

**امظلوم**  
@s7evahotmailcom  
ارجوى من امسرفين عرظ اتوقع  
لن يتم ارد علا ظعاف انفوس

8,128 TWEETS   82 FOLLOWING   42,443 FOLLOWERS   Following

**Tweets**

**امظلوم** @s7evahotmailcom 8m  
لخب ضنك فارقيق امولى // ملك مشريهن علا اناس البعدين  
لاعل بيتن ميجلاه ضلالى // ينهد كل امبلى لين اسس  
Expand

**امظلوم** @s7evahotmailcom 4h  
لامعلومياه واحاطاه  
انكناه اسابقه سمجه عشن ظحف انفوس ميظحكون  
وهاذي بنية اجدياه فى اتعامل معهم  
لهذى اغرظ جرا اتتويه يخوان  
Expand

(الحساب الساخر قد يستمد عناصر سخريته وشعبيته من الركاكة اللغوية)

## (و) أنماط التعبير الشبابية وصدّات-تحولات أكبر للعربية:

انتقال التأثيرات اللهجية المحلية من العالم الواقعي إلى النصوص التي تخلق العالم الافتراضي ظاهرة ارتبطت بعصر الهواتف المحمولة وفيما بعد الذكية، حيث أتاحت التطبيقات المصاحبة للهواتف الذكية للمستخدمين فرصة المشاركة الكثيفة في إنتاج النص والمعنى في الفضاء الافتراضي، هذا الفضاء الذي أصبح بعد مرحلة ويب 2.0 متضخما ومنفردا بمفهوم جديد للفضاء العام، إن لم يكن هو قد أصبح الفضاء العام فعليا.

هذه التأثيرات اللهجية المحلية لم تكن هي أكبر ماعانته تقاليد الفصحى لها، بل ولدت\_ومنذ بداية زمن الهواتف المحمولة\_ ظاهرة كتابة الصوت العربي بالحرف اللاتيني، تحقيقا لاحتياج وقتي في زمنه، حيث لم تكن لوحة الحروف العربية متوفرة في أجهزة الحاسب والهواتف النقالة، ولكن سرعان ما تطور هذا النمط من الكتابة من احتياج إلى أن أصبح صرعة في عالم التواصل العربي، حيث أصبحت العريبيزي أو الكتابة الرومانية تهجئة

متعارفاً عليها في غرف الدردشة ولها قواعدها، وينتمي مستخدموها إلى فئات عمرية تعليمية وجغرافيات مختلفة.

بعد عمل الاستبانة على عينة من 473 مستخدم عربي منهم 440 سعودي، خرجنا بالتالي:

السؤال السابع و العشرون :أستخدم العربيزي (العربية المكتوبة بالحرف اللاتيني) في تغريداتي

1.دائماً (0.46%)

2.غالبا (1.61%)

3.أحيانا (1.84%)

4.قليلًا (5.07%)

5.أبداً (81.34%)

مما يعني أن نسبة 0.46% من العينة تستخدم العربيزي بنسبة 81-100% في تغريداتها.

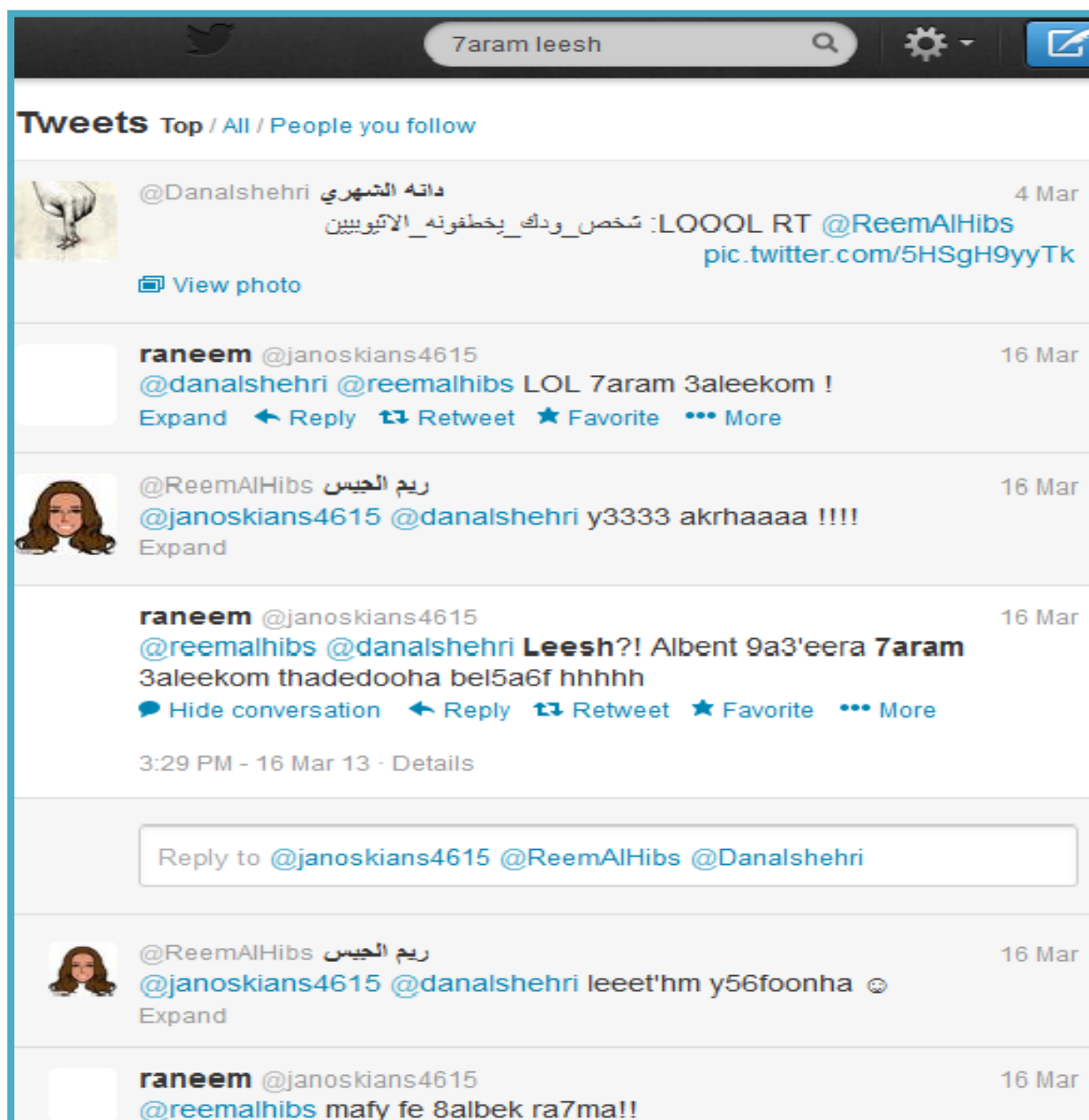
ونسبة 1.61% من العينة تستخدم العربيزي بنسبة 51-80% في تغريداتها.

ونسبة 1.84% من العينة تستخدم العربيزي بنسبة 21-50% في تغريداتها

بينما نسبة 5.07% من العينة تستخدم العربيزي بنسبة 1-20% في تغريداتها.

والنسبة الأكبر التي هي 81.34% من العينة تستخدم العربيزي بنسبة صفر %

هذا الإيضاح وإن كان يوضح قلة تواتر استخدام العربيزي بين العينة ، إلا أنه يفيد وجود شريحة من المستخدمين ضمن العينة تحفل بهذه الأبجدية وتستخدمها كوسيلة أقرب للتعبير.



إلا أن هذا الاحتفال بالعربيزي عبر دروج استخدامها بين المستخدمين الشباب ووجود تعريف لها في ويكيبيديا، أثار بالمقابل استنكارا وتخوفا من تراجع العربية وقواعدها وسقوط آخر معاقلها وهو الحرف العربي أمام مد التغييرات الحادثة بفعل العولمة وتأثير ثقافة الهواتف الذكية.

ولئن كان التحرير الإنجليزي قد ناله تأثير الهواتف النقالة مبكرا ومن ثم تأثير الهواتف الذكية بولادة ما سمي بالـ Text English , SMS English، فأدخلت فيما بعد في المعاجم الإنجليزية التي يتم تحديثها باستمرار، فليس لدى العرب هذه السهولة في تقبل أنماط جديدة من العريبات، حيث مازال استخدام العامية يمثل حرجا عند استخدامها في السياقات الرسمية، فمن باب أولى أن لا يتم الاعتراف بالعربي في ولا منحها المساحة الرسمية التي تتطور من خلالها رغم التوسع في استخدامها في العالم الافتراضي. والحقيقة أن هذه المحاولة لاحتواء هذه الظاهرة يصب ليس فقط في مصلحة اللسان العربي ومكانه في الأجيال القادمة، ولكن لمصلحة المحتوى العربي على الإنترنت والذي لا يتجاوز للأسف 3% من أصل المحتوى العالمي رغم كون العربية مرشحة لأن تكون رابع أوسع اللغات استخداما على الإنترنت بحلول عام 2015 (العشيري، 2012)

ويوضح رياض العشيري الباحث اللغوي والصحفي في مقالته حول فعالية (أيام الإنترنت العربية) التي استهدفت بها غوغل رفع وإثراء المحتوى العربي، أن غوغل ورغم تزايد استخدام العربي في العالم الافتراضي لم تحاول اعتمادها كلغة استخدام أو بحث، بل ابتكرت عوضا عنها فكرة التعريب، وهي ظهور المقترحات البديلة بالحرف العربي عند كتابته بالحرف اللاتيني، حيث تهدف غوغل كشركة أرباح مهتمة باستهداف الجماهير العربية وتوسيع نطاق الإعلانات فيها وبلغتها، إلى إثراء المحتوى العربي عبر إتاحة أدوات غوغل بكافة اللهجات العربية، بالإضافة إلى إتاحة خاصية البحث الصوتي بالعربية، وتعريب متصفح كروم، وغيرها. (العشيري، 2012).

من المهم أن أذكر أن هناك العديد من المقالات والمحاولات التي تحاكم العربي وتعتبرها عدوانا سافرا على هوية الكتابة العربية، وهناك ذلك الفيلم القصير الذي أنتجته المصممة السعودية أميمة الأنصاري عن تخيلها للعربية في عام 2050، حيث ستختفي معالم الحرف العربي ويستبدل بالكتابة بالحرف اللاتيني وفقا للأبجدية العربية.



(الفيلم الذي أنتجته أميمة الأنصاري (عريزي) للتحذير من مصير الأبجدية العربية في ظل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي)

(الأنصاري، 2012)

بالإضافة إلى تحقيق صحفي أجرته خلود العيدان ونشرته الجزيرة الثقافية، حاورت فيه رموزاً ثقافية في السعودية مثل د. عبد الله الغدامي ، ود. فهد العرابي الحارثي الذي نسب هذه الظاهرة وتطوّرها إلى (مزاج جيل التقنية الجديد) حيث : "الفكرة في ذاتها تستلهم تنازلات أخرى تتوافق مع هدف السرعة والسهولة والتبسيط، وتنسجم في الوقت ذاته مع (المزاج) الجديد لمستهلكي التقنية، وهو مزاج (رياضي) ثوري، متمرّد، يميل إلى التسهيل ولا يتشبّث بالتفاصيل. وقد اقتضت التقنية أن يعتمد مستخدميها إلى اللجوء إلى بعض المختصرات في اللغة الإنجليزية على سبيل المثال، فلا حاجة إلى كتابة بعض الكلمات كاملة، بل يرمز إليها ببعض الحروف مثل (u) : في مكان you ومثل R في مكان are وهكذا. وهذا يعيدنا إلى موضوع تأثيرات التقنية على اللغة، وعلى الكتابة، وهي عندما تحكم بالإعدام على مفردات معينة سيكون من الصعب إعادة الحياة من جديد إلى من أضحي في اللحد تحت التراب.

إن مما تسببه مثل هذه الثورات، أو الهزات العنيفة لقيم الكتابة، وتقاليده النشر، ما يسمى بسقوط السلطات اللغوية، حتى أن ما كان يسمى تراجعاً أو انهياراً للغة بدا مقبولاً ومرحباً به اليوم. والواقع الذي لا مراء فيه أن تحول اللغة (المحكية) إلى لغة مكتوبة؛ هو انحدار إعلامي وثقافي يتحقق بصمت. (الحارثي، 2009)

## تويتر السعودية، ومايسطرون..

على أن العريزي ورغم توسع استخدامه لايعتبر النمط الشبابي الوحيد في العالم الافتراضي وعلى الأخص في تويتر، حيث أفرز استخدام تويتر أنماطا تعبيرية وقوالب جاهزة المعنى ودرجة الاستخدام مثل:

### \_استخدام القوالب ذات الدلالات الساخرة:

وهي قوالب تعبيرية لها دلالات ساخرة مباشرة ويقوم المستخدم بتطويرها وتحويرها وفقا للسياق مثل:

في نص الجبهة = تستخدم للتعبير عن حالة الإفحام .

باب ماجاء في = تستخدم للتهكم على مفردة أو خبر تم تضخيمه في مصدر رسمي.

ذات مومنت = تلك اللحظة، وتعني نقل المستمع إلى صورة للمتحدث لا يحسد عليها.

سوي نفسك ميت = تستخدم أيضا للسخرية من شخص تمت هزيمته في حوارٍ ما أو نشر خبراً خاطئاً وتبيّن لاحقا خطؤه.

وغيرها الكثير من القوالب الساخرة التي تجاوز استخدامها مرحلة (المثل السائر) إلى أن تتحول وتتكتف كظاهرة ثقافية يمكن أن يترتب عليها تأسيس حساب في تويتر يدور في فلك نفس المفهوم الساخر، مثل حساب (في نص الجبهة) :





استخدام الترولز: وهي مجموعة من الوجوه التعبيرية التي أطلقت بدون معرفة مبتكرها الأصلي، وهي بدون حقوق فكرية ومتاحة لاستخدام الكل، ويمكن توظيفها واستخدامها لإنتاج محتوى ساخر.

أصبح استخدام الترولز بشكل متكرر وبسهولة رسمها وإعادة تحريرها وإضافة العلامات الثقافية عليها، وسيلة لاختصار معاني ساخرة كبيرة مرتبطة بالدرجة الأولى بشبكات التواصل الاجتماعية وعلى الأخص فيسبوك وتويتر.

هذه القوالب التعبيرية الجديدة تظهر مبهرة بشكل مفاجئ ومن ثم تموت أو يختفي استخدامها بشكل مفاجئ، وهو ما يعكس طبيعة العصر الاستهلاكي وأخلاقياته وتقاليده، حيث يتم الاحتفاء بالجدّة أولاً وقبل كل شيء، وبغض النظر عن جودة الجديد، يتم الاحتفال به واعتناقه وتطويره لفترة من الزمن ومن ثم يتم هجره إلى أنماط تعبير أكثر جدّة، ويترك النمط القديم للبلى لأنه تم استهلاكه؛ واللغة ليست بمعزل عن هذا التأثير الثقافي لعصر السوق الحرة.





(الترولز متاحة لإعادة الاستخدام وتوجد مقاطع وصفحات للتدريب على استخدامها)



## تويتر السعودية، ومايسطرون..

أدناه جدول لإيجاد المعيار الحسابي لاستخدام الأنماط غير التقليدية في تويتر بين عينة المستخدمين السعوديين التي تم اختبارها:

| المحور: استخدام الأنماط غير التقليدية في الكتابة |            |       |       |         |               |                 |              |
|--|------------|-------|-------|---------|---------------|-----------------|--------------|
| السؤال   | أوافق جداً | أوافق | محايد | لاأوافق | لاأوافق أبداً | المتوسط الحسابي | تفسير القيمة |
| أفضل المغرد الذي يغرد بالعامية                   | 20         | 58    | 133   | 116     | 111           | 2.49            |              |
| أستخدم العريبي في تغريداتي                       | 2          | 7     | 8     | 22      | 353           | 1.10            |              |
| أستخدم اللهجة الدارجة العامية في تغريداتي        | 21         | 69    | 124   | 128     | 90            | 2.54            |              |
| المتوسط الحسابي للمحور                           |            |       | 2.04  |         |               |                 |              |

(جدول يوضح معدل استخدام الأنماط الشبابية \_ غير التقليدية في الكتابة في تويتر)

ومن هذا الجدول نلاحظ انخفاض الفارق لصالح استخدام الأنماط غير التقليدية في الكتابة، حيث تنتمي نسبة 2.54 إلى فئة منخفضة في قيم جدول القيم.

(ن) متغيرات تؤثر في سلوك المستخدم اللغوي: (الجنس\_العمر\_طبيعة الحساب\_التخصص أو المهنة)

عبر تتبع ومراقبة تغريدات 40 مستخدماً سعودياً من الجنسين، مختلفي الوظائف والتخصصات، ومن فئات عمرية مختلفة، أمكنني الوصول إلى نوع من العلاقات بين كل من هذه المتغيرات وبين سلوك المستخدم اللغوي من حيث أطراد استخدامه للفصحى دون العامية أو العكس، أو استخدام العربية، أو استخدام اللغة الإنجليزية في التغريد، وكانت هذه النتائج على النحو التالي :



### 1\_النوع:

بالنسبة لعالم ويب 2.0 لم يعد ذوبان الهوية الجندرية أمراً ملحوظاً كما كان عليه الحال في ويب 1.0، والذي ارتبطت فيه ولادة اليوزر بغياب أو إهمال أو موارد كثيرة من أسس الهوية الشخصية، ومن ضمنها الجنس (كالكويت، 1999)، أما مرحلة ويب 2.0 التي جاءت لنا بشبكات التواصل الاجتماعية فقد أصبحت مقترنة بنضوج اليوزر وتجربته كفرد، وتضخم أو على الأقل الحفاظ على معالم هويته الفردية. (العبيد، 2012)

هذا وتتباين نسبة الاستخدام في تويتر السعودية بين الذكور والإناث، حيث ذكر المدير التنفيذي لشركة مدينة تقنية المعلومات المهندس نضال الحطامي، أن السعوديين الذين يستخدمون تويتر تبلغ نسبتهم 12% من عدد السكان، منهم نسبة 55% للمستخدمين ونسبة 45% للمستخدمات. (الحطامي، 2013)

وتوضح الاستبانة التي أجريت على 473 عربياً منهم 440 سعودياً أن من أجابوا على الاستبانة ذات الأربعين سؤالاً كانوا على النحو التالي:

#### السؤال الرابعون: نوعك؟

1. ذكر (27.88%) 
2. أنثى (60.14%) 

وبالرجوع إلى عينة التحليل لـ 40 مستخدماً سعودياً المرفقة في نهاية الورقة، فقد كان السلوك اللغوي للمستخدمات الإناث على هذا النحو:

17 مستخدمة لتويتر من أعمار مختلفة / طبيعة حسابات مختلفة / تخصصات مختلفة/

## تويتر السعودية، ومايسطرون..

نسبة المغرّدات إلى العينة المكوّنة من 40 مغرّدا هي 42%

|                            |             |
|----------------------------|-------------|
| مجموع التغريدات            | 3092 تغريدة |
| مجموع التغريدات الفصيحة    | 1386        |
| مجموع التغريدات العامية    | 1649        |
| مجموع التغريدات الإنجليزية | 54          |
| نسبة التغريدات الفصيحة     | 44.7%       |
| نسبة التغريدات العامية     | 53.33%      |
| نسبة التغريدات الإنجليزية  | 1.7%        |

من المهم أن نذكر أن بعض المغرّدات لم يستخدمن العامية ولا الإنجليزية إطلاقاً، فيما لم تستخدم بعضهن الفصحى إطلاقاً.

أما بالنسبة للسلوك اللغوي عند المستخدمين الذكور ونسبتهم إلى العينة المذكورة هي 58% فقد كان على النحو التالي:

|                            |             |
|----------------------------|-------------|
| مجموع التغريدات            | 5041 تغريدة |
| مجموع التغريدات الفصيحة    | 2101        |
| مجموع التغريدات العامية    | 2768        |
| مجموع التغريدات الإنجليزية | 111         |
| التغريدات العربي           | 10          |
| نسبة التغريدات الفصيحة     | 42 %        |
| نسبة التغريدات العامية     | 55 %        |
| نسبة التغريدات الإنجليزية  | 2.3 %       |
| نسبة العربي                | 0.2 %       |

نفس الملاحظة يجب مراعاتها بالنسبة للمغردين الذكور، فبعض المغردين لم يستخدم الفصحى إطلاقاً والعكس صحيح.

## 2- العمر:

جاء عصر ويب 2.0 وشبكات التواصل الاجتماعي مع إتاحة الهواتف الذكية بيد المستخدمين بالفئات العمرية الأكبر، حيث أصبح لهم وجود ملموس كمستخدمين مغردين ومتابعين.

هذا واشتملت العينة التحليلية على مغردين ينتمون لفئات عمرية متعددة قسمت بهذا الشكل:

\_ من 15-20 سنة : مستخدمان اثنان، كان سلوكهما اللغوي بهذا الشكل:

مجموع تغريداتهم:  $430+106=536$  /

نسبة الفصيح:  $33+7=40$  وهو مايعادل 7.46 % من مجموع التغريدات

نسبة العامي تعادل 91.9 %

نسبة العريبي (العربية المكتوبة بالتهجئة اللاتينية) = 3 تغريدات وتساوي 0.55 %

\_ من 21-30 سنة: 11 مستخدما، كان سلوكهم اللغوي بهذا الشكل:

مجموع تغريداتهم: 2256 تغريدة

مجموع الفصيح : 345 بنسبة 15 %

مجموع العامي : 1863 بنسبة 82.5 %

مجموع الإنجليزي: 48 بنسبة 2.2 %

**من 31-40 سنة: 18 مستخدماً، كان سلوكهم اللغوي على هذه الشاكلة:**

|                   |                          |
|-------------------|--------------------------|
| مجموع تغريداتهم : | 3486                     |
| مجموع الفصيح :    | 1533 تغريدة بنسبة 43.9 % |
| مجموع العامي:     | 1888 تغريدة بنسبة 54.2 % |
| مجموع الإنجليزي:  | 65 تغريدة بنسبة 1.86 %   |

**من 41-50 سنة: 7 مستخدمين، كان سلوكهم اللغوي بهذا الشكل:**

|                    |                  |
|--------------------|------------------|
| مجموع التغريدات :  | 1295             |
| مجموع الفصيح :     | 1207 بنسبة 93 %  |
| مجموع العامي       | 53 بنسبة 4.093 % |
| مجموع الإنجليزي:   | 35 بنسبة 2.7 %   |
| عربي: تغريدة واحدة | بنسبة 0.077 %    |

**من 51-60 سنة: مستخدمان اثنان كان سلوكهما اللغوي بهذا الشكل :**

|                   |                        |
|-------------------|------------------------|
| مجموع التغريدات : | 365                    |
| الفصيح :          | 360 بنسبة 98.73 %      |
| العامي :          | صفر                    |
| الإنجليزي:        | 5 تغريدات بنسبة 1.37 % |



### 3\_ طبيعة الحساب \_الحقل:

من الصعب في عالم تويتر تحديد طبيعة كل حساب، إذ يتعامل صاحب كل حساب على أنه حساب شخصي مالم يكن هناك إعلان صريح لغرض مباشر من الحساب، كالحسابات الإعلانية أو الحسابات الدعوية.

ولكن بتحليل عينة الـ 40 مستخدماً أمكن تحديد عدد من الحقول يمكن تصنيف الحسابات بناء عليها ، وهي هذه الحقول :

الحسابات الدعوية والتوعوية : 4 حسابات كان سلوكها اللغوي بهذا الشكل:

مجموع التغريدات: 610 تغريدة

مجموع الفصيح : 605 تغريدة بنسبة 99.18 %

مجموع العامي: صفر

مجموع الإنجليزي : 5 تغريدات بنسبة 0.82 %

الحقوقيون: 8 حسابات كان سلوكها اللغوي بهذا الشكل:

مجموع التغريدات : 1575

مجموع الفصيح: 704 بنسبة 44.698 %

مجموع العامي : 819 بنسبة 52 %

مجموع الإنجليزي : 52 بنسبة 3.302 %

الإعلاميون: 14 حسابا كان سلوكها اللغوي بهذا الشكل:

|                  |                         |
|------------------|-------------------------|
| مجموع التغريدات: | 1988                    |
| مجموع الفصيح :   | 1184 بنسبة 59%          |
| مجموع العامي:    | 724 بنسبة 36.419 %      |
| مجموع الإنجليزي: | 80 تغريدة بنسبة 4.024 % |

الاقتصاديون: حسابان كان سلوكهما اللغوي بهذا الشكل:

|                   |                    |
|-------------------|--------------------|
| مجموع التغريدات : | 514                |
| الفصيح :          | 299 بنسبة 58.171 % |
| العامي:           | 200 بنسبة 38.9 %   |
| الإنجليزي:        | 15 بنسبة 2.918 %   |

الحسابات الساخرة: 11 حسابا

|                  |                   |
|------------------|-------------------|
| مجموع التغريدات: | 3286              |
| الفصيح:          | 175 بنسبة 5.326 % |
| العامي:          | 3079 بنسبة 93.7 % |
| الإنجليزي:       | 23 بنسبة 0.7 %    |
| العربي:          | 9 بنسبة 0.274 %   |

الأدباء: حساب واحد يغرد بالفصحى بنسبة 100%

مايمكن فهمه من هذا التحليل المطول هو أن المتغيرات التي يمكنها أن تؤثر بشكل واضح في السلوك اللغوي عند المغردين هما عاملا العمر، وطبيعة الحساب.

حيث يتجه السلوك اللغوي التقليدي (استخدام الفصحى) تصاعديا بشكل طردي مع ازدياد الفئة العمرية، ويزداد استخدام الأنماط الشبابية في التغريد والعامية مع الفئات العمرية الأصغر.

والأمر نفسه بالنسبة لطبيعة الحساب، فالحسابات الدعوية- الرسمية-التوعوية-الأدبية تنزع إلى سلوك اللغة التقليدية الفصحى وبصرامة، بخلاف الحسابات الجماهيرية والساخرة التي تنزع إلى استخدام أنماط شبابية في اللغة بالإضافة إلى العامية والإنجليزية.

أما متغير النوع فلم يظهر فارقا واضحا في طبيعة السلوك اللغوي بين الجنسين.

\*\*\*

## نتائج:

(1) يوجد قصور كبير في البحث حول أثر الإعلام الجماهيري والرقمي بمراحله على السلوك اللغوي لدى العرب، رغم أهمية هذا الدرس في حقول التاريخ وعلم الاجتماع والثقافة، وعلم النفس باعتبار اللغة أحد أهم أشكال تشكّل الوعي لدى الأفراد والمجتمعات.

(2) جاء تويتر بتقليد لغوي فريد، بسببه تم التضحية بكثير من أصول التعبير والفصاحة على مستوى كل اللغات، وهو الأمر الذي جعل كثيرا من باحثي اللغة يتساءلون عن ماهو المهم في اللغة، توصيل المعنى وتحقيق فكرة الاتصال؟ أم مستوى الأداء اللغوي وفصاحته كجمالية من جماليات الاستخدام اللغوي أمر لايقبل التنازل؟

(3) السر في تحول تقاليد إنتاج اللغة على تويتر هو أن أدوات التواصل الاجتماعية لم تعد مملوكة للنخب كما كان عليه الحال في زمن الصحافة الرسمية، ومادام المستخدم قد تحوّل إلى منتج للمعنى عبر امتلاك الوسيط، فمن المنتظر منه أن يتمرد على اللغة النخبوية المستوفية لشروط الفصاحة والجزالة.

(4) حصلت نقلة عندما استولت شبكات التواصل الاجتماعي وحرية النشر على الفضاء العام، وأصبحت الجماهير هي من تملي شروطها وتفرض لغتها وتدير موضوعاتها. الأمر الذي نقل اللغة الدارجة من مستوى الاستخدام اليومي العادي إلى مستوى التعبير الرسمي في الوسائط الإعلامية.

(5) أظهرت العينة التي أجريت على 473 مصوّتا عربيا أن هناك تناسبا طرديا في تقدير الفعل اللغوي عند استهلاكه (أي حين يكون المستخدم متابعا) وعند إنتاجه (أي حين يكون المستخدم مغرّدا)، فمن يتابع العامية أكثر يكون أكثر ميلا للتغريد بالعامية والعكس صحيح.

(6) أظهرت العينة التي أجريت على 473 مصوّتا عربيا منهم 440 مصوّتا سعوديا، أن هناك farkا لصالح انتهاج الأنماط التقليدية في التغريد (اللغة العربية الفصحى والعناية بالهمز والترقيم) وذلك بنسبة 3.93 من 5 ، أي مايعني أن المغردين السعوديين يلتزمون بالأنماط التقليدية في الغالب.

- (7) يوجد تسامح وتواطؤ بين المستخدمين السعوديين على استخدام مستوى معين من العامية، وهذا التسامح ناتج من استيعاب المستخدمين للتباين بين العالمين الافتراضي والحقيقي، حيث لغة العالم الافتراضي بما أتت به من أدوات متعددة لن تكون قادرة على التأطر والالتزام بتقاليد الديالوغ المحكي في العالم الحقيقي.
- (8) يحافظ مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي على هوية معينة تميز طرقهم غير المألوفة في التعبير، فمن يحافظ على الدقة في التهجئة إنما هو يحافظ على هوية التزم بها في العالم الافتراضي، ومن يتعمد استخدام العامية هو يفعل نفس الشيء.
- (9) رغم أن تطبيق تويتر أتى معه بشروطه وحدوده التي يفترض أن تخضع المستخدم، فقد قام المستخدم بدوره بوضع تقاليد لغوية جديدة تناسب بيئة الاستخدام التي تتيحها التطبيقات الاتصالية الجديدة.
- (10) بالرجوع للعينة التحليلية + نتائج الاستبانة، نجد أن الاحتفاء بالأنماط غير التقليدية \_ الشبابية بين المغردين السعوديين ليس كبيراً (العامية \_ العريزي) وذلك لأن المعدل الحسابي للعينة أظهرت فارقا منخفضا لصالح استخدام الأنماط غير التقليدية مقداره 2.04
- (11) أمكن في الورقة الربط افتراضيا بين نسبة المستخدمين العرب من جغرافية معينة وبين انتشار عاميتها، وهو مايجعل الباحثة تفترض أن العامية البيضاء والعامية المصرية هي الأوسع انتشارا بين المستخدمين العرب.
- (12) من الأسباب التي أدت لتطور العامية المرتبطة بالديالوغ الإلكتروني هو طبيعة تطبيق تويتر، فالعامية بالنسبة للمستخدم العادي قد تكون أقرب للاختصار\_المفروض في تويتر\_ من الفصحى، كما أن الأساليب العامية أقرب في الذاكرة للاستدعاء من الأساليب الفصيحة، بالإضافة إلى قرب الأسلوب العامي من ذهن القارئ وفهمه، واحتواء الأسلوب العامي على عناصر تضيف نكهة السخرية.
- (13) هناك ملحوظة خاصة بشأن اللغة المصرية، فبالنسبة للعربية المصرية أو المصرية المصرية كما يسميها المستخدمون، فهي لغة أعلنت واعتمدت رسميا عبر مجموعة من مستخدمي الإنترنت المصريين لتكون لغة بديلة عن الفصحى، حيث تستخدم في تحرير وإنشاء صفحات ويكيبيديا، وتوجد رسميا في قائمة اللغات المستخدمة في موقع ويكيبيديا، كما يتداولها المستخدمون في شبكات التواصل الاجتماعي كلغة تواصل وإنشاء رسمية، الأمر الذي يمنح اللغة المصرية استثناء من المفهوم المعروف

للعربية العامية حيث خرجت بهذا الصورة من كونها مجرد لهجة إلى كونها لغة معتمدة رسمياً في الفضاء الافتراضي.

14) أتاحت شبكات التواصل الاجتماعية لكل فرد فرصة الحصول على منبر\_منصة ليكون قائماً بالاتصال، ومنحت خاصية التفاعلية المباشرة عملية الاتصال أن تتحول إلى شكل دائري تدوب فيه الأدوار.

15) طبيعة إخراج تويتر تجعل القائم بالاتصال والمتلقي على مستوى واحد من النفاذية للمستخدمين. فالردود على التغريدة تظهر على التايملين كوحدة تعبيرية منفصلة بنفس الخصائص والحجم والبروز، بالإضافة إلى أدوات الاقتباس والريتويت والتعليق بمرافقة رابط التغريدة، وهو ما يتيح للمتلقي أن يقم نفسه في الفعل الاتصالي.

16) يزداد حجم الحسابات الساخرة في تويتر بشكل كبير، حيث تستخدم هذه الحسابات كل القوالب الجاهزة المعاني وتستولد أساليب جديدة للإضحاك قد يكون من بينها تعمد الكتابة بالعامية / بالأخطاء الإملائية، والغرض هو إشعار المتلقي بتلاشي الفارق بين الديالوغ المحكي المنطوق وبين الديالوغ النصي.

17) أثارت هذه الملاحظة قلق الباحثين الإنجليز من تأثير الميكروبلوقنق على الإنجليزية والتحرير الإنجليزي، وهو الأمر الذي قد لا يكون مخيفاً بالنسبة للعربية التي تكتب في الغالب كما تنطق، وتندر فيها الحروف الصامتة، ولا يشكل إهمال الإعراب فيها خوفاً حقيقياً من ضلالة المتلقي.

18) لا تحتفي الحسابات الساخرة بالفصحى إلا على سبيل تطعيم السياق العامي بقليل من الفصحى لزيادة عنصر الإضحاك. وهو ما يعني أن الفصحى في تويتر لم تعد تملك عنصر الإضحاك.

19) هناك شبه إجماع على التسامح مع الرسم غير الدقيق للكلمة العربية في الحساب الساخر، أو استخدام العامية غير المضللة، كما أن اتباع قواعد الهمز، ومراعاة إعراب المثني والجمع، والتفريق بين همزات الوصل والقطع، تكاد تكون أموراً يشيع التسامح فيها لأن المغرّد الساخر لا يخشى من ضلالة القارئ في المجل. بل



يصل الأمر عند بعض المغردين إلى الوصول إلى مستوى معين من التواطؤ\_التصالح على أكواد ولغة بينهم وبين مستهلكي تغريداتهم (متابعيهم).  
(20) أتاحت التطبيقات المصاحبة للهواتف الذكية للمستخدمين فرصة المشاركة الكثيفة في إنتاج النص والمعنى في الفضاء الافتراضي، هذا الفضاء الذي أصبح بعد مرحلة ويب 2.0 متضخما ومنفردا بمفهوم جديد للفضاء العام، إن لم يكن هو قد أصبح الفضاء العام فعليا.

(21) ولدت\_ومنذ بداية زمن الهواتف المحمولة\_ ظاهرة كتابة الصوت العربي بالحرف اللاتيني، تحقيقا لاحتياج وقتي في زمنه، حيث لم تكن لوحة الحروف العربية متوفرة في أجهزة الحاسب والهواتف النقالة، ولكن سرعان ما تطور هذا النمط من الكتابة من احتياج إلى أن أصبح سرعة في عالم التواصل العربي، حيث أصبحت العريبيزي أو الكتابة الرومانية تهجئة متعارفاً عليها في غرف الدردشة ولها قواعدا، وينتمي مستخدموها إلى فئات عمرية \_ تعليمية وجغرافيات مختلفة.

(22) أظهرت الاستبانة على عينة من 473 مستخدم عربي منهم 440 سعوديا، خرجنا بالتالي ندرة شيوع استخدام العريبيزي بين المستخدمين السعوديين.  
حيث نسبة 0.46% من العينة تستخدم العريبيزي بنسبة 81-100% في تغريداتها.

ونسبة 1.61% من العينة تستخدم العريبيزي بنسبة 51-80% في تغريداتها.

ونسبة 1.84% من العينة تستخدم العريبيزي بنسبة 21-50% في تغريداتها

بينما نسبة 5.07% من العينة تستخدم العريبيزي بنسبة 1-20% في تغريداتها.

والنسبة الأكبر التي هي 81.34% من العينة تستخدم العريبيزي بنسبة صفر %

(23) من أسباب عدم الاحتفاء بالعريبيزي هو أن غوغل ورغم تزايد استخدام العريبيزي في العالم الافتراضي لم تحاول اعتمادها كلغة استخدام أو بحث، بل ابتكرت عوضا عنها فكرة التعريب، وهي ظهور المقترحات البديلة بالحرف العربي عند كتابته بالحرف اللاتيني، حيث تهدف غوغل كشركة أرباح مهتمة باستهداف الجماهير العربية وتوسيع نطاق الإعلانات فيها وبلغتها، إلى إثراء المحتوى العربي عبر إتاحة أدوات غوغل بكافة اللهجات العربية.

24) تنسجم فكرة العريبي مع مزاج شبابي استهلاكي هو مزاج (رياضي) ثوري، متمرّد، يميل إلى التسهيل ولا يتشبّث بالتفاصيل. وهو ما يجعل الحرف العربي في حالة خطر.

25) توجد أنماط شبابية في العالم الافتراضي غير العريبي مثل استخدام القوالب ذات الدلالات الساخرة، واستخدام التروّلز.

26) هذه القوالب التعبيرية الجديدة تظهر مبهرّة بشكل مفاجئ ومن ثم تموت أو يختفي استخدامها بشكل مفاجئ، وهو ما يعكس طبيعة العصر الاستهلاكي وأخلاقياته وتقاليدّه، حيث يتم الاحتفاء بالجدّة أولاً وقبل كل شيء، وبغض النظر عن جودة الجديد، يتم الاحتفال به واعتناقه وتطويره لفترة من الزمن ومن ثم يتم هجره إلى أنماط تعبير أكثر جدّة، ويترك النمط القديم للبلى لأنّه تم استهلاكه؛ واللغة ليست بمعزل عن هذا التأثير الثقافي لعصر السوق الحرة.

27) تمت محاولة الربط بين متغيرات (العمر\_النوع\_طبيعة الحساب) في تحليل 40 مستخدماً مشهوراً في تويتر السعودية، وتم التوصل إلى أن المتغيرات التي يمكنها أن تؤثر بشكل واضح في السلوك اللغوي عند المغرّدين هما عملاً العمر، وطبيعة الحساب. بينما لم يكن هناك فارق يذكر في صالح النوع.

28) يتجه السلوك اللغوي التقليدي (استخدام الفصحى) تصاعدياً بشكل طردي مع ازدياد الفئة العمرية، ويزداد استخدام الأنماط الشبابية في التغريد والعامية مع الفئات العمرية الأصغر.

29) بالنسبة لطبيعة الحساب، فالحسابات الدعوية-الرسمية-التوعوية-الأدبية تنزع إلى سلوك اللغة التقليدية الفصحى وبصرامة، بخلاف الحسابات الجماهيرية والساخرة التي تنزع إلى استخدام أنماط شبابية في اللغة بالإضافة إلى العامية والإنجليزية.

\*\*\*

### توصيات:

\_توصي الباحثة بتكثيف البحث في مجال تأثير وسائل الإعلام عموماً، وشبكات التواصل الاجتماعي خصوصاً، على السلوك اللغوي للأفراد العرب.

إذ يعتبر هذا المجال فرصة سانحة لكل من الباحثين اللغويين والإعلاميين لعمل بحوث مشتركة في هذا المجال، وذلك بغرض توثيق اللحظة التاريخية التي تعيشها اللغة العربية الآن، ومن أجل التوصل لنظريات لغوية -اتصالية، وربما نفسية \_علم اجتماعية، تكون رائدة في حقول بحثية قادمة إن شاء الله.

\_توصي الباحثة بعمل دراسات وإحصائيات مشابهة لأثر تويتر على السلوك اللغوي للسعوديين على مناطق لهجية عربية أخرى (الأردن\_ مصر\_ تونس\_ المغرب العربي)، وبالتحديد مصر التي يعتبر مستخدموها رقم 3 في ترتيب عدد المستخدمين العرب، كما يعتبر نشاط تويتر المصري أكثر وضوحاً في تويتر العربي مما يعبر عنه عدد مستخدموه.

\_توصي الباحثة بتكثيف البحث الميداني حول أثر تويتر على السلوك اللغوي بين المستخدمين وربط هذا البحث بحقول بحثية أخرى كالسوسيولوجي وعلم النفس والعلوم السياسية، إذ تعتبر تويتر بوضعها الحالي لحظة تاريخية نادرة تمتزج فيها الظواهر الاجتماعية التي تنتمي لحقول متشابكة ومتعددة في وقت واحد، وربما يحدث هذا الامتزاج نقلة نوعية في مجال البحوث الإنسانية تكون لكلية الآداب فيها الريادة وقدم السبق.

### ختاماً:

أسأل الله أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم وأن ينفع به، وأن يجعله خطوة في سبيل معرفة الأكثر والأكثر إفادة في محيط المعرفة الذي لا ينتهي.

\*\*\*

## المصادر والمراجع:

(1) الأنصاري، أميمة، 2012، "عربيزي"، فيلم يوتيوب .

متوفر على هذا الرابط:

< <http://www.youtube.com/watch?v=cUpuzS1nznA> >

وقت المشاهدة في: [ 2013-3-25 ]

(2) الحارثي، فهد العرابي، 2009، *بين الغدامي والعرابي.. حول قضية استخدام اللاتينية بدلاً عن بعض الحروف العربية*، تحقيق أجرته: خلود العيدان.

متوفر على:

<http://www.al-jazirah.com/2009/20091008/cu4.htm>

وقت المشاهدة في: [ 2013-3-25 ]

(3) الحطامي، نضال، 2013، ، ورقة عمل أقيمت في لقاء الغرفة التجارية بالدمام بتاريخ 11-مارس -2013

متوفرة على:

[https://www.dropbox.com/s/81dgz36q627wyrh/so\\_marketing-1.pptx](https://www.dropbox.com/s/81dgz36q627wyrh/so_marketing-1.pptx)

وقت المشاهدة في: [ 2013-3-25 ]

(4) الحلاق، بشير، 2012، *تويتر 140 حرفاً تغير العالم*، كتاب إلكتروني.

متوفر على الرابط:

[http://www.scribd.com/fullscreen/76847626?access\\_key=key-27kw8nqcn2ipc41ztrh0](http://www.scribd.com/fullscreen/76847626?access_key=key-27kw8nqcn2ipc41ztrh0)

وقت المشاهدة في: [ 2013-3-25 ]

(5) العشيري، محمد، 2012، *العربي: لماذا تحاربه غوغل وتهتم بالعربية الخالصة*، مقالة.

متوفرة على الرابط:

[http://www.bbc.co.uk/arabic/scienceandtech/2012/12/121220\\_arabic\\_language\\_internet\\_arab\\_days.shtml](http://www.bbc.co.uk/arabic/scienceandtech/2012/12/121220_arabic_language_internet_arab_days.shtml)

وقت المشاهدة في: [ 2013-3-25 ]

(6) العبيد، بدرية، 2012، *الربيع العربي وانعكاساته على تطور الفضاء العام السعودي*، ورقة عمل قدمت في الملتقى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال.

متوفرة على:

<http://badriyah1978.wordpress.com/2012/02/14>

وقت المشاهدة في: [ 2013-3-25 ]

(7) المحيا، أسامة، *الحسابات الوهمية وإغراق الهاش تاق عبر تويتر*، دراسة منشورة على الإنترنت.

متوفرة على :

[https://docs.google.com/file/d/0B26lhesCjPxCX3R0S09qX3ZO\\_UFE/edit?pli=1](https://docs.google.com/file/d/0B26lhesCjPxCX3R0S09qX3ZO_UFE/edit?pli=1)

(8) عبد الحميد، محمد، 2000، *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. الطبعة الثانية عام 2004 ، القاهرة، دار عالم الكتب.

\*\*\*

**English sources:**

1- Adel&Nunnes, 2011, *Tweets from Tahrir: Egypt's Revolution as it Unfolded, in the Words of the People Who Made it*.  
Published by : OR Books, NewYork, Kindl Edition.

2- Calcutt, Andrew, **1999, " *White Noise: an A-Z contradictions in cyber culture.*"**

Published by St. Martin's Press, New York

3- Cha, mayeeong &Others, *The Million Follower Fallacy*, online research.

Available from:<<http://snap.stanford.edu/class/cs224w-readings/cha10influence.pdf>>

Accessed : [25-3-2013]

4- comm , Joel & Robbins Anthony , 2012, *Twitter Power 2.0: How to Dominate Your Market One Tweet at a Time*

Published by Whily and Sones, USA

5- Jones, Lucey,27-10- 2011, *Ralph Fiennes blames Twitter for 'eroding' language*, article.

Available on:

<<http://www.telegraph.co.uk/technology/twitter/8853427/Ralph-Fiennes-blames-Twitter-for-eroding-language.html>>

Accessed : [25-3-2013]

6- Kambara, Kinith, 2009, *Oh, Twitter, What Will Become of Our Language?* article



Available from:

<<http://thesocietypages.org/thickculture/2009/04/14/oh-twitter-what-will-become-of-our-language/>>

Accessed in : [26-3-2013]

- 7- Lotzof, Tanya ,2011, *Facebook, Twitter, Texting: Are They Bad For Language Development?* article

Available from:

< <http://nspt4kids.com/speech-and-language/facebook-twitter-texting-are-they-bad-for-language-development>>

Accessed in : [26-3-2013]

- 8- Mason, Chris, 2012, *Twitter effect: How the hashtag has shaped political debate* . article

Available from : < <http://www.bbc.co.uk/news/uk-politics-17824255>>

[Accessed in : [26-3-2013]

- 9- Parmelee& Bichard, 2012, *Twitter Revolution, how tweets influence the relationship between politician leaders and the public.*

Lexington Book, UK.

- 10- Smith, Ben, 2012, *Will Twitter Affect Dialects of English?* article

Available from:< <http://dialectblog.com/2011/01/26/will-twitter-affect-dialects-of-english/>>

\*\*\*