

# إشكالية الخطاب اللغوي في ظلّ الاتصال الرقمي (الفايسبوك نموذجاً)

سمر كرامي

جامعة الجنان- لبنان

[samar.karami@hotmail.com](mailto:samar.karami@hotmail.com)

استلام البحث: 21-06-2024 مراجعة البحث: 20-08-2024 قبول البحث: 24-08-2024

## ملخص

انطلاقاً من واقع أنّ استخدام الوسائط الإعلامية الحديثة قد أثر في لغة التواصل والتراسل، برزت هذه الدراسة التي هدفت إلى التعرف إلى واقع اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا في الفايسبوك، خاصة مع انتشار العامية والعربية بين المستخدمين، ما أدى إلى تراجع استعمال اللغة العربية الفصحى والسليمة، مع كل ما لهذا من سلبات وانعكاسات، خاصة إذا علمنا النقص الهائل في المحتوى العربي في الفضاء الرقمي. وللوصول إلى تحقيق الهدف، تم توزيع مئة استمارة على عينة عشوائية من مستخدمي الفايسبوك، وقد خلصت الدراسة إلى أنّ المستخدمين يفضلون العامية لسهولة استخدامها، وأنّ ثمة علاقة بين المستوى التعليمي وبين قراءة ما ينشر بالعربية الفصحى. وأوصت الدراسة بوضع خطة جدية لرصد الاستعمالات الخاصة بالاتصال الرقمي وتحليلها لمعرفة الأسباب الفعلية التي تقف وراء مجافاة العربية الفصحى، إضافة إلى إنشاء صفحات تشجّع على الكتابة باللغة العربية.

**الكلمات المفتاحية:** الخطاب اللغوي – الاتصال الرقمي – مواقع التواصل الاجتماعي.

## Abstract:

Modern means of communication have affected the language of texting and correspondences in many ways. Based on that, this study aimed to identify the current conditions of the Arabic language on social networking sites, specifically on Facebook. The wide spread of colloquial Arabic and Arabinglish (a blend of Arabic and English) among users, has led to a decline in the use of classical Arabic (fusha). This shift, along with the huge lack of digital content in Arabic language, could lead to several negative consequences. To achieve the goal of the study, one hundred questionnaires have been distributed to a random sample of Facebook users. The study concluded that most users prefer the colloquial language because of its ease, although this preference is directly linked to the educational level and background of each user. The study recommended developing a plan to monitor and analyze the performance of digital communication, in order to have a wider comprehension for the actual reasons behind avoiding standard Arabic, in addition to creating specialized sites that encourage writing in Arabic language.

**Keywords:** linguistic discourse - digital communication - social networking sites.

## مقدمة:

ليست اللغة العربية بمنأى عن التطور الرقمي المشهود في مختلف مجالات الحياة، بعد أن فرضت التكنولوجيا سيطرتها بشكل واضح، بما لذلك من تأثيرات طالت اللغة العربية إلى حدّ لافت.

ولا غرابة في ذلك، فعالم اللغة البريطاني ديفيد كريستال أشار إلى بروز لغة جديدة باتت تسيطر على لغة الإنترنت، سمّاها "السرد الإلكتروني" أي هذا السرد هو بحدّ ذاته بمنزلة وسيط جديد. فالإنترنت ليست مجرد ثورة تقنية، بل هي ثورة اجتماعية أيضًا، واللغة قضية محورية في قلب هذه الثورة الاجتماعية.

وهذا يشير إلى أنّ التغيّر – بفعل التكنولوجيا – أصاب اللغة عامّة وليس العربية فحسب.

## أهمية الدراسة:

تتعلق أهمية هذه الدراسة من افتراض أن استخدام الوسائط الإعلامية الحديثة التي أفرزتها التكنولوجيا في مجال الاتصال الرقمي تحديًا، قد أثر في لغة التعبير والتواصل والتراسل الذي يعرف بالتفاعل والتشارك بين المستخدمين. ومعيار الحكم على هذه اللغة لا بد من أن يخضع لمعايير اللغة العربية الفصحى. وهذا ما ستحاول الدراسة تسليط الضوء عليه، خاصة بعدما أشيع استخدام مصطلح "اللغة العارية" أو naked language (ديفيد كريستيل) بسبب ابتعاد اللغة – أي لغة – عن القواعد والأصول.

## تساؤلات الدراسة:

تهتم الدراسة بالإجابة عن التساؤلات الآتية:

- 1- ما هو واقع اللغة العربية حاليًا في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- هل العربية قاصرة عن مواكبة التطورات التكنولوجية؟ أم أن التكنولوجيا تفرض لغتها؟
- 3- ما هو واقع اللغة العربية في الفايسبوك تحديًا؟
- 4- هل يعتمد المستخدم اللبناني العربية الفصحى في التواصل والتفاعل عبر الفايسبوك؟
- 5- ما هي أسباب انتشار العريضة والعامة بين المستخدمين؟
- 6- ما هي المخاطر الناجمة عن استخدام هذه "اللغة" الجديدة؟
- 7- إلى أي مدى يساهم استخدام الفايسبوك في تدهور اللغة العربية؟

## أهداف الدراسة:

يقول المستعرب الإسباني المعاصر المهتم باللغة العربية بيدرو مارتينيز Pedro Martinez (1933): "إن اللغة العربية هي الحصن الوحيد المتبقي للعرب في كل ما يملكون من حاضر، وذلك بسبب عمق وغنى هذه اللغة". انطلاقًا من أهمية اللغة العربية، وكونها الثروة الوحيدة المتبقية للعرب، تبدو أهمية الدراسات التي تتناول هذه اللغة، خاصة بسبب ما تواجهه من تحديات مع انتشار الاتصال الرقمي. وتأتي هذه الدراسة لتحديد أهدافها بالآتي:

- 1- التعرف إلى التحديات التي تواجه اللغة العربية في الاتصال الرقمي.

2- التعرف إلى واقع اللغة العربية في الاتصال الرقمي وتحديدًا الفايبروبوك.

3- التعرف إلى مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي - وتحديدًا الفايبروبوك - في تدهور اللغة العربية.

4- التعرف إلى العقبات والأسباب التي تحول دون انتشار اللغة العربية السليمة في الاتصال الرقمي.

## أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة ثلاث أدوات لتحقيق أهدافها:

- 1- **الملاحظة:** أي اعتماد الملاحظة الدقيقة لحصر بعض العمليات التفاعلية التي يقوم بها مستخدمو الاتصال الرقمي - وتحديدًا الفايبروبوك - لجهة دراسة اللغة المعتمدة، سواء في كتاباتهم أو في تعليقاتهم على كتابات أصدقائهم.
- 2- **استمارة الاستبيان:** تم توزيع مئة استمارة على عينة عشوائية من مستخدمي الفايبروبوك، من مختلف الشرائح الاجتماعية والعلمية والعمرية في محافظة لبنان الشمالي.

## الإطار النظري

### تعريف اللغة:

اللغة اصطلاحًا هي نسق من الرموز والإشارات التي يستخدمها الإنسان بهدف التواصل مع البشر، والتعبير عن مشاعره، واكتساب المعرفة، وتعّد اللغة إحدى وسائل التفاهم بين الناس داخل المجتمع.

ولكنّ مجتمع لغة خاصة به تستخدم من أجل الاتصال والتواصل الاجتماعي والفردية.

وقد عرّفها ابن جنّي بأنّها " أصوات يعبر بها كلّ قوم عن أغراضهم ". ووصفها ابن خلدون بقوله "هي ملكات شبيهة بالصناعة، إذ هي ملكات في اللسان للعبارة عن المعاني، وجودتها وقصورها بحسب تمام الملكة أو نقصانها، وليس ذلك بالنظر إلى المفردات، وإنّما هو بالنظر إلى التراكيب". (ibin jinni 1952)

أمّا ابن حزم فعرفها بأنّها " ألفاظ يعبر بها عن المسميات، وعن المعاني المراد إفهامها، ولكلّ أمة لغتهم ". (ibin hazm

2011)

وعرّفها العالم اللغوي فرديناند دو سوسير Ferdinand de saussure (مؤسس المدرسة البنوية) بأنّها " نظام من الرموز الصوتية الاصطلاحية في أذهان الجماعة اللغوية، تحقّق التواصل بينهم، ويكتسبها الفرد سماعًا من جماعته"، وهو يعدّها " ظاهرة اجتماعية تستخدم لتحقيق التفاهم - الاتصال بين الناس".

فاللغة هي "عنوان أيّ أمة، واللسان الناطق بهويتها، والمعبر عن خصوصياتها والمجسّد لمقوماتها الفكرية والمعرفية"، حسب التوجيهي. (al twayjari 2016)

ولا يمكن فصل اللغة عن قواعدها حسب النظرية البنوية لسوسير، بمعنى أن "القواعد النحوية هي التي تربط الكلمات والجمل بمعانٍ خاصة " وذلك من أجل إيصال معنى معيّن، وهو يرى أنّ اللغة كنظام للاتصالات والتواصل، " تمكّن البشر من تبادل الكلام اللفظي أو الرمزي لنقل المعاني التي تعبّر عن الأهداف التي يريدونها أي الوظائف الاجتماعية للغة". (al twayjari 2016)

### اللغة العربيّة:

هي من اللغات السامية، وتعدّ من اللغات الأكثر تداولاً بين الناس في العالم، ومن أقدم اللغات الحيّة في الأرض، وينتشر متحدثوها في الدول العربية الواقعة في قارتي أفريقيا وآسيا، وفي بعض الدول التي تجاور دول الوطن العربي. ويطلق عليها لغة الضاد. وبحسب اليونسكو، تحتلّ اللغة العربية المرتبة الرابعة في العالم من حيث عدد المتحدثين (6.6 %)، والمرتبة الثانية بعد الإنكليزية من حيث عدد الدول المتحدّثة بها (66 دولة)، إذ يتحدّث باللسان العربيّ نحو 550 مليون نسمة في العالم، بحيث هي اللغة الأمّ لحوالي 300 مليون شخص، واللغة الثانية لحوالي 250 مليوناً. وفي عام 1974، تمّ اعتمادها كلغة رسمية سادسة في الأمم المتّحدة. وللغة العربيّة الكثير من الخصائص والميزات التي تميّزها عن اللغات الأخرى أهمها: (yaacoub 1982)

- مرونة الاشتقاق.
  - الإعراب وهو من أقوى خصائصها.
  - الاشتقاق الذي يعدّ من الخصائص النادرة في اللغة العربية.
  - الترادف والتضادّ.
  - السعة، فهي زاخرة بالمفردات.
- وغيرها من الميزات والخصائص التي تجعلها " لغة بلغت حدّ الكمال في قلب الصحراء عند أمة من الرّحل، ففاقت اللغات بكثرة مفرداتها ودقّة معانيها، وحسن نظام مبانيها "، حسب ما وصفها إرنست رينان العالم الفرنسيّ المعروف Ernest renan.

ويمكن تلخيص وظائف اللغة عامّةً باثنتين: الأولى جعل التواصل بين الناس ممكناً، والأخرى الحفاظ على المعرفة. فاللغة التي تنقّر كلماتها أو مفرداتها إلى مفاهيم معيّنة تحجب عن الناطقين بها استيعاب هذه المفاهيم. واللغة التي يعرفها الفرد والمتاحة له هي الوسيلة التي يرى بها العالم على رحابته، وهذا يفسّر ما قاله الفيلسوف النمساويّ لودفيك فيتغنشتين (Ludwig Wittgenstein 1951) (1889 - "حدود لغتي تعني حدود عالمي".

وهنا لا بد من الإشارة إلى أنّ اللغة العربية كانت يوماً ما قادرة على استيعاب كلّ ألوان العلوم والفلسفة ونقلها عبر الأجيال، لكثرة ما تحتويه من ألفاظ ومفردات واشتقاقات.

### الاتصال الرقمي Digital communication:

الاتصال هو عملية تفاعل طرفين أو أكثر معاً في حدث أو موضوع معيّن، للوصول إلى تحقيق التأثير المطلوب لدى طرف واحد من الأطراف أو كليهما معاً. أو هو عملية إنتاج ونقل للمعلومات وتبادل للأفكار والآراء والمشاعر من إنسان إلى آخر، بهدف التأثير فيه وفي أفكاره وإحداث استجابة.

من أهم شروط الاتصال الوضوح والبساطة وسلامة الوسيلة وغيرها.

أما الاتصال الرقمي فهو الذي يقترن باستخدام الحاسب الآلي والوسائل التكنولوجية المتعددة، أي إنه يقوم على استخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها باعتبارها الوسائل الأساسية للاتصال بين أطرافه.

وقد شهدت أنظمة الاتصال في الآونة الأخيرة جملة من التطورات وفق أربعة محاور هي:

- تنامي ذكاء الشبكات.

- البحث المتواصل للترفيه في السعة.

- تقريب الخدمات الذكية من المستعمل.

- تدني كلفة التجهيزات بالنسبة إلى سعتها.

وهكذا، فإن الرقمنة هي تطور تكنولوجي ذو تداعيات كبيرة، فرضت نمطاً مستحدثاً لمعالجة ونقل وتخزين المعلومات خارج مظلة الخبراء والمؤسسات.

أما أهم فوائد الاتصال الرقمي فيمكن تلخيصها بالآتي: (al rahabni 2012)

- السرعة في نقل الصور والبيانات والنصوص.

- الوفرة في المعلومات والصور المتنوعة.

- التنوع في المعلومات والصور.

وتشير بعض التوقعات المبنية على دراسة الواقع الحالي، إلى أنه في العصر الرقمي الحالي، تضم شبكة الإنترنت 5 مليارات مستخدم تقريباً، وبحلول 2030، يُتوقع أن يتخطى العدد الستة مليارات، بمعدل 19 مليار جهاز اتصال متداول في العالم، وستتاح للدول والمناطق التي تخلّفت عن ركب عصر المعلومات إمكانية التقدم والتطور، إذ ستمتلك البيانات والمعرفة التي تخولها لاتخاذ القرارات الصحيحة والمساعدة على تغيير حياة الناس للأفضل. ونورد بعض الأرقام حول الإنترنت:

- عدد مستخدمي الإنترنت وصل إلى 5.3 مليار في أوائل 2024.

- عدد مواقع الويب على الإنترنت تخطى 1.3 مليار.

- عدد مستخدمي الإنترنت حول العالم تجاوز 64 في المئة من عدد سكان العالم.

ولا بد من الإشارة إلى أن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال الرقمي قد غير أنماطاً كثيرة من حياة الناس، إذ إن الابتكارات والاختراعات في هذا المجال قد وجدت طريقها إلى حياة المجتمعات، وباتت في متناول أعداد كبيرة من الناس، ما انعكس على ثقافة هذه المجتمعات، والأهم على لغتها.

## اللغة والاتصال:

لما كان العالم المعاصر يشهد مجموعة من التحولات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، ظهرت كلمات ومصطلحات جديدة كان لها كبير الأثر في اللغة العربية، الأمر الذي عزز الهوية بين الجيل الجديد من مستخدمي هذه الوسائل وبين لغة الضاد. فاستخدام وسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية، وما فرضته من مراسلات وغيرها، قد نتج عنه لغة مكتوبة جديدة غصت بالتعابير المستحدثة، وطالت استخداماتها الرسوم والصور والرموز والإشارات كطريقة للتعبير عن المشاعر والعواطف بدلاً من الكلمات العربية.

ولما كان لفضاء الإنترنت اللغوي طبيعة خاصة، فإن بعده عن النخبوية وتداوله بين الناس وشيوعه ولا مركزيته وعالميته، جعلنا نتقبل استخدامه كما هو، بما أفرزه من مصطلحات وكلمات جديدة، خاصة أن ثمة إشكالية كبيرة في نقل مصطلحات الإنترنت والسوشيال ميديا إلى اللغة العربية، وهي قضية تقع في قلب الحركة الفكرية لأي مجتمع.

لذلك نرى الغرب يمتدنا بمئات المصطلحات والألفاظ الجديدة التي بتنا نستخدمها بالحرف العربي، ولكن بلفظة أجنبية.

فبالإضافة إلى المشكلات اللغوية الصرفية والنحوية والإملائية، برزت مفردات فرضتها الحداثة والتكنولوجيا، وهي كلمات يكتبها المستخدم بالحرف العربي:

لايك like - لينك link - تشات chat

غروب group - بروفايل profile - أونلاين online

أبدایت update - بوست post - آد add

بلوك block - باسورد password - ترند Trend

تجدد الإشارة إلى أن العلاقة بين اللغة والإعلام من حيث التأثير والتأثير ليست حديثة العهد. وقد حصل هذا في القرن التاسع عشر عند ظهور الصحافة في العالم في الوطن العربي، عندما تعالت صيحات الأدباء آنذاك بضرورة الحرص على صحة اللغة العربية وسلامتها. فظهرت عدة كتب تُعنى بلغة الصحف لتصحيح الأخطاء الشائعة ورد الاعتبار للغة الضاد.

وهذا ما دفع الباحث عبد العزيز بن عثمان التويجري إلى القول: "العلاقة بين اللغة والإعلام لا تسير دائماً في مسار متوازٍ، لانعدام التكافؤ بينهما، فالإعلام هو الطرف الأقوى، ولذلك يكون تأثيره في اللغة بالغاً، فيلحق بها أضراراً"، بمعنى أن اللغة تكون عادة تابعة للإعلام وليس العكس.

في حين يرى فريق من الدارسين أن هذا يؤكد طواعية اللغة العربية تحديداً، حين استطاعت الصحافة تطويعها في القرنين الماضيين، وها هو الإعلام الجديد اليوم والاتصال الرقمي تحديداً يطويعها ثانية، ويجعلها مرنة بما يتماشى مع روح العصر ويفي بمتطلباته. بمعنى أن هناك ألفاظاً فرضتها الحداثة والتكنولوجيا في حياتنا اليومية كما أسلفنا سابقاً. (kabrit 2010)

وبفعل إنتاج ألفاظ وتراكيب لغوية جديدة مع انتشار التكنولوجيا، أمكننا اليوم الحديث عن "العولمة اللغوية" والتي من أهم مظاهرها:

- التداول بالأجنبية في الحياة اليومية (كثرة المفردات الأجنبية)

- كتابة لافتات المحال التجارية
- التراسل عبر الإنترنت
- اشتراط إتقان الإنكليزية للتوظيف
- كتابة قائمة الطعام في المطاعم ....

وإزاء هذا الواقع، فإنّ اللغة العربية والكتابة العربية تواجهان مجموعة من التحدّيات في المجال الإلكتروني والاتصال الرقمي، ويعود مصدر ذلك إلى ضعف مخرجات البحث العلمي العربيّ أساسًا في التعاطي مع البيانات الرقمية متعدّدة اللغات، من حيث التجديد والتحديث والابتكار.

فاللغة العربية ما تزال في بحث متواصل عن أفضل السبل لدعم تواجدها في الفضاء الرقمي العالمي، والدليل على ذلك النسب المتدنيّة لتواجد المحتويات العربيّة على الشبكات:

- المحتوى العربي الموجود في غوغل 3 % فقط.
  - المحتوى العربي في إجمالي محتوى موقع موسوعة ويكيبيديا 1,2 %.
  - نسبة المستخدمين العرب للإنترنت 10 %.
  - نسبة انتشار المحتوى الرقمي بالعربيّة على شبكة الانترنت 3 %.
- والجدير ذكره أنّ ترتيب المواقع العربيّة من قبل مستخدمي الإنترنت هو على الشكل الآتي:

1- المواقع الترفيهية (أغاني - أفلام - رياضة - دردشة ....)

2- المواقع الخدميّة (محركات بحث)

3- المواقع المعلوماتيّة (برامج - حاسوب ...)

4- المواقع الإخباريّة (أخبار - صحف ...)

5- المواقع الثقافيّة والتوجيهيّة (ثقافة - دين ...)

ثمّ إنّ بعض الإحصاءات حول استخدام الإنترنت والاتصال الرقمي في العالم العربي قد يزيد من حدّة المواجهات والتحدّيات أمام اللغة العربيّة كالآتي:

- 350 مليون اشترك بالهاتف المحمول في منطقة الشرق الأوسط.
- 70 % من سكان المنطقة يصلون إلى الإنترنت.

#### الفيسبوك Facebook:

هو موقع يعتبر من أشهر وسائل التواصل الاجتماعي، فهو شبكة اجتماعية كبيرة، بإمكان مستخدميه الانضمام إلى الشبكات التي تنظّمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الأقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كما يمكنهم إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وتحديث الملفّات الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

ويعود تاريخ هذا الموقع إلى العام 2004 حيث قام مارك زوكربيرغ بابتكاره عندما كان طالبًا في جامعة هارفرد.

ونورد بعض الإحصائيات الحديثة حول هذا الموقع:

- يبلغ عدد المستخدمين النشطين 3 مليارات مستخدم شهريًا.
  - هناك أكثر من 350 مليون صورة يتم تحميلها يوميًا على Fb.
  - هناك أكثر من 200 مليون شركة لها وجود على الفايسبوك، و60 مليون صفحة أعمال.
  - تتراوح أعمار غالبية المستخدمين بين 25 و34 سنة.
  - تخطى عدد مشاهدات الفيديوهات حوالي 9 مليارات يوميًا.
- أما في الوطن العربي، فهناك 188 مليون مستخدم، نصفهم يستخدمه يوميًا.

ونورد ترتيب الدول العربية من حيث أعداد مستخدمي الفايسبوك:

1- مصر بمعدل 40 مليون مستخدم، وهي في المرتبة الأولى في العالم العربي من حيث استخدامها الفايسبوك.

2- الجزائر: 28 مليون 5- السودان: 10 ملايين 9- الأردن

3- العراق: 25 مليون 6 - الإمارات 10 - الكويت

4- السعودية: 19 مليون 7- تونس 11 - لبنان: 2.4 مليون

5- المغرب: 17 مليون 8- سوريا

### اللغة العربية في الفايسبوك:

أحدثت الشبكات التفاعلية عامة، والفايسبوك خاصة، نقلة نوعية في حياة الناس في كل مجالاتها، ومن بينها لغتهم المستخدمة فيما بينهم.

فالمستخدمون - خاصة العرب - يتعاملون بلغة "إنترنتية" جديدة فرضتها أبعاد التكنولوجيا، وتهافت الكثيرون عليها، حتى صارت موجودة ومتداولة في كل مكان، إلى أن أصبحت المفردات والمصطلحات الجديدة المستخدمة جزءًا لا يتجزأ من ثقافتهم، الأمر الذي ساهم في التأثير في اللغة العربية الأم، ونتج عن ذلك الابتعاد عن الاستخدام السليم والصحيح لها.

فلما كانت شبكات التواصل منفتحة على مستويات، بعضها ضعيف المستوى اللغوي العربي، فإن المستخدمين، وخاصة الشباب العربي تحديدًا، باتوا يستخدمون لغة وظيفية، أو لنقل "لغة واقعية" حسب تعبير الكاتب الفرنسي المعاصر Jérôme peignot في كتابه DE l'écriture à La typographie، والذي يرى أن الكتابة رمز "أيقوني" للواقع الذي تسعى إلى تقديمه. فهي، قبل أن تكون امتلاكًا للمحفوظ، امتلاك للعالم.

وبناء على ما سبق، فإن النسق اللساني الذي يستخدمه جيل اليوم من الشباب العربي في مواقع التواصل الاجتماعي، والفايسبوك تحديدًا، هو رمز أيقوني للواقع العربي فعليًا، هذا الواقع الذي ينطلق من واقع لغوي مرتبك نتيجة ما تعانيه اللغة العربية حاليًا، من حيث سوء استخدامها وضمورها أمام سيادة العامية واللغة العربية المليئة بالمفردات الأجنبية الدخيلة، ووقوع المستخدمين في أخطاء لغوية شنيعة.

وإنَّ المتخصص والمدقق في الخطاب اللغويّ في الفايسبوك يشعر فعلاً بخطورة ما تتعرّض له مسيرة اللغة العربية. فاللغة المستخدمة هي انعكاس طبيعيّ لتقشي استخدام اللغة العامية والمزدوجة (العربيّزي) في المجتمع اللبناني تحديداً.

من أمثلة الأخطاء والمفارقات اللغويّة التي تمّت ملاحظتها:

- حذف الألف (بلمقلوب).
- الخلط بين (د - ض) (ة - ت) (ة - هـ) (ق - أ): أهوة.
- الخلط بين (أ - ن): شكرن.
- الخلط بين (ذ - ز) (س - ث) ....

ويمكن تلخيص سمات الأداء أو التعبير اللغويّ في الفايسبوك بالضعف وشيوع الأخطاء اللغويّة والنحويّة والإملائيّة، واللجوء إلى العاميّة وعدم سلامة النطق وازدواجية اللغة التي تعدّ من أهمّ المخاطر. فالشباب العربي قام بتسطير قواميسه اللغويّة بنفسه، متّجهاً إلى تركيب تعابير جديدة، والخلط بين العربيّة والأجنبيّة في التواصل، خاصة في المستجدات من الأمور، أو عبر الاقتراض من عالم اللغة ما يلبي رغبته ويسدّ حاجاته.

هذا فضلاً عن إدخال رموز وأرقام سواء على المستوى الحرفي أو المجازي، بحيث أصبحت الحروف العربية تكتب بحروف وأرقام ورموز لاتينيّة، كما تمّ إدماج اللهجة العاميّة بكتابة عربيّة فصحي إلى جانب التعبير عن أفكارهم ومشاعرهم وحالاتهم النفسية بالرسومات البسيطة والرموز.

وكانت بعض الدراسات في الوطن العربي قد حدّرت من ظهور " لغة موازية " يستخدمها الشباب في محادثاتهم عبر الإنترنت، تهدّد مصير اللغة العربيّة في الحياة اليوميّة، وتلقي بظلال سلبية على ثقافة وسلوك الشباب.

وحاول الدارسون لهذه الظاهرة، اعتبار ما يحصل من تغيير لغوي بمثابة " تمرد " على النظام الاجتماعي من قبل الشباب، وابتداع لون جديد من الثقافة المنتشرة بينهم دون غيرهم، وخاصة الأهالي.

أمّا البعض الآخر فقد اعتبر هذه الظاهرة نوعاً من الهروب من المجتمع، وبالتالي على الجميع احترام لغة الشباب الجديدة في الفايسبوك وعدم الاستهزاء بها، مشيراً إلى أنّ هذا التغيير شبيه إلى حدّ كبير بالتغيير عند الجيل الجديد في الملابس والسلوكيات اليوميّة وتسريحة الشعر ...

### علم الإعلام اللغويّ:

لا بدّ من الإشارة هنا إلى أنّه - وفي سياق التحليلات العلميّة والدراسات التي تبحث في أصول العلاقة المتداخلة بين الإعلام واللغة - يظهر "علم الإعلام اللغويّ" الذي يعدّ من العلوم التي تتجه إلى دراسة دور اللغة في بناء الرسالة الإعلامية ونقل مضامينها. ويهتمّ هذا العلم بدراسة الأسلوب الإعلاميّ من حيث:

- المعايير اللغوية.
  - الخصائص الأسلوبية.
- أي إنّ "علم الإعلام اللغويّ" يُعنى بدراسة استخدام اللغة من خلال عمليّة الاتصال عبر وسائل التواصل أو الاتصال الرقمي.

فالجمل أو التعابير الإعلامية تتغير وتتأثر بعوامل عديدة أهمها محتوى الرسالة وظروف المتلقي وخصوصية المرسل. وهذا يدفعنا إلى القول إنَّ الأسلوب الإعلامي هو لغة تُبنى على أساس نسق اجتماعي معيّن تحمل عباراتها ومفرداتها وقواعدها طابعًا خاصًا ومميّزًا جديرًا بالدراسة.

## الإطار العملي

### النموذج اللبناني:

إنَّ المراقب للواقع الذي تعرضه وسائل الإعلام والاتصال الحديثة يدرك تمامًا أنّه ينبغي بصراع حادّ وفعليّ تخوضه اللغة العربية، تحديدًا في الفايسبوك، والمتلقّي اللبناني بصورة خاصة.

فالمدقّق في الخطاب اللغوي عبر هذا الموقع يشعر فعلاً بخطورة ما تتعرّض له مسيرة اللغة العربية عبر الأجيال، إذ نجد أنّ الهدف هو فقط تحقيق التواصل كيفما كان، من دون التحسّب أبدًا للضوابط اللغوية.

فاللغة المستخدمة هي انعكاس طبيعي لتقشّي اللهجة العامية حيّناً والمزدوجة (مع الأجنبية) أحياناً أخرى في المجتمع اللبناني.

وبعد متابعة دقيقة للخطاب اللغوي عبر الفايسبوك، أمكن رصد الآتي:

- استخدام اللغة العامية (اللهجة اللبنانية).
- استخدام اللغة الأجنبية (الفرنسية أو الإنكليزية).
- استخدام العريزي (العربية بحرف لاتيني).
- إنّ معظم الكلام المستخدم في لغة التواصل في الفايسبوك لم يلتزم بالمعايير المطلوبة في اللغة العربية الفصحى، ولكنّه يمتّ إليها بصلة من حيث الاستفادة من بعض مفرداتها في التواصل.
- تمّت ملاحظة أنّه كلّما ابتعدت الرسائل عن الأهداف الترفيهية، استخدمت اللغة العربية الفصحى، واعتدلت قليلاً بالمعايير اللغوية فيها.

## نتائج الدراسة الميدانية:

الجدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس:

|       | النسبة المئوية | التكرار |
|-------|----------------|---------|
| ذكر   | 56             | 56      |
| أنثى  | 44             | 44      |
| Total | 100            | 100     |

يظهر الجدول رقم (1) توزيع أفراد العينة العشوائية حسب متغير الجنس، إذ نرى أنَّ معدل الذكور مرتفع نسبياً عن معدّل الإناث، فقد تمّ توزيع الإِستبيان على (100) فرد وتظهر النتائج أنَّ (56) فرداً هم من الذكور أي ما يعادل (56%)، أمّا الإناث فكانَ (44) فرداً أي ما يعادل (44%) من أفراد العينة.

الجدول رقم (2): توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر:

| النسبة المئوية | التكرار |            |
|----------------|---------|------------|
| 32             | 32      | 18-25      |
| 29             | 29      | 26-35      |
| 24             | 24      | 36-45      |
| 15             | 15      | أكثر من 45 |
| 100            | 100     | Total      |

يظهر الجدول رقم (2) النسب المئوية حسب متغير العمر، فنجد أنَّ الفئة العمرية بين (18-25 سنة) حصلت على النسبة الأعلى (32%) من مجموع المشاركين في الإِستبيان، أمّا الفئة العمرية (أكثر من 45) حصلت على النسبة المئوية الأقل، إذ اشتملت النسبة على (15%)، أمّا الفئة العمرية التي تراوحت بين (26-35) فقد حصلت على نسبة (29%) أي ما يعادل (29) مبحوثاً من مجموع عينة الدراسة، والفئة العمرية التي تراوحت بين (36-45) حصلت على نسبة (24%) وهذا يدلّ على أنَّ أعلى نسبة من المشاركين هم من الشباب الذين يهتمون بأمور التكنولوجيا، وهو أمر طبيعيّ، مع الإشارة أيضاً إلى أنَّ استخدام الإنترنت وخاصة الفايبروك لا يقتصر على فئة الشباب، بل كلّ الفئات العمرية تستخدم هذا التطبيق.

الجدول رقم (3) توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي:

| النسبة المئوية | التكرار |              |
|----------------|---------|--------------|
| 8              | 8       | أقل من ثانوي |
| 19             | 19      | ثانوي        |
| 73             | 73      | جامعي        |
| 100.0          | 100     | Total        |

يُظهر الجدول رقم (3) أنَّ المستوى الجامعي هو الطاعني. فنسبة المشاركين (73%) أي ما يعادل (73) فرداً، وهي نسبة مرتفعة نسبياً، وهذا يدلّ على أنَّ مستخدمي الفايبروك ينتمون إلى الفئات المتعلّمة إلى حدّ كبير، أمّا المستوى الأقلّ من ثانوي والمستوى الثانوي فكانت النسبة قليلة، الثانوي (19%) والأقلّ من ثانوي نسبة (8%).

الجدول رقم (4):

| أنت تستخدم الفايبروك ل: | نعم | كلا |
|-------------------------|-----|-----|
|-------------------------|-----|-----|

| النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار |                         |
|----------------|---------|----------------|---------|-------------------------|
| 87             | 87.0    | 13             | 13.0    | تطلع على أخبار الأصدقاء |
| 71             | 71.0    | 29             | 29.0    | تشارك بإعجاب LIKE       |
| 59             | 59.0    | 41             | 41.0    | تكتب تعليقًا            |
| 41             | 41.0    | 59             | 59.0    | تنشر كتاباتك            |

يظهر لدينا أن نسبة (87%) من المشاركين في الاستبيان يستخدمون الفايسبوك للاطلاع على أخبار الأصدقاء بينما نسبة (13%) لا يهتمهم الأمر. كما يظهر أن نسبة (71%) من المشاركين يستخدمون الفايسبوك ليشاركوا بإعجاب LIKE ، بينما نسبة (29%) لا يهتمهم الأمر ولا يشاركون في الإعجاب.

وأن نسبة (59%) من المشاركين في الاستبيان يستخدمون الفايسبوك ليكتبوا تعليقات، بينما نسبة (41%) لا يهتمهم الأمر ولا يكتبون تعليقات. و(41%) يستخدمون الفايسبوك لنشر كتاباتهم، بينما نسبة (59%) لا تستخدم لنشر كتاباتها.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الأكثرية تستخدم الفايسبوك من أجل الاطلاع على أخبار الأصدقاء ووضع مشاركة إعجاب، بينما يوجد قسم أقل يهتم بالأمور الأخرى كالكتابة والتعليقات.

#### الجدول رقم (5):

| عندما تشارك في الفايسبوك تكتب ب: |  | نعم            |         | كلا            |         |
|----------------------------------|--|----------------|---------|----------------|---------|
|                                  |  | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار |
| اللغة العربية الفصحى             |  | 34             | 34.0    | 66             | 66.0    |
| اللغة العامية بالحرف العربي      |  | 51             | 51.0    | 49             | 49.0    |
| اللغة العامية بالحرف اللاتيني    |  | 25             | 25.0    | 75             | 75.0    |
| اللغة الأجنبية                   |  | 20             | 20.0    | 80             | 80.0    |

يظهر لدينا في الجدول أن أكثرية المشاركين لا يكتبون باللغة العربية الفصحى، فقد بلغت نسبة المشاركين الذين يكتبون (34%) بينما النسبة الكبرى (66%) لا يكتبون. ويظهر أن نسبة الذين لا يكتبون اللغة العامية بالحرف العربي (49%) أقل من الذين يكتبون (51%)، وأن نسبة الذين يكتبون باللغة العامية بالحرف اللاتيني (25%) أقل من الذين لا يكتبون (75%).

ويشير الجدول أيضًا إلى أن نسبة الذين يكتبون باللغة الأجنبية (20%) أقل من الذين لا يكتبون (80%).

وهكذا نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الأكثرية ممن يستخدمون الفايسبوك لا يكتبون باللغة الفصحى، بل الأكثرية تكتب باللغة العامية بالحرف العربي، ثم اللغة العامية بالحرف العربي، ثم بالأجنبية.

#### الجدول رقم (6):

| كلا     |                | نعم     |                | برأيك، الأسباب التي تدفعك إلى الكتابة بالعامية هي: |
|---------|----------------|---------|----------------|----------------------------------------------------|
| التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية |                                                    |
| 29.0    | 29             | 71.0    | 71             | لأنها أسهل بالنسبة إليك                            |
| 56.0    | 56             | 44.0    | 44             | لأنها أسهل بالنسبة إلى القارئ                      |
| 52.0    | 52             | 48.0    | 48             | لأنها أكثر عفوية وتعبر بصدق                        |
| 71.0    | 71             | 29.0    | 29             | لأنك لا تتقن الفصحى                                |

يظهر لدينا في الجدول أن الأكثرية (71%) يفضلون الكتابة باللغة العامية، لأنها أسهل بالنسبة إليه، أما (29%) فلا يرون هذا الأمر مهماً. كما يظهر أن الأكثرية (56%) لا يستخدمون الكتابة بالعامية لأنها أسهل بالنسبة إلى القارئ، وأن النصف تقريباً يستخدم الكتابة بالعامية لأنها عفوية وتعبر بصدق. أما النصف الآخر (52%) فلا يرى هذا الأمر. ويظهر لدينا أن أسباب الكتابة بالعامية ليس لها علاقة بعدم إتقان اللغة الفصحى حيث (71%) نفوا هذا الأمر.

من خلال الجدول أعلاه نرى أن أسباب كتابة المستخدمين باللغة العامية هي لأنها أسهل بالنسبة إليهم، ولأنها تعبر بصدق وعفوية، مستبعدين إلى حد ما عدم إتقان اللغة الفصحى، أو لأنها أسهل بالنسبة إلى القارئ.

#### الجدول رقم (7):

| كلا     |                | نعم     |                | برأيك، الأسباب التي تدفعك إلى الكتابة بالعامية مستخدماً الأحرف اللاتينية: |
|---------|----------------|---------|----------------|---------------------------------------------------------------------------|
| التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية |                                                                           |
| 70.0    | 70             | 30.0    | 30             | إن غالبية الحواسيب مبرمجة باللغة الأجنبية                                 |
| 54.0    | 54             | 46.0    | 46             | مواكبة الغالبية التي تستخدم اللاتينية                                     |
| 84.0    | 84             | 16.0    | 16             | الشعور بالدونية في حال استخدام العربية                                    |
| 48.0    | 48             | 52.0    | 52             | الأحرف اللاتينية تسهل الكتابة والتعبير أكثر من العربية                    |

يظهر لدينا في الجدول أن نسبة (30%) من الكتابة بالعامية باللغة اللاتينية لها علاقة ببرمجة الحواسيب بينما نسبة (70%) قالت لا علاقة بينهما، وأن نسبة (46%) من سبب الكتابة بالعامية بالحرف اللاتيني هي لمواكبة الغالبية التي تستخدم اللاتينية، بينما نسبة (54%) لم توافق هذا الأمر، ونسبة (84%) أجابت أن سبب الكتابة بالعامية بالأحرف اللاتينية ليس أبداً بالشعور بالدونية في حال استخدام العربية، بينما نسبة (16%) فقط كان سببها الشعور بالدونية. ويظهر أن نسبة (48%) أجابت أن سبب الكتابة بالعامية بالأحرف اللاتينية ليس لها علاقة بسهولة الكتابة، بينما (52%) أجابوا أنها أسهل في الكتابة والتعبير.

نلاحظ في الجداول أعلاه أن الأكثرية يستخدمون الكتابة بالعامية بالحرف اللاتيني ليس لشعورهم بالدونية من اللغة العربية، إنما النصف تقريباً لأنها أسهل.

#### الجدول رقم (8):

في حال استخدمت الغالبية اللغة العربية بالحرف العربي، يشجع هذا على الاستغناء عن الحرف اللاتيني برأيك:

| التكرار | النسبة المئوية |            |
|---------|----------------|------------|
| 41.0    | 41             | نعم        |
| 39.0    | 39             | الى حدّ ما |
| 19.0    | 19             | كلا        |
| 100.0   | 100            | Total      |

يظهر لدينا أنّ نسبة (41%) أكدت أنّ في حال استخدام الغالبية الكتابة باللغة العربية تستغني عن الكتابة بالأحرف اللاتينية، بينما نسبة (19%) نفت هذا الأمر، ونسبة (39%) اختارت أنّه إلى حدّ ما ممكن أن تؤثر.

#### الجدول رقم (9):

| تفضّل أن تقرأ ما يُنشر على الفيسبوك بـ: |  | نعم            |         | كلا            |         |
|-----------------------------------------|--|----------------|---------|----------------|---------|
|                                         |  | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار |
| اللغة العربية الفصحى                    |  | 56             | 56.0    | 44             | 44.0    |
| اللغة العامية بالحرف اللاتيني           |  | 16             | 16.0    | 84             | 84.0    |
| اللغة العامية بالحرف العربي             |  | 37             | 37.0    | 63             | 63.0    |
| اللغة الأجنبية                          |  | 23             | 23.0    | 77             | 77.0    |

يظهر أنّ الأغلبية يفضّلون القراءة باللغة العربية الفصحى بنسبة (56%) بينما (37%) يفضّلون القراءة باللغة العامية بالحرف العربي، و(23%) يفضّلون القراءة باللغة الأجنبية، و (16%) فقط يفضّلون القراءة باللغة العامية بالحرف اللاتيني.

#### النتائج:

تشير النتائج حسب معامل ارتباط بيرسون إلى الآتي:

- إنّ الأشخاص الذين يميلون إلى الكتابة بالعامية هم أكثر ميلاً لها لسهولة استخدامها، إذ إنّها تعزّز بصدق وعفوية عما يريد المرسل.
- هناك علاقة بين المشاركة باللغة الفصحى والكتابة بالعامية، فكّلما زادت المشاركة باللغة الفصحى، قلت المشاركة باللغة العامية بالحرف اللاتيني، وكّلما زادت الكتابة بالفصحى، قلّت الكتابة بالأجنبية والعكس صحيح.
- هناك علاقة بين المستوى التعليمي وبين الكتابة بالعامية بالحرف العربي، فكّلما ارتفع المستوى التعليمي، كثرت الكتابة بالحرف العربي، كما أنّه كلّما زادت الكتابة بالفصحى، قلّت الكتابة باللغة اللاتينية.

- هناك علاقة بين المستوى التعليمي وبين قراءة ما ينشر باللغة العربية الفصحى، أي كلما زاد المستوى التعليمي، ارتفع التوجه إلى قراءة ما ينشر باللغة الفصحى.

- كما هناك علاقة عكسية بين قراءة ما ينشر باللغة الفصحى وباللغة العامية. فكلما زادت الكتابة باللغة الفصحى في قراءة ما ينشر، كلما انخفضت وقت قراءة ما ينشر باللغة العربية العامية بالحرف اللاتيني.

## التوصيات:

ينقسم دارسو اللغة العربية إلى قسمين: قسم يرى أن اللغة العربية باقية ولا غبار عليها، وقسم يرثي وضع اللغة العربية ويخشون من مصير مجهول لها في عصر الاتصال الرقمي.

وهذه الخشية عبر عنها الكثير من الكتاب واللغويين من خلال إصداراتهم من كتب ومقالات تتناول اللغة العربية، وما أصابها من خلل نتيجة تفشي الأخطاء الشائعة ودخول اللغة الأجنبية إلى لغة المتكلمين بالضاد، وخاصة الشباب منهم. كما عبرت عنها مجامع اللغة العربية، وها هو مجمع اللغة العربية في القاهرة قد أوصى بـ "تصويب الكثير من سلبات الأداء في وسائل الإعلام العربية وأبرزها زيادة استخدام العاميات واللهجات".

وبسبب تدهور استخدام العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، كان قد أوصى المجمع نفسه بتشجيع "الشباب على استخدام الأحرف العربية في الرسائل والتغريدات والالتزام بأسلوب لا يجافي اللغة ولا يهبط بها إلى السوقية".

وبناءً على كل ما سبق من آراء ونتائج، يمكن إيجاز التوصيات التي خلصت إليها الدراسة بالآتي:

- 1- وضع خطة جدية لرصد الاستخدامات الخاصة بالاتصال الرقمي خاصة من قبل الشباب، وتحليلها وتفسير نتائجها لمعرفة الأسباب الفعلية التي تقف وراء مجافاتهم للغة العربية.
  - 2- تكوين لجان وجمعيات على الفايسبوك مثل جمعية "أكتب عربي" وهي صفحة على الفايسبوك للتشجيع على الكتابة باللغة العربية، بحيث تقوم هذه الجمعيات بالدفاع عن العربية وحمايتها من هذا الغزو الذي يُعتبر خطراً حقيقياً على الجيل الصاعد.
  - 3- التوعية بضرورة حماية اللغة العربية وتحسينها مما قد يلحق بها من ضرر، خاصة أنها كما أسلفنا "الثروة المتبقية".
- تجدر الإشارة في نهاية الدراسة إلى أن استخدام الكتابة في الاتصال الرقمي والتواصل عامة 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 مكوناً أساسياً للغة العربية.

## List of References

- Abdul Hamid, M. (2009). *Alternative Media Blogs*, World of Books for Publishing, Distribution and Printing, Cairo.
- Abou Wafa, M And Atyto, A. (2015). *The Arabic Language in the Media Between Reality and Aspiration*, Aloka Library.
- Aitchison, J. (2016). *Linguistics*, Translation: Abdul Karim Mohamad Jabal, National Center for Translation, Cairo.
- Al Bindari, M, *Language and Media: The Influence of the Media on Language Between Reality and Aspiration*, Yearbook of the College of Arabic Language in Itay- Al Baroud, Mecca, Issue 29, March 2014.
- Al Dubaysi, A and Al Tahat, Z, *The Role of Digital Communication in Promoting Diversity Cultural*, Journal of Communication and Development, Dar al Nahda Al Arabiya, Beirut, Issue 6, October 2012.
- Al Joumayli, K. (1999). *Communication and its Means in Modern Society*, Scientific Computer Office for Publishing and Distribution, Alexandria.
- Al Rahbani, A. (2012). *Digital Media*, Dar Ousama for Publishing and Distribution, Amman.
- Al Samourai, I. (1982). *Arabic Faces the Era*, Al Jahiz House Publishers, Baghdad.
- Al Twayjari, A. (2013). *Present of Arabic Language*, Publications of Islamic Educational Organization, Rabat.
- Al Twayjari, A. (2016). *On the Path of Renewing the Arabic Language*, Publications of Islamic Educational Organization, Rabat.
- Al Twayjari, A. (2016). *The Future of The Arabic Language*, Publications of Islamic Educational Organization, Rabat.
- Al Twayjari, A. (2019). *the Arabic Language the Digital Age*, Publications of Islamic Educational Organization, Rabat.
- Crystal, D. (2005). *Language And the Internet*, Translation: Ahmad Chafic Al khatib, National Center for Translation, Cairo.
- Halwani, F, *The Language of Arab Media*, Damascus University Journal, Volume 31, Issue 3, 2015.
- Ibin Hazm. (2011). *Ahkam Fi usul Al Ahkam*, Presentation: Ihsan Abbas, Dar al Afak, Beirut.
- Ibin Jinni. (1952). *Properties*. Investigation: Ali Al Najjar, Dar al kutub Press, Cairo.
- Ibin Khaldoun. (1993). *Introduction*, Dar Al kutub Al Ilmya, Beirut.
- Ibin Manzour. (1968). *Lisan Al Arab*, Dar Al Sader, Beirut.
- Kabrit, S. (2010). *The Arabic Language and Preparing Media Persons*, Dar Al Nahda Al Arabya, Beirut.
- Kamiha, J. (1994). *The Impact of Print*, Audio and Visual Media in The Arabic Language, Medina Literary Club.
- Madkour, A. (1987). *Linguistics Between Heritage and Contemporary*, House of Culture, Cairo.
- Rousseau, J. (1984). *An Attempt at The Origin of Languages*, Translation: Mohamad Mahjoub, Tunisian Publishing House, Tunisia.
- Sarmini, M. (2014). *Classical Arabic in Contemporary Arab Media*, Dar Al Nawader Al Lubnanya, Beirut.
- Wright, T. (2000). *The Social Perspective of Mass Communication*, Translation: Mohamad Fathi, Alesco, Tunisia.

- Yaacoub, E. (1982). *Jurisprudence Of the Arabic Language and Its Characteristics*, Dar Al Elm Lel Malayin, Beirut.