تأثير الإعلام الرقمي على تطور المصطلحات الحديثة وتحوير اللغات في الثقافة الإنسانية

"دراسة ميدانية لأهم الظواهر اللغوية الحديثة"

فريد صالح كلنتن وهناء المصري*

إشراف الدكتورة / مهيتاب ماهر الرافعي**

ملخص الدراسة:

هدف البحث هو دور وسائل التواصل الاجتماعي وتأثير الإعلام الرقمي وقدرته على خلق لغة ومصطلحات جديدة. وقد تم تطبيق البحث بواسطة استبيان تم ارساله لعينات عشوائية تقدر بحوالي (٢٦٥) عينة مفردة، واستخدم بعض الأساليب الإحصائية لبرنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية حيث تم حساب التكرارات والنسب المئوية واختبار الثبات وصحة المحاور ومعالجة الفرضيات، ومن النتائج جاء معامل الفا كرونباخ بنسبة (0.627) مما يدل على قبولية أداة الاستقصاء.

واستنتج الباحثان ان أهمية الدراسة لفئة البالغين من الإناث أكثر من فئة الذكور وتبين مدى اهتمامهن بالتغيرات السلوكية والأفكار والمعتقدات في ظل تطور التكنولوجيا والاتصال بوسائل التواصل الاجتماعي وكانت الاستجابة العظمى من المجتمع الثقافي الجامعي لإحساسهم بالأهمية العلمية والفكرية، كما أن وجود التكنولوجيا الرقمية بشكل مطلق والوصول بالإنترنت في أي وقت واي مكان في أيدي مرحلة المراهقة والشباب قد تبني افكاراً جديدة بسبب سرعة تناقل المعلومات وكميتها الإيجابية والسلبية ولها تأثير كبير في السلوك والعقائد والتقاليد وتحوير اللغة السائدة في المجتمع، وتحسب أيضاً قدرة المواطن الرقمي في اكتساب مفاهيم جديدة ومصطلحات متنوعة بكثرة استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي والتي تعزز من تغير المفاهيم واستنباط الأفكار من مجتمعات أخرى. كما استنتج الباحثان من خلال آراء غالبيةً المشاركين في البحث انهم قد يكونوا مدركين معاني المصطلحات والرموز التعبيرية (الايموجي) وقد تؤثر في حوارهم بين بعضهم البعض، واكتساب المفردات اللغوية وان كانت ليست بالضرورة استخدامها.

إن من أهم التوصيات التفكير الجيد بما يتم إرساله وكتابته عبر تقنيات الاتصال الرقمي والتحقق من دقة وصحة المعلومات وتقييم المصادر المختلفة في الشبكة العنكبوتية، وبالطبع تقديم المبادرات والنصائح لدور المؤسسة التعليمية ودور الآباء في الاسترشاد بكيفية استخدام التكنولوجيا الرقمية والتطبيقات الحوارية لنهضة الجيل الجديد.

الكلمات المفتاحية #الاعلام الرقمي _تطور المصطلحات _ تحوير اللغات _ الثقافة الإنسانية

---

*باحثان ماجستير بكلية الإعلام والتسويق – جامعة ميد أوشن فرع الأمارات وتديرها مجموعة جامعة الجميع الذكية.

** الأستاذ المساعد بكلية الإعلام والتسويق – جامعة ميد أوشن فرع الأمارات وتديرها مجموعة جامعة الجميع الذكية.

The effect of digital media on modern idioms development and pivoting languages in human culture "A field study on the most significant modern linguistic phenomena"

Abstract:

The research aims at the role of the social media and the impact of digital media and its ability to create new language and idioms. The research was conducted by a questionnaire sent to random sample groups (265) individual samples. Some statistical methods were used in the Statistical bunches for Social sciences, and frequencies, percentages, stability tests, axes correctness and hypothesis handling were calculated. As a result, Cronbach factor registered (0.627), which shows the acceptability of the questionnaire tool.

The researchers found that adult females are more interested in the study and the behavioral alternations than adult males, were the most interested in the behavioral changes as well biases and beliefs within the technological development represented in social media. The most significant response came from the university cultured community that realize its scientific and intellectual importance. Moreover, the existence of digital technology and the accessibility of the internet everywhere and a y time to adults and teenagers may establish new concepts due to the promptness of sharing huge amounts of positive and passive information resulting in strong impact on behavior, beliefs traditions and prevailing languages alternations. The research also measures the ability of the digital citizen to acquire new concepts and various idioms by intense usage of social media sites which enforce concepts alternations and introducing thoughts from other societies. The researchers also concluded from the opinions of most participants that they are aware of (emoji) meanings, which can impact their communications among each other, as well as acquiring new vocabulary even though they do not necessarily use.

One of the most important recommendations is careful consideration to the materials handled in digital technologies, as well as configuration of the accuracy and correctness of information and assessment of various sources in the network. Also, initiatives and advice should be introduced to educational institutions and parents for rational use of digital technology and dialogue applications for the forthcoming generations to rise.

مقدمة البحث:

شهد العالم الرقمي منذ بداية القرن الحادي والعشرين عدداً من المتغيرات والتطورات التكنولوجية والعلمية واللغوية حيث أصبح العالم أكثر تقارباً بتعزيز التفاهم بين الناس، وتجاوز حدود المسافات بكسر الحواجز بين الشعوب المتباعدة والتقريب بينهم عبر شبكات مواقع التواصل الاجتماعي، ومن خلال الانترنت يتمّ نقل البيانات والمعلومات على شكل إشارات ثنائيّة وقد فتحت عصراً جديداً من الانفتاح الحضاري وأسهمت في عملية الاتصال والتواصل والتفاعل وربطت أجزاء العالم الواسع في كف اليد (الهاتف المحمول)، وهذا ما تمثله التكنولوجيا الرقمية التي ساهمت في تغيير المشهد الإعلامي والتي تتركز على التفاعلية والآنية.(شاوش،٢٠٢٠، ص ١٩٨)

والدور الذي تلعبه هذه التطبيقات يفرض واقعاً مختلفاً عما كنا ندركه في القرن العشرين أدى الى تغيير السلوك للجوانب الإنسانية والاجتماعية والاخلاقية والفكرية، وتغيير مفردات اللغة وتحويرها بإدراج مصطلحات جديدة ومفاهيم لم تكن موجودة من قبل ظهور هذه التطبيقات، والتي بدأت خلال العقدين الماضيين للجيل الرقمي ويطلق عليهم المواطنون الرقميون (Digital Citizens)، وعند إنشاء الاعلام الجديد كانت بدايته مجتمعاً افتراضياً على نطاق ضيق ومحدود، وخلال السنوات المنصرمة بعد ذلك تحولت من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية وحسية تؤثر تأثيراً مباشراً على قيم وسلوكيات وأفكار وعادات المستخدمين، وأصبح المستخدم هو المرسل والمستقبل وصانع الرسالة الإعلامية بمشاركته في تبادل الاعلام الرقمي وتدفق المعلومات النصية والمرئية بشتى أنواعها الصحيحة والمغلوطة والقدرة على تزييف المعلومات، وتفشي ظاهرة المواطن الصحفي (Journalism Citizen)، الذي أدى الى تغيير في تشكل إدراك الناس للمفاهيم المندمجة والممزوجة بكافة اللغات، والنتيجة تغيير الآراء والمفاهيم والأفكار، والمشاعر، والمواقف، والسلوك بما يسمى الغزو الفكري للمعتقدات والعادات والتقاليد.

كما استمدت وسائل التواصل الاجتماعي قوتها وبريقها من أنها تتميز بخصائص إلغاء المساحة الجغرافية وسرعة انتشار المعلومات وسهولة تحديثها وتوافرها وتنوعها وشمولها في المحتوى وتوفير الوقت والجهد والمال بالإضافة الى التفاعلية، حيث الرد الفوري من أطراف المحادثة، والمشاركة في المعلومات والمحتوى، والتلقائية التي هي بدون تخطيط مسبق، والانفتاح حيث أن المرسل هو المستقبل ومنشئ المحتوى أيضاً، (القرشي، ٢٠٢١) وكل ذلك باستخدام الانترنت وتطور البرامج التطبيقية، خصوصاً في ظل جائحة كرونا (كوفيد-١٩) في العام ٢٠٢٠ ميلادياً الذي انعدم فيه التواصل الجسدي بين الناس التباعدي، وأصبحت العزلة هي الاتجاه المسيطر والسائد مما أدى إلى التحول الرقمي السريع، ونقصد هنا بالتحول الرقمي (Digitalization) دخول التقنية الرقمية واستعمالها في مجالات عديدة وإحداث ثورة في تكنولوجيا المعلومات وتسريع تطور الأحداث الى الاتجاه الرقمي التكنولوجي المسمى بالرقمنة (Digitization) وهو تحويل المعاملات الورقية

بإدخالها في أجهزة الحاسب الالي الكترونياً، وقد استجابت المؤسسات بإنشاء التطبيقات المتنوعة للحصول على خدمات تواصلية وتبسيط الإجراءات الروتينية بجهد وتكلفة اقل وخصوصا مع انتشار استعمال مواقع التواصل الاجتماعي والمنتديات والتسويق والعمليات الرسمية عبر الهواتف الذكية بطرق إبداعية مبتكرة.

وهناك مؤشرات كثيرة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع الرقمي والاعتماد المتزايد على شبكة الانترنت في جميع الأنشطة التسويقية والاخبارية والمعلوماتية مما أدى الى ظهور مصطلحات وكلمات جديدة ومفاهيم حديثة أصبحت شائعة في العصر الرقمي والتي هي مصدر هام من مصادر المعلومات والمتغيرات اللغوية، فلا تخلو محادثة أو محتوى من هذه المصطلحات الحديثة والرموز والتعبيرات التصويرية إلا إن تكون حاضرة ومتواجدة بفضل توافر الأجهزة الذكية والتطور التكنولوجي والرقمي والتي هي في متناول كل سكان الكرة الأرضية تقريبا.

ونبين هنا مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت روح العصر وواقعاً يفرض نفسه بقوة في تغير الأفكار والمفاهيم واللغات بظهور مصطلحات وعبارات ورموز مستجدة بالألفاظ والتراكيب اللغوية فغيرت من أسلوب البشرية في الحياة، حيث أنّ الإعلام الرقميّ أصبح المسيطر على المجتمع، كما غيرت الوسيلة الإعلامية الأسلوب في مجال التفاعل بين البشر، وتباعاً سوف تؤدي الى تغير اللغة الدارجة لتحل محلها لغة جديدة بمفهومها الرقمي للجيل الرقمي الجديد، وبخطى متسارعة قد تتغير اللغة بمفهومها الحالي في المستقبل القريب بسبب إنجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات التي شهدها العالم.

الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات حول مدى تأثير تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي بالسلوك البشري ودورها في تعزيز تغير القيم والأخلاق وتأثيراتها الأسرية وتغير نمط حياة المجتمع وتفاعل الانسان مع التكنولوجيا الرقمية ومصادر المعلومات والتغيرات الفكرية ومن امثلة هذه الدراسات:

١. تهدف دراسة (أحمد أحمد عثمان ، ٢٠٢٣) بعنوان (تعرض المراهقين في مصر لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية وعلاقته بمفهوم القدوة لديهم) ، إلى التعرف على كثافة تعرض المراهقين في مصر لكل من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، ثم تحديد مفهوم القدوة لديهم، والعلاقة بين كثافة هذا التعرض ومفهوم القدوة لدي المراهقين في مصر، فضلا عن دراسة تأثير كل من دوافع تعرض المراهقين في مصر لكل من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، ومستوي الانتباه أثناء التعرض، ومستوي إدراك المراهقين في مصر لواقعية المضمون المقدم من كل منها، ومستوى تفاعل المراهقين في مصر أثناء التعرض لها، والمتغيرات الديموغرافية لهم. ويعد هذا البحث من البحوث المقارنة التي تهتم بالموازنة بين حالتين مختلفتين أو أكثر تحدثان في السياق الطبيعي، واستخدم البحث منهج المسح الوصفي والتحليلي من خلال استبيان الراي على ٤٠٠ عينة من المراهقين في مصر

يستخدمون وسائل الاعلام التقليدية والرقمية، وجاء في نتائجها وجود فروق دالة احصائياً بين فئات متغيرة من حيث كثافة تعرض المراهقين في مصر لوسائل الاعلام التقليدية على مقياس مفهوم القدوة لديهم، وجاءت هذه الفروق بين فئة كثيفة التعرض لوسائل الاعلام التقليدية ، وفئة قليلة التعرض، وبين فئة متوسطة التعرض لوسائل الاعلام التقليدية، وفئة قليلة التعرض لصالح الفئات الأقل، بينما تبين عدم وجود فروق دالة بين فئات متغيرة في كثافة تعرض المراهقين في مصر لوسائل الاعلام الرقمية على مقياس مفهوم القدوة لديهم، كما تبين ان استبعاد تأثير متغيرات الدوافع الوظيفية والدوافع الطقوسية للتعرض لوسائل الاعلام التقليدية ومستوى الانتباه أثناء التعرض ومستوى إدراك المراهقين لواقعية المضمون المقدم بها ومستوى تفاعل المراهقين أثناء التعرض لهذه الوسائل).

٢. تهدف دراسة (الهام يونس احمد،٢٠٢٣) بعنوان (التأثير الثقافي للمحتوى الإعلامي الرقمي "أساليب التواصل الافتراضي بين الشباب نموذجاً")، الى قياس التأثير الثقافي للمحتوى الإعلامي الرقمي على طرق التواصل الافتراضي بين الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي، وتم قياس هذا التأثير باستخدام استبيان ميداني للحصول على البيانات الكمية وأداة المقابلة المتعمقة للحصول على بيانات كيفية، واعتمدت الدراسة على نظرية التعلم القائم على المعنى ومفهوم الذاكرة الدلالية وطبقت على ٣٧٢ مفردة للدراسة الميدانية و٢٥ مفردة للدراسة الكيفية وتوصلت الى مجموعة من النتائج أهمها:

- لا توجد علاقة بين النوع او المستوى الاجتماعي الاقتصادي بين الشباب عينة الدراسة في استخدام الطرق الحديثة في التواصل.
- تميل اتجاهات الشباب عينة الدراسة نحو الإيجابية في استخدام هذه الطرق بينما تميل نحو السلبية تجاه اللغة العربية.
- أوضح الشباب ان أهم مبرراتهم لاستخدام هذه الطرق هي الشعور بالحداثة ومواكبة اصدقائهم وسهولة استخدام هذه الطرق أكثر من اللغات الخالصة، وكذلك افتقاد اللغات القدرة على التعبير عن المشاعر والاحاسيس.

واقترحت الدراسة إجراء المزيد من الدراسات الخاصة بالتأثيرات الثقافية للمحتوى الإعلامي الرقمي خاصة في ظل الحراك الثقافي الواضح الذي تشهده المنطقة العربية بشكل عام.

٣. تهدف الدراسة الميدانية (كريمة كمال عبداللطيف توفيق ، ٢٠٢٢) بعنوان (شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة والانتماء لدى الشباب الجامعي) إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب المصري ، والوقوف علي أبرز القضايا التي يحرص الشباب علي متابعتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة من خلال إجراء دراسة مسحية على عينة من الشباب المصري تقدر بحوالي ٤٠٠ مفردة باستخدام أداة استبيان، وتتجلى أهمية الدراسة لموضوع تنعكس آثاره على المجتمعات العربية وأنظمتها السياسية وهو موضوع المواطنة بين الشباب المصري، وأهمية

شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على المجتمع وبخاصة فئة الشباب، واعتمدت الدراسة على نظرية المجال العام التي تسعى الى إتاحة مساحة من الحرية تحترم حقوق الافراد وتزيد من قوة المجتمع، ويكمن دور توظيف هذه النظرية من خلال دراسة فعالية وتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على إحداث انعكاسات إيجابية او سلبية على الوعي وبخاصة قيم المواطنة لدي الشباب المصري، ومن أبرز هذه النتائج تزايد زمن الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي فجاءت المدة من خمس ساعات فأكثر في الترتيب الأول بنسبة ٥٤,٣ % ، جاء موقع فيس بوك في الصدارة بنسبة ٩٨,١٦% من إجمالي عينة الشباب في تقييم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب، وهو ما اتفقت عليه معظم الدراسات السابقة، يليه مباشرة تطبيقات مشاركة الفيديو يوتيوب و تيك توك و سناب شات بنسبة ٨٧,٤٪ ، مما يتضح أهمية المحتوى المرئي بوسائله الاقناعية للشباب ، كما لم تنجح صفحات شبكات التواص الاجتماعي في إقناع الشباب من المبحوثين بالمشاركة السياسية في صنع القرار السياسي).

٤. تهدف دراسة (هدى عبدربه حميد القرشي، ٢٠٢١) والتي بعنوان (تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة الاستهلاك في المجتمع) إلى معرفة دور الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معدلات ثقافة الاستهلاك، ومعرفة أسباب تفضيل التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي. إعتمد البحث علي المنهج الوصفي، وتكوين مجتمع البحث من طالبات جامعة أم القرى ، وقد تم تطبيق البحث علي عينة عشوائية من طالبات جامعة أم القرى تبلغ (٥٠) طالبة ممن تتراوح أعمارهم ما بين ١٨:٢١ سنة، للعام الأكاديمي ١٤٤٢ هـ، تم استخدام الاستبانة كأداة جمع المعلومات، وتم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية منها التكرارات والنسب المئوية والرتب والمتوسط الحسابي ومعامل ألفا كرونباخ (Cronbach, Alpha)، ومن أبرز نتائج البحث أن هناك تفاوتاً في موافقة أفراد العينة على عبارات الاستبيان فيما يتعلق ببعد دور الإعلان عبر مواقع التواصل اجتماعياً في زيادة معدلات ثقافة الاستهلاك، حيث تراوحت المتوسطات بين (٣,٣٧: ٣,٠٤ من ٤) وهي متوسطات تقع بين الفئات التالية (كبيرة جدا وكبيرة) من فئات المقياس الرباعي، وتشير إلى الاستجابة (أوافق بشدة، أوافق) على التوالي. وأن هناك تفاوتاً في موافقة أفراد العينة على عبارات الاستبانة فيما يتعلق بأبعاد أسباب تفضيل التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تراوحت المتوسطات بين (٣,٣: ٣,٢ من ٤) وهي متوسطات تقع بين الفئات التالية (كبيرة جدا وكبيرة) من فئات المقياس الرباعي، وتشير إلى الاستجابة (أوافق بشدة، أوافق) على التوالي.

٥. تهدف دراسة (جمال شعبان شاوش، ٢٠٢٠). بعنوان (الممارسة الصحفية في المشهد الإعلامي الرقمي بين هيمنة التقنية وتحول الهويات المهنية) إلى طبيعة وخصوصية عملية دمج تكنولوجيا الاتصال الرقمية في الممارسة والحياة المهنية للإعلاميين والصحفيين. وفي السياق ذاته سوف نناقش التحديات الحديثة المرتبطة ببناء محتوى وسائل الاعلام ومختلف التحولات المركزية للمهنة بمحدداتها الفنية

والتقنية والمعرفية في ظل البيئة الرقمية التي تغيرت بالكامل، مما يسمح بظهور أشكال تواصلية جديدة تجاوزت أشكال التحرير المتعارف عليها في السابق، وهذا بتنوع الغايات الاستعمالية للمعلومات غير الخطية في الهياكل الإعلامية عبر الروابط والوسائط الرقمية. لذلك سنقدم بعض القراءات النقدية لهذا التحول الهيكلي والنسقي الذي شهدته الممارسة الصحفية والذي يفرض على الدوام اكتساب الكثير من الكفاءات والقدرات الفنية والتحريرية الجديدة لبناء المعلومات وتقديمها للجمهور في لحظات من الوقت المستمر والتي يمكن حسب المحللين دمجها مع المعلومات المضللة والمزيفة وغير الموضوعية ووفقاً للكثير من المختصين في هذا المجال، فإن مهنة الصحافة شهدت تغيراً كبيراً وواسعاً، بفضل هيمنة تقنيات التواصل الرقمية، التي أوجدت نماذجاً ووظائف جديدة للممارسة، تتصل كلها بالتفاعل والسرعة والفورية والانية. كل ذلك قد ساهم في تغيير طبيعية بناء المضامين الإعلامية، ومن أشكال تقديم الاخبار والاحداث، وكذلك من طبيعة التنظيم الفسيولوجي للصحفيين ولوسائل الإعلام. وهذا، في الواقع يثير أسئلة كثيرة من بينها أزمة بناء المضامين والتفاعل مع المواطنين في المواقع الافتراضية وكذلك مدى تطبيق الاخلاقيات المهنية في ببيئة تتسم بالسرعة وكثرة انتشار المعلومات واستخدام الوسائط الرقمية. وهذا يقودنا أيضاً إلى التشكيك في مصداقية محتوى المعلومات، وشرعيتها ومصداقيتها، فضلاً على التحديات التي يواجهها الصحفيون في العمل، بظهور نظام معقد من العلاقات الذي غير من هوية الصحفيين.

٦. تهدف دراسة (سعاد محمد محمد المصري، ٢٠٢٠) بعنوان (دور الاعلام الجديد في التغير القيمي والأخلاقي لدى الشباب في الريف المصري) إلى الكشف عن استخدام الشباب لهذه النوعية من المواقع الاتصالية عبر الإنترنت للوصول إلى قاعدة معلوماتية يمكن البناء عليها تدعيماً للجوانب الإيجابية وإطلاق صيحات التحذير من المؤشرات السلبية لتلك المواقع وتأثيرها على التغير القيمي والانفلات الأخلاقي لدى الشباب الريفي. ونجد أن موقع اليوتيوب ذو إيجابيات عديدة منها الحصول على المعلومات والشعور بالتسلية وغيرها، كما توجد سلبيات من شأنها أن تؤثر على التغير القيمي والانفلات الأخلاقي لدى الشباب الريفي.

يهدف البحث إلى التعرف على علاقة تعرض الشباب في الريف المصري بمحافظة كفرالشيخ للإعلام الجديد بالتغير القيمي والأخلاقي لديهم، وانقسم البحث الى الإطار النظري وشمل الدراسات السابقة، طرق التغير القيمي، مميزات وسلبيات الاعلام الجديد، خصائص القيم، ثم الإطار الميداني الذي يشمل منهج وعينة البحث، وتندرج هذه الدراسة تحت نوع البحث الوصفي مستخدمة منهج المسح وطبقت على عينة من الشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ من عمر ١٨ – ٣٥ سنة بعدد ١٥٠ مفردة كالتالي : ٧٥ مفردة من الشباب الريفي من قرية شباس الملح، ٧٥ مفردة من قرية المندورة بمحافظة كفر الشيخ وجمعت البيانات من خلال استمارة استبيان للتعرف على مدى متابعة الشباب الريفي لموقع اليوتيوب وشملت ٢١ سؤالاً، وكذلك مقياس

الانفلات الأخلاقي والذي اشتمل على ٦٢ عبارة، وكان من أهم النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض وذوي المستوى المرتفع في التغير القيمي والأخلاقي لديهم يعكسها موقع اليوتيوب لصالح ذوي المستوى المنخفض، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والاناث في التغير القيمي والأخلاقي لدى الشباب الريفي يعكسها موقع اليوتيوب.

٧. تهدف دراسة (مايا احمد البيضا، ٢٠١٦) بعنوان (استخدامات الشباب المصري لتطبيقات التفاعل بوسائل التكنولوجيا الحديثة وتأثيراتها على العلاقات الأسرية) إلى مدى ارتفاع تأثير التكنولوجيا الحديثة بتطوراتها المتلاحقة بشكل سريع على الشباب في علاقاتهم مع الأخرين وخاصة أسرهم، حيث ضعف قوة الروابط الأسرية، وعدم حميمية الحوار بين أفراد الأسرة، فالتواصل يكون عبر الهواتف الذكية في بعض الأحيان، مما يؤدي لفتور العلاقات، الأمر الذي فتح الباب أمام أنماط من التواصل الافتراضي الذي حل محل الحوار الفعلي وعدم المحادثة بين أفراد الأسرة الواحدة، مما ساهم في توسيع الفجوة وتعميق الصراع بين جيلي الآباء والأبناء، بالإضافة لاستخدام مفردات حديثة لها علاقة باستخدامهم لوسائل الإعلام الحديثة في حوارهم مع أسرهم، افرزت التحولات التكنولوجية تفاعلات جديدة للعلاقات على صعيد الاسرة أدت الى تعزيز العزلة والتنافر بين افرادها، الامر الذي يجعلنا نتساءل عن أثر الوسائط الجديدة للاتصال على تلاشي قيم التواصل الاسري وخصائص المجتمع التراحمي، وما هي السبل الكفيلة بتسهيل استعادة الاسرة لدورها الرئيسي في التربية والتوجيه. وتوصي الباحثة بإجراء المزيد من البحوث والدراسات حول تأثير وسائل الاعلام الحديثة على العلاقات الأسرية، وعلى كيفية استعادة الأسرة لدورها الحقيقي في المجتمع، وتقديم مقترحات بحثية تساعد في تفعيل استخدام الإيجابيات.

٨. تهدف دراسة (فوزية عبد الله ال علي، ٢٠٠٩). بعنوان (البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية ودورها في التغير الاجتماعي لدى الجمهور دراسة مسحية على عينة من جمهور الامارات) إلى اتجاهات وتصورات الجمهور إزاء الأداء المهني للفضائيات الإماراتية بهدف رصد ومعرفة تصوراتهم وتقييمهم لهذا الأداء، في ظل واقع العولمة المتسارع ومتغيراتها الثقافية والسياسية والاجتماعية، والثورة المعلوماتية والتقنية الحديثة التي اوجدت نماذج الاعلام الجديد كمنافس قوي،

كما خلصت الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور العام تجاه الاوصاف التي تنطبق على القنوات الفضائية التالية: ملتزمة بتنمية الهوية الوطنية المحلية، وملتزمة بالتعريف بالتراث والتاريخ الاماراتي، ولا تتمتع بحرية كافية في طرح الموضوعات والآراء، وكذلك وجدت فروقاً ذات دلالة إحصائية تجاه أبرز سلبيات القنوات الفضائية الإماراتية، وتجاه مدى دعم القنوات الفضائية الإماراتية للقضايا

القومية الإماراتية وتجاه تقييم الجوانب التالية في أداء القنوات الفضائية، وتجاه مدى التزام القنوات الفضائية الإماراتية ببعض الجوانب الأخلاقية.

9. A case study (Dwivedi,2023). Titled (SOCIAL MEDIA MEMES: A STUDY OF ITS IMPACT ON INTERCULTURAL COMMUNICATIONS.

تركز الورقة البحثية على تأثير ميمات وسائل التواصل الاجتماعي على التواصل بين الثقافات، حيث تمثل "Memes" قوالباً صغيرة تحتوي على نصوص ومعلومات مضحكة ، ورأى الباحث ، أن الحقائق المعاصرة والصور النمطية الثقافية ذات الصلة والقدرة التفاعلية مع مستخدمي الإنترنت، وأنهم أحدثوا تغييرًا كبيرًا في عملية التواصل بين الثقافات بأكملها، والتي أدت إلى إنشاء مجتمع افتراضي، وبهذا الدور جعل فكرة العولمة ممكنة.

10. A case study for (Zainal, Rahmati,2020) Titled ("SOCIAL MEDIA AND ITS INFLUENCE ON VOCABULARY AND LANGUAGE LEARNING")

يخلص البحث الى تعريف وسائل التواصل الاجتماعي على أنها وسيلة اتصال بارزة وتستخدمها جميع الأجيال، إلى جانب استخدامها كأداة للتواصل، حيث قامت المؤسسات بدمج الوسائط الاجتماعية مثل Twitter و Facebook و YouTube كأدوات تعليمية لتقديم معلومات جديدة والتواصل مع الطلاب. وأثارت الشعبية التي اكتسبتها وسائل التواصل الاجتماعي على مر السنين جدلاً حول ما إذا كانت منصات وسائل التواصل الاجتماعي أداة تعليمية فعالة.

تهدف هذه الدراسة الى البحث في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تطوير مفردات اللغة الإنجليزية بين الطلاب في الجامعات الحكومية والخاصة في ماليزيا، وتهدف كذلك إلى استكشاف تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الاهتمام بمهارات تعلم اللغة. وتبحث هذه الدراسة في كيفية تأثير هذه المنصات الإيجابية والسلبية على اكتساب اللغة، تم الحصول على البيانات والردود لهذه الدراسة من الاستبيان. وتم تحليل بيانات الاستبيان كمياً باستخدام برنامج (SPSS)، وكشفت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي تثير اهتمام متعلمي اللغة الإنجليزية بتعلم اللغة.

11. A case study (Acheaw ,2015). Titled (Use of Social Media and its Impact on Academic Performance of Tertiary Institution Students).

تهدف الدراسة إلى تقييم استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأداء الأكاديمي لطلاب مؤسسات التعليم العالي في غانا مع التركيز على طلاب Koforidua Polytechnic. تم استخدام الاستبيان لجمع البيانات. من أصل ألف وخمسمائة وثمانية وسبعين نسخة من الاستبيان الموزع، تم استرجاع ألف وخمسمائة وثمانية، وهو ما يمثل نسبة استجابة ٩٥,٥٪. وكشفت الدراسة أن غالبية المبحوثين

لديهم هواتف محمولة بها تسهيلات الإنترنت ولديهم علم بوجود العديد من المواقع الإعلامية، وأكدت الدراسة أن معظم المستجيبين يزورون مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بهم باستخدام هواتفهم ويقضون ما بين ثلاثين دقيقة إلى ثلاث ساعات يوميًا. كما كشفت الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثر سلباً على الأداء الأكاديمي للمستجيبين وأن هناك علاقة مباشرة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والأداء الأكاديمي، وتوصي الدراسة، بتشجيع الطلاب ممن لديهم هواتف محمولة مزودة بالإنترنت على استخدامها في تكملة أبحاثهم بدلاً من الدردشة المعتادة، ويجب تشجيع الطلاب على تحديد الوقت الذي يقضونه على مواقع التواصل الاجتماعي يوميًا، ونصحهم باستبدال تلك الساعات بقراءة الروايات لتحسين معرفتهم. وبما أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد أثر سلباً على العمل الأكاديمي للطلاب، فهناك حاجة ملحة لتعريف الطلاب بتوفر الروايات وغيرها من مصادر المعلومات أو المواد التي يمكن أن تساعدهم أكاديمياً.

التعليق على الدراسات السابقة:

- يلاحظ ندرة الدراسات التي تهتم بدراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على اللغة المكتوبة المتضمنة بالرموز التعبيرية والمصطلحات.
- يلاحظ اهتمام الدراسات السابقة بمدى تفاعل المجتمع العام مع مواقع الشبكات الاجتماعية ومدى تأثرهم بالتطبيقات والتغيرات السلوكية والادمان والدور الاسري للعلاقات الاجتماعية والتغيير القيمي والانفلات الأخلاقي والتأثر بالثقافات المختلفة وتغيير المفاهيم والأفكار.
- تمثلت الدوافع الأساسية في الحاجة الى الحوار والتعارف مع الآخرين والبحث عن معلومات متنوعة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكافة أشكاله المرئية والنصية.
- يتضح لنا أن وسائل التواصل الاجتماعي لديها القدرة على إحداث تغيرات معرفية وسلوكية وفكرية، طبقاً لكثرة استخدام التطبيقات التواصلية والتفاعل معها والمميزات الموجودة لديها كالتصوير والتعليق والتدوين وبث الفيديو والمقاطع الصوتية عبر الهواتف الذكية المتطورة باستمرار.
- أكدت الدراسات السابقة على تأثير جميع المتغيرات الإنسانية الدينية والسلوكية والثقافية والمعتقدات ولم يتطرق أي منهم إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة الإنسانية المتغيرة ووجود مصطلحات جديدة أو لغة جديدة قد بدأت بالظهور على أشكال متنوعة غيرت مفهوم الواقع الاجتماعي.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في تحليل دوافع ظهور مصطلحات اللغة المتغيرة مع الأزمان، حيث شهدت المجتمعات الحديثة تنامي ظاهرة استخدام تقنيات الاتصال الالكتروني والإعلام الرقمي وأصبحت هناك شبكات تواصل اجتماعي، وأدت هذه الظواهر اللغوية إلى تتطور متتابع مستمر عبر مجتمعات ومنصات وسائل التواصل

الاجتماعي، وكيفية الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي الفعالة في ظل التغيرات السريعة للتكنولوجيا الإلكترونية والتطبيقات التواصلية والبرامج الحوارية، وكيفية الاستعداد بتوجيه الأساليب والتحديثات بصورة صحيحة إيجابية وناجحة ومؤثرة فعالة للارتقاء بمستوى فكري للبشرية في مجال التحول الرقمي يقوم على الاستفادة من المزايا التي تقدمها تقنية الاتصال بشكل خاص والتقنية الحديثة بشكل عام في جميع الميادين لمواكبة عصر المعلومات والتكنولوجيا الذي فرض على البشرية جمعاء، وحتى لا نجد أنفسنا في عزلة عن بقية دول العالم.

وهنا تبرز مشكلة الدراسة للتعرف على حدود وطبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التغير، وطرح وجهات نظر مختلفة يناقش من خلالها قضايا متعددة منها كلمات ومصطلحات دخيلة متجددة، وإبداء الراي وصناعة فكر مغاير للمجتمع المحيط عما هو موجود لإثبات الحضور في الساحة الالكترونية والرقمية.

وبناءً عليه، تتبلور مشكلة الدراسة في معرفة أراء المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي في رصد ظهور لغة جديدة متحورة من كل لغات العالم في العصر الرقمي الحديث والأسباب التي أدت الى ظهورها، وتأثير الإعلام الرقمي على تحور المصطلحات الحديثة وإلى أين يتجه تحوير اللغات، والأسباب التي أدت إلى استبدالها من لغة لفظية الى لغة مرئية مختصرة، وأي دور يلعبه التغيير في الثقافة الإنسانية لعدم وضوح الرؤية المستقبلية له.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في كيفية التعبير وقدرة التغيير في الإعلام الجديد للغة المتداولة والمتحولة والمستجدة بالألفاظ والتراكيب اللغوية المتنوعة والمختلفة في وسائل التواصل الاجتماعي معبرةً عن ثقافة العصر المتطورة في النقاط التالية:

١. تمهيد الطريق أمام الدراسات بإضافتها للتراث العلمي للموضوعات المماثلة بصورة علمية وشاملة مما يسهم في تحقيق المعرفة التراكمية والبحثية.
٢. مدى ارتباط المجتمع بوسائل التواصل الاجتماعي، مما يعطي أهمية لتأثيرها على مستخدميها في استخدام المصطلحات والرموز التعبيرية نيابة عن المحادثات التقليدية في ظل تطور اللغة واستبدالها.
٣. تحليل أثر التطبيقات في ظل تغير اللغة والمصطلحات المستخدمة، والجوانب المؤثرة على السلوك الإنساني واتجاه تأثر السلوك اللغوي وتنمية معلومات المستخدمين.
٤. الوصول الى توصيات مبنية على نتائج الدراسة للاستفادة منها على توضيح العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والسلوك اللغوي والتغيرات التي تطرأ على مصطلحاته.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الى معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز تغير اللغة من الكتابة النصية إلى وجود مصطلحات محدثة وجديدة واستبدال اللغة المكتوبة برموز ومصطلحات، ومن الأهداف:

١. التعرف على وسائل التواصل الاجتماعي بمصطلحاتها ودورها في تحور اللغة.
٢. الكشف عن أسباب الآثار الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي ودوافعها ومبرراتها في تحوير اللغة الى الشكل الحالي.
٣. دراسة مراحل تكوين المصطلحات المتنوعة، وأثر وسائل التواصل الاجتماعي على تمحور ثقافة اللغات.
٤. تحديد طبيعة التأثيرات التي طرأت على اللغة نتيجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
٥. قياس إدراك مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي للرموز التعبيرية والمصطلحات المستحدثة.

مفاهيم الدراسة:

- **مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي: (Social Media Sites)**

إصطلاحاً: منظومة من الشبكات الإلكترونية المدعومة ببرامج حاسوبية تسمح بتواصل الأفراد مع بعضهم البعض، (القرشي،٢٠٢١).

إدراكياً: عبارة عن تطبيقات برمجية إلكترونية قائمة على نظام الجيل الثاني للويب، أبدع فيها أسلوب التواصل في الانترنت حول العالم حيث أن التفاعل بين المستخدمين أصبح أنياً وفورياً سواءً كانت مرئية أو مسموعة أو مكتوبة، ويخلق روابطاً وعلاقات اجتماعية بين الافراد تجمعهم فوائد ثقافية ومهنية ودينية وإنسانية مشتركة.

- **معنى الإعلام الرقمي: (Digital Media)**

إصطلاحاً: هي وسائل الإعلام التي تعتمد على التكنولوجيا بالصوت والصورة والكتابة الرقمية الحاسوبية عن طريق الإنترنت، (عثمان،٢٠٢٣).

إدراكياً: شكل من أشكال الوسائط التي تستخدم الأجهزة الإلكترونية الحديثة للإعلان والتسويق والشبكات الاجتماعية، على سبيل المثال وليس الحصر تطبيقات " الفيس بوك – تويتر – واتس اب – يوتيوب – تيك توك – لينكد ان " تعرف بما يسمى بالإعلام الرقمي الجديد (New Digital Media) التي حققت التواصل الإنساني والاستكشاف المعرفي والنقاش المجتمعي، وهي عبارة عن شبكات وبرامج اجتماعية تفاعلية تتيح لمستخدميها التواصل والتعبير عن أراء وأفكار ووجهات نظر مختلفة أو متطابقة تجمعهم اهتمامات أو تخصصات متوافقة في أي وقت وفي أي نطاق جغرافي، وفتحت المجال بدون قيود أو شروط لتدوين

وصنع أي محتوى إعلامي على شبكة الإنترنت ليكون متاحا للعالم لرؤيته وقراءته، ومن أمثلة الإعلام الرقمي المنتديات التي تتيح مشاركة المعرفة للمستخدمين ذوي الاهتمامات المشتركة حيث يمكن التعليق والتفاعل ومناقشة الموضوعات الخاصة، ومن أمثلة المنتديات (Facebook)، ولنا أن نذكر البودكاست (Podcast) وهو نظام يسمح بمشاركة المعرفة عبر الصوت، ومن أشهر تطبيقات وسائل التواصل اليوتيوب (YouTube) والتيك توك (Tik Tok) اللذان يضيفان الصوت والصورة بالعلامة المميزة لهما في التواصل بل وغيرها من الكثير من وسائل التواصل المستخدمة في التسويق والدعاية والإعلان، فمنها مصدر للمعلومات ومنها مصدر للأموال والربح.

- **مفهوم تطور المصطلحات**

إصطلاحاً: المصطلحات التي هي كلمات ومفاهيم وجمل معبرة عن شيء ما، ولها دلالة معينة مرتبطة بالألفاظ، (الأحمري، ٢٠٢٣).

إدراكياً: مجموعة من الكلمات التي نشأت لتعبر عن معاني متطورة حيث تغيرت المفاهيم والمعاني من شكلها المعروف إلى شكل العصر الرقمي لتسهيل الكتابة والمفهوم والقدرة على التواصل مع جميع الأجناس واللغات بصيغة موحدة عالمياً، وهنا ندرك أن مفهوم تغير اللغة هو وجود لغة جديدة هجينة لتسهيل التواصل على الواقع في أي منطقة جغرافية او مكانية وبجهد أقل ولا يعني التغير التطور، فالتغير قد يكون تقدم للأمام أو تراجع للخلف، والتطور هو تغير للأمام بإبداعاته الجديدة. (علاَّش، ٢٠١٤/٢٠١٥).

- **معنى تحوير اللغات**

إصطلاحاً: بمعنى التعديل أو التنقيح بزيادة أو شطب، وقد يكون إخراج الحديث بمعنى آخر غير المقصود، (الأحمري ٢٠٢٢).

إدراكياً: التجديد والاندماج لجميع اللغات المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي والساحات الإلكترونية التي أدت الى ظهور لغة رقمية جديدة، ومنها على سبيل المثال الرموز التعبيرية "Emoji" والميمات "Meme" بمفاهيم تصويرية ولغوية جديدة.

- **مفهوم الثقافة الإنسانية: (Human Culture)**

إصطلاحاً: الثقافة الإنسانية هي القيم والعادات والتقاليد المشتركة بين بني البشر. (المرهون، ٢٠١٧)

إدراكياً: هي العادات والتقاليد والسلوكيات وقد يعبر بالانتماء العرقي والديني واللغوي والفكري الذي نجسده في تعاملاتنا اليومية، والتي هي جوهر الروح بقيمها و انتمائها، وأثر امتزاج الأديان واختلاط الثقافات عبر الأجيال في تحول وتغيير الأفكار والمفاهيم واللغات. وكما نعلم فإن الثقافة هي المحرك الأساسي للمجتمعات، فمقياس الحضارة للمجتمع مرتبط بثقافتها بكل ما تعنيه الكلمة من دلالات وما

يحتويه من معانٍ، لذلك فإن الحفاظ على الثقافة وطريقة نقلها إلى الأجيال المتعاقبة تعتمد على مدى استيعابنا ومفهومنا لتلك الثقافة، ويجب ان نحرص على عدم انقراض الملامح الأساسية والخصائص الأولية للغتنا. ويمكن القول بأن " اللغات معدية من حيث مفرداتها ولكنها محصنة من حيث قواعدها " بمعنى أن اللغات تستمد مفردات من بعضها ولكنها لا تدخل قواعد نحوية من بعضها ككلمة (selfi) سلفي المشاع استخدامها في التصوير، التي هي مفردة إنجليزية الأصل وتم تعريبها واستخدامها في اللغة العربية.

أسئلة الدراسة:

١. كيف يمكن أن تندثر اللغة الحالية وتحل محلها المصطلحات والرموز الحديثة مستقبلاً؟
٢. ماهي الدوافع والأسباب التي أدت إلى ظهور المصطلحات الدخيلة في اللغة وتغير الفكر السائد القديم، وتغيير الثقافة اللغوية في الإعلام الرقمي؟
٣. ما هي وسائل التواصل الاجتماعي في الإعلام الرقمي والآثار السلبية والايجابية في استعمال المصطلحات والرموز؟
٤. ما المقصود بتطور المصطلحات الحديثة وأثرها في تطور اللغة وتحورها؟
٥. ما أهمية استخدام المصطلحات والرموز في وسائل التواصل الاجتماعي، وهل يمكن الاعتماد عليها؟

فروض الدراسة:

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية لاستخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيرات (العمر والنوع والمؤهل العلمي والعمل والمنطقة الجغرافية).
٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية لاكتساب عينة الدراسة الرموز التعبيرية والميمات والمصطلحات وتأثير الأفكار تعزي لمتغيرات (العمر والنوع والحالة التعليمية والعمل والمنطقة الجغرافية).
٣. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإعلام الرقمي وتطوير المصطلحات اللغوية الحديثة.
٤. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تأثير المجتمعات في تغيير المفردات والسلوك والأفكار والمعتقدات والقيم وتنمية الفكر اللغوي حسب متغيرات العمر والجنس والمؤهل العلمي والعمل والمنطقة الجغرافية.

الإجابة على التساؤلات:

١. كيف يمكن أن تندثر اللغة الحالية وتحل محلها المصطلحات والرموز الحديثة مستقبلاً؟

اللغة المندثرة أو المنقرضة أو الميتة هي لغة ليست مستخدمة ولم يعد يتحدث بها أحد الآن، وتستغرق عملية اختفاء اللغة واندثارها وقتًا طويلاً عبر الأجيال

حيث تحدث التحولات اللغوية عبر التاريخ، وعلى مر العصور حيث يتحدث البشر قديماً بألفاظ وإيماءات للتعبير من خلال الرسم والنقش والتصوير على الجدران في المعابد والكهوف، **(طه،٢٠٢١)**. وتؤكد الدراسات اللغوية والاجتماعية أن حوالي ستة الاف لغة أو أكثر قد انقرضت، ولم يعد يتكلم بهم أحد في وقتنا الحاضر، ومن أمثلة اللغات المندثرة لغة الماندرين الصينية واللغة السومرية بالعراق ولغة النورن للفايكنج بإسكتلندا واللغة الهيروغليفية المصرية القديمة.

ورجوعاً للخلف قليلا بضعة الاف من السنين وشاهد من التاريخ، وقصة قديمة حيث يعيش المصريون القدماء وكانت لغاتهم عبارة عن رموز رسومية صورية استُخدمت كعلامات في الكتابة (هيروغليفية) وهي عبارة عن لغة ذات صلة بحضارتهم واسلوبهم في التعبير عن متطلباتهم الحياتية، والتي تشبه الى حدٍ كبير الرموز التعبيرية في موقع التواصل الاجتماعي المسمى بالايموجي (Emoji) وللرسم لها دلالة عن شيء ما، ويعبر عن مكنون ما، وجاءت العلامات كاستخدام تصويري أي معبرة عن صورتها بالمعاني البيئية وخلال مرور السنوات تغيرت وأصبحت حروف أبجدية تشكلت بالنقاط والحركات تباعاً على فترات زمنية والآن تعاود الرجوع الى الشكل الاولي تقريبا عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي بوتيرة أسرع الى مصطلحات العصر الجديد.

إن أحد الركائز الأساسية لتغير اللغة هو تراجع دور الأسرة وعدم إدراكهم أهمية نقل الجذور والأصول الأصلية لأبنائهم، حيث تحول إلى دفع الأبناء للاهتمام بثقافات الغرب وتعلم عاداتهم وتقاليدهم ولغاتهم والامتزاج مع ثقافات خارجية، وبذلك سوف يندثر الإطار الثقافي وتضعف الطاقات الإبداعية ويضيع تراثنا وحضارتنا العريقة، لتواكب العالم الغربي في تقدمه التكنولوجي، لذا، فإن تغير اللغة مرتبط بالعوامل الاجتماعية التي تتغير باستمرار وطبقاً لنوع مستخدمي هذه اللغة ومكان استخدامها، (الأحمري،٢٠٢٢، ص٤٣).

ومع ذلك فإن انتشار الإنترنت وبداية ظهور وسائل الإعلام الجديدة، تزيد من تشكيل ثقافات خاصة ببعض فئات وشرائح المجتمع ليخلق ثقافة مهجنة وممتزجة ، ومع دخول التكنولوجيا الرقمية والتطبيقات الجديدة للتواصل منذ بدأ الإعلام الجديد عبر تقنياته الحديثة في تشكيل مفهوم حديث للعلاقات الاجتماعية وحيث أصبحت مصادر المعلومات والأخبار من تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي في الإعلام الرقمي في صورها المختلفة من فيديوهات ورسائل نصية وتدوينات، تؤدي إلى فقدان اللغة قيمتها نسبياً وتدريجياً وفي طريق اندثارها ربما في الزمن القريب. إذاً هناك لغات سوف تندثر وأخرى سوف تندمج مع لغات أخرى ذات عدد أكبر من المستخدمين، ونبين أن التواصل الاجتماعي سوف يزيد من سرعة ووتيرة اندثار أو اندماج اللغات.

وكما نعلم، فإن اللغة ظاهرة اجتماعية تخضع للتطور فهي جزء من ثقافة المجتمع و هي الوسيلة المعبرة عن فكر الإنسان، فهي تؤثر في تغيير أنماط السلوك

الثقافي وتتأثر بها أيضاً في تغيير مفرداتها، ومع دخول وسائل التواصل الاجتماعي تأثرت بإنشاء مصطلحات جديدة مواكبة لحالتها الحالية والتقنية وفي نفس الوقت أثرت على المستخدمين والمجتمع لسهولة استخدامها بنمط غير مألوف ، ومن عوامل التطور اللغوي ، التعريب وهو نتيجة لظاهرة الاحتكاك اللغوي وهو استعمال الالفاظ الغربية لموضوعات ومعان جديدة وتعامل معاملة الالفاظ العربية مع التغيير اللفظي عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل (اوفر) وهذا هو التغير الواعي (Conscious Change) وهو أن المستخدم على وعي بالتغير اللغوي (الأحمري،٢٠٢٢،ص٧٩) ، الاقتراض وهو كلمة ولفظ غربي تداول في وسائل التواصل الاجتماعي بدون تغيير مثل (تويتر، فيس بوك، ماسنجر)، وكل هذه الدلالات والعوامل تؤكد عدم دراية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بقواعد ونحويات اللغة العربية لسهولة التأثير فيهم وهذا هو التغير اللاواعي (Unconscious Change) وهو أن المستخدم ليس لديه علم بالتغيير اللغوي (الأحمري ،٢٠٢٢،ص٧٩) ، وادعاء الثقافة والمعرفة والتأثر بالسياق الاجتماعي والهيبة (Prestige) وهو الرغبة في استعمال أنواع لغوية تعبر عن الطبقة العليا (الأحمري ،٢٠٢٢،ص٨٠) ، وأيضا عدم وجود معاني ومفردات باللغة العربية لآنها لغة اجنبية محدثة ومبتكرة أصلاً وهي مفردات جديدة يبتكرها الشباب من خلال التأثير المتبادل في التفاعل والمحاكاة، (الأحمري،٢٠٢٢،ص١٦٠).

وللإجابة على السؤال (هل يمكن أن تندثر اللغة الحالية؟) فهي رهن تفكيرك وتعاملك مع وسائل التواصل الاجتماعي سيدي المواطن الرقمي، "والتغير أمر حتمي لبقاء اللغات على قيد الحياة بمعنى بقاءها متداولة بين الأفراد، (علاش،٢٠١٤/٢٠١٥)".

والخلاصة، تتطوّر اللغات وتتنوّع مع مرور السنوات، بمعنى (تطور اللغة لا يمكن مقاومته).

٢. ماهي الدوافع والأسباب التي أدت إلى ظهور المصطلحات الدخيلة في اللغة وتغير الفكر السائد القديم، وتغيير الثقافة اللغوية في الاعلام الرقمي؟

إن من الدوافع التي أدت لظهور المصطلحات هي أن اللغة في سياقها الاجتماعي من أهم الظواهر الاجتماعية لكتلة من الناس يجمع بينهم عامل اجتماعي واحد، وبطريقة محددة يتم فيها اختيار العبارات والكلمات بسياق محدد، وفي مجتمع محدد او نطاق جغرافي محدد، بمعنى (لو أن كلمةً ما نطقت في موقفٍ ما، ونفس الكلمة نطقت في موقفٍ آخر، فإن المعنى يتغير، وأيضاً بالنسبة لنبرات الصوت يتغير المعنى لنفس الكلمة)، وباعتبار أن اللغة متنوعة ومتغيرة بتنوع المجتمعات تنتج أنواعاً وأشكالاً مختلفة من اللغات ولا تستخدم بوتيرة واحدة ولا بشكل واحد، وحيث سمحت وسائل التواصل الاجتماعي بالتبادل الثقافي الجماعي والتواصل بين الثقافات، وأدت إلى دمج الثقافات المختلفة وطرق الاتصال معاً، وأن المزج بين أنماط التفكير الثقافي المختلفة

وأنماط التعبير هي التي أدت الى التغير والتطوير اللغوي، ونذكر أن تفسير مسيرة اللغات ومواكبتها للتطور جعل التعريب الطريق الأوسع لاشتقاق وتوليد مصطلحات جديدة واتصالنا بالحضارات الغربية وسعينا الى التعريب بكل أشكال اللغات، (الشعلان، ٢٠٢١).

وبينما أثرت وسائل التواصل الاجتماعي على طريقة التواصل من خلال إدخال نماذج لغوية جديدة والتي تحتوي على خصائص محددة ترتبط بفئة اجتماعية معينة ، نرى أن الاختصارات أنشأت لتقليل الوقت المستغرق للرد على الإنترنت، إضافةً إلى وجود الوسم -الهاشتاج- الذي أثر على طريقة تواصل الشباب ومن خلاله يمكن نشر فكر ما على نطاق واسع من المستخدمين خاصة مع إدخاله على جميع منصات التواصل الاجتماعي، وبشكل أساسي تم إنشاء الهشتاج لتنظيم المعلومات والبحث عنها بسهولة، ويسمح لمستخدمي هذه المنصات الاجتماعية بالمساهمة في مناقشة أفكار معينة تتجه نحو التغيير بسرعة أكبر لتشكل الهوية الاجتماعية الخاصة بها مع الميول والتفضيل والانتماء وتكوين مصطلحات علمية ورموز تعبيرية، فالتطور السريع للأجهزة الإلكترونية وكثرة التطبيقات التواصلية وتنامي عدد المستخدمين بلغات شتى واندماج الثقافات عوامل مجتمعة لتأسيس فكر جديد وأسلوب حديث وثقافة متطورة مبدعة في تواصل فريد بين الثقافات مقدمها البشرية جمعاء بلا استثناء.

٣. ما هي وسائل التواصل الاجتماعي في الاعلام الرقمي والآثار السلبية والايجابية في استعمال المصطلحات والرموز؟

وسائل التواصل الاجتماعي هي جزء من وسائل الإعلام الرقمي والغرض الأساسي منها هو ربط الناس من جميع أنحاء العالم، وتشمل مواقع الشبكات الاجتماعية الأكثر شهرة اليوم Facebook و Twitterو Instagram و YouTubeو LinkedInو Snapchatو Tik-Tok.

وعند الحديث عن وسائل التواصل الاجتماعي لابد من معرفة كيف بدأت، فقد ظهرت برامج البريد الإلكتروني (الإيميل) والمواقع الاخبارية لأول مرة في أوائل السبعينيات عند إنشاء متصفح ويب (١) عندما كانت المعلومات تسير باتجاه واحد من المرسل الذي هو منشئ المعلومة الى المستقبل وهو قارئ فقط للمعلومة دون التفاعل منه ولا يستطيع الرد بطريقة مباشرة على المعلومة، وهذا التوسع لم يظهر حتى إنشاء شبكة مجموعة المناقشة في هذا القرن ومكنت المستخدمين من نشر الرسائل واستلامها ضمن نطاق الاهتمامات في منتديات المناقشة، وأصبح التفاعل مع إصدار متصفح الويب (٢) بواجهة رسومية سهلة الاستخدام مكنتهم من المشاركة في المحادثات وإيجاد أرضية مشتركة مع الآخرين لتبادل المعلومات، وتستخدم الشركات منصات التواصل الاجتماعي في العثور على العملاء والتفاعل معهم في عمليات التسويق والمبيعات من خلال الإعلان والترويج ومعرفة اتجاهات المستهلكين، وتقديم خدمة العملاء أو الدعم، وتعزيز تعليم الطلاب وبناء روابط تعليمية بطرق مبتكرة وفريدة في منصات التعليم التربوي.(من خلال دراستي للمناهج).

وكما أثبتت بعض الدراسات العينية بالمقاييس الكمية أن لوسائل التواصل الاجتماعي ميزات فريدة في إيجابياتها وسلبياتها، ونسرد بعضاً منها على سبيل العلم، فيمكن استخدام شبكات التواصل في مجال الأعمال للتسويق والترويج الشخصي أو ترويج العلامة التجارية و للحصول على معلومات حصرية، ويمكن العثور على أشخاص لديهم نفس الاهتمامات من خلال شبكات التواصل، كما يمكن وضع السيرة الذاتية لغرض الوظائف والتوظيف ، وتكوين مجموعات التواصل مع الأصدقاء والتعرف على أناس جدد، كما أن وجود الكثير من المحتوى السلبي كالتعليقات المسيئة و متصيدي الإنترنت وقراصنة المعلومات، إذ يمكن بيع معلوماتك لشركات التسويق واستهدافك بالإعلانات، كما يمكن أن تكون سبباً للإدمان والأرق والعزلة والتنمر، وضعف الترابط الأسري والتواصل الواقعي مع الأصدقاء، ونود الإفادة بأن بعض المنصات الاجتماعية الرقمية الالكترونية على الانترنت لا تخضع للرقابة القانونية مباشرة، مما يؤدي إلى نشر المحتويات التي لا تناسب الآداب العامة والأخلاق والقيم، وهي عكس المنشورات والمعلومات الإخبارية والتسويقية في مؤسسات النشر التي تخضع لقوانين صارمة في نشر المحتوى. لذا، فان التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي يؤدي تدريجياً إلى تبني صور ذهنية وأفكار ومعتقدات ومفاهيم مغايرة للواقع الاجتماعي نتيجة للإفراط في تعرض المستخدم واستعماله لهذه الوسائل، مما يؤدي الى الانهيار الاجتماعي والانفلات السلوكي والانطواء والعزلة. (من خلال قراءاتي المعرفية).

٤. ما المقصود بتطور المصطلحات الحديثة وأثرها في تطور اللغة وتحورها؟

نظراً لأن مصطلحات وسائل التواصل الاجتماعي لا تزال جديدة نسبياً من منظور تاريخي، فمن الصعب التنبؤ بتطوره، ولكن من الممكن القول بأن مستقبل مصطلحات وسائل التواصل الاجتماعي بتأثير الاعلام الرقمي في تطور مستمر للمصطلحات الحديثة وتحوير اللغات في الثقافة الإنسانية، مما أدى إلى ظهور تعبيرات واصطلاحات بأشكال لغوية جديدة، ومن أمثلة التأثيرات الواقعية:

- **الاختصارات:** شكلت وسائل التواصل الاجتماعي والمحادثات الفورية، على استخدام الاختصارات لنقل الرسائل بشكل أكثر كفاءة، وتكييف العبارات الاصطلاحية وتحويلها إلى صورة مختصرة يسهل كتابتها، وبطبيعتها لتعطي مساحة اكبر وتسهل فهمها على المتحدثين بلغات مختلفة ، وشيئاً فشيئاً دخلت في صلب اللغة وأصبح الناس يستخدمونها في حياتهم اليومية مثل "B2B" (أعمال لأعمال = Business To Business) و "AMA" (إسألني أي شيء = Ask Me Anything)، وأيضاً "OMG" بمعنى (يا الهي = Oh My God) ، حيث أصبحت هذه التعبيرات الاصطلاحية الجديدة حاضرة دوماً في وسائل التواصل الاجتماعي ، (يوسف، ٢٠٢٢).
- **الميمات:** هي كلمة انجليزية الاصل "Meme" وتعني عنصر ممتع أو مثير وهو مصطلح يستخدم لوصف رسومات وشعارات وصور مضحكة أو مقاطع

الفيديو بالكلمات، وغالبًا ما يتم تضمين العبارات والتعبيرات الفكاهية من خلال وسائل التواصل، وقد نشأت وتطورت إلى تعبيرات اصطلاحية جديدة عن طريق الصدفة أو التعليق والتقليد، وتستعمل لمشاركة المعلومات والعواطف والإدراك والتعبير بوجهة نظر لموضوع أو حدث معين، وقد تحمل رسائل سياسية للفت الانتباه، على سبيل المثال، عبارات مثل جملة مكتوبة على الصور (أتغارين وانت أجملهن)، و(إبتعد عنهم قليلاً ستراهم بوضوح)، و (The moment I get home)، (Shashank ، ٢٠٢٣).

- **الهاشتاج:** (Hashtag) لها تأثير عميق في تطور اللغة والتعبير، وتساعد (#) في تصنيف المحتوى والتركيز عليه ككلمة أساسية في البحث وتسهيل اكتشافه، وعلامات التصنيف مثل #كلمة_البحث_الرئيسية.
- **مصطلحات علمية:** مفاهيم تصاغ حرفياً وتتعلق بالفكرة في الوسائط الاجتماعية العلمية وتتضمن كلمات أو عبارات أو معاني جديدة في تلك المجتمعات بين المستخدمين "فهي لفظ توضح معنى خاص لكل فئة او مهنة او مجتمع خاص تحمل في طياتها دلالات معينة"، وتتضمن مصطلحات مثل:(Trend – Post – Messenger – Reel - Story).
- **الرموز التعبيرية:** قد يطلق عليه برموز(المشاعر) ايموجي (Emoji) وهي عبارةٌ عن صورٍ صغيرةٍ رمزية، قد تكون ثابتةً أو متحرّكة للتعبير عن المشاعر والعواطف والاحاسيس أو الأفكار والآراء في وسائل التواصل الاجتماعي وتعزز تجربة الدردشة دون كتابة، مما يؤهلها لاختصار الجُمَل، وتزيد معدل التفاعل بين المستخدمين، ويضمن تواصل أفضل بمجهود أقل في كل المنصات، ويمكنها توصيل المعنى الذي تريده فوريًا وتظهر بصورة مرحة ودودة بعيدة معبرة بسلوك مغايرة عن الرسميات، كما تبين الحالة النفسية للمحتوى والفرد على خلق تواصل إنساني مُحبب، وتحتوي على الأشكال التي نشاهدها ، مثل: المأكولات والألعاب الرياضية ووسائل النقل والأجهزة المنزلية وأشكال الحيوانات وأعلام الدول وغيرها، ولها مفهومها الخاص في المراسلات، وفي بعض الأحيان لا يتناسب استخدام الرموز التعبيرية مع بعض التخصصات أو المواقف، فيجب الوزن في استخدام هذه الرموز، وقد يختلف استعمال الرموز التعبيرية طبقاً للمواقف المتنوعة حتى تصل إلى أفضل صورة بصريّة متوافقة مع المحتوى، ويجب أخذ الحيطة عند استعمالها، ويعود أصل كلمة إيموجي emoji إلى اللغة اليابانية، حيث يرمُز حرف (e) إلى الصورة، وكلمة (moji) بمعنى شخصية، وظهرت الرموز التعبيرية لأوَّل مرَّةٍ في أواخر التسعينات من القرن العشرين وتحديداً في عام ١٩٩٥م في اليابان، حيث ابتكرت شركة اتصالاتٍ يابانيةٍ مجموعة من الرموزٍ التعبيريةٍ للمُساعدة في تسهيل التواصل الإلكتروني. على سبيل المثال، اتخذت رموز الإبهام لأعلى (👍) أو رمز القلب (❤️) او الوجه الضاحك (☺) معاني تستخدم للتعبير عن الموافقة والاعجاب والمودة

والابتسامة. ومن استنتاجنا أنك ترسل نفس الرمز الى كل الشعوب وجميعهم يفهم معنى نفس الرمز، كلٌ بلغته، فأصبحت شكلاً من أشكال اللغة بسيطة ومقبولة عند الجميع، وهي تجربة عن لغة الجسد او تنوب عنها مثل لغة الإشارة التي أصبحت وسيلة بديلة عن لغة الجسد، وتحولت الايموجي الى لغة عالمية موحدة. (احمد، ٢٠٢٣ ، ص ٤٣).

٥. ما أهمية استخدام المصطلحات والرموز في وسائل التواصل الاجتماعي، وهل يمكن الاعتماد عليها؟

إن من أهمية استخدام المصطلحات والرموز التعبيرية أنها تقرب الشعور والمعلومة التي تريد إيصالها للطرف الآخر من التواصل ويؤهلها لاختصار الكثير من الجُمَل في التعبير عن الآراء بتفاعل أكبر من المعتاد وارتباطها بشعور أفضل، وخصوصاً في الحملات التسويقية، حيث يمكن الاعتماد عليها لتجنب الشرح المطول للمحتوى والمنشور، وأحياناً يكون التفاعل مضطرباً اذا تم الإفراط في استخدام الرموز والمصطلحات، فيجب التوازن في استخدامهما، وبصفة عامة يمكن الاعتماد على الرموز والمصطلحات لفهم المعاني بشكل عام في بيئة مناسبة للموضوع والمحتوى.

أدوات جمع البيانات ومقاييس الدراسة:

ومن أجل الوصول الى النتائج تم تشكيل البيانات التي تم جمعها وتحليل وتفسير البيانات وتم طرح مجموعة من التساؤلات واكتشاف علاقات معينة بين المتغيرات.

- شرح الهدف من الدراسة بملاحظة مدى استخدام المصطلحات والميمات والرموز التعبيرية التي تؤدي الى تغير الفكر والثقافة والمفاهيم والآراء لدى المستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً، وتم إضافتها في بداية صفحة الاستبيان.
- استعمال الوسيلة التواصلية الواتس اب او المكالمات الهاتفية للتواصل مع إرسال الرابط الإلكتروني للاستبيان لهذه الفئات.
- عمل الاستبيان وبه تصنيف الأسئلة الديموغرافية، والاسئلة الاجتماعية والتخصصية في مجال الإعلام الرقمي والمقارنة وجمع البيانات.
- تصنيف البيانات وتبويبها باستعمال برنامج الاكسل وبرنامج (SPSS) لعمل الاحصائيات الكمية.
- التنويه بسرية المعلومات واحترام استقلالية المشاركين وعدم الكشف عن هوياتهم، حيث لم يطلب منهم أي من المعلومات الاثباتية كالاسم وأرقام هواتفهم.

مـجـالات الـدراســة:

كان منهجنا دراسة ميدانية بالعينة لمعرفة خصائص وميول واتجاهات افراد (عينة البحث) وإدراكهم بمواقع التواصل الاجتماعي وطريقة تعاملهم مع الوسائط الاجتماعية

وأسباب استخداماتهم بالمصطلحات والرموز التعبيرية ومدة بقائهم في التواصل، وتأثير المفاهيم والسلوك اللغوي وتغيير المفردات والمصطلحات واستخدام الرموز التعبيرية والميمات في كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

١. **الحدود الجغرافية ومجتمع البحث**: يتم جمعها بطريقة عشوائية على كافة شرائح المجتمع ونخص هنا مدينة الرياض بالمنطقة الوسطى، ومدينتي مكة وجدة بالمنطقة الغربية.
٢. **الحدود البشرية العمر والجنس**: من الذكور والإناث وعلى جميع المستويات التي تمثل شرائح المجتمع من مواطنين ومقيمين، وذلك للحصول على بيانات لا تمثل فئة معينة او عرق معين ولمعرفة التأثيرات والتغيرات اللغوية في مواقع التواصل الاجتماعي باندماج وتفاعل العرقيات ومزج اللغات وتطور المفاهيم ببعضها ومدى تداخل الغزو الفكري وتمكين المجتمع من فهم المصطلحات وتوحيد الرموز وتكوين اللغة الإلكترونية الحديثة.
٣. **الحدود الزمنية والوقت**: اقتصرت الدراسة في الفترة الزمنية على العام ٢٠٢٣ الميلادي في الشهر الثامن (أغسطس).
٤. **الحدود الكمية**: وقد كانت أعداد العينة بما يقارب (٢٥٦) عينة مفردة.

المقاييس والاختبارات الإحصائية:

ومن المقاييس في الاختبارات الإحصائية باستخدام برنامج اكسل وبرنامج احصائي (SPSS).

- ❖ النزعة المركزية (Central Tendency):
  - المتوسط الحسابي (Average/ mean).
  - التكرار (Frequency) = عدد التكرار للعينة
  - النسب المئوية (Percentage) = عدد قيم العينة / مجموع القيمة الكلية للعينات x ١٠٠
- ❖ التنوع (Variation):
  - المدى (Range) = اعلى قيمة – أدنى قيمة
  - الانحراف المعياري (standard deviation)
- ❖ النتائج (Results):
  - عمل رسم بياني (Histogram) للنقاط الإحصائية باستخدام برنامج اكسل (Excel) وبرنامج (SPSS) وتمثيل البيانات بشكل بصري لتسهيل فهم وتقييم توزيع البيانات، حيث يبين درجة انتشار البيانات والسلوك المركزي للبيانات.
  - تحليل البيانات

المنهج المتبع والخطوات الوصفية الإحصائية:

- تم تصميم صحيفة استبيان لجمع البيانات وتشمل مجموعة من الأسئلة المغلقة، ومنها الأسئلة الديموغرافية:

١. العمر: لمعرفة القيم الكبرى والصغرى لأعمار المتأثرون بمصطلحات ورموز وسائل التواصل الاجتماعي.
٢. الجنس: لمعرفة القيم الكبرى والصغرى لعدد تكرارات العينة في تأثير المصطلحات والرموز عليهم.
٣. المهنة: لمعرفة مدى تأثير المصطلحات والرموز على الطلاب والموظفين والمتقاعدين والعاطلين عن العمل، وما الحاجة والدوافع التي دعتهم إلى استخدام تلك المصطلحات والرموز في وسائل التواصل الاجتماعي.
٤. المدينة: لمعرفة الموقع الجغرافي للعينة.
٥. المؤهل العلمي: لمعرفة مدى تأثير الرموز والمصطلحات والقدرة على إدراك المفهوم والتعبير اللغوي على جميع الفئات التعليمية.

- تم صياغة بعض الأسئلة التخصصية البحثية لمعرفة مدي العلاقة بين البيانات الديموغرافية وارتباطها باكتساب اللغة الرقمية من مصطلحات ورموز، وكثرة استخدامها، والإدراك والوعي بمفهومها اللفظي والدلالي في ساحات وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت.

٦. على أي جهاز تتابع مواقع التواصل الاجتماعي أكثر؟
لنبين أكثر الأجهزة المستخدمة للدخول لمواقع التواصل الاجتماعي اللابتوب او الهاتف الذكي.
٧. ماهي المراحل الأكثر تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي؟
لنبين المراحل الأكثر تأثراً بالمصطلحات والرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي، مرحلة الطفولة، مرحلة المراهقة، مرحلة الشباب، مرحلة البلوغ.
٨. ما هو الدافع لاستخدامك مواقع التواصل الاجتماعي؟
لنبين أسباب استخدام العينة لوسائل التواصل الاجتماعي، تمضية وقت الفراغ والتسلية، تواصل مع الأصدقاء والدردشة، التسويق والشراء، المنتديات العلمية والاخبار، جميع ما سبق.
٩. في اعتقادك، هل اكتسبت مفاهيم ومصطلحات علمية جديدة اثناء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟
لنبين مدى قدرة المستخدم على اكتساب المعرفة من مواقع التواصل الاجتماعي، نعم، نوعا ما، لا.
١٠. في اعتقادك، هل يؤدي كثرة استخدام المصطلحات والرموز التعبيرية الإيموجي في تغير مفاهيمك وأفكارك ويزيد من معرفتك بثقافات أخرى؟
لنبين رأي المستخدم في مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي والتعرض للمصطلحات والرموز والقدرة على تغيير المفاهيم والأفكار واكتساب المعرفة بالثقافات الأخرى، نعم، نوعا ما، لا.

١١. في اعتقادك، هل يؤثر استخدامك للإيموجي والرموز التعبيرية والمصطلحات في حوارك على موقع التواصل الاجتماعي، وتدرك جميع معانيها؟
لنبين رأي المستخدم بإدراكه للمعاني والرموز والمصطلحات ومفهومه بالكامل، نعم، نوعا ما، لا.

١٢. في اعتقادك، هل المستخدمون مسئولون عن ظهور مصطلحات جديدة وعن تغير الأفكار وخلق ابداعات متنوعة؟
لنبين اعتقاد المستخدم نفسه بقدرته على الإبداع وخلق مصطلحات ورموز شخصية ويتم استخدامه فيما بعد كعلامة مميزة، نعم، نوعا ما، لا.

١٣. هل تمارس الألعاب الإلكترونية مع الأصحاب والزملاء على مواقع التواصل الاجتماعي؟
لنبين أن ممارسة الألعاب الالكترونية تنمي مصطلحات المستخدم وإدراكه ومفهومه باللغة الأجنبية، نعم، نوعا ما، لا.

١٤. هل تتصفح الكتب الالكترونية والمواقع المعلوماتية في الانترنت؟
لنبين أن التعمق في تصفح الكتب العلمية والمواقع المعلوماتية تنمي مفاهيم وإدراك المستخدم والقدرة على البحث لفهم المصطلحات المتطورة، نعم، نوعا ما، لا.

١٥. هل تشارك محتوى وسائل التواصل الاجتماعي مع الاصدقاء؟
لنبين مدى كمية نقل المعلومات بين الأطراف المشاركة في موقع التواصل الاجتماعي، نعم، نوعا ما، لا.

١٦. قسم وسائل التواصل الاجتماعي: ما هو موقع التواصل الاجتماعي الذي تستخدمه والذي أثر عليك في تفكيرك ومفاهيمك؟

أ- الفيسبوك Facebook، محتوى لتأثير الإعلانات والتواصل مع الأصدقاء، قليلا، متوسط، كثيرا،

ب- تويتر Twitter، محتوى لتأثير الإعلانات وأخبار المجتمع، قليلا، متوسط، كثيرا.

ت- اليوتيوب YouTube، محتوى لتأثير البرامج المرئية والتعليمية، قليلا، متوسط، كثيرا.

ث- المدونات الإلكترونية Blogs، محتوى لتأثير البرامج المرئية، قليلا، متوسط، كثيرا.

ج- المدونات الصوتية Podcasts، محتوى لتأثير القصص والأفكار الدخيلة، قليلا، متوسط، كثيرا.

ح- التيك توك Tik Tok، محتوى لتأثير الثقافات الأجنبية، قليلا، متوسط، كثيرا.

خ- لينكد ان LinkedIn، محتوى لتأثير معرفي ووظائفي، قليلا، متوسط، كثيرا.

د- واتس اب Whats App، محتوى تواصلي لمشاركة الدردشة ومشاركة محتويات متنوعة، قليلا، متوسط، كثيرا.
ذ- انستقرام Instagram، محتوى تواصلي وتسويق، قليلا، متوسط، كثيرا.
ر- سناب شات Snap shat، محتوى تواصلي مرئي، قليلا، متوسط، كثيرا.

- لا يطلب من المشاركين في الاستبيان المعلومات الاثباتية كالإسم وأرقام الهواتف لسرية المعلومات واحترام استقلالية المشاركين وعدم الكشف عن هوياتهم ولكن يطلب منهم وسيلة التواصل الإلكتروني الإيميل فقط.
- ترسل صحيفة الاستبيان برابط عن طريق تطبيق (الواتس اب) بين المعارف والأصدقاء لجمع العينات وبشكل عشوائي.
- تجميع البيانات في تطبيق جوجل ومن ثم تحويل البيانات الى البرنامج الإحصائي (SPSS).
- يتم عمل التحليل والمقاييس الإحصائية التكرار والنسب المئوية للتعرف على البيانات الأولية لمفردات البحث، وتحديد آراء أفرادها تجاه العبارات والأسئلة البحثية.
- عمل رسم بياني (Histogram) للنقاط الإحصائية وتمثيل البيانات بشكل بصري لتسهيل فهم وتقييم توزيع البيانات.
- استخراج النتائج الكمية والوصفية وتحليلها ومناقشتها بموضوعية علمية.
- صياغة المقترحات والتوصيات لمشروع البحث لرفع الوعي البشري في استخدام الرموز والمصطلحات في المواضع والأماكن المناسبة وعدم الافراط في استخدامها للحيلولة دون اندثار لغتنا الجميلة، لغة الضاد، في المجتمع وفي وسائل التواصل الاجتماعي.
- تم حساب صدق الاستبيان حيث تم عرضه على الدكتورة المشرفة مهيتاب الرافعي والدكتور المناقش محمد عويس ذوي التخصصات العلمية في مجال الإعلام الرقمي وأخذ الموافقة باستكمال البحث، وتم حساب نسبة الثبات من خلال برنامج (SPSS) للأسئلة الأساسية وعددها (٧) وهي (من ٩ الى ١٥) فجاءت معامل ألفا كرونباخ بنسبة (0.627) مما يدل على قبولية أداة الاستقصاء ويؤكد صلاحيتها للتطبيق.

نـتـائــج الـبـحــث:

يعرض الباحثان أهم النتائج التي خرجا بها من الدراسة في محورين هما:

- المحور الأول: النتائج العامة للدراسة.
- المحور الثاني: اختبار فروض الدراسة.

المحور الأول النتائج العامة للدراسة

تحليل البيانات الديموغرافية:

١. أظهـرت النتائـج أهميـة الدراسـة للأعمار من (**أكبر من ٤٠ عاماً**) بعـدد تكـرار كمي (٩٢) ونسبـة (٣٤،٧ %) من عينة الدراسة، وأن العمر من (أصغر من ٢١ عاماً) كانت النسبة الأقل بعدد تكرار كمي (١٢) ونسبة (٤،٥ %) ويبين مدى أهمية الدراسة لهذه الفئات.
٢. كما أظهرت ان النسبة العليا من المهتمين في هذه الدراسـة من (الإناث) بعدد (١٤٤) من عينـة البحـث بنسبة (٥٤،٣ %)، وكانت العدد الأقل من المهتمين من (الذكور) بعدد (١٢١) من عينة البحث بنسبة (٤٥،٧ %).
٣. تبين لنا أن المهتمين من الدراسة كانوا من المهن (الموظفين) بعدد (١٥٢) ونسبة (٥٧،٤ %)، وأن العدد الأقل من المهتمين من مهنة (العمال) بعدد (٥) ونسبة (١،٩ %) من عينة البحث.
٤. تم جمع العينات في مدن المملكة العربية السعودية الرئيسية حيث الكثافة السكانية العالية، وكان اعلى نسبة للعينات في مدينة (جدة) بعدد (٩٩) ونسبة (٣٧،٤%) من عينة البحث.
٥. المؤهل العلمي المستجيبون للاستبيان من غالبية التعليم (الجامعي) بعدد (١٦٤) ونسبة (٦١،٩%) لإدراكهم بأهمية الدراسة في البحوث العلمية.

تحليل الأسئلة البحثية:

أسفرت نتائج الأسئلة (٦-٨) عن (مدى تأثر المجتمع بتوفر أجهزة التواصل في المراحل العمرية والدوافع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي) إن وجود الهاتف الذكي (الجوال) في متناول غالبية افراد المجتمع وبعدد استقصاء (٢٦٥) وبنسبة (١٠٠ %) يبين مدى انتشار الأداة التكنولوجية ومدى سرعة استجابة المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي في أي وقت وفي أي منطقة جغرافية، كمـا تبيـن أن مرحلة المراهقة هي الأكثر تأثراً حسـب إفادة المشاركين بعدد (١٥٤) ونسبـة (٥٨،١ %)، وأن الدافع الأساسي لاستخدامهم الهاتف المحمول ومواقع التواصل هو في الأساس (جميع ما سبق) بعدد (٢١٨) ونسبة (٨٢،٣ %) وهذا يبين مدى تفاعل المشاركين بالتطبيقات المتنوعة المتناقلة للأخبار والدردشة والتسويق ومدى تعمقهم في استحصال المعلومات ومشاركتها فيما بينهم.

- إن هذا الجزء يعبر عن (مدى قدرة المستخدم في اكتساب المعرفة واستخدامها وإدراكها وتداولها) من الأسئلة الضرورية الهامة المتسمة بالصدق والثبات بمعايير البرنامج الاحصائي الاجتماعي (SPSS)،

التحليل: مدى قدرة المستخدم في اكتساب المعرفة واستخدامها وإدراكها وتداولها

٩. في اعتقادك، هل اكتسبت مفاهيم ومصطلحات علمية جديدة أثناء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟ يوضح الباحثان في هذه الفقرة رأي المشاركين في عينة البحث بقدرة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي من اكتساب مفاهيم جديدة ومصطلحات متنوعة قد تغير من فكرهم الثقافي وسلوكهم الاجتماعي وكان الغالبية الإيجابية (بنعم) بعدد (١٤٠) ونسبة (٥٢،٨ %)، وإذا ما جمعنا الاحتمالية للمستوى (نوعا ما) بعدد (١١٣) ونسبة (٤٢،٦ %) من عينة البحث، نرى مدى القدرة على الاكتساب بطبيعة الحال من السلوك الثقافي، ولا يعد الاكتساب ضرورة للاستخدام.

١٠. في اعتقادك، هل تؤدي كثرة استخدام المصطلحات والرموز التعبيرية الإيموجي إلى تغير مفاهيمك وأفكارك ويزيد من معرفتك بثقافات أخرى؟ توضح النتائج في هذه الفقرة أن كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزز من تغير المفاهيم وتغير الأفكار مما يؤدي إلى الانفتاح بالعالم الخارجي وكثرة التعرض للثقافات المتنوعة عبر المصطلحات والرموز التعبيرية، وذلك بمستوى ترجيحي (نوعا ما) بعدد (١١٣) بنسبة (٤٢،٦ %) من اراء عينة البحث. وتأكيداً من المستوى (نعم) بعدد (٧٦) بنسبة (٢٨،٧ %) من آراء عينة البحث.

١١. في اعتقادك، هل يؤثر استخدامك للإيموجي والرموز التعبيرية والمصطلحات على حوارك في موقع التواصل الاجتماعي، وتدرك جميع معانيها؟ إعتقد المشاركون في البحث بآرائهم غالبيةً أن (نوعاً ما) ترجيحياً قد يكونوا مدركين معاني المصطلحات والرموز التعبيرية (الايموجي) وقد تؤثر في حوارهم بين بعضهم البعض وكان العدد (١٤٢) بنسبة (٥٣،٦ %) من عينة البحث، وإذا ما أضفنا تأكيداً بالإدراك للمستوى (نعم) بعدد (٩٥) ونسبة (٣٥،٨ %) نجد نسبة كبيرة في إدراك المعاني نسبياً، بينما الأقلية بعدد (٢٨) ونسبة (١٠،٦ %) لا يدركون المعاني والمصطلحات بشكل كامل .

١٢. في اعتقادك، هل المستخدمون مسئولون عن ظهور مصطلحات جديدة وعن تغير الأفكار وخلق ابداعات متنوعة؟ أظهرت النتائج أن المستخدمين مسؤولين عن ظهور مصطلحات جديدة وعن تغير الأفكار وخلق إبداعات متنوعة تأكيداً من المستوى (نعم) وعدد (١٦٢) بنسبة (٦١،١ %) من عينة البحث، وبالإضافة الترجيحية (نوعا ما) بعدد (٨٢) بنسبة (٣٠،٩ %) من عينة البحث، وذلك يمثل العدد الأكبر من التأييد.

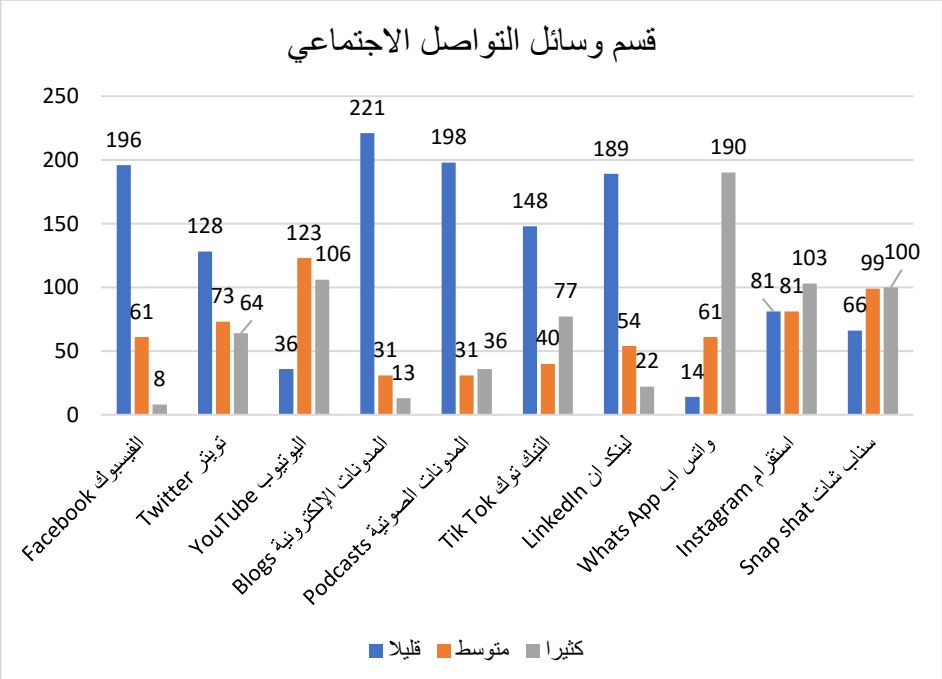
١٣. هل تمارس الألعاب الإلكترونية مع الأصحاب والزملاء على مواقع التواصل الاجتماعي؟ تكشف نتائج هذه الفقرة أن ممارسة الألعاب الالكترونية تنمي

مصطلحات المستخدم وإدراكه ومفهومه باللغة الأجنبية وجاءت إجابة الغالبية ب (لا) وعدد (١٥١) بنسبة (٥٧ %) من عينة البحث، واستخلص الباحثان ان السبب هو عدم ممارسة الألعاب لغالبية المشاركين في البحث من المستوى التعليمي الجامعي والأعمار الكبيرة كما تمثله البيانات الديموغرافية.

١٤. هل تتصفح الكتب الالكترونية والمواقع المعلوماتية في الانترنت؟ جاءت نتائج الفقرة أن التعمق في تصفح الكتب العلمية والمواقع المعلوماتية تنمي مفاهيم وإدراك المستخدم والقدرة على البحث لفهم المصطلحات المتطورة بغالبية (نعم) وعدد (١١٦) بنسبة (٣٤،٨ %) من عينة البحث، وبإضافة نسبة ترجيحية (نوعا ما) بعدد (٩٥) بنسبة (٣٥،٨ %) من عينة البحث، تجد أن تنمية الإدراك والبحث تنمي من المستوى الثقافي للمجتمع مع مرور الوقت.

١٥. هل تشارك محتوى وسائل التواصل الاجتماعي مع الاصدقاء؟ إن مشاركة كمية نقل المعلومات بين الأطراف المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي كان لها الصدى الأكبر بالإيجابية المطلقة (نعم) بعدد (١٧٨) ونسبة (٦٧،٢ %) من عينة البحث، وبالإضافة الترجيحية (نوعا ما) بعدد (٧٠) بنسبة (٤٦،٤ %) من عينة البحث، نستشعر بكمية المعلومات والمصطلحات المتداولة في وسائل التواصل الاجتماعي وسرعة تناقلها ومدى انتشار الأخبار والأفكار والتوسع المعرفي.

١٦.- ما هو مواقع وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها والتي أثرت عليك في تفكيرك ومفاهيمك؟



جاءت نتيجة الدراسة بأعلى نسبة استخدام هو (الواتس اب) بعدد (١٩٠) بمستوى (نعم) ، بالإضافة الى عدد (٦١) بمستوى (نوعا ما)، وكان هذا هو التطبيق الأهم في نقل وتوارث المعلومات بين المستخدمين في مواقع التواصل الاجتماعي والتي اثرت في تغيير المفاهيم للطبقات الاجتماعية فكرياً وسلوكياً لوجود عدد كبير من المصطلحات المبتكرة بين طياتها وكيفية استخدام الرموز التعبيرية بمفاهيمها المختلفة.

المحور الثاني: اختبار فروض الدراسة

تحليل فروض الدراسة:

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية لاستخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيرات (العمر والنوع والمؤهل العلمي والعمل والمنطقة الجغرافية).

بإجراء التحليل الوصفي لهذه الفرضية تبين أن وسائل التواصل الاجتماعي لها دور بارز في أدائها بالنسبة للعمر والتأثير على مستخدميها.

- وتبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والعمر حيث كان معامل الارتباط (0.139) وهو دال إحصائياً على وجود علاقة حيث كان قيمة ألفا (0.023) وهي أصغر من ٥٪، وقوة هذه العلاقة (ارتباط طردي ضعيف).
- كما تبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمؤهل العلمي حيث كان معامل الارتباط (0.177-) وهو دال إحصائياً على وجود علاقة حيث كان قيمة ألفا (0.004) وهي أصغر من ٥٪، وقوة هذه العلاقة (ارتباط عكسي).

٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية لاكتساب عينة الدراسة الرموز التعبيرية والميمات والمصطلحات وتأثير الأفكار تعزي لمتغيرات (العمر والنوع والحالة التعليمية والعمل والمنطقة الجغرافية).

بإجراء التحليل الوصفي لهذه الفرضية تبين استجابة عينة الدراسة نحو اكتسابهم الرموز التعبيرية والمصطلحات بالنسبة لبياناتهم الديموغرافية وتأثيراتهم الفكرية.

- وتبين وجود علاقة دالة إحصائياً باكتساب الرموز التعبيرية والميمات والمصطلحات بالعمر فقط حيث كان معامل الارتباط (403.) وهو دال إحصائياً على وجود ارتباط حيث كان قيمة ألفا (000.) وهي أصغر من ٥٪.

٣. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإعلام الرقمي وتطوير المصطلحات اللغوية الحديثة.

- وتبين وجود علاقة دالة إحصائياً باستخدام الإعلام الرقمي وتطوير المصطلحات اللغوية الحديثة بالعمر حيث كان معامل الارتباط (145.) وهو دال إحصائياً على وجود ارتباط طردي حيث كانت قيمة ألفا (018.) وهي أصغر من ٥٪.

- كما تبين وجود علاقة دالة إحصائياً باستخدام الإعلام الرقمي وتطوير المصطلحات اللغوية الحديثة بالجنس حيث كان معامل الارتباط (.159) وهو دال إحصائياً على وجود ارتباط عكسي حيث كان قيمة ألفا (.010) وهي أصغر من ٥٪.
- وأيضا تبين وجود علاقة دالة إحصائياً باستخدام الإعلام الرقمي وتطوير المصطلحات اللغوية الحديثة بالمؤهل العلمي حيث كان معامل الارتباط (-0.279) وهو دال إحصائياً على وجود ارتباط حيث كان قيمة ألفا (.000) وهي أصغر من ٥٪، وقوة الارتباط عكسي.

٤. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تأثير المجتمعات في تغيير المفردات والسلوك والأفكار والمعتقدات والقيم وتنمية الفكر اللغوي بحسب متغيرات العمر والجنس والمؤهل العلمي والعمل والمنطقة الجغرافية

- وتبين وجود علاقة دالة إحصائياً من حيث تأثير المجتمعات في تغيير المفردات والسلوك والأفكار والمعتقدات والقيم وتنمية الفكر اللغوي بالعمر حيث كان معامل الارتباط (.174) وهو دال إحصائياً على وجود ارتباط طردي حيث كان قيمة ألفا (.004) وهي أصغر من ٥٪.
- وتبين وجود علاقة دالة إحصائياً من حيث تأثير المجتمعات في تغيير المفردات والسلوك والأفكار والمعتقدات والقيم وتنمية الفكر اللغوي بالجنس حيث كان معامل الارتباط (.223-) وهو دال إحصائياً على وجود ارتباط عكسي حيث كانت قيمة ألفا (.000) وهي أصغر من ٥٪.
- كما تبين وجود علاقة دالة إحصائياً من حيث تأثير المجتمعات في تغيير المفردات والسلوك والأفكار والمعتقدات والقيم وتنمية الفكر اللغوي بالموقع الجغرافي حيث كان معامل الارتباط (.193) وهو دال إحصائياً على وجود ارتباط طردي حيث كانت قيمة ألفا (.002) وهي أصغر من ٥٪.
- وأيضاً تبين وجود علاقة دالة إحصائياً من حيث تأثير المجتمعات في تغيير المفردات والسلوك والأفكار والمعتقدات والقيم وتنمية الفكر اللغوي بالمؤهل العلمي حيث كان معامل الارتباط (.223-) وهو دال إحصائياً على وجود ارتباط عكسي حيث كانت قيمة ألفا (.000) وهي أصغر من ٥٪.

الاستنتاج:

- إستنتج الباحثان أن من طبيعة اللغة أنها متغيرة دوماً على مر الازمان، فقد أنشأت التقنية مصطلحات ومفاهيم جديدة في اللغة، ومن الطبيعي في الإعلام الرقمي العالمي ظهور مصطلحات ومفاهيم جديدة ومتغيرات في اللغة بالدمج والإحلال والاشتقاق. فمن خلال دراستي لفروع علم اللغة وخاصة مادة علم المعاني ومادة تاريخ اللغة ومادة اللغويات الاجتماعية، لوحظ ان لغة السوشيال ميديا بدأت باستعارة مفردات من لغات مختلفة وشيئا فشيئا تطورت لتصبح شبه لغة وسيطة أقرب ما تكون إلى العامية الإنجليزية، حيث أن معظم المفردات المتطورة من

اللغات يغلب عليها مفردات اللغة الانجليزية لأنها اللغة الوسيطة الأولى عالمياً. هذا الاستنتاج من خلال مناقشات مع زملاء وأشخاص مهتمين بهذا المجال.

- وجدير بالذكر أن تطور اللغات أستغرق عدة قرون ليحدث، اما تطور لغة التواصل الاجتماعي، إن جازت تسميتها، لم يستغرق سوى عقود قليلة، مما يجيز لنا تسمية لغة السوشيال ميديا بأنها لغة ذات تغيرات فائقة السرعة، وكما أن التواصل مع شخص آخر في الجانب الأخر من العالم يتم بسرعة فائقة من الناحية الميكانيكية (جزء من ثانية بضغطة زر)، فإن تطور لغة السوشيال ميديا تتم هي الأخرى بسرعة فائقة من الناحية اللغوية (بمجرد التواصل مع الطرف الاخر)، وينشأ عنها اكتساب المفردات بالتفاعلية.
- وقد أسلفنا القول بأن " اللغات معدية من حيث مفرداتها ولكنها محصنة من حيث قواعدها " بمعنى أن اللغات تستمد مفردات من بعضها البعض ولكنها لا تدخل قواعد نحوية ككلمة (selfi) سلفي المشاع استخدامها في التصوير. (جملة ابتكارية)، وهنا يبرز الاشتقاق كأهم آليات التطور الدلالي اللغوي في لغة الإعلام الجديدة.
- نادراً ما توجد دراسات سابقة مخصصة في هذا المجال بالتحديد، ولكن توجد دراسات في تحوير اللغة ودراسات مشابهة في الثقافة الاجتماعية مرتبطة بموضوع البحث، حيث أن الدراسات السابقة ركزت على الجوانب السلوكية والاجتماعية والنفسية ولم تركز على الجانب اللغوي وهو مظهر مهم من جانب الثقافة برغم انتشار المصطلحات والرموز في لغة التواصل الاجتماعي بشكل ملحوظ في الحياة اليومية حيث يحتاج الأشخاص إلى كلمات جديدة للتواصل بطريقة أكثر ملاءمة للعصر الحديث، ولا يمكن إنكار أن المستخدمين لوسائل التواصل يتعلمون من بعضهم البعض، وقدرتهم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع وهذا ما يتيح لهم فرصة انتقاء المعلومات وتعلمها وتكوين شخصيتهم وتنمية أفكارهم وثقافتهم.
- سرعة استجابة الجمهور بتفاعله في صُنع محتوى إعلامي مكنته من خلق أشكال جديدة في اللغة من خلال النص المكتوب والصوت والصورة والفيديو، حيث أصبح الإعلام الإلكتروني محور الحياة المعاصرة له أهمية كبيرة باحتواء قضايا الفكر والثقافة.
- من تحليل البيانات الديموغرافية تبين أهمية الدراسة للبالغين من الإناث أكثر من الذكور وأبدين مدى اهتمامهن بالتغيرات السلوكية والأفكار والمعتقدات في ظل تطور التكنولوجيا والاتصال بوسائل التواصل الاجتماعي وكانت الاستجابة العظمى من المجتمع الثقافي الجامعي لإحساسهم بالأهمية العلمية والفكرية.
- إن وجود التكنولوجيا الرقمية بشكل مطلق والوصول إلى الإنترنت في أي وقت وأي مكان في مرحلة النشأة الأولى للمجتمع وهي مرحلة المراهقة والشباب قد تغير

من مفاهيم الجيل الجديد وتبني أفكار جديدة بسبب سرعة تناقل المعلومات وكميتها الصحيحة منها والمغلوطة وتأثيرها بشكلٍ كبيرٍ على السلوك والعقائد والتقاليد.

- من تحليل أسئلة البحث تبين قدرة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي على اكتساب مفاهيم جديدة ومصطلحات متنوعة وأن كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزز من تغير المفاهيم وتغير الأفكار، كما استنتج الباحثان من إفادات غالبيةً المشاركين في البحث أنهم قد يكونوا مدركين معاني المصطلحات والرموز التعبيرية (الايموجي) وقد تؤثر في حوارهم بين بعضهم البعض.
- تأكد الباحثان بعد البحث بشكل قاطع أن التعمق في تصفح الكتب العلمية والمواقع المعلوماتية تنمي مفاهيم وإدراك المستخدم والقدرة على البحث لفهم المصطلحات المتطورة وبالمشاركة التفاعلية وتناقل المعلومات تحدث التغيرات والتنمية اللغوية لبعض شرائح المجتمع.
- استنتج الباحثان أن أهم التطبيقات في وسائل التواصل الاجتماعي لإمكانياته ومحتواه هو تطبيق (الواتس اب)، والذي يُمكِن المستخدم من نقل غالبية المحتوى الرقمي من صور وتعليقات وفيديوهات ورموز تعبيرية وتداولها فيما بينهم.
- وننوه أن كثيراً من النتائج البحثية المتعلقة ستكون على أساس ملاحظات شخصية واستبيانات وتعليقات مجمعة من آراء الخبراء نظراً لندرة المراجع التي تتناول هذا الموضوع.

التوصيات:

- الاستخدام الواعي والمسؤول لتقنيات الاتصال الرقمي وبرامج وسائل التواصل الاجتماعي.
- توظيف التقنية الحديثة لتحسين البيئة الإعلامية وتنمية المهارات ونشر الوعي بمختلف مجالات الحياة بأخلاقيات مستخدمي الشبكة وذلك بعدم تبادل المحتوى الرقمي المخل للآداب.
- التفكير الجيد بما يتم إرساله وكتابته عبر تقنيات الاتصال الرقمي والتحقق من دقة وصحة المعلومات وتقييم المصادر المختلفة في الشبكة العنكبوتية.
- مراقبة اتصال الأطفال وتواصلهم مع الآخرين عند استخدام التقنيات الرقمية والاستخدام المحدود للاختصارات.
- تكثيف الجهود وتقديم المبادرات والنصائح لدور المؤسسة التعليمية ودور الآباء في الاسترشاد بكيفية استخدام التكنولوجيا الرقمية والتطبيقات الحوارية.

الـخـاتـمــة:

في ختامنا لهذا البحث أمكننا التوصل إلى بعض النتائج، وتناولنا فيه تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الثقافة اللغوية لهذا المجتمع الرقمي، وهذه الدراسة تأتي لتحفز دراسات أخرى في عمق الثقافات الإنسانية، منذ النشأة الأولى من المهد،

وللنظر من الثابت علمياً أن الطفل في مرحلة المهد يستطيع التمييز بين لغتين مختلفتين، وهنا سؤال يطرح نفسه: إلى أي مدى يستطيع الطفل في مرحلة المهد التمييز بين لغته الأم ولغة السوشيال ميديا؟ وإلى أي مدى يؤثر ذلك على نمو الطفل من الناحية اللغوية ودرجة إجادته لكل من اللغتين؟ وهذا يجيب عليه علماء متخصصون في تشريح المخ البشري وأطباء نفسيون وعلماء الاجتماع وعلماء اللغة. وبناءً عليه، يستنبط الباحثان أن الطفل في هذه المرحلة العمرية سوف يستخدم (الايموجي) الرموز التعبيرية كجزء مهم من لغة السوشيال ميديا ويدركها ويفهمها ويتفاعل معها كي يعبر عن احاسيسه ومشاعره.

والملاحظ أن السوشيال ميديا سوف تقضى على ظاهرة المتحدثين بلغة واحدة (monolingual people) باعتبار أنها أصبحت لغة في حد ذاتها. و بذلك يصبح أي مستخدم شخص متحدث لغتين على الاقل: لغته الأم إضافةً إلى لغة السوشيال ميديا، فيكون شخص ثنائي اللغة على الأقل (bilingual person) ، (مفهوم ذاتي).

المحكمون:

- د/ شيرين كدواني، عميدة كلية الاعلام والتسويق بجامعة الجميع الذكية
- د/ مهيتاب الرافعي، أستاذ الإعلام الرقمي، كلية الاعلام والتسويق بجامعة الجميع الذكية، مشرفة البحث
- د/ محمد عويس، أستاذ الإعلام الرقمي، كلية الاعلام والتسويق بجامعة الجميع الذكية
- د/ شريهان محمد، أستاذ الإعلام الرقمي، كلية الاعلام والتسويق بجامعة الجميع الذكية
- د/ دعاء راضي، ، أستاذ الإعلام الرقمي، كلية الاعلام والتسويق بجامعة الجميع الذكية، مدرس الصحافة والإعلام بجامعة القاهرة.

المـراجــع:

❖ **الكتب:**

١. مصليحي، ا د حسين. (٢٠٢٣م). التحول الرقمي الإطار المستقبلي لنظم وتكنولوجيا المعلومات. الطبعة الثانية. رؤية للطباعة والتجهيز الفني. جمهورية مصر العربية.
٢. الأحمري، د موسى . (٢٠٢٢م – ١٤٤٣هـ). لغويات اجتماعية "لهجات المجتمع ومعالم الهوية". الطبعة الأولى. الدار العربية للعلوم ناشرون. الشارقة. الامارات العربية المتحدة.
٣. الزهراني، سعيد الدحية. (٢٠٢٠م – ١٤٤٢هـ). الحضارة الرقمية أسئلة وقراءات. منشورات العربية. الرياض. السعودية.
٤. المدني، د أسامة غازي. (٢٠١٧ – ١٤٣٨هـ). الانترنت والإعلام الجديد "المفاهيم – السمات – الآفاق المستقبلية". الإصدار الأول. خوارزم العلمية. جدة. السعودية.
٥. الحضيف، م يوسف بن صالح. (٢٠٠٩م – ١٤٣٠هـ). رؤية رقمية. الطبعة الأولى. المؤلف. الرياض. السعودية.
٦. Handly، Bill. (٢٠٠٧). Fast Easy Way to Learn a language . الطبعة الأولى. مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة, ٤ عمارات الفتح، حي السفارات، مدينة نصر ،١١٤٧١، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

❖ **المواقع في شبكة الانترنت:**

١. صابي، فاطمة. (٣٠-٦-٢٠٢٢م). "الوظيفة اللغوية للرموز التعبيرية في الاتصال القائم عبر وسائل التواصل الاجتماعي"، موقع (ASJP) https://www.asjp.cerist.dz/en/article/196462
٢. يوسف، هالة. (٥-٣-٢٠٢٢). " الدليل الشامل في مصطلحات وسائل التواصل الاجتماعي". موقع دولفينوس. https://dolphinuz.com/blog/single/43/social-media-terms
٣. طه، شيماء. (٢٦مارس ٢٠٢١م). "ما المقصود باللغات المندثرة"، موقع المرسال https://www.almrsal.com/post/1031403
٤. مركز القرار للدراسات الإعلامية. (١٤ يونيو ٢٠٢١). "استخدام الرموز التعبيرية كوسيط اتصالي"، (https://alqarar.sa/4292).
٥. المرهون، عبد الجليل زيد. (١٢ مايو ٢٠١٧). " الثقافة الإنسانية"، جريدة الرياض، (https://www.alriyadh.com)
٦. الشعلان، عبدالله محمد. (١٥ أكتوبر ٢٠٢١). "كلمات دخيلة تشوه لغتنا الجميلة"، جريدة الرياض، (https://www.alriyadh.com/1912967)

❖ **الرسائل الجامعية العربية:**

١. عثمان، الدكتور أحمد أحمد. (ابريل / يونيو ٢٠٢٣). " **تعرض المراهقين في مصر لوسائل الأعلام التقليدية والرقمية وعلاقته بمفهوم القدوة لديهم** ". المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد ٨٣ (الجزء الأول).
٢. احمد، الدكتور الهام يونس. (يناير ٢٠٢٣). " **التأثير الثقافي للمحتوى الإعلامي الرقمي "أساليب التواصل الافتراضي بين الشباب نموذجاً".** المعهد الدولي العالي للإعلام، أكاديمية الشروق.
٣. توفيق، د كريمة كمال عبد اللطيف. (أكتوبر/ ديسمبر ٢٠٢٢). **" شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة والانتماء لدى الشباب الجامعي** ". المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد ٨١ (الجزء الثالث).

٤. القرشي، الدكتورة هدى عبدربه حميد. (يونية ٢٠٢١م). " **تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة الاستهلاك في المجتمع**". قسم التربية الإسلامية والمقارنة بجامعة أم القرى وزارة التعليم، في المجلد السابع والثلاثون، العدد السادس.
٥. شاوش، جمال شعبان. (٢٠٢٠م). **" الممارسة الصحفية في المشهد الإعلامي الرقمي بين هيمنة التقنية وتحول الهويات المهنية".** مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر.
٦. المصري، الدكتورة سعاد محمد محمد. (أكتوبر ٢٠٢٠م). " **دور الاعلام الجديد في التغير القيمي والأخلاقي لدى الشباب في الريف المصري**". المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد ٧٣ .
٧. نور، دكتور حسين علي. حميد، دكتور شريف سعيد. (أكتوبر ٢٠١٩). **"اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وحدود الاغتراب المترتبة عليه (الفيس بوك انموذجا)"**. قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية بكلية الاعلام، جامعة بغداد، العراق.
٨. البيضا، الدكتورة مايا احمد. (أكتوبر ٢٠١٦). " **استخدامات الشباب المصري لتطبيقات التفاعل بوسائل التكنولوجيا الحديثة وتأثيراتها على العلاقات الأسرية"**. المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد ٥٧ .
٩. علاَّش، سعاد. (٢٠١٤/٢٠١٥). **"التغير اللغوي"**. وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجمهورية الجزائرية.
١٠. آل علي، د فوزية عبد الله. (٢٠٠٩م). **"البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية ودورها في التغير الاجتماعي لدى الجمهور دراسة مسحية على عينة من جمهور الامارات".** جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة.

❖ **الرسائل الأجنبية:**

1. Shashank, Kumar Dwivedi. (2023). "Social media memes: a study of its impact on intercultural communications", International Journal of Development Research, 13, https://www.journalijdr.com
2. Zainal, Zahirah. & Rahmati, Noor Hanim. (September 2020). "SOCIAL MEDIA AND ITS INFLUENCE ON VOCABULARY AND LANGUAGE LEARNING". Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi MARA (UiTM), Shah Alam, Malaysia.
3. Acheaw, M. Owusu. & Larson, Agatha Gifty. (2015). " Use of Social Media and its Impact on Academic Performance of Tertiary Institution Students". Journal of Education and Practice, ISSN 2222-1735 (Paper) ISSN 2222-288X (Online) Vol.6, No.6. https://www.iiste.org