



واقع استخدام اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي في ظل الرموز اللغوية - دراسة ميدانية -

The Reality of Using Arabic in Social Media - Field Study - Under Language Symbols

د. نوال بومنجل¹

n.boumendjel@univ-emir.dz

تاريخ الاستلام: 2024/07/14 تاريخ القبول: 2024/08/31 تاريخ النشر: 2024/09/15

Received: 14/07/2024 Accepted: 31/08/2024 published: 15/09/2024

الملخص:

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع استخدام اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي في ظل الرموز اللغوية، وقد تم استخدام منهج المسح بالعينة باعتماد أداة الاستبيان على عينة قوامها 60 مفردة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن العامية هي الأكثر استخداماً في موقع التواصل الاجتماعي، وأن الأيقونات من صور وإنعوجي هي أكثر الرموز اللغوية المستخدمة في التعبير لدى أغلبية أفراد العينة بهدف اختصار الوقت واعتبارها مجالاً للتسلية مع الأصدقاء والأهل. وهذا ما أدى إلى تغييب اللغة العربية في هذه الواقع، ويرجع ذلك أساساً إلى ضعف اللغة العربية لدى أغلب أفراد المجتمع ما يستدعي الاهتمام بما عبر مختلف المؤسسات.

كلمات مفتاحية: اللغة العربية، موقع التواصل الاجتماعي، الرموز اللغوية.

Abstract:

This study seeks to highlight the reality of the use of Arabic in social media sites under language symbols. The sample survey curriculum was used using the questionnaire tool on a sample of 60 individuals. One of the most important findings of this study is that colloquialism is the most commonly used on social media sites, and that icons of images and images are the most commonly used language symbols in the expression of the majority of members of the sample with a view to shortening time and considering them as an area of amusement with friends and parents. This has led to the absence of Arabic at these sites, mainly because of the weakness of the Arabic language among most members of society, which requires attention across institutions.

Keywords: Arabic language, social media sites, language symbols



مقدمة:

ظلت إشكالية العلاقة بين اللغة العربية ووسائل الإعلام قائمة ومحل دراسة من طرف العديد من الدارسين والباحثين، بسبب انتشار العامة والخليط بين العربية والعامية في هذه الوسائل و في ذلك تهديدا لكيان اللغة العربية ووجودها، فكانت هناك دعوات إلى ضرورة تبني اللغة العربية في وسائل الإعلام المختلفة خصوصا المرئية منها والمسموعة، ومع التطورات التكنولوجية وظهور موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك، يوتيوب، توبيتر، انستغرام.....) عاد الحديث مجدد عن موقع اللغة العربية في هذه الوسائل التي لم يكتف فيها بوجود العامية، بل برزت إلى الوجود أشكال لغوية أخرى أطلق عليها أصحاب الاختصاص باللغة المجنين التي امتازت فيها الحروف بالأرقام ولغة الأجنبية بالعربية والصور التعبيرية بالرموز، وتأثير ذلك على اللغة العربية بقواعدها وصرفها ونحوها وإملائتها والتي باتت معيبة في هذه الواقع ، ونتيجة لهذا الواقع الذي تشهده لغتنا العربية في موقع التواصل الاجتماعي خصوصا مع انتشار ظاهرة الرموز والاختصارات اللغوية جاءت دراستنا هذه محاولة كشف هذا الواقع انطلاقا من التساؤل الرئيس الآتي:

ما هو واقع استخدام الطلبة الجامعيين للغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي في ظل الرموز اللغوية؟

ويندرج ضمن هذا التساؤل أسئلة فرعية:

- ماهي عادات وأنماط استخدام الرموز اللغوية في موقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي دوافع استخدام الرموز اللغوية في موقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام؟
- ما أسباب تراجع استخدام اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي الحلول المقترحة من أجل النهوض باللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي؟

وللإجابة على هذه التساؤلات تم اعتماد الإجراءات المنهجية التالية:

1-الإجراءات المنهجية للدراسة:

1-1-منهج الدراسة: يهدف هذا الجانب من الدراسة إلى معرفة واقع استخدام اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي في ظل الرموز اللغوية والوقوف على اللغة المستخدمة في هذه الواقع من طرف عينة من الطلبة واقتراحاتهم من أجل النهوض باللغة العربية في هذه الوسائل، لذلك نجد أن المنهج الملائم لها هو منهج المسح بالعينة الذي يهدف إلى وصف الظواهر والواقع وتقصي حقائقها، كما يهتم بدراسة جمهور وسائل الإعلام من خلال الوقوف على أنماطه وعاداته ودوافعه وإشباعاته المحققة من تلقي الرسائل المختلفة.

1-2-أداة الاستبيان: لقد اعتمدنا في هذه الدراسة نعتمد على استمارة الاستبيان Questionnaire في جمع المعلومات



وهي عبارة عن شكل مطبوع أو الكتروني يضم مجموعة من الأسئلة مرتبة حسب معاور معينة تتوافق وتساؤلات الدراسة، وهي موجهة إلى جمهور معين للإجابة عنها بما يخدم أهداف الدراسة.

وقد استخدمت هذه الأداة لمعرفة عادات وأنماط استخدام الرموز اللغوية في موقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين مع دوافع استخدامهم لها وما تحقق لهم من إشباعات عند استخدامها، ضف إلى ذلك الوقوف على أسباب تراجع استخدام اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي والحلول المقترحة من أجل النهوض باللغة العربية في هذه المواقع.

✓ تصميم الاستبيان: قمنا بتصميم أسئلة الاستبيان وفق إشكالية الدراسة وتساؤلاتها اعتمدنا طرح مجموعة من الأسئلة

امترجت بين أسئلة مغلفة في الغالب وأسئلة مفتوحة وقد وضعت هذه الأسئلة ضمن ثلاثة معاور أساسية وهي:

1- محور البيانات الشخصية.

2- محور عادات وأنماط استخدام الرموز اللغوية في موقع التواصل الاجتماعي.

3- محور دوافع استخدام الرموز اللغوية والإشباعات المتحققة من ذلك.

4- محور الاقتراحات المقدمة للنهوض باللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي.

1-3 المعالجة الإحصائية: بعد الانتهاء من جمع البيانات الميدانية تم ترميزها وإدخالها إلى الحاسوب الآلي ثم معالجتها وتحليلها

واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) (النسخة 26)، كما تم الاستعانة أيضاً ببرنامج (EXCEL) في عرض بعض البيانات ومعالجتها بيانياً.

وقد استخدمت هذه الدراسة المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسبة المئوية: للوقوف على الخصائص الأساسية لتوزيع العينة حسب جميع متغيرات الدراسة وأنماط الاستجابات على مختلف بنود وأسئلة استمارة الاستبيان.

1-4 عينة الدراسة: لقد استخدمنا في هذا البحث أسلوب العينة المتأحة والتي يمكن للباحث الوصول إليها بسهولة وفي أقرب وقت ممكن، حيث كانت العينة في هذه الدراسة الطلبة الجامعيين الذين أتيحت لهم الفرصة للإجابة على الاستبانة الإلكترونية والذين بلغ عددهم في فترة هذه الدراسة 60 مفردة، منهم 52 ذكور و 8 إناث من مختلف جامعات ولاية قسنطينة.

جدول رقم: (1) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الترتيب	النسبة المئوية (%)	التكرار (ك)	النوع
2	13,33	8	ذكر
1	86,67	52	أنثى
-	100	60	المجموع

2- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف واقع استخدام الطلبة الجميين للغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي في ظل الرموز اللغوية، وذلك من خلال التعرف على دوافع استخدامهم لهذه الرموز اللغوية وإشباعاتهم المتحققة من وراء هذا الاستخدام مقابل معرفة أسباب عزوفهم عن استخدام اللغة العربية في هذه المواقع والاطلاع على الحلول المقترحة من طرفهم من أجل النهوض باللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي.

- تحديد المفاهيم

١- مفهوم الاستخدام:

أ/ لغة: استخدم، استخداماً، فهو مستخدم، والمفعول مستخدم ، استخدم العامل نفسه : عرض نفسه للعمل ، استخدم فلانْ
فلاناً: الآخذه خادماً وجعله يخدمه (<https://www.arabdict.com/ar> بلا تاريخ).

بـ/ اصطلاحاً: إن مفهوم الاستخدام لا يتعلّق بالالتعرّض إلى وسائل الإعلام فقط، وإنما يرتبط بتوظيف كل العوامل المرتبطة بالاستخدام في اكتساب الفائدة أو تحقيق العائد الذي يمكن أن يتّوّحد في إطار مفهومي الإشّابع من جانب المتلقّي والتأثير من جانب وحدوت الأثر من جانب وسائل الإعلام، لذلك يؤكد "شيل ونداهل" أن الاستخدام يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة يترتّب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة عن الإشّابع ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التّعرض فقط (نسّيغاوي ، 2013-2014، ص ص 6-7).

2-مفهوم اللغة.

أ/لغة: بضم فتح ج لغات ولغى، أصوات و كلمات متعارفة يعبر بها كل قوم <https://www.arabdict.com/ar> بلا تاريخ).

بـ/اصطلاحا: تعرف بأنها نظام صوتي يمثل سياقا اجتماعيا وثقافيا له دلالته ورموزه، وهو قابل للنمو والتطور، ويخضع في ذلك للظروف التاريخية والحضارية التي يمر بها المجتمع (الحسناوي 2010، ص 13).

2- مفهوم اللغة العربية: اللغة العربية هي إحدى اللغات القديمة التي عرفت باسم مجموعة اللغات السامية، وذلك نسبة إلى سام بن نوح عليه السلام، الذي استقر هو وذراته في غرب آسيا وجنوبها حيث شبة الجزيرة العربية، ومن هذه اللغات السامية: الكنعانية، النبطية، البابلية، الحبشية . (نور كورت بلا تاريخ). وتحتل اللغة العربية مكانة مرموقة بين اللغات الحية في العصر الحالي، إذ هي لغة القرآن الكريم التي يعتبرها المسلمون لأكثر من أربعة عشر قرناً، وقد سجل بها الحديث الشريف، المصدر الثاني من مصادر الشريعة الإسلامية. وبناءً عليه، فإن على كل مسلم تعلم هذه اللغة وفهمها، لضمان فهم القرآن الكريم والسنّة النبوية الشريفة والعمل بهما.

3- موقع التواصل الاجتماعي: هي منصات عبر الإنترنت تهدف إلى تسهيل التواصल والتفاعل بين المستخدمين. من خلال إنشاء ملفات شخصية لهم، ومشاركة المحتوى النصي والصور والفيديوهات مع أصدقائهم أو متابعيهم. كما تتيح للمستخدمين إمكانية التعليق على منشورات الآخرين، والإعجاب بمحطوياتهم، والمشاركة في الجماعات والمنتديات الاجتماعية. كما تقدم موقع التواصل الاجتماعي أيضاً خدمات



أخرى مثل الدردشة والمراسلة الفورية، تبادل الملفات، المدونات والرسائل الخاصة التي تساعده على التفاعل المباشر بين المستخدمين. ومن هذه الواقع نجد الفايسبوك، اليوتيوب، تويتر، انستغرام.....الخ.

4- الرموز اللغوية: تستخدم في حالة العجز عن التعبير بالنصوص المكتوبة عن إيماءات الوجه ونبرة الصوت وحركة الجسد وتتمثل في الحروف والأرقام والأيقونات والصور، كما تشمل أيضاً الاختصارات اللغوية بحذف الحروف الصامتة وإبداع كلمات جديدة ومنزج الحروف والأرقام، والكتابة باللهجة العامية مع تعريب الفرنسية وفرنسة العربية ويمكن تحديدها في (بن مفتاح 2020، ص ص 732-734):

1- الاختصارات اللغوية: هي اختصار بعض الكلمات إلى عدد أقل من الحروف حرفين أو ثلاثة، وتعرف تلك الاختصارات باسم **abbréviations** ويدخل ضمنها أيضاً في هذا المقام **acronyms** وهي الكلمات المكونة من الحرف الأول أو الحروف الأولى من كل الأجزاء المتتابعة أو الرئيسية للاسم أو المصطلح المركب، ويفيد استخدام هذه الاختصارات كثيراً في تتبع قراءة البحوث وخاصة التعبيرات المعقدة واحتزال بعض الكلمات والأسماء حتى أصبحت تعرف بهذه الاختصارات وتكتب بها.

2- الرموز: فإن الرمز كلمة أو عبارة أو تعبير آخر يمتلك مركباً من المعاني المترابطة، وبهذا المعنى ينظر إلى الرمز باعتباره يمتلك قيمة تختلف عن قيم أي شيء يرمز إليه، كائن ما كان، فمثلاً العلم الذي هو قطعة من القماش يرمز لأمة، والصلب إلى المسيحية، كما استخدم الكثير من الشعراء الوردة البيضاء رمزاً للصبا والجما، ويشمل في بحثنا هذا كل من الحروف، الأرقام، علامات الوقف (نقاط، فواصل، أقواس).

3- الأيقونات: وفيها تخيل العالمة إلى موضوعها عبر علاقة المشابهة، محاكية موضوعاً مادياً أو ميتافيزيقياً، كما في الصور الفوتوغرافية والمجسمات والتماثيل، وقد تكون الأيقونة مسموعة لا مصورة (مرئية) كما هو الحال في الصوت المسجل لشخص ما، فهو أيقونة تخيل على الأصل وتشمل في هذه الدراسة أيقونات الوجه بكل إيماءاته وملامحه، حركة الجسد، أيقونات الطبيعة، الحيوانات، الأماكن وكل ما يراد به محاكاة حالة أو موضوعاً معيناً.

4-الدراسات السابقة:

هناك نقص في الدراسات التي تناولت واقع استخدام اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي من جهة، واستخدام الرموز اللغوية في هذه الموضع من جهة أخرى، ومن بين هذه الدراسات نذكر:

1- دراسة بن مفتاح خيرة ومولاي حاج مراد: الرموز اللغوية في الوسائل النصية أثناء التواصل الاجتماعي الافتراضي، دراسة في الدلالة والمعنى (بن مفتاح 2020، ص ص 732-734):

تسعى هذه الدراسة إلى محاولة الكشف عن معانٍ الرموز اللغوية المستخدمة في الرسائل النصية أثناء التواصل الاجتماعي الافتراضي من قبل طلبة المركز الجامعي نور البشير ولاية البيض، مع تحديد أسباب هذا الاستخدام.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي أداتي تحليل المحتوى واستماراة الاستبيان التي وزعت على عينة قصدية قدر حجمها بـ: 73 طالب وطالبة بقسم العلوم الاجتماعية.



وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن المبحوثين غالباً ما يستخدمون رموزاً لغوية مستحدثة تم تعلمها عن طريق التواصل المباشر مع الأصدقاء في الواقع وهذا من أجل رفع الوقت أثناء الكتابة ومواكبة موضة لغة الشباب العصرية، كما أن تلك الرموز اللغوية معايير ودلائل متعددة، تختلف باختلاف السياق الذي تستعمل فيه الكلمات، وحسب ما تتفق عليه الجماعة الاجتماعية من دلالة ومعنى.

2- دراسة صافية كسكاس: الاستعمال اللغوي في وسائل التواصل الاجتماعي عند الشباب العربي الواقع والآسباب والآثار
كسكاس 2019، ص ص 462-478:

حاولت هذه الدراسة الوقوف على الظاهرة اللغوية التي انتشرت مع الاستعمال الواسع للهواتف الذكية واللوحات المحمولة في الوطن العربي، وهي ظاهرة كتابة الأصوات العربية بالحروف اللاتينية ومعها مختصرات باللغات الأجنبية خاصة اللغة الإنجليزية، واستعمال الأرقام بدل الحروف؛ وهي مستعملة عند جيل الشباب على وجه الخصوص في الكتابة والدردشة الإلكترونية، كما رصدت هذه الدراسة الآثار المترتبة عن استعمال هذه الظاهرة اللغوية التي تدل على مدى الخطر الذي يهدد هويتنا التي تأتي اللغة أهم أساسها ومقوماتها.

التعقيب على الدراسات السابقة:

وقفت الدراسات السابقة على رصد واقع اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي وقد أفادتنا في صياغة المشكلة البحثية وتحديد المفاهيم وتصميم استماراة الاستبيان.

6-نتائج الدراسة

بعد الانتهاء من جمع البيانات الميدانية تم ترميزها وإدخالها إلى الحاسوب الآلي ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) النسخة 26، كما تم الاعتماد ببرنامج (EXEL) في عرض بعض البيانات ومعالجتها بيانياً.

1- عمور العادات والأنماط:

1-1 توزيع أفراد حسب استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم 02 يبين استخدام الطلبة لموقع التواصل الاجتماعي:

الترتيب	النسبة المئوية (%)	التكرار (ك)	الاستخدام
1	100	60	نعم
2	0	0	لا
-	100	60	المجموع



يوضح الجدول رقم 02 أن كل أفراد العينة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي بنسبة 100%， وهذا تماشياً والتطورات التكنولوجية التي جعلت من استخدام هذه المواقع ضرورة من ضروريات الحياة التي لا يمكن الاستغناء عنها خصوصاً مع شريحة الشباب والطلبة أفراد عينة هذه الدراسة.

1-2 موقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الطلبة.

جدول رقم 03 يبين موقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الطلبة.

الترتيب	النسبة المئوية (%)	التكرار (ك)	موقع التواصل
1	60,61	60	فايسبوك
5	1,01	1	تويتر
3	15,15	15	يوتيوب
2	19,19	19	انستغرام
4	4,04	4	أخرى تذكر
-	100	99	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه، أن موقع الفايسبوك احتل الصدارة من حيث الاستخدام وهذا بنسبة 60,61%， ليأتي بعدة موقع انستغرام بنسبة 19,19%， ثم موقع اليوتيوب بنسبة 15,15%， ثم بقية المواقع بحسب ضئيلة كموقع تويتر وتيكتوك وواتساب.

ويرجع المختصون الاستخدام الدائم لموقع الفايسبوك إلى كونه وصل حد السلوك اليومي لدى بعض المستخدمين مثله مثل النوم أو الأكل أو أي شيء آخر طبيعي يفعلونه في الحياة للتواصل مع الأصدقاء والتخلص من الوحدة والملل والتعرف على مجريات الأحداث والوقائع، وقد وصل حد الإدمان لدى بعض المستخدمين تحت مسمى مدمني اضطراب الفايسبوك **Facebook Addiction Disorder “FAD”** (مصدر النور 2016).



1-3 نوع ومستوى اللغة المستخدمة في موقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 04 يبين نوع ومستوى اللغة المستخدمة في موقع التواصل الاجتماعي.

الترتيب	النسبة المئوية (%)	التكرار (ك)	نوع ومستوى اللغة
2	19,51	24	عربية فصحى
1	47,97	59	عامية
2	19,51	24	فرنسية
3	11,38	14	إنجليزية
4	1,63	2	أخرى تذكر
-	100	123	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه، أن اللهجة العامية هي أكثر استخداماً في موقع التواصل الاجتماعي بنسبة 47,97%， ثم جاءت في المرتبة الثانية كل من العربية الفصحى والفرنسية بالنسبة نفسها والتي قدرت بـ 19,51%， فاللغة الإنجليزية بنسبة 11,38%， ثم لغات أخرى بنسبة ضئيلة قدرت بـ: 1,63% كاللغة الإيطالية واللهجة الشاوية وذلك حسب أفراد عينة الدراسة.

ويرجع استخدام كثرة استعمال العامية في وسائل التواصل الاجتماعي إلى كون مستخدمي هذه المواقع مختلفون فيما بينهم في المستويات العلمية والثقافية والاجتماعية وحتى الاقتصادية، ضف إلى ذلك عدم تخصصهم في هذا المجال، كما أن العامية أسهل من الفصحى، من حيث التداول على الألسن، وأقل تطلبًا للقواعد النحوية والصرفية والإملائية بخلاف اللغة العربية الفصحى التي يجهل الكثير من أفراد العينة قواعدها ويعانون من ضعف فيها قولاً وكتابة.

4-1 نوع كتابة اللغة في موقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم 05 يوضح نوع كتابة اللغة في موقع التواصل الاجتماعي:

الترتيب	النسبة المئوية (%)	التكرار (ك)	نوع كتابة اللغة
1	41,34	43	حروفها الأصلية
3	16,36	17	حروف لغة أخرى
4	13,46	14	حروف وأرقام
2	28,84	30	حروف وصور(إيموجي)
-	100	104	المجموع



يوضح الجدول أن غالبية أفراد العينة يكتبون اللغة بحروفها الأصلية بنسبة 41,34% سواء عامية أو عربية فصحى أو أجنبية، تليها كتابتها بحروف وصور في المرتبة الثانية بنسبة 28,84%， ثم كتابتها بحروف لغة أخرى بنسبة 16,36%， وأخيراً كتابتها بحروف وأرقام بنسبة 13,46%.

ويعود انتشار كتابة اللغة العامية سواء بحروفها الأصلية أو الخلط بين الأرقام والحروف الأجنبية والصور والإيموجي أو ما يعرف بظاهرة اللغة الهجين إلى كونها مرتبطة ارتباطاًوثيقاً باستخدام منصات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفايسبوك.

1-4 الرموز اللغوية المستخدمة في موقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 06 يبين الرموز اللغوية المستخدمة في موقع التواصل الاجتماعي.

الترتيب	النسبة المئوية (%)	التكرار (ك)	الرموز اللغوية
2	36,27	37	الاختصارات اللغوية
3	21,57	22	الرموز
1	42,16	43	الأيقونات
-	100	102	المجموع

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه أن الأيقونات من صور وإيموجي هي الأكثر استخداماً في موقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة بنسبة 42.16%， تليها الاختصارات اللغوية بنسبة 36,27%， فالرموز بنسبة 21.57%.

ويرجع الاستخدام الواسع للإيموجي والتي هي عبارة عن أشكال وأيقونات للتعبير عن المشاعر يتم توظيفها في التعليقات والحوارات، بديل للاتصال اللغطي والغير اللغطي المستخدم في الفضاءات المادية الواقعية وكآلية لاختصار العديد من الكلمات والأفكار والجمل، نظراً لما تقدمه هذه الرموز من مزايا اتصالية مختلفة، إضافة إلى توفرها على أشكال وتصاميم متنوعة في المنصات العالمية الرقمية، بحيث يمكن التعبير عن الغضب، والحب، والسعادة، والفرح ، والضحك، والصدمة، والاشتئاز والمزيد من المشاعر، بوصف هذه الرموز الوجه الآخر للاتصال غير اللغطي، أي أنها تعادل لغة الجسد من إيماءات وحركات وإيحاءات، وهذا ما أكد عليه العديد من الباحثين حين زعموا أن القيمة التعبيرية للصورة تعادل ألف كلمة، كونها تسهم في إكمال المعنى الناقص أو الذي لا تستطيع اللغة المكتوبة التعبير عنه والتي قد لا يستطيع البعض ترجمة شعورهم بها، وفي السياق تشير الإحصائيات إلى أنه يتم إرسال نحو 5 مليارات رمز تعبيري يومياً عبر تطبيق "ماسنجر"، كما يتم التعليق بما يقارب 60 مليون رمز تعبيري على هذا الموقع (دائرة 2022، ص 250).



• وفيما يلى أكثر نماذج الإيموجي المستخدمة من طرف أفراد العينة ومعانها:

جدول رقم 07 يوضح نماذج الإيموجي المستخدمة من طرف أفراد العينة ومعانها.

الرقم	الإيموجي	معانيها
01		لإظهار الحزن
02		لإظهار اللامبالاة والبرودة.
03		يُظهر السعادة مثل الوجوه المبسمة الأخرى، ولكن هناك أيضًا عنصر الارتياح، حيث غالباً ما تعبّر الرسائل التي تستخدم هذا الرمز التعبيري من أشكال الإيموجي عن سعادتها بكيفية حدوث حدث ما
04		وجه مبسم، ارتفاع السعادة.
05		لإظهار البكاء.
06		لإظهار الإنزعاج والغضب.
07		علامة القبول أو الاتفاق.
08		يستخدم لطلب للحصول على شيء ما.
09		يستخدم عادة لإظهار الصلاة والدعاء.
10		القلب الأحمر هو قلب الحب العاطفي الكلاسيكي، يستخدم لإظهار الحب والرومانسية، أو أي مشاعر مماثلة.

أما الاختصارات اللغوية فهي الأخرى تعتبر من أكثر الرموز اللغوية استخداماً من طرف أفراد العينة، لكثرة اتصالهم مع مجموعات كبيرة من الأصدقاء في وقت واحد ومن أجل ربح الوقت والسرعة في الرد.



• وفيما يلي نماذج من الاختصارات اللغوية المستخدمة من طرف أفراد العينة:

جدول رقم 08 يوضح نماذج من الاختصارات اللغوية الأكثر استخداماً ومعانيها:

الرقم	العبارة أو الكلمة	طريقة كتابتها	معانيها
01	ن3م	حروف وأرقام	نعم
02	أوكـيه	كلمة إنجليزية بحروف عربية	أجل
03	Bnjr	كلمة فرنسية بحروف مختصرة	صباح الخير
04	B1	حروف وأرقام	كلمة فرنسية bien بمعنى جيد
05	Hmdl	اختصار لكلمة عربية بحروف فرنسية	الحمد لله
06	Slm	اختصار لكلمة عربية بحروف فرنسية	السلام عليكم
07	P2q	حروف وأرقام	عبارة فرنسية pas de Quoi معنى لا شكر على واجب
08	lbs cv	مكون من كلمتين الأولى عامية بحروف فرنسية والثانية اختصار لكلمة cava الفرنسية	جيد بخير
09	الفايس	كلمة معربة مختصرة	الفايسبوك
10	3lah	كلمة عامية بحروف أجنبية وأرقام	لماذا؟

في حين لم تستخدم الرموز في موقع التواصل الاجتماعي بكثرة مقارنة بالإيموجي والاختصارات اللغوية لتفضيل أفراد العينة لهاتين الأخيرتين في التواصل مع الأشخاص من جهة ، وكون الرموز جافة ولا تعبر عن المعنى المطلوب وقليلة الاستخدام من جهة أخرى.

• ومن أهم الرموز التي استخدمت من طرف أفراد العينة ما جاء في الجدول المواري:

جدول رقم 09 يبين نماذج من الرموز المستخدمة ومعانيها:

الرقم	الرمز	دلائلها
01	???	بدل من استخدام جملة استفهامية
02	!!	بدل من استخدام جملة تعجبية
03	(:)	الابتسامة
04	يتبع
05	!! =>	هل هذا صحيح
06	3	حرف العين
07	7	حرف الحاء
08	9	حرف القاف



ثانياً: حور الدوافع والإشباعات:

2-1 دوافع استخدام الرموز اللغوية في موقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم: 10 يوضح دوافع استخدام الرموز اللغوية في موقع التواصل الاجتماعي:

الترتيب	النسبة المئوية (%)	التكرار (ك)	دوافع استخدام الرموز اللغوية
4	4,35	5	عدم التمكن من اللغة العربية
1	46,96	54	اختصار الوقت أثناء الكتابة
3	10,43	12	التعبير عن ما تعجز عنه اللغة العربية
3	10,43	12	لغة العصر
2	27,83	32	أكثر استخداماً في موقع التواصل الاجتماعي
-	100	115	المجموع

ترجع دوافع استخدام الرموز اللغوية من طرف أفراد العينة إلى اختصار الوقت أثناء الكتابة بالدرجة الأولى بنسبة 46,96%， ثم كونها أكثر استخداماً في موقع التواصل الاجتماعي بنسبة 27,83%， في حين جاء كل من دافع التعبر عن ما تعجز عنه اللغة العربية الفصحى ودافع كون الرموز اللغوية لغة العصر بالنسبة نفسها والتي قدرت بـ: 10,43%， في حين احتل المرتبة الأخيرة دافع عدم التمكن من اللغة العربية بنسبة 4,35%.

2-2 الإشباعات المتحققة من استخدام الرموز اللغوية في موقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم 11 يوضح الإشباعات المتحققة من استخدام الرموز اللغوية في موقع التواصل الاجتماعي:

الترتيب	النسبة المئوية (%)	التكرار (ك)	الإشباعات المتحققة
3	22,66	29	زيادة التواصل مع مجموعات من الناس
4	19,53	25	الاطلاع على مختلف الأخبار وأحوال الناس
1	25	32	التسليية
2	23,44	30	التخلص من الملل
5	7,81	10	التخلص من الشعور بالوحدة
6	1,56	2	أخرى تذكر
-	100	128	المجموع



يوضح لنا الجدول رقم 11 الإشباعات المتحققة من استخدام الرموز اللغوية في موقع التواصل الاجتماعي والتي جاءت في مقدمتها التسلية بنسبة 25%， ثم التخلص من الملل بنسبة 23,44%， فزيادة التواصل مع مجموعات من الناس بنسبة 22,66%， والاطلاع على مختلف الأخبار وأحوال الناس بنسبة 19,53%， وأخيراً التخلص من الشعور بالوحدة بنسبة 7,81%، حيث يجد أفراد العينة في استخدامهم للرموز اللغوية وبالأخص الإيموجي مجالاً للتسلية مع أصدقائهم من خلال التعبير عن ما يحول في أفكارهم وخواطرهم بها وفي نفس الوقت يتخلصون من الملل الذي يعتريهم بسبب كثرة نشاطاتهم كونهم مرتبطين بالدراسة الجامعية، كما أن الرموز اللغوية تتيح لهم التواصل مع الأفراد والتعرف على آخر الأخبار والمستجدات.

ونلاحظ أن أغلب هذه الإشباعات هي إشباعات شبه توجيهية (Para Orientational) وتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في مواضيع التسلية والترفيه والإثارة ، وإشباعات شبه اجتماعية (Para Social) وتزداد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية، وزيادة إحساسه بالعزلة، تخريب الخيال، واستشارة العواطف، والتخلص من الشعور بالملل والضيق، والتخلص من الشعور بالوحدة والعزلة، والتوحد أو اندماج الشخصيات (شتلة بلا تاريخ).

ثالثاً: محور الاقتراحات:

3-1 مساحة اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي حسب أفراد العينة:

جدول رقم 12 يوضح مساحة اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	النسبة المئوية (%)	التكرار (ك)	مساحة اللغة العربية
3	11,67	7	كبيرة
1	50	30	متوسطة
2	36,66	22	قليلة
4	1,67	1	منعدمة
-	100	60	المجموع

من خلال الجدول أعلاه، نجد أن نسبة 50% من أفراد العينة يرون أن مساحة اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي متوسطة، في حين أن 36,36% منهم يرون بأن مساحتها قليلة . أما ما نسبته 11,67% فيرون أنها تحتل مساحة كبيرة.



2-3 أسباب تراجع اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم 13 يوضح أسباب تراجع اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي:

الترتيب	النسبة المئوية (%)	التكرار (ك)	أسباب تراجع اللغة العربية
3	0,78	1	عجز اللغة العربية عن التعبير
4	28,91	37	الضعف اللغوي الذي يعني منه أفراد المجتمع.
1	13,28	17	عدم الاهتمام باللغة العربية في المؤسسات التعليمية.
2	14,06	18	تأخر استخدام اللغة العربية في وسائل الإعلام الحديثة.
5	31,25	40	شيوخ العامية على حساب اللغة العربية الفصحى حتى في الأوساط التعليمية.
6	11,72	15	ضعف الاعتزاز باللغة العربية لدى مختلف شرائح المجتمع
-	100	128	المجموع

ويرجع أفراد العينة أسباب تراجع اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي إلى شيوخ العامية على حساب اللغة العربية بنسبة 31,25%， والضعف اللغوي الذي يعني منه أفراد المجتمع بنسبة 28,91%， فتأخر استخدام اللغة العربية في وسائل الاعلام الحديثة وعدم الاهتمام باللغة العربية في المؤسسات التعليمية وضعف الاعتزاز باللغة العربية بنسبة: 14,06% و13,28% و11,28% على التوالي. وأخيراً عجز اللغة العربية عن التعبير بنسبة 0,78%.

ويعود شيوخ العامية في الأوساط المجتمعية إلى ضعف اللغوي الذي يعني منه معظم أفراد المجتمع المتعلّم منه وغير المتعلّم بسبب واقع اللغة العربية في المدارس على مستوى الوطن العربي ككل فالأطفال يدخلون المدارس ليتعلّموا اللغة العربية الفصيحة فيجدوها مهجورة حتى عند معلمي اللغة العربية، ولا يجدون في مدارسهم أجواء لغوية نقية تساعدهم على اكتساب اللغة الفصيحة، والتدريب على النطق . (قارش بلا تاريخ، ص 725).



3-3 الاقتراحات المقدمة للنهوض باللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم: 14 يوضح الاقتراحات المقدمة للنهوض باللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي:

الترتيب	النسبة المئوية (%)	التكرار (ك)	الاقتراحات
1	41,97	47	الاهتمام باللغة العربية في المؤسسات التعليمية
4	10,71	12	عقد الندوات والملتقيات للوقوف على المشاكل وأسباب تراجع اللغة العربية مع إيجاد الحلول وتفعيلها.
4	10,71	12	توعية النشء بأهمية اللغة العربية عبر مختلف المؤسسات
3	16,07	18	العمل على استخدام اللغة العربية معلوماتيا
2	20,54	23	ضرورة الاعتزاز باللغة العربية من قبل أبنائها
-	100	112	المجموع

تعددت الاقتراحات المقدمة من طرف أفراد العينة للنهوض باللغة العربية عبر موقع التواصل الاجتماعي والحد من ظاهرة اللغة المجنحة المنتشر فيها، حيث جاء الاهتمام باللغة العربية في المؤسسات التربوية في مقدمة هذه الاقتراحات بنسبة 41,97 %، يليه الاقتراح الخاص بضرورة الاعتزاز باللغة العربية من قبل أبنائها بنسبة 20,54 %، ثم العمل على استخدام اللغة العربية معلوماتيا بنسبة 16,07 %، وجاء في المرتبة الأخيرة كل من توعية النشء بأهمية اللغة العربية عبر مختلف المؤسسات (تربوية - دينية - إعلامية - سياسية... الخ) وعقد ندوات وملتقيات للوقوف على المشاكل وأسباب تراجع اللغة العربية مع إيجاد الحلول وتفعيلها بالنسبة نفسها والتي قدرت بـ: 10,71 %.

ينبغي على المنظومة التربوية في العالم العربي إعادة النظر في طرق ومناهج تدريس اللغة العربية فيها من أجل الحد من الضعف اللغوي الذي يعني منه أبناء الأمة العربية عامة وبعد عن اللهجات العامية في التدريس في جميع المستويات حتى لا يتأثر الدارسين بها، كما ينبغي الاعتزاز باللغة العربية والتخلص من عقدة النقص والضعف عند الحديث عنها، فيكتفي أنها لغة القرآن الكريم وتعتبر من أكثر اللغات أصالة وعراقة في العالم، كما أنها مراة عاكسة هويتنا وشخصيتنا العربية المسلمة وقوتها بقوة أبنائها ورقيقهم وتحضيرهم. وعلىه وجب العمل على جعلها تتماشى والتطورات التكنولوجية الحديثة بإيجاد لغة عربية وظيفية متطرفة، من شأنه أن يجعل التربية العربية قاعدة لإنتاج التكنولوجيا المعلوماتية وتسويقها، بما يعني ذلك من تسويق للغة العربية وظيفيا والقطع مع الاستيطان اللغوي الأجنبي الذي أضحي يهدد كيانها لأنها استطاع تسويق نفسه وثقافته من خلال منتجاته فالمنظومة اللغوية العربية تعيش أزمة تتجل في وضع لغوي مضطرب وممزق بين مطلب الهوية القومية والهوية الوطنية من جهة، وإكراهات العولمة والانفتاح والوظيفة البرغماتية التي فرضتها الثورة التكنولوجية، والمعلومية، والتي يعد الانتشار الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي أحد أهم تحلياتها. (طحناوي بلا تاريخ، ص 87)



وتعتبر عملية التوعية بأهمية اللغة العربية على مستوى جميع المنابر سواء كانت تربوية أو دينية أو سياسية أو إعلامية ضرورية لغرس حب اللغة العربية في نفوس أبنائها، مع الحرص على عقد الندوات والملتقيات والمؤتمرات الدولية بمعية مختصين في المجال للوقوف على المشاكل وأسباب تراجع اللغة العربية في الأوساط التعليمية وفي وسائل الإعلام المختلفة مع إيجاد الحلول وتفعيلها.

خاتمة:

لقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج نلخصها في الآتي:

- 1 أن كل أفراد العينة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي بنسبة 100%， وهذا تماشياً والتطورات التكنولوجية التي جعلت من استخدام هذه المواقع ضرورة من ضروريات الحياة.
- 2 أن موقع الفايسبوك احتل الصدارة من حيث الاستخدام وهذا بنسبة 60,61%， ليأتي بعدة موقع انستغرام بنسبة 19,19%， ثم موقع اليوتيوب بنسبة 15,15%， ثم بقية المواقع بحسب ضئيلة كموقع توينت وتيكتوك وواتساب.
- 3 أن اللهجة العامية هي أكثر استخداماً في موقع التواصل الاجتماعي بنسبة 47,97%， ثم تليها بقية اللغات.
- 4 أن غالبية أفراد العينة يكتبون اللغة بحروفها الأصلية بنسبة 41,34%، سواء عامية أو عربية فصحى أو أجنبية، تليها كتابتها بحروف وصور في المرتبة الثانية بنسبة 28,84%， ثم كتابتها بحروف لغة أخرى بنسبة 16,36%， وأخيراً كتابتها بحروف وأرقام بنسبة 13,46%.
- 5 أن الأيقونات من صور وإنوجي هي الأكثر استخداماً في موقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة بنسبة 42,16%， تليها الاختصارات اللغوية فالرموز.
- 6 ترجع دوافع استخدام الرموز اللغوية من طرف أفراد العينة إلى اختصار الوقت أثناء الكتابة بالدرجة الأولى.
- 7 الإشبعات المتحققة من استخدام الرموز اللغوية في موقع التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمتها التسلية بنسبة 25%.
- 8 نجد أن نسبة 50% من أفراد العينة يرون أن مساحة اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي متوسطة، في حين أن 36,36% منهم يرون بأن مساحتها قليلة. أما ما نسبته 11,67% فيرون أنها تتحل مساحة كبيرة.
- 9 يرجع أفراد العينة أسباب تراجع اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي إلى شيوخ العامية على حساب اللغة العربية والضعف اللغوي الذي يعني منه أفراد المجتمع.

تعددت الاقتراحات المقدمة من طرف أفراد العينة للنهوض باللغة العربية عبر موقع التواصل الاجتماعي والحد من ظاهرة اللغة المهجنة المنتشر فيها، حيث جاء الاهتمام باللغة العربية في المؤسسات التربوية في مقدمة هذه الاقتراحات، يليه الاقتراح الخاص بضرورة الاعتزاز باللغة العربية من قبل أبنائها ثم العمل على استخدام اللغة العربية معلوماتياً إذن لا يختلف واقع اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي الذي طعنت عليه لغة الحروف الأجنبية والأرقام والصور التعبيرية عن واقع



المجتمعات العربية الذي ما زال يعاني من التخلف في جميع المجالات ما أثر سلبا على اللغة العربية التي تستمد قوتها وحيوها وانتشارها من قوة أبنائها.

- وعليه ينبغي توحيد الصنوف والعمل من أجل باللغة العربية من خلال ما يلي :
- ✓ الاهتمام باللغة العربية في المؤسسات التعليمية.
- ✓ ضرورة الاعتزاز باللغة العربية من قبل أبنائها.
- ✓ العمل على استخدام اللغة العربية معلوماتيا.
- ✓ توعية النشء بأهمية اللغة العربية عبر مختلف المؤسسات.
- ✓ عقد الندوات والملتقيات للوقوف على المشاكل وأسباب تراجع اللغة العربية مع إيجاد الحلول وتفعيلها.

المصادر والمراجع:

قائمة المصادر والمراجع

1. طه أحمد الزيدى، معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، 2010.
2. Tāhā Ahmād al-Zaydī, Mu‘jam muṣṭalaḥāt al-Dā‘wah wa-al-I‘lām al-Islāmī, al-Urdun : Dār al-Nafā’is lil-Nashr wa-al-Tawzī‘, T1, 2010. <https://www.arabdict.com/ar>.
3. أحمد مدشر النور، ”10 أسباب تجيب على سؤال لماذا نستخدم الفايسبوك بشكل دائم ”، 2016 /10 /16 . (تاريخ الوصول 17/12/2022) <https://www.arageek.com/tech/ten-reasons-using-facebook>
4. أحسن جمولة ، ”وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تدهور اللغة العربية.” 2017/11/09 . (تاريخ الوصول 17/12/2022) https://www.alukah.net/literature_language
5. خيرة مولاي حاج مراد بن مفتاح، ”رموز اللغة في الرسائل النصية أثناء التواصل الاجتماعي الافتراضي- دراسة في الدلالة والمعنى- (دراسة ميدانية لدى طلبة المركز الجامعي نور البشير ولاية البيض) ”مجلة الجامع للعلوم النفسية والتربوية، مجلة نصف سنوية، مجلد 05، العدد 21، جامعة محمد بوضياف المسيلة” ، 2020 . Khayrah Mawlāy Hājj Murād ibn Miftāh, ”al-rumūz al-lughawīyah fī al-rasā’il al-naṣṣīyah athnā’ al-tawāṣul al-ijtīmā‘ī al-āfstrādy-drāsh fī al-dalālah wālm’ná- (dirāsah maydānīyah ladá ṭalabat al-Markaz al-Jāmi‘ī Nūr al-Bashīr Wilāyat al-bīd)
6. دائرة عايدة، بلمير سارة، ”رموز التعبيرية كبدائل للاتصال الفظي وغير لفظي عبر موقع التواصل الاجتماعي - دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الفايسبوك والماسنجر ”(مجلة الزهير للدراسات والبحوث الاتصالية والإعلامية، مجلة نصف سنوية، المجلد 02، العدد 03، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2022 . (2022/12/17) <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/813>



Dāyrh ‘Āyidah, Balmīr Sārah, "al-rumūz al-ta‘bīyah ka-badīl lil-Ittiṣāl alfzy wālghyr lfzy ‘abra mawāqi‘ al-tawāṣul al-ājtmā‘y-dirāsa taṭbīqīyah ‘alā ‘ayyinah min Mustakhdīmī alfāysbwk wālmāsnjr" Majallat al-Zuhayr lil-Dirāsāt wa-al-Buhūth al-ittiṣālīyah wa-al-i‘lāmīyah, Majallat niṣf sanawīyah, al-mujallad 02, al-‘adad 03, Kullīyat al-I‘lām wa-al-Ittiṣāl, Jāmi‘at al-Jazā‘ir 03., 2022 <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/813> (Tārīkh al-wuṣūl 17/12/2022).

7. دعاء عمر محمد كتانة، ”وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة – دراسة فقهية– رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين،“ 2015.

<https://scholar.najah.edu/sites/default/files/Doaa%20Mohammed%20Omar%20Katana.pdf> (تاريخ الوصول 16/12/2022).

Du‘ā‘ Umar Muḥammad Kattānah, ”wasā‘il al-tawāṣul al-ijtimā‘ī wa-atharuhā ‘alā al-usrah – dirāsa fqhyt-Risālat mājistīr ghayr manshūrah, Kullīyat al-Dirāsāt al-‘Ulyā, Jāmi‘at al-Najāh al-Waṭanīyah, Filastīn,” 2015. <https://scholar.najah.edu/sites/default/files/Doaa%20Mohammed%20Omar%20Katana.pdf> (Tārīkh al-wuṣūl 16/12/2022).

8. شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والإستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، مصر: الدار المصرية اللبنانية ، ط2، 2015.

Shaymā’ Dhū al-Fiqār Zughayb, Manāhij al-Baḥth wāl’stikhdāmāt al-iḥṣā‘īyah fī al-Dirāsāt al-I‘lāmīyah, Miṣr : al-Dār al-Miṣrīyah al-Lubnānīyah, t2, 2015.

9. صافية كسكاس. ”الاستعمال اللغوي في وسائل التواصل الاجتماعي عند الشباب العربي الواقع والأسباب والآثار“، مجلة إشكالات في اللغة والأدب، مجلد 08، عدد 03، 2019. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/97460> (تاريخ الوصول 30/11/2022).

10. طيبة نسيغاوي. المراهن الجزائري والأنترنـت – دراسة في الاستخدامات والإشباعات–، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية. أ.م البواني: جامعة العربي بن مهيدى، 2013-2014.

Laṭīfah nsyghāwy. al-murāhiq al-Jazā‘irī wa-al-Intarnitt-drāsh fī al-istikhdāmāt wāl’shbā‘āt-, Risālat mājistīr ghayr manshūrah, Qism al-‘Ulūm al-Insānīyah, Kullīyat al-‘Ulūm al-ijtimā‘īyah wa-al-insānīyah. Umm al-Bawāqī : Jāmi‘at al-‘Arabī ibn Mahīdī, 2013-2014.

11. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة، ط1، مصر: عالم الكتب، 1992.

Muhammad ‘Abd al-Ḥamīd, dirāsa al-jumhūr fī Buhūth al-I‘lām, al-Qāhirah, T1, Miṣr : ‘Ālam al-Kutub, 1992.

12. محمد ضياء الدين عباس حليم سلطان خليل إبراهيم، . ”واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام المرئية (التلفاز أنموذجا)، مجلة مداد الآداب، الجامعة العراقية.“ بلا تاريخ. <http://www.midad.edu.iq/wp-content/uploads/2021/10/pdf> (تاريخ الوصول 30/11/2022).

13. محمد طحناوي ، ”اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي مقاربة رقمية لاستخدامها“، بلا تاريخ.
<https://democraticac.de/?p=73173> (تاريخ الوصول 30/11/2022).

Muhammad Ṭhanāwī, ”al-lughah al-‘Arabīyah fī mawāqi‘ al-tawāṣul al-ijtimā‘ī muqārabah raqmīyah lāstkhādhāh“, bi-lā Tārīkh. <https://democraticac.de/?p=73173> (Date de consultation 30/11/2022).



14. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، جامعة حلوان، ط2، 2003
Muhammad 'Abd al-Ḥamīd, al-Baḥth al-‘Ilmī fī al-Dirāsāt al-I'lāmiyah, ‘Ālam al-Kutub, Jāmi’at Ḥulwān, t2, 2003.
15. محمد قارش ، ”واقع اللغة الفصحى في وسائل الإعلام ” ، بلا تاريخ .(2022/11 /30 <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/76/4/2/42483>)
Muhammad qārsh, ” wāqi‘ al-lughah al-fuṣḥā fī wasā’il al-I'lām ” , bi-lā Tārīkh. <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/76/4/2/42483> (Date de consultation 30/11/2022).
16. مصطفى محمد الحسناوي، واقع لغة الإعلام المعاصر، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2010
Muṣṭafā Muḥammad al-Hasnāwī, wāqi‘ Lughat al-I'lām al-mu‘āṣir, al-Urdun : Dār Usāmah lil-Nashr wa-al-Tawzī‘, T1, 2010.
17. مذوح السيد عبد الهادي شتلة، ”استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014“ (دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري) ” ، بلا تاريخ- JMEN- 2014 (تاريخ الوصول 2015/07/25 https://www.scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=0000-0002-1234-5678&id=ARABIC_Shtlh_Kamel)
Mamdūh al-Sayyid ‘Abd al-Hādī shtlh, ” "istikhdām mawāqi‘ al-Shabakāt al-ijtimā‘īyah wa-‘alāqatuhu bi-al-mushārakah al-siyāsiyah fī al-Intikhābāt al-ri’āsiyah al-Miṣrīyah 2014" (drāsh mydānyh ‘alá ‘ayyinah min al-Shabāb al-Jāmi‘ī al-Miṣrī) ” , bi-lā Tārīkh, JMEN-2015 _ ARABIC _ Shtlh _ Kamel (Date de Consultation 25/07/2020).
18. نور كورت، آخرون ، اللغة العربية نشأتها ومكانتها في الإسلام وأسباب بقائها
(تاريخ الوصول: 2022/12/12 <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/206273>)
Nūr Kūrt, wa-ākharūn, al-lughah al-‘Arabīyah nash’atuhā wa-makānatuhā fī al-Islām wa-asbāb bqā’hā <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/206273> (date de consultation : 12/12/2022)