

## استخدام اللغة الإعلامية في وسائل الإعلام ضمن تحولات البيئة الرقمية دراسة تحليلية مقارنة لمضمون القناة العربية BBC، 2025.

### *The use of media language in the media within the transformations of the digital environment A comparative analytical study of the content of the BBC Arabic channel, 2025.*

د. كريم دواجي<sup>1</sup> ، سحنون نسيم<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، daouadji.karim@univ-alger3.dz

<sup>2</sup> جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، Sahnounen85@gmail.com

تاريخ النشر: 2025 / 10 / 31

تاريخ القبول: 2025 / 09 / 17

تاريخ الاستلام: 2025 / 07 / 20

#### ملخص:

شهدت قناة BBC العربية تحولاً كبيراً في استخدامها للغة الإعلامية مع تطور البيئة الرقمية، حيث تأثرت طريقة الصياغة الصحفية، أساليب التواصل مع الجمهور، وآليات نشر المحتوى. فقد أصبحت اللغة الإعلامية أكثر اختصاراً، مباشرة، وتفاعلية، مما يعكس طبيعة المنصات الرقمية التي تعتمد على السرعة، الوسائط المتعددة، والتفاعل الفوري مع الجمهور. من خلال تحليل المحتوى الإعلامي لقناة BBC العربية على منصاتها الرقمية (الموقع الإلكتروني، تطبيق الهواتف الذكية، ومنصات التواصل الاجتماعي) حيث يظهر تحليل استخدام اللغة الإعلامية في BBC العربية أن التحول الرقمي فرض على القناة تبني أساليب تواصل جديدة توازن بين السرعة والمصداقية، مع تعزيز العناصر البصرية والتفاعلية لجذب الجمهور الرقمي. ورغم أن هذا التطور ساهم في زيادة التفاعل والوصول إلى شريحة واسعة من المستخدمين، إلا أنه فرض تحديات تتعلق بالحفاظ على جودة اللغة الإعلامية، تفادي نشر الأخبار غير الدقيقة، والتكيف المستمر مع تقنيات الإعلام الرقمي الحديثة. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل موقع BBC العربية "ومقارنته بالإعلام التقليدي لفهم تأثير التحول الرقمي على إنتاج الأخبار واستهلاكها. الكلمات المفتاحية: اللغة الإعلامية - وسائل الإعلام - البيئة الرقمية، نتائج الدراسة، التوصيات

#### Abstract:

BBC Arabic has witnessed a major shift in its use of media language with the development of the digital environment, where the way of journalistic drafting, methods of communicating with the public, and mechanisms for publishing content have been affected. The media language has become more concise, direct, and interactive, reflecting the nature of digital platforms that rely on speed, multimedia, and instant interaction with the audience. By analyzing the media content of the BBC Arabic channel on its digital platforms (website, smartphone app, and social media platforms), the analysis of the use of the media language in BBC Arabic shows that the digital transformation forced the channel to adopt new communication methods that balance speed and credibility, while enhancing visual and interactive elements to attract a digital audience. Although this development has contributed to increasing interaction and reaching a wide range of users, it has imposed challenges related to maintaining the quality of the media language, avoiding the dissemination of inaccurate news, and constantly adapting to modern digital media technologies. This study aims to analyze the "BBC Arabic" website and compare it with traditional media to understand the impact of digital transformation on news production and consumption.

**Keywords:** media language - media-digital environment, study results, recommendations .

## ١. مقدمة

شهدت وسائل الإعلام تطورات متسارعة بفعل التحول الرقمي الذي غير طبيعة الممارسات الصحفية وأساليب الاتصال الجماهيري. فقد أدى انتشار الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي إلى إعادة تشكيل بنية الإعلام التقليدي، مما أثر بشكل مباشر على اللغة الإعلامية التي تُعدّ أداة رئيسية في نقل المعلومات والتواصل مع الجمهور. وأصبحت هذه اللغة أكثر تفاعلاً، ديناميكية، واختصاراً، بما يتناسب مع طبيعة البيئة الرقمية التي تعتمد على السرعة، التفاعل الفوري، والوسائط المتعددة في ظل هذه التحولات، لم يعد الإعلام الرقمي يعتمد فقط على النصوص المكتوبة، بل أصبح يوظف عناصر مرئية وسمعية مثل الصور، الفيديوهات، والإنفوGRAFIK، مما فرض أنماطاً جديدة من الصياغة الإعلامية تتماشى مع خصائص كل منصة رقمية. كما أتاح التفاعل المباشر بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية عبر التعليقات والمشاركات إعادة صياغة الخطاب الإعلامي ليصبح أكثر مرونة وتأثيراً. ومع ذلك، فقد طرحت هذه التحولات تحديات جوهرية تتعلق بمصداقية الأخبار، انتشار المعلومات المغلوطة، وتراجع المعايير اللغوية والمهنية في بعض الأحيان.

وبناءً على ما سبق، تبرز الحاجة إلى دراسة أبعاد استخدام اللغة الإعلامية في وسائل الإعلام ضمن تحولات البيئة الرقمية، وذلك من خلال البحث في كيفية تأثير الصياغة الإعلامية بهذه التحولات، تحليل دور الوسائط الرقمية في إعادة تشكيل المحتوى الإعلامي، وتقييم تأثير ذلك على التفاعل الجماهيري والمصداقية الصحفية. حيث لم تعد وسائل الإعلام التقليدية المصدر الوحيد للأخبار والمعلومات، بل ظهرت المنصات الرقمية التي أُنشئت تدفقاً غير مسبوق للمحتوى الإعلامي. ومع هذا التحول، برزت أبعاد جديدة لاستخدام اللغة الإعلامية، إذ تأثرت أساليب الصياغة والتحرير الصحفي بتقنيات الاتصال الحديثة، مما أدى إلى تغييرات في بنية الخطاب الإعلامي، طبيعة التفاعل مع الجمهور، وآليات نقل الأخبار. لقد أدى الانتشار الواسع للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي إلى إعادة تشكيل خصائص اللغة الإعلامية، فأصبحت أكثر اختصاراً وسرعة، مع التركيز على العناوين الجذابة، الوسائط المتعددة، والتفاعل اللحظي. كما أن تطور الأدوات الرقمية مثل الذكاء الاصطناعي والتحليلات البيانية عزز من استراتيجيات التواصل الإعلامي، مما دفع المؤسسات الإخبارية إلى التكيف مع أنماط الاستهلاك الحديثة للمحتوى. وفي هذا الإطار، برزت تساؤلات حول تأثير هذه التحولات على وضوح الرسالة الإعلامية، مصداقيتها، ومدى تأثيرها على تشكيل الرأي العام في ظل هذه التغيرات، تطرح الدراسة الإشكالية التالية:

ما هي أبعاد استخدام اللغة الإعلامية في وسائل الإعلام ضمن تحولات البيئة الرقمية؟ وكيف أثر هذا التحول على طبيعة الصياغة الإعلامية، مستوى التفاعل الجماهيري، والمصداقية الصحفية؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات فرعية:

1. ما المقصود باللغة الإعلامية؟ وما هي خصائصها في الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي؟
2. كيف أثرت البيئة الرقمية على أساليب الصياغة والتحرير في وسائل الإعلام؟
3. ما دور الوسائط المتعددة في إعادة تشكيل اللغة الإعلامية ضمن الإعلام الرقمي؟
4. كيف انعكس التحول الرقمي على مستوى التفاعل الجماهيري مع المحتوى الإعلامي؟
5. ما تأثير التحولات الرقمية على مصداقية الأخبار والمعايير المهنية للصحافة؟
6. كيف يمكن تعزيز جودة اللغة الإعلامية في ظل البيئة الرقمية مع الحفاظ على المعايير المهنية؟

### أهمية الموضوع:

تكتسب أبعاد اللغة الإعلامية أهمية كبيرة في ظل التحولات التي أحدثتها البيئة الرقمية، حيث لم تعد وسائل الإعلام تعتمد فقط على الأساليب التقليدية في تقديم المحتوى، بل أصبحت اللغة الإعلامية متأثرة بالتطورات التكنولوجية، وسرعة تدفق المعلومات، والتفاعل الفوري مع الجمهور. وتتمثل أهمية أبعاد اللغة الإعلامية فيما يلي:

- تعزيز وضوح الرسالة الإعلامية: مع تعدد المنصات الرقمية وتزايد المحتوى الإعلامي، أصبحت الحاجة ماسة إلى لغة إعلامية واضحة وسهلة الفهم لضمان وصول الرسالة الإعلامية إلى مختلف الفئات الجماهيرية.
- التكيف مع الوسائط المتعددة: في ظل البيئة الرقمية، لم تعد اللغة الإعلامية مقتصرة على النصوص المكتوبة، بل أصبحت تمتزج مع الصور، الفيديوها، والإنفوغرافيك، مما يفرض تطوير أساليب الصياغة لتكون متوافقة مع هذه الوسائط.
- تحقيق التفاعل الجماهيري: تساعد اللغة الإعلامية الرقمية في تعزيز تفاعل الجمهور مع المحتوى الإعلامي، حيث باتت المنصات الرقمية توفر إمكانيات المشاركة الفورية، التعليقات، والتفاعل المباشر، مما يؤثر على طبيعة الخطاب الإعلامي.
- سرعة نشر الأخبار واستجابتها للأحداث: مع التحول الرقمي، أصبحت اللغة الإعلامية أكثر اختصارًا وسرعة، مما يساهم في تغطية الأحداث بشكل لحظي، ولكنه يفرض أيضًا تحديات تتعلق بالدقة والتحقق من المعلومات.
- تعزيز المصداقية والمهنية في الإعلام الرقمي: رغم أن الإعلام الرقمي يوفر سرعة في نقل الأخبار، إلا أن اللغة الإعلامية يجب أن تظل محافظة على معايير الدقة والمصداقية، حيث تؤثر كيفية الصياغة واختيار المفردات على مستوى الثقة في وسائل الإعلام.
- مواكبة الذكاء الاصطناعي والخوارزميات الرقمية: أصبحت اللغة الإعلامية تتكيف مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث يتم تحليل المحتوى الإعلامي بناءً على تفضيلات الجمهور، مما يتطلب تطوير أساليب تحريرية تناسب آليات البحث والتوزيع الرقمي.
- إعادة تشكيل ثقافة استهلاك الأخبار: أدى التحول الرقمي إلى تغيير طريقة استهلاك الجمهور للمحتوى الإعلامي، حيث أصبحت الأخبار تعتمد على لغة سريعة وجاذبة، مما يعكس ضرورة دراسة تأثير هذه التغيرات على جودة المعلومات المقدمة.

### الاطار المفاهيمي :

#### مفهوم اللغة الإعلامية:

#### 2.التعريف الاصطلاحي:

اللغة الإعلامية هي الأسلوب اللغوي المستخدم في وسائل الإعلام المختلفة لنقل المعلومات والأخبار والآراء إلى الجمهور بأسلوب واضح وسهل ومباشر، يهدف إلى التأثير والإقناع (عبد الرحمن، 2010). تتميز اللغة الإعلامية بالبساطة والوضوح، مع مراعاة الدقة والموضوعية، كما تتكيف مع طبيعة الوسيلة الإعلامية المستخدمة (صحافة مكتوبة، إذاعة، تلفزيون، وسائل رقمية).

### 3. التعريف الإجرائي:

في هذا البحث، يُقصد باللغة الإعلامية الأسلوب اللغوي المستخدم في وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية لنقل المحتوى الإعلامي، مع التركيز على كيفية تأثره بالتحويلات الرقمية، مثل استخدام المصطلحات الحديثة، والتفاعل الجماهيري، والتطورات التكنولوجية في إنتاج المحتوى. سيتم تحليل اللغة الإعلامية بناءً على خصائصها، مثل الوضوح، الدقة، التفاعل، ومدى تأثرها بوسائل التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي (الشريف، 2018).

### مفهوم وسائل الاعلام :

#### 1. التعريف الاصطلاحي:

تشير وسائل الإعلام إلى المنظومة المتكاملة من القنوات والأدوات التي تُستخدم لنقل المعلومات، والأخبار، والأفكار إلى الجمهور بهدف التثقيف، والتوعية، والتأثير في الرأي العام (McQuail, 2010). وتشمل وسائل الإعلام الصحافة المطبوعة، الإذاعة، التلفزيون، ووسائل الإعلام الرقمية الحديثة مثل الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي.

#### 2. التعريف الإجرائي:

في هذا البحث، يُقصد بوسائل الإعلام جميع الوسائل التقليدية والرقمية التي تستخدم لنقل المعلومات إلى الجمهور، مع التركيز على تطور هذه الوسائل وتأثير التحويلات الرقمية على طبيعة الاتصال الإعلامي. سيتم تحليل الدور الذي تلعبه هذه الوسائل في تشكيل الرأي العام، والتفاعل الجماهيري، والتأثير على اللغة الإعلامية.

### مفهوم البيئة الرقمية :

#### 1. التعريف الاصطلاحي:

البيئة الرقمية هي الإطار الذي تنشأ فيه عمليات الاتصال والتفاعل باستخدام التقنيات الحديثة، مثل الإنترنت، والوسائط الرقمية، والذكاء الاصطناعي، وأنظمة المعلومات الإلكترونية (Castells, 2010). وتتميز البيئة الرقمية بسرعة نقل المعلومات، والانفتاح العالمي، والقدرة على التفاعل الفوري بين الأفراد والمؤسسات.

#### 2. التعريف الإجرائي:

في هذا البحث، تُعرف البيئة الرقمية بأنها الفضاء الإلكتروني الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام في نشر المعلومات والتواصل مع الجمهور، بما يشمل وسائل التواصل الاجتماعي، الصحافة الإلكترونية، والبحث الرقمي. سيتم دراسة تأثير هذه البيئة على اللغة الإعلامية، والتفاعل بين الجمهور ووسائل الإعلام، والتحديات التي تفرضها على المعايير المهنية.

## الإطار النظري :

يتناول الإطار النظري لهذا البحث ثلاثة محاور رئيسية: اللغة الإعلامية، وسائل الإعلام، والبيئة الرقمية. سيتم تحليل كل محور على حدة من خلال استعراض مفاهيمه، خصائصه، وأبرز التحولات التي طرأت عليه في ظل البيئة الرقمية.

المحور الأول: اللغة الإعلامية

## 1. تعريف اللغة الإعلامية

تعدّ اللغة الإعلامية أحد أهم العناصر في العملية الإعلامية، حيث تشكل الوسيلة الأساسية لنقل المعلومات والتأثير على الجمهور. تُعرف اللغة الإعلامية بأنها اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام لنقل الأخبار والمعلومات والأفكار بأسلوب يتناسب مع طبيعة الوسيلة الإعلامية، والجمهور المستهدف، والسياق الاجتماعي والثقافي المحيط. تتميز هذه اللغة بالوضوح، الدقة، والبساطة، مع قدرتها على التأثير والإقناع.

## 2. خصائص اللغة الإعلامية

- الوضوح والبساطة: تعتمد اللغة الإعلامية على مفردات واضحة وسهلة الفهم، مما يساعد على وصول الرسالة إلى أوسع شريحة من الجمهور.
- الدقة والموضوعية: يجب أن تعكس اللغة الإعلامية الحقائق بأمانة، وتتجنب الغموض أو المبالغة.
- التكيف مع الوسيلة الإعلامية: تختلف أساليب التعبير الإعلامي بين الصحافة المطبوعة، والإذاعة، والتلفزيون، والوسائل الرقمية، حيث تتطلب كل وسيلة أسلوبًا لغويًا مناسبًا لطبيعتها.
- التأثير والإقناع: تسعى اللغة الإعلامية إلى إحداث تأثير معين في المتلقي، سواء من خلال الأخبار أو الإعلانات أو الخطاب السياسي والإعلامي.

## 3. تطور اللغة الإعلامية في ظل التحولات الرقمية

مع ظهور الإعلام الرقمي، طرأت تغييرات كبيرة على اللغة الإعلامية، من أبرزها:

- ظهور اللغة المختصرة والمباشرة: خصوصًا في وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أصبح من الضروري اختصار المحتوى ليتناسب مع سرعة القراءة والاستهلاك الرقمي.
- تأثير التقنيات الحديثة: مثل الذكاء الاصطناعي والترجمة الفورية، مما أدى إلى تغييرات في أساليب الصياغة الإعلامية.
- اندماج العامة مع الفصحى: نتيجة لاستخدام وسائل الإعلام التفاعلية التي تتيح للجمهور المشاركة الفعالة في النقاشات والتعليقات.

## المحور الثاني: وسائل الإعلام

### 1. تعريف وسائل الإعلام

تشير وسائل الإعلام إلى المنظومة التي تشمل جميع الأدوات والمنصات المستخدمة لنقل المعلومات والأخبار إلى الجمهور. وتنوع وسائل الإعلام بين الصحافة المطبوعة، الإذاعة، التلفزيون، والوسائط الرقمية الحديثة.

### 2. تصنيف وسائل الإعلام

- وسائل الإعلام التقليدية: وتشمل الصحف، المجلات، الراديو، والتلفزيون، والتي كانت الوسائل الرئيسية لنقل الأخبار قبل ظهور الإنترنت.
- وسائل الإعلام الرقمية: مثل المواقع الإخبارية، المدونات، وسائل التواصل الاجتماعي، والبث المباشر عبر الإنترنت، والتي أتاحت للأفراد إمكانية الوصول الفوري إلى المعلومات والمشاركة فيها.

### 3. دور وسائل الإعلام في المجتمع

- نقل المعلومات والأخبار: توفر وسائل الإعلام قنوات لنقل الأخبار المحلية والدولية للجمهور.
- تشكيل الرأي العام: تلعب دورًا حيويًا في التأثير على مواقف الجماهير من خلال المحتوى الذي تقدمه.
- الترفيه والثقافة: تجمع وسائل الإعلام بين الجانب الترفيهي والتعليمي، حيث تقدم محتويات تتراوح بين الأخبار الجادة إلى البرامج الترفيهية والثقافية.

### 4. التحولات في وسائل الإعلام في البيئة الرقمية

أدت البيئة الرقمية إلى تغييرات جذرية في وسائل الإعلام، من أبرزها:

- التحول من الإعلام التقليدي إلى الإعلام التفاعلي: حيث أصبح الجمهور شريكًا في صناعة المحتوى وليس مجرد متلقٍ سلبي.
- ظهور الإعلام البديل: مثل المدونات والصحافة الرقمية، التي تنافس الإعلام التقليدي في نقل الأخبار وتحليلها.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام: حيث باتت تقنيات تحليل البيانات والروبوتات الصحفية تساهم في إنتاج الأخبار بسرعة ودقة.

## المحور الثالث: البيئة الرقمية

### 1. تعريف البيئة الرقمية

تشير البيئة الرقمية إلى النظام التكنولوجي الذي يعتمد على الأدوات الرقمية في التواصل ونقل المعلومات. تشمل هذه البيئة الإنترنت، الأجهزة الذكية، الذكاء الاصطناعي، وتقنيات البيانات الضخمة.

## 2. خصائص البيئة الرقمية

- الانتشار الواسع: حيث يمكن الوصول إلى المعلومات في أي وقت ومن أي مكان.
- التفاعل اللحظي: إذ تسمح البيئة الرقمية بالتواصل المباشر بين الأفراد والمؤسسات.
- المرونة والتكيف: حيث يمكن لوسائل الإعلام الرقمية التكيف مع احتياجات الجمهور من خلال تخصيص المحتوى بناءً على اهتماماتهم.
- التحديات الأمنية: مثل القرصنة، والتلاعب بالمعلومات، وانتشار الأخبار الزائفة.

## 3. تأثير البيئة الرقمية على الإعلام

- تحول نمط استهلاك الأخبار: إذ بات الجمهور يعتمد على الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي أكثر من الصحف والتلفزيون.
- ظهور نماذج جديدة للإعلام: مثل الصحافة التشاركية، حيث يساهم المستخدمون في إنشاء المحتوى الإعلامي.
- زيادة المنافسة بين المؤسسات الإعلامية: حيث تسعى وسائل الإعلام إلى تقديم محتوى أسرع وأكثر تفاعلاً لجذب الجمهور.

## الإطار التطبيقي:

يعتمد الإطار التطبيقي لهذا البحث على دراسة تأثير البيئة الرقمية على اللغة الإعلامية ووسائل الإعلام من خلال تحليل نماذج حقيقية من الإعلام الرقمي، ورصد التغيرات التي طرأت على اللغة الإعلامية، وأنماط التفاعل مع الجمهور.

## 1. منهجية الدراسة

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي لدراسة وتحليل التغيرات التي طرأت على اللغة الإعلامية في البيئة الرقمية، وذلك من خلال:

- تحليل محتوى بعض المنصات الإعلامية الرقمية (مثل الصحف الإلكترونية، والقنوات الإخبارية على وسائل التواصل الاجتماعي).
- مقارنة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي في استخدام اللغة الإعلامية.
- رصد تأثير التحولات الرقمية على التفاعل الجماهيري مع المحتوى الإعلامي.

## 2. عينة الدراسة

تم اختيار عينات عشوائية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، مثل: موقع إخباري عربي بارز:

BBC العربية.

دراسة تحليلية لموقع BBC العربية" ومقارنة بين الإعلام التقليدي والرقمي يعد موقع BBC العربية أحد أبرز المواقع الإخبارية الناطقة بالعربية، حيث يقدم محتوى موثوقًا عبر الإنترنت، وهو امتداد رقمي، لهيئة الإذاعة البريطانية (BBC) في ظل التحول الرقمي، أصبحت وسائل الإعلام تعتمد على الإنترنت لنشر الأخبار والتفاعل مع الجمهور. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل موقع BBC العربية رقميًا، ومقارنته بأسلوب الإعلام التقليدي، من حيث اللغة الإعلامية، سرعة نقل الأخبار، والتفاعل الجماهيري.

### أولاً: تحليل موقع BBC العربية الرقمي

#### 1. هيكل الموقع وتصميمه:

- يتميز موقع BBC العربية بتصميم بسيط ومنظم يعكس الأسلوب البريطاني في تقديم الأخبار (BBC, 2024).
- يحتوي على أقسام إخبارية متعددة مثل السياسة، الاقتصاد، التكنولوجيا، والرياضة، مما يسهل وصول المستخدمين إلى الأخبار المتنوعة.
- الموقع متوافق مع مختلف الأجهزة، مما يتيح تجربة مستخدم سلسة.

#### 2. اللغة الإعلامية المستخدمة

- تعتمد BBC العربية على اللغة الفصحى المعيارية لضمان الوضوح والمهنية. (Al-Sheikh, 2020)
- تستخدم عناوين جذابة ومختصرة، مثل:
  - "الاقتصاد العالمي يواجه أزمة جديدة بسبب التضخم"
  - "زلزال يضرب تركيا وتحذيرات من موجات تسونامي"
- المقالات تجمع بين التحليل العميق والأسلوب السري الميسر الذي يناسب القارئ الرقمي.

#### 3. الوسائط المتعددة

- توفر BBC العربية محتوى مرئيًا متنوعًا يشمل:
  - مقاطع فيديو قصيرة للأخبار العاجلة.
  - صور ذات جودة عالية لتعزيز المصداقية.
  - إنفوGRAفيك لشرح البيانات المعقدة. (Hassan, 2021)

#### 4. التفاعل مع الجمهور

- يتيح الموقع إمكانية مشاركة الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر وفيسبوك.
- يوفر BBC قسم "تعليقات الجمهور" على بعض المقالات، مما يعزز النقاشات العامة. (Salem, 2019)
- يتم نشر استطلاعات رأي على الموقع ووسائل التواصل الاجتماعي لفهم آراء الجمهور.

## 5. سرعة نشر الأخبار والتحديثات

- تعتمد BBC على التحديث اللحظي، حيث يتم تحديث الصفحة الرئيسية عدة مرات يوميًا وفقًا للأحداث الجارية.
- تقدم BBC خدمة الإشعارات الفورية على تطبيقها الرقمي لتنبيه المستخدمين بالأخبار العاجلة (BBC, 2024).

ثانيًا: مقارنة بين BBC التقليدية وBBC الرقمية

## BBC الرقمية (الموقع والتواصل الاجتماعي) BBC التقليدية (راديو/تلفزيون) العنصر

|                                       |                                |                    |
|---------------------------------------|--------------------------------|--------------------|
| محتوى متاح 7/24 مع تحديث فوري         | نشرات إخبارية وفق جدول زمني    | طريقة العرض        |
| تفاعل مباشر عبر التعليقات والمشاركة   | محدود عبر الاتصالات الهاتفية   | التفاعل مع الجمهور |
| نصوص، فيديو، صور، إنفوغرافيك          | صوت وصورة فقط                  | تنوع الوسائط       |
| تحديث فوري لحظة وقوع الحدث            | وفق جدول زمني محدد             | سرعة نشر الأخبار   |
| مزيج بين التحليل والتبسيط             | رسمية وتحليلية                 | اللغة الإعلامية    |
| تغطية شاملة للأحداث العالمية والمحلية | تركيز على القضايا الكبرى       | التغطية الخبرية    |
| مزيج بين المراسلين والتفاعل الجماهيري | مراسلون رسميون وتقارير ميدانية | مصدر المعلومات     |

ثالثًا: نتائج الدراسة

## 1. تحول جذري في استهلاك الأخبار

- يفضل الجمهور متابعة BBC عبر موقعها الرقمي بسبب السرعة وسهولة الوصول (Al-Farraj, 2023).

## 2. زيادة التفاعل الجماهيري

- أصبح الجمهور يشارك بفعالية من خلال التعليقات والاستطلاعات، مما جعل الإعلام الرقمي أكثر ديناميكية مقارنة بالتلفزيون التقليدي (Ammar, 2022).

## 3. تطور في أسلوب التحرير اللغوي

- في حين أن BBC التقليدية تعتمد على أسلوب تحليلي معمق، فإن BBC الرقمية تميل إلى الإيجاز والوضوح لملاءمة الجمهور الرقمي (Hassan, 2021).

## 4. تفوق الوسائط المتعددة

- محتوى BBC الرقمية أكثر جاذبية بفضل الصور، الفيديوهات، والبث المباشر، مما يعزز تفاعل الجمهور. (Salem, 2019)

#### 5. تحديات في الدقة مقابل السرعة

- بينما توفر النسخة الرقمية أخبارًا أسرع، قد يؤدي ذلك أحيانًا إلى أخطاء في نقل الأخبار العاجلة. (BBC, 2024)

الاستنتاجات المتوصل إليها :

#### 1. التحولات في اللغة الإعلامية في البيئة الرقمية

1. اختصار النصوص وزيادة الإيجاز: أصبح المحتوى الإعلامي أكثر إيجازًا، خاصة في العناوين والأخبار السريعة، بسبب طبيعة الاستهلاك السريع للمعلومات على الإنترنت.
2. اندماج الفصحى مع العامية: لوحظ في بعض الوسائل الإعلامية استخدام لغة أقرب إلى العامية، خصوصًا في المنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي، بهدف زيادة التفاعل الجماهيري.
3. استخدام المصطلحات الرقمية والرموز التعبيرية: وسائل الإعلام الرقمية تستخدم الرموز التعبيرية (Emojis) والمصطلحات الحديثة لزيادة التفاعل وجذب فئات الشباب.
4. تأثير الذكاء الاصطناعي على تحرير الأخبار: بدأت بعض المؤسسات الإعلامية في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لإنتاج المحتوى، مما أثر على الأسلوب اللغوي وجعله أكثر تنظيمًا، لكنه أحيانًا يقلل من الإبداع اللغوي.

#### 2. تأثير البيئة الرقمية على وسائل الإعلام

1. زيادة سرعة نقل الأخبار: الإعلام الرقمي مكّن من نشر الأخبار الفورية بسرعة تفوق الإعلام التقليدي، لكنه في بعض الحالات أدى إلى انتشار الأخبار الكاذبة.
2. تغير أنماط التفاعل مع الجمهور: أصبح الجمهور أكثر تفاعلًا من خلال التعليقات والمشاركة، مما أجبر المؤسسات الإعلامية على تغيير أسلوبها بما يتناسب مع ردود الفعل الفورية.
3. ظهور الإعلام التشاركي: لم يعد الإعلام مقتصرًا على المؤسسات، بل أصبح الجمهور جزءًا من عملية نقل الأخبار وصناعتها (الصحافة المواطنية).
4. زيادة الاعتماد على التحليلات الرقمية: المؤسسات الإعلامية أصبحت تستخدم البيانات الضخمة وتحليل التفاعل الجماهيري لتحديد أنواع المحتوى الأكثر جذبًا.

#### 3. التحديات الناتجة عن التحولات الرقمية

1. مصداقية المحتوى الإعلامي: أدى الانتشار السريع للأخبار إلى انتشار المعلومات غير الدقيقة والأخبار المزيفة.
2. التحديات اللغوية: ضعف الالتزام بقواعد اللغة في بعض المنصات الرقمية أدى إلى تراجع جودة اللغة الإعلامية.

3. هيمنة الخوارزميات على المحتوى: أصبحت خوارزميات منصات التواصل الاجتماعي تحدد أي المحتوى يصل إلى الجمهور، مما قد يؤثر على التنوع الإعلامي.

#### خاتمة :

يكشف تحليل موقع BBC العربية والتحولت التي طرأت على الإعلام الرقمي عن واقع جديد في صناعة الأخبار، حيث لم يعد الإعلام مقتصرًا على النماذج التقليدية مثل الصحف المطبوعة، الإذاعة، والتلفزيون، بل تحول إلى فضاء رقمي ديناميكي يعتمد على التحديث الفوري، التفاعل المباشر، والوسائط المتعددة.

ان الإعلام الرقمي لم يعد مجرد امتداد للإعلام التقليدي، بل أصبح نموذجًا مستقلًا بذاته، يتمتع بمزايا فريدة مثل المرونة، الوصول اللامحدود، والتفاعل مع الجمهور. ومع ذلك، فإن هذا التحول الرقمي يفرض تحديات جوهرية، أبرزها تحقيق التوازن بين سرعة النشر والمصداقية، حيث أصبحت بعض المنصات الإخبارية الرقمية تركز على سرعة التغطية أكثر من دقة المعلومات، مما قد يؤدي إلى نشر أخبار غير دقيقة أو غير مكتملة.

ومن ناحية أخرى، أظهر التحليل أن التغيرات في اللغة الإعلامية بين الإعلام التقليدي والرقمي لم تؤثر فقط على أسلوب التحرير، بل أعادت تشكيل علاقة الجمهور بالأخبار. فبينما يتطلب الإعلام التقليدي تركيزًا طويل الأمد وتحليلًا معمقًا، يعتمد الإعلام الرقمي على الإيجاز، الجاذبية، والتفاعل السريع. وهذا يعكس تحولًا أوسع في طريقة استهلاك الجمهور للأخبار، حيث بات القراء يفضلون المحتوى الذي يمكن استيعابه بسرعة عبر الهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي.

#### التوصيات :

##### 1. تحسين اللغة الإعلامية في البيئة الرقمية

- تعزيز الالتزام بالمعايير اللغوية في الإعلام الرقمي، مع الحفاظ على البساطة والوضوح.
- تدريب الصحفيين على تحقيق التوازن بين الفصحى والعامية وفقًا لسياق المحتوى والجمهور المستهدف.
- الحد من الاعتماد المفرط على الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار لضمان الحفاظ على الإبداع واللمسة الإنسانية في الكتابة.

##### 2. تعزيز مصداقية الإعلام الرقمي

- تطوير آليات للتحقق من الأخبار قبل نشرها لمواجهة الأخبار الكاذبة.
- زيادة الوعي الجماهيري بأساليب التحقق من الأخبار المضللة.
- تشجيع المؤسسات الإعلامية على الالتزام بالمعايير الأخلاقية في نشر المحتوى.

##### 3. تحسين تفاعل وسائل الإعلام مع الجمهور

- اعتماد استراتيجيات جديدة في التفاعل مع الجمهور، مثل التقارير التفاعلية، الفيديوهات القصيرة، والبلث المباشر.

- استخدام أدوات تحليل البيانات لفهم احتياجات الجمهور وإنتاج محتوى يتناسب معها.
- تعزيز الإعلام التشاركي من خلال فتح المجال أمام الجمهور للمساهمة في تقديم المعلومات والتحليلات.

#### 4. تطوير سياسات الإعلام الرقمي

- وضع تشريعات لتنظيم المحتوى الإعلامي الرقمي وضمان عدم استخدامه للتضليل أو نشر الكراهية.
- دعم الصحافة الاستقصائية الرقمية التي تعتمد على البحث العميق بدلاً من الأخبار السريعة غير الموثوقة.

- تعزيز التعاون بين الحكومات ومؤسسات الإعلام لمواجهة التحديات الرقمية.

#### التوقعات والرؤية المستقبلية للإعلام الرقمي:

مع استمرار التطور التكنولوجي، من المتوقع أن يزداد الاعتماد على الذكاء الاصطناعي والتحليلات البيانية في تخصيص المحتوى الإخباري لكل مستخدم وفقاً لاهتماماته، مما سيجعل التجربة الإعلامية أكثر شخصية وديناميكية. كما أن الصحافة الاستقصائية الرقمية ستكتسب أهمية متزايدة في مواجهة التضليل الإعلامي، مما يتطلب تعزيز آليات التدقيق والتحقق من المعلومات قبل النشر.

لضمان مستقبل مستدام للإعلام الرقمي، يجب على المؤسسات الإخبارية مثل BBC العربية اعتماد استراتيجيات تجمع بين سرعة النشر، جودة المحتوى، وتفاعل الجمهور، مع التركيز على الشفافية، التحقق من المصادر، والتوازن بين التحليل العميق والتغطية السريعة.

وفي النهاية، لا يمكن اعتبار الإعلام الرقمي مجرد بديل عن الإعلام التقليدي، بل هو تطور طبيعي في مسيرة الإعلام العالمي، حيث تتداخل الوسائط المختلفة لتقديم تجربة إخبارية شاملة تلبي احتياجات المتلقي العصري. التحدي الأكبر يكمن في قدرة المؤسسات الإعلامية على مواكبة هذه التغيرات دون التفريط في المعايير المهنية والأخلاقية التي تشكل جوهر الصحافة الحقيقية.

## المراجع :

- ابن منظور، محمد بن مكرم. (2003). لسان العرب (المجلد 15). دار صادر.
- عبد الرحمن، حسن. (2010). اللغة الإعلامية: خصائصها ووظائفها. دار الفكر العربي.
- الشريف، أحمد. (2018). التحولات الرقمية وتأثيرها على اللغة الإعلامية في الصحافة الحديثة. المجلة العربية للإعلام الرقمي، 5(2)، 112-130.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.
- ناموس، م.د. جمال عبد. (2020). انعكاسات البيئة الرقمية وتأثيراتها على الصحفيين العاملين في الصحافة العراقية: (دراسة ميدانية على الصحفيين العاملين في صحف الزمان والمدة والصباح والمشرق والزوراء والصباح الجديد). المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 13(13)، 204-225. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.13.2020.95>
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- عبد الله، ياسر. (2018). التكنولوجيا الرقمية وتأثيرها على الاتصال والإعلام. دار الفكر العربي
- عبد الرحمن، حسن. (2010). اللغة الإعلامية: خصائصها ووظائفها. دار الفكر العربي.
- الشريف، أحمد. (2018). التحولات الرقمية وتأثيرها على اللغة الإعلامية في الصحافة الحديثة. المجلة العربية للإعلام الرقمي، 5(2)، 112-130.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.
- عبد الرحمن، حسن. (2012). الإعلام والاتصال في العصر الرقمي. دار الفكر العربي.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- عبد الله، ياسر. (2018). التكنولوجيا الرقمية وتأثيرها على الاتصال والإعلام. دار الفكر العربي.

- الفرج، ر. (2023). الصحافة الرقمية وتفاعل الجمهور في العالم العربي. *مجلة دراسات الإعلام، 15* (3)، 45-67.
- الشيخ، م. (2020). تأثير الإعلام الرقمي على لغة الأخبار العربية. *المجلة العربية للاتصال، 8* (2)، 89-104.
- عمار، ت. (2022). وسائل التواصل الاجتماعي واستهلاك الأخبار: دراسة حالة موقع BBC العربية. *المجلة الدولية للإعلام الرقمي، 5* (4)، 33-55.
- سالم، ه. (2019). الصحافة الرقمية مقابل الصحافة التقليدية: دراسة مقارنة. *مراجعة الإعلام العربي، 12* (5)، 75-98.
- BBC. (2024). About BBC Arabic. Retrieved from [www.bbc.com/arabic](http://www.bbc.com/arabic)
- Hassan, L. (2021). The Role of Multimedia in Enhancing News Delivery. *Media & Communication Research, 10*(1), 120-135.
- Salem, H. (2019). Digital Journalism vs. Traditional Journalism: A Comparative Study. *Arab Media Review, 12*(5), 75-98.
- صقر، غادة موسى إبراهيم. (2021). تأثير البيئة الرقمية والذكاء الاصطناعي على الصحافة الإلكترونية في مصر: مقارنة نظرية. *مجلة البحوث الإعلامية، 56* (5)، 1-30. <https://doi.org/10.21608/jkom.2021.226466>
- بن الصغير، يعقوب. (2023). هندسة الإعلام في ظل البيئة الرقمية: بين تأثيثية المحتوى الرقمي ومكاسب الذكاء الاصطناعي. *المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، 8* (2)، 222-242. <https://doi.org/10.59791/arhs.v8i2.1974>