



ISSN: 1817-6798 (Print)

Journal of Tikrit University for Humanities

available online at: www.jtuh.org/**BOULAARES DJEMAI**

Professor of Linguistics, College of Languages
and Sciences- King Saud University - Riyadh

* Corresponding author: E-mail :
boulaares.djemail@gmailcom

Keywords:

Discourse
Interaction
Language
social media
descriptive

ARTICLE INFO**Article history:**

Received	29 May 2024
Received in revised form	25 June 2024
Accepted	26 June 2024
Final Proofreading	1 Dec 2024
Available online	1 Dec 2024

E-mail t-jtuh@tu.edu.iq

©THIS IS AN OPEN ACCESS ARTICLE UNDER
THE CC BY LICENSE

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Contemporary Intercommunication Discourses on Social Media Language - A Descriptive Investigative Study- A B S T R A C T

The language and discourse on social media are complex and multifaceted topics, encompassing various aspects of linguistics, sociology, psychology, technology, and culture. This topic can be approached from several angles, particularly the characteristics of language on social media, such as abbreviations and the use of emojis. In terms of linguistic diversity, social media brings together people of different languages and cultures, leading to linguistic and cultural overlap. Additionally, the language used is often informal and includes colloquial expressions. From the perspective of creativity and innovation, social media provides a platform for creative expression through images, videos, music, and other media. In conclusion, social media serves as a mirror reflecting the social and cultural linguistic changes in contemporary societies. Thus, language continues to evolve alongside technological advancements and changing patterns of social interaction.

© 2024 JTUH, College of Education for Human Sciences, Tikrit
University

DOI: <http://doi.org/10.25130/jtuh.31.12.1.2024.01>

التخاطبية المعاصرة في لغة وسائل التواصل الاجتماعي - دراسة وصفية استقصائية

الجمعي محمود بولعراس / أستاذ اللسانيات بكلية اللغات وعلومها - جامعة الملك سعود - الرياض
الخلاصة:

تُعد اللغة والخطاب في وسائل التواصل الاجتماعي موضوعًا معقدًا ومتشعبًا، إذ إنها تجمع بين جوانب متعددة من اللغويات، وعلم الاجتماع، والنفوس، والتكنولوجيا، والثقافة، إذ يمكن تناول هذا الموضوع من عدة زوايا، ولا سيما خصائص اللغة في وسائل التواصل الاجتماعي، كاختصار الكلمات واستعمال الرموز التعبيرية، ومن ناحية التنوع اللغوي تجمع وسائل التواصل الاجتماعي أشخاصًا مختلفي اللغات

والثقافات، مما يؤدي إلى التداخل اللغوي والثقافي، وغالبًا ما تكون اللغة المستعملة غير رسمية وتضم تعبيرات عامية، ومن ناحية الإبداع والابتكار توفر وسائل التواصل الاجتماعي منصة للتعبير عن الإبداع بواسطة الصور والفيديوهات والموسيقى... وغيرها من الوسائط، وفي النهاية خلصنا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تُعد مرآة تعكس التغيرات اللغوية الاجتماعية والثقافية في المجتمعات المعاصرة، وهكذا تستمر اللغة في التطور مع تطور التكنولوجيا وتغير أنماط التفاعل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: الخطاب- التفاعل- لغة- وسائل التواصل الاجتماعي-وصفية- استقصائية.

مقدمة:

تُعَدُّ التخاطبية المعاصرة في لغة وسائل التواصل الاجتماعي من أبرز مظاهر التغيرات اللغوية والاجتماعية في العصر الرقمي، إذ تتسم هذه اللغة بخصائص فريدة تميزها عن أشكال التخاطب التقليدية كظاهرة الاختصار والرموز، إذ يستعمل الناس الاختصارات بشكل كبير لتسريع التواصل، ومثل الرموز التعبيرية (الإيموجي) إذ تُستعمل الرموز التعبيرية للتعبير عن المشاعر والحالات المزاجية بشكل بصري، مما يسهم في تعزيز الفهم وتقليل سوء الفهم وكذا التلاعب اللغوي والإبداع، إذ إن التلاعب بالكلمات يأتي لإضفاء طابعٍ مرحٍ أو مبتكرٍ على النصوص، مثل استعمال كلمات مستحدثة أو مزج لغات مختلفة ومنها ظاهرة الإبداع في الكتابة: الذي يعتمد المستعملون بوصفه أسلوباً مبتكراً مثل استعمال الحروف الكبيرة والصغيرة بالتناوب أو استبدال الحروف بالأرقام لخلق تأثيرات بصرية على سبيل المثال، ومنها- كما سنفصله بالاستعانة بما جاء في البيبلوغرافيا المتعلقة بالموضوع في عرض البحث هذا- التفاعلية والاستجابة الفورية، إذ إن التفاعلية التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي في منصات تفاعلية تمكن الأفراد من التفاعل مع بعضهم بعضاً بشكل فوري من التعليقات، والإعجابات، والمشاركات، والاستجابة الفورية تعزز التواصل الفوري والتفاعلي كسرعة نقل الأفكار والمشاعر، مما يجعل النقاشات أكثر حيوية. ونلمح ظاهرة التأثيرات الثقافية والعالمية في التبادل الثقافي، إذ تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في نشر وتأثير الثقافة اللغوية بين المجتمعات المختلفة، مما يؤدي إلى دمج العناصر اللغوية والثقافية الجديدة في التوجه العالمي، إذ يميل المستعملون إلى تبني أنماط لغوية تتجاوز الحدود الجغرافية، مثل استعمال الإنجليزية لغة تواصل مشتركة بين متحدثي اللغات المختلفة، وهكذا تشكلت اللغة غير الرسمية والعامية كالتواصل غير الرسمي، إذ تميل اللغة المستعملة على وسائل التواصل الاجتماعي إلى أن تكون غير رسمية وأكثر مرونة مقارنة باللغات الرسمية أو الأكاديمية. وباستعمال اللهجات والعامية لأنها تشجع التواصل الشخصي والمباشر على استعمال اللهجات المحلية واللغة العامية، مما يعكس التنوع الثقافي واللغوي.

إن التحولات التقنية والتكنولوجية والتطبيقات جعل اللغة تتطور مع تطور التكنولوجيا والتطبيقات الجديدة، وأن الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي أديا دوراً لا يستهان به في تشكيل الطرق الجديدة للتفاعل اللغوي في ضوء التوصيات والمساعدات الذكية.. وتجسد لغة وسائل التواصل الاجتماعي مظاهر التغيير والتكيف اللغوي مع العصر الرقمي، إذ تعكس تفاعلات الأفراد وتوجهاتهم الثقافية والاجتماعية. وستظل هذه اللغة في تطور مستمر، مما يتطلب من الباحثين والمستعملين متابعة هذه التحولات وفهم تأثيراتها.

١. ظاهرة المختصرات:

تتضمن الكتابة المختصرة، والمعروفة أيضاً بالكتابة النصية أو كتابة الرسائل النصية، استعمال رموز مختصرة وكلمات مختصرة للتعبير عن الأفكار بشكل سريع ومباشر، وهذه الطريقة شائعة الاستعمال في الرسائل النصية والتواصل عبر الشبكة، ومن أمثلة الكتابة المختصرة باللغة العربية (Ilmiani, & Miolo, 2021:215-221):

1-رموز مختصرة للعبارة الشائعة: فبدلاً من "إن شاء الله" يمكن كتابة "إن شاء.", و بدلاً من "ما شاء الله" يمكن كتابة "ما شاء." و بدلاً من "الحمد لله" يمكن كتابة "الحمد."

2-الأحرف الأولى من الكلمات: فبدلاً من "إن شاء الله" يمكن كتابة "إ.ش.ل" و بدلاً من "الحمد لله" يمكن كتابة "ح.ل."

3-اختصار الكلمات: فبدلاً من "السلام عليكم" يمكن كتابة "س.ع". و بدلاً من "الله يحفظك" يمكن كتابة "الل.ي."

4-الأرقام لتعويض الكلمات أو الحروف: كاستعمال الرقم ٢ لتعويض الهمزة مثل: "أنت" تصبح "٢نت.", واستعمال الرقم ٧ لتعويض الحاء مثل: "حبيبي" تصبح "٧بيبي."

إن الكتابة المختصرة قد تكون مفيدة في بعض الأحيان لتوفير الوقت والمساحة، ولكنها قد تؤدي أيضاً إلى سوء الفهم إذا لم يكن الطرف الآخر عارفاً بهذه الاختصارات، ولذا من الأفضل استعمالها بحذر وفي السياقات المناسبة.

تعد الكتابة المختصرة في وسائل التواصل الاجتماعي أسلوباً شائعاً يستعمله الناس للتواصل بسرعة وبكفاءة، ويعتمد هذا الأسلوب على استعمال اختصارات وأحياناً رموز للتعبير عن الأفكار بسرعة أكبر (Bhattu, & Ravi, 2015:37-39). وتكمن النقاط الرئيسية المتعلقة بهذا الأسلوب بـ:

١- اختصارات الكلمات:: إذ يتم استعمال اختصارات للكلمات الشائعة لتقليل عدد الأحرف على سبيل المثال (اسراء برهان الدين عبد الرحمن، رياح نوري هادي، حنان خطاب عمر، 2023: ١-٣٥):

- "because" تُختصر إلى "cause"

- "exemple" تُختصر إلى "Exp"

- إن شاء الله" تُختصر إلى "انشاءالله"

٢- استعمال الرموز التعبيرية (إيموجي): إذ تُستعمل الرموز التعبيرية لتوصيل المشاعر والمواقف من دون الحاجة إلى كتابة الجمل الطويلة، وعلى سبيل المثال. (Bhattu, & Ravi, 2015:37-39):

□ - (وجه مبتسم) للتعبير عن السعادة

□ - (وجه باكٍ) للتعبير عن الحزن

٣- الرموز والنقاط: إذ يتم استعمال الرموز والنقاط لتحسين الفهم وتحديد النقاط الأساسية بسرعة، وعلى سبيل المثال. (Bhattu, & Ravi, 2015:37-39):

□ - للإشارة إلى شيء تم إنجازه

□ - للإشارة إلى شيء لم يتم قبوله أو خطأ

٤- اختصارات الجمل: إذ يتم أحياناً اختصار الجمل بأكملها في رموز مختصرة مفهومة ضمن السياق:

- مختصر عبارة "Thank you" بـ "TY" أو "Thx".

- مختصر عبارة "I will come back later" "سأعود لاحقاً" تُختصر إلى "BRB"

٥- اللغة المختلطة: في بعض الأحيان، يتم دمج اللغة العربية مع اللغة الإنجليزية باستعمال الحروف والأرقام لتشكيل كلمات. على سبيل المثال:

" - هلا" تُكتب "Hala"

" - شكراً" تُكتب "Thank you"

٦- التفاعل السريع: يتم استعمال الاختصارات للتفاعل بسرعة مع المنشورات والتعليقات. على سبيل المثال:

"LOL" (ضحك بصوت عالٍ) و "OMG" (يا إلهي)

١ تساعد الكتابة المختصرة على تسهيل وتسريع عملية التواصل، ولكنها تتطلب فهماً متبادلاً بين الأطراف لضمان أن الرسالة مفهومة بوضوح.

وقد كانت الاختصارات والتحايل على الخوارزميات مفهومان شائعين في مجال التكنولوجيا وعادة ما يُستعملان بطرق مختلفة، سواء لأغراض مشروعة أو غير مشروعة، ومنها:

١- أمثلة عن الاختصارات (Shortcuts) :

يقصد بالاختصارات تلك التي تشير إلى الأساليب التي يمكن أن تُستعمل لتسريع أو تحسين العمليات الحسابية أو البرمجية من دون المرور بكل الخطوات التقليدية، ويمكن أن تكون هذه الاختصارات مفيدة للغاية في تحسين الأداء والكفاءة في الأنظمة المختلفة. وهذه مجموعة الأمثلة على الاختصارات: (Mave, :Maharjan, & Solorio, 2018:51-61)

١- الكاش (Caching) : : ويعني بتخزين النتائج المؤقتة لحسابات مكلفة لاستعمالها لاحقاً.

٢- الخوارزميات المحسنة (Optimized Algorithms) : وتعني استعمال خوارزميات ذات كفاءة أعلى في الأداء.

٣- التوازي (Parallelism) : ويعني توزيع العمل على وحدات معالجة متعددة لتحسين السرعة.

٤- التجزئة (Partitioning) : : ويعني تقسيم البيانات أو المهام على أجزاء أصغر للتعامل معها بشكل أسرع.

٢- المختصرات والتحايل على الخوارزميات (Algorithm Exploitation)

يعني التحايل على الخوارزميات باستخدام تقنيات أو استراتيجيات للتحايل على القواعد التي تفرضها الخوارزميات لتحقيق مزايا غير مستحقة. (Bhattarai, 2017:1-28) ، وغالباً ما يكون هذا السلوك غير أخلاقي أو غير قانوني، وتشمل الأمثلة الشائعة (Mubarak, Darwish, & Magdy, 2017:52-56) :

١. تحسين محركات البحث (SEO) المضلل: باستعمال تكتيكات مثل حشو الكلمات المفتاحية (Keyword Stuffing) للحصول على تصنيف أعلى في محركات البحث من دون تقديم محتوى ذي قيمة (Mubarak, Darwish, & Magdy, 2017:52-56).

٢. الاحتيال في الإعلانات (Ad Fraud) : بالنقر المزيف على الإعلانات لزيادة الإيرادات أو استنزاف ميزانية المنافسين (Mubarak, Darwish, & Magdy, 2017:52-56)

٣. البوتات (Bots) : باستعمال الروبوتات لتنفيذ مهام مثل جمع البيانات بطرق غير مشروعة أو زيادة التفاعل على الشبكات الاجتماعية بشكل غير طبيعي (Mubarak, Darwish, & Magdy, 2017:52-56)

٤. الغش في الألعاب (Game Cheating) : باستعمال برمجيات أو أدوات تمنح اللاعب ميزات غير عادلة (Mubarak, Darwish, & Magdy, 2017:52-56).

٣- النقاط المشتركة والاختلافات بين الخوارزميات والاختصارات:

- **النقاط المشتركة:** يتعامل كلاهما مع الخوارزميات ولكن بطرق مختلفة. يمكن أن يتطلب كلاهما فهمًا عميقًا لكيفية عمل الخوارزميات لتحقيق الأهداف المرجوة.

- **الاختلافات:** تُستعمل الاختصارات لتحسين الكفاءة والأداء بطرق مشروعة، في حين أن التحايل غالبًا ما يُستعمل لتحقيق مزايا غير عادلة بطرق قد تكون غير أخلاقية أو غير قانونية. ولهذا يعمل المطورون والمهندسون على الانتباه إلى الفرق بين الاختصارات والتحايل على الخوارزميات باستعمال مهاراتهم بطرق تعود بالفائدة على المستعملين والنظام ككل بشكل أخلاقي ومشروع، وقد يؤدي التحايل على الخوارزميات إلى عواقب قانونية وأخلاقية (Kawate, & Patil, 2017:227-251)، في حين يمكن أن تؤدي الاختصارات المحسنة إلى تحسينات كبيرة في الأداء والكفاءة.

٢- الكتابة الحديثة (المقصود بها غالبًا الكتابة الحداثيّة) في وسائل التواصل الاجتماعي:

فهي تشير إلى الأساليب والأنماط الجديدة التي تتبناها النصوص المنشورة عبر هذه الوسائل، فهي تتسم بالعديد من الخصائص، منها (Kern, Park, Eichstaedt, Schwartz, Sap, Smith, & Ungar, 2016:507):

١- الإيجاز والاختصار: بسبب الطبيعة السريعة لوسائل التواصل الاجتماعي، إذ تميل المنشورات إلى أن تكون مختصرة ومباشرة .

٢- التفاعل الفوري: تعتمد الكتابة على التفاعل الفوري مع المتابعين في ضوء التعليقات والإعجابات والمشاركات.

٣- استعمال الوسائط المتعددة: يشتمل النص على الصور، والفيديوهات، وGIF، مما يعزز من جذب الانتباه وتوصيل الرسائل بشكل أكثر فعالية.

٤- اللغة العامية والمختصرة: وذلك باستعمال لغة سهلة واضحة وعامية وأحيانًا مختصرات وكلمات جديدة تتناسب مع الجمهور الشاب.

التعبير عن الشخصية: تعكس الكتابة في وسائل التواصل الاجتماعي شخصية الكاتب وتعبّر عن آرائه وأفكاره بشكل مباشر وصريح (Demata, Heaney & Herring, 2018:1-10)

٥- التحديث المستمر: تتطلب وسائل التواصل الاجتماعي تحديث المحتوى بانتظام للبقاء على تواصل دائم مع المتابعين.

٣- أمثلة على الكتابة الحداثيّة في وسائل التواصل الاجتماعي:

١. التغريدات على تويتر: "الكتاب ده غير حياتي! أنصحكم بقراءته. #كتب_مفضلة"

٢. المنشورات على فيسبوك: "أحب الأيام التي تبدأ بفنجان قهوة وموسيقى هادئة. صباح الخير للجميع!"

٣. القصص على الانستغرام: كنشر صورة أو فيديو قصير مع تعليق (لينا لفته جاسم، ٢٠٢٣:

٢١٥-٢٢٣) مثل "رحلة سريعة للشاطئ" (Russmann, & Svensson, 2017:1-5) "□".

٤- تأثير الكتابة الحداثيّة على التواصل الاجتماعي:

١- تسريع نشر المعلومات: إذ تسهم الكتابة المختصرة والمباشرة في نشر المعلومات بسرعة وكفاءة.

٢- زيادة التفاعل: إذ تسهم الأساليب الحديثة في تحفيز المتابعين على التفاعل والمشاركة.

٣- تغيير نمط القراءة: إذ تميل الأنماط الحديثة إلى تقليل التركيز على النصوص الطويلة والانتقال إلى المحتويات الأكثر تنوعًا وجاذبية.

٥- بلاغة الكتابة في وسائل التواصل الاجتماعي:

١- الاهتمام بالجمهور المستهدف: بفهم اهتمامات الجمهور وما يفضله.

٢- التجربة والتجديد: بتجربة أساليب جديدة في الكتابة وتحديث المحتوى بانتظام.

٣- استعمال الهاشتاجات بشكل فعّال: لجذب الانتباه وزيادة نطاق الوصول.

وباختصار، الكتابة الحداثيّة في وسائل التواصل الاجتماعي تجمع بين الإيجاز، والإبداع، والتفاعل الفوري، مما يجعلها أداة قوية في التواصل مع الجمهور.

٦- قواعد كتابة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي:

تتطلب هذه القواعد الالتزام بمجموعة من القواعد لضمان الفعالية والوصول إلى الجمهور المستهدف ويمكن أن نسرد مجموعة من هذه القواعد الحديثة الواردة في هذا المصدر (O'Halloran, 2010:563-577):

١- الإيجاز والوضوح: فالمحتوى القصير والمباشر هو الأكثر فعالية، إذ يحاول إيصال الفكرة في أقل عدد ممكن من الكلمات.

٢- استعمال الوسائط المتعددة: فالصور، الفيديوهات، والرسوم البيانية تزيد من جاذبية المنشورات وتفاعل الجمهور معها.

٣- الهاشتاجات: فاستعمال الهاشتاجات المناسبة يمكن أن يزيد من مدى وصول منشوراتك. لكن نحذر من الإفراط في استعمالها.

٤- التفاعل مع المتابعين: كرد على التعليقات والأسئلة بسرعة لتعزيز التفاعل وبناء علاقة جيدة مع الجمهور.

٥- النبرة الشخصية: وهي أن يحاول الفرد أن يكون ودودًا وشخصيًا في كتابته لتقريب المسافة بينه وبين الجمهور.

٦- التوقيت المناسب: فنشر المحتوى في الأوقات التي يكون فيها الجمهور المستهدف نشطًا أكثر يزيد من فرص الوصول والتفاعل.

٧-الدعوة إلى العمل (CTA) : وهو ما شجّع المتابعين على اتخاذ إجراء خاص، مثل زيارة موقع الأشخاص، والاشتراك في نشرتهم الإخبارية، أو مشاركة منشوراتهم.

٨- الاهتمام بالجودة: إذ يجب أن نتأكد من أن المحتوى خالٍ من الأخطاء النحوية والإملائية وأنه يقدم قيمة حقيقية للمتابعين.

٩-التنوع في المحتوى : فتنوع أنواع المحتوى (نصوص، صور، فيديوهات، روابط) يجعل الصفحة أكثر جاذبية.

١٠- مراعاة المنصات المختلفة: فكل منصة اجتماعية لها طبيعتها الخاصة، فننتأكد من تكييف المحتوى ليتناسب مع كل منصة مثل استعمال فيديوهات قصيرة على TikTok ومحتوى أطول على Facebook

١١- مراقبة التحليلات: فمتابعة أداء المنشورات في ضوء الأدوات التحليلية يساعدنا على فهم ما يفضله الجمهور وتعديل الإستراتيجية بناءً على ذلك.

فهذه القواعد، يمكن أن تحسن جودة التواصل مع الجمهور وتزيد التأثير على وسائل التواصل الاجتماعي.

٧- مكونات لغة التواصل في وسائل التواصل الاجتماعي:

لغة التواصل الاجتماعي هي وسيلة التعبير والتفاعل بين الأفراد في المجتمعات عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، وتويتر، وإنستغرام، ولينكدإن... وغيرها، وتتضمن لغة التواصل الاجتماعي مجموعة من العناصر التي تساعد على نقل الأفكار والمشاعر بطريقة فعالة وسريعة، وتشمل (Sergeant, Tagg, 2014:1-20):

١- النصوص: وهي الرسائل المكتوبة التي يتم تبادلها بين المستعملين، وقد تكون هذه النصوص قصيرة وسريعة مثل التغريدات أو طويلة مثل المنشورات والمدونات.

٢- الصور والفيديوهات: فهي تؤدي دوراً كبيراً في التواصل الاجتماعي لأنها تساعد في نقل المشاعر والأفكار بشكل بصري ومباشر.

٣- الرموز التعبيرية (الإيموجي): التي تستعمل لتوضيح المشاعر والنغمات في النصوص، وتسهم في جعل التواصل أكثر حميمية ووضوحاً. (Zappettini, Ponton, & Larina, 2021:587-595)

٤- الهاشتاغات: فهي تساعد في تصنيف المحتوى وجعل الوصول إليه أسهل من خلال تجميع المنشورات ذات الصلة بموضوع معين.

٥- الروابط: وهي تُستعمل لمشاركة المحتوى الخارجي مثل: المقالات، والفيديوهات، والمواقع الإلكترونية.

٦- الملصقات (الستيكرات): التي تكون مشابهة للرموز التعبيرية ولكنها غالباً ما تكون أكبر حجماً وأكثر تفصيلاً.

تتطور لغة التواصل الاجتماعي باستمرار وتختلف بين الثقافات والمجتمعات المختلفة، فهي تعكس التوجهات والاهتمامات الراهنة للمجتمع، وتساعد الأفراد على التعبير عن أنفسهم وبناء علاقات اجتماعية جديدة (Volkova, Wilson, & Yarowsky, 2013:1815-1827).

٨- مكونات الجملة في لغة التواصل الاجتماعي:

فهي تشمل عدة عناصر يمكن تلخيصها فيما يلي (Trimarco, 2017):

- ١- النصوص القصيرة: كاستعمال جمل قصيرة ومباشرة لضمان سرعة الفهم والاستجابة.
 - ٢- الرموز التعبيرية (الإيموجي): كاستعمال الإيموجيات لإضافة مشاعر أو نغمة إلى الرسالة، مما يعزز من التعبير البصري ويعوض عن غياب نبرة الصوت ولغة الجسد.
 - ٣- الاختصارات: كاستعمال الاختصارات والكلمات المختصرة لتوفير الوقت والمساحة، مثل: "LOL" (ضحك بصوت عالٍ) و "BRB" (سأعود حالاً). (Barman, Das, Wagner, & Foster, 2014: 13-23).
 - ٤- الوسوم (الهاشتاج): كاستعمال الوسوم لتصنيف المحتوى وجعله قابلاً للبحث والتتبع بسهولة.
 - ٥- الإشارات: كذكر أسماء المستعملين باستعمال رمز "@" لجذب انتباههم أو الإشارة إليهم في المحادثة.
 - ٦- الروابط: كإدراج روابط للمقالات، الصور، أو الفيديوهات لتوفير مزيد من المعلومات أو الإشارة إلى مصادر خارجية.
 - ٧- الصور والفيديوهات: كاستعمال الوسائط المتعددة لتعزيز الرسالة وجعلها أكثر جذباً ووضوحاً.
 - ٨- الميمات: كاستعمال الميمات (الصور الساخرة) للتعبير عن الأفكار والمشاعر بطريقة مرحة.
 - ٩- الاستطلاعات والأسئلة: كطرح الأسئلة وإنشاء الاستطلاعات للتفاعل مع الجمهور والحصول على آرائهم.
 - ١٠- التنسيق اليسير: كعدم تعقيد الجملة بالكثير من التفاصيل لتسهيل القراءة والفهم السريع.
- تلك هي المكونات الأساسية للجملة في لغة التواصل الاجتماعي، إذ إنها تسهم جميعها في جعل الرسائل أكثر فاعلية وتفاعلية.
- ٩- تكوين العبارة في لغة التواصل الاجتماعي:
- إذ تعتمد على مجموعة من السمات التي تجعلها ملائمة للمنصات الرقمية وتعبّر بشكل فعال عن الأفكار والمشاعر، وتتكون العبارات الفعالة من (Rettberg, 2015: 174-184):
١. الاختصار والوضوح: بالمحافظة على الجمل قصيرة والمباشرة، وأن نحاول أن ننقل فكرتنا بأقل عدد من الكلمات.
 ٢. استخدام الوسوم (الهاشتاج): وذلك باستعمال الوسوم ذات الصلة لزيادة الوصول إلى جمهور أوسع، ولكن بتجنب الإفراط في استعمالها.

٣. اللغة البسيطة والعفوية: وذلك باستعمال لغة سلسلة وسهلة الفهم، وتجنب المصطلحات المعقدة واللغة الرسمية الزائدة.

٤. التفاعل العاطفي: وذلك بمحاولة أن تكون عباراتنا مثيرة للمشاعر سواء أكانت مرحلة أم حزينة أم مشوقة، أم محفزة.

٥. استعمال الرموز التعبيرية (الإيموجي): إن الرموز التعبيرية تساعد في إضافة نغمة عاطفية للعبارة وتجعلها أكثر جاذبية.

٦. الاستفادة من الوسائط المتعددة: فإرفاق الصور أو الفيديوهات أو الروابط يمكن أن يعزز من تأثير العبارة ويزيد من تفاعل المتابعين.

١- التفاعل مع الجمهور: كاستعمال أسئلة، واستبيانات، أو دعوات للتفاعل ولجذب اهتمام المتابعين وتشجيعهم على المشاركة.

٢- الاستمرارية في النشر: فالنشر بانتظام يساعد في بناء جمهور مستدام ويزيد من فرص التفاعل.

٣- مراعاة الوقت المناسب: كنشر المحتوى في أوقات الذروة لزيادة فرص الوصول والتفاعل.

وكمثال على تكوين عبارة فعالة في لغة التواصل الاجتماعي:

"استمتع بيوم مشمس ☀! شاركونا كيف تقضون عطلتكم اليوم؟ #عطلة #صيف #استرخاء"

وتتشرط الشروط السالفة الذكر في تكوين وبناء العبارات في وسائل التواصل الاجتماعي التي تجذب انتباه المتابعين وتزيد من تفاعلهم مع المحتوى.

١٠- خصائص الكتابة في وسائل التواصل الاجتماعي:

تتميز هذه الكتابة بعدة خصائص تميزها عن غيرها من وسائل الكتابة، وهذه الخصائص تشمل (del Pilar Salas-Zárate, Alor-Hernández, Sánchez-Cervantes, Paredes-Valverde, :García-Alcaraz, & Valencia-García, 2020:2105-2137)

١. الاختصار والإيجاز: إذ إنها تتطلب من القارئ في وسائل التواصل الاجتماعي محتوى سريع الفهم والمباشر، لذا تكون الكتابة مختصرة وتركز على النقاط الرئيسية.

٢. التفاعلية: يتميز المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي بإمكانية التفاعل المباشر والفوري مع القراء، سواء من خلال التعليقات، أم الإعجابات، أم المشاركات.

٣. استعمال الوسائط المتعددة: تُدعم النصوص بالصور، والفيديوهات، والرسوم البيانية لجذب الانتباه وتعزيز الفهم.
 ٤. اللهجة العامية الواضحة: فغالباً ما تُكتب المنشورات بلهجة عامية أو لغة سهلة قريبة من الجمهور المستهدف لزيادة التواصل والتفاعل.
 ٥. التوجه نحو الجمهور المستهدف: تتطلب الكتابة معرفة عميقة بالجمهور المستهدف من حيث الاهتمامات، والثقافة، واللغة.
 ٦. السرعة والفورية: تتطلب منصات التواصل الاجتماعي تحديثات متكررة وسريعة، مما يعني أن المحتوى يجب أن يكون حديثاً ومواكباً للأحداث.
 ٧. الهاشتاجات والكلمات المفتاحية: كاستعمال الهاشتاجات والكلمات المفتاحية لزيادة انتشار المحتوى وجعله أكثر قابلية للبحث.
 ٨. الدعوة للتفاعل والمشاركة: كتشجيع القراء على التفاعل مع المحتوى من خلال طرح الأسئلة، وإنشاء استطلاعات الرأي، أو الدعوة للمشاركة في النقاش.
 ٩. التكرار والتعزيز: وهنا يتم تكرار الرسائل الأساسية وتعزيزها بطرق مختلفة لضمان وصول الرسالة إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور.
 ١٠. التحليل والمراقبة: إذ تتطلب الكتابة في وسائل التواصل الاجتماعي مراقبة مستمرة للأداء وتحليل ردود الفعل والتفاعل لضبط الاستراتيجيات وتحسين المحتوى.
- إن هذه الخصائص ساعدت في جعل الكتابة على وسائل التواصل الاجتماعي فعالة وجذابة، مما يعزز من تفاعل الجمهور ويسهم في تحقيق الأهداف المرجوة من التواصل.

١١ - النسانية في لغة التواصل الاجتماعي:

ونقصد بذلك طريقة التواصل التي تعتمد بشكل كبير على استعمال النصوص المكتوبة، مثل الرسائل النصية، والتعليقات، والتحديثات، والتغريدات، إذ أصبحت هذه الظاهرة بارزة مع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، وتويتر، وإنستغرام، وواتساب، ومن هذه الجوانب الرئيسة للنسانية في لغة التواصل الاجتماعي (Arthur, 2015:113-123):

١. الاختصارات والرموز: يستعمل الناس العديد من الاختصارات لتوفير الوقت والمساحة، مثل "LOL" (يضحك بصوت عالٍ)، و "BRB" (سأعود قريباً).

٢. الرموز التعبيرية (إيموجي): تُستعمل لتوضيح المشاعر والمواقف، مما يضيف طابعاً بصرياً للنصوص.
٣. التفاعل الفوري: فالتواصل عبر النصوص يتم بسرعة، مما يتيح التفاعل الفوري والمباشر، ويتم تبادل المعلومات بسرعة وتحديثات الحالة تكون مستمرة.
٤. الوضوح والاختصار: إن النصوص غالباً ما تكون قصيرة ومباشرة لتعكس سرعة وتيرة الحياة الرقمية، كاستعمال الجمل القصيرة والفقرات الصغيرة لتسهيل القراءة السريعة.
٥. التأثير على اللغة: تتأثر اللغة المكتوبة في وسائل التواصل الاجتماعي بالعوامل الثقافية واللهجات المحلية، ومن ذلك إدخال كلمات وجمل جديدة في ضوء الاستعمال المستمر.
٦. التعبير الذاتي: تتيح النصانية للأفراد التعبير عن آرائهم وأفكارهم بشكل مباشر وسريع، ويتم استعمال المنشورات والقصص لتبادل الخبرات الشخصية والاهتمامات.
٧. الهوية الرقمية: وهي الطريقة التي يكتب بها الأفراد على وسائل التواصل الاجتماعي التي تعكس هويتهم الرقمية، ويسهم أسلوب الكتابة واللغة المستعملة في تشكيل الصورة الذهنية عن الشخص أو العلامة التجارية.

إن النصانية في لغة التواصل الاجتماعي تمثل تطوراً في طرق التواصل التقليدية، إذ تتكيف اللغة مع الوسائل التكنولوجية الحديثة لتلبية احتياجات التواصل السريع والمتنوع (Rentel, 2017:54).

ففي الكتابة الجديدة في وسائل التواصل الاجتماعي، يتعلق مفهوم النص بشكل أساسي بالمحتوى الذي يتم نشره عبر هذه الوسائط الرقمية، والنص في هذا السياق ليس مقتصرًا على الكلمات فقط، بل يشمل الصور، والفيديوهات، والرموز، والرموز التعبيرية، والهاشتاجات، والروابط، وغيرها من العناصر التي يمكن استخدامها للتعبير عن الأفكار والمشاعر.

ومما تتميز به النصانية على وسائل التواصل الاجتماعي من الخصائص (Hoffmann, & Bublit, 2017):

١. التواصل الفعّال: إذ يتيح استعمال النص في وسائل التواصل الاجتماعي للأفراد التواصل الفعّال مع الآخرين سواء أكان ذلك من خلال التعليقات، أم من الردود، أم من المشاركة في المنشورات الأخرى.
٢. التشاركية والتفاعلية: إذ يعزز النص في وسائل التواصل الاجتماعي التفاعل بين المستعملين، إذ يمكن للأشخاص التفاعل مع المحتوى عبر إعجابه، ومشاركته، أو التعليق عليه.

٣. التعبير الشخصي: إذ يتيح استعمال النص في وسائل التواصل الاجتماعي للأفراد التعبير عن أفكارهم وآرائهم ومشاعرهم بشكل شخصي ومباشر.
 ٤. التنوع والإبداع: تشجع وسائل التواصل الاجتماعي على التنوع والإبداع في استعمال النص، إذ يمكن تنويع الأساليب والأشكال والمضامين لتلبية احتياجات واهتمامات المستعملين المختلفة.
 ٥. القابلية للانتشار السريع: يمكن للنص في وسائل التواصل الاجتماعي أن ينتشر بسرعة كبيرة بالمشاركات والمشاركات التفاعلية، مما يجعله وسيلة فعالة لنقل الأفكار والرسائل.
- ومن الجدير بالذكر أن استعمال النص في وسائل التواصل الاجتماعي يتطلب الانتباه إلى السياق والجمهور المستهدف (Schwartz, Sap, Kern, Eichstaedt, Kapelner, Agrawal, & Ungar, 2016:516-527)، والتأكد من ملائمة المحتوى للمنصة والغرض المقصود من نشره.

١٢- الخطابية في وسائل التواصل الاجتماعي:

ونقصد بها الطريقة التي يتفاعل بها الأفراد والمؤسسات مع جمهورهم على منصات التواصل الاجتماعي، إذ يعتمد الخطاب على الرسائل والمحتوى التي يشاركها المستعملون عبر هذه المنصات، وكيفية تقديمها وتوجيهها إلى الجمهور المستهدف (Thurlow, 2018:135-145)، ويتضمن مفهوم الخطابية في وسائل التواصل الاجتماعي عدة عناصر (Bouvier, 2016) :

- ١- المحتوى: يشمل هذا المفهوم نوعية وموضوعات المحتوى المشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي، سواء أكانت نصوصاً، أم صوراً، أم فيديوهات أم أي نوع آخر من الوسائط. وبه يكون المحتوى جذاباً وملهماً للمتابعين.
- ٢- الأسلوبية واللغة: يتضمن هذا الجانب الطريقة التي تتم بها صياغة الرسائل والتواصل مع الجمهور، بما في ذلك استعمال اللغة الملائمة والأسلوب اللذين يتناسبان مع الفئة المستهدفة
- ٣- التفاعل والاستجابة: تشجع وسائل التواصل الاجتماعي التفاعل المباشر مع المتابعين بالردود والتعليقات والإعجابات، وهذا يعد جزءاً مهماً من مفهوم الخطابية عبر هذه الوسائل.
- ٤- الهدف والرؤية: فهناك هدف ورؤية واضحة ومحددة للخطابية على وسائل التواصل الاجتماعي، سواء أكان ذلك في بناء علامة تجارية، أم نشر معرفة، أم تشجيع التفاعل، أم أي هدف آخر.
- ٥- التوقيت والتكرار: إذ يتعين تحديد الأوقات المناسبة لنشر المحتوى والتفاعل مع الجمهور، فضلاً عن الاعتناء بتكرارية النشر للحفاظ على تفاعل الجمهور وتعزيز الانطباعات.

وبشكل عام، يتمثل مفهوم الخطابية في وسائل التواصل الاجتماعي في كيفية بناء العلاقات، ونقل الرسائل، وتفاعل الأفراد والمؤسسات مع الجمهور بطريقة فعّالة وجذابة. (Park, Schwartz, Eichstaedt, Kern, Kosinski, Stillwell, & Seligman, 2015:934)

وبالتأكيد! فقواعد التخاطب في وسائل التواصل الاجتماعي تختلف قليلاً عن التواصل الشخصي أو التواصل الواقعي، إذ إنه يخضع لعددٍ من القواعد الأساسية ومنها- (Bouvier, & Machin, 2020:39-53)

١. احترام الآخرين: إذ يجب تجنب التعليقات المسيئة أو الإساءة إلى أي شخص على وسائل التواصل الاجتماعي، إذ علينا نتذكر أن هناك أشخاصاً حقيقيين يقفون وراء الشاشات.
٢. التفاعل بإيجابية: وذلك بأن تكون موجباً في تعليقاتك ومشاركاتك، إذ إنّ تشجيع الآخرين ودعمهم يبني جواً إيجابياً في المجتمع الافتراضي.
٣. احترام الخصوصية: وذلك بأن لا نشارك المعلومات الشخصية الحساسة من دون موافقة صريحة من الشخص المعني.
٤. التحقق من الصحة: فقبل مشاركة المعلومات أو الأخبار، نتأكد من صحتها من مصادر موثوقة.
٥. التواصل بشكل لائق: وذلك باستعمال لغة لائقة ومهذبة، وتجنب استعمال اللغة النابية أو الإساءة لأية فئة أو جماعة.
٦. الاهتمام بالتركيز والوضوح: إذ يجب أن تكون واضحاً فيما تقوله، وتركز على الموضوع الرئيس دون الانحراف كثيراً.
٧. الاحتفاظ بالهدوء: في حالة وجود مناقشات ساخنة أو نقاشات حادة، نحاول البقاء هادئين ونتجنب الانخراط في المشاحنات العنيفة.
٨. مشاركة المحتوى بإذن: إذ يجب أن نتجنب إعادة نشر المحتوى من دون الحصول على إذن من صاحب المحتوى.
٩. الاحترافية في المعاملة: إذا كنا نستعمل وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض عملية، فنتأكد من التصرف بمهنية واحترام مع العملاء والشركاء التجاريين.
١٠. مراقبة التواصل: إذ على المخاطب أن يكون حذراً فيما يشاركه ويقوم بنشره، ولا بد أن يبحث عن آراء وتعليقات الآخرين حول ما يشاركه.

يجب أن نتذكر أن وسائل التواصل الاجتماعي هي أدوات للتواصل والتواصل الاجتماعي، ويجب استعمالها بمسؤولية واحترام للآخرين (Reyes, Rosso, & Buscaldi, 2012:1-12).

وفي وسائل التواصل الاجتماعي، يؤدي الخطاب والسياق دورًا حيويًا في فهم الرسائل وتفاعل الأفراد معها، فالخطابية تشير هنا إلى الطريقة التي تتم بها صياغة الرسالة، في حين أن السياق يشمل الظروف والمعلومات المحيطة التي تؤثر على معنى الرسالة (Quan-Haase, & Sloan, 2017:1-9).

١٣ - اللسانية الخطابية:

إذ إنها تشمل استعمال اللغة والمفردات والنحو والنبرة والأسلوب، إذ يتأثر فهم الرسالة بشكل كبير بكيفية صياغتها، وخاصة بالمعطيات الآتية (Leppänen, Westinen, & Kytölä, 2017):

- الصورة والفيديو: ففي الوسائط المرئية، الخطابية تتمثل في الإطار، وتركيزاتها، والمؤثرات البصرية التي تستعمل لنقل الرسالة.
- السياق
- الزمان والمكان: متى وأين تم نشر الرسالة؟ والظروف الزمانية والمكانية التي يمكن أن تغير معنى الرسالة.
- الثقافة والمجتمع: القيم والمعتقدات والعادات تؤدي دورًا في فهم الرسالة. فما قد يكون مقبولًا في ثقافة قد لا يكون كذلك في ثقافة أخرى.
- العلاقات الاجتماعية: إن العلاقة بين المرسل والمستقبل قد تؤثر على كيفية فهم الرسالة.

وهنا يكون لدى الأفراد وعي بالخطاب والسياق عند التفاعل مع المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي، إذ إن فهم الرسالة بشكل صحيح يعتمد على تقدير السياق وفهم الخطاب بشكل سليم (Page, Barton, Lee, Unger, & Zappavigna, 2022).

الخاتمة:

تشمل اللسانية الخطابية في وسائل التواصل الاجتماعي دراسة اللغة والأساليب اللغوية المستعملة في منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر، والفيسبوك، والإنستغرام، وغيرها، وهذه الدراسة تتعامل مع كيفية استعمال الأفراد للغة والتعبير في هذه المنصات للتواصل، والتعبير عن الأفكار، وبناء العلاقات الاجتماعية. وتتضمن اللسانية الخطابية في وسائل التواصل الاجتماعي العديد من الجوانب، ومنها:

١. استعمال اللغة والمفردات: فكيفية اختيار الكلمات والعبارات تعكس شخصية المتحدث وتتوافق مع ثقافة المنصة.

٢. التعبير عن الهوية: وأن في كيفية استعمال وسائل التواصل الاجتماعي تعزيزاً للهوية الشخصية والمجتمعية، سواء بنشر الصور الشخصية أم مشاركة المحتوى الذي يعبر عن القيم والمعتقدات للفرد.

٣. الأساليب اللغوية الخاصة: وهنا نلاحظ تطور الأساليب اللغوية الخاصة بكل منصة، مثل استعمال الهاشتاجات في تويتر أو استخدام الإيموجي في إنستغرام.

٤. التواصل غير اللفظي: كاستعمال الصور، والرموز، والإيموجي للتعبير عن المشاعر والأفكار.

٥. التأثير الاجتماعي والثقافي: ككيفية استعمال وسائل التواصل الاجتماعي أداة للتأثير ونشر الأفكار والقيم في المجتمع.

٦. التغيير في اللغة والتعبير: ككيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تطور اللغة واستعمال العبارات الجديدة والتعبيرات غير التقليدية.

إن دراسة لسانيات الخطاب في وسائل التواصل الاجتماعي تساعد على فهم كيفية استعمال اللغة في السياقات الخاصة على الشائكة، وكيف يؤثر هذا الاستعمال على العلاقات الاجتماعية والثقافة الرقمية بشكل عام، ودراسة قواعد التخاطب في وسائل التواصل الاجتماعي أمر ضروري بلا شك، لأنها تؤدي دوراً حيوياً في تشكيل كيفية تفاعلنا مع الآخرين عبر هذه الوسائل الرقمية، ومن الأسباب التي تجعل هذه الدراسة ضرورية:

١. التواصل الفعال: يساعد فهم قواعد التخاطب في وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين جودة التواصل مع الآخرين، سواء أكان ذلك في العمل أو العلاقات الشخصية.

٢. الوقاية من الخطأ: يؤدي فهم القواعد الخاصة بالتواصل الاجتماعي إلى تجنب الأخطاء الشائعة التي قد تؤدي إلى سوء التفاهم أو الاحتكار.

٣. بناء العلاقات الاجتماعية الإيجابية: يمكن لقواعد التخاطب أن تسهم في بناء علاقات اجتماعية إيجابية وصحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما يعزز التفاهم والاحترام المتبادل.

٤. تعزيز السلامة الإلكترونية: تتضمن قواعد التواصل الاجتماعي أيضاً نصائح حول كيفية الحفاظ على الخصوصية والأمان الشخصي عبر الشائكة، مما يساعد في الحفاظ على سلامة الأفراد والبيانات الشخصية.

٥. فهم ثقافة الوسائط الاجتماعية: كل وسيلة اجتماعية لها ثقافتها وقواعدها الخاصة، ففهم هذه الثقافة يمكن أن يساعد في التكيف مع المواقف والمحادثات بطريقة أكثر فعالية.

٦. التأثير الإيجابي: يمكن للتفاعل الإيجابي والمحترم على وسائل التواصل الاجتماعي أن يلهم ويؤثر بشكل إيجابي على الآخرين، وهذا يتطلب فهماً عميقاً لقواعد التواصل.

وأن هناك تحديات وتأثيرات سلبية منها:

- التحديات اللغوية: إذ يمكن أن تؤدي اللغة المختصرة إلى سوء الفهم أو فقدان المعاني الدقيقة.
- التأثيرات السلبية: قد تؤثر هذه اللغة على مهارات الكتابة والقراءة التقليدية، مما يتطلب موازنة بين اللغة الرسمية وغير الرسمية.
- خصوصية المجتمعات المغلقة، فالمجموعات المغلقة تُنشئ مجموعات لغوية مغلقة خاصة بأعضاء محددين يتشاركون لغة أو ثقافة معينة، مما يعزز من التلاحم الاجتماعي بين الأفراد.
- التوجهات المستقبلية والتطور المستمر يجعل من المتوقع أن تستمر لغة وسائل التواصل الاجتماعي في التطور مع تقدم التقنيات وتغير الأذواق الثقافية والاجتماعية.
- سيظل الإبداع والابتكار في التعبير اللغوي لتطور هذه اللغة.

وخلاصة القول أنه من المهم أن يتم دمج فهمنا لهذه القواعد في استراتيجياتنا اليومية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لضمان تجربة إيجابية وفعالة للجميع.

• المراجع:

1. Abdurrahman, I. B., Al-Obeidi, R. N. H., & Omer, H. K. (2023).: INVESTIGATING THE PERCEPTION OF MULTIMODAL METAPHORS BY IRAQI EFL LEARNERS, Journal of Tikrit University for Humaities, 30(2, 1), 1-35. <https://doi.org/10.25130/jtuh.30.2.1.2023.23>
2. Arthur, P. L. (2015). Digital textuality, writing and new media. *Anglistik: International Journal of English Studies*, 113-123.
3. Barman, U., Das, A., Wagner, J., & Foster, J. (2014, October). Code mixing: A challenge for language identification in the language of social media. In *Proceedings of the first workshop on computational approaches to code switching* (pp. 13-23).
4. Bhattarai, P. (2017). Algorithmic value: Cultural encoding, textuality, and the myth of "source code". *Catalyst: Feminism, Theory, Technoscience*, 3(1), 1-28.
5. Bhattu, S. N., & Ravi, V. (2015). Language Identification in Mixed Script Social Media Text. In *Fire workshops* (pp. 37-39).
6. Bouvier, G. (Ed.). (2016). *Discourse and social media*. London: Routledge.
7. Bouvier, G., & Machin, D. (2020). Critical discourse analysis and the challenges and opportunities of social media. *Critical Discourse Studies and/in Communication*, 39-53.
8. del Pilar Salas-Zárate, M., Alor-Hernández, G., Sánchez-Cervantes, J. L., Paredes-Valverde, M. A., García-Alcaraz, J. L., & Valencia-García, R. (2020). Review of English literature on figurative language applied to social networks. *Knowledge and Information Systems*, 62(6), 2105-2137.
9. Demata, M., Heaney, D., & Herring, S. (2018). Language and Discourse in Social Media: New Challenges, New Approaches. *Altre Modernità*, 1-10.
10. Hoffmann, C. R., & Bublitz, W. (Eds.). (2017). *Pragmatics of social media*. Berlin and Boston: De Gruyter Mouton.
11. Ilmiani, A. M., & Miolo, M. I. (2021). Digital literacy: exploration of social media-based Arabic language learning. *Journal of Applied Studies in Language*, 5(2), 215-221.
12. Jassim, L.L (2023): Social Media and Learning: Instagram Effectiveness Study in English Learning, Journal of Tikrit University for Humaities, 30(12, 2), 215-223. <https://doi.org/10.25130/jtuh.30.12.2.2023.21>
13. Kawate, S., & Patil, K. (2017). Analysis of foul language usage in social media text conversation. *International Journal of Social Media and Interactive Learning Environments*, 5(3), 227-251.
14. Kern, M. L., Park, G., Eichstaedt, J. C., Schwartz, H. A., Sap, M., Smith, L. K., & Ungar, L. H. (2016). Gaining insights from social media language: Methodologies and challenges. *Psychological methods*, 21(4), 507.
15. Leppänen, S., Westinen, E., & Kytölä, S. (Eds.). (2017). *Social media discourse,(dis) identifications and diversities*. New York: Routledge.
16. Mave, D., Maharjan, S., & Solorio, T. (2018, July). Language identification and analysis of code-switched social media text. In *Proceedings of the third workshop on computational approaches to linguistic code-switching* (pp. 51-61).
17. Mubarak, H., Darwish, K., & Magdy, W. (2017, August). Abusive language detection on Arabic social media. In *Proceedings of the first workshop on abusive language online* (pp. 52-56).

18. O'Halloran, K. (2010). How to use corpus linguistics in the study of media discourse. In *The Routledge handbook of corpus linguistics* (pp. 563-577). Routledge.
19. Page, R., Barton, D., Lee, C., Unger, J. W., & Zappavigna, M. (2022). *Researching language and social media: A student guide*. Routledge.
20. Park, G., Schwartz, H. A., Eichstaedt, J. C., Kern, M. L., Kosinski, M., Stillwell, D. J., ... & Seligman, M. E. (2015). Automatic personality assessment through social media language. *Journal of personality and social psychology*, 108(6), 934.
21. Quan-Haase, A., & Sloan, L. (2017). Introduction to the handbook of social media research methods: Goals, challenges and innovations. *The SAGE handbook of social media research methods*, 1, 1-9.
22. Rentel, N. (2017). Text linguistic approaches II: textuality of online media. *Manual of Romance Languages in the Media*, 23, 54.
23. Rettberg, S. (2015). Posthyperfiction: Practices in digital textuality. In *Interactive Digital Narrative* (pp. 174-184). Routledge.
24. Reyes, A., Rosso, P., & Buscaldi, D. (2012). From humor recognition to irony detection: The figurative language of social media. *Data & Knowledge Engineering*, 74, 1-12.
25. Russmann, U., & Svensson, J. (2017). Introduction to visual communication in the age of social media: Conceptual, theoretical and methodological challenges. *Media and Communication*, 5(4), 1-5.
26. Schwartz, H. A., Sap, M., Kern, M. L., Eichstaedt, J. C., Kapelner, A., Agrawal, M., ... & Ungar, L. H. (2016). Predicting individual well-being through the language of social media. In *Biocomputing 2016: Proceedings of the pacific symposium* (pp. 516-527).
27. Seargeant, P., & Tagg, C. (2014). Introduction: The language of social media. In *The language of social media: Identity and community on the internet* (pp. 1-20). London: Palgrave Macmillan UK.
28. Thurlow, C. (2018). Digital discourse: Locating language in new/social media. *The SAGE handbook of social media*, 135-145.
29. Trimarco, P. (2017). *Digital textuality*. Bloomsbury Publishing.
30. Volkova, S., Wilson, T., & Yarowsky, D. (2013, October). Exploring demographic language variations to improve multilingual sentiment analysis in social media. In *Proceedings of the 2013 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing* (pp. 1815-1827).
31. Zappettini, F., Ponton, D. M., & Larina, T. V. (2021). Emotionalisation of contemporary media discourse. A research agenda. *Russian Journal of Linguistics*, 25(3), 587-595.