



الكلية : الآداب

القسم او الفرع : قسم الإعلام

المرحلة: الرابعة

أستاذ المادة : أ.م.د. صدام علي صالح

اسم المادة باللغة العربية : اللغة الإعلامية

اسم المادة باللغة الإنكليزية : Media Language

اسم المحاضرة العاشرة باللغة العربية: الحياد في اللغة الإعلامية

اسم المحاضرة العاشرة باللغة الإنكليزية : Neutrality and Bias in Media Language

محتوى المحاضرة العاشرة

الحياد في اللغة الإعلامية :

الحياد في اللغة الإعلامية: هو التزام الصحفي أو الوسيلة الإعلامية بنقل المعلومات والأخبار دون انحياز أو تفضيل لطرف على آخر، مع الحفاظ على الدقة والموضوعية، وتجنب استخدام لغة تحمل أحكاماً أو توجهات شخصية.

أبرز مظاهر الحياد في اللغة الإعلامية:

1- استخدام لغة موضوعية ومحيدة

2- الابتعاد عن الصفات العاطفية أو التقييمية (مثل: "الشرير"، "البطل")، واستخدام مصطلحات دقيقة مثل: "قال"، بدلاً من "أدعى" أو "زعم" إلا إذا كان هناك شك موثق.

3- عرض وجهات النظر كافة

4- إعطاء كل الأطراف مساحة لعرض آرائهم دون تمييز، مع الإشارة إلى المصادر بوضوح.

5- تجنب التعميم والتحريض: مثلاً، عدم استخدام عبارات مثل كلهم كذا" أو دائماً ما يفعلون كذا"، خصوصاً عندما يتعلق الأمر بجماعات أو قضايا خلافية.

6- عدم إقحام الرأي الشخصي: الصحفي لا يعبر عن رأيه في المادة الخبرية أو التقرير، بل يعرض الوقائع كما هي، ويترك الحكم للجمهور .

7- اختيار العناوين بعناية بحيث تعكس مضمون الخبر بدقة دون إثارة أو مبالغة أو تحوير. مثال على لغة غير حيادية أقدم الجنود الوحشيون على مجزرة جديدة في البلدة المسالمة."

مثال على لغة حيادية أفادت مصادر محلية بوقوع عدد من القتلى خلال عملية عسكرية نفذها الجيش في البلدة."

الانحياز في اللغة الإعلامية

تعد اللغة الإعلامية واحدة من الأدوات الرئيسية التي تشكل صورة الأخبار في أذهان الجمهور، حيث تلعب دوراً كبيراً في توجيه الرأي العام. يعتبر الانحياز في اللغة الإعلامية ظهوراً لهذه السياسة اللغوية الموجهة نحو جهة معينة أو رأي محدد، سواء كان ذلك بشكل مباشر أو ضمني. فيما يلي نستعرض تعريف الانحياز اللغوي ملامحه وأمثلة على ذلك، بالإضافة إلى تأثيراته على الجمهور.

تعريف الانحياز في اللغة الإعلامية

الانحياز في اللغة الإعلامية: هو استخدام أسلوب لغوي متحيز يُظهر الأحداث أو الأشخاص بصورة تفضل جهة دون أخرى عبر اختيار كلمات أو عبارات تحمل شحنة عاطفية أو تقييمية. يهدف هذا النوع من الانحياز إلى توجيه تفكير المتلقي نحو موقف معين دون أن تظهر تلك الميول بشكل صريح.

مظاهر الانحياز في اللغة الإعلامية

1- اختيار الألفاظ والتصنيفات:

2- استخدام مصطلحات تحمل تقييمات إيجابية أو سلبية عند وصف جهات أو أحداث محددة. مثال: وصف

مجموعة بأنها "أبطال" مقابل وصف أخرى بأنها "متمردة" أو "إرهابية".

3- اللغويات العاطفية والانفعالية: إدخال عناصر عاطفية في النصوص الإعلامية، مثل استخدام كلمات "مجزرة"

أو "وحشية" بدلاً من استخدام أوصاف محايدة كـ "اشتباكات" أو "حادث". مثال: عبارة قصف قاتل" مقابل

قصف عسكري"؛ الأولى تحمل توترا عاطفيا وتقييما سلبيا .

6- الترتيب والتخصيص في العرض: ترتيب الأخبار بطريقة تبرز الجانب السلبي أو الإيجابي لطرف معين، ما

يمكن أن يؤثر على استجابة المتلقي وتفسيره للأحداث.

مثال: وضع أخبار تؤكد على الخسائر البشرية أمام أخبار تبين ملابسات النزاع أو السياق السياسي للأحداث.

7- الاقتباسات والاعتماد على مصادر محددة

8- اختيار المصادر التي تحمل نفس النظرة المسبقة أو الاعتماد على تصريحات تعكس موقفا معينا دون تقديم

وجهات نظر بديلة. مثال: اقتباس تصريحات تعزز موقفا ضد جهة معينة دون ذكر تصريحات مساندة لها من جهة

أخرى.

تأثير الانحياز اللغوي على الجمهور:

1- تشويه الواقع: يسهم الانحياز في تقديم صورة مشوهة عن الوقائع، مما يؤدي إلى تضليل المتلقي وتشويه

الحقائق.

2- تعزيز الانقسامات المجتمعية: عندما يتلقى الجمهور أخباراً من مصادر منحازة، قد يزيد ذلك من التفكك

الاجتماعي وتعزيز الانقسامات القائمة بين الأطراف المختلفة.

3- تقييد النقاش العام: يؤدي الاعتماد المتواصل على لغة منحازة إلى صعوبة النقاش الموضوعي، حيث يُصبح

الموقف متحيزاً مسبقاً ولا يسمح بتبادل وجهات النظر بحرية.

4- فقدان الثقة في الإعلام: عندما تلاحظ الانحيازات في الأخبار والتقارير، قد يفقد الجمهور الثقة في الوسائل

الإعلامية كمصدر موثوق للمعلومات.

كيفية التعرف على الانحياز في اللغة الإعلامية:

- 1- تحليل المصطلحات المستخدمة: النظر في الكلمات والعبارات المستخدمة؛ فإذا لاحظت إشارات تقييمية أو عاطفية غير مبررة، فقد تكون هناك محاولة للانحياز ...
 - 2- مقارنة تغطيات مصادر مختلفة: مقارنة الخبر نفسه بين مصادر إعلامية متعددة؛ إذ يمكن أن يتفاوت الوصف والتفسير بحسب توجه كل جهة.
 - 3- التحقق من المصادر والاقتباسات: مراجعة المصادر المقتبسة والتأكد من تنوعها، حيث أن عرض وجهة نظر واحدة فقط يشير غالباً إلى انحياز في التغطية.
 - 4- التفكير النقدي: تقييم المعلومات بشكل نقدي والنظر في الملابسات والأحداث المحيطة بالخبر دون قبول الصورة المطروحة على علاتها
- وختاماً يمثل الانحياز في اللغة الإعلامية أحد أهم التحديات التي تواجه الإعلام الحديث، إذ يسهم في تشكيل رؤى ضيقة وموجهة لدى الجمهور. لذلك، يصبح من الضروري على القراء تنمية مهارات التفكير النقدي والاطلاع على مصادر متعددة لتكوين فهم أعمق وشامل للوقائع الحفاظ على الحياد في صياغة النصوص الإعلامية يعد مطلباً أساسياً لتوفير بيئة معلوماتية شفافة ومتوازنة تخدم مصلحة الحقيقة والمجتمع