



The Arabic Language in Digital Media Between Modern Standard Arabic and Colloquial Arabic

Alaa Mohsin Khalaf saeedi

Martyr Kazem Habib Al-Safi School

gameabood844@gmail.com

Received May.19, 2026

Revised Jun 18, 2026

Accepted Jun 26, 2026

Online October 1, 2026

ABSTRACT

This research examines the current status of the Arabic language in contemporary digital media and explores the relationship between Modern Standard Arabic (MSA) and colloquial dialects within today's fast-changing communication environment. Digital platforms have become highly influential in shaping linguistic preferences and communication patterns across Arab societies, raising concerns about the future of MSA amid the increasing use of local dialects.

The study adopts a descriptive-analytical approach through the analysis of written, visual, and audio digital media discourse and investigates the impact of linguistic changes on Arab cultural identity.

The results show that using everyday language in media has led to a decrease in the use of formal language, known as Modern Standard Arabic (MSA), and has also affected how well people use language in media. However, the study also found that MSA can still be used effectively in digital media if there are good language and media policies in place to support it. This means that with the right support, MSA can adapt to new technology and continue to be an important part of media content.

The research recommends strengthening the role of educational and media institutions and employing modern technologies and artificial intelligence to support Arabic in the digital age..

Keywords: Arabic Language, Digital Media, Standard Arabic, Colloquial Arabic, Diglossia.

اللغة العربية في وسائل الاعلام الرقمية بين الفصحى والعامية.م. آلاء محسن خلف عوده السعيدى

مديرية تربية واسط - مدرسة الشهيد كاظم حبيب الصافي

gameabood844@gmail.com

07734411273

المخلص

يهدف هذا البحث إلى دراسة واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام الرقمية، وبيان العلاقة بين الفصحى والعامية في الفضاء الاتصالي الحديث. فقد أصبحت المنصات الرقمية مؤثرة في تشكيل الذوق اللغوي وأنماط التواصل داخل المجتمعات العربية، مما أثار تساؤلات حول مستقبل الفصحى في ظل انتشار اللهجات المحلية.

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي عن طريق دراسة نماذج من الخطاب الإعلامي الرقمي وتحليل مظاهر التحول اللغوي وأثرها في الهوية الثقافية العربية.

وأظهرت النتائج أن التوسع في استخدام العامية أسهم في تراجع حضور الفصحى وضعف الأداء اللغوي لدى بعض الإعلاميين، الأمر الذي انعكس سلباً على وحدة اللغة العربية. وفي المقابل، أكدت الدراسة أن الفصحى تمتلك القدرة على التكيف مع التطور الرقمي إذا دعمتها سياسات إعلامية ولغوية مدروسة.

يوصي البحث بتقوية دور المؤسسات التعليمية والإعلامية في تثبيت الفصحى حيثما أمكن. كما يدعو إلى استعمال التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي لخدمة اللغة العربية وتحسين وجودها الرقمي..

الكلمات المفتاحية: اللغة العربية، الإعلام الرقمي، الفصحى، العامية

المقدمة :



يشهد العالم اليوم تطوراً واضحاً في تكنولوجيا الإعلام والاتصال. إذ ازداد اهتمام الناس بدور وسائل الإعلام ووظائف الإعلام، ونحن نضع أسساً وقواعد، حيثما أمكن، لتنظيم عمل الإعلام. كذلك زادت العناية باللغة التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في مستويات الإعلام جميعها فاللغة كائن حي يتبع قوانين التطور ويتفاعل مع لغات أخرى؛ تتأثر اللغة وتؤثر في الآخرين نتيجة للتفاعل الحضاري بين المجتمعات وتبادلهم الثقافي والاقتصادي والسياسي والاجتماعي.

ولا أرى أن الاستعمار بأشكاله المختلفة سعى إلى إخفاء اللغات الوطنية في البلدان التي احتلها، وحل لغته محلها، لأن الاستعمار أدرك أن اللغة تملك قوة كبيرة في تشكيل أفكار الناس ومشاعرهم وسلوكهم وآرائهم. ومع التطور الكبير في وسائل الاتصال الحديثة، زاد تأثير اللغة المنطوقة والمكتوبة بصورة غير مسبقة، خاصة مع انتشار الصحف والإذاعة المسموعة والمرئية والسينما وغيرها من الوسائل التي تهدف إلى إيصال الرسائل إلى أوسع.

مع تطور وسائل الإعلام، وخاصة الإعلام المرئي، ومع انتشار شبكات الاتصال وتقنيات الفضاء، أصبحت الحاجة إلى الحفاظ على اللغة العربية أكثر ضرورة من أي وقت مضى، خاصة في المجتمعات الإسلامية. اللغة العربية تحتاج إلى حماية. وأرى أن هذه الحاجة تتضح عندما نتحدث عن اللغة العربية المستخدمة في وسائل الإعلام، خصوصاً في حوار الثقافات والحضارات. تتزايد التحديات مع انتشار اللهجات العامية؛ لأن اللهجات العامية تدخل أخطاء لغوية تُضعف سلامة اللغة العربية وتقلل من فاعليتها.

ومما بدا لي أن اللغة اليوم الآن، مع الإعلام الحديث، أصبحت أقوى وأشد تأثيراً من قبل. اللغة تؤثر بعمق في وعي الناس، على سلوكهم، وعلى أفكارهم ومواقفهم الاجتماعية. لذلك يبرز سؤالان مهمان: ما هي طبيعة اللغة التي تستخدمها وسائل الإعلام المرئية؟ وما هو تأثير اللغة في المتلقي؟

مشكلة البحث :

أمكن مشكلة البحث في الاختلاف الواضح بين استعمال اللغة العربية الفصحى واللهجات العامية في الإعلام الرقمي. وتميل معظم المنصات إلى العامية حيثما أمكن؛ لأنها تسهل التأثير السريع وتجذب الجمهور. في المقابل، تُصور الفصحى على أنها لغة رسمية وجادة، لكن استخدام الفصحى في الكلام اليومي قليل. لذلك يظل النقاش مستمراً بخصوص حضور الفصحى لغة رسمية جامعة، وانتشار العامية لغة قريبة من الجمهور وسريعة التداول في الإعلام الرقمي. هذا التباين يثير سؤالاً عن مستقبل الفصحى. حيثما تهيمن العامية على المنصات الإلكترونية، تظهر تأثيرات لغوية وثقافية على الهوية العربية. تأثيرات لغوية وثقافية قد تؤثر في مستقبل الفصحى.

وهذا التباين يثير تساؤلاً مفاده : إلى أي مدى غيرت وسائل الإعلام الرقمية التوازن بين استخدام اللغة العربية الفصحى واللغة العربية العامية. وما هي الانعكاسات التي تتركها وسائل الإعلام الرقمية على الهوية اللغوية والثقافية العربية؟

أولاً: أهمية البحث

تكمُن أهمية البحث في النقاط الآتية :

نستعرض العلاقة بين الفصحى والعامية في الإعلام الرقمي، حيثما أمكن. ونلاحظ أن العلاقة تؤثر في هوية المستخدم العربي وثقافته.

أولاً: تحليل أنماط حلل أنماط الاستخدام اللغوي على المنصات الرقمية، حيثما أمكن والبحث عن العوامل الاجتماعية والعوامل التقنية التي تساعد على انتشار العامية.

ثانياً: الوقوف على التحديات التي تواجه اللغة العربية الفصحى على الإنترنت. ثم البحث عن طرق لتعزيز حضور اللغة العربية الفصحى.

ثالثاً: العمل على إغناء الدراسات اللغوية والإعلامية المعاصرة. والتركيز على ربط اللغة بالاتصال الرقمي. فضلاً عن رفد البحث بأفكار جديدة لدعم الباحثين في هذا المجال جديدة وأدعم الباحثين في هذا المجال.

رابعا : دعم المؤسسات الثقافية والتعليمية التي تعمل على تطوير ودعم المؤسسات الثقافية والتعليمية، حيثما أمكن. المؤسسات الثقافية والتعليمية تعمل على تطوير محتوى رقمي عربي يحافظ على فصاحة اللغة مع مراعاة التطور التقني.

ثانياً: فرضية البحث

يبدأ هذا البحث بالفرضية الأساسية التالية:

تطور وسائل الإعلام الرقمية غير طريقة استعمال اللغة العربية. في بعض المجالات، تراجعت الفصحى لصالح العامية حيثما أمكن؛ لأن العامية أسهل وأسرع وتوصل الرسالة للجماهير بسرعة. لكن تراجع الفصحى لا يعني اختفاء الفصحى. فالفصحى اليوم تغير دورها داخل البيئة الرقمية وتصبح أكثر وظيفية.

من الفرضية تنفرع مجموعة من الفروض الفرعية:

1. أرى أن جمهور المنصات الرقمية يفضل العامية؛ لأنها تجعل التواصل أقرب وأكثر عفوية.
2. استخدام الفصحى لا يزال شائعاً. وازدحام في الأخبار والثقافة والتعليم الرقمي.
3. المزج بين الفصحى والعامية في النصوص الإعلامية الرقمية حيثما أمكن، لايجاد توازن بين الجاذبية والمصداقية.
4. الذكاء الاصطناعي والإعلام التفاعلي يغيران الخطاب العربي. إذ يزداد هذا التأثير كل يوم.

ثالثاً: منهجية البحث

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي. الذي يهدف إلى دراسة الظاهرة اللغوية كما تظهر في الإعلام الرقمي. وتوضيح أنماط استخدام الفصحى والعامية، حيثما أمكن، فضلاً عن بيان أسبابها تلك الانماط نحلل ودلالاتها، ثم نستكشف آثارها الاجتماعية والثقافية.

من البحث نستخدم أدوات المنهج المقارن لمقارنة الاستخدام اللغوي على منصات مختلفة (مثل تويتر، فيسبوك، يوتيوب، والمنصات الإخبارية الإلكترونية). والبحث يوضح الفروقات في الكلام بين المنصات.

رابعا : حدود البحث

1. الحدود: الدراسة تركز على تحليل الفصحى والعامية في الإعلام الرقمي فقط. لا تشمل الدراسة اللهجات الأجنبية ولا اللغات الأخرى حيثما أمكن.
2. الحدود المكانية: تركز الدراسة على المنصات الرقمية التي تتحدث بالعربية، حيثما أمكن، في العالم العربي.
3. الحدود الزمنية: أرى أن المدة تمتد من عام 2020 إلى عام 2025. وفي هذه المدة شهد الإعلام الرقمي توسعاً.

خامساً: أهداف البحث

أحتاج إلى توضيح طبيعة العلاقة بين الفصحى والعامية في الإعلام الرقمي.

ان العمل على تحديد مجالات حضور الفصحى، وتحديد مجالات حضور العامية على المنصات المختلفة. والبحث عن الأماكن التي تظهر فيها الفصحى وأبحاث عن الأماكن التي تظهر فيها العامية. حيثما أمكن، وأقارن بين المنصات لأرى الفروق.

العمل على اقتراح آليات تحافظ على الفصحى في الفضاء الرقمي. حيثما أمكن، مع تطوير الآليات لتواكب العصر.

توضيح رؤية لغوية وإعلامية واضحة. الرؤية اللغوية والإعلامية تساعد على تعزيز المحتوى العربي الرقمي. والعمل على رفع جودة المحتوى العربي الرقمي حيثما أمكن. فالهدف من ذلك هو جعل المحتوى العربي الرقمي أكثر رقياً.

يهدف البحث إلى:

1. استكشاف حضور الفصحى والعامية حيثما تظهر في وسائل الإعلام الرقمية.
2. استعراض العوامل التي تؤثر في اختيار اللغة (فصحى أو عامية).
3. بيان الآثار الثقافية والاجتماعية التي تنتج عن هذا التباين.

4. وضع توصيات علمية، حيثما أمكن، تساعد على تعزيز مكانة الفصحى في الفضاء الإعلامي الرقمي. لا تُقَصِّر العامية.

الفصل الثاني : الاطار النظري

المبحث الاول : مفهوم اللغة الاعلام المرئي

يرى عبد القادر زراقي أن اللغة هي منظومة من المفردات والإشارات والرموز والصور التي تمكّن الكائنات من التواصل والتعبير. ورغم أن اللغة المكتوبة في معظم المجتمعات البشرية تستمد مادتها من القواميس وتتبع من البيئة الاجتماعية، إلا أن هناك تمييزاً واضحاً بين لغة الإعلام ولغة الأدب أو الفكر أو العلم فاللغة بطبيعتها تشكيل مركّب يجمع بين المفردات والدلالات والإيحاءات والصور، لتنتج خطاباً يحمل معاني محددة ويؤثر في وجدان المتلقي وفكره، والغاية الأساس منها هي التواصل والتعبير عن الذات.

غير أن لكل مجال لغته الخاصة التي تميّزه، ويظهر هذا التباين في الأسلوب المستخدم لإيصال المعنى. فالأسلوب هو الطريقة التي يُنتقى بها اللفظ وتوظّف دلالاته في السياق المناسب، مع مراعاة الأداء في عرض الأفكار وخلفياتها. ومن هنا يختلف أسلوب العالم عن أسلوب الأديب، كما ينفرد الأسلوب الإعلامي بخصائصه المميزة. فالأسلوب، في جوهره، هو الوسيلة التي ينقل بها المرسل ثقافته إلى المتلقي. (العلي ، 2004 , ص 17)

أما العلاقة بين الثقافة والإعلام فهي قديمة قدم الثقافة ذاتها، بل ربما كان الإعلام أسبق وجوداً منها؛ لأن حاجة الإنسان إلى الإعلام كانت أكثر ارتباطاً بضرورات الحياة والبقاء. ومع التطور التكنولوجي، تلاشت الفروق الواضحة بين اللغة الإعلامية وغير الإعلامية بالنسبة للعاملين في المجال، وأصبحت الصعوبة تكمن في التمييز بين لغة كل وسيلة إعلامية على حدة. فقد اندمجت الوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية في بوتقة واحدة ضمن ثورة الإعلام الرقمي، حتى لم يعد هناك فاصل واضح بين الصحافة والراديو والتلفزيون والإنترنت، إذ تحولت جميعها إلى منظومة إعلامية متكاملة ويشير زراقي إلى أن اللغة تنقسم إلى ثلاثة مستويات:

1. اللغة الإعلامية أو "العملية"، وهي لغة تعتمد على مفردات ذات معنى واحد محدد، لا يتجاوز المعنى القاموسي المتداول.
2. اللغة الأدبية، وهي التي تنبع من ذات الأديب، تعبّر عن مشاعره وأحاسيسه، وتتحمّل المفردة فيها أكثر من معنى، مما يمنحها بعداً فنياً وغموضاً دلاليّاً.

و تختلف وسائل الإعلام الجماهيرية باختلاف جمهورها؛ فالإعلام المطبوع يخضع لذوق القارئ الذي يتحكم في تلقي المادة الصحفية، بينما يفتقد المستمع أو المشاهد في الإعلام السمعي البصري القدرة نفسها على التحكم بسبب الطبيعة التقنية للوسيلة. ومع ذلك، تبقى جميع الوسائل امتداداً لحواس الإنسان، ويأتي الإنترنت في مقدمتها؛ لأنه يجمع بين مختلف الوسائط من كتابة وصوت وصورة واتصال رقمي، ولهذا تختلف لغته الإعلامية عن غيرها.

إن اللغة الإعلامية يجب أن تتصف بالوضوح والجاذبية لتسهيل الفهم والاستيعاب من قبل الجمهور، مع الحفاظ على بساطة الأسلوب وسهولة القراءة أو الاستماع. كما أن اللغة العربية تعدّ بدورها لغة إعلامية قادرة على التعبير بفعالية في المجال الإعلامي الحديث، إذ تتميز بمروريتها وقدرتها على تبسيط المادة لتصل إلى مختلف فئات المجتمع، مع حفاظها على قيمه وتقاليده. فالألفاظ العربية تعكس طريقة تفكير العرب ونظرتهم إلى الأشياء؛ لأن اختيار الاسم أو الصفة في العربية يكشف عن اتجاهاتهم الذهنية وتصنيفهم للعالم من حولهم. (العزيز ، 1991 , ص 93)

المبحث الثاني : سمات اللغة الإعلامية

إن دراسة الألفاظ المستخدمة في اللغة الإعلامية، سواء أكانت منطوقة في الإذاعة أو مرئية في التلفاز، تُعد جزءاً متمماً لفهم طبيعة هذه اللغة ووظائفها. فاللغة الإعلامية تهدف إلى تحقيق النجاح في إيصال الرسالة والتأثير في الجمهور، كما تسعى إلى تبسيط الخطاب ونمذجته بما يتناسب مع طبيعة وسائل الإعلام، وهي بذلك تختلف عن لغة الأدب أو الفكر. وتمتاز اللغة الإعلامية بعدد من السمات التي تميزها عن غيرها، من أبرزها ما يلي:

1- القصر في الجمل والعبارات

ينبغي للمذيع أو المحرر أن يتجنب استخدام الجمل الطويلة أو المتشابهة، وكذلك الابتعاد عن الجمل الاعتراضية الكثيرة؛ لأن طبيعة الاستماع لا تتيح للمستمع أو المشاهد إعادة ما يُقال كما يفعل القارئ مع النص المكتوب. فاختصار الجمل يسهل التقاط المعنى بسرعة ويضمن وصول الفكرة من دون جهد ذهني كبير من المتلقي (سليم ، 2010 ، ص 35)

2- الإيجاز

الإيجاز من أبرز سمات اللغة الإعلامية، أنها تعدّ مصدراً للوضوح والدقة. وقد أشار الفيلسوف الفرنسي باسكال إلى هذه الحقيقة حين قال إنه كتب رسالة طويلة؛ لأنه لم يكن يملك الوقت الكافي ليكتبها قصيرة، في إشارة إلى أن الإيجاز يحتاج إلى جهد وتنظيم.

لذلك، يجب على المحرر أن يحدد المحور الأساسي للخبر بدقة قبل صياغته، فيرتب الأفكار عن هذا المحور ويستبعد التفاصيل غير الضرورية. ويُعد الإيجاز أكثر أهمية في الأخبار التلفزيونية بسبب ضيق الوقت، وغالباً ما تكون أفضل الكتابات نتيجة لعمليات مراجعة متكررة تختصر النص وتزيد وضوحه (مي ، 2006 ، ص 32)

3- تجنب الحشو اللفظي

يُعد الحشو اللفظي من أبرز عناصر التشويش في الرسالة الإعلامية، إذ يضعف وضوحها ويقلل من فاعليتها. فالتحرير الجيد يعتمد على البساطة والدقة، خاصة في التلفاز إذ تكون الصورة أداة قوية لنقل الحقيقة. ولهذا يجب الابتعاد عن الجمل الاعتراضية والإفراط في استخدام الأسماء الموصولة التي قد تُحدث لبساً في المعنى، مع الحرص على تكرار الأسماء المهمة لتوضيح المقصود. كما يُستحسن تجنب استخدام كلمتين متشابهتين في النطق مختلفتين في المعنى داخل الجملة الواحدة لتفادي الخطأ السمعي (عبدالفتاح ، 2006 ، ص 83)

4- الدلالة

تُعد السمة الدلالية من أهم مميزات اللغة الإعلامية، إذ ترتبط ارتباطاً وثيقاً بسمة الإيجاز والتنظيم. فإدراك المحرر للعلاقات الدلالية بين الألفاظ يساعده على صياغة مادة إعلامية واضحة ومفهومة. ومع تزايد تشابك الأحداث وتعقد القضايا، يصبح إدراك المعنى الحقيقي للحدث أمراً حاسماً، والمحرر الجيد هو من يمتلك رؤية دقيقة في توظيف المفاهيم والدلالات بما يخدم وضوح الرسالة (محمد ، 2009 ، ص 32)

5- الألفة

تتحقق الألفة في اللغة الإعلامية من استخدام الألفاظ المألوفة للجمهور والعبارات السهلة الواضحة، مع الابتعاد عن الكلمات الغامضة أو المتكلفة. فأسلوب الإعلام يجب أن يكون قريباً من لغة الحديث اليومي؛ لأن التحوار البسيط يخلق شعوراً بالأنس والثقة لدى المستمع والمشاهد، مما يسهل تقبل الرسالة الإعلامية (نهاد ، 2003 ، ص 20)

6- التطابق بين الكلمة والصورة

يميل المشاهد إلى تصديق الصورة أكثر من الكلمة، ولهذا يجب أن يكون هناك انسجام وتكامل بين النص المسموع والمشاهد المرئي. ويؤكد الصحفي البريطاني هنري أن كثيراً من التقارير التلفزيونية تكتفي بوصف الصورة فقط، بينما المطلوب أن تسهم

الكلمات في تفسير الصورة وإبراز معناها الحقيقي، لا أن تكررهما. ومن هنا، ينبغي أن يُراعى في تحرير المادة التلفزيونية نقل المعنى بوضوح من تناغم بين الكلمة والصورة (نهاد , 2003 , ص 20)

7- التكرار

التكرار سمة لغوية أساسية في الإعلام؛ إذ يساعد على تثبيت المعاني في أذهان الجمهور، خاصة أن المستمع لا يستطيع إعادة ما سمع كما يفعل قارئ الصحيفة. غير أن التكرار ينبغي أن يكون هادفاً ومدرّساً، بعيداً عن الصيغ المستهلكة أو التكرار غير المفيد. وفي الإذاعة والتلفاز، يجب أن يُراعى وضوح النطق وسلامة الأداء الصوتي، وأن تُكتب النصوص بعلامات ترقيم واضحة لتوجيه المذيع أثناء القراءة، مع تجنب كتابة الأسماء الأجنبية بالحروف اللاتينية لتسهيل نطقها الصحيح (الفيصّل , 1992 , ص 11)

8- الوضوح والدقة في التحرير

اللغة الإعلامية تسعى إلى تحقيق الوضوح الكامل في إيصال الأفكار، لذلك يُفضّل استخدام الفعل المضارع لإضفاء الحيوية على الحدث، مع تفصيل الفعل المعلوم على المبني للمجهول إلا عند الضرورة. كما ينبغي الابتعاد عن الجمل الطويلة أو الصيغ اللغوية المعقدة والمبالغات الأسلوبية.

فاللغة الإعلامية الناجحة تعتمد على البنية البسيطة المباشرة التي تضمن إيصال الرسالة بفعالية وسلاسة، وتستند إلى الصياغة الواضحة التي تركز على المعنى لا على الزخرف اللفظي (بديع , 1982 , ص 20)

المبحث الثالث : مخاطر الدعوة إلى العامية

لقد أعاد الإعلاميون العرب طرح قضية العامية بل تبنى الإعلاميون في التلفاز خاصة الترويج للهجات العامية ويمكن أن نلاحظ بالمقارنة لنسبة ما بيتت بالعامية إلى نسبة ما بيتت بالفصحى في التلفاز و عندها سنكتشف الحقائق المروعة ولا سيما عندما تجهر بعض القنوات العربية بلهجاتها المحلية وتحرص عليها لا كلهجة، وإنما كلفة داخل اللغة كنوع من التمييز المزعوم وإذا بنا نتسامع ببناء اللغة اللبنانية بدلا من اللهجة اللبنانية واللغة الخليجية بدل؛ اللهجة الخليجية واللغة المغربية بدل اللهجة المغربية وهكذا ربما لا يجد غرابة عندما تلاحظ أن أصواتا إعلامية وثقافية تبنت الترويج للعامية منذ مطلع هذا القرن تنمة لما كان قد روح له الاستعمار في وقت باكر من القرن الماضي و في النصف الأول من هذا القرن، وكان الهدف واضحا. وكان العدو محمدا وأهدافه لا تخفى على أحمد و ما زالت نداءات إحلال العامية محل الفصحى ترد في أسماعنا منذ الرغبة الاستعمارية التي تبناها كل من وليام و لكسوس ثم ويلمور ثم صامويل موريه وفشلت كل النداءات الاستعمارية أمام غير الأمة على أحد عناصر مقوماتها الشخصية وهي اللغة العربية الفصحى (كرم , 2001 , ص 70)

لكن تبني بعض وسائل الإعلام العربية للعامية عن قصد أو غير قصد أمر له خطورته المركبة أولا لسرعة انتشار وتأثير وسائل الإعلام وآخر ؛ لأن هدم الفصحى بالعامية قد جاء معاونا و من داخلنا ومن هذه المرة وكأننا حفرنا لأنفسنا الخنادق المضادة للتجاوز و التحقق رغبة استعمارية فشلت الاستعمار في الفوز بها سابقا. ومن الخطأ تصور الفصحى والعامية كثنائية ضدية؛ لأن اللهجة حقيقة علمية ولغوية تنفرع من الفصحى ولذلك نحن أحوج إليهما معا ولكن لكل منهما مجاله إن وسائل الإعلام في حاجة ماسة إلى الفصحى وذلك لأن إمكانات الفصحى أضعاف إمكانات العامية، مما يساعد الإعلامي على دقة التعبير في أي وسيلة فضلا عن مركز الصدارة وحجم الانتشار الواسع لوسائل الإعلام ودورها الواقعي في قيادة المجتمع قيادة فكرية، ودورها في حفظ الحضارة والتراث والتعبير عما علك ودورها في حفظ الهوية في عالم يموج بقنوات فضائية فكرية متباينة تصل إلى حد التطرف قياسا بعدادتنا وتقاليدنا". (اولمان , 1962 , ص 38)

ومن هنا وجب على من يقود المجتمع أن يرتفع بلغة المجتمع ارتقاعا يتوازي مع الأهمية القصوى للغتنا الفصحى ، و هي أهمية يجب أن تستعيد لها من تبني وسائل الإعلام لها بشكل علمي وتطبيقي وقنوات التلفاز لم تعد مكتفية بإفشاء العامية بل إنها بدأت تسيء

حتى إلى العامية نفسها، وذلك بالسماح لأعمال الدرامية والإعلانات التجارية بترديد الفاظ متدنية وذكرها يثير في النفس قدرا كبيرا من الابتذال والاستهتار واللامبالاة

ومن ناحية أخرى أصبحت أفلام الإذاعة المرتبة التي تقدم التاريخ و السير وسيلة للإساءة إلى الفصحى على الرغم من التزامها بالفصحى ولكنها تقدم الحوار بمفردات بعيدة عن الأزمان العصر التعبيرية فضلا عن التهمج والغضب في أكثر الحوارات والافتعال في مستوى الأداء الصوتي وطريقة أدائه من الممثلين، وهي أمور في جملتها تقدم الفصحى في شكل افتعال لا انفعال ما يقطع وشائج الصلة بينها وبين المشاهدين والمستمعين

ان اللغة التي يستعملها الإعلاميون إما أن تكون جسرا للتواصل و توحيدا للمفاهيم بين الأفراد والجماعات والمجتمعات و بين الأجيال والمدارس الفكرية وأن تكون أيضا جسرا لنقل التكنولوجيا، وتوظيفها في التربية المحلية والنقل المنتجات أيضا. فعلى ما يبدو هناك توافق ضمني على أن من يقوم بتسويق لغته بفعالية أكبر لن يواجه صعوبة في تسويق منتجاته وإما أن تكون هي ذاتها عائقا أمام اللحاق بركب المعرفة الإنسانية وحاجزا يفصل بين الأفراد والجماعات فالحواجز الاجتماعية، كما تقول "جوردا منصور تعبر عن نفسها أكثر ما تعبر عن التباين اللغوي

إن اللغة الإعلامية قد تكون حصنا تلوذ به الشعوب لانتشالها من أزماتها، وقلة حصينة للذود عن الهوية والوحدة القومية وإما أن تكون سببا للعقول والأفكار والألفاظ إذا ما أنكرنا على اللغة حقها في التطور والاحتكاك، والتهجين، وهو ما يؤدي إلى ترهل الفكر و قصور أدوات التعبير واختناق المعاني بتطبيق الخناق على المجازر والحد من حرية الكلمات في إثراء دلالاتها وإشعاع إلجاء (بدوي , 1988 , ص 70)

وقد تكون اللغة الإعلامية أداة بناء أو معول هدم فاللغة إما أن تكون أداة لبناء المعانين وبناء الواقع ومن ثم حقيقة الأشياء كما يرى بعضهم من وضع الكلمات، وتجديد النظرة إلى التراث وشحن الوعي، وتنقيف العامة علميا وتكنولوجيا. وإما أن تكون معول هدم بشود المعاني، ويقوض أسس بناء المفاهيم من العبث بالدلالات والمبيع المصطلحات و غير الأفكار في أكفان العامية، وهكذا يجري غريب الوعي. فالوعي الفردي أو الجماعي شديد الصلة بالقدرة اللغوية، ويحدث الفصام الاجتماعي وفقا ليحيى الرخاوي كما يحدث الفصام الفردي عند اضطراب القدرة على إدراك المعاني (شرف , 2000 , ص 93)

المبحث الرابع : مستقبل اللغة العربية في وسائل الإعلام المرئية

من الصعب الجزم بمستقبل اللغة العربية في وسائل الإعلام المرئية، إذ يتطلب ذلك إعداد دراسات علمية دقيقة تُعنى بتحليل الصبغ الإعلامية المناسبة التي ينبغي على مؤسساتنا الإعلامية تبنيها، بما يسهم في تطوير حضور اللغة العربية في هذه الوسائل. ولا يكفي أن نصف وسائل إعلامنا بأنها "عربية" لمجرد انتمائها الجغرافي، بل لا بد أن يثبت هذا الوصف من اللغة المستخدمة وأسلوب الخطاب الإعلامي وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن البرامج الموجهة للأطفال في القنوات التلفزيونية والإذاعية العربية يغلب عليها استخدام اللهجات العامية، تليها لهجة هجينة تجمع بين الفصحى والعامية، مما يدل على أن هذه البرامج لا تقوم بدورها التربوي المطلوب في الارتقاء بالمستوى اللغوي للأطفال. كما أظهرت دراسة أخرى أجريت على عينة من الشباب الجامعي أن 45% من المشاركين يرون أن القنوات الفضائية أسهمت في إفساد الذوق اللغوي العربي بسبب الإفراط في استخدام العامية الركيكة وتكرار الأخطاء اللغوية، فضلا عن ضعف المستوى اللغوي والثقافي لمقدمي البرامج وسوء توظيف أسماء البرامج. (الحمداني , 2019 : ص 355-390)

ولكي نرسم مستقبلاً مشرقاً للغة العربية في الإعلام المرئي، لا بد من التعامل مع العامية بجدية، من تنظيم استخدامها وضبطها لغوياً في القنوات المحلية. فاللهجات العامية جزء لا يتجزأ من شخصية الأمم، تحمل بعض الإيجابيات لكنها أيضاً تنطوي على مخاطر، إذ لا يمكن اعتبارها رافداً حقيقياً للفصحى؛ لأنها قد تُضعف بنيتها وتشوّه صورتها الأصلية.

ومن الناحية الاتصالية، تؤدي العامية دوراً محدوداً في إطار جغرافي ضيق، بينما يصعب فهمها خارج حدود موطنها، في حين أن الفصحى تمتلك قابلية الفهم على نطاق واسع بفضل المعاجم والمراجع التي تُيسّر فهمها. لذا يجب أن يتولى أمر تهذيب العامية وتطويرها خبراء يجمعون بين معرفة اللهجة وإتقان اللغة الفصحى.

وإذا كانت العامية تستمد مفرداتها من مصادر متنوعة، وكانت وسائل الإعلام السمعية والبصرية هي المصدر الرئيس لتداول المفردات، فإن من الأفضل استثمار هذه الوسائل في إغناء اللغة، وتزويد الجمهور برصيد لغوي صحيح يساهم في تصحيح النطق وتعزيز الصلة بين العامية والفصحى.

ويجدر التذكير بأن استخدام اللغة العربية في الإعلام لا يقتصر على النحو والأسلوب فحسب، بل يشمل ثراءها الأدبي والثقافي من شعر ونثر وأمثال وبلاغة، وهي عناصر يمكن أن يستفيد منها مقدمو البرامج في صياغة محتوَاهم الإعلامي، ولا سيما في التقارير الإخبارية والبرامج ذات الطابع الدرامي أو الثقافي. إن الاقتباس من القرآن الكريم، والحديث النبوي، والشعر العربي يمكن أن يثري النص الإعلامي ويمنحه عمقاً لغوياً وجمالياً.

ومن هذا المنطلق، يمكن القول إن اللغة العربية تمتلك من المرونة والثراء ما يجعلها مناسبة لمختلف أنواع البرامج، دون الحاجة إلى العامية، ولا سيما في البرامج الثقافية والفنية. ويمكن للإعلامي من طريق اللغة الفصحى أن يعكس مهارات متعددة، من أهمها:

(الحمداني، 2019، ص 25)

1. مهارات الاستماع والإنصات الفعال.

2. مهارات الحديث والتعبير الشفهي.

3. المهارات الأدبية التي تشمل:

الأنشيد.

المحفوظات الشعرية والنثرية.

القصة الأدبية.

تاريخ الأدب العربي.

التراجم الأدبية.

النقد والبلاغة.

وهذه المهارات لا تمثل رصيذاً معرفياً فحسب، بل هي أيضاً رصيدياً قيمي وأخلاقي، إذ تساهم في ترسيخ منظومة القيم العربية والإسلامية التي يمكن توظيفها في محتوى البرامج التلفزيونية، لتؤدي اللغة العربية دورها التربوي والإرشادي على أكمل وجه.

ولبناء مستقبل واعد للغة العربية في الإعلام المرئي، ينبغي أن يكون هذا الهدف همّاً إسلامياً قبل أن يكون عربياً، يمكن الاهتمام به بإجراء دراسات مستفيضة تخص سبل توظيف اللغة في مختلف جوانبها، وتكييف البرامج التلفزيونية بما يتناسب مع طبيعة مضمونها ولغتها، إلى جانب توفير تدريب عملي مستمر للإعلاميين على استخدام الفصحى السليمة.

إن الالتزام باللغة العربية في الإعلام ليس خياراً لغوياً، بل هو خيار حضاري وثقافي يضمن للمجتمعات العربية مكانتها في ميدان الاتصال الدولي، ويحافظ على هويتها اللغوية والثقافية عبر التمسك بالعربية منهجاً وسلوكاً وفكراً. (الحمداني، 2019،

ص 16)

الخاتمة :

في رأيي، العلاقة بين اللغة العربية الفصحى والعامية في وسائل الإعلام الرقمية تُعد واحدة من أهم القضايا اللغوية والثقافية اليوم. فالعلاقة بين اللغة العربية الفصحى والعامية في وسائل الإعلام الرقمية تحمل أبعاداً اجتماعية وتواصلية وهوية. المنصات

الرقمية الآن تردي دوراً كبيراً في تشكيل الذوق اللغوي للناس. المنصات الرقمية تشكل الذوق اللغوي العام وتعيد بناء طرق التواصل بين الأفراد. المنصات الرقمية تغير طرق التواصل بين الأجيال داخل المجتمعات العربية.

وأظهرت نتائج البحث أن اللهجات العامية الآن تظهر في الإعلام الرقمي ليس فقط في الكلام اليومي أو المحتوى الترفيهي، بل وصلت إلى الخطاب الثقافي والإعلامي. وهذا أدى إلى تراجع مكانة الفصحى التي كانت تُعد لغة شاملة للأمة وتعبّر عن مشاعرها وهويتها. ومع ذلك، تبقى العامية جزءاً أصيلاً من الهوية اللغوية وتعبّر عن التنوع الثقافي والاجتماعي في العالم العربي. لكن الخطر يكمن إذا تجاوزت حدودها الطبيعية وصارت بديلاً عن الفصحى في الفضاء الإعلامي الرقمي، حيثما أمكن تجنّب ذلك. وهنا مدخلات المستخدم:

الحل ليس إقصاء العامية ولا إنكار وجودها. الحل هو إيجاد توازن واضح بين الفصحى والعامية. الفصحى تبقى لغة للعلم والفكر والإعلام الرسمي وتستمر في ذلك. العامية تبقى وسيلة للتعبير الشعبي العفوي. لتحقيق هذا التوازن نحتاج إلى سياسات لغوية وإعلامية واضحة. هذه السياسات يجب أن تدرب الإعلاميين على الفصحى السليمة. كما يجب أن نطوّر المحتوى الرقمي العربي بأسلوب فصيح سهل يتماشى مع متطلبات العصر. لا نريد أن نؤثر في جمال اللغة أو أصالتها.

لذلك تعد اللغة العربية في الإعلام الرقمي يعتمد على وحي المؤسسات الإعلامية والثقافية بأهمية الفصحى. الفصحى تمثل رمز الهوية وتعد عنصراً أساسياً في سيادة الثقافة. على المؤسسات أن تستخدم التقنيات الحديثة، حيثما أمكن، لخدمة اللغة العربية وتعزيز حضور الفصحى في المشهد الإعلامي العالمي. الفصحى تمتلك مرونة وغنى في المفردات، وتستطيع التكيف مع التحولات الرقمية إذا وجدت الإرادة الصادقة للحفاظ على الفصحى.

حماية اللغة العربية على الإنترنت ليست قضية لغوية فحسب، بل هي قضية فكرية وثقافية تحتاج تضامناً جهود الإعلاميين والمربين والمثقفين. نحتاج إلى إنشاء محتوى رقمي عربي يدمج الأصالة مع الحداثة، ويجعل اللغة العربية وسيلة للتواصل والمعرفة والإبداع. نحافظ على هوية الأمة ونواكب متطلبات العصر الرقمي.

نتائج البحث

1. أظهرت الدراسة أن وسائل الإعلام الرقمية أصبحت لها تأثير مباشر في تشكيل الوعي اللغوي العربي. وسائل الإعلام الرقمية، حيثما أمكن، ساهمت في توسيع الفجوة بين الفصحى والعامية لأن الناس يستخدمون لهجاتهم المحلية أكثر في المحتوى الإعلامي.
2. أظهرت النتائج أن الفصحى ما زالت الأساس للهوية الثقافية العربية. لكن حضور الفصحى في الإعلام الرقمي انخفض. الآن العامية هي اللغة التي تُستخدم في الخطاب اليومي وفي المحتوى الثقافي على المنصات الرقمية.
3. أظهرت الدراسة أن العامية – رغم أهميتها في التعبير الشعبي – لا يمكن أن تكون بديلاً عن الفصحى. حيثما أمكن، يجب الاعتماد على الفصحى لأن العامية لا تعطي دقة كافية لتوضيح المفاهيم العلمية والثقافية التي يتقاسمها العرب.
4. حيثما أمكن، ظهر أن ضعف التدريب اللغوي للإعلاميين هو من أهم الأسباب التي تجعل اللغة في الإعلام الرقمي تتراجع. ضعف التدريب اللغوي يسبب انتشار الأخطاء اللغوية والأسلوبية في المحتوى المسموع والمرئي والمكتوب.
5. أظهرت النتائج أن عدم وجود قواعد لغوية واضحة في الصحف والقنوات العربية ساهم في تفرق الكلام وتعدد أنماط الكلام. حيثما أمكن، أدى تفرق الكلام وتعدد أنماط الكلام إلى تدهور صورة اللغة العربية على الإنترنت.
6. أكدت الدراسة أن الفصحى مرنة وتستطيع التكيف مع التطورات التكنولوجية والاتصالات الحديثة. أرى أن الفصحى يمكن أن تكون لغة المستقبل الرقمي، حيثما أمكن، إذا استخدمناها جيداً في الإعلام والتعليم والثقافة.

توصيات البحث

1. أعتقد أنه من الضروري وضع سياسات لغوية موحدة للإعلام. هذه السياسات تضمن أن وسائل الإعلام الرقمية تستخدم اللغة العربية الفصحى كلغة رسمية للتواصل وإنتاج المحتوى الإعلامي.

2. تطوير برامج تدريبية دورية للإعلاميين. برامج التدريب تركز على تحسين مهارات الإعلاميين اللغوية والأسلوبية، وتساعد الإعلاميين على استعمال الفصحى الحديثة بطريقة جذابة ومفهومة للجمهور حيثما أمكن.
3. نشجع المؤسسات الإعلامية لتصنع محتوى رقمي واضح وسهل. المحتوى الرقمي يتماشى مع متطلبات العصر الرقمي. كذلك يراعي المحتوى الرقمي الثقافة وطريقة التواصل مع الجمهور العربي.
4. إدماج مقررات اللغة العربية والإعلام الرقمي في برامج كليات الإعلام والاتصال. الهدف هو تعزيز العلاقة بين اللغة والتقنية لدى الإعلاميين الجدد. حيثما أمكن نضيف هذه المقررات لتقوية مهارات اللغة العربية في بيئة الإعلام الرقمي.
5. حيثما أمكن، نطلق حملات توعية في المجتمع لتسليط الضوء على أهمية اللغة العربية الفصحى. نوضح كيف تساعد اللغة العربية الفصحى في توحيد الهوية العربية. نوضح كيف تساعد اللغة العربية الفصحى في الحفاظ على التراث اللغوي والثقافي.
6. نحث على التعاون بين الجامعات ووسائل الإعلام، حيثما أمكن، للقيام بأبحاث تخص اللغة الرقمية في الإعلام. نبحث عن حلول علمية للتصدي للتحديات اللغوية التي تفرضها العولمة الرقمية.
7. أرى أن الاستفادة من التقنيات الذكية، مثل الذكاء الاصطناعي ومعالجة النصوص، تساعدنا على تطوير أدوات تدعم الفصحى. نستخدم ترجمة آلية دقيقة حيثما أمكن، ونوفر تدقيق لغوي فوري، ونحسن النطق الصوتي للعربية على المنصات الرقمية.

مقترحات البحث

1. نقوم بإجراء دراسة مقارنة لاستخدام اللغة العربية في الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، ونقيس التغير في الخطاب اللغوي المعاصر.
2. دراسة كيف تؤثر العامية في هوية الجيل الرقمي الجديد في الدول العربية.
3. نبحت عن علاقة الذكاء الاصطناعي باللغة العربية في الإعلام. حيثما أمكن، ندرس قدرة التقنيات الحديثة على خدمة الفصحى.
4. نعمل على تحليل الخطاب اللغوي في وسائل التواصل الاجتماعي العربية (تويتر، تيك توك، يوتيوب) لنرى، حيثما أمكن، مدى ظهور الفصحى والعامية فيها.
5. نحن نعد مشروعاً عربياً موحداً لتطوير "ميثاق لغوي رقمي". "ميثاق لغوي رقمي" ينظم استعمال اللغة العربية في الإعلام الإلكتروني، ويضمن جودة اللغة واتساق أسلوبها.

المصادر :

1. أبو معال، عبد الفتاح (2006 : 25). أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتنقيفهم. دار الشروق للنشر والتوزيع.
2. ازراقي عبد العالي (ط 2004: 81) الخبرة في الصحافة الإذاعة والتلفزيون والانترنت دار همة للطباعة والنشر.
3. اسمير روي الفصيل (10:1992) المشكلة اللغوية العربية دار جروس جرس لبنان
4. جان جبران كرم , مدخل الى لغة الاعلام – دار الجبل بيروت لبنان
5. حسن علي محمد (98:2009) مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية والبصرية الدار العربية للنشر والتوزيع .
6. خديجة زيار الحمداني, 2019 الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام (https://midad-aladab.org/index.php/midadaladab/article/view/964?utm_source=chatgpt.com)
7. خديجة زيار الحمداني, 2019 تحديات اللغة العربية ومشاكلها في عصر العولمة (<https://midad-aladab.org/index.php/midadaladab/libraryFiles/downloadPublic/838>)
8. ستيفن اولمان دار الكلمة في اللغة ترجمة كمال محمد بشر مكتبة الشباب القاهرة.
9. السعيد محمد بدوي مستويات اللغة المعاصرة في مصر دار المعارف مصر القاهرة
10. شرف عبد العزيز (1:1991) اللغة الإعلامية دار الجبل للنشر.
11. عبد العزيز شرف . علم الاعلام اللغوي , الشركة المصرية العالمية للنشر لونغمان .

12. عبد الله، مي (1:2006) التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير دار النهضة العربية بيروت لبنان.
13. عبد النبي، سليم (1:2010) الإعلام التلفزيوني دار أسامة للنشر والتوزيع عمان الأردن .
14. موسى، نهاد (ط 1:2003) الثنائيات في قضايا اللغة العربية من عصر النهضة إلى عصر العولمة دار الشروق للنشر والتوزيع
15. يعقوب ، إميل بديع (1982) فقه اللغة العربية وخصائصها دار العلم للملايين بيروت.
1. Abu Maal, Abdul Fattah (2006, p. 25). The Impact of Mass Media on Children's Education and Cultural Development. Dar Al-Shorouk for Publishing and Distribution.
2. Azraqi, Abdel Ali (2004, 8th ed.). Experience in Journalism, Radio, Television and the Internet. Dar Homa for Printing and Publishing.
3. Asmir, Rouhi Al-Faisal (1992, p. 10). The Arabic Linguistic Problem. Dar Jarrouss Press, Lebanon.
4. Karam, Jean Gibran (2001, 1st ed.). Introduction to the Language of Media. Dar Al-Jabal, Beirut, Lebanon.
5. Hassan Ali Mohammed (2009, p. 98). Introduction to Radio, Audio and Visual Arts. Arab House for Publishing and Distribution.
6. Al-Hamdani, Khadija Ziyar (2019). Promoting the Arabic Language in the Media, pp. 113–114.
7. Al-Hamdani, Khadija Ziyar (2019). Challenges and Problems of the Arabic Language in the Era of Globalization, p. 16.
8. Ullmann, Stephen (1962, 2nd ed.). The Word in Language, translated by Kamal Mohammed Bishr. Youth Library, Cairo.
9. Badawi, Al-Saeed Mohammed (1988, 1st ed.). Levels of Contemporary Language in Egypt. Dar Al-Maaref, Cairo, Egypt.
10. Sharaf, Abdul Aziz (1991, 1st ed.). Media Language. Dar Al-Jeel for Publishing.
11. Sharaf, Abdul Aziz (2000, 1st ed.). The Science of Media Linguistics. The Egyptian International Publishing Company Longman.
12. Abdullah, Mai (2006, 1st ed.). Television and Communication Issues in a Changing World. Dar Al-Nahda Al-Arabiya, Beirut, Lebanon.
13. Abdul Nabi, Salim (2010, 1st ed.). Television Media. Dar Osama for
14. Mousa, Nihad (2003, 1st ed.). Dualities in Arabic Language Issues from the Renaissance Era to the Age of Globalization. Dar Al-Shorouk for Publishing and Distribution.
15. Yacoub, Emil Badi (1982). Arabic Philology and Its Characteristics. Dar Al-Ilm Lil-Malayeen, Beirut