

التخصص: النقد الأدبي

الاسم و اللقب : سهام بودروعة + وسام مخالفني

المؤسسة:..جامعة 08 ماي 1945 قالمة

الرتبة العلمية:..أستاذة محاضرة ( ب ) + طالبة دكتوراه

البريد الإلكتروني:.....sihambouderouaa@gmail.com.....الهاتف:....0777240981....

المحور:..الثاني ( اللغة الإعلامية)

عناون المداخلة: الفصحى المعاصرة في الخطاب الإعلامي الرقمي

المقدمة : لماذا هذا الموضوع؟

موضوع هذا المقال ؛ الفصحى المعاصرة في الخطاب الإعلامي الرقمي ؛ هو من موضوعات الساعة في الواقع الثقافي الراهن ، نظرا لما تشهده اللغة العربية في وسائل الإعلام من تغيّر ملحوظ أسهمت فيه عدّة عوامل و فرضت على المهتمين بالإعلام العربي عامّة و بالفصحى خاصة البحث المخلص و البناء على حلول عمليّة تناسب العصر و لا تجافي جمالياتها و مواطن إبداعها .

شهد العالم سباقا محمومًا في عالم الإعلام ، فمن إعلام تقليدي إلى ثورة تكنولوجية تولد عنها إعلام إلكتروني إلى ثورة رقمية انبثق عنها إعلام رقمي / إلكتروني، أرسى نظامًا اتصاليًا شاملاً بمختلف تفرعاته، والذي يمكن أن يكون أشبه بالمارد الذي يحاول جاهدا السيطرة على البشرية ممّا يصل في أغلب الأحيان إلى انتهاك الخصوصية كما عبّرت عن ذلك الإعلامية الأردنية " عبير الرحباني " في آخر إصداراتها المعنونة ب " الإعلام الرقمي - الإلكتروني " .

هذه التّقلّة النّوعية في مفهوم التّواصل تمخّض عنها ما يعرف بالتّفاعلية، التي كانت سببا مباشرا في تحطيم القيود الإعلامية المتعارف عليها، إذ لم يعد الفرد مجرد مستقبل للرّسالة الإعلامية ، بل هو عنصر فعّال في الشّبكات التّفاعليّة وصانع لملايساتها، فالقاعدة المتعامل بها في العملية التّفاعلية هي مشاركة الفرد ( المتلقّي) في الرّسالة سواء أحدثت رجح الصّدى أم لم تحدث، ولعلّ الهالة الإعلامية التي أثّرت بشأن شبكة الأنترنت لم تأت من فراغ، فقد تعرّض العالم برمته إلى تسونامي التّكنولوجيا والميديا ، فالعصر الحالي هو عصر الإعلام الرّقمي، الذي تبلورت معاملة خارج المؤسسات التّقليدية. الورقة البحثيّة التي بين أيدينا لم تتوقّف عند تخوم ظاهرة الخطاب الإعلامي الرّقمي و اللغة فحسب بل حاولت الغوص في التفاصيل ، بغية المساهمة الفعّالة في الأخذ بالأسباب لترقية العربية ، و جعلها الأولى على مستوى الحديث اليومي و النصوص المكتوبة و كذا الفضاء الافتراضي .. في هذا البحث كان لزاما أن نقف عند حدود المصطلحات التي أثّرت لها لأنّ المصطلح يعدّ مفتاح العلوم، الذي يوشك - على أهميته - أن " يصبح فارس النّص الذي يقود قطيع الفكر، فتنظم من خلفه جيوش الكلام ، وتفتح له قلاع الدّهن والوجدان، فيدخل النّص معيّة المتلقّي دخول الفاتحين الظّافرين، وهو لا يحدوه روع، مادام على أمن من تصوّره، وأمان من صوته الدّال، فيقع التّواطؤ والشّيع، وتقوم قيامة المعرفة." <sup>1</sup> فالمصطلح شفرة يتوجّب فكّ غموضها للوصول إلى مغاليق المعارف المختلفة.

**تعريف الفصحى المعاصرة:** في الواقع أنّ اللّغة العربية - كما يعتقد الدكتور رشدي أحمد طعيمة- شأنها شأن أيّ لغة أخرى، ذات مستويات في استخدامها، " فعلى المستوى الرّأسي نجد لغة التراث

ولغة الحياة المعاصرة، وعلى المستوى الأفقي نجد مستويات مختلفة منها ما يخص المثقفين ومنها ما يخص  
أوساط المثقفين، وفي تعليم اللغة العربية كلفة ثانية نجد المستوى اللغوي التخصّصي وهو تدريس اللغة  
العربية لأهداف خاصة، والمستوى اللغوي العام، ويرى أنّ المستوى اللغوي العام ينقسم إلى اللغة  
العامية، وهي لغة التخاطب اليومي بين الناس، والفصحى المعاصرة أو العربية المعيارية المعاصرة، وهي  
اللغة التي تكتب بها الصحف اليومية والكتب والتقارير والخطابات، وتلقى بها الأحاديث في أجهزة  
الإعلام، ويتحدث بها المسؤولون في لقاءاتهم العامة، والخطباء في خطبهم، وتدار بها الاجتماعات  
الرسمية، وتؤدى بها بعض المسرحيات وغير ذلك من مواقف تستخدم فيها الفصحى لغة للفهم  
والإفهام، وفصحى التراث، وهي اللغة التي يشيع استعمالها في الكتابات الدينية والأدبية القديمة  
والشعر العربي في عصوره المتقدمة، أو هي اللغة المرتبطة بمصادر الثقافة الإسلامية الأولى.<sup>2</sup>

ومحور دراستنا هو الفصحى المعاصرة أو اللغة العربية المعيارية الحديثة أو اللغة العربية القياسية الحديثة،  
هي اللغة العربية الفصحى المستخدمة في عالم الإعلام والمحتوى العربي اليوم، وهي تمثل تطوّرًا لغويًا  
طبيعيًا عن اللغة العربية الفصحى الكلاسيكية والعربية المعيارية الحديثة استجابة اللغة العربية لمتطلبات  
العصر الحديث في التواصل والإعلام. إلا أنّ اللاتشاكلات بينها لم تلق بعد ماتستحق البحث من  
قبل المتخصّصين اللغويين العرب.

## 2- تعريف الإعلام الرقمي ومسمياته: إنّه من الصّعوبة بما كان تقديم تعريف محدّد للإعلام الرقمي،

فعلى الرّغم من ثرائه التقني وأهميته السّياسية والاقتصادية والثّقافية، مازال تنظيره تائها بين علوم

الإنسانيات ونظريات المعلومات والاتّصالات، فالإعلام الرقمي هو إعلام عصر المعلومات.

و هو " مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكّنتنا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي

وتلقّيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونيّة (الوسائط) المتّصلة بالإنترنت، في عملية

تفاعلية بين المرسل والمستقبل، بحيث تكون جميع الوسائل والأدوات المستخدمة في إنتاج المحتوى

الإعلامي من صحافة وأخبار وغيرها من الأدوات ومصادر المعلومات هي بشكل رقمي ... وظهور

مرحلة التّفاعل وتتميّز بوجود نوع من التّحكّم الانتقالي من جانب أفراد الجمهور في نوعية المعلومات

التي يختارونها أي أنّ الفرد يمكن أن يكون رئيسا لتحرير المجلة التي يختارونها، مثل الفيس بوك

والمدوّونات بأنواعها والفيديوتيكس والتلفزيون الرقمي، أي أصبح الجمهور مشارك في وسائل الإعلام

بدل من أن يكون متلقي فقط<sup>3</sup> فالإعلام الرقمي هو الإعلام الذي يستخدم كافة الوسائل الاتصالية

المتاحة إلى الجمهور، فهو إعلام متعدّد الوسائط على غرار المحطات التلفزيونية التفاعلية، والتلفزيون

الأرضي والرقمي، والصّحافة الإلكترونيّة والمواقع الشّخصية وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات

البريدية والهواتف الجوّالة وغيرها وهذا يعني أنّ المعلومات التي يتمّ عرضها في شكل مزيج من النّص

والصّورة والفيديو هي أكثر قوة وجاذبية.

فالإعلام الرقمي أصبح اليوم واقعا لا مفرّ من التّعامل معه، فقد فرضت وسائطه نفسها بشكل حتمّ

علينا التّكيّف معها، فقد حطّم هذا الإعلام كلّ القيود والحوجز الموجودة في نظيره من الإعلام

التقليدي، وهناك مرادفات كثيرة للإعلام الرقمي، بوصفه إعلاما جديدا أو إعلاما تفاعليًا أو إعلاما إلكترونيًا أو إعلاما شبكيًا وغيرها من التسميات.

ولعلّ ما يميّز هذه التسميات هو ارتباطها بخصائص معيّنة برزت مع ظهور هذا النوع من الإعلام وطلعت على السّاحة. "وتشير بعض الإحصائيات إلى تجاوز عدد مستخدمي الإنترنت في العالم 2 مليار مستخدم في عام 2011، أي: حوالي ثلث سكان العالم، هذا الرقم يمثل زيادة بنسبة 480 % عما كان عليه في عام 2000، وكانت أكبر نسبة نمو خلال هذه الفترة كانت من نصيب إفريقيا والتي نمت استخدام الإنترنت فيها بحوالي 2527.4 ، تليها منطقة الشرق الأوسط بنسبة 1987%".<sup>4</sup>

### 3- خصائص الإعلام الرقمي: يمكن تلخيصها فيما يلي:

1- التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقّي الأدوار وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادليّة وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين.

2- الالتزامية: وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلا أو مرسلا.

3- المشاركة والانتشار: يتيح الإعلام الجديد لكلّ شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشرا يرسل رسالته للآخرين.

4- الحركة والمرونة: حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة ، بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل

الحاسب المتنقل وحاسب الأنترنت والهاتف الجوّال، والأجهزة المكفّية، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية.

5- العالمية: حيث أصبحت بنية الاتصال بنية عالمية، تتخطى حواجز الزّمان والمكان والرّقابة.

6- تعدّد الوسائط في الإعلام الجديد: يتمّ استخدام كلّ وسائل الاتصال مثل النّصوص والصّوت والصورة الثابتة والصورة المتحرّكة والرّسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد.

7- الانتباه والتّركيز: نظرا لأنّ المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنّه يتميّز بدرجة عالية من الانتباه والتّركيز، بخلاف التعرّض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادة سلبيا وسطحيا.

8- الأرشيفية والتّخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي أرشفة وحفظ الرّسائل الاتّصاليّة واسترجاعها كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها.<sup>5</sup>

لقد أصبح الإعلام الرّقمي وسيطا فعّالا في إيصال المعلومة في كلّ الأمكنة ويقوم ببثّ رسائل تحمل في مضامينها رسائل إيجابيّة وأخرى سلبيّة وليس من السّهولة بمكان السيطرة عليه.

التفتيش في حقبة اللغة يعدّ إحدى الطرق التي مهّدها العلم الحديث بغية الكشف عمّا في دولا

العقل من اعتقادات و أفكار ؛ فاللغة تمثّل الرّداء الذي يجب أن نخلعه عن النص مكتوبا كان أم

منطوقا لتعريف ما فيه من أفكار .

و للكاتب حرّية تزييف أفكاره ؛ كما له مطلق التحكم فيها كيفما شاء و أراد . لكن اللغة خط أحمر! لماذا؟! ببساطة هي بطاقة وجود ؛ و هوية مجسّدة و بجدارة للمجتمع الناطق بها و الذي إليه تنتمي . فلا قدرة لأحد على تجاوز هذا المحظور.

و لغة الإعلام أحد مستويات اللغة العربية المعاصرة و التي فرضت نفسها بمرور الوقت على شتى مجالات الكتابة الأخرى كافة سواء منها الكتابة العلمية أو الأدبية .. ناهيك هن كونها لغة ذات طبيعة خاصة متعدّدة التجليات متنوعة الصور التي فيها تتشكّل .

فلغة الإعلام تبدأ عند أدنى نقطة على خط اللغة لتلبس رداء العامية الصرفة و تنتهي عند أقصى نقطة له لتتبع في أدبيات اللغة الفصحى . و بين هاتين النقطتين تتنوّع الأشكال و تتباين الأساليب و تتشاكل المستويات لتكوّن لنا هذا المزيج اللغوي شديد التشابك الذي نطلق عليه لغة الإعلام .

يوسف " أساس الحضارة البشرية ، و تمثل الوسيلة الرئيسية التي تتواصل بها الأجيال ، و عن طريقها تنتقل الخبرات و المعارف و المنجزات الحضارية بمختلف صورها و عن طريقها ، أيضا، لا ينقطع الإنسان عن الحياة بموته؛ ذلك أنّ اللغة تعينه على الامتداد تاريخيًا ليسهم في تشكيل فكر و ثقافة و حياة الأجيال التالية "6

4- علاقة الإعلام باللغة و الأدب :

1 أثر الأدب في الصحافة : لم يكن الشيخ إبراهيم اليازجي يعلم أنه بصدد التمهيد لمنظر بحثي شامل

لما أخرج في عام 1904 كتابه الرائد لغة الجرائد محاولا إلقاء الضوء على الأساليب و التراكيب التي

كانت تستخدمها الجرائد في عصره ، و لم تكن محاولة الشيخ عبد القادر المغربي بعد ثلاثين عاما تقريبا من محاولة اليازجي و التي تضمنها كتابه تعريب الأساليب إلا محاولة لترسيخ أصول هذا المنظور و إذا كان هذا هو الحال مع الصحافة ، أقدم وسائل الإعلام فالأمر نفسه ينطبق على الانترنت و وسائل التواصل الاجتماعي حاليا ، فمن يقرأ لغة الوسائل الإعلامية الجديدة يدرك على الفور أن ثمة لغة جديدة خلفتها الوسيلة الجديدة .

و التفسير ببساطة شديدة ، كما يذهب د محمود خليل و د محمد منصور " أن القاسم المشترك بين وسائل الإعلام جميعا ، مع التفاوت الطبيعي ، هو اللغة ، فكل وسيلة إعلام تسعى جاهدة إلى استخدام اللغة الأكثر ملاءمة ، و الأكثر مصداقية ، لدى جمهورها ، و هي حين تستعين بمعطيات تكنولوجية أخرى فإنها تستهدف ، في المقام الأول و الأخير ، إحداث تأثيرها باللغة المستخدمة في الجمهور المتلقي ، ذلك أن اللغة تشكل عقول الجمهور ، و تصوغ رؤيته التي يفسر بها واقعه و يستوعبه ، و يتكيف معه و يوجه سلوكه في التعامل مع هذا الواقع " <sup>7</sup> .

زد على ذلك أن أوائل الصحفيين في البلدان المتقدمة و النامية على السواء كان أغلبيتهم أدباء و كتاب و إن بمفهوم أشمل . ولم تتخذ الأنواع الإعلامية أشكالها المعروفة و لم تتبلور بحق إلا مع بداية الثلث الأول من قرننا الحالي و السبب واضح للعيان ارتباطها و تأثيرها بشتى الأنواع الأدبية . هذا؛ و غير خاف علينا استنجد الصحفيين و الإعلاميين بكبار الأدباء و الشعراء للكتابة لهم نزولا عند ميول القراء إلى الصيغ الأدبية كونها تستهويهم كثيرا .



2 - أثر الصحافة في الأدب :

1 - كان للصحافة و الإعلام سهم في إبراز أسماء أدبية و الفضل في الوصول بها إلى بوابة عالم

الشهرة الواسع في عالم الأدب ، و المقام لا يتسع و لا يسمح بذكرها .

2 - سهولة الاحتكاك اليومي بين الأدباء عبر أعمدة الصحف و المجلات و البرامج الإذاعية و هذا

كان أمرا كفيلا بدفع عجلة الإبداع للمضي قدما " و إخراج الأدباء من أبراجهم العاجية ، و ربطهم

بال جماهير أكثر ، و أصبح الأدباء و الشعراء أكثر التصاقا بالجماهير بدل القصر أو البلاط كما كان

الحال في العهود السابقة " <sup>8</sup>

3 - تطور بعض الأنواع الأدبية يعود فضله بالدرجة الأولى إلى الصحافة و بالخصوص على سبيل

التمثيل لا الحصر القصة القصيرة .

5 - ماهية التحرير الإعلامي و التحرير الأدبي و مستويات الاختلاف بينهما :

1 - ماهية التحرير الإعلامي :

هو أسلوب من أساليب الاتصال بالجماهير و القراء متضمنا قوة الاقناع و التعبير المحكم السلس و

الواضح و المباشر مع الأخذ بعين الاعتبار أن تكون ألفاظه أخاذة رنانة ، و ميزة التحرير الاعلامي

أنه لا يدّخر وسيلة إلا و يستعين بها بغية الوصول لأكبر قدر ممكن من الجماهير على أن لكل وسيلة

خصائص و طرائق و ميزات و سبل للتّفاذ .

## 2 - ماهية التحرير الأدبي :

يبحث التحرير الأدبي عن الحقيقة الخالدة و لكن على مستواها الجمالي على العكس من التحرير الإعلامي الذي يرصد بصدق و أمانة تامين و فن بالدرجة الأخيرة و يرى الدكتور هاني الراهب بأن الكتابة الأدبية عامة " إعادة بناء الواقع وفق قيم الصدق و الجمال و المتعة"<sup>9</sup>

## 3 - مستويات الاختلاف بين التحرير الإعلامي و الأدبي :

### أ - اللغة :

- لغة الاعلام تنتمي إلى اللغة المشتركة في الأمة
- لغة الإعلام تتوسّط النشر الفني أي لغة الأدب و النشر العادي أي لغة التخاطب اليومي
- لغة الإعلام سهلة و شعبية و لغة الأدب فنيّة و لها حظ من التفكير و عذبة اللفظ

### ب - مستوى الموضوعية و الصدق :

- يقوم التحرير الإعلامي على الصدق و الموضوعية
- يقوم التحرير الأدبي على الغموض و الخيال حدّ الإغراق و الابتعاد عن الواقع

### ج - مستوى الإبداع :

- العمل الإعلامي فن و رسالة و مهنة
- يدرّس التحرير الاعلامي الآن في كليات و معاهد و هناك مدارس و مذاهب في مختلف أنواع و أشكال الكتابة الأدبية

للإبداع في العمل الصحفي حدود و ضوابط بعكس العمل الأدبي أهمها الالتزام بأخلاقيات العمل

الصحفي و الاعلامي و هذا لا ينطبق على العمل الأدبي

## 5- اللغة الخاصة في الخطاب الإعلامي الرقمي:

إنّ اللّغة الإعلامية هي شكل من أشكال التّواصل اللّغوي في وسائل الإعلام المسموعة والمرئيّة المقروءة، والمتعدّدة الوسائط والإلكترونية ، واختلف الباحثون في تحديد مميزاتهما، فأطلقوا عليها تسميات مختلفة مثل اللّغة الثالثة التي تتوسط الفصحى والعاميّة، أو فصحى العصر التي تواكب التّطور الاجتماعي والمعرفي لبنية حضارة العرب، أو النّثر العلمي الذي ظهر مع ظهور الصّحافة، ويقع في منطقة وسطى بين لغة النّثر الفتيّ. أي لغة الأدب والنّثر العادي. أي لغة التّخاطب اليومي. وأطلق "عليها" فرح أنطوان "الفصحى المخفّفة" أو "العامية المشرقة" أو "اللّغة المتوسطة" وما وصفه الأستاذ "عباس خضر" في مقال له صفة "اللّغة الخنثى".

وقد أعرب الدكتور "نضال الشّمالي" - خلال الندوة التي نظّمت بالشّراكة مع كلية الآداب بجامعة الملك فيصل بالأحساء ومركز الملك عبد الله لخدمة اللّغة العربية بتاريخ 29 ربيع الأوّل 1438

الموافق ل28 ديسمبر 2016 - أنّ اللّغة الإعلامية تخضع لطائفة من المحدّدات تتمثّل في:

- 1- السّرعة، وهي السّمة التي باتت تضبط إيقاع الحياة بحركة متسارعة.
- 2- المساحة بوصفها عاملا اقتصاديا حاسما، فحذف أيّ كلمة فائضة من أيّ نص تحريري من شأنه أن يوفّر على المؤسسة الكثير.
- 3- العزل والانتقاء، وهذا عامل رهن لسياسة المؤسسة الإعلامية وهو أحد الأسس التي تقوم عليها عملية الإبداع الفتيّ.

وبالتّالي أصبحت اللّغة الإعلامية خاضعة للتّطور في وسائل الاتّصال، فأصبحت في عصر العولمة لاتستقر على حال ، فهي في تطوّر مطرد لا يكون دائما في خدمة اللّغة.

وتجدر الإشارة " أن علم اللّغة قد حقّق بمنهجه في تحليل البنية والدّلالة درجة عالية من الدّقة، بحيث أصبح كثيرون من المشتغلين بعلوم الاتّصال بالجماهير يطبّقون الأسس المنهجية للتحليل اللّغوي أو تحليل البنية اللّغوية في بحث عمليات الاتّصال بالجماهير المختلفة، فبدأ التّمييز بين الدّراسة الوصفية للبنية وبين الدّراسة التطوّرية لها، وتوصّلوا بالتّمييز بين العناصر الرّمزية الدّالة وماتدلّ عليه في إطار المجتمع.<sup>10</sup> واضطلع الباحثون في الاتّصال بالجماهير بمهمة البحث في اللّغة باعتبارها عنصراً أساسياً في عملية الاتّصال الجماهيري. حيث أفرزت البيئة الإعلامية الجديدة جملة من الإشكاليات على رأسها اللّغة، حيث هناك لفيّف من مستخدمي اللّغة ممن يمزج اللّغة الرّسمية واللّغة المبتكرة.

**الازدواجية اللّغوية بين الفصحى والعامية في وسائل الإعلام الرّقمي:** لقد أثبت علماء الدّلالة أنّ الألفاظ تؤثّر على الجهاز العصبي للإنسان، واللّغة هي العروة الوثقى التي جعلت الاتّصال عملية اجتماعية وهي التي تحدّد الكيان الاجتماعي للاتّصال الإعلامي أو اضطرابه في مواجهة المعايير التي يفرضها المجتمع في المظهر والسلوك.

- و توجد ثلاثة مستويات للتعبير اللّغوي: أوّلها المستوى التّدوّقي الفنّي والجمالي ويستعمل في الأدب والفن، والثّاني هو المستوى العلمي النّظري التّجريدي ويستعمل في العلوم- والثّالث هو المستوى العلمي الاجتماعي العادي الذي يستخدم في الصّحافة والإعلام بوجه عام- وهذه المستويات الثلاثة كائنة في كلّ مجتمع إنساني.

ولأنّ الإعلامى يكتب لكلّ الناس يجب أن يجاهد لتحقيق هدف عام وهو جعل الرسالة الإعلامية واضحة، وقد أدّى هذا التطوّر إلى ظهور لغة من نوع جديد غير اللّغة الأدبية بمستواها التذوّقي الجمالي، وغير لغة العالم، فلغة الإعلام الرقمي تسعى جاهدة إلى جميع أطراف المجتمع وإلى تحقيق المستوى العملي على الصّعيد الاجتماعي للّغة ، وإنّ أثر الازدواجية في وسائل الإعلام الرقمي هو من المواضيع الحيوية التي راجت في سوق التداول الإعلامي، في الواقع الثقافي الرّاهن. فقد كان للإعلام الرقمي بأدواته وآثاره السّريعة الواضحة على لغة الناس وثقافتهم، حيث سجّل تراجع ملحوظ للّغة العربية، تجلّى في ضعف في الأداء اللغوي، وشيوع الأخطاء اللّغوية والنّحوية والإملائية واللّجوء إلى العامية، وعدم سلامة النطق، وأدّت سرعة النّشر إلى ضعف المراجعة والتصحيح ، فانتشرت الأخطاء، وهناك بعض محاولات التعريب التي تتصدى لها بعض المواقع والصّفحات الشّبكية في محاولة منها لإبدال المفردة العربية بالأخرى الأجنبية.

- إنّ وسائل الإعلام الرقمي تسهم في نشأة كلمات لم تكن موجودة في اللّغة من قبل، وفي هجر كلمات كانت مستخدمة فيها حيث إنّ " وسائل الاتّصال الإعلامية تعكس أهم العوامل التي تدعو إلى نشأة كلمات في اللّغة، كمقتضيات الحاجة إلى تسمية مستحدث اجتماعي جديد ، سواء أكان نظماً اجتماعياً أم اقتصادياً، أم نظرية علمية أو فلسفية أو مخترعاً مادياً جديداً (...). إلخ مثال ذلك ماظهر من مفردات كثر تداولها على الصّعيد الاقتصادي والسياسي كالخصخصة أو العولمة أو القطب الواحد... إلخ"<sup>11</sup>

- اللّجوء إلى العامية في أغلب الوسائل الإعلامية الرّقمية ، ويعزى السبب في استعمالها إلى اختيار بعض أصحاب هذه المواقع بمختلف أشكالها ووظائفها أسماء عامية أو أجنبية تأصّلت في العامية وتفضيلهم إياها على الأسماء العربية، ويمكن إرجاع هذه العناوين حسب ما يدعي أصحابها إلى نزعة الاقتراب من الموروث الشعبي وثقافة الشعوب، وتعدّ المنتديات الحوارية هي أوسع مظاهر انتشار العامية، وتضطلع بمهمة المقهى والنوادي في حياة الكثير من الناس.
- انتشار اللّغة المهجينة لغة "العبريزي" أو "الفرانكو" في مواقع التواصل الاجتماعي أي استخدام مفردات اللغة العربية وكتابتها بالحروف والأرقام الانجليزية، وهي ظاهرة شائعة اليوم في جميع أنحاء العالم العربي، على "فيسبوك" وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي والدرشة، حيث استغنى العديد من الشّباب العربي على لوحة المفاتيح العربية مفضّلين استخدام الحروف الإنجليزية للكتابة العربية، والخلط في الأحرف هو عنصر واحد في مشهد لغوي يزداد تعقيدا يوما بعد آخر فقام الشباب العربي بتسطير قواميسه اللّغوية بنفسه، واعتبرت الدّراسة التي أعدّها المركز القومي للبحوث أنّ اختيار الشّباب ثقافة ولغة خاصة بهم هو تمرّد على النّظام الاجتماعي، لذلك ابتدعوا لونا جديدا من الثّقافة لا يستطيع أحد فكّ رموزها وركّزت الدّراسة على شريحة عشوائية من الشّباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و35 عاما، ورصدت وجود تأثير للإنترنت على مفردات اللّغة، المتداولة بين الشباب على مواقع الإنترنت والمدوّنات وغرف المحادثات وأوضحت أن طبيعة الأنترنت باعتبارها وسيلة اتصال سريعة الإيقاع وقد واكبتها محاولات لفرض عدد من المفردات السريعة والمختصرة للتعامل بين الشباب مثلا

استخدام الكلمات المرمزة والمختصرة بحرف أو حرفين ، إضافة إلى ترميز الانفعالات وتكرار حرف معين في كلمة معينة لتحميلها شحنة عاطفية من العيار الثقيل مثل رائع - آآه .  
فهذه من التغيّرات التي تطرأ على اللّغة الفصحى من مزج بلغات أخرى أو حذف بعض الحروف وتشويهه بالجمل ومختلف أنواع القص واللصق والتّحت.

- تستعمل رموز وأرقام مكان أحرف ولغة القرآن مثلاً: الحاء يرمز لها بالرقم ٧.
- اعتماد المثقفين على التويتر بشكل كبير - وفي اعتقاد "أحمد ياسين" الكاتب والصّحفي والمحلّل الاقتصادي وفي مقابلة خصّصت لمعرفة آفاق التويتر ومقدرة اللّغة العربية في الشّرح الوصول إلى هذه الآفاق - أعرب أنّ هناك صعوبات لغوية تتجاوزها ويمكن استخدام اللّغة العربية بسهولة ، وتكمن الصعوبة مع التويتر في التعبير بـ 140 كلمة، المستخدم العربي، إمكانات العربية. (المجال الاقتصادي، الطبي..). يمكن اختصار المصطلح بالأجنبي في حرفين، أمّا في العربية فنحتاج إلى الشّرح الذي يتطلب جملة وبالتالي أكثر من تغريدة.

الخاتمة :

وفي ختام هذا العرض المتواضع نعزّز ماذهب إليه "مصطفى غلمان" من أنّ "اللّغة العربية لا تجد في التدافع المعلوماتي السّحيق، الذي أضحى مؤسساً سيبيرانيا في آليات التحويل الإعلامي وسرعة اندلاقه وتعالیه، ( لا تجد ) غضاضة ولا بأساً من التناغم والتوسّع والانتشار حتى، وهي خصيصة سوسيو اجتماعية وثقافية، موزاييك من الأخلاق الثابوة والتناظر الأريب، تجود بها لغة الضّاد عن

استحقاق ورهان خليق بالمعنى والأفضلية.<sup>12</sup>

إننا بحاجة إلى تأديب الخطاب الإعلامي ، بما لا يمس خصوصياته، واستثمار هذا الإعلام الرقمي بكافة وسائطه لتصفية لغة الضاد من الشوائب العالقة بها عبر قاعدة من البيانات يمكن الاستعانة بها كمعينات في التعبير والتّصحيح.

#### قائمة المصادر و المراجع :

- <sup>1</sup> عزت جاد، نظرية المصطلح النقدي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، ط2، 2015، ص09.
- <sup>2</sup> طعيمية رشدي أحمد، تعليم العربية لغير الناطقين بها، المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، الرباط، المغرب، 1989، ص42، 41.
- <sup>3</sup> حسنين شفيق، الإعلام الجديد... الإعلام البديل " تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية"، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، مج2010، ص1، 14.
- <sup>4</sup> التكنولوجيا والإعلام التفاعلي، عن الموقع الإلكتروني: [s.asp.www.m.ahewar.org.2014/04/02](http://s.asp.www.m.ahewar.org.2014/04/02)
- <sup>5</sup> ينظر إلى الوثيقة: " الرقابة القانونية على الإعلام الرقمي، مصر لاتزال تعتمد في دساتيرها على القوانين التقليدية"، مركز هردول لدعم التعبير الرقمي، القاهرة، ص08-09.
- <sup>6</sup> جمعة يوسف : سيكولوجية اللغة و المرض العقلي ، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب ، الكويت ، سلسلة عالم المعرفة ، العدد 145 ، ص ، 12 .



<sup>7</sup> محمود خليل و محمد منصور ندا : إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، القاهرة 2004 ، ص ، 54 .

<sup>8</sup> حسان التليبي : إعلامنا المعتل ، المنشورات الجامعية و العلمية ، باريس ، 1984 ، ص ، 157 ، 159 .

لراهب هاني :9 مجلة العربي، العدد 443 أكتوبر 1995 ص 6 الراهب

<sup>10</sup> خوري صقر، الفكر واللغة، مجلة المعرفة السورية، ع496، 2005، ص179

<sup>11</sup> عماد حسين أحمد، اللغة الإعلامية، موقع دنيا الرأي، 2009/12/10 عن الموقع الإلكتروني:

<http://pulpit.alwatanvoice.com>

<sup>12</sup> مصطفى غلمان، اللغة العربية في خضم الوسائط الإعلامية الجديدة، 2017/12/20 عن الموقع

الإلكتروني: <http://m.hespress.com>.

