

الثقافة الجماهيرية والرأي العام المنطلقات النظرية والنقدية

*Public culture and public opinion**Theoretical and critical premises*

مخبر الفلسفة وتاريخ الزمن الحاضر

جامعة وهران 2 محمد بن أحمد

فلسفة

جامعة وهران 2 محمد بن أحمد

فلسفة

فرحات مهدي*

mehdiferhat@hotmail.com

أ.د عبد اللاوي عبد الله

pr_abdellah@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2022/12/31

تاريخ القبول: 2022/04/05

تاريخ الإرسال: 2021/09/15

ملخص: لا تزال دراسات الجمهور والرأي العام تواجه العديد "المشاكل" الابدستمية والنقدية المتعلقة بالمصطلحات والمفاهيم التي تسبح جميعها في مجال الإعلام والاتصال والذي يعتبر مفترق طرق للعديد من التخصصات والحقول المعرفية. قد تتمظهر عديد المفارقات المفاهيمية التي لها علاقة بالثقافة الجماهيرية بأشكال وأطروحات مختلفة على ضوءها حاولنا طرح بعض السياقات التاريخية التي تبلورت من خلالها فكرة "الجمهور" و"الوسيلة الجماهيرية" و"الثقافة الجماهيرية"، أما الجزء الثاني من المقال فقد خصص لمفهوم الرأي العام كتتمة وجسر كرونولوجيا لإنتاج فكري مصاحب للوسيلة الجماهيرية والثقافة الجماهيرية. مفهوم الرأي العام أصبح من ضمن اهتمامات الساعة بما له من قوة رمزية ووظيفية في المجتمعات الديمقراطية التي أصبحت توليا اهتماما بالغا "للرأي العام" بصفته مؤشر للتوافق المجتمعي ودليل رمزي لانسجام آراء المواطنين حول القضايا المصيرية ومصدر "شرعية" لبناء المؤسسات الديمقراطية.

الكلمات المفتاحية: الرأي العام، الجمهور؛ الثقافة الجماهيرية؛ فضاء عمومي؛ وسائل الإعلام

Abstract:

Researches on the audience and public opinion are still facing plenty of challenges related to different concepts and notions as well as some terminology in the field of media and communication. Being a crossroads for many disciplines, this realm is the source of many conceptual paradoxes associated with mass culture.

In this article, there is an attempt to present some of the historical contexts through which the concepts of the public, the mass media, and mass culture were made up. Whereas the

second part is merely devoted to the culture. The concept of public opinion is one of the current concerns for it has a strong symbolic and function among st democratic cities that commenced giving great attention to "public opinion" for it is an indicator of community consensus and a symbolic guide to the harmony of citizens' opinions about crucial issues

Key words:

Publique Opinion; Public, Mass culture; Public Space; The Media

تمهيد:

كانت بدايات استعمال مفهوم "الثقافة الجماهيرية" بعد الحرب العالمية الثانية في "الوم أ" لتتبلور بعدها على أنقاض مجموعة من المقاربات والنظريات والتي دامت إلى أكثر من عشرين سنة بعدها.

جاءت المقاربات النقدية للثقافة الجماهيرية موازية مع ظهور الوسائل الاعلام الجماهيرية.

"الوم أ" كانت الوعاء السوسيوثقافي المناسب لتبلور الثقافة الجماهيرية من خلال (السنما، B.D.).

ظهور التلفزيون كرس انبثاق نظريات "الثقافة الجماهيرية". حيث في أقل من 15 سنة انتقل التلفزيون من وسيلة تجريبية هامشية الى سلعة استهلاكية جماهيرية متواجدة ومتاحة لدى جميع الأسر والفضاءات العمومية في الوم أ. لنطرح الاشكالية التالية: في أي لحظة تاريخية أصبحت فيها الوسيلة الإعلامية ذات البث الواسع، وسيلة إعلامية جماهيرية؟

تتجلى صعوبة الإجابة على هذا التساؤل من خلال تضارب وجهات النظر لدى الباحثين والمؤرخين الذين حددوا المجال التاريخي في نهاية القرن 18 الى الحرب العالمية الثانية. والاختلاف تجسد على مستوى النقد ونقطة التحول بنسبة لمفهوم "الجمهرة"، فالمرحلة التاريخية لظهور مفهوم "الثقافة الجماهيرية هو مؤشر قوي في ظهور الظاهرة.

الشروط الأولى لظهور الثقافة الجماهيرية هي الإتاحة والوضوح للأشكال الثقافية. من هذه الناحية الوم أ تعتبر أرض خصبة من خلال النسيج السوسيوثقافي مع نسبة أمية منخفضة ونسبة تمدرس مرتفعة، وتوفر المكتبات ونشير الى محطة فارقة وهي تطور الصحافة ذات النشر الواسع من خلال ظهور صحيفة "نيويورك سان" والتي تعتبر كأول صحيفة ذات انتشار واسع. هذا النوع من الصحف يسمى ب "بيني بريس" وهو نوع من

الصحف ظهر في الولايات المتحدة الأمريكية يتميز بثمنه الرمزي ويباع في الشوارع ويعتمد على الإشهار بصفة أساسية في مداخله ليحقق قفزة كمية في مجال الصحافة المكتوبة فبعد ما كان السحب حوالي 1500 نسخة بعد سنتين ارتفع السحب إلى 40000 نسخة.

"بيني بريس" انتقلت من نيويورك إلى مدن أمريكية أخرى ومع تطور الصناعة والطباعة بالتحديد زادت نسبة السحب بخاصة مع ظهور "الروتاتيف البخاري" والذي يصل معدل السحب إلى 20000 نسخة/الساعة (1847).

الانتقال من النشر الضيق والنخبوي إلى النشر الواسع لجمهور مستهدف واسع هذا ما ساعد في ظهور الثقافة الجماهيرية وتراجع الثقافة النخبوية أو الخاصة.

يؤكد عالم الاجتماع Michael Shudson "أن ظهور "البيني بريس" هو عرض وسبب في ظهور مجتمع ديمقراطي ليبرالي أين تتمازج به الفوارق الاجتماعية والفكرية والتي أشار إليها كذلك "توكفيل" عند زيارته لصحيفة "بيني بريس".

رغم السحب الواسع لصحيفة "نيويورك سان" الى أنها لم تمثل إلى نسبة 0.2% من مجموع سكان الولايات المتحدة الأمريكية بالإضافة إلى تهميش السود ونسبة الأمية المرتفعة لديهم. ف"بيني بريس" أعلنت عن بداية ظهور صناعة ثقافية باحثة عن أرباح تجارية وتموقع اقتصادي. والخلاصة أنه في هذه الفترة لا يمكن الحديث عن "ثقافة جماهيرية" بل عن إرهاباتها وبداياتها الأولى.

1- نحو نظرية ثقافية:

نظريات الثقافة الجماهيرية تتواجد عند مفترق الطرق للعديد من التخصصات الفكرية التي تستمد منها مجموعة من المفاهيم والمصطلحات، ولهذا وجب علينا تحديد خلفية كل مصطلح حسب التخصص.

الحدود الأيبيستمية في العديد من الأحيان يتجاوزها الباحثون عند تطرقهم لمصطلح "الثقافة الجماهيرية" و"المجتمع الجماهيري" على أساس أن لهما وحدة عضوية أي الثقافة الجماهيرية هي جزء أو إحدى تجليات المجتمع الجماهيري¹.

¹ نجد هذا التداخل بين الثقافة الجماهيرية والمجتمع الجماهيري عند عالم الاجتماع آلان سوينجود، في كتابه الذي أعيد نشره سنة 1992 "ثقافة الملايين"

عرف Norton Dictionary of Modern Thought المجتمع الجماهيري أنه يتميز بنمطية الذوق، العادات الآراء والنشاط، أي كل ما يخص الثقافة في جانبها الأنتروبولوجي بداية من كتابات "ايدوارد تايلر" سنة 1871.^{1*}

التداخل في النظريتين متعدد. فالتقارب والاختلاف أصبحا يؤرقان الباحثين في هذا المجال. من الباحثين الذين اهتموا بالجانب الثقافي: "دانيال بان"، "انا اريندت"، "دافيد ريزمان"، اعتبروا أن الثقافة هي جزء من وظائف اجتماعية تتدخل في العلاقات الهوياتية أو لعب الحكم، وهي سليفة القواعد العامة للمجتمع. المنظومة الثقافية هي من رحم النموذج الاجتماعي.

المنظرون في الثقافة الجماهيرية يؤكدون عن نسبية حرية المفهوم. اذا كانت الثقافة الجماهيرية ذات صلة بالسياق الاجتماعي يجب الاشارة أن لها قواعدها الخاصة والوظيفية ولا يمكن جعلها حصريا حكرا على السياق السوسيو اقتصادي، هذه الحرية تجعل من الثقافة قوة تغيير اجتماعي وتجعل من مستهلك الثقافة عرضنا لتغيير السلوك والأنماط الاستهلاكية والذهاب نحو معارضة الواقع الاجتماعي أو التنظيم الاجتماعي القائم.

المجتمع الجماهيري لم يعد الشرط الحتمي للثقافة الجماهيرية رغم محاولات العديد من الفلاسفة والمفكرين تجسيد هذه الفكرة ونخص بالذكر بعض الأعمال المرجعية مثل: "الانسان أحادي الأبعاد" للفيلسوف "ماركوس هيربرت" 1964، The white collar, David Riesman 1950 / The lonely Crowd 1951 / Charls Mills 1951، كلهم تطرقوا لمفهوم "الثقافة" في المجتمع الجماهيري ورفضهم لاستقلالية المجال الثقافي أو على الأقل في خاصيته في التطور، هذه الكتب والأبحاث فشلت في تطوير نظرية الثقافة.

تعدد معاني "الثقافة" باختلاف أبعادها هذا ما جعلها تتقارب وبشكل كبير مع مصطلح الثقافة الجماهيرية في الولايات المتحدة الأمريكية، وخاصة لما تمت مقارنة المفهوم

¹ Andy Bennet « Mass Society », dans Alan Bullock et Stephen trombleyeds, The Norton Dictionary of Modern Thought (New York: Norton Companies, 1999), 507-8

* **Mass Society:** « A society in which similar tastes, habits, opinions and activities are shared by the majority of the population who accordingly become less differentiated either as individuals or in terms of social class. In political terms, mass society is seen as result of industrialization, the extension of suffrage and the erosion of social stratification. »

أنثروبولوجيا، بالتحديد بعد الحرب العالمية الثانية، التي عرفت بروز اتجاه "جمالي" (هنا تجدر الإشارة أن الثقافة أصبحت بمفهوم: التراث الذي يجب المحافظة عليه، ونشره، والتعليق عليه¹). الثقافة والمجتمع يتناقضان مرة أخرى مع كتابات "نيتشه" و"أورتيجا"، Nietzsche et Ortega، اللذان عبرا عن "كرههما" للشعب والجمهور في جميع نشاطاته الاجتماعية. هذه المقاربة كذلك كانت بمثابة تمهيد لظهور نظرية الثقافة الجماهيرية في الولايات المتحدة الأمريكية.

إن النقد الموجه لوسائل الإعلام عند ظهورها ليس بوليد اللحظة بل له عقود من السنين، وموجودة في العديد من الدول وليس الولايات المتحدة الأمريكية وحدها، بل العديد من الدول الغربية بعد القضاء على الأمية في هذه المجتمعات. يمكن الإشارة للنموذج الفرنسي من خلال كتابات "دومينيك خليفة" في كتابه حول الثقافة الجماهيرية في فرنسا في نهاية القرن 19م والتي يقدم فيها العديد من الأمثلة ينتقد من خلالها أشكال وتمظهر الثقافة الجماهيرية وذلك بعد ظهور أي وسيلة إعلامية جديدة.

بداية من سنة 1836 كان هناك صراع قائم حول قيمة "الرواية المسلسل" "le roman" « Feuilleton التي تعرضت لانتقادات واسعة وظهر مفهوم "الثقافة الاستهلاكية"، التخريبية التي كانت محل اهتمام الطبقة الشغيلة والنساء والأطفال آنذاك².

المقاربة بين التصنيع والانحطاط الثقافي كان دائما محل نقاش ولا يزال إلى وقتنا الراهن، هذا النقد للرواية استعملت آلياته الإقناعية والنقدية عند بروز أي وسيلة إعلامية جديدة، فقد تعرضت "الفوتوغرافية" لمثل هذه الانتقادات والراديو، السينما و..B.D الخ.

نظريات "الثقافة الجماهيرية" تمثل تطور للنظريات النقدية التي كانت آنذاك والتي استمدت آلياتها التحليلية وطبقتها على وسائل الإعلام لاحقا. والتي خصصت للثقافة الجماهيرية حيزا كبيرا. وعليه يمكن الاستنتاج أن "نظريات الثقافة الجماهيرية" ماهي إلا نتاج لنظريات سابقة التي، كما أشرنا سابقا، كانت مع نهاية القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر.

2- الثقافة الجماهيرية: متاعب فكرة

¹Michel de Certeau, la culture au pluriel (Paris: Union Générale d'Édition, 1974), 167-170

²Dominique Kalifa, La culture de masse en France 1.1860-1930, op.cit., 95-108.

رغم ظهور مصطلح "الثقافة الجماهيرية" ومع استعماله باللغة الانجليزية "masse culture" في عشرينيات القرن العشرين إلا أن توظيفه واستعماله كمصطلح عرف تذبذب في السنوات التي تلت عشرينيات القرن الماضي. ابتداء من سنة 1925 تم تداول مصطلح "الثقافة الجماهيرية" على لسان الصحيفة الامريكية "نيويورك تايمز" وبقلم الصحفي "جون ماك كورماك" والذي صرح قبل خروجه للتقاعد ب:¹

هذه المقولة المقتضبة لـ "جون جاك كورماك" هي تحاكي ما سوف يطرح لاحقا من قبل مدرسة "فرانكفورت". الثقافة الجماهيرية التي تم الترويج لها من قبل وسائل الإعلام الحديثة أصبحت متعارضة مع الأشكال التقليدية للثقافة.

بوادر "الثقافة الجماهيرية" وجدت أرضية مفخخة ومشبعة بتقليد أصيل للثقافة في الولايات المتحدة الأمريكية. في سنة 1925 قارب المفكر والكاتب "تروسكي" موضوع الثقافة الجماهيرية ولكن بطريقة خاصة ومحددة والتي سماها "تروتسكي" ب "الادب البروليتاري" "Littérature Proletaire"². في سنة 1929 جريدة "الامة" "The Nation" تخصص مقال عن نوادي القراءة، هذا المقال تحدث عن العلاقة بين الانتاج الثقافي الجماهيري والادب ونقاط التشابه أو الخبرة المشتركة التي يمكن استثمارها "اقتصاديا".³

المرحلة الثانية في استعمال مصطلح "الثقافة الجماهيرية" مع أواخر ثلاثينيات القرن العشرين في صحف: "النيو يورك تايمز" و"الواشنطن بوست" و"زوناشيون" من خلال

* « the singer predicted radio would make music a compulsory part of mass culture but asserted physical concerts would continue just as operas continue despite motion pictures »

² يعتبرها "بول غورمان" كأول استعمال باللغة الانجليزية

³ Leon Whipple, « Books on the Belt », The Nation vol.128, n° 3319 (13 fevrier 1929).183.

* « On the whole, the clubs have a wholesome effect. They have stirred up the publishers and the readers. They have not seriously hurt any element in our publishing system. The advisory ones have a clear usefulness. The commercial ones have distributed many charming books, and some important ones; they have not overplayed fiction; they have exploited nothing deleterious and little that lowered the public taste. [...] Compare them with our other mass-culture machines: movies, the radio, most of the newspapers, many of the magazines. By and large, let's let the book clubs live ».

بعض المقالات التي تناولت "الثقافة الجماهيرية" والتي كان استعمال مصطلح Folk « Culture ».

مع نهاية الثلاثينيات بدأت معالم مصطلح "الثقافة الجماهيرية" تتضح أكثر فأكثر مع مقارنة وسائل الإعلام الحديثة والثقافة ولكن ما هو مؤكد أن أواخر الثلاثينيات لم يظهر فيها مصطلح "الثقافة الجماهيرية" بشكر قوي كما هو الحال في الأربعينيات وبخاصة مع الحرب العالمية الثانية، وعليه يمكن القول أن مصطلح "الثقافة الجماهيرية" عرف تذبذب في الاستعمال فبعد ما كانت له استعمالات أدبية في بداية العشرينيات كما أشرنا في السابق. عرف هذا المصطلح تراجع (الثلاثينيات / في بعض المقالات) يرى بعض الباحثين أن السبب الأساسي في تراجع هو عدم التعريف الدقيق لمصطلح "الثقافة الجماهيرية" وتعدد مفاهيمه وتعريفاته، والتشكيك في وجوده من طرف العديد من الباحثين والكتاب آنذاك.

المرحلة الثالثة عرفت رجوع، وبقوة لمصطلح "الثقافة الجماهيرية" من خلال نقاشات الطبقة المثقفة في الولايات المتحدة الأمريكية والتي كانت مع بداية الخمسينيات، خاصة مع صحيفة "النيويورك تايمز" والتي ذكرت "الثقافة الجماهيرية" قبل 1950 ثماني مرات فقط. أما بعد هذه السنة أصبح تداول المصطلح أكثر قوة ونضج واستعمال خاصة ما بين 1950 و1953 فالعقد الخامس من القرن العشرين عرف عودة قوية لمصطلح "الثقافة الجماهيرية" والنقاشات التي دارت حوله لدى النخبة في الولايات المتحدة الأمريكية. هذه المرحلة عرفت ظهور أول كتاب تحت تسمية "الثقافة الجماهيرية"

"ميشال كامان" يوضح الاهتمام المتصاعد للثقافة الجماهيرية في الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية وتناول مفهوم: ¹ La hiérarchie Culturelle وتقسيم الثقافة الى ثلاث مستويات والتي أثارت اهتمام إعلامي وجماهيري كبير على غرار كتابات "روسل لينز" في مجلة Harper's 1949/1950 وكتابات صحفيين وباحثين آخرين والذين قدموا نظريات لتصالح الطبقات الثقافية في المجتمع الأمريكي.

عرفت خمسينيات القرن العشرين الانتشار الواسع للتلفزيون والذي حسب "كامان" هو الوسيلة الأساسية في تبلور فكرة أو نظرية "الثقافة الجماهيرية". ولكن الاهتمام بهذا المصطلح لم يكن في أعمد الصحف ولكن كان لدى النخبة والمفكرين والباحثين في

¹Kammen,American Culture, American Tastes,op.cit,95-132

العديد من المجالات وهذا ما أثارته لاحقا "مدرسة فرانكفورت" وإسهاماتها في هذا المجال.

3- الرأي العام: إشكالية مفهوم

مفهوم "الرأي العام" من المفاهيم التي يصعب على الباحثين تحديدها تحديدا دقيقا، وتؤكد الدراسات على صعوبة وضع تعريف دقيق محدد "للرأي العام" ويذهب بعض الباحثين إلى أن القدرة على قياس "الرأي العام" تفوق القدرة على تعريفه وتطويعه، فعلى الرغم من أن المفهوم ظهر في القرن 18م فإنه لم يُعرّف بعد بشكل محدد أو مرض، فالرأي العام من "الصعب وصفه، ومن غير الميسور قياسه ومن المستحيل رؤيته" ورغم كل هذه الصعوبات فإن قوة الرأي العام لا يمكن تجاهلها في أي مجتمع.

تميل التعريفات الحديثة للرأي العام إلى الاستناد إلى مجموعة من الأبعاد والمتغيرات في صياغة التعريف كمدى ارتباط الرأي العام بقضية ذات صبغة عامة أو جماهيرية، درجة ظهور الرأي العام وعلايته، درجة الموافقة المطلوبة، ونسبة الموافقة التي تسمح بتكوين الرأي العام، الأثر الناتج عن الرأي العام، مدى الارتباط بين الرأي العام والمعتقدات والقيم.. أما "ألبيج ALBIG" في كتابه "الرأي العام الحديث" فيقول عنه "أنه تعبير عن موضوع معين يكون موضع مناقشة من جماعة ما"، ويعرفه الدكتور "عبد الرحمن عزي" بأنه: «مجموعة آراء الأفراد حول موضوع ذي أهمية عامة (أي الآراء) التي في مقدورها ممارسة التأثير على مواقف الأفراد والجماعات وعلى سياسة الحكومات».

إنّ تعقيد الرأي العام يكمن في تحديد مفهوم له يتفق عليه الجميع، وهذا التعقيد نعتبره بالأمر الطبيعي وذلك لعدة عوامل من أبرزها أنه، أي الرأي العام، له علاقة بطبيعة الفرد والإنسان الذي من سماته المعروفة التعقيد من ناحية التنشئة الاجتماعية ومن الناحية الفطرية والتنوع الثقافي، فمن هذه المعطيات نستطيع وينسب متفاوتة تفهم التعريفات الكثيرة التي أعطيت لمفهوم "الرأي العام" فهو ليس في منأى عن البيئة والمضمون اللذان يتكوّن فيهما.

إنّ تعريفات المفكرين لا يمكن فصلها عن "البيئة الاتصالية" التي جاءت فيها، لأنّ تعريف أي مفكر لمفهوم الرأي العام يكون حسب الوسائل الاتصالية التي نشأ منها والتي تمثل بيئته الطبيعية، فزمن الكتب ليس هو زمن التلفزيون وليس هو زمن الانترنت وليس هو زمن الهواتف النقالة "الجيل الثالث"، ووسائل الاتصال لها، وحسب ما نراه،

دور كبير في تحديد مفهوم الرأي العام كذا في ممارسة الجمهور وفي كيفية استعمال المعلومة وفي أي إطار و عبر أي حامل Support أو وسيلة إعلامية.

يرى "هابرماس" أن مصطلح الرأي العام لا يتوافق مع مصطلح الإشهار لأن الرأي العام لا يمكن لنا التوصل إلى غايته المثالية بنفس السهولة التي نجدها في الإشهار، وأن الجانب النقدي للإشهار مختلف من حيث وظائف المراوغة أو التضليل "Manipulation"، إلى جانب الاختلاف القائم من حيث الظروف الاجتماعية.

"الرأي العام" هو خيال القانون الدستوري، حيث أصبح ملك مجموعة بعض الهيئات السياسية ومن هذا المنطلق ظهرت بحوث أميريقية في مجال العلوم الاجتماعية لنقد هذه النظرة أو البعد للتوصل إلى إثبات وجود "رأي عام" خارج الرؤية المؤسسية الدستورية.¹

كان مصطلح "الرأي العام" بالنسبة للمذهب "الليبرالي" في أواسط القرن 19 مركز إشكال، ولكن بداية من 1875 صار هذا المصطلح يحمل معه الكثير من الشكوك واللبس، ومثال ذلك ظهور الكثير من المفكرين الذين أعطوا تعريفات أو بالأحرى حاولوا إعطاء تعاريف لمصطلح الرأي العام.

يرى "ف. فون هولتزنندروف F.vont Hötendorf" في كتاب بعنوان "طبيعة وقيمة الرأي العام" أن الرأي العام أصبح شعاراً يتداول وذلك بغرض إرضاء الجمهور وجعله يخضع لهذا المنطق وذلك فيه كبت للمبادرة الشخصية التي قد تحاول معارضة هذا الرأي.

تناول "هابرماس" مصطلح الرأي العام في دراسته لفترة القرن الثامن عشر (18) في أوروبا والتي شهدت بروز الطبقة المتوسطة، وعرفت تراجعاً في دور الكنيسة مما أدى إلى بروز "نقاش عام في الأماكن العامة" لتأييد أو معارضة مواضيع في الشأن العام لاسيما في دول إنجلترا، فرنسا وألمانيا في الصالونات الأدبية والمقاهي. تلكم الأماكن سماها "هابرماس" بـ "الفضاء العام للمجتمع" والذي كان يتسم بالحرية، حيث كانت تقرأ القصص والروايات في البداية ثم الصحف والمجلات، وكان من بين أسس هذه المنتديات: الانفتاح العام، النقاش العقلاني، تجاهل الوضع الاجتماعي للحاضرين، وذلك بنية خلق جو لحل القضية المطروحة أي بعث "الرأي العام". يؤكد بهذا الصدد "هابرماس" أن الفضاء العام هو مصدر "الرأي العام"، وفي الوقت ذاته يُنبّه إلى أن هذا المفهوم قد يُوجّه لعدة أسباب، من أهمها المصلحة الطبقية وغياب الديمقراطية.

ينطلق "بورديو" من فكرة أن التلفزيون والصحافة عامة تشكل راهناً أداة للقمع الرمزي نظراً للمستوى الثقافي أو المعرفي المتدني للمشاهدين الذين يميلون إلى تصديق ما يُعرض عليهم بعامة من خلال تطبيق وسائل إقناعية تستميل العاطفة. يأمل "بورديو" في أن تتحول الصحافة إلى أداة للديمقراطية المباشرة عن طريق رفع المستوى العلمي للمشاهدين والقراء وتقوية استقلالية الصحافة عبر إدراك الأولويات التي تعمل على ضرب تلك الاستقلالية، والأولويات غير المرئية التي تُمارَس الرقابة من خلالها، ذلك ما يجعل من الصحافة أداة عظيمة لتثبيت النظام الرمزي (تواطؤ المتلقين والذين يمارسونه). وهكذا تغدو وسائل الإعلام أداة لخلق الحقيقة وللتحكيم الاجتماعي والسياسي، وليس كما يُدعى، أداة لتسجيل الواقع. وهو ليس ملائماً للتعبير عن الفكر أو الرأي؛ إذ يمنح أهمية للتفكير السريع وللغذاء الثقافي السريع المقترن بأفكار مسبقة. يُقدّم "بورديو" حول هذا الموضوع أفكاراً للتحديد وللتحقق منها بوصفها أموراً معقدة جداً يمكن معرفتها إلاّ من خلال عمل أمبريقي مهم، ارتكازاً على ملاحظات من الواقع. كما أن الأفكار المُقدّمة تتعلق بالمجتمعات الغربية الأوروبية عامة والمجتمع الفرنسي خاصة.

ويبرز لدى "بورديو" اتجاهان: "علمي" و"إصلاحي"؛ ويتمثل الأول في موقف الباحث السوسيولوجي الحيادي وهو الغالب والأساسي الذي يعتمد على مبادئ سوسيولوجية أساسية، مثل: فهم الظاهرة الاجتماعية كما هي في الواقع أي من دون الانطلاق من مفاهيم مسبقة، ثم شرحها بأسباب اجتماعية مع التركيز على العاملين الاقتصادي والثقافي، باعتبار أن الواقع مقياس للحقيقة، مما يؤدي إلى تقسيم العالم الاجتماعي إلى حقول مستقلة نسبياً، وكشف المستور، وكذا استخدام بعض المفاهيم (العنف الرمزي، ميزان القوى الرمزي، الهيمنة الرمزية والوزن الرمزي).

يرى "بيار بورديو" "Pierre Bourdieu" أن دور المجتمع يزداد في إمكانية النقاش العقلاني، بالرغم من أن الرأي العام يدل على مسلمات تتجدّر في التكوين، إلاّ أن هناك طيفاً متنوعاً بين حدين أحدهما "أورثوذكسي" والآخر مناقضه، ويؤكّد أيضاً أن الطبقات المتوسطة كانت أكثر استعداداً للمشاركة في النقاش السياسي ولديها رأس المال الثقافي والاقتصادي الذي يُمكنها من القيام بالتغيير.

تُشكّل الصحافة عند "بورديو" أحد أهم مكونات الفضاء العام "المجال الصحافي Journalistic field" وأهم حلقة وصل بين المجالات المختلفة في المجتمع، إذ يعتمد المجال الصحافي على مجموعة مُسلّمات ومعتقدات تتجاوز الاختلافات في الموقع والرأي؛ حيث لا وجود للصحافي مجرد داخل المجال الصحافي، فتبعاً لهيئته في "Habitus"، وهو مفهوم أساسي لدى "بورديو"، تتشكل ميوله ونظرته للعالم. يُمثّل "بورديو" هذا المجال من حيث الانتشار "بالدائري" أي يقرأ الصحافيون لصحافيين آخرين ويستقون الأخبار من مصادر واحدة، وقد بدأ تكوين المجال الصحافي في فترة مقارنة للفترة التي لاحظ فيها "هابرماس" تشكّل الفضاء العام الذي اعتمد على الصحافة كمكوّن أساسي¹.

الرأي العام بما يمثله من ارتباط بتفضيلات الأغلبية وبما يُحقّقه من قبول مؤسسات المجتمع باعتباره تعبيراً عن اقتناع ورضا لرأي الأغلبية، وهو ما يجعله مقبولاً لدى النخبة وفي حالات عدم موافقة الطبقة السياسية على هذا الرأي يكون هناك احترام له وهذا لعدم قطع الصلة أو العلاقة بين الرأي العام والنخبة السياسية أو ذوي القرار في السلطة. فالرأي العام يمكن له أن يتكوّن من أفراد مجتمع غير منظمين أو أفراد مجتمع داخل تنظيمات معينة كأعضاء مؤسسات سياسية وسيطة مثل: النقابات، الجمعيات، الاتحادات والتي يطلق عليها عادة تعبير النخبة الوسيطة باعتبارها تمثل حلقة وصل بين النخبة السياسية الحاكمة والجماهير غير المنظمة.

إن الرأي العام الجماهيري والنخبوي لكل منهما خصائص ولا يمكن لنا غض النظر عنها وخاصة في الدول غير الديمقراطية التي قد تجد أكثر سهولة في التحكم في الرأي العام النخبوي وذلك بالتحكم بالنقابات أو الجمعيات وبشقي الطرق المتاحة للسلطة من قمع أو تعيين رؤساء جمعيات ونقابات مناوئين للسلطة، في حين أن الرأي العام الجماهيري تجد السلطة أكثر عناء في التحكم فيه رغم أن سيطرتها على وسائل الإعلام وخاصة الثقيلة منها قد تساعدها في ذلك، غير أن هناك هامش حرية " Une marge de manœuvre" للجمهور وذلك عبر التكنولوجيات الحديثة لوسائل الاتصال الفني قد تفتح له المجال لرؤى جديدة غير تلك المفروضة من طرف السلطة السياسية الحاكمة.

¹ Pierre Bourdieu, *Les temps modernes*, 318, janvier 1973, pp. 1292-1309

إن التقسيم في الرأي العام إلى رأي عام نخبوي وآخر جماهيري يجد خلافا حادا بين الباحثين فمنهم من يرى أن دور الجماهير والرأي العام يعد أساسا في العملية السياسية ويشير إلى الدول الديمقراطية حيث تمثل الانتخابات والتصويت فرصة أساسية للرأي العام لاختيار القيادات السياسية أما البعض الآخر من الباحثين فيذهب إلى التركيز على النخبة وليس الجماهير معتبرين - حسب رأيهم - أن النخبة هي القوة المهيمنة والتي قد تستجيب لمطالب الرأي العام بدون اللجوء إلى الجماهير التي تفتقر إلى المعرفة والاستنارة والفعالية، فاعتبروا أن النخبة هي تلك القلة التي تتخذ القرارات في النظم السياسية بوجه عام ومن ثمة تُهيمن على الجانب الأكبر من القوة السياسية في المجتمع.

3-1 مفهوم "الرأي العام" عند "فيردينونديتونيز" «Ferdinand Tonnies» :

لا يزال النقاش ذو شجون بين الباحثين حول مفهوم "الرأي العام"، نقاش كانت بداياته في القرن العشرين وبالتحديد مع كتابات الفيلسوف وعالم الاجتماع الألماني "فيردينونديتونيز" «Ferdinand Tonnies»، والذي يعتبر من مؤسسي علم الاجتماع في لألمانيا رفقة ماكس فيبر، من خلال مؤلفه «Communauté et société» 1887 الطبعة الأولى التي لم تلقى رواجاً إلى بعد إعادة نشر الكتاب سنة 1912 ليليه كتاب «Critique de l'opinion publique» سنة 1922.

فيردينونديتونيز من خلال أبحاثه اشتغل حول مفهوم "الروابط الاجتماعية" وحاول الفصل بين المجموعة والمجتمع «société» et «communauté» اللذان شكلا لدى علماء الاجتماع في بداية القرن العشرين محور نقاش حتى على مستوى النقاش العمومي «débat public»، والذي تمحور حول فقدان أو تحول الروابط الاجتماعية «Perte ou transformation du lien sociale» ليقدم تونيزمقاربتة والتي مفادها أن الروابط الاجتماعية لا تفتقد بل تأخذ إشكالا أخرى ويحددها تونيز: الروابط الشخصية الدائمة والتي قدمها تحت مصطلح "المجموعة" تضم: (الاسرة- الجيران) وبالمقابل الروابط غير الشخصية والتي شبهها ب"الوظيفية" والتي تتميز بعدم الديمومة والتي سماها ب"المجتمع" والتي تتجسد عبر الدولة والنظام الرأسمالي المعتمد في المدن الكبرى وما ينجم عنها من متطلبات استهلاكية (السوق، الأمة، العالم الافتراضي). انطلاقا من هذه الثنائية يرى تونيز أن هيمنة المجتمع على حساب المجموعة يؤدي إلى نتائج خطيرة، فقدان الروابط على حساب المجتمع يؤدي إلى حالات الوحدةانية والتفرد

لدى الفرد داخل المجتمع. ليصبح الفرد رهينة مجال مغلق تفرضه عليه سيورة تطور المجتمع الذي بدوره يمارس وبطريقة منظمة نوعا من الهيمنة.

القيام بإسقاط زمكاني نستنتج أن مقارنة "تونييز" حول الروابط الاجتماعية لا تزال حديث الساعة من خلال مختلف المحاضرات والنقاشات لدى المفكرين حاليا على خلفية العولمة من جهة كفسلفة استهلاكية جديدة وعلى خلفية التطورات التكنولوجية التي نعيشها: web2.0، العالم الافتراضي، الشبكات الاجتماعية، المدونات، وسائل الإعلام الحديثة وتأثيرها على المتلقي. كلها رهانات جعلت من الباحثين إعادة النظر في العديد من "المسلمات" والاعتماد على "بارادغمات" جديدة في تحليل ومقاربة الظواهر.

في كتابه Critique de l'opinion publique «ركز "تونييز" على مخطط ميتافيزيقي مبني على "الرغبة" «la volonté» في نقده لمصطلح "الرأي العام"، ويعتبر أن الوظائف الاجتماعية لها وقعها على الفرد، على طريقة تفكيره وتعامله مع مختلف الحالات وعليه فعالم الاجتماع حسب "تونييز" عليه دراسة "الحدث الاجتماعي" كمتغير رئيسي "للرغبة الاجتماعية" منطلقا من مقارنة "دوركايم" (الضمير الجمعي)، وعليه فأنا الدين حسب "تونييز" يمثل رغبة "المجموعة" أما "الرأي العام" فهو يمثل رغبة "المجتمع" أي "أن الرأي العام أصبح المماثل اللاتيني والحديث للدين"¹ فمفهوم الرأي العام ظهر مع تطور مفهوم الحدثة البورجوازية وهنا إشارة للفيلسوف الألماني "هابرماس".

4- هابرماس: الفضاء العمومي

أخذ يورغن هابرماس 1929 « Jürgen Habermas مفهوم الفضاء العمومي (espace public) عن كانط E.Kant الذي قال به وتم استعماله بكثرة في مجال التحليل السياسي منذ سبعينيات القرن الماضي، فهو الفضاء الواسطي الذي تكوّن تاريخيا في زمن الأنوار بين المجتمع المدني والدولة²، وهو المجال المفتوح للمواطنين لتقديم جميع آرائهم حول القضايا ذات الاهتمام المشترك لتكوين رأي عام.

¹Ferdinand Tönnies, *Communauté et société. Catégories fondamentales de la sociologie pure*, nouvelle traduction et présentation de S. Mesure et N. Bond, Paris, PUF, 2010.

²Dominique Wolton, *l'espace public*, cahiers français, N° 218, Mai - Juin 1997, page 66

مع بداية القرن التاسع عشر بدا الفكر الأوروبي في الاشتغال على موضوع "الفضاء العمومي" وذلك على خلفية الاتجاهات المهيمنة آنذاك عبر تحليل السلطة التي مارستها المؤسسات الرسمية في سعيها لبسط نفوذها عبر القول بمركزية سلطتها وشد الفرد إليها لأجل احتوائه.

يعرف هابرماس الفضاء العمومي البورجوازي كفضاء لأشخاص خاصين مجتمعين على شكل عموم، هؤلاء الأشخاص يدافعون عن هذا الفضاء العمومي المنظم من طرف السلطة، وهم في نفس الوقت ضدها، وذلك من أجل نقاش القواعد العامة للتبادل في ميدان تبادل السلع والعمل الاجتماعي (المجال الذي بقي خاصا وأهميته ذات بعد عام)، وسيط هذا التعارض بين الفضاء العمومي والسلطة هو وسيط أصلي لا سابق تاريخيا، إنه الاستخدام العمومي للعقل.

يرى، بالمقابل، "جايمس ميلتون" أن الفضاء العام البورجوازي ناجم عن طورين طويلي الأمد: أولهما "نشوء الدولة القومية" وثانيهما "ظهور الرأسمالية"؛ حيث وجدت السيادة تعبيراً رمزياً لها في ما يدعوه "هابرماس" بـ "العلنية التمثيلية Representative publicness" لطقوس واستعراضات البلاط.¹ كما أبدى "هابرماس" خشيته من النزعة الجديدة في دمج الإعلام بالإعلان، ولقيت رؤيته للفضاء العام كثيراً من الانتقاد من طرف العديد من الباحثين خلال الندوات والدراسات التي أجريت بهذا الصدد، ولعل أبرز تلكم الانتقادات ما يتعلق بإمكانية استعمال "الفضاء العام" كأداة ووسيلة للتسلط بدل أن يكون مثالا للتححر؛ يضاف إليه مصطلح "الرأي العام بالإجماع"، حيث يسجل بعض التحفظ على ما يراد بـ "الإجماع" بالنظر إلى عدم تمثيله لجميع طبقات المجتمع، أي الميل إلى رأي طبقة دون رأي أخرى، فضلا عن إقصاء العنصر النسوي فيما يُدعى بـ "الإجماع" وكذا اختلاف بُنى المجتمع وإشكالية كيفية تحديد الجمهور العام.

خاتمة:

إن اختلاف السياقات التاريخية جعل من عدة مفاهيم محل شك وهدم وبناء من طرف العديد من المفكرين والمختصين، هذه الحركية في استيعاب الظواهر حسب البراديغمات السائدة في كل حقبة تاريخية وحسب كل مذهب فلسفي يجعل الباحث في مجال الرأي العام والثقافة الجماهيرية في حيرة في بعض الأحيان في فهمه لهذه التضاربات ولهذا أصبح من الضروري الاستعانة بالسياقات التاريخية وفتح أفق التأمل

وعدم التوقع في "الاختصاص الأكاديمي" والذي قد لا يسعه إدراك الظاهرة بمختلف أبعادها الإنسانية والاجتماعية والانتروبولوجية والفلسفية. من خلال هذه الورقة البحثية حاولنا إظهار السياقات التاريخية المعقدة والمتشابكة لمفهوم "الثقافة الجماهيرية" و"الرأي العام" من حيث "البدايات" والمنطلقات وبعض الركائز الفلسفية. ان الاستعمالات الحالية في مختلف الخطابات الإعلامية والسياسية ل"الرأي العام" و"الجمهور" و"الثقافة الجماهيرية" و"الفضاء العمومي" في جلها استعمالات وتوظيفات خاطئة وتظليلية في بعض الأحيان يمكن تفسيرها بالأهداف المرجوة من قبل صاحب الخطاب.

التغيرات التاريخية التي تبلورت فيها المفاهيم تجعلنا نعيد النظر في جدوى الإسقاطات "الميكانيكية" والنسقية في تحليلنا للظاهرة. الجميع يتفق على مبدأ النسبية في تحليلنا للظواهر الاجتماعية ولكن نجد أنفسنا وفي العديد من الأحيان في إعادة إحياء تراث على واقع جديد ومتجدد قد يستدعي وبصفة ملحة روى جديدة ومقاربات تتماشى مع التغيرات الاجتماعية والتقنية وتكريس مبدأ "النسبية".

قائمة المراجع:

1. Andy Bennet « Mass Society », dans Alan Bullock et Stephen trombleyeds, The Norton Dictionary of Modern Thought (New York: Norton Companies,1999).
2. Dominique Wolton, l'espace public, cahiers français, N° 218, Mai - Juin 1997, page
3. Ferdinand Tönnies, *Communauté et société. Catégories fondamentales de la sociologie pure*, nouvelle traduction et présentation de S. Mesure et N. Bond, Paris, PUF, 2010.
4. John Mc Cornack, 41, to Retire in 9 years », Neuw York Times (30juin1925), 14. Le quotidien reprend en réalité une interview parue dans Colliers la semaine précédente.
5. Dominique Kalifa, La culture de masse en France1.1860-1930, Repères, La Découverte, 2001.
6. Michael Kammen American Culture, American Tastes, Social change and the 20 th century, Knopf, 1st edition (August 10, 1999)
7. Leon Whipple, « Books on the Belt », The Nation vol.128, n° 3319 (13 fevrier1929).
8. Michel de Certeau, la culture au pluriel (Paris: Union Générale d'Édition, 1974),
9. Pierre Bourdieu, *Les temps modernes*, 318, janvier 1973, pp. 1292-1309