

# لغة الإعلام

للدكتور تمام حسان

الإيقاع فيعين الإيقاع على جذب انتباه السامع إليها وتأثره بها . ذلك بيان مناط الإيقاع في الكلام إنما هو النبر وكميات الجمل . أما النبر فيكمن في إظهار جزء من النطق على ما عداه وذلك بواسطة تسليط قدر من النفس على الأوتار الصوتية في نطق مقطع من مقاطع الكلمة أكبر مما يكون مسلطاً على الأوتار الصوتية في أثناء نطق المقاطع الأخرى . فإذا قلنا مثلاً : « مجمع اللغة العربية » فالنبر على أول مقاطع المضاف ( مـج ) وعلى ضمة اللام من « اللغة » وعلى المقطع ( بي ) من « العربية » فإذا انتظمت المسافات بين نبر ونبر أو تقاربت كان من نتائج انتظامها أو تقاربها ما يعرف باسم الإيقاع مثال انتظامها تطابق المسافات في قولنا :  
\* من تأنى نال ما تمنى \*

لعل أوضح ما في الإعلام أنه دعوة إلى قبول أمر بعينه ومحاولة للإقناع بصدق دعوى لم يتم على صدقها دليل سابق . من أجل هذه الدعوة وتلك الدعوى تصاغ اللغة بكمييات خاصة في تراكيبيها وأساليبها وفي أفكارها ومعانيها وفي بوحها وكتامها وفي تصريحها وتلمييحها وإيحائها بما لم يقل وفي مخاطبتها للعقل حيناً والعاطفة حيناً آخر . وسنسلم إماماً رقيقاً فيما يلي بشيء من خصائص لغة الإعلام من حيث :

التراكيب - الأسلوب - الأفكار -  
طابع الاتصال الإعلاني - تسخير العلم والتكنولوجيا والفن ... الإعلام المنطوق والإعلام المكتوب - الحرب الباردة .

إن لغة الإعلام بحكم وظيفتها والغاية منها تفضل الجمل البسيطة السريعة إلى الاستيعاب والفهم والتي تأذن بقدر من

( \* ) ألقى البحث في الجلسة الثالثة ليوم الأربعاء ٢٤ / ٢ / ١٩٨٨ م .

إذ نجد بين كل مقطعين وقع النبر  
عليهما مقطعاً واحداً لم يقع عليه النبر  
هكذا :

من - ت - أن - نا - نا - ل - ما -  
ت - من - نا

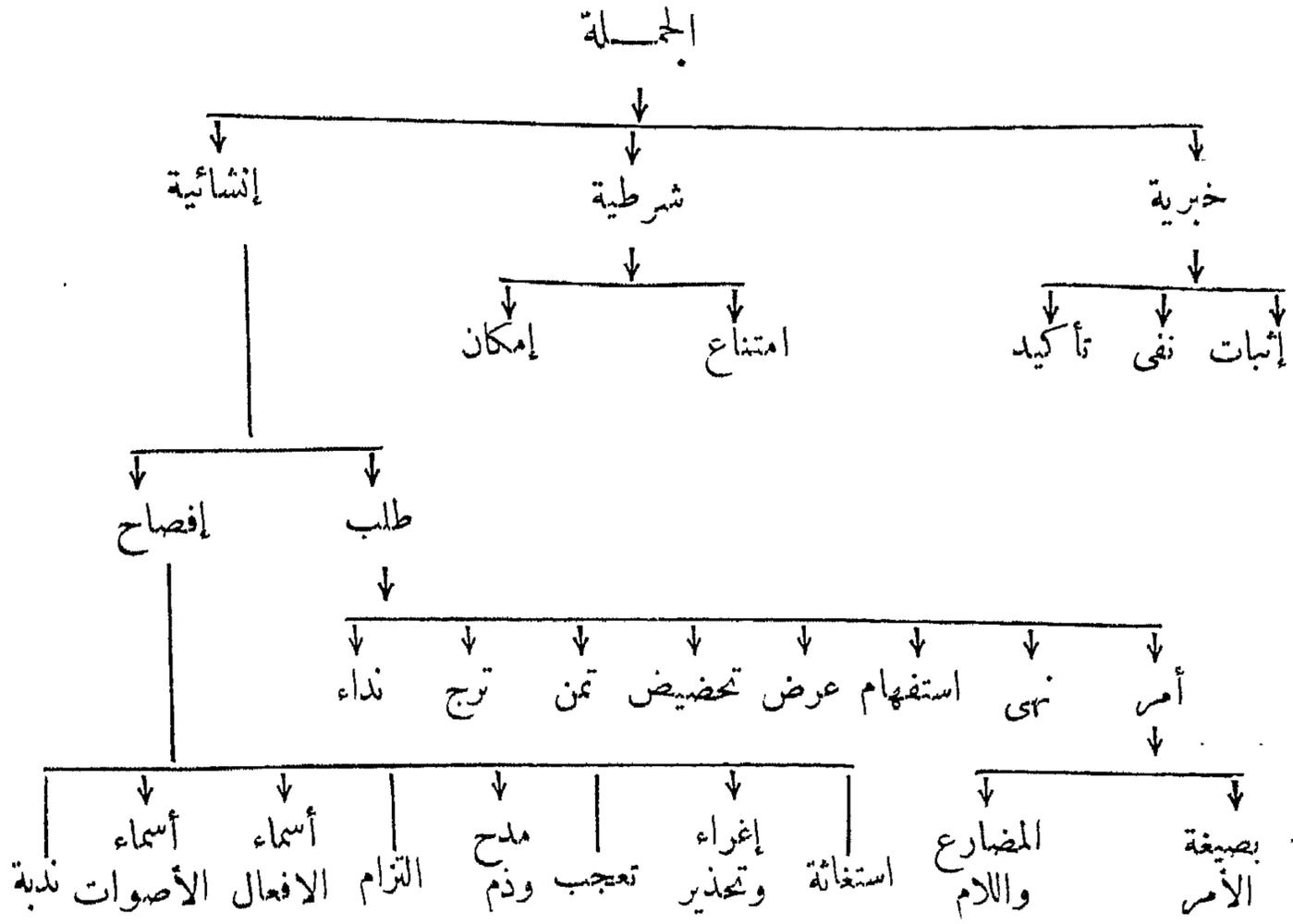
وليس كل قول يعجرى على هذا النحو  
الدقيق الانتظام إذ قد تكون المسافة بين  
النبرين مقطعين أو ثلاثة ثم يبقى الإيقاع  
إيقاعاً ولنا على ذلك شاهد من زحافات  
الشعر وعمله التي لا تطعن في كونه شعراً  
موزوناً على رغم ما تخلفه من اختلاف  
بين أطراد النظرية وتباين التطبيق .  
انظر إلى اختلاف المسافات وبقاء الإيقاع  
في قوله تعالى : « لَيْلَةُ الْقَدْرِ خَيْرٌ مِنْ  
أَلْفِ شَهْرٍ » هكذا :

ل - ل - تل - قد - رخي - رن - من -  
أل - ف - شهر

يضاف إلى هذا الإيقاع المقطعي إيقاع

آخر تركيبى يتمثل في قصر الجمل ،  
وبساطتها إذ تبدو الجملة خفيفة على  
اللسان أثيرة في الأذان لا ترسف في قيود  
الموصلات وصلاتها الطويلة ولا في الجمل  
الحالية عند إمكان الحال المفردة ولا في  
الصفات المركبة عند إمكان الوصف المفرد  
ولا في كثرة الظروف والمجرورات المتعلقة  
بالفظ. واحد وهلم جراً مما يصلح لخطاب  
المتدربين في استعمال اللغة لا لخطاب  
سواد الشعوب . ولا شك أن لغة الإعلام  
إنما هي وسيلة الاتصال بسواد الشعوب .

والجملة السائدة في لغة الإعلام هي  
الجملة الخبرية - يؤخذ ذلك أولاً من  
ملاحظة طبيعة الاتصال الإعلامي ويؤخذ  
ثانياً من تأمل لفظ « الإعلام » وما يحمله  
من دلالة . فالإعلام « نقل المعلوم إلى  
غير العالم به » فإذا تأهنا أنواع الجملة  
وجدناها على النحو التالي :



مختلفة للوصول إلى أثر مطلوب فلا قيد عليه في اختيار نوع الجملة الذي يختار.

ولغة الإعلام كلغة السياسة تفضل في تراكيبها عدم التورط كلما كان ذلك مستحباً ومن ثم تستغني في الكثير من الحالات بأفعال المطاوعة والبناء للمجهول عن التورط. في ذكر من أوقع الحدث فالبناء « ينهدم » ولكن لا داعي للذكر من هدمه والمعاناة « تتصل » ولا يذكر من وصلها وكان سبباً لها واللثام « أميط. » عن معلومات بعينها دون ذكر لمن أماطه ، ولعل الفارق بين المطاوع والمبني للمجهول

فالجملة الخبرية أصلح تلك الأنواع لنقل المعلومات ، أما ما عداها فإن الجملة الطلبية هي الأصلح في مقام الحشد والتحريض في الأزمات القومية بالدعوة إلى المشاركة في الجهود القومية على حين نجد الجمل الإفصاحية تسود في الشعر وفنون الأدب الأخرى . والمقصود بلفظ « تسود » أن النوع المذكور يرد في الكلام أكثر مما يرد غيره من الأنواع وليس المقصود أنه يستقل بالورود . ذلك بأن مطالب القول قد تختلف بين لحظة وأخرى والتكلم قد يصرف كلامه في اتجاهات

أن المطاوع لا يصاغ من الفعل إلا أن يكون للمفعول قدرة على رد الحدث أو مقاومة وقوعه ومن ثم لا يقال : « أنضرب فلان » ولا « انلعبت المباراة » ولا « انقتل القتييل » لأن الضرب إذا وقع فقد وقع ولأن المباراة لا وجود لها معيناً فتقاوم اللعب ، ولأن القتييل لا يرد عن نفسه القتل . أما المبني للمجهول فصالح في كل حالة وإن افتقر إلى الجار والمجرور كما في « أثنى على فلان » و « استقيم على الطريق » . وهكذا تجد لغة الإعلام مهرباً

من التورط بواسطة إيراد عبارة « مثل انفجرت القنبيلة » دون القول بأنها « فجرها فلان » ، وفي القول بأنه « علم أن بعض العناصر تسعى إلى كذا » بدون ذكر مصدر المعلومات ولا من بلغة العلم بها .

ولغة الإعلام مولعة باختيار الصفات إيجاباً وسلباً لبعض الموصوفات سعياً إلى ترسيخ اعتقاد هذه الصفات في أذهان سواد الناس لاحظ مثلاً عبارات مثل : « الشعب النبيل » و « الأرض الطاهرة » و « الهجوم الشرس » و « العهد البائد » و « الطبقات الكادحة » و « التحكم

البغيض » و « المظاهرات الصاخبة » و « الشهداء الأبرار » و « الحروب الطاحنة » و « الجنود الأبطال » وهلم جرا فإذا لصقت هذه الصفات بموصوفاتها في لغة سواد الشعب كان لها من القيمة الإقناعية ما يكون عند المشاهدة لأنها إذا فاتها أن تدرك بالعين فقد أحلت الأذن محل العين سماعاً وحل محلها اللسان نطقاً وما ظنك بجارحتين تتضافران على أداء ما تقوم به جارحة واحدة ؟

ومن هذا القبيل أيضاً ما نلمحه في لغة الإعلام من الإحالة إلى أمور غير مسلمة أو إلى وقائع ذات صلة ضعيفة بالموقف الحاضر فمن الإحالة إلى غير المسلمات أن يقول القائل رداً على سؤال اتجه إليه في مؤتمر صحفى : « إن موقفنا واضح من هذه القضية » ويكتفى بهذه العبارة عن شرح الموقف أو يحيل السائل إلى بيان نشر أو أذيع في ظرف سابق ومن الإحالة إلى وقائع ضعيفة الصلة بالموقف الحاضر أن يجرى قياً ما بين موقفه السلبي الحاضر وموقف إيجابى سابق من قضية أخرى محتملاً بالإيجاب السابق من مغبة السلب

٢- المصدر المضاف نحو « زيارة الأصدقاء تسر النفس » إذ يمكن أن يكون الزائر هو المتكلم أو الأصدقاء .

٣- الصفة بعد التركيب الإضافي نحو « أعجبت بدار الكتب المصرية » ، فهل المصرية هي الدار أو الكتب ؟ .

٤- الحال عند تعدد ما يصلح لها نحو : « غادرت غاضباً » فمن الغاضب ؟ الفاعل أم المفعول ؟

٥- الخبر والإنشاء نحو : « بارك الله في زيد » فهل ذلك إخبار عنه أو دعاء له ؟

٦- تعدد احتمالات عود الضمير نحو : « أخبر زيد عمراً أن أباه قادم » لا يدري لمن الأب ؟ وكذلك : « رجا التلميذ معلمه أن يعيد قراءة الدرس » فأيهما سيكون القارئ ؟

٧- احتمالات معنى « ما » نحو : « ما أوصلك لأهلك » لا يدري إن كان المقصود الاستفهام أو التعجب .

٨- العطف على المتضاميين نحو : « ذهب إلى أبناء زيد وعمرو » هل عطف عمرو على الأبناء أو على زيد ؟

الحاضر . ويمكن أن نسمى هذا المسلك في لغة الإعلام باسم « الهروب » إذا لم نسمه باسم آخر هو « التضليل » . وقديماً اعترض بعض الناس على تعريف اللغة بأنها « وسيلة لنقل الأفكار » ، فقال : « ما أبعد هذا التعريف عن تحديد طبيعة اللغة لأن اللغة في أكثر المناسبات تمثل وسيلة لإخفاء الأفكار » ، وإذا علمنا أن صاحب هذا الاعتراض هو « تاليران » فهمنا دافعه إلى الاعتراض المذكور الذي لا يأتي إلا من رجل تمرس بالسياسة ودروها الملتوية .

وقد تتجه لغة الإعلام عند الضرورة إلى التراكيب التي تحتل أكثر من معنى لتصل بها إلى لبس مقصود أو تعمية أو مغالطة . والمعروف أن كل لغة من لغات العالم تعرف من التراكيب ما يأذن للباس أن يقع . وفي لغتنا العربية شيء غير يسير من هذه التراكيب كما يبدو في الصور الآتية :

١- المصدر المفرد المتعدى نحو : « أنت أولى بالإنصاف » إذ لا يدري ما إذا كان المقصود « أن تنصف » أو « أن تنصيف »

ولغة الإعلام تخاطب سواد الشعب  
ومن ثم كان عليها أن تتوخى بعض  
المعايير في أسلوبها حتى تكون مفهومة  
ومؤثرة وأوضح هذه المعايير البساطة :  
والتكرار . فأمَّا البساطة فهي البعد عن  
التأنق في العبارات وعن الأساليب البيانية  
البعيدة التناول بحيث يستطيع كل من  
سمع العبارة أن يستوعب مضمونها أو أن  
يستوعب منها مضموناً ما ( إذ ليس من  
شأن السامع أن يفهم دائماً ما أراده  
المتكلم على وجهه المطلوب ) ، لأن عمل  
المتكلم في برمجة صياغة العبارة يختلف  
عن عمل السامع في تحليلها فالخطان غير  
متوازيين ولا يلزم من وحدة العبارة أن  
ننتهي إلى وحدة الفهم . والواضح أن  
تباين الأفهام مع العبارات البسيطة أقل  
منه مع العبارات المنمقة وهو مع الأسلوب  
الحقيقي أقل منه مع الأساليب المجازية .  
وهكذا تصبح البساطة مطلباً لا تسامح في  
شأنه من مطالب لغة الإعلام .

ومن الثابت أن التكرار والإلحاح على  
العبارة ذو أثر بين في اعتقاد صدقها  
حتى عندما يكون من البين أنها تخالف

٩- احتمالات معنى اللام نجو :  
« اشتريت ضيعة لزيد » هل اشتراها من  
أجل زيد أو من زيد ؟

١٠- احتمالات تعليق الجار والمجرور  
نجو : « مات زيد مجاهداً في سبيل  
وطنه » هل مات في سبيل وطنه أو كان  
مجاهداً في سبيل وطنه ؟

١١- احتمال المفعولية والظرفية نحو :  
« أحببت يوم الجمعة » فهل أحب اليوم  
أو أحب في اليوم ؟

١٢- احتمال المفعولية والمصاحبة نحو :  
« أحببت سلمى و قدوم الربيع » فهل وقع  
الحب على قدوم الربيع أو في قدوم الربيع .

بمثل هذه التراكيب أيضاً تستطيع لغة  
الإعلام أن تتفادى الوضوح المؤدى إلى  
التورط هرباً إلى اللبس والتلاعب بالعبارات  
وكلنا سمع عن عبارة قرار مجلس الأمن  
رقم ٢٤٢ وما أثاره تنكير لفظ « أراض »  
إلى الترجمة العربية من لبس إدى إلى  
إجهاض القرار نفسه وحرمانه من طاقة  
حل المشكلة التي صيغ من أجلها .

المنطق وطبائع الأشياء . ولو أن إنساناً  
مستقيم التفكير ألحقت على سمعه أنباء  
الجن والشياطين وشطحات الصوفية وأهل  
الخطوة منهم كدعوى وجود ضريحين  
لشخص واحد في مكانين متباعدين أو أن  
فلاناً يجد رزقه في الخلوة تحت السجادة  
كل يوم لانتهى بآثر التكرار والإلحاح  
على هذه الدعاوى إلى اعتقاده إياها .  
والتكرار من حيل الإعلام الإسرائيلي  
المؤثرة . لقد عمدت إسرائيل إلى تسمية  
الأراضي العربية المحتلة باسم « الأراضي  
المدارة » حتى تبعها الإعلام الغربي في هذه  
التسمية ثم تخفف الإعلام الإسرائيلي من  
الصفة واقتصر على استعمال الموصوف حتى  
أصبحت الأراضي العربية المحتلة تعرف  
في الغرب باسم « الأراضي » فقط .  
ومثل ذلك أنها تسمى الفلسطينيين الذين  
لم يهاجروا من رقعتها قبل ١٩٦٧ م باسم  
« العرب الإسرائيلييين » تجنباً لذكر  
فلسطين أو الفلسطينيين وتبعها الإعلام  
الغربي في ذلك بتأثير التكرار والإلحاح  
في التكرار ومن ذلك أيضاً أن تسمى  
عدوانها حرباً وقائية وهكذا .

ولغة الإعلام تصطنع من أساليب  
المداورة والمغالطة ما تستطيع به أن تطمس  
ما لا ينفعها من الحقائق . فقد تعمد إلى  
ما يعرف بتسريب الأخبار الكاذبة بعد  
أن تحسن صوغها وتتنقن اختلاقها لتكون  
صالحة للتصديق . وقد تفعل ذلك إيجاباً  
بدعوى حدوث مضمون الخبر أو سلباً  
بنفي وقوعه لتشير بالنفي دواعي الإثبات .  
فلقد يحدث أن تريد دولة تخويف دولة  
أخرى مجاورة تكن لها العداوة فيكون  
سبيلها إلى ذلك أحد أمرين : فإما أن  
تعمل على تسريب خبر يفيد أن عندها  
سلاحاً سرياً كالتنبلة الذرية أو الغازات  
السامة ... إلخ . وإما أن تنفي هذا الخبر  
وإن لم يقله قبل النفي قائل وذلك أن  
تذيع في وسائل إعلامها كلاماً مضمونه  
أن بعض الجهات زعمت أن الدولة المعنية  
تمتلك السلاح الفلاني وقد صرح مسؤول  
بأن هذا الخبر غير دقيق . فحين يرى  
الخبر بعدم الدقة يثبت له الصدق وإن  
انتفت الدقة .

وكذلك تعمد لغة الإعلام أحياناً إلى  
المغالطة كالذي تفعله إسرائيل إذ تنكل

بالشعب الفلسطيني في الأرض المحتلة بدعوى الحفاظ على الأمن فإذا سمع الناس أو قرأوا أن إسرائيل تسعى إلى حفظ الأمن لم يتساءلوا عن الأمن لمن يكون؟ أهو أمن الغاصب المعتدى أم أمن المقهور المعتدى عليه وإذا لم يكن هناك فحص للدعوى على هذا النحو فلا بد أن يصدق الناس الإعلام الإسرائيلي ومثل ذلك ما نراه من أن إسرائيل تسمى الضفة الغربية للأردن « يهودا والسامرة » ، وماتدعيه بتلفيق الحجج من أن طابا تدخل في حدود إقليم النقب ولعل أكبر أكذوبة إسرائيلية هي دعوى أن إسرائيل دولة ديمقراطية وهي دعوى للتغطية على حقيقة أنها دولة عنصرية .

ومن وسائل لغة الإعلام رواية ما يقوله الآخرون عن الجهة صاحبة الإعلام وتبالغ بعض الجهات في ذلك حتى يأتى إعلامها أحياناً بنتائج عكسية . فمن المقبول مثلاً أن يقال : إن المتحدث الرسمي لدولة (ب) قد أثنى على سياسة دولة (أ) أو أن الضيف العظيم الذي يزور دولة (أ) قد أثنى على ما شاهدته من مظاهر التقدم .

ولكن دولة (أ) تهبط بمستوى أهميتها حين تذيع أن فلاناً الموظف بإدارة تحقيق الشخصية في دولة (ب) قد أثنى على طرق المحافظة على الأمن في دولة (أ) أو أن الشيخ فلاناً صاحب معهد تحفيظ القرآن في (ب) قد أثنى على المناهج التعليمية في (أ) .

ولقد توخى لغة الإعلام أو توى ، أو تعرض . فلقد توخى بالتعليق على مناورة بالنخيرة الحية وبدعوى نجاح المناورة وتحقيق أغراضها بأن الدولة مستعدة لمختلف الاحتمالات . ولقد توى بإشارة خفية إلى مساعدة قدمتها لدولة [أخرى في أزمة عارضة إلى أنها دولة خيرة ذات علاقات حسنة بالدول الأخرى وقد

تعهد إلى التعريض بدول أخرى تقصر دون حظها من الديمقراطية بإعلانها التمسك بالديموقراطية أو تقصر دون حظها من التمسك بالشرعية الإسلامية بالمفاخرة بتمسكها بالشرعية أو تقصر دون حظها من الاكتفاء الذاتي في منتج ما بالإشارة إلى اكتفائها هي من هذا المنتج . والغاية التي تسعى إليها دولة

ما هذا التعريض قد تكون إيجابية لتحسين صورتها أو سلبية لتشويه صورة الغير أو هما معاً . وهذه الوسائل الأسلوبية في الإعلام قد يحسن استخدامها فتأتي بالنتائج المرجوة وقد يسوء فلا يكون منها إلا الضرر .

\* \* \*

هل تخاطب لغة الإعلام العقل أو تخاطب العاطفة . المعروف أن مخاطبة العقل تجرى في مجريين :

( أ ) الاعتماد على المسلمات التي تعدّ جزءاً من تركيب العقل كإدراك العلاقة السببية بين شيئين أو إدراك العلاقة الكمية أو الزمانية أو المكانية ... إلخ .

( ب ) الاعتماد على الأدلة المنطقية .

والحجة التي تنسبني على هذا الأساس العقلي إذا وضعت في صورة قياس منطقي ما صارت منطقية صورية . أما إذا خلطت الحجة بين العنصر ( أ ) وبين أمور أخرى كالإغراء والتحذير والتمنى والترجي وغير ذلك من الأساليب الإنشائية فإنها تتحول إلى دليل خطائي . فإذا تحول الأسلوب عن نهجه هذا إلى أن يكون شاعرياً في طابعه

أو تحريضياً خالصاً فإنه يخاطب العاطفة مثال ذلك ما تصطنعه وسائل الإعلام من الأناشيد الحماسية والإشادة بالأمجاد . إذا عرفنا هذا فهمنا أن لغة الإعلام تخاطب العقل حيناً والعاطفة أحياناً وأكثر ما يكون اتجاهها إلى العاطفة . انظر

فيما تعرضه وسائل الإعلام من أنواع الفنون كالأناشيد والتمثيلات والبرامج الوطنية ... إلخ تجد ذلك يتجه أساساً إلى شحذ العواطف . ثم انظر إلى برامج التوعية والبرامج الثقافية والتوثيقية ، تراها تخاطب العقول وتضيف إلى حصيلة المعلومات .

والإعلام في أحسن صورته تأليف للقلوب واستدعاء لمودة الجماهير . ولكن هذا التأليف وذلك الاستدعاء ينبغي لهما أن يكونا بعيدين عن التدخل في حرية إرادة الجماهير بواسطة المطالبة بأمر ما ولعل الفارق الأكبر بين الإعلام والإعلان أن المعلن يمكن له أن يجروا بمطالبتك بشراء سلعة ما غير مكثف بتحسينها في نظرك أما وسيلة الإعلام فقصارى ما تبلغه أن تحسن أمراً ما في نظرك دون أن تطالبك

باعتراف فكرة معينة وشر الإعلام ما لجأ  
إلى لغة الإعلان لأن لغة الإعلان متهمه  
حتى تظهر براءتها ولكن لغة الإعلام  
بالعكس بريئة حتى تظهر إدانتها .

وربما كانت لغة الإعلام في كثير  
من الحالات بديلاً من التصرفات العملية  
غير المستطاعة؛ فلقد يحدث أن تتخطى  
دولة ما حدود الشرعية فتعتدى على جهة  
أضعف منها صديقة لدولة أخرى فلا تجد  
الدولة الأخرى من وسائل الردع ما ترد به  
هذا العدوان أو ترد عليه؛ فتعتمد إلى الشجب  
والإدانة والاحتجاج والاستنكار والشكوى  
وغير ذلك من الوسائل التي لاتجر عليها  
موقفاً عملياً خطراً أو غير مقبول في مسرح  
السياسة الدولية . مثال ذلك موقف الدول  
العربية من أحداث مثل ضرب المفاعل  
العراقي والغارة على لبنان والبطش بالشعب  
الفلسطيني في فلسطين المحتلة وغير ذلك  
من العريضة الإسرائيلية؛ فإذا لم تستطع  
الدول العربية المبعثرة النوايا والجهود  
أن ترد بالإيجاب على هذه الوقائع عمدت  
إلى الشجب والشكوى للهيئات الدولية

وجعلت ذلك بديلاً للعمل العربي المشترك  
الذي صيرته الفرقة أمراً مستحيلاً .

\* \* \*

ولغة الإعلام في طابعها الاجتماعي أشبه  
بالمحاضرة منها بالمناظرة ذلك بأن  
مصدرها واحد وموردها متعدد، فهي لغة  
جهة رسمية بعينها إذ تخاطب أسماع  
السواد أو أبصارهم . ويصدق هذا الطابع  
على لغة الإعلام حتى حين تكون ندوة  
إذاعية أو تليفزيونية أو حديثاً صحفياً  
مصدره طائفة من أصحاب الرأي إذ  
يتناولون موضوعاً واحداً بالشرح والتعليق  
فتكون وحدة الموضوع وحدة للمصدر  
الإعلامي وإن تعدد المعلقون ولكن هذا  
الموضوع الواحد يتجه إلى الملايين من أبناء  
الشعب وإلى غيرهم ممن تصل إليه هذه  
الوسيلة الإعلامية . وهذا الطابع الأحادي  
المصدر يعطى لغة الإعلام وظيفة توحيد  
الفكر والشعور والوجدان في سواد الشعب  
ويجعل الناس صففاً واحداً وراء قيادتهم  
إلا من ظفرت به منهم وسائل إعلام جهة  
أخرى . وهذا ما سوف نشير إليه بعد قليل .

ثم للدول بواسطة لغة الإعلام أو النفاق  
على المستوى السياسى الدولى .

\* \* \*

لقد شهد العالم فى العقود الأخيرة ثورة  
جامحة فى العلم والتكنولوجيا وانعكس  
ذلك على وسائل الإعلام من حيث قدرتها  
على التبليغ واكتساحها لحواجز الزمان  
والمكان . يصدق ذلك على الصحافة ، كما  
يصدق على الإذاعة والتليفزيون والفيديو  
والسينما والمسرح والأغاني والصور ،  
والمصنقات والتماثيل وما عسى أن يكون  
وسيلة مامن وسائل التبليغ الأخرى .  
فأما الصحافة فقد شهد هذا العصر طباعة  
الصحيفة الواحدة فى عدد من المدن فى  
وقت واحد كما يحدث لصحيفتى الأهرام  
والشرق الأوسط . وأما الإذاعة فقد ألغت  
الحدود وسيادة الدولة وجساركها واقتحمت  
على الناس مضاجعهم فى كل مكان من العالم  
ولم يعد شرط التبليغ من خلالها إلا  
تقويتها وتوجيهها الوجهة المطلوبة . وأما  
التليفزيون فقد أضاف إلى الصوت الصورة  
الملونة ويسع إلى جعلها مجسمة . ولقد  
استطاع الفيديو أن يجعل من التليفزيون

ولغة الإعلام تبرير لمواقف النفس ،  
واتهام لمواقف الغير ومن ثم تكون دائماً  
محتملة للصدق والكذب إذ لا يعقل أن  
تكون مواقف جهة ما صواباً دائماً ومواقف  
جهة أخرى خطأ على طول الخط ؛ وإنما يخلط  
الناس عملاً صالحاً وآخر سيئاً وتلك  
سنة السلوك الإنسانى الذى لا عصمة له  
من الزلل . وكما يتجنب الأفراد أن يطلع  
الناس على سلوكهم فيعمدون إلى أن  
يقدموا للناس صموراً ذهنية حسنة تنوب  
عن حقائق ذواتهم تسعى الدول أن تحسن  
من صور شخصياتها الاعتبارية ؛ فتخفى  
من نواياها ما تخفى وتستر ما ساء من  
أعمالها ثم تذيب بوسائل إعلامها ما كان  
حسناً من جوانب سياساتها . وهكذا يبدو  
الناس والدول فى الأذهان على هيئة صمور  
ذهنية محسنة ولو اطلع كل فرد أو دولة  
على ما أخفاه عنه فرد آخر أو دولة أخرى  
لفسدت الحياة الاجتماعية ؛ ولم يعد من  
الممكن أن يطمئن كل إلى كل . أما كيف  
يمكن تحسين هذه الصور الذهنية للأفراد  
فبالكتان والبوح بحسب الظروف إن  
شئت فقل : بالنفاق الاجتماعى للأفراد

وسيلة خاصة وقد قصدت منه الدولة أن يكون وسيلة عامة وبذا أصبح التليفزيون وسيلة محتملة للإعلام المعاكس وللفساد والإفساد في مختلف المستويات . وتشاركه السينما هذا الاحتمال ذلك ما يكون من تخطى هذه الوسائل لحاجز المكان . أمّا تخطى حاجز الزمان فيتم من خلال طباعة الصحيفة وشرائط الكاسيت والفيديو والفيلم السينمائي إذ يمكن الاحتفاظ بهذه الوسائل على مدار الزمن فتضيف إلى قيمتها الإعلامية قيمة أخرى وثائقية .

وهذا التطور في تكنولوجيا وسائل الإعلام أدى إلى نتيجتين خطيرتين :

١- صعوبة السيطرة الإعلامية على الجبهة الداخلية في كل دولة .

٢- إمكان نشوب الحرب الدعائية كالتى أطلق عليها ذات مرة « الحرب البادرة » وقد نشبت بين الدولتين العظميين وقامت على ما أطلقت عليه السياسة الأمريكية « حافة الحرب » أو « سياسة الحافة » .

وقد ترتب على العنصر الأول بالفعل أن تنتشر الأفكار الشيوعية في العالم وأن تبدو روسيا في نظر البعض أملاً لطلاب العدالة الاجتماعية بعد أن حسنت وسائل إعلامها صورتها وعرضتها على الشعوب في صورة طيبة . أمّا العنصر الثاني فيتمثل خطره في أن الحرب الباردة قد تتحول عن برودتها لأن ردود الفعل لا تقاس ولا تضبط . وأكبر دليل على ذلك ما حدث في عام ١٩٦٧م من تصريحات غير محسوبة قصد بها مجرد الدعاية ولكنها أدت إلى كارثة ما زلنا نطعم ثمراتها المرة .

تلك هي لغة الإعلام سم وترياق ، صدق ونفاق ، نصر وعدوان ، جمع وتشتيت ، ولها بعد كل ذلك ما غيرها من أنواع النشاط اللغوي فهى تعتمل الصحة والخطأ ، والجمال والقبح ، ومخاطبة العقل أو مخاطبة العاطفة والوجدان ، ثم تبوح وتكتم وقد تكتم إذ تبوح وباختصار هى الإنسان نفسه بخيره وشره .

تمام حسان  
عفتو الجبع