

دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إنتاج أشكال تفاعلية ولغوية جديدة

دراسة تحليلية لموقع الفيس بوك

إعداد

بن عبو وليد

تخصص دراسات في الإعلام الجديد

قبول النشر : ١٥ / ١٠ / ٢٠١٨

استلام البحث : ٢٥ / ٩ / ٢٠١٨

ملخص الدراسة:

لقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي الأداة التواصلية والتفاعلية الأكثر استخداما لقوتها التقنية، وفي مقدمتها "الفيس بوك"، إلى جانب شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى كالتويتر وماي سبيس... الخ، ما جعل موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك محل دراسات عديدة ومن مختلف الجوانب.

لذلك نحاول في دراستنا إبراز الدور الجديد الذي يمكن أن يلعبه موقع الفيس بوك على مستوى التفاعلية بين الأفراد والجماعات أو المؤسسات، وكذا طريقة الخطاب اللغوي التي تختلف عن الخطابات واللغة الرسمية والأكاديمية التي درسناها ونعرفها. **مفاهيم الدراسة:** الفضاء الإلكتروني، الإعلام الإلكتروني، الفيسبوك، التفاعل، التفاعلية.

Abstract:

Social networking has become the most interactive and interactive tool of its technological power, especially Facebook, along with other social networks such as Twitter, Myspace, etc., making the social networking site Facebook the subject of many studies and various aspects.

In this study, we try to highlight the new role Facebook can play in the interaction between individuals, groups or institutions, as well as the language discourse that differs from the official and academic discourse and language that we have studied and know.

Key words: Electronic Space, Electronic Media, Facebook, Interaction, Interactive.

مقدمة:

شهدت المجتمعات الإنسانية خلال العقد الأخير من القرن الماضي، تطورات متسارعة ومتلاحقة لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، مما ساهمت في تسهيل إمكانية التواصل الإنساني والحضاري، أبرزها شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت" حيث انتشرت في كافة أرجاء المعمورة، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الرغبات والأفكار، وأصبحت وسيلة لتحقيق التواصل الفعال والأنبي بين الأفراد والجماعات.

ومن أهم مخرجات الإنترنت شبكة التواصل الاجتماعي، التي تمثل مجموعة من المواقع الإلكترونية تحتوي على كم هائل من المعلومات الرئيسية في مختلف المجالات وعلى كافة الأصعدة، وتشير الإحصائيات إلى وجود أكثر من ٢٠٠٠ موقع لمواقع التواصل الاجتماعي، كما أن عدد التطبيقات المساعدة والمسهلة لاستخدامها يزداد بنسبة ٢٠% في العام الواحد، وهو ما يوضح أن العالم يتجه نحو الاستقرار في بيت جديد هو مواقع التواصل الاجتماعي^١.

كما أن الشبكات الاجتماعية تمثل اليوم أهم ثورة إلكترونية عرفت البشرية في مجال التواصل الاجتماعي والتفاعل الدائم بين أعضاء البنى الاجتماعية، ليكونوا بناء إلكتروني تفاعلي يحقق لهم أسرع الطرق للتواصل وأبسطها لتلبية حاجاتهم ورغباتهم التي تتراوح بين الحاجة إلى المعرفة والوصول إلى المعلومة الجديدة، الاتصال، الانتماء، الترفيه... ومن أشهر الشبكات الاجتماعية وأكثرها جماهيرية، موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك^٢.

ويعتبر الفيس بوك الوحدة المكونة للعالم الإلكتروني الأكبر عبر وسائل التواصل الاجتماعية بحيث يعتبر الفرد فيها الوحدة الاجتماعية المكونة لها، ويتم التفاعل بينها بحيث تؤثر وتتأثر فيها، ويكون هذا التفاعل من خلال الأنشطة الخاصة بالمجموعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتي تتميز بأنها تتخطى الحواجز وتزيد من احتمالية التأثير والتأثير فيها مما يساهم في تشكيل الخبرة وتكوين التوجه والتوقع للمجموعة وما تمثلها، وكذلك يحدد شكل العلاقة بين المكونات من خلال طرق التفاعل بينها وتحليلها^٣، كما استقطبت شبكات التواصل الاجتماعي ملايين المستخدمين من شتى بقاع الأرض.

وجاء موقع الفيس بوك ليشكل عالما إلكترونيا يفتح المجال على مصراعيه للأفراد والتجمعات والمؤسسات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم ومواقفهم في مختلف الموضوعات ونشرها ومعالجتها والتفاعل معها، ويعتبر موقع الفيس بوك من الاتجاهات

الجديدة في الاتصال التي حققت الجدة في كثير من الجوانب، كالمرونة الزمكانية، والعالمية، وإتاحة التواصل وسرعته بين الأفراد فيما بينهم أو أفراد مع جماعات، أو أفراد مع مؤسسات بأشكالها المختلفة وبدون قيود، وإعطاء القيمة المعلوماتية، وضمان وصولها وتحقيق التفاعل معها وليس كونه إعلاما مرسلا من جانب واحد مما خلق مساواة داخل المجتمع في الاتصال... الخ.

كما إننا سنتناول نقطتين جوهريتين في كل هذا، التفاعلية عبر موقع الفيس بوك وإنتاجها والمحافظة عليها من جهة، وعنصر اللغة والخطاب اللغوي المستعمل من جهة ثانية. ولهذا سنتطرق في السؤال الرئيسي للدراسة إلى:

ما هي الأشكال التفاعلية والخطابات اللغوية على الفيس بوك كوسيط إعلامي إلكتروني؟ من خلال هذا السؤال الرئيسي ندرج الأسئلة الفرعية التالية:

ما هو الإعلام الإلكتروني؟، ما هي التفاعلية؟، ماذا نقصد بموقع الفيس بوك؟ كيف تتجلى وتتبلور الأشكال التفاعلية والخطابات اللغوية على الفيس بوك كوسيط إلكتروني بامتياز؟

الفضاء الإلكتروني Electronic Space:

بفضل ثورة المعلومات ومع ظهور الإنترنت ومواقع الويب أصبح الفضاء الإلكتروني أحد العناصر الرئيسية التي تؤثر في النظام الدولي بما يحمله من أدوات تكنولوجيا تلعب دورا مهما في عملية التعبئة والحشد في العالم، فضلا عن التأثير في القيم السياسية وأشكال القوة المختلفة سواء صلبة أو ناعمة، وتتعدد تعريفات الفضاء الإلكتروني وتختلف، حيث عرفه البروفيسور " جوزيف ناي " نطاق تشغيلي Operational Domain محكم باستخدام الإلكترونيات لاستكشاف المعلومات عبر أنظمة مترابطة وبنية تحتية لها".

وعرف فريق جامعة الدفاع الوطني الأمريكية الفضاء الإلكتروني بأنه عبارة عن " مجال تشغيلي تجري فيه مجموعة من العمليات ذات الطابع الإلكتروني، ويتميز بأنه ذو طابع فريد ومتفرد، محكم بمجموعة من الاستخدامات التي تعتمد على الإلكترونيات والأطراف الكهرومغناطيسية وذلك لإنشاء وتخزين وإبدال وتبادل واستغلال المعلومات من خلال مجموعة من نظم المعلومات المترابطة والمتصلة عبر الإنترنت والبنى التحتية الخاصة به".

مفهوم الإعلام الإلكتروني Electronic Media:

ظهر الإعلام الإلكتروني كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام، والمقصود بوسائل الإعلام الإلكترونية ببساطة هي وسائل الإعلام الرقمية وذلك لتفريقها عن (Interactive) التفاعلية،

(Internet) الشبكية، (Digital) الرقمية، ولقد جاءت وسائل الإعلام الإلكترونية لتحل سيطرة مركزية وسائل الإعلام التقليدية المركزية، وأصبح بإمكان الأفراد والمؤسسات مخاطبة الجميع مباشرة وبتكلفة معقولة^٦.

ويطلق الإعلام الإلكتروني على تكنولوجيات الاتصال الجديدة وثورة المعلومات التي ظهرت في الجزء الأخير من القرن العشرين، كما أصبح لشيوع وسائط الإعلام الإلكترونية واستهلاكها من جانب الجمهور، علاقة غير قابلة للشك في ميلاد عصر اتصالي جديد أطلق عليه البعض عددا من المسميات مثل: العالم الافتراضي، الاتصال الرقمي... وغيرها من التعبيرات^٧، ويمكن القول أيضا أن الإعلام الإلكتروني هو مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط)، في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل^٨.

ونقول أيضا بأن الإعلام الإلكتروني، هو الإعلام الذي يتم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت، يحظى هذا التنوع من الإعلام بحصة متنامية في سوق الإعلام وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية وتعد التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة والأقراص المدمجة أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الحديث^٩، كما يعتبر نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي ويستخدم الوسائط الإلكترونية كأدوات له تديرها دول ومؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانات متباينة ويمتاز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير^{١٠}.

موقع الفيسبوك Face book:

الفيس بوك هو أحد أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها شيوعا في الوقت الحاضر، تم إطلاقه على الويب في عام ٢٠٠٦، وقد كانت عضوية الموقع في بداياته مقيدة ومقصورة على طلاب جامعة هارفارد، ثم توسعت لتشمل طلاب الكليات الموجودة في منطقة بوسطن، وجامعة ستانفورد، ثم أصبحت تشمل طلاب أي جامعة من الجامعات، ثم طلاب المرحلة الثانوية، وأخيرا أصبحت متاحة لعضوية أي شخص يبلغ من العمر الثالثة عشرة أو أكثر، ويتيح الفيس بوك للمستخدم الاتصال بالأعضاء في نفس الشبكة والتواصل مع الأصدقاء، وإعطاءهم الحق في الوصول إلى السمات (البروفایل) الخاصة بأصدقائهم ويمكن لمستخدمي الخدمة تحميل عدد لا محدود من الصور، وكذلك تحميل التدوينات أو استيرادها من خدمات التدوين المختلفة blogging services، فضلا عن خدمة الدراسة مع الأصدقاء من خلال الرسائل الفورية^{١١}.

والفيس بوك، هو أهم نموذج بما يسمى مواقع الشبكات الاجتماعية^{١٢}، أما كلمة " بوك " فأصلها من أوروبا، وتعني دفتر ورقي يحمل صورة أو معلومات لأفراد وجماعة معينة من أجل تعرف الطلبة المنتسبين على باقي الطلاب المتواجدين في نفس الكلية^{١٣}.

وترى الدكتورة شعيب في الفيس بوك: "أنه يعتبر مدونة عملاقة يشارك فيها الجميع كمهرجان ملون مضيء للحياة الفكرية والأدبية، يجب ألا يكون الكاتب أو المثقف منعزلاً أو وحيداً أو مغترباً في ذاته أو محيطه أو في مجتمعه، بل يجب أن يخلق في فضاء التواصل محاطاً بالمحبة حتى يبدع أكثر، وحتى يزيد التفاؤل لديه وبذلك ينعكس هذا على إبداعه وحياته عامة... واللغة المتداولة تتأرجح بين الشخصي والأدبي والنقدي، لكن الجو العام مرح وتسوده روح الصداقة وحب الحياة، فالكل يمد أذنه للكل"^{١٤}.

مفهوم التفاعلية Interactive:

الاتصال التفاعلي يعني المشاركة الديمقراطية المفتوحة مثل حلقات النقاش الحالية (Online) المباشرة والحية في حبرات المحادثة (Chat room) ومواقع تبادل رسائل البريد الإلكتروني الحالية Online Email Sites^{١٥}، ونقول أيضاً الاتصال التفاعلي هو الذي يتم فيه تبادل الأدوار الاتصالية^{١٦}.

الاتصال التفاعلي (Interactive Communication) وفق الخدمات لنظام الاتصال عبر الانترنت والأهداف التي تتحقق من خلال الاستخدام المتواصل، هناك ثلاث خدمات رئيسية يقدمها الانترنت للمستخدمين كما يلي:

- الاتصال من فرد إلى فرد أو من فرد إلى جماعة أو من جماعة إلى جماعة أخرى وأكثر لأغراض شخصية أو عامة.

- التفاعل: أي استخدام الانترنت للتسلية أو التعلم لأغراض اجتماعية وثقافية وسياسية.

- الإعلام والمعلومات: استخدام الانترنت لنشر واسترجاع المعلومات التي تعطي مساحات واسعة من الأنشطة الإنسانية والمعرفية^{١٧}.

والتفاعلية Interactivity مركبة من كلمتين في أصل اللاتيني أي من الكلمة السابقة inter وتعني بين أو فيما بين ومن الكلمة actives وتفيد الممارسة في مقابل النظرية وعليه يترجم مصطلح التفاعلية من اللاتينية معناه ممارسة بين اثنين أو تبادل وتفاعل بين شخصين^{١٨}.

التفاعلية هي تلك العلاقات التي تنشأ من التفاعل بين الأفراد والمجموعات في الفضاء الإلكتروني كشبكات التواصل الاجتماعي، التي تتيح للأفراد والمجموعات مساحة وفرص للتبادل الثقافي والمعرفي ولعل من أشهر هذه الشبكات التواصلية شبكة التواصل الاجتماعي-الفيسبوك^{١٩}، وتعتبر السمة الرئيسية التي تسمح للجمهور للتحرك في مواقع الإنترنت، وإذا ما افترق الموقع إلى هذا العنصر، فإن الزائر له سينتقل إلى موقع آخر تتوفر فيه أبسط مظاهر التفاعلية^{٢٠}.

وتعني أيضاً حالة المساواة بين المشاركين في الاتصال والتماثل في القوى الاتصالية أي أنه يؤدي إلى الاتصال والاتفاق الجماعي من خلال التبادل الحر للأراء دون تدخل أو تأثير من مصادر وقوى خارجية أخرى^{٢١}.

تنشيط حوار تفاعلي على الفيسبوك:

لقد عززت شبكة الإنترنت والتطبيقات المصاحبة لها كالفيس بوك أو ما يطلق باسم العالم الافتراضي، على التواصل الحضاري والثقافي والتفاعل البشري وادخرت الجهد والوقت على الفرد والجماعات والمؤسسات، إلى أن أصبح العالم اليوم متعارفا في تواصله على لغة العصر، ألا وهي لغة الإنترنت^{٢٢}، كما أن الحوار التفاعلي يتصل بالكيانات الرقمية الجديدة في الفضاء الإلكتروني، كما يرتبط بشكل وثيق بتطور استخدامات الاتصال الحديثة عبر شبكة الإنترنت^{٢٣}، كما أن الاختلاف في الوسيط المستعمل يعطينا اختلاف في المضمون^{٢٤}.

ويرى الباحثون أن التفاعل يعني مرسل ومتلقي ومن أهم خصائص التفاعل الاستجابة Responsiveness أي أن الاتصال التفاعلي يتعدى حدود الاتصال الإنساني إلى الاتصال والتفاعل مع الوسيلة ذاتها بين الفرد وأطراف العملية الاتصالية، والتفاعل يعني حالة مساواة بين المشاركين في الاتصال، والتماثل في القوى الاتصالية، أي أنه يؤدي إلى الاتصال والاتفاق الجماعي من خلال التبادل الحر للآراء دون تدخل أو تأثير من مصادر وقوى خارجة أخرى.

وهو يعني كذلك المشاركة الديمقراطية المفتوحة مثل: حلقات النقاش الحالية (Online) المباشرة والحية في حجرات المحادثة (Chat room) ومواقع تبادل رسائل البريد الإلكتروني الحالية Online Email^{٢٥}.

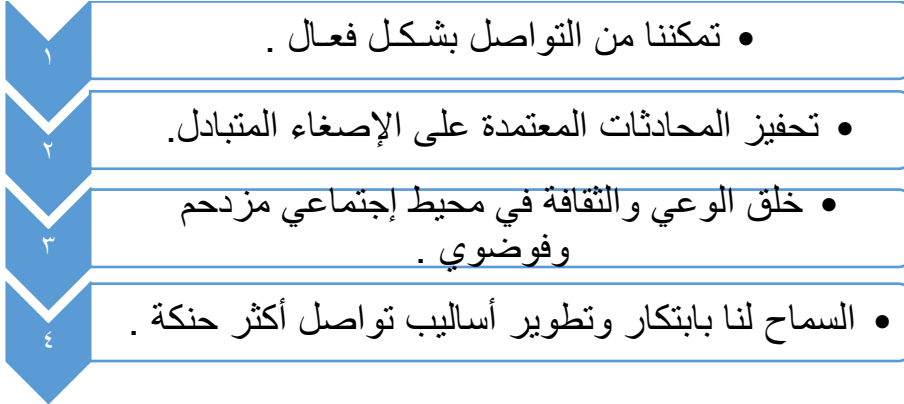
ويقول عزي عبد الرحمان، أن كل اكتشاف في الاتصالات يحدث هزة ثقافية خاصة، فكتشاف الكتابة أوجد الرموز، واكتشاف الإذاعة والتلفزيون أدخل ثقافة سمعية بصرية، وأخيرا أدى اكتشاف الحاسوب والشبكات المعلوماتية إلى بروز الثقافة التفاعلية^{٢٦}. هناك تقدم آخر هام يساعد في تشكيل وسائل إعلامنا المستقبلية، وهو تطور تكنولوجيا اتصالات التفاعل التبادلي، ويشير التفاعل التبادلي بوجه عام إلى عمليات الاتصالات التي تتخذ خصائص الاتصالات بين الأشخاص، ففي الاتصالات الشخصية يشترك المرسل والمستقبل في أداء دور رجل الإعلام والاتصال بالتناوب ويستقبل كل شريك التغذية المرتدة " Feed Back " فورا وبصورة كاملة في شكل رسائل شفوية وغير شفوية، والواقع أن وسائل الاتصالات الجماهيرية التقليدية ليست ذات تفاعل تبادلي، لأن تدفق الاتصالات ذات الاتجاه الواحد لا يسمح لأعضاء جمهور المشاهدين بالتقديم، أو لرجال الإعلام والاتصال الجماهيري باستقبال التغذية المرتدة كاملة وفورا، لأن رجال الإعلام والاتصال الجماهيري لا يعرفون ماذا يفعل المشاهدون، أو ماذا يفكرون فيه أو يشعرون به، وعضو المشاهدين لا يستطيع التعبير عن الحيرة، أو الحزن، أو الغضب، أو الإثارة أو أي رد فعل آخر يعود إلى المصادر، وكان هذا يمثل إحدى الخصائص الرئيسية التقليدية لوسائل الاتصال الجماهيرية.

ويعني التفاعل التبادلي أيضا سيطرة متبادلة على تدفق محتويات وسائل الاتصالات، ففي الاتصالات بين الأشخاص مثلا، يستطيع الشركاء أن يؤثروا على طبيعة المحادثة بتغيير الموضوع، أو إظهار عدم الموافقة على ما يقوله الشريك، ولم تستطع أية تكنولوجيا جديدة لوسائل الاتصال الجماهيرية حتى مجرد الاقتراب من هذا التفاعل التبادلي الغني من الاتصالات بين الأشخاص^{٢٧}.

وكمثال على وسيط إلكتروني الفيس بوك، يمكن المحافظة على نشاط الجمهور المتابع لك وتفاعله، من خلال تطبيق أو لعبة على الفيس بوك تجعلهم يعودون دائما لزيارة صفحتك ومتابعتها^{٢٨}.

ويقدم الفيس بوك العديد من الإيجابيات لتنشيط حوار تفاعلي وضمن فعاليتيه بالنسبة لجميع المستخدمين وبالأخص المؤسسات وهي:

- ✓ تمكيننا من التواصل بشكل تفاعلي.
 - ✓ تحفيز المحادثات المعتمدة على الإصغاء المتبادل.
 - ✓ خلق الوعي والثقافة في محيط اجتماعي مزدحم وفوضوي.
 - ✓ السماح لنا بابتكار وتطوير أساليب تواصل أكثر حنكة^{٢٩}.
- وهو ما يوضحه هذا الشكل:

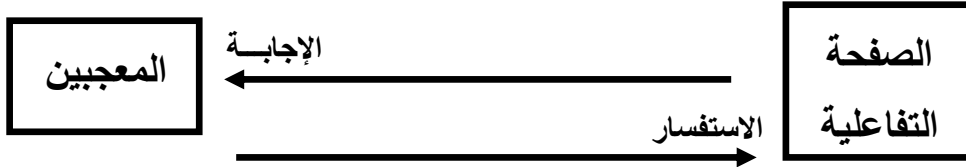


الشكل من إعداد صاحب المقال.

ولتنشيط حوار تفاعلي على الصفحة الرسمية على الفيس بوك، يجب الالتزام من طرف القائمين عليها بالنقاط التالية:

- اختيار نمط معلوماتي أصلي ومؤثر في المجموعة أو المعجبين بالصفحة.
- عرض بوضوح الأهداف من هذه الصفحة، ومشاركة المعلومات وتبادل في المواضيع المقترحة.

- لا نقترح مواضيع عميقة جدا لا يفهمها إلا أصحاب التخصص، فالمواضيع ذات الأهمية المشتركة والواضحة تجلب العديد من الفاعلين والمشاركين مما يخلق تفاعلية أكبر.
 - اختيار وسيلة دعم أو أرضية ثانية تكون مناسبة، كربط الفيس بوك مع تويتر والإنستغرام.
 - طرح السؤال ماهي الطريقة الأحسن للوصول إلى المتلقي (وضع مجموعة من الخيارات المتاحة والعمل بأحسنها).
 - إنتاج محتويات ذات قيمة مضافة، وتكون وفق طبيعة السياق لجذب المشاركين والمعجبين أكثر.
 - يجب معرفة نوعية المجتمع المتلقي.
 - دائما يجب تحضير المشاركين المساعدين لتنشيط الصفحة.
 - عرض بوضوح القواعد العامة، لمختلف العمليات.
 - عدم التردد في القواعد والإجراءات الموضوعية، لأنها تعطي القوة والانضباط.
 - السماع الجيد للآخر والأخذ بالاقتراحات المناسبة.
 - إشراك المجتمع الافتراضي التابع للصفحة، في تطوير الخدمات والمنتج.
 - تحديد الخط الافتتاحي الشبكي من خلال المنشورات.
 - الوفاء أمر ضروري بالنسبة للأعضاء النشطين.
 - الإجابة على جميع التساؤلات.
 - العمل بمبدأ الشفافية.
 - عرض بوضوح الأهداف التي تسعى إليها من خلال هذا التواجد الافتراضي^{٣٠}.
- والشكل التالي يوضح الصفحة التي تتسم بالتفاعلية والديناميكية على الفيسبوك:



الشكل: من إعداد صاحب المقال.

- كما أن ليس كل الإنترنتيين مهوسين، ولهذا يجب أن يكون التواصل بشكل براغماتي وفعال وسريع، مع طرح أسئلة توضح اهتمام الزبون أو المعجب أو الصديق، كطرح السؤال : ما الذي...؟، ما هو العمل...؟، كيف أفعل ... ويجب الالتزام دائما بأمانة السرد، مما سيجعل العلاقة مع المتلقي تقفز إلى مستويات وأسهم خيالية من الجانب الإيجابي، كما يجب أيضا طرح باستمرار السؤال " لماذا "، وهنا نقصد على وجه التحديد الحافز على ما هو منشور من طرف الجمهور، وتعتبر كلمة " لماذا " هي طريقة تصحيحية

لكل عمل على الفيس بوك، فنقول " لماذا هكذا... وليس بهذه الطريقة "، " لماذا السؤال طرحناه بهذا الشكل "، " لماذا النص كان قصيرا "، " لماذا الجمهور لم يتفاعل "، " لماذا المتابعين أو المتلقين لم يعجبهم المنشور " .

- كما أن الفيس بوك، وبطابعه الحوارى المتميز (المحادثة)، يصبح المتلقي أو المعجب، على علاقة تشاركية، وهذا يعزز قوة الرابط، وهو ما يساعد على تسيير علاقة المتلقين أو المعجبين ويعتبر وسيلة للهيمنة والسيطرة عليهم، كما يمكن عن طريق إدارة حوار على الفيس بوك، من تسيير سمعة المؤسسات مهما كان نوعها أو ما يعرف (e-reputation)^{٣١} .

- يجب عدم استخدام أسلوب المقالات والردود الضارة المؤذية (Flame)، في كثير من الأحيان قد تجد المؤسسة بعض المقالات (ضمن مجموعات الأخبار) تتحدث بصورة سلبية عن المؤسسة أو عن سلعتها أو خدماتها، وفي هذه الحالة ينبغي عدم الرد على كتاب تلك المقالات بصورة سيئة أو سلبية وعبارات جافة وجارحة وعدم إثارة حروب الرسائل والكلمات، إن هذا الأسلوب يجلب الضرر والدعاية السلبية للمؤسسة، إن الطريق السليم للتعامل مع مثل هذه الحالات هو إما إهمالها أو عدم الرد عليها، وإما مخاطبة كتابها بصورة إيجابية وطلب آرائهم ومقترحاتهم لتحقيق رضاهم عن المنظمة ومنتجاتها^{٣٢} .

كما أن من بين الأمور التي تساعد على نجاح الحوارات التفاعلية على الفيس بوك هو طرح بعض الأنواع من الأسئلة دائما لمجتمعك (داخل الصفحة) في أي وقت وهي:

- ✓ ما الذي ترغب أن تراه أكثر بهذا المجتمع؟
- ✓ من يلهمك أكثر؟
- ✓ أين أكثر الأماكن إثارة حين استخدمت منتجنا؟
- ✓ متى استخدمت خدمتنا لأول مرة؟
- ✓ لماذا تعجبك هذه الصفحة؟^{٣٣}

- إن الحوار التفاعلي يكسب عدد كبير من الإعجابات إذا استغل جيدا، كإرسال رسائل عن طريق الإيميل لأصدقائك للإعجاب بالصفحة ومتابعتها، وكمثال على هذا: " صباح الخير، مؤخرا قمت بإنشاء صفحة على الفيس بوك من أجل تنشيط أعمالي والتي تتضمن (...) والكائنة (...)، يمكنكم مساعدتي بالضغط على زر الإعجاب، ومشاركتها مع أصدقائكم على مواقع التواصل الاجتماعي من فضلكم...شكرا وبومكم سعيد، كما يمكن إرسال طلب الإعجاب إلى كل الاتصالات على قائمة الفيس بوك لديك، ولتنشيط جيد لصفحة الفيس بوك هو مراجعة كل يوم نشاط الصفحة كما يجب وعدم تجاوز ثلاثة منشورات في اليوم، فهذا هو الحد الأقصى^{٣٤} .

والحوار التفاعلي يمكن أن يكون في الأصل دعوة إلى المستخدمين أو الزبائن الغير المنتمين إلى الصفحة ليعجبوا بها فمثلا من بين أساليب تحريك الحوار والعمل بتقنية الاستقطاب كأن تقول:

- شاركنا رأيك على (...).
- اربح جوائز وانضم للحوار على (...).
- دعم مجاني لترك التدخين على (...).
- انضم للحوار بصفحتنا على (...).
- احصل على بعضها بصفحة على (...).

لأن جمهور الويب ككل، أوسع مما يمكنك من أن تقول للناس زوروا موقعي دون أن تخبرهم لماذا عليهم زيارته، فإن الفيسبوك أكبر بكثير من أن تقول للناس بأن يعجبوا بك دون أن تخبرهم لماذا، حتى إن كانوا زبائنك، من الضروري تطوير عرض القيمة هذا دمجها بتواصلاتك مع الزبائن والمعجبين الحاليين والمحتملين^٣.

القوالب التحريرية واللغوية لنشر الموضوعات في وسائل الإعلام الإلكتروني:

يوجد بعض القواعد التحريرية الخاصة باستخدام الكلمات والجمل في وسائل الإعلام الإلكتروني وفي وسائل الإعلام التقليدية يجب مراعاتها عند الكتابة لتلك الوسائل حيث المقدمة والعناوين والتعليقات وهذه القواعد هي:

- الاختلافات في الكتابة للرسائل تعود أساسا إلى خصائص الوسيلة، ففي مجال استخدام الوسائط المتعددة فإن الاهتمام بالصورة يأتي أولا ثم تأتي الكلمات لأن الصورة المصحوبة بكلمات تأثيرها أقوى مضافا إليها الوصلات مما يقلل الجمل الوصفية ويختصر الزمن.

- تركز الكتابة الإلكترونية على العناوين الموجزة مع توفر الروابط للتفاصيل مع تقسيم الموضوعات إلى أجزاء حسب مضمونها.

- تجنب الكتابة الخطية واعتماد الأسلوب الرقمي غير الخطي.

وتعد وسائل الإعلام الإلكتروني من المصادر المعلوماتية والإخبارية المهمة لوسائل الإعلام التقليدية وذلك لأن الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام الإلكتروني يهتم بسياق الأخبار ويعمل على نشر الأخبار والمعلومات والأحداث لتحقيق نسبة متابعين ومشاهدين ومعلقين على تلك المضامين التي ينشرها، ما جعل وسائل الإعلام التقليدية تعمل على تدعيم قصصها الإخبارية بالصور ومقاطع الفيديو التي يلتقطها الأشخاص للأحداث التي يصعب الوصول إليها أو التأخر في وصول وسائل الإعلام التقليدية لتلك الأحداث مما يجعل تلك المؤسسات الإعلامية التقليدية الاعتماد على الصور ومقاطع الفيديو التي ينشرها الجمهور في وسائل الإعلام الإلكتروني.

تختلف وسائل الإعلام التقليدية عن وسائل الإعلام الإلكترونية في أن الأولى تحتاج إلى الإعلان لأغراض التمويل بينما الجمهور الذي ينشر في وسائل الإعلام الإلكتروني لا

يحتاج للإعلانات كما أن الوسائل التقليدية تحمي نفسها وسلطتها بالمعايير المهنية وأخلاقيات المهنة مما يقلل الأخبار الزائفة، أما وسائل الإعلام الإلكتروني فلا تحكمها معايير مهنية إلا الرقابة الذاتية فكثير من الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام الإلكتروني لا يطبقون المعايير المهنية، وكثير منهم غير صحفيين أصلاً لكن ما يحكم مستخدمي وسائل الإعلام الجديد المعايير الذاتية والأخلاقية في نشر ومشاركة الأخبار والمعلومات مما يدعو مستخدمي تلك الوسائل إلى عدم الخضوع للإشاعات والحروب الإعلامية عبر وسائل الإعلام الإلكتروني لكي لا يكون أداة في نقل الأخبار والمعلومات المزيفة للجمهور، وأن مصداقية نقل الأخبار والمعلومات في وسائل الإعلام الإلكتروني تجعل الناشطون في تلك الوسائل يكتسبون شعبية كبيرة وذلك لضعف مصداقية الجمهور بالأخبار والمعلومات التي تنشر في تلك الوسائل، مما يحتم على الجمهور التأكد من مصادر تلك المضامين قبل نشرها في تلك الوسائل.

وأحدثت شبكات التواصل الاجتماعي انقلاباً حقيقياً في شكل ومضمون وسائل الإعلام، بحيث أظهرت شبكات التواصل الاجتماعي مثل : فيس بوك وتويتر ويوتيوب في بداية الأمر كوسائل قليلة الاهتمام بالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية لكنها تحولت بسرعة كبيرة كوسائل الإعلام موازية لوسائل الإعلام التقليدية وقنوات اتصالية تفاعلية بين الإذاعات والقنوات التلفزيونية وكل من الصحفيين والإعلاميين العاملين فيها من جانب، وبين الجمهور من جانب آخر، ولم يقف دورها عند هذا الحد، إذ أصبحت مصدراً أولياً للمعلومات التي يتم التحقق منها بالوسائل الصحفية التقليدية، ولعبت شبكات التواصل الاجتماعي دوراً مميزاً وبارزاً في البرامج والفقرات الإخبارية وبالخصوص الفقرات والبرامج التي تذاق أو تبث بصورة مباشرة، ما يستدعي من الإعلاميين المتخصصين دراسة وفهم أساليب التعامل مع هذه المواقع وضرورة الاستفادة منها في تضمين البرامج بخدماتها، واستعمالها كأدوات للتفاعل الاجتماعي بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية فضلاً عن أن شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك جعلت الصحفيين يعيدون النظر في أساليب وطرق التحقيق والكتابة التي يمارسونها، بصورة اعتقدوا أنها تشكل تطويراً هاماً للعمل الإعلامي، وذلك بفضل الخدمات التفاعلية والتشاركية والطرق العديدة لتبادل الآراء والمعلومات.

وأصبحت وسائل الإعلام تتغير وفقاً لاحتياجات الجمهور الذي يرغب بشكل كبير في إيصال صوته للمؤسسات الإعلامية أو للأشخاص الآخرين والتعرف على آرائهم بشأن الموضوعات التي تنشرها، وتؤثر شبكات التواصل الاجتماعي في وسائل الإعلام التقليدية وفقاً لعدة أبعاد منها : كأداة للصحفيين لإنشاء المحتوى عبر الكم الهائل من المعلومات والأخبار في شبكات التواصل الاجتماعي وكأداة لتوزيع ونقل المعلومات بين الصحفيين والجمهور أو بين الصحفيين أنفسهم، وكأداة لالتماس المعلومات وتلقيها والوصول إليها، إذ أن طريقة الحصول على المعلومات والأخبار من شبكة الإنترنت من

أسهل الطرق وأسرعها، فضلا عن عدم وجود أي عائق أو حاجز في حصول المستخدمين على المعلومات^{٣٦}.

وفي مجال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فإن الاهتمام بالصورة يأتي أولا ثم تأتي الكلمات، لأن الصورة المصحوبة بكلمات تأثيرها أقوى مضافا إليها الوصلات، مما يقلل الجمل الوصفية ويختصر الزمن، ويجب توفير الروابط للتفاصيل مع تقسيم الموضوعات إلى أجزاء حسب مضمونها، وتدعيم التفاعلية من خلال طرح الأسئلة لاستثارة المتلقي للبحث عن الإجابة وطلب التعليقات أو التصويت على الموضوعات المنشورة.

وكذا المتابعة القائمة على التحديث الفوري للقصص الخبرية المنشورة، لجذب المتلقي مع الوضع في الاعتبار أن جوهر الكتابة في الشبكات ينبغي ألا تختلف عن الوسائل التقليدية من حيث الدقة والوضوح وبساطة الأسلوب باعتبار أن المتلقي في الإعلام الإلكتروني هو القارئ والمشاهد والمستمع معا^{٣٧}.

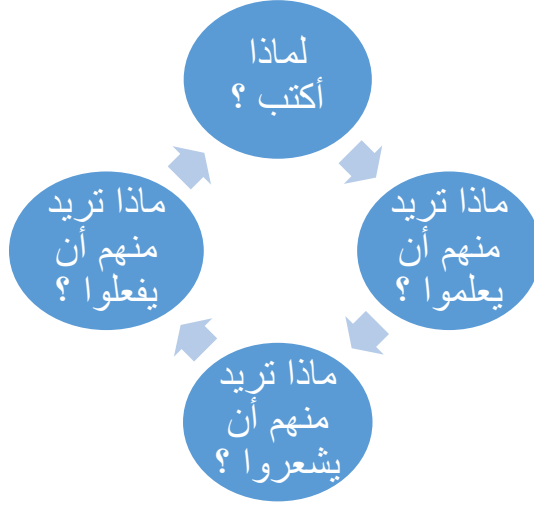
- من الضروري أيضا، معرفة اللغات الأكثر انتشارا وتمركزا على مواقع التواصل الاجتماعي وفي الفضاء الأنترنتي بصفة عامة وهذا لمعرفة اختيار اللغة الأولى للرسالة والثانية وإذا اقتضى الأمر حتى الثالثة، والجدول التالي يوضح اللغات العشر الأكثر استخداما على شبكة الإنترنت:

الرقم	اللغة	عدد المستخدمين
١	الإنجليزية	٥٦٥ مليون
٢	الصينية	٥٠٩,٩ مليون
٣	الإسبانية	١٦٤,٩ مليون
٤	اليابانية	٩٩,١٨ مليون
٥	البرتغالية	٨٢,٥٢ مليون
٦	الألمانية	٧٥,٤٢ مليون
٧	العربية	٦٥,٣٦ مليون
٨	الفرنسية	٥٩,٧٧ مليون
٩	الروسية	٥٩,٧٠ مليون
١٠	الكورية	٣٩,٤٤ مليون
١١	باقي اللغات	٣٥٠,٥٥٧ مليون

٣٨- محمد لعقاب، مهارات الكتابة للإعلام الجديد، دار هومة للطباعة والنشر،

الجزائر، ٢٠١٣، ص ٢٩.

- إن المستخدمين عندما يمسحون النص، يقرأون فقط الجملة الأولى من كل فقرة ما يعني أن الجملة الأولى هي الأكثر أهمية وبالتالي فإن الهرم المقلوب يعتبر مهما جدا في الكتابة للواب.
- إن القارئ على الفيس بوك يريد الحصول على المعلومات بسرعة وبأقل جهد، لذلك يجب أن يكون النص قصيرا.
- إن العناصر التيبوغرافية مجندة عند القارئ (رسومات - صور - جداول - أشكال ...)، إذا كانت تضيف جديدا للنص، لأن حشو النص برسومات ليست متناسقة ولا تخدم النص وتعتبر مضیعة للوقت بالنسبة للقارئ.
- إن المستخدم يفضل الأسلوب البسيط وغير الرسمي، أي غير الأكاديمي لأن القارئ يريد أن يقرأ بسرعة، ولا يريد أن يقرأ كل كلمة حتى يفهم النص.
- إن المستخدم يريد الحصول على المعلومة بسرعة، فهو تحت ضغط الوقت، لذلك فإن عدم التنظيم الجيد للنص، وصعوبة الدخول في النص الفائق، ينفّر المستخدم.
- إن المستخدم لا يحبذ المواضيع الطويلة بل يفضل القصيرة.
- إن المستخدم لا يريد معلومات مبعثرة وغير منظمة لأنه لا يريد أن يبذل جهدا في تنظيمها، لذلك يتعين تنظيم المعلومات بشكل جيد (فكرة واحدة في فقرة واحدة، الكم المقبول من المعلومات في الفقرة الواحدة...).
- وكأوجه للمقارنة مع إحدى الوسائل الإعلامية الأخرى، أخذنا مثال أحد الباحثين، إذ يقول جاكوب نيلسن: " إن الفرق بين الكتابة للواب والكتابة للتلفزيون مثل المقارنة بين التحرك للأمام والتحريك إلى الخلف، ففي الواب يقوم المستخدمون بالبحث عن المعلومات ويرغبون في الحصول على أشياء منجزة، فالواب هو وسيلة إيجابية، بينما عندما نشاهد التلفزيون فإن المشاهدين يرغبون في " التكفل بهم " لأنهم في حالة استرخاء، لا يرغبون في الاختيار، فالتلفزة إذن وسيلة سلبية"^{٣٩}.
- ويمكن القول بأن أي نص أو كتابة إلكترونية يجب أن تكون مقنعة، ويوجد جانب من الحقيقة في هذا القول: لأنه يجب أن تحوي النصوص أو الكتابة الفعالة في جوهرها إرادة الإقناع، ويجب عليك دائما أن " تروج " ما تكتبه، حتى وإن كنت تحاول ترويح نفسك، والقدرة على الإقناع لا تتطلب مهارات متقدمة أو كلمات بليغة وفي الحقيقة هناك أربعة أشياء تحتاج إلى النظر فيها قبل كتابة وثيقتك، كما هي موضحة في الرسم التخطيطي التالي:



قبل كتابة أي شيء، يجب أن تطرح السؤال على نفسك الأسئلة التالية:

- ١- لماذا أكتب هذه الوثيقة؟ وما هدفي من كتابتها؟
- ٢- ما النقاط الرئيسية التي أحتاج إلى إخبار القارئ عنها؟
- ٣- ما الذي أريد من القارئ أن يشعر به حيال هذا الموضوع؟ هنا نحن بحاجة إلى مس مشاعرهم.
- ٤- ماذا أريد من القارئ أن يفعل؟ ما الخطوات التالية أو الإجراءات التي ينبغي اتخاذها؟^{٤٠}

لغة التخاطب على الفيس بوك:

إن اللغة تؤدي دورا مركزيا في التواصل، وإنتاج المعنى على مواقع التواصل الاجتماعي، وهي لغة سهلة تراوح بين العامية والدارجة خصوصا فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي، فهذه اللغة استقطبت جيلا بأسره، فهي لغة تتحدر من سجلات لغوية متحررة، متنوعة، جامعة بين الدارج والغريب ويلاحظ الدارس والمتتبع لحلقات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، أن لغة التواصل تراوح بين العامية والفصحى، وفي أحيان عديدة تكون العامية أي اللغة الدارجة السجل اللساني الأساسي المعتمد وقد يعود ذلك لارتباطها الوثيق بواقع الناس، فهي رمز للواقعية، من حيث قدرتها البلاغية على تصوير المؤلف في حياة عامة الناس وهو مهم جدا لتحقيق القصد التواصل، فهذه اللغة ظلت لغة التفاعل الأولى بامتياز، وهي المتحررة من ضوابط الشكل والمضمون^{٤١}.

كما أن اللغة المستخدمة في غرف الحوار (Chat Room)، تختلف مستوياتها من اللغة الأكاديمية الراقية إلى الثرثرة العادية التي قد تتجاوز الحد الأدنى للذوق المقبول، وكى

تتمكن من التحدث باقتدار في غرف الحوار عليك الإلمام بلغتها ومصطلحاتها، لأن المتحاورين في بعض هذه الغرف يقومون عادة باختصار كثير من الكلمات واستعمال مفردات جديدة دخيلة على اللغة النظامية، وذلك لتسريع وتيرة المحادثة أو لتسريع ظهور رسالتهم على الشاشة^{٢٢}، وفي الآن نفسه اللغة التي تستخدم في وسائل التواصل الاجتماعي على غرار الفيس بوك، تعتبر اللغة المفهومة والأكثر انتشاراً وسهولة، فاللغة هي رمز يوضح ويعبر عن شيء معين، وهذا ما يميز اللغة في وسائل التواصل والتي لم تقتصر على المقروءة منها، بل تنوعت لتشمل المسموع والمرئي بتقنيات مختلفة، تعبر عن الفكرة التي يتم تبنيها لعرضها ونقاشها، وما يميز ذلك هو سهولة فهم هذه اللغة ومحتواها ودلالاتها، كما أنها منتج اجتماعي (شعبي) يستطيع الوصول إليها وإنتاجها بأدوات بسيطة^{٢٣}.

يقول هارفي كابلا (Hervé Kabla)، يجب الأخذ دائماً بكلمات مختلفة عما هو محل التفكير، كما أن التنشيط صفحة على الفيس بوك هو الجزء الكبير الذي يحتاج قرب أكثر وخطاب مصنوع من قبل المؤسسة أو العلامة أو المستخدم، مع علاقة قوية بالجانب الخدماتي، كما أن مجتمع المدراء عليهم اختيار الخطاب بشكل دقيق وفي بعض الأحيان تعطى المهمة لقسم التسويق، وهذا لطبخه وإعداده بالصيغة المناسبة^{٢٤}.

ونلاحظ من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفيس بوك، أن التعليقات والمنشورات والمحادثات، والرسائل القصيرة على الهاتف النقال قد تغيرت لغتها نحو الاختصار والاعتماد على اللغات الأجنبية كأن نقول hmd بدلا من الحمد لله، و slm بدلا من السلام عليكم، كما يعتمد المستخدمون على الأرقام بدل الحروف العربية، كأن يكتب mar7ab بدلا من مرحبا، أو 2alb بدلا من قلب، وبهذا نكون نشهد ظهور لغة جديدة لا هي عربية ولا هي أجنبية، بل هي مختلفة تماما عنهما ولا يفهما إلا مستعملون التكنولوجيا الحديثة من حاسوب ولوحات إلكترونية وهواتف نقالة^{٢٥}.

ولهذا عندما قال الأديب اللبناني جبران خليل جبران " اللغة تلد على أنمل شاعر"، لم يكن يدري بخلد هذا الأديب أنه لم يعد بوسع الشعراء وحدهم إيلاد اللغة، فهناك لغة أشبه بالخلطة ولدت مع مواقع التواصل الاجتماعي، واستعملت كلغة رسمية على الفيس بوك وهي أشبه بالخلطة الغربية التي تجمع بين كلمات من اللغة العربية وأخرى من اللغة الإنجليزية أو الفرنسية في آن واحد، والتي يطلق عليها مجازا " العريبيزي " ويستمر زحف " العريبيزية " أو " الفرانكو عربية " بشكل كبير جدا، ووفق هذا السياق أصبح هناك أبجدية متعارف عليها بين المتحدثين على صفحات الفيس بوك وباقي مواقع التواصل الاجتماعي هي على النحو التالي:

الحرف باللغة العربية	العدد الذي ينوب عن هذا الحرف
حرف الألف (أ)	٢
حرف العين (ع)	٣
حرف الخاء (خ)	٥
حرف الطاء (ط)	٦
حرف الحاء (ح)	٧
حرف الغيم (غ)	٨

وبناء على ذلك إذا أراد أحدهم أن يحيي الآخر، فيقول له بلغة التراسل الجديدة: sba7o (صباحو / أو صباح الخير)، sho3ml (شو عامل)، وإما يتم اختصار الكلمة الطويلة إلى بعض الحروف أو إلى حرفين منها لتفي بغرض التعبير عن الكلمة المراد قولها كما في الكلمات الأجنبية التالية:

الكلمة الأجنبية	اختصار هذه الكلمة
Welcome	Wlc
Take care	Tc
See you	Cu
Because	Bcz
Please	Plz
Some one	Sime 1

ويوجد أمثلة أخرى للاختصار باللغة الفرنسية:

الكلمة الأجنبية	اختصار هذه الكلمة
Bonsoir	Bns
Bonjour	Bnj
Salut	Slit
Au revoir	A.r
Ça va	Cv
Monsieur	M.S
Madame	M.d
il Ya des nouvelle/ quoi de neuf	q.d.9 / koi 29
Bonne nuit	Bonne 8

الجدول من إعداد صاحب المقال.

العبارة	اختصاراً لـ	معناها وسياقها العام
BTW	BY the way	بالمناسبة عندما ترغب في إضافة بعض المعلومات غير المهمة المتعلقة بموضوع ما أو تقديم موضوع جديد.
LOL	Laughing out Loud	اضحك بصوت عالٍ.
FOCL	Falling out of chair Laughing	لقد وقعت من الكرسي من شدة الضحك.
ROFL	Rolling on the Floor Laughing	أندرج على الأرض من الضحك.
IMHO	In my humble opinion	في رأي المتواضع.
IMNSHO	In my not so humble opinion	في رأي غير المتواضع.
YMMV	Your mileage may vary	قد تختلف الأمور لديك عما لدي.

٤٧-وداد سميشي، المنتديات الإلكترونية: بين التفاعلية وفن الحوار الافتراضي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠١٦، عمان، الأردن، ص ١٤٤.

وبناء على هذا فإن اللغة عبر الفيس بوك يجب أن تراعي هذه التغيرات الجديدة التي طغت في الاستعمال التواصل، إذ لا يمكن مخاطبة المتلقي سواء كان معجب، أو زبون، بلغة ذات كلمات طويلة قد تؤثر على مستوى وعيه على نص الرسالة بشكل كبير، إذ من الضروري الكتابة والرد والتواصل معهم على نفس النسق اللغوي المسيطر، فهذه اللغة أصبحت عالمية الانتشار، كما أشارت إحدى الباحثات في الألسنية واللغويات من الجمعية الإنجليزية للتهجئة الإملائي (بريطانيا)، إن الإنترنت أحدث تغييراً جوهرياً بمعنى أنه قلب الموازين في اللغة الإنجليزية، وهو ناجم عن السرعة في الكتابة على الإنترنت.

ويجب مراعاة في لغة التخاطب على الفيس بوك أو مواقع التواصل الاجتماعي، عدة خطوات أبرزها:

-أكتب بطريقة طبيعية وبصدق:

حاول أن تظهر اهتماما صادقا بالقارئ ومشكلاته، وبنبغي أن تتسم رسالتك بالإخلاص مع الكتابة بأسلوبك أنت، وأكتب بطريقة طبيعية، كما لو كنت تجري محادثة. كن مهذبا ومراعيا للمشاعر:

- ✓ التحلي بالتهذيب ومراعاة مشاعر الآخرين في كتابتك يعني الآتي:
- ✓ الرد العاجل على كل الرسائل، ولترد عليهم في اليوم ذاته إن استطعت ذلك.
- ✓ إذا لم تستطع الرد على الفور، فلتكتب للمرسل ملحوظة موجزة وبين فيها السبب في عدم الرد الفوري، وسوف يساعد هذا في إنشاء المودة بينكما.
- ✓ تفهم وجهة نظر المتلقي واحترامها.
- ✓ قاوم رغبتك في الرد على المرسل بطريقة تهاجمه فيها كما لو أنه مخطئ.
- ✓ إذا شعرت بأن بعض تعليقاته غير منصفة، فكن لبقا وحاول ألا تشعره بالإهانة.
- ✓ قاوم رغبتك في الرد على الخطاب المهيمن بنبرة مماثلة، وبدلا من ذلك، رد عليه بتهذب ولا تخفض من منزلتك.

ولا يعني التهذب استخدام تعبيرات عتيقة الطراز مثل " حضرتك " أو " سيادتكم "، بل يعني إبداء مراعاتك لمشاعر مراسلك والتحلي بالتعاطف، أي إظهار الاحترام لمشاعر قارئك، والكتابة بأسلوب مهذب يمكنك من رفض الطلب بدون قطع كل حبال الأمل في إجراء معاملات تجارية مستقبلية، وهو ما يمكنك من تقديم الرفض بدون هدم الصداقة. - استخدم كلمات بسيطة وجمل قصيرة:

نظرا لكونك تعمل على تطوير قدرتك الكتابية، فينبغي عليك تذكر مبدأ " أ - ر - ق - ب "، وهذه هي الحروف الأولى لكلمات التالية: أبق - رسالتك - قصيرة - وبسيطة، وهذا الجدول يوضح بعض الأمثلة:

بدلا من قول:	قل:
في المستقبل القريب العاجل.	قريبا.
في وقت لاحق.	لاحقا.
نود أن نطلب منك.	من فضلك.
في ضوء الحقيقة.	نظرا لـ.
فيما يتعلق بـ.	بشأن.
في اللحظة الحالية.	الآن.
سوف أكون مسرورا إذا.	من فضلك.

- استخدم لغة عصرية:

العبارات الطويلة عتيقة الطراز لا تضيف أي شيء لمعانيك، ومن المحتمل أن تترك انطبعا سيئا عنك، وقد تؤدي إلى الشعور بالحيرة، والحوار الإلكتروني الجيد لا يستخدم من الكلمات إلا ما هو ضروري لنقلها بوضوح ودقة، كما يوضحه الجدول التالي:

بدلا من قول:	قل:
لقد تلقينا خطابك المرسل بتاريخ ١٢ يونيو.	شكرا لك على خطابك المرسل بتاريخ ١٢ يونيو.
توجد كلمات مرفقة ينبغي عليك العثور عليها.	لقد أرفقت ملفات بالرسالة.
من فضلك، أبق في ذاكرتك.	من فضلك، تذكر.
هلا تكرمت بإعلامي عن الأمر.	من فضلك، أعلمني بالأمر.

– استخدم لغة إيجابية:

يعد تقديم نفسك في صورة الشخص المتفائل استراتيجية للنجاح ثبتت صحتها، وينجح هذا الأمر في الكتابة أيضا، وببساطة فلتختبر القارئ بما يمكنك فعله وبما ستفعله بدلا من إخباره بما لا يمكنك فعله وما لن تفعله، من الإرشادات المهمة لكتابة إيجابية أن تتجنب استخدام كلمة " لكن " قدر الإمكان: فهي تمحو كل شيء إيجابي سبقها، وسوف تدفع القارئ إلى التركيز على السلبيات فقط^{٤٨}.

أبعاد الخطاب الإلكتروني:

١- بعد خاص بالتكتلات الاجتماعية: حيث يصبح الفرد أكثر اندماجا في المجموعات التي ينتمي إليها، ويتعرف على أفراد يشاركونه اهتماماته ويتفقون معه في معتقداته، ويتبادل الاتصال مع مجموعات تقع في النطاق المحلي للمجتمع الذي ينتمي إليه.

٢- بعد خاص بمدى التقارب والتواصل: حيث يتبادل الفرد الاتصال مع الآخرين، يختلفون عنه في العمر أو الجنس وغير ذلك.

٣- يتبادل مع آخرين يختلفون عنه في خلفياتهم المعرفية أو العرقية والاجتماعية. إن هذه الأبعاد توحى بالتنوع والحرية التي تمنحها مواقع الحوار والخطابات الإلكترونية، للفرد حيث تجعله إما متحدثا مع من ينتمون إلى إطاره المرجعي والفكري والثقافي نفسه، أو مع من يناقضونه تماما، فالتكنولوجيا الرقمية لم تقربنا فحسب من الأجهزة الإلكترونية، بل فتحت أمامنا مجالات وخبرات جديدة، بها وبفضلها نعيش كل يوم نتعلم الجديد ونكتشف ثقافات غير متوقعة، فكثير من المدافعين عن الحوار الإلكتروني يرون أن لها فوائد جمة لا يمكن تجاهلها ففي حديثه عن موقع الفيس بوك – مثلا - يقول Jérôme Batout " إن موقعا يقنع ٥٠٠ مليون شخص لا بد أن يكون مليئا لحاجة اجتماعية، فقد يمكن هذا الموقع من خلق فضاء عمومي عالمي لم يخلقه موقع إلكتروني قبله، ونفسر ذلك بأن مواقع الحوار ككل تمكنت من استقطاب أعداد هائلة من الجماهير التي تعتبر هذه المواقع فضاءات مناسبة للتنافس والإدلاء بأرائهم والتعبير عن آلامهم وأفراحهم والتعرف على أفكار الآخرين وثقافتهم المختلفة، فإذا ما ابتعدنا عن الجانب التقني المعقد فإننا نستطيع القول ببساطة أن هذه التقنية توفر للمرء الدخول إلى

فضاء رحب وواسع لا حدود له، ولا ضوابط، ولا قيود، فهي من ثم تربطه بالعالم شرقا وغربا، بل أكثر من ذلك، فهي تتيح له أن يتحدث مع صديق في أي مكان في العالم، بالصوت والصورة، كما يستطيع أن يخط سطورا الآن حيث هو موجود ليرسله إلى أي مكان على وجه الأرض فسيصل خلال ثوان معدودة.

ومن الناحية المعرفية والإعلامية أحدث التحوار والتخاطب الإلكترونيين حالة معرفية ثورية حقا في تاريخ البشرية إذ منح الفرد العادي من غير ذوي النفوذ والمكانة، أو السلطة، أو الثروة إمكانية إعلامية في مواجهة نفوذ المؤسسات الإعلامية المختلفة وغيرها، وشكل أحيانا تحديات في مواجهتها، فبعد أن كان شرطا عليه حتى يصل صوته أو تعليقه أن ينتظر موافقة مشروطة لأن يظهر بعد المرور على الحراس البوابات الإعلامية التقليدية، صار يمتلك الإتاحة وأصبح له صوت وصورة ونص، كما تمنح مواقع التحوار فيضا معلوماتيا هائلا وتقدم في كثير من الأحيان معلومات حصرية قبل أي مؤسسة إعلامية وتسمح للفرد بالاطلاع عليها والتعليق بكل حرية وكذا تبادل هذه الأخبار مع غيره عبر العالم بأسره، وهكذا أدت متلازمات الإنترنت (في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي)، إلى أن يوجد عوالم ثلاثة:

- ✓ عالم نعيشه ونستخدم داخله مختلف حواسنا الطبيعية.
- ✓ عالم آخر ينتقل إليه الجميع بكل خواصهم المادية بعد طول بقاء.
- ✓ عالم مختلف تماما غيرهما صنعتته تكنولوجيا الحاسبات والإنترنت^{٤٩}.

نتائج الدراسة:

- كشفت الدراسة أن التزايد المستمر للمشاركين يوميا عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، انعكس إيجابيا على الموقع مما جعله في صدارة المواقع الإلكترونية، وبالتالي استمرارية الاهتمام به من طرف المستخدمين والباحثين، كوسيلة إعلامية ناجعة وبديلة عن الإعلام التقليدي.

- الغرض الأول من ظهور موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك هو التواصل وإنتاج التفاعلية.

- وجود زيادات مضطردة في عدد مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، أدى إلى تشكيل مجتمع إلكتروني يتمتع بمميزات لغوية خاصة به، إلى جانب نشاط تفاعلي لم تشهده الوسائل الإعلامية التقليدية من قبل.

- يعتبر موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك من أهم الوسائل الاتصالية الحديثة، والتي بإمكان الأفراد والجماعات والمؤسسات الاستفادة من خصائصه المختلفة، على غرار التفاعلية التي ينتجها الموقع والأشكال اللغوية المختصرة والسريعة التي أصبحت تنافس اللغات الأم في كل مكان في العالم.

- الاهتمام بالمحتويات المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، من حيث التجديد وديمومة النشاط، والتواجد على الصفحة بشكل يمكنك من الرد على الانشغالات والرسائل وهو ما يجعل الصفحة حيوية وديناميكية.
- تبادل الصور والفيديو والمعلومات، يعتبر من أقوى السبل لانتقال المعلومات ودورها وتبادلها، وخلق التفاعلية داخل الوسط الفيسبوكي.
- موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك له دور مهم في تقديم المعلومات والأفكار والحلول والتوجيه، وهو ما يعكس الزخم الكبير الذي يتمتع به من مشاركات وتعليقات وحوارات.
- توعية المستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بالأدوار الإيجابية التي يمكن أن يقدمها.
- تحفيز المستخدمين على التسجيل في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك سواء لأغراض شخصية أو اجتماعية، مؤسساتية... الخ، والاستفادة من خصائصه.
- إجراء المزيد من الدراسات في مختلف الانتاجات الجديدة التي تقدمها الشبكات الاجتماعية من ناحية الشكل والمضمون وبالأخص موقع الفيسبوك، للتعرف على كيفية الاستخدام الأمثل لها وآليات التواصل الفعال فيها.

الخاتمة:

في ختام هذه الدراسة يمكن القول إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يمكن من إنتاج التفاعلية وبصيغ مختلفة، سواء مع الأفراد فيما بينهم أو مع جماعات، أو مؤسسات وهيئات... الخ، كما حاولنا من خلال دراستنا تقديم صورة على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك وكيفية استغلاله الجيد من طرف الفيسبوكيين Facebookeurs، في إنتاج أشكال لغوية وتفاعلية متنوعة ومتعددة، وكذا التحكم فيها وبالتالي وجدنا أن موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك يشكل طفرة تحريرية نوعية من حيث العامل اللغوي والتفاعلي.

كما نستنتج من خلال الدراسة أن موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك ساهم بشكل كبير في ظهور أشكال متعددة من التفاعلية وبروز أشكال لغوية جديدة والتي ميزت هذا الوسيط الإلكتروني عن غيره من الوسائط الإعلامية الأخرى.

المراجع والمصادر:

- ١- سحر منصور القطاوي، فعالية برنامج تدريبي باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " في تحسين جودة الحياة للمراهقين الصم، دراسات عربية في علم النفس، مج ١٢، العدد ٣، يوليو ٢٠١٣، ص ٤٦٤.
- ٢- رضوان قطبي، شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة ٢٠١٥ -دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي-، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، مجلد ٣، العدد ١، ٢٠١٧، ص ١٠٣.
- ٣- ميسون عزالدين برهومه، المجتمع المدني في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد الثالث، سبتمبر ٢٠١٤، ص ٦١.
- ٤- محمد سليم الزبون، ضيف الله عودة أبو صعيلىك، الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد ٧، العدد ٢، ٢٠١٤، ص ٢٢٥.
- ٥- إيهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، العربي للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠١٦، القاهرة، ص ٢٣.
- ٦- زغود بلقاسم، سعدي وحيدة، الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب، مجلة آفاق للعلوم، العدد الثامن، الجزء ١، جوان ٢٠١٧، ص ٣٥٠.
- ٧- حاتم سليم العلاونة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري "دراسة ميدانية على النقابيين في إربد"، مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب، المجلد ١٠، العدد ١، ٢٠١٣، ص ٦٧٠.
- ٨- شفيعة حداد، أثر الإعلام التفاعلي في بناء وتفعيل الدور السياسي للرأي العام العربي، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد الخامس، مارس ٢٠١٥، ص ٣٠٠.
- ٩- عباس ناجي حسن، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠١٦، عمان، ص ٩٧-٩٨.
- ١٠- وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد: تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، ط ١، ٢٠١٧، الإمارات العربية المتحدة، ص ٧٧-٧٨.
- ١١- فائق سعيد بامفلح، خدمات المعلومات في ظل البيئة الإلكترونية، الدار المصرية اللبنانية، ط ٣، ٢٠١٥، القاهرة، ص ١٠٤.
- ١٢- الصادق الحمامي، الإذاعة والتلفزيون والميديا الاجتماعية في السياق العربي، عصر الميديا الجديدة، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، جامعة الدول العربية، ٢٠١٦، ص ٧.
- ١٣- حياة لموشي، الإدمان على الفيسبوك وعلاقته بالتوافق الدراسي لدى المراهق، مجلة آفاق للعلوم، العدد التاسع، سبتمبر ٢٠١٧، جامعة الجلفة، ص ٥٨.

- ١٤- محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، ط١، ٢٠١٥، الإسكندرية، ص ٤٥٨.
- ١٥- عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٤، المملكة الأردنية الهاشمية، ص ١٧.
- ١٦- محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، المرجع سابق، ص ٣١٥.
- ١٧- عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص ١٦.
- ١٨- مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل، دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٥، عمان، الأردن، ص ١٣٣.
- ١٩- بلال بوترعة، التفاعل الإلكتروني وأثره على الوظيفة التربوية للأسرة الجزائرية: دراسة على عينة من الشباب مستخدمي الفيس بوك، مجلة البحوث والدراسات، العدد ٢٢، السنة ١٣، صيف ٢٠١٦، ص ٣٠٧.
- ٢٠- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، دس، عمان، الأردن، ص ١٧٧.
- ٢١- مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٦، عمان، الأردن، ص ٣٥.
- ٢٢- كسيرة إسمهان، بلحضري بلوفة، مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" والهوية الافتراضية، مجلة الصورة والاتصال، مجلد ٦، العدد ١، ص ٣.
- ٢٣- أسما حسين حافظ، تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٥، ص ١٥.
- ٢٤- ديانا إم لويس، اللغة الإعلامية الجديدة ومنظومة التطوير، تر: راغب أحمد مهران، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٩، القاهرة، مصر، ص ٧٨.
- ٢٥- عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني، مرجع سابق، ص ١٧-١٨.
- ٢٦- أسمهان كسيرة، تأثير الإنترنت على ثقافة الشباب الجامعي الجزائري: دراسة ميدانية لطلبة جامعة مستغانم أنموذجا، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، علمية دولية محكمة تصدر شهريا عن مركز جيل البحث العلمي، العام الرابع، العدد ٢٧، يناير ٢٠١٧، ص ١٤٤.
- ٢٧- مي العبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط١، ٢٠٠٦، بيروت، لبنان، ص ٣٣٢ - ٣٣٣.
- ٢٨- علي عبد الفتاح، إدارة الإعلام، دار اليازوري، ط١، ٢٠١٤، عمان، الأردن، ص ٢٨.

٢٩-نيل ريتشاردسون، روث غوسناي، أنجيلا كارول، التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي والإنترنت، تر: سلمى بيطار، دار الفراشة للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٣، بيروت، لبنان، ص ١٣.

30-David Fayon, camille alloing, Développer sa présence sur concevoir et déployer une stratégie sur les média sociaux, : internet Dunod, paris, 2012, p126-127.

31- François Laurent, et Alain Beauvieux, les médias sociaux sans bla bla # de la réputation au social CRM, edition kawa, 2012, France, p13-51.

٣٢-يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني: عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت، دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، عمان، ص ٤٩.

٣٣-ديف كيربن، وسائل التواصل الاجتماعي المفضلة، تر: مكتبة جرير، مكتبة جرير للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٥، المملكة العربية السعودية، ص ١١٩.

le guide pas à pas :34-Jules Texier, Facebook pour les TPE/PME pour réussir sur facebook, une publication de l'agence nubiz, 2016, p20 – 22.

٣٥-ديف كيربن، وسائل التواصل الاجتماعي المفضلة، مرجع سابق، ص ٥٥.
٣٦-وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد: تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، ط١، ٢٠١٧، الإمارات العربية المتحدة، ص ١٠٩-١٢٠.

٣٧-جلال الدين الشيخ زيادة، العلاقة بين الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي: الخصوصية والمهنية (دراسة مقارنة)، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والاشكاليات المنهجية، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، السعودية، ص ١٣.

٣٨-محمد لعقاب، مهارات الكتابة للإعلام الجديد، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، ٢٠١٣، ص ٢٩.

٣٩-محمد لعقاب، مهارات الكتابة للإعلام الجديد، مرجع سابق، ص ٣٤-٤٠.
٤٠-شيرلي تيلور، نماذج خطابات ورسائل إلكترونية ومستندات لأعمال التجارية، مكتبة جرير، ط١، ٢٠١٥، المملكة العربية السعودية، ص ٤٧٨. (بتصرف)

٤١-عبد الله الزين الحيدري، الميديا الاجتماعية، الأدوات البلاغية الجديدة للسلطة الخامسة، أشغال الملتقى الدولي: شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، الجمعية العربية الأوروبية لباحثي الإعلام، تونس ٢٠١٥، ص ١٠١-١٠٢.

٤٢-كيم بيكر، ساني بيكر، كيف تتحدث على شبكة الإنترنت، تر: أماني الدجاني، مكتبة العبيكان، ط١، ٢٠٠٥، المملكة العربية السعودية، ص١١٩.
 ٤٣-ميسون عز الدين برهومه، المجتمع المدني في مواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص٦١.

44-François Laurent, et Alain Beauvieux, les médias sociaux sans bla bla # de la réputation au social CRM, edition kawa, 2012, France, p98.

٤٥-دريس سفيان، دور التكنولوجيا الحديثة في ضياع اللغة العربية بين الشباب العربي، مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، العدد الخامس عشر، المجلد الثاني، ٢٠١٦، ص ٧٦.
 ٤٦-مأمون طريبه، أثر الفايسبوك على حياة الشباب اللبناني (دراسة استطلاعية للرأي)، مجلة الاتصال والتنمية، العدد الرابع، كانون الثاني، ٢٠١٢، دار النهضة العربية، لبنان، ص ٢٥.

٤٧-وداد سميثي، المنتديات الإلكترونية: بين التفاعلية وفن الحوار الافتراضي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٦، عمان، الأردن، ص ١٤٤.
 ٤٨-شيرلي تيلور، نماذج خطابات ورسائل إلكترونية ومستندات للأعمال التجارية، مرجع سابق، ص٤٢-٥١ (بتصرف).

٤٩-وداد سميثي، المنتديات الإلكترونية: بين التفاعلية وفن الحوار الافتراضي، مرجع سابق، ص ٧٠-٧٨.

