

الفصل الثاني

تصور المجتمع الجماهيري

الفصل الثاني

تصور المجتمع الجماهيري

طرح بعض الأسئلة حول "المجتمع الجماهيري" والإعلام

"تسببت إذاعة البي بي سي BBC دون قصد في ظهور موجة هائلة من الفزع الذي اجتاح بريطانيا منذ ظهور البث الإذاعي. هذا وقد لجأ نصف سكان الدولة إلى إثارة الشائعات خلال العطلة الأسبوعية بمدينة لندن." وجاء ذلك حسبما ذكرت جريدة "إيفنج ستاندرد" Evening Standard بتاريخ 18 يناير 1926.

"وفي الواقع، أثارت هذه الأخبار دهشة كثير من الناس" وفقاً لما نقلته جريدة "زي تايمز" The Times بتاريخ 18 يناير لعام 1926.

"ويمكن اعتبار الفكاهة والهجاء من الأدوات الخطيرة حال تطبيقها على العاملين بمجال الإعلام. وبالطبع، فإن إذاعة البي بي سي BBC تتميز بشيء من الحكمة ما لم تخاطر بمعدل ذكاء عامة الشعب." وذلك حسبما ذكرت جريدة "أيرش تايمز" Irish Times بتاريخ 18 يناير لعام 1926.

وقد نقلت إذاعة بي بي سي BBC هذه الأحداث مساء السادس عشر من شهر يناير عام 1926. ووفقاً لما كتبه الأب رونالد نوكس Father Ronald Knox، تم عرض الموضوع بطريقة مبتكرة مؤكداً أن دراما الحياة الزوجية ونمط الشؤون الحالية قد أصبحت مألوفة لدينا تماماً. ويبدأ العرض كما لو كان محاضرة أكاديمية إلى أن يقاطعه خبر عاجل معلناً استمرار أعمال الشغب في طريقها إلى ميدان ترافالغار Trafalgar Square. وعلاوةً على ذلك، فقد تناولت وسائل الإعلام سلسلة من الأحداث الدرامية على نحو متزايد وكانت مصحوبة ببعض المؤثرات الصوتية كما لو كانت منقولة من موقع الحدث ذاته، فمثلاً: شنق أحد الوزراء على يد مثيري الشغب وتكبير فندق سافوي Savoy Hotel وساعة بيج بن Big Ben. وبالرغم من الواقعية التي اتسمت بها هذه الإذاعة (بالرغم من طبيعتها الساخرة)، أذاعت محطة بي بي سي BBC فيها بعد بيئاً نُشر بالطبعة التالية بجريدة "زي تايمز" The Times، ينص على ما يلي:

"الجدير بالذكر أن بعض المستمعين الذين استمعوا فقط إلى جزء من حديث الأب نوكس Father Knox في تمام 7:40 مساءً لم يُدركوا التلميحات الفكاهية الكامنة بالمصطلحات الإخبارية كما اتباهم شيء من القلق حيال مصير لندن وساعة بيج بن Big Ben والأماكن الأخرى المذكورة في هذا الخطاب. وقد ذكر الإعلان المبدئي أن هذا الحديث كان مجرد محاكاة ساخرة لعملية الإذاعة وبذلك كان مجمل الخطاب محاكاة هزلية. ونأمل أن يتقبل المستمعين، الذين لم يدركوا مثل هذا الخطاب، وافر اعتذارنا لما تسببه لهم من أي اضطراب. "فمدينة لندن بأمان، وساعة بيج بن Big Ben ما زالت تدق وبحالة جيدة".

وهناك مجموعة متنوعة من العوامل التي تُضيف إلى تقبل الدراما ونشر الأخبار المتعلقة بها. والجدير بالذكر أن سقوط الجليد قد تسبب في تأخر وصول الصحف بضع أيام متتالية (ولم تتناول إحداها اندلاع ثورة بمدينة لندن) بينما انتاب الجميع شعور حقيقي بالخوف من اندلاع الفتن الأهلية التي تُثيرها القطاعات الطائفية، مثل: الثورات التي اندلعت مؤخراً بروسيا وألمانيا في حين حدث اضطراب عام بالاتحاد الأوروبي بعد

ذلك بفترة قصيرة عام 1927. وبالمثل، كانت الإذاعة لا تزال جديدة نسبياً بينما كان عدد المستمعين ضئيل للغاية.

وبالرغم من ذلك، فقد نظر الجميع إلى هذا الحادث وغيره من الأحداث الأخرى مثل: إذاعة المسلسل الأمريكي "World of the Worlds" (الذي نوجزه فيما يلي) باعتباره دلالة على سلطة الإعلام "الجماهيري" والأفكار ذات الطبيعة المتسقة والمرنة للشعوب الحديثة - أو "الجماهير".

وهناك طريقة متبعة للنظر بعين الاعتبار إلى هذا الحدث وردود الأفعال عليه ألا وهي إمعان النظر بالمصطلحات المستخدمة لتوصيل هذا المعنى والافتراضات الكامنة بهذه القصة بسياق اجتماعي أكبر لهذا الحدث. ما المقصود بـ "الجماهير" والعامّة المشار إليهما في الردود على هذه القصة - وهل أعجبت الآخرين؟ ما المقصود بمثل هذه المصطلحات؟ ومن أين نشأت؟ وما هي استخداماتها المألوفة؟ وإليك التفاصيل بشأن إذاعة بي بي سي BBC ورودو الأفعال حولها على هذا الرابط:

رايموند اسنودي "Raymond Snoddy"، "العرض الذي أثار الشغب":

http://news.bbc.co.uk/newswatch/ukfs/hi/newsid_4080000/newsid_4081000/4081060.stm

بول اسليد "Paul Slade" "الربع المقدس: أول وأعظم خدعة إذاعية"

www.planet-slade.com/ronald-knox/1.html

ماذا سنفعل في هذا الفصل

في هذا الفصل من الكتاب، نهدف إلى البحث عن الأفكار المتعلقة بالمجتمع الإعلامي والجماهيري ذي الصلة بمفهوم الإعلام. وبناءً على الفصل السابق حيث تناولنا الحديث عن السلطة والأيدلوجية التي يتمتع بها الإعلام، سوف نتناول الآن الطرق التي اتبعها المفكرون لصياغة رؤيتنا للمجتمع الحديث وكيف شكّلت آمالهم ومخاوفهم وخططهم صورة "الجماهيرية" التي حددت مجموعة من الطرق لفهم المجتمع الحديث والدور الذي يلعبه الإعلام بهذا المجتمع. والجدير بالذكر أن الافتراضات الكامنة وراء

هذه الأفكار، كما سنرى فيما بعد، تتعلق بالمفاهيم المتغيرة عن التمييز الطبقي والتعليم والثقافة وكذلك العلاقات بين هذه الفئات.

ونبدأ الحديث هنا بعرض السياق التاريخي لهذا الفصل قبل الخوض في تفصيل كلمة "الجماهيرية" ومنظوري المجتمع الجماهيري. بالإضافة إلى ذلك، فقد تناولنا الأعراف البريطانية عن الإعلام والمجتمع، حسب الترتيب الزمني (ولكن دون سرد للأحداث)، وفقاً لما أثبتته الباحثة اف ار ليفيس "F.R. Leavis". وعلاوةً على ذلك، فقد نظرنا بعين الاعتبار إلى مردود الشعب الأمريكي على المجتمع الجماهيري، وهي مناقشة مفيدة يُنصح بقراءتها استكمالاً لحديثنا عن الجماهير. والجدير بالذكر أننا قد تناولنا بشيء من التفصيل مجموعة من المفكرين الألمان المعروفين في هذا المجال باسم مدرسة فرانكفورت "Frankfurt" ومفهومهم عن صناعة الثقافة.

أما القسم التالي من هذا الكتاب، فهو يتناول آخر تطورات الفكر البريطاني بشأن المجتمع الجماهيري والإعلام الذي نُطلق عليه لقب "الثقافية". ويمكن اعتبار هذا اللقب بمثابة مردود على الطرق البدائية للتفكير بعد تطويرها بالكامل من خلال مجموعة من المفكرين والمدارس في ظل ثقافة الإعلام المعاصر. وأخيراً، خلصت دراستنا إلى النظر بعين الاعتبار إلى مجموعة من المناظرات المتطورة عن حدود التفكير بشأن الثقافة والمجتمع الجماهيري.

بنهاية هذا الفصل، ينبغي أن تصبح قادراً على:

- إيجاز أصل وسياق المناظرات التي تتعلق بـ"المجتمع الجماهيري" والثقافة والإعلام.
- إيجاز وتقييم ومقارنة المصطلحات الأساسية المستخدمة في المناظرات بشأن المجتمع الإعلامي وفقاً لأشهر العلماء النظريين ومساهماتهم في هذا المجال.
- مشاركة الأفكار ذات الصلة بالمجتمع الإعلامي وتعريفات الثقافة دعماً لبحثك الخاص عن الإعلام وفرض النظريات.

المصطلحات الأساسية: ◀ الثقافة الحقيقية؛ تألية السلعة؛ النظرية النقدية؛ مفهوم الثقافة؛ الثقافة؛ صناعة الثقافة؛ مدرسة فرانكفورت؛ مبدأ ليفيس؛ الاتصال الجماهيري؛ المجتمع الجماهيري؛ التعددية؛ الثقافة الشعبية؛ الفلسفة الواقعية.

إعداد الدراسات الإعلامية

نقطة البداية

إن إحدى المشكلات التي تواجه الباحثين الجدد في فهم أصول النظرية الإعلامية (وقيمة هذا الفهم) تكمن في استيعاب المصطلحات التي تشتمل عليها المناظرة والافتراضات الكامنة. وفي بعض الأحيان، فإن أسلوب تفكير بعض الناس والسبب وراء تفكيرهم هذا قد تُذهل الباحثين الجدد. أما اليوم، على سبيل المثال، فإن تكنولوجيا الإعلام والمنتجات الإعلامية قد أصبحت إلى حد ما جزءاً هاماً من حياة المرء، في كافة جوانب الحياة، حيث أصبح من الصعب تصور رؤية الناس لها في الماضي.

وفقاً لمناقشة فترة ما بعد الحداثة في الفصل التالي، فإن الحدود الموجودة بين ما نعتقد للوهلة الأولى أنه جدير بالاهتمام وبين عدم أهمية هذا الشيء تعد حدوداً غامضة في العصر الذي كان يُباع به الكتب الفكاهية في مزاد علني بألاف الدولارات إلى جانب الطبقات الأولى من روايات الكاتب تشارلز ديكنز "Charles Dickens" حيث اعتاد الباحث الأكاديمي على دراسة العروض التليفزيونية مثل: "The Sopranos" أو جماليات ألعاب الحاسب الآلي. ومع ذلك، ما زال هناك بعض النفور من مثل هذه الملذات الشائعة أيضاً في حالة محاولة فهم الدراسات الإعلامية ذاتها التي تطرقنا إليها في مقدمة هذا الكتاب.

وعلاوةً على ذلك، فإنه بدايةً من هذا الفصل، يتعين علينا التفكير في بعض المصطلحات الأساسية بأسلوب جوهرى وذو مغزى بالنسبة لك. ماذا تعني "الثقافة" بالنسبة لك؟ ما المقصود بالحديث عن القيمة الثقافية؟ أين يمكن العثور على الثقافة – هل ترتبط بأماكن أو بأشخاص بعينهم؟ هل أنت "متقف" بأسلوب أو بأحر؟ الجدير بالذكر أن إجابات هذه الأسئلة تكمن في لب الأفكار التي تناوّلها هنا ومن ثم، يتعين عليك النظر بعين الاعتبار إلى أهميتها بالنسبة للناس.

السياق: المجتمع الجماهيري والإعلام الجماهيري والتغير الاجتماعي

إن التطور الحقيقي للإعلام "الجماهيري" خلال العقود الأولى من القرن العشرين ينحصر في عدد التغيرات التي وصلت لأوج ذروتها خلال المائة وخمسين عامًا الماضية والتي بفضلها تحولت أوروبا أولاً ثم أمريكا الشمالية تليها باقي دول العالم (ويتمان "Weightman"، 2007). وظهرت الخصائص الأساسية لهذه الفترة في الزيادة السريعة للتعداد السكاني والتحضر وتطور وسائل التكنولوجيا المتكثرة كما ظهرت في صورة تحوّل في الطريقة التي يتم من خلالها تكوين ثروة كما ظهرت أيضًا في التحول من الزراعة والبضائع يدوية الصّنع إلى منظومة المصانع.

وعلاوةً على ذلك، فقد تغيرت الطبقات الاجتماعية حيث انتزعت الطبقات التجارية المتوسطة والطبقة العاملة السلطة من صفوة المجتمع وأسست صورًا للديمقراطية والاقتصاد الرأسمالي الحديث. والجدير بالذكر أن النزاعات الاجتماعية -التي تكون عنيفة في معظم الأحيان وتقاومها الطبقات الأقوى - تساعد على تعزيز ونشر الديمقراطية كما أخذت ظروف العمل والأحوال الاقتصادية والاجتماعية في التحسن. وقد أولت هذه النزاعات والتغيرات أهمية جديدة لمجموعات هائلة من الطبقة المتحضرة التي طالما نظر إليها المعلق الاجتماعي باعتبارها طبقة "جماهيرية" (هوبسبوم "Hobsbawm"، 1996a, 1996b). بالإضافة إلى لك، فإن مصطلح "الجماهيرية" يعد مصطلحًا محملاً، كما سنرى فيما بعد، كما أن النزاعات والمناظرات بشأن هذه المجموعة وبشأن المجتمع الجماهيري لا يمكن فصلها عن قضايا السلطة، والطبقات الاجتماعية، والديمقراطية.

بالمقارنة، فقد ميّزت هذه التطورات، التي انتشرت خلال القرن التاسع عشر والعشرين وبداية القرن الحادي والعشرين، الأعوام التي شهدت مثل هذه التغيرات سواء في المجتمع ذاته أو في طريقة فهم المجتمع (فكر مثلاً في مدى تأثير شبكة الانترنت على نمط الحياة خلال العشرين عام الأخيرة). ولهذا السبب، يتناول هذا الفصل الحديث بالتفصيل عن بعض العلماء النظريين الذي ساهموا بشكل أساسي في تفسير هذه التغيرات التي تتعلق بالنظر إلى المجتمع والإعلام والثقافة. ويجب أيضًا أن ندرك أن هؤلاء العلماء لم

يلعبوا دور المحللين للسلطة الاجتماعية فحسب، بل شكلوا جزءاً من المجتمع الذي يعيشون به. ولم يسعى هؤلاء العلماء فقط لفهم وتفسير العلاقة بين الثقافات والمجتمع ولكنهم تميزوا بوضع طبقي. وبالتالي، ينبغي علينا إذن أن نفهم هذه الفكرة الأساسية بشيء من التفصيل ومن ثم، إدراك ما تتميز به العلاقة بين الطبقات الاجتماعية. ولذلك، فإننا بحاجة إلى تطوير تعريفٍ للطبقة الاجتماعية الذي تطرقنا إليه في الفصول السابقة ثم لاحظ علاقة الفكرة بالمجتمع الجماهيري.

وفي بداية القرن العشرين، كشفت بعض الأحداث الكارثية، مثل: الحرب العالمية الأولى التي اندلعت عام 18-1914 والثورة الروسية عام 1917، مدى السرعة التي تميزت بها الحياة في العالم الحديث، الأمر الذي ساعد على تقليل الشعور بالأمان والاستمرارية. وظهر هذا الوضع نتيجة تزايد وسائل اتصالات جديدة تتمثل في الصحف الجماهيرية والراديو والسينما التي تَندُرُ بحدوث تغيرات أعظم. وبالرغم من ذلك، فقد أثارت التغيرات التكنولوجية والسياسية والثقافية والديمقراطية قلقاً هائلاً حول طبيعة المجتمع بين الكثير من علماء الاجتماع والمعلقين الثقافيين. وتصب هذه المخاوف في فكرة واحدة ألا وهي المجتمع الجماهيري.

نظريات المجتمع الجماهيري

يفترض العالم النظري بمجال الاتصال الجماهيري دينس ماكويل " Denis McQuail" (ماكويل، 2005) وجود مجموعة من المعاني الخاصة بمفهوم "الجماهيرية" المستخدم في بعض العبارات مثل: "الاتصال الجماهيري" و"الجمهور الجماهيري" و"الثقافة الجماهيرية". وخلص هذا الباحث إلى أن هذا المفهوم السائد "الجماهيرية" يُشير ضمناً، في المقام الأول، إلى نظرة سلبية لتراكيب اجتماعية ضخمة مشوهة تفتقر للنظام.

وكما ذكرنا، فإن مفهوم "المجتمع الجماهيري" هو مجرد فكرة تطورت خلال القرن التاسع عشر ثم ساد المناظرات التي تناولت الحديث عن المجتمع والثقافة والإعلام في بداية القرن العشرين.

الانوجرافيا

زيادة السكان والمدن وأنهاط
 المعيشة بالدول الصناعية
 خلال القرنين الماضيين
 تزامنًا مع ظهور صور
 جديدة للاتصالات، الأمر
 الذي ساهم في ظهور سبل
 لوصف المجتمع والناس
 باعتبارهم جماهير
 المصدر: Rex Features



والجدير بالذكر أن علماء المجتمع الجماهيري يعتقدون أن التصنيع والرأسمالية والديمقراطية ذاتها قد غيرت المجتمع من مجرد مجموعة من العلاقات بين الأفراد والمجتمعات الصغيرة إلى مجتمع يفترق إلى الشعور بالفردية في مناخ المدينة الجديدة ونظام المصانع. بالإضافة إلى ذلك، يُنظر لصور الاتصال الجديدة - خاصة السينما والإذاعة - باعتبارها جزء من عملية "الجماهيرية". علاوةً على ذلك، فإن معظم المعلقين والعلماء النظريين والمحللين لهذه التغيرات - حتى عام 1968 على الأقل - يرون أنها قد أساءت للمجتمع المتحضر. وبالرغم من ذلك، لاحظ أن هذا التوقيت لم يكن بمثابة نقطة النهاية حيث اتخذت هذه الأفكار صورًا متنوعة (لتفسير التاريخ المحدد، يُرجى ملاحظة ما يلي).

والجدير بالذكر أن مفهوم المجتمع "الجماهيري" وما يتضمنه من تشاؤم وسلبية يضم مجموعة من الأوضاع والمناظرات الهامة. ولفهم هذه المناظرات، ينبغي عليك النظر بعين الاعتبار إلى مجموعة من الآراء المختلفة بشأن نظرية المجتمع الجماهيري.

وفي هذا الجزء من هذا الفصل، سوف نتناول الحديث عن نوعين من الأعراف الأولى للفكر التي حاولت التكيف مع التغيرات التي طرأت على المجتمع، وقد شرحناها بالفعل. ويتناول هذين العُرفين فكرة المجتمع الجماهيري ولكن من خلال طرق مختلفة للغاية. يرتبط العُرف الأول، ذو الصلة بالباحث الأكاديمي البريطاني فرانك ار ليفيس

"Frank R. Leavis"، بالفنون ودراسة الأدب بينما نشأ العُرف الثاني بالولايات المتحدة الأمريكية حيث ارتبط بتطور العلوم الاجتماعية.

التفكير بصوت مرتفع سلطة الجماهير

تعتمد معظم الأفكار التي نتعامل معها في الجزء الأول من هذا الفصل على فكرة المجتمع الجماهيري - المشكوك بها - وملايين الأفكار الأخرى المجهولة التي تُشكل هذه المجموعة - سواء كانت طبقة عاملة أو متحضرة أو سوقية أو أية وحدة أخرى. وبالرغم من ذلك، ينبغي أن نتعرف على بعض الآراء الإيجابية الخاصة بالمجتمع الجماهيري التي تشيد بسلطة الشعب كونهم يملكون مصائرهم بأيادهم. والجدير بالذكر أن الثورات وأعمال الشعب التي اندلعت بأوروبا خلال القرن التاسع عشر، التي أعطت حق التصويت والمزايا الاجتماعية للأغلبية، كانت نتيجة للعمل الجماعي مثل: التعديلات القانونية أو بدل الإجازة أو المعاشات أو الإجازة المرضية المدفوعة وغيرها، حيث طالبت الأغلبية بمثل هذه الحقوق ولم تُمنح للموظفين أو الحكام.

وبالطبع، أيد ماركس "Marx" وأتباعه سلطة الجماعة حيث يرون أن ثورة الطبقة العاملة ووعيهم الجماعي يفضون إلى تأسيس مجتمع أفضل للجميع - كما يعتقدون. ومن ناحية أخرى، أو من ناحية تهكمية، يرى البعض مثل: موسوليني وهتلر أن السلطة الجماعية للشعب يمكن تسخيرها وتوجيهها من جانب "رجال أقوياء" مثلهم.

وخلال وقت الكتابة، كانت أفكار هذا المنظور اللطيف بشأن ثورات "الربيع العربي" (ص 362) ربما تشير إلى الجانب الإيجابي لمفهوم "الجماهير" والسلطة المحتملة إذا تم توجيهها ضد الديكتاتوريات الحديثة.

ثقافة وأعراف المجتمع

إن المناظرات التي عقدها الباحث ليفيس "Leavis" بشأن المجتمع الجماهيري قد أثارت سلسلة من الأفكار عبر أوروبا من شأنها تطوير مجتمع صناعي. وقد عمل الباحث بجدية على مناظرات المعلق الثقافي الفيكتوري والشاعر والمصلح التربوي ماثيو أرنولد "Mathew Arnold"، وهو أحد المفكرين البريطانيين خلال القرن التاسع عشر. وفي كتابه "الثقافة والفوضى أو Culture and Anarchy" (أرنولد "Arnold"، 1932/1882)، أعرب أرنولد "عن خوفه واشمئزازه من التطور الاجتماعي لبريطانيا الصناعية وابتدائها الواضح. وقد انتقد هذا الباحث كل الفئات الاجتماعية بالمجتمع الجماهيري الجديد بسبب ماديتهم وإخفاقهم في حماية الإنجازات الثقافية العظمى التي حدثت في الماضي والاستفادة منها. وفقاً لما ذكره أرنولد "Arnold"، لا تُقاس قيمة المجتمع بالثروة التي يُنتجها ولكن بالثقافة التي يُنشئها، كالأعمال الأدبية التي كتبها بعض المؤلفين مثل: شكسبير ودون "Donne" و ميلتون "Milton"، والفنون الجميلة والموسيقى. وفقاً لأرونولد "Arnold"، فإن سلطة هذه الثقافة تكمن في خصائصها الفائقة وقدرتها على التقريب بين الطبقات الاجتماعية لموازنة الخصومة السياسية وتدهور الحياة الحديثة كما هو الحال في الأحياء الفقيرة والأماكن الشعبية كالحانات والمسارح الغنائية.

والجدير بالذكر أن ليفيس "Leavis" قد كره سطحية وزيف الحياة "الجماهيرية" الحديثة والثقافة الشعبية التي تطورت في عصره. وفقاً لليفيس "Leavis"، فإن الأفلام والعروض الإذاعية والموسيقى الشعبية والصحف والمجلات المصورة وسوق الأسهم من أكثر الأشياء التي يستهلكها الناس والتي من شأنها التقليل من قيمة المادة الكلاسيكية التي يتعاونها (مثل: النسخ الرخيصة من الأعمال الأدبية الكلاسيكية). وقد ظهرت هذه الأشياء نتيجة للتوزيع والإنتاج الإعلامي الحديث وكرها ليفيس "Leavis" أيضاً بسبب أصولها الأمريكية - من حيث المحتوى وطريقة الإنتاج والترويج.

أبرز المفكرين في هذا المجال

فرانك ار ليفيس "Frank R. Leavis" (1978-1895)

التحق ليفيس "Leavis" بجامعة كامبردج بعد الحرب التي اندلعت عام 1914-1918 التي حارب خلالها. والجدير بالذكر أن أفكاره وأساليبه قد أثرت بشدة على دراسة اللغة الإنجليزية والثقافة بالجامعات البريطانية والطرق التي تُدرس بها هذه المواد بصورة موسعة. وقد تحدى الفكرة السائدة بأن كلمة "مثقّف" تعني دراسة المرء لك "كلاسيكيات" مثل: اللغتين اليونانية واللاتينية وكذلك الأدب والفنون. وكان هذا نوعاً من المواد التي تميزت بها المدارس الإنجليزية العامة والجامعات. وفقاً لما ذكره ليفس "Leavis"، فإن الأدب الإنجليزي (كالروايات والمسرحيات والقصائد الشعرية) الذي كان بمثابة مستودعاً لـ "الأعراف العظمى" لثقافة "الإحساس" والشعور الإنساني. والجدير بالذكر أن أعماله وكتاباتة النقدية بمجلة اسكروتوني "Scrutiny" (1932-53) قد ساعدت في تأسيس موضوع الأدب الإنجليزي بالجامعات والمدارس. وبالعامل مع زوجته، قدم ليفيس "Leavis"، وآخرون، على الفور دراسة نقدية عن الثقافة الشعبية واعتبر دراسة الأدب الإنجليزي الحديث بمثابة طريقة لفهم الظروف الإنسانية من جديد والمحافظة على الشعور الإنساني بالمجتمع الجديد المنعزل. وأصبح "منهج" ليفيس "Leavis" واهتمامه الجاد بتفاصيل "النص"، من ناحية، أساساً لكثير من الأبحاث الخاصة بالدراسات الإعلامية.

وفي مواجهة وسائل الترفيه المنتشرة، انحصر اهتمام ليفيس "Leavis" الأول في معنى وطبيعة الثقافة.

"فالثقافة" تُعرف على أنها إحدى الكلمات الإنجليزية التي تحمل الكثير من المعاني؛ وسوف نعرض هنا بعض الاستخدامات المتغيرة لها من خلال هذا القسم في كثير من المواقع. وهنا، تُعرف الثقافة مبدئياً من حيث استخدامها لدى بعض العلماء النظريين أمثال: أرنولد "Arnold" وليفيس "Leavis".

التفكير بصوت مرتفع ما خطب أمريكا؟

سوف نتناول الآن أحد الأسباب المتكررة وراء مناقشتنا لهذا الفصل من الكتاب. إنه سبب واضح، وأحياناً غامض، ألا وهو عدم الثقة في كافة المتعلقات الأمريكية – كالإعلام (من أفلام وموسيقى وكتب فكاهية وغيرها) والأفكار وكذلك الشعوب والسياسة. ومن ناحية، يمكن رفض هذا الأمر باعتباره منظوراً تاريخياً يظهر بمواقف المفكرين القدامى الذين تناول الحديث عنهم بهذا الفصل من الكتاب. ما السبب وراء هذا الرأي السلبي تجاه أمريكا؟ هل تعتقد أن هذه الأفكار ذات علاقة بالماضي؟ وما الدليل على هذا المنظور السلبي تجاه أمريكا وثقافتها في الفكر المعاصر؟ وكيف تُعرض هذه الأفكار وما الذي تشعر به تجاهها؟

وخلال العمر الذي قضاه في كتابة أعماله الأدبية، أصبحت آراء ليفيس "Leavis" محبطة مقارنة بانتشار الثقافة "الجماهيرية" الفاسدة الفتاكة على حد قوله. ويمكن تلخيص موقفه كما يلي. في مجتمع ما قبل الصناعة (الذي وصل إلى أقصى درجة من المثالية خلال عهد الملكة اليزابيث)، شاركت الشعوب في الثقافة "العضوية" المنتشرة (انظر التعريف الذي تناولناه فيما بعد) التي انهارت مع قدوم المجتمع "الجماهيري". أما في ظل عصر التصنيع الحديث، انسلخ الأفراد، كما يقول ماركس "Marx"، عن آدميتهم وإمكاناتهم بالكامل.

الثقافة (التعريف الأول)

وفقاً لأرنولد "Arnold"، فإن كلمة الثقافة أو Culture (بحرف C كبير) هي أفضل ما يُكتب أو يُقال ويستخدمها ليفيس "Leavis" (ومدرسة فرانكفورت) بهذا المعنى كونها نعتاً لتعريف مجموعة من المؤهلات بعدد من الميادين مثل: الفنون الجميلة والموسيقى الكلاسيكية والأدب والرقص. وتوصف هذه المجالات عادةً بأنها ميداناً لـ "الثقافة

العليا" ونتاج الأسماء التاريخية العريقة (مثل: شكسبير وميكيلانجيلو "Michelangelo" وفولتير "Voltaire" وغيرهم). وبالرغم من ذلك، ترتبط هذه الأفكار غالبًا بالثقافة "الشعبية" و"الحقيقية" - التي تتمثل في أي شيء يُنتجه عامة الشعب بأنفسهم في سياق أعرفهم العضوية. ويختلف هذا المعنى الأخير عن مفهوم "الثقافة الشعبية" المصنوعة من المنتجات التي يولدها الإعلام الجماهيري.

وبالرغم من جذورها الممتدة بعصر التصنيع الأوروبي، إلا أن ليفيس "Leavis" قد نظر للمجتمع "الجماهيري" باعتباره جزءًا هاملاً من الظاهرة الأمريكية، التي اعتمدت على بعض المفاهيم مثل: الفرد؛ والمثل الثقافية ذات القاسم المشترك الأدنى التي ترعاها المصالح التجارية. وإذا نظرنا إلى إمكانية تشكيل مجتمع أفضل من المجتمع الحديث، والاحتفاظ بالقيم الإنسانية واسترجاعها، فقد رفض ليفيس "Leavis" المبادئ المثالية للماركسية والقائلة بالمساواة بناءً على العمل السياسي. وبناءً على الفكرة القائلة بأنها تعد نوعًا من الثقافة الهامة بالنسبة للجميع، فقد افترض ليفيس "Leavis" تأسيس نخبة من الأفراد "المثقفين" الفاعلين الذين من شأنهم المحافظة على - من خلال الفن وتقديره - الشعور والحالة الإنسانية الحقيقية التي عاشتها الشعوب في عصر ما قبل الصناعة خلال علاقاتهم الاجتماعية الجافة. وأضاف ليفيس "Leavis" أنه في ظل عملية التعليم بين كافة الأفراد باستثناء تلك النخبة، نجد أنه يمكن بناء الدفاع ضد بعض التجاوزات الخاصة بالثقافة "الشعبية". والجدير بالذكر أن ليفيس "Leavis" قد ناصر الترويج لمبدأ "التمييز العنصري" الذي من شأنه مقاومة أو رفض رداءة الثقافة الجماهيرية وآثارها السلبية. وفقًا لما ذكره ليفيس "Leavis"، فإن "تأثير" الثقافة الجماهيرية لم يكن تأثيرًا سلوكيًا بل امتهانًا عامًا لطابع الحياة وهو ما نطلق عليه اليوم "السطحية" بالرغم من أن هذا المصطلح ذاته قد أفرغ ليفيس "Leavis" كونه دليلًا مبتدلاً على هذه العملية.

وعلاوةً على ذلك، فقد قدم ليفيس "Leavis" برنامجًا ثقافيًا لم يكن له بعدًا سياسيًا واضحًا بالرغم من أن آرائه السياسية تُفسر غالبًا بأنها آراء رجعية ومناهضة لتيار

الديمقراطية. وبالرغم من ذلك، فقد دخلت أعماله حيز التنفيذ من خلال تأثيره على التعليم. وعلى سبيل المثال، فإن كتابه "الثقافة والبيئة أو Culture & Environment" الذي شاركه به الكاتب دينز ثومبسون "Denys Thompson" (ثومبسون وليفيس، 1933) كان يهدف إلى منفعة المعلمين بالمدارس كونه جزءاً من المهمة الثقافية التي تتولى تعليم الأطفال معايير الذوق والتي من شأنها "حماية" هؤلاء الأطفال من الإعلام الجماهيري. وهذه الطريقة، عرض الكاتبان أمثلة لعملية الانحطاط كما قاما باقتراح بعض الأسئلة ل طرحها أمام التلاميذ والتي من شأنها غرس قيم "مناسبة" بأذهانهم. وفيما يلي بعض الأمثلة على ذلك. (ملحوظة: يفترض قانون كريشام "Gresham's Law" أن المعادن النفيسة المستخدمة في تصنيع وتدوير العملة سوف يتم تقليلها تدريجياً والاستعاضة عنها بمعادن أساسية. وقد توسع ثومبسون¹¹⁴ وليفيس¹¹⁵ في هذا الموضوع كونه مجازاً عن امتهان العالم الثقافي).

- "في ضوء قانون كريشام "Gresham's Law"، ما نوع التأثير الذي تتوقعه في مجال السينما من حيث الذوق العام والعقلي؟" (ثومبسون وليفيس، 1933: 114).
- "الإذاعة، مثل: إذاعة الأفلام، تُطبق أساساً كوسيلة من وسائل الإلهاء السلبي للمشاهد حيث تجعل عملية الاستجمام، خاصةً باستخدام العقل، أمراً أكثر مشقة. إلى أي مدى تلاحظ هذا الأمر، وإلى أي مدى تود أن يكون كذلك؟" (إيبيد "ibid": 115).
- ما الآراء المحتملة عن البرامج السياسية والتعليمية وعقوبة الإعدام ... أو القراءة المنتظمة لجريدة الديلي ميل "Daily Mail" (أو ديلي اكسبريس Daily Express) أو نيو استيتسمان "New Satesman" أو ويك اند ريفيو "Week-End Review" أو نيو ليدر "New Leader"؟ (إيبيد: 139)

كيف يمكنك الإجابة على مثل هذه الأسئلة؟ هل يمكن الإجابة على جميعها؟ ما الافتراضات الكامنة وراء هذه الأسئلة؟ مهما كانت الإجابة، فإن لهذا النوع من الدراسات أثراً هائلاً على النظرية الثقافية ببريطانيا وكذلك على جيل معلمي الأدب الإنجليزي والتربية العملية والطلاب بكافة مراحل التعليم على مر العصور. وما زال لهذه الاتجاهات

تأثيراً على المناظرات بشأن علاقة الثقافة الشعبية والشباب على وجه الخصوص، وتكرر هذه الاتجاهات غالباً عند سماع شكاوى بخصوص انحطاط الأفكار والسلوك والتعليم عادةً في المناظرات المناهضة للدورات التدريبية والأبحاث عن الدراسات الإعلامية.

الإعلام الجديد والدراسات الإعلامية الجديدة السطحية؟

الجدير بالذكر أن شبكة الويب هي الموقع المعاصر الذي يتركز حوله مفهوم "السطحية" أو، وبالتحديد، هي الإنتاج الجماعي التفاعلي الذي يعتبر بمثابة أساس لثقافة الويب 2.0 التي تظهر لأي شخص بالويكيبديا أو اليوتيوب أو بوسائل الإعلام الاجتماعي والتي من شأنها التعليق على طبيعة مألوفة لأي شخص يهتم بكتابات ليفيس "leavis" ونقاد "المجتمع الجماهيري". فلنضرب مثلاً على ذلك، أندرو كين "Andrew Keen" يعتبر أحد النقاد المعروفين في هذا المجال. وفي كتابه: "Cult of The Amateur": كيف يقتل الإنترنت ثقافتنا (2007)، حيث ألقى خطبة ساخرة ضد ثقافة الويب و"الذكاء الجماعي" لنتائج بحث جوجل وما شابه ذلك:

وبينما أكتب الآن، هناك حرب وحشية بمدينة لبنان تندلع بين إسرائيل وحزب الله، ولكن مستخدمي موقع ريديت "Reddit" لا يعلمون ذلك وذلك لعدم وجود أخبار عن إسرائيل أو حزب الله أو لبنان بالقائمة التي تضم "أهم" عشرين خبر بالموقع. ولكن فضلاً عن ذلك، يقرأ المشترك بالموقع عن الممثل الإنجليزي ذي الصدر المشدود أو عادات المشي التي تناسب الأفيال أو خدعة الماكنتوش Mac التجارية والأنفاق الأرضية باليابان. وبالتالي، فإن موقع ريديت "Reddit" يضم أنفه الاهتمامات. بالإضافة لإلى ذلك، يسخر الموقع من الإعلام الإخباري المتعارف عليه كما يُحول بعض الأحداث الجارية إلى ألعاب للأطفال كما في لعبة ترايفل بيرسوت "Trivial Pursuit".

ما ردك على هذه التعليقات؟ ما دليلك على تأييد أو معارضة النقاط التي أثارها كين "Keen"؟ بأي أسلوب يمكن الحديث عن "ثقافة الإنترنت"؟

السياق الأمريكي

إن الخلفية الفكرية لنظريات المجتمع الجماهيري والاتصالات، حسب تطورها في أمريكا، قد قُسمت إلى فئتين. تتعلق الفئة الأولى بتطور الإنسان أو العلوم الاجتماعية بينما تتعلق الفئة الثانية بـ"الهلع الأخلاقي" بشأن صور معينة للثقافة والمجتمع الحديث بين المفكرين.

أولاً، يمكن أن نشير هنا إلى ما نطلق عليها "العلوم الاجتماعية" - وأبرزها علم الاجتماع وعلم النفس - التي تطورت خلال الجزء الأول من القرن العشرين. وفي أمريكا الشمالية بالتحديد، تأثر الباحثون تمامًا بالأفكار عن "الفلسفة الواقعية". وفي هذا السياق، تشير "الفلسفة الواقعية" إلى الاعتقاد بأن الأسلوب والنتائج العلمية يمكن وصفها بـ"الموضوعية" كونها لا تتأثر بثقافة الباحث أو وضعه الاجتماعي حيث يُسمح للأخرين بالحكم الأخلاقي على موضوع الدراسة ونتائجها (هاكينج "Hacking"، 1981). والجدير بالذكر أنه تم قبول هذه الاعتمادات العلمية للعمل الإعلامي وأثره الثقافي بسبب "دليل" علمي قدمه أحد الباحثين "غير المهتمين" بهذا المجال. وقد اعتمدت مثل هذه الدراسات أيضاً على فكرة أنه بدراسة سلوك البشر، يبدأ الباحث في فهم طريقتهم في التفكير وكيفية التأثير عليهم بصورة مباشرة، كما في حالة استهلاك المادة الإعلامية، من حيث استيعابهم للمحتوى الإعلامي والهدف منه.

وهناك جانب هام من النظرية الثقافية والإعلامية لأمريكا خلال فترة ما قبل الحرب ألا وهو الهلع الأخلاقي خشية تغير هذا المجتمع الصغير على نحو مفاجيء من مجتمع فردي، ومع ذلك جماعي وتعدددي، إلى مجتمع يتسم بنقيض هذه القيم - مجتمع جماهيري. ويُعد هذا التحول تهديداً على الحياة السياسية والثقافية والاجتماعية بأمريكا. ويُمثل هذا المنظور للمجتمع الجماهيري معنى مختلف عن تلك المعاني الموجودة بقارة أوروبا، التي لم تكن سلبية بالكامل. وعلى سبيل المثال، فإن الحركات السياسية بأوروبا، التي اعتمدت على المبادئ الفاشية أو الاجتماعية، تنظر للعمل الجماهيري باعتباره أساساً للتغيير السياسي إلى الأفضل بينما يتطلع الأمريكيون، وخاصةً بالدوائر الفكرية، إلى نوع أكثر تحرراً وفردية

من السياسة. وفي أوروبا، كان الإعلام "الجماهيري" يروق لهؤلاء الذين يسعون إلى التأثير على الجماهير الذين يزعمون الحديث نيابة عنهم؛ وقد لاقت أيضاً، كما سناقش في الفصل التالي، فكرة قدرة التجمعات الجماهيرية كالأفلام والموسيقى التسجيلية قبولاً هائلاً حيث شكلت تحدياً أمام الوضع الراهن والفكر التقليدي إلى جانب استخدام أدوات كثيرة للدعاية.

وبالتالي، قام بعض العلماء النظريين بأمريكا مثل: دويت ماكدونالد " Dwight Macdonald" (1957a, b) بطرح مفهوم مضاد ألا وهو المجتمع التعددي - وهو مجتمع متغاير الصفات ويعتمد على حقوق الفرد - في مقابل مفهوم المجتمع الجماهيري. وخير مثال عملي على ذلك - عن كيفية ربط المفاهيم السياسية الأمريكية بالهلع الأخلاقي والمفاهيم التي تبين مدى أثر الإعلام الجماهيري - يتضح في مجموعة تدابير لجنة الأنشطة لغير الأمريكيين أو "House Un-American Activities Committee "HUAC" التي وصلت إلى أوج نشاطها خلال فترة ما بين منتصف الثلاثينيات والخمسينيات. والجدير بالذكر أن التحقيقات التي أجرتها هذه اللجنة بخصوص ترشيح الحياة والثقافة والأفكار الأمريكية عن طريق الدعايا السياسية الخارجية. وقد بدأت اللجنة عملها في فترة ما قبل الحرب حيث ركزت على الأنشطة الشيوعية قبل الشروع في أنشطة النازية خلال الحرب (عندما أصبح الاتحاد السوفيتي حليفاً لأمريكا). وبعد انتهاء هذا الصراع، عادت الأنظار من جديد لتراقب الشيوعية والتهديد الذي يفرضه الاتحاد السوفيتي خلال ما عُرف بـ"الحرب الباردة".

وبينما ازدادت حدة الحرب الباردة، انتابت كثير من الأمريكيين حالة من الخوف بسبب إمكانية تسرب العدو والأفكار التي انتشرت على لسان "المعلقون الخمس" أو تعاطف الأمريكيين مع الأفكار الشيوعية. وعلاوة على ذلك، فقد قدموا مجموعة من المثل الجديدة مثل: المساواة والسلام ولكنها أتت على حساب العاطفة والفردية وحرية الاختيار. وسواء كان الفيلم يعرض مخاوف المرء من الشيوعية أو يعرض دراسة نقدية لواقع الفردية الأمريكية أو يتطرق إلى مسألة تطابق المجتمع كونها مثيرة للجدل.

وخلال الفترة التي تخللت عامي 1947-54، وبفضل سلطة السيناتور جوزيف مكارثي "Senator Joseph McCarthy"، أولت لجنة الأنشطة لغير الأمريكيين "HUAC" اهتمامها لمكافحة الأفكار اليسارية بمدينة هوليوود. ولم يكن ذلك مجرد هجوم على مبادئ الشيوعية والدعايا، بل كان أيضًا هجومًا على طبيعة هوليوود غير الأمريكية لأنها أصبحت بعدئذٍ نموذجًا مصغرًا للتكنولوجيا والممارسات التي أنتجها المجتمع "الجماهيري". وبالرغم من مطاردة مكارثي "McCarthy" لكافة الأفكار المتحررة والمتطرفة على نحو هائل (مثلًا شاهد فيلم (Good Night and Good Luck) لجورج كلوني "George Clooney" (2005) "Gladchuk" (2006) و "Bentley" (2002)، إلا أنها لم تكن ببساطة خروجًا عن حقوق الأمريكيين. ولكنها تعكس الخوف المنتشر من الأفكار السلطوية، التي سادت تحت ظلال كافة الأنظمة السياسية آنذاك، والتي ركزت في الأسلوب الذي يتعامل من خلال العلماء الأكاديمين بأمريكا مع وسائل الاتصال الحديثة والاهتمام المستمر بـ"نتائج" النظريات والقلق بشأن سلوك الشكوكين تجاه الرسائل الإعلامية.

لقد تطرقنا إلى شرح طريقتين من طرق تصور المجتمع الجماهيري الذي تطور خلال دراستين شديدي الاختلاف. وفقًا لليفيس "Leavis" وأتباعه، فإن المجتمع الجماهيري كان تطورًا مثيرًا للقلق، بسبب ارتباطه بالمجتمع الأمريكي بشكل واضح، الذي يجب مقاومته من خلال التعليم والاهتمام بأشكال الثقافة التقليدية.

أما بالنسبة لعلماء الاجتماع في ظل الأعراف الأمريكية، كان المجتمع الجماهيري ظاهرة يتوجب قياسها وتقديرها، ومن ثم يمكن التعرف على استراتيجيات السياسة الاجتماعية المناسبة وتطبيقها. والآن، يتعين علينا دراسة بحث ثالث يتعلق بنظرية المجتمع الجماهيري وقد تم تطوير هذا البحث بأوروبا. بالإضافة إلى ذلك، فإن العلماء النظريين الذي عملوا في ظل هذه الأعراف قد عرّفوا بمدرسة فرانكفورت بالرغم من تمركز معظم أعمالهم، كما سنرى، في عدد كبير من الجامعات الأمريكية.

دراسة حالة

التلاعب الجماهيري في الولايات المتحدة الأمريكية؟

في اليوم الثلاثين من شهر أكتوبر عام 1938، وقع حدث من أكثر الأحداث المخزية في تاريخ الإعلام (وربما في تاريخ الدراسات الإعلامية) عندما قام أورسون ويلز "Orson Welles" والممثلين بمسرح ميركوري "Mercury Theatre" بأداء عرض إذاعي درامي مطور مستوحى من إحدى قصص الخيال العلمي للباحث اتش جي ويلز "H.G. Welles" بعنوان "War of the Worlds أو حرب العوالم". وقام ويلز "Welles" بتقديم هذا العرض بنفسه كعمل درامي ثم عُرض بعد ذلك في صورة عصرية كإذاعة "مباشرة" من مكان الغزو ذاته. وإليك مقتطفة من تقرير إخباري عن الدراما وتأثيرها من جريدة نيويورك تايمز "New York Times" بتاريخ 31 أكتوبر 1938.

المستمعون، في حالة ذعر، ينظرون لدراما الحرب كواقع:

"فر كثيرون إلى بيوتهم هرباً من "غارة الغاز القادمة من المريخ" - وانهالت المكالمات الهاتفية على قسم الشرطة بخصوص البث الإذاعي للخيال العلمي لويلز "Welles".

وانتاب آلاف المستمعين للراديو حالة من الهستيريا الإعلامية في الفترة التي تخللت الساعة 8:15 و 9:30 ليلاً عندما تسبب العرض الإذاعي الدرامي لويلز "Welles" "حرب العوالم أو War of the Worlds" في اعتقاد البعض بوجود حالة من الصراع بين الكواكب الذي بدأ بغزو سكان كوب المريخ وانتشار حالات القتل والدمار بمديتي نيو جيرسي "New Jersey" ونيويورك.

والجدير بالذكر أن مقدم هذا البث الإذاعي، الذي أثار الأهالي وقاطع الخدمات الدينية وتسبب في ازدحام المرور وعرقلة أنظمة الاتصالات، هو أورسون ويلز "Orson Welles" الذي اعتاد على تجميد الدم في "عروق المستمعين من الأطفال. وهذه المرة، ظهرت مجموعة حالات من البالغين الذي تطلبوا علاجاً طبياً بسبب الصدمة والهستيريا التي أصابتهم.

وفي مدينة نيوارك، بمجمع سكني واحد بشارع هيددين تراس "Heddon Terrace" وهاوثورن أفينو "Hawthorne Avenue"، هرع أكثر من عشرين أسرة من منازلهم بمناديل ومناشف مبللة على وجوههم هرباً مما يظنونه غارة غازية. والجدير بالذكر أن بعضهم قد بدأ بحزم أمتعته. [المصدر: 1938، كافة الحقوق محفوظة لجريدة نيويورك تايمز "New York Times"]

وقد تسبب هذا الحدث أيضًا في ظهور دراسة مؤثرة عن أثر الإعلام وحالة الذعر على يد الباحث هادلي كانتريل "Hadley Cantril" (كانتريل وآخرون "Cantril et al"، 1940؛ انظر أيضًا ما ذكره هاند "Hand" عام 2005). وقد تجاوز هذا الحادث (إذا كانت هذه التقارير صحيحة) القضية البريطانية التي تناولنا الحديث عنها في بداية هذا الفصل.

علاوةً على ذلك، فإن الرد على مثل هذه القضايا قد ساعد في توضيح الأفكار الخاصة بالسلطة التي تتمتع بها وسائل الإعلام للوصول إلى الجمهور وإقناعه بالحقيقة التي تحملها الرسائل الإعلامية – سواء كانت سيناريو دراميّ أو دعاوي إعلانية ضد منتج ما أو اتجاه إعلاني معين.

أما بالنسبة لمواقع الإنترنت التي تناولت الحديث عن هذا الحادث والأحداث المماثلة حول العالم، وكذلك مقتطفات من البرامج، فإنه يمكن الوصول إليها من خلال الضغط على هذا الرابط:

www.war-of-the-worlds.co.uk/ www.mercurytheatre.info/

مدرسة فرانكفورت Frankfurt School

إن الأشخاص والنظريات والطرق ذات الصلة بمدرسة فرانكفورت يتناولون عددًا من الآثار الهامة على نشأة وتطوير مجال الدراسات الإعلامية. بالإضافة إلى ذلك، فإن معرفة هذه المدرسة بما ينتمي إليها من مفكرين ومفاهيم تجعل من الصعب على المرء فهم أبعاد النظريات الخاصة بالمجتمع الجماهيري والدور الذي تلعبه الاتصالات الحديثة في هذا المجتمع. ويصف الاسم ذاته مجموعة من المفكرين الذين ارتبطت أسماءهم بتأسيس معهد البحث الاجتماعي "Institute of Social Research" عام 1923 بجامعة فرانكفورت الألمانية. ويعتبر الفيلسوف تيودور أدورنو "Theodor Adorno" و ماكس هوركهايمر "Max Horkheimer" مدير المدرسة من أبرز رواد هذه المدرسة. وهناك أسماء هامة أخرى تنتمي لهذه المدرسة ومنها: والتر بنجامين "Walter Benjamin" وإريك فروم "Erich Fromm" وليو لوينثال "Leo Lowenthal" وهربرت ماركوزه

"Herbert Marcuse". وفي إطار المجموعة الأصلية، يمكن أن نضم الكاتب سيجفريد كراكاور "Siegfried Kracauer" أما الكاتب يوجن هابرماس "Jurgen Habermas" فهو أحد العلماء المعاصرين الذي انضموا إلى هذه المدرسة.

والجدير بالذكر أن الخلفية العلمية والتدريبية لهذه المجموعة قد شملت علوم الفلسفة والاجتماع والتحليل النفسي والموسيقى والنظرية الأدبية. وعلاوةً على ذلك، فإن أهمية وطبيعة المفاهيم التي يقومون بتطويرها يمكن تفسيرها من خلال تصور مدرسة فرانكفورت داخل إطار التعقيد. ولكل عالم بهذه المجموعة برنامجاً نظرياً جذرياً من نوع خاص وهذا البرنامج يقع تحت مظلة النظرية الماركسية ومحاولات تطوير المفاهيم الماركسية خلال القرن العشرين. والجدير بالذكر أن الكثير من هذه الشخصيات أيضاً كانت تنتمي لأصول يهودية؛ وهذه التفاصيل تفسر قرار المدرسة لعام 1933 بترحيل البعض إلى أمريكا في حين ظل بعضهم حتى عام 1953. وبالطبع، فإن عام 1933 هو العام الذي تولى خلاله أدولف هتلر "السلطة في ألمانيا حيث حملت أفكاره أتباعه كرهاً شديداً لليهودية والماركسية والمذهب العقلافي.

علاوةً على ذلك، فقد ارتبطت المدرسة بمفهوم النظرية النقدية. ويُنظر إلى هذه النظرية في البداية باعتبارها معقدة وصعبة الفهم حيث أنها تسعى لتقييم أحكام ومزاعم المجتمع بنفس الأسلوب الذي اتبعه ماركس "Marx"، فمثلاً: إذا زعمت الثقافة انتهاجها للمبادئ الديمقراطية، فهل تعرضت هذه المزاعم لهذا البحث؟ ثانياً، إنها نظرية متميزة حيث يسعى المفكرون من خلالها للتعرف على أوضاعهم واهتماماتهم التي من شأنها التأثير على "موضوعيتهم" أو نظرتهم للأمر. وبالطبع، فإن المفكرين، كما افترضنا في مستهل هذا الفصل، غير معزولين عن العالم أو اهتماماتهم الخاصة التي من شأنها التأثير على استنتاجاتهم. وأخيراً، فقد سعى هؤلاء المفكرون إلى التعامل مع الحدود الفلسفية ومشاكل الماركسية أو بالأحرى تلك المشاكل التي تتعلق بالتفسير الجازم أو اللفظ لأفكارهم الذي أثبتته ستالين "Stalin" والاتحاد السوفيتي في هذا الوقت.

وبالنسبة للعلماء الذي ارتبطوا بهذه المدرسة، كانت النظرية أسلوبًا فعالاً حيث اشتهرت عملية وضع نظريات المجتمع بأنها عملية قابلة للتجمد أثناء المحاولات المبذولة للمشاركة بثورة المجتمع ، ولا سيما محاولة تجديد مفاهيم الماركسية ذات الصلة بعالم الأفكار والأيدولوجية الفكرية كونها تتعارض مع الاقتصاد. ويوضح هذا الأمر اهتمامهم بعالم الثقافة وتطلعاته ومخاوفه بشأن الرأسمالية بحثًا عن الربح باعتبارها أداة للتلاعب الفكري بخلاف عصر التنوير والالتزام الشخصي. ويتعلق عملهم أيضًا بدراسة الاقتصاد السياسي للإعلام.

إعداد الدراسات الإعلامية

دراسة المفاهيم الخاصة بالمجتمع الجماهيري

اقرأ الاقتباسات التالية عن الجماهير والمجتمع الجماهيري :

- "وهناك بقايا هائلة من الطبقة العاملة، المطورة إلى حد ما، والتي ظلت قابضة لفترة طويلة وسط الفقر والانحطاط، ثم انطلقت الآن من مكانها المستتر... تتمشى حيث يجلو لها وتكسر ما يروق لها" (أرونولد "Arnold"، 1932/1882 : 105).
- "يولد الكثير والكثير... فانظر فقط إلى هؤلاء الأشخاص عديمي الفائدة! إنهم يسرقون أعمال المبتكرين وكنوز الحكماء لأنفسهم كما يلقبون سرقتهم بالثقافة... انظر فقط إلى هؤلاء الأشخاص عديمي الفائدة! إنهم مرضى دائمًا حيث يتقيأون عصارة صفراء ويطلقون عليها اسم الجريدة" (نيتشه "Nietzsche"، 1883-1967/5 : 76-8).

"إن راعي التغيير والتدمير، من وجهة نظرنا المتواضعة، يتمثل بالطبع في إمكانية استخدام الآلات . فالآلة قد جلبت لنا الكثير من المزايا ولكنها دمرت أنماط الحياة القديمة والوسائل القديمة؛ وبسبب التغيير السريع والمستمر الذي جاء نتيجة استخدام الآلات قد حال دون تطور الجديد. وعلاوةً على ذلك، فإن المزايا التي جلبت لنا إنتاجًا

هائلاً قد شملت أيضًا عملية التوحيد القياسي ومراعاة الفردية خارج حدود عالم السلع المادية. والجدير بالذكر أن من ينتمون للمدرسة (ربما) يقدمون بدايات التعليم بطريقة مفعمة بالذوق مقارنة بهؤلاء ممن لا ينتمون لهذه المدرسة حيث يلجأون إلى استغلال أرخص الوسائل العاطفية مثل: الأفلام والصحف ووسائل الإعلام بكافة صورها بأقل مستوى كما يغرسون في أذهان المشاهدين اختيار وسائل المتعة الفورية والحصول عليها بأقل مجهود" (ثومبسون "Thompson" وليفيس "Leavis"، 1933: 3).

- "يذهب الناس لمشاهدة الأفلام بدلاً من الحركة! فمن المفترض أن تقوم شخصيات هوليوود بمغامرات يومية في أمريكا بينما يجلس باقي الأمريكيين لمشاهدتهم بحجرة مظلمة! نعم، حتى تندلع أحد الحروب! ويكون ذلك عندما تصبح المغامرات متاحة أمام الجماهير" (ويليامز "Williams" 1987/1945: 471).
- "لاشك أن معاييرنا تنخفض عندما نتعجل في تعليم كل فرد ... حيث ندمر صرحنا العتيق لنمهد طريقًا مستقبليًا للقبائل البربرية كي تعسكر في القوافل المجهزة بكافة المعدات" (اليوت "Eliot"، 1949: 108).
- يشعر كل شخص غالبًا بالقلق بشأن مد حدود السوقين والفاستدين والتافهين. بالمقارنة مع الثقافة العالية، نجد أن الهلع، الذي ينتاب كل شخص تجاه "الجمهور" الذي يحظى به نظيره، يكون أمرًا مضمونًا في ظل مثل هذا التطور السياسي مثل: الديمغرافية التي سادت على نظام هتلر "Hitler" و"الديمقراطية التي تمتع الشعب" في ظل النظام الشيوعي و"أمركة" أوروبا (ماكدونالد "Macdonald"، 1957a: 75).

أجب بإيجاز عن جميع الأسئلة الآتي:

- 1- ما هي الأفكار الخاصة بالتغير الاجتماعي والمجتمع الجماهيري والجماهير التي شرحناها في هذا الفصل؟
- 2- ما نوع العلاقة القائمة بين المؤلف (أو المفكر) ومن يكتب عنهم أو يتحدث نيابة عنهم؟
- 3- ما هي الأفكار التي تطرقنا إليها هنا بخصوص وسائل الإعلام؟ وما أوجه التشابه والاختلاف بين المفكرين، مع الدليل على ذلك؟

ونظرًا لمناقشتنا لمفهوم الأيدولوجية الفكرية، عند مقارنة العلماء بمدرسة فرانكفورت بأحد العلماء المعاصرين للماركسية - مثل: أنطونيو جرامشي ""- في محاولة لتفسير بقاء النظام الرأسمالي في صورة النظام الفاشي لهتلر "Hetler" وموسوليني "Mussolini" الذي ظهر في أوروبا.

ومن أبرز سمات العصر الفاشي لهتلر "Hetler"، مناشده هتلر "Hetler" لـ "جماهيره" بالتخلي عن مصالحهم من أجل المنفعة العامة للشعب أو "الأمة". ولذلك، فقد جهز وسائل الاتصال الجماهيري - مثل: الراديو والصحف والنشر والموسيقى الشعبية والملصقات الإعلانية والأفلام. وسوف تصدمك هذه العملية باعتبارك صاحب دعايا إعلانية تعيش بمجتمع متمركز في ظل نظام ألمانيا النازية. وبالرغم من ذلك، فإن أكثر ما يثير أشهر آراء العلماء النظريين ومرتبطة بمدرسة فرانكفورت هو ما توصلوا إليه خلال فترة نفيهم الإجمالي إلى الولايات المتحدة وكيفية تطبيقهم للنظرية النقدية في محاولة لتفسير مزاعم "أرض الأحرار". ويتلخص ذلك في مفهوم أدورنو "Adorno" وهوركهايمر "Horkheimer" لصناعة الثقافة.

ما المقصود بصناعة الثقافة؟

كانت أمريكا، ولا تزال، الدولة التي تنعت نفسها بالديمقراطية حيث تُدعم مبادئ الرأسمالية دون قيود في ملاحقة لـ "الحلم الأمريكي" بالنجاح. ووفقًا للمفكرين بمدرسة فرانكفورت، يعتبر هذا النظام التعددي وغير المنظم نقيضًا لألمانيا النازية بما تحمله من ديكتاتورية وتمركز. إنها الدولة التي يشعر الأفراد فيها بالحرية حيث يمارسون حرية الاختيار في كافة مجالات الحياة سعيًا لطلب "الحياة والحرية والسعادة". ويتضح هذا الأمر كثيرًا في ميادين الترفيه والثقافة التي تنوعت بدورها وتميزت بدرجة هائلة من حرية الاختيار. وعلاوةً على ذلك، فقد انتشرت الأفلام والعروض الإذاعية (والكثير من المحطات للاختيار فيما بينهم) ومجموعة متنوعة من الصحف والمجلات ومصدر حيوي لموسيقى الجاز وكافة صور الموسيقى الشعبية الأخرى.

وبالرغم من ذلك، وفقًا لأدورنو "Adorno" وهوركهايمر "Horkheimer"، بعد

دراستها النقدية، فإن مفهوم التعددية والحرية كانت وهما زائفاً حيث استُغلت هذه المفاهيم بغرض السعي وراء الربح والتحيز لقيم واستراتيجيات العمل الرأسمالي، وتهدف هذه الميادين جميعاً إلى توليد وتحقيق الربح. وبالتالي، يُنظر للإعلام باعتباره موقعاً لترشيد (والتنظيم والضبط وفقاً لمبادئ معينة) وتصنيع الثقافة لدرجة أنها أصبحت عاملاً لاستغلال هذا النظام. وبهذه الطريقة، فقد أصبحت "الثقافة"، التي تقدمها وسائل الإعلام، صورة مصغرة للقيم السائدة والمصالح الاجتماعية الجزئية بالمجتمع.

وفقاً لهؤلاء العلماء، فإن تحول "الثقافة" إلى منتج تافه وجماهيري يرتبط بحقيقة نظام الخط الإنتاجي داخل استديوهات هوليوود والعروض الإذاعية النوعية والإعلانات ودور النشر وكذلك وجود شارع "تن بان الاي أو Tin Pan Alley"، وهو شارع لنشر الموسيقى الحديثة، حيث يكتب الملحنون أغاني موسيقية بالطلب!

الثقافة الحقيقية

إن مصطلح "صناعة الثقافة" هو مصطلح متناقض لفظياً؛ وقد صُمم هذا المصطلح لإثارة الجدل. وفقاً لأدورنو "Adorno" وهوركهايمر "Horkheimer"، يُستدل على الثقافة المناسبة أو "الحقيقية" إما بواسطة نماذج ما قبل النظام الرأسمالي، مثل: الحكايات والأغاني التي صنعها عامة الشعب بأنفسهم (وتُعرف بالثقافة الشعبية أو التقاليد الشفهية، أو من خلال أعمال الفنانين العظماء في مجال الأدب (كاروايات والشعر والدراما) أو الفن (كالنحت والرسم وغيرهما) أو الموسيقى - وتُعرف جميعاً بالثقافة العالية. والجدير بالذكر أن أدورنو "Adorno" ذاته، باعتباره عالماً في مجال الموسيقى والتلحين، قد تمتع بدراسة هائلة أعمال هذه الشخصيات تحمل طابع الشخصية الفنية الفريدة.

ومن الناحية الرسمية (أي من حيث استخدام الألوان في مجال الرسم أو تنظيم الحركات والأفكار الرئيسية بسمفونية موسيقية على سبيل المثال)، فإن الأعمال الثقافية المناسبة قد صُممت وفقاً لمنطقها الداخلي وليس لصيغتها المقدره؛ وذلك كما يكتشف الفرد بفيلم رعب أو بقصة رومانسية بإحدى المجلات. وبالتالي، فإن إحدى مزايا العمل "الفني" بالنسبة لأدورنو "Adorno" تكمن في اختلافه عن المؤلف وخروجه عن العالم

الذي وُجد به. وفي العمل الثقافي المناسب، الذي يتميز برؤية الفنان، نقاوان العالم (من) خلال إدراكنا الحسي للوحة الفنية أو المقطوعة الموسيقية) بالحقيقة التافهة بشكل غير مناسب. وفي حين أن الثقافة "المناسبة" قد تكون جميلة وممتعة، إلا أن حالتها تتعارض مع قناعتنا بالعالم والنظام من حيث استقامة الشعور والكمال والمثالية، ومن ثم تكشف لنا عن زيف العالم في ظل نظام الصناعة الرأسمالية الذي يتسم بالاستغلال وطبيعة العلاقات الاجتماعية الرثة والمشاعر والوجود الاقتصادي. وفقاً لأدورنو "Adorno"، تعبر الثقافة المناسبة عن كل ما هو حقيقي وحر!

بالمقارنة مع هذه الأفكار، قد تعترض على ذلك مبرراً أن حتى أسوأ أفلام هوليوود تأخذنا إلى ما وراء "الواقع التافه" إلى التخيل والقصص الرومانسية وما إلى ذلك. وبالمثل، بالنسبة لمنتجات الإعلام الأخرى مثل: أغاني البوب والقصص ذات المنفعة الإنسانية بالمجلات والتي تُثبت صحة الفكر البشري. وتعقيماً على ذلك، فقد زعم أدورنو "Adorno" وهوركهايمر "Horkheimer" أن هذه المتع، بالرغم من ذلك، "زائفة" وخادعة من حيث عملياتها وأهدافها. ويمكننا فهم هذا الأمر بشكل أفضل إذا سردنا مزايا منتجات صناعة الثقافة بشيء من التفصيل ثم وضحنا الاختلاف بينها وبين منظور الثقافة "الحقيقية" الذي سبق الحديث عنه.

سمات صناعة الثقافة

إشارةً إلى أفكاره الأصلية عن صناعة الثقافة بعد سنوات من نشرها، كشف أدورنو "Adorno" أنه، بمساعدة هوركهايمر "Horkheimer"، قد بحث فكرة استخدام مصطلح "الثقافة الجماهيرية". وبالرغم من ذلك، فقد قوبل هذا الأمر بالرفض على اعتبار أنه قد يكون أخطأ بشأن الفن الشعبي الذي يُستمد "من" الشعب - أو الجماهير - أنفسهم حيث يعكس اهتماماتهم بخلاف النوع الذي يُستمد من مصلحة النظام (مثل: النظام الرأسمالي). وقد أصبح بعد ذلك مفهوم الثقافة كصناعة، وفقاً لأدورنو "Adorno"، مفهومًا بغيضًا. والجدير بالذكر أن هذا المفهوم يساعد في إنتاج الفن (ووسائل الترفيه) حيث تصبح كافة التفاصيل حالة مزيفة تعيشها كافة الجماهير.

وبالتضرع إلى أكبر عدد من الجمهور قد المستطاع (ومن ثم زيادة الأرباح)، فإن منتجات صناعة الثقافة تكشف عن مجموعة من السمات الأساسية كما تحلف مجموعة من الآثار النظرية طويلة المدى بالجمهور.

أولاً، تتميز منتجات صناعة الثقافة بعملية "التوحيد القياسي" و"مراعاة الفردية". يهتم المفهوم الأول بالأسلوب الذي تلتزم من خلاله المنتجات بصيغة بسيطة (كأن يقتل البطل شخصاً شريراً ويحظى بالفتاة في الأفلام، أو تتبّع الأغاني الشعبية لنظم الشعر/ الكورس الشعري وكلمة "أحبك" أو وعود الطالع عن النجاح الغامض وما إلى ذلك). وتُوحى الفكرة الأخيرة أنه بالرغم من تشابه المنتجات الإعلامية إلا أنها تبدو مختلفة فضلاً عن استبدال فنانيين وفنانات جدد وأماكن التصوير أو أداء مجموعة متنوعة من المطربين للأغاني بترتيب جديد. وتبدو هذه الأشياء كما لو كانت مختلفة ولكنها ليست كذلك، وذلك لأن الصيغة الجوهرية لم تتغير.



مختلفة ولكنها متشابهة - تتميز منتجات صناعة الثقافة بعملية "التوحيد القياسي" و"مراعاة الفردية" بالإشارة إلى علماء مدرسة فرانكفورت.

وينبغي أن نلاحظ أيضًا أن حبكة وفكرة الأغنية - مثالية رومانسية وانتصار فردي - تسترجع جوانب أيولوجية النظام الرأسمالي بالطبقة البرجوازية: وقد يكون هذا الفرد أنت! وبالرغم من التنوع في عرض هذه المنتجات (كمئات الأغاني بأحد الاستعراضات أو إصدارات متنوعة بالسينما)، يفترض أدورنو "Adorno" أن الأشياء تتشابه من حيث الأساس. وتبدو الأشياء ظاهريًا كما لو كان هذا الشيء للجميع، ولكن ببساطة لا يمكن خروج هذه الأشياء عن النظام.

ثانيًا، إن العامل غير المتميز لمنتجات صناعة الثقافة (وجماهيرها) يساعد على زيادة عدد الجماهير في خياله - سواء كان مملأً أو عديم الخيال أو متكررًا. وعلاوة على ذلك، فإن صناعة الثقافة تتطلب استجابة الجمهور بشكل جماعي بمعنى أن يضحك أو يبكي كافة أفراد الجمهور في الوقت ذاته. وبالتالي، فإنها تصرف الجمهور من الناحية الأيدولوجية من واقع الحياة. بالإضافة إلى ذلك، فإن هذه المنتجات تفي بغرضٍ خاطيء على ما يبدو (فقد يبدأ المرء بالضحك أو زرف الدموع نتيجة اتحاد الآثار النظرية مع المواقف الصادمة) وبالطبع فهو غرض غير عفوي. وعادةً ما تكون المنتجات "مجهزة مسبقًا"، وبالتالي فإن كافة النتائج والمزايا تكون محسوبة ومتوقعة ومن ثم، فإن هذا الأمر يفضي إلى شيء من النظام والخضوع عند استهلاك المنتج.

ثالثًا، إن منتجات صناعة الثقافة تغرس في نفوس مستهلكيها شعورًا بـ "التطهير الفكري". وبالرغم من أن الأفلام أو الأغاني وغيرها تُركب على هيئة عملٍ في حد ذاتها (سواء بالتكرار أو الترتيب)، إلا أنها تتيح الفرصة للضحك أو البكاء الذي يعمل على تخليص المرء من التوتر وإحباطات العمل. وبالرغم من ذلك، فإن ذلك قد يشير إلى صورة زائفة و "مسلعة" من الراحة (إذا كانت الراحة تعني الهروب من العمل) الذي لا يهدف إلى التنوير أو الحرية - كما في الثقافة المناسبة. وعلى النقيض، فإن هذه التجربة تجعل المرء مستعدًا للعمل في اليوم التالي بعد انتهاء العطلة الأسبوعية - سواء كان ذلك من خلال الرقص أو مشاهدة الأفلام أو غير ذلك! وطوال الأسبوع، قد ننشغل عن مشاكلنا أو رتابة العمل أو الإرهاق بالقلق بشأن قائمة المشاهير الذين نتابع أخبارهم بصفحات المجلات أو بالأعمال الدرامية.

وهناك سمة أخرى من سمات صناعة الثقافة ألا وهي الطبيعة الخاصة للسلعة أو تغليف وبيع الثقافة. ويُعرف هذا المفهوم بتألية السلعة حيث يعتمد على تفسير فكرة طورها ماركس "Marx".

وعلاوةً على ذلك، فقد نظر ماركس "Marx" بعين الاعتبار إلى علاقات وظروف الحياة ومدى اختلافهما في ظل نظام الرأسمالية الصناعية بجانب الإنتاج الجماهيري مقارنة بما كانت عليه الأشياء من قبل (مبدأ الشراء والبيع والحصول على ثروة لم يكن اختراعاً حديثاً بعد ذلك). وقد أوضح ماركس "Marx" السبب وراء ظهور الأشياء الطبيعية أو المنتجات المصنعة في صورة كيان معين بسوق العمل حيث المنافسة على الأسعار. وإذا ضربنا مثلاً لمعطفٍ مثلاً، فإن ماركس "Marx" ينظر إليه باعتباره "ذو قيمة" أما نحن فنشتري المعطف كي تحمينا من برودة الجو. وبالرغم من ذلك، فهناك الكثير من المصنعين يدفعون للعمال أجوراً ثابتة في مقابل إنتاجهم أعداد هائلة من المعطف. ويُلصق السعر على مثل هذه المنتجات التي من المقرر بيعها بالسوق حيث يوجد كثير من المنتجات الأخرى التي تتنافس لجذب انتباهنا والحصول على أموالنا.

وهنا، تتطلب المنتجات "قيمة مبادلة" ولا يُشترط بالضرورة أن تتعلق بأية فائدة أخرى، فمثلاً: تُصمم كافة المعطف على ما يبدو لمنح المرء الدفء أو الجفاف إلا أنها بعضها يتكلف القليل والبعض الآخر ينكلف الكثير وأحياناً لا يوجد اختلاف يُذكر بينهما في التصميم أو المادة حيث يُصنعان من مادة غير قوية! وعلاوةً على ذلك، لا يوجد منطق ثابت لتفسير الاختلاف في الأسعار. فبعض المعطف قد تكون "يدوية الصنع" ولكن قد تكون اليد المصنعة هي أيادي الأطفال بالمؤسسات الصناعية المستغلة بدول العالم الثالث. وعلى النقيض، فإن بعض البضائع المصنعة تُباع بأسعار باهظة ويرجع ذلك ببساطة إلى وجود اسم المصمم أو المنتج على ملصق المنتج.

والجددير بالذكر أن ماركس "Marx" لم ينظر بعين الاعتبار إلى عملية تصنيع هذه السلع (أو القائمين عليها) أو المبلغ الذي يتقاضاه المنتج أو الطريقة التي يتم من خلالها عرض المنتجات بالأسواق بل ألقى بالاً إلى قيمة السلع التي لا تُمثل بالضرورة هذه

العملية وبالتالي، تبدو لنا كما لو كانت سحرية. وعلاوةً على ذلك، فإن استخدام ماركس "Marx" هنا لمصطلح "تعويذة" هو مستمد من بعض الأديان التي تؤمن بالخصائص الغيبية للأشياء ومن ثم، تُعبد هذه الأشياء. يرى ماركس "Marx" أن المجتمعات الحديثة تتعامل مع المنتجات - أو السلع - كما لو كانت تعاويذ - أو أشياء سحرية لا نملك تفسيراً لوجودها نتيجة قيمة العملة والقيمة الاجتماعية. (إن معطفي المصمّم بإحدى مؤسسات تصميم الأزياء قد يتلف مع سقوط أول قطرة للمطر عليه ولكن اتدائي لهذا المعطف يميزي كشاب ثري رفيع الذوق).

والآن، كيف انتقلت هذه الفكرة إلى عالم الثقافة والترفيه؟

وفقاً لأدورنو "Adorno" وهوركهايمر "Horkheimer"، تُباع منتجات صناعة الثقافة إلينا على أساس سعر التكلفة والقيمة التي تُولدها مثل هذه المنتجات وكلاهما منفصل عن أي منفعة عند تقييم جودتها ومعناها الثقافي.

على سبيل المثال، إذا نظرنا بعين الاعتبار إلى كيفية التسويق للأفلام من حيث تكلفة إنتاجها ومدى الإيرادات التي حققها شبك التذاكر. وأثناء وقت الكتابة، صدر آخر فيلم لهاري بوتر "Harry Potter" وهو بعنوان "هاري بوتر ومقدسات الموت Harry Potter & the Deathly Hallows" (الجزء الثاني) وتهاوت التقييمات النقدية بالتقارير اليومية بشأن للإيرادات القياسية بمكتب التذاكر. وبالمثل، في مجال الموسيقى الشعبية، يُقاس الناس وبعض السيات الأخرى من حيث المبيعات - حيث يحقق الأفضل أعلى إيرادات. وعلاوةً على ذلك، إذا صادفت بعض العروض التليفزيونية أو الإذاعية الحديثة فسوف تكتشف أن العمل يُحدّد على أساس نقل الوحدات إلى مناطق معينة أو على أساس الحاضرين واستقبال العربات أو تقديم المادة بشكل مثير شأنها في ذلك شأن حالات "الشغب" أو على أساس "الإيجاءات الجنسية" أو رقة القصيدة الغنائية. وبالطبع، وفقاً لأدورنو "Adorno" وهوركهايمر "Horkheimer"، حتى في عالم الثقافة "العالية" أيضاً، فإن الأعمال الفنية تُقيم على أساس سعرها (أو بالأحرى، زيادة سعرها) - فمثلاً، تحقق المبيعات الجديدة لبيكاسو "Picasso" ويكون "Bacon" أسعاراً قياسية! وأثناء وقت

تدوين هذا الكتاب، وعلى خلفية الركود الاقتصادي العالمي، ذكرت تقارير إعلامية أن لوحة الرسام فرانسيسكو غواردي "Francesco Guardi" بعنوان "Venice's Rialto Bridge" قد حققت مبيعات تجاوزت 27 مليون جنيه بريطاني (أي 42.8 مليون دولار أو 29.8 مليون يورو).

تقييم صناعة الثقافة

وما لا شك فيه، أن مفهوم صناعة الثقافة يبدو مفهوماً تشاؤمياً حيث يفترض، شأنه في ذلك شأن الكثير من الدراسات الأيدولوجية النقدية (كما ذكرنا في الفصل السابق)، أن تكون غاية الإعلام الترفيهي ومصادر المعلومات العالمية هي غاية مزيفة. وبالطبع، يرفض كثير من العلماء النظريين مثل هذه الاستنتاجات وينبذ حكم النخبة لأدورنو "Adorno" وهوركهايمر "Horkheimer".

وبالرغم من ذلك، فإننا نفترض وجود مزيد من الأعمال المقتنة والمنتجة التي يسهل فهمها في هذا السياق. ولا ينبغي أن ننسى أنه عند المقارنة بنقاد الثقافة الجماهيرية من المحافظين، نجد أن أدورنو وآخرين "Adorno et al." قد نظر بعين الاعتبار حقاً، على المستوى السياسي والإنساني، إلى حالة الأغلبية - وإلا فلماذا يستاء النخبويون من النظام الماركسي التي يسعى إلى تحويل المجتمع لمصلحة الأغلبية؟

التفكير بصوت مرتفع

من صناعة الثقافة إلى الصناعات الثقافية

وفقاً للتحليل الذي أجراه كلاً من أدورنو "Adorno" وهوركهايمر "Horkheimer"، فإن مصطلح صناعة الثقافة ما هو إلا تناقضاً لفظياً يتعامل المرء معه بشيء من الاستخفاف. وفقاً لما ذكره العالمين، فإن مفهوم الإنتاج الصناعي معاكساً لاستقامة المفهوم الصحيح لمصطلح "الثقافة". وسواء ثبت هذا المصطلح النقدي أم لا، فقد ظهر مصطلح "الصناعات الثقافية" على الملأ، خلال السنوات الأخيرة، وبالمحاضرات الأكاديمية.

ويختلف هذا المصطلح تمامًا باعتباره مصطلحًا تصويريًا وذي تأكيد غير تقييمي ويرتبط هذا المصطلح عادةً بالتركيز على قيمة "الإبداع" الناشئ كونه حافزًا للاقتصاد المعاصر في عصر ما بعد الصناعة. وتكرر هذه المصطلحات عادةً بالتصريحات السياسية بالحكومات القومية وفوق القومية؛ فمثلاً، قام المجلس الأوروبي بتنظيم ثروة هائلة من المعلومات بشأن هذه التيارات من ألبانيا حتى فنلندا (انظر هذا الموقع الإلكتروني: www.culturalpolicies.net). وعلى المستوى العالمي، أعلنت منظمة اليونسكو عن أهمية الصناعات الثقافية كما فسرت المقصود من هذا المصطلح:

إن الصناعات الثقافية، التي تتضمن نشر الموسيقى والسينما والمهن والتصميمات، قد استمرت في الانتشار بخطى واسعة كما لعب دورًا متميزًا بالمستقبل من حيث حرية التعبير والتنوع الثقافي والتطور الاقتصادي. وبالرغم من فتح عولمة سوق المال والتكنولوجيا الجديدة لميادين جديدة أكثر إثارة إلا أنها تسببت في ظهور أشكال جديدة من عدم المساواة.

وتكشف الخارطة العالمية لهذه الصناعات عن وجود فجوة فاعرة بين الشمال والجنوب. ويمكن التصدي لهذا الأمر فقط من خلال تعزيز الإمكانات المحلية وتسهيل الدخول للأسواق العالمية على المستوى القومي إما عن طريق الشراكات الجديدة أو الخبرات الفنية أو السيطرة على عمليات القرصنة وتعزيز التضامن الدولي بكافة أنواعه (<http://portal.unesco.org/culture>).

والجدير بالذكر أن هذا المنظور يختلف عن منظور المفكرين بمدرسة فرانكفورت. ويعمل هذا المنظور بمثابة نقلة أيضًا من عصرٍ لم يكن قطاع العمل به سوى ذراعًا صغيًا من أذرع الاقتصاد إلى عصرٍ آخر يلعب به الإنتاج الثقافي دورًا أساسيًا. وكما شرحنا في الفصل السابع من هذا الكتاب، فإن الطبيعة العالمية للمؤسسات الإعلامية بشكل خاص والدور الذي تلعبه هذه المنتجات في عملية الإمبريالية الثقافية التي قد تجعلنا ننظر بعين الاعتبار إلى ما ذكره أدورنو "وهوركهايمر" في هذا الشأن (للاطلاع على مناقشتها لـ "الصناعات الثقافية" المعاصرة، انظر ما ذكره هسmondhalgh "عام (2002).

وفي الواقع، فقد أغفل أدورنو "Adorno" عددًا من النقاط. أولاً، اعترضت إحدى الدراسات النقدية للنظرية، التي أوجزناها هنا، على صعوبة كتاباته وحصانتهما. والجدير بالذكر أن كتاباته تتسم بصعوبتها من ناحية بسبب تأليفه لعدد هائل من الأفكار الصعبة، ليس ذلك فحسب بل أيضًا بسبب غرابتها. إنها هذا النوع من الكتابات التي تتميز عن اللغة الصحفية اليومية الشائعة لصناعة الثقافة والتي، وفقًا لأدورنو "Adorno"، تحول الأفكار الصعبة إلى نصائح أو حقائق تميز رد القارئ: "حسنًا، يا إلهي!" ولكن تم استبعاد مثل هذه الأفكار لأنها تعتمد على مبدأ الاستهلاك - مثل: ماذا بعد؟ وتعتبر كتاباته فنية بعض الشيء حيث تُقارن بالصور الثقافية الأخرى.

ثانيًا، الجدير بالذكر أن أدورنو "Adorno" كان ينتقد دائمًا طريقة اندماج الفن بالنظام تمامًا بالنسبة للطبقة البرجوازية.

وعلاوةً على ذلك، قد يشعر البعض بالريبة فيما يتعلق بطبيعة عالم الفن المعاصر لما يتخلله من فضائح تسويقية وارتفاع الأسعار وعدد من الفنانين المشهورين مثل: داميان هيرست "Damien Hirst" وجيف كونز "Jeff Koons" وكريس أوفيلي "Chris Ofili" وتراسي امين "Tracey Emin" (التي انضمت مؤخرًا للمساهمة في عمل "استفزازي" بالمقر الرسمي لرئيس الوزراء البريطاني) الخ. وبالمثل، نجد أن تحليل الأفلام ذات الاتجاه

إعداد الدراسات الإعلامية

استكشاف صناعة الثقافة

إنه لمن المفيد حقًا البناء على ملخص أفكار أدورنو "Adorno" وهوركهايمر "Horkheimer" وذلك بقراءة تلك لما ذكره العالمان بشيء من التفصيل (برجاء زيارة الرابط أسفل للإطلاع على مزيد من المنشورات بشبكة الإنترنت). وحتى يمكنك تناول أفكارهما وأسلوبهما، يرجى الإطلاع على هذه المقطعات من كتاب جدل التنوير أو "Dialectic of Enlightenment":

كل الثقافات الجماهيرية متطابقة كما أن حدودها الصناعية قد أوشكت على الظهور. إن أفراد الشعب الذين ينتمون إلى طبقات المجتمع العليا لا يهتمون اليوم بالقضاء على الاحتكار حيث أصبح العنف الناجم عنه أكثر انفتاحًا ومن ثم، أخذت قوته في التطور.

بالإضافة إلى ذلك، لم تعد الأفلام والإذاعة بحاجة إلى التظاهر بكونها فناً. والواقع أنها أصبحت مجرد عمل تجاري يتم تقديمه بأيدلوجية معينة ومن ثم، فإنهم يُنتجون كل ما هو رديء عن قصد. علاوةً على ذلك، فإنهم يلقبون أنفسهم بالصناعات وعند نشر رواتب مدرائهم، تُمحي كافة الشكوك حول الكيان الاجتماعي للمنتجات المنتهية.

{...}

إن التضافر في صناعة الثقافة يمكن إثباته فيما يحدث من أحداث سياسية. وعلاوةً على ذلك، فإن الفروق، التي قد تنشأ بين فيلم (أ) وفيلم (ب) أو بين قصتين بمجالات متفاوتة الأسعار، لا تعتمد فقط على مادة الموضوع والتنسيق والتنظيم وتصنيف العملاء. أما في حالة تقديم شيء للجميع، فإنه من الصعب حينئذ الهروب ولكن لا مفر بالطبع من وجود اختلاف. والجدير بالذكر أن العامة يجدون أنفسهم ممزقين أمام مجموعة هائلة من المنتجات الجماهيرية ذو جودة متنوعة، الأمر الذي يؤدي بدوره إلى الإرتقاء بنظام التقييس. ويجب أن يتصرف كل فرد (كما لو كان بشكل تلقائي) طبقاً لمستواه المحدد والمنهج وأن يختار فئة المنتج الجماهيري التي تناسبه.

ويبدو العملاء كإحصائيات بمخططات منظمة البحوث كما يتم تقسيمهم من حيث الدخل إلى مجموعات باللون الأحمر والأخضر والأزرق، وهذه الطريقة تُستخدم بكافة أنواع الدعايا.

{...}

وبالتالي، لا يوجد ما يقوم العميل بتصنيفه حيث قام المنتج بالفعل بما ينبغي عمله.

(أودرونو وهوركهيمر 1997)؛ انظر أيضاً هذا الرابط: صناعة الثقافة: التنوير كخدعة

جماهيرية

<http://marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/adorno.htm>

وبناءً على استهلاكك لوسائل الإعلام، يمكنك الآن تقييم مفهومي "التوحيد القياسي" و"مراعاة الفريدة". هل تجد هذين المصطلحين ذي فائدة في توضيح الدور الذي يلعبه الإعلام بحياتنا؟ هل تم تفسير هذه العوامل؟ إلى أي مدى يبدو مفهوم صناعة الثقافة مقنعاً عند تطبيقه على وسائل الإعلام والمؤسسات الإعلامية المعاصرة؟

السائد والموسيقى الشعبية وصور الإعلام الأخرى تبدو كما لو كانت وثيقة الصلة حيث تُطور الأفلام على يد فريق من كاتبي السيناريو بالتشاور مع الفئات التمثيلية حول تعيين مستوى المنتج بينما يتم اختبار لقطات مختلفة منه قبل عرضها على الجمهور. وتُنفذ العملية ذاتها على الملأ بعروض المواهب التلفزيونية التي تتمكن من اختزال الآلاف إلى "فرد" واحد فقط (أو مجموعة من "الأفراد") الذي، بالرغم من ذلك، يجذب حذو كافة الفائزين السابقين.

وأخيراً، أصبحت الدراسة التحليلية لأدورنو "Adorno" وهوركهايمر "Horkheimer" مقنعة. والجدير بالذكر أن المنتجات الإعلامية كلها متشابهة من حيث الشكل والقياس والصيحة بغرض تحقيق الربح. والجدير بالذكر أن الأفلام والأغاني والبرامج التلفزيونية قد وُصفت بأنها زائفة ومتكررة على نحو لا يُصدق؛ ويمكن إثبات هذا الأمر دون شك. وبالرغم من ذلك، فقد خلصت هذه الدراسة إلى النظر بعين الاعتبار إلى طبيعة خبرة الجماهير وطريقة تفكير هذه "الجماهير"، التي تستهلك مثل هذه المنتجات. وبذلك، فإن نظرة أدورنو وهوركهايمر وكثير من علماء مدرسة فرانكفورت تفتقر إلى معرفة ماهية "جماهير" المجتمع الجماهيري وكذلك الافتراضات التي يتشاركونها مع الآخرين حتى الآن، من خلال هذا الفصل.

من المقصود بـ "الجماهير"؟

بينما انتقل الباحثون الإعلاميون من مفهوم "صناعة الثقافة" إلى مفهوم "الصناعات الثقافية" (انظر المقال بعنوان "التفكير بصوت مرتفع" "من صناعة الثقافة حتى الصناعات الثقافية" أعلاه) إلا أنهم قد أوضحوا الفرق أيضاً بين مفهوم الثقافة الجماهيرية (التي تُنتج من أجل الجماهير ومن ثم تنشأ الجماهيرية) ومفهوم "الثقافة الشعبية"، وهو مفهوم أكثر مرونة. ويشير المفهوم الأخير إلى ما يفعله الجمهور بالمعارف والمنتجات الجماهيرية التي تُنتج في سياق معين حيث يتشارك المنتجون والمستهلكون الجوانب الثقافية.

والجدير بالذكر أن تعقب وفهم هذه المعاني الثقافية المتغيرة والاستفادة منها في بحثك

يعد خطوة جيدة في مشوارك كطالب في مجال الإعلام. ولمساعدتنا في احتواء هذه التغيرات، فإنه من المفيد التعرف على سلسلة من الأفراد والمفاهيم التي تقع تحت مظلة "مفهوم ليفيس" و"المفهوم الثقافي". وقد استُخدمت هذه المصطلحات لوصف دراسة أجراها مجموعة من الأكاديميين الذين عملوا خلال فترة الخمسينات بمجال السياسة الاجتماعية ولكنهم أولوا اهتمامهم أيضًا للإجابة عن بعض الأسئلة بشأن الثقافة الحديثة بأعمالهم الأكاديمية. وكان من أبرز هؤلاء الأكاديميين الباحث ريتشارد هوجارت "Richard Hoggart" ورايموند ويليامز "Raymond Williams" وإدوارد ثومبيثون "Edward P. Thompson" وسوارت هول "Suart Hall". وقد اهتم عالم التاريخ بأعراف "الجماهير" المهملة في مجال التاريخ، حيث ثومبيثون "Thompson" (1924-93) من طبقة متوسطة ميسورة الحال في حين قدم هول "Hall" (-1932) من بلده الأم جاميكا إلى بريطانيا عقب اندلاع الحرب ومن ثم، فقد أصبح المسئول عن تغذية النظريات والمفكرين بما يُعرف بالدراسات الثقافية. أما هوجارت "Hoggart" وويليامز "Williams" فقد كانا ينتميان إلى أطفال الطبقة العاملة كما حصلوا على تعليمهما الثانوي والجامعي خلال فترة الثلاثينيات بمساعدة المنح المالية حيث كانت الفرص محدودة لذويهم. وهنا استطاعا بالفعل الوصول إلى أعمال ليفيس "Leavis".

أما بالنسبة لبعض العلماء الآخرين مثل: هوجارت "Hoggart" وويليامز "Williams" وهول "Hall" فقد نظروا بعين الاعتبار إلى مفاهيم ليفيس "Leavis" والدراسات النقدية الاجتماعية التي من شأنها النضال سعيًا وراء الأفضل في مواجهة ثقافة النظام الرأسمالي المهيمن. والجدير بالذكر أن إخفاق ليفيس "Leavis" في إدراك ما حدث لثقافة الطبقة العاملة، ويعد هذا الأمر تقصيرًا هائلًا ارتكبه هؤلاء الأكاديميين. وقد اعتمد هؤلاء الباحثون على الملاحظات على خبراتهم الخاصة والأبحاث التجريبية والنظرية الماركسية وذلك لفهم نقاط الضعف لليفيس "Leavis"، من ناحية، وإيجاز نتائجهم وآرائهم عن الثقافة. والجدير بالذكر أن هؤلاء الكُتاب قد لعبوا دورًا محوريًا في نقل أسس العرف الثقافي النخبوي إلى بريطانيا وإيجاد بديل لخصائص التجريد النظري للنظرية الأوروبية التي وضعها العالم ألتوسير وآخرين "Althusser et al." .

وينقسم هذا البديل إلى جزئين، فالأول: نراه في تفاصيل الدراسات التحليلية الثقافية لحياة العامة، أما الثاني: فيتناول عامة الشعب الذين سعوا إلى تشكيل ثقافتهم الخاصة، حتى وسط القوى التاريخية، وثقافتهم الجماهيرية ومجتمعهم. والجدير بالذكر أن رايموند ويليامز "Raymond Williams" كان من أبرز الشخصيات التي ساهمت في هذا التحول من الدراسات الجماهيرية إلى الدراسات الشعبية، وسوف نتناول الحديث عن مبادئه في البداية.

رايموند ويليامز "Raymond Williams": الثقافة هي الطابع المألوف

إن كتابات ويليامز "Williams" متوسعة وشاملة من حيث الكمية والتغطية؛ والجدير بالذكر أنه استخدم مفهومين أساسيين باعتبارهما وسيلة لفهم مساهماته الجوهرية عن المفهوم الثقافة الجماهيرية. وأضاف أن هذه الفئة لا تشمل أي فرد ينظر للناس باعتبارهم جماهير حيث لاحظ أن "الجماهير هم فئة أخرى من الناس". وعلاوة على ذلك، افترض ويليامز "Williams" أن "الثقافة هي طابع مألوف". وبالإشارة إلى هذه العبارات والمناظرات التي استخدمها لدعم آرائه، دفع ويليامز "Williams" العلماء للتفكير من جديد في طريقة تناولهم للعلاقات بين الإعلام الجماهيري الحديث والطبقة الاجتماعية والسلطة والمفاهيم الثقافية.

وعلاوة على ذلك، فسوف نتناول الطريقة التي اتبعتها ويليامز "Williams" بمناظراته واختلافه المتميز عن المفاهيم التشاركية للمجتمع الجماهيري التي نقلتها الأعراف البريطانية، على يد أرنولد "Arnold" وليفيس "Leavis"، والأعراف الأمريكية بالعلوم الاجتماعية الحديثة ونظريات مدرسة فرانكفورت الأوروبية الأصل.

أولاً، دعنا ننظر بعين الاعتبار إلى الافتراض بأن "الجماهير هم فئة أخرى من الناس". بالإشارة إلى مفهوم الجماهير بكتاب "الثقافة والمجتمع" (1958/ 1961)، حيث أشار إلى أن المجتمع الجماهيري الأول كان يضم فئة من العلماء النظريين الذين يرون أنهم المسؤولون عن تفسير أفعال الآخرين. ونظرًا إلى أن معظم العلماء النظريين يتمون إلى الطبقة الأرستقراطية أو الطبقة المتوسطة ميسورة الحال، فإن مناظراتهم كانت تتناول

الحديث عن مجموعة من الناس الذين يُنظر إليهم باعتبارهم فئة مستقلة عنهم. أما من منطلق المنظور الإيجابي عن الطبقة العاملة، أعاد ويليامز "Williams" النظر في مجموعة افتراضات خاطئة عن حياة عامة الشعب وأنه نتيجةً لإهمال هذه الافتراضات، ينظر العلماء للآخرين باعتبارهم مجموعة من الجمهور لا يتشاركون أي مظهر قيم من مظاهر الحياة الراقية. والجدير بالذكر أن هذا التقسيم وهذه العمليات والافتراضات الخاصة، التي ترتبط بحياة هذه النخبة، تتعلق أيضًا برؤيتهم للثقافة؛ حيث كتب ما يلي:

والآن، فإننا نستخدم كلاً من مفهوم "الجمهير" ومفهوم "الحضارة الجماهيرية" و "الديمقراطية الحضارية" و "الاتصالات الجماهيرية". وهنا، تكمن قضية رئيسية وشائكة للغاية كما أعتقد... ومع ذلك، أصبحت "الجمهير" كلمة جديدة تُطلق على الحشود كما تحتفظ كلمة "الحشود" بخصائصها المتعارف عليها من حيث الجوهر مثل: الشذاجة والتقلب والإجحاف الجماعي والافتقار إلى الذوق والتميز. ولذلك، فإن الجمهير تُشكل تهديدًا أتمًا على الثقافة... {ولكن} من هم الجمهير؟ عمليًا، في ظل هذا المجتمع وفي هذا السياق، لا يمكن أن يكونوا سوى العاملين من الناس... أنا لا أفكر في أقاربي أو أصدقائي أو جيراني أو زملائي أو معارفي باعتبارهم جماهير، فليس باستطاعتنا ذلك. فالجمهير هم دائمًا من لا نعرفهم ولا يمكن أن نعرفهم... وبالنسبة لمجموعة من الأشخاص، نبدو لهم كجمهير. ولذلك، فإن الجمهير هم الفئة الأخرى من الناس.

(ويليامز 1958/1990: 287-9)

والجدير بالذكر أن ويليامز "Williams" قد خلص إلى عدم وجود ما يسمى بالجمهير بل "هناك فقط طرقًا للنظر إلى الناس باعتبارهم جماهير". وبمجرد أن يدرك المرء هذه الحقيقة، فإنه من الممكن حينئذٍ فهم حقيقة ووظيفة مثل هذه المفاهيم.

أبرز المفكرين

رايموند ويليامز (1921-88) Raymond Williams

يعتبر ويليامز نوعاً جديداً من المفكرين البريطانيين الذين ظهروا خلال فترة الستينات. وُلد ويليامز في عائلة تنتمي للطبقة العاملة بالحدود الويلزية. وحصل ويليامز على منحة دراسية مكنته من الالتحاق بمدرسة ثانوية بريطانية (حيث دعمته المدرسة من حيث المصاريف والكتب وما إلى ذلك) في حين التحق معظم أفراد الطبقة العاملة بمدارس حكومية صغيرة قبل دراسة الأدب الإنجليزي بجامعة كامبردج في عصر ليفيس "Leavis". وقد بدأ ويليامز عمله بأحد مدارس تعليم الكبار كما أُلّف عددًا من الكتب التي انتشرت على نطاق واسع عن الثقافة والطبقات الاجتماعية. والجدير بالذكر أن ويليامز كان له بالغ الأثر في الميدان الأكاديمي والفكر الشعبي مثل كتابه "الثقافة والمجتمع أو Culture and Society" الذي حقق أكثر مبيعات هائلة بالمملكة المتحدة عام 1958. وبالتالي، أصبح ويليامز أحد الأصوات الثقافية المعروفة في بريطانيا خلال فترة ما بعد الحرب كما تقلد منصباً رسمياً بجامعة كامبردج وأصبح متطرفاً مع مرور الوقت.

والجدير بالذكر أن "الثقافة هي الطابع المألوف" وهذا ما أشار إليه ويليامز "Williams". وهذا العنوان هو عنوان مقال له كتبه في بداية حياته المهنية حيث كشف عن الإبداع التي تميزت به دراسته لفهم الثقافة الحديثة على عدة مستويات مختلفة. أولاً، تركز المقال في الأساس على حياة الكاتب وكل ما يتعلق به. وعلاوةً على ذلك، سعى العلماء من قبل إلى إخفاء هذه الحياة وراء كتاباتهم في حين استخدم ويليامز "Williams" الضمير "أنا" في كتابه طول الوقت؛ والجدير بالذكر أن هذا المقال يتناول الحديث عن بداية حياته بمجتمع الطبقة العاملة بإيجاز كما تناول الحديث عن خبراته الحياتية كطالب بجامعة كامبردج بمجتمع الطبقة الأرستقراطية.

الثقافة (النسخة الثانية): أسلوب كامل للحياة

إن المعنى الأنثروبولوجي لهذا المصطلح يختلف عن مفهوم الثقافة باعتبارها مجموعة من الأدوات الاصطناعية. والجدير بالذكر أن هذا المصطلح ينظر بعين الاعتبار إلى الجوانب العملية والمشاركة لصياغة المعنى بالحياة العادية. ويشمل هذا التعريف النصوص وطريقة استهلاكها وتفسيرها في السياق الثقافي. وبالتالي، فإن هذا التعريف ينظر أيضًا بعين الاعتبار إلى الثقافة الشعبية؛ وهي بذلك لا تنظر للثقافة باعتبارها الثقافة التي تنتج على يد الأغلبية نظرًا لأسلوب حياتهم ولكنها أيضًا تشمل طريقة إدخال هذه المنتجات في حياتهم باعتبارها منتجات ذات معنى.

ثانيًا، اقتبس ويليامز "Williams" فكرة استخدام أدوات سرد القصص من الأدب لترتيب مناظراته في صورة مجموعة من الرحلات المادية والرمزية. وقد بدأ الكاتب مقاله بالحديث عن زيارة العودة إلى البلدة صغيرة التي ترعرع بها ثم تطرق بعدئذٍ للحديث عن الرحلات المادية والاجتماعية التي قام بها وقت "التحاقه" بالجامعة. وفضلًا عن ذلك، قام ويليامز "Williams" بسرد مجموعة من الاقتراحات بشأن الثقافة حيث لجأ إلى وصف خبراته الحياتية والأدوات الأدبية المستخدمة في تحليل معنى ومغزى مصطلح الثقافة. وافترض ويليامز "Williams" ما يلي:

"يستخدم مصطلح الثقافة بمعنيين؛ أولاً: إشارة إلى الأسلوب المتكامل للحياة - أي المعاني المشتركة، ثانيًا، للإشارة إلى الفنون وعملية التعلم - أي عملية الاستكشاف والجهود الإبداعية. ويستخدم بعض الكتاب أحد هذه المعاني خلال كتاباتهم، ولكنني مُصر على استخدام كليهما نظرًا لأهميتهما."

(ويليامز، 1990/1958: 76)

وفي سياق الحديث عن الثقافة، يمكن أن ننظر بعين الاعتبار إلى فكرة ليفيس "Leavis" وأرنولد

"Arnold" عن الثقافة باعتبارها صور لإنجازات خاصة أو معنى أنثروبولوجي لأسلوب حياتنا. وبالتالي، لا تنشأ الثقافة على يد مجموعة من الفنانين أو المؤلفين المتميزين أو الموهوبين بمنأى عن الحياة ولكنها شيء ينبغي على الأقلية تقديره باعتبارها صيانة للقيم الإنسانية وأن هذه النخبة هي مجموعة من البشر في الأساس. علاوةً على ذلك، ينبغي على

المرء أن ينظر بعين الاعتبار إلى مفهوم الثقافة باعتبارها "أسلوب حياة متكامل" ؛ ويعني ذلك أن الجوهر والإبداع من العوامل الديمقراطية المنتشرة أكثر من الخيارات المحدودة الموجودة بالمعارض الفنية والمكتبات على سبيل المثال. إنها تتعلق بأسلوب حياة الإنسان وما يفعلوه خلال هذه الحياة.

وبالتركيز على مفهوم الثقافة كونها مستمدة من الحياة العادية، خلف ويليامز "Williams" أثرًا بالغًا في نفوس جيل من الباحثين عن الثقافة والمجتمع. وكما يتشنى للمرء فهم هذا الأثر ونتائجه والفوائد التي تعود علينا من مفاهيم ويليامز "Williams"، بالرجوع إلى عدد من الدراسات والأبحاث بهذا الكتاب، ينبغي علينا الإشارة إلى مفهوم آخر ألا وهو "الثقافة المشتركة".

وفي أعمال ليفيس "Leavis" وأرنولد "Arnold"، تعقياً على الشاعر توماس اليوت "T. S. Eliot" الذي عاصر الكاتب ويليامز "Williams"، استخدم مفهوم الثقافة للإشارة إلى "الجماهير" والدلالة على كافة الأشياء التي ينظر إليها صفوة المجتمع باعتبارها ذات قيمة، وذلك وفقاً للمدرسة. ويستند ذلك على الاعتقاد بأن هذه التوسع سوف "يهدب" الأغلبية لاستثمار هذه الأشياء والممارسات التي تجسد قيم صفوة المجتمع ورفض كافة الأشياء غير اللائقة مثل: الثقافة الجماهيرية (كالأفلام والأغاني الشعبية وغيرها) بالإضافة إلى الإجراءات السياسية التي تعوق النظام "الطبيعي" للأشياء والنظر بعين الاعتبار إلى بعض المفاهيم المروعة مثل: المساواة وإعادة توزيع الثروات. ويعني ذلك أن للمجتمع "ثقافة مشتركة" بمعنى أن كل شخص يتشارك الآخرين ما يطلق عليه ليفيس "Leavis" "الأعراف العظيمة". وبالرغم من ذلك، فإن ما تراه الأغلبية ذا قيمة قد يكون بلا قيمة ولا يقبله المجتمع ببساطة.

والجدير بالذكر أن مفهوم ويليامز "Williams" "الثقافة المشتركة" يعد مفهوماً مختلفاً إلى حد ما. وبالإشارة إلى مفهوم "أسلوب حياة متكامل"، نجد أن هذا المصطلح يوضح معنى الثقافة ليس باعتبارها مجموعة من "الأفضل" فحسب (في مجال الفن أو غيره من المجالات) ولكن باعتبارها مكاناً لمشاركة القيم من بينها التعرف على حياة العامة

والتحقق منها. وبالتالي، فقد تصور ويليامز "Williams" مجتمعًا يضم مجموعة من القيم التي تنشأ بل وتُنقد على نحو مشترك حيث يمكن إحلال الأقسام والاستثناءات بالطبقة الاجتماعية محل الواقع المشترك والعضوية المائلة" (ويليامز، 1967: 308).

بالإضافة إلى ذلك، فإنه بمجرد وضع هذا المصطلح بالسياق، فإنه يصبح أكثر تجريدًا خصوصًا فيما يتعلق بالمناظرات عن الإعلام. وانتشرت تعليقات ويليامز "Williams" بالمملكة البريطانية في عصر ما بعد الحرب (وشاع صداها عبر أوروبا وأمريكا واليابان) ونمو المجتمع الاستهلاكي. وعلاوةً على ذلك، فإن النمو الهائل لوسائل الاتصال الإعلامي يعد أحد سمات هذا التطور- كظهور التلفزيون، على وجه الخصوص، والرقص وتسليع الحياة الخاصة ووقت الفراغ حتى وقتنا هذا. وفقًا لما ذكره ويليامز "Williams"، فإن هذه التطورات قد أصبحت مدخلًا لكافة الآراء الاجتماعية والنواحي الثقافية ومن ثم، فإنها لا تساعد على تكرار قيم حب الاكتساب والفردية الأنانية فحسب. والجدير بالذكر أن هذه الأفكار قد أحدثت صدى عظيم بجانب مجموعة من المفاهيم الأخرى مثل: الدراسة النقدية الأيدلوجية للاقتصاد الرأسمالي بالمناظرات التي تتناول الحديث عن النطاق العام والتمثيل وتعدد الثقافات وكذلك المناظرات التي تطرقت لمناقشة طبيعة الديمقراطية في المجتمع الحديث.

ريتشارد هوجارت Richard Hoggart:

استخدامات الثقافة بمركز الدراسات الثقافية المعاصرة (CCCS)

إن التشديد على دراسة الطبيعة اليومية للثقافة بأعمال ويليامز "Williams" باعتبارها جزءًا لا يتجزأ من حياة الفرد واستكشاف مدى أهمية المعاني بالنسبة للثقافة وربط الثقافة بالحماس الديمقراطي، قد ساعدت جميعًا في تحديد مجموعة من الأفكار التي نحتاج إلى توضيحها. ويعتبر ريتشارد هوجارت "Richard Hoggart" (-1918) أحد المفكرين الذين ارتبطت أسماؤهم بويليامز "Williams". بالرغم من أن سمعته غير المؤثرة، إلا أنه قد خلف أثرًا هائلًا على الفكر الإعلامي والثقافي والمجتمعي كما أُلّف كتابًا بعنوان "استخدامات الكتابة أو The Uses of Literacy" (هوجارت 1958). وقد حقق

هذا الكتاب نسبة مبيعات عالية حيث كان ذا أهمية بالغة خاصة بالنسبة للطبقة العاملة، في عصر ما بعد الحرب، التي استفادت من مجانية التعليم والفرص الاجتماعية التي أتاحتها بريطانيا في فترة ما بعد الحرب.

علاوةً على ذلك، فقد قورنت دراسة هوجارت "Hoggart" بدراسة ويليامز "Williams" من حيث الأسلوب المتبع لدرء كافة الأوهام التي يؤمن بها المفكرون بشأن الطبقة العاملة، الأمر الذي أضاف الكثير لإلى أفكارهم عن "الجماهير". والجدير بالذكر أن هوجارت "Hoggart" قد تصدى لكافة الأساليب المجردة من الإنسانية في ظل هذا السياق من خلال النظر لهذه الأمور من منطلق عالم هؤلاء الجماهير. وبالتالي، يُقرأ الكتاب كرواية أو مذكرات حيث صور الكاتب شرحاً مفصلاً مستمداً من طفولته. وبدلاً من الحكم على القيم التي تورده إلينا من الخارج أو الإضافة إليها، سعى هوجارت "Hoggart" لفهم الأسلوب الذي يتبعه عامة الشعب لاستخدام الموارد المتاحة.

وبالتالي، وفقاً لنقاد الثقافة الجماهيرية بداية من أدورنو "Adorno" حتى "ليفيس" "Leavis"، تبدو الأغاني الشعبية، على سبيل المثال، التي تعد دليلاً على رداءة المنتجات الجماهيرية، رديئة تقليدية إلى حد بعيد. وبالرغم من ذلك، لم يرى هوجارت "Hoggart" في ذلك نتيجةً طبيعية بالنسب للخصائص البشرية للجماهير ذاتهم وأضاف أن الأغاني الشعبية التي "تهدف إلى توصيل مجموعة من المشاعر بسرعة شديدة، فإنها لا تعد إبتكاراً في حد ذاتها كونها مجرد إشارات للمجالات العاطفية التي يتناولونها" (هوجارت 1958، 161). وعلاوةً على ذلك، يمكن النظر لهذه الأغاني باعتبارها موارد مخصصة للناس فحسب إلا أنهم يجهلون الكثير عنها ومع ذلك فإنهم "يُفضلون الكثير عليها ويقدرّون ما لا يستحق" (هوجارت 1958: 325). وأكد هوجارت "Hoggart" أن الأشياء التي يستمتع بها الناس بالمجتمع الحديث قد تفتقر إلى إتقان الثقافة الشعبية كما كان بالماض - حيث انقرضت الأنواع التي تناول كل من ليفيس "Leavis" وأدورنو "Adorno" الحديث عنهم. وبالرغم من ذلك، تساءل هوجارت "Hoggart": لماذا بدت هذه الأفكار رومانسية للناس في الماضي بينما أخفقت في إيجاد أي ميزة بالأسلوب المتبع بالمجتمعات المعاصرة".

التفكير بصوت مرتفع

بلورة المفاهيم الخاصة بـ"المجتمع الجماهيري" وما السبب في تحديد هذه الفترة (1918-68) بوجه الخصوص؟

لقد تطرقنا للحديث عن المجتمع الجماهيري في بداية هذا الفصل بالإضافة إلى التطور الذي طرأ على النظريات ذات الصلة التي تخللت الفترة ما بين 1918 حتى 1968. وهنا، ينبغي علينا أن نطرح سؤالاً هاماً ألا وهو: لماذا أشرنا إلى هذه الفترة بالتحديد وهل هذه الفترة تعتبر ذات قيمة. وبالرغم من وجود بعض المفاهيم التي من شأنها التأثير على مناقشاتنا بهذا الفصل أو حتى الفصل السابق الذي يبدأ عام 1918 حيث ظهرت وسائل التكنولوجيا والمؤسسات الحديثة التي شكلت وسائل الإعلام الجماهيري الحديث. ويميز هذا العام أيضاً نهاية العالم الوبائي ومن ثم، فهو "علامة" تاريخية مفيدة. وعلاوةً على ذلك، فقد شهدت العقود التالية تحولاً ملحوظاً في الدراسات الأبدلوجية والنظرية (إلى الأفضل وأحياناً إلى الأسوأ) حتى مفهوم الشعوب باعتبارهم "جماهير".

ولا يمكننا النظر لعام 1968 على أنه العام الذي انتهى خلاله هذا النمط الفكري ولكنه عام هام آخر. إنه العام الذي شهد احتجاجات عالمية ضد الأنظمة الديكتاتورية للكتلة الشرقية "Eastern Bloc" بالإضافة إلى الانتفاضات الطلابية احتجاجاً على الديمقراطية والرأسمالية في دول الغرب التي كانت مماثلة للديكتاتورية من حيث إنكارها للحرية. والمثير للاهتمام آنذاك هو ظهور النظريات والممارسات التي شكلت تحدياً أمام طرق التفكي التقليدية والمفاهيم الأساسية التي أيدت النظام التخبيوي الذي تسبب في انتشار الإجحاف الفكري بشأن الجماهير وثقافتهم (أو افتقارهم للثقافة). أما عام 1968، فقد كان بمثابة دافع للأصوات الجديدة وطرق التفكير الحديثة في بعض القضايا مثل: العنصرية والانتماء العرقي والجنسانية والنوع التي تصدت لمجابهة هيمنة البيض والأنجلوسكسونيين والبروتستانتين. وأخيراً، فإن التطورات التي طرأت في مجال التحليل الثقافي، والتي من شأنها تعزيز الدراسات الإعلامية والمجالات المماثلة، تعكس هذا الصراع والتحدي.

وأضاف هوجارت: "والجدير بالذكر هنا أنه ينبغي على الجماهير من الطبقة العاملة اليوم، وبعد مائة عام تقريباً من الحياة الحضرية الشاقة، التمسك بالموضوعات الشيقة بالرغم من سهولة إدراكها" (هوجارت 1958: 162). وبالرغم من ذلك، فقد اعتاد هوجارت "Hoggart" أيضاً، شأنه في ذلك شأن ويليامز "Williams"، على تكرار بعض الآراء التشاؤمية لعلماء آخرين. بالإضافة إلى ذلك، يعد السياق أحد العوامل الهامة التي نظر إليها بعين الاعتبار كما ذكرنا من قبل - أي نمو ثقافة المستهلك. علاوةً على ذلك، فقد وصف هوجارت "Hoggart" انطلاق الإعلام الجماهيري والبضائع عقب الحرب العالمية الثانية بأنه كـ"عالم غزل البنات" (فكر في الصورة المجازية لهذا المفهوم وتركيب هذا السياق ذاته!) بالمجلات أو الأفلام أو التلفزيون.

التفكير بصوت مرتفع

الثقافة "الجماهيرية" و"الشعبية"

وفقاً لأفكار أدورنو "Adorno" بشأن نوع الطابع الذي يستهدفه في دراساته، فإن هذه الخيارات تكون ذات أهمية. وبينما ننظر بعين الاعتبار إلى كلمة "جماهيري"، فإن كلمة "شعبي" تُستخدم أيضاً لوصف الاستهلاك الثقافي وأشكال الثقافة (انظر ما ذكره ويليامز وهوجارت في هذا الشأن). هل تصف كلمة "شعبي" منظور الجمهور أم أنها واسعة النطاق؟ هل يمكن للثقافة "العليا" أن تُصبح شعبية بنفس الطريقة أم أن هذا المصطلح يُستخدم كمرادفٍ لمنتجات صناعة الثقافة واتجاهات معينة؟ هل يسمح مصطلح "شعبي" دائماً بالاعتراف باختيار الجمهور واحتياجاته؟ إلى أي مدى تسمح هذه المصطلحات بنشر القيم بين المنتجين والمستهلكين؟ والجدير بالذكر أن هذه الاستخدامات تعد بالغة الأهمية ولكنها مثيرة للجدل وخصوصاً إذا تعلق الأمر بأفكار خاصة بالخيارات والاختيارات التي يقوم بها المستهلك بنفسه ومدى ارتباط السلع الثقافية بالاحتياجات "الفعلية" وأي دورٍ قد يلعبونه في تحديد جودتهم ومعانيهم. والجدير بالذكر أن هذه الأنماط مليئة بالأحكام التقديرية ومن ثم، فإنه ينبغي عليك البحث عن أمثلة لهذه الاستخدامات بمجال الاستهلاك والتفاعلات الإعلامية.

وفقاً لهوجارت "Hoggart"، قد يتمكن هذا السياق من تقويض الإبداع والانسجام التي تتمتع بع حياة الطبقة العاملة التي حاول هوجارت التعرف بها والثناء عليها، ويتضح هذا الأمر في مجال الإعلانات والترويج لنمط الحياة الخارجي.

وعلاوةً على ذلك، فقد أصبح هوجارت "Hoggart" وويليامز "Williams" من أعلام عصرهما باعتبارهما أحد المفكرين "الشعبيين" الذين يحق لهما التعليق على المجتمع المعاصر ويصغي إليهما الجميع. والجدير بالذكر أن هوجارت "Hoggart" قد عمل بعدد من اللجان الحكومية التي تهتم بالثقافة والإعلام. والأهم من أفكار هذين المفكرين أنهما طالبا بالإنصات إلى عامة الشعب والنظر بعين الاعتبار إلى كافة مطالبهم. وبالتالي، النظر بعين الاعتبار إلى الشعب كجمهورٍ.

بالإضافة إلى ذلك، فإن محاولات هوجارت "Hoggart"، بالبحث في مجال الثقافة الشعبية وما تحمله من معاني للناس فضلاً عن مجرد قراءتها من منظور الباحث النظري، شكلت إبداعاً هائلاً في عالم ينظر للثقافة باعتبارها هدفاً من أهداف الدراسة. والجدير بالذكر أن هوجارت قد تعامل مع الثقافة الشعبية المعاصرة بشيء من الجدوية، ولذلك فقد أسس أول موقع أكاديمي متخصص لدراسة هذا النوع من الثقافة بمركز الدراسات الثقافية المعاصرة (CCCS) بجامعة برمنجهام.

وقد تأسس هذا "المركز" على يد ريتشارد هوجارت "Richard Hoggart" عام 1964 الذي ترأسه فيما بعد الباحث ستيفارت هول "Stuart Hall" عام 1967 حتى 1979 (وقد أغلقت الجامعة هذا المركز عام 2002 وسط موجة هائلة من الجدل). وفي هذه الأثناء، أجرى الباحثون، الذين عملوا بهذا المركز، عددًا هائلاً من الدراسات التي أثرت جذرياً على منظور الباحث الأكاديمي للثقافة. والجدير بالذكر أن هذا المركز يأخذ الطلاب، سواء البيض منهم أو من ينتمون للطبقة العاملة، بين مجموعة متنوعة من المجالات ويضعهم أمام مجموعة من المشاريع والمناقشات والأبحاث التعاونية عن طبيعة الثقافة والسياسة والهوية والنظرية والمفكرين والطبقات الاجتماعية والجنس البشري والانتهاج العرقي والتاريخ وعلم الاجتماع والجنسانية وعلم النفس والإعلام وغيرها من

المجالات التي تجذب الانتباه. والجدير بالذكر هنا أن المفهوم الجديد للمجتمع الحديث، وكذلك تحليله في مجال السياسة الاجتماعية والسياسة العامة والثقافية، قد سيطر على خريجي هذا المركز بمجرد قيامهم بالتدريس في جامعات أخرى.

اقتداءً بمعلميها ويليامز "Williams" و هوجارت "Hoggart"، ولكن بميل أكبر إلى المنتجات الثقافية في فترة ما بعد الحرب (مثل: الموسيقى والأفلام والتلفزيون وغيرها)، لجأ هؤلاء إلى استبدال مفهوم الثقافة الجماهيرية بمفهوم الثقافة الشعبية كما فسروا أيضًا الدور الذي يلعبه الجمهور في إنتاج معنى للمادة المستهلكة. ولا يعني ذلك تجاهل هؤلاء المفكرين تمامًا للجوانب السلبية للمنتجات الإعلامية على سبيل المثال.

بالإضافة إلى ذلك، فإن وعي المرء بالعمليات الأيدولوجية وسلطة المجتمع والمجال الإعلامي يُخفف من وطأة هذا الموقف. وبالرغم من ذلك، فقد تطرقت أعمالهم إلى مجموعة متنوعة من الموضوعات وربطت بين مختلف الأفكار السياسية بالإضافة إلى البحث بمنظور مختلف في كل ما يتعلق بالثقافة والتعامل مع مفاهيم النظرية الأوروبية مرورًا بأنطونيو جرامسكي "Antonio Gramsci" حتى البنيويون - كما ذكرنا في الفصل السابق. ونقصد بذلك أن هؤلاء الباحثون قد نظروا بعين الاعتبار إلى تحليل ويليامز "Williams" لبعض المصطلحات مثل: الثقافة الشعبية والبحث في أصل معناها. وبالفعل، عندما وهنت الطبقات الاجتماعية، اتجه كثير من الباحثين النظريين، مثل: ريتشارد داير "Richard Dyer" وبول جيلروي "Paul Gilroy" وديفيد مورلي "David Morely" وشارلوت برونسدون "Charlotte Brunsdon" وأن جراي "Anne Gray" وستيوارت هول "Stuart Hall"، إلى البحث فيما يتعلق بالجنس البشري والانتماء العرقي والجنسانية لتفسير ماهية الثقافة.

ملخص

تصور المجتمع الجماهيري

في هذا الفصل من الكتاب، تطرقنا للحديث عن الدور الاجتماعي الذي يلعبه الإعلام في البحث عن مفاهيم المجتمع الإعلامي. وفي البداية، نظرنا بعين الاعتبار إلى مفهوم المجتمع الإعلامي ومدى ارتباطه بالسياق التاريخي للتغيرات الاجتماعية وظهور وسائل

الاتصال الجماهيري والإعلام الجماهيري. وبعد ذلك، يوضح السياق استطلاعاً لبعض الاستجابات السلبية لهذه التغيرات.

بدايةً، تناولنا الحديث عن الباحث ليفيس "Leavis" ونسبه وعلاقته بماثيو أرنولد "Mathew Arnold" بالتحديد. ويظهر المنظور السلبي لليفيس "Leavis" عن الثقافة الحديثة في منتجات الإعلام الجماهيري وأثرها المشين على الحياة الحديثة. وقد أثار رده مشروعاً تعليمياً من شأنه تقدير الثقافة ("الأعراف العظيمة" بأعماله الأدبية) من خلال العملية التعليمية في محاولةٍ منه "للتعريف" بالجماهير والثقافة الجماهيرية. وبعد ذلك، تناولنا بعض انطباعات الأمريكيين حول تطوير المجتمع الجماهيري واستثمار العلوم الاجتماعية وانتشار المخاوف بشأن الطبيعة المجهولة "للجماهيرية" المناهضة للقيم الأمريكية ومعنى المجتمع التعددي.

بالإضافة إلى ذلك، فإننا نظرنا بعين الاعتبار إلى المفاهيم الأساسية لمدرسة فرانكفورت كما تحدثنا عن أفكار أدورنو "Adorno" وهوركهايمر "Horkeimer". والجدير بالذكر أن اهتمامها الأول قد انصب في فكرة تسليع الثقافة التي أفضت بدورها إلى ظهور مصطلح صناعة الثقافة. علاوةً على ذلك، فإن الإنتاج الجماهيري باستديوهات الأفلام والمصنقات التسجيلية وغيرها قد وضعها العلماء جانباً كونها أقل أهمية من الثقافة "الحقيقية" وطابعها الخاص. أما فيما يتعلق بمنتجات صناعة الثقافة، فقد افترض العلماء أنها تتميز بعاملين: تحديد المستوى ومراعاة الفردية إلى جانب تطور تآلية السلعة. أما عن أبرز نتائج هذه العوامل فهي النتيجة الأيدلوجية حيث إن استهلاك هذه المنتجات لا يمثل سوى سعادة زائفة لعامة الشعب الذين يتحولون بدورهم إلى "جماهير" بفضل صناعة الثقافة.

وأخيراً، فقد تناولنا الحديث عن النمط الفكري السائد خلال فترة ما بعد الحرب إشارةً إلى مفهوم ليفيس "Leavis" والمفهوم الثقافي. وقد انتقلنا من شرح مفهوم "الثقافة الجماهيرية" من منظور بعض المفكرين إلى مفهوم "الثقافة الشعبية". وبالتالي، فقد تطرقنا إلى أعمال ومفاهيم رايموند ويليامز "Raymond Williams" الذي أكد أن الثقافة ذات طابع مألوف كما سعى إلى إنكار فكرة كون الشعب جمهوراً، وفقاً لآراء ريتشارد هوجارت

"Richard Hoggart" في هذا الشأن. وبفضل هذين الباحثين، نشأت صورة جديدة للثقافة باعتبارها مفهومًا حيويًا يحمل الكثير من المعاني ناهيك عن كونه بمنأى عن الحياة العامة - كما في المتاحف والمعارض - أو ذو صلة بالإعلام الجماهيري.

والآن، يمكنك تقييم معرفتك الخاصة وما يمكنك القيام به نتيجة استيعابك لما ورد بهذا الفصل من معلومات. وفي حالة متابعتك لما ورد بهذا الفصل وتطبيقك للأنشطة والأفكار الخاصة بما تناولناه من قضايا، فإنه ينبغي عليك القيام بما يلي:

- إيجاز أصل وسياق المناظرات بشأن "المجتمع الجماهيري" والثقافة والإعلام. (ويشمل ذلك بالطبع إيجاز التفاصيل التاريخية التي سردناها هنا ومن ثم، يتعين عليك إجراء مزيد من البحث والإطلاع للحصول على كافة المعلومات المطلوبة).
- إيجاز وتقييم ومقارنة المصطلحات الأساسية المستخدمة بالمناظرات الخاصة بالمجتمع الجماهيري فيما يتعلق بأبرز الباحثين في هذا الميدان ومساهماتهم بمثل هذه المناظرات. والجدير بالذكر أننا قد زدنا القارئ ببعض الأفكار الجوهرية التي ارتقت بالفعل لأعمال الآخرين. وتذكر أن هناك مجموعة مختلفة من ردود الأفعال والتقييمات الخاصة بهذه الأفكار وهؤلاء الباحثين في هذا الميدان.
- التعرف على مفاهيم المجتمع الجماهيري والتعريفات المختلفة للثقافة طبقًا للأبحاث الإعلامية وتفسير النظريات ذات الصلة. والجدير بالذكر أن ما نقدمه هنا لا يقتصر على المناظرات التاريخية فحسب. وكما أشرنا من قبل، فإن هذه الأفكار تتواصل بعدة طرق مختلفة كما أن مهمتك الأساسية تقتصر على بحث أهمية هذه الأفكار وفائدتها بالنسبة للدراسات الإعلامية.

ونستخلص من هذا، أن الإعلام يلعب دورًا حيويًا في المجتمع ومن ثم، فإن له تأثيرًا هائلًا على نظرة الباحث للمجتمع والناس معًا. وهنا يطرح السؤال نفسه حول صحة وحدود هذا العمل بالرغم من عدم تحديد ممارسات "الجماهير" إلا نادرًا - مثلما يسعى المثقفون لتحقيق هذا الأمر. وعلاوةً على ذلك، ينبغي على المرء ألا يقتصر على المعلومات المقدمة هنا وكأنها قصة "مستمرة" حيث تناولنا الحديث عن المفكرين ذوي أساليب

التفكير المحدودة إلى المفكرين في عصر التنوير. وينبغي أن تهتم هنا بالبحث عن مزيد من الطرق العصرية للحديث عن "الجماهير"، حيث يمكن طرح بعض الأسئلة في هذا السياق، مثل: ما هي المصطلحات اللطيفة التي ذكرناها للحديث عن الشخص العادي بصفة عامة خاصةً فيما يتعلق بالإعلام؟ فيم تُستخدم هذه المفاهيم وإلى أي مدى تتكرر؟

إعداد الدراسات الإعلامية

البحث في مجال الثقافة والسياقات الثقافية

إذا تثنى لك قراءة هذه الكتاب بالترتيب، فسوف تتمكن من تطوير مجموعة من مصادر التحليل وتتعرف على عدد من النظريات والمفاهيم الخاصة بالإعلام والمجتمع. وعند تطبيق الأنشطة المذكورة في هذا الجزء من الكتاب، فإن هذا الأمر سوف يشكل نقلة لك حيث تتمكن حينئذٍ من تطوير مزيد من الدراسات المعقدة التي قد نفيديك في البحث والتفكير.

أما إذا أردت التعرف على الأفكار المحددة في هذا الفصل وأهميتها، فإنه ينبغي عليك النظر بعين الاعتبار إلى ثقافتنا المعاصرة والسياقات الإعلامية والمفاهيم الجوهرية التي تعرضنا لها. هل بإمكانك الآن النظر للناس باعتبارهم جماهير؟ هل مازلنا نستخدم هذه المصطلحات وهل هناك تصنيف آخر لهذه الفكرة؟ هل تنتمي لهذه "الجماهير"؟ ما هي هذه المصطلحات وعلام تدل؟ وماذا تعتقد بشأن من يستخدمون هذه المصطلحات؟

ومن المفيد أيضًا أن نستعرض إجابات للأسئلة التي طرحناها في بداية هذا الفصل. ماذا تعني "الثقافة" بالنسبة لك؟ وما المعزى من الحديث عن القيمة الثقافية؟ وأين يمكن العثور على الثقافة - وهل هناك أماكن أو أشخاص مرتبطين بها؟ هل أنت "مثقف" بأي حال من الأحوال؟

مصادر إضافية

يحتاج القارئ إلى التعمق في دراسة العلماء الذين ذُكرت أسماءهم في هذا الفصل، وسوف يكتشف الباحث الجديد أن هوجارت "Hoggart" وويليامز "Williams" من أبسطهم بالرغم من محاولتنا للخوض في تفسير أعمالهم الأساسية. وفيما يلي عدد من الأعمال المفيدة عن نظريات الثقافة والإعلام والمجتمع الإعلامي.

Barlow, D. and Mills, B. (2009) *Reading Media Theory*, Harlow: Longman.

This unique and extremely useful part-textbook, part-reader, gives you access to some of the seminal primary texts relating to the material in this chapter (and others). Each reading is supported by detailed annotations, introductions and reflections from the editors, which will help you find your way into and around the material as well as critically assess it. Students will find extracts of work by theorists such as F.R. Leavis, Adorno and Horkheimer, Stuart Hall, Jürgen Habermas, Raymond Williams, Roland Barthes and Jean Baudrillard.

Carey, J. (1992) *The Intellectuals and the Masses: Pride and Prejudice Among the Literary Intelligentsia, 1880–1939*, London and Boston: Faber & Faber.

Carey is a literary scholar and concentrates on the ideas of writers of fiction and journalism in this book. It gives real detail, context and a sense of the currency of the kinds of negative ideas set out in our chapter here, across Europe. What is interesting, in particular, is the conclusions he reaches, which suggests that some of the theoretical strands in recent thought are explicitly elitist, despite the apparently democratic stance of some theorists.

Dworkin, D. (1997) *Cultural Marxism in Postwar Britain: History, the New Left, and the Origins of Cultural Studies*, Durham, NC and London: Duke University Press.

Dworkin's narrative is wide-ranging and comprehensive. He deals with the complexity, origin and development of the kinds of ideas dealt with in our chapter here in extraordinary depth. This work is challenging but useful for making sense of how Anglophone scholars of culture engaged with European theory and the political foundations behind their ideas. This gives a very thorough insight into the development and importance of the CCCS.

Jenks, C. (2002) *Culture*, London: Routledge.

Another useful overview of the concept of culture that locates it in relation to the lineage of social studies, expanding in particular on the relationship of this idea with ideology. Jenks also gives a sense of how ideas developed beyond the CCCS – from subcultures onward, and how 'culture' figures in a wide range of contemporary fields and disciplines.