استراتيجيات التواصل الإلكتروني

مفتاح معروف

قسم علوم اللسان، كلية اللغة العربية وآدابها واللغات الشرقية، **جامعة الجزائر** 2، meftahmarouf@gmail.com

تاريخ الإيداع: 2019/02/27 **تاريخ المراجعة:** 2019/10/09 **تاريخ القبول:**2019/11/28

ملخص

كان لظهور وسائل التواصل الحديثة كالحاسوب والهاتف الذكي أثّر كبير على الاستراتيجيات التي يوظّفها الأشخاص أثناء تواصلهم فيما بينهم، حيث فرض هذا الوسيط الإلكتروني على شركاء التواصل أنْ يستخدموا طرقًا مختلفة للتعبير عن أفكارهم، واستراتيجيات متنوعة لتبليغ مقاصدهم، تتناسب مع طبيعة هذه الوسائل التواصلية الحديثة، وجاءت هذه الدراسة لتقِف على بعض هذه الاستراتيجيات التي يوظّفها المتحاورون أثناء تواصلهم عبر الإنترنت، منطلقةً من تحديد مفهوم التواصل الإلكتروني والخصائص التي تميّزه، والكفاءة التواصلية المطلوبة فيه.

الكلمات المفاتيح: تواصل إلكتروني؛ كفاءة تواصلية؛ كفاءة تقنية؛ استراتيجيات التواصل الإلكتروني.

Electronic Communication Strategies

Abstract

The emergence of modern means of communication, such as computers and smartphones, has had a great impact on the strategies that people employ during their communication. The electronic mediator has forced communication partners to use different ways to express their ideas, commensurate with the nature of these modern communication methods. This study explains some of the strategies employed by interlocutors as they communicate across the network, where it began to mention the concept of electronic communication and the characteristics that characterize it, and the communication efficiency required in it.

Keywords: Electronic communication, communicative competence, computer competency, electronic communication strategies.

Stratégies de communication électronique

Résumé

L'émergence de moyens de communication modernes, tels que les ordinateurs et les téléphones intelligents, a eu un impact considérable sur les stratégies que les personnes utilisent lors de leurs communications. Le médiateur électronique a obligé les partenaires de communication à exprimer leurs idées de différentes manières, en fonction de la nature de ces méthodes de communication modernes. Cette étude explique certaines des stratégies employées par les interlocuteurs lorsqu'ils communiquent à travers le réseau, où ~~il a~~ le concept de communication électronique, les caractéristiques qui le caractérisent et l'efficacité de communication requisev commencent à se développer.

Mots-clés: Communication électronique, compétence communicative, compétence informatique, stratégies de communication électronique.

المؤلف المرسل: مفتاح معروف، meftahmarouf@gmail.com

توطئــة

لا شك أنّ التواصل يتأثر بطبيعة الوسيط الذي يربط بين المتكلم والمتلقي، حيث يفرض عليهما أن يتبعا خططا واستراتيجيات معيّنة من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوّة، والمتتبع للخطاب الإلكتروني خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي وغرف الدردشة يلاحظ خططا واستراتيجيات خاصة يتّبعها المتحاورون أثناء إنتاج الخطاب وتأويله، تختلف عن تلك الاستراتيجيات التي يوظفها المتكلمون في التواصل غير الالكتروني، وهذا الأمر دفعنا إلى طرح هذه الإشكالية:

- ما الاستراتيجيات التي يعتمدها الأشخاص أثناء تواصلهم عبر الإنترنت؟

وتكمن أهمية هذه الدراسة في أنّ معرفة استراتيجيات التواصل عبر الإنترنت عامل أساسي يساعد في إنجاح العملية التواصلية، خاصة ونحن نعيش في عصر أصبحت فيه وسائل التواصل الحديثة تستخدم في معظم المواقف التواصلية.

ويفرض علينا الكلام في استراتيجيات التواصل الإلكتروني قبل ذلك تحديد مفهوم التواصل الإلكتروني والكفاءة التواصلية التي يجب امتلاكها أثناء التواصل عبر الإنترنت، لهذا سنبدأ ببيان مفهوم التواصل الإلكتروني والخصائص التي تميّزه، ثم نذكر مكوّنات الكفاءة التواصلية التي يستدعيها التواصل الإلكتروني.

1- التواصل الإلكتروني:

1-1- المفهوم:

كان لتطور تطبيقات التواصل الرقمي عبر الحاسوب الفضل في ظهور ما يسمى التواصل الإلكتروني الذي يتضمن تبادل المعلومات بأشكالها المتنوعة كالنصوص وملفات الصوت أو الصورة أو الفيديو التي تنتقل وتنظّم بواسطة استخدام الحاسوب وتقنيات الاتصالات، يعرّف بأنّه تواصل إنساني يحدث عن طريق استخدام أجهزة الحاسوب المرتبطة بالإنترنت، ويتمّ ذلك في سياقات محددة لأغراض مختلفة[1]. ووسمه بـ "الإلكتروني" إشارة إلى التواصل الذي يتم بواسطة تنسيقات الحاسوب مثل التراسل الفوري، والبريد الإلكتروني، وغرف الدردشة.

وتشترك في دراسة التواصل الإلكتروني تخصصات مختلفة، وكل تخصص يتناوله من زاوية نظره الخاصة، فمثلا علم النفس الاجتماعي يبحث في الكيفية التي يستخدم بها الناس "الكمبيوتر" أو "وسائل الإعلام الرقمية" لإدارة التفاعلات الشخصية، وتكوين الانطباعات، وإنشاء العلاقات والمحافظة عليها. وتركز هذه الدراسات غالبًا على الاختلافات بين التواصل على الإنترنت والتواصل دونه.

بينما يعتمد تخصص آخر في السلوك التفاعلي عبر الإنترنت يُعرف باسم: "تحليل الخطاب بوساطة الحاسوب (**CMDA**)"، على أدوات مقتبسة من تخصصات تهتم باللغة مثل اللسانيات، وعلم التواصل، وتحليل المحادثة، وعلم اللغة الاجتماعي التفاعلي، والتداولية، وتحليل الخطاب النقدي، بهدف تحليل سجلات التفاعل اللفظي (الشخصيات، الكلمات، الكلام، الرسائل، التبادل، الخيوط، الأرشيفات، إلخ). بالمعنى الأوسع أنه ينظر إلى السلوك عبر الإنترنت من خلال عدسة اللغة، وترتكز تفسيراته على ملاحظة الخطاب المستخدم في الوسيط الإلكتروني[2].

وقد يأخذ التواصل الإلكتروني عدّة أشكال: البريد الإلكتروني، والفيديو، والصوت وغرف الدردشة، والمراسلات الفورية، ولوحات النشرات، والمدونات، والألعاب متعددة اللاعبين على الإنترنت. وتشهد هذه الأشكال تغيراً سريعًا مع تطور التكنولوجيات الجديدة.

2-1- مميزات التواصل الإلكتروني:

أكثر ما يميّز التواصل الالكتروني السرعة والآنية وإيصال الرسالة بطرائق شتى، وكذلك يتحرر فيه شركاء التواصل من الضغط الذي تفرضه القيود الاجتماعية للمتحدثين ويمنحهم حرية التعبير عن آرائهم وأفكارهم من دون اعتبار في أغلب الأحيان لسلطة أو قيود اجتماعية[3]، وقد يكون لخاصية إخفاء الهوية الحقيقية للمتكلم عبر الوسيط الالكتروني أثر في الخطاب المستخدم.

بالإضافة إلى ذلك فهناك خصائص يمكن إجمالها في النقاط الآتية[4]:

- اختصار الوقت.
- دينامية التغيير والنمو المستمر.
- المساواة بين المستخدمين.
- البحث والوصول إلى المعلومات وتبادلها.
- ذو طبيعة تفاعلية وسهل الاستخدام.
- مستقل جغرافيا ولا يؤمن بالحدود.
- يمتزج فيه المكتوب والمسموع والمرئي بشكل يمنح اتصالا معلوماتيا كثيفا[5].

2- الكفاءة التواصلية المطلوبة في التواصل الإلكتروني:

2-1- مفهوم الكفاءة التواصلية:

عند إنتاج الخطاب وتفسيره في أيّ عملية تواصلية يوظّف شركاءُ التواصل خبرات مجتمعة، ويجنّدون معارف مختلفة، يحوّلون بها التمثيل الذهني للخطاب إلى بناءٍ قولي[6]، وبفضل هذه الطاقات يتمكّن شركاء التواصل من تبادل الرسائل اللغوية بينهم في وضعيات تواصلية معيّنة من أجل تحقيق أهداف ومقاصد محدّدة؛ تسمى هذه الطاقات في عرف العلماء المهتمين باللغة والتواصل بالكفاءة التواصلية (Compétence communicative).

شغل مفهوم الكفاءة الكثير من اللغويين المعاصرين منذ أن أدخله **تشوميسكي** "**Noam Chomsky**"، فقد حدث بين كثير من الباحثين جدل ونقاش واسع في محاولات تعديل مفهوم الكفاءة وإعادة صياغته[7]، إلا أنّهم اتفقوا على أنّ الكفاءة النحوية لا تكفي وحدها لإقامة تواصلٍ ناجحٍ[8]، ولا يمكن الاكتفاء بها في مجال إنتاج الخطاب وتأويله[9]، بل هي أحد الكفاءات التي تمكن مستعملي اللغة الطبيعية من التواصل، بعضها يتعلق بمعرفة قواعد الاستعمال ذات الطابع الاجتماعي الثقافي، وبعضها يتعلق بمعرفة قواعد الربط بين اللغة والمقاصد التداولية المختلفة، وبعضها يتعلق بمعرفة استراتيجيات التواصل[10].

ويعدّ العالم اللغوي الاجتماعي **ديل هايمز** "**Dell Hymes**" أوّل من استعمل مصطلح "الكفاءة التواصلية"، كان ذلك في دراسة بعنوان[11]: "Communicative Competence"، ولقد صاغ هايمز هذا المصطلح ليقابل به مفهوم الكفاءة الذي طرحه تشوميسكي، حيث أعطى مفهوما شاملا للكفاءة التواصلية يتجاوز مفهوم **تشوميسكي**، وجعلها تتمثّل في الطاقة التي يتمكن بها شركاء التواصل من إنتاج الخطاب وتفسيره[12] في سياقات اجتماعية معيّنة، فالكفاءة التواصلية عند **هايمز** تتضمن ما هو أشمل من المعرفة بالصيغ اللغوية. وفي سياق ردّه على تصوّر **تشوميسكي** يذهب إلى أنّ الطفل لا يكتسب المعرفة بالتراكيب فحسب –كما يرى تشوميسكي–بل إلى جانب اكتسابه معرفة قواعد التراكيب فإنه يكتسب الاستخدام المناسب لهذه التراكيب، وبالتالي يعرف: متى يتكلم؟ ومتى لا يتكلم؟ وما الذي يتكلم فيه؟ ومن الذي يتكلم عنه؟ وأين؟ وكيف يتكلم عنه؟[13]، بمعنى: يصبح الطفل

قادرا على امتلاك قواعد النظام اللغوي وفي نفس الوقت يكون قادرا على الاستخدام الملائم لهذا النظام في مواقف تواصلية معيّنة[14].

يقول **هايمز**: "إنّ الكفاءة التواصلية هي عبارة عن دراسة مكونة من قواعد نحوية وقواعد سوسيولسانية، هذه القواعد مستنبطة ولا شعورية وهي مكتسبة عن طريق التعلم والتجربة الاجتماعية للمتكلم، انطلاقا من ملاحظة ارتباط العناصر الاجتماعية بالمعطيات اللسانية، ينمي نظرية عامة للغة مناسبة لحالات التواصل الملائمة داخل المجموعة التي ينتمي إليها هذا المتكلم"[15]. فالكفاءة التواصلية في نظر **هايمز** هي الجمع بين معرفة القواعد اللغوية وبين معرفة القواعد الاجتماعية في عملية التفاعل بين الأفراد.

وليس بعيدا عن تحديد **هايمز** يرى **دوجلاس براون** "**H. Douglas Brown**" أنّ الكفاءة التواصلية هي ذلك العنصر الذي من خلاله يمكننا تبليغ الرسائل وتفسيرها، والتفاوض مع الآخرين في سياقات محدّدة[16]، ويتّفق كلّ من **كنال** "**M.Canale**" و**سوين** "**Merrill Swain**" على أنّ الكفاءة التواصلية هي القدرة التي يتم من خلالها التأليف بين معرفة المبادئ النحوية الأساسية، وكيفية استعمال اللغة في سياقات اجتماعية لإنجاز وظائف تواصلية، أي معرفة كيف يمكن التأليف بين الأقوال والوظائف التواصلية طبقا لمبادئ الخطاب"[17].

يتبيّن لنا من هذه التعريفات أنّ مفهوم الكفاءة التواصلية مرتبط بكيفية استعمال اللغة في مقامات اجتماعية مناسبة، ومنه يمكن القول إنّ هذه الكفاءة تتشكّل بتفاعل مجموعة من المكونات، فما هي هذه المكونات؟

2-2- مكوّنات الكفاءة التواصلية المطلوبة في التواصل الإلكتروني:

تعدّ الكفاءة التواصلية مفهوما عاما يندرج تحته كفاءات متنوعة، اجتهد في تحديدها مجموعة من العلماء، معظمها تتلخّص في ثلاث كفاءات تتفاعل فيما بينها لإنتاج الخطاب وتأويله هي:

- الكفاءة اللغوية.
- الكفاءة التداولية.
- الكفاءة المنطقية.

غير أنّه في التواصل الذي يتمّ عبر الإنترنت يفرض على شركاء التواصل كفاءة أخرى تتمثل في قدرة شركاء التواصل على استعمال الوسيط الإلكتروني (الحاسوب أو الهاتف النقال..) أثناء عملية التواصل استعمالا يسمح بإنجاز تواصل ناجح، نسميها: "الكفاءة التقنية".

فالتحكّم في الحاسوب لا شكّ أنّه يؤدي دورا كبيرا في العملية التواصلية لا يقلّ أهمية عن الكفاءة اللغوية أو الكفاءة التداولية، وقد يؤدي الجهل التام باستعمال الحاسوب (أو الهاتف النقال) إلى توقّف العملية التواصلية، أو الاستعانة بمَن له كفاءة تقنية لإرسال الرسالة أو استقبالها.

وعليه يمكننا أن نقترح أربعة مكوّنات للكفاءة التواصلية في التواصل الإلكتروني:

- الكفاءة اللغوية.
- الكفاءة التداولية.
- الكفاءة المنطقية.
- الكفاءة التقنية.

وشرح هذه الكفاءات وتفاعلها فيما بينها يكون على النحو الآتي:

- الكفاءة اللغوية:

يقصد بهذه الكفاءة معرفة المتكلم اللغةَ التي يستعملها أثناء تواصله صوتا وصرفا وتركيبا ومعجما، فعليه أن يكون عالما بنظام هذه اللغة حتى يتمكّن من استعمال هذا النظام، وبما أنّ هدف المتكلم هو أن يُوصل قصده إلى المتلقي في شكل عبارات وكلمات، فعليه أوّلا أن ينطلق من نظام اللغة التي يستعملها، فيعرف أنّ لكل صيغة صرفية معنى خاصا، وأنّ لكل تركيب خصائصه التي تميّزه عن غيره، وكل هذه المعارف هي معارف لغوية وضعية، وهي بالنسبة للمتكلم معارف تأسيسية[18] حيث يتمكن من خلالها إنتاج الوحدات اللغوية، كما أنّ العلم بقواعد اللغة ونظامها لا يختصّ به المرسل دون المتلقي، فكذلك المتلقي يجب أن يكون عالما باللغة التي يستعملها، وبما أنّ وظيفته تكمن في التأويل، فإنّ هذه المعرفة بالنسبة إليه تمثّل معارف معيارية، يحْتكم إليها في معالجة خطابات المتكلم، حيث ينظر ما إذا كانت هذه الخطابات موافقة للنموذج المعيار أم لا[19].

وهذه الكفاءة وحدها لا تكفي لإقامة التواصل، بل يجب أن تنضم إليها كفاءة أخرى حتى يوظف المتكلم الوحدات اللغوية المناسبة، فيختار المتكلم الصيغة التي يراها تناسب الوضعية التواصلية، بيد أنه ليس المهم استعمال اللغة وإنما المهم هو كيف يتم استعمال هذه اللغة من أجل تحقيق تواصل ناجح. وعليه فما هي الكفاءة التي يجب أن تشترك مع الكفاءة اللغوية حتى ينتج المتكلم الملفوظ المناسب ويستكمل المؤوّل مهامه؟

- الكفاءة التداولية:

تشمل هذه الكفاءة المعارف غير اللغوية التي لها دور كبير بتضافرها مع الكفاءة اللغوية في إنتاج الوحدات اللغوية المناسبة، وهذه المعارف منها ما يتعلق بمقام التواصل، ومنها ما يتعلق بواقع التجربة الإنسانية المشتركة، فالأولى معارف آنية والثانية معارف سابقة[20]، وبهذا يمكن تقسيم الكفاءة التداولية إلى:

أ- **الكفاءة السياقية الحالية:** معرفة المتكلم لملابسات العملية التواصلية وحال المتلقي وزمان ومكان التخاطب يشكل ذلك كله قاعدة أساسية مع الكفاءة اللغوية لإنتاج الخطاب المناسب الذي يحقق المقاصد والأهداف، فهذه الكفاءة تجعل المتكلم يعرف متى يتكلم وماذا يقول حتى يصل إلى مبتغاه، فالمتكلم لا يختار بطريقة حرّة الوحدات المعجمية من البنيات التركيبية، بل هناك قيود تظهر وتشتغل مصافا، تحدّ من إمكانيات الاختيار[21]، ممّا يستوجب على المتكلم تنشيط كفاءته السياقية الحالية لاختيار الوحدات اللغوية المناسبة.

ب- **الكفاءة الموسوعية:** وتشمل هذه الكفاءة الاعتقادات ومجموع المعارف المشتركة السابقة التي اكتسبها المتكلم من خلال تجربته[22]، لتشكّل خزانا كبيرا ومتناميا باستمرار، ويتمثّل دور هذه الكفاءة في مساعدة المتكلم على تكوين مخزون معرفي منظّم وتوظيفه عند الحاجة[23]، وما تتميّز به هذه الكفاءة هو أنّها تختلف درجاتها ومكوناتها من فرد إلى آخر، كما أنّه لا يمكن استحضارها دفعة واحدة، بل تظل كامنة ويتمّ توظيفها وقت الحاجة[24].

أمّا بالنسبة للمتلقي فالكفاءة التداولية بنوعيها الحالية والموسوعية بتضافرها مع الكفاءة اللغوية تساعده على اكتشاف وحصر مجالات التأويلات الممكنة[25]، ولكن في كثير من الأحيان يحتاج المؤوّل إلى معارف جديدة حتى يتمكّن من الوصول إلى تأويل كافٍ، فما الكفاءة التي تساهم في تحصيل هذه المعارف؟

- الكفاءة المنطقية:

تساعد هذه الكفاية المتكلم على تحصيل معارف جديدة انطلاقا من معارف قديمة أو معارف حالية، ويتمّ ذلك بعمليات استدلالية تقوم على مبادئ المنطق الاستنباطي والمنطق الاحتمالي[26]، يمكن توضيح ذلك بهذا المثال:

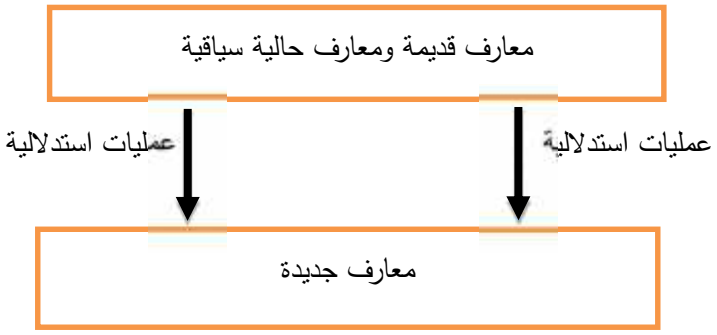
نفرض أنّه يوجد صديقان على موقع التواصل الاجتماعي، أحدهما (أ) والآخر (ب)، يدخل الشخص (أ) ويتصفح صفحته على الموقع في ساعة متأخرة من الليل، فيجد صديقه (ب) على الموقع، وهذه ليس من عادته:

أ- ما به أستاذ الفرنسية؟

ب- وعدتني أمّي أن توقظني قبل الفجر.

فالمتكلم (أ) يريد أن يعرف سبب مكوث صديقه (ب) لساعات متأخرة من الليل، فأنتج خطابا انطلاقا من معارف سابقة وهي أنّ (ب) يدرس الفرنسية في يوم الغد، عند أستاذ معروف بانضباطه، وأنّ السّهر في الليل سبب لعدم الاستيقاظ باكرا، كل هذه المعارف وظّفها (أ) من أجل تحصيل معرفة جديدة وهي أنّ الأستاذ به شيء، وتمّ ذلك بواسطة عمليات استدلالية. والمخطط رقم (1) يوضح هذه العملية:

المخطط رقم (1): توظيف الكفاءة المنطقية في توليد المعارف الجديدة



ويُدعَى هذا النّمط من المنطق منطقا وظيفيا يختص بالتركيب والدلالة، حيث يتمّ على مستوى التركيب تحديد أنماط العبارات المنطقية، ويتمّ على مستوى الدلالة تأويل هذه العبارات اعتماد على قواعد التأويل والقواعد الاستدلالية[27].

وتساعد هذه الكفاءة المؤوّل على الربط بين خطاب المرسل وبين ما توفّر لديه من نتائج توظيف الكفاءة اللغوية والتداولية، بهدف الوصول إلى المعنى المقصود، وهذا الربط يتمّ بعمليات استدلالية تنطلق من الخطاب المعروض تكون دعامتها معارفه اللغوية والتداولية، إلى أن تصل إلى النتيجة والتي تتمثّل في المعنى المقصود.

ولنأخذ المثال السابق:

كيف فهم المتلقي (ب) قصد المتكلم (أ)؟

انطلق (ب) من خطاب (أ) فحكم على العبارة بأنها سليمة تركيبا، ولكنه تنبّه أنّ معناها الحرفي غير مقصود بفضل كفاءته التداولية، وللوصول إلى المعنى المقصود يقوم المؤوّل (ب) بعمليات استدلالية ليصل إلى المعنى الذي يريده (أ) وهو سبب مكوثه لساعة متأخرة من الليل، وما يؤكّد على أنّ المتلقي (ب) وصل إلى المعنى المقصود الذي أراده (أ) هو جوابه.

- الكفاءة التقنية:

الكفاءة التقنية هي معرفة الفرد وتحكّمه في استخدام الأجهزة الإلكترونية الذكية عامّة، حيث تتيح هذه المعرفة للفرد استخدام أجهزة الحاسوب وتطبيقات البرامج وقواعد البيانات وغيرها من التقنيات لتحقيق مجموعة واسعة من الأهداف الأكاديمية والعملية والشخصية[28]، أو هي معرفة المستخدم بخصائص الأجهزة الإلكترونية الذكية، وقدرته على تنفيذ هذه المعرفة بمهارة[29].

هذا بشكل عام، أمّا في المواقف التواصلية فالكفاءة التقنية هي قدرة شركاء التواصل على فهم واستخدام جهاز الحاسوب أو الهاتف الذكي في العملية التواصلية، مثل التحكم في استخدام لوحة المفاتيح ومعرفة كيفية إدماج الخطاب المكتوب بالصور أو مقاطع الفيديو، كما يمكن التمثيل لها بسرعة المرسل في استخدام الحاسوب، خاصة في التواصل المباشر، أو مهارته في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من برامجها وما تتوفر عليه من مزايا ووسائل تواصلية؛ وكذلك يمكن التمثيل لها بقدرة المستخدم على حلٍّ بعض المشاكل التي تتعلق ببرامج الحاسوب مثل المشاكل التي تعيق عملية إنتاج الخطاب على الحاسوب أو تعيق عملية الإرسال.

جميع هذه المهارات تؤدي دورا كبيرا في العملية التواصلية، فتحكّم شركاء التواصل فيها، لا شكّ أنه يجعل العملية التواصلية ناجحة.

3- استراتيجيات التواصل الإلكتروني:

تفتقر التفاعلات عبر الإنترنت إلى تعبيرات الوجه والإيماءات وغيرها من العناصر التي تشكّل السياق المادي والتي تساهم بدرجة كبيرة في تبليغ الأفكار والآراء والمشاعر؛ وأمام هذا الوضع الذي يميّز التواصل الإلكتروني قام المستخدمون بتوظيف استراتيجيات معيّنة تنوب عن تلك العناصر التي تشكّل السياق المادي، وذلك بفضل ما تتوفّر عليه أنظمة الحاسوب والهاتف النقال من إمكانات هائلة، لهذا يستخدم المتحاورون عبر الشبكة استراتيجيات متنوعة لتبليغ مقاصدهم، نكتفي بذكر أربع منها:

3-1- استراتيجية التكرار:

يعدّ التكرار المبالغ فيه استراتيجية تواصلية عرفها الخطاب الإلكتروني، خاصة في غرف الدردشة ومواقع التواصل الاجتماعي، بسبب ما تتميّز به هذه الاستراتيجية من سهولة في الاستعمال، حيث يكفي لتنفيذها أنْ يضغط المرسل على لوحة المفاتيح بشكل مستمر فقط.

وفي بعض الأحيان يتعمّد المرسل تكرار حرف معيّنٍ من أجل محاكاةِ اللغة المنطوقة، وتعويضًا لبعض الظواهر الصوتية كالمدّ المبالغ فيه، أو النبر والتنغيم، ونمثّل لذلك بهذا المثال:

Abderrahmane Elaichi شكون حنا؟ هههههههههههههههههههههههههههه

في هذا المثال يريد هذا الشخص أن يحاكي صوت الضحك من خلال تكرار حرف الهاء كثيرا، وتكرار حرف الهاء مبالغ فيه لأنّ المتكلم يريد أن يعلم المتلقي شدّة ضحكه على الوضع الذي آل إليه المجتمع.

كما يكثر استخدام هذه الاستراتيجية بشكل واضح في التعبيرات الوجدانية التي يُراد من خلالها الكشف عن بعض العواطف والمشاعر، حيث تُستخدم أعداد متباينة من الصوائت والصوامت، وفي كثير من الأحيان يتوقف عدد تكرار الحروف على درجة قوّة المشاعر، فتكرار بعض الحروف والرموز هو بمثابة تلميحات لعواطف معيّنة يريد المرسل من المتلقي أن يعلمها كما لو أنّهما وجها لوجه.

لأنّ في التواصل المباشر (وجها لوجه) يدرك المتلقي عواطف المرسل من خلال العناصر الفيزيائية المحيطة بالعملية التواصلية، فالمرسل يلجأ إلى مثل هذه الاستراتيجية في التواصل الإلكتروني لتعويض هذه العناصر غير اللغوية، كملامح الوجه، وحركة اليدين، ولمّا كان حضور مثل هذه العناصر ضروريا في العملية التواصلية يضطر الأشخاص الذين يتواصلون عبر الإنترنت إلى استراتيجيات عديدة لتعويضها، ومن بينها استراتيجية التكرار.

يمكن التمثيل لهذه الحالة بهذا المثال:

الجزائري جابر انا من مواليد1967 اتغير فيزيزلوجيا فقط وبالتالي أنه في السنوات القادمة ستتغير فيزيزلوجيا فقط.....يعني هرمناااااااا فقط.

في هذا المثال يعلّق هذا الشخص على منشور نُشر على صفحة الفايس بوك، ويذكر أنّه لم تتغيّر حالته الاجتماعية نحو الأحسن، سوى أنّه تقدّم في السنّ فقط، ثمّ يؤكّد على ذلك بتكرار ألف المدّ في كلمة هرمنا أكثر من مرّة حتى يعلم المتلقي مدى سخطه على الوضعية التي هو فيها.

وقد يأخذ التكرار أشكالا متنوعة، فإلى جانب تكرار الحروف فهناك تكرار لبعض علامات الترقيم كعلامة التعجب أو علامة الاستفهام، حيث يكرّر المستخدمون علامات ترقيم معيّنة بهدف المبالغة في كشف عواطفهم أو بيان درجة دهشتهم وتفاعلهم. ومن أشكال التكرار أيضا تكرار بعض الرموز التعبيرية كتلك الأشكال الباسمة "**Emoticons**".

2-3- استراتيجية الاختصار:

من أبرز ملامح الخطاب الالكتروني تلك الأشكال العديدة من الاختصارات، وهذه الاستراتيجية تسمح بتوفير الوقت والمساحة التي يُكتب عليها[30]، وهي شائعة إلى حدّ كبير في الخطاب الالكتروني خاصة في خطاب الدردشة أو المراسلات التي تتمّ عبر وسائل التواصل الاجتماعي[31].

إذا تتبعنا الاختصارات المستعملة في التواصل الالكتروني فإنّنا نجد نوعين من هذه الاختصارات اللغوية[32]:

- الاختصارات العادية.
- الاختصارات المبتكرة.

فالاختصارات العادية تخضع لقواعد اللغة، وهذا النوع من الاختصار ظاهرة لغوية طبيعية يوظّفها الإنسان في تواصله مع غيره، لأنّ المتكلم يميل بطبعه إلى الاقتصاد في تأديته لكلامه. أي يحاول – دون شعور منه – أن يقلل من المجهود الذي يبذله ليبلغ غرضه[33]، ولهذا يوظّفه الأشخاص في جميع حالاتهم، سواء في تواصلهم المباشر أو أثناء تواصلهم عبر الإنترنت؛ غير أنّ هذا النوع من الاختصار مقيّد، ولا يمكن التمادي فيه إذا أدّى إلى الإخلال بالمعنى.

أمّا الاختصارات المبتكرة فهي اختصارات مبالغ فيها كثيرا، وتستعمل في التواصل الذي يتمّ عبر الإنترنت، لأنّ طبيعة هذا الوسيط مثل حجم الشاشة ولوحة المفاتيح وسرعة التواصل هي من فرضت على مستعملي هذا الوسيط أنْ يبتكروا مثل هذا النوع من الاختصارات اللغوية من أجل أن يبلّغوا رسائلهم في الوقت المحدّد، وهذا النوع من الاختصارات تميّزت به فئة الشباب[34]، أمّا فيما يخصّ فكّ شفرة الرسائل واستخراج مقاصد المتكلم فلم يعد عائقا بالنسبة لهم، لأنّها عبارة عن أساليب اعتادوا عليها ويمكن للسياق أنْ يحدّد معناها[35]، أو لأنّهم تواضعوا واتفقوا على مثل هذه الاختصارات المبالغ فيها، وأصبحت استراتيجية يستعملها الشباب في تواصلهم عبر الشبكة.

وقد صنّفت الباحثة **سالي تاجليامونتي** "**Sali Tagliamonte**" ورقة بحثية في مثل هذه الاختصارات اللغوية المستعملة في مواقع التواصل الاجتماعي عام 2008، حيث قامت بتتبع هذه التعابير والاختصارات الجديدة لتضعها في فئة الكلمات الحديثة الناتجة عن حاجة المجتمع المتطور لها[36]؛ ويرجع الباحث **كريسبين ثورلو** "**Crispin Thurlow**" سبب استعمال مثل هذه الاستراتيجية في التواصل عبر الشبكة إلى مجموعة من العوامل منها سرعة التواصل عبر الشبكة وضيق الوقت، وضيق المساحة التي يُكتب عليها، خاصة ما هو عليه في غرف الدردشة، لذا يحذف المتكلم كل ما يستطيع حذفه لتوفير مساحة الطباعة ووقت القراءة[37].

ويتجنّب كثير من الأشخاص إرسال الرسائل الطويلة، لأنّ فيها كسْراً لدينامية التفاعل الذي يعُدُّ من أهم ما يتميّز به التواصل عبر الشبكة، خاصة عندما يكون التواصل متزامنا[38]؛ وإذا اضطر المتكلم في بعض الحالات إلى إرسال رسالة طويلة فإنّه يتبع استراتيجية معينة لإرسالها حتى يتمكن من الحفاظ على التواصل، وهي أن يقوم بإرسالها في شكل مقاطع قصيرة، وحتى يجعل المتلقي ينتظر الأجزاء الأخرى إمّا أن يضع في نهاية كل قطعة نقاطا متتابعة تلميحا إلى أنّ الكلام لم يكتمل، أو يجعل نهاية القطعة كلمات لها ارتباط شديد بما هو آتٍ[39]، وبهذا يحافظ المتكلم على دينامية التواصل وتفاعله.

ويأخذ هذا النّوع من الاختصارات اللغوية المبتكرة عدّة أشكال في اللغة اللاتينية، يلخّصها الباحث "**كريسبين ثورلو**" في النقاط الآتية[40]:

- حذف الحرف الأخير من الكلمة، مثل: **(language/lang)**، **(absent/abs)**
- حذف الحروف المتوسطة، مثل: **(good/gd)**، **(bonjour/bjr)**
- استعمال تعبيرات أو أشكال تنوب جملة أو عبارات، مثل الأشكال الباسمة "**Emoticons**"
- اختصارات متنوعة، مثل: **(à demain /A2m1)**، **(Please/plz)**

ويضيف دافيد كريستيال **(David Crystal)** شكلا آخر وهو اختصار جملة بكاملها ويمثّل[41] لذلك بـ: **(are you stupid or something/AYSOS)**

ومن أشكال الاختصارات أيضا استعمال الرموز الرياضية، كأن يُستعمل الرمز + بدلا من استعمال كلمات تدل على الزيادة والإضافة، أو يُستعمل الرمز = بدلا من استعمال الكلمات الدالة على المساواة، أو استعمال الرمز => بدلا من كلمات التفسير[42] أو الاستلزام.

ومن أمثلة الاختصار في اللغة العربية نذكر:

(س.ع) اختصار لـ: السلام عليكم.

(ع) اختصار لـ: عن.

(ههه) اختصار لـ: أنا أضحك أو أبتسم.

3-3- استراتيجية العربتيني:

من الإستراتيجيات التي يوظّفها الأشخاص في تواصلهم عبر الوسيط الإلكتروني استراتيجية كتابة اللغة العربية باللاتينية، يطلق على هذا النوع من الكتابة اسم العربتيني، والعربتيني كلمة منحوتة من كلمتي العربي واللاتيني، وتعني: كتابة العربية بالأحرف اللاتينية[43]، أي استعمال الأحرف اللاتينية بدلا من العربية في الرسائل الإلكترونية أو في الخطاب الإلكتروني بصفة عامة، وهي خليط من الفصيح والعاميات بدون قواعد[44].

ويعود سبب استخدام مثل هذه الاستراتيجية إلى اقتصار خدمات الحاسوب والهاتف النقال في بداية الأمر على اللغة اللاتينية، ممّا أجبر الذين لا يتقنون الإنجليزية أو الفرنسية إلى استخدام الحروف اللاتينية في صيغة عربية[45]، وبعد مرور الوقت اعتاد هذا الجيل (خاصة جيل الشباب) على هذا النوع من التواصل، وأصبح يفضل استعمال هذه الطريقة في تواصله.

وهناك أسباب أخرى لا تقل أهمية عن التي ذكرنا وهي سهولة استخدامها في مثل هذا النوع من التواصل، الذي يتميّز بالسرعة، حيث يجد شركاء التواصل سهولة كبيرة في استعمال الحروف اللاتينية، زد على ذلك المزايا

التي توفّرها لوحة الترقيم باللغة الأجنبية، لهذا يلجأ كثير من مستخدمي الأنترنت في التواصل إلى اعتماد أسلوب العربتيني كاستراتيجية في التخاطب.

وإلى جانب استعمال حروف اللاتينية في صيغة عربية فهناك من يعمل عكس ذلك تماما حيث يكتب اللغة الإنجليزية أو الفرنسية بحروفٍ عربية، مثل (مِرْسِي / ثانكيوو...)[46].

يمكن التمثيل لهذه الاستراتيجية بهذه الأمثلة وهي عبارة عن تعليق على منشور من منشورات الفيس بوك:

Bachir Annad
naame hounak houloul bi etachawr bain el djameei

Sehaki Zs
Rebi ebarek fike ou fi les rebeke.

Amres Tass Fakertni b mani allah yerhamha kanet ravda ti9l kbir Ala ktafha tmenit loukan kont chwia kbira 9bal ma ttwefa w net3alem menha bezaf hwayej Inch rabi yerahmk w ywesa3 alik

ويبدو أنّ هذه اللغة قد تمّ الاصطلاح على حروفها بعد عدّة تجارب، إلى أنْ تمّ الاتفاق على بعض حروفها، أما فيما يخص الحروف التي لا يمكن نقل أصواتها، فقد تمّ استبدالها بأرقام تشبهها في الشكل[47].

والجدول رقم (1) يوضح ذلك:

الجدول رقم (1): مقابل الحروف العربية بالحروف اللاتينية

الحرف العربي	مقابله باللغة الأجنبية	الحرف العربي	مقابله باللغة الأجنبية	الحرف العربي	مقابله باللغة الأجنبية	الحرف العربي	مقابله باللغة الأجنبية
أ	2	خ	5	ش	Sh	غ	’3
ب	B	د	D	ص	9	ق	8
ت	T	ذ	Th	ض	Dh	ل	L
ث	Th	ر	R	ط	6	ه	H
ج	J	ز	Z	ظ	’6	و	W
ح	7	س	S	ع	3	ي	Y

تتمتّع هذه الاستراتيجية التواصلية بجملة من الخصائص والمميزات يمكن أن نجملها في النقاط الآتية:

- السهولة في الاستخدام.
- التحرر من القواعد وهذا ما جعلها تحظى بقبول عند أغلب الأشخاص.
- تكثر فيها الاختصارات الخاصة حيث يتمّ التعبير عن المشاعر والمقاصد بالرموز، مثل:) معناها ابتسام.
- أنّها لغة الشباب، فهم من ابتكروها وهم الأكثر استعمالا لها.

السؤال الذي يمكن طرحه هو: كيف لهذا الأسلوب (العربتيني) أن يكون استراتيجية في التواصل؟

يتواصل مستخدمو الأنترنت فيما بينهم بمثل هذا الأسلوب بشكل عفوي، خاصة فئة الشباب الذين اعتادوا على هذا النمط من الخطّ، وصار لديهم علمٌ مشتركٌ بنظام وقواعد هذه الكتابة، وتصبح بذلك ظاهرة العربتيني ملمحا من الملامح التي يتميّز بها الخطاب الإلكتروني، وقد يستخدم المتحاورون في بعض المواقف هذا الأسلوب من أجل تبليغ مقاصد معيّنة للطرف الآخر. كأن يريد أحدهم أن يثبت لغيره أنّه من فئة الشباب، بحكم أنّ الشباب هم الأكثر استعمالا لظاهرة العربتيني، أو يريد إظهار تحضّره ومدى تشبّعه بالثقافة الغربية، أو غير ذلك من المقاصد التي قد يوصلها المتكلم بتوظيف استراتيجية العربتيني.

واعتاد بعض المستخدمين مراسلة أصدقائه باللغة العادية وحتى يتمكن من إخفاء هويته يجعل أسلوب العربتيني استراتيجية لذلك. ويكثر ذلك في حالات التي يخفي فيها المتحاورون هويّاتهم الحقيقية خاصة في غرف الدردشة ومواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح إمكانية إنشاء الحساب بهوية غير حقيقية. وقد أكّد الباحث "**كريسبين ثورلو**" بعد دراسة معمّقة على مجموعة كبيرة من الرسائل الإلكترونية أنّ كلّ فرد ليس له نمط لغوي واحد في أيّ بيئة تواصلية[48]، بل يوجد لديه مجموعة من الأساليب يستعمل كل واحد مع السياق المناسب والذي يحقق من خلاله أهدافه.

3-4- استراتيجية الرموز التعبيرية:

هناك الكثير من المشاعر تصاحب عملية إنتاج الكلام، مثل الغضب والفرح والاشمئزاز والحزن والدهشة وغيرها، وهذه المشاعر يدركها المتلقي دون عناء في التواصل وجها لوجه، لأنّه يرى آثارها في ملامح وجه المتكلم أو في حركة يده أو في عينيه أو من خلال المسافة التي بينهما، وبهذا تساهم الحركات الجسمية المصاحبة للكلام بحظ وافر في إدراك مقاصد المتكلم ومشاعره وهدفه التواصلي، فقد يعجز الكلام عن التعبير عن بعض المشاعر وتأتي الحركة أو الإشارة الجسمية لتعوض ذلك النقص، وفي بعض المواقف تنوب الكلام وتقوم مقامه أحسن قيام[49]؛ ولكن في التواصل الإلكتروني تغيب مثل هذه الملامح والإشارات الجسمية، خاصة في التواصل الكتابي، وقد لوحظت نواحي القصور هذه مبكرا في المراحل الأولى، فأدت إلى إدخال الأشكال الباسمة أو الأيقونات العاطفة[50] "**Emoticons**"، تعوّض تلك الإشارات الجسمية الموجودة في التواصل المباشر الذي يتمّ وجها لوجه؛ فهذه الرموز التعبيرية هي عبارة عن مزيج من الرموز التي تظهر المزاج، تشبه تعبيرات الوجه[51] مثل: [؛)]، أو هي أشكال تُستخدم بواسطة علامات الترقيم لتمثيل تعبيرات الوجه[52]، تمّ ابتكارها لأوّل مرة في اليابان خلال التسعينيات[53]، ثم بدأت في التطور، فنوّعوا أشكالها وأدخلوا فيها تعديلات متنوعة مثل الحركة والصوت واللون من أجل إضافة المزيد من التعبيرية[54]، فبعدما كانت تعبّر عن ملامح الوجه، أصبحت الآن تعبّر عن المفاهيم والأفكار مثل الاحتفالات والأطعمة والمشروبات والحيوانات والنباتات وغيرها[55]، وقد اكتسبت هذه الرموز شعبية واسعة في نصوص الهواتف الذكية ورسائل البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي[56].

والجدول (2) يمثل قائمة لبعض الوجوه التعبيرية التي يمكن تشكيلها باستخدام علامات الترقيم[57]، أمّا الجدول (3) فيضم قائمة لبعض الوجوه التعبيرية في شكلها المتطور:

الجدول (2): بعض الوجوه التعبيرية باستعمال علامات الترقيم

الرموز التعبيرية	دلالتها
:-)	البهجة والسرور والابتسامة
:-(	الحزن، عدم الرضا إلخ
:'(	البكاء
:-!	المستخدم يدخن
:-o	الدهشة
;-)	غمزة
0:-)	المستخدم بريء
:-X	المستخدم يغلق فمه.

الجدول (3): بعض الوجوه التعبيرية في شكلها المتطور

الوجوه التعبيرية	دلالتها
	وجه مبتسم
	وجه مبتسم مع أعين مبتسمة
	وجه عليه دموع فرح
	وجه مبتسم بفم مفتوح
	يضحك متقلباً على الأرض
	وجه مبتسم بفم مفتوح وعرق بارد
	وجه مبتسم بفم مفتوح وأعين مغلقة بشدة
	وجه مبتسم تعلوه هالة

	وجه بغمزة
	وجه مفكر

والمتأمّل في التواصل الإلكتروني يجد أنّ توظيف استراتيجية الرموز التعبيرية يختلف باختلاف السياق، حيث يزداد استخدامها في سياقات الحوار والمراسلات الفورية، خاصة في المحادثات المتزامنة التي تتمّ في غرف الدردشة أو في مواقع التواصل الاجتماعي، كما أنها تستخدم أكثر في السياقات الاجتماعية والعاطفية مقارنة بمواقف ذات الطابع الرسمي[58]، ممّا يدل على أنّ التعبير عن بعض المشاعر الأساسية كالفرح والغضب والحزن ضروري لبناء التفاعل[59] وتحديد المقاصد في التواصل.

فالرموز التعبيرية استراتيجيةٌ يستخدمها المتحدّثون عبر الشبكة تساعدهم في تحقيق أهدافهم التواصلية بكل سهولة، وذلك من خلال الوظائف التي تنجزها هذه الرموز عندما تتفاعل مع النص اللغوي، وهذه الوظائف يمكن تحديدها في النقاط الآتية[60]:

1- تحلّ محلّ كلمة أو جملة أو حتى عبارة بكاملها، فتنوبها في تبليغ المقاصد.

2- توفير القرائن من أجل معرفة القصد عندما تكون الرسالة غامضة.

3- التعبير عن عاطفة المتحدث أو موقفه بشكل مستقل عن النص اللغوي.

4- تعزيز (تأكيد) المشاعر والعواطف المعبر عنها في النص اللغوي.

5- تفسير الرسالة عندما يكون المحتوى اللفظي يحتمل عدّة تفسيرات ممكنة.

6- تستخدم في التأدّب والتلطّف.

خاتمــة

نستنتج مما سبق أنّ التواصل الإلكتروني هو أي تواصلي يتمُّ عن طريق استخدام أجهزة الحاسوب أو الهاتف الذكي المرتبطة بالإنترنت، ووسمه بـ "الإلكتروني" إشارة إلى التواصل الذي يتم بواسطة تنسيقات تطبيقات الحاسوب أو الهاتف الذكي مثل التراسل الفوري، والبريد الإلكتروني، وغرف الدردشة، وهذا ما جعل التواصل الالكتروني يتميّز بالسرعة والآنية وإيصال الرسالة بطرق شتى، وكذلك يتحرر فيه شركاء التواصل من الضغط الذي تفرضه القيود الاجتماعية للمتحدثين ويمنحهم حرية التعبير عن آرائهم وأفكارهم، كما استنتجنا أنّه على أطراف التواصل أن يمتلكوا قدرا معيّنا من الكفاءة الحاسوبية حتى يتمكّنوا من التواصل فيما بينهم.

يوظف المتحاورون عبر الشبكة استراتيجيات معيّنة تنوب تعبيرات الوجه والإيماءات وغيرها من العناصر التي تشكّل السياق المادي والتي تساهم بدرجة كبيرة في تبليغ الأفكار والآراء والمشاعر، وذلك بفضل ما تتوفّر عليه أنظمة الحاسوب والهاتف النقال من إمكانات هائلة، ومن بين هذه الاستراتيجيات: التكرار، والاختصارات، والعربتيني، والرموز التعبيرية.

ونحن لا ندّعي أنّ استراتيجيات التواصل الإلكتروني تنحصر في هذه التي ذكرنا فقط، بل هناك استراتيجيات أخرى مثل استخدام الحروف الكبيرة، أو إدراج الصور في الرسائل، أو ترك المسافة بين الحروف، وغيرها من الاستراتيجيات التي نتمنى أن تكون محل اهتمام ودراسة في أبحاث أخرى.

الهوامش:

1- أسماء حسين ملكاوي، (2017م)، أخلاقيات التواصل في العصر الرقمي –هابرماس أنموذجًا،، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، لبنان، ط1، ص 65.

2- Susan C. Herring، Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Behavior، Indiana University, 17 March 2016, p 02.

3- أسماء حسين ملكاوي(2017م)، أخلاقيات التواصل في العصر الرقمي –هابرماس أنموذجًا، ص 68.

4- المرجع نفسه، ص 69.

5- نبيل علي، (اللغة العربية وتحديات العولمة)، مجلة دراسات في إفريقية، العدد 23، جويلية، السودان، 2000م.

6- فولفجانج هاينه من وديتر فيهفيجر، (1996م)، مخل إلى علم النص، الترجمة: فالح بن شبيب العجمي، النشر العلمي والمطابع، المملكة العربية السعودية، ص 124.

7- محمد العبد، (2014م)، النص والخطاب والاتصال، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة، ص 16.

8- يوسف تغزاوي، (2014م)، الوظائف التداولية واستراتيجيات التواصل اللغوي في نظرية النحو الوظيفي، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، ص 56.

9- دومينيك مانغونو، (2008م)، المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، ترجمة: محمد يحياتن، منشورات الاختلاف، الجزائر العاصمة، الجزائر، ط1، ص 22.

10- يوسف تغزاوي،(2014م)، الوظائف التداولية واستراتيجية التواصل اللغوي في نظرية النحو الوظيفي، ص56.

11- رشدي أحمد طعيمة، (2004م)، المهارات اللغوية مستوياتها تدريسها صعوباتها، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، ص 174.

12- هـ. دوجلاس براون، (1994م)، أسس تعلم اللغة وتعليمها، ترجمة: عبده الراجحي وعلي أحمد شعبان، دار النهضة العربية، بيروت، ص 244.

13- هدسون، (1990م)، علم اللغة الاجتماعي، ترجمة: محمود عياد، عالم الكتب، القاهرة، ط2، ص 336–337.

14- نور الدين رايص، (2014م)، اللسانيات المعاصرة في ضوء نظرية التواصل، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، ص 158.

15- يوسف تغزاوي، (2014م)، الوظائف التداولية واستراتيجية التواصل اللغوي في نظرية النحو الوظيفي، ص 55.

16- هـ. دوجلاس براون، (1994م)، أسس تعلم اللغة وتعليمها، ص 244.

17- يوسف تغزاوي، (2014م)، الوظائف التداولية واستراتيجية التواصل اللغوي في نظرية النحو الوظيفي، ص 77.

18- عبد السلام إسماعيلي العلوي، (2014م)، التداوليات علم استعمال اللغة، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط2، ص 217.

19- المرجع نفسه، ص 217.

20- المرجع نفسه، ص 217.

21- أ. مولز – ك.زيلتمان –ك. أوريكوني، (2014م)، في التداولية المعاصرة والتواصل، ترجمة: محمد نظيف، إفريقيا الشرق، المغرب، ص 53.

22- عبد السلام إسماعيلي العلوي، (2014م)، التداوليات علم استعمال اللغة، ص 217.

23- حسن بدوح، (2012م)، المحاورة مقاربة تداولية، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، ص 126.

24- عبد السلام إسماعيلي العلوي، (2014م)، التداوليات علم استعمال اللغة، ص 217.

25- المرجع نفسه، ص 219.

26- يوسف تغزاوي، (2014م)، الوظائف التداولية واستراتيجية التواصل اللغوي في نظرية النحو الوظيفي، ص 59.

27- حسن بدوح، (2012م)، المحاورة: مقاربة تداولية، ص131.

28- Yunfei Du, The Relationship Between Students' Computer Competency and Perception of Enjoyment and Difficulty Level in Web-based Distance Learning,Education Libraries Volume 27, No. 2 Winter 2004، Wayne State University, p 7.

29- Jyoti Bhalla, Computer Competence of School Teachers, IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS), Volume 19, Issue 1, Ver. III (Jan. 2014), p 70.

30- Cédrick Fairon, Jean René Klein et Sébastien Paumier, Le langage SMS, étude d'un corpus informatisé à partir de l'enquête «Faites don de vos SMS à la science», p 51.

31- دافيد كريستال، (2010م)، اللغة وشبكة المعلومات العالمية، ترجمة أحمد شفيق الخطيب، المركز القومي للترجمة، القاهرة، مصر، ط1، ص 109.

32- Raluca Moise، Les SMS chez les jeunes: premiers elements de reflexion، à partir d'un point de vue ethnolinguistique، GLOTTOPOL Revue de sociolinguistique en ligne n° 10, Université de Rouen, juillet 2007, p 107.

33- عبد الإله نبهان، (1997م)، ابن يعيش النحوي، منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، سورية، ص 506.

34- Raluca Moise، (OP.CIT), p 107.

35- Cédrick Fairon, Jean René Klein et Sébastien Paumier, Le langage SMS, étude d'un corpus informatisé à partir de l'enquête «Faites don de vos SMS à la science», p 41.

36- باسم جبير، الاختصارات اللغوية في مواقع التواصل الاجتماعي، http://www.diwanalarab.com، 2019/01/17، (20:03).

37- Z. A. Kadir، M. Maros، and B. A. Hamid، Linguistic Features in the Online Discussion, p 277.

38- Boufenara Hanane، Analyse des interactions écrites médiatisées par ordinateur: l'exemple du chat en Algérie, p 47.

39- Ibid, p 48.

40- Z. A. Kadir، M. Maros، and B. A. Hamid، Linguistic Features in the Online Discussion, p 277.

41- دافيد كريستال،(2010م)، اللغة وشبكة المعلومات العالمية، ص116.

42- Cédrick Fairon, Jean René Klein et Sébastien Paumier, Le langage SMS, étude d'un corpus informatisé à partir de l'enquête « Faites don de vos SMS à la science», p 42.

43- مجموعة من الباحثين، (2014م)، لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة بحوث ومقالات حول اللغة الهجين (العربيزي) في الوطن العربي، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمات اللغة العربية، الرياض، المملكة العربية السعودية، ط1، ص 7.

44- عبد الرزاق القوسي، (2018م)، العربية بالحروف اللاتينية، كتاب المجلّة العربية، الرياض، المملكة العربية السعودية، ط1، ص 70.

45- مجموعة من الباحثين،(2014م)، لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة بحوث ومقالات حول اللغة الهجين (العربيزي) في الوطن العربي، ص 28.

46- المرجع نفسه، ص 80.

47- علي محمد عبد الله، (2012م)، شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي، وكالة الصحافة العربية، مصر، ط1، ص 54.

48- Z. A. Kadir، M. Maros، and B. A. Hamid، Linguistic Features in the Online Discussion, p 277.

49- يوسف تغزاوي، (2014م)، الوظائف التداولية واستراتيجيات التواصل اللغوي في نظرية النحو الوظيفي، ص 32.

50- دافيد كريستال، (2010م)، اللغة وشبكة المعلومات العالمية، ص 162.

51- Sabrina Chairunnisa and Benedictus A.S., (Analysis of Emoji and Emoticon Usage in Interpersonal Communication of Blackberry Messenger and What Sapp Application User), International Journal of Social Sciences and Management , Vol. 4, Issue-2: 120-126, 2017, p 121.

52- Ye Tian & Thiago Galery, Facebook Sentiment: Reactions and Emojis, Proceedings of the Fifth International Workshop on Natural Language Processing for Social Media , pages 11–16, April 3-7, 2017,Valencia, Spain, p 11.

53- Sabrina Chairunnisa and Benedictus A.S., (Analysis of Emoji and Emoticon Usage in Interpersonal Communication of Blackberry Messenger and What Sapp Application User), p 121.

54- Boufenara Hanane، Analyse des interactions écrites médiatisées par ordinateur: l'exemple du chat en Algérie Université Mentouri Constantine، p 57.

55- Sabrina Chairunnisa and Benedictus A.S., (Analysis of Emoji and Emoticon Usage in Interpersonal Communication of Blackberry Messenger and What Sapp Application User), p 121.

56- Ibid, p 121.

57- Boufenara Hanane، Analyse des interactions écrites médiatisées par ordinateur: l'exemple du chat en Algérie Université Mentouri Constantine, p 57.

58- Oriol J. Bosch & Melanie Revilla, (The use of emojis by Millennials), RECSM Working Paper Number 57, University Pompeu Fabra, July 2018, p 3.

59- Boufenara Hanane، Analyse des interactions écrites médiatisées par ordinateur: l'exemple du chat en Algérie Université Mentouri Constantine, p 60.

60- Ye Tian & Thiago Galery,(Facebook Sentiment: Reactions and Emojis), Proceedings of the Fifth International Workshop on Natural Language Processing for Social Media, pages 11–16, April 3-7, 2017,Valencia, Spain, p 12.