

اللغة العربية ووسائل الاتصال الجديدة

علاقة التأثير والتأثر

د. إبراهيم بعزیز

أستاذ محاضر بكلية علوم الإعلام والاتصال

جامعة الجزائر3

يونس عجال

طالب دكتوراه كلية علوم الإعلام والاتصال

جامعة الجزائر3

- ملخص :

نحاول من خلال هذه المقالة أن نسلط الضوء على العلاقة الارتباطية بين اللغة العربية ووسائل الاتصال الجديدة، فهذه الأخيرة تؤثر بوضوح في طبيعة اللغة المستخدمة من طرف الأفراد في المجتمعات العربية، سواء من حيث مفاهيمها ومصطلحاتها، أو من حيث التراكيب اللغوية والأساليب التعبيرية. كما سنركز كذلك على الدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل الاتصال الجديدة في خدمة اللغة العربية، سواء من حيث زيادة نسبة استخدامها من طرف الأفراد الناطقين بها، أو في زيادة انتشارها بين الأفراد غير الناطقين بها وتحفيزهم على تعلمها.

- الكلمات الدالة : اللغة العربية، وسائل الاتصال الجديدة، الانترنت

هناك علاقة وطيدة ومتشابكة بين الإعلام واللغة، لدرجة يصبح فيها من الصعب أحيانا أن نحدد طبيعة هذه العلاقة وأبعادها وانعكاساتها المختلفة. رغم أننا نقر برجحان كفة تأثير وسائل الإعلام بمختلف أشكالها، على اللغة المستعملة في مجتمع من المجتمعات. خاصة إذا ما تعلق الأمر باللغة العربية، مع ما نعرفه حاليا من انحطاط وتراجع عميق في العالم العربي على المستوى العلمي والاقتصادي والثقافي... وهلم جرا. فهذا الواقع المتردي في كل الميادين، بما في ذلك الميدان الإعلامي، الذي يشهد حالة فوضى في العديد من البلدان، نتج عنها اختلال واضح في مخرجات ومضامين وسائل الإعلام من الناحية الثقافية، الأخلاقية والقيمية خاصة، جعل الكثير من الميادين والنواحي تتأثر سلبا بهذا الواقع.

والأكيد أن اللغة العربية من أكثر ما يرتبط ببيئة الإعلام العربية، فهناك ارتباط وثيق بينهما. فوسائل الإعلام تلعب دورا تأثيريا جليا على اللغة المستخدمة في العالم العربي، سواء على مستوى المصطلحات أو مفاهيمها أو حتى سياقاتها التي تستخدم فيها. ويمكن القول أن هذا الدور التأثيري يمكن أن يكون إيجابيا كما يمكن أن يكون سلبيا. وكما لا نحمل وسائل الإعلام أكثر مما ينبغي أن تتحمله من مسؤولية بخصوص تأثيرها في اللغة العربية، لا بد أن نؤكد أنها لا تمثل إلا عاملا من العوامل الأخرى التي لها تأثير على اللغة.

ولكن مع ذلك تبقى وسائل الإعلام بدون شك من أهم العوامل وأكثرها خطورة في نفس الوقت، إذ تتحدد أهميتها أو خطورتها بطبيعة الاستعمال في كل مجتمع من المجتمعات. فوسائل الإعلام لا تمثل خطورة أو أهمية في حد ذاتها، وإنما تمثلها بناء على طبيعة المستخدمين. فإذا كان الاستخدام إيجابيا كانت بالضرورة مهمة، وإذا كان الاستخدام سلبيا عُدت حتما إيجابية في المجتمع.

ومن المعروف أن وسائل الإعلام الجديدة هي الأكثر استخداما كما أنها الأكثر تأثيرا على كل مناحي الحياة. وهذا ما يجعلها تلعب دورا هاما

وتؤثر بشكل كبير على اللغة العربية، كما تشكل وتبلور طبيعة اللغة المتداولة بين الأفراد، سواء على مستوى الفضاءات الافتراضية أو على مستوى الفضاءات العمومية التقليدية أي في الواقع الحقيقي. لذلك فإننا تطرقنا في هذه الورقة إلى هذه العلاقة الارتباطية بين وسائط الاتصال الجديدة واللغة العربية. فهل تخدم وسائط الاتصال الجديدة اللغة العربية، وتعمل على ترويجها ونشرها وزيادة استخدامها، أم أنها تؤثر عليها سلبا وتقرز انعكاسات سلبية عليها.

ولكن قبل أن نتطرق لتأثير وسائل الإعلام على اللغة، لابد وأن نستعرض أولا العوامل المؤثرة في أي لغة، من حيث تطورها وتغيرها أو من حيث انتشارها.

- العوامل المؤثرة في تطور اللغات وتغيرها :

ينبغي أن نشير إلى أن أي لغة من اللغات، تتأثر بمجموعة من العوامل والظروف التي ترتبط بأطراف مختلفة، يمكن أن تجعل هذه اللغة تتغير وتتحول على مستويات عدة (مستوى الانتشار، طبيعة التراكيب والأساليب التعبيرية، الصحة والخطأ)، إما بشكل إيجابي أو بشكل سلبي. ويمكن أن نجمل هذه العوامل فيما يلي :

1. ظاهرة التوالد اللغوي (le neologisme linguistique) : وهي ظاهرة طبيعية تحدث خصوصا في اللغات الحية والتي تنطق بها المجتمعات الديناميكية والمتطورة باستمرار، حيث تتولد مصطلحات جديدة بفعل التطورات المختلفة (علميا، تكنولوجيا، اقتصاديا...)، وكذلك بفعل الاحتكاك مع الثقافات والحضارات واللغات الأخرى، عبر التجارة السياحية... الخ.

2. دور مجامع اللغة العربية : تلعب هذه المؤسسات دورا كبيرا في مواكبة التطورات المختلفة في كل المجالات من خلال الاصطلاح والترجمة وإيجاد الكلمات والمصطلحات المقابلة لما يظهر من مفاهيم جديدة في اللغات الأخرى، ويتجلى عملها في الغالب من خلال القواميس والمعاجم الدورية التي تصدرها.

3. المؤسسات والأوساط العلمية : كالجامعات والمعاهد والمراكز العلمية التي تلعب دوراً هاماً في نشر المفاهيم والمصطلحات الجديدة، وهذا الدور الذي تلعبه يتجلى سواء من حيث الاستخدام أو من حيث الإنتاج العلمي في مجال بحوث اللغة، القواميس العامة والمتخصصة، البحوث الجامعية، المقالات في المجلات العلمية الرصينة... الخ.

4. الشيوخ والانتشار : في كثير من الأحيان يؤدي الانتشار الكبير لمصطلحات معينة إلى تبنيها واستخدامها عوض المصطلحات الصحيحة. وكما يقول علماء اللغة : "خطأ مشهور خير من صواب مهجور". وهذا ما يرتبط بدرجة أساسية بوسائل الإعلام، فهي الأكثر مقدرة على جعل مصطلح أو لغة أو لهجة تنتشر ويتسع استخدامها.

5. دور وسائل الإعلام : أكيد أن دور وسائل الإعلام لا يختلف عليه اثنان فيما يخص تأثيرها المزدوج على أي لغة من اللغات، فكما يمكن أن تؤثر إيجاباً يمكنها أن تؤثر كذلك سلباً.

- وسائل الإعلام العربية : ما بين الالتزام باللغة الفصحى والاستسلام للغة الإعلامية :

تحدث وسائل الإعلام المختلفة وباستمرار تغيرات عديدة على اللغة المستعملة في مجتمع معين، تتجلى في مستويات عديدة، كطبيعة المصطلحات المستعملة، مفهوماتها وسياقات استخدامها. ومن الواضح أن وسائل الإعلام العربية قد أسهمت بشكل جلي في بروز هذه التغيرات لدى الناطقين بالعربية، وحتى في المؤسسات والهيئات المختلفة (المؤسسات التعليمية كالجامعات والمدارس، الإدارات... الخ). وقد ساعدت وسائل الإعلام في انتشار بعض اللهجات المحلية الخاصة بأقطار معينة في أقطار أخرى، كما أنها جعلت مصطلحات جديدة ومفاهيم مستحدثة تتداول لدى الأفراد، على الرغم من أن بعض هذه المصطلحات خاطئ.

ولذلك فإن سعة انتشار العديد من المصطلحات الخاطئة، جعل الأفراد يتبنونها ويستخدمونها عوض المصطلحات الصحيحة. وهذا ليس فقط بين عامة الناس أو في وسائل الإعلام، ولكن حتى بين الأكاديميين والمجتمع العلمي. وكما يقول النحويون وعلماء اللغة "خطأ مشهور خير من

صواب مهجور". وهي مقولة يقصد بها أن المصطلح الخاطئ المنتشر بين الناس، يتم تبنيه في الغالب رغم عدم صحته، ويتم التفاوض عن المصطلح الصحيح بسبب عدم انتشاره واستخدامه.

وكما قلنا سابقا، فإن وسائل الإعلام تؤدي دورا في انتشار لغة معينة بين الأفراد، تتكون في الغالب من مصطلحات مبسطة وسهلة، تعتمد على وسائل الإعلام بشكل مقصود أحيانا لكي تصل رسائلها ومضامينها إلى كل شرائح المجتمع، وتحقق بالتالي أهدافها الربحية التجارية، وهذه اللغة هي ما يطلق عليه باللغة الإعلامية الخاصة بها، فهي ليست لغة أدبية ولا لغة علمية، وإنما لغة مبنية على أساليب مباشرة في التعبير، وتركز على وصول الرسالة وليس على المصطلحات المستخدمة أو التراكيب اللغوية.

والسبب في أن وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها تؤدي إلى تغيير كبير في اللغة، هو-حسب الدكتور محمود خليل والدكتور محمد منصور- أن كل وسيلة إعلام تسعى جاهدة إلى استخدام اللغة الأكثر ملائمة والأكثر مصداقية لدى جمهورها (الشريف ومنصور ندا، 2004، ص34). ولعل هذا هو العامل الذي تسبب في فقدان اللغة الإعلامية للكثير من رونقها وروعها، حيث أن وسائل الإعلام غدت تبحث فقط عن إيصال الرسالة فقط، لأكبر قدر من الجمهور لتحقيق أكبر متابعة وبالتالي أكبر نسبة إعلانات وأكبر ربح مادي، بغض النظر عن طبيعة اللغة المستعملة ومدى صحتها أو دقتها.

ورغم أن اللغة الإعلامية تتسم بالبساطة والسهولة، وتركز على وصول الرسالة وتحقيق الاتصال الناجح الذي يهدف لأداء وظائف محددة كالإخبار والإعلام والتفسير والشرح المبسط" (نواز، 2008، ص59)، إلا أنها ينبغي أن ترتقي بالذوق العام للجمهور وتحترم قدرنا معينا من القواعد اللغوية، بدل الانصياع وراء رغبات الجمهور والتماشي مع الأهداف التجارية القائمة على الوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجماهير والمتابعين.

لأن اعتماد بسيطة لإيصال الرسالة للجمهور بمختلف شرائحه، لا يعني بالضرورة الإخلال بمبدأ استعمال لغة سليمة نحويا وصرفيا ومن حيث

القواعد. فيمكن أن نستخدم لغة فصيحة وسليمة، ويمكن أن تصل برسائلها إلى مختلف شرائح وفئات المجتمع.

"ويعتمد الإعلام على اللغة أساساً في مخاطبة الجمهور، وتضاف الصورة إلى اللغة في بعض الوسائل الإعلامية كالتلفاز، لكن اللغة هي أداة التواصل الأولى، لذا فإن اللغة تتأثر أيما تأثر بالعملية الإعلامية، فقد تزداد رقياً وحضارة، وقد تتحدر إلى لغة السوق والأميين، وهي في الحالتين سوف تنتشر وتتكرس في أوساط المجتمع، وكلما ارتفعت لغة الإعلام ارتفعت لغة المجتمع وبانحطاطها تنحط لغة الأمة، ومن هنا يظهر دور الإعلام وتأثيره الذي لا يستهان به على اللغة (رحمون، 2011، ص53)، فكما يمكن أن يخدمها ويطورها ويسهم في انتشارها، يمكن كذلك أن يحدث أثراً سلبياً من خلال نشر كلمات ومصطلحات خاطئة ومبتذلة أحياناً.

لذلك فإن الإعلام "يؤدي مهمتين متعاكسين في لغة الأداء العربية: الأولى إيجابية، يخدم فيها اللغة العربية وينشرها ويعممها على المتعلمين والأميين. والثانية سلبية، يشجع فيها المحكيات المحلية، وينشر أخطاء اللغة ويثبته في الأذهان وعلى الألسنة، ويكسر الحالات الانفصالية بين أقطار الأمة العربية" (حلواني، 2015، ص12).

ولا شك أن ما تستخدمه وسائل الإعلام العربية من لهجات عامية، مع تراجع ملحوظ في استخدام اللغة العربية الفصحى السليمة، قد ساهم في تراجع ملحوظ في نسبة استخدام اللغة العربية في المجتمع، بالإضافة إلى انتشار اللهجات المحلية وتعلم الأفراد لها أكثر أحياناً من الفصحى.

ويمكن أن نذكر أهم العوامل التي تؤدي إلى تغير طبيعة اللغة الإعلامية المستعملة فيما يلي :

أ. اعتماد لغة مبسطة بشكل مقصود من طرف وسائل الإعلام للوصول إلى كافة الشرائح : وهذا أكبر خطأ ترتكبه، فالوسيلة الإعلامية هي التي ترقى من المفروض بذوق الجمهور ولغته وسلوكاته، بفضل قدرتها على التأثير وعلى النشر، ولا أدل على ذلك أن فئات عديدة من الجمهور تتعلم لغات ولهجات غيرهم من البلدان والشعوب، مثل المسلسلات العربية التي

القواعد. فيمكن أن نستخدم لغة فصيحة وسليمة، ويمكن أن تصل برسائلها إلى مختلف شرائح وفئات المجتمع.

"ويعتمد الإعلام على اللغة أساساً في مخاطبة الجمهور، وتضاف الصورة إلى اللغة في بعض الوسائل الإعلامية كالتلفاز، لكن اللغة هي أداة التواصل الأولى، لذا فإن اللغة تتأثر أياً تأثر بالعملية الإعلامية، فقد تزداد رقياً وحضارة، وقد تتحدر إلى لغة السوق والأميين، وهي في الحالتين سوف تتشر وتتكرس في أوساط المجتمع، وكلما ارتفعت لغة الإعلام ارتفعت لغة المجتمع وبانحطاطها تنحط لغة الأمة، ومن هنا يظهر دور الإعلامي وتأثيره الذي لا يستهان به على اللغة (رحمون، 2011، ص53)، فكما يمكن أن يخدمها ويطورها ويسهم في انتشارها، يمكن كذلك أن يحدث أثراً سلبياً من خلال نشر كلمات ومصطلحات خاطئة ومبتذلة أحياناً.

لذلك فإن الإعلام "يؤدي مهمتين متعاكسين في لغة الأداء العربية : الأولى إيجابية، يخدم فيها اللغة العربية وينشرها ويعممها على المتعلمين والأميين. والثانية سلبية، يشجع فيها المحكيات المحلية، وينشر أخطاء اللغة ويثبتها في الأذهان وعلى الألسنة، ويكرس الحالات الانفصالية بين أقطار الأمة العربية" (حلواني، 2015، ص12).

ولا شك أن ما تستخدمه وسائل الإعلام العربية من لهجات عامية، مع تراجع ملحوظ في استخدام اللغة العربية الفصحى السليمة، قد ساهم في تراجع ملحوظ في نسبة استخدام اللغة العربية في المجتمع، بالإضافة إلى انتشار اللهجات المحلية وتعلم الأفراد لها أكثر أحياناً من الفصحى.

ويمكن أن نذكر أهم العوامل التي تؤدي إلى تغير طبيعة اللغة الإعلامية المستعملة فيما يلي :

أ. اعتماد لغة مبسطة بشكل مقصود من طرف وسائل الإعلام للوصول إلى كافة الشرائح : وهذا أكبر خطأ ترتكبه، فالوسيلة الإعلامية هي التي ترقى من المفروض بذوق الجمهور ولغته وسلوكاته، بفضل قدرتها على التأثير وعلى النشر، ولا أدل على ذلك أن فئات عديدة من الجمهور تتعلم لغات ولهجات غيرهم من البلدان والشعوب، مثل المسلسلات العربية التي

جعلت الشعوب تتعلم لهجات غيرها بكل سهولة، علاوة على الأطفال الذين نجدهم يتعلمون لغات أخرى بمجرد متابعة وسائل الإعلام.

ب. ضعف المستوى اللغوي للصحفيين والإعلاميين : فكما يقال "كل إناء بما فيه ينضح"، وبالتالي لا يمكن للصحفي أن يستعمل لغة راقية وسليمة وفصيحة إلا إذا كان يتقنها ويتحكم فيها.

- وسائل الاتصال الجديدة وتغير اللغة المتداولة بين الأفراد :

نلاحظ في السنوات الأخيرة كيف أقبل الأفراد بشكل غير مسبوق على استخدام وسائل الاتصال الجديدة، حتى أصبحت ترافقهم في كل مكان يتواجدون فيه، كما استحوذت بشكل كبير على غالبية أوقاتهم، مزيجاً بذلك كل الوسائل الإعلامية الأخرى. ولاشك أن التقنيات التكنولوجية وما وفرتة من خدمات تفاعلية عديدة، هو ما أكسب وسائل الإعلام جاذبيتها واستقطابها للجمهور.

ولذلك فقد "أدى التقدم التكنولوجي في أدوات ووسائل الاتصال في العقود الأخيرة من القرن العشرين والأولى من القرن الحادي والعشرين إلى تحولات كبيرة في الممارسة الإعلامية على مستوى هذه الأجهزة والأدوات من ناحية والمضامين والمحتويات للرسائل الإعلامية من ناحية أخرى" (تاج السر، ص 01). خاصة إذا ما تعلق الأمر بالوسائل الجديدة، التي عرفت إقبالا منقطع النظير من طرف كل فئات المجتمع.

ومن الأكيد أن التزايد المطرد في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، قد صاحبه تأثير كبير على لغة الأفراد المستعملة في مختلف المواضيع، سواء في تعبيرهم في هذه الفضاءات الافتراضية، أو في استعمالاتهم اليومية.

وهذا التأثير الكبير لا يكمن فقط في نسبة انتشار هذه الوسائل بين الأفراد، وإنما حتى في خصائصها (التفاعلية، التشابك، العالمية...) التي جعلها أكثر جذبا وأكثر تأثيرا في سلوكيات وأفكار وقناعات الأفراد المستعملين.

وعليه نلاحظ أن هناك لغة جديدة بلورتها وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، ولاسيما عبر مواقع التواصل الاجتماعي، "فمن يقرأ لغة الوسائل

الإعلامية الجديدة يدرك على الفور أن ثمة لغة جديدة خلفتها الوسيلة الجديدة" (أبو الوفا، ص11)، ويبرز ذلك بوضوح في طبيعة المصطلحات والكلمات المستخدمة، أو في دلالات ومفاهيم المصطلحات المعتمدة، أو في أساليب وسياقات استخدامها. وحتى في أشكال الرموز التعبيرية والمختصرات المستعملة.

يقول الدكتور خالد الخاجة "أود أن أؤكد أن هذه الحالة من التباعد بين أبناء اللغة العربية ولغتهم في ثوبها الصافي النقي، هو عرض لمرض يبدأ من المراحل الأولى للتعليم التي لم تنم القدرة لدى التلميذ على فهم النص، فضلا عن الاستمتاع به، بجانب مجامع لغوية ارتضت أن تعيش في برج عال، وأن تتحت مصطلحات مقابلة لمستجدات العصر ظلت مهجورة غريبة ثقيلة رغم صحتها، ونتج عن ذلك تلك اللغة التي ارتضاها الشباب لنفسه. لذلك قام الشباب في العالم العربي بتسطير قواميسه اللغوية بنفسه، متجها إلى تركيب تعابير جديدة والخلط بين العربي والأجنبي في التواصل، وخاصة في المستجدات من الأمور، أو عبر الافتراض من عالم اللغة ما يلبي رغبته ويسد حاجاته" (الخاجة، 2013م).

ولذلك فإن غياب المؤسسات أو الأطراف الأخرى عن مجال تطوير اللغة الفصحى ونشرها وتشجيع استخدامها، يترك المجال فسيحا لوسائل الإعلام، التي تقوم بتأثير كاسح وجارف ومزيج لكل أنواع التأثير السابقة التي كانت تقوم بها الأطراف الأخرى.

ومن الواضح أن التغير الذي أحدثته وسائل الإعلام يكمن في ثلاث مستويات :

1. طبيعة المصطلحات والكلمات المستخدمة من طرف الأفراد : من الجلي أن ما يستخدمه الأفراد حاليا من مصطلحات وكلمات انبعث من الفضاءات الافتراضية، حيث تشكلت وتبلورت مصطلحات جديدة أصبح الشباب بالخصوص يتداولونها.
2. دلالات ومفاهيم المصطلحات : حيث أصبح الأفراد يستعملون الكثير من المصطلحات في وضعيات عديدة بمضمون خاطئ ومعنى غير متطابق مع المدلول الحقيقي.

3. أساليب وسياقات استخدامها : قام الأفراد المستخدمون بتغيير الكثير من المصطلحات من خلال استعمالها في سياقات مغايرة ، مختلفة تماما عن السياق المنطقي والحقيقي لها (مثل الحرية ، الديمقراطية ، الثورة ..).
- وسائط الاتصال الجديدة وفرص تطوير اللغة العربية :

لا شك أن وسائل الإعلام بمختلف أشكالها يمكن أن تسهم في زيادة انتشار اللغة العربية ، ولا شك كذلك أن "تزايد نفوذ الإعلام المقروء والمسموع والمرئي ، يشكل عاملا مساعداً لذيوع اللغة العربية وسعة انتشارها ووصولها إلى آفاق بعيدة ، تتخطى رقعة الوطن العربي إلى العالم الإسلامي ، وإلى مناطق شتى من العالم ، خصوصاً وأن الإعلام المرئي والمكتوب يؤدي دوراً بالغ التأثير في تبليغ الرسالة الإعلامية إلى العالم أجمع. وبذلك اتسعت الساحة أمام الضاد على نحو لا عهد لها به من قبل. وفي هذا الامتداد للغة العربية تجديد لها ، على نحو من الأنحاء ، وتبديد للوهم الذي ساد في فترات سابقة ، بأن الضاد لم يعد لها مكان في هذا العصر (مخلوفي ، 2014م ، ص64) ، ولا سيما مع التطورات الحاصلة في تكنولوجيات الاتصال الجديدة ، والتي جعلت أي راغب في تعلم لغة من اللغات يتوجه مباشرة إلى الفضاءات الالكترونية الجديدة ، التي توفر له ما يغنيه عن اللجوء أحيانا حتى إلى المدارس الخاصة بتعليم اللغات.

ولذلك يمكن لوسائط الاتصال الجديدة أن تلعب دورا كبيرا في خدمة لغة من اللغات إذا ما أحسن استخدامها الناطقون بها ، فهناك الكثير من الخدمات والتطبيقات الالكترونية التي تسمح بتطوير اللغة العربية من خلال زيادة انتشارها ، وتشجيع الناس على تعلمها واستخدامها. وهذا بطبيعة الحال بفضل خصائصها العديدة المتميزة ونسبة انتشارها الكبيرة خاصة لدى الأوساط الشبانية.

وعليه فإن وسائل الإعلام الجديدة يمكن أن تلعب دورا مفصليا في تعليم اللغة العربية ، وهذا إما من خلال جهود المؤسسات والهيئات الثقافية والعلمية العربية ، أو من خلال مشاركة الأفراد وأصحاب المبادرات الخاصة لتعليم اللغة عبر النت : المعلمين ، الأكاديميين .. الخ.

ولاشك أن تغير البيئة الإعلامية العربية بفضل إفرزات تكنولوجيا الاتصال الحديثة، هو أمر يجعل عملية تعلم وتعليم اللغة العربية أمر معقد كذلك، فالتغيرات الحاصلة تفرض على المعلمين والمؤسسات العاملة في مجال التعليم أن يقوموا بتجديد وتطوير أساليبهم ومناهجهم وطرقهم التعليمية.

ولذلك "لا يمكن فهم دور البيئة الإعلامية في دعم تعليم اللغة العربية إلا إذا فهمنا التحولات الجذرية في الوضع الإعلامي، واستخدامات الوسائل الإعلامية لدى الجيل الجديد (الباز وآخرون، ص 84). فهذا الجيل قد أصبحت تستهويه الوسائط الجديدة، بمضامينها الجذابة وخصائصها المتعددة (التفاعلية، التشاركية...). ولعل "الفرصة الأساسية التي توفرها البيئة الجديدة للمهتمين بشأن تعليم اللغة العربية هي إعادة النظر وبسرعة في محتوى تعليم اللغة العربية بحيث يكون حديثا وشائقا وجاذبا، أما من حيث الوسائل، فتمثل في الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي، والتي ستزيد من مهارات التواصل والعمل الجماعي للطلاب" (الباز وآخرون، ص 85). والأکید أن هذه الوسائط الجديدة بخصائصها هذه، هو ما يجعلها أكثر مقدرة على خدمة اللغة العربية وجعلها تتطور وتنتشر أكثر مما يمكن أن تؤديه ربما الوسائل الأخرى.

لا شك في أن تطور أي لغة من اللغات يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمدى تطور الناطقين بها، علمياً، اقتصادياً، سياسياً... الخ. ولذلك لا يمكن الفصل بين مختلف هذه الميادين حينما نتحدث عن واقع اللغة العربية، أو عن أسباب تخلفها أو تطورها.

يقول الدكتور عثمان التويجري: "علمنا التاريخ الثقافي والحضاري للأمم والشعوب أن في ازدهار اللغة ازدهاراً للحياة العقلية وتقدماً في مضمار العلوم والفنون والآداب، وأن في قوة اللغة قوة للأمة الناطقة بها، وأن اللغة تكتسب قوتها من إبداع أهلها بها ومن تفوقهم في هذا الإبداع الذي يشمل نواحي الحياة العامة. وبعبارة ذلك يكون في ضعف اللغة ضعف للأمة الناطقة بها، ويسري هذا الضعف إلى مفاصل المجتمع وإلى مرافق الحياة جميعاً، فيكون التراجع الذي قد يؤدي إلى العجز الثقافي والحضاري وجمود الحياة (التويجري، 2013م، ص ص 07-08).

ولذلك فإن العوامل المؤثرة في اللغة العربية متعددة ومتشابكة، فهي تشكل منظومة معقدة تجعل تناول مجال ما أو عامل ما، يفرض التعرض للمجالات والعوامل الأخرى المرتبطة بها. ولاشك أن وسائل الإعلام تشكل حجر الزاوية في هذه المنظومة المعقدة التي تؤثر على اللغة. فالبينة الاتصالية الجديدة والمتغيرة باستمرار، تجعل وضع اللغة العربية وضعاً صعباً يزداد تعقيداً كلما تراجع الناطقون باللغة العربية عن مسيرة التطورات المختلفة وكلما تخلفوا عن ركب الحضارة.

يقول الكاتب "خالد الحاجة": الشعوب العربية تواجه واقعاً دولياً في مجال التواصل، لم تشارك في صناعته أو وضع القواعد المنظمة له، ولكنها ليست بمعزل عن تأثيراته وتوابعه، ومن ثم لا مفر من محاولة تطويعه للاستفادة منه قدر الإمكان، لننتقل من مربع التأثير إلى مربع التأثير، وبداية الغيث أن يكتب أبنائنا تغريداتهم باللغة العربية (الحاجة، 2013م).

والكاتب هنا بطبيعة الحال يشير بوضوح إلى الاستخدام للغة العربية في مختلف المحطات اليومية وفي مختلف الوسائل، وكذلك استعمالها في مختلف الهيئات الرسمية والتعليمية... الخ، وهو ما يجعل اللغة تحياً وتواكب التطورات باستمرار.

التوصيات والاقتراحات

يمكن أن نقدم من خلال هذه الورقة بعض الاقتراحات التي نرى بأنها يمكن أن تسهم في خدمة وترقية اللغة العربية :

- زيادة مبادرات المؤسسات : ويقصد بها كل المؤسسات العلمية والتعليمية والثقافية، التي يمكن أن تشارك في تنظيم أو إطلاق مشاريع لتنمية المحتوى العلمي العربي عبر الانترنت أو عبر الوسائط الالكترونية عموماً. وكذلك تنظيم مسابقات فكرية لغوية، وإنجاز قواميس... مشاريع لتسهيل تعلم اللغة العربية.

- تشجيع مبادرات الأفراد : الذين لديهم فضاءات وصفحات خاصة عبر الوسائط الجديدة، كمواقع التواصل الاجتماعي، والمدونات الالكترونية، ومواقع بث وتحميل تسجيلات الفيديو... الخ.

- إطلاق مشاريع ومبادرات جدية : من طرف مختلف المؤسسات والأطراف الداعية لخدمة وترقية اللغة العربية، والبعد عن الشعارات والأنشطة الهامشية، فالعرب هم أحياناً أكثر الأطراف إساءة للعربية وتهميشتها لها، سواء من حيث استخدامها والنشر بها، أو من حيث كتابة البحوث والدراسات لتطويرها ونشرها.

قائمة المصادر والمراجع

- خالد الخاجة، اللغة العربية والإعلام، البيان، 12 فبراير 2013م،
(www.albayan.ae/opinions/articles/2013-02-12-1.1821599)
- رحمون حكيم، مستويات استعمال اللغة العربية، بين الواقع
والبديل، (مذكرو ماجستير غير منشورة)، كلية الآداب واللغات، جامعة
مولود معمري، 2011م.
- زكرياء مخلوفي، "واقع اللغة العربية في عصر العولمة"، مجلة الأثر،
العدد 21، ديسمبر 2014م، ص 64
- سامي الشريف، أيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية، المفاهيم
الأسس والتطبيقات، القاهرة، 2004،
- عبدالعزيز بن عثمان التويجري، حاضر اللغة العربية، الرباط :
الإيسيسكو، 2013، ص 7-8
- عماد الدين تاج السرفقير عمر، اللغة العربية ووسائط الإعلام
المتعددة، قراءة في لغة التآنس (الدرشة) عبر مواقع التواصل والهواتف
النقالة، بحث مقدم لمؤتمر اللغة العربية الدولي الثاني
- فادية المليح حلواني، "لغة الإعلام العربي"، مجلة جامعة
دمشق-المجلد 31 العدد الثالث-2015، ص 12
- فاروق الباز وآخرون، العربية لغة حياة، تقرير لجنة تحديث تعليم اللغة
العربية، ص 84 (www.arabicforlife.ae)، استرجع يوم 12 ديسمبر 2017.
- محمد أبو الوفا عطيطو أحمد، اللغة العربية في الإعلام، بين الواقع
والمأمول، (www.Alukah.net)، استرجع يوم 12 ديسمبر 2017م.
- محمد نواز، اللغة الإنجليزية وأثرها على اللغة العربية الإعلامية،
(أطروحة دكتوراه غير منشورة)، قسم الدراسات العليا في الجامعة الوطنية
للغات الحديثة، 2008م