



مكانة اللغة العربية في الخطاب الإعلامي الجزائري:

بين التحديات والفرص - قراءة في السلبيات والإيجابيات

*The Status of Arabic in Algerian Media Discourse:
Challenges, Opportunities, and a Critical Assessment*

بن زروق سامية¹

s.benzerroug@univ-boumerdes.dz
([orcid. 0009-0006-7282-7578](https://orcid.org/0009-0006-7282-7578))

تاريخ النشر: 2026/03/15
Received: 27/09/2025

تاريخ الاستلام: 2025/09/27
published: 15/03/2026

الملخص:

يمثل حضور اللغة العربية في الخطاب الإعلامي الجزائري قضية محورية لارتباطها بالهوية والدين والثقافة، غير أنّ هذا الحضور يواجه تحديات عديدة ناجمة عن التداخل بين العربية الفصحى والعامية واللغات الأجنبية، مما انعكس على مكانتها في الإعلام المكتوب والمرئي والمسموع. ولهذا تنبثق إشكالية البحث من التساؤل الآتي: ما هي مكانة اللغة العربية في الخطاب الإعلامي الجزائري، وما العوامل التي عززت إيجابياتها أو وأسهمت في تكريس سلبياتها؟ وتهدف الدراسة إلى تحليل واقع العربية في الإعلام الوطني، من خلال رصد السلبيات مثل هيمنة العامية وضعف التكوين اللغوي، مقابل إبراز إيجابيات كترسيخ الفصحى في نشرات الأخبار والمضامين الثقافية. كما تسعى إلى إبراز الدور الثقافي للعربية واقتراح حلول عملية للنهوض باستعمالها. ويتوزع البحث على ثلاثة محاور هي: واقع استعمال العربية في الإعلام الجزائري، والتحديات اللغوية والعملية التي تعيق مكانتها، واقتراحات عملية لتطوير حضورها وتعزيز دورها الحضاري. كلمات مفتاحية: اللغة، الإعلام، الخطاب، التعدد.

Abstract:

Arabic represents a pillar of Algerian identity and culture, yet its role in the media is challenged by the dominance of dialects and foreign languages. The central problem lies in defining the actual status of Arabic in written, audiovisual, and digital platforms. This study examines the realities of its use, identifying weaknesses such as limited journalist training and reduced linguistic consistency. At the same time, it highlights positive practices, notably the persistence of Standard Arabic in news and cultural programs. The research underscores Arabic's unifying role in society and its cultural value. Finally, it proposes practical strategies to strengthen Arabic in Algerian media

Keywords: Language, Media, Discourse, Diversity

(1) جامعة المحمد بوقرة بومرداس (الجزائر) ..

مقدمة:

تُعَدّ اللّغة العربية ركناً أصيلاً من مقوّمات الهوية الوطنية الجزائرية؛ إذ ارتبطت عبر التاريخ بالدين والثّقافة والسّيادة، وظلّت حاملةً للذاكرة الجماعية ووعاءً للانتماء الحضاري. غير أنّ مكانتها في الخطاب الإعلامي الجزائري أصبحت محلّ نقاش واسع، نتيجة التعدد اللّغوي الذي يطبع المشهد السوسيو-ثقافي؛ حيث تتجاوز العربية الفصحى والعامية والأمازيغية مع الفرنسية والإنجليزية، ممّا جعل العلاقة بين الإعلام واللّغة العربية علاقة معقّدة تتراوح بين التّمكين والتّهميش؛ ولهذا سنحاول انطلاقاً من هذه الورقة البحثية الإجابة عن الإشكالية التّالية:

- ما مكانة اللّغة العربية في الخطاب الإعلامي الجزائري وكيف أثر التعدّد اللّغوي والتّطور التكنولوجي على حضورها الإيجابي أو السّلي داخل الإعلام المكتوب والسّمعي البصري والرقمي؟ وقد تفرّعت عن هذه الإشكالية الرّئيسة جملة من التّساؤلات الفرعية نذكرها فيما يلي:

- ما هو مفهوم الخطاب الإعلامي؟

- ماهي أشكال الخطاب الإعلامي؟

- ماذا يُقصد بلغة الخطاب الإعلامي؟

*فرضيات البحث:

1. اللّغة العربية ما تزال حاضرة بقوة في الإعلام الجزائري الرسمي، خصوصاً في نشرات الأخبار والبرامج الثّقافية.
2. التعدد اللّغوي وهيمنة العامية واللّغات الأجنبيّة قلّصت من فاعلية الفصحى في بعض المنابر الإعلامية.
3. تعزيز تكوين الصّحفيين وإرساء سياسة لغوية واضحة قد يسهمان في ترقية مكانة العربية في الإعلام.

*أهداف البحث:

- رصد واقع حضور اللّغة العربية في وسائل الإعلام الجزائرية.
- الكشف عن العوامل التي تضعف من فاعلية الفصحى في المشهد الإعلامي.
- إبراز الأبعاد الإيجابية والفرص المتاحة أمامها.
- تقديم مقترحات عملية للتّهوض باستعمال العربية في الإعلام الوطني.

منهجية البحث: اعتمدت الدّراسة المنهج الوصفي بالاستعانة بألية التحليل بغية تشخيص واقع اللّغة العربية في الإعلام الجزائري، من خلال تحليل الخطاب الإعلامي لاستقراء النّصوص الصّحفية والإذاعية من حيث الأسلوب اللّغوي والمضامين الاتّصالية، وفق مقارنة تجمع بين التحليل الكيفي والكمّي.

أدوات الدّراسة: يتمثّل مجتمع الدّراسة في وسائل الإعلام الجزائرية المكتوبة والمرئية. بحيث سنطبّق الدّراسة على العيّنة التّالية: خمس صحف جزائرية بالعربية (الشّروق، الخبر، النهار، النصر، المساء). بالإضافة إلى مجموعة من البرامج الحوارية التّلفزيونية والإذاعية (مثل ضيف التحرير، هنا الجزائر، صباح الشروق...).

*محاور البحث:

1. الإطار النّظري: اللّغة العربية والهوية الإعلامية في الجزائر.
2. واقع استعمال اللّغة العربية في الإعلام الجزائري بين الفصحى والعامية واللّغات الأجنبيّة.
3. التّحديات التي تواجه اللّغة العربية في الإعلام (لغوية، سوسولوجية، وتكنولوجية).

4. آفاق تطوير حضور اللغة العربية في الإعلام: الفرص والحلول المقترحة.

الإطار النظري والمفاهيمي للدراسة

2. 1 تحديد مفاهيم الدّراس:

1- مفهوم الخطاب:

أ- لغة: جاء في معجم لسان العرب في مادة (خ-ط-ب) ' (ابن منظور، 1989، صفحة 1196): "الخطب الشّان أو الأمر، صغر أو عظم، وقيل: هو سبب الأمر، والخطب: الأمر الذي تقطع فيه المخاطبة، والشّان والحال، ومنه قولهم: جلّ الخطب، أي عظم الأمر والشّان. والخطاب والمخاطبة مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبةً وخطاباً، وهما يتخاطبان. فهو عبارة عن كلام يدور بين شخصين، فإذا كان حواراً يأتي بلغة منظوقة؛ أما إذا كان مراسلةً فيأتي بلغة مكتوبة.

ب- اصطلاحاً: الخطاب هو (خليفة بوجادي، 2009، صفحة 68) "إنتاج لغويّ منظورٍ إليه في علاقته بظروفه المقامية، وبالوظيفة التّواصلية التي يؤدّيها في هذه الظروف" فمن وجهة نظر التّداوليين فإنّ الخطاب مرتبطٌ بالسياق الذي قيل فيه من جهة، وبالوظيفة التي يحققها في ظلّ هذا السياق من جهة أخرى. ويرى البعض أنّه '(حبّاشة، 2011، صفحة 75) "متتالية من التّمثّيات الخطابية التي يُقصدُ بها الإقناع أو إثارة العواطف، وهي تمثّيات تنتظمها قواعد دقيقة (لستّاف، 2016، صفحة 62)" فهو حدثٌ كلاميٌّ يُشترط فيه توقّر كلاً من المرسل والمرسل إليه، غرضه الإقناع والتّأثير في الغير، وهو نوعان خطابٌ منطوقٌ ومكتوبٌ يحمل في طيّاته مضامين، ومقاصد معيّنة يرمي صاحبها إلى تبليغها عبر متوالية من العبارات والعبارات، كما عرّف علماء أصول الفقه مصطلح الخطاب بأنّه: "توجيه الكلام نحو الغير بهدف الإفهام". نستخلص مما سبق بأنّ مفهوم الخطاب يختلف باختلاف التخصصات والاتّجاهات لكنّه يشترك في خاصية التواصل والاتّصال.

2- مفهوم الخطاب الإعلامي:

هو (الدّاغر، دت، صفحة 15) "نص مكتوبٌ يتضمّن معاني تشير إلى قضية تكوّن هي محور الخطاب (مضمونه) ويتمّ إنتاجه في ظروفٍ بيئية خاصّة، ويحمل تفسير خصائص العملية الاتّصالية من مرسلٍ ومستقبلٍ وتأثيرٍ ورد فعلٍ حول القضية المثارة داخل الخطاب المطروح مع توافر الأطر المرجعية والقوى الفاعلة ومسارات البرهنة، وأساليب الإقناع لتحقيق الهدف المنشود من وراء الألفاظ ومعاني الخطاب ولخلق توجه معين نحو القضية المثارة في مجال البحث"

وبعبارة أخرى هو خطاب موجّه إلى جمهورٍ معيّن يعالج قضية ما إمّا سياسية أو اجتماعية، أو ثقافية... إلخ. يهدف إلى التعبير عن إيديولوجية جماعة معيّنة، تكون اللّغة هي المنتج التّنهائي المعبر عن هذه الأفكار. (عبد المقصود، 2005).

في حين يعرفه "سعيد يقطين" بقوله هو (يقطين، 1993، صفحة 17-18): "نصّ ذو سماتٍ مركّبة من الإيحاءات المعنوية لها أبعادها، ولها مميزات تفرّقها عن غيرها من الخطب داخل اللغة الواحدة، وهو أيضاً كلامٌ موجه يتكون من مجموعة متشابهة من الجمل، وهو أيضاً الجمل يتواصل به طرفان من أجل تحقيق مقصديهما من التواصل أو وحدة متماسكة تشكل رسالة ذات بداية ونهاية.."

3- مفهوم اللّغة في الإعلام (لغة الخطاب الإعلامي) (Media linguistics):

تُعَدّ اللغة وسيلة للتواصل والتأثير والإقناع، والإعلام يعتمد عليها بشكل أساسي في نقل الأخبار والأفكار والقيم. فاللغة الإعلامية ليست مجرد أداة محايدة، بل هي خطاب يُنتج المعاني وفق سياقات سياسية واجتماعية وثقافية محددة (بنكراد، 2006). ولهذا فإن دراسة اللغة العربية في الإعلام الجزائري تقتضي النظر إليها باعتبارها خطاباً له وظائف معرفية وتوجيهية وجمالية.

وقد أطلق الباحثون على لغة الإعلام تسمياتٍ عديدة؛ فمنهم من يحدُّ تسميتها باللغة الثالثة بعد اللغتين الفصحى والعامية، ومنهم من يسميها **بفصحى العصر**؛ ذلك أنّها مرتبطة بمستجدات العصر وتطوّراته، بينما ذهب فريقٌ إلى تسميتها بـ: **اللغة العربية الجديدة** لمواكبتها للحضارة والتطوّر الاجتماعي الحاصل في عصر السرعة، وهناك من يسمّيها **النثر العمليّ**؛ لأنّها ارتبطت بظهور الصحافة، ومن خصائصها أنّها تجمع بين لغة النثر العادي ولغة النثر الأدبي.

وتتماز لغة الخطاب الإعلامي ببساطة التعبير ووضوح المعنى، ولا غرابة في ذلك ما دامت أنّها موجهة إلى عمارة الناس، وهدفها الأسمى هو إيصال المعلومة وتبليغها إلى أكبر شريحة من المجتمع؛ ولهذا فهي بعيدة كلّ البعد عن التملّق والتّمنيق اللفظي، لكنّها في ذات الوقت ينبغي أن تتمتع بالفصاحة والسّلامة اللغوية محترمةً في ذلك قواعد اللغة العربية المتعارف عليها (سيّد أحمد، 2019). ولأنّ الخطاب الإعلامي خطابٌ موجهٌ إلى المجتمع بمختلف شرائحه توجّه على لغته أن تتّصف بشروط وخصائص معيّنة يمكن أن نلخص أهمّها فيما يلي:

✓ ينبغي أن تكون لغة مفهومة واضحة بعيدة عن الغموض خالية من الالتواءات، وتعتبر هذه الصّفة من أهم الصّفات التي ينبغي توفّرها في لغة الخطاب الإعلامي؛ بغرض استقطاب أكبر عدد من الجمهور ومن مختلف المستويات.

✓ ينبغي أن تكون لغة معاصرة مواكبة لتطوّرات العصر (التحيين)؛ ذلك أنّ لكلّ جيل لغته الخاصّة به؛ مما يستوجب مخاطبة كلّ عصر بلغته حتى لا ينفّر من الخطاب.

✓ ينبغي أن تكون مناسبة تتلاءم مع طبيعة الجمهور؛ لأنّ لكلّ جمهور خطابته الخاص به، والخطاب الإعلامي يختلف باختلاف الجمهور، فهناك الجمهور المثقّف، والجمهور الأقل مستوى، بالإضافة إلى الجمهور الأمّي. وبالتالي يجب أن يُراعى الخطاب مستوى كلّ فئة من هذه الفئات. كما يُقصد بالملاءمة أيضاً مناسبتها مع وسيلة الاتّصال؛ بحيث أنّ لغة الخطاب المنقول عبر الرّاديو تختلف عن لغة الخطاب المنقول عبر التّلفاز؛ فالأولى تعتمد على اللغة الواصفة المناسبة لحاسة السّمع خلافاً للثانية التي يمكن أن يعتمد فيها الخطاب على لغة السّرد والحوار وغيرهما.

✓ ينبغي أن تتّصف بالاختصار وتبتعد كلّ البعد عن الإطالة والإطناب؛ إذ يجب أن يستعمل الإعلامي جملاً قصيرة، ومفردات جذابة تصاغ بأسلوب جميل شيقٍ ممتعٍ يستقطب أكبر عدد من الجمهور.

لكن السّؤال الذي يطرح نفسه هنا هو: ما هو واقع اللغة العربية في الخطاب الإعلامي الجزائري؟ وهل استطاع الخطاب الإعلامي الجزائري أن يحافظ على مكانة اللغة العربية الفصحى؟ هذا ما سنحاول الإجابة عنه من خلال النّقاط المولوية.

4- أشكال الخطاب الإعلامي وأنواعه:

أولاً: من حيث الشّكل:

خطاب مكتوب: يتناول المتحدّث بالخطاب المكتوب الهدف من هذا الخطاب، ويعالج فيه القضايا والمشاكل بطريقة منطقية، كما يساعد المتحدّث على عرض الأفكار الأساسية بشكل مرتّب ومنظّم، كما يساعده على اختيار الكلمات الدّقيقة والواضحة، ويعتبر من أنجع أنواع الخطابات وأفضلها.

خطاب شفهي: ارتجالي: بحيث يكتفي صاحبه باللّغة الشّفهية مستعيناً في ذلك برووس أقلام لينطلق منها في عرض مضمون الخطاب، ويشترط فيه أن يكون ارتجالياً بامتياز، متمكناً من قواعد اللّغة مهما كان نوعها، مكتسباً لرصيد لغوي غني، ويتميّز بالدّكاء والبديهة يحسن التّلاعب بالألفاظ.

ثانياً- من حيث الموضوع: يتنوّع الخطاب الإعلامي بناء على طبيعة الموضوعات المتناولة إلى:

- ✓ **خطاب سياسي:** هو شكلٌ من أشكال الخطابات المتعددة، يعالج مواضيع سياسية؛ بحيث يدخل فيه رجال متخصصون في الإعلام السياسي.
 - ✓ **خطاب ديني:** هو الخطاب الذي يعالج قضايا ومسائل دينية، وتتميز لغة هذا النوع من الخطاب بالسهولة والوضوح وكثرة الاقتباس والاستشهاد بالقرآن الكريم، والحديث النبوي الشريف.
 - ✓ بالإضافة إلى أنواع أخرى: كالخطاب الثقافي، والخطاب العلمي، والخطاب التاريخي... الخ.
- ## 2.2 التعدد اللغوي في الجزائر وأشكاله:

تتميز اللغة العربية بازدواجية لسانية (**Diglossia**) تتجلى في **coexistence** الفصحى والعامية. فالفصحى تُستعمل في المجالات الرسمية والتعليمية والإعلامية الرصينة، بينما العامية تهيمن على التخاطب اليومي وبعض البرامج الترفيهية. وهذه الازدواجية تطرح إشكالات على مستوى الإعلام الجزائري، خاصة في البرامج التلفزيونية التي تمزج بين الفصحى والعامية^(الحاج صالح، 2025) ذلك أنّ الجزائر بلدٌ متعدّد اللغات وهي: العربية الفصحى (لغة رسمية ووطنية)، الأمازيغية (لغة وطنية ورسمية منذ 2016)، الفرنسية (لغة أجنبية لكنها واسعة الحضور في الإدارة والتعليم والإعلام)، وأخيراً الإنجليزية التي بدأت تفرض نفسها في الفضاء الأكاديمي والعلمي. وهذا التعدد ينعكس بشكل مباشر على الخطاب الإعلامي؛ مما يؤدي إلى صراع أو تكامل لغوي تبعاً للوسيلة الإعلامية والجمهور المستهدف (مرتاض، 2010).

ويُعدّ التعدد اللغوي في الجزائر من أبرز السمات المميزة للمجتمع الجزائري، وهو انعكاس لتاريخ طويل من التلاقح الحضاري والتأثيرات السياسية والثقافية. ويمكن تصنيف أشكال التعدد اللغوي في الجزائر كما يلي:

1. اللغة العربية الفصحى:

- **الوضع:** لغة رسمية ودستورية.
- **الوظائف:** تُستعمل في التعليم، الإدارة، الإعلام الرسمي، والخطاب الديني.
- **المكانة:** تمثل الرمز الهوياتي والديني للأمة الجزائرية.
- **2. اللغة العربية الدارجة (العامية):**
- **الوضع:** لغة تواصل يومي بين فئات المجتمع.
- **الوظائف:** تستعمل في الحياة اليومية، الإعلام غير الرسمي، والأغاني الشعبية، وبعض البرامج التلفزيونية.
- **المكانة:** أداة للتواصل السريع لكنها تفتقد إلى الصفة الرسمية.

3. الأمازيغية:

- **الوضع:** لغة وطنية ورسمية بموجب التعديلات الدستورية (2002 و 2016).
- **التفرعات:** تشمل لهجات متعددة مثل القبائلية، الشاوية، المزابية، الطارقية.
- **الوظائف:** تستعمل في التواصل اليومي وفي بعض البرامج الإذاعية والتلفزيونية، كما أُدرجت في المنظومة التربوية.
- **المكانة:** تمثل مكوناً أساسياً من الهوية الجزائرية والتنوع الثقافي.

4. اللغة الفرنسية:

- **الوضع:** ليست لغة رسمية، لكنها حاضرة بقوة بسبب الاستعمار الفرنسي.

- الوظائف: تُستعمل في التعليم العالي (العلوم والتقنيات خصوصاً)، في الصحافة، الاقتصاد، الصحة، والإدارة.
 - المكانة: تُعدّ لغة النخبة والعلاقات الدولية، لكنها محل جدل اجتماعي وسياسي.
 - 5. اللغة الإنجليزية:
 - الوضع: لغة أجنبية ثانية بعد الفرنسية.
 - الوظائف: تُدرّس في المدارس والجامعات، وتُستعمل في بعض المجالات العلمية والاقتصادية.
 - المكانة: تتزايد أهميتها مع الانفتاح على العولمة والسعي للتقليل من الاعتماد على الفرنسية.
- نستخلص مما سبق بأنّ التعدد اللغوي في الجزائر يتوّج بين: لغات وطنية ورسمية: العربية الفصحى والأمازيغية، ولغات محلية: العاميات العربية والأمازيغية، ولغات أجنبية وهي الفرنسية والإنجليزية.
- ويشكّل هذا التعدد ثراءً ثقافياً وحضارياً؛ لكنّه في الوقت نفسه يخلق إشكاليات لغوية تتعلّق بالازدواجية، والتناوب اللغوي، والصراع بين الفصحى والعامية وبين العربية والفرنسية.

استعمال اللغة العربية في الإعلام الجزائري: الواقع والممارسات والتحديات (الجانب التطبيقي)

1.3 تحديد مجتمع البحث والعينة وإجراءات اختيارها:

يتمثّل مجتمع البحث في وسائل الإعلام الجزائرية الناطقة باللغة العربية، بشقيها المكتوب والسمعي البصري، سواء العمومية أو الخاصة، خلال الفترة الممتدة من جانفي 2023 إلى جويلية 2024. ويشمل هذا المجتمع الخطاب الإعلامي المنتج داخل الصحافة المكتوبة، والبرامج الإذاعية والتلفزيونية التي تُعنى بالقضايا السياسية، والاقتصادية، والثقافية والاجتماعية، باعتبارها أكثر المجالات حضوراً وتأثيراً في تشكيل الوعي اللغوي لدى المتلقّي الجزائري.

ونظراً لاتساع مجتمع البحث وتعدّد وسائله ومنابر، تمّ اعتماد عيّنة قصدية تمثيلية، تراعي التنوع من حيث طبيعة الوسيلة (مكتوبة/سمعية بصرية)، والانتماء المؤسسي (عمومي/خاص)، ونوعية المضامين المقدّمة. وهي كالتالي:

* عيّنة الصحافة المكتوبة:

تمّ اختيار خمس صحف جزائرية ناطقة بالعربية، وهي: (الشروق، الخبر، النهار، النصر، المساء) وقد استند اختيار هذه الصحف إلى مبررات علمية ومنهجية، من أهمها:

1. الانتشار الواسع والتأثير الجماهيري الذي تحظى به هذه الصحف على المستوى الوطني.
 2. تنوع الانتماء المؤسسي؛ إذ تجمع العيّنة بين صحفٍ عمومية وهي (النصر، المساء) وصحف خاصة تتمثّل في (الشروق، الخبر، النهار)؛ ممّا يسمح بالمقارنة بين السياسات التحريرية اللغوية.
 3. انتظام الصدور وتنوّع المضامين، وهو ما يوفرّ مادة لغوية غنية للتحليل.
 4. اعتمادها اللغة العربية بوصفها لغة أساسية في التحرير الصحفي، مع تفاوت في درجة الالتزام بالفصحى.
- * عيّنة البرامج السمعية البصرية: شملت العيّنة مجموعة من البرامج الحوارية التلفزيونية والإذاعية أيضاً، من بينها: (ضيف التحرير، هنا الجزائر، صباح الشروق) وقد تمّ اختيار هذه البرامج وفق معايير قصدية، تتمثّل في:
1. طابعها الحوارية المباشر الذي يُبرز الاستعمال الفعلي للغة في الخطاب الإعلامي الشفهي.

2. تفاعلها مع الجمهور، مما يسمح برصد مظاهر التداخل بين الفصحى والعامية واللغات الأجنبية.

3. انتظام بثها وتخصّصها في القضايا العامة ذات البعد السياسي والثقافي والاجتماعي.

وقد تمّ اختيار المواد الإعلامية وفق الأسلوب القصدي المنظم؛ بحيث تمّ تحليل حوالي خمسين مادة إعلامية (مقالات صحفية، حلقات برامج)، موزعة على مجالات: السياسة، الاقتصاد، الثقافة والمجتمع، مع الحرص على التوازن الزمني والموضوعاتي داخل الفترة المدروسة. ولا تدعي الدراسة التمثيل الإحصائي الشامل؛ بل تسعى إلى التمثيل الدلالي والوظيفي للخطاب الإعلامي الجزائري، بما يخدم أهداف البحث التحليلية.

* وحدات التحليل المعتمدة:

اعتمدت الدراسة على مجموعة من وحدات التحليل اللغوي والخطابي، تتمثل في:

- الكلمة والمصطلح (وخاصة الألفاظ الدخيلة).
- الجملة الإعلامية.
- الفقرة الصحفية.
- المداخلة الشفهية في البرامج الحوارية.

وقد تمّ تحليل هذه الوحدات وفق مؤشرات لغوية تداولية، تراعي نوع اللغة المستعملة، ومستوى السلامة اللغوية، وطبيعة الأساليب الإقناعية، بما يتيح قراءة دقيقة لمكانة اللغة العربية داخل الخطاب الإعلامي الجزائري .

* مؤشرات التحليل اللغوي:

تمّ اعتماد مجموعة من المؤشرات التحليلية تشمل النقاط التالية:

- ✓ نوع اللغة المستخدمة (فصحى، وعامية، وفرنسية، أو مزيج).
- ✓ درجة الالتزام بالقواعد اللغوية.
- ✓ مستوى الوضوح والدقة في الصياغة الإعلامية.
- ✓ توظيف المصطلحات الأجنبية.
- ✓ الأساليب البلاغية والإقناعية في الخطاب الإعلامي.

*. النتائج الكمية (التحليل الكمي):

بعد تحليل عينة من مقالات الصحف الجزائرية، ومجموعة من البرامج التلفزيونية والإذاعية، تبين ما يلي:

نوع الخطاب الإعلامي	الفرنسية (%)	العامية (%)	الفصحى (%)	أبرز الملاحظات
الصحافة المكتوبة	13	9	78	التزام نسبي بالفصحى مع حضور مصطلحات تقنية فرنسية.
البرامج التلفزيونية الإخبارية	20	15	65	استعمال مصطلحات فرنسية خاصة في الأخبار الاقتصادية.
البرامج التلفزيونية الحوارية	15	45	40	طغيان العامية في الحوارات التفاعلية مع الجمهور.
البرامج الإذاعية الثقافية	10	20	70	توازن نسبي بين الفصحى والعامية.
المجموع العام	14.5	22.25	63.25	تحتل الفصحى الصدارة لكنّها تواجه منافسة مع العامية والفرنسية.

*تحليل النتائج الكمية:

يظهر من الجدول أعلاه أنّ اللغة العربية الفصحى لا تزال تحتفظ بمكانتها في الصحافة المكتوبة؛ بينما تتراجع في الإعلام السّمي البصري لصالح العامية؛ الأمر الذي يضعف التّناسق اللّغوي في المشهد الإعلامي الجزائري.

. * التحليل الكيفي:

أولاً - في الصحافة المكتوبة:

أظهرت الصّحف ذات الطّابع الرّسمي (الإعلام الرّسمي) مثل: المساء والتّصريح التزمًا واضحًا باللّغة العربية الفصحى؛ بحيث لا زال يحافظ على صورة الفصحى مقارنة ببقية وسائل الإعلام؛ لا سيما القنوات الخاصّة التي تفضل العاميّة لأسباب تسويقية بغية الرّبح السّريع من خلال نسب المشاهدات مثلما هو الأمر في التّهار والشّروق التي تميل إلى استخدام عبارات عامية خفيفة أو ألفاظ فرنسية خاصّة في الصّفحات الاجتماعية أو الرّياضية؛ بينما تمزج التّصوص التّلفزيونية بين الفصحى والعامية، وهذا راجع إلى غياب سياسة تحريرية لغوية موحّدة.

ثانيًا - في الخطاب الإعلامي الشّفهي:

تميل البرامج الحوارية إلى استعمال مزيج لغوي بين الفصحى والعامية بالإضافة إلى الفرنسية؛ إذ تُستخدم الفصحى في أغلب الأحيان في مقدّمة البرنامج والمدخلات الرّسمية، ثم تتحول لغة التّخاطب إلى اللّهجة أو العامية لا سيما أثناء النقاشات المفتوحة. كما أن كثيرًا من الضيوف يدرجون كلمات فرنسية مثل المصطلحات التالية: *le gouvernement*، *la crise*، *le système*، ما يُظهر استمرار ازدواج اللّغوي في التّواصل الإعلامي.

* تفسير النتائج: من خلال التحليل الكمي والكيفي لعيّنة الدّراسة توصلنا إلى التّقاط التّالية:

- هيمنة الفصحى النسبيّة تعود إلى المكانة الرّسمية للّغة العربية في مؤسّسات الإعلام العمومي.
- تراجع تدريجي في استعمال الفصحى داخل الإعلام السّمي البصري.
- ارتفاع نسبة العامية في الإعلام الشّفهي يُفسّر بمحاولة الاقتراب من الجمهور وإضفاء طابع تلقائي على الخطاب.
- استمرار حضور الفرنسية هو نتيجة للإرث التّاريخي والتّعليم المزدوج الذي يجعل كثيرًا من المصطلحات التّقنية تُستعمل بالفرنسية دون ترجمة دقيقة.

* دلالات الدّراسة:

1. تؤكد النتائج أنّ اللغة العربية الفصحى ما تزال لغة الإعلام المعيارية، لكنّها تواجه منافسة متزايدة من العامية والفرنسية.
 2. تشير إلى ضرورة تعزيز التدريب اللّغوي للصحفيين والإعلاميين لضمان توازن بين السّلاسة والالتزام اللّغوي.
 3. تبرز الحاجة إلى وضع دليل لغوي موحّد للإعلام الجزائري يحد من التّداخل اللّغوي غير المنضبط.
- وانطلاقًا مما سبق يمكن تحديد أهمّ المعوّقات التي تحول دون الحفاظ على فصاحة اللّغة العربية ومكانتها في الإعلامي الجزائري فيما يلي:

1- هيمنة اللّغات الأجنبيّة:

من أبرز السّلبات التي تحدّ من حضور العربية في الإعلام الجزائري استمرار هيمنة اللّغة الفرنسية في قطاعات واسعة من الإعلام، خصوصًا في الجرائد الاقتصادية والمجالات المتخصّصة وحتى في نشرات بعض القنوات الخاصّة؛ ممّا أدّى إلى تراجع مكانة العربية أمام لغة تُقدّم على أنّها لغة الحداثة والتّكنولوجيا.

2- ضعف التكوين اللغوي للصحفيين:

يعاني عدد معتبر من الصحفيين من ضعف في التكوين اللغوي؛ وهذا ما ينعكس في أسلوب الكتابة والتحرير. وفي كثرة الأخطاء النحوية والإملائية، إضافة إلى الميل إلى تبسيط الفصحى أو استبدالها بالعامية في بعض المواد الإعلامية.

3- هيمنة العامية في الإعلام السمعي البصري:

تزداد ظاهرة استعمال العامية في البرامج التلفزيونية والإذاعية، خاصة في الحوار والبرامج الترفيهية والإعلانات. وإنّ هذا التوسع في العامية يخلق فجوة بين الفصحى التي تُمثّل اللّغة المشتركة، وبين اللّغة اليومية التي تختلف من منطقة إلى أخرى (الحاج صالح، 2005).

4- غياب استراتيجية لغوية إعلامية واضحة:

رغم أنّ الدّستور الجزائري ينصّ على أنّ العربية هي اللّغة الوطنية والرسمية للبلاد؛ إلّا أنّ السياسات الإعلامية لم تُترجم ذلك إلى خطط عملية لترقية استعمال العربية في الإعلام. ولا توجد لوائح صارمة تلزم وسائل الإعلام باستخدام الفصحى، ولا برامج تكوين مستمرة للصحفيين في هذا المجال (بنكراد، 2006).

5- ضغط العولمة والإعلام الرقمي:

أدى الانفتاح الإعلامي والرقمي إلى انتشار محتوى متعدّد اللّغات على الإنترنت، وغالبًا ما تُستعمل الفرنسية والإنجليزية أكثر من العربية في المجالات العلمية والتكنولوجية. هذا يضع اللغة العربية في موقع دفاعي، ويجعلها أقلّ قدرة على المنافسة ما لم يتم تطوير المحتوى العربي الرقمي (بوزيد، 2020).

2.3 قراءة في سلبات الخطاب الإعلامي الجزائري وإيجابياته انطلاقًا من النتائج السابقة:

*السلبات التي تعيق مكانة اللّغة العربية في الإعلام الجزائري:

إنّ التعدّد اللساني هو سنّة من سنن الله في خلقه لقوله -عزّ وجلّ- القائل: « يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ (13سورة الحجرات) تشير هذه الآية الكريمة إلى أنّ التعدّد اللغوي ظاهرة عامّة تشمل جميع الأمم والأفراد، فهي سمة مميّزة للمجتمع البشري. وعلى الرّغم من أنّ هناك من يرى بأنّ هناك محاسن ومزايا للتعدّد اللّهجي كونه أكثر سهولة؛ لأنّه ييسّط من عملية الاتّصال والتّواصل' (دروزة، 1992، صفحة 108-109)،: " فاللّغة العامية ما دامت تؤدّي هذا الغرض فهي وافية بالغاية ولا ضرورة للاحتفاظ بلغة فصحى معها وتحمل المشقّة في تعليمها؛ لأنّ اللّغة المتبدلة التي لا يضبطها ضابط، والمختلفة في كل ناحية من نواحي القطر الواحد بعوامل إقليمية، طبيعية، واجتماعية، واقتصادية، لا يمكن أن نفي بحاجة التّدين والثقافة حتى ولا الوحدة الوطنية في مثل جماعاتنا التي ارتقت عن الحالة الإنسانية الساذجة وأصبحت هذه الأغراض ضرورة من الصّورات ينبغي أن تكون لها وسائلها الوافية".

ولكن مع ذلك لا يعدّ هذا سبباً لكي نهمّل الفصحى؛ فبالرّغم من أنّها أداة أساسية للتعبير عن الذات الوطنية، إلّا أنّ حضورها في المجال الإعلامي لا يزال يواجه تحديات متعدّدة تحدّد من مكانتها الطّبيعية كلغة رسمية للبلاد. ورغم الجهود المبذولة لترسيخ استعمالها في الصّحافة المكتوبة والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، إلّا أنّ الواقع اللغوي للإعلام الجزائري يعكس نوعاً من الازدواجية اللغوية بين العربية الفصحى من جهة، والعامية واللّغة الفرنسية من جهة أخرى.

وهذه الازدواجية نتجت عن تراكمات تاريخية وثقافية، وتعليمية جعلت الأداء الإعلامي يتأرجح بين متطلبات التّواصل الجماهيري ورهانات الحفاظ على نقاء اللّغة المعيارية.

*الإيجابيات والفرص المتاحة أمام اللغة العربية في الإعلام الجزائري:

- حضور الفصحى في نشرات الأخبار والبرامج الرسمية:

رغم التحديات، ما تزال اللغة العربية الفصحى تحافظ على مكانة متميزة في نشرات الأخبار والبرامج الرسمية في القنوات العمومية. وهذا الحضور يعكس وعياً بأهمية الفصحى كلغة جامعة بين مختلف فئات المجتمع، كما يساهم في تعزيز صورتها بوصفها لغة الإعلام الرصين والرسمي في البلاد (الجاهمي، 2025).

- المبادرات الثقافية والإعلامية لترقية العربية:

شهدت السنوات الأخيرة إطلاق عدد من المبادرات الإعلامية والثقافية التي تهدف إلى ترقية استعمال العربية، مثل الجوائز الخاصة بأفضل البرامج الإذاعية والتلفزيونية بالعربية، إضافة إلى تشجيع الكتابة الصحفية الفصيحة عبر تنظيم مسابقات وطنية. فهذه المبادرات تخلق وعياً جديداً لدى العاملين في القطاع الإعلامي بضرورة تحسين مستوى الأداء اللغوي.

- الإعلام الرقمي كفرصة لتعزيز المحتوى العربي:

يمثل الإعلام الرقمي مساحة واسعة لإنتاج المحتوى العربي، سواء عبر المواقع الإخبارية أو المنصات الإلكترونية. وهذا التحول أتاح للصحفيين والمدونين الجزائريين إمكانية الكتابة بالعربية والوصول إلى جمهور واسع محلياً وعالمياً.

- تزايد الاهتمام الأكاديمي والبحثي باللغة العربية في الإعلام:

برزت في الجامعات الجزائرية بحوث أكاديمية متخصصة في دراسة اللغة العربية في الإعلام، خاصة في كليات الإعلام والاتصال. وهذا الاهتمام العلمي يعزز من الوعي الأكاديمي بمكانة العربية، ويساعد في تقديم توصيات علمية لتطوير أدائها في الإعلام الوطني.

- دعم المؤسسات الرسمية:

تسعى بعض المؤسسات الرسمية، مثل وزارة الثقافة ووزارة التعليم العالي، إلى دعم استعمال اللغة العربية من خلال المؤتمرات والتدورات والمشاريع العلمية والإعلامية. ويعكس هذا الدعم إرادة سياسية لترسيخ حضور الفصحى في الإعلام وفي الفضاء العمومي بشكل عام.

*نتائج البحث: خرج البحث بجملة من النتائج نلخصها في النقاط التالية:

1. التعددية اللغوية: يتميز الخطاب الإعلامي الجزائري بوجود خليط لغوي (العربية الفصحى، الدارجة، الفرنسية، الأمازيغية) ما يجعل العربية في منافسة دائمة.

2. ضعف التكوين اللغوي: يعاني الصحفيون من ضعف في استعمال الفصحى؛ مما ينعكس سلباً على جودة المضامين الإعلامية.

3. سيطرة اللهجات: تعتمد البرامج التلفزيونية خاصة الترفيهية على العامية بشكل واسع؛ وهو ما يقلل من حضور العربية الفصحى.

4. غياب سياسات لغوية واضحة: لا توجد قوانين صارمة تفرض احترام الفصحى في وسائل الإعلام.

5. فرص للنهوض: الإعلام الرقمي يمثل فرصة كبيرة لإعادة الاعتبار للفصحى، إذا ما استثمر بطريقة ذكية.

*التوصيات:

1. تطوير برامج التكوين اللغوي للصحفيين والإعلاميين داخل المعاهد والجامعات.

2. سن تشريعات إعلامية تلزم باستعمال العربية الفصحى في البرامج الرسمية والنشرات الإخبارية.

3. تشجيع المبادرات الشبابية الرقمية التي تنتج محتوى إبداعي بالعربية، خصوصاً على اليوتيوب والبودكاست.

4. إحداث مراكز بحث جامعية متخصصة في "الإعلام واللغة" تعمل على تقديم حلول عملية.
5. الاستفادة من التجارب العربية الناجحة (مثل الجزيرة والعربية) التي جعلت من الفصحى لغة قريبة من الجمهور.
6. تعزيز التعاون بين وزارتي الإعلام والتربية لنشر ثقافة استعمال العربية منذ المراحل التعليمية المبكرة.

قائمة المصادر والمراجع:

- ابن منظور، محمد بن مكرم. (2015) لسان العرب (إعداد: عبد الله علي الكبير وآخرون، المجلد 15، الطبعة 4). بيروت: دار ضاد للطباعة والنشر.
- أميرة، محمد محمد سيد أحمد. (2019). تحليل الخطاب الإعلامي - مدخل نظري. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، 8(3)، 333-360.
<https://asjp.cerist.dz/en/article/107406>
- بگوش، الطيب. (أفريل 1990). إشكاليات الفصحى والدارجات. من قضايا اللغة العربية المعاصرة، 4.
- بوعزيز، عبد القادر. (2014) اللغة والإعلام في الجزائر. الجزائر: منشورات الاختلاف.
- بنكراد، سعيد. (2006). سيميولوجيا الإعلام والإشهار. الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي.
- الدّاغر، مجدي. (2009). الصحافة العربية وقضايا الأقليات والجاليات الإسلامية في العالم: مدخل في تحليل الخطاب الإعلامي العربي (المجلد 3). مصر: المكتبة العصرية.
- دروزة، عزة محمود. (أكتوبر 1962). العامية. والفصح، مجلة الزهراء، 2.
- https://archive.alsharekh.org/MagazinePages/MagazineBook/Al-Zahra/Al-Zahra_1926/Issue_2/index.html
- السّقاف، السيّد علوي بن أحمد. 2016. (الفوائد المكية فيما يحتاجه طلبة الشّافعية من المسائل والصّوابط والقواعد الكلّية (تحقيق: بشير عبد الله علي إبراهيم، المجلد 1). مصر: المكتبة الأزهرية للتراث.
- الشّهري، عبد الهادي بن ظافر. 2004. (استراتيجيات الخطاب: مقارنة لغوية تداولية (الطبعة 1). ليبيا: دار الكتاب الجديد.
- شحرور، زهير عزّت. (2011، مارس). دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية. مجلّة أرشيف الشارخ للمجلات الأدبية والتّقافية العربية .
<https://archive.alsharekh.org/Articles/64/2416/312223>
- عبد المقصود، عطية هشام. (ديسمبر 2005). دور المصادر في بناء تميزات التغطية الخبرية: دراسة تحليلية مقارنة للخطاب الخبري لجريدتي النيويورك تايمز والواشنطن بوست بشأن قضية الجدار الإسرائيلي العازل. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 25.
- عبد الرحمن الحاج صالح (2005). اللغة العربية ومكانتها في المجتمع الجزائري. الجزائر: دار هومة.
- العيادي موسى (2020) اللغة العربية في وسائل الإعلام السمعية البصرية بالجزائر: دراسة نقدية، مجلّة المدوّنة العدد 7 (1).
- كروش، حيزية. (سبتمبر 2018). إشكالية التعدد اللغوي في الإعلام الجزائري. مجلة الأدب واللغات والعلوم الإنسانية، 2(2)، 192-203.
- كايد، إبراهيم محمود. (مارس 2002). العربية الفصحى بين الازدواجية اللغوية والتثنائية اللغوية. المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل، .
<http://mohamedrabee.net/library/pdf/72baf80d-232b-4b80-8915-993885d078c4.pdf>
- جاهمي عبد العزيز (2025) عوامل فشل السياسة اللغوية في الجزائر وموقع اللغة العربية منها، مجلة التراث العدد 15 (1)
- خليفة، بوجادي (2009) في اللسانيات التداولية مع محاولة تأصيلية في الدرس العربي القديم. الجزائر: بيت الحكمة.
- حبّاشة، صابر محمود (2011). الأسلوبية والتداولية (الطبعة 1). الأردن: عالم الكتب الحديث.
- مرتاض، عبد الجليل. (2016). التهجين اللغوي في الجزائر في العهد العثماني. الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع.
- يقطين، سعيد (1993) تحليل الخطاب الروائي (الطبعة 2). بيروت: المركز الثقافي العربي.

References

- *Ibn Manẓūr, Muḥammad ibn Makram. (2015). Lisān al-‘Arab (‘Abd Allāh ‘Alī al-Kabīr et al., Eds., Vol. 15, 4th ed.). Beirut: Dār Ḍād li-l-Ṭibā‘a wa-l-Nashr.*
- *Amīra, Muḥammad Muḥammad Sayyid Aḥmad. (2019). Taḥlīl al-khiṭāb al-i‘lāmī – madkhal nazārī. Majallat ‘Ulūm al-Insān wa-l-Mujtama‘, 8(3), 333–360. <https://asjp.cerist.dz/en/article/107406>*
- *Bakkūsh, al-Ṭayyib. (1990, April). Ishkāliyyāt al-fuṣḥā wa-l-dārijāt. Min Qaḍāyā al-Lugha al-‘Arabiyya al-Mu‘āshira, 4.*
- *Bou‘azīz, ‘Abd al-Qādir. (2014). Al-lugha wa-l-i‘lām fī al-Jazā‘ir. Algiers: Manshūrāt al-Ikhtilāf.*
- *Benkrād, Sa‘īd. (2006). Sīmiyūlūjiyā al-i‘lām wa-l-ishhār. Casablanca: al-Markaz al-Thaqāfī al-‘Arabī.*
- *al-Dāghir, Majdī. (2009). Al-ṣaḥāfa al-‘arabiyya wa-qaḍāyā al-aqalliyyāt wa-l-jāliyyāt al-islāmiyya fī al-‘ālam: madkhal fī taḥlīl al-khiṭāb al-i‘lāmī al-‘arabī (Vol. 3). Miṣr: al-Maktaba al-‘Aṣriyya.*
- *Darwaza, ‘Izza Maḥmūd. (1926, October). Al-‘Āmmiyya. Majallat al-Zahrā’, 2. https://archive.alsharekh.org/MagazinePages/MagazineBook/Al-Zahra/Al-Zahra_1926/Issue_2/index.html*
- *al-Saqqāf, al-Sayyid ‘Alawī ibn Aḥmad. (2016). Al-fawā‘id al-Makkiyya fīmā yaḥtājuhu ṭullāb al-Shāfi‘iyya min al-masā‘il wa-l-ḍawābiḥ wa-l-qawā‘id al-kulliyya (Bashīr ‘Abd Allāh ‘Alī Ibrāhīm, Ed., Vol. 1). Cairo: al-Maktaba al-Azharīyya li-l-Turāth.*
- *al-Shahrī, ‘Abd al-Hādī ibn Zāfir. (2004). Istrātiyyāt al-khiṭāb: muqārana lughawiyya tadāwuliyya (1st ed.). Libya: Dār al-Kitāb al-Jadīd.*
- *Shahrūr, Zuhayr ‘Izzat. (2011, March). Dawr wasā‘il al-i‘lām fī nashr al-lugha al-‘Arabiyya. Majallat Arshīf al-Shārikh li-l-Majāllāt al-Adabiyya wa-l-Thaqāfiyya al-‘Arabiyya. <https://archive.alsharekh.org/Articles/64/2416/312223>*
- *‘Abd al-Maqsūd, ‘Atiyya Hishām. (2005, December). Dawr al-maṣādir fī binā’ tahayyuzāt al-tagḥṭiya al-khabariyya: dirāsa taḥlīliyya muqārana li-l-khiṭāb al-khabarī li-jarīdatay The New York Times wa-The Washington Post bishā‘n qaḍiyyat al-jidār al-Isrā‘īlī al-‘āzil. al-Majalla al-Miṣriyya li-Buḥūth al-I‘lām, 25.*
- *Ḥāj Ṣāliḥ, ‘Abd al-Raḥmān. (2005). Al-lugha al-‘Arabiyya wa-makānatuha fī al-mujtama‘ al-Jazā‘irī. Algiers: Dār Hūma.*
- *Karrūsh, Ḥiziyya. (2018, September). Ishkāliyyat al-ta‘addud al-lughawī fī al-i‘lām al-Jazā‘irī. Majallat al-Adab wa-l-Lughāt wa-l-‘Ulūm al-Insāniyya, 2(2), 192–203.*
- *Kāyid, Ibrāhīm Maḥmūd. (2002, March). Al-‘Arabiyya al-fuṣḥā bayna al-izduwājiyya al-lughawiyya wa-l-thanā‘iyya al-lughawiyya. al-Majalla al-‘Ilmiyya li-Jāmi‘at al-Malik Fayṣal, 3(1). <http://mohamedrabee.net/library/pdf/72baf80d-232b-4b80-8915-993885d078c4.pdf>*
- *Būjādī, Khalīfa. (2009). Fī al-lisāniyyāt al-tadāwuliyya ma‘a muḥāwala ta‘ṣīliyya fī al-dars al-‘Arabī al-qadīm. Algiers: Bayt al-Ḥikma.*
- *Ḥabbāsha, Ṣābir Maḥmūd. (2011). al-Aslūbiyya wa-l-tadāwuliyya (1st ed.). Jordan: ‘Ālam al-Kutub al-Ḥadīth.*
- *Murtaḍ, ‘Abd al-Jalīl. (2016). al-Tahjīn al-lughawī fī al-Jazā‘ir fī al-‘ahd al-‘Uthmānī. Algiers: Dār Hūma li-l-Nashr wa-l-Tawzī‘.*
- *Yaqīn, Sa‘īd. (1993). Taḥlīl al-khiṭāb al-riwā‘ī (2nd ed.). Beirut: al-Markaz al-Thaqāfī al-‘Arabī.*