

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة: أ د / محمد المحرصاوي

رئيس التحرير: أ د / غانم السعيد

أ د / محمود الصاوي

نواب رئيس التحرير: أ د / عرفه عامر

د / عبد العظيم خضر

مدير التحرير: د / محمد عبد الحميد

سكرتير التحرير: د / رمضان إبراهيم

توجه المراسلات باسم سكرتير التحرير على العنوان الآتي:

المراسلات: القاهرة: مدينة نصر - كلية الإعلام - جامعة الأزهر

أو على الموقع الإلكتروني للمجلة: <https://jsb.journals.ekb.eg>

العدد الحادي والخمسون (الجزء الثاني): جمادى الأولى ١٤٤٠ هـ - يناير ٢٠١٩ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية : ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: 1110-9297

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفق القواعد الآتية:

- تقبل البحوث للنشر باللغتين العربية والإنجليزية.
- تنشر المجلة بحوث معاوني هيئة التدريس كمتطلب للحصول على درجتي الماجستير والدكتوراه.
- تنشر المجلة المقالات العلمية لأعضاء هيئة التدريس بدرجة أستاذ.
- يعتمد النشر على تحكيم اثنين من أساتذة الإعلام في التخصص الدقيق الذي يندرج تحته البحث لتحديد مدى صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مكان آخر.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة ... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر .... ونسخة على C D ، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها .... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر .
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية

- 
- 
- 
- أد / علي عجوة
- أد / حمدي حسن
- أد / محمد معوض
- أد / محمود يوسف
- أد / نجوى كامل
- أد / مرعي مذكور
- أد / جمال النجار
- أد / حسن على
- أد / سامي الشريف
- أد / شريف اللبان
- أد / عبد الصبور فاضل
- أد / خالد صلاح الدين
- أد / عرفة عامر
- أد / حنان جنيد
- أد / سلوى العوادلي
- أد / عبد الرحيم درويش
- أد / رزق سعد عبد المعطي
- أد / محمود عبد العاطي
- 

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

## محتويات العدد

٣٩٧

- الصورة النمطية للمرض النفسي بالدراما التلفزيونية وعلاقتها بالوصم الدرامي والاجتماعي لدى الشباب المصري  
أم.د. مروى ياسين بسيوني

٤٧٣

- معالجة القضايا الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية المصرية وعلاقتها بتقييم الجمهور للأداء الاقتصادي الحكومي  
أم.د. ميرال مصطفى

٥٣٣

- استخدام رواد مواقع التواصل الاجتماعي للتثنية والازدواجية اللغوية والحرف اللاتيني وأثاره على اللغة العربية  
د. عبد الحفيظ درويش

٥٨١

- معايير مصداقية المواقع الالكترونية الاخبارية كما يراها الشباب الجامعي وعلاقتها باعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات  
د. ولاء محمد الناغي

٦٢٩

- إدراك الجمهور المصري لأساليب الخداع الإعلاني للمنتجات التجارية في التلفزيون وتأثيره على قرارات شراءها  
د. عايدة محمد المر

٦٨٥

- تعرض الجمهور لمضامين المشروعات القومية بالبرامج الحوارية وعلاقته بتكوين الصورة الذهنية للأداء الحكومي المصري (بعد ٣٠ يونيو)  
د. إيمان سيد علي

٧٣٣

- أساليب مواجهة الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي كما تراها النخبة الإعلامية الأكاديمية: المصرية- والسعودية  
د. محمد عبد الحميد د. أحمد سامي

٨٠٩

- دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلاب المرحلة الثانوية  
د. حنان كامل حنفي

## محتويات العرو

٨٤٩

- استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم  
د. أميرة حسن سالم

٨٩٥

- فاعلية الخطاب الإعلامي الأزهري في مكافحة التعصب الديني وتعزيز التسامح  
د. دعاء عبد الحكم الصعيدي

# استخدام رواد مواقع التواصل الاجتماعي للثنائية والازدواجية اللغوية والحرف اللاتيني وآثاره على اللغة العربية

دراسة تحليلية لعينة من منشورات موقعي تويتر وفيسبوك وتعليقات القراء عليها

إعداد/

د. عبد الحفيظ عبد الجواد درويش

أستاذ التحرير الصحفي المساعد بجامعة طيبة

**ملخص:**

استهدفت الدراسة رصد التأثيرات السلبية للإعلام الجديد عبر أهم أدواته وهي مواقع التواصل الاجتماعي، على اللغة العربية تحدثا وكتابة، وبصفة خاصة الأزواج اللغوي والشائبة اللغوية وكتابة اللغة العربية بالحروف اللاتينية في مواقع التواصل الاجتماعي.

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية، واستخدم الباحث كلا من المنهج المسحي والمنهج المقارن، كما اعتمد على التحليل الكمي والكيفي لمضمون عينة من منشورات وتعليقات الفيسبوك وتويتر.

وتوصلت الدراسة إلى أن لغة منشورات وتعليقات قراء موقعي التواصل الاجتماعي محل الدراسة الفيسبوك وتويتر جاءت أكثرها باللغة العامية بنسبة ٣٩.٢٤ %، كما جاءت مزدوجة اللغة (عامية وفصحى) بنسبة ٣٨.٨٣ %، وجاءت باللغة العربية الفصحى بنسبة ١٤.٨٧ %، وبلغت نسبة المنشورات والتعليقات المكتوبة بلغة الفرانكو ارابك المكتوبة بالحروف اللاتينية في ٣.٨٣ %.

كما توصلت الدراسة إلى أن الموضوعات الرياضية جاءت أعلى الموضوعات التي تناولها مستخدمو الفيسبوك وتويتر حيث بلغت ٢٠.٧٥ %، ثم الموضوعات الفنية بنسبة ١٦.٠٤ %، ثم الموضوعات الترفيهية بنسبة ١٤.٢٥ %، ثم الموضوعات الاجتماعية بنسبة ١١.٢٧ %.

أن شبكة الانترنت ووسائل الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي قد أمدت اللغة العربية بكثير من الألفاظ والمفردات والعبارات والتراكيب الجديدة والمولدة من الألفاظ العربية أو المترجمة عن اللغات الأجنبية.

كما أن اللغة العربية الفصحى لا تزال مهيمنة على المحتوى المكتوب والمقروء رسميا في السياقات الرسمية والعلمية والقانونية والمحافل الدولية.

**summary**

**"The use of social media sites for bilingualism, Latin letters and its effects on Arabic: An analytical study of a sample Twitter and Facebook posts and readers' their comments on it"**

The study aimed to monitor the negative effects of the new media through its most important tools, namely social media, on Arabic language speaking and writing, in particular bilingual and writing Arabic in Latin letters on Social media.

The study found that the language of the posts and comments of the readers in Social Media Facebook and Twitter came the most in colloquial Arabic with ٣٩.٢٤ %، as well as bilingual (colloquial Arabic and classical Arabic) by ٣٨.٨٣ %، and in classical Arabic at ١٤.٨٧ %، and the proportion of publications and comments written in Arabic, but written in Latin letters was ٣.٨٣ % Or the so-called "Franco-Arabic"

This research belongs to the descriptive researches, and the researcher used both the survey method and comparative approaches, and relied on quantitative and qualitative analysis of the content of a sample of Facebook and Twitter posts and comments.

The study also found that sports topics were top topics that users interact by Facebook and Twitter at ٢٠.٧٥ %، then Fun and music topics at ١٦.٠٤ %، then entertainment topics by ١٤.٢٥ %، and social topics by ١١.٢٧ %.

The Internet, new media and social media have provided Arabic with many words, vocabulary, phrases, new compositions, generated by Arabic or translated from foreign languages.

Classical Arabic continues to dominate the officially written and readable content in official, scientific and legal contexts and international forums.

يعد (علم الإعلام اللغوي) من العلوم النظرية التي ظهرت نتيجة التحليلات العلمية التي تبحث في أصول العلاقة المتداخلة بين الإعلام واللغة، والتي اتجهت فيها أقلام مجموعة من الباحثين والكتاب إلى دراسة دور اللغة في بناء الرسالة الإعلامية ونقل مضامينها، وقد اهتم هذا العلم بدراسة الأسلوب الإعلامي من حيث معايير اللغوية، وخصائصه الأسلوبية كما عني باستخدام اللغة من خلال عملية الاتصال<sup>(١)</sup>.

إن الهوية ذات ثلاث شعب، اللغة والدين والتراث، وفي حالة الهوية العربية فإن هذه الثلاثية متداخلة متمازجة وليست متوازية، وإن هناك في المقابل ثلاثة شعب أخرى تقوم على الدعوة إلى اللغة العامية، والدعوة إلى كتابة العربية بالحروف اللاتينية، والدعوة إلى التغريب<sup>(٢)</sup>.

إن العلاقة بين اللغة والإعلام وخصوصا وسائل الاتصال الحديثة، لا تسير دائما في خطوط متوازية، فالطرفان لا يتبادلان التأثير، نظراً إلى انعدام التكافؤ بينهما، لأن الإعلام هو الطرف الأقوى، ولذلك يكون تأثيره في اللغة بالغا للدرجة التي تضعف الخصائص المميزة للغة، وتلحق بها أضرارا تصل أحيانا إلى تشوهات تفسد جمالها، ويمكن أن نستنتج في هذا الجانب أن اللغة صارت تابعا للإعلام المرئي ووسائل التواصل الحديثة<sup>(٣)</sup>.

كما أن علاقة اللغة الإعلامية بعلم اللغة هي أيضا علاقة تأثر وتأثير، فعلاقة التأثير بين اللغة الإعلامية وعلم اللغة هي علاقة التنمية اللغوية، فوسائل الاتصال الإعلامية تساهم في نشأة كلمات لم تكن موجودة في اللغة من قبل، وفي هجر كلمات كانت مستخدمة فيها أو انقراضها انقراضا تاماً. ذلك أن وسائل الاتصال الإعلامية تعكس أهم العوامل التي تدعو إلى نشأة كلمات في اللغة، كمقتضيات الحاجة إلى تسمية مستحدث اجتماعي جديد، سواء أكان نظاماً اجتماعياً أم اقتصادياً، أم نظرية علمية جديدة أو فلسفية أو مخترعاً مادياً جديداً<sup>(٤)</sup>.

وتحظى اللغة في أي مجتمع بأهمية بالغة بالنظر إلى الدور الذي تمارسه في التواصل الاجتماعي، فهي عالم رحب ووطن فسيح يُمارس من خلاله الإنسان حرية التعبير والتفكير، فاللغة رداء الفكر ولباسه، وكل تطور يحصل في المجتمع يتردد صده من خلال مؤسسة اللغة، باعتبارها الناطق الرسمي باسم الأمة والمعبر عن حياتها. ولذلك تُعد اللغات أصدق سجل لتاريخ

الشعوب، لأنها أداة الحاضر وصورة التاريخ، ومنها تقتبس الألوان الحضارية والاجتماعية الدالة على مجاري الأمور ومصائر الأقسام<sup>(٥)</sup>.

فحياة اللغة العربية وحيويتها رهن استعمالنا لها وقدرتنا على توسيع مجالها، وحملها على الاستجابة لحاجتنا لا يتوفر إلا بقدر ممارستنا لها وتحميلها لتجارب بشرية جديدة، وإبقاؤها لغة تواصل بين كل العرب رهين جمعنا لشتات معطياتها وتجسيمها في وسائل عمل متجددة وسعينا المتواصل على متابعة تطورها وتعهده، ومن الطبيعي أن يؤدي هجر اللغة إلى هجر الثقافة والقيم المرتبطة بها، وبذلك يتأسس فراغ لغوي وثقافي تتدفق اللغات والثقافات الأجنبية إلى ملئه<sup>(٦)</sup>.

فعلم اللغة وفروعه ارتبط بمجموعة من العلوم، من بينها علم الاتصال والإعلام، الذي ترجمت اللغة من خلاله على أنها ذات وظيفة مهمة في الإبلاغ المتمثل في المعاني والدلالات التي تعرف بالإشارات الصوتية، وينظر علماء الاتصال إلى اللغة على أنها أهم نسق من بين علامات وأدوات التواصل التي عرفها الإنسان والتي تساعد على التفكير والتعبير عن الذات، كما يظهر دور اللغة في العملية الاتصالية من خلال قدرتها في إفهام الجمهور ونقل المعلومات والأفكار، الشيء الذي يزيد من أهميتها في عملية الإعلام<sup>(٧)</sup>.

### إشكالية الدراسة:

يتفق جميع القائمون على شؤون التربية والتعليم في مراحل التعليم الجامعي وقبل الجامعي وخاصة معلمو اللغة العربية على ضعف مستوى الطلاب في الكتابة والتعبير، ويؤكدون على أن انتشار الكتابة باللغة الانجليزية واللغات الاجنبية، وكتابة المحادثات باللهجة العامية واستخدامها في رسائلهم، وكتابة اللغة العربية بحروف لاتينية، خصوصاً عبر الهواتف المحمولة ووسائل التواصل الاجتماعي باتت تهدد بوضوح اللغة العربية بالانقراض وتمحو خصوصياتها محذرين من انتشار هذه الظاهرة في المدارس والجامعات، وهو ما أدى بالفعل إلى زيادة الأخطاء اللغوية والاملاتية فضلاً عن الضعف في التعبير والإنشاء لديهم.

والمنتبع لاهتمامات الشباب في هذا العصر يلاحظ أنهم يميلون بحكم مرحلة المراهقة إلى استخدام ما هو جديد، خاصة إذا كان صعباً وبه نوع من الجرأة والمغامرة، كما يتضح من ملاحظة نشاطاتهم على وسائل الإعلام الجديد وبرامج وتطبيقات التواصل الاجتماعي ذيوع وانتشار استخدامهم أساليب جديدة في التواصل، لتلك الأساليب مظاهر كثيرة ومتعددة تتغير من مدة لأخرى، مما يوجب على الباحثين تتبع تلك الظواهر سواء كانت سلبية أو إيجابية ومناقشتها وتتبع آثارها على المدى البعيد.

من تلك المظاهر انتشار استخدام اللغة الإنجليزية بدلاً من اللغة العربية، شكلاً ومضموناً، وكذا كتابة المحادثات والرسائل بلهجة عامية بما تحتويه من كلمات دخيلة على العربية وألفاظاً لا



توجد في قاموس اللغة العربية ولا منقولة من أساسياتها، وأخيرا كتابة اللغة العربية بحروف لاتينية سواء كان الخطاب بالكلمات الفصحى أو الكلمات العامية.

ولعل كتابة الألفاظ العربية الفصحى منها والعامية على حد سواء بالحروف الانجليزية بالذات تمثل ظاهرة لم تتل حَقَّها من الدراسة إلا في بعض المقالات العامة، والدارسات غير المتخصصة، ولم تُفرد لعلاجها بحوثًا علمية جادة، وزاد الأمر سوءًا حين انتقلت هذه الظاهرة إلى الإعلام المرئي، فصارت بعض البرامج الترفيهية والدينية ذات الجمهور الشبابي تخطُّ عناوينها وأسماء القائمين عليها بهذه الأحرف، وهذا مؤشر سيئ جدًّا؛ لأنه يرسخ هذه الظاهرة بين الشباب، لأنه يَشِي بعدم تنبُّه الإعلاميين إلى خطورة انتشار هذه الظاهرة وشيوعها بين الشباب، وما تحمله من معاول هدم للعربية.

فظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تحتل موقع الصدارة في عمليات الاتصال الإنساني علي مستوي كل المجتمعات، بل باتت هي الوسيلة الأهم التي يعتمدها الجمهور في اتصالاتهم مع بعضهم بعضًا، خاصة فئات الشباب، وقد صحب ذلك الاستخدام بعض الظواهر التي يراها كثير من المختصين جانبا سالبًا ومهددا، يزيد من ضعف اللغة العربية كلغة يفترض أن تكون هي اللغة الأصل المستخدمة في وسائل الاتصال في المجتمعات العربية، وتتخلص تلك الظواهر في:

١- التثائية اللغوية وما ترتب عليها من التهجين اللغوي. حيث تسربت الكلمات الانجليزية وأزاحت اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجديد.

٢- الازدواجية اللغوية وما ترتب عليها من هيمنة اللهجة العامية على وسائل التواصل على حساب اللغة العربية الفصحى.

٣- كتابة اللغة العربية بالحرف اللاتيني المعروفة بلغة (فرانكو)، وظهورها كبديل حديث وعصري يناسب الشباب.

**تلك هي المشكلة البحثية التي دفعت الباحث لاختيار هذا الموضوع لأهميته المستقبلية على اللغة العربية واستخداماتها في مواقع التواصل الاجتماعي، لأن العلاقة بين اللغة والإعلام علاقة منافسة كبيرة، هذه المنافسة أدت إلى ظهور العديد من الفضاءات الجديدة على رأسها مواقع التواصل الاجتماعي، التي يتنافس فيها الاثنان، ومع تزايد استخدامات شبكة الانترنت كأهم وسيلة إعلامية وفاعلة، وتوغلها في حياة العامة والخاصة، وزيادة تطبيقاتها التي شملت جميع نواحي الحياة، وسرعة تطورها، أصبحت الحاجة ملحة أكثر من أي وقت مضى لاستخدام هذا الفضاء لخدمة اللغة العربية ودعمها في مواجهة اللغات الأجنبية وخاصة اللغة الانجليزية، حيث يختلف الأمر في عصرنا الحالي عن السابق حينما كانت تلجأ الدول لدعم لغتها الوطنية من خلال دعمها**

للتعليم الرسمي، واتخاذ قرارات حكومية تمتلك فيها الدولة آليات تنفيذها، غير أن الأمر يختلف في الوقت الراهن الذي استحوذ فيه الإعلام الجديد على الساحة الإعلامية قاطبة، واحتلت مواقع التواصل الاجتماعي مقامة وسائله، حيث أعطت تلك المواقع للجمهور والفرد المتلقي فرصاً واسعة من الحرية والابداع وإبداء الآراء على حساب القائم بالاتصال، وبالتالي كان لهذا التغيير في النموذج الإعلامي أثره الكبير على طبيعة المادة الإعلامية ولغتها وصياغة تراكيبها، سواء من خلال القائم بالاتصال أو المتلقي، وهو ما يعني تغييراً آخر في العلاقة بين اللغة والإعلام، حيث أصبحت العلاقة بين اللغة والإعلام تشكل ظاهرة لغوية جديدة بالاهتمام والبحث.

### أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف العام لهذه الدراسة تحديداً في تتبع التأثير السلبي الذي أحدثته -وما زالت- منظومة مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة العربية، مع ما تملكه تلك المواقع من إمكانات جبارة وقدرات عالية ذات تأثير بالغ على المتلقي فكرياً وثقافياً ولغوياً وسلوكياً، حيث أصبح الاعتماد على التقنية هو الركيزة الأساسية التي تقدم من خلالها الخدمات للجمهور.

ويمكن اجمال أهم هذه الأهداف فيما يلي:

١. رصد التأثيرات السلبية للإعلام الجديد عبر أهم أدواته وهي مواقع التواصل الاجتماعي، على اللغة العربية تحديداً وكتابة، بعد أن سادت كثير من الأخطاء اللغوية العربية سواء عن قصد أو غير قصد، حتى أضحت هذه الأخطاء جزءاً أساسياً من الممارسات الإعلامية للقائم بالاتصال والجمهور المستهدف، وذلك من خلال تحليل مضمون بعض منشورات مواقع التواصل الاجتماعي وتعليقات القراء عليها.
٢. رصد حجم استخدام الازدواج اللغوي والثنائية اللغوية وكتابة اللغة العربية بالحروف اللاتينية في مواقع التواصل الاجتماعي، وتحليل هذا الحجم ومدى تأثيره على اللغة العربية مستقبلاً.
٣. الوقوف على التحديات التي تواجه اللغة العربية في عصر الإعلام الجديد، وإبراز هذه التحديات للقائمين على التربية والتعليم.
٤. وضع تصور مقترح لمواجهة التأثيرات السلبية للإعلام الجديد بصفة عامة، ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة على اللغة العربية تحديداً وكتابة، مع وضع مقترحات وضوابط واقتراح تدابير لازمة للحد من تأثير تلك المخاطر على اللغة العربية.
٥. التأكيد على الاهتمام باللغة العربية وصيانتها بصفة ذلك واجباً وطنياً وقومياً، إضافة إلى أنه واجب ديني، لأن اللغة العربية هي المكون الرئيس للهوية العربية ووعاء فكرها وثقافتها.

## الدراسات السابقة:

- دراسة بعنوان "تقييم أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب العربي" <sup>(٨)</sup>.

استهدفت الدراسة رصد تأثير شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب الجامعات في كل من مصر والمملكة العربية السعودية من خلال ثلاثة مجالات هي: التأثير النفسي، والتأثير الثقافي والفكري، والتأثير الأخلاقي والسياسي، أجريت الدراسة الميدانية على عينة من ٢٠٠ طالبًا وطالبة بجامعات مصر والسعودية. وتوصلت الدراسة إلى أن آراء الطلاب والطالبات انقسمت بشكل متساو فيما يتعلق بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي السلبية على الجانب النفسي والثقافي والفكري لهم، حيث رأى الشباب السعودي أن التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر على الجانب الأخلاقي والسياسي، بعكس الشباب لمصري.

- دراسة بعنوان "لحن الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر) أنموذجًا :

أنواعه، أسبابه، آثاره، طرق الوقاية والعلاج" <sup>(٩)</sup>.

استهدفت هذه الدراسة مناقشة مشكلة لحن الكتابة بين الخاصة وهم الأكاديميون كأساتذة الجامعات والمعاهد العليا وأساتذة اللغة العربية بالمدارس، وكل من زاد عدد متابعيه منهم عن نصف مليون شخص، ويكتب تغريداته باللغة العربية ولا يخط سواها، كما استهدفت الدراسة الإجابة عن بعض التساؤلات منها: ما أنواع اللحن عند الخاصة؟ وما أسبابه؟ وما آثاره على اللغة العربية الفصحى؟ وما طرق الوقاية وأساليب العلاج من هذا اللحن؟ وتوصلت الدراسة إلى:

- ١- أن قادة الرأي على مواقع التواصل الاجتماعي لهم تأثير كبير على العامة، لاقتداء جمهور هذه المواقع بهم، ولأنهم عليه القوم وخاصتهم.
- ٢- كان لموقع التواصل الاجتماعي تويتر تأثير سلبي كبير على اللغة العربية، وهو نقل الأصوات إلى حروف، مما يعد خروجًا من مستخدميه عن المألوف، وتهكمًا على اللغة العربية الفصحى وصنيعًا غير محمود.
- ٣- أن السرعة في الكتابة على مواقع التواصل الاجتماعي تتسبب في وقوع كثير من مستخدميها في الأخطاء اللغوية وخاصة الأخطاء الإملائية منها.
- ٤- لموقع التواصل الاجتماعي تويتر إيجابيات كثيرة على اللغة العربية منها استخدام المصطلحات العربية الفصحى، مما أسهم في شهرة هذه المصطلحات وتداولها بلسان العامة مثل ألفاظ المغرد، تغريدة، تغريدات، تفضيل، إرسال، أتابعك، على الخاص.

### -دراسة بعنوان "اللغة العربية وتأثيرها في وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة" (١٠)

استهدفت الدراسة استطلاع آراء أربعمائة وستين شخصاً لمعرفة تأثير التطبيقات والبرامج الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي على الشباب، وقد ركزت الدراسة على الجانب السلبي لهذه التأثيرات خاصة ما يتعلق باللغة العربية، وتمثلت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن ٤٥% من العينة يرون أن هذه الوسائل قد أثرت بشكل سلبي على اللغة العربية، كما لاحظت هذه النسبة ذاتها وجود إهمال كبير فيما يتعلق بالكتابة باللغة العربية الصحيحة في وسائل التواصل الحديثة، ويقع المستخدمون لتلك المواقع في الأخطاء اللغوية، أهمها الاختصارات غير المفيدة للكلمات، وإدخال حروف الجر في الكلمات مع تكرار حروف المد في الكلمة دون فائدة، وكتابة الكلمات والجمل بدون مسافة بينها نظراً لقلّة مساحة الأحرف المسموح بها في بعض التطبيقات، وكذلك استخدام أساليب الكتابة بما يسمى "العريزي" وهو كتابة الكلمات العربية بالأحرف الإنجليزية، أو العكس مما ينعكس بالسلب على مهارات اللغتين لدى المستخدمين، كما أثبتت الدراسة أن أهم أسباب الوقوع في الأخطاء هو استخدام عدة برامج أو صفحات تواصل اجتماعي في نفس الوقت، مما يجعل المستخدم يسرع بكتابة عبارات مختصرة تفتقر إلى الضبط اللغوي والإملائي.

### -دراسة بعنوان "رصد واقع اللغة العربية في ميدان التواصل على شبكة الإنترنت والهاتف المحمول" (١١).

استهدفت هذه الدراسة رصد استعمال اللغة العربية باستخدام الحاسب الآلي والانترنت والهاتف المحمول في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث قام الباحث بتحليل مضمون عينة بلغت ٨٥٠٠ نص بالفيسبوك وتويتر ورسائل الهاتف المحمول، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها:

- ١- ظهرت بوضوح مشكلة الثنائية اللغوية في النصوص محل الدراسة، حيث استخدم رواد هذه المواقع مفردات وكلمات وجمل انجليزية بنسبة ٥% من العينة، كما بلغت نسبة كتابة اللغة العربية بالحروف اللاتينية "عريزي" نسبة ١٤% من النصوص محل الدراسة.
- ٢- ظهرت من نتائج الدراسة مشكلة "الازدواجية اللغوية" وهي مزاحمة اللهجة العامية للغة العربية الفصحى في النصوص محل التحليل، حيث يستخدم ٥٥% من عينة الدراسة اللهجة العامية، بينما بلغت نسبة من يستخدم اللغة الفصحى ٣٦%، وجاءت اللغة المختلطة بين العامية والفصحى بنسبة ٨%.
- ٣- كما ظهرت مشكلة الضعف اللغوي في مستويات اللغة الكتابية والمعجمية والنحوية والصرفية والتركيبية، من خلال استخدام العينة للكتابة على شبكات الانترنت، حيث لاحظ الباحث أن مشكلة "الثنائية اللغوية" لها ارتباط مباشر مع شبكة الانترنت والهاتف المحمول.

## -دراسة بعنوان " الإعلام الجديد وتهجين اللغة العربية دراسة سوسولوجية لبعض مستخدمي الفيسبوك (١٢).

استهدفت الدراسة رصد التأثيرات التي يحدثها الإعلام الجديد باللغة العربية من خلال التفاعلات بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك). وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) جزء أساسي في صناعة اللغة الشبابية الجديدة، إذ لم تقتصر على احرف لاتينية أو عربية، ولكن برزت تنوعات في أسلوب عرض الحوار وعدد الكلمات وحرية التناول والبعد النفسي والاجتماعي، كما أدت إلى زيادة حدة الفجوة بين جيلي الآباء والأبناء، تمثلت هذه الفجوة في رفض الآباء أفعال أبنائهم بلا نظر أو مناقشة، نتيجة لضيق أوقاتهم، وانشغالهم في محاولة مواكبة الظروف الاقتصادية السيئة بالعمل المستمر، وهو ما أوجد هذه الفجوة، أما الأبناء فيحاولون مواكبة عصرهم، وقد ترتب على هذا زيادة حادة في رفضهم لجيل آباءهم، وهذا الأمر عمق الفجوة، وقاد إلى التمرد الذي تتجلى صورته الأولية في لغة تشبه اللغات السرية؛ أدت إلى انغلاق مجتمع الشباب على نفسه بعيداً عن سلطة الآباء والمؤسسات.

## - دراسة بعنوان "شبابنا والفرانكو معركة جديدة قديمة" (١٣)

استهدفت الدراسة معرفة دوافع الشباب الحقيقية لاستخدام لغة الفرانكو ارب كلغة للتواصل فيما بينهم، وهي دراسة ميدانية استخدم فيها الباحث الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات لاستطلاع آراء مجموعة من الشباب من جميع فئاتهم العمرية والدراسية والاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم دوافع الشباب لاستخدام لغة الفرانكو ارب تتلخص فيما يأتي:

١. صعوبة الكتابة بالعربية على لوحة المفاتيح الخاصة بالحاسوب أو الهاتف النقال، وسهولتها بالإنكليزية بسبب الاعتياد عليها.
٢. أنها تساعد على التجديد الذي يلائم روح الشباب، والتجاوب مع الآخرين الذين يكتبون بنفس الطريقة، وعدم الرغبة في الظهور بمظهر المتخلف أو الجاهل بألية جديدة من آليات التواصل، والظهور بمظهر متميز جذاب (مودرن ستايل)
٣. عدم وجود مُتَنَفَّس لمشاكل الشباب وهمومهم وأسرارهم سوى مواقع التواصل الاجتماعي، والخوف من أن يتعرف عليهم الأهل، فابتكروا الفرانكو كشفرة لا يفهمها سواهم.
٤. توفير النفقات لأن رسائل المحمول المكتوبة بالعربية تحمل عددًا أكبر من الحروف، فيضطر المرسل لدفع نفقات أكثر في رسائل أكثر، ولهذا اعتادوا إرسال الرسائل بالحروف اللاتينية لغة الاختصارات، إذ يمكن بثلاث حروف فقط (isa) تلخيص جملة مثل إن شاء الله.
٥. حبهم للغة الإنكليزية، وكُرهم للغة العربية، وعدم التشرف بالانتساب إليها.

### - دراسة بعنوان اللغة العربية في وسائل الإعلام الجديد أو تهجين اللغة العربية

في وسائل الإعلام الجديد، الانترنت وتطبيقاتها أمودجا. (١٤)

استهدفت الدراسة الاجابة عن بعض التساؤلات مثل، ما الإعلام الجديد وما خصائصه وسماته التي تميزه عن الإعلام التقليدي؟ وما واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام الجديد خاصة شبكة الانترنت منها وجودا وفعالية؟ وما هي العربية في وسائل الإعلام الجديد؟ وما أسباب انتشار هذه الظاهرة؟ وكيف نحد من انتشارها؟ وتوصلت الدراسة إلى أن تأثير الإنترنت على مفردات اللغة المتداولة بين الشباب على مواقع الإنترنت والمدونات وغرف المحادثات ومواقع التواصل الاجتماعي موجود وبشكل واضح، ويعود ذلك لطبيعة الشبكة العنكبوتية كوسيلة اتصال سريعة الإيقاع، قد واكبتها محاولات لفرض عدد من المفردات السريعة والمختصرة للتعامل بين الشباب، وأن الضرورة فرضت نفسها، كعدم وجود لوحة مفاتيح تمكن المستخدم من الكتابة باللغة العربية لدى البعض، وأخص بالذكر الشباب العربي في خارج أوطانهم العربية.

### - دراسة بعنوان استخدام طلبة الجامعة للغة العربية بحروف لاتينية (الإنجليزية

وغيرها) في أساليب التواصل الحديث. (١٥)

استهدفت الدراسة الإجابة على سؤالين اثنين هما: هل يستخدم طلبة الجامعة اللغة العربية بحروف لاتينية كالإنجليزية وغيرها في أساليب التواصل الحديثة؟ وما أسباب استخدام الطلبة للغة العربية بحروف لاتينية كالإنجليزية وغيرها في أساليب التواصل الحديثة؟ وهي دراسة ميدانية أجريت على ٢٨٠ طالباً وطالبة من طلاب جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا بدولة الإمارات العربية المتحدة.

وأهم ما توصلت إليه من نتائج أن استخدام طلبة الجامعة للغة العربية بأحرف لاتينية كان قليلاً، وأن حجم استخدام وسائل الاتصال الحديثة كبير جداً اشتمل الغالبية العظمى من أفراد العينة. ولعل هذا يبين أهمية هذه الأجهزة وضرورة استخدامها في التواصل، إذ لا يمكن الاستغناء عنها لما تقدمه من خدمات على جميع الأصعدة التي لا يمكن إغفالها بأي شكل من الأشكال. كما توصلت الدراسة إلى أن أسباب استخدام أفراد العينة لأحرف اللاتينية في مواقع التواصل الاجتماعي يرجع بالترتيب إلى سهولة الاستخدام، والعادة أو التعود، والتقليد، وكثرة الاستخدام والقناعة بهذا الاستخدام، ومن أجل المتلقي الذي لا يستطيع الفهم إلا باستخدام الحروف اللاتينية، ولأن أفراد العينة يحفظون الأحرف اللاتينية أكثر من حفظهم أحرف اللغة العربية.

### - دراسة بعنوان إشكاليات اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة

تطبيقية على عينة من مستخدمي الفيس بوك. (١٦)

استهدفت الدراسة التعرف على العقبات التي تحول دون انتشار اللغة العربية السليمة في مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد الأسباب التي تدعو مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي إلى اللجوء إلى لغة بديلة للغة العربية، ومعرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة العربية،

والوقوف على الاشكاليات التي تواجه اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على دور المؤسسات المعنية بالمحافظة على اللغة العربية تجاه هذه الاشكاليات، وتقديم مقترحات لكيفية التصدي للاشكاليات التي تواجه اللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي.

وأهم ما توصلت إليه الدراسة هو تقارب نسبة الذين يقولون أن اللغة العربية مناسبة مع تلك التي ترى أنها غير مناسبة، كما بلغت نسبة الذين يهتمون باللغة العربية والتواصل بها ٢٠%، بينما بلغت نسبة الذين لا يهتمون بسلامة اللغة العربية ٥٥% من جملة الباحثين، كما توصلت الدراسة إلى أن مستخدمي مواقع التواصل يعتمدون على المحادثة باللغة العامية على حساب الفصحى حيث بلغت نسبتهم ٧٥%.

#### - دراسة بودك Budak بعنوان الفيسبوك وتويتر وانتخاب باراك اوباما ٢٠٠٨ (١٧).

استهدفت هذه الدراسة معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تأثيرها على البالغين في التصويت لانتخابات الرئاسة الأمريكية ٢٠٠٨، وحددت الدراسة عينة البحث في الفيسبوك وتويتر، وأجريت على عينة بلغت ٢٢٥٤ مبحوثاً من الجنسين.

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الفيسبوك وتويتر لهما دور كبير بجوار وسائل الإعلام التقليدية، فقد أشار المبحوثون إلى أنهم اعتمدوا على الفيسبوك وتويتر جنباً إلى جنب مع وسائل الإعلام التقليدية، وأنهم يرون أن دور الفيسبوك وتويتر سيكون له أثر أكبر في المستقبل القريب.

#### - دراسة توماس (Thomas V. Pollet) (١٨)

استهدفت هذه الدراسة معرفة علاقة الجمهور العام لمواقع التواصل الاجتماعي والتراسل الفوري على العلاقات الاجتماعية، وهي دراسة ميدانية طبقت على عينة قوامها ١١٧ مبحوثاً تتراوح أعمارهم ما بين (١٨ إلى ٦٣) عاماً.

توصلت الدراسة إلى أن مستخدمي هذه المواقع وبصفة خاصة الفيسبوك وتويتر يشغلونها معظم أوقاتهم، وأنها هي الطريقة الوحيدة التي تربطهم بأصدقاء كثيرين في العالم الافتراضي.

#### - دراسة بعنوان "الازدواجية والثنائية اللغوية في الإشهار العربية، دراسة تقابلية بين

العربية والإنجليزية" (١٩)، استهدفت الدراسة الوقوف على مدى تجاور الثنائية اللغوية بين اللغتين العربية والانجليزية في الإعلانات في وسائل الإعلام، وتأثيرها اللغوي على المستهلك العربي.

وتوصلت الدراسة إلى أن تراكيب الجمل المدرجة في الإعلانات لها دور كبير في التأثير على المشتري بخصوص اتخاذ قرار الشراء، كما أن اللغة الإعلامية لها تأثير كبير وواضح من الناحية الوظيفية ومن الناحية التركيبية، إذ تحاول الجمل الإعلانية وضع المشتري في بيئة أخرى بمعزل عن الحقيقة، موظفة بذلك عنصر التركيب النحوي والصرفي والدلالي للكلمات والألفاظ المنقاة بعناية كبيرة وفق بنية خفية تظهر للمتلقي في صورة عناوين أو أقوال أو آراء أو تصريحات، أو مدح.

## - دراسة بعنوان "الازدواجية اللغوية في وسائل الإعلام بلدان المغرب العربي، دراسة نقدية" (٢٠)

استهدفت الدراسة رصد واقع الازدواجية اللغوية في وسائل إعلام بلدان المغرب العربي من خلال مجموعة من التساؤلات هي: هل هذه الازدواجية حتمية لغوية لابد على بلدان المغرب العربي أن تتعامل معها وتتفاعل مع محتوياتها؟ وإلى أي مدى يمكن أن تخدم هذه الازدواجية هوية البلدان المغاربية ومقوماتها الثقافية والحضارية والدينية؟ وما مدى تأثير هذه الازدواجية على اللغة العربية وتطورها في هذا الجزء من البلاد العربية؟

وتوصلت الدراسة إلى نتائج، أهمها أن الازدواجية الإعلامية ليست وفقا على بلدان المغرب العربي، بل هناك فضاءات كثيرة في العالم تعيش نفس الظاهرة، لكنها تتعايش معها بالشكل الذي يعود عليها بالفائدة ودون المساس بثوابت الأمة. كما أن الإعلام المكتوب والناطق باللغة الفرنسية بإمكانه أن يكون في خدمة أهداف الأمة، كما كان الحال مع الصحافة الوطنية المكتوبة باللغة الفرنسية أثناء الحقبة الاستعمارية، كما نفتت الدراسة إمكانية تطبيق مختلف الوثائق والتشريعات وفي مقدمتها قوانين تعميم استعمال اللغة العربية دون إتباع سياسة مرحلية واستراتيجية مدروسة تراعى فيها خصوصية المنطقة والتحولت الجارية فيها.

### تعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال تحليل الدراسات السابقة والنتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات واستعراض جوانب القوة والضعف فيها، لاحظ الباحث أن هذه الدراسات لم تتناول تحليل مضمون ما يكتبه مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد، للوقوف على أماكن القوة والضعف فيها، بل اقتصر تناول أكثر هذه الدراسات على إجراء دراسات ميدانية على هؤلاء الشباب المستخدمين فقط خاصة شباب الجامعات العربية، وفي هذه النقطة بالذات تظهر مشكلة الدراسة في أنها تتناول تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي للمنشورات الأكثر تفاعلية من خلال تعليقات القراء عليها وردودهم على موقعي التواصل الاجتماعي تويتر وفيسبوك، بهدف الوقوف على مدى اعتماد مستخدمو هذه المواقع (قائم بالاتصال وجمهور) على اللغة العربية الفصحى أو اعتمادهم على غيرها من خلال المظاهر اللغوية الثلاثة وهي:

١- الشائبة اللغوية وما ترتب عليها من التهجين اللغوي بين العربية وغيرها من اللغات.

٢- الازدواجية اللغوية وما ترتب عليها من هيمنة اللهجة العامية على اللغة العربية الفصحى.

٣- كتابة اللغة العربية بالحرف اللاتيني (فرانكو اراب)



### تساؤلات الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة للإجابة على نوعين من التساؤلات هما:
- أولاً: تساؤلات تتعلق بالدراسة التحليلية الكمية وهي:
- ما نوع اللغة واللهجة التي يستخدمها رواد مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر سواء قائم بالاتصال أو جمهور قراء؟
  - وما نسبة تكرارات كل نوع من اللغة العربية الفصحى، واللهجة العامية منها، واللهجة الهجينة، وكتابة اللغة العربية بالفرانكو آراب من هذا الاستخدام؟
  - ما نوع الموضوعات المثارة على مواقع التواصل الاجتماعي؟ وما نسبة استخدامها وعلاقتها باللغة أو اللهجة المستخدمة في الفيسبوك وتويتر؟
- ثانياً: تساؤلات تتعلق بالدراسة التحليلية الكيفية وهي:
- ما تأثير استخدام رواد مواقع التواصل الاجتماعي للازدواجية اللغوية على اللغة العربية.
  - ما تأثير استخدام رواد مواقع التواصل الاجتماعي للثنائية اللغوية على اللغة العربية.
  - ما تأثير استخدام رواد مواقع التواصل الاجتماعي لكتابة اللغة العربية بالحروف اللاتينية الفرانكو على اللغة العربية؟
  - ما التحديات التي تفرضها مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة العربية؟ وما واجب الجهات المعنية باللغة العربية للحفاظ عليها؟

### نوع البحث ومناهجه:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى جمع الحقائق والمعلومات والبيانات عن ظاهرة ما أو موقف معين مع محاولة تفسير هذه الحقائق تفسيراً كافياً (٢١)، وتتمثل هذه الظاهرة في انتشار الثنائية اللغوية وما ترتب عليها من التهجين اللغوي. والازدواجية اللغوية وما ترتب عليها من هيمنة اللهجة العامية. وكتابة اللغة العربية بالحرف اللاتيني (فرانكو) في مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك وتويتر، ومحاولة تحديد أضرارها على اللغة العربية.

### مناهج الدراسة:

تنتهي دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة العربية هذه إلى نوع الدراسات الوصفية التي لا تقتصر على مجرد جمع البيانات والمعلومات، بل تتعدى ذلك إلى معالجة المعطيات منهجياً واستخلاص النتائج طبقاً لأهداف الدراسة وما ترمي الوصول إليه، من خلال الوصف الكمي والكيفي للظواهر المختلفة. وبما أن دراستنا لا تنتهي عند حد الرصد الكمي لتكرار الأساليب اللغوية التي يعتمد عليها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي فقط، بل تطمح للوصول إلى تحليل كيفي يفسر تواجد هذه الأساليب أو انعدامها وسبب تفاوت نسبها بين مواقع التواصل

محل الدراسة، فإن إتباع منهج محدد يحقق أهداف الدراسة أمر لا بد منه، وبما أن دراستنا دراسة تحليلية وصفية تحاول الكشف عن مواطن الضعف اللغوية، فإن المنهج الأنسب لهذه الدراسة هو منهج تحليل المضمون، الذي يمكننا من دراسة الرسالة للتعرف على مظاهر التأثيرات اللغوية السلبية في مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على مستوياتها. ولقد أثبت هذا المنهج فاعليته في هذا المجال، حيث يرى بيلرسون Brelson أن تحليل المحتوى هو أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الاتصال (٢٢)، وسوف نطبق هذا المنهج على عينة البحث من مواقع التواصل الفيسبوك وتويتر بغية توفير بيانات كمية ومؤشرات كيفية تحاول الإجابة على تساؤلات الدراسة.

كما اعتمد الباحث على مجموعة من المناهج الأخرى للوصول إلى معالجة وثيقة لموضوع البحث على النحو الآتي:

### المنهج المسحي:

ويقصد به المحاولة المنظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام أو جماعة أو بيئة معينة، واستعان الباحث في هذه الدراسة بمنهج المسح بالعينة وذلك بالنسبة لاختيار تحليل مضمون عينة من مواقع التواصل الاجتماعي، روعي فيها أن تكون هي الأشهر والأكثر تفاعلية وهي الفيسبوك وتويتر لدراسة تأثيرات هذه المواقع على اللغة العربية سلبيًا وإيجابًا.

### المنهج المقارن:

استخدم الباحث هذا المنهج لتحديد نقاط التشابه والاتفاق أو الاختلاف بين المنشورات في موقع الفيسبوك وتعليقات القراء عليها من جانب، وبين التغريدات على موقع تويتر وتعليقات القراء عليها من جانب آخر، وكذا تحديد نقاط التشابه والاتفاق والاختلاف بين مستخدمي هذين الموقعين في استخدامهم للغة العربية، إذ يفترض الباحث أن لكل مستخدم لهذين الموقعين شخصية تميزه عن غيره مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

### طرق وأدوات جمع البيانات:

في إطار منهج المسح الإعلامي استخدم الباحث أسلوب التحليل الكمي والكيفي للمضمون باعتباره "مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بها (٢٣) " كما اعتمد الباحث على استمارة تحليل المضمون إذ يعتبر تحليل المضمون من أبرز الأدوات التي تستخدم في البحوث الإعلامية بهدف كشف مضمون وسائل الاتصال وما تطرحه هذه الوسائل من قيم وأفكار واتجاهات ومعلومات تؤثر في سلوك الأفراد واتجاهاتهم، وتحليل المحتوى هو " مجموعة القواعد المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى (٢٤)

## اختبار الصدق

قام الباحث بعد أعداد استمارة تحليل المضمون يعرضها على مجموعة من المحكمين وبعد إجراء التعديلات التي اتفق عليها المحكمون قام الباحث بتحديد فئات التحليل ووضع دليل لتعريفات فئات التحليل وشرحها لاثنتين من الباحثين وتدريبهما على الترميز وتزويدهما بدليل التعريفات الإجرائية لفئات التحليل، وتم تحديد معامل التباين بينهما وفقاً لمعادلة ثبات "هولستي"، وقياس المتوسط الحسابي وجد الباحث أن معامل الثبات بلغ ٩١.١٢%، وهي نسبة مرتفعة تدل على صلاحية المقياس للتعميم.

## مجتمع الدراسة والعينة الزمنية.

يتمثل المجتمع الكلي للدراسة في جميع مواقع التواصل الاجتماعي، ونظراً لاستحالة تتبع جميع مواقع تواصل الاجتماعي وتحليل مضمونها لإجراء الدراسة، فإن الباحث استقر على عينة من أشهر تلك المواقع في الوطن العربي، وهما موقعي الفيسبوك وتويتر، حيث يعد الفيسبوك هو الموقع الأشهر عالمياً وخاصة في مصر والسودان والمغرب العربي، كما يعد موقع تويتر هو الموقع التالي للفيسبوك عالمياً وعربياً، وهو الأشهر والأول في السعودية والخليج والمشرق العربي، حيث أوضحت إحدى الدراسات أن نسبة مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر بلغت ٩٣% من الشباب، وأن ٤٩% منهم يستخدمونه يومياً لفترة تزيد عن ساعتين في اليوم الواحد<sup>(٢٥)</sup>.

## ثالثاً: عينة المواد الخاضعة للتحليل

قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على بعض المنشورات والتغريدات لحسابات وصفحات غير شخصية في موقعي الفيسبوك وتويتر من أشهر الصفحات في كل من مصر والسعودية، روعي فيها أن تكون الحسابات الأكثر تفاعلية ومتابعة وتعليقات من القراء، لذا استقر الباحث على تحديد شروط لعينة الدراسة.

وفي أحدث إحصاء وصل إليه الباحث عام ٢٠١٨م أن مصر تحتل المركز الأول في عدد مستخدمي الفيسبوك بعدد تجاوز أكثر من ٤٣ مليون مستخدم، وهو ما يشكل نسبته ٤١% من سكانها و٣٣% من مستخدميها في الوطن العربي. بينما المركز الثاني احتلته المملكة العربية السعودية بعدد مستخدمين بلغ أكثر من ١٨ مليون مستخدم ٥٨% من سكانها وما نسبته ١٣% من مستخدمي الوطن العربي<sup>(٢٦)</sup>.

كما ذكر موقع Social Watch list وهو من أهم المواقع التي تعمل على تتبع ونشر إحصاءات عن أشهر الصفحات العربية غير الشخصية على الفيسبوك من حيث أعداد المعجبين، النمو والتفاعل... الخ في آخر إحصاءاته لعام ٢٠١٨ أكثر عشر صفحات على الفيس بوك على

التوالي هي (صفحة قناة الجزيرة، صفحة ٢MBC، صفحة قناة العربية، صفحة ٤MBC، صفحة شبكة رصد، صفحة Arabs Got talent ، صفحة MBC Action، صفحة فودافون مصر)

وبناء على الدراسة الاستطلاعية سالفة الذكر فقد تم تحديد عينة البحث في تحليل مضمون عدد ٢٥٠ منشور لكل صفحة من الأعلى إعجابا ومتابعة على الفيسبوك، و ٢٥٠ منشور لكل حساب غير شخصي هو الأعلى متابعة على تويتر، مع تحليل تعليقات القراء عليها ومناقشتهم القائم بالاتصال والجمهور، لمدة شهرين في الفترة من أول أبريل ٢٠١٨ حتى نهاية مايو ٢٠١٨، وذلك لمعاصرة هذه الفترة لموعد البحث، ولانتهائها قبل شهر رمضان ١٤٤٠هـ حيث يتوقع الباحث قلة مشاركة مستخدمي مواقع التواصل مع المواقع الشبابية في هذا الشهر.

وبناء عليه فقد بلغ العدد الكلي للمنشورات والتعليقات التي حللها الباحث على الفيسبوك ٥٥٢٥ منها ٢٥٠ منشور بواقع ٥٢٧٥ تعليق.

كما بلغ العدد الكلي للتغريدات وتعليقات القراء عليها التي حللها الباحث ٢٨٥٠ تغريدة وتعليق، بلغ عدد التغريدات ٢٥٠ وعدد التعليقات ٢٦٠٠ تعليقا.

والجدول التالي يوضح توزيع عدد المنشورات والتعليقات التي تم تحليل مضمونها وتوزيعها على موقعي تويتر وفيسبوك طبقاً لعينة الدراسة.

جدول رقم (١) يوضح عدد التعليقات المنشورات والتعليقات الخاضعة للتحليل

المجموع	التعليقات	المنشورات	التكرارات اسم الموقع
٥٥٢٥	٥٢٧٥	٢٥٠	موقع التواصل الفيسبوك
٢٨٥٠	٢٦٠٠	٢٥٠	موقع التواصل تويتر
٨٣٧٥	٧٨٧٥	٥٠٠	المجموع

مصطلحات الدراسة:

#### ١- الشنائية اللغوية والازدواجية اللغوية

ورد في كتاب معجم اللغة العربية المعاصر أن ازدواجية اللُّغة هي استعمال اللغة الفصيحة واللغة الدارجة وهو خلاف الشنائية التي تعني استعمال لغتين مختلفتين كالعربية والإنجليزية.

فالثنائية اللغوية أو الازدواجية اللغوية هي حالة لسانية مستقرة نسبياً يتواجد فيها مستويان للكلام من نفس اللغة كالعامة والفصحى، أو من لغتين مختلفتين كالعربية والانجليزية، وهذان المستويان يستخدمان بطريقة متكاملة، غير أن أحدهما له موقع اجتماعي وثقافي مرموق نسبياً عن المستوى الآخر عند المجموعة اللغوية الناطقة بهذه اللغة<sup>(٢٧)</sup>.

### ثنائية اللغة العربية

هناك مجموعة من المستويات اللغوية في اللغة العربية وليس فقط مستويين وهو ما سموه بالتعددية اللغوية، وتعد الحالة العربية من أكثر الحالات شهرة بخصوص الازدواجية والتعددية اللغوية، وذلك بسبب وجود مستويين واضحين جدا وهما اللغة الفصحى واللغة العامية. واللغة العربية عرفت حالات من الازدواجية اللغوية في جميع مراحل تطورها وحتى في مرحلة الشعر الجاهلي، فقد كان هناك لغة الناس ولغات القبائل، وتعيش بجانب تلك اللغات أو اللهجات لغة مرموقة هي لغة الشعر الجاهلي والخطب الشهيرة، وتوج ذلك المستوى الفصحى بنزول القرآن الكريم به لاحقاً، ولكن الفارق بين اللغتين أو المستويين الفصحى والعامية تضاعف كثيراً في العصر الحالي وهو ما سيتم توضيحه في الإطار النظري للدراسة.

### ٢- التهجين اللغوي

وضع مصطلح التهجين في الأصل كمصطلح في علم الحيوان يدل على عملية تزواج بين جنسين مختلفين ينتج منهما جنس ثالث، كما التزواج بين الحصان والحمار اللذان ينتجان حيواناً من جنس ثالث هو البغل، ثم استعير مصطلح التهجين إلى عالم النبات ليطلق على عملية دمج نوعين من النبات لينتج عنهما نوع ثالث مختلف عنهما، ثم شاع استخدام هذا المصطلح في كل العلوم حتى وصل إلى علوم اللغة العربية.

فالتهجين اللغوي في اللغة العربية يقصد به استيلاء لغة لا هي بالعربية ولا هي بالأعجمية، بالمزج في الخطاب بين كلمات عديدة من اللغات، ويحصل هذا أحياناً بتعمد، وأحياناً عن غير تعمد، وتتم عملية التهجين بشكل منهجي، لتصبح نمطاً مميزاً لأسلوب الخطاب والكتابة المعاصرة لدي الشباب. وهي اللغة الهجينة من تلك الألفاظ المستغربة، ويعبر التهجين اللغوي عن شكل من الازدواجية، بمعنى استعمال نظامين لغويين في آن واحد، للتعبير أو للشرح، وهو نوع من الانتقال من لغة لآخري، وهذا موجود كظاهرة لغوية اتصالية في الشعوب التي تحررت من الاستعمار وظلت آثار المستعمر باقية في التواصل اليومي، والذي أصبح بشكل من الأشكال صورة عفوية للممارسات الكلامية العادية.

ويحدث التهجين اللغوي أيضاً عند مزدوجي اللغة، حيث ينتقل المستعمل اللغوي من لغة إلى أخرى، ويحدث هذا بسبب الشرح أو المقام أو الحال، ويكون الانتقال في بعض المقامات محبوباً كونه يعمل على تأدية المراد والمقصود. ويمكن إجمال كل هذا في أن التهجين اللغوي لغة متعددة في خطاب واحد، تنشأ من اختلاط مفردات لغتين أو أكثر، تستخدم للتفاهم بين مجموعتين

لغويتين، أو هو كلام خليط ينتج في العادة في مجتمعات خليط، أوفي التجمعات التي تحصل في البلدان التي تقد إليها العمالة الأجنبية كما هو الحال في دول الخليج، وهي تعرف عند المختصين باللغة الهجين لكونها تمزج بين لغات مختلفة<sup>(٢٨)</sup>.

### ٣- لغة الفرانكو اريك

يطلق رواد مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد على كتابة اللغة العربية بحروف لاتينية مصطلحات ومسميات كثيرة، تدور أغلبها حول مدلول واحد هو استبدال الحرف العربي بحرف لاتيني، وذلك في الحروف العربية التي يقابلها بنفس النطق حروف لاتينية مثل حرف الكاف يقابله حرف K، وحرف الألف يقابله حرف A... وهكذا، ووضع أرقام لاتينية قريبة في رسمها للحرف العربي الذي لا يقابله في نفس النطق حرف لاتيني مثل حرف العين يقابله رقم ٣ وهو قريب من رسم حرف العين المعكوسة باللغة العربية، وحرف الحاء يقابله رقم ٧ الذي يشبهه في الشكل... وهكذا، ويمكن حصر مسمياتها ومصطلحاتها في (الفرانكو اريك، الفرانكو عرب - الأرابيش - عربيتيني - عربي - الأنجلو عربي) غير أنه يوجد اختلاف بسيط بين تلك المصطلحات من جهة وبين مصطلح الأرابيش العرابش "arabish" من جهة أخرى.

لغة الفرانكو اريك، الفرانكو عرب - عربيتيني - عربي):

جاء في تقرير المعرفة العربي لعام ٢٠١٢/٢٠١١ بأن هذه اللغة تتصف بركاكة الكلمات والجمل المستعملة التي يستخدمها الشباب على الشبكة في المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي، والتي يغلب فيها استخدام اللهجات العامية أو الكتابة بحروف لاتينية، تحولت معها اللغة العربية إلى لغة هجينة فقد بينت الأرقام والإحصاءات أن ٦٧.٨% من المدونات المصرية مثلا تستخدم اللغة العربية في التدوين، لكن أغلبها تخلط بين العامية والفصحى، كما أن الرسائل القصيرة على الهواتف المحمولة تجمع بين الحروف اللاتينية والأرقام للتعبير عن بعض حروف اللغة العربية، وهو ما يطلق عليها تجاوزا لغة الفرانكو، وهي في واقع الأمر أبعد بكثير عن كونها لغة بل هي طريقة للكتابة، أو رسم لنفس اللغة العربية بحروف وأرقام لاتينية<sup>(٢٩)</sup> ويطلق عليها لغة تجاوزاً لاشتهارها بين الشباب، فهي أبجدية غير رسمية مستحدثة ظهرت منذ بداية تسعينات القرن الماضي، اشتهرت مؤخرًا وتستخدم على نطاق واسع بين الشباب والفتيات في الكتابة عبر مواقع ومنصات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد على الانترنت في المنطقة العربية، وتتطق هذه اللغة بنفس النطق العربي تمامًا إلا أن الحروف المستخدمة في الكتابة هي الحروف والأرقام اللاتينية بطريقة تشبه الشفرة، وتعتبر الأوسع انتشارًا في الكتابة عبر الانترنت ورسائل الهواتف المحمولة (SMS)،

والجدول التالي يوضح أهم ملامح تلك الشفرة، فالحروف العربية التي يقابلها في نفس النطق حروفًا انجليزية توضع كما هي بنفس رسم الحرف الانجليزي أو اللاتيني، أما الحروف العربية

التي لا يقابلها في نفس النطق حرفاً لاتينياً مثل الضاد والحاء والطاء مثلاً فيتم مقابلتها واستبدالها بأرقام لاتينية يوضحها الشكل التالي:

### جدول رقم (٢)

يوضح الحروف العربية وما يقابلها من حروف الفرانكوآراب

الحرف العربي	الحرف اللاتيني	مثال	الحرف العربي	الحرف اللاتيني	مثال
أ	٢	سؤال soʔal	ط	٦	طالب ٦aleb
ح	٧	الحمد Alʔamdo lelah الله	ظ	٦'	ظريف ٦'aref
خ	٥	خمسة ٥amsa	ع	٣	عامل ايه ٣amel eh
ص	٩	يا صاحبي Ya ٩aʔbe	غ	٣'	يا غالي ٣'ale ya
ض	٩'	ضباب ٩'abab	ق	٨	قانون ٨anon

(shlonak sha ٥barak? wenak ٩arelna muda mo shayfk?) تُقرأ: (شلونك

شخبارك؟ وينك صارلنا مدة مو شايك؟) وتعني: (كيف حالك؟ لقد مضى وقت طويل على غيابك ولم نراك منذ ذلك الحين؟)

كما أن هناك اختصارات ظهرت لعبارات عربية واشتهر استخدامها بين الشباب مثل:

AA اختصار لعبارة السلام عليكم Assalam ٣alykom

ISA اختصار لعبارة إن شاء الله In Sha ٢a Allah

MSA اختصار لعبارة ما شاء الله Ma Sha ٢a Allah

JAK اختصار لعبارة جزأكم الله خيرًا Jazakom Allaho khayra

### الإطار النظري للدراسة

#### أولاً: اللغة الإعلامية

للغة الإعلامية أهمية بالغة حيث تعتبر نسقا اجتماعيا وأداة رئيسية في تمرير الخطاب الإعلامي، وهي قناة لتوصيل الحقائق والمعلومات، وذات دور كبير في التبليغ والإيصال، ولها قدرة كبيرة على جذب المتلقي أو الجمهور، على اعتبار أنها من أهم ركائز الخطاب الإعلامي. وتكون للغة أهمية بالغة إذا كانت مسموعة مرئية كما هي في مواقع التواصل الاجتماعي وفي التلفزيون، حيث لا يكون هناك هامش وقتي كبير لمعالجتها، واللغة الإعلامية هي لغة تبعد عن

لغة الأدب بمعناها التخيلي ولغة العلم البحت بمعناه الحقيقي التجريدي، وهي لغة بنيت على نسق علمي اجتماعي عادي تثبت على جمهور واسع (٣٠).

### وظائف اللغة

اللغة في كل مجتمع نظام عام يشترك الأفراد في إتباعه ويتخذونه أساساً للتعبير عما يجول بخواطرهم وفي تفاهمهم بعضهم مع بعض، وعلى ذلك فإننا لا يمكن أن ندرس تأثير اللغة الإعلامية في الرأي العام دراسة موضوعية عن طريق دراسة سلوك الأفراد باعتبارهم ذرات منفصلة، كما لو حاولنا دراسة صفات الماء بالرجوع إلى صفات كل من الهيدروجين والأكسجين اللذين يتألف منهما. فاللغة ليست من الأمور التي يصنعها فرد معين أو أفراد معينون، وإنما تخلقها طبيعة الاجتماع وتتبعث عن الحياة الجمعية، وما تقتضيه هذه الحياة من تعبير عن الخواطر وتبادل للأفكار، وكل فرد منا ينشأ فيجد بين يديه نظاماً لغوياً يسير عليه مجتمعه، فيتفاه عنه تلقائياً بطريق التعلم والتقليد، كما يتلقى عنه سائر النظم الاجتماعية الأخرى، ويصب أصواته في قوالبه ويحتذيه في تفاهمه وتعبيره (٣١).

واللغة - وخصوصاً اللغة الإعلامية - من الأمور التي يرى كل فرد نفسه ( المرسل - المتلقي ) مضطراً إلى الخضوع لما ترسمه، وكل خروج على نطاقها ولو كان عن خطأ أو جهل يلقى من الرأي العام مقاومة، تكفل رد الأمور إلى نصابها الصحيح، وتأخذ المخالف ببعض أنواع الجزاء (٣) ، ذلك لأن اللغة الإعلامية تشكل في النهاية جزءاً من النظام اللغوي العام السائد، فإذا اتخذت هذه اللغة منحى مختلفاً عن النظام اللغوي العام، فإن مصير هذه اللغة لن يكون إلا الرفض من قبل المتلقي.

إن تحديد مفهوم اللغة الإعلامية لا يستغني عن نتائج الدراسات اللغوية بمختلف ميادينها، إذ تمدها بما تهتدي إليه من ظواهر لغوية، وما تكشفه من بحوث فنية تفيد في دراسة لغة الإعلام وتهذيب ألفاظها وتوسيع نطاقها وترقية مفرداتها وإدخال مفردات جديدة على مفرداتها، وتدعيم خصائص هذه اللغة الإعلامية من تبسيط وسلامة ووضوح، واقتراب شديد من لغة الواقع الحي المتثقف دون إسفاف أو هبوط إلى العامية، فاستخدام اللغة العملية التي تعبر عن الحياة والحركة والعمل والانجاز هي اللغة الإعلامية المؤثرة حقاً.

وفي الوقت نفسه يمكن لعلم اللغة أن يفيد من اللغة الإعلامية، ذلك لأن علاقة اللغة الإعلامية بعلم اللغة هي علاقة تأثير وتأثر، فعلاقة التأثير بين اللغة الإعلامية وعلم اللغة هي علاقة التنمية اللغوية، فوسائل الاتصال الإعلامية تساهم في نشأة كلمات لم تكن موجودة في اللغة من قبل، وفي هجر كلمات كانت مستخدمة فيها أو انقراضها انقراضاً تاماً. ذلك أن وسائل الاتصال الإعلامية تعكس أهم العوامل التي تدعو إلى نشأة كلمات في اللغة، كمقتضيات الحاجة إلى تسمية مستحدث اجتماعي جديد، سواء أكان نظاماً اجتماعياً أم اقتصادياً، أم نظرية علمية



جديدة أو فلسفية أو مخترعاً مادياً جديداً مثل ما ظهر من مفردات كثر تداولها على الصعيد الاقتصادي والسياسي كالخصخصة أو العولمة أو القطب الواحد..... الخ<sup>(٣٢)</sup>.

### اللغة والدلالة والاتصال الإعلامي:

لقد أثبت علماء الدلالة أن الألفاظ تؤثر على الجهاز العصبي للإنسان، كما أن اختيار الألفاظ هو الذي يساعد على التحكم في اتجاهات الناس وتصرفاتهم<sup>(٣٣)</sup>، ولما كان خبراء الإعلام يهدفون إلى تعديل الاتجاهات وتكوين الآراء لكسب التأييد وتعبئة الشعور عن طريق الوعي والتثوير، مما يؤدي إلى تصرفات اجتماعية سليمة، فإن نتائج علم الدلالة من أهم البحوث التي يفيد منها هؤلاء الخبراء.

وعلى ذلك يمكن القول: إن علم اللغة قد حقق بمنهجه في تحليل البنية والدلالة درجة عالية من الدقة بحيث أصبح كثيرون من المشتغلين بعلم الاتصال بالجمهور يطبقون الأسس المنهجية للتحليل اللغوي أو تحليل البنية اللغوية في بحث عمليات الاتصال بالجمهور المختلفة، فبدأ التمييز بين الدراسة الوصفية للبنية وبين الدراسة التطورية لها، وتوصلوا بالتمييز بين العناصر الرمزية الدالة وما تدل عليه في إطار المجتمع، وأخذ الباحثون في الاتصال بالجمهور يبحثون في اللغة باعتبارها عنصراً أساسياً في عملية الاتصال الإعلامي<sup>(٣٤)</sup>.

فباللغة إذن هي العروة الوثقى التي جعلت الاتصال عملية اجتماعية وهي التي تحدد الكيان الاجتماعي للاتصال الإعلامي أو اضطرابه في مواجهة المعايير التي يفرضها المجتمع في المظهر والسلوك، وعلى ذلك فإن منهج البحث الإعلامي في اللغة إنما يهدف إلى البحث في ماهية اللغة من حيث كونها أداة اتصال يستعملها المشتغلون في الأجهزة الإعلامية بحيث ينصب المنهج على البحث بشكل خاص في اللغة الإعلامية بمستواها العلمي الاجتماعي باعتبارها كياناً خاصاً، متميز الملامح والسمات مستقلاً عن اللغة بمستوياتها النوعية الفني الجمالي والعلمي النظري التجريدي، ذلك أن اللغة الإعلامية لا تهدف إلى مناشدة حاسة الجمال للقارئ بل على العكس من ذلك تتضمن اتصالاً ناجحاً أساسه الوضوح والسهولة.

### اللغة الإعلامية بين الفصحى والعامية:

إذا كانت اللغة العربية هي اللغة الشعرية أو الشاعرة كما وصفها الأستاذ العقاد، لأنها لغة بنيت على نسق الشعر في أصوله الفنية والموسيقية، فهي كذلك لغة إعلامية، ونريد بذلك إنها لغة بنيت على نسق الفن الإعلامي بمفهومه الحديث، تعرض مواد مبسطة يسهل على الجماهير فهمها، كما إنها تتماشى مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليده، فالألفاظ العربية تدل على تفكير العرب ونظرتهم إلى الأشياء<sup>(٣٥)</sup>، واللغة العربية لغة دالة، ترمي إلى النمذجة والتبسيط من خلال منهج لوضع الألفاظ للمعاني الجديدة، يختار صفة من صفات الشيء الذي يراد تسميته أو بعض أجزائه أو نواحيه لتحديد وظيفته وعمله<sup>(٣٦)</sup>، وعليه فإن اللغة الإعلامية لا تختلف في منهج تطويرها للغة عما يريده اللغويون وحراس اللغة، ورغم إن الصحفي مطالب بتكييف أخباره ومقالاته وفنونه

التحريرية وفقا للقوالب الصحفية المنشورة، وعليه أن يحرص على القواعد المصطلح عليها في النحو والصرف والبلاغة وما إليها، وإذا كانت اللغة الإعلامية تحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها فإنها تحاول كذلك أن تحرص على خصائص أخرى من تيسير وإيجاز ووضوح ونفاذ مباشر وتأكيد وأصالة وجلاء واختصار<sup>(٣٧)</sup>، ذلك لأن كل كلمة في اللغة الإعلامية يجب أن تكون مفهومة من قبل الجمهور المستقبل، كما يجب أن تعرض بطريقة جذابة تحقق يسر القراءة أو الاستماع، أما أنواع التورية وازدواج المعاني أو الهالات الانفعالية حول الألفاظ وغيرها من فنون الأدب التي تؤدي إلى المعاني الخاصة في الشعر فهي بعيدة تماما عن لغة الإعلام، لأنها تقطع تيار الاتصال الذي يجب أن يظل مجراه صافيا، إن اللغة العربية لغة غنية وثرية وبالتالي فهي تقبل أي تجديد أو أي ألفاظ جديدة تطرأ عليها، تلك التي تفرضها واقع الحال أو المرحلة الزمنية التي تتطلب ألفاظا خاصة بها لتعبر عن الأحداث والوقائع التي ترافق تلك المرحلة الزمنية والتي لا يمكن التعبير عنها بالألفاظ القديمة التي هي أيضا لم تكن إلا وليدة مرحلة زمنية، فمن أهم المقاييس التي يعرف بها ارتفاع اللغات هو مقياس الدلالة على الزمن، وهذا المقياس يصح من أهم مظاهر اللغة الإعلامية، لأن الصحفيين ورجال الإعلام يكتبون لكل الناس في كل الأوقات وليس لجزء من الناس في كل الأوقات أو لكل الناس بعضا من الوقت، فكل كلمة تتضمنها عبارات النص الإعلامي يجب أن تكون مفهومة من عامة القراء وجمهور المستقبلين، ولهذا تظهر بلاغة اللغة الإعلامية من علامات الزمن في أفعال لغتها الأم<sup>(٣٨)</sup>، لان عامل الوقت يلعب دورا رئيسيا في تغطية الأخبار وتحريرها وإخراجها من جهة، كما يتميز الإعلام بالدورية والإيقاع من جهة أخرى، فهو يروي حدثا بعينه في إطار زمن محدد، فاللغة التي تدل على الزمن بعلامات مقررّة في الفعل انبسط وأصلح للإعلام من اللغة التي خلت من تلك العلامات وبمقدار الدلالة تكون هذه اللغة الإعلامية أكثر من تلك.

إن الكلمات لا تستعمل في واقع اللغة الإعلامية تبعا لقيمتها التاريخية، ذلك أن للألفاظ في الإعلام قيمة وقتية أي محددة باللحظة التي تستعمل فيها وقيمة المفردات خاصة بالاستعمال الوقتي الذي تستعمله، وقد تمر لحظة تستعمل فيها كلمة ما استعمالا مجازيا، ولكن هذه اللحظة لا تطول لأن اللفظة في اللغة ليس لها إلا معنى واحد في الوقت الواحد<sup>(٣٩)</sup>. إن استخدام اللغة العربية بشطريها الفصح والعامي في وسائل الإعلام ومدى ملائمة وعدم ملائمة كل منهما في الوقت نفسه، أدى إلى ظهور تيارين هما تيار يؤيد استخدام اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام، والآخر يرفض هذا المبدأ داعيا إلى استخدام العامية بدلا منها، إذ يرى التيار الأول (الفصحى) أن استخدام العاميات تعتبر تهجينا وازدواجية وإفسادا للغة والثقافة، وأن اللغة العربية الفصحى تؤدي إلى فوائد عدة، منها تنمية الحس الفني لجمالية اللغة وخلق مناخ مستمرة تجاه عوامل التجزئة على الصعيد القومي والوطني، بينما سيؤدي استخدام العامية إلى تكريس التجزئة

الوطنية والقومية وبالتالي فهي انتحار، بينما يرى التيار الآخر أن واقع الحال يفرض استخدام العامية فهي اللغة المشتركة الأقرب إلى فهم الجمهور<sup>(٤٠)</sup>.  
ويمكن لنا أن نلخص لجوء اللغة الإعلامية إلى الاستعانة بالعاميات إلى عدة أسباب أهمها:<sup>(٤١)</sup>

١. إن وسائل الإعلام الجماهيري صنعت جمهوراً إعلامياً يحتوي على شرائح أمية أو شبه أمية أبجدياً وثقافياً مما جعل الفصحى تشكل حائلاً اصطلاحياً وتواصلية لا يمكن تخطيه إلا باللجوء إلى العاميات.

٢. اعتقاد بعض الوسائل الإعلامية التي تدخل العاميات إلى أغلب مضامينها الإعلامية، أن ذلك هو الوسيلة المثلى لاستقطاب الجمهور، مدفوعة باعتقاد أن مواكبة العصر والتطور ومحاكاة الأمم الأكثر تقدماً تستوجب الابتعاد عن الفصحى واللجوء إلى العاميات.

٣. تحتم المضامين الهابطة لبعض المواد ( البرامج ) وخاصة الترفيهية على القنوات ووسائل الإعلام استخدام العاميات، لأن الفصحى لا تتلاءم بطبيعتها مع هذا النوع من الثقافات الترفيهية.

٤. تمسك بعض الأوساط الثقافية والأكاديمية بحرفية اللغة العربية التراثية إلى حد التعصب، مما يدفع العديد من القائمين على الإعلام نحو التخلي التدريجي عن اللغة الفصحى.

واللغة العربية بسبب هذا الواقع تبدو اليوم من أكثر اللغات حيرة بين الولاء لماضيها وماضي أصحابها الثقافي، وبين الالتزام بمتطلبات الوقائع والأحداث الجديدة، وحرصاً على سلامة اللغة العربية الفصحى من التجزئة والتشتت والضياع وعدم الهبوط بالمستوى الثقافي اللغوي لدى الجمهور، وفي الوقت نفسه عدم استخدام لغة غير قادرة على التعبير عما يجري على أرض الواقع من مجريات جديدة، فإن المطلوب هو السعي إلى توازن لغوي خلاق بين الولاء للماضي والالتزام بالحاضر كما أسلفنا الذكر<sup>(٤٢)</sup>.

#### ثانياً: مفهوم التداخل والتهجين اللغوي:

ورد في كتاب التعريفات للجرجاني أن التداخل عبارة عن دخول شيء في شيء آخر بلا زيادة حجم و مقدار<sup>(٤٣)</sup>

و ذكر بسام بركة في القاموس اللغوي ( فرنسية/عربية ) أن كلمة التداخل معناها "استعمال خصائص لغة معينة في لغة أخرى" <sup>(٤٤)</sup>

فالتداخل هو تطبيق نظام لغوي للغة معينة أثناء استخدام لغة أخرى، وغالباً ما يكون في العامية المحكية، ويكون على مستويات عدة.

فكل اللغات في أي مجتمع كان تعرف التداخل اللغوي، ولا بد أن يقوم على عدة تداخلات لغوية مهما كان هذا الانتماء الاجتماعي، بمعنى أن كل المجتمعات لها خصوصياتها اللغوية، لهذا فإن المعطيات السوسiolسانية هي التي تقم و التي تؤسس المعطيات على أرض الواقع<sup>(٤٥)</sup>. فالتداخل ظاهرة اجتماعية، وتكون نتيجة احتكاك اللغات وازدواجيتها وتعددتها.

ويعرف اللسانيون الغربيون التداخل اللغوي بأنه تأثير اللغة الأم على اللغة التي يتعلمها المرء، أو إبدال عنصر من عناصر اللغة الأم بعنصر من عناصر اللغة الثانية ويعني العنصر هنا كلمة أو تركيباً<sup>(٤٦)</sup>

ولا يقتصر التداخل على "دخول الجمل في بعضها البعض أو تفرع جملة عن جملة أخرى، أي وجود جملة فرعية داخل جملة أصلية"<sup>(٤٧)</sup>. ولكنه يشمل أن يستخدم المتكلم بلغته الأصلية ملامح صوتية، وتركيبية، ومعجمية، وصرفية خاصة بلغة أجنبية أخرى، بمعنى أنه تحويل للبنى الناتج عن إدخال عناصر أجنبية في مجالات اللغة الأكثر بناءً مثل مجموع النظام الفونولوجي وجزءاً كبيراً من الصرف والتركيب وبعض مجالات المفردات مثل القرابة، اللون، الزمن ...<sup>(٤٨)</sup>. وهناك من يعرف التداخل بأنه استعمال عناصر من لغة ونحن نتحدث بلغة أخرى، أو نكتب بها، و هي خاصة الخطاب وليس خاصة اللسان، وتختلف نوعياً وكمياً من مزدوج لغة لآخر، ومن وقت لآخر ويتغير عند الفرد نفسه<sup>(٤٩)</sup>.

ومجمل القول أن التداخل هو تطبيق نظام لغوي للغة معينة أثناء استخدام لغة أخرى، وغالباً ما يكون في العامية المحكية بمقابل اللغة العربية، ويكون على مستويات عدّة هي المستوى الصوتي والصرفي، التركيبي و الدلالي.

#### مصطلحات التهجين والتداخل اللغوي:

التداخل اللغوي لا يحدث إلا بعد صراع طويل واحتكاك شديد بين مجموعة من اللغات فيبدأ التداخل اللغوي عبر عدة مراحل وضعها علماء اللغة في عدة مصطلحات وهي:

#### اللفظ الدخيل:

جاء في القاموس المطول للغة العربية أن الدخيل كل كلمة أدخلت في كلام العرب و ليست منه، وكل من دخل في قوم وانتسب إليهم وليس منهم، يقال هو دخيل فيهم، أي هو من غيرهم وقد دخل فيهم<sup>(٥٠)</sup>. مما سبق يتضح أن الدخيل هو ما لم يكن جزءاً من أي محيط ينتسب إليه و لا علاقة له به.

فاللفظ الدخيل هو اللفظ أو الكلمة التي تدخل في كلام العرب وهي ليست منه<sup>(٥١)</sup>. أو هو ألفاظ دخلت اللغة العربية من كلام الأمم التي خالطتها فتقوه بها العرب على منهاجها، لتدل في العبارة لها على ما ليس من مألوفها، وتجعل منها سبيلاً إلى ما يجد من معاني الحياة<sup>(٥٢)</sup>.

#### اللفظ المعرب:

هو ما استعملته العرب من الألفاظ الموضوعية لمعان في غير لغتها، فهو تعريب للاسم الأعجمي، أي أن تتقوه العرب بالاسم الأعجمي على منهاجها<sup>(٥٣)</sup>، بمعنى أن التعريب في الألفاظ والأسماء يعني نقل الاسم أو اللفظ الأعجمي إلى العربية من ناحية البناء، مع النطق به وكأنه لفظ عربي. ولكي يطلق على اللفظ المعرب معرباً، لابد أن يتوفر فيه شرطان وهما أن يكون اللفظ المنقول من الأعجمية إلى العربية قد جرى عليه تغيير في البناء، وأن يكون اللفظ قد نقل إلى

العربية في عصر الاستشهاد، ذلك بأن يرد في القرآن الكريم أو الحديث النبوي، أو كلام العرب الذي يحتج بكلامهم<sup>(٥٤)</sup>.

فالمعرب هو ما دخل على اللغة العربية في عصر الاحتجاج وأخضعه العرب للأوزان والأصوات العربية أو لم يخضعوه، وبمعنى آخر هو اللفظ الأجنبي الذي غيره العرب بالنقص، أو الزيادة، أو القلب.

#### اللفظ المولد:

وعرفه المجمع اللغوي العربي على أنه اللفظ الذي استعمله المولدون على غير استعمال العرب<sup>(٥٥)</sup>، فيظهر من خلال التعريفات المختلفة لفظ المولد في الاصطلاح أنه لم يثبت بدقة من حيث المفهوم، كون البعض حدده بفترة ما بعد عصور الاحتجاج، والآخر على أنه ما ابتكر من قبل جماعة أو تم اختراعه، ومن هذا المعنى يظهر أن المولد يخرج عن ما هو عربي خالص.

#### الافتراض:

الافتراض هو توظيف كلمة أو كلمات أو عبارات من لغة ما في لغة أخرى، مثلما نقترض الآن المصطلحات العصرية<sup>(٥٦)</sup>.

وصورته أن تأخذ إحدى اللغات ألفاظاً، أو دلالات، أو تراكيب من لغات أخرى بسبب التجاور جغرافياً أو الامتداد الثقافي، أو بسبب الاجتياح السياسي والغزو الاستعماري، ويتقاطع هذا الموضوع مع المعرب والدخيل.

والافتراض ظاهرة لغوية عامة وعالمية، إذ لا تخلو لغة في العالم من ذلك بفعل التأثير والتأثير بين الناطقين، فتأخذ اللغة المستقرة ألفاظاً أو تراكيباً أو أصواتاً، أو تبنى من لغة إلى أخرى وهي ما تسمى باللغة الوافدة<sup>(٥٧)</sup>.

فالافتراض هو الكلمات والألفاظ التي اقتضت وتغيرت لتلائم طبيعة اللغة التي اقتضتها فصارت من كلامها.

**الانتقال:** يقصد به الانتقال من لغة إلى لغة أخرى، وكأنه انتقال من مستوى إلى مستوى آخر، وهذا بسبب الشرح أو المقام أو الحال، ويلقبه الغربيون code switching، ويكون الانتقال في بعض المقامات محموداً كونه يعمل على تحديد المراد والمقصود بل يعمل على الشرح<sup>(٥٨)</sup>. من هنا يظهر لنا أن الانتقال يكون في عدة مقامات وحالات مختلفة، يستعملها المتكلم في مواقف الكلامية فهو يسهل عملية التعليم خاصة تعليم اللغات الأخرى.

#### التخطيط اللغوي (Linguistic Engineering)

ويطلق عليها أيضاً مصطلح الهندسة اللغوية، ويسند التخطيط اللغوي عادة لكيانات متخصصة، ومؤسسات وأكاديميات وأحياناً إلى أفراد، ويرتبط التخطيط اللغوي بمفهومين هما السياسة اللغوية والاتجاهات اللغوية، ويمارس التخطيط اللغوي لحل مشكلة خاصة في منطقة جغرافية تسود فيها لغة ما، رغم ذلك تتعرض اللغة المختارة لمنافسة اللغات الأخرى، وليست عملية

التخطيط اللغوي بالعملية السهلة، لذا يطلق عليها بالمعالجة اللغوية language treatment<sup>(٥٩)</sup>. فهي مجموعة من الجهود المبذولة لتغيير شكل لغة ما واستعمالها، لتغيير الخطاب عمداً. ويمكن القول أن التخطيط اللغوي يشير إلى الجهود الحثيثة للتأثير على سلوك الآخرين، بما يتعلق بالتحصيل اللغوي وبنية اللغة وتحديد وظيفتها.

### ثالثاً: الفرق بين الثنائية اللغوية والازدواجية اللغوية

تعدّ الثنائية اللغوية ظاهرة لغوية غير واضحة المعالم، لدى معظم الباحثين على أرض الواقع، هذا ما أكدته الدراسات التي تناولت موضوع الثنائية اللغوية في مختلف زواياها سواء أكانت في أثرها على الفرد أو أثرها على اللغة العربية، وبحكم الانفتاح على العالم في ظل الثراء المعلوماتي والتقدم التكنولوجي، أصبح من الضروري تعليم أبناء أي مجتمع من المجتمعات اللغات الأجنبية باعتبارها خاصية من خصائص الاتصال والانفتاح على العالم والحضارات الأخرى، وأن تعليم الفرد للغات كلغة أخرى بجانب لغته الأصلية هو السبيل لتوسيع مداركه، وإثراء تجاربه في تكوين شخصيته.

وإذا ما تطرقنا إلى مفهوم ومصطلح الثنائية اللغوية كظاهرة لغوية لوجدنا إنها تختلف من دراسة إلى أخرى وفق الزاوية المتناولة في كل دراسة.

فقد عرفت المعاجم العربية الثنائية اللغوية بأنها "الحالة اللغوية التي يستخدم فيها المتكلمون، وبالتناوب وحسب البيئة والظروف اللغوية، لغتين مختلفتين، فهي استعمال شخص أو مجموعة أشخاص لغتين أو أكثر في شكلهما المحكي بخاصة. كما عرّفها البعض بأنها استخدام الفرد لغتين مختلفتين كاللغة العربية واللغة الإنجليزية، وأنها تعلم الفرد لغة ثانية غير اللغة الأم مع استخدامها استخداماً متبادلاً مع اللغة الأم؛ يهدف من تعلمها إلى تمكين الفرد من استخدام كلتا اللغتين بنفس القدر من الإتقان.<sup>(٦٠)</sup>

لذلك يوجد اختلاف كبير بين الازدواجية اللغوية والثنائية اللغوية كظاهرتين مختلفتين في البناء اللغوي، وأن لكل منهما عوامله وأثره. فمن عوامل وجود الثنائية اللغوية في أي مجتمع من المجتمعات التوسع الاستعماري عندما تتوسع الدولة الغالبة على الدولة المغلوبة، والهجرات الجماعية لدى بعض الشعوب حيث يتحتم على تلك الجماعات تعلم لغة البلد المضيف لها، وكذا لأسباب علمية ثقافية لمواكبة التطورات المعلوماتية وهذا واضح وظاهر في مجتمعاتنا العربية. وهناك من يرى أن الازدواجية اللغوية هي نفسها الثنائية اللغوية والحقيقة خلاف ذلك لأن الازدواجية اللغوية وضع لغوي يظهر في شكلين من أشكال اللغة الواحدة؛ كاللغة العربية الفصحى واللهجات العامية والدارجة في كل قطر، أما الثنائية اللغوية تكون بين لغتين تختلف كل منهما عن الأخرى.

والثنائية اللغوية تصف لنا قدرة الفرد على التعامل مع لغتين مختلفتين أو أكثر، أما الازدواجية هي وضع لغوي يظهر في مجتمع من المجتمعات في اللغة نفسها؛ وبذلك تكون من خصائص الاستعمال في مجتمع من المجتمعات<sup>(٦١)</sup>.

وثمة فرق آخر بين الازدواجية اللغوية والثنائية، فالتعبير الأول يعني به قيام مجموعة لغوية باستعمال تنوعين من اللغة المشتركة الواحدة ذاتها، أحدها ذو اعتبار أرقى من الآخر، فيستخدم في الكتابة الأدبية والعلمية والفكرية والخطب وغير ذلك وهي اللغة الفصحى، والآخر يستخدم فيما عدا ذلك أي في لغة التخاطب اليومي، وينظر إليه باعتباره نوعاً أدنى من السابق الذي يستعمل في الكتابة، وخير مثال لذلك العامية الدارجة في العربية فهي تستعمل في لغة الحديث اليومي، ولا تستعمل في لغة الكتابة إلا نادراً.

أما ثنائية اللغة أو الثنائية اللغوية فتعني وجود لغتين متنافستين في الاستعمال تتمتعان بمنزلة واحدة من حيث الكتابة الرسمية والاستعمال الرسمي، مثلما نلاحظ في الجزائر والمغرب العربي حيث العربية لغة مشتركة والفرنسية كذلك، وهما تمثلان لغتان يجيدهما المتكلمون بالفدر نفسه من الكفاءة، وهذا شيء ينسحب على أهالي كندا وقبرص واللوكسمبورغ فبيها لغتان تتنافسان هما الفرنسية والألمانية، وتتمتعان بالدرجة نفسها، وهنا لا بد من توضيح شيء قد يخفى على كثيرين، و هو أن اللغة المكتسبة الأولى قد لا تكون بالضرورة هي اللغة الأم وقد تكون لغة الخدم أو أي أشخاص يقيمون مع الطفل بصفة دائمة، فقد يكتسب الطفل ذو السنوات الخمس في مدة وجيزة لغة ثانية تنسيه بعض لغته الأولى. وعندما تتنافس لغتان من الطبيعي أن تتفوق إحداها على الأخرى، فتستعمل بطريقة أكثر أمناً وأكثر دقة في مواقف معينة، وهذا ينسحب على من يتعلمون لغتين مختلفتين معا في أثناء طفولتهم، فمن الصعب إن لم يكن من المستحيل أن تكون هاتان اللغتان متكافئتين تماماً، وإنما سيظهر من حين لآخر درجة من التفضيل والإيثار لإحداها على الأخرى وفق الموضوع والموقف.

وبناء على ذلك ينظر للحياة مع لغتين نظرة خاصة، فهي قد تؤدي إلى كثير من المشكلات لا على مستوى الترجمة فحسب بل على مستوى التعبير، ولكنها تكون مفيدة إذا نجح المتكلم في دمج نظامين من التفكير دون أن يخل أحدهما بالآخر، أما إذا أخفق المتكلم في دمج هذين النظامين من التفكير فيخشى أن يظهر ما يعرف بتدخل أحد النظامين في الآخر، وتوضيح ذلك أن مستعمل اللغة الثانية يجتنب استعمال تراكيب معينة كونه يجدها صعبة بالنظر لاختلافها عما يقابلها في اللغة الأولى، فيلجأ إلى ما يعده هو حيلة ذكية لتجنب الخطأ، وهي الابتعاد عن مثل هذه التراكيب ابتعاداً كلياً، وبدلاً من ذلك يحاول كتابة أو التكلم بتركيب يظنه أكثر يسر<sup>(٦٢)</sup>.

ومن مظاهر هذا التدخل لجوء المتكلم الذي يستعمل اللغة الثانية لاقتراض تعبيرات أو كلمات من اللغة الأولى عندما يلاحظ أنه لا يهندي ببسر لما يقابل التركيب المقترض.

وقد يكون التدخل من اللغة الأصلية في الثانية صوتيًا فينطق المتكلم الإنجليزية مثلما يلفظ الكلمات بالعربية، وهو تدخل قد لا يعيق المعنى عن الوضوح والوصول للمتلقي بيد أنه يثير متحدثي اللغة الأصليين.

ويستخدم اللغويون الازدواجية اللغوية للدلالة على شكل اللغة العربية الفصحى والعامية، ذلك أن العامية والفصحى فصيلتان من لغة واحدة، والفرق بينهما بالتالي فرعي لا جذري<sup>(٦٣)</sup>.

فالازدواجية صراع بين لغة أدبية مكتوبة وأخرى عامية شائعة، ويظهر المصطلح بشكليين مختلفين من الاستخدام اللغوي للسان نفسه، يبدو الأول معقدا ومحدود الاستخدام، فيما الآخر بسيط وشائع الاستخدام، وقد أطلق على الأول اللسان الفصيح والآخر اللسان العامي<sup>(٦٤)</sup>.

فالوظيفة التي يؤديها الشكل اللغوي من أهم خصائص هذه الازدواجية، فهناك بعض المناسبات أو الأوضاع الاجتماعية التي تحتم استخدام اللهجة العليا، كاللهجة العربية الفصحى، بينما هناك بعض الأوضاع التي يكون استخدام اللهجة الدنيا العامية ضرورة حتمية، وهذا الاختلاف في الوظيفة يحدث في كل المجتمعات وباختلاف أفراد المجتمع، فلا نستطيع استعمال لهجة متدنية في مقام رفيع، فكل مكان أو مناسبة ما علينا أن نستخدم اللهجة المناسبة لها، كالمناسبات الدينية مثلا نستعمل الشكل اللغوي الأعلى، أما التحدث مع شخص ما في الشارع نستعمل الشكل اللغوي الأدنى<sup>(٦٥)</sup>.

### نتائج الدراسة التحليلية (التحليل الكمي)

#### أولاً: نوع اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي ونسبتها:

قام الباحث بتحليل مضمون المنشورات التحريرية فقط التي نشرها القائم بالاتصال وتعليقات الجمهور عليها في موقعي الفيسبوك وتويتر، حيث استبعد الباحث التعليقات غير التحريرية، مثل المنشورات والتعليقات الإعلانية، وكذا الأشكال مثل الصور بجميع أنواعها الفوتوغرافية والكرتونية والرسومات الخطية والتعبيرية، كما استبعد الباحث أيضا الروابط والفيديوهات لعدم صلاحيتها للتحليل في مثل هذه الدراسة. ويرجع السبب في استبعاد تلك المواد من التحليل إلى أن مستخدمي موقعي التواصل الاجتماعي عينة الدراسة يعتمدون بصفة أساسية على النصوص التحريرية في المقام الأول، ثم تأتي الصور في الترتيب الثاني، ثم المواد المسموعة والمرئية في الترتيب الثالث، على عكس مواقع التواصل لأخرى مثل الانستجرام الذي يعتمد على الصورة في المقام الأول. والجدول التالي يوضح نوع وحجم التعليقات والمنشورات التي خضعت للتحليل.



جدول رقم (٣) نوع التعليقات والمنشورات وحجمها واللغة المكتوبة بها في مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع	التعليقات بالحرف اللاتيني (الفرانكو)		التعليقات ثنائية اللغة (العربية والانجليزية)		التعليقات ازدواجية اللغة (العامة والفصحى)		التعليقات العامة		التعليقات الفصيحة		التكرارات اسم الموقع	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
	١٠٠	٥٥٢٥	٢.٣٩	١٣٢	٢.١٢	١١٧	٤٣.٨٧	٢٤٢٤	٣٨.١٩	٢١١٠	١٣.٤٣	٧٤٢
	١٠٠	٢٨٥٠	٦.٦٣	١٨٩	٥.٤١	١٥٤	٢٩.٠٥	٨٢٨	٤١.٢٦	١١٧٦	١٧.٦٥	٥٠٣
	١٠٠	٨٣٧٥	٣.٨٣	٣٢١	٣.٢٣	٢٧١	٣٨.٨٣	٣٢٥٢	٣٩.٢٤	٣٢٨٦	١٤.٨٧	١٢٤٥

من نتائج الجدول السابق يتضح لنا ما يأتي:

- ١- أن لغة منشورات وتعليقات قراء موقعي التواصل الاجتماعي محل الدراسة الفيسبوك وتويتر جاءت أكثرها باللغة العامية على مستوى الموقعين، حيث بلغت نسبتها في الموقعين ٣٩.٢٤%، وبلغت نسبتها في الفيسبوك ٣٨.١٩ وهو الترتيب الثاني في هذا الموقع بعد التعليقات مزدوجة اللغة، وفي تويتر ٤١.٢٦%.
- تؤكد هذه النسب ما توصلت إليه الدراسات السابقة في هذا الشأن، حيث أجمعت على أن اللهجة العامية هي التي تسيطر على أكثر منشورات وتعليقات القراء في مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك، خاصة إذا أضيفت إليها نسبة التعليقات والمنشورات مزدوجة اللغة العامية والفصحى وهي ما سيأتي تفصيلها في النقطة التالية رقم (٢).
- تبين من خلال تحليل مضمون هذا التعليقات أن اللغة العامية جاءت متوافقة تماما مع المنشورات التي نشرها القائم بالاتصال، بمعنى أن القراء عادة ما يعلقون على المنشور المكتوب باللهجة العامية بنفس اللهجة أيضا، كما أنهم يعلقون على المنشورات والتغريدات المكتوبة باللغة العربية الفصحى بنفس اللغة.
- توصلت الدراسة إلى أن المنشورات المكتوبة باللهجة العامية والتعليقات المصاحبة لها جاءت متعلقة بالموضوعات الخفيفة، وهي الموضوعات الرياضية والفنية والترفيهية والرحلات، بينما قلت التعليقات المكتوبة باللهجة العامية مع الموضوعات الجادة وهي الموضوعات السياسية والاقتصادية والعسكرية والاجتماعية.

٢- أن لغة منشورات وتعليقات قراء موقعي التواصل الاجتماعي محل الدراسة الفيسبوك وتويتر جاءت مزدوجة اللغة (عامية وفصحى) في الترتيب الثاني على مستوى الموقعين، حيث بلغت نسبتها في الموقعين بنسبة ٣٨.٨٣% وهي نسبة مقارنة لنسبة التعليقات المكتوبة باللغة العامية، وبلغت نسبتها في الفيسبوك ٤٣.٨٧% وهو الترتيب الأول في هذا الموقع، وفي تويتر ٢٩.٠٥%.

يتبين من خلال النسب السابقة أن موقع الفيسبوك يرتفع فيه استخدام اللغة العامية كلغة منفردة واللغة المزدوجة عامية وفصحى، وأن موقع تويتر وإن ارتفعت فيه اللغة العامية فقط إلا أنه انخفض فيه استخدام ازدواجية اللغة، بمعنى أن مستخدم تويتر إما أن يعلق باللغة العامية فقط أو يعلق باللغة الفصحى فقط متأثراً في ذلك بتغيرات صاحب المنشور.

٣- جاءت المنشورات والتعليقات المكتوبة باللغة العربية الفصحى في الترتيب الثالث على مستوى موقعي التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر على حد سواء، حيث بلغت نسبتها ١٤.٨٧% على مستوى الموقعين حيث بلغت نسبتها في الفيسبوك ١٣.٤٣% وفي تويتر ١٧.٦٥%.

- تؤكد النسب السابقة أن استخدام اللغة الفصحى يقل في جميع مواقع التواصل الاجتماعي ومنها المواقع عينة هذه الدراسة.

- أن موقع تويتر ترتفع فيه نسبة استخدام القراء للغة الفصحى عن موقع الفيسبوك وإن كانت هذه اللغة نسبتها ضعيفة في كلا الموقعين.

- أكدت الدراسة التحليلية أن أكثر هذه المنشورات والتعليقات المكتوبة باللغة العربية الفصحى تناولت الموضوعات الجادة مثل الموضوعات السياسية والاقتصادية والعسكرية والاجتماعية، بينما قل استخدام قراء الموقعين محل الدراسة للغة العربية الفصحى في الموضوعات الخفيفة وهي الرياضة والفنية والترفيهية بصفة خاصة.

كما أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن تعليقات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي التي صنفها الباحث في فئة التعليقات الفصحى احتوت على بعض الأخطاء اللغوية منها أخطاء متعمدة أو ناتجة عن جهل بعض القراء بقواعد اللغة العربية، مثل رفع جمع المذكر السالم واستخدام الياء كعلامة إعراب بدلاً من الواو مثل " ثم جاء العثمانيين بعد المماليك فحكموا مصر.. " وعدم حذف النون من المثني والجمع المضاف مثل " حضر اللقاء لاعبين الفريق بلا استثناء.. "، وأخطاء قد تكون غير متعمدة بل إجبارية مثل الأخطاء في كتابة بعض الهمزات والتثوين التي لم تتح في لوحات مفاتيح الحروف التي يكتب بها جمهور مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع السبب فيها إلى تصنيع هذه الأجهزة خاصة الذين يكتبون من هواتفهم المحمولة، حيث لاحظ الباحث تفشي الكتابة بهمزة الوصل والهاء المربوطة بدلاً من همزة القطع وحرف المد والتاء المربوطة، ويعود ذلك إلى لوحة المفاتيح التي لا تستوعب جميع أحرف اللغة

العربية، مما يتطلب من المستخدم الضغط على أكثر من زر في وقت واحد وخاصة زر الإبدال المسمى "الشفة" في الإنجليزية واختيار الحرف المناسب للكلمة مما يزيد الأمر تعقيداً وصعوبة على المستخدم، بعكس اللغة الإنجليزية التي وضعت لكل حرف زره الخاص به واستوعبت اللوحة جميع أحرفها.

كما أن لتقارب وتلاصق الأحرف في الأجهزة الذكية المحمولة أثر يجب الانتباه إليه حيث يقع المستخدم المتعجل في أخطاء نتيجة لتسارعه فيضغط على الأحرف المقاربة شكلاً للحرف الصحيح مثل تقارب حروف الخاء والحاء في الأجهزة الذكية التي يترتب عليها كتابة كلمة (خير الناس أنفعهم للناس) بدون نقطة ويقصد (خير الناس أنفعهم للناس) وهكذا.

٤- جاءت المنشورات والتعليقات المكتوبة بلغة الفرنكو اربك المكتوبة بالحروف اللاتينية في الترتيب الثالث بنسبة ٣.٨٣% على مستوى الموقعين، حيث بلغت نسبتها في الفيسبوك ٢.٣٩% بينما ارتفعت نسبتها في تويتر بشكل ملحوظ حيث بلغت ٦.٦٣%.

٥- جاءت المنشورات والتعليقات ثنائية اللغة -المكتوبة باللغتين العربية والانجليزية بحد أدنى ثلاث كلمات في المنشور أو التعليق الواحد في الترتيب الرابع بنسبة ٣.٢٣% على مستوى الموقعين، حيث بلغت نسبتها في الفيسبوك ٢.١٢% بينما ارتفعت نسبتها في تويتر بشكل ملحوظ حيث بلغت ٥.٤١%.

من النسبتين السابقتين يتبين لنا أن استخدام اللغة العربية الهجينة سواء في الشكل -الحرف اللاتيني- أو المضمون - اللغة الهجينة- بلغت نسبتها ما يقارب ٧% من المجموع الكلي للمنشورات والتعليقات في موقعي التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر، وهي نسبة وإن كانت ما تزال ضعيفة إلا أنها مرشحة للارتفاع في السنوات القليلة القادمة طبقاً للدراسات المستقبلية، التي تتوقع أن يزيد استخدام الجمهور العربي -الخاصة والعامة منهم- لمواقع التواصل الاجتماعي بجميع أنواعها في ظل تزايد الخدمات الحياتية التي تقدمها هذه المواقع للمواطن العادي.

كما اتضح من نتائج الدراسة التحليلية أن مستخدمي مواقع التواصل محل الدراسة تشتهر بينهم بعض المصطلحات الإنجليزية المختصرة التي يعربونها حتى أضحت أشهر من نظيراتها العربية مثل "برب" وهي اختصار لجملة (Be Right Back) ومعناها سأذهب وأعود وكلمة "تيتت" وهي اختصار لجملة (Take Your Time) ومعناها خذ راحتك، وكلمة "سيس" وهي اختصار لجملة (See You SOON) ومعناها أراك لاحقاً.

كما أظهرت نتائج الدراسة شكلاً شعرياً جديداً لم يقابل الباحث إلا في تعليق واحد وهو ما يسمى بالشعر الحلمنتيشي أو الشعر الخليط بين اللغتين العربية والانجليزية، وهو تكوين جملة مختلطة بين اللغة العربية واللغة الإنجليزية بحيث يؤديان المعني المقصود سواء بحروف انجليزية أو بحروف عربية، يلتزم فيها الشاعر بالقافية الشعرية التي تميز الشعر العربي ومن أمثلة ذلك

أيا ذا القلب لا تحزن فذاك الحب Infection فلن تجدي عقاقير ولن يشفيك Injection  
 فكم من عاقل فطن مضى بالحب Direction ستتكره وتتساه ولن يبقى له Mention  
 فلا تكتب له شعراً ولا تكتب له Section و لا يحزنك من باعك فقد أخطأت Selection  
 ولا تبدي له أسفاً ولا تبدي له action فإن الحب منزلةً لبعض الناس exception  
 وبعض الناس إن هجروا فلا حزنٌ ولا tension وبعض الناس إن هجروا يظل ويبقى  
 connection

فوصل الروح له مفعول وما أحلاه reaction بدعوة في جوف ليل لها تأثير و affection  
 فلا أسف على دنيا لك اليوم وغدا عليك conversion.

واستخدام اللغة الهجينة أو ثنائية اللغة أو ازدواجية اللغة لها مؤيدوها كما أن لها معارضوها،  
 فالمؤيدون لها يستندون على أن الفكر له الأولوية على اللغة، فاللغة أياً كانت هي وسيلة لإيصال  
 الفكر، فأولوية التواصل عندهم تقدم على أداة التواصل التي هي اللغة، فاللغة من وجهة نظرهم  
 مجرد حامل للفكرة، ومعبّر للمعاني، ووسيط أمين للأفكار، غير أنهم تناسوا أن اللغة والفكر  
 وجهان لعملة واحدة، وأن الفكر يتجدد باللغة مثلما تتجدد به اللغة، وأن تطوير اللغة من تطوير  
 الفكر، وانحصار الفكر من انحصار اللغة، وأن كل محاولة لتوسيع مناط القول في لغة ما هو  
 توسيع لمساحات الفكر فيها.

**ثانياً: نوع الموضوعات على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باللغة المكتوبة بها.**

تستهدف هذه الفئة تحديد نوعية الموضوعات التي يتناولها مستخدمو مواقع التواصل  
 الاجتماعي محل الدراسة وعلاقتها بالموقع المنشورة عليه، ومن ثم اللغة المكتوبة بها، حيث  
 يفترض الباحث أن كل موضوع يناقش له موقع يناسبه للنشر والمناقشة والتعليق، فالفيسبوك مثلاً  
 يناسب الموضوعات والقضايا التي تحتاج إلى مناقشات أكثر من موقع تويتر الذي يتيح الكتابة  
 فيه بعدد محدود من الحروف، وهو ما يوضحه الجدول الآتي:

## جدول رقم ( ٤ )

نوعية الموضوعات على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالموقع المنشورة عليه..

المجموع		موقع تويتر		موقع الفيسبوك		الموضوعات / اسم الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	
١١.١٤	٩٣٣	٧.٤٧	٢١٣	١٣.٠٣	٧٢٠	السياسية
٥.٦٢	٤٧١	٧.٠٢	٢٠٠	٤.٩٠	٢٧١	العسكرية
٨.٠٨	٦٧٧	٩.٣٣	٢٦٦	٧.٤٤	٤١١	الاقتصادية
١١.٢٧	٩٤٤	١١.٦٢	٣٣١	١١.١٠	٦١٣	الاجتماعية
٢٠.٧٥	١٧٣٨	٢١.٠٩	٦٠١	٢٠.٥٨	١١٣٧	الرياضية
١٦.٠٤	١٣٤٣	١٥.١٢	٤٣١	١٦.٥١	٩١٢	الفنية
١٤.٢٥	١١٩٣	١٤.٠٠	٣٩٩	١٤.٣٧	٧٩٤	الترفيهية
٩.٩٤	٨٣٢	١١.٠٥	٣١٥	٩.٣٦	٥١٧	التسويقية والتجارية
٢.٩١	٢٤٤	٣.٣٠	٩٤	٢.٧١	١٥٠	الأخرى
١٠٠%	٨٣٧٥	١٠٠%	٢٨٥٠	١٠٠%	٥٥٢٥	المجموع

من نتائج الجدول السابق يتبين لنا ما يأتي:

١. أن الموضوعات الرياضية جاءت أعلى الموضوعات التي تناولها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر الذين خضعت منشوراتهم وتعليقاتهم لتحليل مضمونها، حيث بلغت نسبتها في الفيسبوك ٢٠.٥٨% وفي تويتر ٢١.٠٩%، وهي ما نسبته ٢٠.٧٥% على مستوى الموقعين، وهذه النتيجة لا يمكن تعميمها على جميع مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بسبب طبيعة عينة الدراسة، حيث اختار الباحث المنشورات التي احتوت على ثلاثة تعليقات على الأقل ثنائية اللغة أو مزدوجة اللغة أو مكتوبة بلغة الفرنكو أرابيك، مما ترتب عليه أن أكثر الموضوعات كانت شباوية مما يجعل من النتيجة السابقة نتيجة منطقية، حيث أن الموضوعات الرياضية من الموضوعات الخفيفة التي تناسب الشباب أكثر من أي فئة أخرى، يؤكد ذلك باقي نتائج الجدول.

٢. جاءت الموضوعات الفنية في الترتيب الثاني في كلا الموقعين حيث بلغت نسبة الموضوعات الفنية في الفيسبوك ١٦.٥١% وفي تويتر بلغت ١٥.١٢%، كما بلغت نسبتها على مستوى الموقعين ١٦.٠٤%، وهذه النتيجة تؤكد ما سبق أن توصلت إليه النتيجة السابقة وهي أن أكثر الموضوعات التي تحتوي على تعليقات باللغة العامية أو التعليقات ثنائية اللغة

أو مزدوجة اللغة أو المكتوبة بلغة الفرانكو اريك ترتفع مع الموضوعات الشبابية والموضوعات الخفيفة ومنها الرياضية والفنية محل الذكر.

٣. جاءت الموضوعات الترفيهية مثل موضوعات الرحلات والسفر والسياحة والمسابقات في الترتيب الثالث، حيث بلغت نسبتها في الفيسبوك ١٤.٣٧% وفي تويتر بلغت ١٤%، وهي تقارب نسبتها على مستوى الموقعين التي بلغت ١٤.٢٥%، وينسحب على هذه النتيجة ما سبق أن توصلت إليه الدراسة في النقطتين السابقتين.

٤. جاءت الموضوعات الاجتماعية في الترتيب الرابع بين الموضوعات التي تمت مناقشتها على مستوى الموقعين حيث بلغت نسبتها ١١.٢٧%، كما بلغت نسبتها في الفيسبوك ١١.١٠% وبلغت في تويتر ١١.٦٢%، وهذه النتيجة تؤكد أن الموضوعات الاجتماعية تأتي أول الموضوعات الجادة التي تتناولها مواقع التواصل الاجتماعي متقدمة على الموضوعات السياسية في تويتر، ولكنها متأخرة عن الموضوعات السياسية في الفيسبوك وهو ما يأتي تفصيله لاحقاً.

٥. جاءت الموضوعات السياسية في الترتيب الخامس من بين الموضوعات التي تناولتها مواقع التواصل محل الدراسة حيث بلغت نسبتها ١١.١٤% على مستوى الموقعين، غير أن نسبة الموضوعات السياسية في الفيسبوك كانت أعلى بكثير من نسبتها في تويتر حيث بلغت في الفيسبوك ١٣.٠٣% وفي تويتر ٧.٤٧%، وهذا يؤكد أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يفضلون موقع الفيسبوك على تويتر في مناقشة الموضوعات والقضايا السياسية، ويرجع ذلك إلى أن موقع الفيسبوك لا يحدد عدد كلمات أو حروف للمنشور أو التعليق مثلما هو كائن في موقع تويتر.

٦. جاءت الموضوعات التسويقية والتجارية في الترتيب السادس ونسبة ٩.٩٤% على مستوى الموقعين، حيث بلغت نسبتها في الفيسبوك ٩.٣٦% وفي تويتر ١١.٠٥%، وهي من الموضوعات الخفيفة.

٧. جاءت باقي الموضوعات الاقتصادية والعسكرية والموضوعات التي صنفها الباحث ضمن فئة أخرى في ترتيب متأخر وينسب قليلة حيث بلغت الموضوعات الاقتصادية ٨.٠٨% والعسكرية ٥.٦٢% والأخرى مثل الموضوعات التكنولوجية والصحية والأدبية بنسبة ٢.٩١% على مستوى الموقعين، وأكثر هذه الموضوعات من الموضوعات الجادة مما يؤكد على صدق النتيجة التي ذكرها الباحث في تفسير النتيجة الأولى لهذا الجدول.

من نتائج الجدول السابق وجمع نسب الموضوعات الجادة في خانة واحدة وهي الموضوعات (السياسية والاقتصادية والعسكرية والاجتماعية)، وجمع نسب الموضوعات الخفيفة في خانة واحدة وهي الموضوعات (الرياضية والفنية والترفيهية والتسويقية والتجارية) ومقارنتها يستطيع الباحث أن يخلص إلى نتيجة مستقرة يمكن تعميمها مفادها:

- أن العلاقة بين ثنائية اللغة وازدواجية اللغة واللغة العامية وبين الموضوعات الخفيفة علاقة ارتباطيه، أي انه كلما ارتفعت نسبة الموضوعات الخفيفة في مواقع التواصل الاجتماعي كلما ارتفعت معها نسبة ثنائية اللغة وازدواجية اللغة واللغة العامية وانخفضت نسبة استخدام اللغة العربية الفصحى.
- أن العلاقة بين استخدام اللغة العربية الفصحى وبين الموضوعات الجادة علاقة ارتباطيه" أي أنه كلما ارتفعت نسبة الموضوعات الجادة في مواقع التواصل الاجتماعي كلما ارتفعت معها نسبة استخدام اللغة العربية الفصحى وانخفضت نسبة استخدام ثنائية اللغة وازدواجية اللغة واللغة العامية.

### نتائج الدراسة التحليلية (التحليل الكيفي)

#### أولا التأثيرات الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر على اللغة.

توصل الباحث من خلال تحليل مضمون عينة البحث إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تختلف كثيرًا في تأثيراتها الإيجابية عن تأثيرات الإعلام الجديد والشبكة الدولية الانترنت على اللغة العربية، وذلك لتشابه الأدوات والإمكانات والجمهور، حيث لم تكن تأثيراتها سلبية على طول الخط بل كان لتلك المواقع والوسائل تأثيرات إيجابية تمثلت في:

- أن شبكة الانترنت ووسائل الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي قد أمدت اللغة العربية بكثير من الألفاظ والمفردات والعبارات والتراكيب الجديدة والمولدة من الألفاظ العربية أو المترجمة عن اللغات الأجنبية مثل لفظ العولمة، والقطب الواحد، اقتصاد السوق، غسيل الأموال، الطابور الخامس، الاشتراكية، الحرب الباردة وهكذا...، وهذا من خصائص جميع اللغات ومنها اللغة العربية، فاللغة العربية لها وسائلها في التوليد اللفظي وأهمها الاشتقاق والنحت والاقتراض والتراكيب والاختصار. فوسائل الإعلام الجديد ومنها مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت اللغة العربية في استخراج واستحداث أوزان وكلمات جديدة لها أصول عربية أو مقيسة على العربية، ومرتبطة غالبًا بالصيغ الصرفية وأنواع الاشتقاق كقياس كلمة على أخرى أو تتابع المفردات ونموها وهذا ما يطلق عليه مصطلح توليد اللغة، بشرط مراعاة الأنظمة والقواعد للغة العربية.

- أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر من الشباب لا يستعملون أساليبهم المستحدثة في الدردشة وكلماتهم العامية، ومعجمهم الهجين فقط في الكتابة وتعليقاتهم وكلامهم، بل يستخدمون أيضا اللغة العربية الفصحى في السياقات الرسمية والعلمية والقانونية، فاللغة العربية الفصحى لا تزال مهيمنة على المحتوى المكتوب والمقروء رسميا، حيث ظهر جليا من تحليل مضمون تعليقاتهم ومنشوراتهم على الفيسبوك وتويتر أن الغلبة للغة العربية الفصحى، وأنها تسبق العامية واللغة الهجينة بمسافات طويلة في منتديات

الناقش والمنديات العلمية والأدبية والثقافية وحتى السياسية، غير أن هذا لا ينطبق في كل الأحوال على منتديات المؤانسة والدرشة والمنشورات الترفيهية والموضوعات الخفيفة مثل الموضوعات الفنية والرياضية والمنوعات والترفيه التي سبق توضيحها في نتائج الدراسة الكمية، التي غالبا ما تعتمد اعتمادا كليا على كل من اللهجة العامية وازدواجية اللغة وثنائية اللغة، واستخدام اللغة الانجليزية وكتابة اللغة العربية بحروف لاتينية، على النحو سالف الذكر.

- أن مواقع التواصل الاجتماعي جعلت طريق الوصول إلى أي موضوع للمناقشة طريقاً مباشراً باستخدام اقرب الألفاظ وأدقها، وعودت للسان العربي على عدم التوقف عند النتوءات الفكرية واللفظية الفرعية، وظهر ذلك بصفة خاصة في المنشورات والتعليقات محل الدراسة في موقع تويتر.

- يستخدم رواد مواقع التواصل الاجتماعي الألفاظ السهلة المباشرة الواضحة، ويتجنبون استخدام الألفاظ الصعبة المهجور استخدامها في العصر الحديث.

- ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجديد على التخفيف من الأثقال اللغوية والخيالية والمحسنتات البديعية، حتى وصلت إلى التخلص التام من الصور البيانية، التي يصنفها علماء اللغة العربية كأخطر مرض يعيب اللغة العربية، حيث حلت الألفاظ السهلة المباشرة محل العبارات البيانية.

- تستخدم كثير من مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك محل الدراسة اللغة العربية الفصحى من خلال ما تصطفيه من مواد تلفزيونية وفيديوهات ونشرات إخبارية وبرامج للأطفال ومقطوعات فيلمية وأفلام تسجيلية تتحدث باللغة العربية الفصحى مما عود الأذن العربية على تنقية الألفاظ الصحيحة ونطقها بشكل عربي سليم.

- توصلت الدراسة من خلال تحليل المضمون أن رواد ومستخدمي موقع فيسبوك يتفاعلون بنسبة أكبر من تفاعل رواد ومستخدمي تويتر وخاصة فيما يتعلق بالمواد المتلفة الناطقة باللغة العربية الفصحى مثل نشرات الأخبار وتقارير المرسلين والمحللين السياسيين، والتقارير الاقتصادية والعلمية والأدبية وبعض الأعمال الفنية كالأفلام والمسلسلات التاريخية والأفلام والمسلسلات والأعمال المدبلجة.

- أن مواقع التواصل الاجتماعي محل الدراسة وخاصة الفيسبوك قد استحدثت أساليب جديدة ومبتكرة في التعليم والتلقين ونقل المعرفة، مما يجعلها وسيلة تعليمية هامة وضرورية في المستقبل، حيث سهلت الصعاب أمام العلم، وقربت المسافات، وأتاحت أوعية جديدة للاطلاع على الكتب والمعارف في شتى مجالات العلوم ومنها اللغة العربية.

- أن مواقع التواصل الاجتماعي أزلت كثيرا من الفوارق العاتية بين اللهجات العامية المحلية التي تنتشر في كثير من الدول العربية بل داخل الدولة الواحدة، حيث قربت



هذه اللهجات من اللهجة الأم، كما قضت مواقع التواصل الاجتماعي على كثير من الظواهر اللهجية الشاذة حيث ساعدت على اندثارها.

• ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الاحتكاك اللغوي بين اللغة العربية وغيرها من اللغات الأجنبية وخاصة اللغة الانجليزية، وهو احتكاك محمود في بعض جوانبه، حيث أمدت تلك اللغات الأجنبية اللغة العربية بروافد جديدة ساهمت في إثراء المعجم العربي وتطوير وتطوير اللغة العربية وانطلاقها كلغة عصرية عالمية وخروجها من برجها العاجي كلغة صلبة غير مرنة.

### ثانيًا التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد والانترنت على اللغة العربية

إن التطور التقني الهائل في وسائل الإعلام والاتصال وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي أدت إلى تأثيرات لغوية ظاهرة في لغة التواصل انعكست على لغة الممارسة في الحياة والعمل. ويرجع وضوح التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على اللغة العربية إلى مجموعة من الأسباب التقنية والاقتصادية والاجتماعية على حد سواء، اجتمعت مع بعضها مفرزة هذه الظاهرة السلبية.

فمثلا ظاهرة كتابة اللغة العربية بحروف لاتينية المتعارف عليها بلغة الفرانكو اراب أو العريبي هي ظاهرة ناتجة عن ضعف الأنظمة التكنولوجية العربية وعدم مبادرتها لتحقيق سبق في اختراع وتطوير أنظمة الحواسيب الآلية والهواتف المحمولة منذ بداية ظهورها، حيث أن الحرف العربي يختلف اختلافا كبيرا عن الحرف اللاتيني، وذلك لأن غالبية وسائل التكنولوجيا ووسائل الاتصال تم تصنيعها وضبط مصنعها على الحرف اللاتيني فقط، كحرف افتراضي دون باقي حروف اللغات ومنها بالطبع الحرف العربي، حيث تم إضافتها لاحقاً كحروف دخيلة ومعدلة على أنظمة وسائل الاتصال، مما يتسبب في صعوبة العمل بها، ويتم الاستغناء عنها باللجوء إلى كتابة الكلمات العربية بحروف لاتينية، وهذه المشكلة لم تواجه اللغات المكتوبة بالحرف اللاتيني.

ولم يقتصر تأثير وسائل الاتصال الحديثة ومنها مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد على شكل كتابة اللغة العربية بحروف لاتينية، بل تعداها إلى تأثيراتها السلبية على بنية النص العربي مثل المعجم الدلالي والاقتراض اللغوي، وتطوير الدلالات، والاشتقاق وغيرها من أساليب اللغة العربية المتخصصة، وهذا ما أوجد في النهاية الثنائية اللغوية والازدواج اللغوي والتهجين اللغوي وانتشار العامية على حساب اللغة العربية الفصحى.

أثبتت نتائج الدراسة التحليلية لمنشورات وتعليقات القراء على موقعي الفيسبوك وتويتر أن تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي السلبية على اللغة العربية تمثلت في ثلاثة ظواهر هي:

## الصورة الأولى ظاهرة انتشار (ازدواجية اللغة ) وتعني شهرة اللهجة العامية على حساب اللغة الفصحى

ومنها الازدواجية اللغوية في المستوى الصوتي التي تتعكس على الكتابة في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يستطيع أي باحث أن يرصد بسهولة مظاهر توغل اللهجة العامية على اللغة العربية الفصحى في مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة في الصفحات والحسابات الشبابية أو الصفحات التي تتناول الموضوعات الخفيفة وتفضل تغطيتها.

وهنا أمكن الباحث أن يضع يديه على أهم مظاهر انتشار اللغة العامية على حساب الفصحى من خلال تحليل مضمون المنشورات والتغريدات وتعليقات القراء مثل إبدال الهمزة ألفاً مثل لفظ راسي التي يكتبها جميع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بدون همزة والصحيح رأسي، ومنها إبدال اللام نوم مثل اسمعني والصحيح اسمع لي، أو إبدال الباء ميماً مثل جننك امبارح والصحيح البارح. ومنها الخلط بين الناء والسين أو قلب الناء تاء مثل ثمانية وثلاثة والصحيح ثمانية وثلاثة. ومن أشهر الأخطاء أيضاً الإبدال في الحركات وخاصة علامات الإعراب مثل تحويل الفتحة إلى ألف والكسرة إلى ياء والضمة إلى واو وهكذا مثل تحويل التتوين إلى حرف مثل خاصناً والصحيح خاصة وشكرن والصحيح شكرًا. ومنها إدغام اللام في التاء مثل قلتك والصحيح قلت لك. ومنها إدغام المثلين مثل "مديت يدي لك" والصحيح مددت يدي لك. ومنها التسهيل الذي يؤدي إلى دمج أكثر من كلمة في كلمة واحدة مثل معنديش والصحيح ما عندي شيء. ويرجع علماء الصوتيات الأسباب في ذلك إلى أن هذه الظاهرة الصوتية تحقق شيئاً من الخفة واليسر في النطق، ومن ثم يترتب عليها الاقتصاد في الجهد العضلي الذي يبذله جهاز النطق في الإنسان إنشاء ممارسة الاتصال، وهو ما يوجب على علماء اللغة مراعاة تخفيف هذا الجهد إنشاء إقرار مصطلح ما أو كلمة ما ضمن عمل مجامع اللغة العربية سواء في حالة الاستيلاء اللغوي أو الاقتراض اللغوي أو التهجين اللغوي أو ما شابه ذلك.

كما ظهر من الدراسة التحليلية استخدام رواد مواقع التواصل الاجتماعي للإبدال المتعدد، وهو التغير الذي يصيب الكلمة في أكثر من موضع حيث يحدث في الكلمة إبدال في الحركات والحروف مثل "وانتشر الدبان في المكان" والصحيح انتشر الذباب في المكان. ومن الأخطاء المنتشرة أيضاً دمج كلمتين مع بعضهما أو حرف وكلمة مثل سأفعل ذلك غدا انشاء الله والصحيح إن شاء الله.

أما الازدواجية اللغوية على المستوى التركيبي والدلالي فقد طغت على مجمل منشورات وتعليقات قراء ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر على حد سواء، حيث يكاد لا يخلو منشور ولا تعليق من هذه الازدواجية مما صعب كثيراً على الباحث عدّها وإحصاءها ومعالجتها إحصائياً، مما دفع الباحث إلى الاكتفاء بذكر عينة من هذه الازدواجية ومنها على سبيل المثال لا الحصر:

**فعلى المستوى الصرفي** يقع أكثر مستخدمي مواقع التواصل في أخطاء مثل التغيير في بنية الضمير مثل إحنا للمستخدم المصري غالباً وحنا للمستخدم السعودي والخليجي بدلاً من ضمير المتكلم "نحن"، وأنتي بدلاً من ضمير المخاطبة المؤنثة أنتِ، حيث يقبل المستخدم الكسرة إلى ياء ويكتبها، والضمير هوما بدلاً من ضمير المثنى الغائب هما وهكذا....حيث تتعرض الضمائر المستخدمة لمجموعة من التغييرات وحذف ومطل لبعض الحركات.

كما يغير مستخدمو مواقع التواصل في بنية الأسماء الموصولة، حيث ظهر واضحاً من خلال تحليل مضمون تعليقات القراء وبصفة خاصة في الفيسبوك استخدام اسم الموصول العامي "إللي" بدلا من الأسماء الموصولة "الذي والتي والذين" مثل قولهم ومين الللي أعطى لكم الحق في الكلام، ومين إللي بدأ الغلط؟ ومين إللي هجموا علينا الأول، ومين إللي قالت لك تحضري بدلا منها؟

**وعلى المستوى النحوي** فيقع كثير من مستخدمي مواقع التواصل في أخطاء تتعلق بنظام الجملة العربية وبنيتها، وهو المعروف بعلم النحو، ومنها ما أثبتته نتائج هذه الدراسة، مثل كثرة استخدام الجمل الاسمية على حساب الجمل الفعلية التي تكاد تخلو منها أغلب المنشورات والتعليقات في الفيسبوك وتويتر عينة الدراسة، مثل "محمد صلاح تعاقد مع نادي ليفربول" والأصح تعاقد محمد صلاح مع نادي ليفربول، و"محمد عبده يحيي أول حفل له بالسعودية والصحيح يحيي محمد عبده أول حفل له، لأن هذا خلل في السلسلة الكلامية وعدم مراعاة بناء الجملة العربية.

ومنها استخدام أدوات نفي غير موجودة باللغة العربية حيث تنحصر أدوات النفي باللغة العربية في (لم ولما ولن وما وإن ولا)، حيث توصلت الدراسة إلى أن اللغة العامية استحدثت أدوات وحروف للنفي يستعملها رواد مواقع التواصل الاجتماعي مثل (موش والشين) التي تستخدم أحيانا كأداة نفي وأحيانا أخرى تستخدم كاختصار لكلمة شيء " ما لعبتش، ما أكلتش، مش معي فلوس".

كما استحدثت اللغة العامية من خلال كتابة القراء أدوات استفهام جديدة غير الموجودة باللغة العربية، أو غيرت في تركيبها مثل "مين جبت هذا الخبر؟ أو "وين أنت من زمان؟ حيث لا توجد هاتان الأدوات في أدوات الاستفهام التي حصرتها اللغة العربية في (من - من ذا-ماذا-متى- أيان-أين-كيف-أنا-كم- أي) فتجد رواد مواقع التواصل الاجتماعي يستعملون للاستفهام عن المكان (وين-مين) وللسؤال عن العدد والسعر يستخدمون أداة (إيه) مثل بقدي إيه هذا الجهاز؟ أو بقدي إيش هذا الجوال؟

وعلى المستوى الدلالي يستخدم رواد مواقع التواصل الاجتماعي لفظ "إيه" ليبدل على معنى نعم كما في اللهجة الخليجية وهي كلمة فصيحة في دلالتها لهذا المعنى، أو كأداة استفهام كما في اللهجة المصرية، ومثلها "أيوه" للدلالة على التصديق أو الرد بمعنى نعم. ومنها "يالاً" اسم فعل أمر

بمعنى هيا أو تقدم، وكلمة " خليها" بمعنى اتركها أو دعها، وكلمة "صباعي" ومعناها أصبعي، وكلمة " شفت" بمعنى رأيت، وكلمت "استنى" بمعنى انتظر.

كما توصلت الدراسة إلى بروز ظاهرة جديدة تستحق الدراسة، حيث يتوقع الباحث انتشارها وشهرتها مستقبلاً، تبعاً لشهرتها على جميع مواقع التواصل الاجتماعي حيث حققت ملايين المشاهدات وقلدها ملايين القراء والمشاهدين، وهي ظاهرة لم يوضع لها مصطلح إلى الآن، وتتخلص في حذف الحروف من اللغة العربية سواء حروف جر أو توكيد أو نصب، وترتيب الجملة العربية بكلماتها الفصحى والعامية، بشكل يشبه بناء حائط بالحجارة دون استخدام مواد ربط أو لصق الحجارة بعضها ببعض، يقودها إعلان احمد حلمي لأحدى شركات الاتصالات في مصر، الذي حقق ذيوغاً وشهرة كبيرة منذ اللحظات الأولى لنشره، مما دفع الشركة المعلنه إلى تصميم وتصوير جزء ثان له على نفس النسق، مما حول هذا الإعلان لظاهرة لغوية سادت مجتمع الشباب، وصحبتها موجة من تقليد هذا الإعلان في شتى أمور الحياة في مصر، حيث حقق هذا الإعلان نسبة مشاهدة على الفيسبوك فقط تجاوزت ٥٠ مليون مشاهدة في عدد محدود من المواقع التي تتبعتها الباحث، وليس ذلك على سبيل الحصر بل كانت عينة من المواقع التي نشرته. كما حاز على أكثر من ١٥ مليون تفاعل ما بين أعجبي والتعليق على الإعلان وإعادة نشره مرة أخرى.

ونص الإعلان يكي قصة البحث عن زواج وخلي تماماً من أي حرف أو أداة بالرغم من طول الإعلان "أنا أتجوز، أنت تلبس، استقرار دور، ماما ردي، عروسة مين؟ سامية شكري. سامية جيزة؟ فرح يالا، شبيه غني، زهر العنب، ومين يدفع؟ أنت تدفع. وهو يدخل؟ عيلة أعمل، طفل ينزل، حفاظة دور، قلب نانا، مدام صدع، بيبي رجع، لبس اغسل، صاحب لأ، شارع بخ، بودي يخرج، سامية ششبش ترفع، سامية دلع، كرش يدلل، رأسه اقرع، عروسة تكره، بودي طلق، عفش يرجع، نفقه تدفع، سجن ادخل، حزن يالا، شبيه غني، إنا اتقطع.

وفور نشر الإعلان قام الجمهور بتقليده في جميع مناحي الحياة، حيث قام أرباب الوظائف والصناعات بمقابلة ومعارضة نص الإعلان بنص يتوافق مع وظيفته أو صنعته، ونشره على وسائل الإعلام، ومنها التلاميذ على سبيل المثال مثل "دراسة ارجع. مصاريف ادفع. ساندويتشات اعمل. دروس اطحن. شارع بخ. نت اقطع. نوم بدري كلام اسمع. مدرس زعق. مس تضرب" ومنها رب البيت المسئول مثل "مرتب انزل. جمعيه ادفع. قسط اخص. فيزا سدد. مرتب اخلص. إنا أشحت" وعلى هذا المنوال سار أصحاب الوظائف والحرف والصناعات يؤلفون كلمات تماثل كلمات هذا الإعلان، ولا يخفي تأثيرها السلبي على اللغة العربية وخاصة بنية الجملة العربية.

### الصورة الثانية: ظاهرة ثنائية اللغة التي تؤدي إلى التهجين اللغوي.

إن ظاهرة استخدام الكلمات الأجنبية على حساب اللغة العربية وانتشار الألفاظ الأجنبية في مواقع التواصل الاجتماعي محل الدراسة أكثر من أن تعد أو تحصى، ويأتي ذلك كانعكاس طبعي لطبيعة الحياة التي تعود عليها المواطن في الدول العربية، فعلى سبيل المثال تمثل واجهات المحلات المكتوبة باللغة الهجينة حيث تجمع بين اللغات العربية والانجليزية والفرنسية والباكستانية والأردو أكثر من ٨٠% مقابل ٢٠% للأسماء المكتوبة باللغة العربية لفظاً وكتابة.

ويذا أصبح استخدام وكتابة الأسماء باللغة تمثل إحدى أوجه الغزو الثقافي فالغرب متفوق على دول العالم العربي بالصناعة وبذلك فهو مصدر للتكنولوجيا والدول العربية تستورد هذه التكنولوجيا وما تحمله من ثقافات وافدة مما زاد من حالة ضعف اللغة العربية خاصة في ظل عدم انتباه المسؤولين عن اللغة العربية، أو بسبب عدم مواكبة اللغة العربية للغات الأجنبية الأخرى وتطورها، حتى أصبح الفرق واضحاً بين اللغة العربية واللغات الأجنبية ومنها الإنجليزية بصفة خاصة، وهذا يدل على عدم وجود ما يقابلها في اللغة العربية، أو لسهولة الاستخدام مما يجعلها أكثر ملائمة لحياتهم، كل ذلك قد زاد من مظاهر الضعف العام في استخدام اللغة وفيما يلي نماذج من منشورات وتعليقات القراء على مواقع التواصل عينة الدراسة باستخدام أسلوب ثنائية اللغة المزيد

الصحفيين كلهم مصورين الاكريديتاشن بتاع AFCON٢٠١٩# و حطينه علي السوشيال ميديا... أقوم اجيب ٢٠١٢, Euro٢٠٠٨, ٢٠١٠& ٢٠٠٦, Olympics & worldcup Premier League & ٢٠٠٨, ٢٠١٢ اكريديتاشنز و اظيط مع الطيطة.

"Nothing will make us to leave you" "لا شيء سيجعلنا نتركك"

### الصورة الثالثة: ظاهرة كتابة اللغة العربية بحروف لاتينية تغيير المعروفة بلغة (الفرانكو اريك)

ويمكن تلخيص أهم الأسباب التي أدت إلى شهرة هذه الكتابة وذيوها فيما يأتي:  
**أولاً:** اختراع الحاسبات الآلية وجميع أنواع الكمبيوتر التي اعتمدت آنذاك على الحروف اللاتينية كلغة واحدة أساسية افتراضية، مما قلل من استعمال حروف اللغات الأخرى ومنها اللغة العربية وأدى إلى ظهور جيل من مستخدمي ومحترفي التعامل مع الحاسبات لا يعرف إلى اللغة العربية سبيلاً في التعامل مع حاسباتهم، وحتى الآن ما زالت بعض شركات تصنيع الحاسبات تنتج حاسباتها معتمدة فقط على الحروف اللاتينية، مما يجعل هذه الحاسبات لا تتعرف على الحرف العربي بل لا تتعرف على جميع الحروف غير اللاتينية، فتجبر معه مستخدميها العرب وغيرهم على تسمية ملفاتهم ورسائلهم العربية وجميع معاملاتهم الإلكترونيات بحروف لاتينية.

**ثانياً:** ظهور خدمة الرسائل القصيرة المعروفة باسم (SMS) مع بداية ظهور الهواتف المحمولة في تسعينيات القرن الماضي في المنطقة العربية، وذلك لأن هذه الخدمة لم تكن مدعومة

أيضا بالحرف العربي شأنها في ذلك شأن الحاسبات الآلية بل كانت مدعومة بالحرف اللاتيني فقط، مما أجبر الملايين من مستخدمي الهواتف المحمولة آنذاك على كتابة رسائلهم العربية بالحروف اللاتينية المتاحة على هواتفهم، وقد تأخرت هذه الشركات في إتاحة اللغة العربية وقتاً ليس بالقليل في ظل التسارع والتسابق بين الشركات المصنعة للحاسبات والهواتف المحمولة حتى تغلبت على هذه المشكلة التقنية ودعمت أجهزتها باللغة العربية وأغلب لغات العالم، ولكن بعد تعود شريحة كبيرة من المستخدمين على استعمالهم للحروف اللاتينية مما صعب عليهم بشكل كبير تعلم الكتابة بالحرف العربي من جديد.

**ثالثاً:** إن شركات تطوير البرامج تعمل دونما التفات إلى أي من المجامع اللغوية في العالم العربي، وأظن أن العكس أيضاً صحيح. والمجامع اللغوية منشغلة بقضايا ليس من بينها تطوير التقنية للغة أو توافق اللغة مع التقنية، فمنذ وقت قريب كانت مسائل اللغة تعرض على مجامع اللغة العربية ووزارات التعليم بالعالم العربي، لكننا اليوم نجد مستخدمي الإنترنت لا ينتظرون قراراً من أحد وأصبح من المألوف في (غرف الدردشة) استخدام لوحة المفاتيح اللاتينية في كتابة اللغة العربية، فتجد assalamo alaykom بدلاً من "السلام عليكم"، وهذه هي العملية المقابلة لكتابة الإنجليزية بالحروف العربية، كما أن مقررات الحاسب أو تكنولوجيا المعلومات في مدارسنا لا تشتمل على دروس في استخدام لوحة المفاتيح العربية. وعموماً نجد أن استعمال الحاسب قد صار مألوفاً إلا في حصص اللغة العربية، مما كون انطباعاً بأن العربية لا تتوافق مع تكنولوجيا الحاسبات، أو لا تتوافقها هذه التكنولوجيا، وإن لم ينتبه مصممو المناهج إلى لوحة المفاتيح العربية فإن جيلاً لاتينيا سوف يسود في بلاد العرب قريباً جداً. (٦٦)

**رابعاً:** ظهور تطبيقات ووسائل التواصل الاجتماعي الجماهيرية وعلى رأسها الفيس بوك وتويتر، التي لم تنتج في بداية ظهورها اللغة العربية كلغة للتواصل بين مستخدميها، فعلى سبيل المثال فإن الفيس بوك ظهر في ٢٨/١٠/٢٠٠٣م، واعتمد على الحروف اللاتينية فقط منذ إنشائه حتى عام ٢٠٠٧م الذي أتيح فيه الحروف العربية كوسيلة للمراسلة والدردشة ولكن بعد تعود المستخدمين على شكل ورسم الحروف اللاتينية في محادثاتهم ومنشوراتهم وتعليقاتهم.

**خامساً:** انتشار المدارس الدولية المعروفة (بالانترناشيونال) على حساب انحسار المدارس العربية بدول العالم العربي، وهرولة أولياء الأمور على إلحاق أبنائهم بها منذ نعومة أظفارهم وقبل سن السادسة، واعتقاد القائمين على شؤون التعليم بأن التعليم الأجنبي هو الأمل لمن أرد التقدم العلمي والتكنولوجي، مما جعل التعليم العربي حكر على أبناء الطبقة الفقيرة في الدول العربية، بينما انحسر التعليم الدولي للطبقة الأعلى اقتصادياً، مما رسخ في الأذهان صورة نمطية وذهنية عن عدم قدرة اللغة العربية بحروفها شكلاً ومضموناً على مواكبة الحياة العصرية وحداً بالطلاب إلى استخدام اللغة الإنجليزية في محادثاتهم لغة وحرماً.

إن اختيار الشباب ثقافة ولغة خاصة يتعاملون بها من خلال شبكات الاتصال الحديثة يعد تمرّدًا علي النظام الاجتماعي، ومحاولة إيجاد بدائل لما هو كائن في مجتمعهم، و هو نوع من الهروب من المجتمع والتمرد علي الكبار، وأن التعامل مع هذه الظاهرة يحتاج إلى التمحيص والتروي.

أكدت هذه الدراسة وجود تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد وللاّنترنّت علي مفردات اللغة المتداولة بين الشباب علي مواقع الإنترنت والمدونات وغرف المحادثات، وتوصل الباحث إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة وسيلة اتصال سريعة الإيقاع، قد واكبتها محاولات لفرض عدد من المفردات السريعة والمختصرة للتعامل بين الشباب.

إن أهم أسباب الإقبال الكبير من الشباب العربي علي مواقع التواصل الاجتماعي هي طريقة اللغة التي يستخدمونها في التواصل علي هذه المواقع والتي هي لغة هجين وخليط بين اللغة العربية وبعض اللغات الأخرى والرموز غير المفهومة. و لعل في هذا التفسير ما يصلح لأن يكون دافعًا لانطلاقة أكثر واقعية لمحاولة تحليل ظاهرة الرواج الجماهيري الذي لاقتته شبكات التواصل الاجتماعي بين جميع شرائح المجتمع ومرشحة في المستقبل القريب إلى الزيادة الكبيرة.

فلغة الفرنكو أو اللغة الهجينة أو اللغة الثنائية هي مزيج بين اللغات العربية والأجنبية الأخرى انتشرت بفضل سيطرة الثقافات الغربية علي الشباب وضعف الانتماء لديهم، وإن لوسائل الإعلام الدور الأكبر في ذلك، حيث من المفترض أن ترتقي بالجمهور، إلا انه يلاحظ استخدام الإعلاميين خاصة في البرامج الشبابية نفس اللغة التي يستخدمها هؤلاء الشباب علي تلك المواقع، الأمر الذي يؤثر علي الهوية العربية، وكما هو معلوم فاللغة تتأثر بقوة أهلها وضعفهم، والشاهد الآن هو ضعف الأمة العربية تجاه كل ما هو غربي وحالة الضعف التي تعترّي الشباب العربي، ولا شك أن اللغة العربية سوف تتأثر بهذا الضعف، إلا أن اللغة العربية كونها لغة القرآن فهي اللغة المحفوظة التي يجب أن تتضافر الجهود للحفاظ عليها.

نموذج من استخدام لغة فرانكو اريك في تغريدة على تويتر



saadlamjarred1 Smile w khaliha ala  
مائل وخليها على مولانا #الله\_ينصر\_سيدنا ,  
moulana ,  
#love\_my\_fans\_forever\_and\_ever  
#saadlamjarred1 #saadlamjarred

@shaymasa, ad 3abibet albi ya sho  
wallahi dyman btfara7eni kda rbna  
yogbor b 5atrek yaraab 😊😍 enty  
w7shaaani aktar bkteer wallahi 💖😍😍

### مقترحات الدراسة وتوصياتها

- 1- ضرورة الاهتمام بالتعاون بين مراكز المعلومات والمؤسسات التعليمية للقيام بدراسات مستمرة ودورية لمعرفة مستوى اللغة العربية لدى الطلاب ومستخدمي المواقع الاجتماعية، وتوجيههم بالاستخدام الآمن للغة العربية.
- 2- أن استخدام الكتابة في التواصل ينمي اللغة العربية ويحافظ عليها، بشرط أن تكون الكتابة بحروف اللغة المستخدمة نفسها، لذا يجب أن تتكاتف الجهود للحفاظ على هوية وخصوصية الحرف العربي بصفته مكوناً أساسياً في اللغة العربية.
- 3- إنشاء قاعدة معلوماتية معرفية تحتوي على برامج خاصة بتعليم اللغة العربية نطقاً وكتابة لتسهل في نشر اللغة العربية والتعريف بها والدعوة للاهتمام بها.
- 4- وضع خطة لرصد الاستخدامات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي، خاصة من قبل الشباب وتحليلها وتفسيرها لمعرفة الأسباب الفعلية التي تقف وراء مجافاتهم للغة العربية.



٥- ضرورة الاهتمام بالتعاون بين مراكز المعلومات والمؤسسات التعليمية للقيام بدراسات مستمرة و دورية لمعرفة مستوى اللغة العربية لدى الطالب ومستخدمي المواقع الاجتماعية، وتوجيههم بالاستخدام الآمن للغة العربية.

٦- أن استخدام الكتابة في مواقع التواصل الاجتماعي ينمي اللغة العربية ويحافظ عليها، بشرط أن تكون الكتابة بحروف اللغة المستخدمة نفسها، لذا يجب أن تتكاتف الجهود للحفاظ على هوية وخصوصية الحرف العربي باعتباره مكون أساسي في اللغة العربية.

٧- إن النهوض باللغة العربية ليس مقصوراً على المجامع اللغوية وحدها، بل هو قبل كل شيء من صنع الكُتاب والأدباء والعلماء والباحثين ورجال الثقافة والإعلام، لذا لا بد من تفاعل المتخصصين الأكاديميين في اللغة مع هذه المواقع، لما لهم من قدرة على توجيه المتصفحين والمستخدمين لهذه المواقع بالنصح والإرشاد والتوجيه من خلال ما ينشئونه من مواقع متخصصة.

٨- صياغة مشروع عربي تتبناه جامعة الدول العربية لوضع إستراتيجية شاملة للحفاظ علي أهم مكون جامع وهو المواطنة اللغوية، كما يمكن تنفيذ مقترحات لنشر الوعي بخطورة التهجين اللغوي، وغرس ثقافة الاعتزاز بالعربية شفاهة وكتابة في كل المحال والمناسبات، وإعداد برامج تعليمية مبسطة لتيسير تعلم العربية لأهلها ولغير أهلها، وربط العربية بالمستجدات الحديثة، وتجسيد برامج حاسوبية لكل الفئات العمرية، وتجديد الكتب المدرسية لتنافس الكتاب الأجنبي في الشكل والمضمون.

٩- علي المدرسة أن تعمل علي إيجاد توازن يتيح للطفل أن يتعلم اللغة العربية كلغة معارف حديثة، وفي الوقت نفسه يتمكن من التفاعل مع مجتمعه ومحيطه باستعمال لغته العربية الأصلية التي تستطيع أن تستوعب الحداثة.

١٠- إلزام الإعلام أن يكون طرفاً فاعلاً في تقديم الحلول عن طريق التوعية بأهمية اللغة كوعاء شفاف لكل العرب، وحث الجماهير علي النطق بالعربية السليمة، والعمل علي تهذيب ما هو خارج لغة التواصل السليمة، وعدم مجازاة السلوك اللغوي الغريب، وتخصيص برامج يومية وأسبوعية مع الخبراء والمختصين للتعريف بالمفردات والأساليب المستحدثة ومدي قبولها أو تعديلها أو رفضها، وحث وكالات الإعلان علي العناية بالجانب اللغوي في الإعلانات.

## مراجع الدراسة:

- ١ ( تشارزد اريت، ترجمة محمد فتحي، المنظور الاجتماعي للاتصال بالجمهور، ط ٩، دار المعرفة، الدار البيضاء، د.ت، المغرب ص٢٧.
- ٢ ( محمد سعيد اسماعيل الصاوي: كتابة العربية بالحروف اللاتينية، الأبعاد التربوية والسياسية، القاهرة، ٢٠٠٥، ص١٢.
- ٣ ( عبدالعزيز بن عثمان التويجري، مستقبل اللغة العربية، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة ابسيسكو، ط٢، ٢٠١٥، ص ٣٧.
- ٤ ( محمد نادر السيد: لغة الخطاب الإعلامي في ضوء نظرية الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٦، ص١٥.
- ٥ ( محمد فريد عبد الله: أثر السياحة في اللغة العربية، مجلة العربي، العدد ٥٦٢، وزارة الإعلام دولة الكويت، سبتمبر ٢٠٠٥، ص٢٠، ٢١.
- ٦ ( علي ليلة: الثقافة العربية والشباب، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط١، ٢٠٠٣، ص٥٤.
- ٧ ( عبد العزيز شرف ومحمد خفاجة: النحو لرجال الإعلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، د.ت، ص١٩.
- ٨ ( أماني خلف الغامدي: تقييم أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب العربي، المجلة التربوية، جامعة الكويت، العدد ١٢٤، الكويت، سبتمبر ٢٠١٧.
- ٩ (محمد بن علي بن أحمد الحازمي: لحن الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي(تويتر) أنموذجًا: أنواعه - أسبابه - آثاره - طرق الوقاية والعلاج، مجلة الدراسات الشرقية، العدد ٥٣ يوليو ٢٠١٤م.
- ١٠ ( ظافرة سعيد آل زيان الأحمري: اللغة العربية وتأثيرها في وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة، بحث مقدم إلى المؤتمر الأول لقسم نظم المعلومات، بكلية العلوم والآداب جامعة الملك خالد بمحافل عسير، الرياض، ٢٠١٤م.
- ١١ ( محمد زكي محمد خضر: رصد واقع اللغة العربية في ميدان التواصل على شبكة الإنترنت والهاتف المحمول، مجلة مجمع اللغة العربية الاردني، تشرين الثاني، ٢٠١٤م.
- ( ١٢
- ١٣ ([http://www.alukah.net/publications\\_competitions/٠/٥٥٤٥٤/#ixzz٤NozQ٠Nva](http://www.alukah.net/publications_competitions/٠/٥٥٤٥٤/#ixzz٤NozQ٠Nva))
- ١٤ ( رحيمة الطيب عيساني: اللغة العرينجليزية في وسائل الإعلام الجديد أو تهجين اللغة العربية في وسائل الإعلام الجديد؛ الانترنت وتطبيقاتها أنموذجًا، المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي ٧-١٠ مايو ٢٠١٣.
- ١٥ ( هاشم صالح مئاع: استخدام طلبة الجامعة اللغة العربية بحروف لاتينية الإنجليزية وغيرها في أساليب التواصل الحديثة، بحث مقدم المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي ٧-١٠ مايو ٢٠١٣.
- ١٦ (نصرالدين عبدالقادر عثمان، ومريم محمد محمد صالح: إشكاليات اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الفيس بوك، بحث مقدم المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي ٧-١٠ مايو ٢٠١٣.
- ١٧ ( Budak, A. Face book , twitter and Barack Obama: New media ٢٠٠٨ presidential election. Unpublished M. A ,WASHINGTON De: George Town University. ٢٠٠٨.
- ١٨ ( Pollet, T. V, rbertsm S. G, &. Dunbar, R. ١. Use of social network sites and instant messaging does lead to increased offline social network size. Or to emotionally closer relationships with offline network members Cyberpsychology Behavior and social Networking. ٢٠١١.

- ١٩) سعيد بن عامر: الازدواجية والثنائية اللغوية في الإشهار العربي: دراسة تقابلية بين العربية والإنجليزية، رسالة ماجستير في اللسانيات التطبيقية، قسم اللغة العربية وآدابها، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، ٢٠٠٧-٢٠٠٦.
- ٢٠) سا.١٦٦، ١٠، ٢٩/٠٢/٢٠١٥، [http://www.arabiclanguageic.org/view\\_all\\_pages.php?id=٢٩](http://www.arabiclanguageic.org/view_all_pages.php?id=٢٩)
- ٢١) عبد الباسط محمد حسن: أصول البحث الاجتماعي، ط١، القاهرة، مكتبة وهبة، ١٩٩٠، ط١١، ص ٢١٣
- ٢٢) رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر، القاهرة، ١٩٨٧، ص ٢٣.
- ٢٣) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ٢٢٠.
- ٢٤) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار الشروق للنشر والتوزيع، جدة، ٢٠٠٩، ص ٥٥.
- ٢٥) مصطفى بشير محمد نور: شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر وواتس بب دراسة مقارنة، كلية العلوم والتقانة، جامعة أم درمان، رسالة ماجستير غير منشورة، السودان، ٢٠١٦ ص ١٩٨.
- ٢٦) (<https://weedoo.tech/%D8%A7%D8%AD%D8%B0%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%84%D8%AF%D8%A7%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9-٢٠١٧/>)
- (<https://www.alfaseeh.com/vb/showthread.php?t=٧٧٠٥٧٢٧>)
- ٢٨) صالح بلعيد: التهجين اللغوي في وسائل التواصل الاجتماعي لدى فئة الشباب: مخاصمة أم مرافقة، بحث مقدم للمؤتمر الدولي لمجمع اللغة العربية في دورته ٨٥ القاهرة، ٢٠١٩.
- ٢٩) <http://www.hurras.org/vb/showthread.php?t=٢٥٧١٢>
- ٣٠) عبدالعزيز شرف: اللغة الإعلامية، دار الجيل، بيروت، ١٩٩١، ص ٩.
- ٣١) عبدالعزيز شرف: اللغة الإعلامية، المرجع السابق، ص ١٢.
- ٣٢) محمد نادر السيد: لغة الخطاب الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ١٥-١٧.
- ٣٣) منقور عبد الجليل: علم الدلالة، اتحاد الكتاب العرب، دمشق، ٢٠٠٣، ص ٥٧.
- ٣٤) صقر خوري: الفكر واللغة، مجلة المعرفة السورية، العدد ٩٦، ٢٠٠٥م، ص ١٧٩.
- ٣٥) عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص ١٣٣.
- ٣٦) محمد عبده لفل: اللغة العربية بين الثبات والتغيير، مجلة المعرفة السورية، العدد ١٩٩٧، ٤٠٣، ص ١١٦.
- ٣٧) عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص ١٣٤.
- ٣٨) عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية، المرجع السابق، ص ١٣٥.
- ٣٩) عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية، المرجع السابق، ص ١٣٦.
- ٤٠) كمال الحاج: الإعلام النامي، سلسلة مطبوعات جامعة دمشق، دمشق، ٢٠٠٩، ص ٤٠٦.
- ٤١) كمال الحاج: الإعلام النامي، المرجع السابق، ص ٤٠٧.
- ٤٢) محمد عبده لفل: اللغة العربية بين الثبات والتغيير، مرجع سابق، ص ١١٥.
- ٤٣) عبد القاهر الجرجاني: التعريفات، مكتبة لبنان، ناشرون، ٢٠٠٠م، باب التاء، ص ٥٦.
- ٤٤) Dictionnaire la linguistique francais arabe, Larousse, le banon, p1١
- ٤٥) فتيحة حداد: اللغة العربية بين التهجين والتهديب الأسباب و العلاج، واقع التهجين اللغوي في المدرسة الجزائرية، أبعاده و أسبابه السوسiolسانية، مجلة جامعة تيزي وزو، العدد ١، الجزائر، ٢٠١٠م، ص ٣٩٣.

- ٤٦ ( علي القاسمي: التداخل اللغوي و التحول اللغوي، مجلة جامعة تيزي وزو، العدد ١، الجزائر، ٢٠١٠م، ص ٧٧.
- ٤٧ ( عبد الرحمن الحاج صالح: مشروع الذخيرة اللغوية و أبعادها العامة التطبيقية، مجلة الآداب، جامعة قسنطينة، معهد الآداب، العدد ٣، الجزائر، ١٩٩٦م، ص ٣٥.
- ٤٨ ( لويس جون كالفي: علم الاجتماع اللغوي، ترجمة: محمد يحياتن، دار القصة للنشر، الجزائر، ٢٠٠٦م، ص ٣٤.
- ٤٩ ( كريمة سالمى: اللغة العربية الفصحى في الممارسة اللغوية لمتعددي اللغات، مجلة جامعة تيزي وزو، العدد ١، ٢٠١٠م، ص ١٥٢.
- ٥٠ ( بطرس البستاني: محيط قاموس مطول للغة العربية، ص ٢٧٢.
- ٥١ ( مسعود بوبو: أثر الدخيل على العربية الفصحى في عصر الاحتجاج، منشورات وزارة الثقافة و الإرشاد القومي، دمشق، ١٩٨٢م، ص ٢٠.
- ٥٢ ( مصطفى صادق الرافعي: تاريخ آداب العرب، راجعه عبد الله المنشاوي و مهدي البحقيري، مكتبة الإيمان بالمنصورة، دط، ج ١، ص ١٧١.
- ٥٣ ( محمد بن إبراهيم الحمد: فقه اللغة مفهومه و قضاياها و موضوعاته، ط ١، دار ابن حزيمة للنشر و التوزيع، المملكة العربية السعودية، الرياض، ١٤٢٦هـ/٢٠٠٥م، ص ١٨.
- ٥٤ ( أبو منصور الجواليقي: المعرب من الكلام الأعجمي على حروف المعجم، دار القلم، دمشق، ط ١، ١٩٩٠م، ص ١٣-١٤.
- ٥٥ ( عبد المجيد بن محمد بن علي الغيل: الألفاظ الدخيلة و إشكالية الترجمة اللغوية و الحضارية، ص ٣١-٣٢.
- ٥٦ ( صالح بلعيد: دروس في اللسانيات التطبيقية: دار هومة للطباعة و النشر، الجزائر، ط ٤، ٢٠٠٩م، ص ١٨.
- ٥٧ ( مشتاق عباس معن: المعجم المفصل في فقه اللغة، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط ١، (١٤٢٢هـ/٢٠٠١م)، ص ٤٩.
- ٥٨ ( صالح بلعيد: التهجين اللغوي المخاطر و الحلول، مجلة اللغة العربية بين التهجين و التهذيب، جامعة تيزي وزو، العدد ١، ٢٠١٠م، ص ٢٠.
- ٥٩ ( عبد العظيم أحمد عبد العظيم: التخطيط اللغوي لتأصيل الهوية العبرية في فلسطين، دراسة في دراسة جغرافية اللغات، بحث مقدم في مؤتمر الهوية و اللغة في الوطن العربي، المركز العربي للأبحاث و دراسة اللسانيات، الدوحة، (١٤٣٣هـ/٢٠١٢م)، ص ٢.
- ٦٠ ( ميشال زكريا: قضايا ألسنية تطبيقية، دراسات لغوية اجتماعية، دط، ص ٣٥.
- ٦١ ([http://www.arabiclanguageic.org/view\\_page.php?id=٣٣٣٨](http://www.arabiclanguageic.org/view_page.php?id=٣٣٣٨))
- ٦٢ ( مدخل إلى علم اللغة: إبراهيم خليل، مرجع سابق، ص ٧٥-٧٨.
- ٦٣ ( إبراهيم صالح الفلاحي: ازدواجية اللغة النظرية و التطبيق، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، ط ١، (١٤١٧هـ/١٩٦٦م)، ص ١٣٧.
- ٦٤ ( محمد راجي الزغول: ازدواجية اللغة نظرة في حاضر اللغة العربية وتطلع نحو مستقبلها في ضوء الدراسات اللغوية، مجلة مجمع اللغة العربية الأردني، السنة الثالثة، العدد المزدوج ٨٠١، آب كانون أول، ١٩٨٠م، ص ١٢١-١٢٠.
- ٦٥ (<http://www.aqlamalhind.com/?p=١٠٥٠>)
- ٦٦ ( محمد سعيد إسماعيل الصاوي: كتابة العربية بالحروف اللاتينية: الأبعاد التربوية والسياسية، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ٤٤.

## Rules of Publishing



Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.

# Mass Communication Research

A Scientific Journal Issued by Al-Azhar University

---

**Chairman of Board of Directors**

**Prof. Dr. Mohamed El mahrasawy**

---

**Editor- in - chief**

**Prof. Dr. Ghanem El Saeed**

---

**Deputy Editor-in-Chief**

**Prof. Dr. Mahmoud El Sawey**

**Prof. Dr. Arafa Amer**

**Dr. Abd El Azeem Khedr**

---

**Managing Editors:**

**Dr. Mohamed Abd El Hameed**

---

**Editorial Secretary:**

**Dr. Ramadan Ibraheem**

---

**Correspondences**

should be sent to the editorial secretary on the following address:

Azhar University - Faculty of Mass Communication – Telephone

Number 0225108256

**Our Website : <https://jsb.journals.ekb.eg>**

---

○ Issue 51 January 2019 part 2

○ **International Standard Book Number ISBN 6555**