

عن مفهوم الثقافة الجماهيرية *

ترجمة: أ. د / نصر الدين لعباضي

1 - الخطاب عن الثقافة الجماهيرية كأشكالية:

أخذت المناقشات حول الثقافة الجماهيرية، وحول طبيعتها وتأثيرها تكتسي أهمية بالغة في الخمسينيات من هذا القرن، خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية. ويمكن تفسير هذه الأهمية بيسر: كون التلفزيون قد أخذ مكانة متزايدة الأهمية في الحياة اليومية بعد الإذاعة. (بلغ عدد محطات التلفزيون الأمريكي في سنة 1950، 97 محطة و 6 ملايين من أجهزة الاستقبال. وبعد خمس سنوات وصل عدد هذه المحطات إلى 400 محطة، منها 13 محطة ذات طابع تربوي، و 33 مليون جهاز إستقبال. كما بلغ عدد محطات البث في نهاية 1962، 600 محطة منها 59 موجهة لخدمة التربية الوطنية و 60 مليون جهاز إستقبال (1). واعتمدت المحطات التلفزيونية الأمريكية، الموجهة أساسا من قبل المصالح التجارية، على إنتاج وبث المواد الإستعراضية الكفيلة بشد العدد الأقصى من المشاهدين أمام شاشتهم الصغيرة، والتي تتشكل عادة من المسلسلات التلفزيونية، والألعاب المتلفة، والمنوعات. إن الحصص المتلفة المذكورة تجسد حقا ما أصبح يسمى منذ مدة (بالثقافة الجماهيرية).

وتحظى هذه الثقافة الجماهيرية بمؤيديها ومعارضها، وحيث تشكل رهان النقاشات المحتدة التي تتصادم فيها تنديدات الأنثليجنسيا الليبرالية

وديمقراطية المنتجين. وأصبحنا نتحدث عن الثقافة الجماهيرية في الصحف والمجلات، ونشر عنها المقالات المتناقضة، ونخصص لها الملتقيات والندوات. لقد هدأ اليوم، إلى حد ما، هدير النقاش عنها، ودخل مفهوم الثقافة الجماهيرية إلى التداول العام. حيث أصبحت هذه الأخيرة موضع الحديث في الصالونات، وفي الحديث الجاد عن وسائل الإتصال الجماهيري. إننا نتحدث عنها بأعتدال وحذر. لقد ولى ذاك الزمان الذي كان بإستطاعة برنار رزونبرغ (Bernard Roznberg) أن يكتب بجدية في المقدمة التي وضعها للنصوص التي تحمل عنوان: (مع الثقافة الجماهيرية وضدها)، (لا تقوم الثقافة الجماهيرية، في أسوأ الأحوال، بجعل أذواقنا سقيمة وغيبية، لكنها تجعل حواسنا فظة وخشنة في ذات الوقت الذي تعبد فيه الطريق نحو الأنظمة الاستبدادية) (2).

وبتعد معظم المختصين اليوم عن هذه الرؤية الكارثية للثقافة الجماهيرية ويتمسكون بالنقد الإنتقائي الذي يدين، من جهة، الحصاص التلفزيونية، مثل المسلسلات، والألعاب لكونها تافهة ومبلدة. ويشيدون، من جهة أخرى، بفائدة بث أعمال شكسبير على ملايين المشاهدين. ولا يشكل هذا النقد وهذه الإشادة سوى طبعة عادية لنفس المقولة: التلفزيون هو أفضل الأشياء وأسوأها في آن واحد. إن الرأي العالم أو العادي يمدح طورا ما تقوم به وسائل الإتصال الجماهيري من تبسيط ثقافي. لكن هناك شيء هام وأساسي يظل قائما، ولم يتم التفكير فيه، إنه مفهوم: «الثقافة الجماهيرية».

ومهما كان الموقف من الثقافة الجماهيرية، سواء مهاجمتها أو تقديم دعم مشروط لها، يظل الإتفاق الضمني حول ما يغطيه مفهومها قائما. فالطريقة التي نتحدث بها عن الثقافة الجماهيرية أو وجهة النظر التي نعالجها بها هما وحدهما اللتان تختلفان. لكن المفهوم المذكور يبقى مع ذلك هو ذاته، لا يطعن فيه، ولا يكون موضع شك. بالطبع هناك بعض الكتاب إنشغلوا بعدم دقة هذا

المفهوم، وفيه من صرح حتى بالتناقض الحاصل بين ضم المصطلحين: (الثقافة) و(الجماهيرية)، لكن نقدهم للمفهوم يستهدف طابعه الإجرائي أكثر من مشروعية الموضوع الأمبريقي الذي يعينه. هناك خطب عن الثقافة الجماهيرية، وهناك وجهات نظر في الثقافة الجماهيرية. وهذا ما يبين وجود موضوع «الثقافة الجماهيرية» بالمعنى العلمي للعبارة. وهو ما يدلنا مسبقا على أن هناك إختلافات بين الخطب عن الثقافة الجماهيرية من داخل الفضاء النظري المقدم كبديهي، والذي يطرح فيه موضوع الثقافة الجماهيرية مشروعيته. بعبارة أخرى إن ما تطرحه مختلف الخطب عن الثقافة الجماهيرية، أو بالأحرى مختلف الخطب المنتجة لموضوع (الثقافة الجماهيرية) ينتمي في تضاده إلى الإشكالية نفسها. إذ الأمر يتعلق بالتأكيد بما يلي:

1 - إن إدراك مجمل الخطب، رغم تعارضها، يكشف أنها تطرح في سياق مفهومي متجانس. ومن ثمة تظهر هذه الإشكالية كأجابه وهمية على سؤال طرح بشكل سيء. إذ يعين الخطاب الذي ينتج / يتحدث عن مفهوم الثقافة الجماهيرية كأيدولوجية (موحدة داخليا بأشكالياتها الخاصة) التي تنير / تخفي الواقع وتحدث عنه من وجهة نظر الطبقة المهيمنة.

2 - الخصائص العامة لإشكالية الثقافة الجماهيرية:

يمكن أن نستخلص خصائص الثقافة الجماهيرية من الملاحظات الأربع التالية:

أ - انه خطاب عام يقع في ملتقى خطب أخرى. وتحتوي إشكالية الثقافة الجماهيرية على مختلف المعطيات الآتية من آفاق أو مصادر نظرية مختلفة جدا مثل: القانون، والإقتصاد، وعلم الاجتماع، والعلوم السياسية، وعلم اللاهوت، وعلم الأمراض العقلية، والأخلاق، والتاريخ، والأدب، وتاريخ التقنيات، وغيرها. غير أنه لا يمكن أن نعتبر أن كل هذه الميادين من (المعرفة)

تمتلك نفس الجدية. ولا تعالج هنا على أن لها نفس الأهمية. فكل ميدان من الميادين المذكورة يحتفظ بخصوصيته واختلافه، ولذلك يمكن أن نشير إلى أن الخطاب عن الثقافة الجماهيرية يولد الغموض ويقوم بالإنقاء. إن هذا الخطاب المستخرج من ميادين ذات طبيعة علمية غير متكافئة، يبنى على التمثيل، وعلى التقارب غير المراقب، وعلى التمثيل الضمني، وعلى المثال الذي لا يمثل على أي شيء نتيجة غيابه في مسار البرهنة عن نظرية في طريق بناء موضوعها، وهو ما يجعلنا نتساءل: هل أن الثقافة الجماهيرية تفتح الطريق إلى الدكتاتورية والإستبداد؟ نجيب بأن الثقافة المثقفة (culture cultivée) بألمانيا لم تمنع النازية من الوجود. وهل نؤكد، من باب الإستعارة المثيرة للإدعاء والساذجة أيضا، أن التلفزيون هو نافذة مفتوحة على العالم؟ نجيب كذلك أن السلطة السحرية للصورة تقود الإنسان نحو الحضارة التي يكون فيها الإغتراب كاملا. ولأجل ذلك نستشهد بـ: غوبلز (Goebbels) تارة، وبيغ بروذر (Big brother) طورا، والتلفزيون التربوي تارة أخرى، والثقافة الشعبية، والإنسان الجديد وثورة التكنولوجيا، وغيرها. انه من الواجب الاعتراف بأن كل الحجج ليست من هذا الصنف، فهناك ما هو أقل منها بدائية. لكنه مهما كان مستوى الحجج المقدمة، يظل الشيء الأساسي قائما: إرادة إستخدام كل الوسائل لتحقيق الهدف بدون هاجس إستمولوجي مسبق. وفي هذا الصدد فإنه ليس لنا سوى أن نفاجأ من الإستخفاف الذي يجعل الفكر المثقف يستشهد بكاتب مثل (مرشال مكلوهان). فماذا فعل هذا (النبي الكندي) سوى ممارسة الإنتقائية في نظام واعى ومتعمد، يرفض الاعتراف بأنها إنتقائية في العديد من المؤلفات عن الثقافة الجماهيرية؟

ب - إن الخطاب عن الثقافة الجماهيرية خطاب مثقفين. يتمتع كل الذين يتحدثون عن الثقافة الجماهيرية، بهذا القدر، أو ذاك بتكوين ثقافي... غير جماهيري. إنه خطاب المثقفين الذين يعيشون في الثقافة الجماهيرية ومنها.

وهنا تنبع علاقتهم الفضولية بالثقافة الجماهيرية. يقصون أنفسهم من تأثيرها، لكنهم يشكلون طرفا في النقاش الذي تثيره. هكذا يتحدثون عن (الخير) و(الشر) الذي تجلبه الثقافة الجماهيرية للآخرين. وكأن هذه الثقافة الجماهيرية مستقلة تماما عن الموقع الذي يحتلونه والأدوار التي يقومون بها وسط تشكيلة إجتماعية محددة. وكأن خطبهم عن الثقافة الجماهيرية ليست لها وظيفة أخرى ما عدا شرح ظاهرة خارجة عنهم تلاحظ بموضوعية.

ج - يعاني الخطاب عن الثقافة الجماهيرية من عدم الدقة في موضوعه وفي مجال بحثه. وبالفعل فهو يدخل العديد من الأشياء الأكثر تنوعا على مفهوم الثقافة الجماهيرية، إلى درجة أن العديد من المؤلفين يعتقدون، ضمنا، أن كل قارئ يعرف عن ماذا نتحدث بالضبط، بدل أن يسعوا إلى التحديد بكل صرامة ودقة الواقع الذي يغطيه مفهوم الثقافة الجماهيرية. إن التحليل يخلو تماما من الملاءمة حيث تبدو الثقافة الجماهيرية واضحة نسبيا للذين يتحدثون عنها: إنها تشمل، بصفة عامة، منتوجات الراديو، والتلفزيون، والسينما، والكتب، والجريدة، والمجلة، أي باختصار كل المنتوجات المقدمة للجمهور بقنوات جماهيرية. إذ، بنوع من الحشو يمكن أن يتحقق الإتفاق الضمني حول ما يحدده مفهوم الثقافة الجماهيرية. ويسمح هذا الحشو بمعرفة الموضوع الذي نتحدث عنه، ويغلق إشكالية الثقافة الجماهيرية في معرفة موضوع وهمي ويقدمه كشيء بديهي.

بيد أن الثقافة الجماهيرية تغطي في بعض الأحيان مجالا أكثر تحديدا. وتبدو الثقافة الجماهيرية في بعض الحالات (هذا يتوقف على الكتاب ذاتهم بدرجة أقل من الهدف مما يكتبونه) شديدة الارتباط بمفهوم الترفيه. وفي هذه الحال لا تشمل كل المنتوجات الجماهيرية، بل الأفلام، والألعاب، والرياضة فقط. وبعبارة أخرى إنها تشمل على ما يخرج عن نطاق ما نسميه عادة بالإعلام السوسيو إقتصادي والسياسي.

ولذلك فإن الثقافة الجماهيرية بمعناها الواسع تستند إلى غط توزيع المنتج، وترتكز بمعناها الضيق على وظيفة مفترضة ممثلة في تلبية حاجة: الحاجة إلى الترفيه، والحاجة إلى الإعلام، تبرر هاتين الحاجتين الأصيلتين و تدعم التمييز الذي يحدث عادة بين ميدان الإعلام وميدان الثقافة الجماهيرية.

د - إنه خطاب يتطور بمعية خطاب آخر، خطاب المجتمع الجماهيري. فبمعنى ما، هناك بعض المبالغة عندما نطلق على كل الخطب عن الثقافة الجماهيرية تسمية (mass culture and mass society). إن موضوع المجتمع الجماهيري (بمبغراته: مجتمع الإستهلاك أو المجتمع الشمولي) شديد الارتباط بالثقافة الجماهيرية. وتوجد في الخطاب عن الثقافة الجماهيرية، بشكل ضمني أو متستر، طريقة لإدراك وفهم الكيان الإجتماعي، أو على الأقل، بعض الفرضيات حول طبيعة النظام الإجتماعي الذي تتطور فيه الثقافة الجماهيرية. هذه الفرضيات تخضع إلى (الهلع) الأمريكي مما يسمى هناك بالظاهرة الإستبدادية. تبدو الثقافة الجماهيرية ضمن هذا السياق خطيرة على وجه الخصوص. سواء أعتبرت كسبب ممكن لقدوم المجتمع الإستبدادي، أو تم تعيينها كأثر مرئي لمجتمع إستبدادي قيد التحقق. هكذا، ترتبط الثقافة الجماهيرية بالتحول والتغيير في المجتمع. إنها ترتبط، على مستوى قرائن التغيير، بالتصنيع، وتطور التقنية، وتغيير العلاقات بين الأشخاص، وتغيير المحيط، الخ. إنها تشارك في أزمة الثقافة التي تغير في موقعها القانوني وفي طبيعتها، وهي ذاتها ممثلة لازمة عامة في المجتمع.

3 - وحدة إشكالية الثقافة الجماهيرية:

إن الخصائص العامة الأربع التي ذكرناها لا تكفي لتؤهلنا لمعالجة مختلف خطب الثقافة الجماهيرية كأنها موحدة بأشكالية واحدة بل يجب التأكيد على أن النظام المفهومي هو ذاته الذي يوظف في الهجوم على الثقافة الجماهيرية أو

في الدفاع عنها. غير أن هذا التقارب المفهومي لا يسمح لنا بالإشارة إلى عدم الاختلاف في الخطاب عن الثقافة الجماهيرية. غير أن الوحدة التي نتحدث عنها هنا ليست فعلا تلك المتعلقة بالأراء الفردية، لكنها أراء المنظومة التي تنتمي إليها بكل ما تحمله من تشابه واختلاف. إننا لا نطرح من هذه الخطب اختلافاتها ونحتفظ بالعناصر المشتركة فيها. فمثل هذا الإجراء يكون ناقصا ومبتورا، إضافة إلى كونه يلغي بدون حق التعارض في المواقف المدافع عنها، بدل تعيينها في الحقل العام الذي يعطي لها المعنى.

فالوحدة الأساسية في إشكالية الثقافة الجماهيرية واضحة ومرئية في النموذج النظري الذي لم تكف مختلف الخطب عن تعيينه. فهناك ثقافة جماهيرية يقال عنها هابطة (basse) وتعارض الثقافة العليا (haute). كما أن البعض يتحدث حتى عن ثقافة متوسطة، واضعا بذلك، في مستوى خاص، طموحات الثقافة العليا وهاجس إرضاء أكبر عدد من الثقافة الهابطة. إن المسميات التي نستخدمها لتعيين المستويات ليست دائما نفسها. فعادة ما نستخدم ثقافة (هابطة)، و(عليا)، و(متوسطة)، لكن في بعض الأحيان نستخدم مسميات أخرى. شيلس (Shils) مثلا، يستخدم من جهته: (superior or refined culture) و (médiocre culture) و (brutal culture) وماك دونالد (Mac donald) يميز بين (mitcult) و (masscult). بالطبع المسميات تحظى بالقليل من الأهمية، لكن ما يهم أكثر هو حركة الترتيب التي يفرضها التقاطع المبدئي لهذه التسميات مبينا أن أقصى القطبين لن يتغيرا، إن الشيء جلبي وواضح لدى الذين ينددون بالثقافة الجماهيرية، لكنه ليس أقل وضوحا لدى أولئك المتسامحين معها أو الذين يؤازرونها جهرا. ويتم الدفاع عن الثقافة الجماهيرية بأعبارها ثقافة هابطة، وليس كثقافة مغايرة جذريا. هذا يعني أن كل شهادة الرضا التي فنحها لها لا تشكك أو تطعن في الطبوغرافية الثقافية. أما بالنسبة للذين يدافعون عن الثقافة الجماهيرية. فمن الممكن أن

نجد لديهم تكاملا نسبيا بينها وبين الثقافة الراقية (culture savante)، سواء باعتبار أن الثقافة الجماهيرية تبسط الثقافة الراقية، أو أنها تقوم بالوظائف التي لا تقوم بها هذه الثقافة. هذه الفرضية الثانية يقدمها أساسا منتجو الثقافة الجماهيرية. إن هؤلاء مدعوون، في بعض الأحيان، إلى شرح الإستراتيجية والأهداف التي تحفزهم فهم لا يترددون في تبرير الثقافة الجماهيرية بالإشارة إلى ضرورة التكامل الذي يجب أن يحدث بين البرامج. فالثقافة المجادة التي تستطيع التلفزة مثلا أن تتكفل بها، يجب أن تتعايش مع تلفزة الراحة التي ترضي مؤكدة على علوها لضمان حقها الخاص في الوجود.

إن ترتيب الثقافات هو تمثيل (représentation) مؤكد في خطب الثقافة الجماهيرية. لكن هناك عناصر أخرى تحدد أيضا وحدة في معايير وشروط التمييز بين الثقافات بصفة خاصة. ونستطيع بسهولة تلخيص الأمر بالقول أن الثقافة الجماهيرية تعرف كنفي للثقافة العليا. (ماك دونالد) فهو يتحدث مثلا عن (الشكل الحقيق للثقافة العليا)، وأيضاً (الانعكاس التافه للثقافة العليا). وترى هانه أرنودت (Hannah arnendt) فيها نهبا للثقافة السامية (savante) الماضية والحاضرة. ويرى شيلز (Shils) فيها (طموح جمالي محرف وفظ) وغيرها. ونستطيع أن نضاعف من الإستشهادات التي تنتهي كلها إلى تعريف الثقافة الجماهيرية كحرمان / تحريف للثقافة السامية. لقد لاحظ البعض عن حق الطابع غير العلمي لهذا التصنيف. ففي هذا الصدد يقول فرنسيس بال (Francis Balle) (بلاحظ بأن هذا التصنيف تعسفي، ويعبر عن التفضيلات التي من الممكن أن تكون خاصة بالملاحظ، أو خاصة بفترة ما، لكنها ليست خاصة بعالم إجتماعي شغوف بالعلم) (3) هذا الموقف النقدي (أكثر إنتشارا اليوم، خاصة وأن ترتيب الفنون والأنواع تغير، نوعا ما، خلال ثلاثين سنة). ومن المحتمل أن يكون هذا الحكم على قدر كبير من الصواب والرجاحة. لأن الأمر يبدو كأن الخطاب عن الثقافة الجماهيرية ليس سوى نتيجة لتعسف ثقافي بسيط أو نتيجة لتفضيل الباحثين لنوع من الثقافة.

أن إختيار هذا التفسير يمنع من معالجة إشكالية الثقافة الجماهيرية كأيدولوجية، ويمنع من رؤية نوع الضرورة التي تؤسسها والتي تجعلها موجودة. إن ما يشكل الحقل المرجعي الذي يستند إليه خطاب الثقافة الجماهيرية للحديث عن الثقافة الهابطة لا ~~يقتصر~~ في القول: أنه تعسفي، وأنه عبارة عن تفضيل (فردى أو خاص بعصر) وإنما هو الإيدولوجية المهيمنة في مجال الثقافة. ويكفي، للإقتناع بذلك، رؤية ما هي القيم التي توجه الإختيار. نستطيع أن نذكر على الأقل ثلاث منها: الطابع الوحيد للمنتج، أصالته، عمقه. فالطابع الوحيد للمنتج: كلمة وحيدة تحيلنا هنا إلى مجمل التجارب الفردية التي من المفروض أن يحتويها المنتج. إن إعتبار المنتج كبروز متميز لشخصية إستثنائية، هو شهادة، ومناقشة الواقع بواسطة وعى عبقرى. يحول هذا المنتج الحياة إلى مجموعة من الأشكال التي تستهدف إسترجاع الحياة بطريقة خاصة وجديدة (معيار الأصالة). هذه الجدة تربط المحتوى والشكل بأنسجام، وتكون مؤهلة لإكتشاف بعض المناطق في الإنسان جالبة بذلك إلى الثقافة قيمة مضافة للمعنى الذي يبررها. وتنتمي مثل هذه التصورات إلى حقل معين فالكاتب هنا يمثل المبدع، ونظرا لأن هذا الأخير يتمتع بسلطة سحرية (العبقرية) تجعله خارج المعتاد والمألوف، لإدراك (أشياء الحياة) و(للتعبير عنها) (4) في آن واحد. هكذا تختفي ظروف إنتاج ما يعترف به، في لحظة تاريخية معينة، أنه فن، أدب، مسرح، موسيقى، إلخ، تاركة المجال للفهم الصوفى للإبداع الفنى وحده.

إن التصور البرجوازي للفن يوحد كل إشكالية الثقافة الجماهيرية، ويحدث سلما في القيم التي تشكل أساس تفكيرنا في الثقافة الجماهيرية: سواء بالسلب (هدم القيم الثقافية)، والإيجاب (تبسيط الثقافة القديمة، ظهور إشكالية ثقافية معادلة لها). إن المتهجمين على الثقافة الجماهيرية يشددون على طابع الإنتاج الصناعى، وعلى فطيته المقبولة (نقص أصالته)، وعلى سطحيته (نقص عمقه)، خلافا للمدافعين عنها الذين يجتهدون للتأكيد على

أن نفس القيم الأساسية يمكن أن توجد في بعض منتوجاتها لكن من خلال أشكال جديدة ومبتكرة.

وهكذا، نبين أنه لا أحد يدافع عن وجهة نظره من خلال الفكرة - المقبولة ضمناً من قبل الجميع - التي يمكن القول بموجبها أن كل ثقافة حقيقية هي خالقة لقيم أصيلة. بل إن إختلافهم ناتج عن كونهم لا ينظرون إلى هذه الأصالة من نفس الحوامل الثقافية. فالمنددون بالثقافة الجماهيرية، يعتبرون أن أشكال الثقافة الكلاسيكية وحدها تستطيع أن تضمن متطلبات الإبداع (الحقيقي). أما مؤيدوها فيعتبرون أن هذه المتطلبات يمكن أن توجد بقوة في رورتاج ذي نوعية جيدة، وفي مادة درامية، وفي فيلم أحد كبار المخرجين، إلخ. ولم يتم التهجيم على الفكرة التي مفادها أن الثقافة هي خالقة للقيم الأصيلة، لأن هذا التصور للثقافة مرتبط تاريخياً بالطبقة المهيمنة.

كما أن النموذج النظري للثقافة الجماهيرية غير مبرر بواسطة الخصائص الداخلية وحدها للثقافات المطروحة بل مبرر أيضاً بواسطة التأثير الذي من المفترض أن تحدثه على جمهورها.

نحن نتحدث عن الثقافة الجماهيرية قائلين أنها تنتج الإغتراب، وأنها تافهة، ومنمطة، ومكررة، وسطحية، موجهة نحو إستهلاك المتعة الزائلة. إن الثقافة الجماهيرية تنتج جماهيرياً عدم التبصر، وتخفق الوعي الإجتماعي. إنها مسكنة من كثرة مغالاتها في التفاهة. كما أنها تثير أو تدعم مسار الإغتراب الذي يعتبر كخاصية للمجتمع الجماهيري. إن الثقافة الجماهيرية تشارك في هذا المسار لكونها تقترح برامج على الجمهور المفتت (la foule atomisée) برنامجاً منمطاً (standard) يستهدف ملء وقت (الفراغ) الناجم عن تقليص وقت العمل. وهكذا، فالفن، والثقافة، ليست تجارب أصيلة لكنها أفعال إستهلاكية. هانه أرندت (Annah Arendt) مثلاً تبنى تحليلها للثقافة الجماهيرية وللأشكال الفنية في المجتمع الجماهيري على الاعتراض المذكور.

ولنقدم هنا أحد نصوصها التي تعد مثالا عن الموقف الليبرالي البرجوازي من الثقافة الجماهيرية:

(المجتمع الجماهيري (...)) لا يريد الثقافة، لكن الترفيه والمواد التي تقترحها صناعات الترفيه يستهلكها المجتمع فعلا مثلما يستهلك الأشياء الأخرى. إن المنتجات الضرورية للترفيه تخدم المسار الحيوي للمجتمع، وإن كان من المحتمل أنها غير ضرورية مثل الخبز واللحم (...)) إن الثقافة تخص الأشياء وهي ظاهرة من العالم، والترفيه يخص الناس وهو ظاهرة من الحياة. إن الشيء ثقافة حسب مدة ديمومته، وطابعه الدائم يعارض طابعه الوظيفي (...)) الثقافة تكون مهددة عندما تكون كل أشياء العالم، المنتجة في الماضي وفي الحاضر، معالجة كوظائف خاصة للمسار الحيوي للمجتمع، وكأنها لم توجد هنا إلا لتلبية بعض الحاجيات (5).

إن هذا النص مهم لأنه يعين الموقع الذي نتحدث منه عن التعارض بين الثقافة العليا / والثقافة الهابطة. فعندما تعتبر هانـه أرنـدوت (Arendt Annah) أن الثقافة الجماهيرية تنتمي إلى فضاء الترفيه الذي يتعارض مع الثقافة السامية، بعدم وظيفته الآتية وبديمومته في ذات الوقت، فبهذا تفتح المجال ليستشف ما يفصل جذريا بين الثقافة السامية (savante) والثقافة الجماهيرية: ففي الثقافة الأولى، يوجد السمو الذي يضمن للثقافة وضعها الحقيقية كتجربة أصيلة، وفقدانه في الثقافة الثانية يجعل الثقافة الجماهيرية مزيفة وخاطئة. إن الثقافة الحقيقية تدرك كغريبة وشاذة أساسا، بينما الثقافة الجماهيرية تحدث أساسا الاندماج. ففي الحالة الأولى الثقافة - المثقفة - هي تحرير الوعي، وفي الحالة الثانية، إنها إغتراب. هذا ما يمكن إستخلاصه من كل تحليل يضع مفهوم السمو في مركز محاججته: إذا وجدت ثقافة تحدث الإغتراب فلأن الثقافة المحررة توجد بشكل متناظر لها. يبدو أيضا أنه من الصواب الإعتقاد بأن الإشكالية التي تنص على أن الإغتراب يحدث بواسطة

الثقافة الجماهيرية تطرح ضمن التصور البرجوازي للثقافة الجماهيرية. لأن الثقافة كهيئة محررة هو نقطة قوية في الخطاب البرجوازي عن الثقافة الجماهيرية وعن تأثيرها. (الإنسان المثقف هو إنسان حر) هذا ما قاله موريس دريون (Mourice Drion) في أحد الأحاديث التي أدلى بها لجريدة (Le monde) عند تعيينه وزيرا للشؤون الثقافية. فهذه الجملة صاغ (بعد الآلاف) المعادلة التي تبرر وتطمئن أمام عينيه الشرائح المثقفة.

إن الخطاب عن الإغتراب يعارض الخطاب عن الثقافة المحررة، وهكذا تبقى هذه الأخيرة سجينه الإشكالية التي تنص على أن التحرر والعبودية هما مسألة وعي مستنير أو مظلم. وهكذا تصبح الحرية مسألة وعي وليست قضية إجتماعية تحددها العلاقات الإجتماعية. وهكذا أيضا يتم العثور على الأسطورة والوهم الذي تجسده مركزية الإنسان. إنه بكل تأكيد، يجب أن نرى أن التعارض بين الثقافة النخبوية والإغتراب عن طريق الثقافة الجماهيرية لا يعطي قيمة للعلاقات الإجتماعية لكنه يعطي قيمة للفرد ويجعله قطبا مرجعيا. فمن المفروض أن يكون هذا الأخير موجودا قبل أي فعل ثقافي. فالإنسان هو رصيد من العقل الذي يمكن أن تنميه الثقافة إذا كانت جيدة وأن تزيد في تخلفه إذا كانت سيئة. إذا للإنسان حقيقة خارجة عن الثقافة وسابقة عن تأثيرها (ثقافة نخبوية أو جماهيرية). يعرف لحظة متميزة يكون فيها صافيا وغير خاضع لأي محدد، منزويا في نزاهة تستطيع الحياة الإجتماعية أن تدعمها أو تهدمها حسب الحالات.

4 - إشكالية الثقافة الجماهيرية ورهاناتها

إن إشكالية الثقافة الجماهيرية إشكالية برجوازية. ففي تعارضها الممكن تسعى كل الخطب إلى إتهام الثقافة الجماهيرية، أو الدفاع عنها، أو شرحها، دون أن تبدأ في التشكيك في مفهومها، وبهذا فهي (أي الخطب) تخضع

لنفس النظام المفهومي الذي تحدد أقطابه بأشكال مختلفة. ويجب البحث حاليا لتحديد الدور الموضوعي الذي تقوم به مثل هذه الإشكالية في إستراتيجية الإيديولوجية البرجوازية.

كما يقتضى مفهوم الثقافة الجماهيرية، للتعين بأسم علمي مجموعة من المنتوجات الثقافية، إقتطاع الواقع بغية إعطاء جواب على سؤال سبق طرحه. لذا قلنا هذه الإشكالية دورا إستراتيجيا. تزعم أنها تقدم تقريرا عن الواقع، وتفسره. لكن الشرح المقدم يفرض بعض وجهات النظر على الواقع الذي يؤكد هيمنة إجتماعية. ولا يكفي إذا إظهار الوحدة الأساسية لإشكالية الثقافة الجماهيرية على المستوى الإيديولوجي بل يجب القول أيضا، بأن الحديث عن هذا الخطاب هو الوقوع في الإستحالة النظرية والعملية لصياغة أسئلة أخرى غير تلك التي يرمجها فضاء هذه الإشكالية. بكلمة واحدة، يجب الإظهار بوضوح أن وجود إشكالية الثقافة الجماهيرية له رهانات، وأن تأثيرها المشوش يستجيب لضرورة، وأن وجودها يسمح بكبت أسئلة من نوع آخر مرتبطة بنوع آخر من الآراء إزاء الواقع.

لننتقل من ملاحظة بسيطة: يقتطع مفهوم الثقافة الجماهيرية (قطعة) من مجمل البرامج التلفزيونية، ذات خصائص متعارضة مع قطاع آخر يغطى بصفة عامة الإعلام الإجتماعي - الإقتصادي - السياسي. لتقريب الصورة نقول: عندما تستقبل حصة (actuel 2) في التلفزيون الفرنسي جورج مارشي أو سفير إسرائيل في باريس، فإننا نجد نوعا من الإتفاق على أن هذه الحصة إعلامية. بينما الحصص الأخرى (les fargeots ، أو les têtes et les jambes) تنتمي من جهتها إلى الثقافة الجماهيرية. وبذلك يبدو أنه لا يوجد أي إعتراض ممكن على هذا التصنيف. لقد (إكتسب هذا التصنيف شرعيته) بالإستخدام المتفق عليه للمفاهيم الأخرى التي تركز عليه، وتعززه مثل، مفهوم (الحاجة للإعلام). ومن الملاحظ أن ميدان الإعلام السياسي - الإجتماعي - الإقتصادي

من المفروض أن يرد على الاتهام الذي يوجه له على أنه ناقل للدعاية. بل الشيء نفسه لا ينطبق على الخطاب الرياضي، والألعاب التلفزيونية أو المسلسلات. لا ندري أنه عندما يتم التأكيد هنا وهناك أن (التلفزيون الفرنسي في قبضة الإنجليز)، لا ينطبق على المقابلة الرياضية الأخيرة التي جمعت فريقين كرة القدم البلجيكي والفرنسي، ولا ينطبق على حصة المنوعات التي تسمى (les Fargeots). يبدو إذن أن الدعاية (مرض) يمس الإعلام فقط. ولا يمس الثقافة الجماهيرية. ففي أقصى الحالات لا تتهم هذه الثقافة سوى بالإنحراف. إذا الدعاية هي إعلام فاسد، والثقافة الجماهيرية هي ثقافة سيئة، لأن هناك من يؤكد على ضعف القيمة الثقافية للبرامج التلفزيونية: المسلسلات، الألعاب، أو الرياضة.

إن الثقافة الجماهيرية لا تنتمي إلى التحليل السياسي. غير أنه يبدو من أول وهلة أن هذا القول يتناقض مع الملاحظة التي أبدت في السابق، والتي مفادها أن الخطاب عن الثقافة الجماهيرية مرتبط بالخطاب عن المجتمع الجماهيري ويتوهم المجتمع الذي يسمى شمولي. لكن إذا أمعن النظر في الثقافة الجماهيرية وتم إدراكها ضمن الأفق السياسية للمجتمع الجماهيري وضمن مستقبله فإنه يبدو آنذاك الخطاب عن الثقافة الجماهيرية غير نابع من تحليل سياسي. والدليل على ذلك أنه لا يوجد خطاب عن الثقافة الجماهيرية إلا من داخل الثقافة.

إنه بالترتيب المنسق لمفاهيم الدعاية والثقافة الجماهيرية، تحقق النجاح عمليا في فرض تصور خاص للسياسي du politique، فحسب هذه الأخيرة، السياسي هو كل ما يعين ضمنا على أنه سياسي، أي كل ما يمس الأشكال المؤسساتية للسلطة. وبالمقابل، لا يعد سياسيا كل ما لا يمكن ملاحظة علاقته بالسلطة أمبريقيا. وهكذا تتم تبرة جزء هام من الخطاب الإيديولوجية التي تبسط بواسطتها البرجوازية هيمنتها. ووفق هذا الفهم لا يوجد حديث سياسي

يمكن في الرياضة، والمنوعات، والأفلام في التلفزيون. ان الحديث عن المواد التلفزيونية قد استوجب شحذ مفهوم أقل ما يقال عنه أنه يصعب القضاء عليه: إنه مفهوم الثقافة الجماهيرية.

يمكن نعت الثقافة الجماهيرية بالكثير من النعوت والأوصاف: رديئة، بليدة، منومة، خسيصة، مغربة، وغيرها. لقد درسها المختصون في وسائل الإعلام، إقتطعوها، أزدلوها، وأذلوها، لكن أقلية قليلة منهم تحدثت عنها بمفردات سياسية. لكن، من وجهة نظر إعادة إنتاج وتوزيع الإيديولوجية المهيمنة. إن مجمل الخطب التي تشملها تسمية (الثقافة الجماهيرية) مهمة جدا، ومفهوم الثقافة الجماهيرية ذاته منح إمكانية عدم التفكير في هذه الأهمية. من خلال ترسانة من المفاهيم التابعة لحقل الإيديولوجية. ونستطيع أن نعرف رهان الخطاب عن الثقافة الجماهيرية كأنتاج لخطاب مفسر يرمي إلى تجاهل المحدد الإجتماعي لبعض المواد (الترفيهية). أي لوجود العراك الإجتماعي على المستوى الإيديولوجي.

المراجع والهوامش

* In jean marie peimme: la propagande inavouée, union gééral d'éditions, 1975.

(1) Pierre Miquel, Histoire de la radio et de la télévision, paris, ed, richelieu, 1972, p 243.

(2) Bernard RosenbergM (Mass culture in america) in mass culture, bernard Rosenberg & David manning white eds, New york, the free press, 1957, p 9.

(3) Francis Balle: institutions et publics de moyens d'information, Paris, ed MONTCHRESTEIN mantereia 5. 1968, pp 12 - 13.

(4) الكاتب هو شخصية معاصرة، أنتجه بكل تأكيد مجتمعنا. للخروج من العصور الوسطى مع الأميركية البريطانية، إكتشفت العقلانية الفرنسية، والإيمان الشخصي بالإصلاح، مقام الفرد وأبته، أو كما نقول بطريقة أكثر نبلا (الشخصية الإنسانية) فمن المنطقي أن تكون في مجال الأدب الوضعية قد منحت الأهمية الكبرى (الشخصية) الكاتب. فالكاتب يسطر في كتب تاريخ الأدب، وفي بيوغرافية المؤلفين، وفي الأحاديث التي تنشرها المجلات، وحتى في وعي الكتاب الأدبيين المهمومين بأن يقحموا في الكتب المتضمنة سيرهم الذاتية شخصياتهم وأعمالهم، إن صورة الأدب التي يمكن أن نعثر عليها في الثقافة العادية Roland Berthes (la mort de l'auteur) مركزة بشكل جائر على الكاتب: شخصيته، تاريخه، أذواقه، وولعه.

(5) Hannah Arendt, la crise de la culture, Paris, Gallimard, 1972, pp 263 et 266.