

المحاضرة الثانية: مستويات اللغة

ترتكز مستويات اللغة الإعلامية في استخدام العبارات المناسبة واختيار مستوى اللغة المناسب من حيث العبارات والايجابية والسلبية... إلخ، وهذا ما سنتطرق اليه في العناصر التالية:

- **استخدام العناوين والعبارات الجذابة:** غالبا ما تستخدم وسائل الاعلام لغة موجزة أو استفزازية أو مشحونة عاطفيا لجذب انتباه الجمهور واثارة اهتمامه، فتعمل هذه العناوين كقوابة للمعلومات المقدمة وتساهم في تأطير الموضوع وتشكيل إدراك اولي للقراء، وغالبا ما تتميز لغة الاعلام بلهجتها وانحيازها، فيختار الصحفيون والكتاب كلمات وصفات محددة لإنشاء نغمة معينة تتوافق مع رسائلهم المقصودة.
- **اختيار اللغة الإيجابية أو السلبية:** يمكن ان يساهم هذا في تشكيل تصور القراء للأحداث أو الافراد أو الأفكار بشكل إيجابي أو سلبي.
- **استخدام الاثارة والنداءات العاطفية:** وهذا لإثارة ردود فعل قوية من الجمهور اتجاه الحدث، ويمكن ملاحظة هذا في التغطيات الإخبارية، حيث يتم استخدام اللغة الدرامية والصور الحية والحكايات الشخصية لزيادة المشاركة العاطفية من خلال مناشدة مشاعر الناس، كما يمكن لوسائل الاعلام من خلال اللغة أن تخلق شعورا بالإلحاح أو الأهمية لقضية ما وان تحتفظ بانتباه الجمهور لهذه القضية.
- **تتمتع اللغة الإعلامية بالقدرة على تأطير القضايا وتشكيل الرأي العام من منظور معين:** وهذا يمكن ان يكون من خلال اختيار كلمات معينة في النص الإعلامي أو التأكيد على جوانب ما فيه واغفال جوانب أخرى، وهذا يؤثر على تفسير القراء وفهمهم للحدث أو الموضوع، ويمكن ان يتماشى هذا الإطار مع اجندة وسائل الاعلام مما يعزز روايات محددة ويشكل الخطاب العام.

- تعتمد اللغة الإعلامية على اللغة المكتوبة وأيضا اللغة المرئية: كالصور والرسوم البيانية ومقاطع الفيديو لتلعب دورا حاسما في إيصال الرسائل وتحقيق الجذب الجماهيري، وللوسائل الجماهيرية قدرة كبيرة في تحسين المحتوى المكتوب وتعزيزه واثارة المشاعر وتبسيط المعلومات المعقدة.
- غالبًا ما تتضمن لغة الوسائط المصطلحات واللغة التقنية الخاصة بصناعات أو مجالات معينة: يمكن ملاحظة هذا في تلك المقالات الإخبارية المتعلقة بالعلوم أو التكنولوجيا أو التمويل أو القانون، حيث يتم استخدام المصطلحات المتخصصة، وفي حين أن المصطلحات يمكن أن توفر الدقة في سياق معين (الخبرة)، إلا أنها يمكن أن تشكل أيضًا عائقًا أمام الفهم بالنسبة للجماهير التي ليست على دراية بالمصطلحات أو التي لا تنتمي لذلك السياق (الخبرة). فمن المهم للصحفيين تحقيق التوازن بين استخدام اللغة التقنية للتأكد من الدقة وضمان بقاء المحتوى في متناول جمهور أوسع.
- كثيرًا ما تستخدم وسائل الإعلام مقاطع صوتية واقتباسات: من أفراد رئيسيين لإضافة المصدقية أو تعزيز تأثير قصصهم.
- غالبا ما يتم اختيار العبارات: المختصرة والملفتة للانتباه بشكل استراتيجي لدعم رواية أو وجهة نظر معينة.
- يمكن أن تعمل اللقطات الصوتية على تبسيط القضايا المعقدة ولكنها قد تفتقر أيضًا إلى الفروق الدقيقة والسياق: من المهم بالنسبة لمستهلكي محتوى وسائل الإعلام أن يأخذوا بعين الاعتبار السياق الكامل للاقتباس وأن يحلوا آثاره بشكل نقدي قبل تكوين الآراء.
- يمكن للغة الإعلام أن تديم الصور النمطية: من خلال استخدام اللغة أو الصور النمطية، وتعمل الصور النمطية على تبسيط الهويات الاجتماعية المعقدة ويمكن أن تؤدي إلى التحريف والتحيز والتمييز،

ويجب على الصحفيين والإعلاميين أن ينتبهوا إلى اللغة التي يستخدمونها وأن يسعوا جاهدين لتعزيز التمثيل الدقيق والمحترم للمجتمعات المتنوعة.

- غالبًا ما تتضمن وسائل الإعلام مقالات رأي ومقالات افتتاحية إلى جانب المقالات الإخبارية: تعبر هذه الأشكال من اللغة الإعلامية بوضوح عن وجهة نظر المؤلف أو تفسيره للأحداث، في حين أن الموضوعية هي مبدأ أساسي للصحافة، فإن مقالات الرأي توفر منصة للتحليل والتعليق والنقاش، ومن المهم بالنسبة لمستهلكي وسائل الإعلام أن يفرقوا بين التقارير الإخبارية ومقالات الرأي لفهم وجهات النظر المختلفة المقدمة.

- في عصر المعلومات المضللة و"الأخبار المزيفة"، أصبح التحقق من الحقائق والدقيق من صحتها عنصرتين أساسيتين في اللغة الإعلامية: فيسعى الصحفيون والمؤسسات الإعلامية المسؤولة إلى التحقق من المعلومات قبل نشرها، مما يضمن الدقة والمصداقية. (Maxmudova, 2024).