مجله المجمع العلمي

الجزء الثاني والستون
١٤٠٧هـ
١٩٨٧م

مجلة مجمع اللغة العربية

(تصدر مرتين فى السنة)

الجزء الثانى والستون

رمضان ١٤٠٨هـ - مايو ١٩٨٨م

المشرف على المجلة :

الدكتور مهدى علام

رئيس التحرير :

إبراهيم السرزى

لغة الإعلام

للدكتور تمام حسان

لعل أوضح ما فى الإعلام أنه دعوة إلى قبول أمر بعينه ومحاولة للإقناع بصدق دعوى لم يقم على صدقها دليل سابق. من أجل هذه الدعوة وتلك الدعوى تصاغ اللغة بكيفيات خاصة فى تراكيبها وأساليبها وفى أفكارها ومعانيها وفى بوحها وكتمانها وفى تصريحها وتلميحها وإيحائها بما لم يقل وفى مخاطبتها للعقل حينًا وللعاطفة حينًا آخر. وسنلم إلمامًا رفيقًا فيما يلى بشىء من خصائص لغة الإعلام من حيث :

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

إن لغة الإعلام بحكم وظيفتها والغاية منها تفضل الجمل البسيطة السريعة إلى الاستيعاب والفهم والتى تأذن بقدر من الإيقاع فيعين الإيقاع على جذب انتباه السامع إليها وتأثره بها. ذلك بأن مناط الإيقاع فى الكلام إنما هو النبر وكميات الجمل. أما النبر فيكمن فى إظهار جزء من النطق على ما عداه وذلك بواسطة تسليط قدر من النفس على الأوتار الصوتية فى نطق مقطع من مقاطع الكلمة أكبر مما يكون مسلطًا على الأوتار الصوتية فى أثناء نطق المقاطع الأخرى. فإذا قلنا مثلا : « مجمع اللغة العربية » فالنبر على أول مقاطع المضاف (مج) وعلى ضمة اللام من « اللغة » وعلى المقطع (بى) من « العربية » فإذا انتظمت المسافات بين نبر ونبر أو تقاربت كان من نتائج انتظامها أو تقاربها ما يعرف باسم الإيقاع مثال انتظامها تطابق المسافات فى قولنا :

* من تأنى نال ما تمنى *

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

إذ نجد بين كل مقطعين وقع النبر عليهما مقطعًا واحدًا لم يقع عليه النبر هكذا :

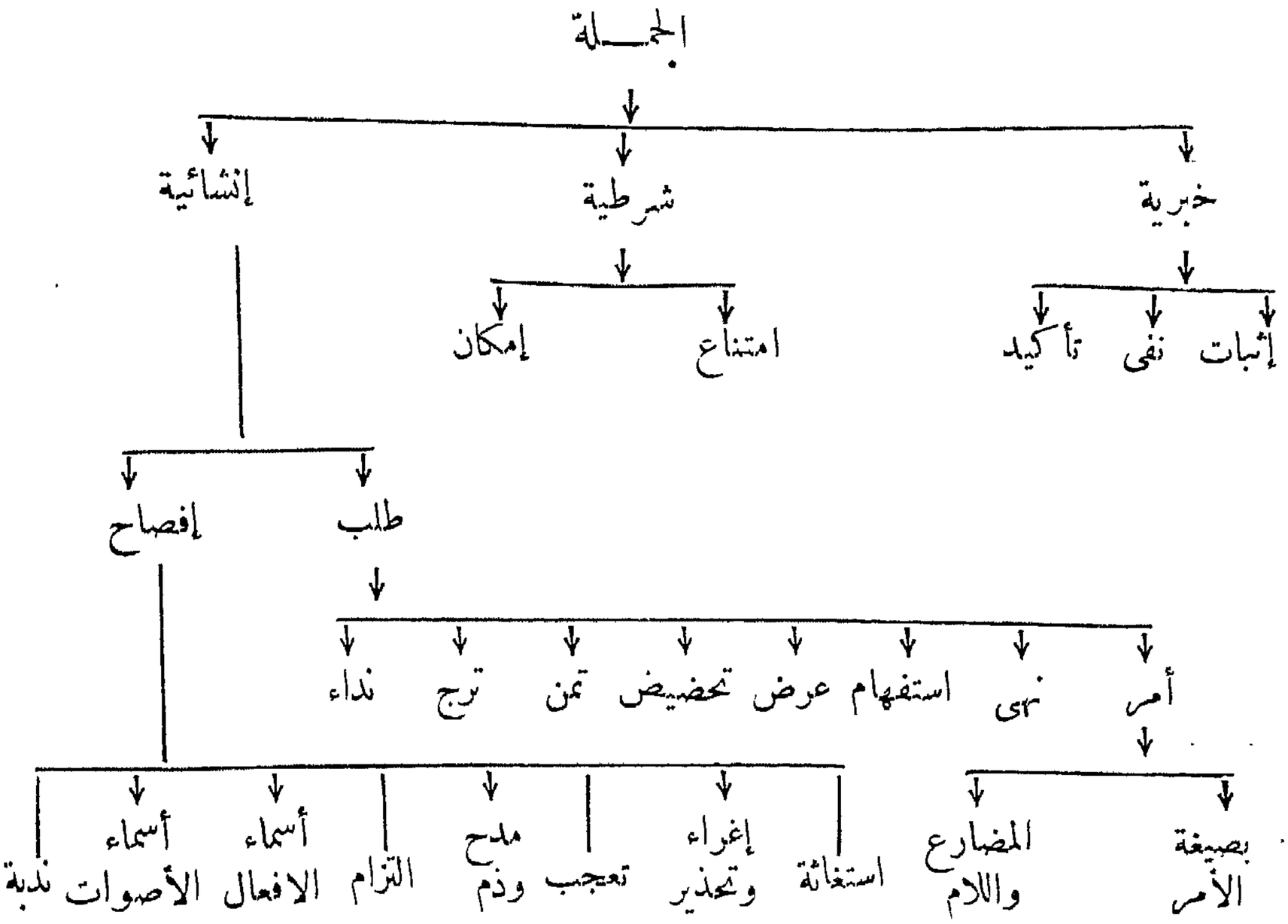
من ـ ت ـ أن ـ نا ـ نا ـ ل ـ ما ـ ت ـ من ـ نا

وليس كل قول يجرى على هذا النحو الدقيق الانتظام إذ قد تكون المسافة بين النبرين مقطعين أو ثلاثة ثم يبقى الإيقاع إيقاعًا ولنا على ذلك شاهد من زحافات الشعر وعلله التى لا تطعن فى كونه شعرًا موزونًا على رغم ما تخلفه من اختلاف بين اطراد النظرية وتباين التطبيق . انظر إلى اختلاف المسافات وبقاء الإيقاع فى قوله تعالى : « لَيْلَةُ الْقَدْرِ خَيْرٌ مِن أَلْفِ شَهْرٍ » هكذا :

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

يضاف إلى هذا الإيقاع المقطعى إيقاع آخر تركيبى يتمثل فى قصر الجمل ، وبساطتها إذ تبدو الجملة خفيفة على اللسان أثيرة فى الآذان لا ترسف فى قيود الموصولات وصلاتها الطويلة ولا فى الجمل الحالية عند إمكان الحال المفردة ولا فى الصفات المركبة عند إمكان الوصف المفرد ولا فى كثرة الظروف والمجرورات المتعلقة بلفظ واحد وهلم جرًا مما يصلح لخطاب المتمرسين فى استعمال اللغة لا لخطاب سواد الشعوب . ولا شك أن لغة الإعلام إنما هى وسيلة الاتصال بسواد الشعوب .

والجملة السائدة فى لغة الإعلام هى الجملة الخبرية ـ يؤخذ ذلك أولًا من ملاحظة طبيعة الاتصال الإعلامى ويؤخذ ثانيًا من تأمل لفظ « الإعلام » وما يحمله من دلالة . فالإعلام « نقل المعلوم إلى غير العالم به » فإذا تأملنا أنواع الجملة وجدناها على النحو التالى :



فالجملة الخبرية أصلح تلك الأنواع لنقل المعلومات ، أما ما عداها فإن الجملة الطلبية هى الأصلح فى مقام الحشد والتحريض فى الأزمات القومية بالدعوة إلى المشاركة فى الجهود القومية على حين نجد الجمل الإفصاحية تسود فى الشعر وفنون الأدب الأخرى . والمقصود بلفظ « تسود » أن النوع المذكور يرد فى الكلام أكثر مما يرد غيره من الأنواع وليس المقصود أنه يستقل بالورود . ذلك بأن مطالب القول قد تختلف بين لحظة وأخرى والمتكلم قد يصرّف كلامه فى اتجاهات مختلفة للوصول إلى أثر مطلوب فلا قيد عليه فى اختيار نوع الجملة الذى يختار.

ولغة الإعلام كلغة السياسة تفضّل فى تراكيبها عدم التورط كلما كان ذلك مستحبًا ومن ثم تستغنى فى الكثير من الحالات بأفعال المطاوعة والبناء للمجهول عن التورط فى ذكر من أوقع الحدث فالبناء « ينهدم » ولكن لا داعى لذكر من هدمه والمعاناة « تتصل » ولا يذكر من وصلها وكان سببًا لها واللثام « أميط » عن معلومات بعينها دون ذكر لمن أماطه ، ولعل الفارق بين المطاوع والمبنى للمجهول

أن المطاوع لا يصاغ من الفعل إلّا أن يكون للمفعول قدرة على رد الحدث أو مقاومة وقوعه ومن ثم لا يقال : « أنضرب فلان » ولا « انلعبت المباراة » ولا « انقتل القتيل » لأن الضرب إذا وقع فقد وقع ولأن المباراة لا وجود لها معيناً فتقاوم اللعب ، ولأن القتيل لا يرد عن نفسه القتل . أما المبنى للمجهول فصالح فى كل حالة وإن افتقر إلى الجار والمجرور كما فى « أثنى على فلان » و « استقيم على الطريق » . وهكذا تجد لغة الإعلام مهرباً من التورط بواسطة إيراد عبارة « مثل إنفجرت القنبلة » دون القول بأنها « فجرها فلان » ، وفى القول بأنه « علم أن بعض العناصر تسعى إلى كذا » دون ذكر مصدر المعلومات ولا من بلغة العلم بها .

ولغة الإعلام مولعة باختيار الصفات إيجاباً وسلباً لبعض الموصوفات سعياً إلى ترسيخ اعتقاد هذه الصفات فى 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 جرّا فإذا لصقت هذه الصفات بموصوفاتها فى لغة سواد الشعب كان لها من القيمة الإقناعية ما يكون عند المشاهدة لأنها إذا فاتها أن تدرك بالعين فقد حلت الأذن محل العين سماعاً وحل محلها اللّسان نطقاً وما ظنك بجارحتين تتضافران على أداء ما تقوم به جارحة واحدة ؟

ومن هذا القبيل أيضاً ما نلمحه فى 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 فى مؤتمر صحفى : « إن موقفنا واضح من هذه القضية » ويكتفى بهذه العبارة عن شرح الموقف أو يحيل السائل إلى بيان نشر أو أذيع فى ظرف سابق ومن الإحالة إلى وقائع ضعيفة الصلة بالموقف الحاضر أن يجرى قياساً بين موقفه السلبى الحاضر وموقف إيجابى سابق من قضية أخرى محتسباً بالإيجاب السابق من مغبة السلب

الحاضر . ويمكن أن نسمى هذا المسلك فى 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 فى أكثر المناسبات تمثل وسيلة لإخفاء الأفكار » ، وإذا علمنا أن صاحب هذا الاعتراض هو « تاليران » فهمنا دافعه إلى الاعتراض المذكور الذى لا يأتى إلَّا من رجل تمرس بالسياسة ودروبها الملتوية .

وقد تتجه لغة الإعلام عند الضرورة إلى التراكيب التى تحتمل أكثر من معنى لتصل بها إلى لبس مقصود أو تعمية أو مغالطة . والمعروف أن كل لغة من لغات العالم تعرف من التراكيب ما يأذن للبس أن يقع . وفى لغتنا العربية شىء غير يسير من هذه التراكيب كما يبدو فى الصور الآتية :

١ ـ المصدر المفرد المتعدى نحو : « أنت أولى بالإنصاف » إذ لا يدرى ما إذا كان المقصود « أن تُنصف » أو « أن تنصف »

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

٣ ـ الصفة بعد التركيب الإضافى نحو « أعجبت بدار الكتب المصرية » ، فهل المصرية هى الدار أو الكتب ؟ .

٤ ـ الحال عند تعدد ما يصلح لها نحو : « غادرته غاضبًا » فمن الغاضب ؟ الفاعل أم المفعول ؟

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

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

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

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

٩ – احتمالات معنى اللَّام نحو : « اشتريت ضيعة لزيد » هل اشتراها من أجل زيد أو من زيد ؟

١٠ – احتمالات تعليق الجار والمجرور نحو : « مات زيد مجاهدًا فى سبيل وطنه » هل مات فى سبيل وطنه أو كان مجاهدًا فى سبيل وطنه ؟

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

١٢ – احتمال المفعولية والمصاحبة نحو : « أحببت سلمى وقدوم الربيع » فهل وقع الحب على قدوم الربيع أو فى قدوم الربيع .

بمثل هذه التراكيب أيضًا 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 » فى الترجمة العربية من لبس أدى إلى إجهاض القرار نفسه وحرمانه من طاقة حل المشكلة التى صيغ من أجلها .

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

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

المنطق وطبائع الأشياء . ولو أن إنسانًا مستقيم التفكير ألحت على سمعه أنباءُ الجن والشياطين وشطحات الصوفية وأهل الخطوة منهم كدعوى وجود ضريحين لشخص واحد فى مكانين متباعدين أو أن فلانًا يجد رزقه فى الخلوة تحت السجادة كل يوم لانتهى بأثر التكرار والإلحاح على هذه الدعاوى إلى اعتقاده إيَّاها . والتكرار من حيل الإعلام الإسرائيلى المؤثرة . لقد عمدت إسرائيل إلى تسمية الأراضى العربية المحتلة باسم « الأراضى المدارة » حتى تبعها الإعلام الغربى فى هذه التسمية ثم تخفف الإعلام الإسرائيلى من الصفة واقتصر على استعمال الموصوف حتى أصبحت الأراضى العربية المحتلة تعرف فى الغرب باسم « الأراضى » فقط . ومثل ذلك أنها تسمى الفلسطينيين الذين لم يهاجروا من رقعتها قبل ١٩٦٧ م باسم « العرب الإسرائيليين » تجنبًا لذكر فلسطين أو الفلسطينيين وتبعها الإعلام الغربى فى ذلك بتأثير التكرار والإلحاح فى التكرار ومن ذلك أيضًا أن تسمى عدوانها حربًا 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 وتتقن اختلاقها لتكون صالحة للتصديق . وقد تفعل ذلك إيجابًا بدعوى حدوث مضمون الخبر أو سلبًا بنفى وقوعه لتثير بالنفى دواعى الإثبات . فلقد يحدث أن تريد دولة تخويف دولة أخرى مجاورة تكن لها العداوة فيكون سبيلها إلى ذلك أحد أمرين : فإمَّا أن تعمل على تسريب خبر يفيد أن عندها سلاحًا سريًّا كالقنبلة الذرية أو الغازات السامة ... إلخ . وإمَّا أن تنفى هذا الخبر وإن لم يقله قبل النفى قائل وذلك أن تذيع فى وسائل إعلامها كلامًا مضمونه أن بعض الجهات زعمت أن الدولة المعنية تمتلك السلاح الفلانى وقد صرح مسئول بأن هذا الخبر غير دقيق . فحين يرمى الخبر بعدم الدقة يثبت له الصدق وإن انتفت الدقة .

وكذلك تعمد لغة الإعلام أحيانًا إلى المغالطة كالذى تفعله إسرائيل إذ تنكل

بالشعب الفلسطينى فى 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 للدعاوى على هذا النحو فلابد أن يصدق الناس الإعلام الإسرائيلى ومثل ذلك ماتراه من أن إسرائيل تسمى الضفة الغربية للأردن « يهودا والسامرة » ، وماتدعيه بتلفيق الحجج من أن طابا تدخل فى حدود إقليم النقب ولعل أكبر أكذوبة إسرائيلية هى دعوى أن إسرائيل دولة ديموقراطية وهى دعوى للتغطية على حقيقة أنها دولة عنصرية .

ومن وسائل لغة الإعلام رواية مايقوله الآخرون عن الجهة صاحبة الإعلام وتبالغ بعض الجهات فى ذلك حتى يأتى إعلامها أحيانًا بنتائج عكسية . فمن المقبول مثلًا أن يقال : إن المتحدث الرسمى لدولة (ب) قد أثنى على سياسة دولة (أ) أو أن الضيف العظيم الذى يزور دولة (أ) قد أثنى على ما شاهده من مظاهر التقدم .

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

ولقد توحى لغة الإعلام أو تومئ ، أو تعرض . فلقد توحى بالتعليق على مناورة بالذخيرة الحية وبدعوى نجاح المناورة وتحقيق أغراضها بأن الدولة مستعدة لمختلف الاحتمالات . ولقد تومئ بإشارة خفية إلى مساعدة قدمتها لدولة أخرى فى أزمة عارضة إلى أنها دولة خيّرة ذات علاقات حسنة بالدول الأخرى وقد تعمد إلى التعريض بدول أخرى تقصر دون حظها من الديموقراطية بإعلانها التمسك بالديموقراطية أو تقصر دون حظها من التمسك بالشريعة الإسلامية بالمفاخرة بتمسكها بالشريعة أو تقصر دون حظها من الاكتفاء الذاتى فى منتج ما بالإشارة إلى اكتفائها هى من هذا المنتج . والغاية التى تسعى إليها دولة

ما بهذا التعريض قد تكون إيجابية لتحسين صورتها أو سلبية لتشويه صورة الغير أو هما معًا . وهذه الوسائل الأسلوبية فى الإعلام قد يحسن استخدامها فتأتى بالنتائج المرجوة وقد يسوء فلا يكون منها إلَّا الضرر .

* * *

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

(ا) الاعتماد على المسلمات التى تعدّ جزءًا من تركيب العقل كإدراك العلاقة السببية بين شيئين أو إدراك العلاقة الكمية أو الزمانية أو المكانية ... إلخ .

(ب) الاعتماد على الأدلة المنطقية .

والحجة التى تنبنى على هذا الأساس العقلى إذا وضعت فى صورة قياس منطقى ما صارت منطقية صورية . أما إذا خلطت الحجة بين العنصر (أ) وبين أمور أخرى كالإغراء والتحذير والتمنى والترجى وغير ذلك من الأساليب الإنشائية فإنها تتحول إلى دليل خطابى . فإذا تحول الأسلوب عن نهجه هذا إلى أن يكون شاعريًّا فى طابعه أو تحريضيًّا خالصًا فإنه يخاطب العاطفة مثال ذلك ما تصطنعه وسائل الإعلام من الأناشيد الحماسية والإشادة بالأمجاد . إذا عرفنا هذا فهمنا أن لغة الإعلام تخاطب العقل حينًا والعاطفة أحيانًا وأكثر ما يكون اتجاهها إلى العاطفة . انظر فيما تعرضه وسائل الإعلام من أنواع الفنون كالأناشيد والتمثيليات والبرامج الوطنية ... إلخ تجد ذلك يتجه أساسًا إلى شحذ العواطف . ثم انظر إلى برامج التوعية والبرامج الثقافية والتوثيقية ، تراها تخاطب العقول وتضيف إلى حصيلة المعلومات .

والإعلام فى أحسن صوره تأليف للقلوب واستدعاء لمودة الجماهير . ولكن هذا التأليف وذلك الاستدعاء ينبغى لهما أن يكونا بعيدين عن التدخل فى حرية إرادة الجماهير بواسطة المطالبة بأمر ما ولعل الفارق الأكبر بين الإعلام والإعلان أن المعلن يمكن له أن يجرؤ بمطالبتك بشراء سلعة ما غير مكتف بتحسينها فى نظرك أما وسيلة الإعلام فقصارى ما تبلغه أن تحسّن أمرًا ما فى نظرك دون أن تطالبك

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

وربما كانت لغة الإعلام فى 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؛ فتعمد إلى الشجب والإدانة والاحتجاج والاستنكار والشكوى وغير ذلك من الوسائل التى لا تجر عليها موقفًا عمليًا خطرًا أو غير مقبول فى مسرح السياسة الدولية . مثال ذلك موقف الدول العربية من أحداث مثل ضرب المفاعل العراقى والغارة على لبنان والبطش بالشعب الفلسطينى فى فلسطين المحتلة وغير ذلك من العربدة الإسرائيلية ؛ فإذا لم تستطع الدول العربية المبعثرة النوايا والجهود أن ترد بالإيجاب على هذه الوقائع عمدت إلى الشجب والشكوى للهيئات الدولية وجعلت ذلك بديلًا للعمل العربى المشترك الذى صيرته الفرقة أمرًا مستحيلا .

* * *

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

ولغة الإعلام تبرير لمواقف النفس ، واتهام لمواقف الغير ومن ثم تكون دائمًا محتملة للصدق والكذب إذ لا يعقل أن تكون مواقف جهة ما صوابًا دائمًا ومواقف جهة أخرى خطأ على طول الخط ؛ وإنما يخلط الناس عملًا صالحًا وآخر سيئًا وتلك سنة السلوك الإنسانى الذى لا عصمة له من الزلل . وكما يتجنب الأفراد أن يطلع الناس على سلوكهم فيعمدون إلى أن يقدموا للناس صورًا ذهنية حسنة تنوب عن حقائق ذواتهم تسعى الدول أن تحسن من صور شخصياتها الاعتبارية ؛ فتخفى من نواياها ما تخفى وتستر ما ساءَ من أعمالها ثم تذيع بوسائل إعلامها ما كان حسنًا من جوانب سياساتها . وهكذا يبدو الناس والدول فى الأذهان على هيئة صور 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 فبالكتمان والبوح بحسب الظروف إن شئت فقل : بالنفاق الاجتماعى للأفراد 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 والأغانى والصور ، والملصقات والتماثيل وما عسى أن يكون وسيلة ما من وسائل التبليغ الأخرى . فأمّا 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 وجمارکها واقتحمت على الناس مضاجعهم فى كل مكان من العالم ولم يعد شرط التبليغ من خلالها إلّا تقويتها وتوجيهها الوجهة المطلوبة . وأمّا التليفزيون فقد أضاف إلى الصوت الصورة الملونة ويسعى إلى جعلها مجسمة . ولقد استطاع الفيديو أن يجعل من التليفزيون

وسيلة خاصة وقد قصدت منه الدولة أن يكون وسيلة عامة وبذا أصبح التليفزيون وسيلة محتملة للإعلام المعاكس وللفساد والإفساد فى 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 السينمائى إذ يمكن الاحتفاظ بهذه الوسائل على مدار الزمن فتضيف إلى قيمتها الإعلامية قيمة أخرى وثائقية .

وهذا التطور فى تكنولوجيا وسائل الإعلام أدى إلى نتيجتين خطيرتين :

١ – صعوبة السيطرة الإعلامية على الجبهة الداخلية فى 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 فى العالم وأن تبدو روسيا فى نظر البعض أملاً لطلاب العدالة الاجتماعية بعد أن حسّنت وسائل إعلامها صورتها وعرضتها على الشعوب فى صورة طيبة . أمّا العنصر الثانى فيتمثل خطره فى أن الحرب الباردة قد تتحول عن برودتها لأن ردود الفعل لاتقاس ولا تضبط . وأكبر دليل على ذلك ما حدث فى عام ١٩٦٧م من تصريحات غير محسوبة قصد بها مجرد الدعاية ولكنها أدت إلى كارثة ما زلنا نطعم ثمراتها المرة .

تلك هى لغة الإعلام سم وترياق ، صدق ونفاق ، نصر وعدوان ، جمع وتشتيت ، ولها بعد كل ذلك ما لغيرها من أنواع النشاط اللغوى فهى تحتمل 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
عضو المجمع