

اللغة العربية في وسائل الإعلام الجديد

أو تهجين اللغة العربية في وسائل الإعلام الجديد؛ الانترنت وتطبيقاتها أنموذجا

المنعقد بدبي أيام 27-30 جمادى الآخر 1434هـ /7-10 مايو 2013

للدكتورة: رحمة الطيب عيساني

أستاذ مساعد بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

ملخص:

تطلعنا الرسائل التي نتلقاها عن طريق وسائل الإعلام الجديد(المحادثات عبر الانترنت والشبكات الاجتماعية، ورسائل الـSMS عبر الهواتف المحمولة) عن ظاهرة باتت تستغل بين فئة الشباب خاصة؛ إنها الكتابة والتعبير بطريقة هجينة ومموجة للغة العربية يستخدمونها في جميع اتصالاتهم، فهي ليست بالعربية ولا بالإنجليزية بل تجمع حروف اللغتين بالإضافة إلى أرقام ورموز لا يفهمها إلا مستخدموها. وقد أشارت الأرقام والإحصاءات الصادرة عن تقارير في المجال أن 67.8% من المدونات المصرية مثلا تستخدم اللغة العربية في التدوين، لكن أغلبها تخلط بين العامية والفصحى، كما أن الرسائل القصيرة على الهواتف المحمولة تجمع بين الحروف اللاتينية والأرقام للتعبير عن بعض حروف اللغة العربية.

وإن الاستمرار في تداول هذه اللغة يؤدي إلى تهديد لغتنا العربية وإلى ضياعها مع مرور الأيام، فمثلا أصبحت كلمة "محمد" تكتب "mo7amad" ، وكلمة أخبار تكتب "a7'bar"، ويزداد الخوف مع مرور الوقت من غزو هذه المفردات، وبالتالي ترسخ هذه اللغة بين جموع الجيل الجديد مما يشكل خطرا على اللغة العربية، ويزيد الهوة بين الأجيال السابقة والأجيال الناشئة.

وهي الإشكالية التي تناقشها هذه المداخلة من خلال عدد من المحاور التي تستجلي الظاهرة وتبحث في أسبابها وتداعياتها على اللغة العربية لسانا وهوية.

مقدمة:

إن نشوء المجتمع المعلوماتي هيئ لتعميم ظاهرة التحول من تقديم(الخدمات الإعلامية) للمتلقي(السليبي) في عملية الاتصال الجماهيري الذي يتلقى المعلومات الموجهة إليه دون مشاركة إيجابية واضحة منه، في جوانب اختيار أو إعداد أو في أساليب نشر تلك المعلومات، عبر وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية المختلفة، إلى مشاركة عناصر التركيبة الاجتماعية الفاعلة جميعها في عملية اختيار وإعداد وتخزين وتوجيه ونشر والإفادة من المعلومات، والمشاركة المؤثرة في عملية التبادل والتفاعل الإعلامي داخل المجتمع الواحد بعناصره وشرائحه كلها، وبين المجتمعات المختلفة بشكل عام، بما يوفر فرص الحوار، والتفاهم والتفاعل.

وكان من بين أبرز سمات التغيير الإعلامي البارزة قدرته العالية فيما يتعلق بالتفاعلية، فلقد أكدت معظم نماذج الاتصال التقليدية، ابتداءً من نظرية شانون وويفر(Shannon & Weaver) مروراً بنظرية الطلقة السحرية Magic Bullet Theory، ونموذج نقل المعلومات على مرحلتين(Two – Step Flow Of) ونموذج الانتباه والإدراك الانتقائي Selective Communication وصولاً إلى نموذج ويستلي وماكلين ومفاهيمها عن حراس البوابة(Gate Keepers) على أن وسائل الإعلام التقليدية، ووسائل اتصالية ذات اتجاه واحد، وتفقر إلى رجوع الصدى الفوري، في حين أن التفاعل الحقيقي يتطلب نموذجاً اتصالياً ذي اتجاهين، أو اتجاهات متعددة(اللبان: 2007، ص65، 66).

ومع ظهور وسائل الاتصال الحديثة-بما تمتلكه من أدوات تفاعلية- أصبح للمستقبل القدرة على المشاركة النشطة الأكثر فاعلية في العملية الاتصالية، بحيث أصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات واختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المرسل، بعدما كان دوره في السابق مجرد متلق للمعلومات، وهناك من يذهب إلى أن التمييز بين المرسل والمتلقي قد أصبح صعباً في حالات متعددة، في ظل استخدام هذه الوسائل، التي هيأت الطريق السريع للوصول إلى المعلومات، وهو ما عادت نتائجه على العملية الاتصالية في ثلاثة جوانب تمثلت في(اللبان: 2007، ص67):

- إن الطريق السريع إلى المعلومات مدت الاتصالي بوسائل إعلام جديدة(New Media)، والمزيد من الخيارات الاتصالية، وهو ما عمل على زيادة البدائل المطروحة أمام المتلقين.
- وقد تميز بأنه تفاعلي، إذ أتاح لمستعمليه مزيداً من التحكم في المعلومات وتبادلها.
- خلق الطريق السريع للمعلومات وسائل ربط بعيدة للأنشطة الشخصية، كل من مكانه.

وقد برزت الانترنت كأهم أداة من أدوات الإعلام الجديد في رسم المعالم الكبرى للتغيرات الكبرى التي يشهدها العالم المعاصر في مجال الإعلام والاتصال على حد سواء، ووفرت المرونة الكبيرة في استخدامها وسهولة الولوج إليها، وتصفح بعض محتوياتها مجاناً مجالاً خصباً لحرية الحصول على المعلومة وتبادلها، ومنذ ظهور الانترنت وهي تتشكل تباعاً مخرجة أنواعاً من التطبيقات والرسائل الإلكترونية التي كونت عناوين لعدد من

أشكال الاتصال الفردي والجماعي والجماهيري، تجاوزت معظمها الرقابة والعراقيل التي تتعرض لها وسائل الإعلام التقليدية، وأبرزت دور الفرد كمرسل للرسالة ومتفاعل معها بعد أن كان وظل لسنوات مستقبلا فقط، وأوجدت طرقا أخرى للتفاعل والتواصل الاجتماعي وبناء العلاقات الاجتماعية (وإن كانت افتراضية). وأدى هذا التحول في شكل ومضامين الاتصال ترسيخ ظاهرة الإعلام الجديد، الذي تغيرت فيه معايير العملية الاعلامية والاتصالية، وأطاحت أشكاله وتداعياته بالعديد من المفاهيم والمسلمات في المجال، وولدت مفاهيم ونظريات جديدة تعطي أبعادا مغايرة للإعلام والاتصال وسيلة ومحتوى، فقد أضحى المنتج الإعلامي أكثر ثراء وتعددا في أدواته وأوعيته، وأصبح المستهلك (المتلقي) سواء كان قارئاً أو مستمعا أو مشاهدا أكثر نهما للمعلومات والأخبار بشكل غير مسبوق، ولم يقتصر تأثير الأنترنت ومن ثم الإعلام الجديد على المحتوى والمتلقي فقط، بل امتد ليشمل جميع أطراف وعناصر العملية الاتصالية والإعلامية، وظهرت ممارسات جديدة تعلي من دور الجمهور الذي كان ومازال مهماشا في الاتصال الجماهيري التقليدي، وتضاءلت سيطرة المرسل والمؤسسة الإعلامية التقليدية على العمل الإعلامي، بعد أن أصبح بوسع كل من يستطيع استخدام الأنترنت أو أي أداة أخرى من أدوات الإعلام الجديد أن يصبح إعلاميا بالشكل الذي يرغب فيه.

وقد تداخلت كثير من العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقة، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جدا، ومحورا لنقاشات متخصصة وعامة حول مدى تأثيره على وسائل الاتصال التقليدية، وأشكال التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية، ومن ثم حقيقة العلاقة بين الجديد والتقليدي.

وهي الإشكالات التي تطرحها هذه المداخلة في تساؤلات محورية:

1. ما الإعلام الجديد وما خصائصه وسماته التي تميزه عن الإعلام التقليدي؟
2. ما واقع اللغة العربية في وسائط الإعلام الجديد خاصة شبكة الأنترنت منها وجودا وفعالية؟
3. ما هي العرينجليزية وكيف تكتب وتقرأ؟
4. ما أسباب انتشار هذه الظاهرة، وكيف نحد من انتشارها؟

أولاً: الإعلام الجديد؛ مفهومه وخصائصه.

أ) **الإعلام الجديد؛ المفهوم والمصطلح:** يعرف مصطلح الإعلام الجديد (New Media) أو الإعلام الرقمي (Digital Media) بأنه: مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي مكنت من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالإنترنت. وأتاحت إمكانيات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي من خلال خدمات الهاتف المحمول، والشبكات الاجتماعية على الإنترنت وعلى الرغم من أن الإنترنت ليست المثال الوحيد على وسائط الإعلام الجديد إلا أنها كانت ومازالت السبب الرئيسي لوصف هذا النمط من الإعلام بالجديد. ويرى بعض الباحثين أن المصطلح يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبيث أو ينشر عبر الوسائط الإعلامية الجديدة التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون، وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية (شفيق: 2010، ص52). لذلك يعرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary الإعلام الجديد بأنه: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة".

The integration of computers, computer networking, and multimedia

ويعرفه قاموس الكمبيوتر Computing Dictionary عبر مدخلين هما:

1. الإعلام الجديد هو جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو في الوقت الذي يمكن أيضا معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كومبيوتر.
- المفهوم يشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع" (صادق: 2008، ص5).
2. وهو حسب ليستر (Lester): "مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو" (صادق: 2008، ص5).
3. وترى الموسوعة الإلكترونية ويكيبيديا أن تعبير الإعلام الجديد يشير إلى: "العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر. والتعبير مرتبط أيضا بالنظم الإعلامية القديمة، فإذا ما قمنا بعقد مقارنة بين الصحافة الورقية التي تتصف بحالة سكون في نصوصها وصورها مع صحافة الإعلام الجديد نلمس الفرق في ديناميكيتها وفي حالة التغيير المستمر الذي تتصف

به. التعبير يشير أيضا إلى قابلية اجراء الاتصال بين الاجهزة الثابتة والمحمولة بأنواعها المختلفة، بما يمكن معه نقل المعلومات بين بعضها البعض".

وبينما يقوم مبدأ وسائل الإعلام التقليدية على نظام ثابت ومعروف، إما بطريقة الاتصال من واحد إلى واحد Point-to-point، ومثال على ذلك الاتصال بالهاتف، أو من واحد إلى الكثيرين Point-to-many ومثال على ذلك التلفزيون والراديو. أما في حالة الإعلام الجديد، وفي تطبيقاته المختلفة، خاصة المرتبطة الانترنت، فإن هذا النمط تغير بشكل جذري. فقد مكنت الإنترنت من الوصول إلى كل الأشكال المحتملة من نقاط الاتصال.

4. ويعرف قاموس الانترنت الموجز Condensed Net Glossary الإعلام الجديد بأنه: "أجهزة الإعلام الرقمية عموما، أو صناعة الصحافة على الإنترنت. وفي أحيان يتضمن التعريف اشارة لأجهزة الإعلام القديمة، وهو هنا تعبير غير انتقاصي يستخدم أيضا لوصف نظم إعلام تقليدية جديدة: الطباعة، التلفزيون، الراديو، والسينما.

5. وتضع كلية Sheridan التكنولوجية تعريفا عمليا للإعلام الجديد بأنه: "كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي". وترى أن هناك حالتان تميزان الجديد عن القديم: تتمثل الأولى في الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد، وتتمثل الثانية في الكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الانتاج والعرض. على ذلك يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية:

1. الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، وهو جديد كليا بصفات، وميزات غير مسبوقة، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من تطبيقات لا حصر لها.

2. الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف. وهو أيضا ينمو بسرعة وتتسأ منه انواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها اجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.

3. نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

4. الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر Offline، ويتم تداول هذا النوع، إما شبكيا أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها" ويتميز الإعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين، صاحب الرسالة ومستقبلها، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت، لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعتة ليلتقي مع الجديد في

بعض جوانبه" (صادق: 2008، ص5).

من خلال مجموعة التعريفات المختلفة يبدو استحالة وضع تعريف شامل عن الإعلام الجديد، لعدة أسباب، تبدأ بأن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح، فهي ما زالت في حالة تطور سريع، وما يبدو اليوم جديدا يصبح قديما في اليوم التالي. وإذا ما أردنا وضع تعريف للإعلام الجديد بناء على الوسائل الجديدة فهي بالتأكيد ستكون قديمة بمجرد ظهور مبتكرات جديدة، وهذا مدعاة لصعوبة وضع تعريف صارم من هذا المدخل تحديدا بينما يختلف الوضع إذا تم وضع تعريف بناء على مجموعة الخصائص التي تميز الإعلام الجديد فهناك شبه اتفاق على جملة خصائص يتصف بها هذا الإعلام، سنفصل فيها لاحقا.

ولكن يمكن أن نخلص من جملة التعريفات الأولية إلى شبه اتفاق بأن فكرة الجودة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization وهما تأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد، فالانترنت وهي واحدة من أدواته جعلت في مقدور أي انسان البحث عن الأغنية والبرنامج التلفزيوني والفيلم السينمائي والمعلومات الصحفية والعلمية التي يريد في الوقت الذي يريد.

مع الإشارة إلى أن الإعلام الجديد ليس انترنت فقط، فبعض تطبيقاته بعيدة كليا عن المبادئ التي تقوم عليه تكنولوجيا الانترنت، فالإعلام الجديد يستبطن عددا من التكنولوجيات الاتصالية التي ظهرت بعد أول تطبيق للنشر الالكتروني من نص وصور ساكنة في نظم الكمبيوتر والشبكات المبكرة إلى تطبيقات الاتصال غير المسبوقة على شبكة الإنترنت.

وللخروج من حالة التقابلية في تصنيف الإعلام الجديد، يضع كل من ريتشارد ديفيس Richard

Davis وديانا اوين Diana Owen في كتابهما المشترك (الإعلام الجديد والسياسة الأمريكية) الإعلام الجديد

وفق ثلاثة أنواع هي (Richard Davis, 1998, p(9):

-الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة.

-الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة.

-الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة.

1. النوع الأول: الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة: ويرى الباحثان أن نموذج الإعلام الجديد وفق هذا

التصنيف يعود الى مجموعة من الاشكال الصحفية في الاذاعة والتلفزيون والصحف، ويشيران الى راديو

وتلفزيون الحوار الذي يرجع الى حقبة الثلاثينات من القرن الماضي، فقد كان الرئيس الامريكى روزفلت

يستخدم الإذاعة كأداة أساسية للحديث إلى الناس وكانت أحاديته مسموعة بشكل واسع. التلفزيون أيضا

مع الراديو جدد نفسه كثيرا ببرامج الحوار الحية Talk Show والمجلات الاخبارية Television news

magazine مثل Date Line و Minutes 60 وبرامج الاخبار الحية والبرامج المسائية، مثل Night Line وبرامج الصباح المعروفة، مثل Good Morning America وبرامج التابلويد، مثل Inside Edition الشبيهة بصحافة التابلويد الورقية. ويشمل التجديد، في حالات أخرى، نموذج برنامج أوبرا Oprah وقنوات مثل MTV المتخصصة في الموسيقى والتي مددت افقها للتغطية الاخبارية ساعة بساعة.

بعض البرامج المذكورة مثل Today يعود إلى الخمسينات من القرن الماضي ولكنها تمثل نمطا جديدا في الاعلام. وقد بادر معظمها باستخدام التكنولوجيات الجديدة مثل الكمبيوتر والشبكات المختلفة، وطبقوا أساليب مستحدثة في بناء موضوعاتهم وتقديمها. وقد مثلت بعض التغطيات علامة فارقة للانتقال الى المرحلة الجديدة، مثل تغطية قضية الرياضي المشهور O. J Simpson وقضية William Kennedy Smith

و Timothy McVeigh الذي فجر مبنى البلدية في أكلاهوما سيتي. فالتغطيات تغيرت كثيرا في الشكل وطريقة المتابعة واستخدام كافة وسائل الاتصال والعرض والجغرافيا والإحصاء بواسطة الكمبيوتر.

2. النوع الثاني: إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة: تمثله جميع الوسائل التي نعايشها الآن التي تعمل على منصة الكمبيوتر وهي تشمل شبكات الكمبيوتر المختلفة وعلى رأسها شبكة الإنترنت والبريد الالكتروني وغيرها. وهي الوسائل التي مكنت من إنفاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات ومن التواصل بين الطرفين وحققت للمواطنين اسماع أصواتهم للعالم. ومكنت من دمج التكنولوجيات والوسائل المختلفة مع بعضها البعض وتجاوزت العوائق المكانية والزمانية والحدود بين الدول التي كانت تعيق حركة الإعلام القديم، وهذه الوسائل تنصف بدورها الفعال في تسهيل التفاعل الجماهيري وتقديم مصادر لا حد لها، ومجالا واسعا من الاشكال والتطبيقات الاتصالية.

3. النوع الثالث: إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة:

هنا تزول الفوارق بين القديم والجديد، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية، وحدثت حالة تماهي وتبادل للمنافع بين الاعلام القديم والجديد، ويستخدم الكثير من الممارسين للعمل الاعلامي الذين يعملون في الوسائل التقليدية الوسائل الجديدة لاستكمال ادوارهم الاعلامية المختلفة، أي انهم اصبحوا يستخدمون النوعين معا. وكما يعترف الأفراد تعترف المؤسسات القديمة أيضا باهمية الاعلام الجديد، وتعمل على اللحاق بتكنولوجياته وتطبيقاته المختلفة، فصحف كبيرة مثل واشنطن بوست ونيويورك تايمز لديها مواقع ضخمة على شبكة الانترنت، وتتواصل برامج التلفزيون المختلفة ونشرات الأخبار مع الجمهور بأدوات الإعلام الجديد وتكمل مشروعها الإعلامي وتدير استطلاعاتها عبر الوسائل المستحدثة .

ونخلص هنا بالتأكيد على مجموعة من الخصائص والمميزات التي يتمتع بها الإعلام الجديد عما سبقه وأهمها:

- دمج الوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، على منصة الكمبيوتر وشبكاته،
- وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي ايصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي.
- فضلا عن تبني هذا الإعلام للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية والتشعبية وتطبيقات الواقع الافتراضي وتعددية الوسائط وتحقيقه لمميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية.
- كما أن الإعلام الجديد يتميز باعتماده على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات والتسليم وتخزينها وتوزيعها، هذه الخاصية وهي عملية توفير مصادر المعلومات والتسليم لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلام القديم والجديد، الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل (Interactivity) والتفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين. وهي الخاصية التي أضافت بعدا جديدا مهما إلى أنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية التي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إصدارها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفاز أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسليم متى أرادها وبالشكل الذي يريده.
- كما يتميز الإعلام الجديد أيضا بأنه إعلام متعدد الوسائط (Multimedia) ويعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو؛ مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني. يتميز الإعلام الجديد أيضا بتنوع وسائله وسهولة استخدامها.

ب) وسائط الإعلام الجديد؛ إيجابيات وسلبيات:

وتتجلى هذه الإيجابيات والسلبيات أكثر في الآتي:

1. تكنولوجيا الإعلام الجديد لم تلغ وسائل الاتصال القديمة، ولكن طورتهما وساهمت بشكل كبير في جعلها أكثر انتشاراً، وتتنوعا في تقديم المحتوى الإعلامي بالشكل الذي يجذب إليه الجمهور المتلقي؛
 - فقد تغيرت الجرائد والمجلات بظهور مستحدثات جديدة في مجال صف الحروف وتوضيبيها ، وفي نظم الطباعة ونظم إرسال الصفحات عبر الأقمار الصناعية مما أثار في أساليب التحرير والإخراج والإنتاج بشكل عام.
 - ووفر البث الإذاعي الرقمي إرسالاً صوتياً فائق النقاوة يماثل نقاوة الصوت في الأقراص المدمجة مع تحرره من المؤثرات الخارجية التي يمكن أن تؤثر في البث التقليدي. وعددًا أكبر من المحطات مع توفير خيارات أكبر للمستمعين من القنوات المتخصصة. وإمكانية استقبال البيانات على الراديو الرقمي وبث المعلومات الرقمية عن حالة المرور وإمكانات التسوق على الخطوط الإلكترونية، حيث سيتم تزويد بعض أجهزة الاستقبال بأزرار خاصة لإتمام عملية الشراء عند الرغبة في اقتناء أي سلعة تعلن عنها المحطة، ويرتبط جهاز الراديو بهاتف ينفذ عملية الاتصال لشراء السلع.
 - أصبحت كثير من المحطات الإذاعية تبث برامجها بواسطة الإنترنت. وآخر التطورات التكنولوجية في هذا المجال هو العمل على إنتاج أجهزة جديدة صغيرة تجعل بالإمكان الاستماع إلى المحطات الإذاعية على الشبكة دون الحاجة إلى جهاز حاسوب (كمبيوتر) شخصي.
 - وكذلك شهدت صناعة السينما تغييراً شاملاً بظهور السينما الإلكترونية التي تعتمد على التقنيات الرقمية في إعداد المشاهد واللقطات الفنية. فقد دخلت التكنولوجيا الجديدة بقوة إلى المجال السينمائي فحولته إلى صناعية مثيرة في قدراتها وأدائها، فما نشاهده اليوم من لقطات لحيوانات خرافية على الشاشة ومناظر مبهرة ليس سوى أنواع من الخدع التي أدى الحاسوب (الكمبيوتر) وبعض التقنيات المتطورة دوراً أساسياً في إنجازها.
 - كما تغير التلفاز بعد ظهور البث المباشر بالأقمار الصناعية، والتلفاز الكابلي، والتلفاز الرقمي، والتلفاز عالي الوضوح أو اختصاراً HDTV، الذي يعد التطور الرئيسي الأهم من نوعه في تكنولوجيا التلفزيون منذ اختراع التلفزيون الملون في الخمسينات. ويسعى مصمموه إلى جعله اختراعاً يجمع في داخله ثلاثة أنواع مختلفة من التكنولوجيا وهي: تكنولوجيا التلفاز وتكنولوجيا الحاسوب وتكنولوجيا الأفلام، بحيث يصبح تلفزيوناً كمبيوترياً متعدد الوسائط.
2. أدت تكنولوجيا الإعلام الجديد أيضاً إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة: التي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين الوسائل.

3. أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تنتم بالطابع الدولي أو العالمي، إذ أحدثت الثورة المعاصرة في تكنولوجيا الإعلام الجديد طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الدولي أو عالمية الاتصال، بحيث أصبح التعرض لوسائل الاتصال الدولية أو "عبر الوطنية" جزءاً من نسيج الحياة اليومية للمواطن بما يمكن أن يحدث هذا من آثار تتصل بإدراكه واتجاهاته وقيمه، الأمر الذي ينعكس على توجهات الرأي العام وما يتعرض له صناع القرار من ضغوط.

4. وأضفى كل من انفجار المعلومات وثورة الاتصال بشكل عام طابعاً دولياً على وسائل الإعلام الجماهيرية جميعها، بحيث أصبح من الصعوبة بمكان التفرقة بين ما هو إعلام وطني وما هو إعلام دولي، فالإعلام الوطني الذي ينتجه مجتمع ما لمواطنيه، قد أصبح له بشكل من الأشكال مقصود أو غير مقصود بعد دولي. فالبرامج التي تبثها محطات التلفاز في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا واليابان ودول غرب أوروبا التي أعدت من الأساس لجمهورها المحلي أصبحت تشاهد عبر الأقمار الصناعية في أنحاء متفرقة من العالم وقد اكتسبت بذلك بعداً دولياً لم تسع إليه أصلاً ولكن تطور تكنولوجيا الإعلام الجديد جعل ذلك ممكناً.

5. إن الأخبار كأبرز محتويات وسائل الاتصال قد أفادت بشكل كبير من التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام الجديد، مما أدى إلى زيادة فاعلية وسائل الاتصال لمهامها الإخبارية على الصعيدين المحلي والدولي، وتتمثل أبرز مجالات الاستفادة الإخبارية من تكنولوجيا الإعلام الجديد في الجوانب الآتية: السرعة في تغطية الأحداث، توسيع نطاق التغطية الإخبارية جغرافياً (عيساني: 2010، ص12).

وإذا كان الإعلام الجديد بهذا الشكل قد فرض واقعا إعلاميا جديدا بكل المقاييس؛ حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمانية، والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية، والمحتوى الإعلامية، بما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفوذ للجميع، وامتداده الواسع؛ بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة، في الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز وفوارق. مع ذلك يتحدث كثير من الباحثين والدارسين في هذا المجال على سلبيات للإعلام الجديد في عديد من المجالات أهمها:

1. **استمرار اختلال التغطية الإخبارية بين دول الشمال ودول الجنوب:** إن تقنيات المعلومات المتطورة التي تشكل أساس الانفجار الاتصالي أو الثورة الاتصالية جاءت نتيجة طبيعية للتفوق العلمي والتكنولوجي والتقني في الغرب، مما أدى إلى احتكار (دول الشمال) لصناعة تقنيات المعلومات والاتصال والإعلام. يتمثل هذا الاحتكار في امتلاكها هياكل البنية الأساسية المتعددة لبناء صرح هائل للإعلام يمكنها من الحصول على الأخبار وإعادة صناعتها وإنتاجها وإعادة صياغتها وتحليلها ونشرها فوراً من خلال أشكال متعددة لوسائل الاتصال الجماهيري. وفي الجانب الآخر من العالم (دول الجنوب) نجد المشهد مختلفاً تماماً، فمعظم هذه الدول تعاني من ضعف كبير في البنى التحتية يتمثل بندرة المعرفة التكنولوجية

المعلوماتية وضعف وسائل الاتصال وندرة الإمكانيات البشرية المؤهلة إلى جانب الرغبة في التقليد والمحاكاة كنوع من الواجهة الاتصالية التي تجعلها تعتمد على التكنولوجيا الأجنبية في مجال الإعلام والاتصال، وعلى الخبرة الأجنبية في بناء البنى الأساسية لمؤسسات الإعلام والاتصال وتسييرها، ولا تفكر في توطين تكنولوجيا الإعلام بها من خلال توفير الأطر المؤهلة، أو حتى تجميع مدخلات الصناعات الاتصالية؛ مما أدى إلى خلق حالة من التبعية التكنولوجية الإعلامية والاختلال الإخباري بين دول الشمال والجنوب. وهذا الاختلال يعد اليوم أبرز مظاهر الاختلال الإعلامي وأهمه في العالم المعاصر.

2. **ارساء قواعد جديدة في بناء المادة الإعلامية،** تستند إلى فضاءات وشبكات معلوماتية تفتقد إلى المصدرية والمعالجة الفنية والعلمية للخبر والمعلومة خاصة، وكذا إلى الصياغة المؤسسة على المهنية والاحتراف ومراعاة أخلاقيات وأطر العمل الإعلامي وأساسياته المعرفية، لتطرح إشكالات وقضايا مؤرقة للمنتج الإعلامي وفعاليته في بناء مجتمع المعلومات، وقدرته على أن يصنع لنفسه إطاراً لمنظومة اجتماعية فاعلة ومؤثرة.

3. **ثم إن:** غالبية الصحفيين القائمين على المواقع الإلكترونية مثلاً يصنفون في فئة الهواة غير المحترفين الذين يعملون وفق منطق الدافع والحس والفضول الصحفي، وهم لم يتلقوا تعليماً في المجال، ولم يكتسبوا خبرات تدريبية لممارسة وظيفة الإعلام والكتابة الإعلامية، وقد أثر ذلك ومن منظور المنافسة على وسائل الإعلام التقليدية التي تحاول أن تواكب السرعة للوصول إلى المتلقين والاستحواذ عليهم قبل وسائل الإعلام الجديد، وزيادة أعدادهم التي أصبحت هاجساً مسيطراً وهدفاً منشوداً، دون مراعاة النواحي الأساسية في العمل الإعلامي مثل تقديم الأخبار والمعلومات الصحيحة وغير المنقولة أو المنسوخة، وعدم توخي الدقة والموضوعية في نشر الخبر في سبيل تقديم الخبر بسرعة، أو استخدام وسائل تنافي القيم السائدة في نشر الصور والمواضيع غير المفيدة، وإحداث إثارة مفتعلة تحقق من خلالها شعبية أكبر وزيادة في عدد الزوار وتعليقاتهم.

4. إضافة إلى ذلك فالتطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام الجديد-خاصة في مجال الإرسال والاستقبال التلفازي والانترنت كان لها آثارها في بعض الوسائل الأخرى كالسينما والصحافة. ففي السنوات الأخيرة تناقص عدد الجرائد بشكل يندب بالخطر على مستوى العالم نظراً إلى أنها تحمل معلومات إخبارية تنقلها الآن الفضائيات المحلية والإقليمية والدولية للناس بصورة مستمرة وسريعة لمواكبة الحدث، وبسبب الإنترنت التي تحدث أخبارها كل عشر دقائق؛ وهذا الذي لا يتوافر للصحافة المكتوبة نظراً إلى عمليات الطباعة والتوزيع التي تستغرق وقتاً كبيراً نسبياً.

5. **الإدمان والعزلة الاجتماعية:** فلا شك أن شبكة الانترنت مغريه وتجذب الشباب بشكل خطير جدا وينتهي بهم الامر الى الادمان الذى يؤدي الى عزله عن المجتمع، فالهدير في الطاقات على أشده ويبدو الوقت بلا قيمة ولا معنى وخصوصاً لدى الشباب الذي ترك يواجه الفراغ والبطالة والعجز والإحباط وفقدان الأمل

في مستقبل أفضل، فيبحث عن تسلية وقته في حجرات الدردشة التي تتحول مع الوقت إلى ادمان اشبه بإدمان المخدرات لا يمكنه الخلاص منه فيظل بعضهم مرابطاً أمام هذا الجهاز بالساعات المتواصلة التي تزيد احياناً على عشر ساعات في اليوم الواحد وتتميز هذه الغرف بأنه من الصعب احصاؤها؛ لأن الشباب يؤسسون غرفاً جديدة خاصة بهم كل فترة وبالتالي تزداد كمية هذه الغرف يوماً بعد يوم، وبحسبة بسيطة فإن الساعات المهذرة يومياً بين الشباب العربي في هذه الغرف فيما لا طائل من ورائه سوى الفراغ والبطالة .

كما تتميز الدردشة في هذه الغرف بغياب الهدف في ظل إهدار عشرات الآلاف من الساعات يومياً وهي كمية كبيرة من الوقت لو حسبناها بعدد الأشهر لوجدنا ملايين الساعات على مدار العام ولو وظفت هذه الطاقات في مجال الكمبيوتر بطريقة سليمة وصحيحة فتم توجيه هؤلاء الشباب لدراسة وعمل برمجيات لتحول هذا الوقت المهذر بلا قيمة لملايين الدولارات تدر دخلاً على هؤلاء الشباب وتجذب طاقاتهم وتشغل أوقاتهم في أشياء مفيدة وتفتح امامهم ابواب الأمل في المستقبل، لأن البرمجيات عمل مفيد ومريح جداً ومطلوب في وقتنا الراهن وخصوصاً في الدول المتقدمة التي تجتذب هؤلاء الشباب وبأجر كبير ومرتفع.

ويتراوح متوسط الأعمار للشباب المترددين على هذه الغرف ما بين 15 إلى 45 سنة، وتشكل المرحلة العمرية من 18 الى 35 نسبة تزيد على 75% من المستخدمين لتلك الغرف وباقي النسبة اما تحت هذا العمر أو فوقه، إلا أنه غالباً ما تكون الأعمار الكبيرة التي فوق سن 35 سواء من الرجال أو النساء يترددون على هذه الغرف كنوع من الهروب من مشاكل وخلافات غالباً ما تكون زوجية عند المتزوجين مثل عدم الانسجام والتفاهم بين الزوجين أو هروباً وقتلاً للوقت عند المطلقين وغير المتزوجين في تلك الفئة العمرية.

6. وبالنسبة لمجتمعاتنا العربية انتشار ظاهرة الأشكال التعبيرية الهجينة للغة العربية: فقد لوحظ انتشار ظاهرة الكتابة والتعبير بطريقة هجينة ومموجة للغة العربية بين فئة الشباب خاصة يستخدمونها في جميع اتصالاتهم؛ رسائل الجوال، المحادثات عبر الإنترنت والشبكات الاجتماعية. فهي ليست بالعربية ولا بالإنجليزية بل تجمع حروف اللغتين بالإضافة إلى أرقام ورموز لا يفهمها إلا مستخدموها.

ثانياً: واقع اللغة العربية في وسائط الإعلام الجديد(الانترنت وتطبيقاتها نموذجاً):

في محاولتي لاستعراض كثير من نتائج البحوث والدراسات في هذا المجال توصلت إلى أن اللغة العربية على شبكة الانترنت تعاني ثلاث مشكلات رئيسية:

1. **المشكلة الأولى:** تتعلق بمساحة الانتشار ونسبة تواجدها على شبكة الانترنت مقارنة باللغات العالمية الأخرى.

2. **والمشكلة الثانية:** تتعلق بأشكال التواجد والحضور، ومدى خدمته للغة العربية من غيره.

3. **والمشكلة الثالثة:** تتعلق بكيفية تواجدها وتداولها من قبل مستخدمي الانترنت العرب، وبروز ظاهرة التهجين للعربية بالعاميات واللغات الأجنبية.

بالنسبة للمشكلة الأولى: فقد أشار تقرير المعرفة العربي 2010/2011 إلى انخفاض عدد المواقع المكتوبة باللغة العربية مقارنة بعدد المواقع المكتوبة باللغات الأخرى، حيث بلغ عدد المواقع العربية نحو 5.330 مليون مقابل 18.440 مليون موقع اسرائيلي، و 27.400 مليون موقع فرنسي، وشكل الناطقون بالعربية 3.3% من مجموع مستخدمي الانترنت في الاحصائيات التقديرية لشهر مايو 2010، مقابل 3.9% من المتكلمين باللغة البرتغالية على سبيل المثال؛ وهم أقل عدداً من المتكلمين باللغة العربية في العالم (ص49، 50).

وفي آخر الاحصائيات (31 مايو 2011) لموقع Internet World Stats وصل انتشار العربية بين مستعملي الانترنت إلى 18.8 %، واحتلت المرتبة السابعة ضمن أعلى عشر لغات استعمالاً في العالم بعد الإنجليزية والصينية والإسبانية واليابانية والبرتغالية والألمانية، وقبل كل من الفرنسية والروسية والكورية. ومن المتوقع أن تصل إلى المرتبة الرابعة في سنة 2015، ومن ثم فقد نمت العربية بين 2000 و 2011 بنسبة: 250%. كما وصلت نسبة مستخدمي الانترنت في الشرق الأوسط إلى 3.7% حتى 30 يونيو 2012 من مجموع المستخدمين على الصعيد العالمي حسب الموقع. وتتوقع الإحصائيات أن يصل عدد الصفحات العربية مع نهاية 2012 م إلى نحو (1.5) مليار صفحة.

وهو ما يدل على صحة المؤشرات التي أكدتها العديد من التقارير المقارنة لتواجد العربية على شبكة الانترنت؛ فقد سبق لتقرير المعرفة العربي 2009 أن اعتبر زيادة مستخدمي اللغة العربية الأعلى بين مجموع اللغات العشر الأولى على الشبكة العنكبوتية، حيث بلغ معدل الزيادة العربية 206 % خلال الفترة من 2000 إلى 2008. ومن حيث الزيادة في العقد الأخير فهو الأعلى بين اللغات العشر الأولى.

Top Ten Languages Used in the Web
(Number of Internet Users by Language)

TOP TEN LANGUAGES IN THE INTERNET	Internet Users by Language	Internet Penetration by Language	Growth in Internet (2000 – 2011)	Internet Users % of Total	World Population for this Language (2011 Estimate)
<u>English</u>	565,004,126	43.4 %	301.4 %	26.8 %	1,302,275,670
<u>Chinese</u>	509,965,013	37.2 %	1,478.7 %	24.2 %	1,372,226,042
<u>Spanish</u>	164,968,742	39.0 %	807.4 %	7.8 %	423,085,806
<u>Japanese</u>	99,182,000	78.4 %	110.7 %	4.7 %	126,475,664
<u>Portuguese</u>	82,586,600	32.5 %	990.1 %	3.9 %	253,947,594
<u>German</u>	75,422,674	79.5 %	174.1 %	3.6 %	94,842,656
<u>Arabic</u>	65,365,400	18.8 %	2,501.2 %	3.3 %	347,002,991
<u>French</u>	59,779,525	17.2 %	398.2 %	3.0 %	347,932,305
<u>Russian</u>	59,700,000	42.8 %	1,825.8 %	3.0 %	139,390,205
<u>Korean</u>	39,440,000	55.2 %	107.1 %	2.0 %	71,393,343
TOP 10 LANGUAGES	1,615,957,333	36.4 %	421.2 %	82.2 %	4,442,056,069
Rest of the Languages	350,557,483	14.6 %	588.5 %	17.8 %	2,403,553,891
WORLD TOTAL	2,099,926,965	30.3 %	481.7 %	100.0 %	6,930,055,154

NOTES: (1) Top Ten Languages Internet Stats were updated for May 31 2011. (2) Internet Penetration is the ratio between the sum of Internet users speaking a language and the total population estimate that speaks that specific language. (3) The most recent Internet usage information comes from data published by [Nielsen Online](#), [International Telecommunications Union](#), [GfK](#), and other reliable sources. (4) World population information comes from the [U.S. Census Bureau](#) . (5) For definitions and navigation help in several languages, see the [Site Surfing Guide](#). (6) Stats may be cited, stating the source and establishing an active link back to [Internet World Stats](#). Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Examples for interpretation of the data:

- There are **99,182,000** Japanese speaking people using the Internet, this represents **4.7 %** of all the Internet users in the world.
- Out of the estimated **126,475,664** population of the world that speaks Japanese, **78.4 %** use the Internet.
- The number of Japanese Speaking Internet Users has grown **110.7 %** in the last eleven years (2000–2011).

المحتوى العربي على الإنترنت

اللغة العربية والمحتوى العربي



اللغة العربية من اللغات العشر الأكثر استخداماً في تويتر

إطلاق تويتر لقدرة الكتابة من اليمين إلى اليسار في شهر آذار لعام ٢٠١٢

الرقي بالمحتوى العربي

معادلة رائعة لتصبح إعلامياً مدهشاً فيه وقت قصيرا

دخولك إلى عالم الإعلام المرتبة الجديد = facebook + +

ومع ذلك يقلل كثير من الباحثين والخبراء من جدوى هذه الأرقام والإحصائيات ويرى بعضهم أن: "قوة العربية المعبر عنها عالميا من خلال الاحتفاء بيومها العالمي ووجودها الفعلي في دواليب المنظمات العالمية غير معبر عنها بشكل فعلي على الشبكة العنكبوتية. فبالرغم من هذه الصورة الوردية التي رسمها موقع إحصاءات الإنترنت العالمية فإن ولوج العرب عالم النت ما زال متدنيا بالمقارنة بعدد الناطقين باللسان العربي. حيث لا يتجاوز مستعملو الإنترنت في الشرق الأوسط(وشمال إفريقيا) 90 مليونا وهو ما يطرح إشكاليات حقيقية حول قدرة هذه الشعوب على ولوج مجتمع المعرفة".

وبين التقرير الذي أعده مستشار منظمة الإسكوا في قضايا المعلوماتية الدكتور "نبيل علي"، ودرس أكثر من مائتي موقع إلكتروني عربي، وجود فجوة في صناعة المحتوى الرقمي بين الدول العربية وإسرائيل، مشيرا إلى أن نسبة ولوج مستخدمي العبرية إلى المواقع الإلكترونية بلغت 66 %، في حين أنها لم تتعد بالنسبة للمستخدمين العرب حاجز 13.6 %.

كما أن هناك نقاط ضعف كثيرة في البرامج العاملة باللغة العربية، منها عدم المقدرة على الوصول بطريقة سلسة إلى المتلقين، وهي من المشكلات التي تشكو منها المواقع العربية، إضافة إلى غياب الانتظام في دورة تحديث المعلومات والخدمات، ووجود فجوة تكنولوجية بسبب تخلف أدوات التصميم والتطوير والتشغيل. ويشير التقرير إلى أن أغلبية البرامج والمواقع الإلكترونية التي تتواصل باللغة العربية أنشأتها شركات أجنبية وعالمية سيطرت على الأسواق العربية، لكنه يوضح أن "تجاهها نسبي، لأنها لا تراعي منطق التفكير العربي". وأكد التقرير أن "العرب لم ينافسوا لغاية الآن في مجال إعداد البرمجيات في معظم المجالات، وبالتالي فإنهم يحصلون على أدنى حصة في مجال صناعة المعلوماتية". وأن معظم المواقع الإلكترونية العربية تفتقد الرؤية الشاملة التي تضمن بناءها واستمرارها، وأغلب المؤسسات الرسمية العربية تفتقد الحد الأدنى من ثقافة تقديم الخدمات، وترسخ لديها نوع من الرقابة الداخلية".

وأشار تقرير المعرفة العربي للعام 2009 سابق الذكر إلى أنه: "فيما يتعلق بالمحتوى العربي فهو لم يتغير بشكل كبير، حيث ظل محافظا على ندرته التي أشار إليها تقرير لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا "الإسكوا" قبل مدة طويلة حيث لا يتعدى 3 بالمائة من إجمالي المحتوى العالمي".

ويمكن التدليل على ذلك بدراسة وتحليل محتوى الموسوعة الحرة ويكيبيديا Wikipedia، كأحد الموسوعات المهمة على الإنترنت وغير الهادفة للربح، والتي يحررها متطوعون من كل مكان بالعالم، فالملاحظ أن ويكيبيديا قد جمعت في أقل من عشر سنوات من انطلاقتها عام 2001 م، أكثر من 12 مليون مدخل معرفي بأكثر من 238 لغة، لكن مع هذا فإن المقالات الموجودة باللغة العربية عليها لا تتعدى 100 ألف مقال فقط، لتأتي في مرتبة متأخرة بين لغات أخرى عديدة أولها الإنجليزية التي تصل عدد المقالات المكتوبة بها إلى أكثر من 2.8 مليون مقالة والمشكلة ليست في عدد المقالات العربية القليل، ولكن أيضا لفقير نسبة كبيرة من هذه المقالات التي لا يتعدى بعضها بضعة أسطر، ولا تجد من يضيف عليها أو يطورها، هذا إلى جانب ندرة المساهمة العربية في

تحرير المقالات بلغات أخرى تتناول موضوعات تهمننا كعرب ومسلمين كالتاريخ والدين، وهذا ما يجعلها عرضة للتحريف والتزييف دون تحرك واع للتعامل مع الأمر.

ويصبح مَثَلٌ من يبحث في الشبكة الإلكترونية باللغة العربية عن موضوع جاد كمثل من يبحث عن إبرة في كوم من قش. إذ طالما تختصر نتيجة البحث المضني بعدد من الروابط التي تقود الى صفحات ملونة براقية. تلك هي في الواقع منتديات معظمها مغلق، وفي أحسن الأحوال يعرض عليك بعضها الانضمام عبر استمارة بسيطة. ثم إن الدخول إلى تلك المواقع لا يمنح الشعور بأنها تلبّي جزءاً من الحاجة، بل حتى الأكثر جدية منها إن توفرت لا تشبع الفضول، في معظم الأحيان.

فبعض المواد المنشورة في هذه المواقع ركيك وبعضها الآخر مكرر في أكثر من موقع، والعديد منها تعيد نشر المقالات والمواد بعد استنساخها من موقعها الأصلي وتجريدها، في كثير من المناسبات، من اسم كاتبها أو الجهة الناشرة، بل يعتمد البعض الى إضافة اسم غير اسم كاتبها! وهو ما يبرز بالبحاح ظاهرة انتهاك حقوق الملكية الفكرية، المتمثلة في إعادة النشر دون إذن، الأمر الذي يتطلب تدخلا عاجلا من الجهات ذات الاختصاص في العالم العربي (كاظم، 2012).

إضافة إلى ذلك تخاطب بعض هذه المواقع جمهورها بغير اللغة العربية؛ بالانجليزية أو الفرنسية، وفي الصدد يشير الدكتور حسن مظفر الرزوي إلى أن: "المواقع السورية هي أكثر المواقع العربية توظيفا للخطاب العربي في مضامينها، وتأتي بعدها السعودية وفلسطين. بينما يلاحظ تدني توظيف الخطاب العربي بمضامين مواقعها على الانترنت لدى دول مثل: الإمارات ومصر ولبنان التي تميل مواقعها إلى استخدام اللغة الانجليزية بكثافة ملحوظة" (الرزوي: ص 381). وبالنسبة للمغرب العربي الاستعمال الواضح للغة الفرنسية كلغة رئيسية لمحتوى المواقع الحكومية ومواقع أخرى.

وينفق العرب على أنّ هناك ضرورة لتفعيل وجود العربية على الانترنت، ذلك أن المواقع الإلكترونية تعاني من نقص شديد في محتواها العربي، وإن هذا ضعف قد يؤدي بالعربية إلى خروجها من دائرة الفعل العالمي والحضاري. وتؤكد على أنه يجب أن يكون هناك استراتيجيات، واستكشاف آليات تعمل على تدارك النقص في التحول الرقمي على الانترنت، وتدعيم صناعة محتوى متميز يثري التواجد العربي في الفضاء العالمي .

ويشير مفهوم التحويل الرقمي إلى تحويل محتوى الوسائط المادية: (بما فيها مقالات الدوريات، الكتب، المخطوطات، الصور الفوتوغرافية، الأفلام، المواد السمعية والمرئية إلى الشكل الرقمي ونشره على الإنترنت كوسيلة للتوزيع الواسع والشامل للمعرفة في الوطن العربي.

أما المشكلة الثانية:

فقد أظهرت دراسة لموقع "بيت. كوم" (2011): أن غالبية مستخدمي الإنترنت في الدول العربية يلجئون إلى الشبكة الإلكترونية للردشة مع أصدقائهم، أو العثور على أصدقاء جدد، مقارنة بمستخدمي الإنترنت لأغراض أخرى، مثل التعلم عبر الإنترنت أو التسوق الإلكتروني أو البحث عن وظيفة.

وذكرت الدراسة:

1. أن السبب الرئيسي لاستخدام الإنترنت في المنطقة العربية، يعود إلى المشاركة في النشاطات الاجتماعية على الشبكة الإلكترونية بمعدل يصل إلى ثلاث ساعات أو أكثر بصفة يومية، وكشفت النتائج أن (67%) ممن شملتهم الدراسة، يستخدمون الإنترنت في التواصل الاجتماعي، بينما ذكر (36%) منهم إنهم يتواصلون يومياً مع أصدقائهم عبر البريد الإلكتروني، فيما يتواصل (31%) مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل (فيس بوك) و(تويتر).

2. وأن مشاهدة الفيديو والاستماع إلى الموسيقى من الأمور التي تحظى بشعبية ضمن النشاطات اليومية للاتصال بشبكة الإنترنت. فيما تأتي نسبة ملحوظة من هذه النشاطات اليومية على الإنترنت لغرض البحث عن عمل، في ظل وجود نسبة (36%) من المشاركين يستخدمون الإنترنت لإيجاد وظيفة

3. ومن النشاطات (الأقل شعبية) لمستخدمي الإنترنت تحميل (البودكاست)، وتحظى بنسبة (47%)، والمشاركة في دورات تعليمية إلكترونية بنسبة (42%)، والألعاب الإلكترونية (40%) ورفع مقاطع فيديو إلى مواقع مشاركة الفيديو (37%)، وتحميل الصور بنسبة (32%).

4. كما بينت الدراسة أن (43%) قالوا إنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في مكان العمل، فيما كان السبب الرئيسي في عدم استخدام تلك المواقع في مكان العمل "عدم توفر الوقت الكافي" لدى (63%)، مقابل (16%) قالوا إن تلك المواقع "محبوبة" في أماكن عملهم.

وأفادت دراسة حديثة أجرتها منظمة O+K Research: عن أكثر النشاطات اليومية في الإنترنت بأن مستخدمي الإنترنت في الإمارات في الغالب يستخدمون مختلف خدمات الإنترنت في التواصل والترفيه عن أنفسهم.

1. وأشارت الدراسة إلى أن من بين أكثر هذه الخدمات شعبية، هي البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي ومشاهدة الفيديو عبر الإنترنت بنسب متساوية من المستخدمين 85%، 83% و 82% على التوالي. وإذا كان المعدل العالمي المتوسط للنشاط الخاص بالبريد الإلكتروني هو نفسه بالنسبة للإمارات (86%)، فإن معدل الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي ومشاهدة الفيديو عبر الإنترنت في العالم أقل بنحو 10 نقاط عن المعدل نفسه للإمارات.

2. وتأتي في المرتبة التالية مجموعة من النشاطات الأكثر انتشاراً تتضمن تحميل البرامج المجانية بنسبة 68%، والتواصل عبر برامج المحادثة بالصوت والصورة مثل سكايب بنسبة 62%، سماع الموسيقى أو

برامج الإذاعة المسموعة من الويب بنسبة 60%. والجدير بالذكر أن شعبية خدمات التواصل بالصوت والصورة بين مستخدمي الإنترنت في الإمارات أعلى من نظيرها عالمياً - حيث يشكل الفارق نحو 30 نقطة، بحسب الدراسة.

3. إضافة إلى ذلك، فإن حوالي نصف مستخدمي الإنترنت في الإمارات مولعون بالتواصل عبر برامج المراسلة الفورية وبنسبة 56%، أو ممارسة الألعاب الإلكترونية بنسبة 50%. ونسبة متقاربة من المستخدمين يلجئون إلى الإنترنت لسماع الموسيقى، ومشاهدة الأفلام ومقاطع الفيديو. ويتوافق هذا المعدل مع المتوسط العالمي لممارسة هذه النشاطات.

4. وأن عدد مستخدمي الإنترنت الإماراتيين ممن يلجئون إلى الويب لإجراء التعاملات المصرفية أدنى من المؤشر العالمي. إلا أن عدد المستخدمين الذين يتسوقون أو يقومون بالتعاملات المالية عبر الإنترنت يتزايد بانتظام. ويقوم حالياً أكثر من 46% من المستخدمين الإماراتيين بالتسوق عبر الإنترنت يومياً ونحو 45% يستخدمون أنظمة الصيرفة الإلكترونية بنشاط.

ولأغراض تحليلية بحتة تم رصد أكثر خمسين موقعاً عربياً زيارةً على مقياس (Alexa) واتضح أنه ومن ناحية عددية فقد احتلت مواقع الأغاني والترفيه العدد الأكبر ضمن الخمسين موقعاً الأوائل (9 مواقع). واحتلت مواقع الدردشة والمنتديات والمنوعات العامة المرتبة الثانية عددياً (7 مواقع). فيما احتلت المواقع المتخصصة جداً ذيل القائمة عددياً (موقع واحد) (الاتصالات السعودية) لكنها في مرتبة متقدمة نسبياً (الترتيب 17). وحصلت المواقع الإخبارية والصحف على ثقل متوسط (6 مواقع) مما يمثل أهمية معتدلة، ومثلت الأدلة ومحركات البحث، والمواقع النسائية وبرامج وخدمات الحاسوب جميعها ثقلاً خفيفاً (4 مواقع لكل منها)، أما المواقع الإسلامية فهي عددياً قليلة (ثلاثة مواقع) ولا تتناسب مطلقاً مع زخم الصحوة الإسلامية وعدد زوارها من مستخدمي الإنترنت!! وشاركتها عددياً البوابات الإقليمية المتخصصة، وبالنسبة لمواقع الرياضة والمواقع الاقتصادية فقد مثلت مفاجأة، فقط موقعان لكل منها في قائمة الخمسين الأوائل!!

ونستخلص من ذلك أن ترتيب المواقع العربية الخمسين الأكثر زيارةً من طرف مستخدمي الإنترنت هي

كالآتي:

1. المواقع الترفيهية (أغاني، أفلام، رياضية، دردشة)، 16موقعاً.
 2. المواقع الخدمانية (محركات بحث، أدلة، بوابات)، 11 موقعاً.
 3. المواقع المعلوماتية (حاسب وبرامج، اقتصاد، اتصالات)، 9 مواقع
 4. المواقع الإخبارية (مواقع إخبارية، صحف،..)، 6 مواقع.
 5. المواقع الثقافية والتوجيهية (إسلامية، ثقافية)، 6 مواقع
- وهذا يؤكد أن جل استخدام الإنترنت لدى المستخدمين العرب هو للترفيه أما الجانب الثقافي فهو في ذيل القائمة كما يعكس الواقع الحياتي للناس اجتماعياً خصوصاً لدى فئة الشباب (الرياض، 2007، عدد 14314).

ثالثاً: العربية إنجليزية في وسائط الإعلام الجديد

أ) تعريفها: مصطلح جديد طفا على سطح التهافت الكبير على مواقع التواصل الاجتماعي، والمنديات ومواقع الدردشة على شبكة الانترنت، ورسائل الـ(SMS) في الهواتف المحمولة، وقد أطلق عليها عديد من التسميات: "الفرانكو آراب"، "العربي"، "الأرابيش"، Arabish، دمجا بين كلمتي "Arabic" و"English"، واللغة الفيسبوكية. تتميز هذه اللغة بأنها أشبه بمصطلحات خاصة لا يعرفها إلا من يعاشروهم بصفة مستمرة ويعرف هذه المصطلحات.

جاء في تقرير المعرفة العربي لعام 2011/2010 بأن هذه اللغة تتصف بـ:"ركاكة الكلمات والجمل المستعملة التي يستخدمها الشباب على الشبكة في المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي، والتي يغلب فيها استخدام اللهجات العامية أو الكتابة بحروف لاتينية، تحولت معها اللغة العربية إلى لغة هجينة، فقد بينت الأرقام والإحصاءات أن 67.8% من المدونات المصرية مثلا تستخدم اللغة العربية في التدوين، لكن أغلبها تخلط بين العامية والفصحى. كما أن الرسائل القصيرة على الهواتف المحمولة تجمع بين الحروف اللاتينية والأرقام للتعبير عن بعض حروف اللغة العربية". فهم يكتبون الكلمات وفقا للتواضعات التالية:

2 = همزة مثل كلمة سؤال تكتب so2al وكلمة سبأ تكتب saba2

3 = ع، ويمكن كتابة حرف غ بالشكل التالي 3'

4 = ش

5 = خ، ويمكن أن تكتب 7' أو kh

6 = ط

7 = ح

8 = ق

9 = ص

dad arabizi = 9' أما ما عدا ذلك فيكتب بتغيير الحرف العربي بمقابل من اللاتيني.

وفي ما يلي الأبجدية العربية مع مقابل كل حرف:

a = ا

b = ب

t = ت

ث = t' كما ويمكن استعمال الثاء الانكليزية المركبه th

ج = j

ح = 7

خ = 5 أو 7' أو kh

d = د

'd = ذ

r = ر

z = ز

s = س

ش = s^ = ويمكن ان تكتب sh أو ch أو \$

ص = 9 أو S مع مراعاة الحالة الكبيرة للحرف اللاتيني

ض = 9' أو ممكن ان تكتب D مع مراعاة الحالة الكبيرة للحرف اللاتيني

ط = 6

ظ = 6' أو ممكن Z مع مراعاة الحالة الكبيرة للحرف اللاتيني.

ع = 3

غ = 3' أو ممكن أن تكتب gh مثال بغداد Baghdad :

f = ف

ق = 8 = أو ممكن أن تكتب q

k = ك

l = ل

m = م

n = ن

h = هـ

و = w كما تستعمل o وذلك حسب قوة الواو في الكلمة

ي = i وفي حالة الياء الخفيفة يستخدم e، وفي حالة وقوعها في نهاية العبارة يستخدم Y .

وتكتب عادة باللهجة الدارجة وليس باللغة العربية الفصحى ويضاف لهذه الطريقة الكثير من الكلمات البسيطة

والاختصارات المتعارف عليها في اللاتيني الإنجليزي مثل:

SMS :رسالة نصية قصيرة

hi :مرحبا

CU : See you نراك لاحقاً

U2 : you too وأنت أيضاً

برب: وهي تعريب لجملة Be Right Back وتعني سأرجع.

لول: وهي أيضا تعريب لجملة Laughing Out Loud، ومعناها الحرفي يعني اضحك بصوت عالي لكنها تستعمل عندما يكتب شخص ما شيئا مضحكا.

g2g أو gtg: وتعني "إنني مضطر للذهاب الآن"

ISA : إن شاء الله

MSA : ما شاء الله

IDK : معناها لا أعرف Idont know

مثال:

(هاي حبيبي كيفاك وينك ما عم نشوفك، hi 7bibi kifak wenak ma 3am nshufk, CU man) تقرأ:

سي يو مان) وتعني: (هلا حبيبي، كيف حالك، أين أنت لم نرك منذ زمن، أراك لاحقا).

كما أن هناك اختصارات ظهرت لعبارات عربية أصلا مثل:

ISA: فهي اختصار لعبارة إن شاء الله العربية In Sha2a Allah

MSA: وهي اختصار لعبارة ماشاء الله العربية Ma Sha2a Allah

JAK: وهي اختصار لعبارة جزاكم الله خيراً العربية Jazakom Allaho khayran

وقد حذرت دراسة أعدها المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية بالقاهرة من هذه اللغة وسمتها بالـ"لغة موازية"، وأنها تهدد مصير اللغة العربية في الحياة اليومية لهؤلاء الشباب وتلقي بظلال سلبية على ثقافة وسلوك الشباب العربي بشكل عام. واعتبرت أن اختيار الشباب ثقافة ولغة خاصة بهم هو تمرد على النظام الاجتماعي، لذلك ابتدعوا لونا جديدا من الثقافة لا يستطيع أحد فك رموزها غيرهم. وقد استهجن بعض التربويين ذلك وقالوا: "إن استعمال الشباب لغة خاصة بهم ليس تمردا وإنما نوع من الهروب من المجتمع، وأن على الكبار احترام لغتهم الجديدة وعدم الاستهزاء بها طالما أنها لا تتعارض مع الآداب العامة في المجتمع..".

وأشارت الدراسة إلى أن "ثقافة الفهلوة" التي ظهرت بين الأوساط الشبابية في الثمانينيات عادت وبقوة في الآونة الأخيرة محمولة على أكتاف مجموعة من المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والإعلامية أيضا؛ حسب موقع فضائية الجزيرة . وأوضحت أن طبيعة الإنترنت باعتبارها وسيلة اتصال سريعة الإيقاع قد واكبتها محاولات لفرض عدد من المفردات السريعة والمختصرة للتعامل بين الشباب. وأوضح الدكتور علي صلاح محمود الذي أعد الدراسة أن حروف لغة القرآن تحولت إلى رموز وأرقام وبانت الحاء "7" والهمزة "2" والعين "3" وكلمة حوار تكتب "war7" وكلمة سعاد تكتب "so3ad" وكلمة you تكتب "u" الخ.

ب) أسباب إنتشار اللغة العربية في وسائل الإعلام الجديد:

يوعز الباحثون والدارسون ظاهرة "العربنجليزية" في وسائل الإعلام الجديد إلى عدد من الأسباب:

1. يرى الدكتور صفوت العالم أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة أن ظهور لغة جديدة بين الشباب أمر طبيعي يتكرر بين مدة وأخرى، ويعكس التمرد الاجتماعي وعدم تفاعلهم مع الكبار، ويظهر عادة في نمط مميز من اللغة أو الملابس أو السلوكيات اليومية، كما أوضح أن الإنترنت ليست وحدها المسؤول عن تغيير لغة الشباب، فالعديد من المصطلحات الأجنبية المنتشرة بين الشباب سببها استخدام الإنجليزية كلغة تعامل في بعض أماكن العمل، إضافة إلى تردي التعليم الجامعي الذي لا يهتم أصلاً باللغة العربية، وصولاً إلى الدراما العربية وما تقدمه في المسلسلات والأفلام من ألفاظ شاذة..

2. ويرى الدكتور غسان مراد، مدير مركز علوم اللغة والتواصل وأستاذ الألسنية المعلوماتية في كلية الآداب والعلوم الإنسانية في الجامعة اللبنانية، أنّ لغة "الأرابيش" هي مزيج من لغتين هدفه الاختزال؛ استعمالها في كتابة الرسائل القصيرة في الهاتف المحمول يعود إلى صغر الشاشة ومحدودية الإشارات التي يسمح بها في الرسالة الواحدة. وفي أساس إنتاج كل من الهاتف المحمول والحاسوب، لم تحتوِ لوحة المفاتيح على أحرف اللغة العربية، فاعتاد الشباب التعبير بكتابة لغتهم العربية بالأحرف اللاتينية، واستمروا في ذلك على الرغم من توافر الأحرف العربية في لوحة المفاتيح في وقت لاحق. وبالتالي، فإن التكنولوجيا هي التي أدت إلى تداخل اللغات .

ويرى مراد أنّ المشكلة في العالم العربي تكمن في إنتاج المعرفة، فكل تطور تقني يؤدي حتمًا إلى تغييرات في تمثيل المعرفة، مما يعني أنّ كل تطور في التقنيات والأدوات التي نتعامل معها في شكل عام، ينعكس تطورًا في أساليب التعبير عن هذه المعرفة. وقد لا تقضي هذه الأدوات المتوافرة (مثل الكتابة أو الإشارات) أغراضًا، لذا يتم ابتكار إشارات جديدة كي تعبر عن هذه المعرفة .

ويعتقد أنه ومع التطور التقني الحديث بات الأمر في حاجة إلى إشارات حديثة تساعد على تمثيل هذه المعرفة التي يعبر جيل الشباب من خلالها، بحيث يعيد المزج ما بين الكتابة الصورية التي تترجم المفهوم مباشرة وبين الكتابة الرمزية أي الأحرف الأبجدية، وأنه لا يخيّل للحظة أن اللغة العربية التي يتحدث بها نحو 300 مليون نسمة ستؤثر عليها لغة "الأرابيش" بأي شكل أو تلغيها، والكتابة الصورية التي تستخدم حاليًا لا يمكن أن تلغي لغتنا لسبب بسيط جدًا هو أن ليس لديها قواعد بينما القواعد متوافرة في لغتنا المتداولة.

كما يعتبر مراد أنه في حال كان هناك تأثير ما على اللغة فالسبب يعود إلى أمرين: "جيل الشباب الذي يخلق هذه الكلمات أو المصطلحات، وجهات أخرى تكرر هذه الكلمات من خلال القواميس. فإذا كانت الجهة الثانية التي تستخدم المصطلحات هي الطاغية، عندها يصبح التأثير واردة أكثر على مستقبل

اللغة، لأن طريقة نحت المصطلحات الحديثة يجب أن تتلاءم والقواعد اللغوية من ناحية الصرف والنحو والدلالة".

ثم إن لغة "الأريش" لم تعد تقتصر على الرسائل القصيرة عبر الهاتف الخليوي أو "Chat" عبر الإنترنت، إنما دخلت في صلب حياة الشباب اليومية، يتداولونها في حواراتهم المحكية من دون تردد. والسبب في ذلك، برأي مراد، أنّ جيل اليوم هو جيل الـ«zapping»؛ يريد كل شيء وفي هذه اللحظة. ولكثرة تعامله مع الأدوات التقنية، التي تعمل بأوامر (accept, send, cancel...)، بات يستخدم المصطلحات نفسها. كما أنّ للشباب، وفي كل المجتمعات، رموزهم (Codes) الخاصة يحبون في مرحلة ما أن يتميزوا بها في محيطهم الضيق.

3. وجود شعور بالاغتراب لديهم يدفعهم للتمرد على النظام الاجتماعي وتكوين عالمهم الخاص بعيدا عن قيود الآباء، فهم يؤلفون هذه اللغة كقناع في مواجهة الآخرين.

4. تلعب المدارس دوراً كبيراً في تعليم اللغة، ويركز حالياً بشكل كبير على تعليم اللغات الأجنبية والتي أحدثت صراعاً واضحاً مع اللغة العربية، نتج عنه عزوف أفراد الجيل عن لغتنا، بل اتخاذ مواقف سلبية تجاهها، تتمثل في تضخيم حاجز الصعوبة في تعلمها، ناهيك عن ضعف الطالب بالعربية نتيجة تدريس بعض المدارس المنهاج كاملاً باللغات الأجنبية.

5. إنّ تأثير الإنترنت على مفردات اللغة المتداولة بين الشباب على مواقع الإنترنت والمدونات وغرف المحادثات ومواقع التواصل الاجتماعي - موجود وبشكل واضح، ويعود ذلك لطبيعة الشبكة العنكبوتية كوسيلة اتصال سريعة الإيقاع، قد واكبتها محاولات لفرض عدد من المفردات السريعة والمختصرة للتعامل بين الشباب، أو أنّ الضرورة فرضت نفسها، كعدم وجود لوحة مفاتيح تمكن المستخدم من الكتابة باللغة العربية لدى البعض، وأخص بالذكر الشباب العربي في بلاد الاغتراب.

6. ويرى الناقد صبرى حافظ استاذ اللغة العربية المعاصرة والأدب المقارن في جامعة لندن: أن لغة الإنترنت الجديدة "ليست مجرد لغة من مفردات غريبة وإنما هي بنية تصويرية وإيديولوجية مغايرة تشكل خطراً ملموساً على علاقات القوى القديمة" مضيفاً: "نحن لسنا اذن ازاء تغير سطحي للغة كما يحلو للبعض تصويره".

7. ويقول: "لسنا بإزاء مجموعة من الشباب الذين لايجيدون اللغة العربية فيلجئون الى تلك اللغة الهجين الغربية التي تمزج العامية بالفصحى والعربية بالانجليزية ولكننا حيال مجموعة من المتغيرات والاحتياجات الاجتماعية والسياسية معا تحتاج الى التعبير عن نفسها وتسعى لخلق لغة جديدة لها تعبر بها عن رؤاها وعن اليات حراكها الجديد وبالتالي تحتاج منا إلى تنظيرات جديدة لها". وأن على هذه التنظيرات الجديدة ان تأخذ في الاعتبار "ان اللغة كائن اجتماعي حى ينمو ويتطور ويشيخ ايضا وان تتعامل مع الوسيط

الذى ظهرت فيه بنظرة اوسع تتصافر فيها المناهج وتتعدد المقتربات من اجل فهم حقيقة التغيرات التى تنتاب واقعا العربى المتحول أبدا.

8. ويخلص إلى أن أهم ما يكشف عنه البحث فى هذا الموضوع الجديد على ساحة الدرس العربى هو أن اللغة بمتغيراتها وبحركتها فى الفضاءين الاجتماعى والافتراضى على السواء قد أخذت تعيد رسم علاقات القوى وتساهم فى خلخلة الكثير من رواسيها القديمة وإدخال عناصر جديدة إلى المعادلة لم تكن موجودة من قبل ولم تحسب لها القوى القديمة أى حساب حتى فوجئت بما تشكله عليها من أخطار.

9. وأرى إضافة إلى ذلك أن من بين أهم الأسباب فى انتشار هذه الظاهرة الآتى:

✚ ضعف اللغة العربية لدى الشباب المعاصر بسبب تراجع التعليم فى كل مراحل والاستهانة بالمنظومة التعليمية فى مجتمعاتنا، ومنافسة اللغات الأجنبية للغة العربية فى عقر دارها؛ بإدراج تعلمها فى مراحل متقدمة لدى الطفل أو اعتماد التعليم باللغة الفرنسية أو الانجليزية، أو بانتشارها فى التخاطب اليومي بسبب العولمة الثقافية وتداعياتها على هوية المجتمع ومقوماته الأساسية.

✚ إبعاد اللغة العربية عن مجال التفاعل مع العلوم الحديثة المختلفة فى التدريس والبحث والتأليف والترجمة، وبالتالي إبعادها عن مسايرة العصر التكنولوجي الراهن باستيعاب المفاهيم والمصطلحات العلمية الحديثة، وظهور الدوريات والمصادر العلمية المختلفة بهذه اللغة العربية التى باتت أحياناً أجنبية بين أهلها.

✚ استفحال ظاهرة الانبهار بالآخر والشعور بالدونية لدى بعض شبابنا ومتقينا، والاعتقاد الخاطئ أن من شروط التطور واللاحق بركب المدنيات اتقان لغة المتطور وتقليده فى كل شيء.

✚ النقص الواضح فى تدعيم اللغة العربية فى بعض وسائل الإعلام الجديد، فلوحة المفاتيح فى جهاز الكمبيوتر العادي أو اللوحي المحمول أو على أجهزة الهواتف النقالة تنقصها كثير من حروف اللغة العربية، كالحروف المنونة، والهمزة المكسورة، والتاء المربوطة،...

الخاتمة:

عودا على بدء نقول: إن الإعلام الجديد ووسائله المتعددة وأهمها الانترنت ليس مجرد ثورة تقنية وتسارع فى تداول ونشر ومعالجة المعلومات، بل هو أيضا ثورة اجتماعية على العلاقات وطرق التواصل الاجتماعى، والقيم والمفاهيم الاجتماعية فى مجال بناء الهوية والسواتر القيمية، ابتداء من اللغة وانتهاء بالكينونة والتواجد والفاعلية لل"نحن" أما "الآخر" فى بناء المجتمع الانسانى والحضارة المعاصرة.

إن لغة وسائل الإعلام الجديد والانترنت أو ما أسماه"ديفيد كريستال" بالسرد الالكترونى يمكن أن يثرى اللغة ويزيدها غنى ويمنحها المزيد من الأبعاد والأفاق نعم، لكن الأکید(فى المرحلة الراهنة على الأقل) أن هذا الفضاء الجديد قد بدأت معه بوادر هدم واضح للغة العربية من طرف شبابنا؛ تسرعا أو مسايرة أو تمردا. أيا كان السبب فالظاهرة خطيرة وتحتاج منا إلى وقفة جادة للحؤول دون انتشارها البعيد واستفحالها بالشكل الذى لا نستطيع معه الحفاظ عليها ومن ثم الحفاظ على ثقافتنا وهويتنا ووجودنا وتفاعلنا مع المجتمع العالمى.

قائمة المراجع والمصادر:

1. بدر بن عبد العزيز أبانمي: "الإعلام الجديد؛ دراسة نوعية تحليلية لمفهومه، وأشكاله وواقعه ومستقبله"، المجلة العربية للإعلام والاتصال (دورية متخصصة محكمة، تصدر عن الجمعية السعودية للإعلام والاتصال)، العدد 6، نوفمبر 2010.
2. تقرير المعرفة العربي للعام 2010/2011، إعداد الأجيال الناشئة لمجتمع المعرفة، صدر عن مؤسسة محمد بن راشد، بالتعاون مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي.
3. حسن مظفر الرزو: الفضاء المعلوماتي.
4. حسنين شفيق: الإعلام الجديد (القاهرة: دار فكر وفن، ط(1)، 2010).
5. دراسة: "ثقافة الشباب العربي"، أجريت على عينة عشوائية من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 35 عاما، لرصدت تأثيرات الإنترنت على مفردات اللغة المتداولة بين الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات وغرف المحادثات.
6. دراسة: "مستخدمو الإنترنت في الإمارات مولعون بالتواصل والترفيه" 17 ديسمبر 2012، أجريت من قبل منظمة O+K Research لصالح كاسبرسكي لاب. وقد شارك في الدراسة أكثر من 11 ألف مستخدم ممن تزيد أعمارهم عن 16 عاما، يقيمون في الأمريكيتين، أوروبا، الشرق الأوسط، آسيا وأفريقيا، بحسب الشركة.
7. رحيمة عيساني: الوسائط الاتصالية الحديثة وأثرها على الإعلام المرئي والمسموع (الرياض: جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، ط(1)، 2010).
8. رضا النجار، جمال الدين ناجي: تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛ الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الإعلام العربي (تونس: المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، 2005).
9. سميرة شيخاني: "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول + الثاني، 2010.
10. السيد بخيت: الصحافة والانترنت (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ط(1)، 2000).
11. شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية؛ دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط(2)، 2007).
12. عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد؛ دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة (عمان: دار الشروق، 2008).
13. مالك الأحمد: "السعودية ومصر والإمارات أكثر الدول العربية متابعة للانترنت"، جريدة الرياض، عدد 14314، الأحد 20 شعبان 1428هـ / 2 ديسمبر 2007.
14. مصطفى كاظم، BBC، لندن: المحتوى العربي على الانترنت؛ إشكالية الكم والنوع، 12 ديسمبر 2012.

1. A. Brody Douglas: New media. New Perspective in communication (New York, : longman, 2008)
2. Richard Davis, Diana Owen: New Media and America Politics (New York: Oxford University Press, 1998),
3. <http://www.computeruser.com/dictionary>
4. <http://www.internetworldstats.com>
5. <http://www.sheridanc.on.ca>
6. <http://www.wikipedia.com>.