعم بنسبة 77,77% وذلك لانتشار لغات دخيلة مستحدثة جديدة بإدخال رموز واختصارات وأرقام وإدماج العامية بينما هناك من لا يروا لها تأثير على اللغة العربية بنسبة 22,22%.



**الشكل رقم (17):** يبين أثر اللغة الحالية المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) على مكانة اللغة العربية

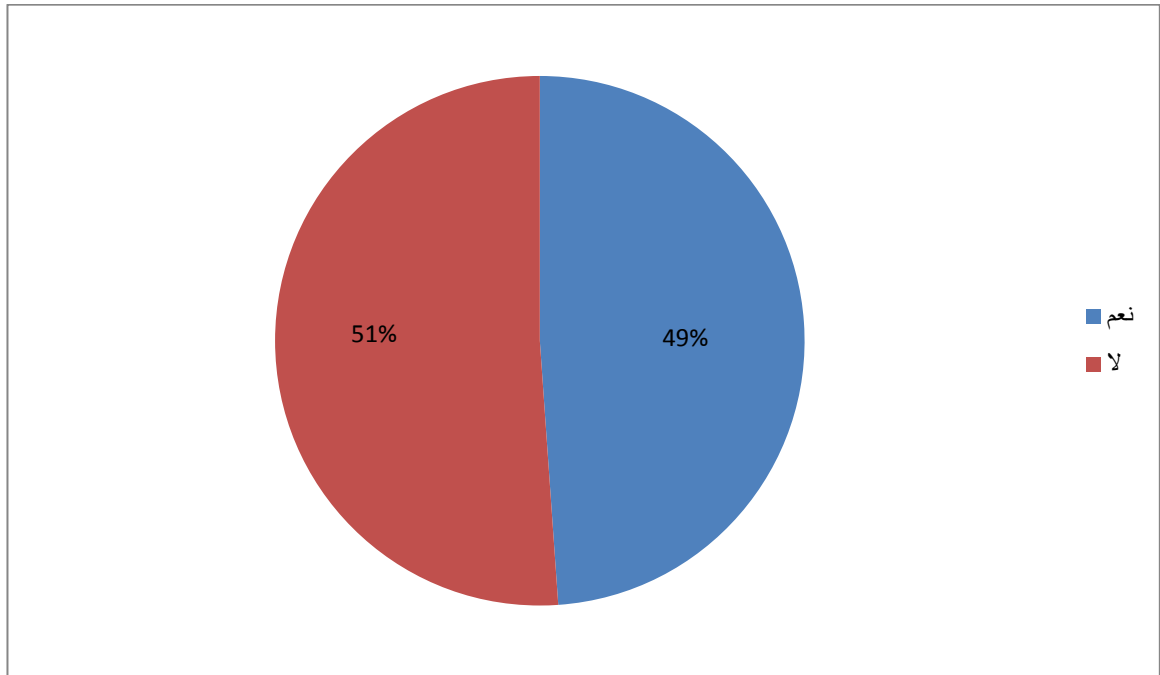
**الجدول رقم (18):** يبين رأي الأستاذ الجامعي في شكل اللغة المستخدمة في الفيس بوك

الخيارات	التكرار	النسبة %
راضي	22	48,88%
غير راضي	23	51,11%
المجموع	45	100%

أعد الجدول من طرف الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**التعليق:** يبين رأي الأستاذ الجامعي في شكل اللغة المستخدمة في الفيس بوك، نلاحظ نسب متقاربة، شكلت الإجابات ب "لا" نسبة 51,11% غير راضي عن شكل اللغة المستخدمة من طرف الأساتذة في الفيس بوك فالأستاذ كونه من نخبة المجتمع يجب عليه التعامل بدقة مع

شكل لغة الذي يستخدمه أما الإجابات ب "نعم" شكلت نسبة 48,88% راضين عن شكل اللغة المستخدمة في الفيس بوك.



الشكل رقم (18): يبين رأي الاستاذ الجامعي في اللغة المستخدمة في الفيس بوك

## المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج و هي :

- توصلت الدراسة إلى أن أساتذة الجامعة يفضلون استخدام الفيس بوك.
- بينت الدراسة أن أغلبية الأساتذة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 3سنوات.
- توصلت الدراسة إلى أن الهاتف الذكي الوسيلة الأكثر استعمالا في عملية التواصل الاجتماعي من طرف أساتذة الجامعة.
- توصلت الدراسة إلى أن أغلبية أساتذة الجامعة يستخدمون الفيس بوك بصفة أكثر.
- توصلت الدراسة أن معظم الأساتذة يمتلكون خبرة ممتازة في التعامل مع الفيس بوك.
- أوضحت الدراسة أن أساتذة الجامعة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي في كل الأوقات.
- توصلت الدراسة إلى أن أغلبية الأساتذة هدفهم من استخدام الفيس بوك التواصل مع الأصدقاء .
- توصلت الدراسة إلى أن الإشباع المحققة من استخدام الفيس بوك من طرف الأساتذة الجامعيين هي التثقيف و الترفيه و التسلية .
- أوضحت الدراسة أن اللغة العربية هي اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) من طرف أساتذة الجامعة.
- بينت الدراسة أن شكل اللغة المستخدم في وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) من طرف أساتذة الجامعة هو الفصحى.

- توصلت الدراسة أن أغلبية الأساتذة يرون أن اللغة الحالية المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) تؤثر على مكانة اللغة العربية.

خاتمة

## خاتمة:

بعد الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي و الاستخدام المكثف لها في شتى مجالات الحياة و بمرونتها و سهولتها أحدثت نقلة نوعية في العالم و قد أحدثت أثرا على اللغة بين مستخدمي هذه الوسائل و بالأخص لغتهم الأم و ذلك بعد انتشار تغيرات كثيرة و سريعة وتداول ظاهرة لغوية جديدة, ظاهرة ما بين الفصحى و العامية و خليط بين اللهجات المحلية و اللغات الأجنبية و استعمال الأرقام بدل الحروف و إدراج الرموز و الاختصارات, و هذا ما يعكس إهمال اللغة العربية , و كما تعتبر هذه الوسائل أحد التطبيقات اليومية التي يستخدمها أساتذة الجامعة كالفيس بوك و تويتر و تلغرام و تشكل اللغة الأداة الفاعلة للتواصل عبر هذه الوسائل أي أنه هناك علاقة متداخلة بين اللغة و وسائل التواصل الاجتماعي فقد فرضت التكنولوجيا الحالية ظهور ذلك الخليط اللغوي.

# قائمة المصادر و المراجع

## المصادر

القرآن الكريم, سورة يوسف.

## المراجع

## الكتب

- 1- ابن منظور، لسان العرب، المجلد 3، ط3 (بيروت: دار صادر للطباعة والنشر، 2004)
- 2- بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، (الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع 2014)
- 3- رجاء رحيم دويدري، البحث العلمي: أساسياته النظرية و ممارسته العلمية، (دمشق: دار الفكر 2000)
- 4- رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1(عمان: دار دجلة، 2008)
- 5- عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية (القاهرة: دار الفكر العربي، 2011)
- 6- عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، ط3(الكويت: وكالة المطبوعات شارع فهد سالم، 1977)
- 7- عبد الغني عماد، منهجية البحث في علم الاجتماع، ط1(بيروت: دار الطليعة، 2007)
- 8- محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، (مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010)
- 9- محمد علي بدوي، دراسات سوسيوإعلامية، ط1(بيروت: دار النهضة، 2006)
- 10- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3(القاهرة: دار عالم الكتب 1425هـ-2004م)

-11 محمد منير حجاب، نظريات الاتصال (مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع،  
(2010

-12 منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1 (عمان: دار المسيرة للنشر و التوزيع  
(2012,

## الأطروحات والمذكرات:

1. شهرزاد بن كحيل، "الممارسات اللغوية في مواقع التواصل الاجتماعي "الفاسبوك"-دراسة أوتوغرافية لعينة من الشباب مستخدمي الفيس بوك في الجزائر", مذكرة ماستر غير منشورة, 2015.
2. عبد القادر صباحة, عبد الهادي وطواط, اسمهان حدان, "دور وسائل التواصل الاجتماعي في استحداث لغة جديدة بين الشباب-دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك ( طلبة جامعة ابن خلدون بتيارت)", مذكرة ماستر غير منشورة, 2022.
3. غنية صوالحية, "اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات, -الفيس بوك أنموذجا- دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة تبسة" أطروحة دكتوراه غير منشورة , تبسة: جامعة العربي تبسي, 2020.
4. كريمة فداني, مسيلة بوصفا, "الممارسات اللغوية لدى الطلبة الجامعيين في شبكات التواصل الاجتماعي", جامعة مولود معمري, تيزي وزو, مذكرة ماستر غير منشورة, 2020.
5. مروى بن صحراوي, إكرام حمديني, "واقع استخدام الطلبة للغة العربية في الفيس بوك \_دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم الإعلام و الاتصال بجامعة عمار ثليجي\_" مذكرة ماستر غير منشورة, 2022.
6. نعيمة بوزينة, "شبكات التواصل الاجتماعي و أثرها على الرأي العام\_ دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي \_ جامعة الجلفة\_ نموذجا", أطروحة دكتوراه غير منشورة, جامعة الجزائر 3 , 2017.
7. وهيبه بوزيفي, "واقع استخدام اللغة العربية على شبكة الأنترنت\_ دراسة ميدانية على عينة من أساتذة و طلبة جامعة الجزائر 3", مذكرة ماستر غير منشورة, 2014.

8. يوسف سليمان سعد, "استخدامات الجمهور اليمني لوسائل الإعلام أثناء الحملات الانتخابية و الإشباعات المحققة منها" , رسالة ماجستير غير منشورة, جامعة الأزهر ,كلية اللغة العربية 2000.

## المجلات

محمد أمين دريس, مجلة إشكالات في اللغة و الأدب, عدد3, تامنغست, المركز الجامعي, 2015.

الملاحق

جامعة عمار ثليجي - الأغواط

كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة

قسم علوم الإعلام و الاتصال

استبيان:

## اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي من طرف أساتذة الجامعة

دراسة على عينة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة بجامعة عمار ثليجي الأغواط

في إطار إعداد مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة تحت عنوان "اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي من طرف أساتذة الجامعة " و عليه نرجو من سيادتكم الإجابة على الأسئلة الواردة في الاستمارة بكل موضوعية بوضع علامة (X) أمام الجواب الذي ترونه مناسباً و سيتم استخدام معلوماتكم بغرض البحث العلمي فقط .

نشكركم مسبقاً على تعاونكم لإنجاز هذه الدراسة.

إشراف الدكتور :

الجودي بن قيط

من إعداد الطالبتين:

بسمة رملية يحيايوي

مريم جقيدل

2024/2023

المحور الأول: البيانات الشخصية

أنثى

ذكر (1) الجنس:

(2) السن:

27 سنة - 32 سنة

22-27 سنة

37 سنة فما فوق

32 سنة - 37 سنة

(3) التخصص:

إعلام و اتصال

تاريخ

علوم إسلامية

(4) الرتبة الجامعية:

أستاذ مساعد - ب-

أستاذ مساعد - أ-

أستاذ محاضر - ب-

أستاذ محاضر - أ-

أستاذ التعليم العالي

المحور الثاني: علاقة الأستاذ بكلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة بجامعة

عمار ثليجي بالأغواط بوسائل التواصل الاجتماعي

5) منذ متى تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي؟

أقل من سنة

من سنة إلى سنتين

من سنتين إلى 3 سنوات

أكثر من 3 سنوات

6) أي هذه المواقع تستخدمها أكثر؟

تويتر

أنستغرام

فيس بوك

أخرى: اذكرها: .....

7) ماهي الوسيلة التي تستعملها في عملية التواصل الاجتماعي؟

الحاسوب المكتبي

الحاسوب المحمول

الهاتف الذكي

المحور الثالث: عادات و أنماط استخدام الأساتذة الجامعيين بكلية العلوم الإنسانية و العلوم

الإسلامية و الحضارة بوسائل التواصل الاجتماعي الفيس بوك خاصة

(8) هل تستخدم الفيس بوك بصفة أكثر؟

نعم  لا

(9) ما مستوى خبرتك في التعامل مع الفيس بوك ؟

ممتازة  متوسطة  ضعيفة

(10) ما هو الوقت المفضل لديك لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

صباحا  ظهرا  مساء  ليلا

كل الأوقات

(11) كم من الوقت تستغرقه في التواصل بالفيس بوك؟

أقل من ساعة  من ساعة إلى ساعتين

من 3 ساعات إلى 4 ساعات  أكثر من 4 ساعات

المحور الرابع: الإشباع المحققة من طرف أساتذة الجامعة بكلية العلوم الإنسانية و

الإسلامية و الحضارة من خلال استخدام الفيس بوك

(12) ما الذي تستفيدة من استخدام الفيس بوك ؟

التواصل مع الأصدقاء

التزود بالمعلومات

معرفة ما يجري من حولي

أخرى, اذكرها: .....

13) ماهي الإشباعات التي تتحصل عليها من استخدام الفيس بوك؟

التعليم

الترفيه و التسلية

التحصيل العلمي

التثقيف

أخرى, اذكرها: .....

المحور الخامس: اللغة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) من طرف

أساتذة جامعة الأغواط بكلية العلوم الإنسانية و الإسلامية و الحضارة

14) ما اللغة التي تستخدمها في وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)؟

اللغة الفرنسية

اللغة العربية

اللغة الإنجليزية

أخرى, اذكرها: .....

15) ما هو شكل اللغة التي تستخدمها في وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس

بوك)؟

الفصحى  العامية

مزيج  الرموز و الاختصارات

16) لماذا تستخدم هذا الشكل من اللغة؟

سهولة الاستخدام

التعود على الشكل

عدم إتقان لغة أخرى

أخرى، اذكرها:.....

المحور السادس: رأي أساتذة الجامعة بكلية العلوم الإنسانية و الإسلامية و الحضارة في اللغة المستخدمة بوسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك).

17) هل ترى أن اللغة الحالية المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس

بوك) تؤثر على مكانة اللغة العربية؟

نعم  لا

18) هل أنت راضي عن شكل اللغة المستخدمة من طرف الأساتذة الجامعيين في

الفيس بوك ؟

نعم  لا

