

تأثير اللغة المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام - دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك -

The effect of the language used on social media on shaping public opinion - A field study on a sample of Facebook users -

مباركة منماني*

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة (الجزائر) m.manamani@univ-skikda.dz

سمية بورقعة

جامعة باجي مختار عنابة (الجزائر) soumayapress@yahoo.fr

تاريخ الارسال 28 / 03 / 2021. تاريخ القبول 2021/05/18 تاريخ النشر 2021/06/01

ملخص:

لقد أدى التطور في وسائل الإعلام و الاتصال في المنتصف الثاني من القرن الماضي إلى ظهور وسائل اتصال جديدة غيرت أنماط كثيرة من حياة الناس و التي من بينها اللغة التي أبدت نشاط منقطع النظر عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث اختلفت و تنوعت اللغات المستخدمة كما أسفر الاستعمال العشوائي للغة العربية إلى تلوث لغوي أدى لتشتت الآراء و الأفكار فتصدعت العلاقة بين اللغة و الرأي العام ، و نظرا لأهمية اللغة في حياة المجتمعات لكونها ركيزة و أساس الهوية الوطنية جاءت دراستنا هذه للإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي: كيف تؤثر اللغة المستخدمة عبر موقع الفيسبوك في تشكيل الرأي العام ؟ و لقد خلصت دراستنا هذه إلى وجود علاقة قوية بين اللغة و الرأي العام على اعتبار أنها أساس تشكيله و تغيير اتجاهه .
الكلمات المفتاحية : اللغة ، مواقع التواصل الاجتماعي ، الفيسبوك ، الرأي العام .

Abstract:

The development in the media and communication in the second half of the last century led to the emergence of new means of communication that changed many patterns of people's lives, among which was the language that showed unrivaled activity on social media sites, as the languages used differed and varied, and the indiscriminate use of the language resulted. Arabic leads to a linguistic pollution that led to the dispersion of opinions and ideas, and the relationship between language and public opinion cracked, and given the importance of language in the life of societies as it is a pillar and basis of national identity, our study came to answer the following main question: How does the language used on Facebook affect the formation of public opinion ? Our study concluded that there is a strong relationship between language and public opinion, as it is the basis for its formation and its change of direction.

Keywords: language, social networking sites, Facebook, public opinion.

مقدمة:

تعد اللغة هي المحرك الرئيسي لأي تجمع و تكتل في المجتمع الواحد ، لأن اللغة تجمع شتات المجتمع وتوحد الكلمة و تعمق المفاهيم ، و قد أبدع الإنسان عبر العصور في تحديث اللغات و تحسين استعمالها و العمل على فهم لغة الآخر.

و قد برزت اللغة أكثر بحلول مواقع التواصل الاجتماعي و اشتهرت بلغات حازت على نسبة استعمال أكثر من غيرها ، فعلى مواقع التواصل الاجتماعي تنوعت و اختلفت اللغات باختلاف مستخدميها ، و استطاعت هذه المواقع أن توحد العالم من خلال لغة الرموز و الإشارات التعبيرية و انتشار اللغة العامية بكل أنواعها ناهيك عن خلق لغة جديدة ذات معاني عربية بحروف أجنبية و أرقام مما جعل المستخدمين عن اللغة الرسمية و يتبنون هذا الخليط من اللغات ، و الذي احدث نوع من التلوث في المجال اللغوي استلزم تدخل عاجل لانقراض ما تبقى من اللغة العربية الفصحى التي فقدت قيمتها في الآونة الأخيرة حيث أصبح يقتصر استخدامها في المدارس و الأماكن الرسمية ، فعلى الرغم من كونها محدودة الاستخدام إلا أنها تبقى اللغة الرسمية الراقية التي لا تقبل أي متطفلات كالرموز المستعملة والعامية المتغيرة و المتدنية لان الروابط بين بني البشر لا تقبل الرداءة.

و لقد أثبتت اللغة براعة في جمع آراء المجتمع الواحد في كل بقاع الأرض حيث ما إن تطرح قضية بلغة ما إلا أبدى الكبير و الصغير آراءهم باللغة نفسها و تهافت الحلول من كل مكان و ازدادت أواصر المجتمع قوة ، إنَّها اللغة التي تقرب البعيد و تبعد القريب و تجعل للآخرين مكانة في النفس و المجتمع ، و عليه فكلما كانت اللغة متداولة بين فئة معينة في المجتمع كلما ازداد التواصل و تعمقت العلاقة بين الأفراد والجامعات .

1- الإشكالية :

الإنسان ابن بيئته و تعد اللغة المتداولة أهم عنصر تعتمد عليه الكائنات الحية في التواصل الاجتماعي، وأهم عنصر من مقومات البيئة، إذ أن اللغة هي السند الرئيسي الذي تعتمد عليه الشعوب للاحتكاك بين البشر و التواصل فيما بينها.

و ما إن حلت الثورة الصناعية و تمكن الإنسان من أنواع التواصل عبر شبكات الانترنت و الهاتف النقال، حتى برزت اللغة أكثر من ذي قبل ، و أصبحت تأطر البيئة مرة أخرى و تعطي للمكان و الزمان طابعا خاصا و استطاعت كل فئات المجتمع المشاركة في أهم الأحداث و الالتفاف حول القضايا المهمة و جمع الآراء حول خصوصيات القضايا الهامة في المجتمع ، و بما أن اللغة هي الرابط الرئيسي الذي يجمع بين أفراد المجتمع الواحد و هي التي تذلل الصعاب أمام مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي و تجمع آراءهم في بوتقة واحدة ، و قد عملت اللغة على تقريب الفهم و سرعة نشر ما يمكن نشره للمجتمع .

اللغة هي رابط يجمع المجتمع و أية عراقيل تحدث تؤثر تأثيرا مباشرا على هذا التواصل و تضعف مواطن الترابط أكثر و هذا باستعمال الرموز الدخيلة عن اللغة و العامية المتغيرة من مكان إلى آخر ، أما اللغة المستعملة

الرسمية فهي توطد الأواصر حتى و إن كانت مترجمة لأن الترجمة ما هي إلا توسع في رقعة المتواصلين ، كما يخدم هذا التواصل تطوير اللغة باستعمال الألفاظ الجديدة و صناعة رأي عام على اللغة نفسها ، كما أن اللغة تعد رابط رسمي بين فآت المجتمع و بالتالي توسع مستوى التواصل و تعمقه ، و على هذا فعلينا استعمال لغة راقية موحدة يتم استعمالها من طرف كل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لربط العلاقات و الصلات أكثر و أي تشبث باللغة ينجم عنه التمسك بالهوية ، مما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي : **كيف تؤثر اللغة المستخدمة عبر موقع الفيسبوك على تشكيل الرأي العام ؟**

و من خلال هذه الإشكالية يمكننا طرح التساؤلات الفرعية التالية :

- 1) ما هي طبيعة اللغة المستخدمة عبر موقع الفيسبوك ؟
- 2) ما هي أهم الأنماط اللغوية الأكثر تأثيرا على الرأي العام عبر موقع الفيسبوك ؟
- 3) ما هي التأثيرات السلبية للغة المستخدمة عبر موقع الفيسبوك على تشكيل الرأي العام ؟

2- أهداف الدراسة :

- ✓ تسليط الضوء على تأثير اللغة المستخدمة في تشكيل الرأي العام عبر موقع الفيسبوك.
- ✓ معرفة طبيعة اللغة الأكثر استخداما عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
- ✓ معرفة أسباب استخدام لغة بديلة عن اللغة العربية الفصحى عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على تشكيل الرأي العام .
- ✓ الوقوف على الإشكاليات التي تواجه تشكيل الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي من ناحية اللغة المستخدمة .
- ✓ الكشف عن التأثيرات المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي على اللغة العربية.

3- أهمية الدراسة :

- ✓ الاستخدام الواسع لموقع الفيسبوك و قدرته على حشد أكبر عدد ممكن من المستخدمين حول فكرة أو موضوع معين من خلال استخدام لغة واضحة و مؤثرة .
- ✓ التلوث اللغوي الحاصل في مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيره السلبي على بعض القضايا الاجتماعية التي تتطلب تشكيل رأي عام لمعالجتها.
- ✓ أهمية اللغة في حياة المجتمعات و التي تعتبر ركيزة و أساس الهوية الوطنية وحب الحفاظ عليها و حمايتها .
- ✓ تقديم حلول فعالة للحد من الإشكاليات التي تعاني منها اللغة العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

4- تحديد مفاهيم الدراسة :

4-1- اللغة : يعرفها إدوارد ساير (Sapir.E) أنها وسيلة لا غريزية مكتسبة خاصة بالإنسان يستعملها لإيصال الأفكار والمشاعر والرغبات عبر رموز يؤديها بصورة اختيارية وقصدية، فهي وسيلة تعبير قصدية قائمة

على رموز كما يعرفها فيرديناند دوستوسير (Desaussure.F) بأنها تنظيم من الإشارات المفارقة ، أي مجموعة من الإشارات والرموز أو الكلمات والوحدات اللغوية المغايرة فيما بينها (مختلفة).

ويعرفها ليونارد بلومفيلد (Bloomfield.L) على أنها الكلام الخاص الذي يتلفظ به الإنسان من خلال سيطرة مثير معين يختلف باختلاف المجموعات البشرية ، فاللغة عنده أصوات مكتسبة يتميز بها الإنسان عن غيره وتختلف من مجتمع إلى آخر.

ويعرفها أندري مارتينييه (Martinet.A) أنها وحدات تشتمل على محتوى دلالي وعلى عبارة صوتية (مونيما) تتلفظ في وحدات مميزة ومتتابعة (فونيما)

وهي أيضا نظام تواصل اجتماعي مكون من رموز صوتية مكتسبة اعتباريا¹ اللغة إجرائيا: هي عبارة عن رموز صوتية أو كتابية مكتسبة تستخدم كنظام تواصل اجتماعي يتم من خلاله إيصال الأفكار والمشاعر والرغبات والآراء وتختلف من مجتمع إلى آخر.

4-2- مواقع التواصل الاجتماعي : يعرفها برييس Preece ومالوني كريشمان MaloneyKrichman

على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج²

أما مصطفى يوسف كافي فيرى أنها عبارة عن موقع الفيس بوك ويب يقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات ومن أشهرها حاليا الفيس بوك وتويتر³

مواقع التواصل الاجتماعي إجرائيا :

هي مجموعة من المواقع التفاعلية على شبكة الانترنت تتيح للمستخدمين فتح صفحة ضمن نظام اجتماعي إلكتروني معين يسمح لهم بالتواصل فيما بينهم عبر فضاء افتراضي يجتمع فيه الأفراد لأهداف معينة ومن هذه المواقع نذكر منها الفيسبوك واليوتيوب والأنستغرام.

4-3- الفيس بوك : يعرفه عبد الرزاق محمد الدليمي على أنه موقع يتحتم فيه على الزائر الاشتراك كي تتاح له

القدرة على التصفح بسهولة وبإمكان المستخدم الجديد بعد ذلك الاشتراك في مجموعات الشبكات الاجتماعية التي يكونها الأصدقاء والمتألقون في فضاء الموقع وبإمكان المستخدم حجب الآخرين عن دخول حسابه وأن يعرض ما يشاء ويخفي ما يشاء لكن يبقى الأكثر إثارة هو تكوين علاقات داخل هذا المجتمع الافتراضي⁴

كما يعرفه إيهاب خليفة على أنه هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يسمح للمشارك به بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات المواقع وتكوين روابط وصدقات جيدة من خلاله ، كما يسمح

للأشخاص الطبيعيين بصفتهم الحقيقية أو الأشخاص الاعتباريين كالشركات والهيئات والمنظمات بالمرور من خلاله وفتح آفاق جديدة للتعريف بهويتهم⁵

الفييس بوك إجرائيا : هو أشهر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما أسس سنة 2004 يمكن الدخول إليه بجانا، كما أنه يسمح للمشاركين فيه بالتواصل السهل والسريع فيما بينهم سواء من خلال خدمة الدردشة أو المشاركة بما يريدون من معلومات وفيديوهات وصور خاصة بهم كما يمكن للمشاركة فيه أن يعرض ما يشاء ويخفي ما يشاء عبر مجتمع افتراضي مستخدمين فيه أسماء حقيقية أو مستعارة.

4-4-4-تشكيل : هو الحالة التكوينية لإدراكات واستجابات مستخدم وسائل الإعلام الجديد إزاء القضايا المثيرة الاهتمام وتتمظهر آثار هذه الحالة في الأبعاد المعرفية والنفسية والسلوكية أساسا للمستخدم⁶

تشكيل إجرائيا : يقصد به ما ينجم عن عملية التفاعل بين المستخدم والمنشورات التي تعرض عبر موقع الفييس بوك من خلال عملية تفاعلية التي يتم من خلالها تبادل الآراء والأفكار حول مختلف قضايا المجتمع أي أنه مختلف الوظائف التي يقوم بها مستخدم موقع الفييس بوك في تفاعلهم باستخدام لغة تواصل معينة.

4-5-الرأي العام : يعرفه Pierre alber بأنه مجموعة آراء الأفراد حول موضوع ذو أهمية عامة أي الآراء التي في مقدورها ممارسة التأثير على مواقف الأفراد والجماعات وعلى سياسات الحكومات⁷

يرى إسماعيل سعد أن الرأي العام هو حصيلة أفكار ومعتقدات ومواقف الأفراد والمجتمعات إزاء شأن أو شؤون تمس النسق الاجتماعي ، كأفراد وتنظيمات ونظم التي يمكن أن تؤثر في تشكيلها عمليات الاتصال التي قد تؤثر نسييا أو كليا في مجريات الجماعة الإنسانية على النطاق المحلي والدولي⁸

الرأي العام إجرائيا : هو الاتجاه الذي يعبر عن أفكار ومعتقدات جماعة حول قضية أو مشكلة تخص كافة أفراد المجتمع كما يمثل قوة حقيقية في المجتمع باعتباره يعبر عن وجهة نظر الأغلبية التي قد تؤثر سلبا أو إيجابيا على الأحداث ومجرياتهما وتمس مصالح الأغلبية أو القيم الإنسانية المشتركة.

5- الإطار النظري للدراسة :

التعدد اللغوي في شبكة الفييس بوك :

إذا كان الواقع اللغوي العربي بصفة عامة متعدد اللغات واللهجات فإن الواقع اللغوي في الفييس بوك أشد تعددا وتعقيدا ، وذلك لاختلاف خصائص مرتادي الشبكة من حيث الانتماء الاجتماعي والتوجهات العلمية والثقافية. إن النظر في واقع اللغة التواصلية عبر شبكة الفييس بوك يجز بالقول أنها : خليط من اللغات اختلطت فيها الفصحى بالدارجات وما استعجم من اللغات دون نسيان ما استحدثت من غريب الرموز والإشارات ، فرغم هذا التعدد اللغوي ظاهرة تتجلى في اللغة على صورتهم المنطوقة حسب ميزات المكتملين اجتماعيا وثقافيا إلا أن الواقع المكتوب في اللغة المتداولة على الشبكة أظهر تعددا لا يقل شأنًا عن المنطوقة⁹ .

وقد يظهر التعدد اللغوي جليا في المجتمع الجزائري أين نجد اللغة العربية و الأمازيغية كلغتين رسميتين إضافة إلى تدريس كل من اللغة الفرنسية والإنجليزية مما يجعل الفرد له قدرة على استعمال أكثر من لغة سواء في عمله الواقعي أو في العالم الافتراضي ، حيث نجد انه في أغلب الأحيان يستعمل الثنائية اللغوية مهما كانت درجة الإتقان والمهارة مثل المزج بين اللغة العربية والفرنسية ، وهنا يمكن تعريف ثنائية اللغة على أنها : أن يستعمل الفرد لغتين وقد تكون هذه الثنائية في فرد ما دون أن تكون ظاهرة عامة في مجتمع ما ¹⁰ .

التعدد اللهجي : يعني وجود لهجات متعددة داخل اللغة الواحدة وأغلبها فصيح ويرجع اختلاف هذه اللهجات فيما بينها إلى تنوع البيئات الجغرافية أو الأصول القبلية مثل تلك اللهجات التي انتشرت في شبه الجزيرة العربية إبان العصر الإسلامي وأبرز مظاهر التعدد اللهجي تلك القراءات المتعددة للقرآن الكريم ، فالمتواتر منها سبعة والمشهور ثلاثة والباقي صنف في خانة شاذة.

فالتعدد اللهجي داخل الجزائر ما هو إلا مجموعة لغات التي لم تأتي من العدم لهجات كانت لها جذورها المتجذرة في حلقات التاريخ وما حصل من أحداث جعل هذه اللهجات تسير في طريق متوازي في جميع الميادين والمجالات ¹¹ .

في الأخير يمكن القول أن التعدد في اللغة المكتوبة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يعود لسببين اثنين هما :

- 1- الكتابة ليست بمنأى عن التأثيرات الاجتماعية والجوانب التفاعلية في اللغة كما أنها تساهم في رسم كثير من أشكال التعدد اللغوي ، فما يتجلى في النطق والمشافهة يتجلى فيما يكتب على الشبكة
- 2- إن من يتواصل على شبكة الفيسبوك كتابيا إنما يحاول أن يحاكي الجانب المنطوق فتراه يجسد كتابيا كل ما يفكر به من قوالب وأصوات لغوية في أدائه الشفهي كما أنه يملك حرية اختياراته التواصلية ، إذ يهتم باتصال الرسالة أو التعليق دون مراعاة للجوانب اللغوية ¹² .

يمكن القول أن طبيعة اللغة المكتوبة التي يتم من خلالها طرح مختلف قضايا المجتمع عبر موقع الفيسبوك قد تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على الرأي العام الإلكتروني ومنه وجب ضرورة اختيار اللغة المناسبة لكل قضية حتى تصل إلى فئة كبيرة من المجتمع.

6- الدراسات السابقة :

لكل دراسة لابد أن تسند على تراث علمي سابق على اعتبار أن البحث العلمي يمثل نوع من التراكمية وسيرورة مستمرة تكمل بعضها البعض وتنوعت هذه الدراسات وتعددت ويمكن أن نذكر منها:

الدراسة رقم (01) : دراسة رقاد حليلة والموسومة بآثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة اللغوية للطلبة الجامعيين - الفيسبوك نموذجا ، دراسة على عينة من طلبة جامعة وهران وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه (2016-2017)

وقد كانت هذه الدراسة تسعى لاكتشاف طبيعة الأنماط اللغوية التي يستخدمها الطلبة كشريحة مهمة من فئة الشباب الجزائري وكذا إلقاء الضوء على تأثير الميديا الجديدة عموما على مكانة اللغة العربية ومدى التعامل بها في الفضاءات التفاعلية على صفحات التواصل الاجتماعي ولقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها : أن الطلبة المستخدمين لشبكة الفيس بوك قاموا بإدخال كلمات مختزلة مواكبة لحركية العصر في الاختصار والسرعة حيث يعتمدون بصفة كبيرة على اللغة المهجينة التي تمزج بين كل اللغات وتفتح مجالا أكبر لاستخدام الأيقونات والاختصارات في غرفة المحادثة والتعليقات أيضا ، كما يرون أن استخدام اللغة الأجنبية مظهرا من مظاهر العصرية على عكس اللغة العربية¹³.

الدراسة رقم (02) دراسة محمد أحمد أحمد فتحي زغاري والموسومة بمدى تأثير التواصل الاجتماعي على التلوث اللغوي لدى طلاب عمادة البرامج التحضيرية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية من وجهة نظرهم وهي دراسة تم نشرها في المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية :

وقد كانت هذه الدراسة تسعى لتحديد مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التلوث اللغوي لدى طلاب عمادة البرامج التحضيرية، ولقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود أثر كبير لمواقع التواصل الاجتماعي على التلوث اللغوي بشكل عام وكذا إلى أن الطلاب دائما يبحثون على اختصارات تسهل عملية التواصل مما يجعلهم يستخدمون بعض الحروف اللاتينية أو بعض حروف اللغة الإنجليزية وكذلك استخدام الأرقام والرموز¹⁴.

الدراسة رقم (03) دراسة عماد محمد فرحان وشافي جمعة الحلبوسي والموسومة بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلامة اللغة العربية دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك للفترة من 2018/12/25 ولغاية 2019/01/15 وهي دراسة تم نشرها في مجلة مداد الأدب .

وقد كانت هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على العقبات التي تحول دون انتشار اللغة العربية السليمة في مواقع التواصل الاجتماعي وكذا تبين تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية بشكل علمي دقيق ، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن نسبة 13 % من مجتمع البحث ممن يكثرثون لمستوى اللغة العربية التي يكتبون بها على مواقع التواصل الاجتماعي ، وهي نسبة ضعيفة جدا ويتأكد من خلال ذلك أن استخدام مواقع التواصل تلك في معظم أحواله يؤثر سلبا على سلامة اللغة العربية ، ويؤكد نسبة الذين لا يهتمون بسلامة اللغة العربية التي بلغت 2 % من جملة الباحثين أي أنهم غير معنيين بالأثر السالب المترتب على عدم اهتمامهم بتسخير تلك الأدوات التقنية الحديثة في ضبط وتجويد اللغة¹⁵.

الدراسة رقم (04) دراسة بضياف سهيلة والموسومة بـ : الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر - دراسة في تمثيلات واستخدامات الشبكات لشبكة الفيسبوك (2017-2018)

وقد كانت هذه الدراسة تسعى لاستكشاف بعض ملامح العلاقة بين موقع الفيسبوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري ، ولقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها : أن نسبة 48 % من أفراد العينة يرون بأن تأثير الفيسبوك على تشكيل الرأي العام محدود وكذا يرون بأن الاحتجاجات عبر شبكة الفيسبوك لا تؤثر في تشكيل الرأي العام.

من خلال التطرق للدراسات السابقة نجد أن هناك اهتمام كبير لدى الباحثين حول موضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة كما نجد أن هناك العديد من الدراسات التي تناولت موضوع مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام إلا أنه قد تنعدم الدراسات في تأثير اللغة المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام.

7- الإطار المنهجي للدراسة :

7-1- نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهتم بتصوير ما هو كائن أي الوضع الراهن أو الحادثة وهنا يستلزم جمع الكثير من الحقائق والبيانات المتعلقة بموضوع دراستنا و القيام بتحليلها و تفسيرها للوصول إلى توصيف دقيق للظاهرة محل الدراسة ، وهذا يساعد كثيرا في تحديد معالم الظاهرة أو المشكلة كما يساعد في تحديد العلاقة الارتباطية بين اللغة المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) وتشكيل الرأي العام والمتمثلة في مشكلة دراستنا هذه .

وعلى العموم يمكن القول أن أهداف الدراسة هي التي فرضت علينا النوع الوصفي وهذا لما لديه من أهمية كبيرة خاصة في مجال الدراسات الإنسانية وبالتحديد تخصص علوم الإعلام والاتصال والتي من بين مواضيعه الإعلام الجديد والذي يشمل موقع الفيسبوك إضافة إلى موضوع الرأي العام و كذا اللغة والذي يندرج ضمن دراسات علوم الإعلام والاتصال، لهذا كان هذا النوع ملائما لدراستنا هذه .

ومن خلال ما سبق يمكن القول أن الاعتماد على هذا النوع من الدراسة راجع إلى كونه يعتبر أسلوبا فعلا في جمع البيانات والمعلومات كما يزود الباحث بوصف المتغيرات التي تتحكم في الظواهر قيد الدراسة¹⁶ وهذا ما نريد نحن الوصول إليه من خلال دراستنا هذه.

7-2- نوع المنهج المستخدم :

إن طبيعة البحث أو الدراسة ترتبط بطبيعة المنهج وعلاقته بالظاهرة المراد دراستها وعلى الرغم من وجود عدة أصناف مختلفة للمناهج إلا انه على الباحث أن يختار بشكل سليم و علمي المنهج الملائم لدراسته وهذا من أجل الوصول إلى نتائج علمية موضوعية و صحيحة

ومن هنا يمكن القول أن المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في معالجة دراسته استنادا إلى موضوع الدراسة ومتغيراتها¹⁷ ولأن موضوع دراستنا هو تأثير اللغة المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) على

تشكيل الرأي فإن هدف الدراسة و طبيعتها قد فرض علينا استخدام منهج المسح الاجتماعي والذي هو من بين المناهج الوصفية التي تصور وتصف الظروف الحالية للظاهرة المدروسة دون تعمق بهدف توفير المعلومات و تحليلها وذلك من اجل معرفة العلل والأسباب الخاصة بالظاهرة و محاولة إيجاد الحلول لها . إذا يمكن القول أن منهج المسح الاجتماعي هو دراسة الظروف الاجتماعية التي تؤثر في مجتمع معين موضوع الدراسة و الذي يمكن قياس الظاهرة محل الدراسة و تطبيقها عليه بقصد الحصول على بيانات ومعلومات كافية يمكن الاستفادة منها في وضع وتنفيذ مشروعات إنشائية للإصلاح الاجتماعي¹⁸ ، و مما سبق يمكن القول إن منهج المسح الاجتماعي هو المنهج الملائم لدراستنا هذه.

7-3- مجتمع الدراسة:

يقوم الباحث بتحديد الدراسة تبعا لطبيعة الموضوع والذي يمكن قياس الظاهرة محل الدراسة و تطبيقها عليه¹⁹ مما سبق يمكن القول أن طبيعة الموضوع و التي تندرج في إطار الكشف عن تأثير اللغة المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) على تشكيل الرأي العام قد أجبرنا على اختيار مجتمع مستخدمي الفيسبوك و هو عالم افتراضي يتضمن أشخاص ليسوا اعتباريين معظمهم يحملون أسماء مستعارة ، وكان اختيارنا لهذا المجتمع مقصود نظرا لطبيعة الموضوع والتي تنصب حول دراسة مستخدمي الفيسبوك وهو مجتمع يتميز بالضخامة والتشتت حيث يصعب تحديد خصائصه و معالمة ، وقد قمنا باختيار المسح بالعينة من خلال مسح بعض مفردات مجتمع الدراسة وهذا على أن تمثل هذه العينة مجتمع الدراسة

7-4- عينه الدراسة :

يمكن القول إن العينة هي عبارة عن مجموعة جزئية من الأفراد أو الظاهرة التي تشكل المجتمع الأصلي للدراسة حيث يتم اختيارها بطريقة معينة ومن خلالها يمكن تعميم النتائج التي تم الحصول عليها في مجتمع الدراسة الأصلية²⁰

ولهذا فان عملية اختيار عينة الدراسة لها دور كبير في نجاح البحث والحصول على نتائج دقيقة و عليه فإنه ينصح بضرورة أن يكون مجتمع الدراسة ممثلا ومتجانسا يخدم أغراض وأهداف الدراسة²¹ ، إن العينة التي تم اختيار مفرداتها في هذه الدراسة هي العينة العشوائية أين قمنا بنشر الاستبيان الالكتروني عبر حساب الباحثة للعامية (public) و تمت مشاركته من طرف الأصدقاء و تفاعل معه 150 مستخدم و كان ذلك كافي للحصول على المعلومات المطلوبة .

7-5- أدوات جمع البيانات :

في ما يخص الدراسة وبما أنها دراسة وصفية فقد قمنا بالاعتماد على أداة الاستبيان الالكتروني وقد ساعدت هذه الأداة على وصف الظاهرة وتحليلها للوصول إلى نتائج دقيقة وصحيحة وقد تعد هذه الأداة الأنسب لدراستنا هذه والملائمة للمنهج المستخدم.

الاستبيان الالكتروني :

ويعرف الاستبيان على انه أسلوب لجمع البيانات تهدف إلى استشارة الباحثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم آراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من قبل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات²² و قد اعتمدنا الطريقة الإلكترونية الحديثة لتوزيع الاستبيان نظرا لمميزات هذه الطريقة والتي تتمثل في :

1) سهولة وسرعة في تعبئة الاستبيان , كذا سهولة وسرعة في الحصول على النتيجة.

2) تكلفة اقل من الطريقة التقليدية الورقية.

3) سهولة النشر حيث انه عبارة عن رابط يمكن نشره بكل سهولة.

4) سهولة الحصول على المبحوثين والذين يمثلون مستخدمي موقع الفيسبوك.

وهي الأداة الأساسية التي اعتمدنا عليها للحصول على البيانات الضرورية من عينة الدراسة باعتبارها أفضل الأدوات لهذا النوع من الدراسات خاصة فيما يتعلق بالتقييم و إبداء الرأي حول الموضوع مما يتيح للمبحوثين بإدلاء آرائه وأفكاره بكل حرية وسرية .

7-6- صدق و ثبات الاستبيان : و تم التحقيق من الصدق الظاهري للاستبيان من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين في المجالات التي ترتبط بموضوع الدراسة في مجال المنهجية و علوم الإعلام و الاتصال و تم تعديل الاستبيان وفقا لما أبدوه من ملاحظات، و تم اختبار ثبات الاستبيان عن طرق إعادة تطبيق الاستمارة retest عبر فترة زمنية من إجابتهم عليها ، و ذلك على عينة و قوامها 15 مفردة و ذلك بعد مرور 15 يوم من التطبيق الأول للاستبيان و قد أظهرت المعالجة الإحصائية أن نسبة ثبات الاستبيان قدر ب 86 % وهو معامل ثبات مرتفع يؤكد على صلاحية الاستبيان للتطبيق ، أما عن أساليب المعالجة الإحصائية فقد قامت الباحثة بعملية المعالجة الإحصائية من خلال ترميز الإجابات و إدخال البيانات على الحاسوب و استخدام برنامج الحزم الإحصائي (SPSS) حيث تمت عمليات التدقيق و تحليل البيانات من خلال استخدام التكرارات و النسب المئوية لجميع محاور استبيان الدراسة ، كما تمت استخراج النتائج .

7-7- حدود الدراسة :

الإطار المكاني : وقع اختيار الباحثة على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر لما يتمتع به أفراد العينة من الإلمام بالمعلومات حول استخدام اللغة في موقع الفيسبوك وتأثيرها على تشكيل الرأي العام ويمكن القول أن الإطار المكاني للدراسة هو فضاء افتراضي إلكتروني.

الإطار الزمني : امتدت هذه الدراسة في الفترة ما بين 1 جانفي 2020 و 30 أكتوبر من نفس السنة وقد وقع اختيار الباحثة على الفترة المذكورة نظرا للاستخدام الواسع لهذه المواقع والارتفاع الهائل في عدد مستخدمي موقع الفيسبوك والذي أصبح له تأثير كبير على تشكيل الرأي العام.

8- عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية :

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

يتضح لنا من خلال بيانات الجدول أن أغلب أفراد العينة المدروسة وبنسبة 54 % هم ذكور وقد يرجع ذلك إلى الاهتمام الكبير الذي أصبح يوليه هذا الموقع بهذه الفئة من خلال تقديم مختلف الخدمات، إضافة إلى أن هذه الفئة تتيح لهم

الفئة	المتغير	التكرار	النسبة %
فئة النوع	ذكور	81	54 %
	إناث	69	46 %
	المجموع	150	100 %

العديد من الفضاءات والأساليب لاستخدام شبكة الانترنت سواء من خلال مقاهي الانترنت وغيرها من الأماكن المتوفرة على شبكة الانترنت والتي قد لا تتاح لفئة الإناث الدخول إليها إلا في أوقات معينة ، كما قد يرجع ذلك لكون أن فئة الإناث لها التزامات في الحياة اليومية قد يجعلها تستخدم مواقع التواصل لفترات أقل وهو ما تعكسه نسبة 46 % من أفراد العينة المدروسة والذين يمثلون فئة الإناث قد يرجع ذلك لكون هذه الفئة أصبحت تفضل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى على حساب الفيسبوك مثل انستجرام ، سناب شات وغيرها ، وقد تعكس لنا صحة هذه النتائج آخر الإحصائيات في سنة 2020 والتي أثبتت أن مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر أغلبهم ذكور وذلك بنسبة 62 % أي ما يقدر بـ 22 مليون وتعتبر نسبة كبيرة مقارنة بفئة الإناث.

الجدول رقم (02) يبين توزيع أفراد العينة المدروسة حسب متغير العمر :

يبين الجدول أن أغلب أفراد العينة المدروسة والمقدرة نسبتهم بـ 52 % هم الفئة العمرية التي أقل من 30 سنة وقد يرجع ذلك إلى كون هذه المواقع تستقطب أكثر فئة الشباب الذين أصبحوا مهوسين بهذه المواقع الإلكترونية بل وصل الحد ببعض منهم إلى الإدمان على هذه المواقع

الفئة	المتغير	التكرار	النسبة %
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	78	52 %
	من 30 إلى 35 سنة	26	17.1 %
	من 36 إلى 41 سنة	19	13 %
	من 42 إلى 47 سنة	15	9.8 %
	من 48 إلى 53 سنة	9	6.1 %
	ما فوق 53 سنة	3	2 %
	المجموع	150	100 %

التي أصبحت تتميز بالعديد من الخصائص التي تجعلها في المقدمة دائما حيث في كل فترة تقدم خدمات وتطبيقات جديدة تجعل منها مميزة ومفضلة لدى الكثيرين خاصة فئة الشباب ، وهو ما تطابق مع قول سيد عبد الفتاح أن أكثر مستخدمي موقع الفيسبوك من فئة الشباب والأقل من 30 سنة وهم من يتبنون الأفكار الجديدة ويستوعبون التكنولوجيا²³ في حين نجد أن نسبة 17.1 % من أفراد العينة المدروسة تمثل الفئة العمرية التي تتراوح بين 30 إلى 35 سنة ، بينما نجد أن نسبة 13 % من أفراد العينة المدروسة تمثل الفئة التي تتراوح أعمارهم ما

بين 36 إلى 41 سنة ، كما نجد أن نسبة 9.8 % من أفراد العينة المدروسة تمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم ما بين 42 إلى 47 سنة ونجد أيضا أن نسبة 6.1 % من أفراد العينة المدروسة تمثل الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 48 إلى 53 سنة ، أما أقل نسبة والمتمثلة في 2 % من أفراد العينة المدروسة تمثل الفئة العمرية التي تفوق 53 سنة ، ويمكن القول أن هذا التباين منطقي لأنه كلما ازداد سن الفرد كلما قل اهتمامه بهذه المواقع والعكس.

الجدول رقم (03) يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي :

تؤكد لنا المعطيات الموضحة في الجدول أن نسبة 36 % من أفراد العينة المدروسة من ذوي المستوى الجامعي لأن استخدام هذه المواقع يحتاج إلى مهارة ومعرفة ومستوى علمي لا بأس به لاستخدام تكنولوجيا الاتصال ، في حين نجد أن نسبة 30 % من أفراد العينة المدروسة من ذوي المستوى الثانوي ،

الفئة	المتغير	التكرار	النسبة %
فئة التعليمي	ابتدائي	6	4 %
	متوسط	15	10 %
	ثانوي	45	30 %
	جامعي	54	36 %
	دراسات عليا	30	20 %
	المجموع	150	100 %

بينما نجد أن نسبة 20 % من أفراد العينة المدروسة من ذوي مستوى الدراسات العليا وقد ترجع هذه النسبة المعتبرة لكون أن الباحثة قامت بنشر الاستبيان في مجموعة علمية وتلتها نسبة 10 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن العينة المدروسة من ذوي مستوى المتوسط ، فيما نجد أن أقل نسبة والمتمثلة بـ 4 % من أفراد العينة المدروسة من ذوي المستوى الابتدائي وهذا منطقي لعدم معرفة وتحكم هذه الفئة باستخدام تكنولوجيا الاتصال على اعتبار أن استخدامها يتطلب خبرة ومعرفة عالية إضافة لنقص خبرة هذه الفئة في التعامل مع أجهزة الاتصال سواء كانت هواتف نقالة أو أجهزة الحاسوب أو غيرها.

الجدول رقم (04) يبين

توزيع أفراد العينة حسب سنوات استخدام موقع الفيس بوك :

أكدت بيانات الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة

الفئة	المتغير	التكرار	النسبة %
فئة استخدام الفيس بوك	منذ أقل من 3 سنوات	18	12 %
	منذ 3 إلى 6 سنوات	45	30 %
	من 6 إلى 9 سنوات	47	31.6 %
	منذ أكثر من 9 سنوات	40	26.4 %
	المجموع	150	100 %

المدرسة والمقدرة نسبتهم بـ 31.6% يتراوح استخدامهم لموقع الفيسبوك من 6 إلى 9 سنوات وهذا قد يعكس المعرفة الجيدة لأفراد العينة المدرسة بهذا الموقع وكيفية استخدامه والتعامل معه ، كما يدل ذلك أيضا على أن استخدام موقع الفيسبوك أصبح في الآونة الأخيرة من بين العادات الرقمية الأكثر شيوعا والتي يصعب الاستغناء عنها نظرا لكون هذا الموقع لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء²⁴

في حين نجد أن نسبة 30% من أفراد العينة المدرسة يتراوح استخدامهم لموقع الفيسبوك من 3 إلى 6 سنوات وهذا بدوره قد يعكس خبرة هؤلاء بهذا الموقع كما نجد أن نسبة 26.4% من أفراد العينة المدرسة يستخدمون موقع الفيسبوك منذ أكثر من 9 سنوات وهي فترة طويلة تجعل لديهم خبرة ومعرفة كبيرة لهذا الموقع ، بينما نجد أن أقل نسبة والمتمثلة في 12% من أفراد العينة المدرسة يستخدمون موقع الفيسبوك منذ أقل من 3 سنوات ، من النتائج السابقة يتضح لنا أن اختيارنا لهذه العينة صائب لأنه كلما كانت مدة الاستخدام أطول كلما كان للمستخدم معلومات دقيقة وصحيحة عن هذا الموقع تفيدنا في دراستنا هذه .

الجدول رقم (05) يبين توزيع أفراد العينة حسب ساعات استخدام موقع الفيسبوك :

تبين النتائج الموضحة في الجدول أن أغلب أفراد العينة المدرسة والمقدرة نسبتهم بـ 43.3% يستخدمون موقع الفيسبوك لأكثر من 4 ساعات في اليوم وقد يدل ذلك على الأهمية الكبيرة التي أصبح يمثلها موقع الفيسبوك في حياة الناس من خلال إشباعهم لمختلف

الفئة	المتغير	التكرار	النسبة %
فترة مدة استخدام موقع الفيس بوك	أقل من ساعة	7	5%
	ساعة	12	7.8%
	ساعتين	38	25.4%
	4 ساعات	28	18.5%
	أكثر من 4 ساعات	65	43.3%
	المجموع	150	100%

حاجاتهم في حين نجد أن نسبة 25.4% من أفراد العينة المدرسة يرون أن العينة المدرسة يستخدمون موقع الفيسبوك لمدة ساعتين في اليوم ، بينما نجد ان نسبة 18.5% من أفراد العينة المدرسة يستخدمون موقع الفيسبوك لمدة 4 ساعات وهي مدة معتبرة قد يسعى من خلالها المستخدم إلى الإطلاع على المستجدات ، كما نجد أن نسبة 7.8% من أفراد العينة المدرسة يستخدمون موقع الفيسبوك لمدة ساعة فقط وقد يمثلون هؤلاء الفئة التي تستخدم هذا الموقع وقت الحاجة فقط ويرونه مضيعة للوقت ، أما أقل نسبة والمتمثلة بـ 5% من أفراد العينة المدرسة فهم يستخدمون موقع الفيسبوك لمدة أقل من ساعة حيث يرون أن استخدام هذا الموقع شيء غير ضروري بالنسبة لهم حيث يفتح هؤلاء هذا الموقع لتصفح سريع ومعرفة ما هو جديد فقط.

الجدول رقم (06) يبين توزيع أفراد العينة حسب قوالب النشر الأكثر تأثير على تشكيل الرأي العام عبر موقع الفيسبوك :

إن هذا الجدول يسلط الضوء على قوالب النشر الأكثر فعالية والمتبعة لنشر مختلف قضايا المجتمع عبر موقع الفيسبوك لتشكيل الرأي العام أين توصلت النتائج إلى أن نسبة 28.8 % من أفراد العينة المدروسة يعتقدون أن قالب النشر الأكثر

المتغير	التكرار	النسبة %
فيديوهات	34	22.6 %
نص مكتوب	22	15.5 %
فيديوهات + نص مكتوب	43	28.8 %
صورة	18	12.2 %
نص مكتوب + صورة	33	21.9 %
المجموع	150	100 %

فعالية لتشكيل الرأي العام هو مقاطع الفيديوهات مع النص المكتوب حيث يكون مزيج بين الكلمة المكتوبة والصوت والصورة وقد يرجع ذلك لكون أن الصورة والصوت توضح أكثر القضية المطروحة كما تدعم الكلمات وتشرح وتفسر ما يحتويه المقطع ، مما يكمل المشهد ويوضح الرسالة وتكون أكثر فعالية وتأثير ، في حين نجد أن نسبة 22.6 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن القالب الأكثر فعالية لتشكيل الرأي العام يتمثل في مقاطع الفيديو وقد يرجع ذلك إلى كون هذا القالب يجمع بين الصورة والصوت مما يقرب المستخدم من الحقيقة والواقع ، مما يؤدي إلى معرفة كل جوانب القضية وبالتالي يؤثر على تشكيل الرأي العام . بينما نجد أن نسبة 21.9 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن القالب الأكثر تأثيرا على تشكيل الرأي العام هو النص المكتوب مع الصورة حيث يكون هناك تكامل بين ما هو مرئي وما هو مقروء وقد يؤدي ذلك إلى تشكيل رأي عام ، كما نجد أن نسبة 14.5 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن قالب النشر الأكثر فعالية لتشكيل الرأي العام حول مختلف قضايا المجتمع هو النص المكتوب وقد يرجع ذلك لكون هؤلاء يفضلون القراءة لما تتميز به من فتح المجال لتخيل الأحداث مما يؤدي إلى نشاط العقل ، فيما نجد أن أقل نسبة والمقدرة بـ 12.2 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن القالب الأكثر تأثيرا على الرأي العام هي الصورة حيث يعتقد هؤلاء أن الصورة كافية للتأثير على الرأي العام ، ويمكن القول في الأخير أن قالب النشر يلعب دورا كبيرا في عملية التأثير والتفاعل مع أي قضية .

الجدول رقم (07) يبين توزيع أفراد العينة حسب اللغة التي يفضل استخدامها لطرح مختلف قضايا المجتمع عبر موقع الفيسبوك :

من الجدول يتضح لنا أن أغلب أفراد العينة المدروسة والمقدرة نسبتهم بـ 34 % يفضلون استخدام اللغة

المتغير	التكرار	النسبة %
الفصحى	48	34 %
العامية	15	10.2 %
خليط بين الفصحى والعامية	51	32.1 %
الأمازيغية	15	9.8 %
اللغة الأجنبية	21	13.9 %
المجموع	150	100 %

العربية الفصحى لطرح أهم قضايا المجتمع عبر موقع الفيسبوك على اعتبار أن الفصحى اللغة الرسمية التي يفهمها الجميع وهي اللغة الملائمة لنشر مختلف قضايا المجتمع فعلى الرغم من كونها لا تستخدم إلا في المواضيع الرسمية وكذا مجال التعليم ويقل التعامل بها في الحياة اليومية إلا أنها تبقى هي اللغة المفهومة من طرف جميع المستويات في حين نجد أن نسبة 32.1 % من أفراد العينة يفضلون استخدام خليط من الفصحى والعامية لكون أن هذا الخليط يسهل على المستخدم فهم القضية المطروحة كما أن العامية قد تزيل الغموض على مصطلحات الفصحى ، بينما نجد أن نسبة 13.9 % من أفراد العينة يفضلون استخدام اللغة الأجنبية لطرح مختلف قضايا المجتمع على اعتبار أن اللغة الأجنبية أكثر عالمية من اللغة المحلية وبالتالي يحقق النشر أكثر فعالية ، ثم تليها نسبة 10.2 % من أفراد العينة يفضلون استخدام العامية لطرح مختلف قضايا المجتمع على اعتبار أن العامية أقرب للفهم ومتعامل بها في الحياة اليومية ، أما أقل نسبة والمتمثلة بـ 9.8 % من أفراد العينة يفضلون استخدام اللغة الأمازيغية لطرح مختلف قضايا المجتمع وقد تمثل هذه الفئة القبائل الذين يستخدمون هذه اللغة في حياتهم اليومية وكذا المواضيع الرسمية خاصة بعد إقرار الجزائر والاعتراف بهذه اللغة كلغة رسمية إلى جانب العربية.

الجدول رقم (08) يبين توزيع أفراد العينة حسب تأثير اللغة المستخدمة عبر موقع الفيسبوك على تشكيل الرأي العام :

الفئة	المتغير	التكرار	النسبة %
فئة درجة تأثير اللغة على تشكيل الرأي العام	كبيرة	87	57.8 %
	متوسطة	84	22.5 %
	أبدا	29	19.7 %
	المجموع	150	100 %
	أكدت نسبة 57.8 % من أفراد العينة المدروسة أن اللغة المستخدمة تؤثر بدرجة كبيرة على تشكيل الرأي العام على اعتبار أنه كلما طرحت القضية بلغة واضحة ومفهومة لأكبر شريحة من المستخدمين		

كلما تفاعل معها أكبر عدد ممكن وبالتالي يتم تشكيل رأي عام والعكس كلما طرحت القضية بلغة غامضة فقدت قيمتها وكان مستوى التفاعل معها محدود وبالتالي لا يتم تشكيل رأي عام فاللغة عنصر هام جدا ومؤثر على مسار القضايا المطروحة ، في حين نجد أن نسبة 22.5 % من أفراد العينة يرون أن تأثير اللغة التي يتم من خلالها طرح مختلف قضايا المجتمع متوسط أي أن تأثيرها محدود على تشكيل الرأي العام ، بينما نجد أن نسبة 19.7 % من أفراد العينة يرون أن اللغة التي يتم من خلالها طرح مختلف قضايا المجتمع لا تؤثر على تشكيل الرأي العام لأن أهمية القضية تكمن في الموضوع المطروح ومدى أهميته بالنسبة للمجتمع وليس في اللغة.

في الأخير يمكن القول أن اللغة تشكل عامل أساسي لعملية التفاعل مع أي قضية ، كما يمكن القول أن توحيد اللغة قد يساهم في توحيد الأفكار والآراء بين جميع المستخدمين كما يمكن أن تشكل اللغة عائقا لفهم القضية المطروحة في الكثير من الحالات مما يفقدها قيمتها الحقيقية ويصبح التفاعل معها محدود ، ومنه وجب ضرورة نشر القضايا المهمة بلغة سهلة واضحة ومفهومة حتى تحقق الهدف المطلوب ويتم معالجتها ، و يمكن القول أن اللغة

ظاهرة اجتماعية و تعد أهم عناصر تكوين الرأي العام ، الذي يسعى الإعلام بوسائله المختلفة إلى التأثير فيه ، مع افتراض وجود علاقة قوية بين اللغة و الرأي العام²⁵

الجدول رقم (09) يبين توزيع أفراد العينة حسب إمكانية وجود صعوبة في فهم بعض القضايا المطروحة عبر موقع الفيسبوك :

الفئة	المتغير	التكرار	النسبة %
فئة صعوبة فهم القضايا المطروحة عبر موقع الفيسبوك	دائما	33	22 %
	أحيانا	75	50 %
	أبدا	42	28 %
	المجموع	150	100 %

انطلاقا من هذا الجدول يتضح لنا أن أغلب أفراد العينة المدروسة والمقدرة نسبتهم ب 50% يرون أنه أحيانا يجدون صعوبة في فهم القضايا المطروحة عبر موقع الفيسبوك وقد يرجع ذلك لصعوبة فهم اللغة المستخدمة لطرح هذه القضايا من خلال استخدام اللغة الأجنبية التي لا يتقنها الكثير أو استخدام اللغة العامة التي تختلف من منطقة لأخرى أو في الكثير من الأحيان يتم استخدام الرموز وهذا قد يساهم في عدم فهم المستخدم للقضية المطروحة ، في حين نجد أن نسبة 28 % من أفراد العينة المدروسة يرون أنهم لا يجدون صعوبة في فهم القضايا المطروحة عبر موقع الفيسبوك بينما نجد أقل نسبة والمتمثلة ب 22 % من أفراد العينة دائما يجدون صعوبة في فهم مختلف قضايا المجتمع التي يتم طرحها عبر موقع الفيسبوك.

الجدول رقم (10) يبين توزيع أفراد العينة حسب مستوى اللغة المستخدمة لطرح مختلف قضايا المجتمع عبر موقع الفيسبوك :

الفئة	المتغير	التكرار	النسبة %
فئة مستوى اللغة المستخدمة	ممتازة	37	24.9 %
	جيدة	56	37.1 %
	ضعيفة	57	38 %
	المجموع	150	100 %

بالرجوع إلى البيانات الواردة في الجدول يتضح لنا أن أغلب أفراد العينة المدروسة والمقدرة نسبتهم ب 38 % يرون أن مستوى اللغة المستخدمة لطرح مختلف قضايا المجتمع عبر موقع الفيسبوك ضعيفة وهذا قد يدل على تدهور مستوى اللغة المستخدمة خاصة مع بروز لغات جديدة من طرف الشباب عبر هذا الموقع واستخدام لغات بعيدة عن اللغة العربية الفصحى الرسمية وهنا يمكن القول أن هناك تلوث لغوي في هذه المواقع ، و توافقت هذه النتيجة مع ما أشارت له الباحثة ظافرة سعيد الأحمدى " إلى أن البرامج و التطبيقات أثرت بشكل سلبي في اللغة العربية ، إذ أن هناك إهمالا كبيرا في الكتابة باللغة العربية الصحيحة في وسائل الاتصال الحديثة ، حتى من قبل المتلقين لتعليم جيد و الملمين بقواعد اللغة

و إملأها إضافة إلى ما يقع بيه المستخدمون من أخطاء تكمن في الاختصارات غير المفيدة للكلمات أو إدخال حروف الجر في الكلمات مع تكرار حروف المد في الكلمة دون فائدة ، أو كتابة الكلمات و الجمل بدون مسافة بينها نظرا لقلّة مساحة الأحرف المسموح لها في بعض التطبيقات ، يضاف لذلك انتشار الأخطاء الإملائية كاستبدال كتابة همزة القطع بهمزة الوصل و حرف المد ، التاء المربوطة بالهاء المربوطة²⁶ ، و هذا يدل على المستوى الضعيف للغة المستخدمة عبر موقع الفيسبوك لنشر مختلف قضايا المجتمع ، في حين نجد أن نسبة 37.1 % من أفراد العينة يرون أن مستوى اللغة المستخدمة لطرح مختلف قضايا المجتمع عبر موقع الفيسبوك هو جيد على اعتبار أن معظم القضايا التي يتم طرحها في هذا الفضاء تكون بلغة عربية فصحي مفهومة و سهلة ، بينما نجد أن أقل نسبة والمتمثلة بـ 24.9 % من أفراد العينة يرون أن مستوى اللغة المستخدمة لطرح مختلف قضايا المجتمع عبر موقع الفيسبوك هو ممتاز والدليل على ذلك التفاعل الكبير مع هذه القضايا التي يتم معالجتها في الكثير من الحالات .

الجدول رقم (11) يبين توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كانت اللغة العربية الفصحى مناسبة لنشر مختلف قضايا المجتمع التي يراد من خلالها تشكيل رأي عام :

إن من أهم متطلبات الرأي العام التعبير، حيث يمكن القول ان أي قيمة يؤمن بها الإنسان أو موقف يتخذه لا يتم التعبير عنه لا يمكن اعتباره رأي ، و بمعنى آخر برغم من الاعتراف

الفتة	المتغير	التكرار	النسبة %
فتة ما إذا كانت اللغة العربية مناسبة لنشر مختلف قضايا المجتمع	مناسبة جدا	74	49.1 %
	مناسبة إلى حد ما	46	30.6 %
	غير مناسبة	30	20.3 %
	المجموع	150	100 %

بان لكل فرد فكر مقتنع به و قيم مستعد الاستشهاد من أجلها إلا أن هذا الفكر و هذه القيم لن يعتبر رأي إلا إذا قام هذا الفرد بالتعبير عنها²⁷ و هنا وجب اختيار أسلوب التعبير المناسب و اللغة الواضحة السهلة المناسبة للتعبير عن الأفكار و الآراء عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي باتت من أهم الوسائل لنشر مختلف قضايا المجتمع التي يراد من خلالها تشكيل رأي عام ، و في هذا الصدد خلصت النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة المدروسة والمقدرة نسبتهم بـ 49.1 % يرون أن استخدام اللغة العربية الفصحى لنشر مختلف قضايا المجتمع التي يراد من خلالها تشكيل رأي عام مناسب جدا على اعتبار أن هذه اللغة واضحة ومفهومة لأغلب أفراد المجتمع مما يساهم في نشر هذه القضايا والتفاعل معها من طرف شريحة كبيرة من المستخدمين وبالتالي تكوين حشد حولها وتوحيد أفكارهم مما يساهم في تشكيل رأي عام في حين نجد أن نسبة 30.6 % من أفراد العينة يرون أن استخدام اللغة العربية الفصحى مناسب إلى حد ما في نشر مختلف قضايا

المجتمع التي يراد من خلالها تشكيل رأي عام بينما نجد أن أقل نسبة والمقدرة بـ 20.3% من أفراد العينة يرون أن استخدام اللغة العربية الفصحى غير مناسب لنشر مختلف قضايا المجتمع التي يراد من خلالها تشكيل رأي عام. ويمكن القول في الأخير أن اختيار اللغة المناسبة في النشر يساهم كثيرا في تحقيق الهدف المحدد وكلما كانت هذه اللغة واضحة سهلة كلما حققت نسبة معتبرة من التفاعل وبالتالي يتم التعبئة والالتفاف حول القضية ومنه يتم تشكيل رأي عام يمكن من خلاله الضغط على صناع القرار لمعالجة هذه القضية.

الجدول رقم (12) يبين توزيع أفراد العينة حسب أسباب صعوبة التواصل عبر موقع الفيسبوك بين المستخدمين :

الفئة	المتغير	التكرار	النسبة %
فئة صعوبة التواصل عبر موقع الفيسبوك	استخدام الاختصارات	30	20 %
	استخدام اللغة الأجنبية	27	18 %
	استخدامات اللغة العامية	52	34.8 %
	استخدام الرموز	41	27.2 %
	المجموع	150	100 %

تشير بيانات الجدول أن أغلب أفراد العينة المدروسة والمقدرة نسبتهم بـ 34.8% يرون أن من أسباب صعوبة التواصل عبر موقع الفيسبوك هو استخدام اللغة العامية التي تختلف من منطقة

لأخرى سواء من خلال المصطلحات المستخدمة أو المعنى المراد إيصاله للطرف الآخر ، فاللغة العامية قد يفهمها أفراد منطقة معينة دون باقي الأفراد المستخدمين ، إلا انه نجد هذه اللغة مستخدمة بكثرة عبر موقع الفيسبوك مما أثير العديد من النقاد و المفكرين من بينهم الدكتور هيثم الحاج الذي يرى " أن استخدام العامية في الفيسبوك قرين باستخدامها في الحياة اليومية و هو ما يعني أن كلا منا يتعامل مع الحياة و مع الفيسبوك بسليقته اللغوية أو يتحدث بلغته الأم و لغتنا الأم هي اللغة التي نفكر بها قبل أن نتكلم ، و في هذه الحالة هي اللغة العامية ... العامية ليست لغة لا يجب التعامل معها ، هي لغة لها إمكانيات رائعة يمكنها أن تكون إبداعية بدرجة كبيرة إذا تعاملت معها بشكل جمالي ، و بالتالي فأنا أرى أن العامية لغة تواصل فعلا و ليست زيادة ، و يمكن أن نستخدمها في التواصل عبر الانترنت ، كما يرى أن المتلقي صار تفاعليا و ليس إيجابيا أي أن المتلقي أصبح عارفا انه مشارك في تأليف و إبداع النصوص و أن له رأيه الخاص الذي يجب احترامه و نشره و سماعه ، و بالتالي فان هذا الوعي الجديد قد أسهم في وجود نمط لغوي جديد قابل لهذا التعامل التفاعلي ، أسهل و اقدر على التواصل و داخل في دائرة بين الدائرة الفردية و القيمة الاجتماعية ، يعني عادات اللغة وسيلة تواصل اجتماعي على نطاق واسع²⁸

و على الرغم من كل ما قيل عن اللغة العامية إلا أنها تبقى من أسباب صعوبة التواصل بين المستخدمين لاختلافها من مكان لآخر ، في حين نجد أن نسبة 27.2% من أفراد العينة يرون أن أسباب صعوبة التواصل

عبر موقع الفيسبوك بين المستخدمين هو استخدام الرموز التي تفهم لدى فئة معينة دون الأخرى على اعتبار أن هذه الرموز يتم الاتفاق عليها من طرف شريحة معينة لتكون دالة على معنى متفق عليه ويصعب فهمها لدى الفئات الأخرى ، بينما نجد أن نسبة 20 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن سبب صعوبة التواصل عبر موقع الفيسبوك يكمن في استخدام الاختصارات والتي قد تفتح المجال لتأويل وتعدد المعاني فيما نجد أن أقل نسبة والمقدرة بـ 18 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن أسباب صعوبة التواصل عبر موقع الفيسبوك بين المستخدمين راجع لاستخدام اللغة الأجنبية التي لا يتقنها مما تشكل عائق في عملية التواصل في الأخير يمكن القول أن طبيعة اللغة المستخدمة قد تشكل عائق لدى مستخدمي موقع الفيسبوك في عملية التواصل مما يتطلب توحيد لغة التواصل عبر هذا الفضاء.

الجدول رقم (13) يبين توزيع أفراد العينة حسب أسباب استخدام الاختصارات والرموز على موقع الفيسبوك :

بناء على ما جاء في الجدول يتضح لنا أن أغلب أفراد العينة المدروسة والمقدرة نسبتهم بـ 30 % يرون أن من أسباب استخدام الاختصارات والرموز عبر موقع

المتغير	التكرار	النسبة %	الفئة
سهولة الرموز في التعبير	30	20 %	فئة أسباب استخدام الاختصارات والرموز
السرعة وريح الوقت	45	30 %	
عدم معرفة استخدام لوحة الحروف	27	18 %	
ضعف مستوى اللغة	25	16.5 %	
سهولة الفهم والوضوح	23	15.5 %	
المجموع	150	100 %	

الفيس بوك هو السرعة وريح الوقت أن تغني الرموز عن كتابة الكلمات وهذا قد يساعد في توصيل المعنى في أقصر وقت ، في حين نجد أن نسبة 20 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن سبب استخدام الاختصارات والرموز عبر موقع الفيسبوك هو سهولة الرموز في التعبير عن المعنى الحقيقي ، بينما نجد أن نسبة 18 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن سبب استخدام الاختصارات والرموز عبر موقع الفيسبوك سببها عدم معرفة استخدام لوحة الحروف ، كما نجد أن نسبة 16.5 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن نسبة استخدام الاختصارات والرموز عبر موقع الفيسبوك هو ضعف مستوى اللغة ، بينما نجد أقل نسبة والمقدرة بـ 15.5 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن استخدام الاختصارات والرموز سببها هو سهولة الفهم والوضوح.

الجدول رقم (14) يبين توزيع أفراد العينة حسب التأثيرات السلبية للغة المستخدمة عبر موقع الفيسبوك على تشكيل الرأي العام :

المتغير	التكرار	النسبة %	الفئة
عدم وضوح القضية المطروحة	45	30 %	فئة التأثيرات السلبية للغة على تشكيل الرأي العام عبر موقع الفيسبوك
فتح باب التأويل	15	10 %	
فقد القضية المطروحة أهميتها	27	18 %	
إهمال القضية مهما كانت مهمة للمجتمع	24	15.8 %	
عدم وصول القضية المطروحة إلى أكبر عدد من المستخدمين	10	7 %	
عدم القدرة على تعبئة الجماهير وبالتالي عدم تشكيل رأي عام	29	19.2 %	
المجموع	150	100 %	

تبين بيانات الجدول السابق أن اغلب أفراد العينة المدروسة و المقدرة نسبتهم ب 30% أن التأثيرات السلبية للغة المستخدمة عبر موقع الفيسبوك على تشكيل الرأي العام تتمثل في عدم وضوح القضية المطروحة نظرا لاستخدام لغة غير واضحة و أسلوب غير مفهوم لدى جميع مستخدمي موقع الفيسبوك و بالنظر لما يكتب في مواقع التواصل الاجتماعي يظهر مقدار الخلل و حجم التراجع في مهارة الكتابة ، و مدى مخالفة قواعد الإملاء السليم بما يهدد اللغة العربية بصورة كبيرة ، فالكتابة غير صحيحة قد يترتب عليها تغيير المعنى و نشوء فهم مغاير للمطلوب²⁹ ، في حين نجد أن نسبة 19.2 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن التأثيرات السلبية للغة المستخدمة عبر موقع الفيسبوك على تشكيل الرأي العام تكمن في عدم القدرة على تعبئة الجماهير و بالتالي عدم تشكيل رأي عام ، كما نجد أن نسبة 18% من أفراد العينة المدروسة يرون أن اللغة المستخدمة عبر موقع الفيسبوك تفقد القضية المطروحة قيمتها نظرا لعدم استخدام اللغة المناسبة لتفسير القضية المطروحة ، بينما نجد أن نسبة 15.8% من أفراد العينة المدروسة يرون أن التأثيرات السلبية للغة المستخدمة عبر موقع الفيسبوك على تشكيل الرأي العام تكمن في إهمال القضية مهما كانت مهمة للمجتمع ، ثم تليها نسبة 10% من أفراد العينة المدروسة يرون أن التأثيرات السلبية للغة المستخدمة عبر موقع الفيسبوك على تشكيل الرأي العام تتمثل في فتح باب التأويل لعدم وضوح اللغة يؤدي إلى تفسيرات متعددة من طرف المستخدمين و بالتالي الابتعاد عن المعنى الحقيقي للموضوع فيما نجد اقل نسبة و المتمثلة ب 7 % من أفراد العينة المدروسة يرون أن التأثيرات السلبية للغة المستخدمة عبر موقع الفيسبوك على تشكيل الرأي العام يكمن في عدم وصول القضية المطروحة إلى أكبر عدد من المستخدمين و بالتالي عدم التفاعل معها مما يساهم في عدم معالجتها .

9- نتائج الدراسة : نستنتج من خلال الدراسة الميدانية أن :

- ✓ اغلب مستخدمي موقع الفيسبوك هم ذكور و قد يرجع ذلك إلى الاهتمام الكبير الذي أصبح يوليه هذا الموقع بهذه الفئة من خلال تقديم مختلف الخدمات ، إضافة إلى أن هذه الفئة تتيح لهم العديد من الأماكن لاستخدام الانترنت و التي قد لا تتاح لفئة الإناث الدخول إليها إلا في أوقات معينة و تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الإحصائيات في سنة 2020 و التي أثبتت أن مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر اغلبهم ذكور و ذلك بنسبة 62 % أي ما يقدر ب 22 مليون و تعتبر نسبة كبيرة مقارنة بفئة الإناث.
- ✓ يستقطب موقع الفيسبوك فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم اقل من 30 سنة ، حيث نجد دائما هذه الفئة تتبنى الأفكار الجديدة و يستوعبون التكنولوجيا أكثر من غيرهم .
- ✓ اغلب مستخدمي موقع الفيسبوك من ذوي المستوى الجامعي لان استخدام هذه المواقع يحتاج إلى مهارة و معرفة و مستوى علمي لا بأس به لاستخدام تكنولوجيا الاتصال.
- ✓ استخدام أفراد العينة لموقع الفيسبوك يتراوح ما بين 6 إلى 9 سنوات و هذا قد يعكس المعرفة الجيدة لهم بهذا الموقع و كيفية استخدامه و التعامل معه ، حيث أصبح هذا الموقع في الآونة الأخيرة يمثل قاعة تكنولوجياية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطته ما يشاء .
- ✓ يستخدم أفراد العينة موقع الفيسبوك لأكثر من 4 ساعات في اليوم مما يدل ذلك على الأهمية الكبيرة التي أصبح يمثلها هذا الموقع في حياة الناس لإشباع حاجاتهم المختلفة .
- ✓ يفضل أفراد العينة استخدام اللغة العربية الفصحى لطرح أهم قضايا المجتمع عبر موقع الفيسبوك على اعتبار أن الفصحى اللغة الرسمية التي يفهمها الجميع و هي اللغة الملائمة لنشر مختلف قضايا المجتمع فعلى الرغم من كونها لا تستخدم إلا في المواضيع الرسمية و كذا مجال التعليم و يقل التعامل بها في الحياة اليومية إلا أنها تبقى هي اللغة المفهومة من طرف جميع المستويات .
- ✓ قالب النشر الأكثر فعالية لتشكيل الرأي العام هو مقاطع الفيديوها مع النص المكتوب حيث يكون مزيج بين الكلمة المكتوبة و الصوت و الصورة، حيث يكتمل المشهد و توضح الرسالة و تكون أكثر فعالية و تأثير.
- ✓ تأثير اللغة المستخدمة عبر موقع الفيسبوك بدرجة كبيرة على تشكيل الرأي العام على اعتبار انه كلما كان النص المكتوب مفهوم و واضح و بلغة بسيطة و سهلة ساهم ذلك في تفاعل أكبر شريحة من المستخدمين و بالتالي تتم عملية التعبئة و يتشكل الرأي العام و العكس كلما كانت اللغة المستخدمة غامضة و صعبة الفهم فقد الموضوع قيمته و كان مستوى التفاعل معها محدود و بالتالي لا يتم تشكيل رأي عام ، فاللغة تعد أهم عناصر تكوين الرأي العام .
- ✓ أحيانا يجد المستخدمون صعوبة في فهم القضايا المطروحة عبر موقع الفيسبوك و قد يرجع ذلك لصعوبة فهم اللغة المستخدمة ، حيث تنوعت اللغة في هذا الفضاء من استخدام اللغة الأجنبية التي قد لا يفهمها الجميع

- أو العامية التي يقتصر فهمها على منطقة دون الأخرى أو الرموز التي قد يصعب فهمها ، إذن يمكن القول أن تنوع اللغة المستخدمة عبر هذا الموقع قد يساهم في عدم فهم بعض القضايا المطروحة .
- ✓ ضعف مستوى اللغة المستخدمة لطرح مختلف قضايا المجتمع عبر موقع الفيسبوك ، و هذا قد يدل على تدهور مستوى اللغة خاصة مع ظهور لغات جديدة من طرف الشباب ، مما أدى إلى تلوث لغوي اثر بشكل كبير و سلبي على اللغة العربية الفصحى .
- ✓ تعتبر اللغة العربية الفصحى مناسبة جدا لنشر مختلف قضايا المجتمع التي يراد من خلالها تشكيل رأي عام على اعتبار أنها لغة واضحة و مفهومة لأغلب أفراد المجتمع ، مما يساهم في توحيد الأفكار و الآراء و تقرب وجهات النظر حول الموضوع المطروح .
- ✓ أسباب صعوبة التواصل عبر موقع الفيسبوك هو استخدام اللغة العامية التي تختلف من منطقة لأخرى ، و هي تستخدم بكثرة عبر هذه المواقع .
- ✓ تستخدم الرموز و الاختصارات عبر موقع الفيسبوك أين تغني عن كتابة الكلمات و هذا قد يساهم في ربح الوقت .
- ✓ التأثيرات السلبية للغة المستخدمة عبر موقع الفيسبوك على تشكيل الرأي العام تتمثل في عدم وضوح القضية المطروحة نظرا لاستخدام لغة غير واضحة و أسلوب غير مفهوم لدى جميع مستخدمي موقع الفيسبوك ، و بالنظر لما يكتب في مواقع التواصل الاجتماعي يظهر مقدار الخلل و حجم التراجع في مهارة الكتابة .
- ✓ وجود علاقة قوية بين اللغة و الرأي العام .

10-الخاتمة :

وسائل الإعلام الجديد مست كل قطاعات الحياة و قد أضحت المحرك الرئيسي لبعض القطاعات الحساسة و التي من شأنها تحدث تغييرا شاملا يدعوا له جميع فئات المجتمع حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الاتصال التي فرضت نفسها في الآونة الأخيرة ، كما اخذ تأثيرها منحاً تصاعديا و دورا كبيرا في التحولات الجارية أين أصبحت هذه المواقع الموجه للكثير من قضايا المجتمع و قوة مؤثرة في شتى مجالات الحياة و التي من بينها اللغة التي عرفت نشاط منقطع النظير ، حيث برز التنوع و الاختلاف الذي كان دائما يسعى إلى توحيد الأفكار و الآراء حول القضايا الهامة و ذات المنفعة العامة ، فعلى الرغم من حدوث تلوث لغوي عبر هذه المواقع إلا انه تبقى اللغة حلقة وصل بين أفراد المجتمع حيث تؤثر اللغة المستخدمة على تشكيل الرأي العام ، فاللغة

في كل مجتمع نظام عام يشترك الأفراد في اتباعية و يتخذونه أساسا للتعبير عما يجول بخواطهم و في تفاهمهم بعضهم مع بعض ، فعلاقة اللغة بالرأي العام علاقة وطيدة حيث تمثل اللغة العامل المؤثر لتشكيل الرأي العام .

11-الاقتراحات :

✓ نشر الوعي بأهمية الحفاظ على اللغة العربية الفصحى خاصة في ظل تنامي تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام .

✓ تشجيع النشر باللغة العربية الفصحى خاصة فيما تعلق بالقضايا الاجتماعية العامة التي تحتاج إلى تشكيل رأي عام بهدف معالجتها .

✓ حث مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على التمسك بالهوية العربية الإسلامية والتي تقوم أساسا على اللغة العربية .

✓ سن تشريعات تلزم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي باستعمال اللغة العربية كلغة رسمية ومعاينة كل من يخالف هذا القانون .

✓ تكوين لجان وجمعيات على الفيسبوك مثل جمعية "أكتب عربي" للدفاع عن اللغة العربية وحمايتها من هذا الغزو الذي يعتبر خطرا حقيقيا خاصة على الجيل الصاعد .

✓ نشر الوعي بالأخطار التي قد تنتج عن استخدام اللغة العربية بحروف لاتينية في هذه المواقع من خلال الملصقات والإعلانات ووسائل الإعلام التي يفترض أن تسهم بشكل كبير في هذا الشأن .

✓ حث المختصين في مجال المعلوماتية على إنشاء تطبيقات تجمع اللغات واللهجات المختلفة للتواصل بين المستخدمين وتبادل الأفكار وتوحيد الآراء عبر الفضاء الإلكتروني .

✓ تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام اللغة الواضحة و البسيطة لتشكيل رأي عام في القضايا الاجتماعية المهمة بهدف معالجتها.

12-قائمة المراجع :

¹ - بوجعة وعلي : اللغة العربية والتنمية المسيرات والمعوقات ، ط1 ، e-kutubLtd شركة بريطانية للنشر، د ب ن ، 2018 ، ص 21 .

² - Wasineekittiwonguivat, pimopharakkainngan face bookingyourdream, master tesis, 2010, P20

³ - مصطفى يوسف كافي : الإعلام التربوي والتعليمي ، ط1 ، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان ، 2015 ، ص 208 .

⁴ - عبد الرزاق الدليمي : الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية ، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2010 ، ص 183

⁵ - إيهاب خليفة : مواقع التواصل الاجتماعي ، أدوات التعبير العصرية عبر الانترنت ، ط1، المجموعة العربية للتدريب والنشر د.ب.ن 2016 ص 20 .

⁶ - محمد محمدالراجي : دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام - دراسة حالة على الرأي العام النوعي المغربي ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ، جامعة أم درمان الإسلامية ، 2015 ، ص 7 .

⁷ - Pierre albert, lexique la presse ecrite, daloze, Paris, 1989, P132

- 8 - إسماعيل سعد: الرأي العام ، دار المعارف ، بيروت ، لبنان ، 1979 ، ص 17 .
- 9 - محمد العربي خضير : التنوع اللغوي في شبكة الفيس بوك التواصلية وآثاره في مستويات اللغة العربية ، مجلة الممارسات اللغوية ، المجلد 5 ، العدد 3 ، ص 159 ، 160 .
- 10 - محمد علي الخولي : الحياة مع لغتين الثنائية اللغوية ، دار الفلاح للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2002 ، ص 17 ، 18 .
- 11 - عمر بولنوار ودنيا باقل : المستوى اللغوي في الجزائر وتحديات التكنولوجيا - واقع اللغة العربية كتابة ونطقا عبر الفيسبوك - مجلة اللغة العربية ، المجلد 21 ، العدد 42 ، 2019 ، ص 431 ، 432 .
- 12 - بيار أشار : سيكيولوجيا اللغة ترجمة عبد الوهاب ترو ، ط1، منشورات عويدات ، بيروت ، لبنان ، 1996 ، ص 41 .
- 13 - رقاد حليلة : أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة اللغوية للطلبة الجامعيين - الفيسبوك نموذجا دراسة على عينة من طلبة جامعة وهران وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع جامعة مستغانم (2016-2017) ، ص 11 ، 170 .
- 14 - محمد أحمد فتحي زغاري : مدى تأثير التواصل الاجتماعي على التلوث اللغوي لدى طلاب عمادة البرامج التحضيرية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية من وجهة نظرهم ، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية ، المجلد 5 ، العدد 2 ، 2019 ، ص 161 ، 170 .
- 15 - عماد محمد فرحان وشافي جمعة الحلبوسي : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلامة اللغة العربية ، دراسة تطبيقية على عينة مستخدمي موقع الفيسبوك للفترة 2018/12/25 ولغاية 2019/02/18 ، مجلة مداد الأدب ، عدد خاص بالمؤتمرات ، ص 484 ، 504 .
- 16- كامل محمد المغربي: أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، ط1، دار الثقافة ، عمان ، 2009 ، ص 96 .
- 17- إبراهيم أبراش: المنهج العلمي و تطبيقاته في العلوم الاجتماعية ، دار الشروق ، الأردن ، 2009 ، ص 152 .
- 18- نفس المرجع السابق و نفس الصفحة .
- 19- وفق السيد الإمام: البحث العلمي ، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع ، مصر ، 2008 ، ص 72 .
- 20- حمد بن مرسللي : مناهج البحث العلمي في العلوم الإعلام و الاتصال ، دار المطبوعات الجامعية ، (د ب ن) ، (د ت ن) ص 197 .
- 21- شكري علياء و آخرون : قراءات معاصرة في علم الاجتماع ، دار الكتاب للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 1975 ، ص 260 .
- 22- محمد منير حجاب : المعجم الإعلامي ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، ط 1 ، القاهرة ، 2004 ، ص 46 .
- 23 - عاصم سيد عبد الفتاح : بوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع ، ط 1 ، المجموعة العربية للتدريب والنشر القاهرة ، مصر ، 2017 ، ص 58 .
- 24 - فرحان فرح العتيبي : المعلوماتية وأثرها السياسي على النظم العربية ، ط1، دار العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة ، مصر 2020 ، ص 52 ، 53 .
- 25 - أحمد العبد ابو السعيد : الكتابة لوسائل الإعلام (صحافة ، إذاعة ، تلفزيون ، ترجمة إعلامية) دار اليازوري العلمية 2019 ، ص 25 .
- 26 - عثمان محمد الدليمي : مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب ، ط1، دار غيداء للنشر و التوزيع ، د ب ن ، 2020 ، ص 240 .
- 27 - علي كنعان : الرأي العام بين النظرية و التطبيق ، دار الأيام للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2015 ، ص 89 .
- 28 - محمد سيد ريان : الفيسبوك و الثورة المصرية ، دار الجمهورية للصحافة ، مصر ، 2013 ، ص 236 .

²⁹ - رياض خليف الشديفات : نحو خطاب إعلامي راشد برؤية إسلامية على بصيرة " دراسة تحليلية للخطاب الإعلامي المعاصر ، دار الجنان للنشر و التوزيع ، د ب ن ، 2020 ، ص 64.